

# 大学校园二手交易微信公众平台的调研及实现

文 / 楚明森 昌宁 关庄

**摘要：**随着移动互联网终端的迅猛发展，传统的二手交易市场在一定程度上已经无法满足大学生的日常需求。微信是一种集智能商务和社交通讯于一体的移动终端应用软件，具有极高的社会传播价值，故以微信公众号进行二手物品交易蕴含着巨大的商业价值。本文首先对天津理工大学在校生使用微信公众号买卖二手物品的认可度及关于二手物品的需求空间进行了调研分析，得出建立二手交易微信公众平台切实可行且迫在眉睫；然后对微信公众平台的系统实现及其交易流程进行阐述；最后对该平台的未来服务运营模式进行了展望。

**关键词：**校园二手交易；微信公众平台；调研分析；系统实现

## 引言

大学生二手交易平台是一个将大学生平时闲置不用的物品进行交易、实现物品循环利用的网络平台。物品循环利用不仅遵循了可持续发展的理念，为美化校园环境做出贡献，也为本校学生提供了更多交流和动手实践的机会。传统的二手交易市场没有统一规范化的管理和运作，而且必须在规定的时间和地点进行交易。这些局限性大大降低了交易的成功率，造成资源的大量浪费。而微信公众号下的校园二手市场使校园内各种二手物品的信息得到了有效的整合和利用，提高了校园内二手物品的流通效率，加速了二手资源的循环利用。同时利用网络可以加快信息的流通，扩大传播范围，即使有效的获取求购的信息和出售信息的反馈。

目前国内校园二手物品交易的形式仍主要为传统的跳蚤市场，虽然根据大学生的“求实”、“求廉”、“求新”的心理对其经营渠道进行了改进，但是互联网电子商务的诞生已经改变了人们购物的观念，使得一种基于网上二手交易平台的新模式迎来了自己的春天。随着移动互联网的迅猛发展，利用移动互联网的思维和技术进行商业模式创新已然成为了一种必然趋势。移动互联网的应用，使得电子商务移动化，更好地实现O2O的商业模式。智能手机已成为大学生们的生活必需品，移动互联网已潜移默化地改变着大学生的校园生活。微信公众号为传播信息、提供服务和交流分享，提供了一个新渠道，也为师生提供更个性化的服务。

## 1、调查报告

### 1.1 调查内容及目标

通过问卷调查，对天津理工大学（下文简称“天理”）在校生的微信日使用时间、二手物品使用情况和对以微信公众平台为平台进行二手交易的看法等相关情况进行调研。

依据调研数据，分析天津理工大学在校生对二手物品购买及售卖的需求，以及讨论了以微信公众号为媒介进行二手物品交易的可行性和必要性，从而为搭建合理有效的微信二手交易

平台提供理论依据。

### 1.2 调查设计

为了全面了解以微信公众号为平台进行交易的需求空间，通过问卷调查的方式进行统计分析，调查的具体方式如下所示：

调查方式：随机抽样调查；

样本总体：天津理工大学800名在校生；

抽样方式：网上问卷填写、纸质问卷派发；

调查地点：学院网络社交圈分享、天津理工大学自习室、图书馆。

### 1.3 调查问卷数据统计分析

本次调查共发放问卷816份，回收800份，有效问卷800份，其中男生占368份，女生占432份。利用Excel、问卷星等工具对调查问卷进行整理统计，得出结论如下：

#### 1.3.1 学生每天使用微信的时长

经调查发现，我校大学生每天使用微信时长在1小时内的占44.44%，1~2小时的有22.2%，但是在3小时以上的学生占有33.34%，这说明微信运营仍具有可行性。

#### 1.3.2 闲置物品供需分析

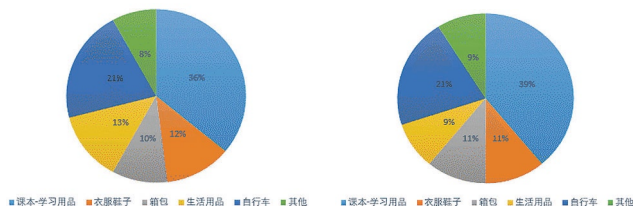


图1 预期销售的二手物品

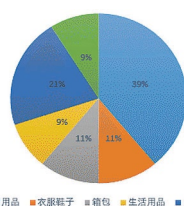


图2 预期购买的二手物品

通过问卷调查，88.89%的学生手中都有很多闲置的教科书，而二手教科书的需求量也很大，每学期的课程不同，学生间的教科书流转不仅方便，也很环保。如图1所示，闲置物品拥有数量较多的为课本、学习用品，其次是自行车、衣服鞋子、生活用品、箱包和其他，而需要购买的闲置物品除课本、学习用品外，依次为自行车、箱包、衣服鞋子、生活用品和其他，如图2所示。根据调查，可以得知学习用品及自行车的二手市场供求比例基本平衡，十分可行。

#### 1.3.3 二手平台可行性

通过问卷调查，91.23%的受访者能够接受在二手交易平台买卖物品，95.61%的受访者支持通过第三方平台进行二手交易。调查表明第三方二手交易平台的支持率高达90%以上，因此我们初步构想用微信平台进行二手交易的可行性很高。现今的生活节奏快，人们不愿意花太多时间、金钱做琐碎的事，而微信平台能够以价格低廉（84.4%）和快速便捷（66.06%）的优势完胜传统图书行业和传统服务业，作为校园二手交易平台，也存在可靠性高（39.45%）的优势，同时平台服务部门及时响应客户的要求与反馈，不存在投诉无门的问题。

★基金项目：大学生创新创业训练计划项目资助。

#### 1.4 调研分析与总结

在大学校园建立二手交易平台具有重要的意义。

首先,有利于当代大学生树立可持续发展的理念。校园闲置物品的循环利用是践行科学发展观的积极表现,是每个大学生力所能及的事情。校园的循环利用物品增多、小广告等校园垃圾和无序摊点的减少或消失,有利于美化校园环境。二手交易微信平台对校园闲置物品的规范化、系统化管理,有利于大学生在良好的校园环境中成长。

其次,实现双赢。低年级学生回购高年级学生的课本,本校学生互相交易闲置物品,不但有利于买方节约资金,更使卖方将闲置资产换做流动资产,促使资金流转,实现价值最大化。

最后,二手交易平台创建的迫切性。本校没有固定的二手交易实体店,也没有网络化的二手市场,师生只能通过贴吧的交易帖进行交易,而通过调查发现贴吧购买率低于10%,这使闲置物品仍然闲置。而每年只有在毕业季(5月)固定的两天才有“跳蚤市场”,不仅影响校园环境,更是不能满足学生的日常需求。二手交易平台的构建需求量大、可行性高且迫在眉睫。

## 2、二手交易微信公众平台的系统实现

### 2.1 微信公众平台的功能实现概述

目前,以天津理工大学为主要服务对象的基于微信公众号的二手交易平台已经实现,公众号名称为“28交易”。该公众号是一个面向天津理工大学在校师生的二手物品交易平台,关注公众号的用户,可以在对话框中输入相应物品的名称或类别,就可以搜索出二手商店中所有相关的商品以供用户选购;同时想出售二手商品的用户可以直接将商品信息及卖家联系方式通过对话框发送至后台,我们经过整理后,会将商品第一时间在二手商店中上架,以供感兴趣的买家购买。

针对一些预期没有出售二手商品的用户,平台推出义捐活动这一模块,用户可以点击进入活动专栏,了解最新的捐赠活动的时间和地点。为了方便用户进行交流,便于平台接受用户的反馈,设置讨论区,根据反馈会的信息整理总结,及时调整商店物品的状态。在每周推送中,将近期热搜和热卖的二手物品进行展示,根据不同时期,推出不同的特别商品及优惠活动,例如在每学期开学时,推出团购二手课本打折活动,或者限时特价等。通过数据分析,对访问平台频繁的用户,根据购买历史,对其偏好的商品的最新信息进行一对一推送。对“老客户”实行优惠政策,例如,免费赠送优惠券、精美小礼品赠送等。

### 2.2 交易活动的流程

在本平台上购买二手商品的用户,需要将收货人姓名、收货地址(详细到宿舍楼号某室)、联系方式等信息发送至平台;同样在本平台出售二手商品的卖家,需要将要出售的商品名称、商品类别、新旧程度、出售底价、出售人姓名、地址、联系方式发送至平台,平台管理人员将买卖双方的信息存储在单独的数据库中,交易时方便提取。

本平台支持的交易形式分为两种:一种是线上交易,即买家直接在平台上购买并支付金额;一种是线下交易,即买家选择货到付款的交易方式。每一种交易方式有两种配送方式,即卖家自身负责配送和平台负责配送。由卖家自身配送时,平台将买家的姓名、地址、联系方式发送给卖家,确认付款后再将金额返给卖家账户;由平台配送时,确认付款后收取一定配送费。再将余额返给卖家。

针对二手交易微信公众平台的功能实现和交易流程,具体的平台系统数据流如图3所示:

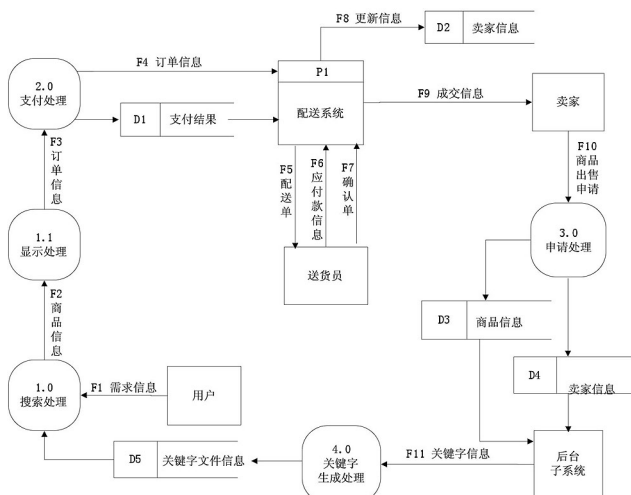


图3 系统0级数据流图

## 3、结论

通过搭建一个校园的二手物品交易供需平台,学生可以在此微信平台搜索所需的二手物品,同时也可以将自己闲置的二手物品寄存在此微信平台,不仅便捷有效,而且在学生与平台之间取得双赢,为大学生开辟了一条解决闲置物品的出路。该平台以天津理工大学为起始对象,目前已在该校园运营并取得较高的效益,将来逐渐发展为大学城区域内的高质量校园二手交易微信服务平台。

校园二手交易微信平台发挥了传播快、范围广、不受地域限制、线上实时交易的优势,弥补了传统的校园二手交易市场的固有弊端。该公众平台为闲置资源的循环利用搭建了一个便利环保的桥梁,使闲置物品的剩余价值最大化,解决了天津理工大学在校师生对二手物品交易日益增长的消费需求,也为解决现今高校资源浪费的窘境打开局面。

### 参考文献:

- [1] 闫英琪,韩晓红,景丽. 大学生二手物品交易平台的设计与实现[J]. 自动化与仪器仪表,2015,(4):145-146.
- [2] 郭建国,郭晓川,杨勤,钱贵霞,牛建明,梁存柱,张庆,李昂. 什么是可持续性科学?[J]. 应用生态学报,2014,25(1):1-11.
- [3] 姚争,冯长春,阙俊杰. 基于生态足迹理论的低碳校园研究——以北京大学生生态足迹为例[J]. 资源科学,2011,33(6):1163-1170.
- [4] 陆徐莹,张婷婷,卢娜. 大学生二手物品交易平台模式构建的研究与探讨[J]. 经济师,2012,(2):119-120.
- [5] 王海燕. 传统媒体微信公众号编辑与运营策略分析[J]. 编辑之友,2015,(2):85-88.
- [6] 廖卫红. 移动互联网环境下互动营销策略对消费者行为影响实证研究[J]. 企业经济,2013,(03):69-73.
- [7] 翟兆菁,王小帆. 校园电子商务的需求调查分析[J]. 云南财贸学院学报,2005,21(S1):136-142.
- [8] 祝桥,孙莉,赵京霞. 基于Android的二手书交易平台[J]. 网络安全技术与应用,2015,(04):31-33.
- [9] 谢文亮. 移动互联网时代学术期刊的微信公众号服务模式创新[J]. 中国科技期刊研究,2015,26(1):65-72.

### 作者简介:

楚明森, 学生, 现就读于天津理工大学管理学院信息管理与信息系统系, 主要研究方向: 信息管理与信息系统方向;

昌宁, 学生, 现就读于天津理工大学管理学院信息管理与信息系统系, 主要研究方向: 电子商务方向;

关庄, 副教授, 现就职于天津理工大学管理学院信息管理与信息系统系, 主要研究方向: 管理科学与工程方向。