

中国二手奢侈品行业发展深度研究与投资前景分析 报告（2023-2030年）

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《中国二手奢侈品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202310/668800.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

闲着没事儿买个LV包包、劳力士手表，然后再美滋滋地来一杯百加得。

这种看似和普通人关系不大的消费项目，如今也开始变得炙手可热起来。夸克APP数据显示，6月，“二手奢侈品投资”搜索量环比上涨220%，“买手店”搜索量也环比上涨180%，体现出消费者对于二手奢侈品买卖及投资的浓厚兴趣。

何为二手奢侈品？

在这里简单介绍一下，二手奢侈品就是有人把自己不用的或者不喜欢的奢侈品卖给专门收这类商品的店铺，因为它自身还具有一定的价值，所以也能回收一些自己成本的行为。也有人因为喜欢奢侈品，但购买力不够，所以会去一些地方专门淘这类的商品。

一、投资、梦想和环保，三者可兼得

从上面的介绍中可以看到，大多数人选择购买二手奢侈品的一个关键原因是看中了其投资价值，买中古、vintage甚至成为年轻人的新型理财方式。

二手奢侈品的入门门槛较低，不需要太多的专业知识，相较于同品牌的新品来说价格也较为低廉，造成的价格负担和经济压力较小，例如，知名品牌YSL的大号邮差包原价21000元，而在二手奢侈品交易平台的售价仅为7699元。

市场潜力被发掘，带动了上下游的相关平台，红布林、只二、胖虎、妃鱼等专门的二手奢侈品电商平台与线下买手店如雨后春笋般涌现，并持续受到追捧——频频获得投资，嗅觉灵敏的年轻人也从中发觉了获取利润的机会。

每个人面对纷繁复杂的市场，都有自己的选择，调研显示，年轻人购买奢侈品为了理财还是少数，更多的是奢侈品能够满足梦想、满足个人的心理和社交需求。

资料来源：2023普华永道全球消费者洞察、观研天下整理

还有一点极其关键，可持续发展理念也是人们购买二手奢侈品的重要支撑。研究发现，制造一件新的奢侈品，往往会产生大量的碳排放、水污染和资源浪费，而二手奢侈品市场，则通过复用已有的商品，显著减少了这些不利影响。每件奢侈品流转一次，平均可以减碳量约6.6kg，相当于4棵沙棘树一年的减碳量，减少25公里驾驶出行的减排量，以及64个60w的灯泡点亮一天的能源减碳量，这种影响力在逐渐增长的二手奢侈品市场中不可忽视。

资料来源：观研天下整理

尤其是对于作为新一代消费者群体的Z世代而言，他们更加重视资源的有效利用和减少浪费，作为循环经济中重要板块的二手奢侈品正好符合了他们的价值观和愿景。罗德(Ruder Finn)和Consumer Search Group于2023年进行的一项调查显示，在2,000名受访者中，92.0%的中国消费者更倾向购买可持续奢侈品。

资料来源：罗德(Ruder Finn)和Consumer Search Group、观研天下整理

作为最早践行可持续时尚的平台，循环时尚也是妃鱼一直以来的品牌理念。根据《抖音电商二手商品行业趋势碳减排报告》中的数据进行测算，仅2022年，妃鱼平台通过二手交易累计实现减碳约6575吨。

在此背景下，循环经济模式创新也成为其上游奢侈品行业的关注重心。当前主要奢侈品牌已开始通过C2C或B2B2C平台开发二手奢侈品租赁业务和转售细分市场。古驰和开云在2023年2月共同推出了一个循环奢侈品中心，旨在从原材料、设计、生产和物流多方面重新定义价值链，同时创造一种更符合可持续性和循环经济的消费方式。

二、让市场的蛋糕越做越大

那这个市场的蛋糕究竟有多大呢？

根据过去10年中国人在境内外消费的奢侈品中位数5千亿为基准，我国现有奢侈品的存量至少在5万亿元。按照二手折旧系数3-5折计算，我国二手奢侈品市场是数万亿的市场。

尽管当前我国二手奢侈品市场规模仅占整个奢侈品市场规模的5%，但这与欧美发达国家二手奢侈品普遍30%左右的占比依然相去甚远。

对标日本来看，我国的二手奢侈品市场还处于早期阶段，有很大的上升空间。一来我国人口基数比日本的大；二来二手奢侈品消费人群不再局限于80后、90后，00后、10后也开始加入，有报告显示，到2030年，“Z世代”和“alpha世代”（2010~2020年出生）的消费群体增长速度将达其他代际人群的3倍，占全部市场1/3。现在是“得年轻人得天下”的时代，而这些新群体的加入，意味着我国二手奢侈品市场确实还有很大的想象空间。

过去几年，尽管疫情抑制了二手奢侈品的消费与流通，但随着经济活动重启，居民压抑的消费潜力逐步释放以及家庭储蓄增加的推动下，我国消费者购买超高档奢侈品的消费意愿增加。摩根士丹利2023年的调查显示，2023年1月可能购买更高档奢侈品牌商品的受访者比例增至10.0%，而2022年5月仅为5.0%。

资料来源：观研天下整理

当前欧洲、美国等国外成熟奢侈品市场呈现出越来越严格的趋势，不仅政府对奢侈品的税收、进口、销售和使用等方面都有严格的监管规定，一些国家和地区也开始加强对奢侈品销售渠道的监管，防止消费者通过非正规渠道购买到假冒伪劣产品，如《德国供应链法案》(LkSG)和欧盟的《企业可持续发展尽职调查指令》(CSDDD)。相比之下，成长中的经济体正在寻求具有可持续性的奢侈品。随着奢侈品行业面临的监管法规实施日期越来越近，成熟市场预计将保持稳定增长，而亚洲其他地区将持续释放增长潜力，进而带动二手奢侈品市场的增长。

众多国际奢侈品集团也洞察到这一趋势，今年上半年，奢侈品集团高管纷纷掀起访华潮。而在这之前的2022年底，多家奢侈品品牌已借助跨境电商和海南离岛免税商店，加速进军内地市场。例如，范思哲在成都、杭州、深圳和南京连开五家全新精品店，爱马仕南京旗舰店

翻新后重新向顾客开放，普拉达在三亚凤凰国际机场也开设了第二家精品店。

数据显示，今年上半年，GeoQ Data收录的60家奢侈品品牌整体开店数约313家，闭店267家，开闭店比约为1.17，高于去年上半年的水平。其中，45%的奢侈品品牌实现了门店总数扩增，2%的品牌快速扩张。Stuart Weitzman门店扩增数位列第一，COACH、Cartier、PANDORA等品牌上半年也实现了稳步扩张。

三、二手奢侈品哪样最抢手？

得益于今年骤然刮起的“静谧的奢华”风，Celine和Bottega Veneta跻身搜索次数最多的二手奢侈品牌的前十名，超越了更为强调个性的Balenciaga；Gucci继续保持榜首的位置；Louis Vuitton位居第二，其余依次是Chanel、Prada、Hermès、Dior、Saint Laurent和Fendi。就整体增长显著的品牌而言，Loewe在The RealReal平台上的搜索量增加近六成（59%），Loro Piana（36%）和Miu Miu（22%）也有较明显的涨幅。

具体到品类上，罗德传播集团与亚洲领先的市场研究公司精确市场研究中心联合发布《2023中国奢华品报告》显示，在2,000名受访者中，大多数二手奢侈品消费者更喜欢购买珠宝类商品。

资料来源：罗德(Ruder Finn)和Consumer Search Group、观研天下整理

这背后究竟有什么理由来支撑这一数据呢？

一来，珠宝通常是奢侈品中相对较不受时间和季节限制的一类商品。由于其独特性和和贵重性，珠宝类商品具有更好的保值和升值潜力，尤其在二手市场上，一些高端珠宝品牌的产品还可能以更高的价格出售。

另一个是耐久度。价值高的奢侈品其实不少，但像珠宝这样耐久度极高的却不多。衣服包包会过时变旧、电子产品（比如手机）会更新迭代、手表和车子需要更精细的保养，而珠宝呢？不说钻石、翡翠这样硬度高、性质稳定，几百年上千年都不会变的宝玉石，就是寿命最短的珍珠，也可以保存好几十年甚至上百年，而像金银这样的贵金属材质，更是可以融了再铸，顶多会有些微耗损而已。

除此之外，珠宝也是常见的礼物和纪念品。人们更加偏好于购买珠宝作为礼物来庆祝特殊场合，如婚礼、生日或纪念日，同时，这类人群往往希望将其传给下一代，这种情感联系和家族传承增加了人们对珠宝的兴趣。

尽管珠宝是今年线上平台最畅销的品类，但包包的销售份额也在快速增长。奢侈品包包作为一种价值投资，具有品质和稀缺性的双重回报，经典款式和限量版包包往往在市场上稀缺，因此在收藏市场上具有较高的投资价值。其高品质的制作和精湛的工艺也使其在使用中保持良好的品质，成为了物质享受和价值保值的双重选择。

在此背景下，奢侈品牌涨价之风愈演愈烈。根据要客研究院发布的《2022中国高净值消费者洞察报告》，近三年来，顶级头部品牌包袋平均涨价幅度已经超过32%。以香奈儿经典款

CF中号手袋近十年的价格来看，从3.78万元到6.18万元，十年间CF价格上涨了2.4万元，涨幅约63%。

资料来源：观研天下整理

总的来看，相较于国外更成熟的消费环境和经验积累，当前国内的二手奢侈品商业模式和行业规范仍处于探索之中。还有诸多亟待解决的行业规范问题，例如正品鉴定标准执行缺失、高端人才不足以及境外二手奢侈品流入受阻等问题。相信在不久的将来，国内发展前景广阔的二手奢侈品市场会逐渐走向正轨。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国二手奢侈品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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 2019-2023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 2023-2030年世界二手奢侈品行业分布走势预测

第七节 2023-2030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

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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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) 华东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

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 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 2023-2030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 2023-2030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 2023-2030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、行业目标客户群体

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://www.chinabaogao.com/baogao/202310/668800.html>