

# 2021年中国二手电商行业分析报告- 市场发展现状与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国二手电商行业分析报告-市场发展现状与未来动向研究》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/hulianwang/552191552191.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

二手电商是指以电商为依托的二手电商指物品所有者将自已不再使用，但仍具有使用价值的闲置物品通过电商平台进行买卖、租赁、置换、捐赠等行为，将闲置物品进行二次流通，使闲置物品在其生命周期内的价值利用率最大化。主要交易形式有二手买卖、二手置换、二手回收等。

二手电商主要交易形式 资料来源：观研天下整理

伴随着国民经济高速增长,国人消费观念和认知转变，关注重点从所有权变成使用权,进而催生出许多闲置商品，二手电商的出现丰富商品的价值，延长产品的生命周期，从而促进闲置资源的循环利用。二手电商的商务模式主要有O2O、C2C、B2C、C2B2C等。

二手电商商务模式 资料来源：观研天下整理

由于电商行业的迅猛发展，各大电商平台开始由增量市场转向存量市场发展，此外加上消费者在电商购物节的非理性消费行为带来商品二次转手需求日益增长，故二手电商市场也应运而生，且保持持续高速增长态势。根据数据显示，2019年我国二手电商市场规模达2596.9亿元，2020年我国二手电商市场规模达3745.5亿元，同比增长26.67%；预计2021年我国二手电商市场规模可达4111.7亿元。

2016-2021年我国二手电商市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

### 一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。由于二手电商是指通过电商平台对闲置物品进行二次销售，因此供应商的议价能力较弱。

### 二、购买者的议价能力

一般来说，购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务品质的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前我国二手电商主要客户为消费者，随着商品通过二次销售，商品本身已经大打折扣，所以购买者的议价能力也会不断提升。随着国民消费观念的转变，自2015年起我国二手电商行业用户规模逐年增加。根据数据显示，2019年我国二手电商用户规模达1.44亿元，2020年我国二手电商行业用户规模达1.82亿人，同比增长26.39%。

2015-2020年我国二手电商行业用户规模及增速 数据来源：观研天下整理

### 三、新进入者的威胁

根据数据显示，2018年是我国二手电商企业注册量的高峰期，新增0.9万家；2019年我国二手电商相关企业注册量达0.75万家，2020年新增0.86万家，同比增长14.3%。

2016-2020年我国二手电商相关企业注册量及增速 数据来源：观研天下整理

从地域上来看，2021年上半年我国广东拥有二手电商相关企业最多，共0.96万家；其次为山东，共0.35万家；江苏共有0.26万家二手电商相关企业。

2021年H1二手电商相关企业地域分布TOP10 数据来源：观研天下整理

#### 四、替代品的威胁

替代品的威胁包括三个方面：替代品在价格上的竞争力；替代品质量和性能的满意度；客户转向替代品的难易程度。替代品对企业不仅有威胁，可能也带来机会。如果企业技术创新能力强，能够率先推出性能价格比高的新产品，就可以在竞争中保持领先优势。二手电商功能和应用场景，决定剩余产品可持续发展的的一个重要组成部件，相对于传统电商，具有明显的优势，是行业发展的未来趋势，目前不存在替代品。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

目前我国二手电商初步形成了“两大寡头、四大梯队”市场格局。两大寡头分别为闲鱼、转转，估值超过200亿人民币；第二梯队为爱回收，估值超100亿人民币；第三梯队估值在10-50亿人民币之间，有享物说、5miles、铁甲二手机、回收宝、红布林；第四梯队估值在10亿人民币以下，分别为找靓机、花粉儿、只二、心上、胖虎、孔夫子旧书网、阅邻等。

(TJL)

我国二手电商行业竞争格局 资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国二手电商行业分析报告-市场发展现状与未来动向研究》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。

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。

【目录大纲】

## 第一章 2017-2021年中国二手电商行业发展概述

### 第一节 二手电商行业发展情况概述

- 一、二手电商行业相关定义
- 二、二手电商行业基本情况介绍
- 三、二手电商行业发展特点分析
- 四、二手电商行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、二手电商行业需求主体分析

### 第二节 中国二手电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、二手电商行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国二手电商行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

### 第三节 中国二手电商行业生命周期分析

- 一、二手电商行业生命周期理论概述
- 二、二手电商行业所属的生命周期分析

### 第四节 二手电商行业经济指标分析

- 一、二手电商行业的赢利性分析
- 二、二手电商行业的经济周期分析
- 三、二手电商行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国二手电商行业进入壁垒分析

- 一、二手电商行业资金壁垒分析
- 二、二手电商行业技术壁垒分析
- 三、二手电商行业人才壁垒分析
- 四、二手电商行业品牌壁垒分析
- 五、二手电商行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球二手电商行业市场发展现状分析

### 第一节 全球二手电商行业发展历程回顾

## 第二节 全球二手电商行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲二手电商行业地区市场分析

- 一、亚洲二手电商行业市场现状分析
- 二、亚洲二手电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲二手电商行业市场前景分析

### 第四节 北美二手电商行业地区市场分析

- 一、北美二手电商行业市场现状分析
- 二、北美二手电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美二手电商行业市场前景分析

### 第五节 欧洲二手电商行业地区市场分析

- 一、欧洲二手电商行业市场现状分析
- 二、欧洲二手电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲二手电商行业市场前景分析

## 第六节 2021-2026年世界二手电商行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026年全球二手电商行业市场规模预测

## 第三章 中国二手电商产业发展环境分析

### 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 中国二手电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国二手电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国二手电商行业运行情况

### 第一节 中国二手电商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
  - 1、行业技术发展现状
  - 2、行业技术专利情况
  - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国二手电商行业市场规模分析
- 第三节 中国二手电商行业供应情况分析
- 第四节 中国二手电商行业需求情况分析
- 第五节 我国二手电商行业细分市场分析
  - 1、细分市场一
  - 2、细分市场二
  - 3、其它细分市场
- 第六节 中国二手电商行业供需平衡分析
- 第七节 中国二手电商行业发展趋势分析
- 第五章 中国二手电商所属行业运行数据监测
  - 第一节 中国二手电商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 中国二手电商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 中国二手电商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
- 第六章 2017-2021年中国二手电商市场格局分析
  - 第一节 中国二手电商行业竞争现状分析
    - 一、中国二手电商行业竞争情况分析
    - 二、中国二手电商行业主要品牌分析
  - 第二节 中国二手电商行业集中度分析

- 一、中国二手电商行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国二手电商行业市场集中度分析
- 第三节 中国二手电商行业存在的问题
- 第四节 中国二手电商行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国二手电商行业钻石模型分析
  - 一、生产要素
  - 二、需求条件
  - 三、支援与相关产业
  - 四、企业战略、结构与竞争状态
  - 五、政府的作用
- 第七章 2017-2021年中国二手电商行业需求特点与动态分析
  - 第一节 中国二手电商行业消费市场动态情况
  - 第二节 中国二手电商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 二手电商行业成本结构分析
  - 第四节 二手电商行业价格影响因素分析
    - 一、供需因素
    - 二、成本因素
    - 三、渠道因素
    - 四、其他因素
  - 第五节 中国二手电商行业价格现状分析
  - 第六节 中国二手电商行业平均价格走势预测
    - 一、中国二手电商行业价格影响因素
    - 二、中国二手电商行业平均价格走势预测
    - 三、中国二手电商行业平均价格增速预测
- 第八章 2017-2021年中国二手电商行业区域市场现状分析
  - 第一节 中国二手电商行业区域市场规模分布
  - 第二节 中国华东地区二手电商市场分析
    - 一、华东地区概述
    - 二、华东地区经济环境分析
    - 三、华东地区二手电商市场规模分析
    - 四、华东地区二手电商市场规模预测

### 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、华中地区二手电商市场规模分析
- 四、华中地区二手电商市场规模预测

### 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、华南地区二手电商市场规模分析
- 四、华南地区二手电商市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国二手电商行业竞争情况

### 第一节 中国二手电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国二手电商行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国二手电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 二手电商行业企业分析（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、公司优劣势分析

#### 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、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国二手电商行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国二手电商行业未来发展前景分析

#### 一、二手电商行业国内投资环境分析

#### 二、中国二手电商行业市场机会分析

#### 三、中国二手电商行业投资增速预测

### 第二节 中国二手电商行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国二手电商行业市场发展预测

#### 一、中国二手电商行业市场规模预测

#### 二、中国二手电商行业市场规模增速预测

#### 三、中国二手电商行业产值规模预测

#### 四、中国二手电商行业产值增速预测

#### 五、中国二手电商行业供需情况预测

### 第四节 中国二手电商行业盈利走势预测

一、中国二手电商行业毛利润同比增速预测

二、中国二手电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国二手电商行业投资风险与营销分析

第一节 二手电商行业投资风险分析

一、二手电商行业政策风险分析

二、二手电商行业技术风险分析

三、二手电商行业竞争风险分析

四、二手电商行业其他风险分析

第二节 二手电商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国二手电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国二手电商行业品牌战略分析

一、二手电商企业品牌的重要性

二、二手电商企业实施品牌战略的意义

三、二手电商企业品牌的现状分析

四、二手电商企业的品牌战略

五、二手电商品牌战略管理的策略

第二节 中国二手电商行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国二手电商行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国二手电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国二手电商行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国二手电商行业营销渠道策略

一、二手电商行业渠道选择策略

二、二手电商行业营销策略

第三节 中国二手电商行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国二手电商行业重点投资区域分析

二、中国二手电商行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/552191552191.html>