

美服-共享衣服，二手衣服循环

共享，一起穿衣服！

科技服务类，电商突围

提出者：张飘 23届湖南大学研三学生 电话：19974111732

引言

“共享”一词，会想到共享单车（摩拜单车），共享汽车（滴滴），共享食堂（外卖）...

越来越多的公司会以“一起**”为主推一些app或者功能，促进社交关系的建立和变化。比如微光app的一起看电影，比如网易云音乐的一起听歌等，同时空或者异时空进行“共享”；在时空窗口中进行万物互联。

在所有关于交换的例子中，都贯穿着稀缺这一共同主题。我们可以简单地解释一下稀缺：我们观察到资源是有限的，但欲望是无穷的。即使比尔·盖茨也面临取舍，不能随心所欲。如果盖茨带着妻子去一家高档餐厅，尽管影响微乎其微，但还是减少了他未来购买其他东西的能力。我们可以这样说：“因为资源是有限的，比尔·盖茨需要经济地使用它们”

稀缺是普遍存在的，因此导致了所谓的“经济问题”：一个社会应当如何利用有限的可支配资源，去生产哪些物品和服务？---共享

“共享”之前，势必是有一个先“分享”的动作？分享什么呢？我们先思考，后世该是什么样子的光景。

老子在《道德经》讲道“甘其食，美其服，安其居，乐其俗”，我觉得这个就是答案。

有甘甜美味的食物可供食用，有华美舒适的衣服可供穿戴，有安适的住所可供居住，有令人愉悦的风俗可享受。

一、背景



为什么要做这个策划，要解决什么问题？

·当下存在什么机会

“衣食住行”，衣排第一，买衣穿衣对于都市丽人，都市俊才是日常的一件必不可少的。日常逛街的一大主题就是购物。日常网购第一大动作也是选择衣服，二手市场里高频的物件衣服也排在前列。从成本投入量和市场流通率和市场渗透率这三点优势。想要切入全品类的平台，就需要一开始就找细的点切入。

现在各大购物平台、二手购物平台对衣服售卖具有龙头优势。唯有从细粒度切入，获取一定的用户体量和规模。

二手市场中租赁衣服，是我给的答案。

中国人平均每人每年买10件新衣服，每年被丢弃的旧衣服约有5000w吨。



·想通过什么样的方式，抓住这个机会

强社区属性

我自己本身对人和社区比较感兴趣。“美服”是一个强电商属性的产品，也是一个自带商业模式社区。社区商业模式要不就是把流量做上去然后广告变现，或者再进行自营电商之类的。我之前在微信里，闲鱼里，淘宝尝试我最初对知识市场的尝试，都是符合社区属性的。虽然“美服”是一个电商属性很强的产品，但是我的经验认为它也是强社区属性的。

便宜又多样

衣服已成为时尚生活的一部分。租赁衣服有很多好处。

联合线下品牌，线下服装厂，做地域服装租赁活动。抓住用户对日常选衣困难，充当移动衣橱，租赁衣服，循环衣服使用率进而达到环保。租赁衣服更便宜且方便。如果你去一家服装店或者网购，要买一件有品味的外套往往要几百元，而租赁衣服一天只要几元。其次，租赁衣服能享受更多的衣服；店里的衣服，可能都不对你的眼；如果你下了“美而服”租赁衣服，你就能享受各式各样的衣服。再者，“美服”配送时间几十分钟，省时省力。如果你要出席重要的场合或者日常穿衣装扮，需要翻衣柜大战一番才能找到今天的搭配；如果是想在商场买到心仪的衣服，还得各种店逛逛看看，上身对比，毕竟价格几百到几千，你选择会很有仪式感，你的时间和精力都会受损。如果你下了“美服”租赁衣服，你可以花几百一连2个月每天穿不同的心仪衣服。此外还有诸如不用和人交流，价格透明，选择多样.....等优势。

可以了解服装的知识

租赁衣服的过程中，你会了解到面料的成分、制衣的流程、衣服维护的方法。例如，羊毛外套，一步步的制成过程，打理的注意事项。你可以在衣单详情，你可以找到这件衣服的维护细节。其次，店铺的经营信息。而且由于行业竞争，服装行业会保持高水平的服务来吸引用户。在这里，如果你对一家租赁店不满意，你总会找到另一家更好的选择。

减少踩坑，得罪无良商家衣服

很多女学生几年白花花的银子洒落给不适合的衣服，几次性衣服。用大成本踩过才得出自己的称心如意的美服，租赁一段时间衣服，很多女孩子会花少钱会找到自己的风格，更能在换季省钱。

环保循环衣服

家家都有旧衣服，这个是千亿市场的生意，环保鼓励闻风者从中掘金，罕有人从用户出发，用户决定市场回收率，现在这个领域是市场回收率不足10%的super蓝海。从环保眼光来看，这无疑是“经世致用”之路。艰难必有效。

二、目标

｜这个方案落地后，要拿到什么样的结果？

收益评估：

业务核心指标：日均GMV**万

品牌传播及用户心智影响： **地区**人群有效率不低于**%，认知转化率不低于*%，品牌美誉度提升xppm；

三、步骤

app开发是第一步，或者在原有的电商平台从小到大铺开业务。

第二步开启租赁新蓝海，引流潮流，由博主直播“美服”换装，大V博主租首月100件“美服”赁期衣服免费，直播超100件，半年租赁期衣服可以免费租赁。

第三步平台倡导“缩衣”过程，整理衣柜等各种解压视频，短时间涨粉。

第四步普通用户参与其中，租赁自己的常服。

第五步扩展电商业务，开卖清洁衣服用品，衣服整理用户，衣柜设计并且走IP路线，把自己塑造成“环保循环美服管理师”，区别于传统用户网购。我希望工作装扮和品牌符号借用“皇帝的新装”。

第五步，分区域，一城市搞完然后另一个城市筹备团队。从小到大铺开。

四、竞品是怎么做的

｜行业里同类产品往年是怎么做的，各有什么优势？

·竞品（往年）是怎么做的，效果怎么样？

我调研几个月，线下二手古着市场、网上二手店、咸鱼、毒物、闲转、旧衣服这个产业链分为下游回收、中游分类、上游销售三个主流环节。沉在下游回收很辛苦，中游体现分类能力，上游就是包装销售。

市场上的流通的旧衣是以吨来回收和售卖的。地域有差异，表现为南北差异。

2022年全国部分地区旧衣服回收统货计算

	A	B
1	北上广深	2400-2800/t
2	江浙沪	2000-2400/t
3	广东广西	2000-2600/t
4	重庆天津	1800-2400/t
5	西安郑州	1700-2000/t
6	东北地区	1500-2000/t

均值2000一吨统货计算，5000w吨的旧衣就是1千亿。而中国人每年被丢弃的旧衣服约有5000w吨，这个数据日益剧增。

旧衣服销售的四个渠道，一：消毒清理后在城乡结合部，工地的二手市场，偏远的村镇市场。往往10r/件销售，低价再进入市场。上海成都是有很庞大且集中的二手旧衣市场的。二：旧衣盲盒，分类打包出口分类至非洲、中南亚经济贫弱的地区。70%的旧衣服出口至非洲，尼日利亚、坦桑尼亚、肯尼亚、加纳，在当地成为“抢手货”。

三：破烂脏的衣服会裁剪加工成拖把、绳子、擦布；无法加工的旧衣服经过特定的设备进行粉碎开松，可以成为大棚园林的保温毯，隔热隔音等供应材料，山东的沂水、潍坊主要就是回收黑料和白布，用于回收再利用；河南的濮阳市专门回收羽绒服，用于加工羽绒棉被、羽绒产品；

四：化学方法处理旧衣服的高分子加工成再次纤维，可以再加工成成衣。聚酯纤维就是再生纤维其中的一种。

变废为宝，何况本身就是宝。新衣，旧衣进行租赁循环就是经过正确的选择，为用户带来极其“价值”的效益，也给企业带来源源不断的经济效益。

五、方案

｜结合自身业务特点及竞品的最佳实践，我们的解决方案是什么？

创意策略

租赁衣服新蓝海，租期低价，用户的日常衣服都是搁置的，减少用户购衣率，提高租赁率，天天租赁换装。

核心创意主题是什么？-就两个字“省钱”

主要的物料是什么？-线下实体店为仓储

要营造什么样的仪式感？-衣服万物互联

传播方案？-口碑，平台倡导“缩衣”过程等解压视频，例如，整理衣柜等

传播的主要策略是什么？-开启租赁新蓝海，引流潮流，由博主直播“美服”换装，大V博主租首月100件“美服”赁期衣服免费，直播超100件，半年租赁期衣服可以免费租赁。小V直播租赁获取免费件数量“美服”

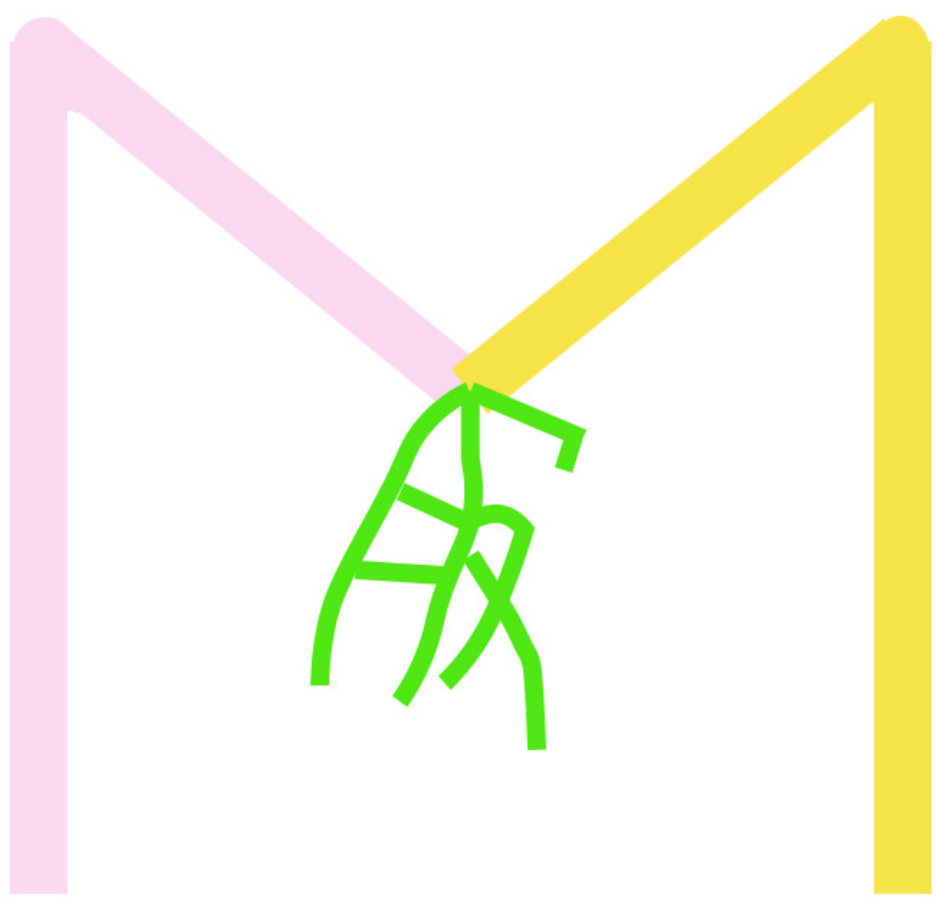
站外宣发怎么做？-直播是突破口

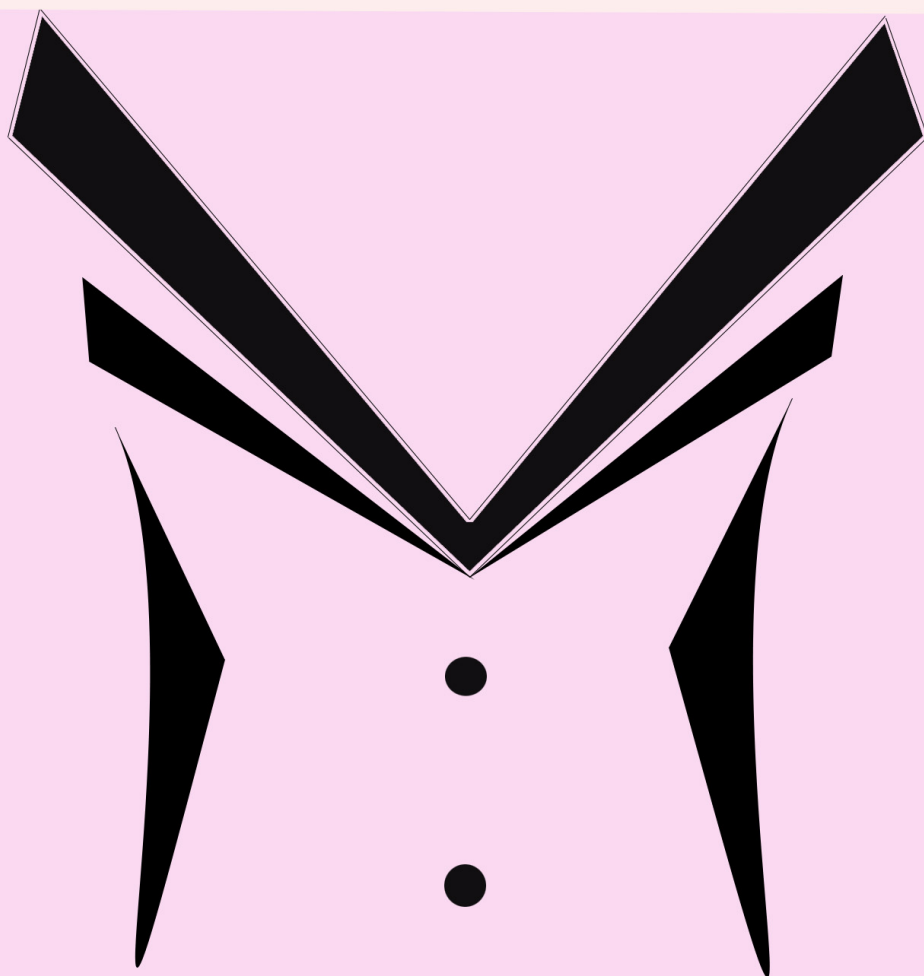
平台内如何策划？-app平台研发、内容和线下（实体店、超市）互联

六、总结

方案框架







美其服