



綠循環Campus 創業企劃報告

第六組

心理三 徐子貽
資科三B 陳妙音

目錄

01

問題意識
與創業理念

02

市場分析與調查

03

商業模式設計
與營收方式

04

ERP模組
整合展示

05

行銷策略
與未來規劃

06

分工與反思



01

問題意識與創業理念

問題意識

- 全球每年產生約 **4億噸塑膠廢棄物**
- 校園內大量教科書、生活用品被閒置或丟棄
- 台灣將於 **2025年強化減塑政策**

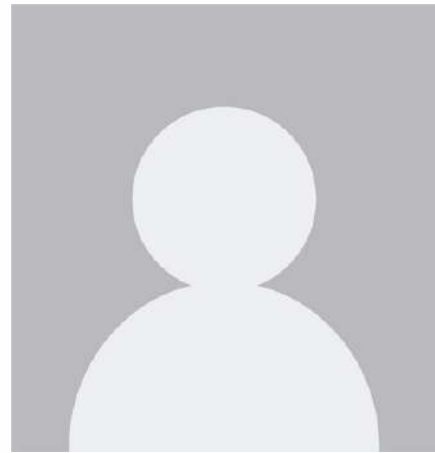
環境負擔

資源浪費

減塑
不可逆



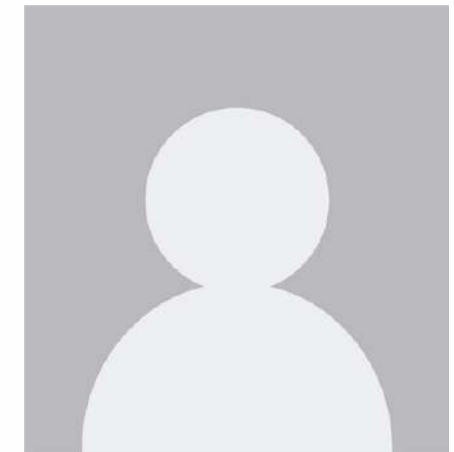
創業理念



我在外面租屋，買**生活清潔用品**好麻煩
有聽過**無包裝商店**覺得超級酷，但是現在台灣很少
間。還有每個學期初都要**花大錢買書**，雖然沒用幾次，
但不買又怕跟不上進度，超心疼錢包

簡單參與

我體驗了交換生生活後，好多**家具**都要重新
購買，但是不久後又要**全部丟棄**，覺得非常
浪費，如果有一個平台能夠將這些必需品
傳承下去就好了。



打造校園專屬的減塑與二手平台

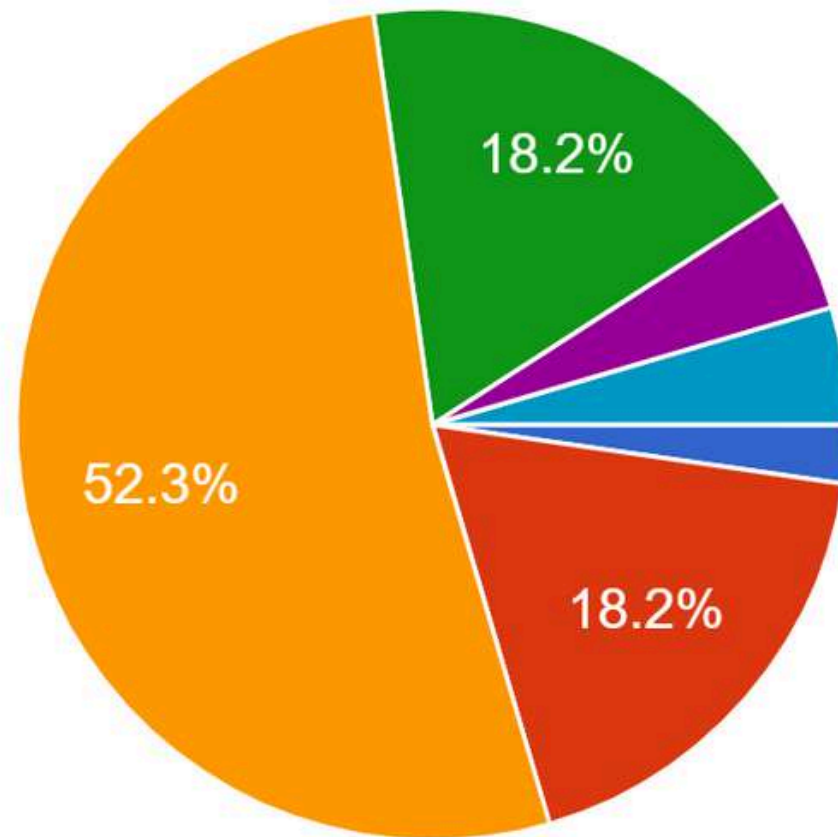


02

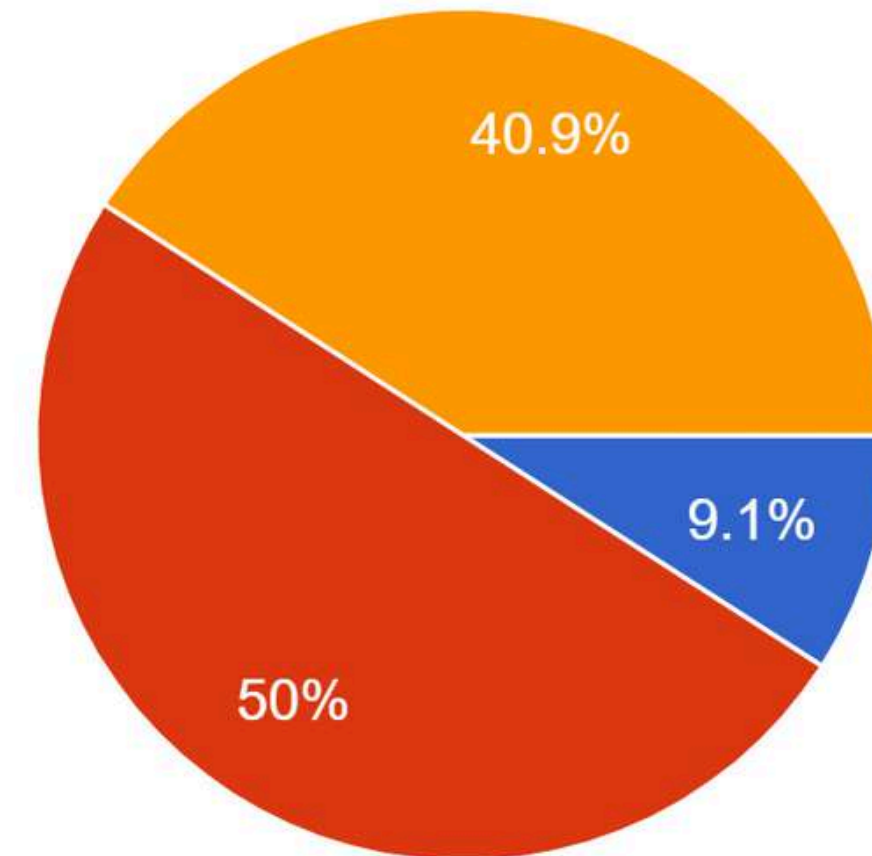
市場分析與調查

市場分析 – 表單回饋

共43份有效回覆



- 東吳一年級學生
- 東吳二年級學生
- 東吳三年級學生
- 東吳四年級學生
- 東吳五年級學生
- 碩士生
- 教職員



52.3% 東吳大三學生

18.2% 東吳大二學生

18.2% 東吳大四學生

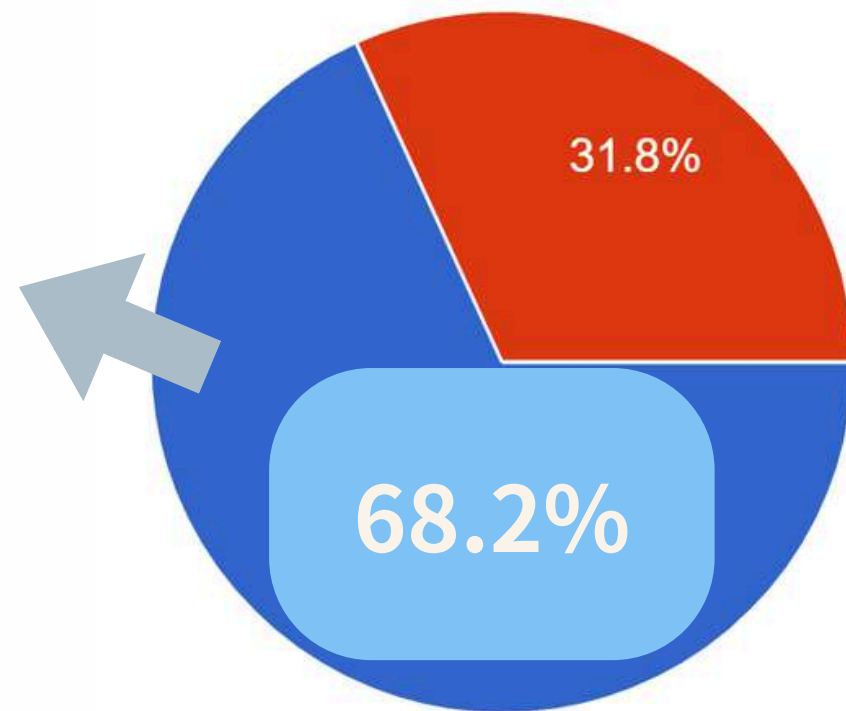
50% 在外租屋

40.9% 跟家人同住

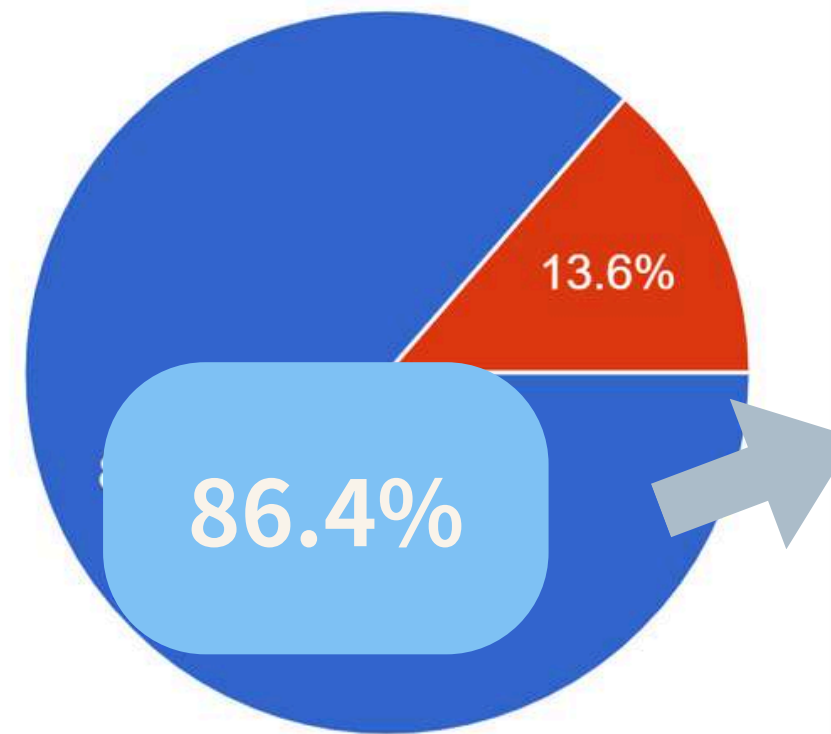
9.1% 住宿舍

市場分析 - 表單回饋

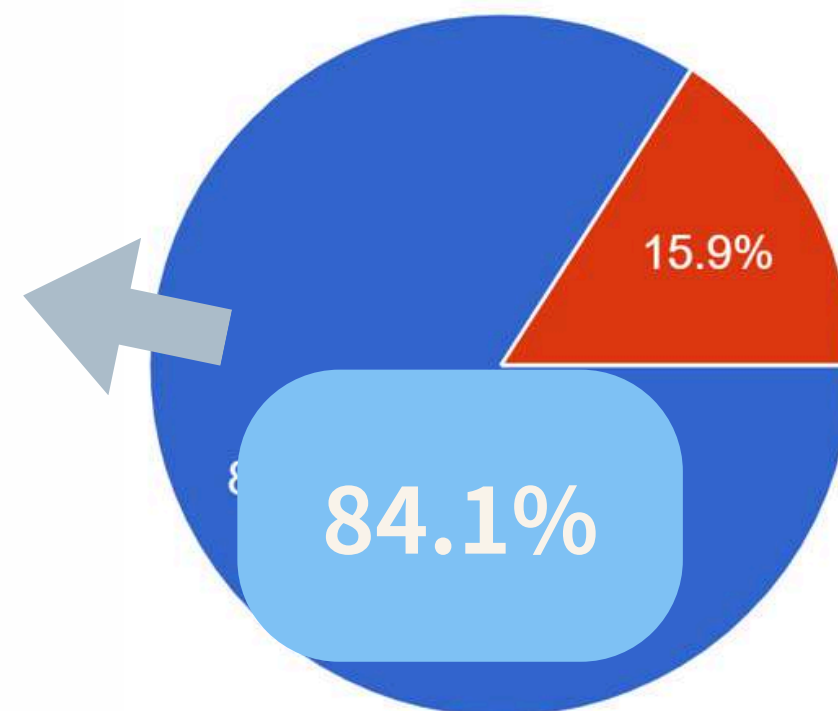
會優先考慮二手家具



會優先考慮二手書

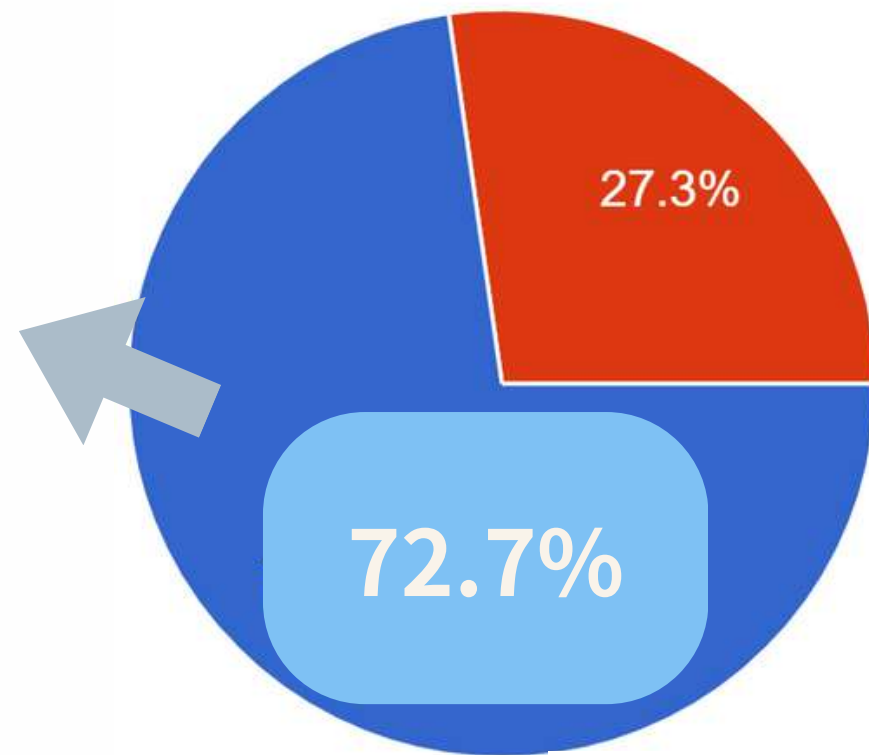


願意販賣自己的書

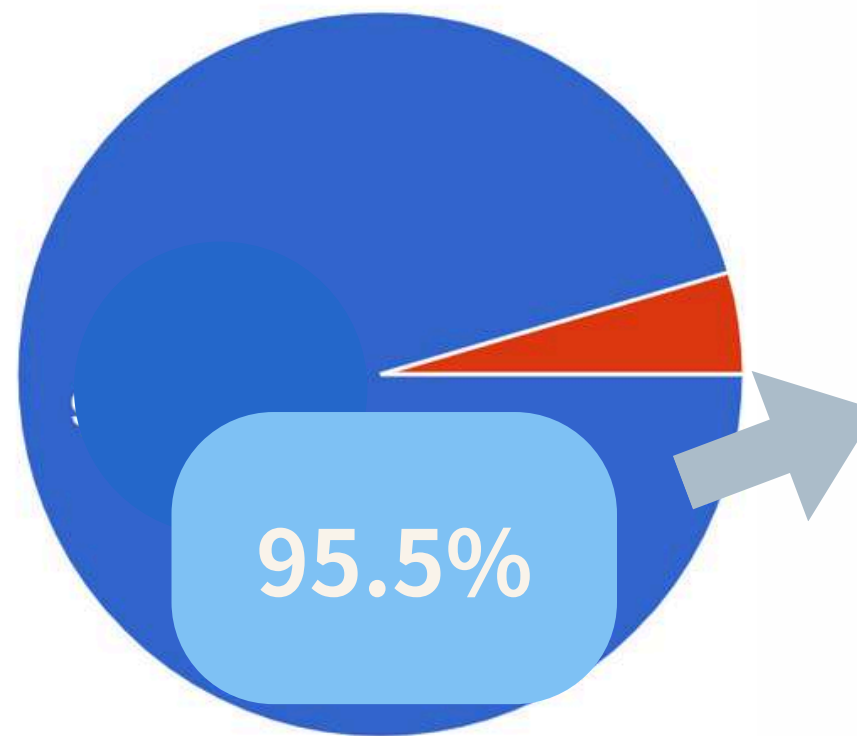


市場分析 – 表單回饋

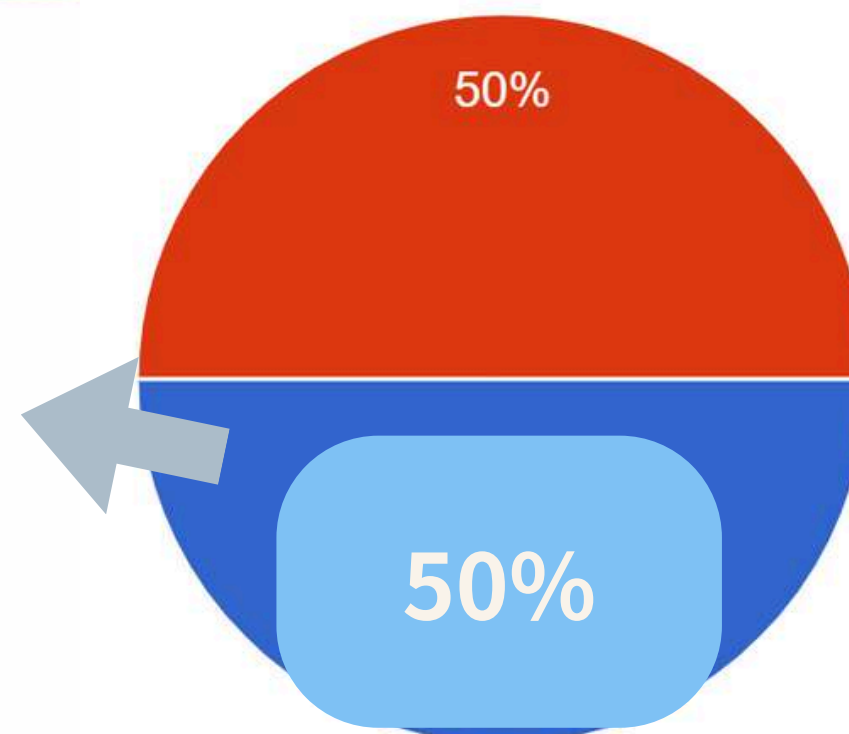
願意自備容器
買生活用品



偏好購買
適量生活用品



願意自備容器而非
到大賣場購買



市場調查 – 期中報告回饋

租借書籍的服務滿特別的

想法與架構完整，既實用又環保
貼合微型創業的精神

主題多元新穎、很有創意也很實用

大部分學生都會以比較省錢的方式去購買商品，就像他們說的有些物品在大學過後就不再使用，能將商品最大化使用對環境也很好。



03

商業模式設計與營收方式

<div>Key Partners</div> <div>鏈接圖標</div> <div>關鍵合作夥伴</div> <div>東吳大學總務處(租借校園攤位) LINE Pay(支付平台) LINE(建立客服平台) IG、FB、DCARD(廣告投放) 東吳學生(兼職人力成本) 東吳學生(提供二手書籍、二手生活用品) 淨毒五郎(供應商) 倉儲空間(擺放庫存商品)</div>	<div>Key Activities</div> <div>對勾圖標</div> <div>關鍵活動</div> <div>LINE: 會員制度、線上預約、訂單管理、客服 二手書訂閱制度 社群媒體曝光(IG、FB、DCARD) 兼職學生培訓(與買家面交及去倉儲領取預購商品)</div>	<div>Value Propositions</div> <div>禮物圖標</div> <div>價值主張</div> <div>物品循環使用 資源發揮最大效益 減塑經濟 提供專屬校園使用的平台 針對給不同用戶的價值 1.買方:便宜、一站購齊(家具) 2.賣方:賺錢、不浪費、省去大型家具丟掉的麻煩) 3.廠商、校方:提倡永續環保, 提升正面品牌形象</div>	<div>Customer Relationship</div> <div>愛心圖標</div> <div>顧客關係</div> <div>如何讓顧客第一次使用: 1.加入LINE官方帳號: 第一次購買折扣 如何讓顧客回購: 1.LINE會員集點, 滿點可以兌換環保用品或消費折扣 2.LINE推播當週販賣的商品及綠色知識推廣 3.二手教科書訂閱制 4.讓顧客藉由LINE上留言許願商品</div>	<div>Customer Segment</div> <div>頭像圖標</div> <div>目標客群</div> <div>東吳大學校內商業行為 商業供應客群: 1.交換生(交換結束後剩餘的家具、生活用品) 2.學生(用不到的教科書, 但尚可使用) 3.生活用品廠商(販售綠色商品, 在校園增加曝光度並提升知名度) 主要販售客群: 1.學生(以較低的價格購買短期所需的用品) 2.教職員(以低價購買生活必需品)</div>
<div>Cost Structure</div> <div>錢包圖標</div> <div>成本結構</div> <div>支出: IG廣告推播費 淨毒五郎商品費 收購二手教科書 校園攤位使用費 人力成本 倉儲租金 如何降低成本: 爭取廠商及校園贊助 做好商品管控, 降低商品的閒置, 以有效運用倉儲空間 人力成本採佣金制</div>	<div>Revenue Streams</div> <div>錢袋圖標</div> <div>收益流</div> <div>收入來源 1.訂單抽成(與淨毒五郎分潤) 2.二手教科書訂閱制:每學期\$399 3.二手家具(平台費、保管費)</div>			

獲利模式

收入:

- 訂單抽成(與淨毒五郎分潤)
- 二手教科書訂閱制:每學期\$399
- 二手家具(平台費、保管費)

支出:

- IG廣告推播費
- 淨毒五郎商品費
- 收購二手教科書
- 校園攤位使用費
- 人力成本
- 倉儲租金

如何降低成本

- 爭取廠商及校園贊助
- 做好商品管控、降低商品閒置(有效運用倉儲空間)
- 人力成本採佣金制

感覺倉庫租借的成本會是最高的
這樣寄放家具的金額不會太少嗎

價值主張

- 物品循環使用
- 資源發揮最大效益
- 減塑經濟
- 提供專屬校園使用的平台

針對給不同用戶的價值

1.買方：便宜、家具一站購齊

2.賣方：賺錢、不浪費、省去大型家具丟掉的麻煩

3.廠商、校方：提倡永續環保，提升正面品牌形象

LINE



家具購物網站



校園攤位

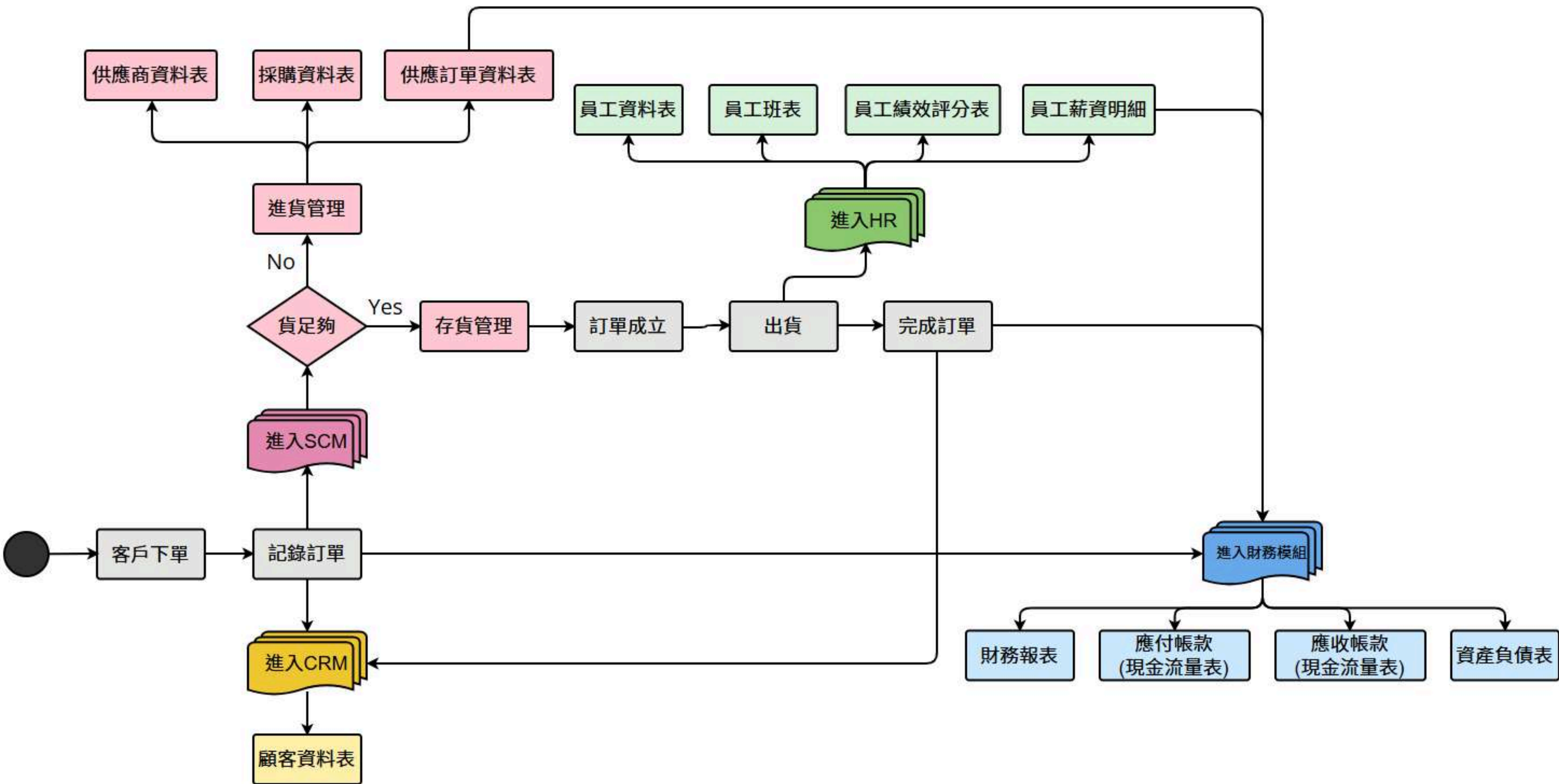




04

ERP模組整合展示



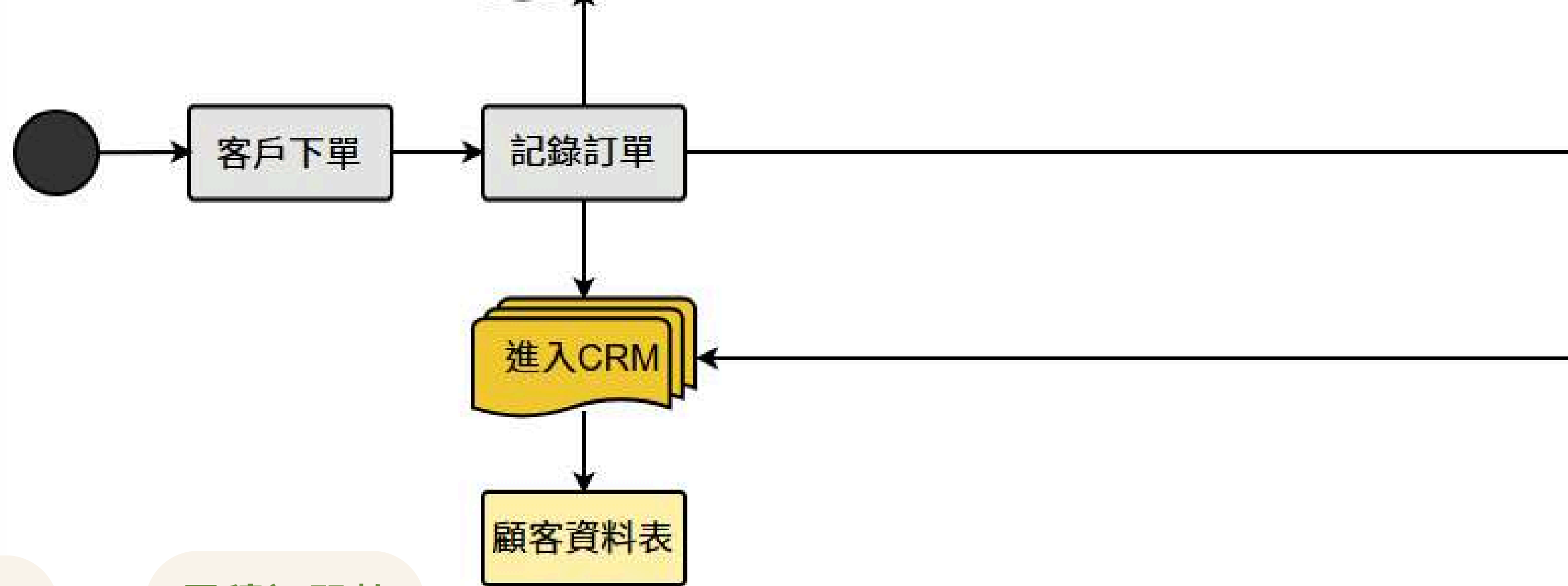




05

行銷策略與未來規劃





顧客編號

累積訂單數

姓名

累積金額

加入會員

顧客分群

電話

偏好品項

二手書訂閱

行銷標籤

生日

最後購買日

行銷建議

加入會員	二手書訂閱	顧客分群	行銷標籤	行銷建議
一般會員	訂閱	高頻顧客	會員、週一借國文(一)	忠誠獎勵、個人化租書建議、會員專屬優惠
否		閒置顧客	👤 閒置30天以上	喚醒折扣、考試週回購提醒
否		潛力顧客		加入會員優惠、限定時段活動
一般會員	訂閱	高頻顧客	會員、週五借英文高級	忠誠獎勵、推薦獎勵、個人化租書建議
一般會員	訂閱	閒置顧客	會員、👤 閒置30天以上	喚醒折扣、社群互動優惠、考試週租書提醒
否		潛力顧客		加入會員優惠、定期通知租書建議
否		潛力顧客		加入會員優惠、定期通知租書建議
一般會員	訂閱	閒置顧客	會員、👤 閒置30天以上	喚醒折扣、社群互動優惠、考試週租書提醒

高頻顧客

1. 專屬會員福利
2. 好友推薦獎勵
3. 個人化租書建議
4. 回購提醒
5. 忠誠獎勵（累計租書10次贈1次免費）

閒置顧客

1. 限定時段活動(開學季、考試週優惠)
2. IG留言抽優惠券活動
3. 喚醒折扣

潛力顧客

1. 限定時段活動(開學季、考試週優惠)
2. 新生專屬優惠(首次租書5折)
3. 加入會員享優惠

待優化功能

✓ 1. 設計完整倉儲流程

跟廠商、同學們進貨 → 倉儲存放 → 接收訂單 → 出貨

✓ 2. 透過行銷方式轉換學生消費習慣

✓ 3. 改善官方LINE與網站的UI/UX

未來展望 4. 服務範圍擴展至在國外的交換生

✓ 5. 同學反饋：

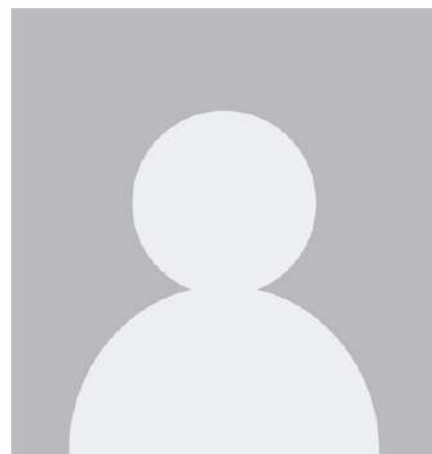
少很多東西(BMC畫布、模組串接)
倉庫租金太高、收取的租金太低



06

成員分工與反思

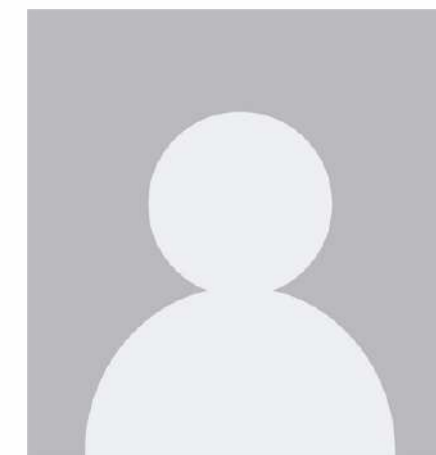
反思



陳妙音

把兩人的親身痛點以商業的模式構思後，才了解一個商家背後有太多細節需要釐清，且各個模組間環環相扣，經過這堂課之後才知道那些成功企業，尤其是連鎖商家的用心與困難。

對於創業一直很感興趣，所以修了這堂課，從老師編排的課程方式讓我學到企業在ERP、SCM和CRM的實務應用，從發想主題到實際設計商業模式，最後學習模組間該如何串接，都是很繁雜但是很有趣的過程。



徐子貽

The background features a watercolor-style illustration. It includes several large, overlapping leaves in shades of light blue and pale green, some with darker green veins. The leaves are positioned around the edges of the frame, creating a natural, organic border. The central area is a plain white background where the text is located.

Thanks!