

**创业孵化训练基地新项目
格子铺“绿动小店”建设方案**

目录

前言.....	2
第一篇 分析篇.....	3-7
一、 市场分析.....	3
二、 竞争者分析.....	4
三、 消费者分析.....	4-5
四、 SWOT 分析.....	5-7
第二篇 绿动小店的营销策略.....	8-13
一、 目标市场定位.....	8-9
二、 绿动小店的营销推广策略.....	9-13
第三篇 执行篇.....	14-16
一、 日常运营阶段.....	14-15
二、 财务预算明细表.....	16
附表.....	17-19
一、 闲置物品登记表.....	17
二、 大学生二手市场调查问卷.....	18-19

前 言

在科学技术高度发展的今天，产品更新换代的速度快，每天都会产生大量地生活垃圾和废品，而在这些东西当中，有很多是可以再利用的资源。如一些电子产品、办公用品和家电等产品。这时候，处理这些东西往往成为人们的难题，而物资回收利用行业的诞生在某种程度上恰恰缓和了这一现象。

建立节约型校园是落实科学发展观，建立节约型社会的重要组成部分。它需要唤起并树立全校师生员工的环保意识，并使之成为师生员工的一种自觉行为、内在素质和文化习惯。校园作为人才培养的基地，迎来一批又一批的学生的同时，又送往了一批又一批的毕业生，因此不断产生着各种各样不再被需要的书籍和生活用品。它们往往“食之无味，弃之可惜”。特别是在校的学生，本来就没有什么经济来源，对于购买的人也可以节约一笔开支。

构建高校二手交易平台体现了可持续发展的要求，将二手商品充分合理的利用，不仅减少了资源浪费，减轻了环境负担，最重要的是满足了广大高校学子的需要，为需求双方提供了一个共赢的平台。它不仅解决了二手商品供应者处理二手商品的麻烦，同时也为那些急需二手商品的同学提供了价格低廉、实用的物品。高校二手交易平台是高校学生交易所必须的，是根据在校学生交易的趋势所形成的，它不仅满足了广大学子的要求，也体现了保护环境、充分利用资源的理念，是在当前经济发展、社会要求、环境保护等形式下产生的，构建高校二手交易平台体现了当前的发展趋势。因此，我们建立了以在校大学生为主要消费对象的二手市场交易平台——绿动小店。

首先，我们将在工贸建立这个二手市场交易平台，再以同样的校园推广模式进入其他毗邻高校，初步建立多所高校联盟。在发展顺利的情况下，总结经验，迅速扩张到广州所有高校，形成一个更具专业化，标准化的高校二手市场交易联盟。有了绿色营销的理念，我们将着手分析一系列的问题和市场情况，并进一步归纳和剖析这些信息，指定具体的营销策略，使我们的店铺经营带顺利进入学生市场，满足学生需要，实现广东地区高校的二手市场“绿动小店”联盟！

第一篇 分析篇

一、市场分析

（一）校内二手市场分析

目前，二手市场商品交易成为了当代大学生课余生活的一大热门，许多学校每年都要举办红红火火的“跳蚤”市场，可见，大学生对二手商品交易的需求，可遗憾的是校内的二手交易往往时间短暂，远远无法满足广大学子交易的需求。据调查，高校二手市场的供求双方都是庞大的群体，对二手交易需求非常强烈。他们手中或多或少的都拥有具备使用价值但自己已经不再需要的物品。他们当中也有不想购买新产品但看重短暂使用价值的需求者。一年一度的校园跳蚤市场难以满足需求，而且，现在还未有专业化、标准化的二手业务机构，因此，立足于满足高校学生的需要，建立高校二手平台，将变得更为可行，更具必要性。

（二）大学生市场分析

大学生具有相似的消费心理、共同的生活环境、生活方式，大多数交易物品都是学生自身需要的，交易商品具有共性（如：书籍、自行车、体育器材等），使得学生之间交易的更为频繁，这是造成交易需求压力的原因之一。在校学生数量增多，大学生交易需求旺盛。根据二手资料分析，有 **76.3%** 的被调查者表示渴望购买一些有使用价值的二手商品。表明大学生大多希望购买一定数量的二手商品，这对构建一个大学生商品交易平台提出了一定的要求。再者，一些大三大四的学生，他们即将离校，需要处理大量零零碎碎的物品，由于处理途径狭窄，短期内无法处理大量的物品，造成了很多还有实用价值的物品被丢弃，浪费资源。目前，在各大高校跳蚤市场，充斥着大量二手商品的供应和需求信息。但是，在单一、有限的交易时间内，大学生交易双方的需求根本无法得到满足，这就需要一个更加专业化、标准化的二手交易平台。

“绿动小店”就为高校学生创建了这样的一个平台，便捷廉价环保，满足大学生交易双方的需求。

二、竞争者分析

（一）校外竞争者

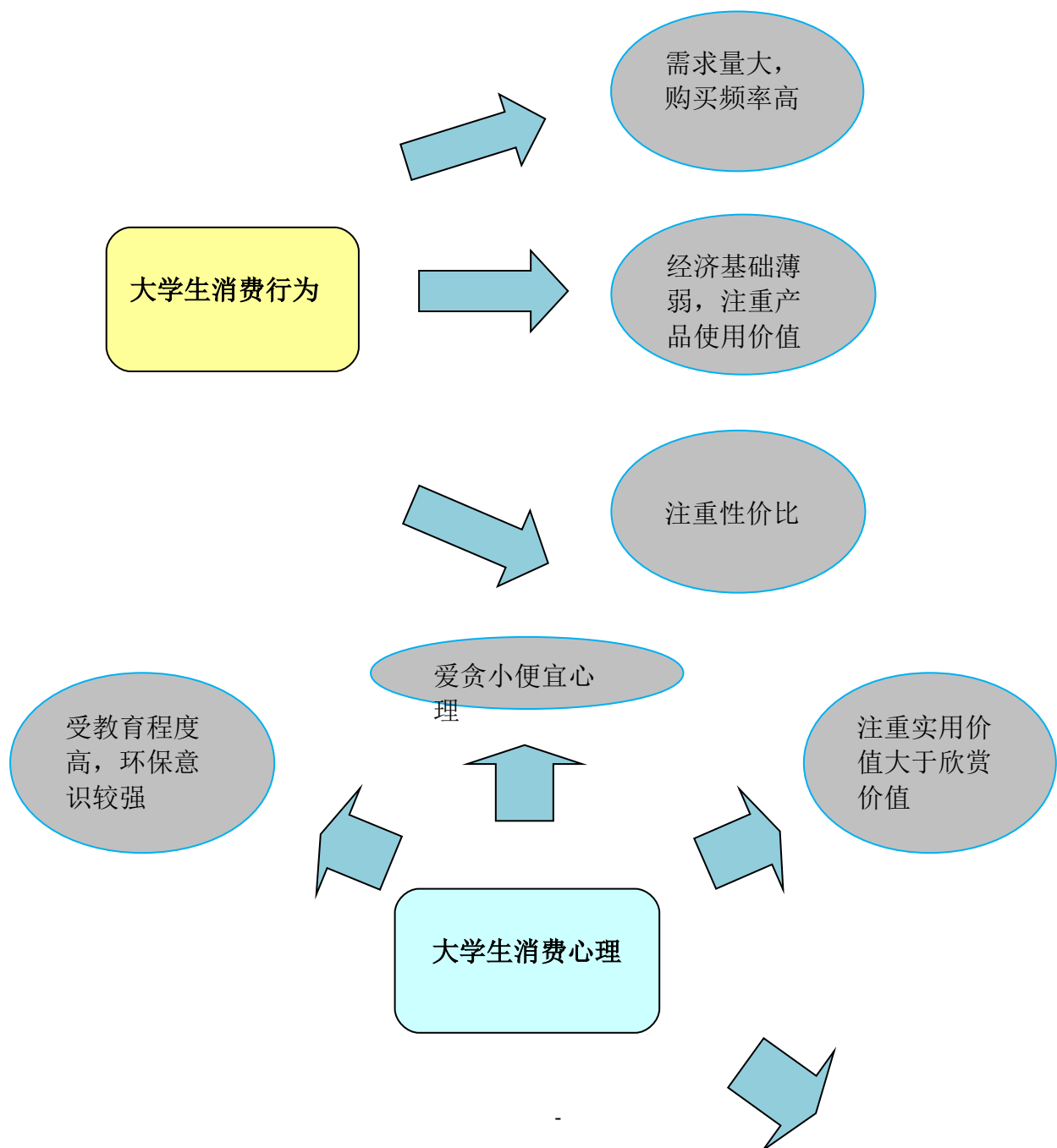
校外竞争者主要有淘宝网、阿里巴巴网、赶集网等一些大型的门户网站所开设的二手交易平台，他们有雄厚的基金基础、丰富的经验、较高的知名度、庞大的消费群体、以收购的形式获得稳定的货源等。此外，还有很多二手回收市场（如手机

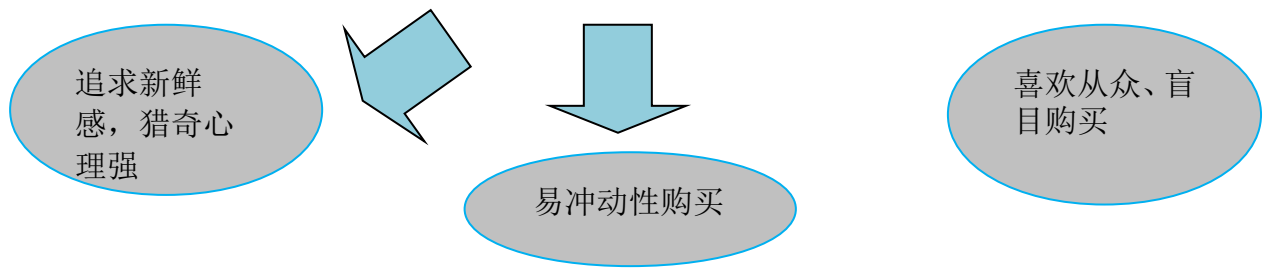
回收店）、废品回收站等，这些竞争者个具有社会实践经验。然而对于刚引入校园的“绿动小店”而言，社会实践经验不足，又由于是学生自己创业的项目，资金不充足。但是，这些校外竞争者相对于“绿动小店”而言，便捷性不强。

（二）校内竞争者

校内竞争者主要是学生自发组织的交易活动，例如校内工商系举办的闲置物品交易会，这些校内交易活动交易手续少、便捷。但是，活动时间短暂、没有正式的交易方式或规则极易产生交易纠纷。而“绿动小店”是长期定点经营、有着严谨的规章制度可以最大程度的避免这种纠纷的发生。

三、消费者分析





四、SWOT分析

“ 优势

1、地理优势

绿动小店首选的地理位置是各大高校的校园内，学生消费者比较集中的地方，如学生宿舍楼下或校园商业街，这些地方都具备校外无可比拟的优势。本团队首先开展的绿动小店处于广东工贸职业技术学院学生宿舍 4 栋楼下的架空层，该位置客流量大，消费氛围强，附近还有羽毛球场聚集人气，间接为绿动小店营造人气。一般情况下都是在各大校园里开展绿动小店连锁店。

2、产品优势

绿动小店提供一条龙服务，学生租赁叫方便，手续简单，只要签了登记表（附录一），交了租金，就可以拥有一个属于自己的格子，只要把寄卖的闲置物品放在格子里就醒了，会有专业的销售人员帮其销售。绿动小店不仅解决了二手商品供应者处理二手商品的麻烦，同时也为那些急需二手商品的同学提供了价格低廉、实用的物品。

3、店铺设计优势

绿动小店将根据产品分区域布局，，店内设置 3 个小区，第一个小区为黏贴闲置物品照片的照片墙，第二个小区为闲置物品格子区，第三个区为大件用品（如单车、脱水机等）设置的实物区，以方便选购。

4、创业优势

绿动小店的投资成本较低，风险由我们与“格主”们一起承担，它针对的主要

目标顾客是学生，针对性强，出租格子由学生自主经营，容易被广大同学所接受，帮助“格主”处理闲置物品的同时，也满足了广大同学的需要。

5、经营模式优势。绿动小店的经营模式为出租格子 - 收取租金 - 销售闲置物品（提取提成）。对于经营者而言，绿动小店的经营风险被分摊到每个格主身上。

” 劣势

1、资金问题

要实现绿动小店的推广，提高发展速度，实现规模化发展需要累积大量的资金。但是由于现有资金有限，广告投入少。目前绿动小店宣传力度不足，广告覆盖面小，知名度不高。

2、绿动小店受假期影响大

店里的各格主所有的闲置物品都是面向在校大学生，如果遇上放假，如寒假暑假等比较长的假期时，绿动小店基本处于停业状态，因为其消费主体为在校学生，客户资源较为单一，所以学生寒暑假对其影响很大。

3、绿动小店专业性不强

首先工作人员是在校大学生，工作经验不足；其次，经营模式较为创新，管理经验不足；最后是连锁经营模式尚未成熟。

” 机遇

1、目前各大高校都还未有二手市场平台，不论是日常的闲置物品还是毕业季的物品，多数大学生都需要这样一个平台进行闲置品的处理。绿动小店可以先占领市场，打造自己的品牌。

2、今年工贸学院建立新校区，地处白云区钟落潭镇。同时本校扩大招生，学院人数激增，新校区处在白云郊区，离市区较远，交通较不便，该地区有多个高校，因此可以通过绿动小店这个平台满足同学们的需求。

3、对于格主来说，我们可以帮忙处理闲置物品，做到物尽其用，节约环保。

4、国家针对大学生自主创业有相应的补助政策，例如税收减免等。

“ 威胁

1、目前经营二手物资的网站多，不乏实力雄厚、经验丰富的企业，如淘宝网、赶集网等，他们经营的范围广，以收购的形式获得了稳定的货源。

2、这些网站在消费者心理建立了据点，拥有忠实顾客。品牌形象已经形成。

3、据了解，各大高校都有建立二手市场的需求，一旦绿动小店开始经营，就会有大批的人随之进行模仿，造成二手市场平台的混乱。

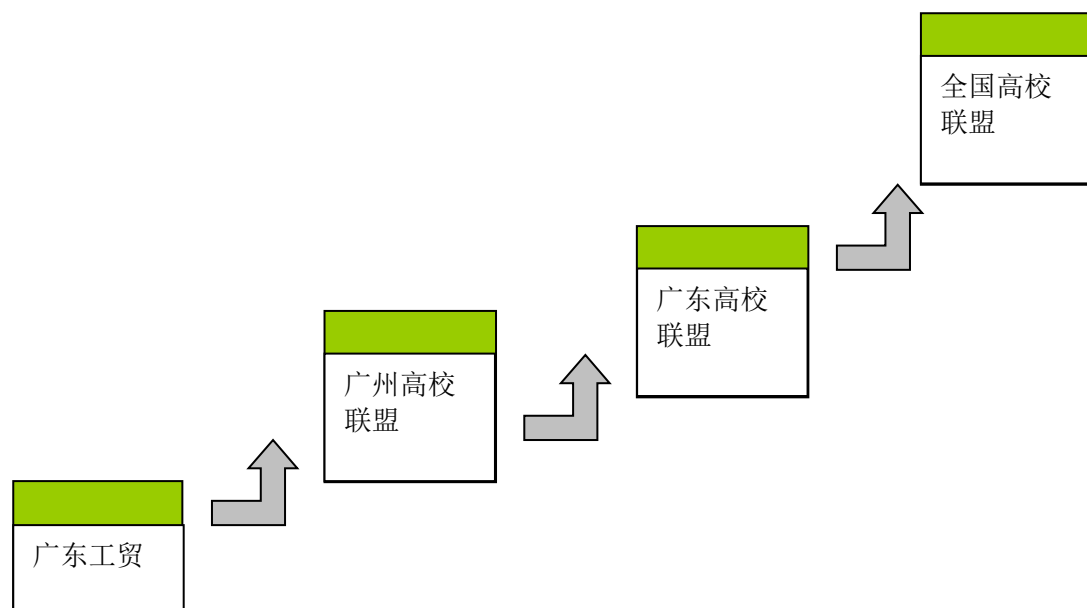
第二篇 绿动小店的营销策略

一、目标市场定位

（一） 绿动小店的目标消费群的定位

绿动小店第一阶段的目标消费群体是广东工贸职业学院白云校区的在校学生，再向广州科技职业技术学院等钟落潭周边院校辐射，然后扩张到广州高校乃至广东各大高校，最后绿动小店的整个目标消费群体是全国各大院校的在校学生。

目标:



（二） 目标消费群体的消费特性

绿动小店的现阶段主要消费群是工贸学院的学生，再向广科学院等钟落潭镇周边院校辐射，由于地处偏僻，出行受限，学生一般出外置办物品量较大，容易产生购买冲动，然而随着时间的推移和置购次数增多，物品的积压越来越多，所以同学们更加迫切地想要将有使用价值但却自己已经不再需要的物品合理解决。因此，二手市场平台—绿动小店的建立是十分必要的。

➤ 高校现状分析

白云区钟落潭镇距离商业繁华区车程接近两个小时，靠近从化，因此其地理位置大大限制了学生的出行条件，即便外面的物品较为廉价，但若加上时间成本及交通费用是极不划算的，而绿动小店的优势就在于不仅让 “格主” 及时处理具备使用价值但自己已经不需要的产品，满足了那些不想购买新产品但看重短暂使用价值的

消费者的需求，更为吸引消费者着的是绿动小店物品的便捷及廉价。

未来的 10 年内该地将会形成以 3A 院校为主的大学城。目前已经许多 3A 院校在此兴建校区，已有 4 所高校已经对外扩招。现阶段各校人数在一万五千人左右，在未来发展中人数也将会陆续增加。所以我们绿动小店应该抢占先机，建立二手市场基础。

二、绿动小店的营销推广策略

（一）绿动小店阶段发展战略

产品生命周期	导入期	成长期		成熟期
		前期	后期	
阶段	初期	中期		后期
目标	创立品牌		强化品牌	
目的	创造需求		引导消费者选择	
战略	占领市场		保持市场	
策略	宣传		建立消费者忠诚度	
诉求对象	率先或早期消费者		忠实消费者	

（二）绿动小店的盈利模式

绿动小店，采取以出租格子为主，以销售为辅的经营模式，其盈利模式为：格子租金收入 + 其它收入（根据各大高校的实际情况，代理一些考证或服装，如教师证、报关员、驾照和班服、系服代理等），加长格子铺的长度和宽度，增强绿动小店的竞争力和提高绿动小店的盈利。

（三）预期变化

1、品牌力的变化。

目前在各大高校里，存在二手交易市场的需求，但还未成熟，故品牌影响力还不够。所以我们在前期的品牌建设中，通过一系列提升企业品牌影响力的策略，建立商标防护网，注册品牌和商标，包括相关或相近的品牌、商标名，利用有关法律条约保护自己的权益。学习最先进的经营体制、管理模式和市场营销模式，把这些先进的管理思想、经营模式、推广方式与绿动小店的实际情况有机的结合起来，来

提高绿动小店品牌的价值，让绿动小店从不被消费者熟悉，到让其成为二手交易行业的领先者，具有较大的品牌影响力。

2、渠道扩展变化。

绿动小店创立形成不久，实行连锁经营策略，规模连锁服务，在各大高校里开发拓展店，运用连锁的可复性、快速发展，在短时间内提升绿动小店的价值，形成一个统一的品牌形象。

3、提升绿动小店店主的经营能力。

各地区负责人定时给予各高校店主以专业的培训指导，提升店主的经营能力。

（四）服务策略

服务与店面，商品的质量同样重要。微笑服务，用户至上。学生群体是一个比较挑剔的群体，做好相应服务对产品的销售同样重要。因此，我们要做到百挑不厌，百问不烦，让顾客在店里享受周到的服务。

（五）推广策略

（1）针对格主的促销策略

① 格主会员制度。

在绿动小店租满两个月就可以办理会员卡，会员采取积分制。对长期租赁绿动小店的格主，给以更加优惠的租金，会员介绍其他格主进驻绿动小店可享受双倍积分，一段时间后累积的不同积分可以换取一个月两个月的免租金等优惠，然后在固定时间内积分归零从新开始。会员格主购买其他格主的商品可以享受更多的优惠，绿动小店在收益的同时将留住许多永久客户，达到双赢的局面。在绿动小店办理会员卡时要填写相关资料，留住客户的一些私人信息，比如生日，这样除了方便客户的管理还有利于客户维护。绿动小店会即时整理会员信息，在会员过生日时给会员送上小礼品制造惊喜，提高绿动小店在格主心中的地位。

② 捆绑式的薄利多销。

绿动小店在大部分格子都出租，还剩下小部分的格子由于位置或其他原因未能出租出去，就利用捆绑式的薄利多销来刺激格主的进驻。如两个或三个格子一起捆

绑起来一起出租出去，其租金相当原来租金的一半左右，大大地刺激格主的进驻，增加格子的出租量，这样的方式鼓励格主出租，达到薄利多销的目的。

③抽奖活动。

在格主寄卖商品时，每个月都对销售额在前三十名的格主进行一次抽奖活动，抽出 5 名幸运儿，奖品分别是 1 个月的月租、半个月月租或赠送格子一个月使用权等奖品。这样有利于激励各格主更用心寄卖自己的二手闲置物品；也有利于格主对绿动小店的忠诚度。抽奖活动会鼓励格主群体在绿动小店租格子的格主对小小创业的艰辛，同时增加收益。

④对长期租赁赠送物质奖励。

格子铺将对那些长期租格子的格主进行赠送物质奖励，同时刺激格主长期对格子铺进行投资，奖励如下：一次性租满半年的格主者免一个月的租金等等促销策略，以扩大知名度提高影响力，树立绿动小店品牌良好形象，同时使促销达到最好的效果。在奖励活动中也同时宣传绿动小店的好处多多，刺激更多人加入格主行业中。

（2）针对消费顾客的促销策略

①校园促销方案

为了提高宣传力度和完善经营效果，我们提出针对消费者顾客的行动方案，其中包括消费者会员优惠、特殊顾客优惠政策。

②公关营销

公关营销可以从以下几个方面进行：

支持大学生创业。通过在高校发展的目标路线，在校园内挖掘人才，其中包括管理人员、店面促销员和活动兼职人员等。一方面可以为大学生提供勤工俭学和自主创业机会，另一方面可以为拓张绿动小店店面提供所需的人力资源，从而得到双赢的效果。

提供奖学金、助学金和勤工俭学。虽然中国经济发展迅速，但是依然存在贫困差距严重的状况。绿动小店在学校里提供奖学金和助学金服务，一来可以为部分贫困学生家庭减轻负担，让贫困学生安心读书。二来可以增强绿动小店知名度和品牌认知度，塑造企业良好形象。三来可以为贫困学生提供一个勤工俭学的兼职机会，有利于减轻贫困学生的家庭困难，也有利于该学生积累一定工作经验。

赞助校园活动。通过赞助校园活动来提高绿动小店的在校影响力和知名度，证明企业实力强、追求服务大学生渴望高、以诚待客，诚信至上的经营理念，从而达到高校渗透作用

③人员促销。

根据现在大学发展状况，许多同学们渴望通过从事社会实践来提高自己的能力，因此常会做一些兼职、参加一些社会活动等。我们绿动小店抓住此特点，在学校提供兼职服务，从而减少开展项目的成本。

④降价促销。

对格主经营产品的销售状况进行周分析，即一周内的销售状况。通过跟格主协商好，针对某些销售产品量较低的格子商品进行调价措施。

（ 3 ）推广活动

1.

经营前期

1)

在饭堂楼等下派发宣传单、负责人的名片，设置咨询台，向广大学生提供本店信息

2)

张贴海报，发放绿动小店开张的通知

3)

采用高频率广告策略，在短时间内对目标市场进行突击性的广告攻势

A. 充分利用互联网（特别是微博、QQ 群、飞信等）发放相关宣传广告

B. 运用关系营销，让同学在相互转告，为绿动小店造势，提高绿动小店的知名度

2.

经营期间：

1） 开业当天，闲置物品免费上架（不收取租金费用），为期 3 天

2） 开业后第 4 天，举行拍卖会

3） 定期在绿动小店官方微博上发布店内最新物品动态信息。

第三篇 执行篇

1、 日常运营阶段

（一）经营范围

1、生活类

自行车、电风扇、台灯、文具用品、插座、吉他、装饰用品等

2、书籍类

大学教材、教材辅导、电脑网络、等级考试、BEC考试、口译资料、财经管理、人文社科、文学小说、体育保健、经济技术、娱乐杂志、生活休闲等。

3、 电脑周边产品类

电脑桌、电脑软件、音箱、耳麦、摄像头、网卡、键盘、鼠标、贴膜、网线、路由器等。

4、 体育用品类

篮球，足球，网球、羽毛球等各种体育用品。

5、附加：新生军训后的军服回收（用于送往军区）

毕业季学生的闲置衣物回收（用于送往贫困山区）

（二）经营方式：

以店面形式进行二手物资的回收及出售。在校大学生可将闲置物品（实物或照片）寄放在绿动小店闲置物品的架位或是黏贴闲置物品照片的照片墙进行出售，绿动小店将依据物品分类向学生收取一定的租金，若闲置品出售成功，小店将收取 10% 的差价作为佣金。

（3） 经营店内部设计：

整体内部设计以“绿色“为基础，绿色代表青春活力，这与绿色小店环保、节约的理念相符。

店内设置 3 个小区，第一个小区为黏贴闲置物品照片的照片墙，第二个小区为闲置物品格子区，第三个区为大件用品（如单车、脱水机等）设置的实物区。

（4） 收费制度

区域	价格	备注
照片墙	0.8元 / 天	
格子区	1.2元 / 天	
实物区	1.5元 / 天	

（5） 内部管理制度：

- 1) 工作人员每天都必须进行财务清算，制作日报表、周报表。
- 2) 经营时间： 10:00-21:00
- 3) 工作人员需每天查看并仔细登记供货商姓名、学号、闲置品上下架时间及供货物品的名称等（见附表一）
- 4) 轮班制，根据员工（在校学生）的上课时间进行排班， 4小时 / 班
- 5) 价格由供货商决定，若产品半个月内（包括半个月）还未能售出，则该物品需即时下架；若卖家仍想继续上架，价格则要在原来的基础上降低 20%
- 6) 员工薪酬 7元 / 小时，日常水电费 300元 / 月

2、 财务预算明细表

	具体执行方案	具体经费预算	备注
专修费用	店面装修	10 000	由学校协商赞助
宣传费用	宣传单（ 500 张）	200	
	海报制作费用（ 2 张）	190	
推广费用	开业典礼	1 000	
	会员卡等	3 000	
调查费用	问卷调查	500	
备用金	其他一切不可预知费用	300	
总计		15 190	

附表

附表一

闲置物品登记表

[illegible]

附表二

大学生二手市场调查问卷

同学，您好！由于学校将要引进绿动小店（是由学生创立的、回收及出售学生

闲置品的二手市场交易平台），我们需要向您展开一次关于大学生二手市场的需求调查。如果您能在繁重的学习之余配合填写，我们将不胜感激。

1、 被访者性别：☐女生 ☐男生

2、 您**购买**过二手商品吗？ ☐有 ☐没有

3、

您是否**愿意**购买二手商品？ ☐愿意 ☐不愿意

4、 您对二手商品最**担心**的是什么？

☐质量 ☐价格不宜把握 ☐来源 其它_____

5、 购买二手商品的**原因**？（可多选）

☐节约资源 ☐便宜 ☐购买方便 ☐利用学习资源 ☐认识更多的朋友
其它_____

6、 您愿意**购买**的二手商品有？（可多选）

☐书籍 ☐学习用品 ☐电子产品 ☐日常用品 ☐体育用品 其它

7、 您对二手商品的**品牌**在乎程度？

☐很在乎 ☐在乎 ☐一般 ☐不在乎 ☐根本不在乎

8、 当您想把心爱之物**出售**时，您最倾向于选择下列哪种方式？

☐自己张贴宣传单销售 ☐随便一个低价处理给收荒匠
☐放到网上二手市场代售 ☐赠送他人 其它_____

9、 您买二手商品愿意**支付**的（原价）比例是：

☐看商品情况来定 ☐ 1-2 折 ☐ 3-4 折 其它_____

10、

现在您想**处理**的商品有哪些？（可多选）

☐用过的书籍 ☐电脑 ☐生活用品（自行车，台灯，风扇等） 其它

11、

您对网上二手市场的**看法**？

☐没去过 ☐去过但没买过 ☐买过一两次但印象不深 ☐喜欢去，淘到不少超值货 其它_____

12、

您购买商品，最喜欢的**支付方式**是：

☐现金支付 ☐刷卡 ☐利用网站提供的安全支付系统 其它

13 、

您认为网上二手市场哪些**内容**重要？（可多选）

☐信息更新快 ☐资源丰富 ☐种类分区更细 ☐交易便利

其他_____

14 、

您每个月用于购买生活必须品大概占您总消费**比例**的：

☐ 90% 以上 ☐ 90%-70% ☐ 70%-50% ☐ 50%-30% ☐ 30% 以下

15 、

您所知道的二手**网站或市场**有：

16 、

您愿意通过**绿色短信**的方式购买您所需的東西吗？发短信到您所需或出售的商品

到企业，由企业整合

☐很愿意 ☐愿意 ☐一般 ☐不愿意 ☐很不愿意

最后，如果您买过二手商品，它们具体有：

其中，最划算的有_____ 原因

最喜欢的有_____ 原因

最后悔的有_____ 原因

谢谢您的参与！！！祝您幸福美满！