

“好物分享”平台创建的可行性研究

罗 阳, 杨 慧, 丁佳楷, 黄 玲*

湖南文理学院芙蓉学院文学与社会科学系, 湖南 常德

收稿日期: 2024年4月7日; 录用日期: 2024年6月11日; 发布日期: 2024年6月21日

摘 要

互联网的迅速发展, 使得人们更加关注互联网带来的便利。如今, 网络上各种购物消费APP层出不穷, 给人们的生活带来翻天覆地的变化。不出门便可实现购物, 人们更愿意在网络上满足自己的购物欲。“好物分享”平台的这种以物换物的新型手段正好迎合了当下消费者的需求。为了探究构建这种平台是否可行, 本文从社会市场环境的消费需求等方面出发, 运用数据分析和调研的方式, 对“好物分享”平台创建的可行性进行深入研究。

关键词

好物分享平台, 社会环境市场, 平台运营管理

The Research on the Feasibility of “Good Merchandise Sharing” Platform

Yang Luo, Hui Yang, Jiakai Ding, Ling Huang*

Department of Liberal Arts and Social Sciences, Furong College, Hunan University of Science and Arts, Changde Hunan

Received: Apr. 7th, 2024; accepted: Jun. 11th, 2024; published: Jun. 21st, 2024

Abstract

With the development of the internet, people pay more and more attention to the benefits brought by it. Nowadays, kinds of shopping APPs emerge in, which brings huge difference to people's daily life. “Good merchandise sharing” platform uses the new means of exchanging items to fit the consumers' needs. In order to make clear whether this platform is feasible or not, the article uses date analysis and research to explore the feasibility from the aspect of social market environment of

*通讯作者。

consumer demand.

Keywords

“Good Merchandise Sharing” Platform, The Social Market Environment, Platform Operation Management

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

随着科技的不断进步，我们真正地实现了“足不出户，以知天下”。不出门便可实现购物，越来越多的网上购物平台涌现在大众的视野中，人们也更加愿意在网络上满足自己的购物欲，既方便又快捷，甚至还将自己闲置的物品挂在网上购物平台上。而最具消费能力的大学生群体也利用好物交换的方法在校园内创建了各种跳蚤群、闲置二手群。随着这些以物易物、物品分享平台的兴起以及校园内二手群的增多，好物分享平台的创建存在着许多机遇与挑战。

2. 市场环境及用户群体的调查

2.1. 市场需求和竞争

从市场需求方面来看，“好物分享”平台创建源自于以物易物构想理念，以物易物最早产生于原始社会，由于当时社会没有产生货币，人们只能通过物与物交换的方式实现自己对某种物品的需求，但当货币逐渐兴起时，以物易物的传统交易方式被替代，交易通过货币交换实现。随着科技的不断进步，货币交换又逐渐被数字货币代替。人们利用以物易物的方式开创了许多网络交易的平台，如淘宝、闲鱼、得物等。将线下与线上的交易联系起来，使得人们的生活方式便捷了许多，既实现购买欲也可以利用自己的闲置物品为他人提供需求，同时也实现了节俭的生活方式。这些无疑不给好物分享平台的构建提供了更广阔的市场。

从市场竞争这点来分析，“好物分享”平台具有独特的商业模式，其商业模式也是建立在电商上，通过用户的分享和推荐来实现销售，但这种销售模式，也需要平台投入大量的人力物力财力和技术资源，同时也要保证产品的质量和售后服务，最终才能将用户和平台建立强而有力的协作关系。在不断进步的当下，这类平台层出不穷，各企业商家不断总结经验教训，将平台的产品不断更新升级，利用广告宣传等方式推广自己的产品。由此可见，这类平台的市场竞争激烈，给平台的构建带来的除了压力，更大的动力。

2.2. 用户参与度与用户观念的变化

2.2.1. 网络购物用户规模的调查

据中商情报网讯：截至 2023 年 6 月，我国网络购物用户规模达 8.84 亿人，较 2022 年 12 月增长 3880 万人，占网民整体的 82.0% [1]。如下图 1 所示，网络购物用户群体在平台上消费的规模不断壮大。随着网络购物用户规模不断壮大，“好物分享”平台的构建就有实现的可能性，给大众提供更多选择与途径。

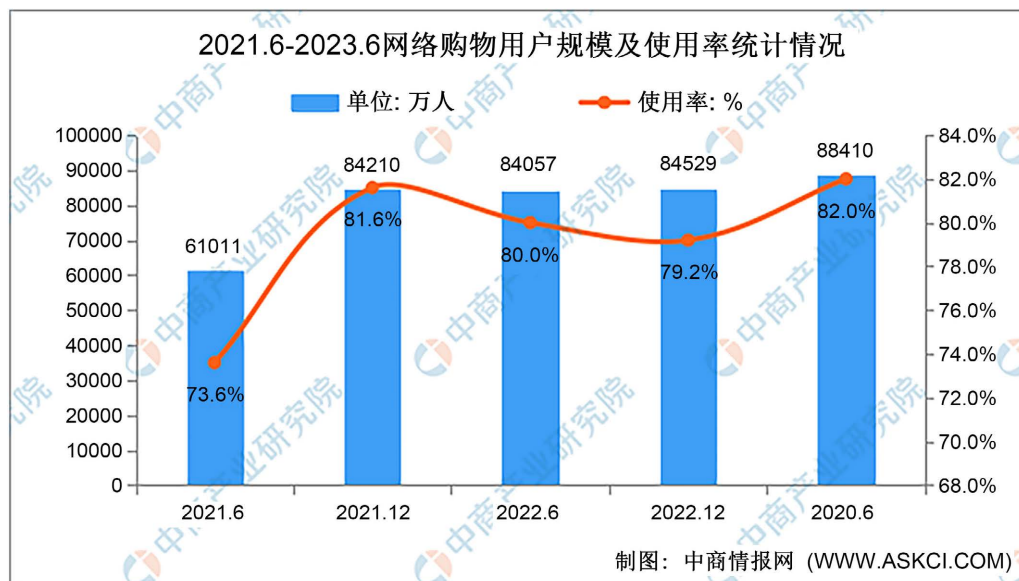


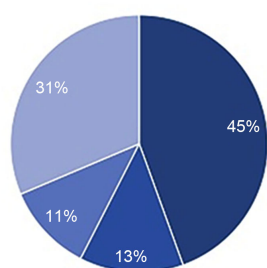
Figure 1. Consumer's scale in online shopping [1]

图 1. 网络购物用户规模[1]

2.2.2. 用户观念的变化

随着网络购物的兴起,除了给人们生活带来便利之外,也出现了不少问题。近几年全国经济发展较为平稳,经济形势向好,使得消费者对经济的满意度稳步上升,网络购物消费正在成为消费的重要抓手。不少人的观念也发生了巨大变化。北京师范大学一研究小组对网上购物群体的消费观念进行了研究,研究结果如下图 2 所示。

[消费观念]消费要讲究性价比、理性节制的观念和消费要享受乐趣和个性,注重情感联结和品质细节是受访者最为认同的两个观念,分别有45%和31%的人对此观念表示认可



- 消费要讲究性价比、理性节制
- 消费要与他人、参照群体、社会流行保持一致
- 消费要让自己看到,获得他人认可、尊重和赞美
- 消费要享受乐趣和个性,注重情感联结和品质细节

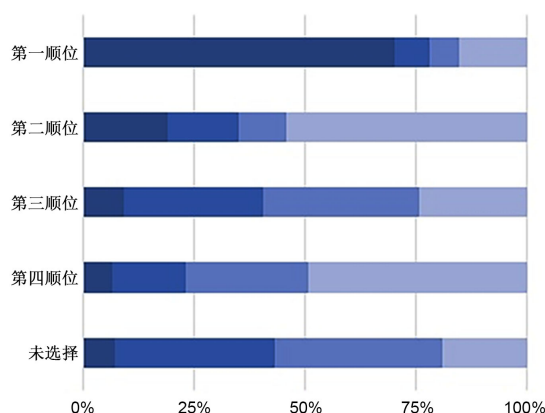


Figure 2. Consumption outlook types [2]

图 2. 消费观念类型统计[2]

消费观念的变化也跟网上购物平台对于用户的体验有着密切联系。“好物分享”平台恰好就迎合了这个问题,不是一味地推销什么物品,而是根据用户的喜好选择来推荐。

2.3. 平台在高校学生中的认同感——以湖南文理学院芙蓉学院为例

以物换物的普及使得二手物品的处理有了新的方法。尤其是对于在校大学生来说, 购买物品种类大多相仿, 因此想要出售的物品和交换物品也会较为相似, 使得针对于高校生的二手平台有更好的发展前景[3]。从学生的需求而言, 大学生是带动全国消费力的一支主力军。对他们来说, “好物分享”平台这种以物换物平台是一种新型消费模式。根据大学生消费情况调查来看, 外在形象消费和社交、娱乐消费占主导, 其次是学习方面的消费, 而平台能提供有关的物品给予参考。所以, 就需求来说, 对大多数而言暂时是需要的。况且, 这种新型消费模式对传统的消费方式是一种冲击。从兴趣方面而言, 学生也可以是需求的对象。

从学生的购买力而言, 该校是由湖南文理学院举办、教育部确认的实施全日制普通本科学历教育的独立学院。经调查, 该校大部分学生每个月生活费在一千元至两千元往上, 对于“好物分享”平台的使用, 部分学生有充足的购买力。并且, 多数在校学生表示, 对于平台的使用, 消费在自己能承受且接受的范围之内。所以, 就购买力来说, 这点在平台创建上是十分可行的。

从前面的学生需求和购买力来看, 可以得出一个结论: 学生有经济实力使用该平台, 但还不知道学生对使用平台的意愿。用抽样调查法去调查湖南文理学院芙蓉学院的学生对于“好物分享”平台的想法之后。调查显示, 绝大多数的学生对于平台在校使用甚至推广表示支持, 也有少数的学生表示实施的可能性不大, 另外对本调查漠不关心的学生寥寥无几。所以, 可以肯定的是大多数高校学生群体对于这一种所谓的新型的平台的运营感到好奇, 会有一定的支持力度。

3. 平台运营与管理的分析

3.1. 日常运营和管理工作

对于一个平台来说, 运营和管理是相当重要的。要有一套自己的运营模式和管理方案, 并按照要求来做。想把一个平台经营流畅并非一件难事, 只要有适合平台发展的经营方法即可。以下几点可以作为运营平台的基本模式。

1) 物品上架。物品上架是平台日常运营的一个重要工作, 平台需要对交易方上传的物品进行审核, 确保物品的品质及描述真实准确。同时, 对物品的分类、标签、等信息进行设置, 保证交换者可以找到所需物品。

2) 订单管理。在平台日常运营中, 订单管理也是一个重要的环节。平台需要及时处理交换者的订单, 确保交换者的易物体验和权益得到保障。对于一些纠纷订单, 平台需要及时协调沟通, 让交换者得到最好的解决方案。

3) 数据分析。平台需要对各方面的数据进行分析, 找到了解交换者的需求, 在运营中能够做好针对性的营销方式和方法。同时, 平台需要对用户行为等方面进行全面的分析, 以便不断优化平台运营的效果和效率。

4) 运营优化。平台日常运营中还需要不断地优化平台和运营, 提高平台行业影响力。平台需要对物品分类、标签、体验等方面进行不断的优化, 以适应不断变化的市场和交换者不断升级的需求。

3.2. 商家的能力与管理

平台的以物易物设计需要商家入驻平台, 交易方要有一定的能力, 这样才能保证平台有力的发展。平台基本考虑以下几种能力。

1) 商家的经营能力: 主要看商家阶段性贡献的盈利能力, 盈利能力不佳的商家可持续性出问题, 这类商家需要优胜劣汰。商家经营能力是平台能否获利并可持续发展的关键, 商家良性发展, 平台才能从

价值链中分一杯羹，平台遇到的最主要问题是商家无法健康获利。

2) 商家的运营能力：主要看商家基础运营和服务能力，比如售后纠纷解决能力、物流配送能力等。商家运营能力是保障交换者体验的重要环节，没有了交换者，平台也就撬动不了卖家投入。

3) 商家的成长能力：这部分主要针对新商家的快速脱颖而出而设计，对于成长性突出的商家，重点扶持。

对于把控商家的能力与否，平台可利用数据分析商家后台数据的变化来判断，不管是哪方面的管理与筛选，都是可行的。

3.3. 客服的服务态度与服务质量

客服的态度对于每一个平台都至关重要，既代表着公司的整体形象，又关系着公司的整体业绩，为了提高客服质量，每家公司都会花费大量的财力对招收的客服来进行相关的培训，增强用户的购买体验。他们熟练的业务能力，热情认真的工作态度，以及及时解决用户的使用问题和退货问题。相比其他的注意事项来说，客服的服务态度与服务质量是最容易把控的。

3.4. 平台的宣传与推广

3.4.1. 校内宣传

包括学生会宣传：通过学校内学生组织进行班对班，学生对学生式的宣传。在学校举行比赛等重大活动时进行宣传。

教职工合作：与校内老师等工作人员进行合作，共同面向老师与学生，同时通过老师的宣传让学生相信平台的可行性。

3.4.2. 校外宣传

广告宣传：通过在立牌上用贴广告的形式宣传，还可以联系相关的报社帮忙做好宣传工作。

新媒体宣传：利用最热的聊天软件微信、QQ 进行网站的宣传，建立微信号公众平台大量在校内实施推荐宣传[4]。

4. 平台的前景与可持续性发展

4.1. 平台的前景分析

随着信息时代的不断发展，各网络平台用互联网技术和数据分析的方法，为消费者提供了更加便捷的以物换物体验。在不久的将来，消费者对环保及可持续性发展的重视程度会越来越高。同时，人工智能的广泛应用以及物联网等新型技术的出现，“好物分享”平台无论是在交换方式、物品鉴别，还是物流配送等方面，都将得到进一步的优化。综上所述，其前景是十分广阔的，在国内以物换物的行业处于快速发展的阶段中，“好物分享”平台有望在未来发展中不断地创新。

4.2. 可持续性发展的分析

国家大力倡导可持续发展，可持续发展也是科学发展观的基本要求之一。

对于国家来说，可持续发展战略的侧重点在于生态环保、资源合理利用。在如今的环保社会下，平台秉持绿色发展的观念，在经营过程中，采取了低碳环保的运输方式，运输使用的材料也是可再次回收利用的环保材料，除此之外，无论是在宣传还是在经营上，都加入了环保元素。满足国家发展战略的经营模式是平台可持续性发展最大的信心。

对于用户来说，在使用平台时、在各种环保元素的感染下，以及国家绿色环保号召的熏陶下，能在

潜移默化中加强自我的环保意识。有助于用户提高环保意识也是平台可持续发展的立足点。

而对于一个企业、一个平台来说,可持续性发展的核心是创新,“好物分享”平台继承并发展了以物换物的传统平台创建模式,从平台运营管理以及用户体验等方面不断进行创新和优化,提高了自身发展的可持续性。创新发展意识是平台可持续性发展的强大动力来源。

综上所述,一个平台的合理经营是能带来良好的可持续性发展效益的。这一点对于平台的创建来说是完全可行的。

5. 结语

从各方面进行分析后,“好物分享”平台的构建是可行的,但这一过程存在着许多机遇和挑战。该网络交易平台区别于其他购物交易平台的等价交换,也区别了一般的买家和卖家,更注重的是交易过程中的享受和乐趣[5]。同时也可以扩大在校大学生或其他群体的交友范围,约束网络行为,提高自己的信誉和素质。更为重要的是,不仅仅对在校大学生有着信息共享的作用,也为平台的经营者提供了一个学着创业和学习的机会。因能满足在校大学生和其他群体对于网络购物和社交等多方面的需求,“好物分享”平台或将在不久的未来中发光发热,为人们提供便利而有一个好的发展前景。

基金项目

2023 年度湖南文理学院芙蓉学院大学生创新创业项目:“好物分享”交易平台。

参考文献

- [1] 中商情报网. 2023 年上半年我国网络购物用户规模达 8.84 亿占网民整体的 82.0% (图) [EB/OL]. <https://www.askci.com/news/chanye/20230912/084118269447927778417668.shtml>, 2023-09-12.
- [2] 央广网. 北师大发布《2021 网购消费信心指数调研报告》: 消费者最注重性价比, 国货品牌引领新消费[EB/OL]. https://tech.cnr.cn/techds/20211112/t20211112_525659622.shtml, 2021-11-12.
- [3] 张嘉敏, 李华龙, 王亚楠, 等. 面向高校学生以物换物 APP 的构建[J]. 现代信息技术, 2020, 4(15): 29-32. <https://doi.org/10.19850/j.cnki.2096-4706.2020.15.010>
- [4] 汪岩, 牟晓娜. 大学生以物易物交易平台运行研究[J]. 绿色科技, 2017(22): 173-174+180. <https://doi.org/10.16663/j.cnki.lskj.2017.22.064>
- [5] 杨冬春, 李姝霖, 詹海晨. 以物易物网络交换平台搭建背景研究——基于大学校园市场[J]. 现代商业, 2012(33): 86-87. <https://doi.org/10.14097/j.cnki.5392/2012.33.150>