

中国二手电商市场发展前景及投资决策建议报告2023-2030年

产品名称	中国二手电商市场发展前景及投资决策建议报告 2023-2030年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

产品详情

中国二手电商市场发展前景及投资决策建议报告2023-2030年

【全新修订】：2023年7月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

章 二手电商的相关概述

1.1 二手电商的内涵及特点

1.1.1 二手电商的内涵

1.1.2 二手电商交易形式

1.1.3 二手电商平台优势

1.1.4 与传统电商的关系

1.2 二手电商的用户及商品要素

1.2.1 二手电商的用户要素

1.2.2 二手电商的商品要素

1.3 二手电商的发展价值

1.3.1 用户价值

1.3.2 企业价值

1.3.3 经济价值

1.3.4 环保价值

第二章 2021-2023年二手电商行业的发展环境

2.1 政策及监管环境

2.1.1 相关政策汇总

2.1.2 相关规划分析

2.1.3 相关法规分析

2.1.4 地区政策动态

2.1.5 双碳政策的影响

2.2 居民收入及消费水平

2.2.1 居民收入水平

2.2.2 购买力水平状况

2.2.3 消费零售总额

2.2.4 居民消费支出

2.2.5 居民消费结构

2.3 互联网普及程度分析

2.3.1 网民总体规模状况

2.3.2 网民属性结构分析

2.3.3 网络购物用户规模

2.4 二手经济运行情况

2.4.1 人均闲置物品规模

2.4.2 二手产品的渗透率

2.4.3 二手闲置物品交易额

2.4.4 二手产品购买驱动力

2.4.5 二手产品购买频次

2.4.6 二手产品价格期望

2.5 国际二手电商运行情况

2.5.1 欧洲二手电商市场状况

2.5.2 美国二手电商市场状况

2.5.3 日本二手电商发展概况

2.5.4 国际重点二手电商平台

2.5.5 二手电商平台融资动态

第三章 2021-2023年中国二手电商行业发展分析

3.1 中国二手电商行业发展综况

3.1.1 行业发展背景

3.1.2 行业发展优势

3.1.3 行业发展历程

3.2 中国二手电商市场运行情况

3.2.1 市场价值分析

3.2.2 市场交易规模

3.2.3 市场渗透率状况

3.2.4 市场消费主体

3.2.5 物品流转特点

3.3 中国二手电商市场竞争格局分析

3.3.1 市场主体分布

3.3.2 市场竞争梯队

3.3.3 重点品牌分析

3.3.4 区域分布格局

3.3.5 企业合作模式

3.3.6 主要平台对比

3.3.7 新进入者分析

3.3.8 退出者统计

3.4 中国二手电商行业运行问题

3.4.1 行业整体发展问题

3.4.2 行业主要交易痛点

3.4.3 同质化竞争问题

3.4.4 消费者心理待改变

3.4.5 虚假宣传问题分析

3.5 中国二手电商行业发展对策

3.5.1 行业整体发展对策

3.5.2 完善相关法律法规

3.5.3 探索信用评级制度

3.5.4 倡导绿色生活方式

3.5.5 活跃二手电商市场

3.5.6 二手电商营销建议

3.6 中国二手电商平台的信用风险及防范

3.6.1 二手电商平台信用风险分析

3.6.2 二手电商平台信用风险防范

第四章 2021-2023年中国二手电商用户分析

4.1 中国二手电商用户规模及特点分析

4.1.1 用户接受程度

4.1.2 用户规模分析

4.1.3 消费群体特点

4.1.4 平台使用频次

4.1.5 出售商品品类

4.2 中国二手电商细分领域APP用户数据分析

4.2.1 二手电商APP类别

4.2.2 综合类APP用户画像

4.2.3 3C电子类APP用户画像

4.2.4 品类APP用户画像

4.2.5 二手书籍类APP用户画像

4.2.6 各类二手电商APP用户特点

4.2.7 二手电商APP月活峰值分布

4.3 中国二手电商消费用户投诉数据

4.3.1 投诉问题分布

4.3.2 投诉地区分布

4.3.3 投诉用户性别

4.3.4 投诉金额区间

第五章 2021-2023年二手电商细分行业——二手品电商分析

5.1 品市场消费规模

5.1.1 全球品消费规模

5.1.2 全球品品牌发展

5.1.3 中国品消费规模

5.1.4 中国品消费结构

5.1.5 中国品消费态势

5.2 二手品的相关介绍

5.2.1 二手品的定义

5.2.2 二手品的分类

5.2.3 二手品产业链

5.2.4 二手品发展历程

5.2.5 二手品规模预测

5.3 二手品电商行业发展分析

5.3.1 头部电商平台

5.3.2 平台分布特点

5.3.3 平台切入方式

5.3.4 主要商业模式

5.3.5 用户消费特点

5.3.6 发展指标关注

5.3.7 行业发展方向

5.4 二手品电商行业壁垒分析

5.4.1 标准化运营壁垒

5.4.2 定价经验壁垒

5.4.3 鉴定壁垒

第六章 2021-2023年二手电商细分行业——二手手机电商分析

6.1 手机二手电商发展背景

6.1.1 智能手机出货规模

6.1.2 5G换机热潮的到来

6.1.3 智能手机使用寿命

6.1.4 手机更新周期调查

6.1.5 妥善回收的必要性

6.2 手机回收价值及回收问题分析

6.2.1 废弃手机规模

6.2.2 资源回收价值

6.2.3 手机回收状况

6.2.4 手机回收问题

6.3 手机二手电商行业发展分析

6.3.1 行业发展优势

6.3.2 主要平台概述

6.3.3 平台发展布局

6.3.4 行业发展痛点

6.3.5 行业发展预测

6.4 手机二手电商典型平台——爱回收

6.4.1 平台基本介绍

6.4.2 平台发展历程

6.4.3 手机回收方式

6.4.4 清除技术软件

6.4.5 智能回收系统

第七章 2021-2023年二手电商细分行业——二手书籍电商分析

7.1 二手书籍电商交易的背景分析

7.1.1 一手书籍交易规模

7.1.2 国民阅读方式变化

7.1.3 二手书籍市场空间

7.1.4 旧书交易相关费用

7.1.5 互联网+助力产业发展

7.2 二手书籍电商交易平台的规划及设计

7.2.1 平台经营模式规划

7.2.2 平台运营阶段规划

7.2.3 平台功能模块设计

7.2.4 平台激励机制设计

7.3 二手书籍电商交易平台优化策略建议

7.3.1 鼓励用户参与回收

7.3.2 寻求产业合作机会

7.3.3 完善平台利润结构

7.3.4 探索线下发展渠道

7.3.5 积极主动寻求曝光

7.4 二手书籍电商典型平台——孔夫子旧书网

7.4.1 平台基本介绍

7.4.2 平台功能板块

7.4.3 平台用户情况

7.4.4 平台商品特色

7.4.5 平台发展优势

7.4.6 平台社会价值

7.5 二手书籍电商其他相关平台介绍

7.5.1 阅邻平台

7.5.2 有路网

7.5.3 旧书街

7.5.4 二手教材网

7.5.5 123图书馆

7.5.6 丁书网

7.5.7 布衣书局

7.5.8 典书旧书网

第八章 2021-2023年二手电商细分行业——二手服装电商行业发展分析

8.1 二手衣物电商产业发展背景——废旧纺织品回收处理行业

8.1.1 废旧纺织品回收空间

8.1.2 废旧纺织品利用意见

8.1.3 废旧衣物回收监管规定

8.1.4 废旧纺织品回收方式

8.1.5 废旧纺织品回收企业

8.2 二手衣物回收交易电商行业发展分析

8.2.1 国际二手服装平台案例

8.2.2 国内二手衣物回收平台

8.2.3 二手服装交易逐渐被接受

8.2.4 二手衣服电商消费痛点

8.2.5 二手服装电商发展态势

8.2.6 二手服装电商市场展望

第九章 2021-2023年中国二手电商行业发展模式分析

9.1 中国二手电商市场运行模式分析

9.1.1 B2C模式

9.1.2 C2C模式

9.1.3 C2B2C模式

9.1.4 模式对比

9.2 二手电商线上+线下结合新模式

9.2.1 模式提出背景

9.2.2 模式创新及定位

9.2.3 模式应用市场

9.2.4 模式营销对策

9.3 二手电商直播营销模式

9.3.1 直播营销模式介绍

9.3.2 直播营销模式特征

9.3.3 直播营销主要模式

9.3.4 直播营销应用优势

9.3.5 直播应用于二奢营销

9.3.6 直播营销的应用短板

9.4 C2B2C二手电商物流模式及发展策略

9.4.1 二手电商物流网络结构

9.4.2 二手电商物流主要问题

9.4.3 二手电商物流模式选择

9.4.4 二手电商物流优化策略

第十章 2020-2023年中国二手电商典型企业/平台分析

10.1 万物新生集团

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 技术能力分析

10.1.3 业务主线范围

10.1.4 业务运营规模

10.1.5 企业财务状况

10.2 闲鱼

10.2.1 平台基本介绍

10.2.2 平台特点分析

10.2.3 平台业务范围

10.2.4 平台用户规模

10.2.5 规范退货服务

10.3 转转

10.3.1 平台基本介绍

10.3.2 平台主要业务

10.3.3 价格指导系统

10.3.4 战略定位升级

10.4 享物说

10.4.1 平台基本介绍

10.4.2 积分交易体系

10.4.3 主要功能服务

10.4.4 平台优势分析

10.5 红布林

10.5.1 平台基本概况

10.5.2 平台竞争优势

10.5.3 直播营销布局

10.5.4 平台融资动态

10.6 只二

10.6.1 平台基本介绍

10.6.2 业务发展模式

10.6.3 业务发展布局

10.6.4 平台融资状况

10.7 胖虎

10.7.1 平台发展概况

10.7.2 产业基地建设

10.7.3 平台发展模式

10.7.4 平台融资动态

第十一章 2021-2023年中国二手电商行业投融资状况分析

11.1 二手电商行业融资背景分析

11.1.1 社会融资规模状况

11.1.2 固定资产投资规模

11.1.3 电子商务投资规模

11.1.4 消费复苏趋势明朗

11.2 二手电商行业投融资情况分析

11.2.1 融资规模状况

11.2.2 融资轮次分布

11.2.3 活跃投资主体

11.2.4 主要融资事件

11.2.5 行业投资热点

11.3 二手电商行业投资壁垒分析

11.3.1 资金壁垒分析

11.3.2 品牌壁垒分析

11.3.3 技术壁垒分析

11.3.4 竞争壁垒分析

11.3.5 法律壁垒分析

11.4 二手电商行业投资风险预警

11.4.1 宏观经济风险

11.4.2 市场竞争风险

11.4.3 监管收严风险

第十二章 2023-2030年二手电商行业发展前景及趋势预测

12.1 中国二手电商行业发展机遇及前景

12.1.1 消费升级机遇

12.1.2 网络交易机遇

12.1.3 市场发展前景

12.1.4 未来发展模式

12.2 中国二手电商行业发展趋势分析

12.2.1 行业总体发展趋势

12.2.2 线上线下融合趋势

12.2.3 数智化发展趋势

12.2.4 平台未来发展路径

12.3 2023-2030年中国二手电商行业发展预测分析

12.3.1 2023-2030年中国二手电商行业发展的影响因素分析

12.3.2 2023-2030年中国二手电商交易规模预测

12.3.3 2023-2030年中国二手电商用户规模预测

附录

附录一：“十四五”循环经济发展规划

附录二：关于加快废旧物资循环利用体系建设的指导意见

图表目录

图表 二手电商的主要交易形式

图表 二手电商与一手电商存在竞合关系

图表 二手电商平台的商业基础——用户要素

图表 二手电商平台的商业基础——商品要素

图表 二手商品价格更加“主观”

图表 二手电商交易中不同品类商品的用户痛点

图表 二手交易实现商品剩余价值再创造

图表 闲置商品交易可有效降低碳排放

图表 2016-2022年中国二手电商行业相关政策

图表 2021年及2022年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速

图表 2021-2022年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2022-2023年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2022-2023年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年居民人均消费支出及构成

图表 2022年全国居民收支主要数据

图表 2018-2022年网民规模和互联网普及率

图表 2018-2022年手机网民规模及其占网民比例

图表 2022年我国网民性别结构

图表 2022年我国网民年龄结构

图表 2018-2022年中国网络购物用户规模及使用率

图表 二手产品渗透率

图表 二手产品购买驱动力

图表 “ 可持续消费 ” 二手产品购买频次及购买金额

图表 “ 可持续消费 ” 二手产品购买金额期望

图表 房价走高推动二手商品流动

图表 国内二手电商行业步入高速发展期

图表 2015-2022年中国二手电商行业交易规模及其增长率情况

图表 2014-2022年中国二手电商行业渗透率及其增长率

图表 2022年二手电商产业链图谱

图表 二手电商规模梯队分布图

图表 中国二手电商 “ 榜 ”

图表 2022年二手电商 “ 独角兽 ”

图表 2022年二手电商 “ 千里马 ”

图表 全国主要二手电商平台分布

图表 头部二手电商平台选择与主流平台合作

图表 闲鱼自营与转转自营模式对比

图表 闲鱼&转转差异化分析

图表 2022年中国二手电商 “ 死亡 ” 名单

图表 二手电商各节点的交易痛点

图表 用户对于不同品类的商品关注度不同

图表 2022年中国受访网民对“闲置经济”未来发展趋势的看法

图表 2014-2022年中国二手电商行业用户规模及其增长率

图表 闲鱼用户特点

图表 转转用户特点

图表 2021年中国网民二手电商平台使用频率

图表 2022年中国线上二手交易平台受访卖家主要出售商品品类

图表 二手电商APP的分类

图表 3C电子产品类二手电商APP用户性别&年龄分布

图表 二手书籍类电商APP用户性别&年龄分布

图表 各类二手电商APP月活高峰期分布特点

图表 2022年二手电商投诉问题类型占比图

图表 2022年二手电商投诉地区占比图

图表 2022年二手电商投诉性别占比图

图表 2022年二手电商投诉金额分布

图表 2011-2022年中国人全球品消费额及增长率

图表 2011-2022年中国人境内品消费额及增长率

图表 2011-2022年中国人境外品消费额及增长率

图表 2019-2022年中国品线上消费额及增长率

图表 二手品行业主要产品分类

图表 中国二手品行业产业链分析

图表 B端卖家来源较为丰富

图表 二奢品检测机构及工具

图表 二奢品交易渠道

图表 国内二手品市场发展阶段

图表 2016-2025E中国二手品市场规模

图表 国内头部二手品电商平台

图表 中国二手品电商成立时间分布

图表 C2B2C商业模式

图表 C2C商业模式

图表 B2C商业模式

图表 2021-2022年国内智能手机出货量及占比

图表 中国换机周期

图表 2017-2021年中国手机废弃量估算

图表 一部手机的资源转化量

图表 二手手机保值指数

图表 中国全年废旧手机可回收材料估量

图表 各国电子废弃物回收率

图表 各国电子废弃物与回收量

图表 废旧手机电路板处理成本分布

图表 中国针对废旧手机的相关政策

图表 爱回收APP手机估价流程

图表 爱回收智能回收系统

图表 爱回收智能回收系统平台的特点

图表 2020-2021年中国国民阅读率统计情况

图表 阅邻平台的商业模式

图表 各类物料的燃烧热值

图表 我国废旧纺织品回收利用主要企业

图表 C2C平台模式下商品质量难以保障

图表 我国二手电商行业C2C模式与C2B2C模式对比

图表 C2B2C模式下互联网二手交易平台的物流网络结构

图表 C2B2C模式下互联网二手交易平台的物品流通

图表 相同节点下的点对点直通式物流网络和轴辐式物流网络

图表 先进的后端自动化处置能力

图表 万物新生电商平台致力打造全产业链闭环

图表 万物新生运营体系完善，爱回收、拍拍、拍机堂三大平台实现货品跨区域流通

图表 万物新生公司拥有1P和3P两大业务模式

图表 万物新生通过回收后加价出售赚取差价收入

图表 2019-2020年万物新生集团综合收益表

图表 2019-2020年万物新生集团分部资料

图表 2019-2020年万物新生集团收入分地区资料

图表 2020-2021年万物新生集团综合收益表

图表 2020-2021年万物新生集团分部资料

图表 2020-2021年万物新生集团收入分地区资料

图表 2021-2022年万物新生集团综合收益表

图表 2021-2022年万物新生集团分部资料

图表 2021-2022年万物新生集团收入分地区资料

图表 闲鱼的业务范围

图表 转转平台业务

图表 红布林经营模式及优势

图表 红布林融资历史数据

图表 只二平台发展实力

图表 只二平台发展流程

图表 业务经营模式

图表 只二平台的寄售模式

图表 公司发展优势

图表 只二平台融资状况

图表 胖虎循环产业基地

图表 2022年三次产业投资占固定资产投资比重（不含农户）

图表 2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2022年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表 2022-2023年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2023年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表 2022年中国电商融资事件数领域

图表 2022年中国电商融资数据榜（TOP10）

图表 2013-2021年中国二手电商行业融资金额及其增长率

图表 2021年中国二手电商融资事件数轮次

图表 2021年中国二手电商投资方云图

图表 2021年中国二手电商融资数据

图表 2022年中国二手电商融资数据榜

图表 二手电商运营的策略

图表 二手电商监管将规范化、标准化

图表 二手电商布局直播营销

图表 二手电商入驻直播平台

图表 2023-2030年中国二手电商交易规模预测

图表 2023-2030年中国二手电商用户规模预测