



基于校园网的二手交易网站建设 可行性研究报告

项目团队：代 萌 尹锦龙 王欣欣

沈培妍 南雪芹 刘世阳

指导老师：范书琴

完成时间：2011-10-16

目 录

一、总论.....	- 3 -
(一) 项目背景.....	- 3 -
1. 项目名称.....	- 3 -
2. 承办单位概况.....	- 3 -
3. 项目提出的理由与过程.....	- 3 -
(二) 项目概况.....	- 4 -
1. 地理位置.....	- 4 -
2. 建设规模与目标.....	- 4 -
3. 主要建设条件.....	- 4 -
4. 项目投入总资金及效益情况.....	- 5 -
二、供需预测.....	- 6 -
(一) 学生二手市场分析.....	- 6 -
1. 交易产品分析.....	- 6 -
2. 消费心理分析.....	- 6 -
3. 二手市场信息获取渠道分析.....	- 7 -
(二) 学生二手市场供需客观条件.....	- 7 -
1. 需求客观条件.....	- 7 -
2. 供给客观条件.....	- 8 -
三、策划运营方案.....	- 9 -
(一) 组织机构.....	- 9 -
1. 项目理事人组建方案.....	- 9 -
2. 管理机构组织方案.....	- 9 -
3. 机构适应性分析.....	- 10 -
(二) 网站经营策略.....	- 10 -
1. 网站的目标对象.....	- 10 -
2. 网站产品(服务)策略.....	- 11 -
3. 网站推广策略.....	- 11 -
(三) 业务流程分析.....	- 11 -
1. 卖家业务流程.....	- 11 -
2. 买家业务流程.....	- 12 -
(四) 网站系统功能模块.....	- 13 -
1. 用户管理.....	- 13 -
2. 商品管理.....	- 13 -
3. 系统管理.....	- 14 -
4. BBS 论坛管理.....	- 14 -
5. 网站访问信息收集模块.....	- 14 -
6. 信用评级管理.....	- 15 -
(五) 盈利模式分析.....	- 15 -
1. 广告收入.....	- 15 -
2. 商品推广费.....	- 15 -
3. 交易中介费.....	- 15 -
4. 网上商城收入.....	- 16 -

5. 威客网收入.....	- 16 -
6. 与大型网站合作.....	- 16 -
7. 招聘信息发布收费.....	- 16 -
四、投融资预测与利润分配方案.....	- 16 -
(一) 启动资金需求:	- 16 -
(二) 资金的来源.....	- 17 -
(三) 利润分配方案.....	- 17 -
五、项目实施进度.....	- 17 -
(一) 建设工期及项目实施进度安排.....	- 17 -
(二) 项目实施进度表(甘特图)	- 18 -
六、财务评价.....	- 18 -
(一) 项目财务评价.....	- 18 -
1. 财务评价范围选取.....	- 18 -
2. 财务评价基础数据与参数选取.....	- 18 -
3. 营业收入估算.....	- 19 -
4. 财务评价报表.....	- 19 -
4. 财务评价指标.....	- 20 -
5. 经济费用计算.....	- 20 -
(二) 不确定性分析.....	- 21 -
1. 敏感性分析.....	- 21 -
2. 盈亏平衡分析.....	- 21 -
(三) 财务评价结论.....	- 22 -
1. 财务风险.....	- 22 -
2. 财务预测.....	- 22 -
七、社会评价.....	- 23 -
(一) 项目对社会的影响分析.....	- 23 -
(二) 项目与所在地互适性分析.....	- 23 -
1. 不同利益群体对项目的态度及参与程序.....	- 23 -
2. 各级组织对项目的态度及支持程度.....	- 24 -
(三) 社会风险分析.....	- 24 -
1. 创业初期资金不足.....	- 24 -
2. 网站运营及日常维护不到位.....	- 24 -
3. 网站陷入入不敷出的境地.....	- 24 -
(四) 社会评价结论.....	- 24 -
八、可行性研究结论与建议.....	- 25 -
(一) SWOT 分析.....	- 25 -
1. 优势分析.....	- 25 -
2. 劣势分析.....	- 26 -
3. 机遇.....	- 26 -
4. 挑战.....	- 27 -
(二) 结论与建议.....	- 27 -

一、总论

（一）项目背景

1.项目名称

基于校园网的二手交易网站建设（即信阳师院校内二手交易网站项目）

2.承办单位概况

信阳师范学院网络中心，校学生处景明网，学生创业组织。

3.项目提出的理由与过程

在如今的大学校园，伴随着学生的购买能力的提高和每年的升学和毕业，存在许多各种类型的二手商品。目前，二手商品交易成为了当代大学生课余生活的一大热门。以我校为例，每年都要举办红红火火的“跳蚤”市场（如大四毕业时庞大的物品展卖，每年秋季的大学生创意市集等），可见大学生对二手商品交易的需求，然而，由于信息交流的落后，很多只限于校园公告栏或者请人代为宣传的方式进行交易。这种方式有很多局限性和偶然性，远远无法满足广大学子交易的需求。

2011年秋季，我校正式开通了校园网。校园网的建成为广大师生工提供了学习、工作和生活上的便利。由于局域网的高速、快捷，广大师生可以自由地进行在线交流。这也为校园二手交易网站的建设提供了得天独厚的条件。但在此之前，现在的大学生网上交易基本上是以 BBS 为主。以我校为例，景明网的道可道 BBS，虽然用户众多,可是由于它不是一个独立的站点,提供的功能有限,用户不能详细的了解商品的有关信息,不能快捷地查询商品,无法满足学生实际交易中的需求。况且在校园网建立之前，道可道 BBS 的访问非常困难，只能在图书馆等局域网内才可以流畅的实现，它的主要功能也以学习交流为主，很少发生网上商品交易。

因此，在校园网开通后，基于校园 Web 平台建设二手交易网站，则实现了天时地利人和的条件。开发一个校园二手交易信息平台可以大大方便在校的学生，该平台既可以挂在校园网的服务器上，也可以略作修改作为一个栏目单元放在学院的主页或论坛上，方便了同学也营造了节约光荣，浪费可耻的校园文化氛围。最主要的是，它为在校师生提供一个供需平台，所有注册用户可以将自己不用的东西放在网上,也可在网上找到自己需要的东西,物美价廉,达到双赢。

（二）项目概况

1.地理位置

网站交易平台挂在校园网服务器（网络中心或景明网服务器）；日常管理维护在团队负责人的宿舍进行。

2.建设规模与目标

信阳师院校内二手交易网是拟建的信阳市第一家以打造最专业的高校校内二手物品交易平台为主的综合型大学生门户网站。网站坚持“提倡节约，变废为宝”的绿色理念，先立足信阳师院，打造成我校知名的学生商品交易网站。团队经验丰富、规模扩大、管理成熟后，逐步向外发展，力求为信阳高校学生打造一个信息丰富，值得信赖的网络二手物品交易平台，让同学们闲置的旧货实现其货币价值，让有需要的同学获得廉价满意的二手物品。同时为同学们提供兼职信息，新闻资讯，论坛交流，商城团购，威客，个人博客等多样性服务。计划经过大约 3 年的成功运作，积累一定经验和资本后，将网站服务范围扩大至全国所有高校，并力求在 5 年内实现使网站成为国内最大的大学生综合型门户网站的战略目标。

3.主要建设条件

(1) 运营条件

信阳师院校内二手交易网是基于校园网平台而开发的。目前高校二手市场在信息更新和组织规模方面都已不能满足广大学生的需求和利益，而 ASP 和 Sql server 技术目前已能很好满足校园电子商务系统的需求。在这种背景下我们组提出了建设基于 web 校园二手市场的设想，并由此展开相应的可行性和需求分析，进行了业务流程、功能模块和数据库的设计。

通过这个系统，可以发现每一个校园网用户都是系统的主人，大家可以非常方便的发布自己的信息，浏览别人的发布的信息，还可以对各种二手商品信息作出横向比较，作出自己的最佳选择。由此可见，该系统只是一个交流二手商品信息的平台，与一般的电子商务类网站又有本质的区别。

(2) 技术条件

本网站是在 internet 环境下实现的，是典型的浏览器/服务器模式。在这个网站中，以 Windows 2003 server 为操作系统平台，采用 ASP 技术进行开发，借助 Dreamweaver CS5 工具，数据库服务器采用 SQL Sever 2000，数据库服务器通过 DBMS 负责数据库的管理。此外现在软硬件都能很好地满足开发需求，在高校内更有一大批精通网站开发的人才存在。因此基于 web 的校园二手市场在技术上是可行的。

开发工具：HTML + ASP+ JavaScript 、 SQL server2000 、 Dreamweaver CS5

运行环境：Windows 2003 server

(3) 政策条件

由于此项目是基于校园网而建设的，所以要想顺利实施项目，就必须得到校领导老师以及相关部门的认可和支支持。我校历来重视大学生的创新创业实践，并于 2009 年首度在逸夫楼开创了大学生创业基地，鼓励大学生将理论知识运用于实践，进行创业探索。

构建高校二手交易平台响应了党的十七大“节能减排”的号召，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需的，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发展的趋势。因此，可以预见，我校在这方面也会大力支持。

(4) 财务条件

信阳师范学院从 2009 年开始每年举办一次创业设计大赛，参加大赛的获奖项目都有 1000—10000 元不等的创业资金支持，办公场地和设备免费使用，经营过程中遇到问题还可以免费咨询专家。可以通过参加这个大赛，幸运获奖的话将是一个很好的创业的跳板。此外，本网站的数据库主要是挂靠在校园网服务器上，所以不需要太多额外费用。前期的启动资金也不大，可由创业团队入股集资。

4.项目投入总资金及效益情况

预计项目投入总资金：50100 元。

预计年平均利润=2014900/5=402980（元）

预计年均投资回报率=402980/(515100/5)=391.2%

二、供需预测

(一) 学生二手市场分析

1.交易产品分析

通过调查显示，70.8%的学生选择交易的产品是书籍特别是二手教材；62.5%选择工具类的产品（电风扇、自行车等）；29.2%的学生选择电子产品，包括手机、电脑耗材等。说明流通在学生二手市场的产品主要集中在书籍、工具类产品以及电子产品相关。大学教育的自主性，不同于中学教育的固定模式，相较于购买新书学生更愿意购买二手教材；同时电子产品更新换代的加快，使得学生在追求时尚的同时考虑选择性价比较高的二手产品。

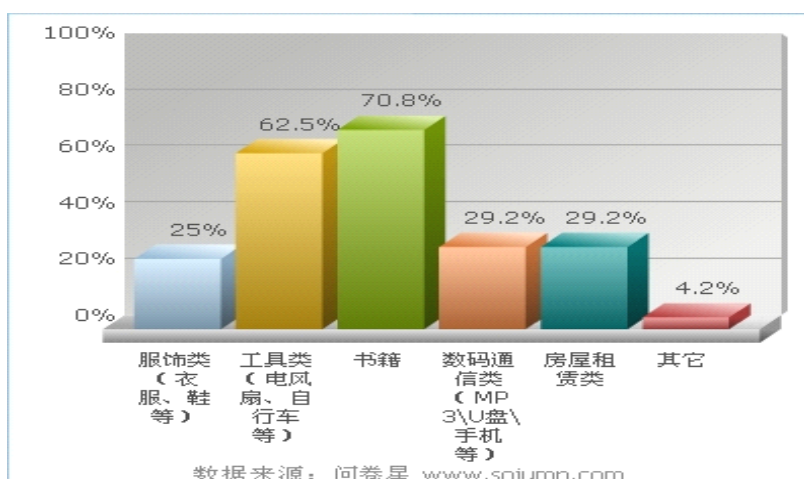


图 1

2.消费心理分析

“求实”。大学生这类群体关注的重点是产品是否符合自身生活学习的需要。在购买之前，会对产品进行信息收集和价值分析，根据对产品价值的认知程度来判断是否具有使用价值。

“求廉”。这类顾客在选购二手产品的时候，最关注的是价格是否低廉。由于购买力的限制，选择低价的产品可以节省一大笔费用。

“求新”。这类群体非常关注产品的使用程度、购买时间、外观。对于难以负担购买新产品，但是又渴望拥有潮流产品的顾客来说具有强烈的吸引力。

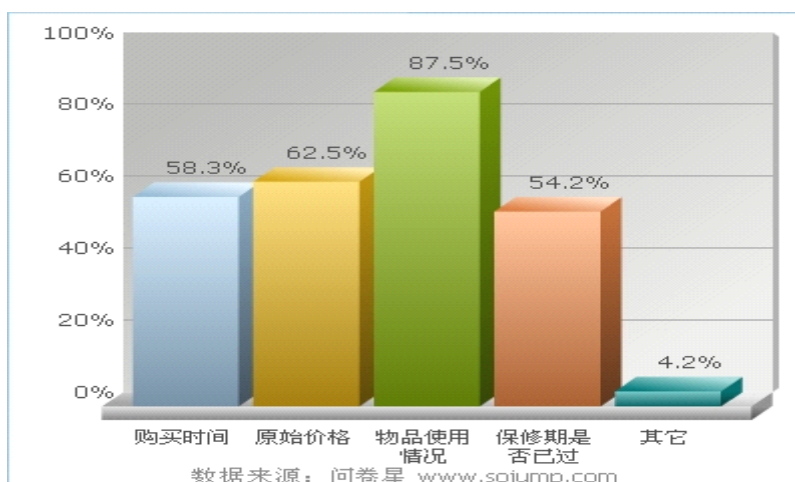


图 2

3.二手市场信息获取渠道分析

通过市场调查知道，有 45.8%的被调查者是通过网络了解到二手交易市场的。可见二手交易网站作为二手交易信息的发布平台，适应实际的需要和用户的欢迎。它可以更好的消除信息不对称问题，更有效的对接供给和需求，使校内二手物品交易更顺利的进行。

(二) 学生二手市场供需客观条件

1. 需求客观条件

(1) 消费呈一定“阶梯”分布。目前经济发展不平衡性日趋明显，不同层次、不同区域的消费水平差异必然也显现在学生身上。消费的多层性为学生二手市场的发展提供了空间。根据我们的调查显示，41.7%的学生愿意出售自己需要处理的商品，40.7%购买过二手商品。

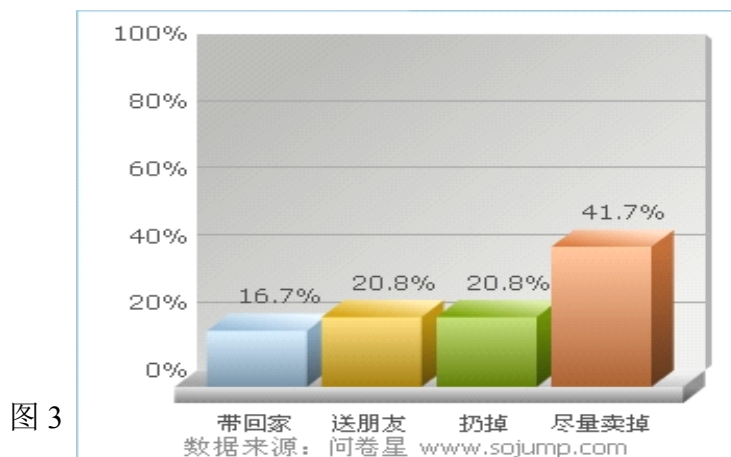


图 3

(2) 教育模式的自主性。高校教学模式不同于中学教育的模式化，学生在学习生活选择上具有更大的自主性。例如对于教材的选择，很多高校的学生可以自主地选择新、旧教材。

(3) 可持续发展观念。随着可持续发展的进一步深入，建立“环境友好型、资源节约型社会”以及资源再利用的观念越来越受到学生的重视和认可。调查显示 57.9% 的学生认为购买二手物品可以加强资源的再利用和有利于环保。

2. 供给客观条件

(1) 由于产品更新换代加快，学生购买商品使用一段时间以后觉得不尽如意，又有购买力，愿意卖旧买新；或者有的学生在对商品使用一段时间以后，想购买档次更高的同类商品，也采取卖旧买新的做法；随着每年学生毕业，众多物品被选择出售。调查显示 83.3% 的被调查者表示积累有需要处理的二手物品，并且 41.7% 愿意出售自己需要处理的物品。

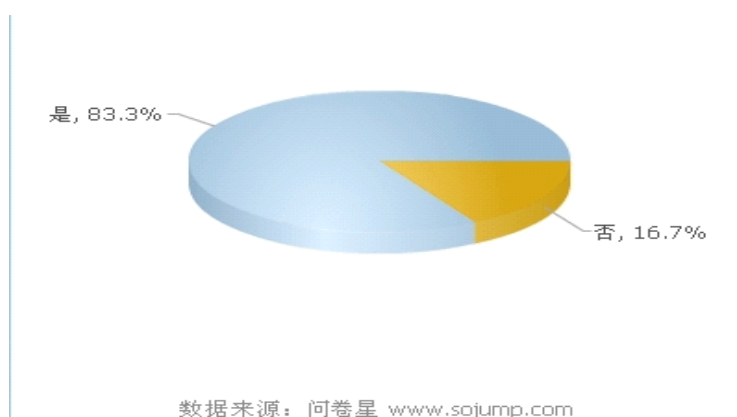


图 4

(2) 信息技术的发展使得二手交易信息获取方式更加便利，传播渠道更加多样。因此网上二手交易的便利给予学生更多的选择。

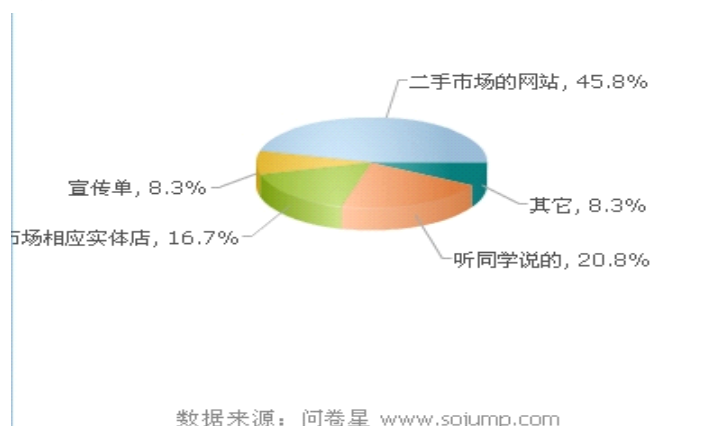


图 5

三、策划运营方案

(一) 组织机构

1. 项目理事人组建方案

网站由校方学生工作处总负责，校园网络部提供网络平台与网络开发技术支持，学生成立网站工作室负责网站运营具体事务。在坚持服务学生的宗旨下，校方制定网站大政方针，学生网络工作室负责制定并认真实施网站建设计划。

本项目团队的初期策划工作由六人构成，按照每个人的能力分工。

负责人	工作职责
代 萌	负责经营策略与项目规划及门面的管理（善于网络经营及战略规划）
尹锦龙	负责网站的制作和维护及即使更新网站信息（善于网络的管理与维护）
王欣欣	负责与学校各阶层的人员联系（善于交际）
南雪芹	负责市场调查和结果分析及财务管理（善于理财）
沈培妍	负责开发计划及市场宣传（善于言谈）
刘世阳	负责人事行政与后勤保障（善于行政文秘）

图 6

2.管理机构组织方案

网站管理的目标是位学生提供便利，管理的核心是人。因此人员的管理是非常重要的。人员的配备多了并不见得工作效益就好，“三个和尚没水吃”，有时人多了人多了做事的人到少了，但人员少了又不行，人员太少又容易使客人感到不方便，因此，选择项目成员宗旨在于“精”。

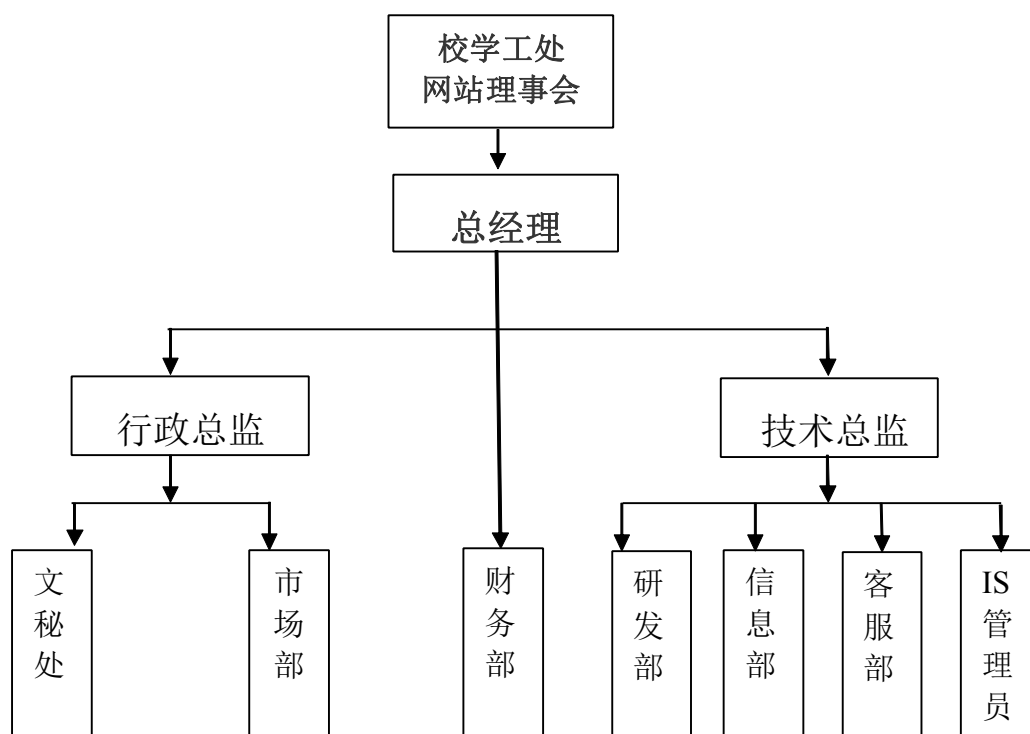


图 7

3.机构适应性分析

网站建设宗旨在于服务学生，为学生的学习与生活带来便利，校方与网站工作室站在同一立场，在网站发展角度上能够达成共识。校方具有绝对领导权力，把握网站发展方向；学生网站工作室在校方领导下，具体负责网站建设与维护，不得违反校方制定的大政方针。双方责任属于上下级关系，不存在矛盾。

学生网络工作室按照校园招聘方式，选择工作人员，工作人员必须符合一定要求，并具有与网站宗旨同样的服务精神。这样的安排不仅能提高工作效率，而且有利于工作室各个部门之间的协调。

（二）网站经营策略

1.网站的目标对象

（1）目标用户

二手交易网站的目标受众主要是在校大学生。在校大学生是没有太多收入来源的群体，但他们需要很多的资源来丰富自己物质和精神的生活，需求量大。同时他们受过关于节约和有效利用资源的教育，形成了勤俭节约的好习惯。在校大学生又是网络时代的热衷者，习惯通过网络来解决事情，个人电脑拥有率较高，上网更加方便。有很多同学特别是大四的，用过得物品无从处置，直接丢弃。而二手物品既能为需要者降低成本，又能为提供物品者增加收入，很好的为同学们提供了一个资源回收利用的平台，买卖双方同时收益。所以目标用户主要是在校大学生。

（2）目标客户

我们目标用户在校大学生，网站所提供的资源物品决定了客户目标是在校大学生。他们可以有效的利用网络资源来搜寻廉价的，适合他们的，能满足他们需求的物品。同时也能把他们闲置物品放在网站上获取收益。

2.网站产品（服务）策略

网站的内容和功能模块建设要紧贴大学生实际需要，以满足大学生的需求为主要目的，同时要迎合其兴趣和个性特点。内容要新颖别致，更新频率高，设计一些大学生较为关注的信息；网页外观设计要体现简洁美观，富有特色，色彩要醒目朝气，体现活力；对网站信息进行整理，使信息简单明了易搜；要注重收集用户对网站的意见和建议，并及时回复和重视采纳。

3.网站推广策略

（1）在前 6 个月内采取免费策略，一切对于学生用户和商家客户的服务都是免费的，包括广告的投放，信息的发布等等，这样就可以在短时间内聚集网站人气，为下一步的收费和发展打好基础。

（2）在大学的校园网、学生用户比较集中的其他网站上不断发布免费推广信息。

（3）借助校内广播进行宣传。

(4) 借助校刊杂志报纸进行广告宣传。

(5) 可到各大高校宿舍发宣传单，在人员密集的食堂以及人员关注较多的宣传栏是张贴广告，在其他二手交易网站上发布宣传信息。

(6) 在大学生比较集中的 QQ 群里空间状态即日志上面发布信息，通过发电子邮件，使大家增加对网站的了解。

(7) 创建关于介绍本网站的百度百科词条。进行百度注册推广和搜索引擎优化。

(三) 业务流程分析

1. 卖家业务流程

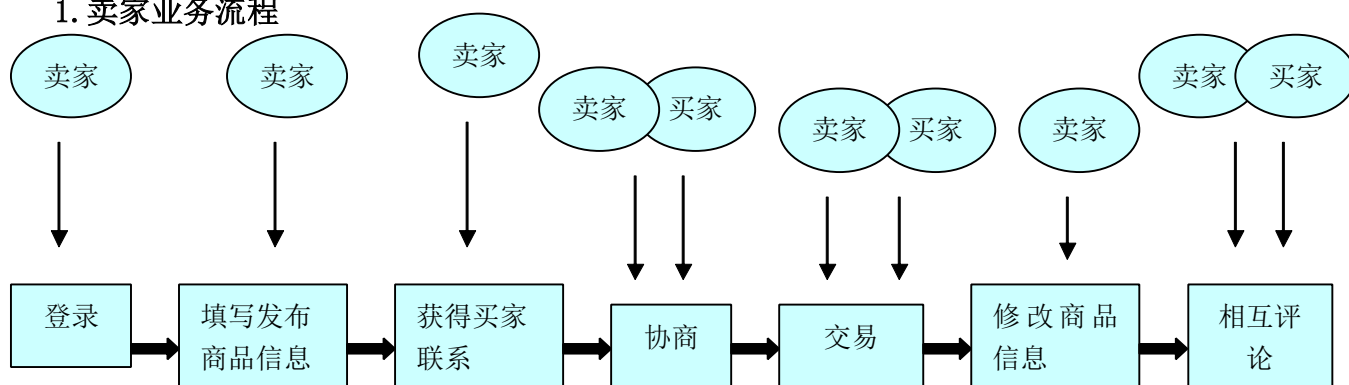


图 8 卖家业务流程示意图

(1) 登录：卖家必须先登录才能发布商品信息。

(2) 填写发布商品信息：卖家选择发布信息，依次填写商品类别，商品名称，商品描述，商品数量，新旧程度描述，原价，现价，卖家联系方式等上货信息。提交后系统根据所填商品类别将商品移至相应商品版块。商品信息如果填得不合理，管理员有权删除该信息，同时卖家信用度减一。商品信息每三天自动下架，也可以由卖家自己处理下架。三天到期后，如果商品没有卖出去，卖家可以申请继续三天的上架期。下架的商品不在买家的检索范围内。

(3) 获得买家联系：有意的买家通过商品信息获得卖家联系方式。

(4) 协商：买家和卖家协商商品价格，确定交易时间交易地点。

(5) 交易：买家和卖家在约好的时间和地点交易，一手交钱一手交货。

(6) 修改商品信息：交易后，卖家修改商品数量，或者直接将商品下架。

(7) 互相评价：卖家对买家进行评价和信用度评定（最低信用度评价-3，最高信用度评价 3），信用度等级越高越可信。

2. 买家业务流程

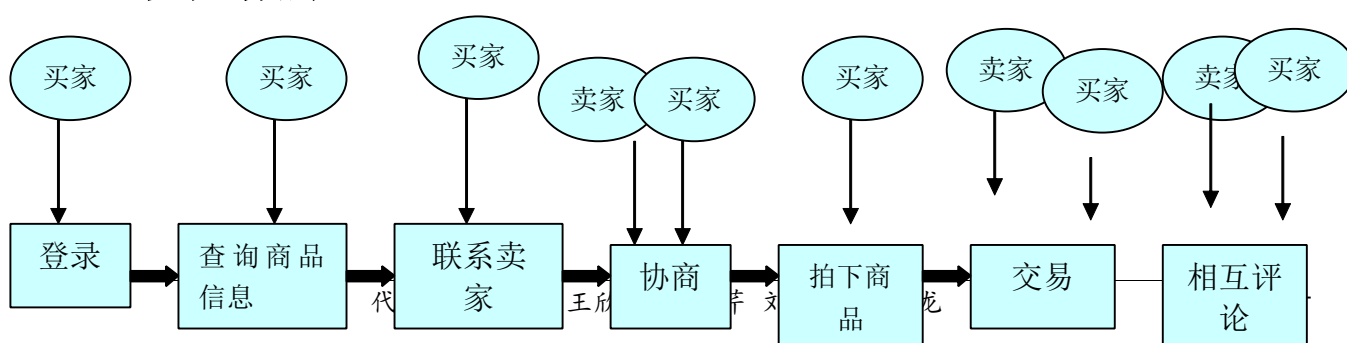




图 9 买家业务流程示意图

- (1) 登录：买家只有登录后才能拍下商品。
- (2) 查询商品信息：在二手网站首页，买家可以选择商品类别，输入商品名称进行检索。
- (3) 联系卖家：根据商品信息留下的联系方式联系卖家。
- (4) 协商：买家和卖家协商商品价格，确定交易时间交易地点。
- (5) 拍下商品：买家将商品拍下，商品相应信息显示已有一人拍下此商品。如果商品数量等于商品拍下数量，那么商品自动下架，不在其他买家检索范围内。
- (6) 交易：买家和卖家在约好的时间和地点交易，一手交钱一手交货。
- (7) 互相评价：买家对卖家进行评价和信用度评定（信用度可在-3 到 3 内评定），信用度等级越高越可信。

（四）网站系统功能模块

1. 用户管理

（1）用户注册

系统允许匿名访问，匿名访问只能查看供求信息和留言板上的留言，但是不能发布供求信息。如果想发布信息或给某位卖家及管理员沟通，则必须注册并登录。

用户输入用户名，昵称，性别，出生年月，学院专业信息，联系方式等信息后提交给系统，由系统分配登录密码并发送邮件到其邮箱，用户登录邮箱获得他的登录密码，根据用户名和登录密码登录系统，修改自己的登录密码。

用户注册后便可登录，用户分为两类：普通用户和管理员用户。

（2）用户登录

普通用户登录以后，可以查看搜索供求信息，发布供求信息，对自己所发布的供求信息进行管理，管理自己的信息，修改密码，找回密码，对供求信息发表评论，还可以对有兴趣的物品和其主人进行单一交流。管理员用户登录以后，可以管理其他非管理员用户，管理所有用户发表的供求信息和留言，管理二手商品的分类。

用户使用用户名和密码即可登录。当用户信用度低于-10 时将被限制，从低于-10 那一天起 6 个月不能登录（即用户剩余锁定时间以 180 天倒计时--当用户剩余锁定时间为 0 时能正常登录），6 个月满后信用度归 0。

（3）用户信息管理

包括用户修改密码，查看个人信用度、历史交易情况以及历史评价。

2. 商品管理

（1）发布供求信息

用户注册并登录后即可发布信息，信息发布主要包括供应信息发布和需求信息发布两个部分。

用户应首先选择发布信息的类型。在发布供应信息时，商品信息须详细属实，其中商品属性包括：商品类别，商品名称，商品描述，商品数量，新旧程度描述，原价，现价，卖家联系方式，距离下架天数。除了“距离下架天数”属性由系统操作外，其余须由卖家填写决定。在发布需求信息时，用户可选择所需物品的分类、价格区间，添加信息的标题，交易时间及联系方式等信息。

(2) 检索商品

给用户一个自由选择筛选数据的功能，用户可以根据自己的需要选择不同的条件来搜索所需要的信息。信息主要按照不同的类别，不同的搜索方式(按内容，按主题)，不同的时效，关键字来进行数据的筛选。

3. 系统管理

包括超级管理员，普通管理员，用户检举与投诉三个部分。

(1) 超级管理员：拥有最高的操作权限，一般由学校信息中心的老师担任，一个系统只有两到三个超级管理员。超级管理员的权限包括指定相应商品类别的普通管理员，删除用户，删除商品信息，将商品下架等权限，接受用户对普通管理员的投诉等所有权限。

(2) 普通管理员：每一个商品类别至少有一个普通管理员来管理。普通管理员检查相应的商品类别已发布的商品信息中是否有垃圾信息(比如说商品信息明显地虚造，商品信息不全等)，从而进行相应地删除商品信息，将商品下架，扣除用户相应信用度等操作(发现一个虚假信息信用度减 3，商品信息不全信用度减 1)。

(3) 用户检举与投诉：当用户发现商品信息中存在垃圾信息时，可以向相应类别的普通管理员检举。如果检举属实，则检举用户信用度加 3；当用户觉得普通管理员操作不公正时可以向超级管理员投诉，如果投诉属实，则投诉用户信用度加 5。检举或投诉不被采用时，检举用户或投诉用户信用度不变。

4. BBS 论坛管理

客户沟通论坛。论坛中网站经营者可以发布一些商品信息，对商品有关的专业知识在客户中发起讨论。当然客户也可以把自己在购物中出现的问题和感受发布在此，管理员定期收集，整理，并及时的得到反馈意见。

用户登陆以后，可以对网站内的所有二手信息来发表自己的看法，也可以对网站的建设提出自己的建议。用户所发表的留言将会被所有的用户看见。发表的留言由管理员同意管理和恢复。这个模块是网站与广大用户之间沟通的一个模块。用户可以通过这个留言板来反馈对二手商品的意见，也可以对我们管理人员反馈对本二手市场的意见和建议。是用户之间、用户跟管理员之间交流的一个平台。

5. 网站访问信息收集模块

包括会员注册、会员登录、忘记密码查找及注册会员的管理等功能，这项功能能够帮助收集目标客户的资料，为网站营销提供分析的资料，并可以考察网站的使用频率及对目标用户的吸引程度。在以后的网络营销中，这些注册会员是相当准确的目标客户。

本系统提供对国内用户提供用户访问网站情况（包括指定页面的访问次数、来访路径、访客所在地区分布、访问时段分布、访客使用浏览器等信息）数据等的分析办法和相应的分析报告，进行后台自动统计分析。

6. 信用评级管理

在本网站上进行交易，每一笔交易成功后，买卖双方按规则相互进行信用评价，它是公平、公正、透明的，是建立网络诚信制度的基础，也是用户诚信的重要标志。信用评级的目的是规范用户买卖行为，鼓励高信用度用户，限制低信用度用户。为保持健康的竞争环境，完善的信用评级系统正是发展所必须。信用认证及评级工作，不仅是为消费者提供信用数据，更是对学生行为的监督。

（五）盈利模式分析

1. 广告收入

这是网站的主要营业收入，由于该网站的目标用户比较单一多为在校大学生，所以适合在大学生中推广宣传的商品和服务都可以在这个网站做广告，针对性较强，效果会比较突出，网站可以发布的广告比较多，比如主页和个性化的旗帜广告、按钮广告、文字广告等等；论坛的末尾签名广告和制定广告；商城的促销广告、关键字广告；二手交易板块的制定广告。一般来说，广告收费有三种方式：

① CPM (Cost Per Million/Thousand): 放一个广告，它按每 1,000 人次来访问站点收费。这方法对网站经营者最为合适，只要有人浏览该网页，就会有收入，不管访问者对广告有无反应——是否会看或点击该广告。

② 点透 (Click-through): 通过 Banner 广告点到了广告商的站点，这才算数，广告商只为自己广告感兴趣的人“套钱”，据一些调查资料表明，只有 3% 的访问者会去“CLICK”广告。

③ 提成 (Commission): 根据访问者点击位于你站点上广告所带来的销售收入，从中跟做广告的厂商分成，这种方法对于网站的经营者来说，比上面两个都更加冒险。

因此根据广告收费方法的不同，我们网站的广告收费方法采取的是第一、第二种方法的结合，站点和广告商都可少冒点险。

2. 商品推广费

对于急于出手的商品，我们网站会提供一些相应的服务，较大对商品的推广力度和广告宣传，对商品进行全方位的展示，并最终使得该商品迅速出售。

3. 交易中介费

我们的网站属于典型的 C2C 网站（B 表示商家，C 表示消费者），B2B 主要是卖会员费，B2C 网站可以直接收取相应利润，与二者不同的是 C2C 网站主要哦是收取中介费，在交易达成之后收取一定比例的费用。

4. 网上商城收入

我们的网站发展壮大后将会开设网上商城，为商家和个人提供网店服务，从而收取网店租金，推广等费用。

5.威客网收入

我们网站可以提供平台让优秀的大学生利用自己的专业知识为有需要的人服务，从而实现其知识的经济价值，同时我们网站可以从中收取一定的佣金。这个平台就是我们网站的威客网频道。

6.与大型网站合作

通过与大型网站合作，获取经费，也可以维持个人网站的日常运行。比如我们可以携手淘宝网，淘宝商城，凡客诚品等一系列深受在校大学生喜爱的网站。

7.招聘信息发布收费

我们为企业提供招聘信息发布的服务，不仅可以帮助在校学生了解企业动向提供就业机会，还可增加我们网站的点击率，同时收取一定的费用。

四、投融资预测与利润分配方案

（一）启动资金需求：

序号	项目	说明	单价（元）
1	办公电脑六台	基本设施	18000
2	宽带费用	上网费用	600/年
3	域名注册申请	.com 或.cn	100/年
4	网站的制作与开发	部分外包	2000
5	网站的运行与维护	电费，电脑设备维护	1800/年
6	网站的推广	宣传册海报等广告	3000/年
7	办公电话	工作电话费用	2000/年
8	工资支出	创业初期工资低	$300*6*12=21600$
9	其他费用	预留费用	1000
总计			50100

图 10

（二）资金的来源

- 1.创业小组人员投资
- 2.吸收企业的投资
- 3.银行贷款
- 4.企业赞助
- 5.风险投资
- 6.在校大学生的投资

（三）利润分配方案

- 1.利润分配按照股东所占股份的多少进行分配

2. 创业小组的股份出了按照投入的资金分配，还可以获得额外的原始股
3. 根据每年的营业情况，每年年底对投资者进行分红
4. 根据员工的工作效率以及服务的满意度发放不同等级的奖金

五、项目实施进度

(一) 建设工期及项目实施进度安排

项目进程 时间	第一阶段	第二阶段	第三阶段	第四阶段	第五阶段
进度安排	市场调研	网站开发应用	网站调试	宣传推广	网站日常运营及维护

图 11

(二) 项目实施进度表（甘特图）

如下图所示：

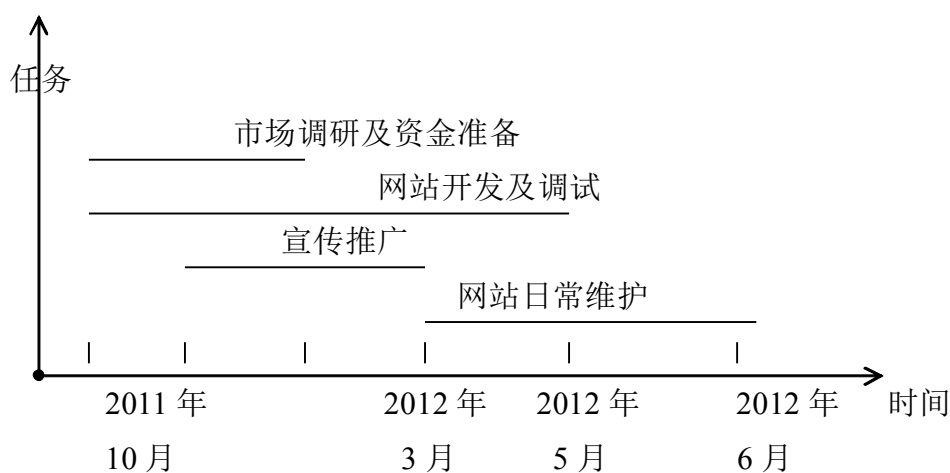


图 12

六、财务评价

(一) 项目财务评价

1. 财务评价范围选取

建设项目的经济评价是考察项目是否可行的有机组成部分和重要内容，是项目科学决策的重要手段之一。本项目属于立足于大学校园的网络创业类项目，在具体评价过程中，采用动态分析的方法，使项目更具有合理性。

2. 财务评价基础数据与参数选取

判据参数	参数名称	参数	参数名称	参数
	财务基准收益率	12%	利息备付率最低可接受值	2
行业平均投资利润率	39%	偿债备付率最低可接受值	1	
行业静态基准投资回收期	2.6 年			
计算参数	流动资金借款利率（工行）	6.65%	适用增值税税率	17%
	企业所得税税率（小型微利）	20%	固定资产残值率	5%
	营业税	5%	基本预备费率	7%

图 13

3. 营业收入估算

项目 \ 年份	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	合计
成本	50100	55000	60000	150000	200000	515100
收入	10000	70000	150000	800000	1500000	2530000
利润	-40100	15000	90000	650000	1300000	2014900

图 14

年平均利润=2014900/5=402980（元）

年均投资回报率=402980/(515100/5)=391.2%

4. 财务评价报表

(1) 财务现金流量表

信阳师院二手交易网站全部投资现金流量表

单位：元

序号	项 目	合计	建设期	运 营 期				
			1	2	3	4	5	6
	生产负荷%			60	100	100	100	100
1	现金流入	50100		360	600	600	600	600
1.1	推广营业收入	5760		360	600	600	600	600
1.2	回收固定资产余值	30000						
1.3	回收流动资金	20000						
2	现金流出	44928	800	4090.2	3648.7	3648.7	3648.7	3648.7
2.1	建设投资（不含建设期利息）	800	800					
2.2	流动资金	200		200				
2.3	经营成本	2400		150	250	250	250	250
2.4	销售税金及附加	345.6		21.6	36	36	36	36
2.5	所得税	747.25		37.42	78.87	78.87	78.87	78.87

3	净现金流量	15171.5	-800	-49.02	235.13	235.13	235.13	235.13
4	累计净现金流量		-800	-849.02	-613.89	-378.76	-143.63	91.5
5	折现系数 (i _c =10%)		0.909	0.827	0.751	0.683	0.621	0.565
6	折现净现金流量		-727.28	-40.52	176.65	160.59	145.99	132.73
7	累计折现净现金流量	4389.2	-727.28	-767.80	-591.15	-430.56	-284.57	-151.84

图 15

(2) 损益和利润分配表

信阳师院二手交易网站损益和利润分配表

单位：元

序号	年份 项目	1	2	3	4	5
		1	销售收入	14600	27000	4050
2	总成本费用	50100	2193.	2866.76	3716.16	3695.56
3	销售税金及附加	3200	1620	243.00	324.00	324.00
4	利润总额	-43960	34464	940.24	1359.84	1380.44
5	所得税	3860	11373	310.28	448.75	455.55
6	税后利润	-40100	23091	629.96	911.09	924.89
7	盈余公积金	0	230	630	911	1320
8	可供分配利润	0	20782	56696	131998	293240

图 16

4. 财务评价指标

(1) 盈利能力分析

- ①经济净现值 (ENPV)
- ②经济效益费用比 (EBCR)
- ③经济内部收益率 (EIRR)
- ④经济回收期 (EN)

(2) 偿债能力分析 (借款偿还期或利息备付率和偿债备付率)

5. 经济费用计算

根据上表的数据，按以下公式计算项目的动态、静态投资回收期。

项目的动态投资回收期 = (累计折现净现金流量出现正值的年份数 - 1) + (出现正值年份上年累计折现净现金流量的绝对值 / 出现正值年份当年的折现净现金流量) = (2 - 1) + (72/121) = 2.6 年 (含 1 年建设期)

财务净现值 (FNPV) 是按行业基准收闪率或设定的目标折现率 (i_c)，将项目

计算期 (n) 内各年净现金流量折现到建设期初的现值之和。可根据现金流量表计算得到, 该项目的净现值=43823.6 元。由于在多方案比选中, 取财务净现值勤大者为优, 如果 FNP 大于 0, 说明项目的获利能力达到或超过了基准收益率的要求, 因而在财务上可以接受。

采用试算法求出拟建项目的内部收益率, 计算过程如下:

分别以 $r_1=19\%$, $r_2=20\%$ 作为设定的折现率, 计算各年的净现值和累计净现值, 从而求得 NPV1 和 NPV2。如果试算结果满足试算条件, 则可以采用内插法计算拟建项目得内部收益率 IRR。即: $IRR=r_1+(r_2-r_1)NPV_1/(NPV_1+|NPV_2|)=19\%+1\%*21.33/(21.33+|-8.81|)=19.71\%$

因为: 项目的净现值=43823.6 元 > 0; 该项目的内部收益率=19.71% > 行业基准收益率 10%;

所以: 从财务评价得角度, 分析和评价该项目是可行的。

(三) 不确定性分析

1. 敏感性分析

该项目作了所得税前全部投资的敏感性分析。基本方案财务内部收益率为 19.71%, 投资回收期从建设期算为 2.6 年, 均满足财务基准值的要求。考虑项目实施过程中一些不确定因素的变化, 分别对固定资产投资、经营成本、销售收入作了提高 10% 和降低 10% 的单因素变化对内部收益率、投资回收期影响的敏感性分析。

序号	项目	基本方案	投资		经营成本		销售收入	
			+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%
1	内部收益率 (%)	19.71	15.85	21.3	13.9	23.4	24.97	11.3
	教基本方案增减 (%)		-13.8	1.80	-3.24	3.1	5.74	-5.91
2	投资回收期 (年)	2.6	3.58	2.3	3.46	2.4	2.3	3.67

图 17

2. 盈亏平衡分析

以生产能力利用率表示的盈亏平衡点 (BEP) 进行分析, 其计算式为:

盈亏平衡点 (BEP) = 年固定总成本 / (年产品销售收入 - 年可变成本 - 年销售税金及附加) × 100% = $5587 / (35\ 420 - 18\ 228 - 2689) \times 100\% = 39\%$

计算结果表明, 该项目只要达到设计能力的 39%, 也就是用户量达到 6320 名, 企业就可以保本。由此可见, 该项目风险较小。

从上述财务评价看，财务内部收益率高于行业基准收益率，投资回收期低于行业基准投资回收期，借款偿还期能满足贷款机构的要求。从敏感性分析看，项目具有一定的抗风险能力，因此，项目从财务上讲是可行的。

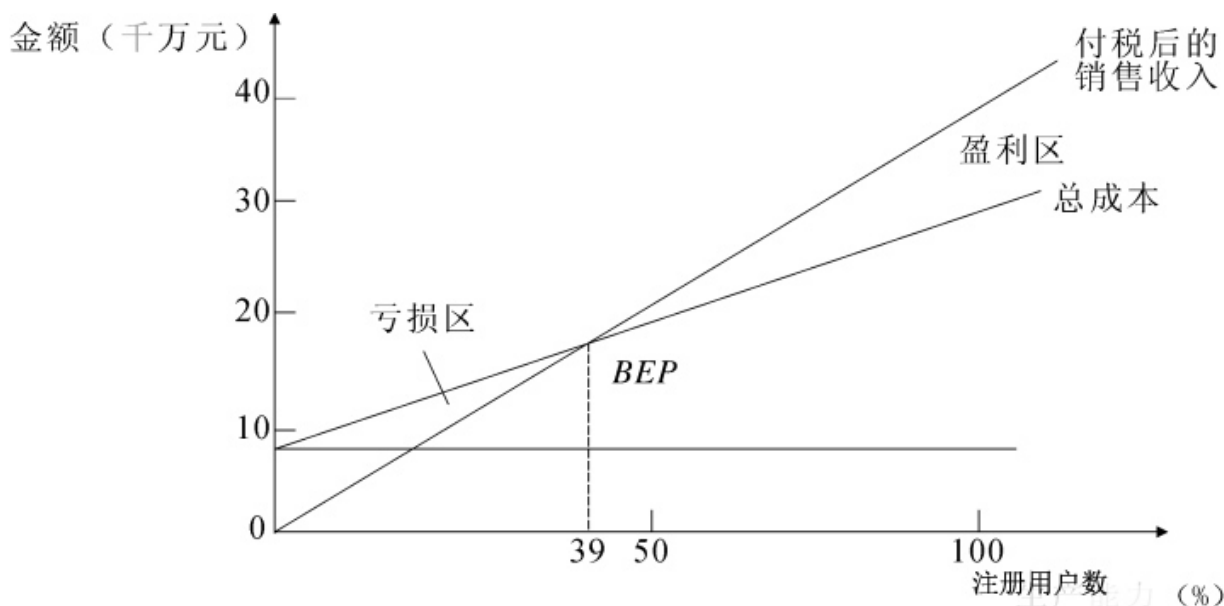


图 18: 盈亏平衡图

（五）财务评价结论

1. 财务风险

(1) 经营风险：我们网站的创业者多为在校的大学生，缺乏经营能力以及商业的灵活头脑，这在一定程度上使得该网站的经营存在一定的风险。

(2) 市场风险：我们的创业者对市场的认知性不强，不能及时发现市场中存在的商机与危机，在创业前期对市场全方位多层次的考察，加之市场是一个变幻莫测的因素，对创业者来说都是一个挑战。

(3) 投资风险：我们的网站前期的投资主要来自企业和个人，由于网站处于初期阶段，盈利模式和成本收益预测不一定按照预期标准实现，所以使得投资者们的投资存在一定的风险。

2. 财务预测

对该网站建设所需费用进行详细的预算，主要包括基础设施费用，员工工资，以及维持网站正常运转的各种日常开销，准确预测未来网站运营的财务状况，根据财务预测，处理好未来可能发生的不确定因素，使对未来的无知降到最低限度，使财务计划的预期目标同可能变化的周围环境和经济条件保持一致，并对财务计划的实施效果明了清晰。

从我们的二手交易的网站出发，分析个人和企业的投资效果，对该网站建成实施运行以后的获利能力进行评估，对该网站建成所需要的资金来源进行规划安排，明确网站的贷款偿还能力，增加投资者对网站的信心。

七、社会评价

（一）项目对社会的影响分析

构建高校二手交易平台响应了党的十七大“节能减排”的号召，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需的，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发展的趋势。

建立节约型校园时落实科学发展观，建设节约型社会的重要组成部分。它唤起并树立全校师生员工的节约意识，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。二手市场解决了当前的市场难题，让二手产品物有所值，人有所需，极大地方便了客户的需要。

（二）项目与所在地互适性分析

1. 不同利益群体对项目的态度及参与程序

作为目标客户对象，学生们经常需要一些生活用品，电子产品，但由于学生没有收入，因此廉价又划算的二手产品便深得学生们的喜爱，而且交易就在校园内，使交易准确、及时，成本大大降低。大学校园里的消费群体素质较高，容易接受新生事物，而且学生正处在求知欲旺盛的阶段，是开展电子商务的主力军。有现成的网络环境，又有潜在的巨大消费群，为校园电子商务的成功铺平了道路。

2. 各级组织对项目的态度及支持程度

信阳师范学院从 2009 年开始每年举办一次创业设计大赛，参加大赛的获奖项目都有 1000—10000 元不等的创业资金支持，办公场地和设备免费使用，经营过程中遇到问题还可以免费咨询专家。学校逸夫楼一楼的大学生创业孵化基地就是一个很好的证明，这充分说明了学校对学生创业的大力支持。而我们的二手交易网站迎合了广大师生的需求，不仅可以解决广大师生的问题，而且电子商务作为新鲜事物，容易为广大用户接受，为学校注入了新鲜的血液，因此这次项目会得到学校的大力支持。

（三）社会风险分析

1. 创业初期资金不足

这可能是大多数创业者创业初期所面临的比较棘手的问题，需要我们多方面的筹措资金，保证项目的正常运行，因此我们在初期要做好预算工作及相应的应急措施。

2. 网站运营及日常维护不到位

由于初次尝试，因此在网站运营工程中，可能出现一系列的不可预见的问题，而且网站的日常维护也很重要，需要专业的人员来操作，因此在这方面我们也应该比较重视。

3. 网站陷入入不敷出的境地

2003 年互联网的泡沫给了我们很深刻的警示，曾经的一些风靡一时的网站在一夜之间销声匿迹。当当网坚持了整整 10 年才能盈利，不是一般企业都能扛得住。时空网虽然表面很风光，但其较高的成本导致一直很难走出收入微薄的困境。这些都表明互联网企业要经受很大的经营风险。因此在创业初始，我们要做好充分的心理准备，准确把握市场动向和市场需求，使我们的网站运营盈利提前到来。

（四）社会评价结论

我们的二手交易网站主要以大学生为主要的目标客户，针对学生的个性化需求来全力开发打造我们的网站，使之成为学生生活学习中不可缺少的部分，而且在信阳师范学院里，此种专业性、针对性、个性化性质的网站并不存在，因此我们的网站有很大的发展空间，并且提升的空间也比较大。在立足为学生服务，满足大家个性化需求的前提下，更全面的为大家提供更多的资讯信息，满足用户的不同需求，使我们的网站成为大家交流互动的平台。

八、可行性研究结论与建议

（一）SWOT 分析

1. 优势分析

（1）专业性较强

作为一个校园二手交易网站，它的目标用户是在校大学生，我们从满足目标客户的个性需求出发，提供丰富的信息资料，力图打造一个完整全面的二手交易市场，从而吸引目标用户，进而提升它在校园中的知名度，为后期的发展奠定很好的基础。高校二手商品交易平台将以专业化的服务、独特的经营模式以及标准化的管理为广大高校学生提供优质服务。

（2）信息全面，内容丰富多彩

我们的网站不仅仅局限于二手交易，在提供全面的市场交易信息的同时，还尽可能的提供兼职信息，新闻资讯，论坛交流，商城团购，威客，个人博客等多样性服务，而且我们更重视研究建设网站的个性化功能，以更加便于用户对网站内容的创造性贡献和对用户可支配空间的 DIY 设置，这样就可同时达到网站内容的丰富性和新颖性。通过加强网站内容的建设，就可以更加迎合不同用户的需求，从而有利于提高网站的人气。

（3）需求决定市场

广大高校学子是二手交易平台的服务对象，大学生具有收入单一、消费多样化和消费观念的开放性等独特的生活方式和消费心理，在校学生人数、交易需求意愿与交易频繁度

构成了大学生二手交易这一市场。大学生对校内二手物品尤其是对书籍、自行车、电子产品以及体育用品异常关注、交易需求大。而学校每年毕业之际举行的跳蚤市场活动时间短,人流拥挤,秩序混乱,并不能满足同学们的个性化需求,因此一个面向大学生的网上二手交易平台亟待建立。

(4) 网站盈利能力强

我们网站功能和内容丰富,对用户具有极大的吸引力,采用多种目前电子商务界应用比较成熟的盈利模式,可创造收益的地方比较多;加上对成本的有效控制,所以预计收益比较高,这是网站能否持续发展壮大和抵抗风险的关键因素,也是吸引投资者的主要因素。

2. 劣势分析

(1) 市场经验欠缺

虽然在进行项目之前,进行了大量的市场调研和市场需求分析,对于目标用户需求有了相对深入的了解,但由于实践经验有限和专业分析能力的缺失,会放慢项目的进行速度。

(2) 资金欠缺

一个项目运行之初,最关键的便是资金,一个完整的资金链是一个项目顺利进行的有力保证。但由于创业者都是学生,资金来源比较困难,而且吸引资金也有很大的难度。

(3) 团队管理经验不足,对风险的控制能力较差

由于是初次涉入次领域,所以相关的经验比较少,在项目运行过程中,可能会遇到很多的问题,走很多的弯路,因此应做好心理准备。

3. 机遇

(1) 网络的蓬勃发展,电子商务的广泛应用和人们对网络的依赖性越来越强。

近年来,国家越来越重视和支持电子商务的发展,相继出台了《国民经济和社会发展的信息化“十一五”规划》、《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》、《电子商务发展“十一五”规划》等纲领性文件和有力措施,这些都会从战略的高度为电子商务的发展营造一个良好的环境。电子商务的概越来越深入人心,而大学生是一个思想活跃、敢于尝鲜、对网络资源的应用也得心应手的群体,这些外部条件对我们网站的快速进入市场找到立足点以及未来的发展都是很有帮助的。

(2) 校园网的建立,极大地方便了二手交易网站的建立

2011年秋季,我校正式开通了校园网。校园网的建成为广大师生工提供了学习、工作和生活上的便利。由于局域网的高速、快捷,广大师生可以自由地进行在线交流。这也为校园二手交易网站的建设提供了得天独厚的条件。但在此之前,现在的大学生网上交易基本上是以BBS为主。以我校为例,景明网的道可道BBS,虽然用户众多,可是由于它不是一个独立的站点,提供的功能有限,用户不能详细的了解商品的有关信息,不能快捷地查询商品,无法满足学生实际交易中的需求。况且在校园网建立之前,道可道BBS的访问非常困难,只能在图书馆等局域网内才可以流畅的实现,它的主要功能也以学习交流为主,很少发生网上商品交易。

因此,在校园网开通后,基于校园 Web 平台建设二手交易网站,则实现了天时地利人和的条件。开发一个校园二手交易信息平台可以大大方便在校的学生,该平台既可以挂在校园网的服务器上,也可以略作修改作为一个栏目单元放在学院的主页或论坛上。最主要的是,它为在校师生提供一个供需平台,所有注册用户可以将自己不用的东西放在网上,也可在网上找到自己需要的东西,物美价廉,达到双赢。

(3) 学校每年一届的创业设计大赛对本校生创业是一个很好的机遇

信阳师范学院从 2009 年开始每年举办一次创业设计大赛,参加大赛的获奖项目都有 1000—10000 元不等的创业资金支持,办公场地和设备免费使用,经营过程中遇到问题还可以免费咨询专家。特别是学校逸夫楼的大学生创业孵化基地,为大学生创业提供了很好的硬件设施,极大地调动了学生创业的热情。

4.挑战

(1) 技术难度

本网站是在 internet 环境下实现的,是典型的浏览器/服务器模式。在这个网站中,以 Windows 2003 server 为操作系统平台,采用 ASP 技术进行开发,借助 Dreamweaver CS5 工具,数据库服务器采用 SQL Sever 2000,数据库服务器通过 DBMS 负责数据库的管理。此外现在软硬件都能很好地满足开发需求,需要一大批精通网站开发的人才存在。

(2) 竞争对手强大

百姓网、消息树、58 同城网等二手交易网站:这些网站目前做得比较好的是按地区归类二手交易信息,兼备其他适合市民的生活工作的信息。这些网站由于主要的服务之一——二手交易跟我们的网站相同,所以会对我们形成不利的竞争局面。

各大高校的校园网二手信息交易频道:多数大学校园网都有关于二手交易的信息发布渠道,比如专门的频道、相关论坛版块,以及今年新兴的校园创业团队《校园消费》报等。这些也是我们网站面临的竞争因素。

(3) 风险很大

①经营风险

由于对于市场动向把握不明,不能及时采取相应的应变措施,可能导致会使网站陷入困境。这就需要我们及时的了解市场需求与变化,及时的采取措施来保证网站的正常运营。

②财务风险

互联网企业一个较大的特点就是投资回报期相对较长,特别是前期一般很难盈利,而且需要资金的不断注入。我们的企业必然面临着同样的问题,如果亏损期过长,超出了原先的预期,并且资金得不到及时的补充,将会面临倒闭的风险。因此,我们在经营过程中,要合理的运用资金,搞好预算,保证资金链的完整。

③市场不确定性风险

网站的目标对象是学生，目标市场是由学生这一特殊群体组成的，因此市场的不确定性表现在有淡，旺季之分。淡季主要在寒暑假时期；旺季主要在学生开学在校时期。因此对于这个，我们需要不同时期有不同的侧重点，以保证网站的正常运营和盈利。

（二）结论与建议

通过调查分析可知校园二手交易市场较大，为校园二手交易网站的经营提供较大的发展空间，为充分发掘大学校园商业机会提供了良好的契机。拟建中的信阳师范学院校园二手交易网应运而生，将紧紧围绕网上校园二手交易市场这个核心功能，兼备为在校大学生提供贴合实际，紧扣需求的各种网上服务；网站将紧紧笼络住在校大学生这个特殊的群体，汇聚人气，形成规模效应，充分利用其中的商机能量，实现网站的经济价值和社会价值。

经过我们的分析论证认为，信阳师范学院校园二手交易网将会面临较好的发展前景。其运营模式符合互联网经济规律和发展趋势。虽然面临一定的风险，但是风险可以规避。网站建设运营后将会带来可观的经济收入。以后可以吸收风险投资为网站的长足发展注入活力，并且可以在立足信阳师范学院的基础上不断扩大规模，逐步发展成信阳市，乃至全省全国知名的二手交易平台。

总之，校园二手交易网站是信息社会的新兴产物，具有很大的商业潜力及发展空间，经反复论证，具有较强的投资价值和可行性。