

ENTREPRENÖR

Varje dag om små och medelstora företag

■ Vad vill du läsa om på DI Entreprenör? Tipsa oss, redaktör Rolf Hansson, rolf.hansson@di.se, 08-573 65122

Redaktör: Rolf Hansson, rolf.hansson@di.se, tel 08-573 65122



KÖPSTARK MÅLGRUPP. Det svenskägda nätverket P1.cn fångar upp de mest spenderande unga kineserna. Fotografer letar efter nya medlemmar på stan och bjuder in dem till nätverket.

Nätet enar Kinas unga rika

PEKING

Den första och största mötesplatsen på internet för Kinas unga och rika siktar på en miljon medlemmar i år.

”Vi räknar också med att gå med vinst under fjärde kvartalet i år”, säger Wang Yu, koncernchef för nätverksföretaget P1.cn och en av de fyra grundarna som alla är kompisar från Stockholm som nu arbetar i Peking.

I P1.cn förenas det senaste från Sverige vad gäller internet och medier med Kinas, och kanske världens, köpstarkaste målgrupp.

För ett år sedan hade P1.cn 100 000 medlemmar enbart i Peking. I dag har antalet ökat till runt 300 000 i Peking och cirka 100 000 i Shanghai. Därtill kommer ytterligare 50 000 i Shenzhen och Hongkong.

”Vi har fått förfrågningar från flera internationella bolag som vill köpa vårt företag för flera hundra miljoner dollar när vi är uppe i en

miljon medlemmar. Men vi vill ta bolaget längre”, säger Wang Yu, som är född i Peking men kom till Sverige som sjuåring.

Attraktivt för reklam

Den gemensamma nämnaren för medlemmarna är att de tillhör Kinas övre kvartil när det gäller att spendera på shopping och nöjen.

”Detta gör nätverket till en attraktiv reklamplattform för internationella märkesvaror som i Kina vill nå målgruppen som är övre medelklassen och



VÄXER SNABBT. P1.cn, med koncernchef Wang Yu, hoppas nå en miljon medlemmar i år.

Di FAKTA

Fyra grundare av företaget:

■ **Wang Yu**, 27 år, född i Peking, men har bott och studerat i Sverige i nästan 20 år.

■ **Sophia Pan**, 27 år, vice koncernchef.

■ **Alexander Frederiksen**, 23 år, ansvarig för affärsutvecklingen.

■ **Oscar Olsson**, 27 år, ansvarig för teknikutvecklingen.

uppåt”, säger Wang Yu.

Men P1.cns intäkter kommer också från speciella kort till medlemmarna.

”För motsvarande 30 kronor i månaden kan de få upp till 50 procents rabatt på de bästa barerna, restaurangerna och nattklubbarna.”

Lanserar guldkort

P1.cn får också kommission från resebyråer och andra företag när medlemmarna har hittat deras erbjudanden på P1.cns hemsida och sedan handlat.

Under tredje kvartalet i år ska även ett guldkort lanseras för 80 kronor per månad som ger rabatt i attraktiva butiker i olika köpcentrum.

Här samarbetar P1.cn med Jones Lang Lasalle som äger och driver flera lyxgallerior i Peking och Shanghai och CB Richard Ellis som startar många av de internationella lyxmärkenas butiker i Kina som Gucci och Versace och som svarar för deras

marknadsstrategier.

”Vår strategi i år är att fokusera på dessa intäktsmodeller och på städerna Peking och Shanghai och göra break even under Q4”, säger Wang Yu som jobbade på både Ericsson och Sony Ericsson innan han startade eget i Kina med sina tre kamrater från Stockholm, två av dem från skoltiden.

P1.cn samarbetar också nära reklambyråerna Ogilvy One i Kina och japanska Dentsu.

”En del företag i Kina försöker härma delar av vårt koncept. Men vi är ledande inom segmentet med minst ett års försprång”, säger Wang Yu.

Medlemmarna i P1.cns nätverk är 18–40 år och lägger minst 4 000 kronor per månad på nöjen och shopping.

”De står för en ny livsstil i Kina, en mer västerländsk konsumtionsstil. Deras mål är att leva bättre än nu. De är

måna om att visa omgivningens varje nytt steg de tar. Det är som på alla nyrika marknader”, säger Wang Yu och framhåller:

”Fåfångans marknad är extrem i Kina.”

Letar medlemmar på stan

I dag utgör P1.cns målgrupp cirka 20 miljoner i Kinas cirka 150 städer med över en miljon invånare. Om tio år beräknas de vara 80 miljoner.

I dag har P1.cn över 100 fotografer totalt i Peking och Shanghai. De rör sig ute på stan och letar efter nya medlemmar i gallerior och på nattklubbar. De fotograferar tänkbara medlemmar och bjuder in dem till P1.cn.

”Sedan får de fylla i uppgifter om vad de jobbar med, om arbetsposition och intressen med mera, för att bli godkända”, berättar Wang Yu.

AGNETA ENGQVIST
agneta.engqvist@di.se
+852 9011 8998