

校易换

校园闲置交换小程序

用户调研文档

面向大学生校园闲置流转场景的需求洞察与产品机会分析

文档定位

本文档用于产品实习作品集展示，围绕“毕业生出闲置”和“低年级学生收闲置”两类核心用户，梳理校园二手交易高频痛点、用户需求、使用场景与产品机会点，为校易换一期功能设计提供依据。

版本：V1.0 适用端：微信小程序 输出：作品集 / PRD 前置调研

0. 文档概览

项目名称	校易换 校园学生闲置物品交换小程序
产品定位	面向同校大学生的闲置物品交换、低价转让与免费赠送平台，强调同校认证、就近面交、低沟通成本和毕业季快速流转。
调研目标	识别校园二手交易中的核心阻碍，明确一期 MVP 的用户价值、优先级功能和差异化方向。
核心用户	毕业生 / 高年级学生：集中处理闲置；低年级学生 / 新生：低成本获取校园物品。
调研结论一句话	校园闲置交易的关键矛盾不是“有没有二手平台”，而是同校信任、信息效率、低价值物品流转和交易安全缺少统一解决方案。

1. 调研背景与目标

大学校园内存在大量低频、低价、强场景化的闲置物品，例如教材资料、宿舍收纳、小家电、台灯、衣架、运动用品等。这类物品在通用二手平台上曝光效率低、议价成本高，放到微信群又容易被刷屏淹没。尤其在毕业季和开学季，闲置供需集中爆发，但校园内缺少一个可信、可筛选、可沟通、可闭环的流转工具。

- 明确两类核心用户的真实动机：毕业生为什么要快速处理闲置，低年级学生为什么愿意收二手。
- 拆解校园二手交易高频痛点：信任、安全、沟通、同校匹配、低价值物品难卖出。
- 将用户痛点转化为一期产品功能：同校认证、闲置广场、发布闲置、私信沟通、消息列表、我的发布、空状态引导。
- 为后续 PRD、原型图和作品集页面提供用户研究依据。

2. 调研方法与样本设计

说明

本报告按产品实习作品集标准整理，内容基于校园场景观察、目标用户行为假设、二手平台体验拆解与访谈提纲沉淀。若用于正式项目上线，可在此基础上补充实际访谈录音、问卷样本量和数据统计。

调研方式	执行对象	重点关注问题	产出
半结构化访谈	毕业生 / 高年级学生	闲置来源、处理方式、卖不出去的原因、愿意接受的交易方式	用户画像、痛点词汇、毕业季场景
半结构化访谈	低年级学生 / 新生	愿意买什么二手、担心什么、如何判断可信、偏好的面交方式	需求分层、信任机制、收闲置场景
竞品体验走查	闲鱼、校内二手群、校园二手小程序	发布效率、搜索效率、沟通链路、身份可信度、空状态体验	竞品短板与差异化机会
场景观察	宿舍区、毕业季跳蚤市场、校园群消息	信息如何传播、哪些物品高频出现、用户如何线下交接	典型使用场景、流程设计依据

3. 精准用户画像

3.1 用户画像 A：毕业生 / 高年级学生 - 出闲置方

维度	内容
基本特征	大四毕业生、研究生毕业生、即将搬离宿舍的学生；时间紧，需要在离校前集中处理物品。
典型物品	教材资料、考研/四六级资料、台灯、收纳盒、小风扇、电饭煲、衣架、置物架、路由器、运动用品。
核心动机	减少搬运行李；避免可用物品被浪费；能低价卖出最好，卖不出去也希望送给真正需要的同学。
行为习惯	优先发朋友圈、宿舍群、学院群或闲鱼；对于低价物品不愿花太多时间沟通和议价。
主要顾虑	消息被群聊刷掉；陌生人沟通麻烦；校外买家不方便面交；低价值物品在闲鱼上需求弱。
理想体验	快速发布、同校学生可见、能约宿舍楼下自提、支持打包出或免费送、交易完成后可下架。

3.2 用户画像 B：低年级学生 / 新生 - 收闲置方

维度	内容
基本特征	大一新生、低年级学生、预算有限的学生；开学和换宿舍时有较多刚需。
典型需求	低价获取宿舍用品、教材资料、小家电、数码配件、运动用品；希望同校面交、当天拿到。

维度	内容
核心动机	降低生活成本；避免购买全新低频物品；希望找到适配本校课程、宿舍环境的物品。
行为习惯	会在闲鱼搜索，也会看表白墙、校内群、朋友圈；更偏好“离得近、能面交、看得到实物”的交易。
主要顾虑	担心物品与描述不符；担心卖家身份不可信；不想跑太远；群聊信息杂乱，不知道东西是否还在。
理想体验	按学校筛选、按分类找物品、看到发布者认证、直接私信、约定安全面交地点。

4. 校园二手交易高频痛点

痛点类型	真实校园场景	问题原因	对用户的影响
安全与信任	学生在闲鱼遇到校外买家或陌生账号，不确定对方身份；面交地点和时间需要反复确认。	通用平台身份来源复杂，缺少同校认证和校园场景限制。	降低交易意愿，尤其是女生、低年级学生和夜间面交场景更谨慎。
沟通麻烦	一个台灯、收纳盒等低价物品需要反复回复“还在吗”“能便宜吗”“在哪取”。	低价值物品交易收益低，但沟通成本并不低。	出闲置方容易放弃处理，宁愿扔掉或堆在宿舍。
找不到同校物品	学生想买教材、宿舍小家电，闲鱼搜索结果多为外地卖家，邮寄慢且不确定。	通用二手平台按商品维度分发，缺少本校过滤和校园位置标签。	收闲置方无法快速找到同校可自提物品。
信息杂乱	校内二手微信群每天混杂拼车、兼职、广告和闲置消息，想找物品只能往上翻聊天记录。	群聊不是结构化交易工具，缺少分类、搜索、上下架和状态管理。	供需双方都低效，热门消息快速被刷掉。
低需求物品难卖	旧教材、衣架、置物架、收纳盒等物品价值不高，在闲鱼上浏览量低、议价多。	跨区域用户对低价低频物品需求弱，邮费可能超过物品价值。	大量可用物品无法流转，毕业季浪费明显。
交易状态不透明	商品已经送出或卖出，但群聊里仍有人私信；发布者忘记更新。	缺少发布管理和完成状态，用户无法判断物品是否可交易。	造成无效沟通，降低平台使用体验。

5. 用户需求分层

需求层级	出闲置方需求	收闲置方需求	产品响应方式
核心需求	快速发布、快速处理、少沟通、低风险面交。	快速找到同校物品、价格低、可当面看货。	同校认证、首页闲置广场、分类浏览、私信沟通、面交/自提。
安全需求	希望只面向同校学生，避免校外陌生人打扰。	确认对方是本校学生，降低交易风险。	院校认证、学生证/学号/邮箱认证、认证标签。

需求层级	出闲置方需求	收闲置方需求	产品响应方式
效率需求	不想为低价物品反复沟通，最好能一键发布和快速下架。	希望看到物品是否还在、地点是否方便。	发布必填校验、商品状态、我的发布、快捷私信。
场景需求	毕业季希望打包出、免费送、自提优先。	开学季希望找宿舍用品、教材资料、小家电。	毕业季专区、分类标签、位置标签。
潜在需求	希望系统帮忙提升曝光，减少闲置浪费。	希望收藏或订阅想要的物品。	后续可迭代愿望清单、匹配提醒、信用评价。

6. 典型使用场景

场景	用户目标	关键行为	产品机会点
毕业季快速出清	毕业生在离校前处理宿舍物品，减少搬运行李。	拍照发布、设置低价/免费、自提地点、私信沟通、完成下架。	毕业季专区、打包出标签、发布成功引导、我的发布状态管理。
开学季低价收闲置	新生/低年级学生低成本购置宿舍用品。	首页搜索、分类浏览、查看详情、私信、约宿舍楼下自提。	同校筛选、分类入口、详情页认证标签、面交地点提示。
低价值物品赠送	物品不值得卖，但扔掉可惜。	选择免费赠送、发布到闲置广场、同校学生领取。	免费赠送处理方式、空状态引导、领取沟通。
课程资料流转	同专业/同课程资料在校内循环利用。	搜索课程/资料关键词、查看新旧程度、联系发布者。	教材资料分类、院校/校区标签、搜索与筛选。
安全面交	双方希望在熟悉地点完成交接。	私信确认地点和时间，在宿舍楼下、图书馆、食堂门口面交。	校园常用地点推荐、聊天快捷语、交易完成确认。

7. 用户洞察总结

洞察 1：校园闲置的核心壁垒是“同校信任”，不是单纯的二手交易功能。

通用二手平台已经能完成买卖，但校园用户更关注对方是否为同校学生、是否方便面交、是否可以快速自提。因此校易换需要将“校园认证”作为基础能力，而不是附加功能。

洞察 2：低价值物品的流转逻辑更接近“互助”，不完全是交易。

台灯、衣架、收纳盒、旧教材等物品单价低，用户不愿为其承担复杂沟通和邮寄成本。平台应支持低价转让、免费赠送、自提/配送并存，降低用户心理负担。

洞察 3：毕业季是最高频、最集中的供给场景。

毕业季存在大量可用物品短时间集中释放，用户时间紧、处理意愿强，是校易换冷启动和活动运营的核心场景。

洞察 4：信息结构化比聊天群更重要。

微信群虽然有流量，但信息不可检索、不可分类、不可管理。校易换的价值在于把“群聊消息”变成可浏览、可筛选、可私信、可下架的结构化商品信息。

8. 从调研到功能设计的转化

用户痛点 / 洞察	对应功能设计	一期优先级	价值说明
校外人员混杂，信任不足	同校实名认证、认证标签	P0	建立平台安全边界，提升用户发布和私信意愿。
群聊信息杂乱，找物品困难	首页闲置广场、分类浏览、搜索入口	P0	将非结构化消息转为可筛选商品信息。
低价值物品沟通成本高	发布必填校验、快捷私信、商品状态管理	P0	减少无效沟通，提高流转效率。
毕业季闲置集中爆发	毕业季专区、免费/打包/自提标签	P1	抓住高峰场景，提升冷启动效率。
用户不知道商品是否还在	我的发布、展示中/沟通中/已完成/已下架状态	P0	减少重复询问，提升交易透明度。
新用户没有发布或消息时不知下一步	空页面引导：去发布一个/去首页逛逛	P1	降低首次使用流失，增强路径引导。

校易换校园闲置小程序用户调研文档 | Page 6

用户痛点 / 洞察	对应功能设计	一期优先级	价值说明
页面加载失败影响使用	网络异常兜底与重试按钮	P0	保证核心流程可恢复，符合基础产品体验规范。

9. 一期产品范围建议

- P0：手机号登录、同校实名认证、首页闲置广场、商品详情、发布闲置、私信聊天、消息列表、我的发布。
- P0：发布校验，包括未上传图片、未填写描述时提交按钮不可点击，并提示补充信息。
- P0：基础异常处理，包括登录错误、认证驳回、网络异常重试。
- P1：毕业季专区、空页面引导、发布成功页、商品状态管理。
- P2：愿望清单、智能匹配提醒、信用评价、校园常用面交点推荐。

10. 调研结论

校易换的一期产品机会并不在于重新做一个“校园版闲鱼”，而是聚焦大学校园内低价值、高场景、强信任需求的闲置流转问题。毕业生需要在离校前低成本处理大量宿舍物品，低年级学生需要以更低价格获取同校可自提物品。现有闲鱼、微信群和零散小程序均未同时解决同校认证、信息结构化、低沟通成本和交易安全四个问题。

因此，校易换应以“同校认证 + 闲置广场 + 发布闲置 + 私信沟通 + 我的发布管理”为一期核心闭环，优先保障用户能够安全、快速、低成本地完成一次闲置发布和一次同校沟通。在此基础上，再逐步扩展毕业季专区、愿望匹配、信用评价等增强功能。

作品集表达建议

在个人作品集中，可以将本调研文档放在 PRD 之前，作为“为什么做这个产品”的依据。重点展示两类用户画像、痛点表、需求分层表和功能转化表，让面试官看到你具备从用户问题到产品方案的完整推导能力。

附录：用户访谈提纲

访谈对象	关键问题
毕业生 / 出闲置方	你最近一次处理闲置是什么时候？用了什么渠道？哪些物品最难处理？为什么不愿意继续挂在闲鱼？是否愿意免费送给同校同学？你最担心交易中的什么问题？
低年级学生 / 收闲置方	你是否买过校园二手物品？在哪里买？最想买哪些品类？你如何判断卖家可信？你能接受自提吗？你遇到过信息不真实或沟通失败吗？
共同问题	如果有一个只面向同校学生的小程序，你最希望它解决什么问题？哪些功能会让你愿意使用？哪些情况会让你放弃交易？