

2022年中国二手奢侈品市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国二手奢侈品市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/536179536179.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

二手奢侈品广义定义为通过一个购买行为后再次购买或者转让的奢侈品。二手物品又根据不同的细分标准被分成了Vintage、中古、古董等，其中“中古”起源于日本，就是二手的意思，在日本一般是指奢侈品级别的物品。二手奢侈品也代表古着商品，新旧是衡量产品级别的标准之一。

二手奢侈品新旧评级标准

新旧评级

标准

全新

商品无任何使用过痕迹

9.9新

几乎无任何使用痕迹，品相佳

9.5新

少量使用痕迹，有轻微使用、氧化迹象

9.0新

局部有少数划痕且有自然使用痕迹

8.0新

有明显的使用痕迹，品相普通 数据来源：公开资料整理

按产品品类不同划分，二手奢侈品可分为箱包皮具、服饰鞋帽、高级腕表和珠宝配饰四类，箱包皮具是消费者首选。 二手奢侈品分类

主要品牌

类别

形式

占比

HERMES 爱马仕

箱包

皮具

包袋、腰带、皮具等

60.25%

GUCCI 古驰

CHANEL 香奈儿

LOUIS VUITTON 路易威登

服饰

鞋帽

服装、鞋履、帽子等

22.1%

PARDA 普拉达

FENDI 芬迪

BURBERRY 巴宝莉

高级

腕表

包括腕表、石英表、机械表等

9.1%

DIOR 迪奥

ROLEX 劳力士

BVLGARI 宝格丽

珠宝

配饰

珠宝首饰、眼镜、围巾等

8.6%

CELINE 思琳 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国二手奢侈品行业市场规模为117亿元，较上年同比增长37.6%；2020年，我国二手奢侈品行业市场规模为173亿元，较上年同比增长47.9%。

2016-2020年我国二手奢侈品行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）二手奢侈品市场存量：全球范围来看，我国购买奢侈品的消费者数量位居第一。根据数据显示，我国奢侈品消费规模由2018年的769.9亿欧元上升至2020年的913.5亿欧元。随着我国经济的发展和人均收入的提高，预计未来我国奢侈品消费将持续增长，2025年将达到1247亿欧元。由于一手奢侈品消费的持续爆增长，加上奢侈品本身具有保值属性，未来5年内我国市场上会有更多的闲置奢侈品。

2018-2025年我国奢侈品消费规模及预测 数据来源：公开资料整理

（2）二手奢侈品平台对高端和中端产品提供差异化服务：二手奢侈品市场交易的透明化将促进行业内商家定位更加细分，平台对高端和中端产品提供差异化服务。如2019年红布林Plum实施战略升级，重新定位为“一个超时髦的正品高端闲置交易平台”，重点增加奢侈品品牌占比，降低轻奢、设计师品牌数量。

二手奢侈品高端市场与中端市场比较

类别

品类/品牌特征

客户群体

商业模式

代表平台及策略

高端市场

产品成色新；款式新颖；一线品牌

具有经济实力；中古爱好者；限量款收藏者；高客单价（>3,000元）；小众群体

C2B2C模式（高效供应链；高信任机制；交易把控度高）

红布林（增加高端品牌数量；降低轻奢品牌比例；与优质供应商合作；提供增值服务）

中端市场

产品成色旧；常规款式；大众品牌

追求高性价比；低客单价（<3,000元）；大众群体

B2C/C2C模式（平台低参与度；第三方角色；交易把控度低）

ThredUp（专注平价商品转售；增加货品SKU；低价格竞争策略）

数据来源：公开资料整理

（3）二手奢侈品平台社交属性和内容属性：与普通二手平台相比，二手奢侈品平台的社交属性和内容属性凸显，未来平台的属性仍将不断升级以适应消费者的需求。

二手奢侈品平台与其他二手平台比较

类别

普通二手平台

二手奢侈品平台

社交属性

交易属性主导，缺乏社交属性（买卖双方交易关系显著；二手市场买卖交易平台；用户粘性低；商品置换或买卖）

附加社交属性（交易平台的同时也是二手奢侈品爱好者的社交圈；用户互动性高，粘性高）

内容属性

商品信息内容主导（二手商品基本信息；商品发布上架；商品引流）

先内容后商品（以宣传内容的方式挖掘消费者需求；内容输出变现商品和流量）

数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

（1）二手奢侈品流转率低：二手奢侈品具有非标性。由于二手奢侈品现在仍然处于非标环

境，因此标准定价成为可交易化商品是造成流通性低的原因。对比其他发达国家，我国二手奢侈品的流转率最低。

不同国家二手奢侈品流转率对比 数据来源：公开资料整理

我国二手奢侈品行业还处于初步发展阶段，其消费理念和行为尚未普遍，发展模式不完善是主要的不足。

2019年美国、日本、中国二手奢侈品行业发展情况对比

国家

奢侈品消费占比

二手奢侈品占奢侈品消费比例

二手奢侈品市场存量

美国

22%

31%

1980亿美元

日本

10%

28%

2000亿日元

中国

35%

5%

40,000亿元 数据来源：公开资料整理

(2) 缺乏统一市场标准：由于二手奢侈品产品流通交易次数多且货源渠道来源不明造成市场真假产品混乱，加之本土二手奢侈品平台自建鉴定团队，平台之间鉴定标准未达成共识，导致假货纠纷较多。

(3) 价格虚高：二手奢侈品平台自主定价权高，通过抬高市场参考价和市场建议价的行为提升产品售价，同时平台估价细则无明确标准及公开信息，导致平台虚标价格现象严重，出现价格高于官网正品现象。

(4) 抽取费用不合理：平台主要盈利来源按售出产品收取一定比例服务费，对设置抽成比例具有绝对的话语权，导致高额佣金、手续费、鉴定费、养护费等收费乱象严重。

三、 机遇分析

(1) 政策支持：国务院、财政部、国家发改委纷纷出台促进奢侈品消费回流和循环经济发展的政策，发展循环经济和再利用资源是重点。

如2017年7月，国家发展和改革委员会在《关于促进分享经济发展的指导性意见》中提出大力发展分享经济，有利于提高资源利用效率和经济发展质量，对于推进供给侧结构性改革，深入实施创新驱动发展战略，促进分享经济更好更快发展，充分发挥分享经济在经济社会发展中的主力军作用。《关于促进分享经济发展的指导性意见》鼓励分享经济，促进我国闲置资源再利用，促进二手物品在市场上流通交易。

2020年6月，财政部、海关总署、税务总局在《关于海南离岛旅客免税购物政策的公告》中提出对乘飞机、火车、轮船离岛（不包括离境）旅客实行限值、限量、限品种免进口税购物，在实施离岛免税政策的免税商店内或经批准的网上销售窗口付款，在机场、火车站、港口码头指定区域提货离岛的税收优惠政策。《关于海南离岛旅客免税购物政策的公告》实施的免税政策拉动我国境内奢侈品消费，进一步为我国二手奢侈品行业发展提供广阔的市场存量。

我国二手奢侈品行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

意义

2020.06

《关于海南离岛旅客免税购物政策的公告》

财政部、海关总署、税务总局

对乘飞机、火车、轮船离岛（不包括离境）旅客实行限值、限量、限品种免进口税购物，在实施离岛免税政策的免税商店内或经批准的网上销售窗口付款，在机场、火车站、港口码头指定区域提货离岛的税收优惠政策。

实施免税政策拉动中国境内奢侈品消费，进一步为中国二手奢侈品行业发展提供广阔的市场存量

2017.07

《关于促进分享经济发展的指导性意见》

国家发展和改革委员会

大力发展分享经济，有利于提高资源利用效率和经济发展质量，对于推进供给侧结构性改革，深入实施创新驱动发展战略，促进分享经济更好更快发展，充分发挥分享经济在经济社会

发展中的主力军作用。

鼓励分享经济，促进中国闲置资源再利用，促进二手物品在市场上流通交易

2017.04

《循环发展引领行动》

国家发展和改革委员会

贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，推动发展方式转变，提升发展的质量和效益，引领形成绿色生产方式和生活方式，促进经济绿色转型。

循环经济的发展促进中国二手市场发展，为二手奢侈品交易市场带来利好因素

2016.01

《2016年关税调整方案》

财政部

适度扩大消费品降税范围，以暂定税率方式降低进口关税税率相对较高、进口需求弹性较大的箱包、服装、围巾、毯子、真空保温杯、太阳镜等商品的进口关税

进口消费品的减税政策将进一步促进中国高端消费品市场增长，为二手奢侈品行业提供充足的货源基础

2015.01

《再生资源回收体系建设中长期规划(2015-2020年)》

商务部、发展改革委、国土资源部、住房城乡建设部和供销合作总社

国家“十二五”规划纲要明确提出要“完善再生资源回收体系，推进资源再生利用产业化”，把“再生资源回收体系示范”作为七项重点工程之一，首次将回收工作列入国民经济发展规划

重视再生资源的回收利用，促进二手奢侈品行业回收环节标准化和体系化

数据来源：公开资料整理

(2) 下沉市场可发展空间为二手奢侈品行业发展带来新动力：二手奢侈品具有高性价比和交易行为方便的优势。与奢侈品的价格相比较而言，二手奢侈品的性价比更高，且二手电商平台让交易行为和流程更简单，因此二手奢侈品具备进军下沉市场的优势。根据数据显示，2019年，我国奢侈品一二线城市消费者占比为56%，三四线城市消费者占比为44%。2019年我国奢侈品不同城市级别消费者占比情况 数据来源：公开资料整理

(3) 直播带动二手奢侈品行业发展：直播形式的本质是互动的社群，需要建立在主播与粉丝之间的信任和情感基础之上。二手奢侈品作为客单价较高的商品，私域流量和信任感是该品类直播能否取得销量的关键。随着直播电商的兴起，化妆品、零食等日常消费品在直播间的销售模式已经成熟，电商直播进入二手奢侈品领域后，已经有淘宝、抖音、小红书达人及交易平台通过直播取得不错的销量成绩。

(4) 区块链技术的应用为二手奢侈品提供保障：区块链技术具有“不可篡改”的特点，有利于解决二手奢侈品行业的假货问题。消费者不仅能够获得精准的定位数据，与其相关的一切原本信息都将被记录在数据库中，产品未来每次产生的交易都会被记录，最终通过数字信息传递给买家。区块链技术简化过往鉴定师繁琐的鉴定流程，建立二手奢侈品数据信息及鉴定信息数据库，目前能够达到96%的准确率。

四、威胁分析

(1) 竞争威胁：我国二手奢侈品行业竞争格局分为三大梯队，海外电商平台，中国电商平台和传统门店。由于我国二手奢侈品市场处于起步阶段，形成规模化和标准化的企业少，行业内竞争者众多且分散，与海外电商平台相比，我国电商平台和传统门店竞争力较弱。

我国二手奢侈品平台竞争格局分析 数据来源：公开资料整理

(2) 法律纠纷威胁：一方面，二手奢侈品宣传产品时出现涉及奢侈品品牌信息，多见商标侵权，虚假广告等事件；另一方面，二手奢侈品因其真假性和成色难界定易与消费者发生纠纷。

(3) 对供应链要求高威胁：二手奢侈品平台对货源把控自主权低、鉴定体系缺、售前售后服务不完善。造成此种现状的主要原因在于二手奢侈品平台较难管理分散的上游C端卖家和B端货源公司；对产品品控的鉴定缺乏专业的人士和设备；部分平台不提供产品售出后的退换货及质量问题。

威胁我国二手奢侈品行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理 (WWTQ)

观研报告网发布的《2022年中国二手奢侈品市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。（YYJ）

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国二手奢侈品行业发展概述

第一节 二手奢侈品行业发展情况概述

一、二手奢侈品行业相关定义

二、二手奢侈品特点分析

三、二手奢侈品行业基本情况介绍

四、二手奢侈品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、二手奢侈品行业需求主体分析

第二节 中国二手奢侈品行业生命周期分析

一、二手奢侈品行业生命周期理论概述

二、二手奢侈品行业所属的生命周期分析

第三节 二手奢侈品行业经济指标分析

一、二手奢侈品行业的赢利性分析

二、二手奢侈品行业的经济周期分析

三、二手奢侈品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球二手奢侈品行业市场发展现状分析

第一节 全球二手奢侈品行业发展历程回顾

第二节 全球二手奢侈品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲二手奢侈品行业地区市场分析

一、亚洲二手奢侈品行业市场现状分析

二、亚洲二手奢侈品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲二手奢侈品行业市场前景分析

第四节北美二手奢侈品行业地区市场分析

- 一、北美二手奢侈品行业市场现状分析
- 二、北美二手奢侈品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美二手奢侈品行业市场前景分析

第五节欧洲二手奢侈品行业地区市场分析

- 一、欧洲二手奢侈品行业市场现状分析
- 二、欧洲二手奢侈品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲二手奢侈品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界二手奢侈品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球二手奢侈品行业市场规模预测

第三章 中国二手奢侈品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对二手奢侈品行业的影响分析

第三节中国二手奢侈品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对二手奢侈品行业的影响分析

第五节中国二手奢侈品行业产业社会环境分析

第四章 中国二手奢侈品行业运行情况

第一节中国二手奢侈品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国二手奢侈品行业市场规模分析

一、影响中国二手奢侈品行业市场规模的因素

二、中国二手奢侈品行业市场规模

三、中国二手奢侈品行业市场规模解析

第三节中国二手奢侈品行业供应情况分析

一、中国二手奢侈品行业供应规模

二、中国二手奢侈品行业供应特点

第四节中国二手奢侈品行业需求情况分析

一、中国二手奢侈品行业需求规模

二、中国二手奢侈品行业需求特点

第五节中国二手奢侈品行业供需平衡分析

第五章 中国二手奢侈品行业产业链和细分市场分析

第一节中国二手奢侈品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、二手奢侈品行业产业链图解

第二节中国二手奢侈品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对二手奢侈品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对二手奢侈品行业的影响分析

第三节我国二手奢侈品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国二手奢侈品行业市场竞争分析

第一节中国二手奢侈品行业竞争现状分析

一、中国二手奢侈品行业竞争格局分析

二、中国二手奢侈品行业主要品牌分析

第二节中国二手奢侈品行业集中度分析

一、中国二手奢侈品行业市场集中度影响因素分析

二、中国二手奢侈品行业市场集中度分析

第三节中国二手奢侈品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国二手奢侈品行业模型分析

第一节中国二手奢侈品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国二手奢侈品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国二手奢侈品行业SWOT分析结论

第三节中国二手奢侈品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国二手奢侈品行业需求特点与动态分析

第一节中国二手奢侈品行业市场动态情况

第二节中国二手奢侈品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节二手奢侈品行业成本结构分析

第四节二手奢侈品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国二手奢侈品行业价格现状分析

第六节中国二手奢侈品行业平均价格走势预测

一、中国二手奢侈品行业平均价格趋势分析

二、中国二手奢侈品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国二手奢侈品行业所属行业运行数据监测

第一节中国二手奢侈品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国二手奢侈品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国二手奢侈品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国二手奢侈品行业区域市场现状分析

第一节中国二手奢侈品行业区域市场规模分析

一、影响二手奢侈品行业区域市场分布的因素

二、中国二手奢侈品行业区域市场分布

第二节中国华东地区二手奢侈品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 华东地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 华南地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 华东地区二手奢侈品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 华中地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 华中地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 华中地区二手奢侈品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 华南地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 华南地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 华南地区二手奢侈品行业市场规模预测

第五节华北地区二手奢侈品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 华北地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 华北地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 华北地区二手奢侈品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 东北地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 东北地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 东北地区二手奢侈品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 西南地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 西南地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 西南地区二手奢侈品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区二手奢侈品行业市场分析

(1) 西北地区二手奢侈品行业市场规模

(2) 西北地区二手奢侈品行业市场现状

(3) 西北地区二手奢侈品行业市场规模预测

第十一章 二手奢侈品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第六节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- · · · ·

第十二章 2022-2029年中国二手奢侈品行业发展前景分析与预测

第一节 中国二手奢侈品行业未来发展前景分析

- 一、二手奢侈品行业国内投资环境分析
- 二、中国二手奢侈品行业市场机会分析
- 三、中国二手奢侈品行业投资增速预测

第二节 中国二手奢侈品行业未来发展趋势预测

第三节 中国二手奢侈品行业规模发展预测

- 一、中国二手奢侈品行业市场规模预测
- 二、中国二手奢侈品行业市场规模增速预测
- 三、中国二手奢侈品行业产值规模预测
- 四、中国二手奢侈品行业产值增速预测
- 五、中国二手奢侈品行业供需情况预测

第四节 中国二手奢侈品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国二手奢侈品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国二手奢侈品行业进入壁垒分析

- 一、二手奢侈品行业资金壁垒分析
- 二、二手奢侈品行业技术壁垒分析
- 三、二手奢侈品行业人才壁垒分析
- 四、二手奢侈品行业品牌壁垒分析
- 五、二手奢侈品行业其他壁垒分析

第二节 二手奢侈品行业风险分析

- 一、二手奢侈品行业宏观环境风险
- 二、二手奢侈品行业技术风险

三、二手奢侈品行业竞争风险

四、二手奢侈品行业其他风险

第三节中国二手奢侈品行业存在的问题

第四节中国二手奢侈品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国二手奢侈品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国二手奢侈品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国二手奢侈品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 二手奢侈品行业营销策略分析

一、二手奢侈品行业产品策略

二、二手奢侈品行业定价策略

三、二手奢侈品行业渠道策略

四、二手奢侈品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/536179536179.html>