

大学生易 book App 策划书

团队名称：Ebook 时代

团队成员：周思行、仲港、蒋洁、

刘起龙、王睿、李明璇

2016 年 11 月 30 日

目 录

1 概要	- 3 -
1.1 项目背景	- 3 -
1.2 项目简介	- 3 -
1.3 前景分析	- 3 -
2 项目介绍	- 5 -
2.1 运作模式	- 5 -
2.2 目标人群	- 5 -
2.3 团队管理	- 6 -
2.4 盈利模式	- 6 -
3 可行性分析	- 7 -
3.1 市场需求分析	- 7 -
3.2 技术可行性分析	- 9 -
3.2.1 前台制作	- 9 -
3.2.2 后台制作	- 11 -
3.2.3 服务器采用	- 11 -
3.2.4 操作系统选择	- 11 -
3.3 盈利模式可行性分析	- 11 -
4 SWOT 分析	- 14 -
5 管理体系	- 14 -
5.1 人员管理	- 14 -
5.2 信息管理	- 15 -
5.3 创新发展	- 16 -
6 市场营销	- 17 -
6.1 市场调研	- 17 -
6.1.1 人群调研	- 17 -
6.1.2 市场空间	- 18 -
6.1.3 产品调研	- 19 -
6.1.4 市场预测	- 19 -
6.2 营销目标	- 19 -
6.2.1 前期目标	- 19 -
6.2.2 中期目标	- 20 -
6.2.3 后期目标	- 20 -
6.2.4 现阶段目标	- 20 -
6.3 目标市场营销	- 20 -
6.3.1 市场细分	- 20 -
6.3.2 市场定位	- 21 -
6.4 宣传方式	- 22 -
6.4.1 海报宣传	- 22 -
6.4.2 摊位宣传	- 22 -
6.4.3 社团活动赞助	- 22 -
6.4.4 举办线下易书活动	- 22 -
6.4.5 与媒体合作	- 22 -

7 机遇与风险	- 23 -
7.1 机遇分析	- 23 -
7.2 风险分析	- 23 -
8 结束语	- 23 -

1 概要

1.1 项目背景

众所周知,电子商务作为网络化的新型经济活动,已成为经济发展新的增长点,受到各国政府的高度重视。

当前我国各级政府都已经充分认识到电子商务对促进经济转型升级的重要作用,商务部更将发展电子商务作为构建内外贸一体化的现代流通体系的重要抓手。

据悉,未来三年将成中国电商盈利临界点。

DCCI 互联网数据中心 2012 年 10 月 17 日发布了开放讨论版的《2012 中国电子商务蓝皮书》。DCCI 创始人胡延平认为,未来一到三年将是中国电子商务转亏为盈的临界点。

而电子商务较之传统商务不仅降低了交易成本,减少库存。缩短生产周期。降低管理费用,提供 24 小时在线服务。在这个信息化发展的今天电子商务的作用日益凸显。

截至目前,已经有越来越多的传统企业投身电商领域,建立了电商网站,为自身的电商转型迈出了关键一步。

以中搜为例,作为国内领先的电子商务平台服务提供商,中搜已经为超过 8000 家传统行业企业建立了垂直电商 App,帮助他们完成了电商转型,并取得了很好的效果。

为了感应时代的步伐,我们创建大学生易 book App,为图书与图书交换提供了一个在线平台。

1.2 项目简介

大学生易 book App 是以在校大学生为主要目标人群,提供一个图书和图书之间相互交换的专业网上平台。我们旨在为广大师生提供一个优秀的图书交换信息平台,帮助他们解决手中堆积的图书的处理问题,同时,让他们体验一种以书会友的新乐趣。

1.3 前景分析

目前,国际电子商务市场已成为发展最快的市场之一,图书交换平台的出现和迅速风靡有历史的必然,用全新的交换理念推翻了传统货币交换模式,利用现代网络技术将自己近期不看的书籍的使用价值进行有效整合。

在中国，处理闲置图书的方式历来无非是卖掉、扔掉和送掉三种方式，网络交换平台则巧妙地将社会资源再利用的功能植入到了网络社区中。

但是，这种新型电子商务平台如果要在中国发展起来，必须突破三大瓶颈，即解决信用机制问题、聚集人气问题和如何提升增值服务。

我们的大学生易 book App 正好解决了这三个问题。

(1) 从行业竞争来看：各大图书交换网站的注册门槛都比较低，无需注册者提供证明身份的材料，只要双方觉得合适，喜欢对方的书籍就可以进行交换了。因此，在目前看来，大多数换客可以网上联系，然后进行线下交易活动，交易时完全脱离作为中立第三方的换物网站，信用方面缺乏有力的保障手段，交易的安全性受到了挑战。尤其是具有收藏价值的图书之间交换就存在很大的风险。而对于大学生易 bookApp，我们针对的人群是每个学校的在校学生，交易也是线下交易活动，但我们的交易活动中去除了物流这个环节，面对面确认自己想要的物品，更加确保了书籍的可靠性，信用问题也就不成问题了。

(2) 从市场竞争来看：同样是人们想要换取的图书，但是易 book App 上的书籍，比其他同类书籍便宜很多，适合年轻人，据统计，当前的换客们大都是年轻人。作为与互联网同时成长起来的一代人，网络已经成为他们的一种生活方式。年轻人也最容易接受新鲜的事物，在网上购物，交换书籍好像已成为他们生活中不可缺少的部分。现在的大学校园处处可见二手张贴的广告，这种小范围的广告形式，针对的人群数量少之又少，而我们的易 book App 正好给他们提供了一个商业平台，开放度高并且辐射范围广，需求量也大。人气自然而然也就解决了。

以校为单位，人气比较凝聚，这给在校园的广告商一个不可多得的平台，解决了他们单一的广告形式，张贴海报，发传单，招代理，在网络这个 24 小时提供服务的平台，是他们最佳选择场所。网络上的增值服务也就产生了。

2 项目介绍

2.1 运作模式

我们网站的交易流程图，如图 1-1 所示：

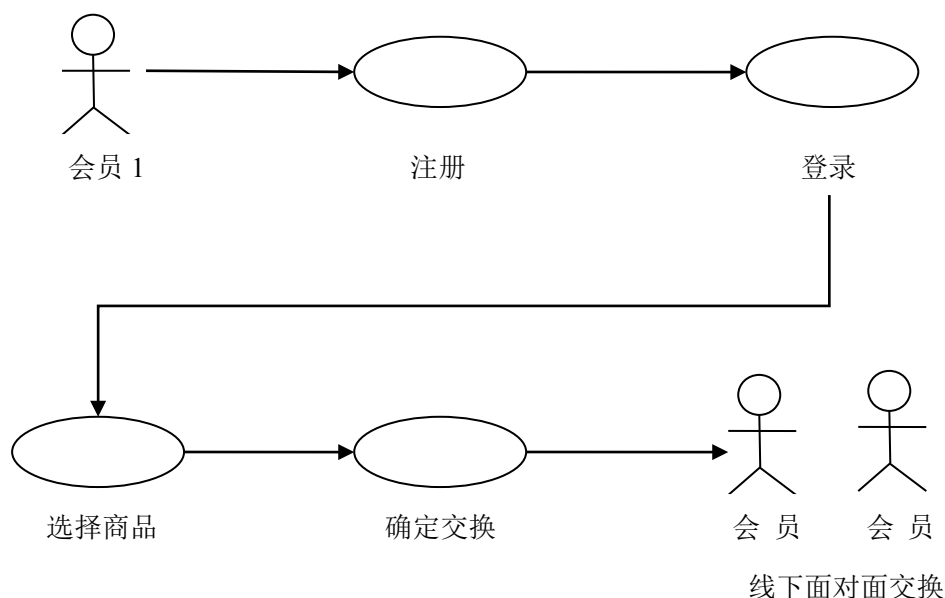


图 1-1. 大学生易 book App 交易流程图

在线上，我们为广大的在线师生提供一个交换信息发布平台。注册用户了后，选取自己想要交换的书籍，达成交换意愿后，就可以采用校内线下面对面的书籍交换。在这个过程中，为了用户更好的及时的选到自己所需要的书籍，在卖家投放书籍的时候，我们要求必须严格分类，在价格上面原价和现价是必填的内容，以方便易书者进行更好的选取，用户交换完成后，买家为卖家的书籍和交换过程满意程度进行评价，当然买家评价的次数到了一定数量我们网站会有好礼赠送，同时对买卖双方评价回复的内容设立管理机制，营造一个和谐易书的环境。

2.2 目标人群

在书籍交换方面目标人员是在校师生，主要针对大四将要毕业的学生，他们不能带走的书籍很多而且大部分都很实用，满足了学弟学妹的需求，可以投放到我们平台，不仅如此，在校园里，由于年轻人热爱读书，但是在资金上困乏，这给了我们一个很好的市场。在买家方面，大一新生是主要针对人群，大学所需书

籍都需要购买，在易 book App 选购实用又便宜的再好不过了。针对不同的人群，

我们推出了不同的书籍交换，这样在人群的吸引上，也不仅仅局限于大四和大一的，每个学校的所有学生都是我们吸引的对象之一。团体的人员以学院或社团为主，进行学院间社团间的交换，不仅可以交换书籍，还专门开设了技能交换，游戏互动等。

2.3 团队管理

网站的运作离不开一个优秀的管理团队，对内我们将对人员进行培训，邀请相关的专家和老师进行讲座交流，提高整个团对的综合素质。对外广纳贤才，校内外征集人员的参与。在人员分配上，以锻炼团队的综合素质，互帮互助为主，按其能力和性格分配相应的工作，每周进行交流活动，谈谈收获心得。每周开创新会议，把创新贯穿我们团队的始终。对团队人员完成的工作质量有严格的要求，秉承最大极限为学生提供最好的服务为宗旨，把团队做大做强。

2.4 盈利模式

从 2005 年 7 月起，加拿大送货工麦克唐纳在当地的物品交换网站上用一枚特大号的红色曲别针开始了他的“交换之旅”最终换来了一栋两层别墅的一年居住权。虽然“别针换别墅”是极个别现象，但在中国催生了众多易书网站的建立，也引来了无数“换客”的蜂拥而至。

国内易书网站在这次风波后大量产生，但生存问题令人堪忧，在北美，易书网站的发展已经比较成熟，他们的赢利方式我们可以学习借鉴。如刊登分类广告，在 MP3 的换物空间里，链接 MP3 的新产品广告；刊登“换物指向服务”，比如高级搜索等增值服务；在交换成功之前向换客收取一定的担保金，从而形成一个短暂的现金流。我们 APP 的盈利措施如表 2-1。

盈利措施
■ 企业和学校的支持
■ 注册 VIP 会员收费（提供与免费会员差异的服务）。
■ 信息化服务，对特殊群体，比如社团，专门推出一个区域，为社团活动宣传。
■ 在网站达到一定的规模后，收取交易差额的 5%
■ 后期随着平台发展而衍生的其它盈利模式。

表 2-1. 大学生易物网盈利模式分析

但显然，这些针对个人的增值业务赢利似乎仍不能够保证易 book App 的正常运营。我们会在抓住这些细节上，对于 App 服务对象的特殊性，我们的 App，不仅仅只是保证了它的运行，努力实现他的盈利，我们以服务为宗旨，以大学生的切身利益考虑，同时基于这个群体，我们对他们的心理需求和精神需求更加的关心，这也是我们做这个 App 最核心的版块。

3 可行性分析

3.1 市场需求分析

中国的电子商务发展迅猛，市场交易额日益增加，即使受到金融危机的影响，上升趋势丝毫没有减弱。

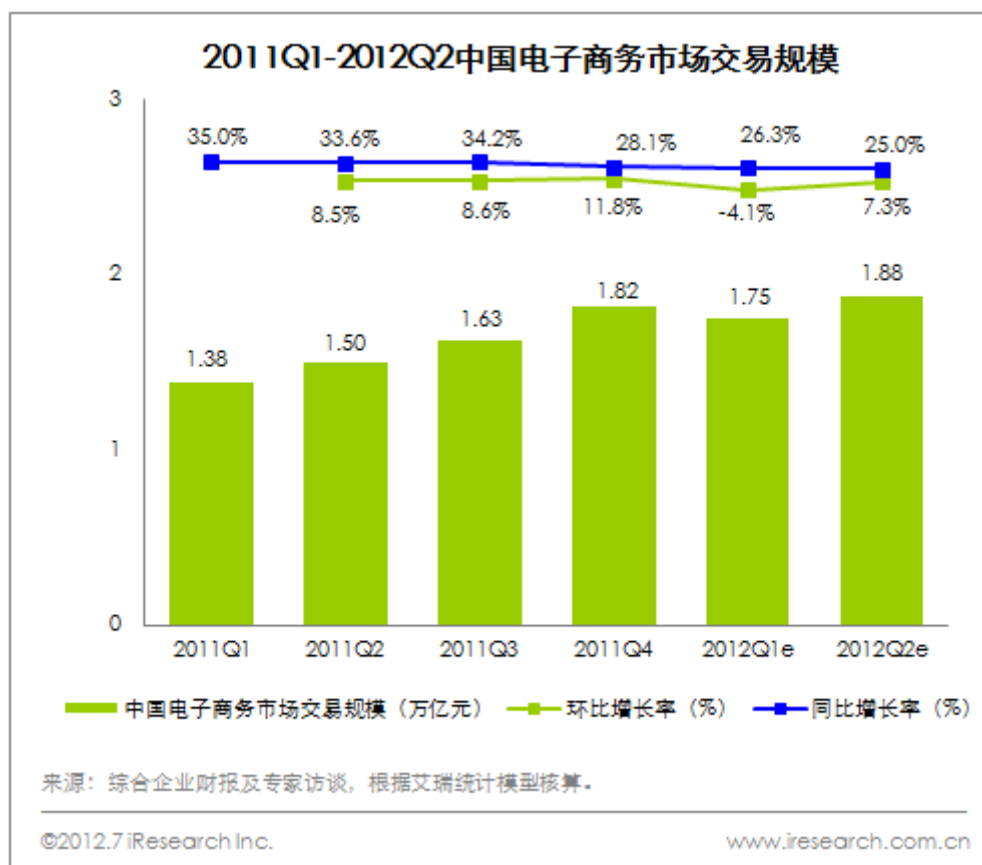


图 3-1. 2011Q1-2012Q2 中国电子商务市场交易规模

图表来源：艾瑞网《艾瑞咨询：2012Q2 电子商务市场交易规模达 1.88 万亿元网络购物占比略升》

但金融危机还是对企业间电子商务的运行产生了较大影响，原材料涨价、人力成本上升，部分中小企业、大企业经营面临一定困难，相对而言，网络购物发展超预期，就拿这次的“双十一”来说，众所周知，每年的“双十一”

被业内人士称为“网购狂欢节”，今年的“双十一”依旧疯狂，据统计由淘宝与天猫共同发起的双十一电商狂欢落下帷幕，在 24 小时实现了 1 亿零 580 万笔交易，总销售额 191 亿元，是去年双十一 33.6 亿销售额的 5.7 倍。疯狂购物的背后，是剩余产品多余的问题，根据吕伯望在 2012 年中国网上购物消费者调查报告，我们做了分析。

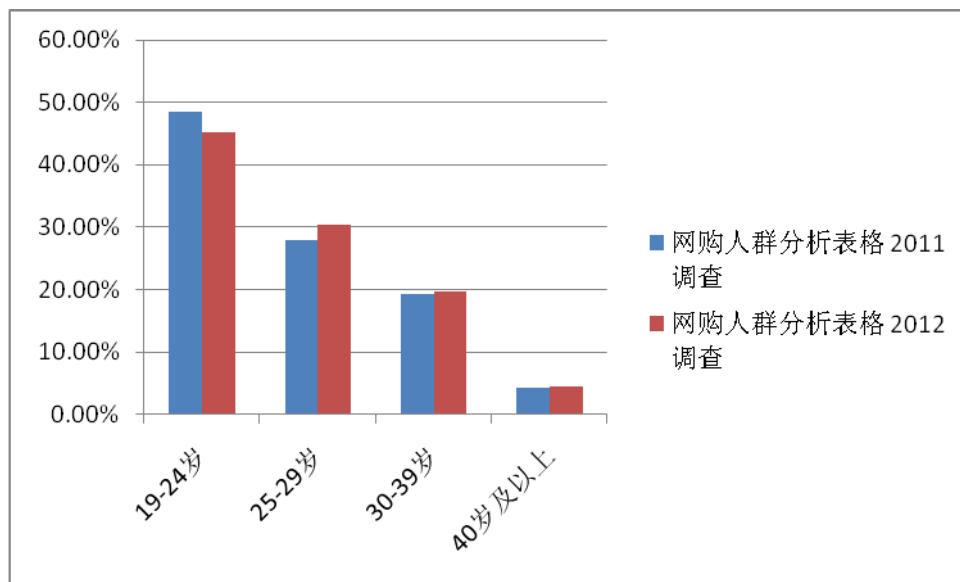


图 3-2. 2011-2012 中国电子商务网上购物消费者分布

从表中我们可以看到，无论是 2011 年还是 2012 年青少年都居于首位。



图 3-3. 2011-2012 电子商务用户选择网络原因

图表来源：名美服饰：2011-2012 中国网购用户分析表

而用户选择的比例大部分都是因为价格比实体店便宜，通过对青少年这部分网络大军的特点即选择价格便宜的，且容易接受新鲜事物，而且他们与社会上的人群最大的不同在于心理需求和精神需求要求比较高，我们为其量身定做的大

学生易书 APP，本网站不仅是二手交换的平台，也提供了一个很好的交流平台，不仅有二手交换，针对大学生这个特殊的人群我们也发布了招聘信息，游戏互动等。

3.2 技术可行性分析

我们从网站建站开始，对网站从制作，到整个网站建设成功进行细分。通过对网站建设和运营的 WBS 分析，更加有效的做出美观可行的网站。

WBS 树状图分析

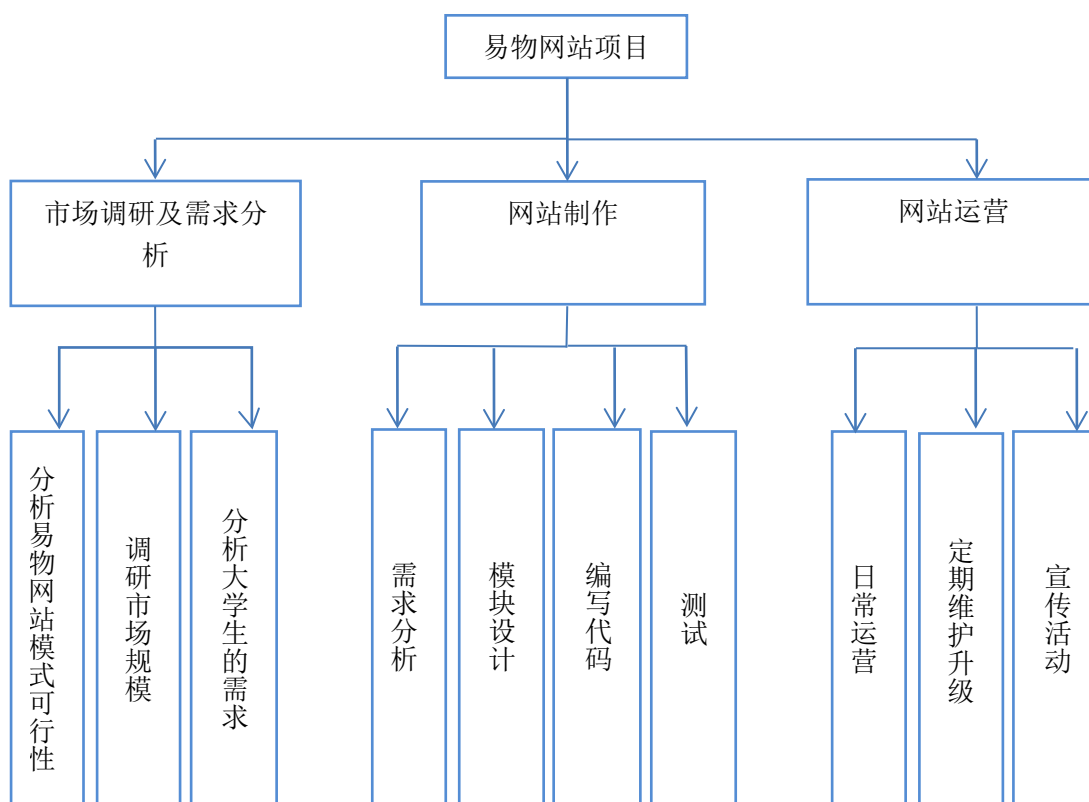


图 3-4.大学生易 book App WBS 树状图

3.2.1 前台制作

1.色彩选取

以淡蓝色为主，给人柔和，洁净，爽朗的感觉；淡黄色为辅，体现出年轻人的朝气与活力。

2.logo 设计

在 logo 的设计中，我们将对全校学生有奖征集设计方案，即能突出书籍交换过程，又能传达人们期待交换到自己所需要的书籍这个美好的愿景。

3.页面布局

页面布局简单大方，方便查找所需要的信息，当同学打开页面，映入眼帘的是干净、阳光的色彩搭配，设计新颖的 logo 设计，当然最主要的还是能快捷方便的搜索自己想交换的信息。

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/486040133053010141>