**校园二手市场平台项目建议书**

**1、项目名称**

校园二手市场平台项目

2、**项目简介**

本网站致力于建设一个能够为广大师生提供便利，全面，安全的二手交易平台：

1、商户可发布出售产品的相关信息；

2、消费者查询并购买相关物品；

3、典当业务旨在帮助商户快捷出售少量物品；

4、需求板块实现用户需求发布。

**3、项目背景**

随着现在高校的扩招与校园信息化建设的不断发展，网络接入点位的增多及WIFI覆盖校园的现实条件，便利的上网环境随之带来极大的网购需求。

大学生（包括在校研究生）普遍作为低消费群体（无固定收入来源），过度网购新品极容易造成经济压力，而且大学生具有相似的消费心理、共同的生活环境、生活方式，对一些学生自身需要的物品具有共性(如:书籍、电子产品、自行车、体育用品等)，许多物品在基本完好的前提下可以循环使用，卖旧买旧逐渐变得普遍，学生私下之间交易的更为频繁，不同的物价极易造成一些学生心理偏差，而且交易过程的复杂性（如不同地区来回奔波，交易过程的反复性）也使得一些学生甚至选择放弃二手交易。

**4、项目建设可行性分析**

**4.1 需求分析**

随着在校学生数量增多，大学生交易需求旺盛。根据调查，有76%的被调查者表示渴望购买一些有使用价值的二手商品。调查表明大学生大多希望购买一定数量的二手商品，这对构建一个大学生商品交易平台提供了需求保障。再者，一些临毕业学生，他们即将离校，需要处理大量零零碎碎的物品，由于处理途径狭窄，短期内无法处理大量的物品，造成很多还有实用价值的物品被丢弃；而同时又有许多学生，尤其是新入学的、异地学生，由于对环境的各种不熟悉，一些二手物品更容易被他们接受，这些条件下，信息的不对称导致供需不平。虽然目前，在一些高校活跃着一些“跳蚤”市场，但缺乏统一的标准和彼此的信息互联，使得大学生交易双方的需求无法满足，这就需要一个更加专业、标准的二手交易平台为大家提供便利，丰富，安全的服务。

**4.2 可行性分析**

**(1)网购环境**

高校信息化建设不断发展，而且随着近些年智慧校园的不断推进，网络硬件支撑越来越充实，网络服务极为便利，这在一定程度上为校园电子商务的开展奠定了基础。

**(2)市场环境**

i市场环境中的宏观分析

①消费呈一定阶梯分布。目前经济发展不平衡性日趋明显，不同层次、不同区域的消费水平差异也显现在学生身上。消费的多层次为学生二手市场的发展空间提供了空间。

②教育模式的自主性。高校教学模式不同于中学教育的模式化，学生在学习生选择上具有更大的自主性。例如对于教材的选择，很多高校学生可以自主地选择新、旧教材（尤其对于研究生，没有固定教材）。

③可持续发展观念越来越受到学生的重视和认可，也更容易被校方和教师接受。

ii市场概况

通过调查分析可知，70%的学生选择交易的产品是书籍特别是二手教材；62.5%选择工具类的产品如电风扇、自行车等。29.2%的学生选择电子产品，包括手机、电脑等。说明流通在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等。大学教育的自主性强，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，使得学生追求时尚的同时考虑选择性价比较高的二手产品。

(3) **消费者分析**

大学校园里稳定的学生、教师群体是无可比拟的;每年学生的流动又为校园电子商务提供新的用户。大学生购买产品时重点是产品是否符合自身生活学习的需要；其次是产品的价格是否低廉，由于购买力的限制，选择低价的产品可以节省一大笔费用；还有就是关注产品的使用程度、购买时间、外观；还有就是购买产品的距离，例如那些比较大型的产品电脑桌等，如果距离很远的话，即使在喜欢也不会购买，因为太难弄回来。通过调查分析可知，有45.8%的被调查者是通过网络了解到二手交易市场。可见二手交易网上市场适应实际的需要和用户的欢迎。

首批针对用户可定位为在校学生，他们受限于经济来源，更容易接受二手产品，其次可发展为在校教职员工，他们会潜移默化的收到学生影响，如果平台运行良好，甚至可通过教职员工进一步扩大消费群体，如家属，亲友等。

**(4)现有竞争分析**

现高校拥有属于自己的二手交易平台还比较少，成型的更是少见，即便是拥有了一定规模的交易平台，交易量低下，人们对其信任度不高，缺少严密的监管体制和信息及时发布能力;但随着电子商务的快速发展和各大高校提倡的鼓励在校或者毕业大学生自主创业的政策引导，要想建立属于高校大学生自己的电子商务平台大有可能。

**5、SWOT分析**

**5.1 优势：**

（1）针对性

我们的网站是校园二手交易，并且其他的所有网络应用都都紧紧围绕着大学生的兴趣爱好来设置的。我们专业细致的服务直面目标用户的个体需求，从而产生对用户的强大吸引力，增强用户对网站的依赖性。

（2）信息丰富，内容新鲜富有吸引力

一方面网站编辑要大量创作、采集和应用新鲜相关信息；另一方面重视研究建设网站的个性化功能，以更加便于用于对网站内容的创造性贡献和对用户可支配的DIY设置，这样就可同时达到网站内容的丰富性和新颖性；通过加强网站内容的建设，就可以更加迎合不同用户的需求，从而有利于提高网站的人气。

（3）来源广

每年毕业之际，很多毕业生有众多的二手物品要出售，迫于时间紧急，很多东西急于脱手，往往会低价出售，我们可以通过典当模式，在低价基础上提高一些，更容易获得毕业生好感度，一方面可以大量收购，囤积商品，另一方面也会潜在的为平台运行做推广。而平台通过差价，一定程度上获得利润。

（4）可信度高

作为校园本土平台，更容易获得同校生的认可，由此及彼，相邻高校学生也会受到吸引；同时物品配送距离短、不需要运费、快速方便、基本1个小时内就可以送货上门。

**5.2 劣势：**

（1）交易方式受限

平台前期，基本交易方式为线下，线上交易缺乏有效可靠的监管。

（2）启动资金受限

无论平台开发还是运行都离不开资金的支持，其次，自营商品采购受限流动资金，若有投资，则这方面可弱化。

（3）市场敏感性缺乏

由于条件的限制、经验的不足和分析能力不够强，更重要的是不够专业往往会导致考虑角度多在自己所认为的方面，有可能会影响对市场的敏感性，进而影响平台运行方向，若有相关专业人士指导，可弱化这一劣势，所以，更多专业人才的加入才是平台长久运行的基础和关键。

（4）技术瓶颈

学生出品，难免略显稚嫩，需要更多辅导老师参与指导。

**5.3 机会：**

（1）市场空间大

根据我们的抽样调查显示，41.7%学生愿意出售自己需要处理的商品，40.7%购买过二手商品。可见这个巨大的潜在市场，是我们建立网上交易平台的重要前提；

（2）网购的普及与发展，使得学生更依赖于足不出户，上网shopping，为我们平台的开展提供机遇。

（3）服务学生，一定程度上会受到校方多方面的支持，更易进一步扩展

**5.4 威胁：**

二手网上市场交易越来越流行，市场需求越来越大，必将会有本校乃至邻校很多新的竞争对手出现；随着发展，学校周边也出现越来越多的商店，而且价格低廉，这也将成为我们的一大竞争对手。

**6、平台特色**

我们把首批用户定位于本校同学，更了解现有情况，所以在平台中除各大电商现有的基本模块，我们还加入典当模块，方便销售，同时也为学生提供帮助；若后期资金及实力的补充满足，可扩展拍卖、抢购模式，进一步扩大对用户的吸引度。

7、**推广形式**

（1）前期以推销为主，平台人员在宿舍公寓及教室等学生集中地区做适当推广；

（2）前期商品以平台人员个人产品为主，争取更多感兴趣同学参与；

（3）拍摄制作相关高质量视频，在抖音，快手等火爆平台作推广；

（4）学校论坛和各大新媒体平台作推广；

（5）在流行游戏中作推广；

（6）创建自己的百度词条，并尽力推首。

**8、结论**

通过调查分析可知校园二手交易市场较大，为校园网上二手交易市场的经营提供了较大的发展空间，为充分发掘大学校园商业机会提供了良好的契机。拟建中的校园二手交易平台应运而发，将紧紧围绕网上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，紧扣需求的各种网上服务；平台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，充分利用其中的商机能量，实现其经济价值和社会价值。

经过分析论证认为，校园网上二手交易市场将会面临较好的发展前景。其运营模式符合互联网经济规律和发展趋势。虽然面临一定的风险，但是风险在一定程度可以尽量规避。

网站建设运营后将会带来可观收入。

总之，校园网上交易市场网站是信息社会的新兴产物，具有很大的商业潜力及发展空间。