

“绿色书屋”二手书市场

可行性 分析 报告

pathfinders

目录

一. 项目简介.....	3
二. 市场分析.....	4
(一)市场描述.....	4
(二)市场调查.....	8
(三)目的市场、消费群.....	11
(四)销售战略.....	12
(五)合作伙伴.....	16
(六)竞争分析.....	17
三. 营销方略及经营销售.....	20
(一)产品方略.....	20
(二)价格方略.....	21
(三)渠道方略.....	23
(四)促销方略.....	24
(五)宣传方略.....	25
四. 财务分析与风险分析.....	26
(一)风险评估.....	26
(二)财务分析.....	27
附件.....	30

一、项目简介

目前高校教学教材、参照书、考研材料等有关书籍价格比较高，学生购置时要花费较高费用，这对于学生是一笔较大的开支，尤其会给家庭困难的学生导致很大的经济压力，鉴于二手书的可运用性，我们但愿通过组建发展我校二手书市场交流平台，这将是一种很好的创业项目。

对于高校的教科书的改动一般都有限，大部分教材知识要点基本不变，同步与之相对应的参照书、考研资料（除政治外）变动也相对较小。二手书完全可以进行回收再运用，以此来节省成本。尤其是目前每年大学生毕业后，都会大量书籍需要处理，一般处理措施通过收废品处理掉，只有很少部分卖出去，同步，看要得学生考研之后也诸多材料、书籍需要处理，况且，大学阶段的教育是一种广博的通才教育，需要学习各个方面的知识，这样就会用到诸多教材，而大部分的教材也就是在最初学习的时候需用，然后就被闲置。这样以来，诸多教科书还是可以进行反复运用，二手书教材的来源可以说是很广泛的。与此同步，每年均有诸多学生修读二专业的课程，上课时就需要一本书本，通过绿色书屋这个平台，双方的利益都能得到满足，因此二手书市场前景好。

另一方面，针对目前的考研资料市场来讲。每年也会诸多人考研到福州大学，因而需要某些的考研资料，而福州本校内的考研资料对于他们来讲是比很好的参照书，通过这个平台，可以更快、以最小的价格获得他们需要的书籍材料。同步绿色书屋同步波及网上代购图书，有某些书在书店里买不到，但又怕麻烦的同学可以通过绿色书屋帮忙代购。

最重要的一点，二手书目前在本校基本还没形成，存在大量的买方和卖方市场，市场发展前景广阔。

二、市场分析

(一)市场描述

1、福州大学新校区二手书市场容量分析

目前福州大学在校大学生将近三万多人，除去博士生、硕士，通过估算，每年毕业的学生有5000人左右，其他年级有15000人，毕业生每人至少都要读80门课程，除去公共课外，至少要读50门专业必修课、选修课、校选课，以每人有50本书本来讲至少每年要产生25000本左右的书本，假如把其他课程的辅导书算进来的话，那么至少尚有5000本。同步考虑到考研、考公的学生，我校懂得每年有5000人会考研、考公，每人至少都会5本辅导书那么就有25000本左右的书籍，加上学生为参与某些其他的资格证书的考试，至少还会有20230本左右的书籍。因此每年至少有75000本的书籍要处理，其中以5000本通过多种渠道以较高的价格卖给学生，尚有两万本学生带回家里，那么每

年至少有50000本书籍需要处理。

通过平常的观测，加上本次的调查研究，我们发现目前本校的二手市场仍未真正形成，只是存在着个别交易，但大多数是以按斤卖给收购的人。从卖方角度来来讲，二手书单位成本基本为零，但假如直接把书卖给学生的话，就会产生很大的时间成本，尤其对于即将毕业的学生，由于他们在大四有诸多的事情，时间很大，假如把花太多的时间在卖二手书的话将会产生很大的机会成本，因此，从效益和成本来讲只能花很少的时间卖二手书，因此卖给收购是个很好的选择，也是很差的选择，由于书籍的价值被严重低估了。

从买方的角度来看，目前由于学的课程并不是都会有发书本，保守估计这样的课程至少有20门，以目前新书的价格来算至少每本要25元，假如是复印的每本也要15元左右，而从前二手书渠道获得的每本书至少10元，甚至更高，并且从目前的二手书渠道，有这几种，新亭芳苑的二手市场，但这个平台可以获取所需书籍的是相称有限，从外面夜市的书摊也是一种渠道，但它量少、种类少、诸多都是几年前的。

综合上述分析，福州大学二手书市场是个前景很大的市场。

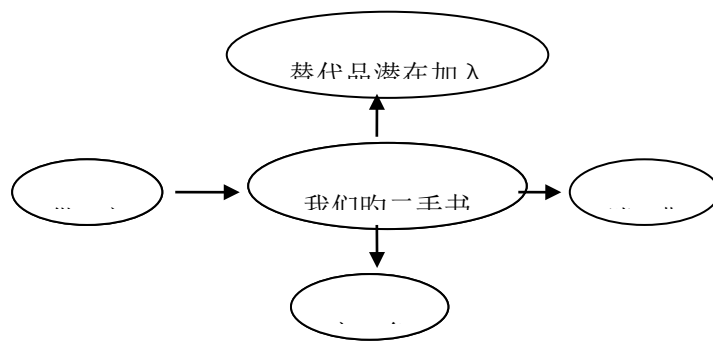
2、目前二手书市场的利益链条及其盈利状况

二手书的价值重要来源于二手书各个流通环节，其流通环节重要包括如下几种方面：1. 收购二手书 2. 储存二手书

3. 销售二手书，那么利润就来自于卖出的价格减去收购的价格，在从中扣除储存的费用，还多种其他费用。那么这里面就有几种方面的利益，一种是卖方的利益，即二手书买方乐意出多少价格的问题，假如他们价格出得太高的话，对于我们就没有利润可言，那么这就变化另一种营运模式，靠收取手续费来获利；另一方面，由于全校的学生那么多，不也许单单我们团体人员去收购，这就要雇佣同学去进行收购，于是就产生了雇佣的成本，由于二手书市场进入相对比较简朴，当这个市场成熟了，就难以防止竞争，因此在前期为了打响著名度，就要有一定的广告投入。最终就是买方的利益，由于买方对于二手书一开始就有一定可以接受的价格，一般来讲爱这个价格要低于复印书本的价格。因此二手书市场就由卖方、收购人、运行商、买方构成。因此为了提高盈利，就必须减少收购价格，但又不能明显低于收废纸的价格，另一方面，卖出去的价格也不能高于复印书本的价格。

虽然通过上述分析，我们懂得，二手书市场利润还是挺可观的，不过由于目前本校二手书市场仍未形成，不管是对于卖书的人来讲，由于书本对他们来讲单位称靠近于零，而目前二手交易平台仍成熟，诸多的书籍只能以非常低廉的价格卖给收购的人，虽然可以获得一部分利润，但相对通过二手书交易平台来讲还是比较少的。而对于买书的人来讲，二手书籍的价格、以便性往往会对它们产生影响，目前在外面也是小摊买的价格往往偏高，买的也相对来讲比少。因此，可以这样说，目前二手书市场盈利还是比较小，但这并不代表他不盈利，重

要还是没有这个成熟的交易平台。



简易利益链条图示

3、影响二手书市场的变动原因及发展趋势

A、**价格：**对于二手书籍，影响它的原因中，价格是重中之重，对于卖方来讲，由于二手书籍对于他们来讲，机会成本靠近于零，任何价格对于他们都是可以接受的，不过假如出价太低，也会导致他们会把书卖给其他收购的人，假如我们出的价格太高的话，其他收购的人也得跟着涨价，如此循环以复，也许会导致恶性竞争，因此收购的价格要一直，同步可以给卖书的人提供一种很好的中介平台。对于买书的人来讲，假如二手书价格太高，买的人就会大幅度减少。因此制定合适的价格将非常有助于二手书籍市场的发展。

B、**质量：**二手书籍的质量对于二手市场来讲一般影响不大，由于书籍的质量一般不会毁损得尤其厉害，并且这个问题在收购书籍的时候可以很好的控制。不过，由于我们会同步提供出租服务，因此就要考虑二手书籍折旧的问题。

C、**种类：**通过我们调查，我们可以发现每年二专业读经管的人比较多，同步，包括考证等等，因此有关这些方面的书籍要有所侧重。尽量提供种类齐全的二手书籍。

A、旧书供销渠道：为了保证经营稳定，就必须有一种稳定的供销渠道，这就需要在前前期的打开市场中有较多的投入，提高本品牌的著名度，占领本校的二手书市场。

4、我们对该市场未来发展前景的评价

二手书市场正处在导入期，在对本校的调查分析中发现，高校内部的二手书市场没有正式的组织 and 有效地发动起来，多属于零碎的私人互换，没有规律性。大部分学生对自己学校的二手书市场不理解，虽然他们很但愿有这样的互换平台。因此，要打开这个市场，需要大量的进行宣传和推广。

理想的营销渠道和高效的信息互换方式还没建立，价格决策难以确定，价格若定得不合理则也许限制购置和难以收回成本。但二手书市场总的来说竞争不算剧烈，竞争者少，若建立有效的营销系统，即将市场迅速推进，发掘巨大潜力。因此可以采用缓慢渗透方略，以低价格和低促销费用推出产品，使市场迅速接受新产品，同步实现更多的净利。

(二)市场调查

1、调查背景：目前福州大学在校全日制学生 26400 余名。而大学城有近十所高等院校，面对如此庞大的大学生队伍，学生学习的必需品——

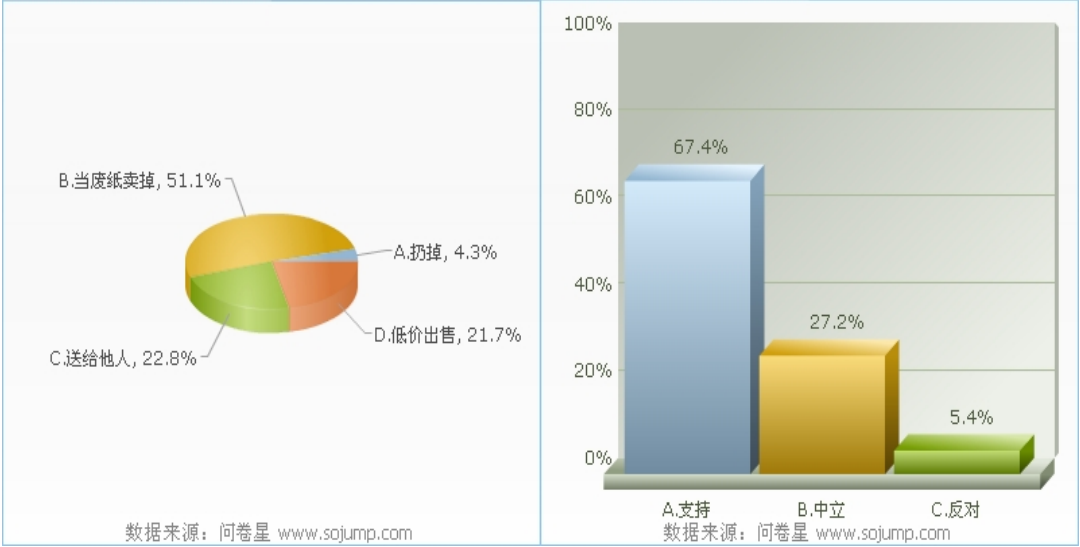
书本的使用状况引起了我们的关注。我们组织本次大学城（重要是福州大学）二手书市场调查，意在分析福州大学城在校学生二手书的使用状况、存书量等现实状况，以便建立福州大学城高校二手图书市场。

2、调查目的：大学生的二手书与否有市场；大学生对二手书的需求状况和接受程度；大学生对二手教材的规定以及以往学生旧书处理方式等

3、调查对象：在校大学生（重要为考公考研、选修课修读者、双学位者）

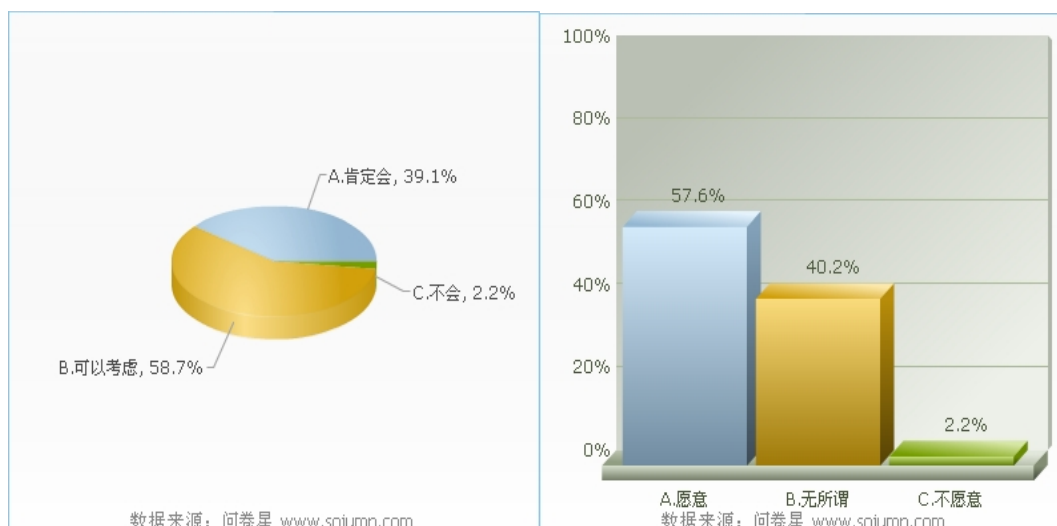
4、调查方式：以网络问卷和实地问卷相结合的方式（其中网络有效问卷92份（附注），实地有效问卷50份）。

通过我们的问卷分析以及实地考察，我们发现：福州大学二手图书需求及使用状况很好，市场潜在发展力很大，市场发展前景可观，得到如下分析汇报：



图一：大学生对二手书的处理状况

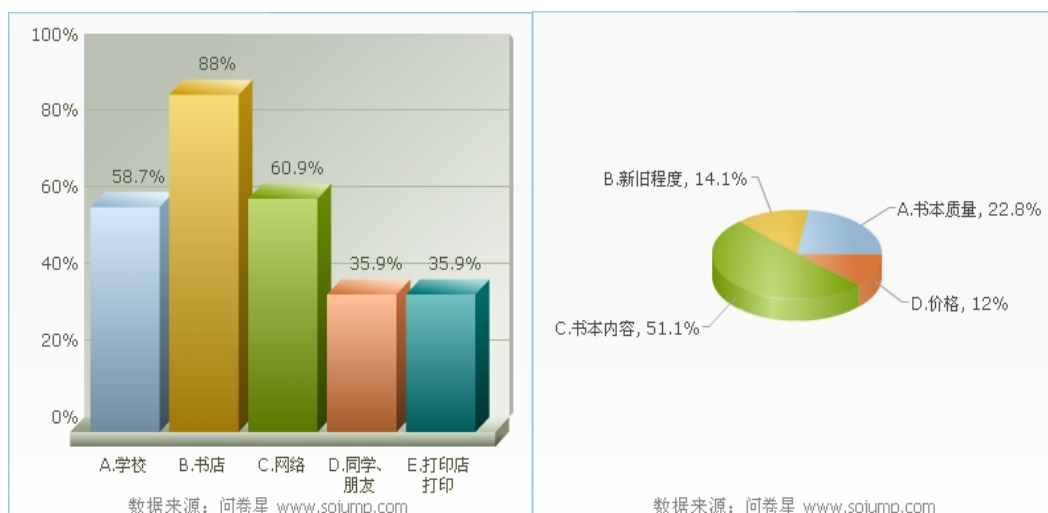
图二：大学生对书本循环运用的态度



图三：大学生对购置二手书的态度

图四：大学生对二手书互换的愿景

从图一的成果不难看出，大学生将废旧的书籍作为十分廉价的废品处理的比例占到 51.1%，而从图二来看，有 67.4% 的大学生但愿自己的书本得到有效的循环运用，并有超过 97% 的大学生表达肯定会或者会考虑购置二手书籍（图三），这阐明二手市场存在潜在的发展力。

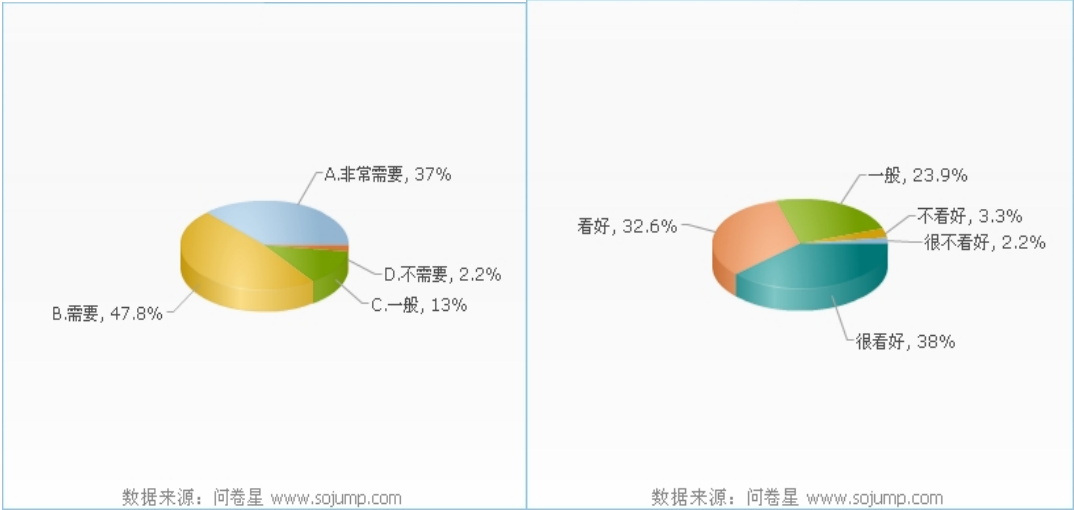


图五：大学生书籍的来源途径

图六：大学生对二手书的规定

图五反应的是目前大学城内在读大学生图书的来源状况，从图中可以看出，有超过

50%的图书来源于学校、书店和网络，其中又以书店（88%）和网络（60.9%）为主，而一般这些地方获得的图书价格偏贵，由此可见，这笔图书花费对于几乎无经济能力的大学生来说是一笔不小的承担；同步，通过调查，大学生对二手书的规定集中在内容和书本质量上，其中内容比例占到 51.1%，而我们的目的市场构造和图书构造正满足了在校大学生对图书内容的需要，也阐明我们的市场细分给这些同学提供了愈加便利的挑选方式，节省了时间。



图七：大学生对二手书市场的认同

图八：大学生对二手书市场前景的态度

从图七和图八中，我们更能明显的看出大学生对二手书市场的承认和前景的看好。

综上所述，在福州大学城这个学生数量庞大的市场中，二手书市场不仅可以生存下来，更具有极大的发展潜力，同步，还可以实现市场主体的双赢。

(三)目的市场、消费群

1、我们确定的目的市场

A、

考研者，由于每年考研的人诸多，一般状况下，再大三就可以开始复习，尤其是在下学习考研目的定下来之后，就有诸多人需要考研的复习书籍，加上大四考研的学生基本上考完了，就有二手书籍的来源

B、双学位者，不分年级对象，有一部分的修读双学位的同学会购置书籍，但读完课程后也许就没有多大的用处了，并且大四的学生课程基本修完了，就有书籍要处理。而修读双学位的同学一般在开学的时候需要书籍。

C、修读选修课同学，目前学校此类课程基本没有发书本，就需要同学自己准备书本，有些课程没有书籍也许没关系，但有些重要的课程就需要书籍，因此这里面就有很大的需求市场。

D、考公者，有的学生会提前复习考研，因此就有一定的需求。

总体来讲，借助二手交易平台，使高校内部和高校间闲置的二手书资源找到合理而有效的渠道进行互换，使学生能迅速和有效地享有这种互换所带来的以便，实现资源的合理运用和配置。

2、我们项目的特点与目的市场构造

可用于互换的二手书种类多，包括教材教辅类，杂志报刊类，休闲娱乐类，文学类等等。对教材教辅类二手书，重要实现高年级对低年级学生的互换，专业间的互换；对杂志报刊类，休闲娱乐类二手书，可做到校内和校与校间的交流。

(四)销售战略

伴随目前高校内教材和教辅类书籍循环运用率越来越高，二手书在生活中的使用已成为必然的趋势，学生对二手书的需求也在急剧扩大。除此之外，相称部分书刊杂志类、文学类、休闲娱乐类的二手书有收藏价值，这也使其具有新书和电子类图书所没有的不可替代性。在各高校联络越来越紧密的时代，其作为文化和信息的载体，在高校间文化交流和联络中能起到重要的作用。在价格方面，二手书售价比新书有绝对的价格优势，符合学生群体的消费水平。

根据目前二手书市场重要消费群体是大学生，针对学生群来讲，大学生平均每月生活支出六百到一千元之间，一般用于伙食支出在四百到六百左右，因此，一般在其他方面的支出一般会在 200-400 之间不等，并且根据观测，一般状况下假如没有必要的话，选修院选课、校选课一般不会买教材，除非有需要才会买，更多的时候是先去借，借不到也会选择复印而不是买新书。因此价格相对低廉的二手书籍对学生来讲还是比较有吸引力，假如有这个二手书交易平台，他们用完后可以还是可以将书籍将书本卖出去，因此使用成本相对来讲比较低，自然会有更多的人选择这个平台。

二手书目的消费群体大学生一般居住在校内，比较集中，因此在地理上有很大的优势，使得二手书市场推广比较简朴，花费的成本相对来讲会比较少，退过多种推广战略，一般很快就能打开市场。但二手书籍市场季节性比较大，针对该特点就必须有其他的经营业务维持二手书屋的正常运行，并且从资金的流转的来看，现金周期还是比较长的，在前期要有足够的资金来项目的可以正常进行下去，为了防止前期投入资金过多，就必须尽量争取收取书籍的款项迟点支付，通过构建资金运行系统，这个问题将可以得到很好的处理。

为此，针对二手书市场的特点，我们将从不一样方面采用如下不一样的方略：

1、品牌战略

由于二手书市场进入难度很小，为了可以长期的经营下去，因此我们的项目就必须要有著名度的品牌，而二手书市场重要就是书籍的循环使用，因此，我们的关键价值就是绿色书屋，所谓的绿色书屋就是指书籍的循环运用，节省资源，也就减少用于生产纸的森林树木的砍伐量，我们项目是符合目前低碳经济的发展规定的。我们将围绕这个关键竞争力开展我们的品牌推广工作，采用合适的品牌战略，为此，我们将围绕一下几种方面展动工作：

A. 品牌定位：“好的品牌定位是品牌成功的二分之一”。品牌定位是为了让消费者清晰地识别记住品牌的特性及品牌的关键价值。在产品研发、包装设计、广告设计等方面都要围绕品牌定位去做。如舒肤

佳的品牌定位就是“除菌”，数年来舒肤佳广告一直是“除菌”，通过一次次加深消费者的记忆，最终到达想“除菌”就选舒肤佳的目的。因此，我们品牌的“绿色书屋”就定位于二手书籍的循环运用、节省资源、优质服务，为广大同学提供所学的二手书籍等，同步还会提供其他某些服务。

B. 战略规划：

企业要通过品牌筹划和战略规划来提高品牌形象,提高消费者对产品的认知度、忠诚度,树立企业良好的品牌形象。首先,质量战略是实行品牌战略的关键、关键,质量是产品的生命,严格的质量管理是开拓、保持、发展名牌的首要条件,因此我们在提供二手书籍的时候就必要保证我们书籍的质量,再回收二手书籍的时候要有一定的把控。另一方面,市场战略是实行名牌战略的主线,实行市场战略一定要树立市场导向观念。从二手书籍的出租到出借都必须牢牢扣住市场变化这一主题,最大程度地满足学生的需求。

C. 大力宣传: 对于我们这个刚创立的品牌来讲说,通过宣传,在短时间内让消费者认同其品牌很重要,在宣传过程中要突出我们品牌的定位和关键价值,找准产品与消费者之间的情感交汇点,让消费者在极短的时间内对该产品产生认知感。

2、包装战略

对于二手书籍,诸多人立即就会把它联想到那些按斤的书籍,同步也会联想到外面舒坦买的二手书籍,也有少数的学生的通过学校论的二手市场到达单个的交易,给人的的印象就是不很正规。为了变化我们对二手书籍的见解,就必须对二手书籍这个项目进行包装,我们将采用如下详细措施:

A. 通过开展一期的有关二手书籍的知识讲座或者有关的只是竞答,宣传别的国家对于二手书籍的处理措施,同步让更多的学生理解二手书籍的价值,发售、使用二手书籍是环境保护的行为,同步也可

以的很大的好处。

B. 进行广告宣传，提高平台形象。

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/628067101077006101>