

Research on College Students' Self-Employment Project

—MiChong—O2O Food Platform

Ting Liu¹, Qiqi Bo¹, Long Chen², Yonghui Liao¹, Yanyan Sun¹

¹Transportation Management College of Dalian Maritime University, Dalian Liaoning

²Marine Engineering College of Dalian Maritime University, Dalian Liaoning

Email: 157195080@qq.com

Received: Dec. 2nd, 2016; accepted: Dec. 17th, 2016; published: Dec. 27th, 2016

Copyright © 2016 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

Currently cereals & oils stores, as well as large, medium, small-sized supermarkets all have a relatively complete rice sales chain, and these goods are dazzling, but jumbly. Therefore, it is not easy for consumers to choose the satisfactory rice in so many goods. As a college students' self-employment project, through the extensive market research, combined with the actual situation, "MiChong", based on mobile Internet O2O food platform, has been put forward. This paper also expounds the specific operation of the project, and demonstrates its feasibility.

Keywords

Electronic Commerce, College Students, Self-Employment, Food O2O Platform

大学生自主创业项目研究

—米虫—O2O 送粮平台

刘 婷¹, 薄琪琪¹, 陈 龙², 廖永卉¹, 孙妍妍¹

¹大连海事大学交通运输管理学院, 辽宁 大连

²大连海事大学轮机工程学院, 辽宁 大连

Email: 157195080@qq.com

收稿日期：2016年12月2日；录用日期：2016年12月17日；发布日期：2016年12月27日

摘要

目前市场上粮油商店以及大中小型超市均已具备了较为完善的大米销售链，但是这些商品琳琅满目、鱼目混杂，消费者想要在如此众多的商品中挑选满意的大米绝非易事。作为大学生自主创业项目，本文通过前期大量的市场调研，结合实际情况，提出了“米虫——基于移动互联网的O2O送粮平台”的项目设想。文中阐述了项目的具体运作，并对该项目的可行性进行了论证。

关键词

电子商务，大学生，自主创业，O2O送粮平台

1. 项目背景

民以食为天，米作为家庭日常食品原料，基本上每个家庭每天都吃。然而面对市场上鱼目混杂的粮油商品，消费者很难从中挑选满意的商品，并且目前社会山寨文化较为严重，当消费者青睐某种商品时，便会有大量假冒产品抢占市场。就消费者而言，无法保证每次的产品都能达到满意情况。

针对人们选粮难的问题，我们建立了一个基于移动互联网的 O2O 送粮平台，为消费者们提供一个及时的方便的选粮与送粮平台。消费者可以通过我们的微信公众平台或者 APP 进行下单试吃粮品，然后根据个人口味再次下单即可，从而保证消费者入口之粮皆为优品。

2. 项目介绍

2.1. 项目整体运作流程介绍

此项目运作大致分为三块，第一是针对粮源的筛选，要严格把控粮源的绝对安全、健康、好吃；第二是面对粮食的配送，要能保证粮能及时送达消费者指定地点；第三是面对消费者，主要是要让消费者根据自己的饮食习惯来选择最佳的粮食种类(如图 1 所示)。

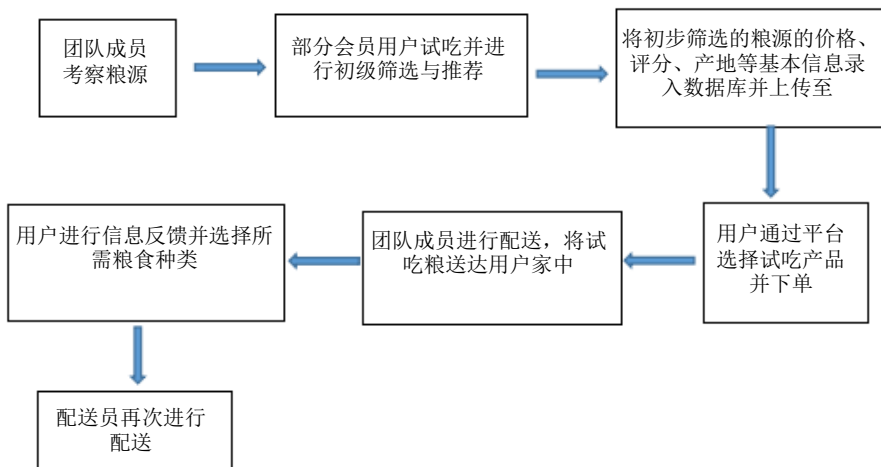


Figure 1. The overall operation of the project process

图 1. 项目整体运作流程

2.2. 项目创新点

独创性：目前为止还没有此类送粮上门并下单试吃的电商销售平台。

真实性：相对传统的电商购物平台，此项目让消费者更加真实的感受到商品。

2.2.1. 试吃服务

对于电子商务来说，与实体店竞争的一个重要方面就是客户体验。对于每一位首次使用米虫的用户，我们将会以较低价格卖出多种少量大米，但不会告诉顾客每一种大米的品种价格等信息，请顾客品尝后与我们反馈信息，届时我们会公布所食用大米相关信息，并将做统一整理并留作资料。在试吃结束后，顾客可以根据自己的口味再次进行订购。

2.2.2. 小份包装

据前期走访调查以及路边随机抽样调查，我们发现，小份独立包装的大米更受普通家庭青睐，其一是方便携带，其二是能保证大米的质量和新鲜程度。

2.2.3. 质量保障

我们团队利用自己课余时间，实地走访大连周边的大型粮油市场，并与商家面对面交谈，检验大米质量；并与试吃服务结合，着眼于后期信息反馈，切实做到选择好米，保证产品质量和口感。

2.2.4. 送货上门

在追求高效的年代，送货时间也成为商家竞争之一，也是信用的保证。对于初期开展的针对高校老师的配送，我们会提前与老师协商好时间，直接送到老师办公室或者在老师下课时直接送到老师车上或者在老师指定时间送到指定地点，力争做到最好的客户服务；而针对后期的配送，我们将会考虑与学校有车一族的学生合作，争取以最低的运送成本带来最佳的送货服务。

2.2.5. 会员奖励制度

对于首批选择我们的新顾客，我们将自动升级为会员，享受长期的最优价格折扣以及节假日礼包；对于推广米虫的顾客，我们会给予一定期限内使用或者次数的订购优惠以及小额红包奖励。

3. 可行性分析

3.1. 市场调查

根据国内大米市场调研报告[1]显示，全国年均消费大米在 2.14 亿吨左右，人均年消费 98 公斤，而在大连这样人口基数大的地区，市场容量相当可观。此外，根据调查，国内比较有名的大米品种包括天津小站稻、东北盘锦大米、黑龙江响水大米和五常大米，产地大都在东北。

目前市场大米价格差比较大，经小组成员实地调查结果显示大米市场价格在 3~13 元/斤左右(大米市场价格调查报告见表 1 (部分))，而大米批发价格则很低，根据调查结果，67%左右的被调查者主要以是否好吃为主要的购粮依据，32%左右的人主要以价格作为依据。

在前期调查中，我们小组成员还通过街边随机调查采访了路人对我们这样的一个项目的支持度、平时家庭购买大米的数量种类。根据调查结果，首先，73%被调查者对我们的项目表示支持，但 27%被调查者表示不需要我们的这样一个平台，原因有家距离超市粮油店较近方便购买、平时不在家里做饭、自己家里种植有大米以及更习惯于传统销售方式等多方面因素；其次，是家庭对大米量的需求量，一般三口之家每次购买大米数量为 5~10 kg 左右，五口之家一次购买大米数量为 10~20 kg 左右，均是需求量不是很大的小份包装，而我们的项目正是迎合了消费者这样的需求，为消费者带来便利；最后，是关于消

Table 1. Investigation report on the market price of rice
表 1. 大米市场价格调查报告

产品名称	产地	生产商	质量/kg	价格/元
德伟有机长粒香大米	吉林省松原市	吉林省德伟米业有限公司	5 kg	59.00
五丰盘锦清香米	辽宁省盘锦市	盘锦沧鑫米业有限公司	5 kg	38.90
元态富锦生态清香米塑包	黑龙江省佳木斯市	富锦市鸿基米业有限责任公司	5 kg	49.00
吉森世家绿色长粒香	吉林梅河	吉林森工森林食品有限公司	5 kg	54.00
崔佳香金秋生态稻花香大米	黑龙江省五常市	五常市金秋米业有限公司	5 kg	64.00
粳冠清洁米	辽宁省盘锦市	盘锦鼎翔米业有限公司	5 kg	39.80
曼泰吉臻品泰国茉莉香米	泰国·清莱府	泰国 泰好友米业有限公司	5 kg	92.00
恒大兴安香米一号	黑龙江省齐齐哈尔市	泰来恒大绿色米业有限公司	5 kg	92.00
良耘长粒 A+稻——优质米	黑龙江省五常市	五常市彩桥米业有限公司	5 kg	49.90
良耘真味稻生态米	辽宁省辽中县	沈阳全鑫米业有限公司	5 kg	35.20
良耘长粒 A+稻——稻花香	黑龙江省五常市	黑龙江锦稻农业发展股份有限公司	5 kg	86.20
良耘蟹田米	辽宁省辽中县	沈阳全鑫米业有限公司	5 kg	38.40
福临门赋香米·中粮	黑龙江省五常市	中粮米业(五常)有限公司	5 kg	62.80
福临门稻花香·中粮	黑龙江省五常市	中粮米业(五常)有限公司	5 kg	79.80
五湖优质东北大米·中粮	辽宁省沈阳市	中粮米业(沈阳)有限公司	5 kg	38.80
香雪盘锦蟹田稻·中粮	辽宁省沈阳市	中粮米业(沈阳)有限公司	5 kg	41.90
福临门金典长粒香米·中粮	辽宁省沈阳市	中粮米业(沈阳)有限公司	5 kg	42.90
贡顶天石板响水珍珠贡米	宁安市	宁安市天圣嘉禾贸易有限公司	5 kg	98.80
福临门泰国茉莉香米	泰国	出口商: 泰寰宇米业有限公司	5 kg	82.50
粳冠盘锦免淘大米	辽宁省盘锦市	盘锦鼎翔米业有限公司	2.5 kg	30.00

费者习惯购买的大米种类的调查,结果显示盘锦大米、五常大米、东北大米、珍珠米、泰国香米等几种大米更受消费者青睐。

3.2. SWOT 分析

在通过网络资料搜集、实地考察等方式进行市场调查论证后,又通过建立 SWOT 模型,从 S (strengths 优势)、W (weaknesses 劣势)、O (opportunities 机会)、T (threats 威胁)、以及 SO 策略、WO 策略、ST 策略、WT 策略,几个方面对内部能力和外部环境因素进行分析论证(见表 2 所示)。

3.3. 可行性论证——北斗七星法[2]

中国互联网创业项目论证方法之一——北斗七星法,可用于判断某一个互联网创业项目是否可行,其流程标准包括:基本需求、用户至上、微点创新、积极向上、增值为王、上下互联、平台拓展这七个标准坐标。下面将采用该方法对本项目逐一论证。

3.3.1. 基本需求

俗话说,民以食为天,而大米作为家庭日常食品的原料,需求量自是极大的,但是难免存在着市场上的商品鱼目混杂,且不方便购买携带等问题,米虫这个项目便在这样的基本需求下孕育而生,旨在帮

Table 2. SWOT analysis

表 2. SWOT 分析

外部环境因素	S (优势)	W (劣势)
	1. 试吃服务 2. 质量保障 3. 小份包装 4. 送货上门 5. 会员奖励制度	1. 资金劣势。大学生创业项目，资金筹备会比较困难。 2. 产品储存与配送方面。人员有限，配送时人员紧张。
内部能力因素	SO 策略	WO 策略
	1. 进一步保证货源，确实落实好信息反馈工作。 2. 坚持卓越的客户体验，将特色服务做到极致。 3. 加大宣传力度，争取可能多的第一用户。	1. 前期发动各个高校中的学生力量，指定各高校负责人，打造适合本高校的模式。并通过与校内有独立办公室的社团等组织合作，用于货物中转处，降低储存成本。 2. 通过招聘学生兼职的形式，并与校内有车一族、有空闲时间且有兼职意向的学生建立长期合作，降低运输成本。 3. 增强管理人员的管理水平，咨询专业的管理顾问(大学教授导师为主)。
	OT (机遇)	WT 策略
	1. 基于互联网的思维容易在信息时代得到推广。 2. 项目优势明显，有特色，更容易吸引用户。 3. 目标用户群明确，数量庞大。	1. 增加多样的实名认证方式，保证安全与信用的同时，逐步完善客户信息数据库，保障双方利益。 2. 建立反馈信息数据库，加快反馈体系的完善。
	威胁(T)	
	1. 初期推广存在很大的压力与威胁。京东、淘宝网上等货品齐全，竞争压力较大。 2. 与实体店的竞争。容易受到大中超市促销的影响，且大多数人还是习惯于在粮食店、超市、农贸市场购买五谷杂粮。	
	ST 策略	
	1. 突出宣传核心竞争优势。 2. 加大宣传力度，推进社区、高校的宣传进程。	

助消费者不出门便能吃到想要的味道。再结合国内外互联网+行业的成功案例，多数成功案例都是属于开拓基础需求部分，如饿了么，就是针对人们基础需求。

3.3.2. 用户至上

作为大学生创业项目，我们更愿意从生活小事入手，真正做到有所创新，为民服务。并针对普通家庭，作出一系列的质量保障措施和特色服务政策保证尽可能的为顾客提供最简洁最贴心的服务。

在整个平台运作中，我们的团队并不是帮助商家去销售粮食，而是站在消费者的角度，为老百姓进行最初级的粮食品质筛选，并尽最大可能的方便老百姓的粮食消费。

3.3.3. 微点创新

一个互联网+项目要与传统的销售方式竞争，赢得市场，最重要的因素之一便是创新，这就要求能够不断发现人们的需求与缺失，并作出改革创新。在这个项目中，正是发现了普通家庭消费者对小份包装的大米的微点需求，而目前为止市场上还没有此类送粮上门并下单试吃的电商销售平台，并且相对传统的电商购物平台，此项目让消费者更加真实的感受到商品，这些独创点是我们的竞争优势。

3.3.4. 积极向上

在腾讯公司举办的“WE 大会”上，马化腾发表演讲，这样说道：“前两次工业革命，把几亿年形成的资源几百年消耗掉，现在需要为此还债。新科技、互联网一样，这个强大的技术也能用来做坏事。”因此，互联网企业的主流价值观应该是积极向上的，必须坚持代表广大用户的核心利益。米虫这个项目并非传统意义上的第三方平台，为了保证项目的运营，团队的所有成员都要以消费者的身份参与到用户的需求中去，站在消费者的角度进行最初级的粮食品质筛选，让消费者吃的健康、美味、放心。

3.3.5. 增值为王

互联网企业，除了要有一流的产品来赢得市场，还要有合理的盈利模式来维持项目的运营发展。在

本项目中，我们拥有完整的运营模式，在上面的项目介绍中有提及，同时我们也拥有自己的盈利模式，具体如下：

1) 初期从大型粮油批发市场或者正规注册的粮品公司以批发价进货，后期将直接与农户合作，再根据对周边超市以及粮油店的走访调查，制定合理的销售价格(高于批发价低于超市商店一般零售价)，并以此作为主要的盈利方式。

2) 随着微信平台以及 APP 后期影响力的扩大，可以通过广告招商，对一些大型正规的大米品牌进行宣传，以此赚取广告收益。

3) 后期根据微信平台以及 APP 的发展情况，可制定合理的会员制度(针对后期成为会员的顾客)收取一定的会员费用，享受会员优惠。

3.3.6. 上下互联

米虫这个项目，作为基于移动互联网的 O2O 送粮平台，是一个互联网+时代下的典型的 O2O 模式项目，该项目的发展方向是，消费者通过线上微信平台或 APP 平台下单进行消费，我们将线下完成配送到消费者指定地点，脱离传统的第三方平台，也不同于其他通过物流快递配送的模式，致力于给用户带来更佳的用户体验。

3.3.7. 平台拓展

平台[3]的消费关系具体表现为：平台上卖方越多，对买方的吸引力越大；同样，卖方在考虑是否使用这个平台的时候，平台上买方越多，对卖方的吸引力也越大。在米虫这个项目中，我们会通过用户的信息反馈，积累大量的用户及数据，建立完整的用户信息数据库，为将来向多方向拓展做好准备。

故经以上论证，该项目是一个可行的互联网创业项目。

4. 营销目标

米虫较传统的电子商务交易平台更加贴近用户需求，同时在国内并未出现类似服务平台，因此我们将致力于打造中国选粮送粮一体化电子商务的标杆，并通过前期的努力迅速占领市场，提高知名度。为此我们提出以下规划：

4.1. 第一阶段目标(半年——探索阶段)

- 1) 初步探索运营体系，积累运营经验，并发展第一批项目会员。
- 2) 吸引更多相关大学生加入，充实团队力量。

4.2. 第二阶段目标(1年——起步阶段)

- 1) 完善运营体系，积累运营经验，提高运营效率。
- 2) 打造平台可信度，吸引更多用户，提高知名度。
- 3) 探索平台盈利模式，扩大收益范围。

4.3. 第三阶段目标(1~2年——发展阶段)

- 1) 吸引大量居民注册，并形成一批高质量用户群体。
- 2) 完善团队管理和平台运作模式。
- 3) 探索平台盈利模式，扩大收益范围。
- 4) 扩大人才队伍，建立完善的技术支撑团队。

4.4. 第四阶段目标(3~5年——成熟阶段)

- 1) 将项目推广至全国，并拥有一定知名度，打造品牌。
- 2) 利用现有资源，实施多元化发展，寻求新的突破点。
- 3) 直接与农民合作，提高大米质量与可信度。

5. 结论

在互联网+时代，O2O 模式是传统企业转型升级的首选方向，而米虫是基于移动互联网，且应市场需求产生的一个送粮平台，虽然在实际操作执行过程中，可能会有许多风险与困难，但若克服，一步一步走下去，这个项目前景利润是巨大的。

致 谢

首先，感谢大连海事大学交通运输管理学院的林国顺教授对我们团队的悉心指导，给我们提供了宝贵的经验与想法的同时，给予了我们很大的鼓舞以及展示的平台和机会；其次，要感谢团队中的每一个成员，虽然从初期的头脑风暴到立项再到后期的实地考察，一路上并不一帆风顺，但是没有人选择退出或者放弃，很感谢每一个人的努力，才有了现在的点滴成果！

参考文献 (References)

- [1] 李云西. 国内大米市场(含品牌大米市场)调研[Z]. http://wenku.baidu.com/link?url=mzkiU8a4zsVCoTJr3qyOsh_HKfMu13MnD-RoKqztd_ciElrhGq3oClwLDt6-QL7SGAn5B1OI9wpsH_nyS3K9YOJmQWhvRg4mU6O_Zsur7r7, 2016.
- [2] 周楷. 互联网+男士快剪美发项目的研究分析[J]. 中外企业家, 2016(7): 89-91.
- [3] 王生金. 平台模式的本质及其特殊性[J]. 商业研究, 2014, 56(6): 27-31.

期刊投稿者将享受如下服务：

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：ecl@hanspub.org