

中国二手电商行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031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《中国二手电商行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031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/202404/705211.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

1、二手电商概述

二手电商区别于一手电商，是为“非第一次转手的交易行为”提供的线上交易平台。二手交易的实质是通过商品的二次流通获取商品的闲置经济价值，从而实现商品价值利用率的最大化。从交易方式看，二手电商平台一般包括二手买卖、二手置换、二手回收和二手捐赠。从产品品类看，二手电商平台涵盖电子产品、书籍、日用百货等几乎所有消费品类。

二手电商商业模式众多，主要可分为C2C、C2B2C、C2B、B2B、B2C等五种，当前市场上主要是以C2C、C2B2C模式为主，其中C2C模式的优点是，其天然耦合碎片化的交易需求，交易成本非常低、长尾效应明显，非常适合低客单价、非标准化程度高的二手商品，闲鱼就是代表。

二手电商商业模式分类及主要品牌

商业模式

主要特点

主要品牌

B2C

企业向个人售卖商品 企业向个人售卖商品

孔夫子旧书网、找靓机、微拍堂

C2B

通过线上回收、线下设店、与零售店合作等模式回收二手设备，可靠性高，手机回收更便捷，具有定价优势

爱回收

B2B

为中小商户提供产品供给链路，缩短B端交易流程，为C端匹配稳定货源

采货侠、拍机堂

C2C

以平台为信息与交易载体，个人卖家向个人买家出售商品完成交易

转转、闲鱼

C2B2C

企业从个人卖家处回收商品，经过鉴定和处理再加工后面向个人卖家进行二次销售，并承担售后服务

转转、闲鱼、红布林、拍拍、胖虎奢侈品

资料来源：观研天下整理

2、从淘旧货到新消费，多方合力共促二手电商行业健康发展

近年来，国家颁布了多项相关措施，旨在建立二手行业的规范化和标准化，并且鼓励商业消

费、资源循环、构建再生资源交易利用生态体系等指导建议方案，大力倡导资源循环利用，为二手电商发展起到积极促进作用，助推行业健康发展。

我国二手电商行业相关政策梳理

时间

部门

政策文件

相关内容

2021年

国家发展改革委

《“十四五”循环经济发展规划》

规范发展二手商品市场。完善二手商品流通法规，建立完善车辆、家电、手机等二手商品鉴定、评估、分级等标准，规范二手商品流通秩序和交易行为。鼓励“互联网+二手”模式发展，强化互联网交易平台管理责任，加强交易行为监管，为二手商品交易提供标准化、规范化服务。鼓励平台企业引入第三方二手商品专业经营商户，提高二手商品交易效率。

2022年

国家发展改革委、商务部等七部门

《关于加快废旧物资循环利用体系建设的指导意见》

丰富二手商品交易渠道。鼓励“互联网+二手”模式发展，促进二手商品网络交易平台规范发展，提高二手商品交易效率。完善二手商品交易管理制度。建立健全二手商品交易规则。明确相关市场主体权利义务。推动二手商品交易诚信体系建设，加强交易平台、销售者、消费者、从业人员信用信息共享。

2022年

国家发展改革委办公厅、商务部办公厅等七部门

《关于组织开展废旧物资循环利用体系示范城市建设的通知》

建设时间为2022年至2025年。推动二手商品交易和再制造产业发展，丰富二手商品交易渠道，完善二手商品交易管理制度，因地制宜推进再制造产业高质量发展。

2023年

国务院办公厅

《关于加快构建废弃物循环利用体系的意见》

引导二手商品交易便利化、规范化。鼓励“互联网+二手”模式发展。支持有条件的地区建设集中度，研究制定网络旧货交易管理办法，健全旧货评估鉴定行业人才培养和管理机制。出台二手商品交易企业交易平板电脑、手机等电子产品时信息清除方法相关规范，保障旧货交易时出售者信息安全

资料来源：观研天下整理

同时，后疫情时代，在经济压力、消费理念双重催化下，消费者在意实用性、注重性价比的

观念转变，“卖闲置、买二手”逐渐成为市场交易新风向，也体现出人们践行勤俭节约、崇尚绿色低碳的意识提升。

此外，二手消费已经成为市场新浪潮，引来巨头和资本纷纷入局，二手电商赛道呈现出活跃态势。根据不完全统计，2022-2024年之间，共有38起与循环经济相关的投融资事件，其中共有8起位于二手电商赛道，融资金额达十亿级，涵盖奢侈品、钟表、消费电子等商品的回收项目。而二手电商交易平台也积极与第三方检测及监管机构深度合作，同时针对不同品类制定对应标准，并且通过规则制度及奖惩机制来约束和规范二手交易的平台和用户。

3、我国二手电商行业用户与交易规模日益扩大，二手奢侈品增长尤为明显

因此，在多方合力共同促进下，我国二手电商行业交易规模日益扩大。根据数据显示，2022年，我国二手电商交易规模达4802亿元，同比增长20%，2023年交易规模达5486.5亿元，同比增长14.25%；2023年二手电商用户规模为6.2亿人，同比增长33.9%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

值得关注的是，作为二手商品交易市场中的类别之一，二手奢侈品增长尤为明显。这可能是以下几个因素导致的：1) 消费观念的转变，从过去只买新品，到逐步接受二手商品；2) 是移动互联网的发展，使得整个交易流程在线化、简便化；3) 行业交易标准的建立，让消费者真正敢买和敢卖。根据数据显示，2020年，我国二手奢侈品市场规模173亿元，预计2025年市场或将达到384亿元规模。

数据来源：观研天下整理

4、多家企业布局二手电商，但平台弊端逐渐显现

面对巨大的市场和用户规模，抖音、阿里等企业积极布局二手电商业务，像阿里内部将闲鱼视为发展潜力的四个产品之一，抖音从二手奢侈品切入，曾推出“抖音二奢好物节”，并在抖音商城内上线“二手好物”频道。

整体从市场竞争来看，我国二手电商已经形成三足鼎立之势，闲鱼归属淘天集团，万物新生背靠京东，旗下有爱回收、拍拍等二手交易平台，腾讯旗下有转转、采货侠等二手交易App，其他二手电商平台还有胖虎、妃鱼、只二、闪回收等。

我国二手电商主要企业竞争梯队

资料来源：观研天下整理

不过，随着二手经济快速发展，二手电商平台弊端也逐渐显现。二手商品本身属于特殊的商品，其有着强烈的“非标品”属性，价格灵活，质量不稳定，很难建立统一的认定标准，所以在一定程度上加剧纠纷的产。例如，苹果官方授权的二手合作伙伴爱锋派被曝“白嫖收回”“恶

意压价”，一部原本值4900元的iPhone被平台砍价至0元，买卖双方又对商品存在着信息不对称因素，转转“阴阳检测报告”等问题层出不穷。因此，线上二手平台客诉持续走高，如转转在黑猫投诉累计超8.3万条。

5、二手电商破局之法：布局线下

那么面对上述困境，二手电商行业该如何破局呢？布局线下成为最优选择。随着消费者对二手电商服务、信任价值、效率要求逐渐提高，即时性和应急性需求增长迅速，线下实体门店则成为消费者最佳选择。

事实上，近些年来，国内不少二手电商平台已经开始布局线下实体店业务。例如，自2013年爱回收首家线下门店开业以来，截至2023年9月底，其线下门店总数达1952家；转转则从2020年开始探索打造“二手零售+回收”的新消费业态，进驻全国主要城市核心商圈，截至2023年12月，在全国的门店数量超过300家；2024年1月28日，首家闲鱼循环商店正式开业，提供全品类闲置寄卖服务，并且接入较早入局二手领域的回收宝作为第三方服务商，共建闲鱼小站，不断壮大线下服务店。

在经营模式方面，闲鱼、爱回收等厂商基本是多品类模式道路，而转转开始布局垂类，为其带来新的货源与用户增量，目的是希望在二手手机行业扎根更深、布局更广。在2019年11月转转联合数家二手手机供应链公司，成立B2B平台采货侠，2020年合并二手手机B2C平台找靓机。

综上所述，各大品牌打响线下布局战争，我国二手电商行业也将打开新局面，市场竞争将进一步加剧。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国二手电商行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031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、二手电商特点分析

三、二手电商行业基本情况介绍

四、二手电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、二手电商行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2024-2031年世界二手电商行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球二手电商行业市场规模预测

第三章 中国二手电商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电商行业的影响分析
- 第三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
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对二手电商行业的影响分析
- 第五节中国二手电商行业产业社会环境分析

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
 - 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
 - 一、影响中国二手电商行业市场规模的因素
 - 二、中国二手电商行业市场规模
 - 三、中国二手电商行业市场规模解析
- 第三节中国二手电商行业供应情况分析
 - 一、中国二手电商行业供应规模
 - 二、中国二手电商行业供应特点
- 第四节中国二手电商行业需求情况分析
 - 一、中国二手电商行业需求规模
 - 二、中国二手电商行业需求特点
- 第五节中国二手电商行业供需平衡分析

第五章 中国二手电商行业产业链和细分市场分析

- 第一节中国二手电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、二手电商行业产业链图解

第二节中国二手电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对二手电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对二手电商行业的影响分析

第三节我国二手电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国二手电商行业市场竞争分析

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格局分析

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年中国二手电商行业模型分析

第一节中国二手电商行业竞争结构分析（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

第二节中国二手电商行业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、中国二手电商行业SWOT分析结论

第三节中国二手电商行业竞争环境分析（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年中国二手电商行业需求特点与动态分析

第一节中国二手电商行业市场动态情况

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、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、中国二手电商行业平均价格趋势分析

二、中国二手电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国二手电商行业所属行业运行数据监测

第一节中国二手电商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

第二节中国二手电商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

第三节中国二手电商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析

一、影响二手电商行业区域市场分布的因素

二、中国二手电商行业区域市场分布

第二节中国华东地区二手电商行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区二手电商行业市场分析

(1) 华东地区二手电商行业市场规模

(2) 华南地区二手电商行业市场现状

(3) 华东地区二手电商行业市场规模预测

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、华中地区二手电商行业市场分析

(1) 华中地区二手电商行业市场规模

(2) 华中地区二手电商行业市场现状

(3) 华中地区二手电商行业市场规模预测

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、华南地区二手电商行业市场分析

(1) 华南地区二手电商行业市场规模

(2) 华南地区二手电商行业市场现状

(3) 华南地区二手电商行业市场规模预测

第五节 华北地区二手电商行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区二手电商行业市场分析

(1) 华北地区二手电商行业市场规模

(2) 华北地区二手电商行业市场现状

(3) 华北地区二手电商行业市场规模预测

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、东北地区二手电商行业市场分析

(1) 东北地区二手电商行业市场规模

(2) 东北地区二手电商行业市场现状

(3) 东北地区二手电商行业市场规模预测

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、西南地区二手电商行业市场分析

(1) 西南地区二手电商行业市场规模

(2) 西南地区二手电商行业市场现状

(3) 西南地区二手电商行业市场规模预测

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、西北地区二手电商行业市场分析

(1) 西北地区二手电商行业市场规模

(2) 西北地区二手电商行业市场现状

(3) 西北地区二手电商行业市场规模预测

第十一章 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 2024-2031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规模发展预测

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

第十三章 2024-2031年中国二手电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节二手电商行业风险分析

一、二手电商行业宏观环境风险

二、二手电商行业技术风险

三、二手电商行业竞争风险

四、二手电商行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国二手电商行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国二手电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国二手电商行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节二手电商行业营销策略分析

一、二手电商行业产品策略

二、二手电商行业定价策略

三、二手电商行业渠道策略

四、二手电商行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/705211.html>