

# 浅谈共享经济时代下二手书市场发展前景

刘燕,熊乐均,李思成,罗杰<sup>通讯作者</sup>  
(湖南应用技术学院 经济管理学院,湖南 常德 415000)

**摘要:**随着教育的不断深化与发展,全国范围对于书籍的供给需求愈加强烈;然而大量本可以重复利用的资源被浪费,也是不可忽视的现状。如何在促进教育发展的同时实现资源节约是一个迫切需要解决的问题,循环利用书籍无疑是一项重要举措,由此,二手书市场具有较广阔的市场前景。本文将通过对二手书市场进行分析,对二手书市场以及共享书籍市场进行探讨,为书籍市场的发展提供一定的借鉴意义。

**关键词:**二手书市场;共享经济时代

**【DOI】**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.30.147

## 1 绪论

据调查显示,世界森林面积正以每年约1700万公顷的速度消失,一天约为4.7公顷,以每个公顷生长1000棵树计算,每天被砍树数量为4700颗,每年约为1715500颗数被砍。长成一棵树却至少需要十年,但砍伐一棵树却可能只需要几分钟,这样庞大的数据不得不说细思极恐。而二手书市场的发展壮大,将既能促进教育的发展、知识的传播,同时又能够对破坏环境的情况进行缓解。

二手书的存在不仅仅在于节约资源,对于消费者而言也是一次经济实惠型商品交易,遵从共享互惠的原则,二手书市场一直把持着优惠力度,而对于消费者而言在减少成本的基础上实现商品交易是一种理想状态。因此实现书籍共享以及回收利用是一个必然的发展趋势。

## 2 二手书市场现状

随着科技的发展、时代的进步,人们的消费观念也随之发生变化,进而推进了企业商业模式的改进,二手市场随之发展壮大,并且有望爆发出巨大的市场潜力。与此同时,互联网时代的到来,越来越多的交易被搬到互联网上,二手书也不例外。我国的线上交易金额、二手书交易金额一直处于高速增长轨道。但是,任何事物的发展都不会是一帆风顺的,各二手书市场在经营发展过程中,也渐渐凸显出了下列问题:

### 2.1 市场基础不完善

基于传统模式的二手书市场,受到地域、宣传推广方式的限制,并不为广大用户所知晓,由此,我们发现目前二手书市场所面对的用户群体并不广泛,市场基础也不牢固。导致很大一部分用户群体并没有真正地接触到二手书市场,对二手书缺乏正确的认识;二手交易市场的宣传力度不够,虽然各高校都存在二手书交易行为,但因缺少系统的管理以及资源的恰当整合,始终没有形成规模效应。多数人对二手书交易平台的认识还停留在只知其名,不知其由,也没有深入了解的欲望,所以导致二手书市场发展受到一定的限制,市场基础还有待完善。

### 2.2 同行竞争对手威胁

在日常中,存在线下的跳蚤市场、校园内的二手交易平台、一些线上二手交易平台以及目前逐渐出现的一些专门用于二手书买卖的小程序是我们发展二手书市场、建立共享书屋不可忽视的强劲竞争对手;另外用户还可以自己将二手图书发布到线上,拥有讨价还价的能力等等,具有多种选择。纵观全局,感觉整个二手书交易市场看起来竞争非常激烈,但经过深入研究我们将会发现,这个看起来无比热闹的市场,缺少一个完整的

管理运营体系。所以年轻企业新进入一个市场一定要做好招架强有力竞争对手的准备,同时也要尽量搭建一个完整的运营管理体系,这样才能在竞争中拥有自己的优势,才能拥有核心竞争力。

### 2.3 书本版本参差不齐

由于各高校的教学重点以及方向存在差异,所以所选用的书籍版本将会存在一定的区别,这对于二手书籍的回收重复利用将会造成一定的困难。通过对毕业季书籍去向的调查了解我们发现,毕业时,书籍的去向一般是扔垃圾桶、论斤卖给回收废品的人,带回家留作纪念,还有极少数一部分人会通过“小刚收书”“骑马收书”“菜鸟收书”“收书蛙”等微信小程序进行回收,点击卖书,扫描自己书籍的二维码,就会出现该书籍是否回收以及预估回收价格等相关信息,把自己需要回收的书籍全部扫描登记以后,需要提交平台审核,在书籍版本比较旧的情况下,平台将会驳回卖书申请,也就是说,这一批书平台不接受,用户无法卖出。但其实作为教材类书籍来说,由于编写需要更为严谨,时间将会较长,所以版本不能及时跟上时代变化是常见的现象,而教材类书籍又是二手书的一个重要来源。再者,目前已有的收书小程序回收的书籍非常的局限,仅限于大学教辅。首先,大学本来就是一个多样化学习的阶段,教辅种类自然多种多样,但是回收的版本又非常有限;其次,我们的高中、初中、小学等的教辅,目前并未有较为合适的处理方式,绝大部分教辅用完之后都是放在角落里蒙灰,然而这原本都是可以得到重复利用的资源。所以,二手书籍得不到充分回收利用的形势依然严峻。

### 2.4 销售期的阶段局限性

在相比于传统的书籍销售方面,共享书屋以及二手书交易市场能有效改善书籍堆积、浪费现象,弃之可惜,留之无用的困扰。特别是处于毕业季的学生,存在许多因为“书太多,书太重,书没用”而造成书籍浪费的现象,许多还可以利用甚至于崭新的书籍就因为带不走而在垃圾桶或者回收站长眠,然而这些资源对于还在就读的学生而言却还能发挥出极大的利用价值,买新书价格贵且没有可以帮助理解的笔记,这就使得对于二手书的需求随之增加,由此在各高校搭建二手书市场平台就具有充分可行性。但看到充分可行性的同时,我们不能忽略这其中暴露的问题:二手书的交易呈现随着季节的变化出现大幅波动的情况,在开学季、毕业季这样的节点将会达到业务的高峰期,或者说在各类证书报名的时间段也会是一个业务的次高峰,而在其他的时间段,除部分有着长期阅读习惯、阅读范围广的人,大

部分的时间都将处于销售的淡季。这将直接导致业务数据的波动起伏大,收入不均,从而导致经营方面存在难度。

### 2.5 二手书的供货渠道不稳定

从当前二手书市场的整体发展来看,由于二手书市场的管理机制并不完善,所以二手书市场的发展态势一直不稳定,在这其中二手书市场的供货渠道不稳定是最直接且最严重的方面。这将直接导致众多书籍得不到利用,最终被卖到废品回收站甚至是直接被扔进垃圾桶。而没有一个完整便捷的回收渠道,二手书籍的拥有者贩卖二手书籍的欲望也会降低,从而导致二手书籍得不到稳定的供应;另外,二手书籍供应量的减少,那么图书的使用者找不到所需书籍的可能性将会增大,长此以往将会流失大量用户。

## 3 发展策略

### 3.1 突破传统,发展新兴模式

任何行业如果不突破传统,加以创新,积极开发新兴市场以及模式,无论是进入一个市场还是谋求更加长远、顺利的发展,都无从谈起。目前的二手书平台常见的运营模式有售卖、捐赠等,但却没有完整的专门针对二手书市场的管理、运营体系。随着在共享经济模式的兴起,二手书行业也有突破的可能,进行书籍的租赁共享借出,现阶段闲置的书能够最大限度的发挥出书籍所具有的价值,采用租赁与借用的方式实现书籍的周转流通,可从中收取一定的借用租金,租借的形式只让图书的使用权随着用户的变化发生转移,而所有权始终没有改变,租赁模式不失为一大进步。同时二手书在线上作为一个平台,可以联系多方用户这一特点,打造一个用户“房间”,实现书籍资源更好的周转流通,发挥出其更大的价值,而不是放在书架上蒙灰,这不光有利于营造良好的读书氛围,实现具有相同爱好的用户聚集,给用户提供更个性化的空间,更有利于结合实现线上公益链,实现高校教材循环利用,改善农村教育图书资源,助力共同发展、乡村振兴的目标。

### 3.2 规范企业运行体制

建立完善健全的管理运行体系,实现整合营销。搜集行业信息,寻找合作伙伴,进行线上线下的合作融资,发展时期与其他企业、平台的合作必不可少,想办法促进合作,达成双赢,深入走进消费者内心促进消费者相互交流,利用观察法收集信息,进行届时市场数据分析获取信息,同时开展各种有关图书活动,提倡共享扩大宣传力度,创造更大的影响力。扩大企业规模,整合资源,发展其他产业链,进行重新定位,着眼目标长远利益发展,进行市场细分,制定市场营销组合战略,提高企业的竞争能力。为顾客提供更为便利的消费方式,建立更为完善的运营管理系统,为二手书市场专业化平台制定更为精准的定位,创造更为有利的发展环境和发展机会。

### 3.3 校内设点与线上销售相结合,版本匹配度高

对于书籍回收程度低,版本差异大,共享书屋通过线下设点与线上销售相结合的方式将会大大增加教辅的匹配度,同时线上也会进行相关信息的发布,身处本校同样可以购买非本校通用版本的书籍,这就对考研以及专升本等的学子大有帮助。同时共享书屋拥有着借书、卖书、买书等多方面的功能组合,书籍的搜集范围也会广很多,无论是教材、教辅、考证书籍还是小说、文学作品等课外书籍,回收更多种类、更多版本的书籍来满足广大用户群体的多种需求是我们的追求,另外,其实保存较好的二手书籍上或多或少的存在一些笔记,而这在一定程度上可以帮助使用者理解图书内容,达到一个事半功倍的效果。

### 3.4 加强文化渲染,让二手书思想深入人心

二手图书的受众大多是对新鲜事物的接受能力较强的群体,利用借势营销理念,选择有效的节假日进行宣传推广,争取消费者关注点,让用户改变对传统二手书市场的看法,再逐步将二手书共享平台的优势渗透,同时将价格与特色作为明显显示,着重凸显消费点。同时注重与顾客的沟通交流,充分了解及时需求,简化互动程序,实行差异化战略,将本企业二手书质量与服务区别于其他二手书平台,积极推行区域品牌建设,设计专属形象设计,从而建立顾客认识与依赖,降低价格变化敏感度,建立牢固的顾客信赖进而加快扩建门店规模。同时企业目标要跟当今热议的“环境保护”相结合。

### 3.5 搭建完善的供货渠道

在二手书市场的管理机制建设中,将供货渠道的管理作为重点完善对象之一,从源头对这一方面引起重视,从客户的角度出发,本着为客户提供更加便利与全面的服务的原则,搭建一个完整便捷的回收渠道,从回收购买做到全程便捷服务,从而留住用户并发展成长期用户。一个稳定的供货渠道不光有助于为平台留住那些想要出售书籍的用户,也会提升购买书籍用户的使用体验感,所以能给平台的长期发展带来较大的好处。

## 4 结束语

二手书籍共享市场的发展具有强有力的可行性,其发展亦是大势所趋。同时面对竞争压力,必须要以新技术开发、新模式推广等为推进力,积累足够的经营资源。企业需注重创新,建立独特的品牌竞争优势,创造新的企业价值链,为顾客带来新的消费体验,结合企业现有市场组合发展新的存书业务等模式。搭建一个新的平台,为消费者以及二手书籍的提供者更为便利、贴心的服务,提升用户的体验感,形成新的盈利模式,后期做好市场渗透,增加平台服务功能,注重市场开发,观念渗透。相信二手书市场的发展,能为广大热爱学习与阅读的人民群众提供一种新的方式,为国家建设资源节约型、环境友好型社会提供助力,为实现可持续发展贡献新的力量。

### 参考文献

- [1]陈倩,张捷.校园二手平台开发与市场分析[J].中国商论,2021.
- [2]金方智,梁敏,刘唐.高校二手图书市场现状分析[J].经济研究导刊,2021.
- [3]白锰琦,杨建平,王强,亢靖怡,王靖雯.浅析二手图书在当今大学里的营销策略[J].万方数据,2018.

通讯作者:罗杰(1985,7-),男,湖南新化人,汉,讲师,硕士研究生,研究方向:跨境电商与农产品电商。