

retail.global

点击一下
本土品牌轻松国际化

#1 去中心化全球商务解决方案

打造成功可行的商业

区块链全球拓展。

我们认为存在 4 个大的零售趋势：

全球跨界销售

全渠道线上销售

忠诚奖励代币化

区块链上的供应链

目录

摘要

- Retail.Global 助力全球零售
- 它是如何运作的
- 使命

市场

市场问题和解决方案

- 电子商务市场问题
- Retail.Global 解决电子商务市场问题

Retail.Global 生态系统

平台模块

- 交易市场和代币交易

模块介绍

- 线上商店
- 供应链：产品和交付
- 全球商务
- 忠诚奖励计划
- 分析和监测
- 全渠道商业
- 区块链解决方案

RG 生态系统结构

- 国家办事处
- 商业用户优势
- 货物供应商，服务和服务提供商优势

技术

- 技术栈
- 产品接口

商业模式

- 平台佣金
- 目标客户
- 目标行业

使用案例

路线图

商业模式(预测)

标记化和代币销售

团队以及当前业务

参考

风险因素

概要

Retail.Global 助力全球零售

Retail.Global - 区块链商业即服务生态系统提供完善的白标签线上商店解决方案，助力零售商和制造商全球销售。

品牌产品轻松开启全球销售，无需要基础设施，一体化接口：自定义店铺，交货和付款，连接仓库、货运中心、营销、支持和代币化忠诚奖励系统。

现在，我们在我们已成功与俄罗斯当地和世界各地客户开展商业合作，走向全球化：10 年电子商务经验团队，平台和基础设施，15 个企业客户，4 百万美元年收和准备好扩张的平台。

我们的目标是在所有主要城市的最大电子商务市场发布 Retail.Global：英国、德国、法国、意大利、西班牙、中国、印度、香港、越南和其他地区。

我们选择的区块链技术以加快我们的扩张，解决 Retail.Global 生态系统所有新合作伙伴的信任问题。

区块链解决了销售各个层面的信任和透明度问题：

- 客户获取：全球联盟广告网络
- 客户留存：代币化忠诚奖励系统
- 订单交付：区块链合作伙伴生态系统

代币加快 Retail.Global 生态系统的所有进程

- 平台佣金：平台使用和智能联系产品和服务供应商交易
- 货物支付：客户可以在平台商店中支付货款
- 忠诚奖励计划：产品采购后获得 RGT

即将推出的平台功能清单：

- **可自定义电子商务平台：**自定义设计、功能，整合外部数据库和服务；
- **进入全球市场，**货物可卖往世界各地，支持多种付款选择；
- **客户选择最大化：**展示所有仓库(批发、商店)，供应商的仓库的货物或移动货物到在其他国家的合作伙伴的仓库，以便快速交货；
- **本地广告渠道和市场覆盖最大化：**整合谷歌，必应，Yandex, Facebook, Instagram, VK, Pinterest, eBay 和亚马逊等可用的内容关联广告。
- **客户留存代币化忠诚系统：**基于代币，鼓励客户在店铺和社交网络上留评，以及举办比赛。获得与合作伙伴交流网络更多的联系。客户可在 Retail.Global 的交易市场里兑换店铺品牌代币为其它代币；
- **内部服务和服务提供商市场：**集成各项服务，包括广告、内容、交货、付款和平台内部市场服务，以便能够聘请必要的团队来创建内容、设计、管理广告，提升转化率和发展整合世界各地的合作伙伴。线上商店和市场参与者的关系由智能合约调节；

- **内部市场供应商：**可以连接产品批发供应商的产品线，支持客户购买 1 件或批发，在智能合约把控的安全交易下交货至仓库；

现在，可轻松全球销售。

使命

使命

我们的使命是创新零售，为客户打造极致购物体验：区块链带来的新技术可连接全球，使得这一切都能成为现实。

Retail.Global 让 B2B 客户轻松把产品与服务售往全球：除去所有的障碍，如语言、地方物流，退货、税收、营销、市场、支持以及缺乏电子商务的专家。这些全都被整合在一个产品上。

愿景

我们的预想是在未来 5-10 年零售的 5 个好机会可以改变全球商业：线上销售，跨境，忠诚度标记化、新技术的实施和区块链的潜力

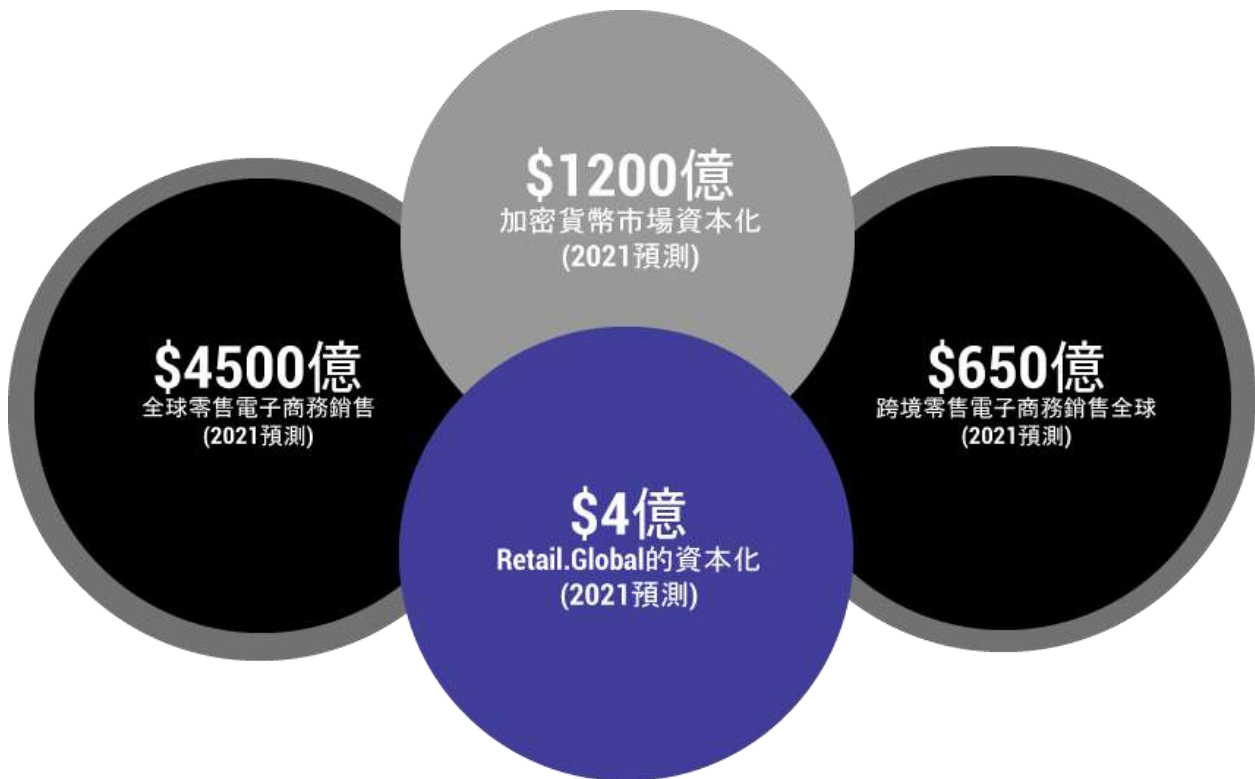
市场

电子商务销售增长

我们建立公司的依据是下述 5 大不断上升的趋势：

- 1) 零售线上销售份额不断扩展；
- 2) 日益增长的跨境商务；
- 3) 急需更有效的忠诚计划；
- 4) 需要新的和更好技术解决方案支持全渠道业务
- 5) 发展和大规模应用区块链技术：加密货币，产品和全球服务交易可用代币和智能合同。

Retail.Global 侧重于东欧、俄罗斯、西欧和亚洲的 B2B 客户以及全世界跨境运输。



4 5000 亿美元，
零售电子商务销售额 (2021F)

6220 亿美元
跨境零售电子商务销售额 (2022F)

3000 亿美元
市场价值
(2021F) [5]

目标市场：

- 2018 年：俄罗斯 (250 亿美元)、德国 (750 亿美元)、法国 (800 亿美元)
- 2019 年：印度 (450 亿美元)、韩国 (720 亿美元)、英国 (1950 亿美元)
- 2020 年：日本 (1250 亿美元)，中国 (9750 亿美元)

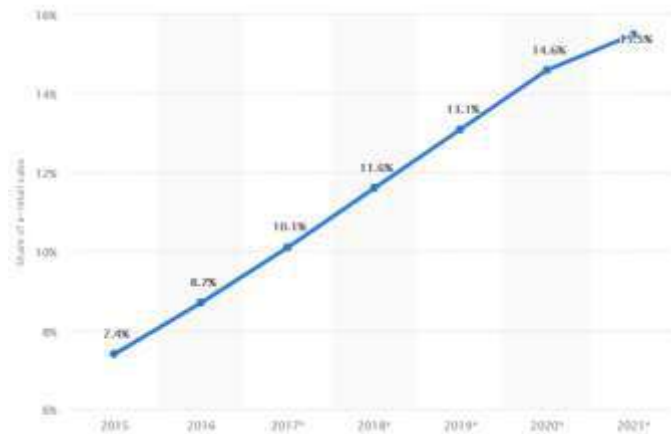
供应链管理 (SCM) 指的是实现并满足客户对商品或服务的需求。它包括了贸易合作伙伴的社区，共同目标是满足终端客户。

到 2021 年，随着 SaaS 部署规模的不断扩展，SCM 市场将达到 190 亿美元 [Gartner, 8]

在 2016 年，福雷斯特新研究公司预计到 2022 年世界范围内企业对消费者 (B2C) 跨境电子商务贸易量将达 6210 亿，占到所有线上贸易的 20%。[2]

服装是目前全球电子商务上最受欢迎的类目(占 46%)，第二就是消费电子产品(占 29%)。 [4]

2016 年，电子零售销售额占全球全部零售额的 8.7%。到 2021 年预计会达到 15.5% [3]

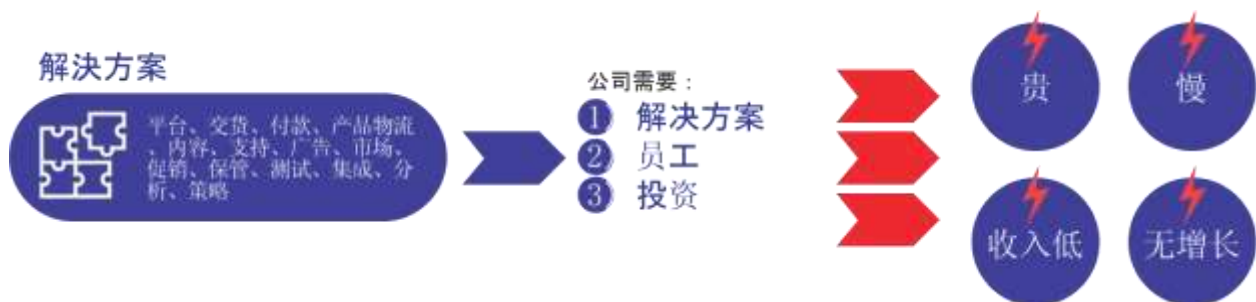


[11] 2015-2021 年，电子商务在全球零售总额的占比 (Statista)

Retail.Global 的主要预想是利用日益盛行的加密货币来支持跨境电子商务，用智能合同来促进与供应商的交易，让其更简单，可信。

市场问题和解决方案

电子商务市场问题



缺乏竞争力：传统线下零售公司缺乏技能和经验来促进线上销售

- 线下零售商、制造商或批发商没有能力和资源来运营线上业务：物流、数字营销、网站/移动端发展以及全渠道客户维系；
- 电子商务上日新月异的技术使得内部开发和维护出现瓶颈。因为内部团队没有足够时间来研究测试新的服务以及寻求最佳方法，也无法获得行业的最佳营销案例；
- 目前已有的解决方案都是假设电子商务公司由基础设施和开发人员来设置和维护一个软件平台，同时支付高昂的授权费用；购物中心和线下商店失去了流量，需要新的模式来吸引客户。

有许多工具和公司，没有解决方案：目前市场的情况是倾向于销售大量软件产品，而不是整体增加公司收入。

- 市场上提出的解决方案由各种不同的部分组成。线上商店的创建者是在不同地方，使用其他的发货服务、支付选项，各个渠道的广告机构，开发人员、会计师和电子商务经理把这些集合起来并试图做到这一点，耗费大量的时间和金钱。

全渠道重要性：需要全渠道销售是买家的需求

- 线上销售额的增长(从 5%到 30%，取决于市场)和通过线上交流而进行线下购买的占比(从 30%至 75%，取决于工业)使得零售商需要开发线上渠道，不是独个其他渠道，而是合在一起：通信和销售的一个框架；
- 公司的一个目标就是开发中全渠道工具，但遇到了整合以及选择工具的难题。

电子商务的物流不同于线下零售：供应链和仓库、商店、运货给客户和退货的处理与流线下零售非常不同

- 开发全渠道业务使得我们需要使用所有商店和仓库的库存，并在它们之间搭建物流体系，仓库提货或从商店提货。
- 一方面来说，全球贸易的发展为所有零售业者打开了边界，另一方面也使得国际市场和本土市场的竞争达到了一个新的水平。结果是，不仅可从中央仓库发货，也可直接从另一个国家或制造商的仓库发货。

各个国家存在差异：新全球市场可以带来新机会，但由于运营的复杂性，不一定就是可以的。

- 世界上有很多的市场可用于开展电子商务，但是目前零售商还是无法开辟这些市场因为本地化太复杂。需要考虑发货、语言、支助服务，税收和其他收费要求，等等；
- 每个国家都有大量的市场。可以在上面列出用于销售的产品，接收对运输，放置，分类和服务级别有特定要求的新订单。

内部开发的忠诚系统和合作伙伴的交叉促销活动成为了零售的一个难题。

- 目前的忠诚系统的开发都是基于简单的现金返还或累计折扣。收到反馈和社交对与客户的沟通来说非常重要；
- 与合作伙伴的交叉促销活动带来了获得来自非竞争公司新客户的好机会，但是这需销售部门人工完成大量困难的任务。

零售业的创新很慢

- 一方面零售业竞争越来越激烈，另一方面由于管理人员不信任新的 IT 产品或实施困难有很大困难导致新服务和产品的发展的速度放缓。

很难拓展生态系统上不同国家的合作伙伴

每个国家商业以及工作中的信任，透明度上都有其特殊性。

打破系统不同国家合作伙伴的系统非常困难。

每个地方都有自己的问责、质量控制和服务支付标准。

Retail.Global 为电子商务市场提出了解决方案



RG 帮助客户增长线上和线下销售渠道的收益

- Retail.Global 开发的全渠道工具能让线下和线上购物同样便利和个性化；
- 一套完整的工具整合了客户数据库，数据实时显示货物数量、店铺产品运输和客户沟通；
- Retail.Global 平台也适用于严格的线下买家。平台上有“收藏商店”的功能，商店订单，快速链接到最近的商店以及其他功能。根据各种预估报告，30%至 80%的线下消费者是线上研究产品或了解有关促销活动；
- 购物中心可以创建线上商店，包括在购物中心的所有店铺。客户能直接拿到所有商店的所有货物，店铺也能提供送货服务。

有效使用所有零售库存，从商店到不同的仓库

- 许多行业卖家都有大量货物放置在配送仓库中：区域中央仓库，广泛遍布城市和国家的各个商店。无论是从合并会计数据库和各个仓库间的物流及发货给客户，Retail.Global 都能帮你解决问题。对商家和买家来说，在慕尼黑提货再到最后一英里运输到布宜诺斯艾利斯都变得更方便；
- 现在你可以安全运输到其他国家：你可以在其他国家下单，通过平台上的智能合同来调节供应商、代理和物流服务关系；当供应商收到订单，代理商检查供应商，货物，确保运输安全。一旦运输公司确认买家收货，供应商就能够要求付款；
- 通过直接运输货物到不同国家的分拣仓库，你可以在界面中看到库存情况。在收到订单后，它们就会自动打包并运送给客户。

本土业者全球化：许多企业已经能进入新市场

- 使用现有线上商店和其他国家最受欢迎交易市场，Retail.Global 给企业提供了一次进入多个新市场的机会；
- 多语言功能提供快速翻译成当地语言的服务(自动，通过专业服务或人工)和所有流行通信服务中的当地客户支持；
- 为了最大化网站转化率，你可以添加当地所有流行的运输和付款服务；
- 整合当地受欢迎的市场能直接产生相关收益；
- RG 服务市场的专家可以你在当地广告渠道进行营销；
- 随着销售的增长，平台将允许企业使用当地仓库来存储货物和处理订单。这样交付能更快，更廉价的把货物运输给终端客户。

标记化忠实系统适用于打造平台参与者和忠实客户新的阶段关系。

- Retail.Global 将提出一个标记化忠诚系统，帮助任何店铺快速创建支持现金返还和增值功能的自定义忠诚系统且当他们留下有关产品和服务的反馈时自动发放奖励；
- 平台上有许多合作伙伴，这样在能做到交叉促销，并带来非竞争商店。买方可以进行额外的购买，对企业用户来说又是个新的销售渠道；
- 相互连接的系统用于创建品牌化宣传产品，企业不仅能提高折扣，也能赠送品牌礼物，创建小到 1 件的即时产品；
- 开发的 API 允许整合第三方区块链忠诚系统、交换代币以及提供活跃客户通过内置推荐系统赚钱或积分机会。

Retail.Global 的目标是提供零售业新技术解决方案

- Retail.Global 建立了一个基金用于投资和研发线上和线下零售的新解决方案。未来就能使零售更有效率，更方便客户；
- 为许多中型和大型销售商赋能。我们可以做一个平台用于试验、产品开发和创业公司的国际化；
- 平台的商业用户获得市场创新，并将能够获得最新的解决方案。用最少的体整合成本，创业企业绝大多数会使用 Retail.Global 的一体化解决方案。

Retail.Global 选择区块链以加快我们的扩张，解决 Retail.Global 生态系统所有新合作伙伴的信任问题

解决信任和透明度问题将帮助我们建立成功的全球商务体系。

现在，我们可以更轻松，更快整合新合作伙伴。因为新合作伙伴可以确保得到服务的支付，品牌产品可保证质量。所有交易在区块链上都是透明的。

所有商店的订单，流量来源和附加信息都存储在区块链上。

使用智能合约解决方案：

- 网站管理员(广告合作伙伴)获得智能合约保障他们能得到所产生订单的货款(按时全额支付)。
- 品牌和 Retail.Global：智能合约基于交货和付款状况(第三方中介付款服务)提供自动支付功能，所有合作伙伴获得已交付订单的佣金。
- 客户在商店中付款可使用第三方中介付款服务。商店将交付订单和客户确认后取得货款。
- 所有国家的合作伙伴可使用第三方中介付款方式来为选择的服务付款，确保得到想要的结果再付款

Retail.Global 生态系统 平台模块

线上商店

可定制线上商店，满足所有销售需求的一体化解决方案

产品和订单管理系统

在任何地方都可以展示产品目录，履行订单，发货。连接服务提供商：付款，支持，等等。

全球广告网络

整合全世界所有最好的广告联盟网络和广告机构获得世界各地的客户

忠诚奖励计划

通过增加客户留存促进销售

分析与控制

所有销售、客户和产品分析。服务提供商控制。未来建模。

全渠道商业

业务全渠道：整合线上、线下，移动销售渠道和通信

市场

服务市场

个性化，广告工具，邮件/短信/信息推送、分析等等

产品供应商市场

一件代发，及时生产，经销商库存

服务供应商市场

内容、支持、发展、营销、付款，交货

模块介绍



在线商店

定制在线商店，为所有的销售需求提供一站式的解决方案



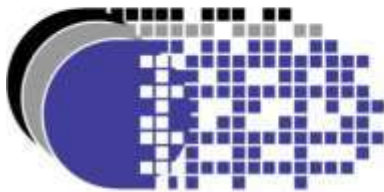
供应链：产品和交付

展示产品目录，完成来自任何地方的订单并可在任何地方交付



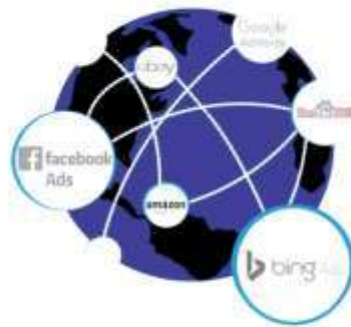
全方位业务渠道

打造全方位业务渠道，联合线上、线下移动销售和沟通渠道



忠诚度奖励计划

通过增加客户保留率来提升销售。



全球商业

连接服务提供商，支付、支持、营销和管理公司



分析和控制

所有销售、客户和产品分析，服务提供商控制，未来建模

线上商店

电子商务平台功能：

- 1) **品牌线上商店**：台式机、笔记本电脑、移动端线上商店版本具有独特设计
- 2) **应用程序和机器人**结合了订单管理和支持：移动应用程序，Facebook 应用程序，通信软件机器人、Telegram, VK, 微信。
- 3) **产品信息流和订单整合入市场**(亚马逊, ebay, yandex)和广告服务(谷歌, yandex, 必应)
- 4) **一体化系统**：与伙伴的客户关系管理(CRM)和服务
- 5) **多语言接口**和自动翻译系统



服务的市场：个性化，广告工具，邮件/短信/推送、分析和其他

产品和订单管理系统

- 1) **连接你仓库或商店的库存** - 所有产品可以在你的店里即时整合销售
- 2) **使用直销和分销商仓库**来分拣和提高销售。只需一次点击，你就会获得用来销售的新产品或购买产品并运输懂啊仓库。更快的连接任何国家仓库，加快送货速度。
- 3) **通过服装、配件或你的产品**(即时印刷服务整合在服务市场上)的即时印刷来打造新的产品。
- 4) **订单管理系统**：在任何地方进行确认，配货，发货和交货操作
- 5) **你可以看到和管理库存**：什么产品和在什么仓库。
- 6) **基于智能合同的多标签供应链**：供应商、买方和第三方（批发代理，信贷组织或需要的其他方）。更多信息请看“使用案例”



产品供应商市场：直销，即时生产，经销商库存

全球广告网络

整合全世界所有最好的广告联盟网络和广告机构获得世界各地的客户

通过所有主要广告渠道获得客户：

- 广告网络和搜索引擎：谷歌、必应，Yandex, 百度
- 社交网络：Facebook, Instagram, VK, 微博等等
- 广告联盟网络
- 市场：亚马逊、天猫、Etsy, Ebay, Yandex, 等等
- 客户留存：邮件、信息推送、重新定位，忠诚奖励



服务供应商市场：联盟网络，广告机构，自由职业者

忠诚奖励计划

Retail.Global 忠诚奖励计划存在巨大的潜力：

- 1) 代币下**忠诚奖励系统**：获得的产品和服务的反馈和评论
- 2) **向意见领袖和 CPA 合作伙伴推出特别推荐合作伙伴项目**
- 3) **利用合作伙伴 API 促进伙伴合作**
- 4) **合作伙伴网络用于交换信息**和商店代币
- 5) **留存工具**：特别优惠，优惠券

使用 Retail.Bonus Token 代币鼓励客户留下反馈意见和评论，从而改进你的业务，奖励客户下单，提醒客户有新产品推出。

我们的愿景是为所有平台客户发展奖励计划。

非-竞争商店可以让客户选择兑换忠诚积分，获取另一个商店的流量，带来新订单

客户可以通过下述方式获得代币：

- 作为购买产品的返现方式
- 在商店和社会媒体留评
- 参与商店举办的比赛和不同的营销活动
- 新客户推荐项目

合作伙伴可以接受代币作为部分付款

强大的 Rest API 允许不同的合作伙伴使用整合的营销活动



兑换商店代币：兑换商店代币为优惠券和礼物

分析与控制

所有的销售、客户和产品分析。

- 1) 服务提供商控制：仪表板和任务器
- 2) 路线图和金融建模
- 3) 带报告的仪表板
- 4) 进出口数据

全渠道企业

如果你有自己的商店，那么**全渠道服务**和资源整合是非常有用的。

平台执行：

- 显示在商店那里进行购买
- 在商店进行线上预定
- 3 小时商店交货
- 为客户和商店助理打造移动应用程序用于查询产品
- 订单以及方便联系线下和线上客户

根据德勤公司的预估，数码设备现在影响约 60%的线下零售[7]，所以全渠道整合维系忠诚客户的重要方式。

区块链解决方案

我们主要在全球线上销售的 3 个部分使用区块链

透明

所有交易都在区块链上运行

透明

所有交易都运行于区块链上

信任

第三方中介付款服务(基于智能合约)

1) 客户获取：全球联盟广告网络

问题：

- 缺乏订单的广告会计透明度
- 缺乏支付信任(从广告合作伙伴的角度)

解决方案：

- 所有商店订单的流量来源都存储在区块链上
- 网站管理员(广告合作伙伴)获得智能合约保障他们能得到所产生订单的货款(按时全额支付)。

2) 订单交付：区块链合作伙伴生态系统

问题：

世界各地的品牌商、客户和服务提供商想要确保收到交货信息和付款信息后货币计算和转账要及时。

解决方案：

智能合约基于交货和付款状况(第三方中介付款服务)提供自动支付功能

3) 客户留存：代币化忠诚奖励系统

问题：

在大多数情况下忠诚奖励方案复杂且不透明，积分往往没有得到使用

解决方案：

所有商店使用代币

Retail.Global 生态系统商店接受忠诚奖励代币将获得更多新客户

可信

(第三方) 支付保障
以智能合约为基础

RG 生态系统结构



一个围绕平台形成的生态系统包括：

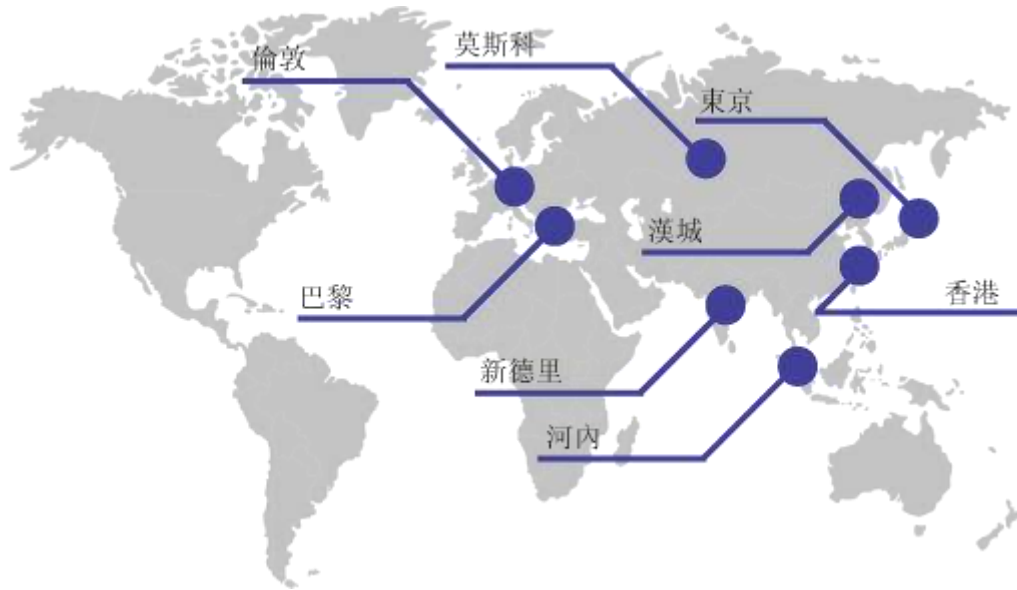
- **品牌**
制造商、商店、品牌所有者、购物中心
- **产品供应商**
制造商、经销商；批发，一件代销，及时生产
- **服务**
分析，广告，IT 基础设施，等等。
- **服务提供商**
内容、交付、支付、管理，咨询等。
- **联盟合作伙伴**
联盟广告网络，网站管理员、机构
- **忠诚奖励合作伙伴**
商店、航空公司、银行、供应商等

所有生态系统参与者被选择并最大限度整合进平台，能够作为单一系统运转，并提供世界各地的销售服务

。

。

国家办事处



Retail.Global 在所有主要市场(中国、印度、日本、越南、韩国、德国、英国、法国、俄罗斯)开设国家办事处，这将带来：

- 吸引本地商户，开展密切合作
- 发现，检查质量并整合生态系统新成员：货物供应商、服务、市场和当地广告渠道和支持
- 够提供所有当地法律和会计文件

使用平台可用代币支付。它不与提供服务的国家绑定。

对于商业用户来说，平台的优势是

1. 可以与世界各地的公司合作-所有必要资源都能在平台对接：用当地团队管理当地广告渠道和投放市场，提供本地化服务和客户支持。
2. 收入分享支付模式(销售额%)消除项目负面经济风险。你只需支付线上订单，就能同时获得综合效果，增加线下销售额
3. SaaS 平台提供灵活服务，快速提供不同国家的最优化网站内容，加快下载速度。此外，它提供了：**不断更新平台，新模块，与合作伙伴服务的一体化以及最佳案例做法带来不断持续改进线上业务**
4. **很轻松就能在你的销售过程中纳入验证的货物和服务供提供商：**你可以选择认证企业团队帮助你开展线上业务，直接与你公司的代表对接。收入分享模式使得该团队对开展你的线上业务非常感兴趣。所有供应商完全整合在平台上。这给了客户“无缝”的销售体验。
5. **控制和管理整个线上销售渠道，多方面促进增长：**Retail.Global 平台的成功也是源自线上销售渠道、广告，交流以及网站支持服务、运输和忠诚系统。这些有效的工作才大大促进了业务的增长。
6. **使用市场最佳做法，销售渠道，更好的连接条件和内容来支持不同的国家的销售。**通过把各个不同市场的公司整合到平台上，我们给 RG 用户独提供了一个独一无二的功能，与服务 and 货物提供商独一无二的合作条件。
7. **RG 代币可以在世界各地的平台上使用：**从业务用户和合作伙伴方激活平台，需要一定代币定金，可以用于推迟服务支付。

货物供应商，服务和提供商优势

1. 能够获得世界各地的客户，把产品卖往全球
2. 通过一个整合的平台，减少用于客户服务的资源
3. 与世界各地客户合作的特别体验

技术

技术栈

我们的平台和生产团队使用 MySQL, MongoDB, Redis, Memcached, Sphinx, Elastic Search, PHP, Python



区块链网络：以太坊，超级账本



产品接口

现在我们企业客户使用平台的案例。

企业项目(纯粹线上商店、连锁店和制造商)可以访问不同类型的统计数据，订单管理、仓库库存统计数据。



单清单

订



统计数据



供应商需要的统计数据



查看订单

商业模式

平台使用佣金

公司通过收入分享模式支付平台：

- **零售商**

使用收入分享模型：从 15%到 25%

- **服务公司：收入分享模型：**

从 1%到 10%

- **智能合约和忠诚奖励代币费用：**

从 0.2%到 5%

目标客户

平台对不同规模的企业有不同的计划：

1) 独立线下商店所有者

他们从线上获得新的收益来源，使用全渠道工具和奖励忠诚计划获得更好的客户关系全球销售能力，真正获得全世界忠实客户。

2) 贸易中心和百货商店

我们已经提供贸易中心所有的商店开设线上上商店。

现在，贸易中心的问题在于容量和实现线上商店概念的移动端应用程序，真实可用的产品目录将大大促进销售，提升客户忠诚度。

3) 时尚、美容、家装、体育和食品行业制造商：企业服务提供公司全渠道工具和全球服务，帮助发展官方单品牌线上商店。

整合线上商品及时店中店，提升销售和客户忠诚度。

4) 想要在线上任何地方开展业务的企业家：帮助你全球销售，所有线上操作世界任何地方都能进行。

目标行业

- 1) 时尚服装、饰件和鞋子，这些占了约一半的跨境销量
- 2) 健康美容
- 3) 户外运动
- 4) 特色 - 食品，奢侈品和特殊产品

使用案例

1) 当地鞋子制造商与当地经销商网络开始全球跨境贸易，然后转移部分库存到欧洲。

Retail.Global 在平台上执行下述：

- 选择的队伍会创建一个线上商店，目录和整合制造商和合作伙伴
- 所有商店的产品库存和批发合作伙伴连接在一起
- 多语种支持和全球航运连接在一起
- 自己的品牌忠诚奖励系统
- 欧洲运营仓库为当地客户提供更快捷的服务

2) 你必须促进当地营销、交付和客户支持促进全球销售

问题

全球零售商必须支付当地营销和内容团队，检查工作结果，甚至需要第三方收集金钱和解决争端。

解决方案

多签名支持智能合同和 Retail.Global 平台上支付款项更透明可靠。首先，顾客通过智能合同转移资金到平台；承包商完成它们这部分的工作。只有在客户满意结果，他们才会签署智能合同，资金才会转移到承包商。平台上用 Retail.Global 代笔支付佣金

3) 从中国批发供应商处订货和检查货物

问题

在向另一个国家客户订货的时候面临的问题是糟糕的质量和当地代理(信托), 需要检查供应。

解决方案

Retail.Global 支持通过智能合同进行交易：首先，供应商在平台上生成智能合同；然后，客户阅读并接受条款，然后转移资金。当供应商准备发送时，他们签订合同，第三方代理检查交付货品。最后，物流公司有货物的运输记录(“数据库”)和钱会转给供应商。

4) 由于线上商店以及新购物中心的竞争，当地贸易中心开始失去客户，销售量下降。

Retail.Global 在平台上执行下述：

- 创建一个常见的线上商店，内含所有商店的产品
- 确保针对目录和整合所有参与者进行内容创建
- 提供全渠道的工具，从预订到商店，在所有商店进行产品搜索

5) 用于线下和线上商店的忠诚奖励系统

- 个人档案历史，包含所有线上和线下购买记录
- 社会活动奖金制度
- 通过在朋友间分发优惠券，推荐系统让所有客户赚取奖金
- 有机会给现金折扣给奖金账户
- 忠诚系统给品牌加密货币用户代币。现在有一个新机会改变所有用户的情况。
- 合作伙伴忠诚系统交换奖金的能力

路线图

我们的历史开始于 10 年前，为电子商务提供基础设施

2007	开启自己的线上店铺 Proskater.ru 体育用品
2012	创造所有基础设施：仓库，支持，内容创建，营销和会计师
2015	第一个企业客户-Quiksilver Boardriders 运动连锁品牌 (brd.ru)
2016	我们得到的第一笔天使投资是 300000 美元
2016	新客户-A3Sport, Nike, SuperDry, 带 DropSneakers.ru 线上店铺的 Stride shops
2016	平台上所有项目的基础设施连接新的线上商店
2016	全渠道模块连接线下零售
2017	为下一阶段的发展，我们获得了 300000 美元天使投资
2017	开启客户店铺-Glance, Mail.ru, VK.com, Soho, Union, JustCoffee, Anta
2018	新客户：5Pockets Chain, Comma, Pierre Cardin, Steinberg
2018	未来几年发展路线和预想的白皮书

在代币销售后，我们计划放出 Retail.Global 平台的下一个模块

	独立线上商店平台	企业线上商店平台	服务和服务提供商市场	产品供应商市场	代币下的忠诚奖励系统
2018 第 4 季度	创造和连接必要流程(交货、付款、支持、领域)的能力-俄罗斯, 白俄罗斯、哈萨克斯坦	多语言界面和国际运输及发布新企业版客户端	试点运行		商店试点运行
2019 第 1 季度	多语言界面和国际运输-德国		欧洲和俄罗斯的第一批用户和合作伙伴		
2019 第 1 季度	拓展(西班牙、意大利、法国)		全部发行	试点运行	工作开始于所有平台参与者
2019 第 1 季度		拓展(西班牙、意大利、法国)	拓展(西班牙、意大利、法国)	欧洲和俄罗斯的第一批用户和合作伙伴	
2019 第 2 季度	拓展(英国)			全部发行	
2019 第 3 季度		拓展(英国)	拓展(英国)	拓展(西班牙、意大利、法国)	为线下零售和第一批试点建立模块
2019 第 4 季度	拓展(印度)				
2020 第 1 季度		拓展(印度)	拓展(印度)	拓展(英国)	主要推出线下和线上零售
2020 第 1-2 季度	拓展(中国)				
2020 第 3-4 季度		拓展(中国)	拓展(中国)	拓展(印度)	
2021 第 1-2 季度	拓展(另一个亚洲国家)				
2021 第 3-4 季度		拓展(另一个亚洲国家)	拓展(另一个亚洲国家)	拓展(中国和另一个亚洲国家)	

商业模式(预测)

代币	2019	2020	2021	2022
平台 RGT 需求量(佣金)+产品购买	\$5,339,030	\$33,452,630	\$78,384,384	\$157,806,977
商业模式				
新增总数:	61	136	238	404
总累积数:	80	216	454	858
平均每月每商店订单数:	750	1300	1300	1300
商店平均检查:	\$70	\$75	\$75	\$75
来自商店的平均收入:	\$630,000	\$1,170,000	\$1,170,000	\$1,170,000
商店总营业额:	\$28,665,000	\$171,307,500	\$391,950,000	\$770,737,500
商店总订单数:	409,500	2,284,100	5,226,000	10,276,500
来自商店的平均佣金:	16%	16%	16%	16%
平台总佣金:	\$4,586,400	\$27,409,200	\$62,712,000	\$123,318,000
购买时使用代币				
购买使用比例%	3%	4%	4%	5%
总营业额(代币)	\$752,630	\$6,043,430	\$15,672,384	\$34,488,977
交换市场购买代币支付佣金				
佣金总计	\$4,592,872	\$27,365,961	\$58,826,921	\$97,405,902
交换市场购买代币支付佣金	\$4,568,982	\$7,800,000	\$7,800,000	\$7,800,000

代币化和代币销售

在平台上使用 RGT(Retail.Global 代币):

- 1) RGT 作为平台使用费用:
 - 基于智能合约的货物或服务购买交易产生的佣金
 - 平台使用佣金
- 2) 平台商店货物付款
- 3) 忠诚奖励项目: 客户获得 RGT 作为商店购物奖励

代币持有者也可参加投票:

为了接收代币持有者的意见, 收取代币, 1 代币表示 1 票。

当平台上因两个问题而关闭才进行投票:

- 1) 为创业公司开设新线上商店:

平台承担线上商店的开店和广告费用, 只通过收入分享获得收益。创业公司刚开始无需付钱, 参生真正销售后再付钱
- 2) 零售创业公司风投候选人选择:

基金分配种子资金以及能使用基础设施, 平台商店测试的能力。创业公司接收资金和发展案例以及使用新技术解决方案的平台

代币机制	
代币名称	RGT
每代币价格	1.00 美元
代币标准(区块链)	ERC20(以太坊)
硬上限(A轮+B轮)	20,000,000 个.00 美元
硬上限(A轮)	10,000,000.00 美元
硬上限(B轮)	10,000,000.00 美元
上限(预售)	1,000,000.00 美元
代币特权	平台内使用代币
代币分配	
代币销售(A轮)	30%
代币销售(B轮)	30%
促销(赏金, 空投, 推荐)项目	5%
管理和团队	15%
期权池和并购储备	10%
技术支持和咨询	10%
价值 192BTC 的代币将会发给 ICOBox 代币持有者回馈他们提供的服务和投资购股意愿档案平台。	

收益使用	
薪资	30%
办公室	2%
基础设施	23%
市场营销	36%
法律	8%
购买:	1 RG 代币售价 1.00 美元
代币销售目标:	10,000,000 RGT
销售供应代币最大值	24,300,000 RGT 所有未售出代币将转移到“期权池和并购储备”钱包里，锁定期1年。
创建的代币:	40,500,000 RGT
代币价格:	1.00 美元
代币代号:	RGT
建议每人最少购买	100 美元 (=100RGT)
每个订阅最多购买	1,000,000 美元 (1,000,000 RGT)
接受加密货币:	USDT, BTC, ETH, ETC, LTC, ZEC, DASH
接受国家:	所有国家，除了下述国家的公民和居民：美国、新加坡、越南，中国、伊朗、韩国、朝鲜、叙利亚、苏丹、古巴。更多的信息查看这个白皮书开始部分的免责声明，代币销售条款在我们的网站 retail.global 上。
年资金总额分配%:	
2018	33%
2019	47%
2020	15%

目前阶段和奖金

阶段	日期从	到	最低额和奖金	锁定
A 轮:私人预售	16. 07. 2018	15. 10. 2018	最低\$250000 和奖金 30%, 最低\$100000 和奖金 25%, 最低\$50000 和奖金 20%	初始 25%, 每下一个月 25%
A 轮: Token 销售	15. 10. 2018	15. 11. 2018	最低\$1000 和奖金 10%, 最低\$100 和奖金 5%	初始 25%, 每下一个月 25%
B 轮	2019 第 4 季度			1 年+10%每下一个月

代币销售的所有阶段买家购买 1 RGT 的费用为 1 美元

在代币销售完成后的 10 天内发放 RGT 代币并转到代币销售参与者的钱包里。

团队和顾问的代币在代币销售结束 2 年后方可兑换。

所有 RGT 代币销售的付款将保存在多重签名钱包的第三方托管中。钥匙在 Retail.Global 和独立代理人手中

如何购买代币:

钱包地址:<https://tokensale.retail.global>

购买代币可接收:USDT, BTC, ETH, ETC, LTC, ZEC, DASH

可在网站 <https://retail.global> 查看相关说明

团队以及当前业务

所有团队都有超 10 年电子商务，零售和批发的经验。

Retail.Global 咨询委员会有来自广告、零售、技术市场的人员。

团队

Zhdankin Pavel

首席执行官和创始人：Proonline (俄罗斯电子商务服务公司), Proskater.ru (俄罗斯体育电子商务产品领先企业), Brandship (品牌企业)。超过 10 年电子商务经验

Satsunkevich Artur

伙伴关系和业务发展总监超过 10 年时尚和快消产品 (Gloria Jeans, Lacoste, Jeans Symphony, KixBox) 销售经验

Evgeniy Sorokin

Retail.Global 首席运营。超过 7 年电子商务基础设施建设：仓库，呼叫中心，文件进程和物流

Gagiev Arkadiy

市场营销总监

具有超过 6 年时尚和快消产品销售数据分析检验。数字营销渠道专家：关联广告，SEO，媒介购买，SMM，邮件等等

Gavriush Dmitry

平台首席技术官具有 7 年的网站开发经验

+ 60 人团队：内容、支持、营销、开发、仓库和会计

顾问

Roger Crook

DHL Global Forwarding 首席执行官。30 年国际业务经验，供职于德国邮政集团的董事会 (DHL)。曾与亚马逊和来赞达/阿里巴巴在美国、欧盟和亚洲有过合作

Keith Teare

TechCrunch 联合创始人, Accelerated Digital Ventures 执行主席, 多家公司创始人: Archimedes Labs, EasyNet (估值>\$10 亿), RealNames (估值>\$10 亿), Minds and Machines IncIn 等等

Ken Leaver

Wayfair (\$70 亿电子商务公司) 产品总监、来赞达公司产品总监 (阿里巴巴公司), Groupon UA 以及 BSG 的前首席执行官。

Gary Baiton

来自旧金山的顾问，区块链以及 ICO 专家 (IBC Group, Crypto Lawyers Corp, Angel/Crypto Investor)

Smerkis Vladimir

Token Fund 和 Tokenbox 的联合创始人以及比特币电讯报记者。网络营销，区块链远景、战略和众筹顾问

Shamis Alexander

Dostavista 合作伙伴(全球众包一天交付服务.)，Printio 创始人(即时礼品生产)，Foodik(食品配送)

Nester Roman

Segmento 首席执行官和创始人

Segmento 是一个领先数据驱动全渠道营销平台。被 Sberbank Group (伦敦证券交易所代码: SBER, 东欧最大的银行)，最大的银行中东欧)和 AFK SISTEMA (AFKS (MCX))收购。

Matskevich Dmitry

Flocktory(被 QIWI 收购)，Relap.io, , neural startup Icon8 的联合创始人。Icon8 是项人工智能技术能把自拍照变成艺术。与投资者，合作伙伴和零售及媒体相关 AI 公司的关系处理顾问

Aizen Ilya

Flocktory(被 QIWI 收购)的创始人，许多创业公司的投资人。电子商务，B2B 关系，增长与投资关系方面的顾问

Solodov Vladimir

商业顾问，MBA(康奈尔研究所)，供职于波士顿咨询集团(BCG)。帮助网络化、财务和全球视野

Tomashevskiy Denis

Quiksilver 的俄罗斯，芬兰，丹麦首席执行官、前头的市场营销阿迪达斯 CIS 营销主管。零售连锁店、批发系统、国际扩张和管理方面的顾问

Ambisafe

区块链钱包合作伙伴。投资者和代币发行的安全性

Dostavista Global

优步模式的 B2C 和 P2P 送货公司，在俄罗斯、印度、中国、巴西、墨西哥、英国、印度尼西亚、土耳其都有业务。运输顾问，优步模式的市场能力和 Retail.Global 平台的执行

Dbrain

区块链创业公司，主要关注 AI 商业上的应用：所有 Retail.Global 用户可以在的早期使用所有 Dbrain 应用：线上商店的图像和视频处理

Madcrush

区块链开发公司提供区块链技术支持以及智能合同的开发

我们当前的客户



- 1) **Proskater** (线上运动服饰零售商)
<https://www.proskater.ru/info/platform>
 纯粹的线上运动服饰细分市场领导者 - 整合 4 个城市的 50 个仓库
- 2) **Comma** (时尚品牌)
<https://comma-store.ru/info/platform>
 国际时尚和生活方式公司，提供日常女性时尚用品天
- 3) **BOARDRIDERS** (Quiksilver 连锁店)
<https://www.brd.ru/info/platform>
 运动服装全渠道零售连锁 - 整合 7 个仓库
- 4) **GLANCE** (设计师服装制造商和连锁店)
<https://glance.ru/info/platform>
 大型时尚零售商，拥有 150 家商店
- 5) **SOHO** (鞋子连锁店)
<https://sohoshop.ru/info/platform>
 Clarks, Ara, EMU, Porsche Design 和其他品牌的鞋子零售商和分销商
- 6) **Gifts.Mail.ru** (线上礼品店)
<https://gifts.mail.ru/info/platform>
 最大的一家线上礼品店 (市值 40 亿美元)
- 7) **VK.com/Shop** (线上礼品店)
<https://vk.com/shop>
 俄罗斯最大社交网络 VK.com 上的礼品店
- 8) **JustCoffee** (咖啡生产商)
<https://justcoffee.ru/info/platform>
- 9) **UnionBoards** (体育设备制造商)
<https://unionboards.ru/info/platform>
- 10) **Anta** (中国顶级体育运动产品制造商，全世界内拥有 10000 家商店)
<https://anta-sport.ru/info/platform>
- 11) **5 Pockets** (俄罗斯顶级时尚产品零售商，拥有超 100 多家商店)
<https://5karmanov.ru/info/platform>
- 12) **Ripcurl** (顶级体育极限运动品牌)
<https://ripcurl-store.ru/info/platform>
 目前所有项目的收益构成了平台 4000000 美元/年的收益

参考

- [1] 2014-2021 年零售电子商务全球销售(十亿美元)
)<https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- [2] 到 2022 年, 跨境服务有助于跨境电子商务达到\$6270 亿
<https://www.forrester.com/report/CrossBorder+Services+Will+Help+CrossBorder+eCommerce+Reach+627+Billion+By+2022/-/E-RES137902>
- [3] 2015-2021 年, 电子商务占全球零售额 <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>
- [4] 2017 年跨境电子商务: 看各个国家消费者行为和趋势 <https://www.emarketer.com/Report/Cross-Border-Ecommerce-2017-Country-by-Country-Look-Consumer-Behavior-Trends/2001986>
- [5] 到 2021 年, 比特币价格超过 10000 美元。如果它设法保持市场份额: Voorhees 预测
<https://cointelegraph.com/news/bitcoin-price-over-10000-by-2021-if-it-manages-to-hold-market-share-voorhees-prediction>
- [6] 顾客忠诚奖励计划能真正利用区块链技术
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/us-fsi-making-blockchain-real-for-loyalty-rewards-programs.pdf>
- [7] <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-cb-navigating-the-new-digital-divide-v2-051315.pdf>
- [8]Gartner 说 2017 年供应链管理市场将会超过 130 亿美元, 与 2016 年相比上升 11%,
<http://www.gartner.com/newsroom/id/3747517>
- [10 个] 全球数字商务软件市场-按组成部件(软件、服务), 部署模式(预置, 基于云, 混合)、工业(零售, 金融服务、旅游业、通信、娱乐与媒体等), 地理 <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-digital-commerce-software-market-industry>
- [11] 2015 年-2021, 电子商务占全球零售额
(Statista)<https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/>

风险因素

购买 Retail.Global 代币有很大的风险。每个 Retail.Global 代币潜在购买者在购买前应该仔细考虑以下风险。如果出现下列风险，平台和代币价值可能受到实质性的不良影响。

代币持有者可能面临白皮书未列出的风险和不确定性。额外风险和不确定性可能给 Retail.Global 平台或代币带来实质性不良影响。

1. 风险与代币价值想挂钩。

1.1. Retail.Global 代币缺乏市场开发。Retail.Global 代币之前没有公共市场交易。本白皮书中描述的 Retail.Global 代币销售可能不会导致市场流动，活跃买卖。它的价格可能高度不稳定。虽然 Retail.Global 加密货币已被加密货币交易所接纳，允许进行交易，但公共市场可能不活跃或者在代币销售结束后无法保持。如果代币销售美不形成流动性市场，代币价格可能更不稳定代币持有者可能无法出售或交易 Retail.Global 代币

1.2. 高度投机交易价格风险二级市场数字代币价值通常不透明，高度投机。Retail.Global 代币不拥有任何公司资产的所有权。因此，不受任何有形资产支持。Retail.Global 代币交易价格短时期内波动很大。代币持有者可能面对失去他/她的所有代币高风险。最坏的情况下，Retail.Global 代币可能毫无价值。

1.3. Retail.Global 代币可能没有任何价值。Retail.Global 可能没有任何价值，也没有流动性担保。公司方对 Retail.Global 代币价值，可转让性，流动性或提供任何第三方交易市场不负任何责任。本白皮书这部分的内容中术语“公司方”应包括公司及其过去、现在和未来的雇员、员工、董事、承包商、顾问、律师、会计师、财务顾问、期权持有人、供应商、销售商、服务提供商，母公司、子公司、联属公司、代理、代表、前任，后任和受让人(下文中这部分 - “公司方”)。

1.4. Retail.Global 代币不可退还。除了具有法律约束力的文件或规定的适用法律下，公司方没有义务向代币持有者提供退款。不担保 Retail.Global 代币的未来表现或价格，包括固有价值，继续付款，任何特定的价值。因此，要取回所花费的资源是不可能的或者受到外国法律或条例, 的制约，可能不适用代币持有者内部法律。

2. 区块链和软件风险

2.1. 区块链延迟风险。在大多数用于加密货币交易的区块链(如 Ethereum, Bitcoin blockchains)、区块生成的时间有工作的证据决定，所以区块生产可以在随机时间发生。例如，在代币销售的最后几秒钟加密货币购买 Retail.Global 代币。区块链可能不包括买方预期时间的交易，购买 Retail.Global 代币的加密货币可能无法在当天到达预定的钱包地址。

2.2. 区块链阻塞风险在大多数用于加密货币交易的区块链(如 Ethereum, Bitcoin blockchains)易受到周期性阻塞，将导致交易推迟或丢失。个人也可以有意使用垃圾邮件轰炸网络试图获得购买加密货币的优势。这可能导致区块生产者不包括买方交易，即使买方希望。。

2.3. 软件风险。代币智能合约概念，下述软件应用和软件平台（如以太坊、比特币、区块链）仍处于早期发展阶段并未得到证实。没有任何担保代币的创建过程不会受到干扰或出现差错。

可能存在内在风险，软件可能存在弱点或漏洞。此外，可能导致完全损失加密货币和 Retail.Global 代币。

2.4. 新技术的风险。Retail.Global 平台，Retail.Global 代币和这个白皮书所定事宜都是新的而且未经考验。Retail.Global 平台和 Retail.Global 代币也许不能完成，创建、实施或通过。Retail.Global 平台也有可能不用任何区块链。Retail.Global 代币的购

买者不应该依赖平台，代币智能合约或未来接收平台代币相关内容。即使平台完成，实施和通过，可能也无法实现预定功能。并且，任何代币可能没有可取或有价值的功能。此外，技术正在迅速改变 Retail.Global 的平台和代币可能会过时。

3. SECURITY RISKS

3.1. 丢失私钥的风险。代币可以存储在代币持有者的数字钱包或保险柜中，需要私钥才能打开。因此，丢失持有人存储着 Retail.Global 代币的数字钱包或保险柜必要私钥导致损失代币。也无法查看代币的持有人代币收支和第三方创建的“区块链”中的初始金额。此外，任何第三方获得了私钥，其中包括托管钱包或代币持有者使用的保险库服务的登录凭证，就可以挪用 Retail.Global 代币。

3.2. 缺乏代币安全。Retail.Global 可能被没收或盗窃。黑客或其他恶意团体或组织可能企图干扰代币智能合约创造的代币的标记方式多种多样，包括但不限于，恶意攻击，拒绝服务攻击、基于共识的攻击，Sybil 攻击，smurfing 和欺骗。此外，因为复仇的平台，重新 sts 开放源码软件是有风险的复仇智能合约中可能含有有意的或无意的错误或薄弱它可能产生负面影响的标记或导致的损失的标记，丧失能力的访问或者控制的零售。Global 代币。在发生这种软件错误或薄弱，有可能是没有补救办法和持有的标记的不保证任何的补救，退或<并列第 28/>补偿。

3.3. 袭击代币的智能合约。区块链中使用的代币的智能合约创造的 token 是容易受到采矿的攻击，包括双花的攻击，大多数采矿力攻击，“自私挖掘”的攻击，以及竞争条件的攻击。任何成功的攻击威胁的代币的智能合约，预计适当的执行和排序的牌交易，并且预计适当的执行和排序的合约计算。

3.4. 失败的地图，一个公钥到买方的账户中。失败的一个购买者的标记地图公开密钥对这类购买者的帐户可以导致第三方无法认识到购买者的代币上的平衡复仇区块链和如果他们配置<并列第 28/>初始余额新块链基于<58/>在的平台。

3.5. 风险不相容的钱包的服务。皮夹钱包或服务提供者用于采集和商店的标记，必须在技术上兼容的性的标记。故障来保证这个可能的结果，购买者标记的就不获得访问<并列第 28/>，他标记。

4. 风险有关，平台发展

4.1. 相关的风险依赖的第三方。即使完成，平台将依赖，在整个或部分对第三方当事人通过和执行，并继续发展、供应和以其他方式支持它。没有保证或担保，这些第三方将完成他们的工作，正确地履行自己的义务，或者满足任何人的的需要，可能材料<并列第 28/>不利效应就的平台。

4.2. 依赖的平台的高级管理团队。能力的高级管理团队负责保持竞争地位的平台，取决于很大程度上服务的每个成员的团队。损失或减少服务的成员各自的高级管理团队或无法吸引、保留和维持其他高级管理人员可能有不良影响的物质上的平台。竞争对于人员与相关专门知识的激烈由于少数的合格的个人，而这种情况严重影响的能力来保留其现有高级管理并吸引额外合格高级管理的人员，能<并列第 28/>重大不利影响就的平台。

4.3. 依赖的平台的各种因素。开发平台可以放弃由于若干原因，包括缺乏兴趣的公众，缺乏资金、缺乏商业上的成功或前景，或出发的关键的人员。

4.4. 缺乏兴趣的平台。即使在平台是完成并通过和启动，正在进行的成功的平台依赖的兴趣和参与的第三方开发商。那里可没有保证或保障，有就足<并列第 28/>利或参与，的平台。

4.5. 变化的平台。的平台仍在发展和可能发生重大变化。虽然项目管理小组打算为平台具有的特征和规范的阐述“白皮书”后，改变这种特征和规格可为任何数量的原因，任何，可的意思是，平台<并列第 28/>不见预期架<58/>标记。

4.6. 相关风险与其他应用程序。的平台可能会引起其他替代性项目，促进通过独立第三缔约方，下，代币<并列第 28/>就没有内在的价值。

4.7. 风险的一个不利波动的虚拟货币价值。出售所得收益的标记将以虚拟货币，并可被转化为其他的密码和菲亚特的货币。如果价值币波动的不利地期间或之后的牌出售，项目管理团队可能不能，资金发展，或可不<并列第 28/>能，开发或维持平台<58/>，方式，就的目的。

5. 风险所产生，然公司缔约方<并列第 28/>业务

5.1. 风险利益冲突。公司的缔约方可从事的交易与相关各方，包括各大多数股东，企业由他控制或在其他有兴趣和其他附属机构，并且可能继续做这样的未来。冲突的利益之间可能出现的任何公司缔约方的附属机构和各公司缔约方，可能导致结束交易的条款不是由市场力量决定的。

5.2. 风险有关的宣告无效的公司缔约方交易。公司缔约方已经采取了各种行动涉及他们的业务，如果提出的质疑得以成为不遵守适用的法律要求，可能会失效，或可能导致在实行的债务在各自的公司缔约方。因为可适用立法可能受到许多不同的解释，各公司缔约方可能不能够成功地捍卫任何挑战，带来对这种交易，无效的任何这类交易或实施任何这种赔偿责任可以独特的或，集合体，<并列第 28/>材料不利效应就的平台。

5.3. 风险所产生的新兴市场。公司缔约方或其中一些可能操作上的新兴市场。新兴市场受到更大的风险比较发达的市场，包括重要的法律、经济和政治风险。新兴经济体受到的快速变化和息定出在这个白色的纸可以成为过时相对迅速。

6. 政府风险

6.1. 不确定的监管框架。监管的状态的密码标记、数字资产和区块链技术目前还不清楚或不稳定在许多司法管辖区。它是难以预测，如何或是否政府当局将规范这类技术。它同样也是难以预测，如何或者是否任何政府当局可以做出改变现行法律、规章和/或规则，将会影响密码标记、数字资产，区块链技术及其应用。这种变化可能产生负面影响的代币在各种方式，包括，例如，通过确定标记的规定金融工具，需要注册。公司可以停止分发的标记，发展的平台或停止运作，在一个管辖权的事件，政府的行动使它成非法的或者商业上的不希望继续，。

6.2. 未能获得、维持或延长许可证和许可证。尽管之日起开始牌出售没有法定的要求，迫使公司收到的任何执照和许可证必需履行其活动，存在的风险，这种法定要求也可以通过在未来的和可能涉及的任何公司的缔约方。在这种情况下，公司缔约方的业务，将取决于持续有效性，这种许可证和许可证及其遵守其条款。监管当局将行使相当大的酌情决定在时间许可证发放和续期，监测被许可人遵守许可证条款。要求其可以实施这些当局及其可能需要的任何公司的缔约国遵守许多标准，招聘合格的人员，维持必要的技术设备和质量控制系统、监视我们的操作、维持适当的申请，并根据要求，提交适当的信息的许可证当局，可以是代价高昂的和耗费时间，并可能导致拖延启动或继续运作的平台。另外，内部个人和广大公众拥有的权利发表评论，否则，参与许可证发放程序，包括通过干预，在法院和政治压力。因此，许可证的公司的任何缔约方可能需要可能不会签发或更新，或者如果签发或更新，可能不会签发或更新及时的，或者可能涉及要求限制任何公司缔约方的能力，以进行其业务或，盈利。

6.3. 风险的政府行动。该行业在其公司缔约方作是新的，并且可能需要加强监督和审查，包括调查或执法行动。那里可没有保证政府当局将不审查该行动的公司缔约方和/或推行执法行动对付他们。所有这一切都可能导致公司缔约方受到批判、安置、罚款或处罚，或引起公司缔约方调整其业务和活动或停止提供某些产品或服务。所有这些都可能会损害公司缔约方的名誉或带来更高的运营费用，这可能给 Retail.Global 代币和平台的发展带来不良影响标记的。

6.4. 适用法律、法规和标准的负担风险。未能遵守现有的法律和法规或政府检查结果，或公司缔约方运营增加的政府管制的可能会导致大量增加遵从成本或各种制裁，这可能给公司和 Retail.Global 平台带来实质性不利影响。公司缔约方的运营和财产都受到政府机构监管，遵守现有的法律、法规和标准。监管机构就适用法律、法规和标准的执行和解释行使酌权。一年中，各权威机构有权并

且可长期进行定期检查公司的任何操作和财产。任何这样未来检查可以得出结论，任何公司缔约方已经违反了法律、法令或条例，可能无法反驳这些结论或弥补这些违规行为。公司缔约方不遵守现有的法律和法规或政府检查可能会被罚款或处罚或更严厉的制裁，或要求各公司方停止某些业务活动，或在对相应人员进行刑事和行政处罚。这样的决定，要求或制裁，或增加各项运营由政府调控，可能增加公司缔约方的成本和给公司和 Retail.Global 平台带来实质不利。

6.5. 非法或任意的政府行为。政府当局一直非常谨慎，有时选择性或任意的在没有听证会或事先通知的情况下，有时甚至是违反法律或受政治或者商业上的考虑影响。此外，政府还有权在某些情况下通过法规或政府行动干涉，无效或终止合同。非法的、选择性的或任意政府行动据称包括拒绝或撤销许可证，突然的税务审计、刑事诉讼和民事诉讼。联邦和地方政府也使用以代币出售的共同缺陷为借口，让法院判决交易无效，这往往是带着一定政治目的。在这种环境中，公司方竞争对手可以得到政府优惠待遇，潜在的给他们更好的竞争优势。