

“二货” 二手交易平台商业计划书



团队名称：二货组
团队成员：谢文敏 柯东阳
梁树娇 林志烨
陈柠峰 林煜坚
指导教师：刘隽

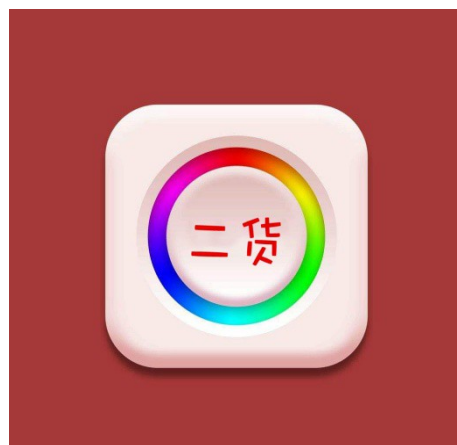
2017 年 11 月
目录

一、项目概述

“二货”二手交易平台是一个专注于校园内的二手交易平台。二手平台交易成了当代大学生的一大主流，许多学校每逢毕业季开学季都会举办“跳蚤市场”，或微信群销售的信息，以解决闲置物品的问题，达到循环利用的目的。

“二货”二手交易平台主要面向在校师生，是一款解决大众在传统 APP 上交易出现的问题，如不能快速精准找到商品等问题。“二货”APP 在传统的基础上，作为一个中间媒介，创新提供了除买卖交易外的共享服务交易及广告投放服务。

二、项目介绍



本项目主要针对于在校师生，由于提供代寄服务，此服务仅限于广东岭南职业技术学院内。为了突破传统的界限，APP 内还为各种投资人提供广告位，广告定期投放以达到效果。

提供的服务有：

买卖交易服务：买卖双方通过 APP 注册账号，上传基本信息，卖

家上架商品及价格供买家选择，下单，交易收货，7日内自动确认收货后完成交易。

共享租赁服务：买卖双方通过 APP 注册账号，上传基本信息，租借双方确认租借时间及归还日期，下单付款，达成交易。

投资商投放广告服务：投资方在 APP 内注册账号，通过平台联系广告负责人，确定广告位及时间和收费，付款，达成交易。

本项目分为 3 种盈利收入，第一：买卖交易由买方缴纳该交易商品价值的 7%服务费；第二：共享租赁由租借双方各承担商品价值的 3%服务费；第三：由投资人承担服务费，费用多少取决于广告位及投放内容及时间等。

由于校园二手商品交易的市场较大，每逢毕业季开学季更是如此，所以盈利是长期存在的。“二货”APP 的主要以校园师生为主，信任度较其他平台信任度较高，且交易方式相对便利。其次，创业学院提供创业支持，只要项目相对成熟，就会有机会获得第一批资金进行产品研发。

三、市场分析

随着人们对网络接受度的提高，互联网时代的到来。淘宝网，京东，聚美优品等各类网购平台如雨后春笋般发展，但国内针对二手购物平台却不完善。本 APP 主要针对学生群体，创建一个在校学生二手交易平台。据调查，2013 年中国大学生网民有 1.5 亿来自支付宝的数据显示，有超 55%的在校大学生已加入“淘宝”支付大军。在校大学生网购，平均网购消费支出超 4000 元。可以说，网络交易平台在当今社会已成为主要平台之一。但国内对于在校学生的二手平台并不多见，然而，我国高校二手市场蕴含巨大商机。

但市场形式多样化和不固定性及市场价格的随性，学生二手交易平台属于完全竞争类型的市场结构，其竞争程度激烈，但普遍系统不完善。

目前针对学生的二手市场主要为线下交易方式，其主要原因为线上的物品质量以及售后服务不能得到保证，其中 65%的学生认为，售后服务不能得到保

证是线上交易的主要问题。据调查，62.7%的学生对二手物品表示可接受的态度。

目前，国内针对学生的二手交易平台限于本校“二货”APP开始之初也朝着这个目标前进，我们可以从小到大，先从本校做起，不会出现被巨头企业垄断情况。

目前国家对互联网的发展给予鼓励支持，而本校项目处身于创业学院，也会得到前期研发支持，相信网络二手交易市场随着量的增加也会收到其影响，被逐渐推广开来。

四、竞争分析

目前，二手商品APP比较有知名度的“闲鱼”，是最大的竞争对手，其次是转转和旧爱搭理这两个出售二手物品的APP。根据市场的初步调查，“闲鱼”等APP大多发生质量问题和售后问题。“二货”APP前期定位在校园，质量和服务相对其他来说比较集中，出现的问题也相对容易解决。

据了解，学校每到开学季、毕业季，都会出现微信群、公众号来出售闲置的物品，但时间空间受到了限制，是一个不太成熟的交易市场，如果推出了此款APP，一方面可以让市场更加成熟，另一方面，能够让广大师生在空闲的时间就可以出售闲置的物品，不在受时间的限制了。

校园创业的机遇还是挺多的，同学们的信任感及校园的氛围提供了很好的环境。“二货”APP突破了传统的二手商品APP平台的界限，为广大顾客提供了除金钱与物品交易外的两种服务。第一，租赁服务，解决了顾客对商品的短暂需求，第二，投广告的服务，为有意愿的投资人在APP上投放广告的机会，获取更多商机。

五、优势与创新

我们的优势：1、价格较低，前期市场定位在校园内，相对于“闲鱼”等其他平台，校园的价格相对较低。2、专注于大学生群体，主要解决资源浪费问题。3、学院支持学生创业，所属创业学院项目，学院可提供资金支持。4、提供代寄服务，本项目为本校学生提供上门取件，代寄的服务。

创性之处：1、物物交换，我们作为一个中间商，交换双方可以通过平台联系双方，交换双方人为价值相等的物品，除去金钱交易的一大创新点。2、租赁服务，租赁服务是一项满足于顾客的短暂需求所提供的创新性服务。顾客不需高昂的价格购买最近所需，也可以享受到相对应的服务。3、投放广告，APP相对成熟后，各种投资人可向APP中投放广告，起到宣传的效果。

六、营销计划

（一）广告策略

加强二手交易平台的广告宣传，明确自身定位，大力宣传服务差异化管理专业化。前期组建微信公众号和app，再通过海报和展板、派发传单大力宣传；中期与在线微商网赚商合作，采取公众号活动小产品引流，再次组建微信群；后期在论坛，贴吧，微博，微信群再次推广自身公众号文化，更新微信公众号软文，及时将产品信息传递给在校师生。

（二）价格策略

与供应商根据物品本身协商定价，考虑到我们主要客户是学生群体，学生群具有一定的特殊性，对价格比较敏感对产品质量又要求高，所以我们采取低成本收入低价格卖出，质量问题我们有更优质的售后服务。以薄利多销为主要战略。

（三）促销策略

针对学生群体，最有效的宣传时期还是在新生季、寒暑假、国庆等假日，我们以新生季为例，我们主打的口号是“低价，免费配送”。前期我们回收大三毕业生洗衣机，床前桌，台灯等有回报率新生用品作为库存，在新生季来临之际的一个月我们组建新生群为新生提供咨询服务并推广“二货”微信公众号，在确定新生录取时大力推广“二货”二手平台打入新生消费者内心；中期我们新生到校我们用最有效粘贴海报、派发传单到校园各角落，同学口头宣传的方式；后期我们拿下订单，实施配送，处理售后。

（四）营业推广

以最优质的服务和最优惠的价格，打入市场，建立自己的“二货”二手交易独立品牌，积累丰富的客源和粉丝，满足高校更多人的需求，从而从学生必需品组建扩大为电子产品交易服务，扩大业务；也从更多的为产品服务商卖产品，增加为更多的微商广告商卖广告，增加收入。

七、团队计划

本公司目前的架构为有限责任公司。行政管理层分为CEO，技术部，财务部，营销部，销售部，人事部和客服部。

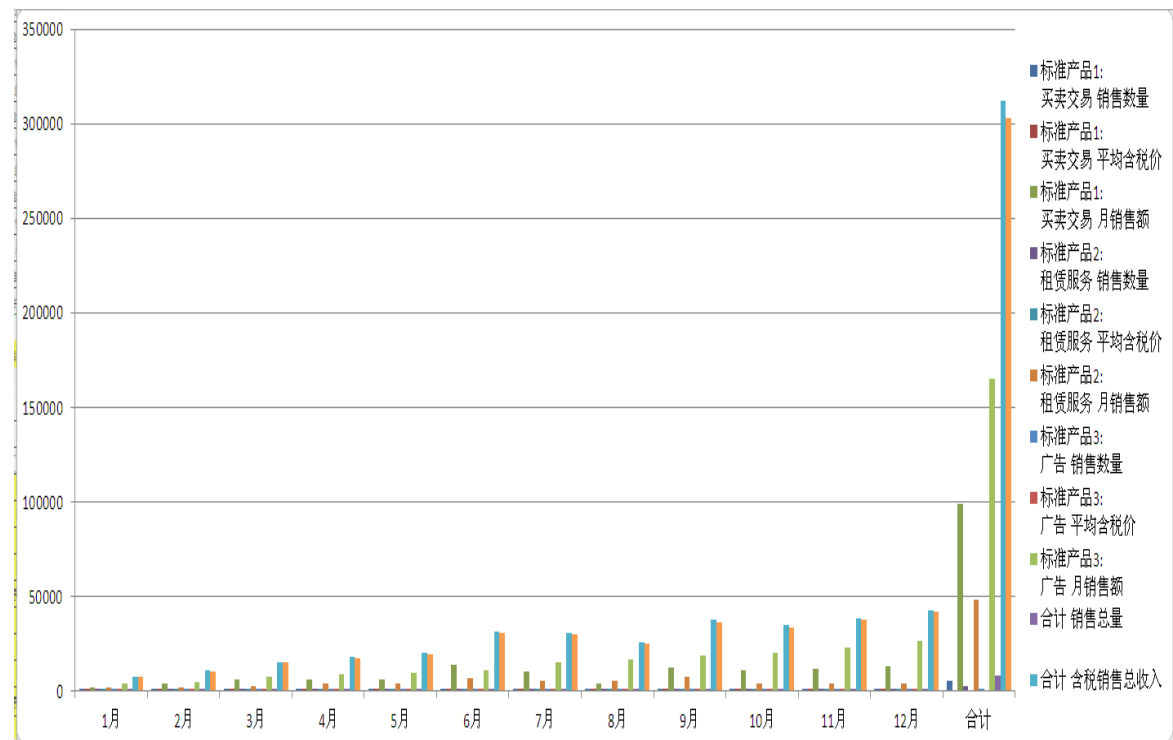
核心团队介绍：

CEO	谢文敏	主要负责团队的总体管理和协调工作
技术部负责人	外聘职员	主要负责 APP 的研发和日常维护工作
财务部负责人	陈柠峰	主要负责公司内部的现金支出与流入，做好日常开销记录和工资发放记录
营销部负责人	柯东阳	主要负责联系活动，关联赞助商和每月关于 app 的粉丝积累和人群控制做好营销计划
销售部负责人	林煜坚	主要负责买卖双方上下架商榷问题
人事部负责人	林志烨	主要负责招聘外聘技术人员与校园兼职，做好人事管理工作
客服部负责人	梁树娇	主要负责客服的日常管理，并以领头的身份分配好售前售后等工作

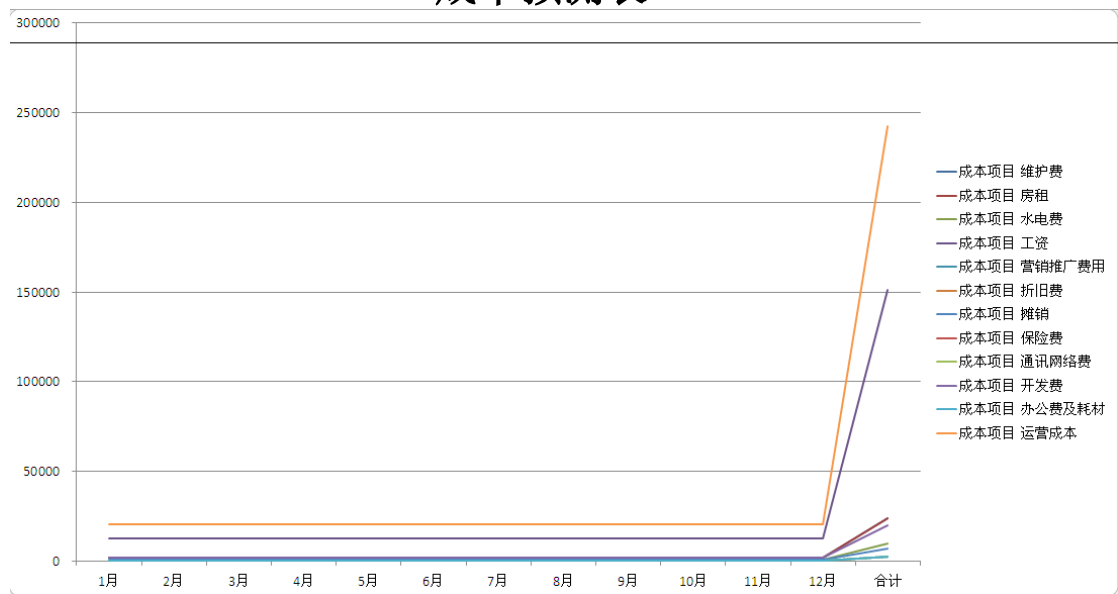
公司理想架构:在原有的基础上外聘一名技术人员，和数位校园兼职。

八、财务与融资

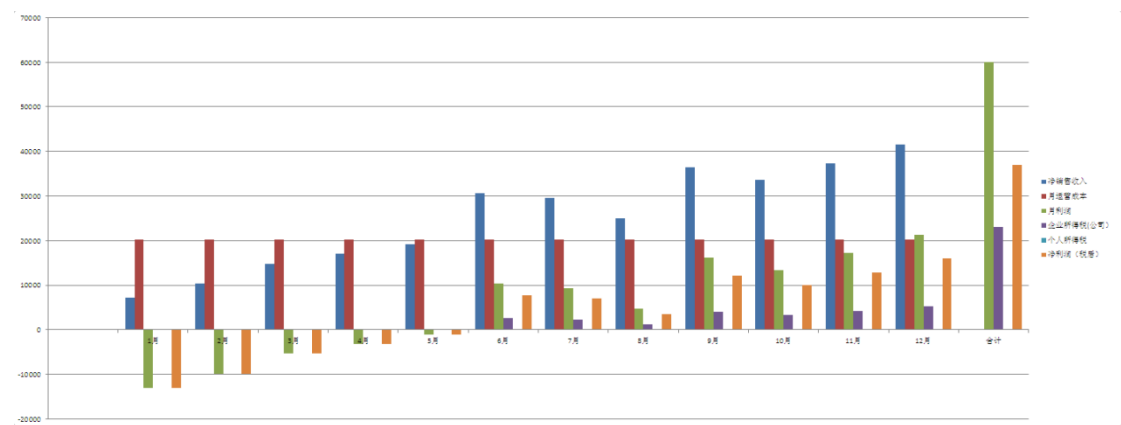
销售收入预测表



成本预测表



利润预测表



九、机遇与风险

(一) 机遇

- 1、各高校目前还没有针对高校学生二手商品市场的实体店，主要为学生的闲置物品服务，尤其是在生活区内。
- 2、以创建“节约型校园”为立足点，方便学生们的日常生活，得到学生们的欢迎。
- 3、为学院学子节省了花费，主要为毕业生的废弃资源进行循环利用。
- 4、国家以及学院鼓励高校学生自主创业，并且有一定的优惠政策。
- 5、为在校师生及教职工提供一个正规、便捷的一个二手交易平台，能得到学院的支持。

(二) 挑战和风险

- 1、有咸鱼、同城二手网、58同城等二手网站的竞争。
- 2、各大高校学生组织的跳蚤市场与格子铺。
- 3、目标市场较小，消费群体较单一。（师生）

4、二手市场上交易的物品质量很重要，如果同学们对我们业务不了解，对我们服务认识不够全面，会对我们的信誉产生怀疑。

5、对于一些价格高的物品人们普遍不信任二手市场，害怕上当受骗。

6、二手交易市场壁垒较低，如果一旦业绩较好，会有许多类似的店面出现。

7、虽然二手交易平台具有一定的发展优势，但团队缺乏各大高校的二手信息，缺乏相关知识，管理还存在问题，由于大多数管理者由学生担任，缺乏管理经验。

8、由于是学生团队主办且初期以学生为主的二手交易平台，吸引投资者有一定难度。

9、后期缺少资金注入是制约其发展壮大的主要因素。

10、在技术方面，前期要求技术不高，在后期的平台运作、人员管理、产品升级等方面仍需要不断摸索与改进。

项目失败的最大可能性原因：资金的缺乏，导致项目无法继续进行下去。

十、总结

根据以上的报告显示，虽然二手平台在全国范围内涉及面较广，但“二手”平台太未在校园内得到广泛地普及。这对我们来说是一个机遇也是一个较大的挑战。机遇是让我们在较少的竞争者中被广泛熟知与信任并在长期发展中脱颖而出；挑战是在不成熟的市场中，借鉴的经验较少，成为了发展中的一个坎。虽说创业很难，但也要坚持下去。在接下来的3个月，除了通过前期努力拿到融资，首先是在广东岭南职业技术学院得到广泛的传播与学生的支持，最后在市场的稳步发展后，与各大高校进行合作。