

Submission Form

for

Business Plan

Team Details	
Project Name:	ZLOOP (www.zloop.net:1503)
Name of Leader:	JIN Xinyue
Name of Member:	ZHANG Chenzi
Name of Member:	LIU Long
Name of Member:	DAI Wei
Name of Member:	SHI Changhui



摘要

zloop是一個立足於社區的舊物信息交流網絡平臺。

隨著香港經濟的發展與人民生活水平的提高，城市垃圾過多，生活資源浪費現象越來越嚴重。而現有的垃圾處理方式主要為回收再造，提煉可利用部分，並重鑄成新品。這種垃圾處理方式需要大型設備與場地，電力供應和大量人力資源。

zloop的目的是通過提供舊物再分配的渠道，最終實現資源的最優分配。zloop的競爭優勢在於充分利用了舊物自身價值，減少了重鑄所耗費的人力物力，充分利用雙贏的概念激發用戶參與熱情，並且為廣告商提供了針對性強且費用較低的發布平台。zloop在網站創建初期將營銷人群定位在香港理工大學，隨著網站發展逐漸推廣至香港所有大專院校，且在不同階段製定了針對不同院校社區的營銷策略，力求保證用戶與客戶的穩定增長。

公司有著科學的財務管理制度，收入、費用各項數據嚴格參照相關標準，且基於市場實地考察從而得出，因此數據均真實可信，有很強的說服力。而各項財務指標均表明zloop具有較高回報、較低投入以及高度的可行性與社會責任感，是可盈利並且有著良好發展前景的社會企業項目。

zloop本著謹慎、及時的原則對待投資與風險，在保證管理層控股地位的基礎上與投資方共同進行公司的運營管理，而適時的風險退出機制也保證了投資方的利益，使雙方互利共生，達到雙贏。

在網絡媒體越來越重視個性化，生活化，個人信息與交易安全的時代，zloop緊跟信息技術的發展，以用戶體驗為核心的策略設定，必將引起舊物交換與使用的新潮流，為大眾打造一個雙贏的全新環保模式。

1. 背景

1.1 挑战与机遇

在如今的香港，不斷增加的生活垃圾和不斷減少的堆填區所造成的矛盾，已為整個社會帶來了不容忽視的問題。這些垃圾究竟從何而來？以下案例或許可以提供一些啟示。

〔蘋果日報23/10/2011〕教育學院被揭發勁噉公帑，將學生宿舍由二人房改作三人房增加宿位，把逾百張新淨單人床連床褥，書桌和其他家具當垃圾棄置，全送到堆填區。校方辯稱沒有志願團體回收，但學生踢爆，丟棄家具可以再用。綠色力量總幹事文志森不滿教院浪費資源，丟棄家具，「香港嘅堆填區只有五年壽命，真係好大負擔」。



左圖是香港理工大學學生宿舍的一景，在2011年學期結束之際，很多交換生搬離了宿舍，由於行李空間有限，他們不得不將開學伊始購買的枕頭被褥等生活用品捨棄。由於這些生活用品大多還很新，直接扔進垃圾箱很可惜，但是他們又找不到其他方式處理這些東西，只好將它們堆放在電梯口的紙箱內，希望有需要的同學可以自行認領。這些裝滿生活用品的紙箱已經在電梯口堆放了許久，卻一直無人問津。

通過以上兩個案例我們不難看出，香港的生活垃圾之所以會多到令填堆區的壽命驟減三五年，是因為存在於人們行為方式中的嚴重的浪費現象。為什麼浪費現象在香港這麼嚴重？為什麼教育學院的新淨床褥沒人回收，為什麼理大宿舍裡的八九成新的枕頭被褥無人問津呢？其實原因很簡單，我們不願意使用二手商品！

隨著生活水平的不斷提高，沒有了經濟壓力的驅使，人們也就沒有動力使用二手商品了。很多人寧願多花一些錢買新的，也不願意不花錢用別人用過的東西，更別說花錢買二手商品了。久而久之，人們就在不斷追求新鮮優質商品的過程中積攢了很多仍可以使用的舊物品，這些舊物卻最終逃不過扔了可惜，留著沒用，送人没人要，沒地方放只好扔了的命運。即使有時想買或者想賣二手商品，大多人也因為找不到渠道而放棄。

然而我們也應該看到，在生活水平高過香港的一些歐美髮達國家，使用二手商品，交易二手商品是非常普遍的。所以，使用二手商品的習慣是可以培養的。怎樣培養這種習慣呢，我們在學生身上看到了機會。

首先，學生群體的消費需求很相近，主要集中在書本及生活用品上。書本的更新又很有規律性，主要是在開學初期及學期結束之際。生活用品的更新則主要集中在每年清理宿舍時，這時會有很多很多扔了可惜卻不會再用的東西冒出來讓人不知如何處理，例如前文提到的枕頭被褥，還有一些小家電。這些書本及小家電正是影響及培養大專生使用二手商品習慣的最好切入點。

第二，年輕人很喜歡嘗試新鮮事物，如果使用二手商品可以變成一種時尚方便的生活方式，那對大專生來說無疑將是非常有吸引力的。而年輕人的接受能力又很強，一旦體會到使用二手商品的好處，養成習慣將不再是難事。另外年輕人的影響力又很大，他們養成這個使用二手商品的習慣後必將會把這個好習慣傳遞給他們的家人，工作夥伴，朋友等，到時培養全港人使用二手商品將不再是夢想。

最後，年輕人使用網絡的時間很長。通過網絡這個平台，他們會逐漸接受zloop的環保理念，也會在不經意間影響到其他人。

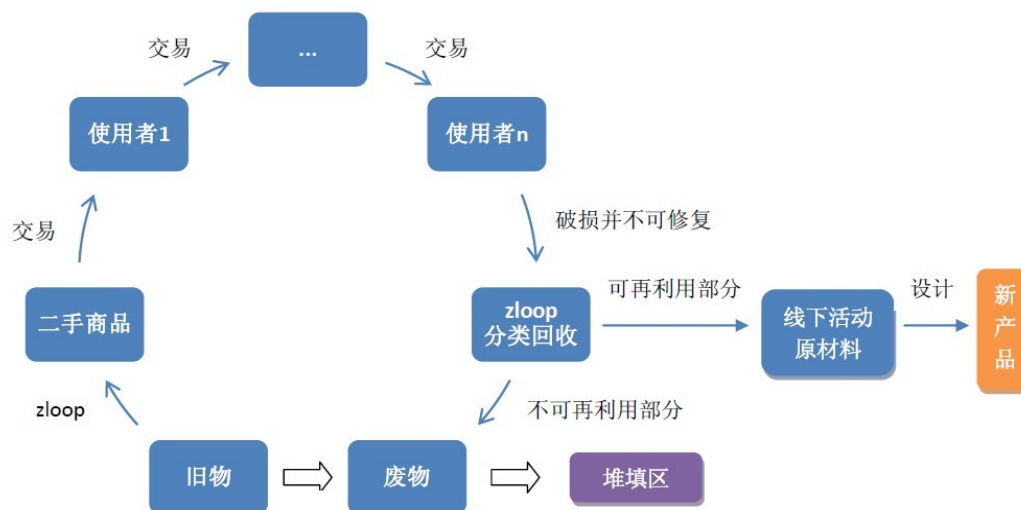
1.2 理念與目標

我們希望，通過提供高效便捷的二手商品信息交流平台，讓你的廢物變成我的寶物，從而達到培養使用二手商品的習慣，減少廢物產生，提高舊物再利用的目的。同時藉此網絡交流平台並輔以各式各樣的線下活動，讓人們在分享舊物的同時更有機會分享自己的環保經驗或理念，發起環保活動，在傳達“舊物潮用”的理念的同時，增強使用二手商品這一習慣的影響力。

Loop，中文即“圈”，我們希望通過zloop在人們的生活中建立兩個“圈”。

第一個圈是舊物的循環利用圈。我們鼓勵用戶將自己的閒置物品上傳到zloop，讓自己的無用之物有再被利用的機會，此為循環利用圈之始。同時我們鼓勵有購買需求的用戶在zloop上找到需要的二手商品，獲得併使用此物品，如若不再有使用需求，再通過zloop傳遞給下一個使用者，以此建立起針對每個舊物的循環利用圈。通過建立舊物的循環利用圈，我們提供給這些一旦被丟棄便會成為廢物，造成環境污染的舊物一個再被利用的機會，從源頭上減少了資源的浪費，並減少了廢物的產生。

除了創建一個舊物的循環利用圈，zloop也將在現有廢物處理體系中佔據一席之地。



如上圖所示，zloop的出現不但延長了物品的使用時間，延緩了舊物變成廢物進而棄置於堆填區的時間，服務了更多的使用者，還通過回收及再創造的過程加入設計元素，賦予本應該退出生活舞台的物品時尚的元素，讓它們能夠以嶄新的姿態重新被人們使用。

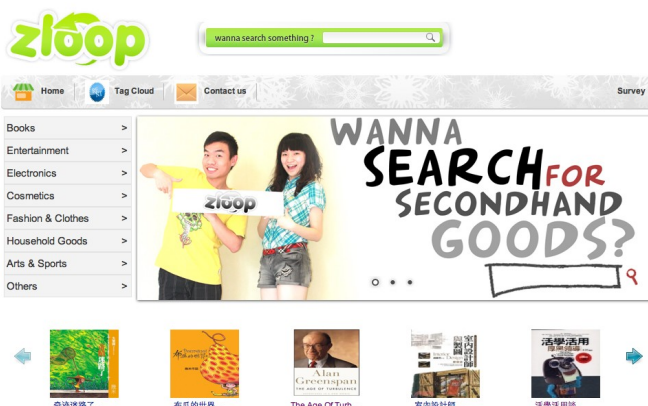
第二個圈是使用舊物的文化圈。除了在網上交流舊物信息，交流環保理念外，我們還會與學校，宿舍，設計單位，慈善組織等合作，定期不定期組織一些不同規模的線下活動，通過比賽，工作坊等形式宣傳“舊物潮用”這一理念，讓大專學生通過親自動手的活動，親身體驗使用舊物的樂趣與價值，認可並傳遞我們的理念，養成使用舊物的習慣，影響他人加入使用舊物的隊伍中來。最終讓使用舊物成為全港人的習慣，在香港形成一

個以使用舊物為主題的文化圈。

2. 项目综述

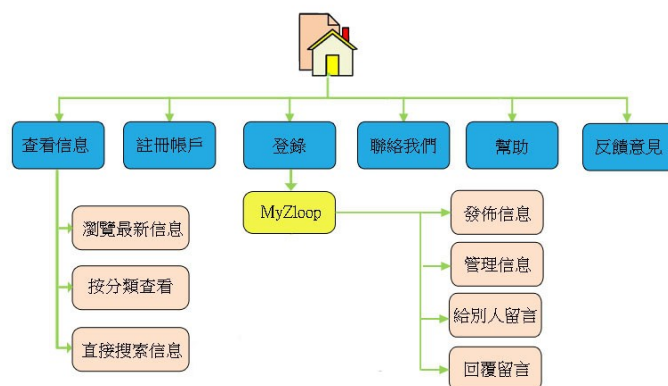
zloop 是個立足於香港各大高校，個性化、多元化的信息交流平台，輔以多種多樣的既有娛樂性質又有教育意義的線下活動。在設計 zloop 網站及線下活動時，我們認真分析了服務對象的需求並參考了多個現有的二手交易網站，設計網站時時刻將創新及“去商業化”銘記於心，設計線下活動時將學生及環境利益置於首位，旨在創辦一個時尚、便捷的網站，最終達到學生、環境、zloop 三贏的局面。

2.1 網站基本功能



在網站的用戶界面方面，為了使用戶不產生排斥心理和厭惡情緒，zloop 採用了“去商業化”的界面風格，頁面乾淨友善。其次，zloop 選用較鮮明和活潑的顏色，符合年輕人的喜好。

在網站的基本功能方面，zloop 採用大家所熟知並且廣泛接受的會員制。在註冊為會員並登錄後，用戶便可以進行發布，管理信息，留言等一系列操作。



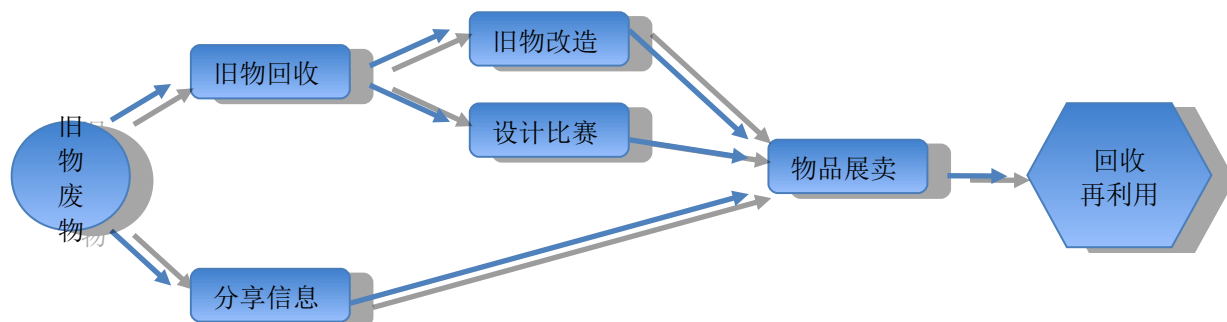
2.2 網站亮点功能

- a. zloop 提供类似 SNS 的关注功能，关注后用户可以轻易得知被关注人发布的信息；用戶亦可以自主創建小組，連結有類似需求的用戶，以方便互相得知信息、加快交易，或討論大家共同關注的話題
- b. 发布物品信息时，为方便用户提供物品的照片，系统会自动根据物品的名字，利用 google 引擎搜索网上的图片供用户选择，省去了用户自己照相、再上传的繁琐过程
- c. Facebook, Twitter 等著名社交网站的用户可以不必注册，直接用自己社交网站的账号即可登录 zloop，省去了注册和认证的繁琐过程，方便用户使用
- d. 网站上的每个物品都有一个 **status**，在物品信息刚发布时为 **active**，一个月后变为 **inactive**，借以提醒有兴趣的买家该物品可能无法成功买卖，以此来防止发布信息的人在卖出该物品之后仍将信息留在网站上。发布信息的用户在 **status** 转变的时候会收到邮件提醒，如果他确实想继续卖这个物品，他便可以一键重新 **activate** 该物品。
- e. 网站上安排了一些特殊的板块。如交换专区，专门供大家互相以旧换旧，而不是买卖；旅行纪念品专区，专供大家分享、展卖或者交换旅行时带回来的纪念品；低价甩卖区，专为想要迅速处理掉旧物的用户而设，让他们以低价尽快卖出旧物；分享专区，专门给用户分享自己的物品，或者分享身边有趣的事情以及心得等等。

2.3 線下活動

為了體現zloop的差異性和專業性，zloop決定在初期開展以下線下活動。目的是推廣“舊物潮用”的校園文化，從而讓網站真正融入學生日常生活當中並且從中得到樂趣與實惠，為網站打造堅實的初期用戶群。

[線下活動的設計靈感，來自於對香港理工大學學生宿舍居民的長期觀察與調研，並且得到了宿舍管理組，理工大學設計學院梁町教授的支持與肯定。]



2.3.1. 定期低價回收有價值舊物廢物—‘回收站’

概述：‘回收站’活動目的是幫助宿生處理自己無法處理或不想自己處理的舊物與廢物。並且在活動中採集用戶意見，宣傳網站。同時，為‘舊物大變身’等一系列工作坊做物質與人力的準備。專門針對時間精力有限，對金錢不敏感或者即將離開宿舍的同學。

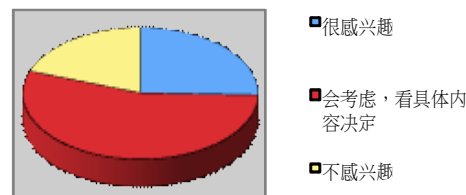
可行性分析：網上登記與計算機自動匹配價錢不需要人力物力，並且增大了用戶的自主性與靈活性。初期的回收活動集中於學生宿舍，用戶集中且回收物品質量較高，為物流提供極大便利。回收價格參照廢品收購價，回收價格低廉。

2.3.2. 舊物改造工作坊—‘舊物變身’

概述：‘舊物變身’工作坊的目的是為學生提供自主製作手工製品的機會。初期，場地由學生宿舍提供，專業指導由設計系教授與學生提供。此活動推動了宿舍環保文化的發展，並且讓學生親身體會到‘舊物潮用’的樂趣。同時為‘我型我show’展賣活動提供資源

用戶調查：香港理工大学学生对此类工作坊兴趣的抽样调查

可行性分析：在對55個學生的抽樣調查中，超過80%的人表示會參加。我們根據用戶反饋，將在工作坊形式與內容上作出不斷的創新，與更多的專業設計師合作，提高工作坊的趣味性。



2.3.3. 舊物大賣場—‘Mega Sale’

概述：在學生舊物買賣活躍的時期，舉行大型室內展賣會，物品類型集中與書本與日

常用品。此活動目的在於宣傳zloop網站，並且當場為未賣出的物品進行註冊登記。

可行性分析：我們將與學生社團（如，內地學生協會，青青舍）合作，充分利用他們往年舉辦活動的經驗。zloop網站將為此活動進行宣傳，並且幫助準備階段的在線登記與註冊，力求擴大'Mega Sale'的影響力與影響範圍。

2.3.4 工作坊作品展覽活動 - '我型我show'

概述：通過zloop網頁展示區，分享同學們的見聞，創意與作品。幫助展示與售賣工作坊製作的物品。目的是讓學生在獲得製作樂趣的同時，亦可得到部分金錢的回報與社會的認可，激發學生環保製作熱情，同時突出網頁的核心價值 - 自由與分享。

可行性分析：採用雙贏（win-win）的策略，增大用戶參與的積極性。讓用戶通過blog的形式進行自我宣傳，大大減少了宣傳開支。同時增加潛在用戶，讓zloop的影響範圍從學生擴展到其家人與朋友。

2.3.5 學生舊物設計比賽 - 'Inter-hall design competition'

概述：由設計系教授發起，由zloop提供宣傳與展示平台，由宿舍管理組發出號召，在各個社堂之間舉行大型設計挑戰賽。在為期2個月的比賽當中，設計系教授與學生將定期舉行分享會，提供專業指導。完成的作品將被展示於公共場所，優秀作品將被合作企業售賣。作品售賣與展示所得盈利資金部分將用於挑戰賽獎品設置。



用废弃 banner 做成的 living pixel lamp

3. 服務對象分析

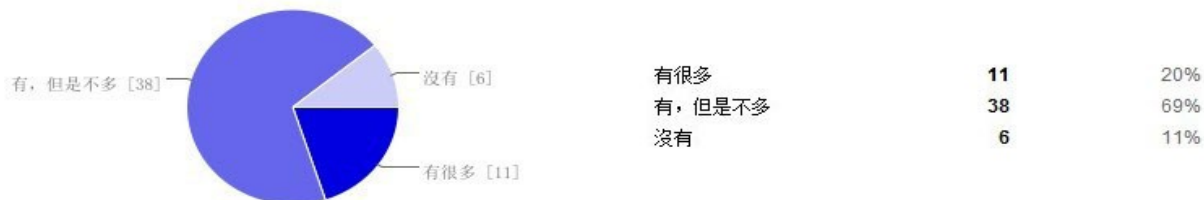
zloop的服務對象是香港的大專生。學生是一個年輕活躍的群體，平時上網的時間非常多，所以更喜歡在網上搜索和發布信息。而且學生沒有穩定高額的收入，更願意買便

宜的商品。同時，由於他們的年齡和教育背景等條件都十分相似，他們通常會有非常類似的需求，比如某一個科目的教材和參考書等。更重要的是，他們幾乎每天都要來到同一個地方，也就是學校，所以同一所學校的學生交易起來非常方便。

為了更準確地了解大專生的需要和意願，我們進行了隨機抽樣的採訪和問卷調查。我們隨機採訪了五位本地大專生，詢問了關於使用和處理舊物的途徑，以及舊物類別的問題。採訪之後，我們對大家使用舊物的現狀、態度和立場有了大致的了解。為了使信息更具有普遍性和代表性，我們根據採訪的結果製作了電子問卷（見附錄），並以理大學生為主要對象收集信息。問卷在校園以及社交網站上隨機發放，最終收到55份有效回復，本地與非本地生比例為9:1。以下是對調查結果的分析。

1) 舊物的產生和需求

在每個學期末，你是否有許多可再利用（無需加工即可再用）的舊物需要處理掉，如教材，Notes，電子設備等？



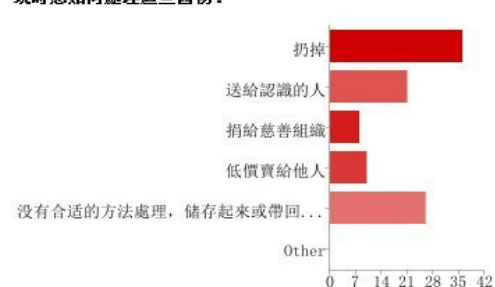
您是否願意購買低價二手商品？



上面的圖表顯示，89%的被調查者表示有可再利用的舊物要處理掉，甚至有20%的人表示有很多。而與此同時，有高達95%的被調查者表示願意購買低價二手商品。可見舊物的產生量是很高的，同時需求也是普遍存在的。

2) 處理和購買舊物的途徑

現時您如何處理這些舊物？



扔掉	36	73%
送給認識的人	21	43%
捐給慈善組織	8	16%
低價賣給他人	10	20%
沒有合適的方法處理，儲存起來或帶回家，留到以後再處理	26	53%
Other	0	0%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

當您想要購買二手物品時，您通常通過什麼途徑找到賣二手商品的信息？



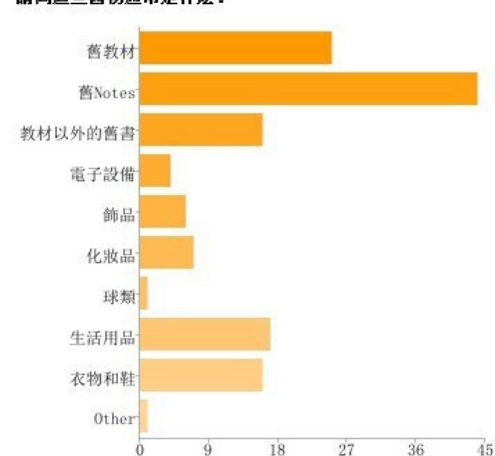
沒有合適的途徑	19	37%
交易網站，如雅虎拍賣等	15	29%
社交網站，如facebook等	9	17%
朋友間的口頭相傳	28	54%
直接去二手市場逛逛	10	19%
Other	1	2%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

在處理舊物方面，73%的人選擇扔掉舊物，53%的人沒有途徑處理舊物。同時，在尋找舊物信息的途徑方面，多數人是靠“朋友間的口頭相傳”這種沒有穩定可靠的信息來源的途徑。可見，無論是處理舊物還是購買舊物，大家都沒有有效的途徑。

3) 需要處理和願意購買的物品類別

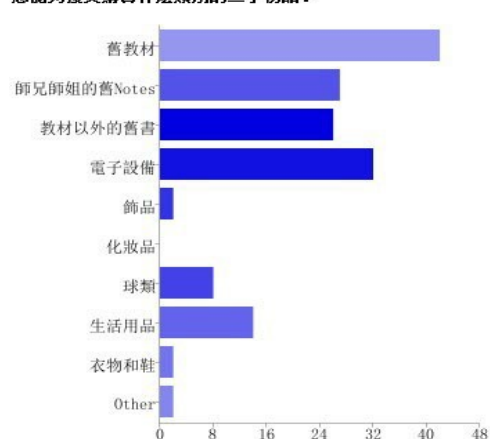
請問這些舊物通常是什麼？



舊教材	25	51%
舊Notes	44	90%
教材以外的舊書	16	33%
電子設備	4	8%
飾品	6	12%
化妝品	7	14%
球類	1	2%
生活用品	17	35%
衣物和鞋	16	33%
Other	1	2%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

您能夠接受購買什麼類別的二手物品？



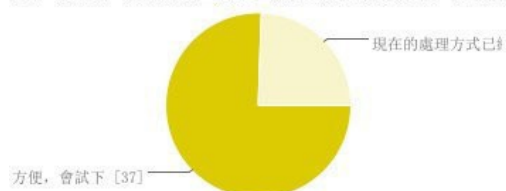
舊教材	42	81%
師兄師姐的舊Notes	27	52%
教材以外的舊書	26	50%
電子設備	32	62%
飾品	2	4%
化妝品	0	0%
球類	8	15%
生活用品	14	27%
衣物和鞋	2	4%
Other	2	4%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

從以上的圖表可以看出，大家想要處理掉的物品和願意購買的物品種類是基本相同的，其中都是以書籍和notes最多，並且有很多的生活產品。可見，舊物產生和需求的種類是基本對應的。

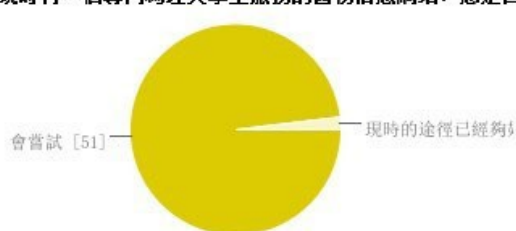
4) 使用網站處理和購買舊物的意願

如果現時有一個專門為理大學生服務的舊物信息網站，您是否願意以匿名方式將自己的舊物信息post到上面，以找到有需要的人，把舊物賣或者送給他？



聽起來很方便，會試下	37	67%
現在的處理方式已經夠方便，會試下	12	22%

如果現時有一個專門為理大學生服務的舊物信息網站，您是否願意在上面尋找您所需的舊物信息？



會嘗試	51	93%
現時的途徑已經夠好，不會嘗試	12	22%

以上的結果顯示，如果有一個專門為理大宿生服務的舊物信息網站，多數宿生都是願意嘗試在上面處理舊物以及尋找舊物信息的。可見zloop的理念迎合了宿生的廣泛需求，可以得到比較好的反響。

從以上的調查結果可以看出，在理大宿舍內，想要處理掉舊物和願意買便宜舊物的人都很多，但是他們中多數找不到穩定的買賣信息來源，造成了舊物的浪費。 zloop 在這種情況下為買賣雙方搭建了一座橋樑，使交易變得可能，減少了浪費。

4. 競爭對手分析

在現存的二手商品及舊物的流通渠道中，被較多使用的有兩種，即舊物市場及網絡舊物流通平台。

舊物市場，顧名思義，即以舊物為主要商品的實體市場，提供者需把物品帶至指定地點，而收購者亦需至指定地點完成交換。由於交易方式不靈活而帶來的不便，使舊物市場實際上成為服務於兩個特殊需求的群體，一個群體是專業的舊物賣家，他們低價收購，高價賣出，並從中漁利，另一個群體則是生活水平比較低的人，他們只想花盡可能少的錢去買舊東西來用。

至於網絡舊物流通平台，亦可分成三類，即二手信息交流類網站，舊物買賣網站，及以物換物為主題的網站。

香港近些年已經出現了成熟的二手信息交流類網站，舊物買賣網站，而自 2005 年起，中國出現了很多的換物網站，不過因為模式存在天生缺陷，多已結束運營。這類網站扭曲了人們的原始需求，很多人對待舊物的態度只是想把這個東西處理掉，並沒有想著一定在當時要換回某個具體的東西；其次以物易物是一個“雙向匹配”的過程，雙向匹配就要雙方都滿意，因此合適的概率就注定會非常低，交易也很難達成。以下為幾個主要香港二手交易類網站的特點比較。

	雅虎拍賣-香港 hk.auctions.yahoo.com	香港二手站 2-hand.info	環境保護署-二手物品交易平臺 wasteexchange.wastereduction.gov.hk
建立時間	1998 年	2008 年	2007 年

月訪問量 (Unique IP)	1999 [*]	406 [*]	因太少而無法得到
特點	服務範圍為全香港，新舊皆可交易，線上或線下支付，類別豐富，可以開店鋪；商業性質，有很多廣告	論壇式模板，除了二手信息外還有大量其他冗雜信息，如遊戲、體育等；線下交易，新舊皆可	服務範圍為全香港，可以分地區搜索，可以買賣或贈送，只針對舊物，分類豐富，線下交易，非商業性質

* 數據來源於 *compet.e.com*

相對傳統實體交易市場與香港現存二手舊物交流網站，zloop 的最大特點就是結合了兩者的優勢，我們首先利用網絡平台的方式提供信息，讓用戶足不出戶便可進行瀏覽與選擇；而我們又推崇交換或買賣雙方實行線下交易，降低交易風險，提升交易體驗；年輕人相似的需求特點與分站用戶間相近的地理位置，在大大增加了網站實用性的同時又充分解決了交易方式麻煩的問題。由此可見，zloop 將為香港二手交易市場帶了一份鮮活力量。

5. 盈利方式

作為一個崇尚 UGC 模式 (User Generated Content) 的全開放網絡交流平台，zloop 結合了信息分類型網站與 web2.0 時代 SNS (Social Network Service) 網站的突出特點。用戶可以完全按照自己的喜好來定制內容，同時也是網站核心內容的製造者與傳播者，他們在為網站創造核心價值的同時催生出用戶創造市場 (User Generated Market)，也為 zloop 創收盈利的提供了基礎條件。

因此，zloop 將首推免費信息分享模式以迅速創建穩定用戶群，以創造注意力規模效應，其值的最直觀表現即為可觀的廣告費用及網頁版面收入，另外，不斷增加的增值服務及特有服務亦將以此規模效應為依托，為網站帶來更多的後續商機。

商家為何選擇 zloop 來投放廣告？原因有三：

首先，zloop 將以各大院校為基礎，以點的方式將業務逐漸擴展至香港各大院校大專生群體，所以各分頁的主要用戶可以被看做是一個擁有相同的地理位置，並具有相對集中需求特點的群體。商家可選擇性的在各分頁精準投放廣告，亦可在所有分頁全面投放廣告以覆蓋整個大專生群體。因此，zloop 為以青年群體或其聚集社區為市場目標的廣大商家提供了一條優質營銷渠道。

其次，zloop 將提供多種廣告投放方式以供商家選擇，亦將以靈活多變的方式進行收費。對於廣告的投放價格及主推方式，zloop 也將為商家提供更為廣闊的選擇空間。收費周期將以周計算，以適應商家靈活的市場策略；整體價位也將隨學期週期靈活變動，以適應學生群體的消費特點。

网幅广告 (banner)

最常见网络广告模式，将GIF、JPG、Flash等图象文件，定位在网页中以用来表现广告内容，可为静态、动态或交互式。多以千人印象 成本收费。
zloop各分页皆提供陈列服务，商家可选择性在各分页陈列不同内容，以达到精准宣传效果。



推荐式广告 (Recommendation Advertising)

zloop首推的廣告模式，其特點為低騷擾性(Low Harassment)，高準確性。通過將內容定位廣告(Contextual Targeting Advertising)原理進行優化，用戶登陸後並不會直接暴露于廣告之中，只有當需要者進行搜索后，或提供者所列物品沒能很快找到需求者時，按照關鍵字篩選過的推薦式廣告便會出現在搜索頁面右側，或以郵件的方式發送到提供者的电子邮箱當中。此类广告将把为zloop用户提供更多的选择，提高网站实用性。

通过此类广告，zloop的潜在合作对象将大大扩展，不仅物品提供商可选择zloop投放广告，物品回收商亦可通过zloop来寻找客户，另外，zloop亦可通过此类广告与电子商务类网站合作，通过订单返利 (cost per sales) 的方式进行盈利。



電子優惠券廣告 (Electronic Coupons Advertising)

作为新兴电子商务形式，電子優惠券在香港已成為一種廣泛使用的網絡宣傳手段，其特點為可短期内迅速强化特定區域消费者(Selectively Target Regional Market)的购买行为。對於价格敏感度(Price Sensitive)較高，娛樂類消費較大的大專生群體來說，電子優惠券也更具有吸引力。

Zloop将利用其用戶地理位置集中的特點，將此类广告主推至為校園周邊商家及食肆，
为其提供絕佳的優惠券的投放渠道以达到短期速效宣传效果。

最後，zloop為商家提供了一個良好的互動營銷平台，其以地理位置為基點的網站架構，為投放低成本，地域性強，高速啟動且收效快速的互動式營銷廣告提供了可能。商家可通過這個平台開展各式各樣線上互動營銷活動，從而讓指定校園群體快速了解最近的最新的營銷活動，為廣告商帶來最快最實際的促銷效果。

由於zloop具有SNS網站特點，利用現有用戶群開發更多增值服務價值必將成為網站贏利模式的主要發展方向。美國KPCB風險投資公司合夥人John Doerr最近提出了一個全新的產品概念：SoLoMo模式，即結合Social（社交化）、Local（本地化）和Mobile（移動化）。zloop受此啟發，將未來盈利模式進一步定位為：

1）通過不斷完善社交化功能，匯聚人氣，保持穩定用戶群，為增添更多增值服務創造基礎條件。

2）利用其用戶地理區域性準確的特點，嘗試開發LBS服務(Location Based Services)，包括為LBS廣告提供平台，為此，zloop的IOS及andorid系統應用已在開發當中，不久後就將投入使用。

3）將更多量身定做的本地服務用通過zloop網頁提供給註冊用戶，結合線上線下，讓zloop發展成用戶身邊的全方位服務平台，更多商機將隨之而來。

6. 财务分析

1. 公司成立：融资 20 万，第一季度将 12.3 万启动资金用于购买服务器，建设网站以及宣传。

2. 公司成长：前期着重网站建设，广告宣传和市場培养，支出远超盈利，净收入为负；中期基于用户数量的增长，广告和物品产生的利润与支出相抵，在 2014 年初将达到收支平衡；后期市场已经成熟，建立庞大稳定的用户群，收入大幅上升，开始进入盈利阶段。

3. 收入分析：从 2012 年至 2013 年初，因用户数量不够，广告收入很少。但在 2014 年，因全年提供广告服务，与 2013 年相比广告收入有很大增长。而在 2015-2016 年，用户数量增长放缓，但是基于广告投放精确性的提高，收入依然有可观增长。

4. 支出分析：公司创建初期，投入大量资金用于开发网站，开拓市场，成立手工坊；中期则主要维持公司基本运作，无需扩大支出；后期当运营模式成熟，市场需求增加，广告投放用户数量增多，广告制作和手工坊成本则相应增加。

7. 阶段性推广策略与发展计划

根據不同階段zloop的發展特點，與不同推廣策略與市場營銷方式的優勢劣勢，我們在網站發展的三個階段分別制定了獨特的內容與計劃。

a. 不同發展階段的網站特點

Alpha階段：主要開銷集中於網站的建設，沒有收入，用戶非常集中，用戶調查充分

Beta階段：主要開銷用於開展線下活動，收入開始增加，用戶較為集中

擴張階段：用戶數量與網站規模急劇增長，資金流動快，需要更加合理的團隊管理模式

b. 不同宣傳模式的特點：

口碑相傳	花費少，需要用戶之間頻繁接觸溝通
與學校和學生組織合作宣傳	花費少，容易取得用戶信任，得到即時用戶反饋，充分利用學校資源
廉價小範圍廣告	吸引針對年輕人的中小型商家
網絡病毒式宣傳	缺乏用戶信任度；但可以做到即時遠程與用戶溝通，信息傳播範圍廣，速度快，宣傳費用低廉
雙贏宣傳模式	以物質或精神獎勵，刺激用戶為自己的個人 blog 或文章進行宣傳，從而達到網站整體知名度的提高。活動設計必須貼和用戶需求才能達到宣傳效果，設計難度高；但執行難度小，宣傳成本低，宣傳效果好
名人宣傳	邀請並幫助社會影響力大的公共人士樹立良好的社會形象，利用其社會影響力，吸引普通用戶圍觀。宣傳費用高，影響力大
校園內部宣傳	宣傳活動針對性強，費用低，用戶反饋及時可靠；宣傳活動設計難度較高，影響力有限



8. 總結

對於青年一代來說，環保一直是一個相對枯燥的概念，因為沒有迫切地體會到資源的加速消耗，所以並沒有很強烈的動力加入到諸如省水省電省煤氣的環保行動中。舊物，作為一種用過的商品，因為與資源之間的間接關係，一直以來都沒有被大規模地囊括在環保主題的活動中。對於青年一代來說，“新三年舊三年縫縫補補又三年”這種勤儉節約的生活理念早已經不適用了，舊物或二手商品本早已成為過時的代名詞了，避之唯恐不及更別說購買並持續使用了。因此，將崇尚時尚，追趕潮流的青年群體和一直未被人群關注的舊物鏈接起來就是zloop的使命。 zloop的出現讓環保成為近在咫尺的事情，只要輕點鼠標便已經為環保做出了貢獻，同時zloop也讓環保成為一件時尚的事情，在虛擬的網絡平台遇見現實中的人和物，交流心得交換舊物，收穫一單物品的同時更收穫一份友情；在設計學院老師及同學的幫助下，讓原本黯然失色的舊物煥然新生，當一次設計師，收穫一份成就感。 zloop關注校園，希望這個平台能讓全港大專生暢談夢想，在推動環保理念的普及方面做出一份貢獻。

附錄 1: Survey on PolyU students' disposal and use of old articles

Please spare two minutes of your precious time to finish this questionnaire. Your help is much appreciated.

Disposal of old articles

1. Every semester, do you have reusable old articles (can be used without reprocessing) to dispose, such as textbooks, notes and electronic devices?

在每個學期末，你是否有許多可再利用（無需加工即可再用）的舊物需要處理掉，如教材，Notes，電子設備等？

- **Yes, I have many.** 有很多 (Go to question 2)
- **Yes, but not many.** 有，但是不多 (Go to question 2)
- **No.** 沒有 (Go to question 6)

2. What are these old articles generally?

請問這些舊物通常是什麼？

- | | | | |
|--|---------|---|------|
| <input type="checkbox"/> Textbooks | 舊教材 | <input type="checkbox"/> Cosmetics | 化妝品 |
| <input type="checkbox"/> Notes | 舊 notes | <input type="checkbox"/> Balls | 球類 |
| <input type="checkbox"/> Books other than textbooks | 教材以外的舊書 | <input type="checkbox"/> Articles of daily use | 生活用品 |
| <input type="checkbox"/> Electronic devices | 電子設備 | <input type="checkbox"/> Clothes and shoes | 衣物和鞋 |
| <input type="checkbox"/> Ornament | 飾品 | <input type="checkbox"/> Other: | 其他： |

3. How do you deal with these old articles?

現時您如何處理這些舊物？

- ☐ **Throw them away.** 扔掉
- ☐ **Give to someone I know.** 送給認識的人
- ☐ **Donate to a charity organization.** 捐給慈善組織
- ☐ **Sell to others at a low price.** 低價賣給別人
- ☐ **No proper way to deal with them. Take them home or store them up for future disposal.**
沒有合適的方法處理，儲存起來或帶回家，留到以後再處理
- ☐ **Other:** 其他：

4. If there was a second-hand information website serving for PolyU students exclusively now, would you like to post the information of your old articles onto this website to find someone who needs them?

如果現時有一個專門為理大學生服務的舊物信息網站，您是否願意以匿名方式將自己的舊物信息 post 到上面，以找到有需要的人，把舊物賣或者送給他？

- **It sounds very convenient. I'll try it.**
聽起來很方便，會試下 (Go to question 5)
- **The current ways of disposing the articles are good enough. I'll not try it.**
現在的處理方式已經夠好，不會嘗試 (Go to question 6)

5. What kinds of old articles would you like to sell on a website like this?

你會嘗試在這樣的網站上 post 什麼類型的舊物的信息？

- | | | | |
|--|---------|--|------|
| <input type="checkbox"/> Old textbooks | 舊教材 | <input type="checkbox"/> Electronic devices | 電子設備 |
| <input type="checkbox"/> Old notes | 舊 notes | <input type="checkbox"/> Ornament | 飾品 |
| <input type="checkbox"/> Books other than textbooks | 教材以外的舊書 | <input type="checkbox"/> Cosmetics | 化妝品 |

- | | | | |
|---|------|---|------|
| <input type="checkbox"/> Balls | 球類 | <input type="checkbox"/> Clothes and shoes | 衣物和鞋 |
| <input type="checkbox"/> Articles of daily use | 生活用品 | <input type="checkbox"/> Other: | 其他 |

Use of old articles

6. Are you willing to buy cheap second-hand goods?

您是否願意購買低價二手商品？

- ☐ **Will consider it. Depends on what kind of goods they are.**
會考慮，具體要看是什麼物品 (Go to question 7)
- ☐ **Will never consider it.** 絕不會考慮 (Go to question 11)

7. What kinds of second-hand goods can you accept to buy?

您能夠接受購買什麼類別的二手物品？

- | | | | |
|--|---------|---|------|
| <input type="checkbox"/> Old textbooks | 舊教材 | <input type="checkbox"/> Cosmetics | 化妝品 |
| <input type="checkbox"/> Old notes | 舊 notes | <input type="checkbox"/> Balls | 球類 |
| <input type="checkbox"/> Books other than textbooks | 教材以外的舊書 | <input type="checkbox"/> Articles of daily use | 生活用品 |
| <input type="checkbox"/> Electronic devices | 電子設備 | <input type="checkbox"/> Clothes and shoes | 衣物和鞋 |
| <input type="checkbox"/> Ornament | 飾品 | <input type="checkbox"/> Other: | 其他 |

8. For what kinds of second-hand goods will you consider second-hand ones first instead of new ones?

什麼類別的物品會讓您先考慮購買二手的不是新的？

- | | | | |
|--|---------|---|------|
| <input type="checkbox"/> Old textbooks | 舊教材 | <input type="checkbox"/> Cosmetics | 化妝品 |
| <input type="checkbox"/> Old notes | 舊 notes | <input type="checkbox"/> Balls | 球類 |
| <input type="checkbox"/> Books other than textbooks | 教材以外的舊書 | <input type="checkbox"/> Articles of daily use | 生活用品 |
| <input type="checkbox"/> Electronic devices | 電子設備 | <input type="checkbox"/> Clothes and shoes | 衣物和鞋 |
| <input type="checkbox"/> Ornament | 飾品 | <input type="checkbox"/> Other: | 其他 |

9. When you want to buy some second-hand goods, how do you find suppliers?

當您想要購買二手物品時，您通常通過什麼途徑找到賣二手商品的信息？

- | | |
|--|-----------------|
| <input type="checkbox"/> No proper ways. | 沒有合適途徑 |
| <input type="checkbox"/> On auction and shopping websites, e.g. Yahoo!Auction | 交易網站，如雅虎拍賣 |
| <input type="checkbox"/> On SNS's, e.g. Facebook | 社交網站，如 Facebook |
| <input type="checkbox"/> Through friends' oral delivery | 朋友間的口頭相傳 |
| <input type="checkbox"/> Go to second-hand market directly | 直接到二手市場逛逛 |
| <input type="checkbox"/> Other: | 其他 |

10. If there was a second-hand information website serving for PolyU students exclusively now, would you like to search for the second-hand information you need on this website?

如果現時有一個專門為理大學生服務的舊物信息網站，您是否願意在上面尋找您所需的舊物信息？

- ☐ **Will try.** 會嘗試 (Go to question 12)
- ☐ **The current ways of finding second-hand supplies are good enough, so I will not try it.**
現時的途徑已經夠好，不會嘗試 (Go to question 12)

11. What is/are the reasons why you do not buy second-hand goods?

您不購買二手商品的原因有哪些？

- ☐ **It's difficult to guarantee a good quality.**
質量難以保證
- ☐ **No convenient way to find supplies.**
沒有方便的途徑找到賣二手商品的信息
- ☐ **It's difficult to find a second-hand article that suits me very well.**
很難找到適合自己的二手物品
- ☐ **It disgraces me to use a second-hand article.**
使用二手物品有損形象
- ☐ **I worry about the safety of transaction.**
擔心交易的安全性
- ☐ **The bargaining process is troublesome.**
討價還價麻煩
- ☐ **The transportation is inconvenient (e.g. transportation time is long)**
運輸過程可能很麻煩（運輸時間長等）
- ☐ **Other:**
其他：

About the workshop

12. If someone regularly came to your room and collected your old articles at an extremely low price, would you like to get rid of your old articles that you have no ways to dispose in this way?

如果有人定期到您的房間以極低價格回收舊物，您會不會願意將自己已經無法處理的舊物以這種方式處理掉？

- ☐ **Yes.** 願意
- ☐ **No.** 不願意
- ☐ **Other:** 其他：

13. If there was a workshop where participants were taught how to process old articles into usable new ones, would you participate?

如果在 PolyU 有將舊物加工製作成新的生活用品（如桌椅等）的 workshop，您會不會願意參加？

- ☐ **Yes, I would.**
會參加 (Go to question 14)
- ☐ **I would consider it, and decide after I see the details about the workshop.**
會考慮，要看看具體內容再決定 (Go to question 14)
- ☐ **No interests in this kind of workshops.**
對此類 workshop 不感興趣，不會參加 (Skip question 14)

14. Are you willing to sell the articles you made in this workshop?

你是否願意出售自己在這個 workshop 里製作成的物品？

- ☐ **No. It is more meaningful to keep it myself.**
不願意，還是自己留著有意義
- ☐ **No. I will not spare any time on dealing with it.**
不願意，不會把經歷花費在這上面

☐ **Yes, but it is difficult to find a buyer; if someone sold it for me and we shared the profit, I would be willing to sell it.**

願意，但是很難找到買家；如果有人幫賣，並且自己可以得到分成，會很願意去賣

☐ **Yes, I will sell it myself.**

會考慮自己去賣

☐ **Other:**

其他：

Personal particulars

Where are you from?

☐ **Local**

☐ **Non-local**

What is your year of study

☐ **Foundation Year**

☐ **Year 1**

☐ **Year 2**

☐ **Year 3 or above**

What is your gender?

☐ **Male**

☐ **Female**

☐ **Exchange**

☐ **Postgraduate**

☐ **Other:**

附錄 2：財務數據

2.1 第一季度起始成本

	第一季度	
网站建设费用		
域名与服务器费用	20,000.00	
研发费用	50,000.00	
总网站建设费用		70,000.00
网站维护费用		5,000.00
宣传费用		
宣传材料费用	5,000.00	
宣传短片费用	10,000.00	
公关费用	3,000.00	
其他费用	10,000.00	
总宣传费用		28,000.00
旧物改造工作坊费用		5,000.00
旧物设计设计比赛费用		10,000.00
人工费用		-
场地租用费用		2,000.00
杂费		3,000.00
总费用		123,000.00

2.2 利润表

zloop Co.ltd
利润表
从 2012 年 3 月 1 日至 2013 年 3 月 1 日

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
收入				
广告收入				
推荐式广告	-	-	-	-
陈列式广告	-	-	-	-
电子优惠券广告	-	-	-	-
总广告收入	-	-	-	-
旧物作品销售收入				
小型物品	-	-	-	-
大型物品	-	-	-	-
总旧物作品销售收入	-	-	-	-
总收入	-	-	-	-
支出				
广告成本				
推荐式广告	-	-	-	-
陈列式广告	-	-	-	-
电子优惠券广告	-	-	-	-
总广告成本	-	-	-	-
旧物作品成本	15,000.00	-	-	-
宣传费用	28,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
人工费用*	-	-	-	-
场地租用费用	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
杂费	3,000.00	-	-	-
网站维护费用	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
折旧费用**	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
总支出(除税)	56,500.00	15,500.00	15,500.00	15,500.00
税前利润	(56,500.00)	(15,500.00)	(15,500.00)	(15,500.00)
营业税***	-	-	-	-
净利润	(56,500.00)	(15,500.00)	(15,500.00)	(15,500.00)

*因创始人提供所有人工服务，2012 财年无人工费用发生

**服务器等机器设备估计使用寿命 5 年，期末无残值，按直线折旧法计提

***营业税按 20%计算

zloop Co. Ltd
利润表
从 2012 年至 2016 年

	2012	2013	2014	2015	2016
收入					
广告收入					
推荐式广告	-	5,000.00	20,000.00	60,000.00	108,000.00
陈列式广告	-	5,000.00	20,000.00	60,000.00	108,000.00
电子优惠券广告	-	10,000.00	40,000.00	120,000.00	216,000.00
总广告收入	-	20,000.00	80,000.00	240,000.00	432,000.00
旧物作品销售收入					
小型物品	-	2,500.00	10,000.00	20,000.00	30,000.00
大型物品	-	2,500.00	10,000.00	20,000.00	30,000.00
总旧物作品销售收入	-	5,000.00	20,000.00	40,000.00	60,000.00
总收入	-	25,000.00	100,000.00	280,000.00	492,000.00
支出					
广告成本					
推荐式广告	-	1,000.00	4,000.00	12,000.00	21,600.00
陈列式广告	-	2,000.00	8,000.00	24,000.00	43,200.00
电子优惠券广告	-	1,000.00	4,000.00	12,000.00	21,600.00
总广告成本	-	4,000.00	16,000.00	48,000.00	86,400.00
旧物作品成本	15,000.00	2,500.00	10,000.00	20,000.00	30,000.00
宣传费用	43,000.00	20,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
人工费用	-	10,000.00	10,000.00	15,000.00	20,000.00
场地租用费用	8,000.00	8,000.00	10,000.00	11,000.00	12,100.00
杂费	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
网站维护费用	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
折旧费用*	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00
总支出(除税)	103,000.00	81,500.00	93,000.00	141,000.00	195,500.00
税前利润	(103,000.00)	(56,500.00)	7,000.00	139,000.00	296,500.00
营业税**	-	-	-	-	56,600.00
净利润	(103,000.00)	(56,500.00)	7,000.00	139,000.00	239,900.00

* 服务器等机器设备估计使用寿命 5 年，期末无残值，按直线折旧法计提

**营业税按 20%计算

2.3 资产负债表

2012

资产	
现金	200,000.00
资产合计	200,000.00
负债及所有人权益	
负债	-
所有人权益	
实收资本	200,000.00
未分配利润	-
负债及所有人权益合计	200,000.00

zloop Co. ltd

资产负债表

从2012年3月1日至2013年3月1日

资产	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
现金	77,000.00	65,000.00	53,000.00	41,000.00
网站设备	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00
减去累计折旧-网站设备	(3,500.00)	(7,000.00)	(10,500.00)	(14,000.00)
资产合计	143,500.00	128,000.00	112,500.00	97,000.00
负债及所有人权益				
负债	-	-	-	-
所有人权益				
实收资本	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
未分配利润*	(56,500.00)	(72,000.00)	(87,500.00)	(103,000.00)
负债及所有人权益合计	143,500.00	128,000.00	112,500.00	97,000.00

*所有未分配利润不予现金分红，以所有人权益增益部分保留在公司内

zloop Co. ltd

资产负债表

从2012年至2016年

	2012	2013	2014	2015	2016
资产					
现金	41,000.00	(1,500.00)	19,500.00	172,500.00	426,400.00
网站设备	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00
减去累计折旧-网站设备	(14,000.00)	(28,000.00)	(42,000.00)	(56,000.00)	(70,000.00)
资产合计	97,000.00	40,500.00	47,500.00	186,500.00	426,400.00
负债及所有人权益					
负债	-	-	-	-	-
所有人权益					
实收资本	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
未分配利润*	(103,000.00)	(159,500.00)	(152,500.00)	(13,500.00)	226,400.00
负债及所有人权益合计	97,000.00	40,500.00	47,500.00	186,500.00	426,400.00

*所有未分配利润不予现金分红，均保留在公司内作为所有人权益增益部分

2.4 现金流量表

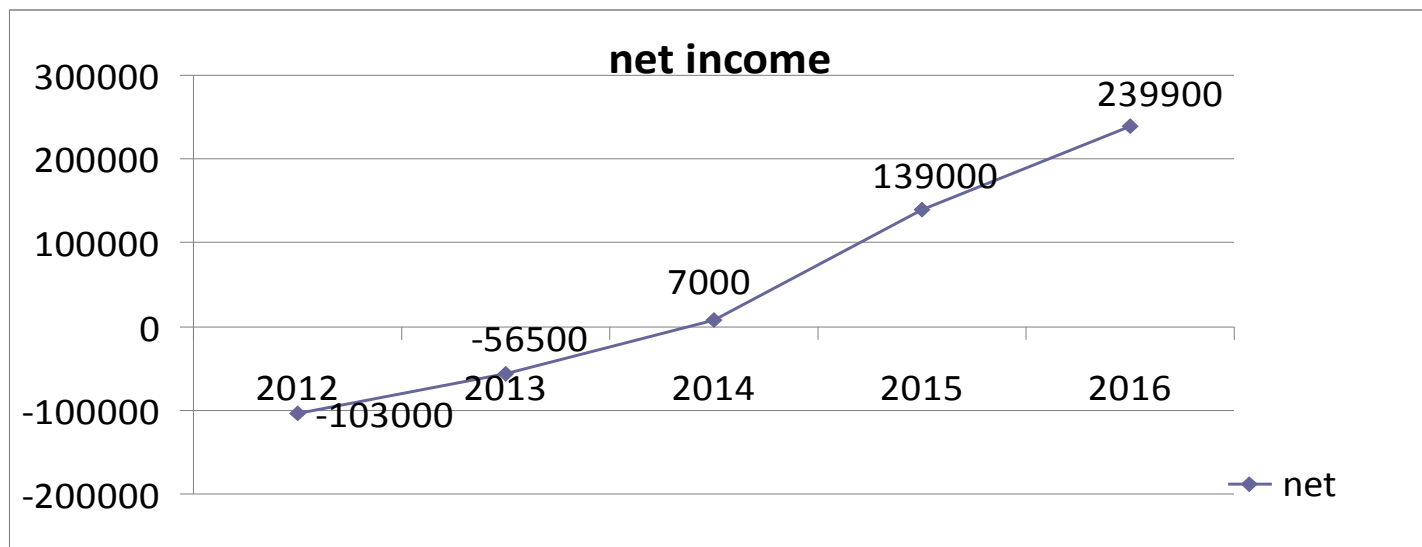
zloop Co. ltd
现金流量表
从 2012 年 3 月 1 日至 2013 年 3 月 1 日

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
经营活动产生的现金流				
净利润	(56,500.00)	(15,500.00)	(15,500.00)	(15,500.00)
折旧	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
经营活动产生的净现金流	(53,000.00)	(12,000.00)	(12,000.00)	(12,000.00)
投资活动产生的现金流				
购买服务器和域名	(70,000.00)	-	-	-
投资活动产生的净现金流	(70,000.00)	-	-	-
筹资活动产生的现金流				
筹资活动产生的净现金流	-	-	-	-
净现金增长	(123,000.00)	(12,000.00)	(12,000.00)	(12,000.00)
期初现金	200,000.00	77,000.00	65,000.00	53,000.00
期末现金	77,000.00	65,000.00	53,000.00	41,000.00

zloop Co. ltd
现金流量表
从 2012 年至 2016 年

	2012	2013	2014	2015	2016
经营活动产生的现金流					
净利润	(103,000.00)	(56,500.00)	7,000.00	139,000.00	239,900.00
折旧	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00
经营活动产生的净现金流	(89,000.00)	(42,500.00)	21,000.00	153,000.00	253,900.00
投资活动产生的现金流					
购买服务器和域名	(70,000.00)	-	-	-	-
投资活动产生的净现金流	(70,000.00)	-	-	-	-
筹资活动产生的现金流					
筹资活动产生的净现金流	-	-	-	-	-
净现金增长	(159,000.00)	(42,500.00)	21,000.00	153,000.00	253,900.00
期初现金	200,000.00	41,000.00	(1,500.00)	19,500.00	172,500.00
期末现金	41,000.00	(1,500.00)	19,500.00	172,500.00	426,400.00

2.5 淨收入趨勢圖



附錄 3：隊員眼中的zloop

1. 網站設計師 DY:

對於青年一代來說，環保一直是一個相對枯燥的概念，而舊物或二手用品，本身也具有過時的感覺。因此，崇尚時尚，追趕潮流青年群體一直沒有很好的參與到舊物回收的行動當中。zloop 的出現將為青年團體創造一個時尚便捷的交流社區，不僅親身體驗到環保的好處，更能找到志同道合的朋友一起去實現夢想。zloop 關注校園，希望這個平台能讓全港大學生暢談夢想，在推動環保理念的普及方面做出一份貢獻。

2. 程序設計員 ZCZ:

zloop是一個網站（www.zloop.net），可以且僅可以交換舊物。

新和舊總是在一起的，有了新的人們才會在意到我的東西舊了，換一個吧。假如我們發現舊的蠻好用，自然新的就沒有市場了，例如古董。但是，古董是個特例，我們大多都喜歡新鮮的事務，一方面是東西本身在發展，一方面是我們喜新厭舊，還有的是商家幫我們創造出來的需求。東西本身的發展無可厚非，優勝劣汰。但是那些喜新厭舊和創造出來的需求已經給我們自身和整個地球帶來巨大的壓力。有人統計過，如果地球上每個人都像美國人那樣消費，我們要有五個地球才可以承受得起。明顯，在短期內是不容易找到五個地球的。

工業社會裡，我們整天忙於掙錢，然後再忙於購物，因為這個都是資本家想看到的，他們只有依賴於我們不斷的消費，才能生存下去。這個也就解釋了各種廣告和各種設計。廣告不斷的告訴你新的時

尚，你落伍了，趕快來買我們的最新潮的東西吧。而設計方面，有意的使得東西不可替換，例如電子產品和成套的家具。這些東西都是設計出來，阻止重複使用，加速購買和替換的。但是，時代在進步，有一些人已經意識到這個模式不可長久，因為它是單向的，從資源到產品到垃圾，最後就填埋掉，或者花更大的能量去做所謂的“回收再利用”。從整個社會的角度上來說，我們就是要把單向的消費模式改成環狀的，或者是循環的。zloop就是我們的一個小小的嘗試。假如人們接受那些狀態還很好的舊物（例如手機，書本），選擇重複利用而不是去重新買一個，那就可以減少一些消耗。

但是zloop不止這些，我們希望傳播的是自由的思考和真實的人與人的交流。人們買賣舊物，是基於對自己需求的了解和對別人物品的信任，這個過程中擺脫了各種廣告的說服，也擺脫了追趕潮流的急切。而舊物交易過程，zloop鼓勵的是見面交易，甚至是以物換物，也就是把人們從家里拉出來，來看看我的舊物可以怎麼再次派上用場，假如聊得投機，不妨送給你，交個朋友也不錯。

另一方面，zloop注重就近找尋需要的舊物，也就是致力於減少運輸。 zloop認為，我們應該減少自己對自然的影響，人不應該只考慮自己的利益最大化。還應該想想別的物種，畢竟他們也在和我們分享一個地球。我們現在基於學校做這個網站，是想說服一部分最容易說服，最能感受到社會責任，對未來影響最大的人群，有一天他們會畢業，走向社會，那麼這些想法就漸漸被帶入社會，也就能慢慢讓整個社會有這個想法，接受舊物，樂於重複利用。