

微信模式下校园二手交易实体市场的开发

周颖 富娅琳 高成玲 贺辰程 赵子茵 周蒙 西安翻译学院外国语学院 陕西西安 710105

基金项目：2015年省级大学生创新创业训练计划项目，项目编号：201512714048

摘要：随着“绿色低碳”生活理念的日益深入人心，大学生理性购物的意识越来越强烈，二手物品的循环利用在高校中掀起热潮。对于在信息时代中成长起来的大学生群体而言，希望构建一种新型的二手物品交易平台，实现线上电子商务线下实体交易的无缝对接，实现交易的更加方便、快捷、低风险。微信作为新型的移动社交网络，可打破传统二手交易平台中在即时沟通、实时交易以及商品信息更新上存在的局限性。

关键词：校园；二手市场；微信营销；

随着时间推移和大学生的购买力的提高，广大学生群体手中堆积的闲置物品越来越多，但传统二手市场在场地、频率、和时效上均存在局限性，使得这些闲置物品无法最大限度地实现它们的价值，无形中形成了极大的资源浪费。资源的循环利用可使流通物品价值最大化。此时新兴的移动社交软件“微信”，在很大程度上影响着人们的生活、工作、学习，如今微信所辐射的领域已远远超过聊天范围，随着开发商服务插件的日渐丰富，“微营销”、“微商”、“微店”等名词越发热门，故微信营销模式可以成为一个高效完善的交易平台，为校园二手交易实体市场的物品流通提供一定

结合分散各处的微商成员成立微商协会，组织会员相互学习和交流；②关注相关微商信息，并不断进行更新，便于微商掌握信息做出最适合的决策；③虽然微商协会不受各方约束，但自身内部管理要调整好，自觉接受政府、企业和个人的监督。

（五）提高微商商家以及下层代理素质

微商商家是提供货源的主体，而由下层代理将商品卖给消费者。如果微商商家提供的货源与展示出来的产品存在很大的区别，质量无法得到保证或者说在货源流通过程中下层代理为了私利私自更换了商品，最后消费者得到的产品并不是他们所了解到的产品，消费者就会对该商家失去信心，这种情形多了便会对整个微商失去信心。所以，具有高素质的微商商家以及下层代理是十分重要的，可以从以下两方面入手：

1. 微商商家加强自身修养，并注意下层代理的诚信教育。纵观历史没有哪家企业不是以信立本的，想要把企业做强做大就必须把诚信放在首位。微商商家必须要有这种觉悟，想要在如今竞争如此激烈的市场中有一席之地就必须做得比别人更好。在做好自身修养的情况之下，微商商家要注重对下层代理的教育，让其有很强的责任心以及守法意识，不可做侵犯消费者权利的事。

2. 微商平台采取实名认证。拥有“黑名单”，对于缺乏诚信的商家进行“封锁”处置，并协助国家相关机构追究其法律责任。拥有了道德和法律的约束，微商商家在营销活动过程中自让会有所顾忌，也会让他们加强对下层代理的监管，不仅解决了下层代理发展不合理，门槛低的问题，产品的质量也得到了保证，充分保护了消费者的权益和保障了微商平台的购物环境的安全。

（六）立法保障

探索对微商行为进行规制的法律法规，规避危害消费者的行为，实行实名销售验证，保障微商权益刻不容缓。在公共生活中，法律具有指引作用，强制作用，预测作用和评价作用，而且法律是最高社会规则，它维护社会秩序，保障人民群众的人身安全与利益。据不完全统计，像《经济法》、《合同法》、《消费者权益保护法》及《产品质量法》等已先后出台，《电子商务法》立法已经启动。于2014年3月15日，国家工商行政管理总局公布了《网络交易管理办

的保障。

一、传统大学校园二手交易平台现状

大学校园中存在大量二手商品的供求，在校学生相同的生活环境与生活模式导致了大部分学生的物品需求类似，尤其是开学季、毕业季、体育选修课以及各类职业资格证和专业等级证书考试，都会产生大量具有重复使用价值的二手物品。但由于信息传递机制的不健全，导致了“年年买，年年扔”的浪费局面。再者，大学生的电子产品更新换代率较高，如果不能提高其重复使用率，将是一笔

法》，但该办法还未涉及微信交易，这样微商管理就产生了监管空白区域。我国政府应对微商制定具体法律制度，完善微商的进入与退出机制，确保消费者和微商本身的合法权益。

四、总结

通过以上分析。微商存在着经营环境混乱、产品质量参差不齐、信任机制以及售后服务不完善等问题，这些问题是影响微商发展的重要因素。微商想要改变当前的格局向另一个全新的、健康的方向发展，就必须从根本上解决问题。创立微商展示平台可以建立好的销售环境，规范经营管理、建立第三方支付平台给予消费者信心，完善法制保障消费者权益等等，这些都是微商平台现今应该考虑的方向。总而言之，微商想要在当今竞争激烈的市场上，在如今微商不占上风的局势下谋求新发展就不能不作为。MB

参考文献：

- [1]彭雨冰.论微商的定义和现状[J].智富时代,2014(12).
- [2]殷言言,苗蕴慧,张圣男.微商的信任机制研究[J].现代商业,2015(12).
- [3]于佳傲,许证明.微商经营成本与经营风险探究[J].新经济,2015(5).
- [4]纪妙,王明宇.微商行业分析报告[R].电子商务,2015(2).
- [5]翁鑫哲.基于微商的发展现状管窥微商未来的发展[J].商场现代化,2015(1).
- [6]石海城.不可阻挡的微商趋势[J].光彩,2015(3).

不小的浪费。大量的闲置带给学生的不仅仅是情绪的压力，还有储物空间和金钱的压力。在特定的校园范围内二手闲置物品市场规律性极强，将具有稳定的交易量，同时也对提高物品使用率与可持续发展理念的实现具有重要的现实意义。但校园内现存的一些二手交易机制存在一定局限。目前一些高校也响应过学生的要求举办过“跳蚤市场”类似的活动，可此类活动往往在场地、时间、和商品信息的时效性上存在很大局限性，无法满足学生的长期大量的需求。一年几次的跳蚤市场并不能全部消化整个校园所产生的闲置物品，并且在组织过程中缺乏规范纪律，导致大部分闲置物品并不能在校内有效流通。也有一些高校中已经开始借用互联网进行二手物品交易，大多存在于学校论坛或者百度贴吧内，但网络平台并不是专业平台，既缺乏交易规范又无法提供信用评估体系，故存在一定的交易风险，让广大学生望而却步，故实际交易量寥寥可数。

二、微信平台下的营销模式分析

(一)微信平台营销模式优势

微信平台营销定位准确且受众广。微信是腾讯公司于2011年推出的一款具有文字、图片、语音等功能的移动社交软件，截止到2015年底，微信已经覆盖了90%以上的智能机，月活跃用户已经达到了约6亿，其庞大的客户群使众多商家将目光投向了这块营销“新大陆”。微信不仅基于手机通讯录，QQ通讯录形成强有力的好友关系链，还提供其他如“摇一摇”、“漂流瓶”、“附近的人”等功能来扩大朋友圈的社交范围，形成一个更大的交易网络。

微信平台营销适用性强。建设与维护微信平台的资本投入低，相较于传统的电视、报纸、电话、短信等需要高昂资金投入的营销方式而言，目前微信所开放的微信公众平台因其低门槛，无收费的特点具有极大优势，使用各类功能时，仅须支付少量的网络流量费用。同时，作为一款移动通讯软件，可以及时回复客户信息，实现一对一的高质量服务。对于消费者而言，浏览商品信息的方式极为快捷便利，随时咨询，随时下单，移动网络的便利性、智能性、个性化均体现于此。

再次，除了固有的微信公众账号的定时推送信息，也可利用“朋友圈”功能编辑图文模式的宣传信息。还可以利用当下风靡的二维码进行宣传，结合线下实体交易平台活动来获取持续关注，在提高客户质量的基础上提高成交量。微信营销好比“许可式”营销，承办者将固有客户拉入该平台，再通过固有用户口口相传以及自身的宣传等方式挖掘潜在客户。

微信平台营销宣传方式多元化，微信平台因其固定的粉丝和公众平台，被认为是是一个比较可靠的自媒体。从2014年起，微信公众号申请支付功能将不再收取2万元保证金，微店的门槛大大降低。自其使用率提高后，许多商家都将目光聚焦于这块优质广阔的潜在市场，利用其服务插件来进行营销信息的投放。小至日常品牌，大至奢侈品牌，均可见他们的身影。微推送，微支付、微活动已经成为了一种主流的线上线下互动结合的营销方式。微信公众平台可完成信息分类的完善，让所有的供求信息得到一个整合，更加便于管理，大大提高了效率。对于没有条件自己行发布二手物品信息的学生，可以由平台管理者收取一定的佣金，统一代为发布。其次维系老客户，发展新客户，这是微信营销的核心优势，卖家可通过其微信平台定向向客户推送有价值的信息。由于为微信使用的智能性、私密性、与交互性，指明了其适合进行高质量的信息传播，并且通过“朋友圈”分享的方式将影响辐射到他人的朋友圈。

(二)微信平台营销模式拟解决问题

首先，缺乏微信营销在平台使用时的技术维护人才。当今社会

具有计算机专业知识的人才十分抢手，由于范围的局限性，薪资待遇将低于社会标准，将很难寻觅到合适的人选。其次尽管目前许多的微信用户对于公众平台的关注度较高，但实际的长期活跃用户将低于预期，故微信营销所带来的效果会出现比预期情况不乐观的可能。

通过分析，不难发现微信营销所取得的效果很大程度上取决于良好的推广和日常运营，就这两个方面，笔者提出几点建议：第一，通过信息登记来保障交易安全。进行交易的双方进行实名登记，这样更加便于产品信息的咨询与售后服务。第二，加强不同专业间学生之间的交流。将整个工作划分归类，计算机专业学生负责硬件技术，营销专业学生负责推广营销，中文专业学生负责文案策划，这样不仅能够锻炼学生自身创新创业能力，还可以尽可能地完善校园二手交易市场，一举多得。

三、微信平台与校园二手实体市场的有机结合

微信平台与校园二手实体市场的有机结合从很大程度上促进了校园内二手物品的流通，提高了物品的重复使用率。消费者可通过在微信平台所接收的信息来筛选需求的物品，而实体的交易市场更加便于消费者的比较、验选，同时也能提供售后服务。由于搭建起专业微信公众平台，交易的安全性和信用评估也能得到保障，并且在有了长期固定的校园实体交易平台，消费者在例如毕业季考试选课等特殊时段的需求及时得到满足。

微信平台与校园二手实体市场的有机结合，使得线上信息及时传播和便捷交易的优势充分发挥出来，弥补了传统线下实体市场在时效、便利、服务上的局限性，为闲置的物品提供了一个优质广阔的平台，使得商品价值最大化，解决了传统二手交易市场模式与大学生日益增长的物质需求之间的矛盾。^[MB]

参考文献

- [1]KindreamJing.微信.百度百科.[Z], 2016-01-17.
- [2]覃凯.微信在企业营销中的利与弊.[J].新营销, 2012(11).
- [3]寇平.大学校园文化与高效可持续发展教育的实施[J].中国民族大学学报(人文社会科学版), 2008(6).
- [4]韩梅.新媒体:网络营销新渠道[J].今传媒, 2013.

作者简介:

周颖(1995.5—), 江苏兴化, 本科, 西安翻译学院外国语学院2013级本科生。