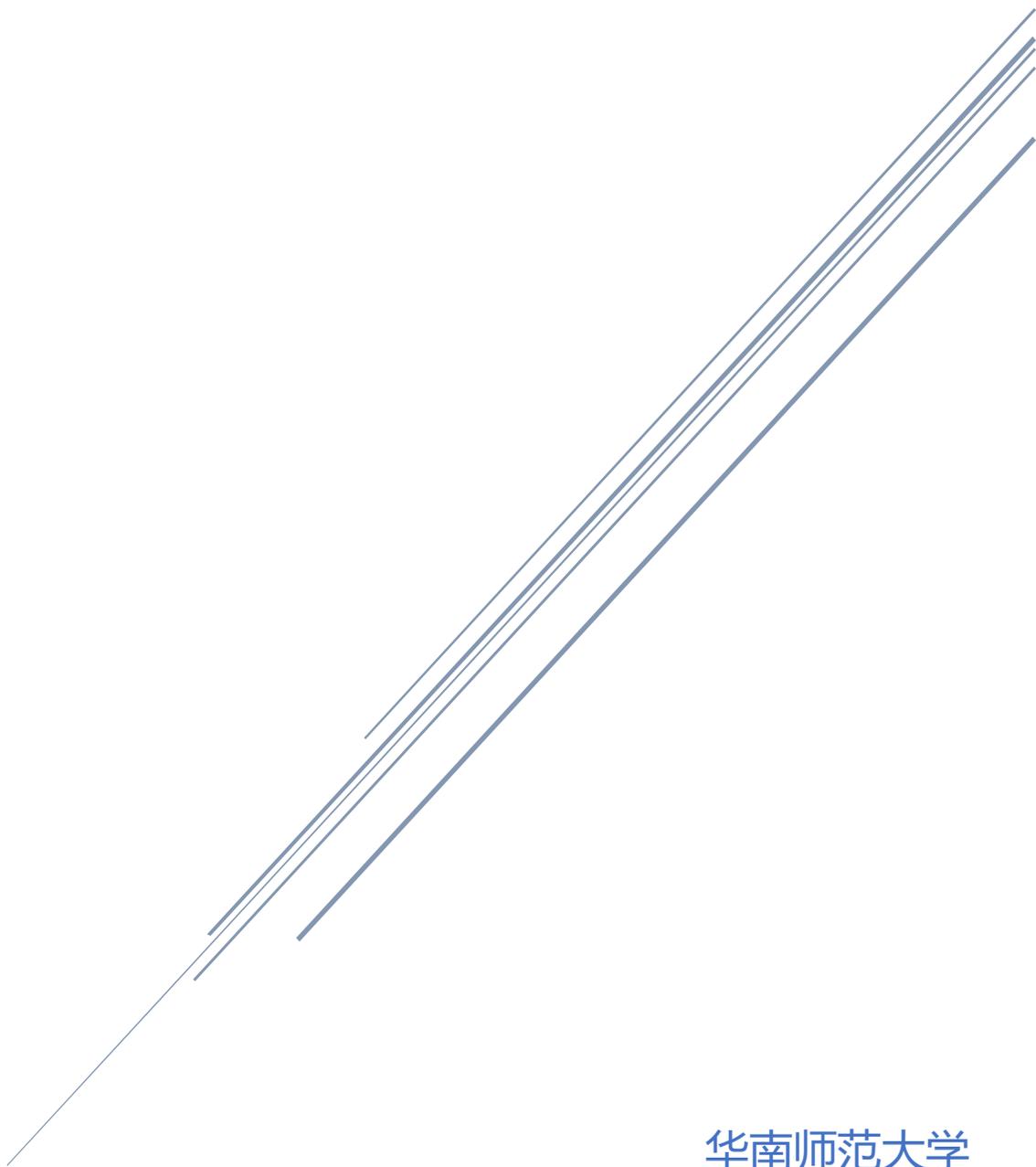


# 易书

## 商业计划书



华南师范大学

2022 年设计思维与创新课程作业

# 易书商业计划书

## 概述

中国高校大学生对二手书的需求逐年攀升。然而，正对中国大学生二手书交易的市场产品存在巨大的空缺，学生二手书的购入渠道一般是微信群、淘宝网站、孔夫子网站等。这样的交易模式存在着时间成本大、流程复杂等问题。对于想要出手二手书的大学生来说，并没有专门的交易渠道。许多人因为复杂的出手程序而选择直接将书籍丢弃。

为了使高校之间的二手书资源得到更好的利用，易书团队致力于打造线上线下结合的二手书交易系统。

## 一、基本情况

1、团队名称：易书团队

2、产品名称：易书二手书交易系统

3、产品性质：

本产品是一款给校内大学生提供二手书交易便利的二手书籍交易书柜（参考外卖柜的形式）。

交易柜会放置在各学院的院楼或是一课图书馆等公共场所的一楼位置。

通过接收广告在交易柜上展示为主要盈利方式。

目前，许多大学生的部分教材的使用率不高，学期结束后通常采取丢弃或是回收站，书籍教材的价值得不到充分的利用，也不环保。

本产品的亮点是提供了一个集中的二手教材交易的平台，相较于国内的其他二手书网站，本产品主要面向校内大学生，以及提供二手教材交易为主。又因为主要面向同校的大学生，针对性更强，所以教材版本更容易统一。

本产品的主要买点自助性，对比在网络上买卖二手书更加方便。定位定点，免去物流、与对方确认交易详情等的步骤。

4、产品简介：

本产品主要解决的是校内二手教材交易问题，给学生提供针对性的服务。

采用线上线下结合模式，方便快捷直观地完成交易。

由于教材的购买费用攀升，书籍利用效率低，各种考级考证需要用到的书籍增多，但校园二手书交易市场规模小且鱼龙混杂，旧书供需不匹配等问题的存在，才孕育出本产品。

本产品能够将学生校内资源利用最大化，为学生提供便利的二手书交易平台，规范二手书交易市场，充分发挥书籍价值并节省学生开支。

## **二、行业情况概述**

### **1. 市场前景：**

二手书买卖在国内书籍市场上已经占据可观的一部分，而随着物价上涨，大学生教材的费用也在日益增高。这些课程要求购买的书籍大多书本厚且使用率不高，往往会被无效堆积，造成资源浪费。以长沙大学城为例，十所高校的学生总数高达 20 万，平均每年每位学生需要处理的 5 至 10 本闲书的比例高达 50%，而有购买二手机行为或有意愿的学生人群约占 70%，这个数据相当可观。而本产品能抓住市场痛点，其出发点是为有交易二手书需求的同学提供便利，通过微信小程序和易书柜将买卖双方联系起来，扩大交易范围，固定交易地点，让学生们自由放书取书。本产品的线上线下结合的交易方式能最大程度的便利客户，有很大的发挥空间和市场竞争力。

### **2. 客户类型：**

本产品主要针对的客户为高校大学生，其他客户还包括校内教职员工。计划先从本校开始，确保书籍在同校区内流动。若能顺利发展并运营，则向其它大学推广。

### **3. 行业所处发展阶段：**

二手书交易行业是随着近十多年大学生规模壮大而逐渐发展起来的，尤其是近五年内出现各大旧书交易网站。孔夫子旧书网成立早，在同行中知名度较高，而漫游鲸、多抓鱼、闲鱼网等大小网站近几年发展较快，此外，QQ、微信

等二手书交易群也纷纷涌现，可见大学生群体的旧书交易需求非常大。目前该行业处于上升期，具有较大的市场需求和广阔的发展空间，整体发展势头良好。

#### 4. 调研同行竞品：

本次调研针对华南师范大学石牌校区学生的二手书籍交易渠道为对象开展，其中，调研了网络二手书平台的经营模式、用户来源和交互设计；调研了华南师范大学石牌校区学生对二手书籍交易的态度和痛点。以上信息收集、整理通过网络资料查找、问卷访谈实现。

##### • 同行竞品：

- 竞品 1：淘宝网
- 竞品 2：孔夫子旧书网
- 竞品 3：漫游鲸
- 竞品 4：多抓鱼
- 竞品 5：QQ 群、微信群
- 竞品 6：百度贴吧
- 竞品 7：线下书店

校内问卷调查结果分析，市场痛点为：

1. 教材只用一学期，价格贵，觉得浪费。
2. 在网上买二手书还要等快递，不能及时到。
3. 微信二手群人少，找不到所需的书。
4. 在校内进行书籍交易的地点不好确定，没有安全保障。
5. 校内二手群交易时书籍损耗程度不明，版本不明。
6. 二手书买卖定价存在不合理问题。
7. 校内二手群交易供需不明。
8. 与卖家不能取得及时联系。

主要解决的市场痛点：

产品作为校内的二手书籍交易平台，学生作为卖方或买方，发布自己的二手书籍信息（包括书名、作者、版本、ISBN 号、教材所属专业）或购买。由买卖双方到确定的交易地点，弹性交易，节省了快递运输所耗费的时间与交钱。针对市场调查中提到的，校内二手群交易时书籍损耗程度不明，版本不明。我们可以采取根据书籍损耗程度进行分级定价的方式。在技术支持的情况下，还可以建立对每个用户的信誉评估的机制。

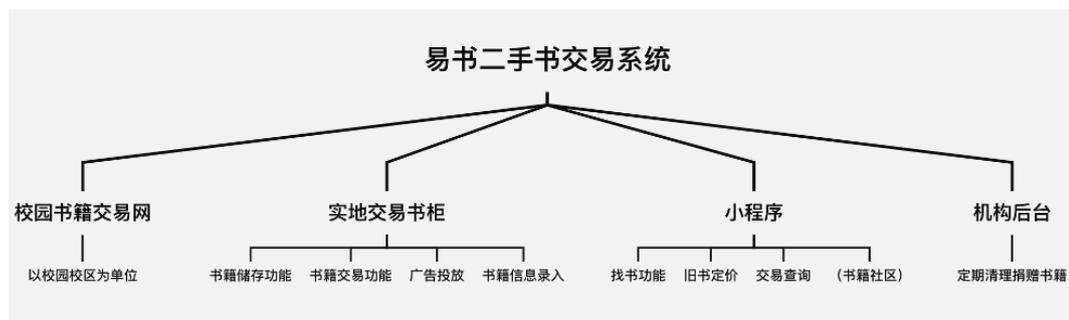
### 三、 产品设计方案

#### 1. 定位

本项目“易书”是一个二手书交易系统，目标客户二手书需求较多的大学生群体，致力解决二手书籍网络交易耗时耗力的现状，通过固定交易地点和不限交易时间的**书籍交易柜**来减少二手书籍交易需要的时间成本，并开发用于灵活的信息搜寻和信息追踪的**易书小程序**，用于灵活的信息搜寻和信息追踪，进一步建立**校园二手书籍交易系统**。

#### 2. 业务系统

##### 2.1 项目方案模型



##### 模型详解：

##### 2.1.1 校园书籍交易网

易书的书籍服务网络将以每个校园的校区为单位，比如华南师范大学石牌校区、华南师范大学大学城校区，华南理工大学五山校区等。

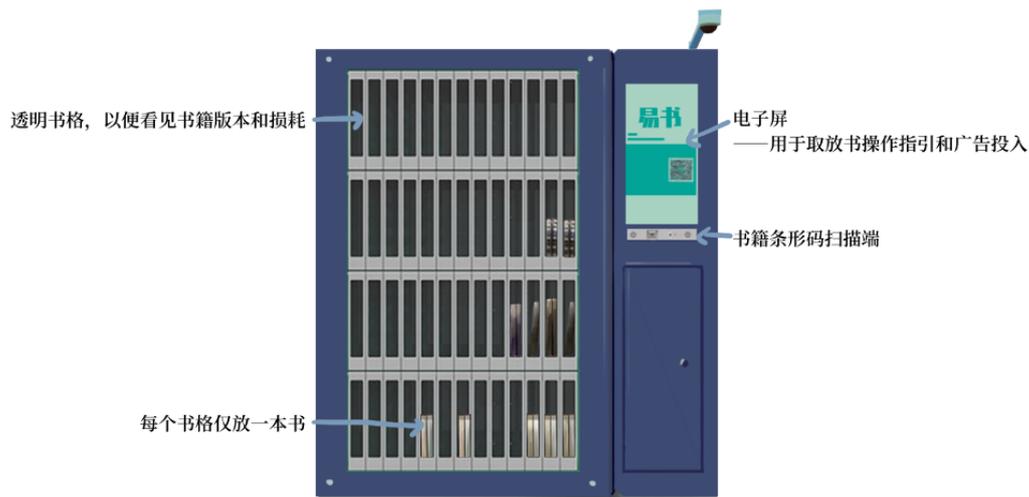
以校园为服务单位的优势是：

第一，保证用户可以在校区内搜索到想要的书籍，方便去拿取书籍。避免跨校区的交易需要的时间成本增加。

第二，同校同专业的用户对书籍种类的需求重叠度较高，比如哲学学科、

社会学学科、教育学学科等大类学科下的细分专业会有相同的书籍需要。可以提高书籍的流通度。

### 2.1.2 实地交易书柜



实地交易书柜承担了书籍储存功能、书籍交易功能和广告投放功能，是用户线下买卖书籍的地点。实地交易书柜将会投放在每个学院的大厅处。容量为50-100本，根据每个学院的人数和书籍数量需求决定。

设立实地书籍的优势是：

- 同学院的人群对书籍种类的需求重叠度较高，在学院大厅设立实地交易书柜，有利于提高书籍的流通率。
- 通过固定交易地点和不限交易时间的交易书柜来减少原本网络交易和面对面交易需要的时间成本和沟通成本。
- 透明的书格可以展示书籍的详情和损耗状况，同时可以吸引路过的人群查看是否有感兴趣的书籍从而购买，有利于提高书籍的流通率。

### 2.1.3 易书小程序

易书小程序承担找书功能、旧书定价、交易查询的功能。

#### (1) 找书功能





用户可以在书籍搜索界面，通过搜索框搜索或分类搜索查找自己需要的书籍。点击书籍图片可以进入书籍详情页面，书籍详情页面会显示书籍的版本信息、损耗程度和书籍所在地，用户可以选择收藏或购买。

已经购买的书籍可以在“我的”-“已购书籍”页面查看。购买了但是还没有取出的书籍，也可以在此页面点击“开柜”取出。

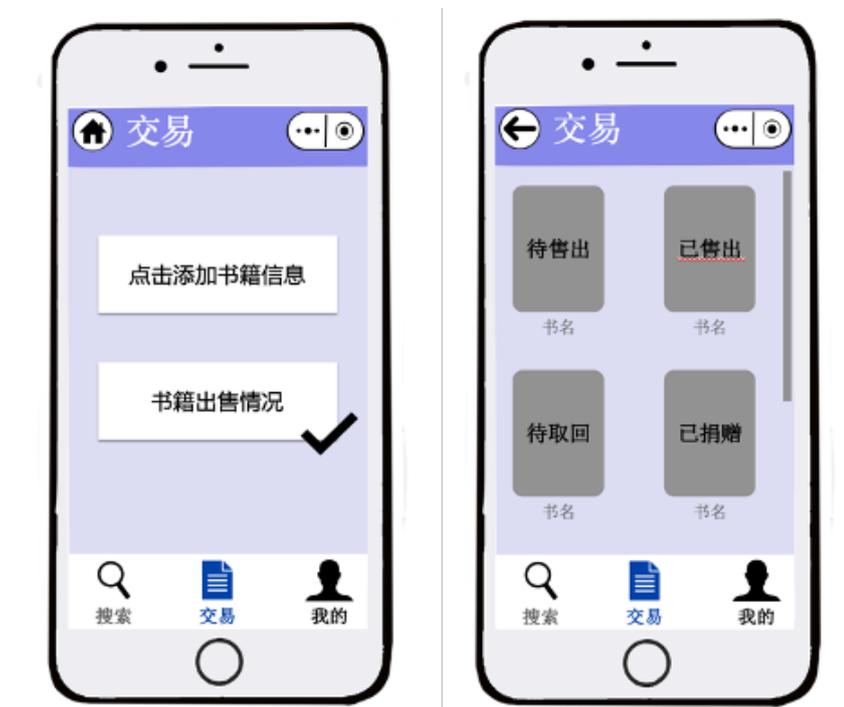
## (2) 旧书定价





卖方扫描书籍条形码后，将会跳出小程序交易界面。在此页面中，书籍封面、书名、版本信息都会由系统自动填入，用户可以点击修改。此外，还需要用户填写“书籍损耗情况”。所有信息填写完成后，系统将会根据信息给出价格。

### (3) 交易查询





用户放入书籍后，可以在“交易”—“书籍出售情况”页面查看交易详情。已售出的书籍收入在“我的”页面可以查看并提现。

#### (4) 机构后台

如若书籍在书柜内一个月时间未被购买，小程序将会通知卖方将书籍取回，或选择将书籍捐赠。每个月将定期有工作人员对书柜进行清理，取出选择被捐赠的书籍，并捐赠至需要的地方。

### 2.2 用户买卖流程

#### 2.2.1 卖方流程：

卖方在小程序注册成为用户——扫描书籍条形码——录入书籍信息——书格自动打开——卖方将书籍的侧面朝外放入此格——关闭柜子

#### 2.2.2 买方流程：

在小程序注册成为用户——在小程序中查找需要的书籍名字——购买书籍——确认打开柜子——拿走书籍——关闭柜子

### 3. 关键资源能力

#### 3.1 已经获得的资源能力

##### 3.1.1 能力资源

本项目成员均为华南师范大学学生，专业分别为：教育学、传播学、视觉

传媒、美术专业。涉及教育科学学院、教育信息技术学院、美术学院三个学院，在产品投入初期，有利于先和以上三个学院交涉，并且教育科学学院作为社科类学科，学生对书籍的需求相对较大，有利于产品的发展。

同时，项目前期将以华南师范大学石牌校区为一个投入试点，团队成员的身份有利于调查用户反馈，从而对产品进行改善。

### **3.1.2 知识能力**

产品设计与开发的模型已形成，有较为完善的品牌建设。产品理念有助提高旧书的价值、塑造高校的文化涵养，帮助学生群体通过更加低廉的价格获取所需教材和优质的二手书。同时，降低能源的损耗，在高校中形成绿色环保、节约资源的氛围。

## **3.2 还需获得的资源能力**

### **3.2.1 技术资源**

小程序的开发与运行需要专业的技术人员，本团队拟聘用一名专业技术人员负责小程序的开发及后期的运营维护。

### **3.2.2 实物资源**

前期实地交易书柜的制作和投放需要大量的资金。本团队将通过自筹资金、寻找投资、与各院校相关部门合作等渠道凑备前期启动资金。

### **3.2.3 公司网络**

实现书柜在各个学院投放的想法需要和学校、学院的相关部门协商。本团队将通过邮件、电话、实地探访等方式与院校的相关部门协商并达成合作。

## **4. 盈利模式**

### **4.1 广告盈利**

在实地交易书柜的电子屏投放广告，收取广告费用。

### **4.2 收取 3%卖方用户交易费用**

前期完成用户累计后，本产品将收取卖房每本书收入的 3%。

## **四、 市场方案**

### **4.1 产品定价方式**

在初期投放阶段，以无偿的形式进行营销；在三个月后，平台会采取收取 3% 的利润。

#### 4.2 销售成本的构成

设备的费用、电费、设备的维修费用

#### 4.3 营销目标

(1) 短期目标：通过与校内微信公众号合作，在各高校的的群聊、论坛、贴吧等平台进行推广，逐步扩大用户数量。

(2) 长期目标：在各高校形成稳定、可盈利的二手书籍交易系统，用户数量大于等于 50% 的目标高校学生数量。

#### 4.4 促销策略

(1) 媒体推广：与校内新闻社、广播站合作宣传，利用新闻社和广播站的影响力推广产品。

(2) 论坛推广：在校内论坛、贴吧以加精的形式置顶产品介绍进行宣传。

(3) 微博推广：与华师官微合作，支付一定费用进行推广，精准锁定目标用户开展产品营销。

(4) 广告推广：设计一些海报，张贴在饭堂、学院等学生经常去的地点，视觉化的冲击达到宣传效果。

(5) 微信公众号推广：利用晚安华师微信公众号进行宣传。晚安华师是几乎每个华师学生都会关注的公众号，利用其影响力进行推广可以达到最佳效果。

#### 4.5 项目行业竞争性分析

(1) 目前市面上二手书的市场较广，比如淘宝、孔夫子旧书网、多抓鱼、微信群交易等等，但都是通过网上交易的形式进行，免不了物流这一步，而设立在校内的二手书交易平台很少，因此本产品在市场上的竞争压力较小，占有竞争优势。

(2) 中国内地的大学生每年花在买书的费用就要上百，然而一到毕业季，学生们就要无奈的把他们早已考完试的专业书被当成破烂卖掉或大量丢弃。不是因为他们不差钱，也不是因为他们不环保，而是因为他们不知道从何处处理，高校内缺乏能够实现二手书收集与交易的平台。因此，建立二手书平台来解决二手书市场信息不对口的问题，实现二手书市场的规模化，是目前市场的缺口

所在，也有着极大的发挥空间。

(3) 书源具有很好的稳定性，二手书实体市场以及网络市场最重要的部分便是书的来源，这种来源渠道并不存在障碍。

(4) 环保、节约能源。二手书的市场是一个对于资源再利用的过程，所以二手书市场的成本较低，有较大的盈利空间。此外，市场环保节约能源的特点确立了该市场的地位。

#### 4.6 营业额预测

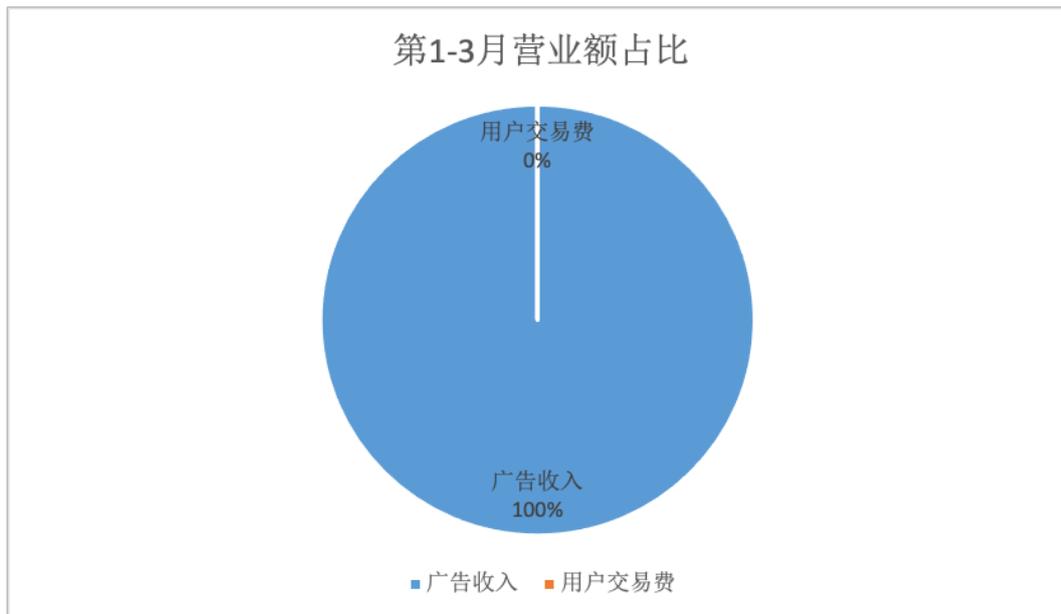
“易书”将会同期开发后台小程序与线下交易柜子两大平台，并会根据用户反馈不断调整平台信息。

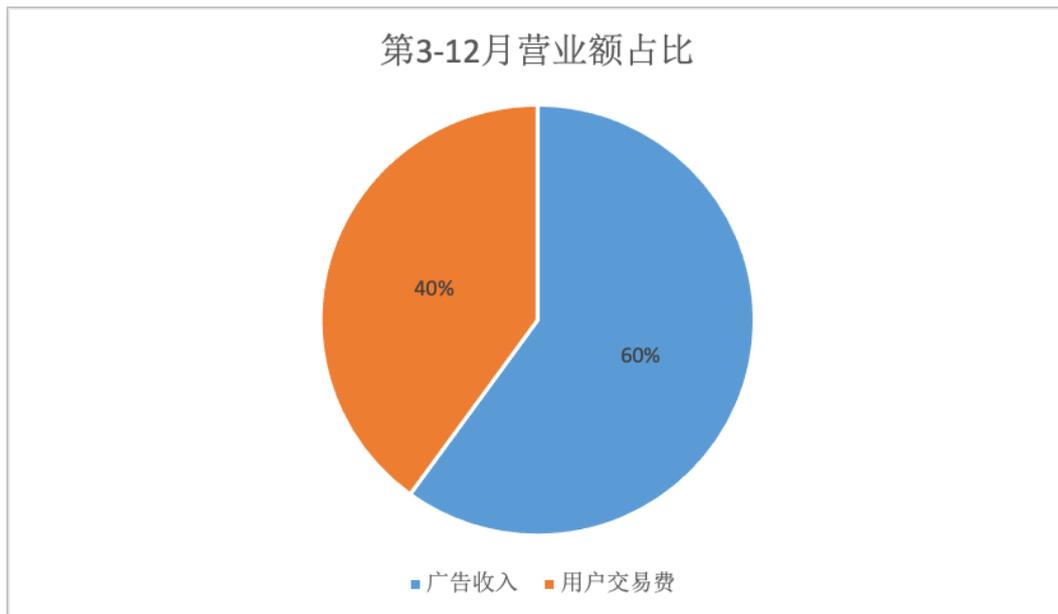
第一阶段：（第 1-3 个月）

进行市场调研并完善产品，进行初期市场推广，设计方案并寻求投资人。初期为增加用户量扩大市场不收取利润。

第二阶段：（第 4-12 个月）

适当增加线上线下的推广活动，通过前期运营的反馈情况，调整并建立扩大市场的详细计划。此阶段开始收取 3% 的利润。





#### 4.7 根据季节阶段

本产品市场份额大致分为四个阶段，开学季、平时、毕业季与假期，据调查得出一般会在开学季与毕业季两个阶段的需求量较大，因此本产品计划按照不同季节收取不同用户交易费用。



开学季与毕业季，即 9 月、6 月，收取用户交易费 3.5%

假期，即 7-8 月，2-3 月，收取用户交易费 1%

平时，即 1、4、5、10、11、12 月，收取用户交易费 3%

## 五、 风险概述

### 5.1 政策风险

“现行的《出版物市场管理规定》没有针对二手图书的特殊性作专门规定，对经营二手图书是否需要相应资质等，也缺乏明确规定。”如果二手冬书话用现行规定，那么大多数高校的一手教材市场，大不且备规定的盗质，则涉嫌违

规。如果二手图书不适用此规定，则又在政策上否定了二手图书也是出版物的事实。

## 5.2 市场开拓风险

中青年成为数字化阅读的主体。新的阅读方式的出现，读者选择的手段也在增加与改变，尤其对于“二手书”这种再利用资源都是一个不小的挑战。更加困难也更加重要的还在于能及时找到匹配的消费者。例如：2021年有77.4%的成年国民进行过手机阅读，较2020年的76.7%增长了0.7个百分点；71.6%的成年国民进行过网络在线阅读，较2020年的71.5%增长了0.1个百分点；27.3%的成年国民在电子阅读器上阅读。

## 5.3 品牌风险

二手市场诚信度不高，是目前业内的共识，更是制约二手市场健康发展的关键因素，消费者之所以对二手商品心存疑虑，因为二手商品本身所具有的不确定性，普通是由于中国二手市场发展时间较短，行业法规、行业标准不是很完善，行业结构还不完整。同时，也因为在二手市场上的二手商品消毒程序的不公开化也使得消费者对二手市场的不信任加重。

## 5.4 价格变动风险

为了能够获得预期的收益就必须对二手书籍制定合适的价格。对于二手书籍的买卖采取低端价格战略薄利多销，一般会低于外面书摊的价格同时也得低于复印书本的价格。比时轻微的价格波动都会对收益造成很大影响。

## 5.5 竞争风险

由于二手书行业属于一个进入障碍较低的行业，有许多社会零散卖家、网络电子销售、学校其他组织。与此同时还受到替代品的威胁，当当、易趣网的正版图书的价格降低；盗版图书等替代品的价格越低、质量越好，对经营二手书项目带来的竞争压力越大。

## 5.6 融资风险

对于买卖二手书来说，同其他新设立的小型实体企业一样，1、没有足够积累的商誉与信誉保障，2、没有可用与转移的资产抵押。向银行借款难度大，只有通过个人的信誉保障向风险投资机构融资才可以尽量降低融资的时间及其他成本。

## 5.7 运营风险

经营二手书的运营与管理，基本设施的建设成本还在其次，最重要的还是建立供销渠道的成本，通过回收——储存调配——销售的基本运营模式，货币转化成了“图书”这种看得见的资产，然而若买不出去或不能及时卖出去，“旧书”不能再转化为货币，资金链便断了，成本便变成了损失，其次作为市场调研信息手机的成本作为一种沉没成本，风险自不待言。

## 5.2 应对方式

### 5.2.1 融资风险应对策略

由于二手书店对流动性资金的要求较高，对固定资产的占用较大，而缺乏商誉增加了融资的风险与困难。因此我们作为公司发起人自筹一部分资金，向风险融资机构再融资一部分资本，待经营到一定阶段，就可以进行资产抵押或信誉担保向银行贷款，巩固和拓展我们的供销渠道，进一步扩大企业规模，积累规模效益。

### 5.2.2 运营风险应对策略

在企业的萌芽阶段，实行精益管理，开源节流，在不降低服务质量的基础上选择尽可能低成本的营销渠道，以尽快积累发展的资金。在企业的成长阶段，用企业积累的资金和向银行的贷款投资与企业的发展与业务的开发，实现企业的跨越。在企业的成熟阶段，再次向社会融资，注重企业的规范化管理，进一步降低成本，减少成本风险。

### 5.2.3 市场供需风险管理及渠道风险应对策略

面对竞争者，建立完善的协调与配送服务，打造我们的核心竞争优势，直接与大学生本人联系，实现收书与售书的一体化，同时开辟我们二手书的服务形式，开发范围更大的消费群体。一边降低市场竞争的压力，一边充分利用销售渠道的综合功能。

### 5.2.4 大学生消费能力

大学生在校期间，各项费用之处较大，但是自身又没有固定经济来源，在承受能力上较为偏向价格低廉、实用型消费，而二手书正是源于这一出发点进行销售的，所以，在价格承受方面非常贴近消费者群体的水平。

## 六、 进度表

起止时间：2022/5/5~2022/7/1

已完成成果：已设计完产品初步方案，确定产品原型和 KV 设计。

计划完成目标：吸引投资人进行融资，或与校方达成合作获取经费。搭建二手书交易 app 平台，寻找和联系广告商，在具体地点放置书柜和测试 bug，邀请学生群体用户。

人力和时间成本投入：拟定为 5~10 人和 2 个月时间