**1.概述方面**

“跳蚤市场”日趋盛行于各大高校，行为主体主要是各在校大学生，而毕业生所占的比重尤为明显，毕业之际他们忙于考研和找工作，没有更多的时间处理旧物，跳蚤市场能更好的为同学们提供交易平台。二手商品交易成为了当代大学生课余生活的一大热门，学生可以出售各种二手商品，例如：考研书籍、电风扇、自行车、空调等，可见大学生对二手商品交易的需求。

建立一个校园二手交易市场可以大大方便在校的学生，方便了同学也营造了节约光荣，浪费可耻的校园文化氛围。最主要的是，它也可以通过网络将自己不用的东西放在网上,也可在网上找到自己需要的东西,物美价廉,达到双赢。

学生二手市场的产品主要集中在书籍、工具类产品以及电子产品相关。大学教育的自主性，不同于中学教育的固定模式，相较于购买新书学生更愿意购买二手教材；同时电子产品更新换代的加快，使得学生在追求时尚的同时考虑选择性价比较高的二手产品。

面对现况下面是我们平台经营的三大宗旨：

“求实”。大学生这类群体关注的重点是产品是否符合自身生活学习的需要。在购买之前，会对产品进行信息收集和价值分析，根据对产品价值的认知程度来判断是否具有使用价值。

“求廉”。这类顾客在选购二手产品的时候，最关注的是价格是否低廉。由于购买力的限制，选择低价的产品可以节省一大笔费用。

“求新”。这类群体非常关注产品的使用程度、购买时间、外观。对于难以负担购买新产品，但是又渴望拥有潮流产品的顾客来说具有强烈的吸引力。

预计项目投入总资金：50100 元。

预计年平均利润=2014900/5=402980（元）

预计年均投资回报率=402980/(515100/5)=391.2%

**2.项目介绍**

在校园里，存在大量的二手用品的交易需求，因为每年都有毕业生要毕业，每年都有新生来报到，毕业生们不可能将几年来留存下的东西都带走，有些物品已成为累赘，卖掉反而还能赚些路费。学生们的消费水平本来也不高，都希望能买到物美价廉的商品。以往的人们只有在学校通过贴告示来寻找自己需要的商品，这样的方法十分局限，导致信息反馈速度慢，信息失去了原有的价值，缺乏及时性。

因此我们的战略是：

1．主要通过低价收购商品，然后高价转卖以此来赚取差价。

2.提供同学出售他们二手商品的平台，借此收取一定的佣金。

通过调查分析可知校园二手交易市场较大，为校园二手交易的经营提供较大的发展空间，为充分发掘大学校园商业机会提供了良好的契机。拟建中的文理学院二手交易应运而生，将紧紧围绕校园二手交易市场这个核心功能，兼备为在校大学生提供贴合实际，紧扣需求的各种服务；将紧紧笼络住在校大学生这个特殊的群体，汇聚人气，形成规模效应，分利用其中的商机能量，实现我们的经济价值和社会价值。

经过我们的分析论证认为，校园二手交易将会面临较好的发展前景，其运营模式结合互联网。虽然面临一定的风险，但是风险可以规避。二手交易建设运营后将会带来可观的经济收入。以后可以吸收风险投资为二手交易市场的长足发展注入活力，并且可以在立足科学技术学院的基础上不断扩大规模。总之，校园二手交易是现代社会的新兴产物，具有很大的商业潜力及发展空间，经反复论证，具有较强的投资价值和可行性

**3.市场分析**：

目前大部分高校都有自己的校园网，部分院校也完成了校园“一卡通”工程的建设，校园网的建立与不断完善都是为学校教职员工与学生提供学习、工作和生活上的便利，据调查，目前上网已成为大学生活不可或缺的一部分，在校大学生平均上网率达到了92%，其中每种上网时间超过10h的学生占在校学生总数的1/3。而现在大学生网上交易基本上还是以BBS论坛为主，BBS用户虽多，但由于功能有限、管理不便等因素，渐渐不能满足学生实际交易中的需求。因此针对我们设计一个校园网上跳蚤市场的将为在校学生提供一个平台，在充分开发校园网利用价值的同时也满足了学生的需求。

电子商务市场罗列的产品千千万万，相信一点只要有需求，就会有市场。但是，当我们接手一个新项目的时候，第一件事情就是理解该项目近年市场需求变化。有句话说的很好：行业和店铺体量决定了店铺的发展潜力因此，知道行业市场容量和变化是非常非常重要的。我们对各大高校的旧物回收情况做了调查，发现每当一批毕业生离开时总会有大量的旧物残留，然而有些学生也很想买到那些留下来的东西，既可以为自己省钱也方便。

我们针对销售渠道这一块进行了深入的研究，通过在学生之间的不断传递信息和我公司的自我宣传实现到每个学生对我们这个二手市场的存在有所了解，然后再逐步推广网站来拉拢学生来我们网站进行买卖交易。

我们在这个电子商务发展迅速的时代必须要跟上节奏，迎合政策的正确走向。电子商务的发展与运行需要有良好的政策与法律环境，为引导和推进电子商务的发展、调节和规范电子商务行为，目前，我国从不同角度对电子商务的发展所面临的政策与法律问题进行了研究，已经或正在制定和实施了相关电子商务政策与法规。

**4.发展战略和实施计划**

我们的主营目标群体为绍兴文理的在校师生,有2.2万人的市场，以提供二手的商品和一些服务性商品为主营业务采用创新型的B2C2C的模式，既保有传统二手市场的C2C的业务，同时又采用商城式的B2C模式进行二手商品的买卖，主营产品以其使用价值不随时间长短而减少很多的如教材，自行车，打折卡，电子产品为主。计划在一年之内在将整个绍兴推广开来，三年内垄断绍兴的二手市场，并不断的拓展市场，拓展业务，使其在横向进行发展，多项业务互为支撑互相补充，不至于公司会受到单一因素后影响市场占有率，以求得稳健的市场增长，并在今后很多年后会席卷整个浙江高校的二手交易市场。

我公司还建设有客户回访机制，如果客户对其买的东西有什么不满意或者有什么建议都可以在我们公司建设的网上与专员进行沟通，使其达到一定的满意度。顾客至上是我们的服务宗旨。

由于是二手交易，所以质量和安全价格是消费者主要考虑的要素，所以我们的 服务理念：质量：仔细对商品检验，对入库的商品进行严格的检查，并估算其价值，同时 能保存其采集到的真实图片。价格：低廉的价格，做到物美价廉。信誉：以“诚信”为经营准则。变化：根据市场的需求，不断更换商品，满足顾客需求。态度：推出微笑服务，一切为顾客满意而服务。

**5.项目SWOT综合分析**

优势分析：

1. 本身作为学生，比较了解学生的需求和心理。
2. 住在学校内，有比较充足的时间来处理工作。
3. 学校内的各种关系能够帮助创业。
4. 团队成员都是同学，有事好商量，容易团结。
5. 学校内存在大量的二手资源。
6. 借助信息手段，即时发布资源信息。
7. 学校内有各种专业的同学，如需招人，比较容易，有困难，也可咨询相关老师。
8. 本身为计算机专业，制作网站有些基础。

劣势分析：

1. 第一次创业，没有相关经验。
2. 投资资金有限，特别是前期。
3. 学业繁忙，个别时间，人手可能不够。

机会分析：

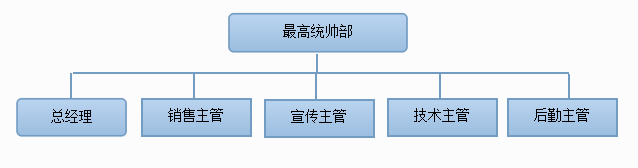
1. 目前我们学校还没有人做，竞争小。
2. 学生手中，特别是毕业生手中有大量资源可以回收。
3. 创建“节约型校园”,能够极大的方便学生们的日常生活,节省开支，会得到学生们的欢迎。

威胁分析：

1. 别人学我们，也来做跳蚤市场，而且资金雄厚。
2. 某一时间段闲置资源枯竭。
3. 商品质量难以保证。
4. 网站安全存在风险。
5. 刚开始，同学们难以信任我们。

**6.项目管理与人员计划**

1.组织结构



2.管理团队介绍

最高统帅部：由创始五人组成，拥有最高权力，共同制定方针。五人轮流管理账目，共同管理人事。

总经理：负责日常工作的协调与处理。

销售主管：负责日常销售与采购。

宣传主管：负责宣传以及拉赞助。

技术主管：主管网站的建设与维护。

后勤主管：主管物品的存放，维护等相关后勤服务。

3.管理团队建设与完善

管理团队基本为创始五人，如果不足，考虑增加一两个人。

各个主管若人手不够可以互相帮忙，毕竟多招人是要工资的，项目起步时要尽可能节省。实在不够时，再另外招收员工以维持日常经营。

4.人员招聘与培训

人员招聘主要为网上招聘与校园招聘结合的方式。

招聘有面试以及试用期，试用期不会太长。

培训方面由主管负责，学习方法为跟着主管做事。

5.人员管理和奖励机制

人员管理：

每天店面都要有人值班，轮流。

实行签到制度。

有事要实现请假。

奖励机制：

对于做出不同程度贡献的成员给予不同的奖励，奖励以RMB为主，其它为辅。

兢兢业业的老员工也会有奖励。

6.成本控制管理

1. 初次主要是寻找场地，特别是仓库，如果能得到学校的支持就更好了，不然只能租房子了。
2. 建立网站的费用因为是自己建，不用太多花费，但费精力。
3. 前期如果不招人，就不用发工资。
4. 电费等基本可以忽略不计。
5. 及时统计花费，分析调整资金的投入方向与力度。
6. 学习别人的长处，避免失误，减少额外支出。

**7.项目风险分析与规避对策**

（一）商品资源风险

货源存在产品质量风险和产品的生命周期更新问题，网站的应对措施是将同类型产品的供应商固定在两家或两家以上，将产品进行比较，不同货号的商品进行市场评估，为客户提供最好的产品。

（二）财务风险

由于货物积压造成的资金无法正常运转，网站将采取促销方式，清理积压货物，尽量减少损失，由于人员问题造成帐目混乱，网站将制定规章制度约束管理人员。

有可能造成资金不足现象，造成公司破产。我们始终需要维持较高的流动资产率，由于我们不准备引进长期借款，故不存在债务杠杆过高的风险。

（三）竞争者威胁

竞争风险：若争对手率先占领市场，我们应及时做好市场调查和结果分析，在大力宣传的同时降低本网站商品的价格（不亏损的前提下）与竞争对手争夺市场，赢得消费者。

经营管理风险：可能面临众多竞争者，经营管理水平上存在差距。

本公司将引进先进管理方式、管理经验，聘请资深管理人士作为常年经营管理顾问，整合内部资源，提高经营管理水平。

（四）市场不确定性风险

网站的对象是市场，市场是由学生这一特殊人群组成的，因此市场的不确定性表现在有淡，旺季之分。淡季主要在寒暑假时期；旺季主要在新生开学时期和毕业生离校时期。因此淡季时我们就采取一定的促销方式；旺季时我们就加大宣传力度，争取赢得更多的消费者。

**8.项目投入估算及资金筹措**

在此次财务规划中我们假设本市场连续经营5年，在这5年里本市场的经营范围将不断扩大，以大学城的师生为主要消费群体，并不断吸引海口市居民参与其中。以统一的管理，合理的经营，满足一切顾客的需求。

第一阶段预计融资1万元（团队出资）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 资金用途 | 所需费用 | 合计 |
| 宣传 | 500元 | 500元 |
| 场地 | 0元 | 0元 |
| 工作人员 | 0元 | 0元 |
| 流动资金 | 9500 | 9500 |

因为第一阶段，主要是与学生会和协会合作进行，在宣传时可以让宣传部帮忙宣传，自己只印发传单就行，场地由学校批准，可不花钱，现场的秩序维持和人员分配，由学生会和协会帮忙，也可不花钱。整个第一阶段起到为第二阶段铺垫作用，低成本，少收入。但是，在第一阶段中，有较好的商品，可以用流动资金买下，为第二阶段的实体店做准备。

第二阶段预计融资10万元（父母出资）

（单位：万元）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 资金用途 | 所需费用 | 合计 |
| 宣传 | 0.2 | 0.2 |
| 店铺租金 | 0.3×12=3.6 | 3.6 |
| 设备费 | 0.5 | 0.3 |
| 装修费 | 0.5 | 0.5 |
| 开办费 | 0.2 | 0.2 |
| 员工工资 | 0.5/月 | 0.5 |
| 首批货物 | 2 | 2 |
| 流动资金 | 2.7 | 2.7 |

第二阶段，在文理学院开办第一家实体经营店，经过第一阶段的操作，学校内对二手商品交易已有了解，宣传费主要用于对其他学校的小幅度宣传，店铺也没必要做大，经过简装后就可营业。员工用勤工俭学的学生来降低成本，只有店内的技术鉴定人员工资较高。整个第二阶段，不仅仅是为了盈利，在经营的同时找出不足，为第三阶段做准备。

第三阶段是我们5年以内的最终目标。预计投资40万元。 第三阶段需要一次性投入资金40万元，主要用于市场的建立。其各项费用表见。我们的融资渠道是个人筹资和申请贷款相结合，初期我们几位成员每人出资，（父母出资）共计10万元，还需投资商出资30万元。我们的目标是以最少的资金，建立最完善的机构。

盈利趋势 ：

从大学城的二手需求量来看，已经有越来越多的消费者在购物时倾向于二手商品。我们必须要占领大学城二手商品的绝对市场。本市场预计在前三年收回成本，第四年实现盈利。

预测财务报表 ：

预测现金流量，在任何时候，市场都必须有一定数量的现金可供市场支配，以避免资金周转困难，最终因财务问题而造成破产。虽然我们从事的属于服务性行业，但是一定的现金流通是必要的。（详见附录三）

预测利润及利润分配表，主要针对的问题是交易最终导致了本市场净值的增长还是减少。由于首年市场处于发展完善阶段，所以首年不给投资人以分红。

预测资产负债表，提供本企业资产，负债和所有者权益的全貌。据此，还可以了解到本市场的经营能力、短期偿债能力等。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2015年市场首批资金投入预算  单位：万元 | | | | | |
| 摘 要 | | 金额 | 备 注 | | |
| 固定资产 | 设备费 | 6.5 | 主要用于购置电脑（5台，2万）、空调（柜机2台，1万，窗式，2台，0.5万）、展台（3万）等硬件设备， | | |
| 递 | 装修费 | 4.00 | 主要用于对公司的简装（地板，灯光，墙壁），五年后再更新，分五年摊销 | | |
| 延 | 开办费 | 1.00 | 主要用于执照费、注册费用等 | | |
| 费 | 培训费 | 1.00 | 主要用于对员工的招聘和培训费用 | | |
| 用 | 广告费 | 3.00 | 主要用于前三个月的广告宣传 | | |
| 流动资金 | | 10 | 包括首批货物的3万元在内（10台电动车0.6，自行车0.2，日常杂物0.2，5部电脑0.8，15部热销中高端手机0.8，P3/4/5，u盘等0.4）以及后期市场运营所需 | | |
| 店面租金及仓库费用 | | 12 | 面积以500平方米计算，每月1万元，一次性支付1年的费用 | | |
| 其他费用 | | 2.50 | 主要用于市场办公用品、交通工具（电动车）以及小规模配件的购买 | | |
| 总计 | | 40.00 | 市场开业所需资金 | | |
| 注1注1：设备包括电脑5台，2万，柜式空调2台，1万，悬挂式空调2台，0.5万。展台3万 | | | | | |
| 注2：装修费、开办费从开始生产经营的当月起，按五年的期限平均摊销，摊销时计入管理费用。 | | | | | |
| 注3：我公司培训周期为一年，因此培训费一年内摊销，记入管理费用；广告费也一年内摊销。 | | | | | |
| 注4：店面租金和其他费用分别计入营业费用和管理费用。 | | | | | |
|  | | | | | |
| （附录三）   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 2015年现金流量预算表  2015年4月11日 单位：万元 | | | | | | | 项 目 | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 | 全年 | | 一、经营活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  | | 经营收入 | 16.00 | 14.00 | 20.00 | 18.00 | 68.00 | | 其他收入 | 0.50 | 0.50 | 2.00 | 2.00 | 5.00 | | 现金流入小计 | 6.50 | 4.50 | 12.00 | 10.00 | 33.00 | | 支付给员工以及为员工支付的现金 | 3.00 | 3.00 | 3.00 | 3.00 | 12.00 | | 支付营业税 | 0.325 | 0.225 | 0.60 | 0.50 | 1.65 | | 支付所得税 | 0．00 | 0．00 | 0．00 | 0．00 | 0．00 | | 支付其他与经营活动有关的现金 | 0.3 | 0.3 | 0.5 | 0.5 | 1.6 | | 现金流出小计 | 3.63 | 3.53 | 4.10 | 4.00 | 15.26 | | 经营活动产生的现金流量净额 | 2.87 | 1.15 | 7.90 | 6.00 | 17.74 | | 二、投资活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  | | 处置固定资产而收回的现金净额 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 收回的其他与投资活动有关的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 现金流入小计 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 购置固定资产所支付的现金 | 6.50 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 6.50 | | 权益性投资所支付的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 支付其他与投资活动有关的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 现金流出小计 | 6.50 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 6.50 | | 投资活动产生的现金净额 | -6.50 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | -6.50 | | 三、筹资活动产生的现金流量： |  |  |  |  |  | | 贷款所收到的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 收到的其他与筹资活动有关  的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 现金流入小计 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 偿还债务所支付的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 偿还利息所支付的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 支付其他与筹资活动有关的现金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 现金流出小计 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 筹资活动产生的现金净额 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 四、现金净流量 | -3.63 | 1.15 | 7.90 | 6.00 | 51.42 | | | | | |  |
|  | | | | 单位：万元 |  |