

物质营行——所有换所需 消费变销售



在经济日益凸显，国际形势和国内市场环境复杂多变的今天，产能过剩、货物积压、资金紧张等问题成为制约大批企业及经营者发展的瓶颈；在互联网、物流、电子商务快速发展的当下，人们常常因为商家的促销福利而冲动消费，这些活动赠品、闲置物品被积压箱底；近年来环境日益恶化、资源逐渐紧张，资源浪费已经成为社会关注的重点问题。

物质营行是以易货思维扛起易货大旗，解决社会痛点，顺应国策做流通，搭建现代易货在国际与企业间互动的资源置换通道而建立易货贸易的平台。

采用现代信息科技，引入现代易货等方式进行商品与商品、商家与商家、企业与企业、企业与商家、商品与服务、服务与服务之间的交换。小到个人之间的闲置易货，大到企业、国家之间的易货贸易。有效解决销售不畅、资金短缺、库存积压等问题，还能带来灵活的交易方式，刺激额外销售，使企业有机会购买有供应商可能没有的产品，随时满足周期性或循环性的置换需求。我们不是商品的提供者，也不是商品的需求者，更不应该成为商品的囤积者，公司只是为易货双方提供信息的匹配和需求的撮合者。

物质营行以全新姿态迎接易货领域新局面，融合线上、线下、三位一体的运作模式。构建基于商流、信息流、资金流融合匹配的现代化易货交易平台。自2020年成立以来，实现跨越式成长，已在国内一、二线城市和三四线城市建立扎实的基础和较为完善的网络布局。先后在西南地区开设200多个“易货商超”营业网点，在成都西部国际贸易中心33万个平方综合体设立总部；自主研发“鸺谷APP”，打开线上交易模式，让用户随时随地置换物品。

2021年度，公司百城计划正在有条不紊地开疆扩土。公司将从天府之国-中国西南进出口商品保税展示交易中心，启航蓉欧快铁，沿着一带一路，在西南、西北、东南、东北地区开遍易货超市，建立国际贸易走廊，实现易货生态文明圈的宏伟蓝图。

鸺谷易货，将在易货理论创新的指导下，成为高效实用的易货平台。借助于现代科技的赋能，实现社会资源有效整合，促进市场商品快速流通，同时接受社会的监督和政府的监管。我们坚信，易货将成为一种贸易新常态，成为市场经济商品流通的新路径，新一轮易货红利，即将爆发。易货贸易，一种新的商业文明正在崛起！



鸺谷全球生态圈

品牌释义

鸺亦雕，在藏传佛教中誉为神鸟，真正的鸟中之王。
谷存于山体之中，聚山体则有谷，移开山体则为空。谷则为有亦为空，有包容天下

万源之意。
“鸺谷”高精尖人才汇集地，同声相应，同气相求，拧成一股绳，抱成一个团，同走一条路，共圆一个梦！

鸺谷全球生态圈介绍

鸺谷全球生态圈为线上、线下及鸺谷会展三位一体的创新商业模式。以服务鸺谷会员为核心理念，由鸺谷会员、会员企业组建生态产品供应链、营造出全新全球商业生态圈。鸺谷全球生态圈由鸺谷商城、

鸺谷这里易货超市、鸺谷生态园、鸺谷绿色有机会展、鸺谷企业大学、鸺谷家园、鸺谷旅游、鸺谷大健康、鸺谷公益、鸺谷新能源、鸺谷基金理财、鸺谷国际贸易、鸺谷集团上市计划等十三个板块组成。

企业文化

愿景：用我们的产品和服务丰富大众生活，服务会员和会员企业，并以此使股东价值最大化；立足国内，放眼全球，实现中国买，世界卖；世界买，中国卖；沿着国内国外双循环的轨道在一带一路的旗帜下将鸺谷生态圈迈向全世界，为全人类的健康生活做出贡献。

使命：通过会员和会员企业产品的融合，促进商品与市场无缝链接，传播绿色有机品牌，创造商品价值，助力公益事业，促进模式创新，提高会员的生活品质和健康幸福指数。

价值观：以会员价值为导向，以会员满意度作评价标准。
经营理念：顺势而为，诚信守诺，科技领先，管理因强。

战略目标：从天府之国-中国西南进出口商品保税展示交易中心，启航蓉欧快铁，沿着一带一路，在东南亚各国、东亚及太平洋岛国、俄罗斯及西亚国家、中东和阿拉伯国家、欧洲国家、非洲国家、美洲国家，开遍易货超市，建立国际贸易走廊，实现全球生态圈的伟大宏图。

发展规划：从2021年10月起举办中国国际绿色有机产品博览会，每周举办国家周，每月举办绿色有机博览会论坛，使其成为永不落幕的西博会，365西部进博会。

2021年7月-12月在西南、西北、华东、华北、华南、中南、华中、东北、港澳台地区设立区域管理中心。

2021年7月-2022年12月完成中国2863个区县鸺谷生态园建设。

2021年7月-2022年7月完成鸺谷这里易货超市开遍全国各县、乡镇、村社和社区。

2021年7月-2022年12月鸺谷生态圈会员企业突破10万家。

2021年7月-2022年12月鸺谷生态圈注册会员突破2亿。

2021年7月-2022年10月完成鸺谷它香港并上市。

2023年12月完成鸺谷海外家建设并入驻。

2024年12月力争实现鸺谷它IPO上市。

2025年12月完成鸺谷国内家建设

并完成入驻。
2026年12月实现鸺谷生态圈，鸺谷超市在全球各国的布局。

终极目标：打造13家以上的上市公司，改变人们的消费理念、消费方式和生活方式。

七大盈利模式：鸺谷全球生态圈通过重新整合价值链，控制系统中的赢利点实现价值链盈利模式。

通过利润转移、微型分割、权力转移、重新定位实现客户盈利模式。

取消多余环节，与客户建立直接联系渠道盈利模式。

创建资源交易环境，经营各类资源，各类专业市场资源盈利模式。

超越产品功能去改进客户的系统经济性，从产品到品牌盈利模式。

将所有无形(信息、沟通、知识)的业务转移到电子管理，数字化组织盈利模式。

将无形的专业知识具体化成容易销售的产品，知识盈利模式。

用户画像：认可我们的企业价值观，经营理念具备积极向上、乐观自信、对工作热情、有爱心、忠诚合作、心胸宽广、懂平衡、懂感恩、顾大局的有志之士。讲诚信、守规矩、听招呼。

核心业务：线上鸺谷商城、绿色有机产业、新能源、旅游、地产、国际进出口贸易、线下国际贸易货实体、为主导核心业务板块辐射其它十大业态板块。同时拥有33万平方米免税展示展销交易中心和会展中心。

营销模式：鸺谷全球生态圈为线上、线下及鸺谷会展三位一体的创新商业模式、体验式营销、一对一营销、全球地方化营销、品牌营销、深度营销、网络营销、数据库营销、文化营销。

鸺谷文化：鸺谷文化是一种开放的文化，理性的文化，人人参与的文化。
鸺谷会员：会员是鸺谷发展的基础，是鸺谷生存的源泉，我们为会员创造的是一种价值，也是一种体验，我们以倾听的姿态，准确感应会员的需求，以个性化的服务，迅速回应会员的需求。服务是我们的产品，把真诚融入语言，把满意带给会员。

鸺谷·企业品牌文化释义

●(鸺)jiu

◎一种猛禽，毛色深褐，体大雄壮，嘴呈钩状，视力很强，腿部有羽毛，捕食野兔，小羊等。亦称“雕”。

鸺鸟，黑色，多子。师旷曰，南方有鸟，名曰鸺，黄头赤目，五色皆备。

——《说文》

鸺，雕也。

——《广雅》

生奇材木箭竿就(鸺)羽。

——《汉书·匈奴传》注：“大雕也。”

鸺，产于温带和热带地区的若干种大型猛禽，与鹰类、雕类和隼类都有亲缘关系，但爪较弱，头多秃，主要或全部以腐肉

为食，构成鸺科(Aegypiidae)和新城鸺科(Cathartidae)，其中包括一些最大的飞禽。如：鸺羽(老雕的羽毛。又叫“鸺翎”)。

鸺，灵鹫山的简称(Linjushan mountain)，亦借指佛地。

鸺峰：即灵鹫山，在中印度；或称鸺岭、鸺山，为佛说法之地。

鸺室：鸺山石室，亦指禅房。

鸺谷：亦指佛教信众结缘之地，泛指有信仰的人们汇聚之地。

《广韵》鸟名。黑色，多子。师旷曰：南方有鸟，名鸺，黄头，赤目，五色皆备。

《本草》鸺鸟多力，盘旋空中，无细不

覩，即白雕也。一作就。

又灵鸺，山名。《西域记》耆闍崛山，有两峰双立，鸺鸟常居其岭，山远望如鸺形，故名灵鸺山。

《沈约·石象铭》永言鸺室，栖诚梵宫。

北冥有鱼，其名为鲲。鲲之大，不知其几千里也；化而为鸟，其名为鹏。鹏之背，不知其几千里也；怒而飞，其翼若垂天之云。是鸟也，海运则将徙于南冥。南冥者，天池也。《齐谐》者，志怪者也。《谐》之言曰：“鹏之徙于南冥也，水击三千里，抟扶摇而上者九万里，去以六月息者也。”

——《庄子·逍遥游》

金翅鸟文化传说

大鹏金翅鸟又叫做“琼鸟”，汉语叫做“金翅鸟”。又叫迦楼罗，又作加楼罗鸟、迦留罗鸟、伽娄罗鸟、揭荼茶鸟。意译作食吐悲苦声。或作苏钵刺尼，即金翅鸟、妙翅鸟。

大鹏鸟

即是佛教所谓的金翅鸟，是一种有五种神通(神足通，他心通，宿命通，天耳通，天眼通)的飞禽。大鹏金翅鸟出生就具备飞翔的力量，伸展天生坚硬似铁的喙爪，翘着金刚钻石般的角，项上有奕奕放光的宝珠，火眼如日月般闪烁，钢铁一般坚固的嘴如铁钩，宛如宝剑般的翅膀在空中舞动，金色利刃的翎羽缝隙中降下热沙雨，居住在大铁树上，以龙为食。

佛教诸经典均载有此鸟之名，《长阿含经》卷十九即谓，金翅鸟有卵生、胎生、湿生、化生等四种，卵生之金翅鸟可食卵生之龙，胎生之金翅鸟可食胎生、卵生之

龙，湿生之金翅鸟可食湿生、卵生、胎生之龙，化生之金翅鸟可食化生及其余诸种之龙。

大乘诸经典中，此鸟列属八大部众之一，与天人、龙、阿修罗、香神、乐神、夜叉、罗刹等共列位于佛法之会座。

迦楼罗之形像有多种，印度山琦遗迹中之迦楼罗仅为单纯之鸟形，然传于后世之形像则大多为头翼爪嘴如鸺，身体及四肢如人类，面白翼赤，身体金色。

金沙太阳神鸟

成都金沙遗址出土的大量金质文物中，有3000年前金箔上的太阳神鸟图案，现在已成为3000年后的中国文化遗产标志。太阳神鸟图案，是古蜀人留给世人的珍贵艺术遗产，太阳神鸟文化崇拜，也成为古蜀文明的一个地域文化标志。

《山海经》中“金乌负日”的古老神话传说，赋予太阳神鸟人与神的特征，三星

堆出土的青铜神树分为三层树枝共栖息着九只神鸟，十日神话中，金乌化身会飞的太阳鸟，每天早晨由东方扶桑神树升起向西飞翔，晚上则在西方若木神树上休息。

三星堆出土的“通天神树”和金沙遗址出土的“太阳精魂日中金乌”，既是古蜀人对太阳神鸟形象的美好憧憬和对自然天象的探索精神。太阳神鸟也成为了古蜀文明的重要的人文图腾及精神象征。

后羿射日——太阳身负重伤，跌落人间。

凤凰追寻——找到、救治奄奄一息太阳。

凤凰苦心——背负太阳在天空游走。

凤凰涅槃——托起人类希望之神太阳。

美丽的中国古老神话对神鸟寄寓仁爱、开拓、奉献、顽强的精神内涵和优秀品质。

企业品牌价值

鸺谷全球生态圈，立足成都，辐射全国，面向全球，将致力于搭建三位一体的国际商贸平台，将在“新都区中塑国际商贸城”打造“中国绿色有机产业链绿博之城”，成为成都会展之城“永不落幕的绿色有机博览会”。

中塑国际商贸城——中兴国运，和

合万邦。见证品质，塑造未来。

中国中塑绿博城，将展现出企业发展强大动力，助力行业龙头企业拓展国际业务，助力产业平台企业创新发展，展现绿博城社会价值和国际视野，将中庸之道的亲仁善邻，协和万邦的价值导向，升华为和合共生，天下大同的大国担当。

鸺谷，中国绿色有机产业创新孵化园。

鸺谷，纳谷藏薪，成鸺未来！

鸺谷，精英汇聚，成鸺大业！

鸺谷，绿博展业，鸺在这里！

鸺谷，易购全球，鹏呈万里！

鸺谷，中国绿色有机国际博览会展城。

