

Глава 746: Крупнейшая ярмарка в мире

Прежде чем он смог вернуться в Китай, внезапное присутствие Е. Донга напомнило Цинь Гуаню о его обещании. Его пребывание в процветающей столице моды и вдохновение, которое он испытал, заставили его забыть об обычных трикотажных изделиях и постельных принадлежностях, используемых простыми людьми.

Это была самая обычная группа товаров, связанная с двусторонней торговлей и обширным культурным и художественным обменом. Продажа произведений искусства была ограничена, но публичная реклама была самым эффективным способом, чтобы представить страну перед всем миром.

Конечно, их цель заключалась в том, чтобы заработать деньги. Целью всей ярмарки являлась финансовая прибыль.

Франкфурт был городом с самым большим количеством промышленных ярмарок в Европе. Хотя он был пятым по величине городом в Германии, его вклад в промышленное производство и коммерческое развитие был действительно важен.

Город славился своим большим выставочным залом, который занимал площадь около 300 000 квадратных метров. Там проходили всевозможные ярмарки. Ярмарка домашнего текстиля была лишь одной из них.

Большая площадь могла вместить 3000 торговых марок и 70 000-80 000 посетителей в день. Большинство посетителей приезжало со всего мира.

Покупка произведений искусства была мечтой всех путешественников. Они покупали товары для своих компаний и другие различные вещи в разные сезоны года.

Все они выглядели как клиенты галереи уровня С, за исключением того, что они покупали товары для дома, а не картины и антиквариат.

Эти товары были уникальным видом искусства, в отличие от дешевых простыней, которые можно было найти на оптовом рынке. В результате покупатели были разделены на разные классы.

Покупателем первого класса была компания «Л», которая владела 240 сетевыми магазинами по всему миру и продавала декорации и современные произведения искусства, включая напольные часы, мебель, одеяла, чайные сервизы, столовые приборы и т. д. Их товары славились своим высоким вкусом и ценами, поэтому их покупатели были в основном популярными любителями искусства.

Эти любители искусства покупали традиционные турецкие одеяла ручной работы, индийские

маски и японские бумажные лампы.

Е Донг и производители тканей, которых он представлял, были фактически покупателями второго класса, которые поставляли мебель среднего класса, такими магазинам, как Икея и Валмарт, они делали крупные заказы.

Покупатели третьего класса работали во всех агентствах станы и размещали заказы на заводах. Затем продукты обрабатывались под новым лейблом. Такого рода заказы приносили наибольшую прибыль клиентам бренда, но не имели большой ценности для производителей.

Однако в Китае все было возможно, поэтому производители тканей решили рискнуть. Обычно, когда дело доходило до бизнеса, Китайцы были осторожны и предпочитали играть по правилам правительства.

Хитроумные китайские торговцы прибыли на ярмарку со своими самыми известными текстильными изделиями, стремясь увидеть данное место.

Они привезли с собой свои лучшие товары, а также свои идеи о высокой производительности и дешевой рабочей силе.

Цинь Гуань, который оставил других моделей в Париже, так же привез туда свою команду, чтобы воспользоваться этой возможностью.

Когда он вышел из своего отеля, он увидел того, кого он совсем не ожидал.

«Го Нуоан? Что ты здесь делаешь?»

«Мой босс назначил мне новое задание. Ты знаешь, что я хорошо владею иностранными языками ...»

«Ты шпион?»

«Ха-ха! Можно на тон ниже. На самом деле, большинство китайцев думают, как и я. В наши дни учиться у других очень важно».

Он был прав. Эти честные торговцы могли подумать, что это всего лишь выставочная площадка, но более умные люди могли заметить хорошую возможность.

Е Донг бросился в азиатский выставочный зал, как только прибыл. У него не было времени позаботиться о Цинь Гуане. Его друг просто должен был появиться в зале по мере необходимости.

Тогда Цинь Гуань начал свое приключение.

Там были африканские гравюры животных, предметы роскоши из Европы и традиционные товары из Западной Азии. Ярмарка была многокультурным текстильным праздником.

<http://tl.rulate.ru/book/6769/407615>