

项目计划书

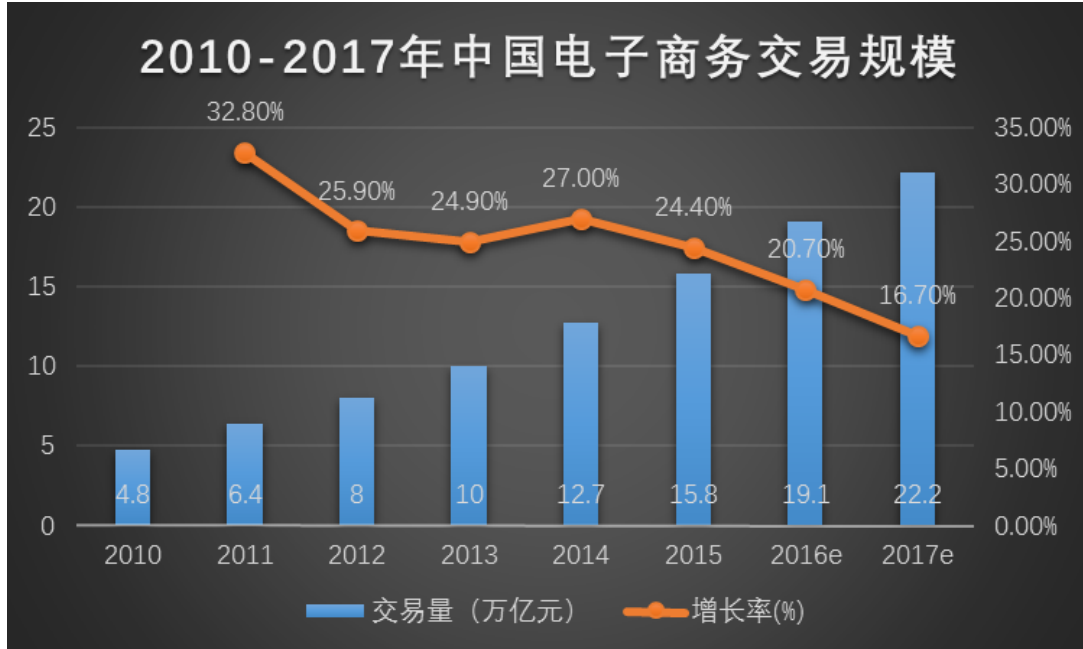
天津小区 O2O 再生资源回收

李辉

2023-1-19

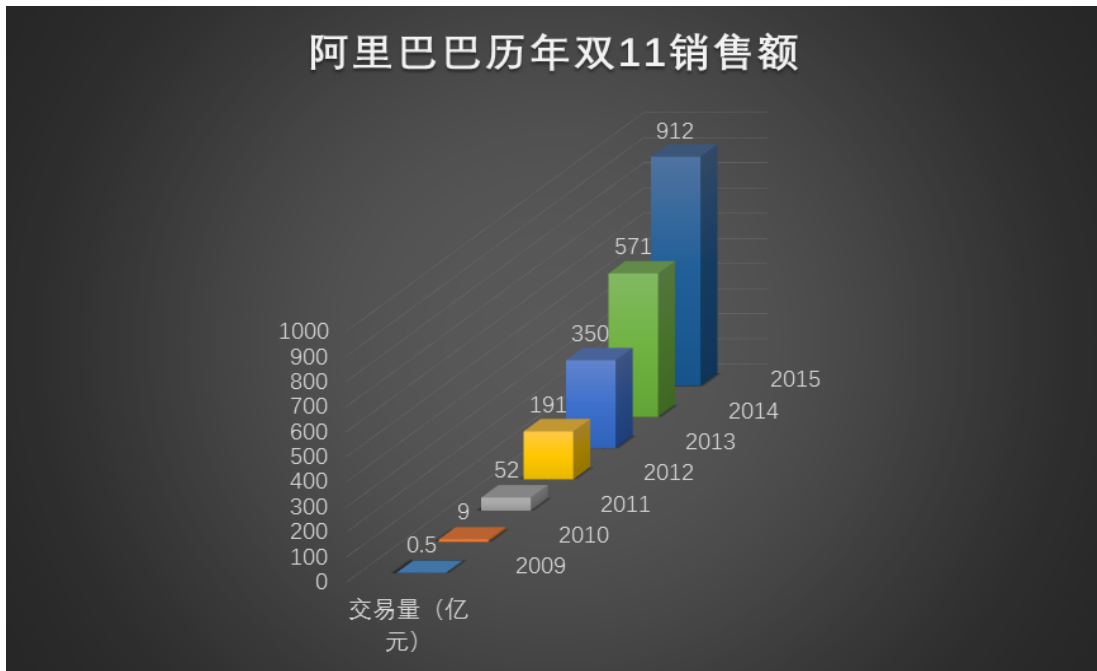
项目背景

从 1997 年 12 月中国第一家电商网站中国化工网上线，到目前中国的电商行业已经发展了 23 年，在这 23 年的发展历程中，电商不停的影响着中国网民的生活，这种影响还将一直持续。



众所周知，阿里巴巴由马云在 1999 年一手创立企业对企业的网上贸易市场平台。2003 年 5 月，投资一亿元人民币建立个人网上贸易市场平台——淘宝网。2003 年 10 月，阿里巴巴投资成立支付宝企业，面向中国电子商务市场推出基于中介的安全交易服务。迄今为止具有代表性的网络狂欢节双 11 销售，足以体现目前电商发展趋势。

阿里巴巴历年双11销售额



综上所述电商行业发展虽尚未到瓶颈阶段。尽管如此，如今的电商领域也已然是红海一片，到处是血雨腥风的厮杀，因此也就很难找到一块儿立足之地。

然而，若想找到一片蓝海的话，便要从电商的发展上来研究，同步还要结合国情来分析，在此不再赘述。只是想用阿里巴巴的成功来阐明一件事——顾客是一切电商模式的基础。

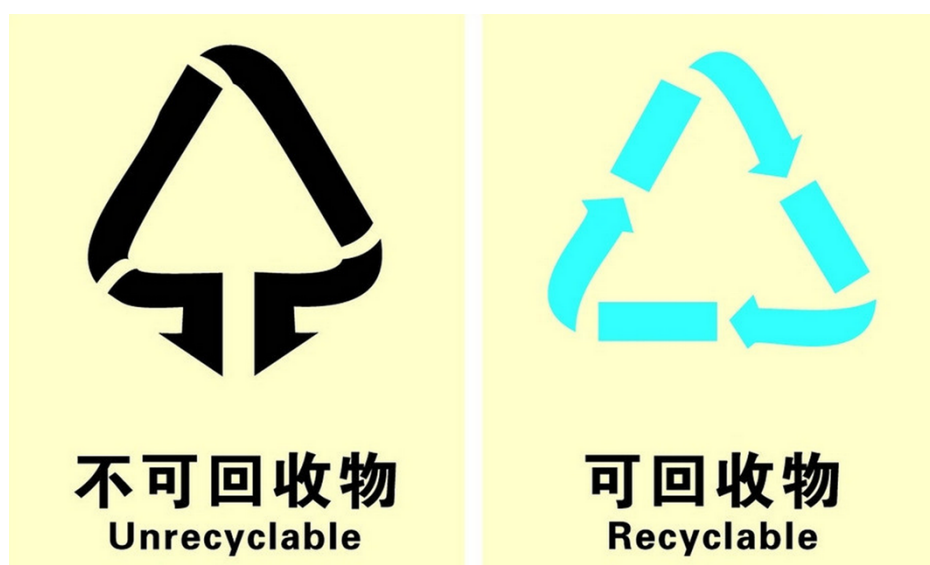
淘宝网建立初期，面向所有顾客免费；腾讯网（ ）建立初期，面向所有顾客免费。这是为人所熟知的比较有代表性的。他们的目的只有一种，获取顾客，拥有顾客也就拥有了一切可以发明财富的源动力。

但如今的市场，单靠免费来获取顾客已然是行不通了。就出租车行业来说，滴滴、快的、优步、神州专车近两年火了起来。然后他们获取顾客成本恐怕另诸多人望尘莫及，以目前出现的数据计算，滴滴烧了 40 亿美元，优步补助了 20 亿美元，神州专车也烧了数亿美元。未来的 2023 年专车大战中，各家还会持续的钱烧吗？答案应当是肯定的，由于多方角逐下，谁不补助，没有忠诚度的顾客立马倒向另一方。

话锋急转，咱们回过头再来探讨一下电商行业蓝海的问题。假如可以以很低的成本获取到大量的顾客，那也就拥有了发明财富的源动力，本项目以此为出发点应运而生。

第一章、 项目简介

在我们实际生活中接触最多的是生活消费品废旧物资再回收，重要包括废旧金属、报废电子产品、废造纸原料(旧书、废纸、废纸板)、废旧轻化工原料(塑料瓶)等。对于一般家庭顾客而言，这些废旧物品已经丧失所有或绝大部分使用价值，属于被遗弃的生活消费品，放在家中还占用空间，人们称之为“垃圾”。



对顾客而言，废品回收的最大需求是“谁收”，对生产加工企业而言则是“谁给我收”，对回收企业而言则又是“什么时间在什么地方收”。我个人对废品回收产业链的简朴认识：生产加工商——大型回收分拣处理企业——回收站点——回收从业者。

从产业链出发，互联网可以改造的是取代“回收站点”，把零碎的“回收从业者”归为统一，并结合移动互联网位置属性与自然人身份认证的天然优势，处理“什么时间在什么地方收”

的问题。这当中节省的则是因巨大时间成本而产生的二次中间成本，举例来说，老式的回收站点依托两个来源，一是少许顾客积极上门卖废品，二是回收人员(以农民工为主)挨村挨户将收来的废品转手卖给回收站。回收站点则自己承担基本的分拣成本和交通运送成本，将回收物品再输送给都市回收基地(大型回收分拣处理企业)。这当中层层转手产生的成本则可依托互联网直接连接顾客与回收基地而减少甚至消除。从规模上来说，在规模量到达一定程度，则可直接取代都市回收基地，直接与生产企业建立业务往来，则中间成本几乎为零。

从记录学角度出发，也就是大数据，根据都市居民废旧物品回收记录，则可根据不一样维度做都市消费总量及家庭顾客消费倾向、消费习惯及消费总量的预测，根据不一样厂商合作又可以与销售量结合理解产品生命周期与产品实际消耗量等数据汇报。这些对于某些市场调研机构和生产研发机构具有不错的商业价值。

从应用工具角度出发，此类互联网工具可以成为家庭生活消费品零售的一种流量入口，根据家庭顾客回收频次理解家庭生活重要消耗品类，与关联生产批发商合作，则可做针对性新品营销。

从地推回收人员工作时间出发，与顾客采用时间预约管理措施，将空闲时间与回收路线开发做众包物流(例如家俱、家电上门配送等)。

第二章、 项目波及人员的基本状况

第三章、 服务描述

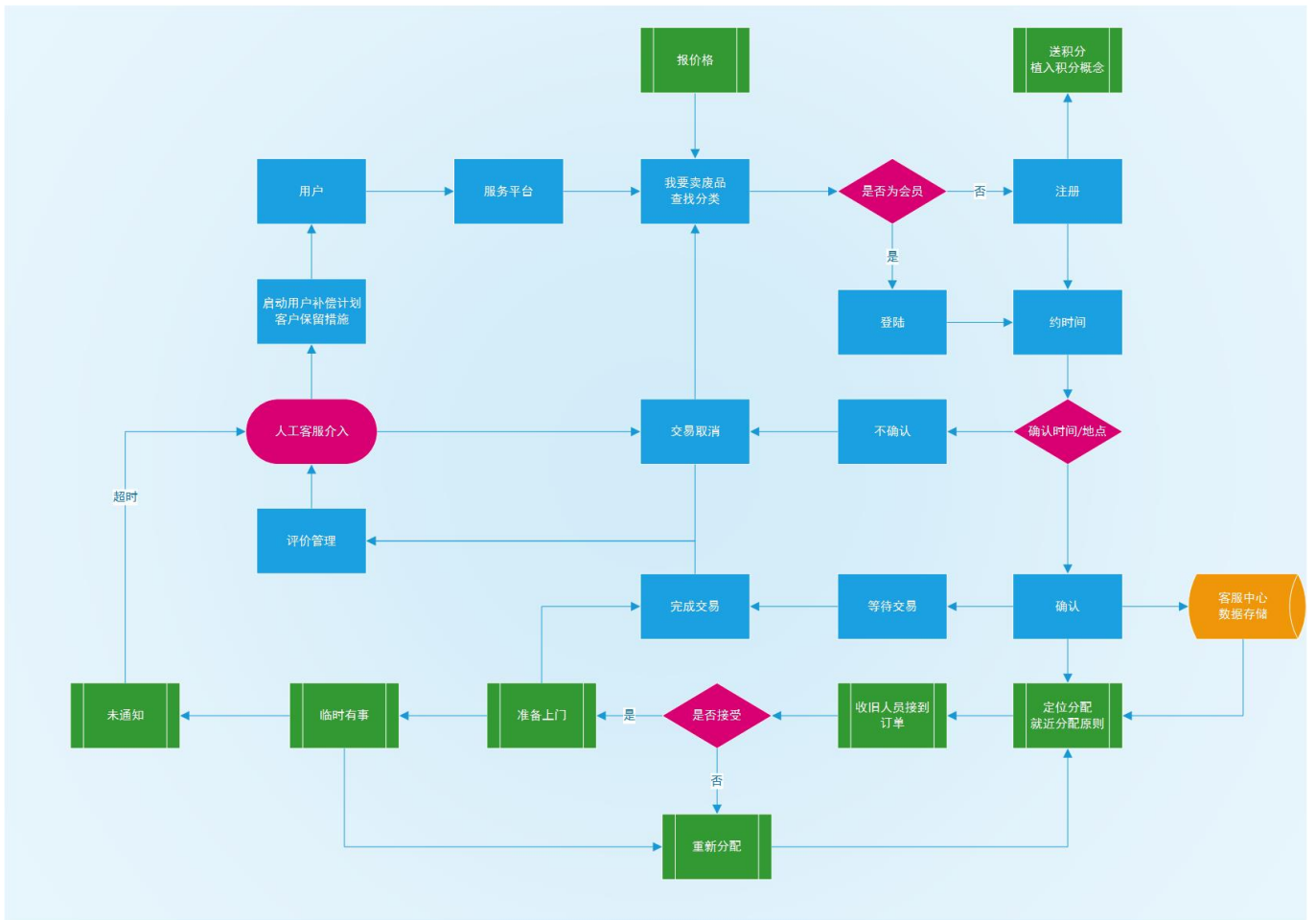
打造移动服务平台，对废纸、废塑料、废旧电池、废铜烂铁、大小家电、3C 产品等废旧物资进行 O2O(online to offline) 小区模式回收。

平台重要使用 公众平台、新浪微博以及百度地图等社会化工具提供入口，在开发的移动端 APP 进行服务。地推引流，使收旧人员和实际顾客之间，在后台使用类似 ERP 管理系统无缝对接多种数

据，使用第三方 API 接口，对接多种会员数据，包括地理位置各项参数。实现实时定位注册顾客，并通过高度集成的系统管理模式，提高工作效率，实时分派众包任务，处理实际问题。

产品可邀约本市最强工科院校负责多种 500 强企业运维系统开发的天津大学计算机学院专业团体完毕开发。力争做到技术保持高水平，产品功能具有前瞻性，追求极致的顾客体验，在同质化产品当中脱颖而出。

可视化功能流程构造图如下：



第四章、 行业及市场

2023 市场行情分析

1、废钢铁：

2023 年整年废钢市场体现为弱势运行，价格易跌难涨，成交放缓。中国再生资源废钢价格指数 1 月 4 日为 1628 元/吨，3 月 24 日该指数为 1463 元/吨，合计下跌 165 元，跌幅 10%。

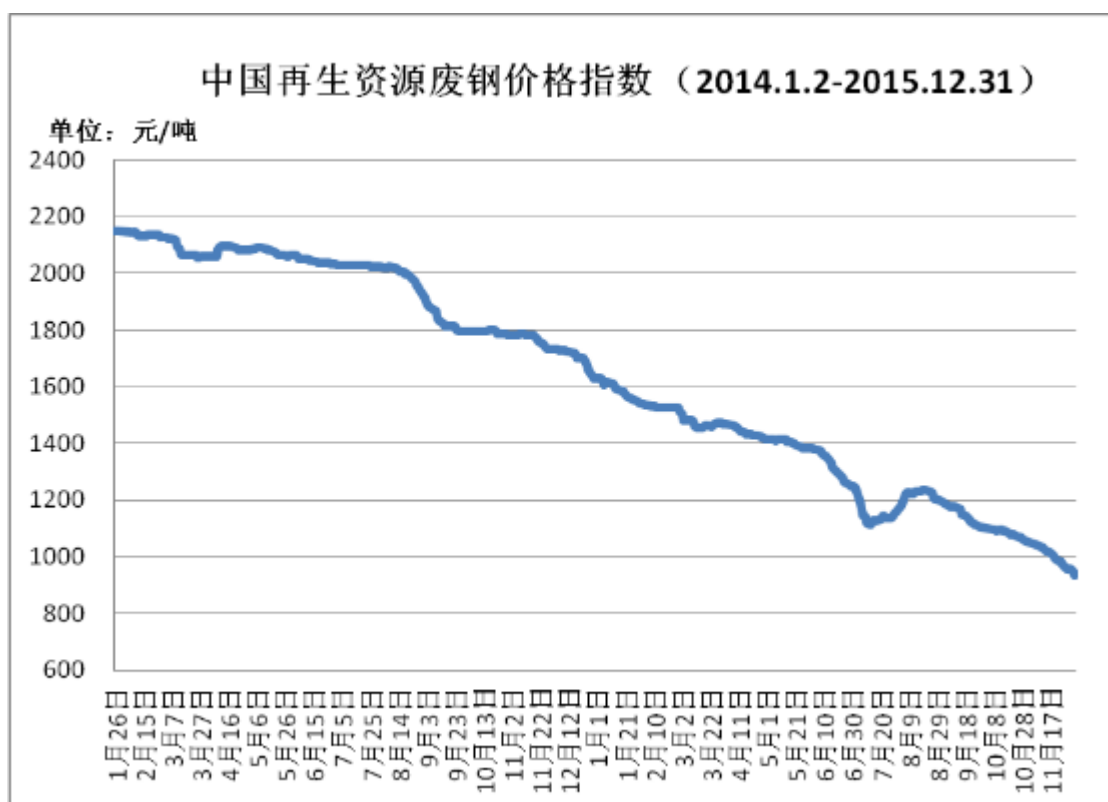
1月至6月，国内钢铁产业链全线下滑，钢材市场大幅下跌，废钢市场加速下滑。大型钢厂下调废钢采购价格，沙钢月内合计下调80元/吨，周围主流钢厂跟跌80-150元/吨，市场消极气氛加重，加上临近春节，市场操作减少，部分商家停止出货，亏损导致出货积极性下降，市场成交减弱，重废不含税价格1400-1480元/吨。

7月直到12月初废钢市场一直在1400多元/吨维持弱势行情，进入7月份后来，价格跌破1400元/吨，进入1300元的低谷区，至11月后来跌破1000元/吨。

8月份国内废钢市场出现一定力度反弹，国内普碳废钢市场整体大幅上涨，其中华东、华南、东北等地合计涨幅达90-160元/吨。国内废有色、废塑料市场仍然体现低迷，下游需求有限。

9月份后沪建材涨后小幅回落，可见目前行情仍不适宜盲目乐观。近两周超速上涨的行情多数仍是因环境保护炒作而起，实际市场需求仍无明显好转。进入第四季度废钢市场一路下滑。

2023年1月至2023年12月废钢价格指数图



废钢政策方面：2023年1月1日起，号称史上最严环境保护法开始实行，按照新的环境保护法规定，吨钢生产在环境保护上的成本将到达200元/吨左右，与目前部分民营钢厂吨钢几十元的环境保护投入相去甚远，同步也将意味着国内钢铁生产企业至少80%不达标。加大环境保护治理将明显增长钢铁(包括原料)生产企业的成本。3月18日，工信部在其官网上公布了《2023年智能制造试点示范专项行动实行方案》(如下简称《方案》)，决定自2023年启动实行智能制造试点示范专项行动，以增进工业转型升级，加紧制造强国建设进程。其中，钢铁行业列入工信部的智能制造试点范围。20日再次推出《钢铁产业调整政策(2023年修订)(征求意见稿)》，提出到2023年钢铁产能规模基本合理，产能运用率到达80%以上，行业利润率及资产回报率回升到合理水平。

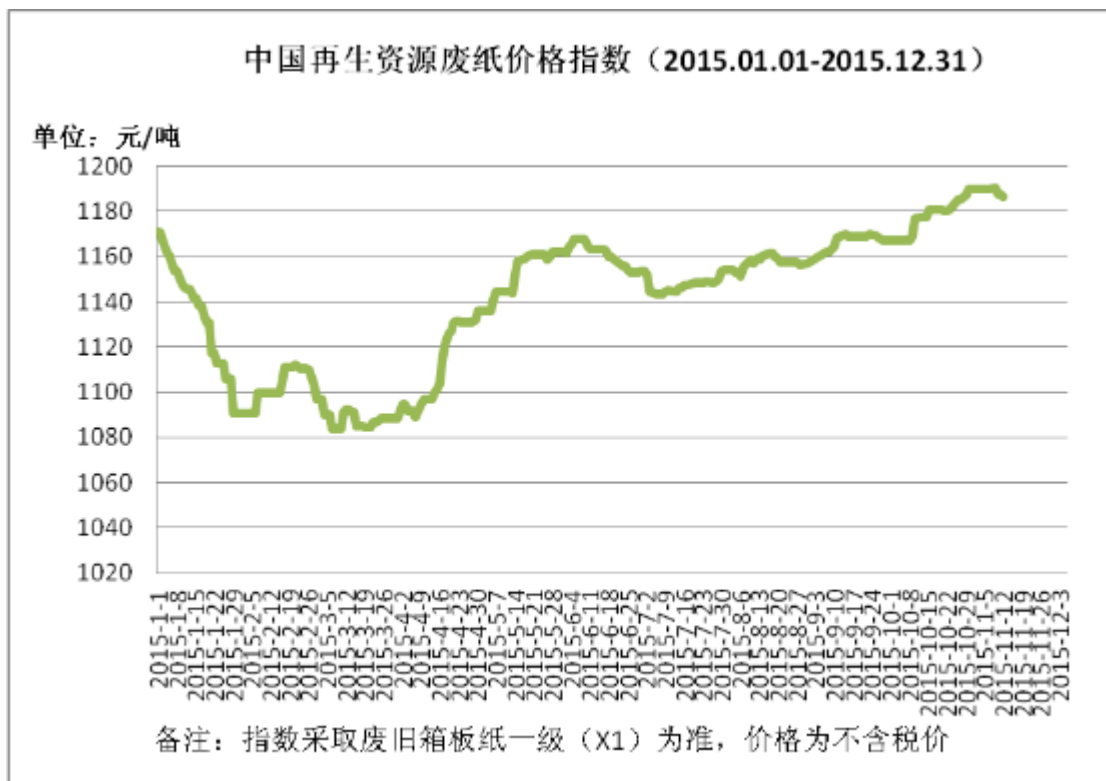
2、废纸市场

2023年一季度，废纸市场国废价格稳中走低，外废到货量集中，市场依赖度增长，外废报价上涨。1月份开始，国内纸厂增值税补助方面将全面取消，纸厂采购成本增长，对国废价格利空。季度内国废箱板纸一级价主流(平均)价格由年初的1245元/吨，下降到3月下旬的943元/吨，合计下跌302元，跌幅24%。

4、5月份后来，中国再生资源废纸价格指数周均价1145元/吨，涨幅0.09%。上周北方市场价格出现上涨，山东淄博、潍坊、德州多地纸厂上调采购价格，重要是降雨原因导致到货量下降。相比北方地区涨价，南方地区价格小幅下调，湖南大瑶停机增长，需求下降，江浙地区价格下跌，跌幅在20-30元/吨左右，市场价格下跌，纸厂观望增长。外废方面，进口废纸价格震荡走低，成品市场低迷气氛影响，国废价格持续下行，外废期货报盘无奈跟降。且欧美市场暑期影响，本土需求转弱，外商出货压力增长。下六个月废纸市场振荡不强，呈疲软状态。

进口废纸市场：外废方面，进口废纸价格震荡走低，成品市场低迷气氛影响，国废价格持续下行，外废期货报盘无奈跟降。且欧美市场暑期影响，本土需求转弱，外商出货压力增长。成本制约下，厂家多表达更倾向国废货源替代，外废价格优势不存，后市看空者增长。

中国再生资源废纸价格指数



政策方面：在 3 月份两会期间，柴静的《穹顶之下》播出引起市场极大关注度，国人对环境污染的容忍度趋近于零，纸企面临的风险骤然加大。环境保护部宣布，从 2023 年 6 月起，造纸等行业的排污费将猛增一倍。两会期间，政府对于环境保护的调门似乎越来越高，部分污水处理不达标的企业恐将面临关停。

3、废铜

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/485014244024011214>