中国旧货业协会
China Resale Goods Trading Association

2024 旧货行业发展报告

Second-hand Industry Development Report

支持单位

2024 年 9 月

目 录

第一部分 总体发展情况 1

一、交易规模稳步提升 1
二、产业链日趋完善 2
三、经营品类继续扩大 3
四、市场热度升温明显 4
五、标准建设步伐加快 5

第二部分 主要业态情况 7

一、实体市场有待发力 7
二、线上市场持续火热 9
三、跳蚤市场活力十足 13
四、实体零售商店增长积极 14
五、社交媒体和本地生活服务平台崭露头角 15

第三部分 趋势发展展望 16

一、服务能力持续得到提高 16
二、旧货上游来源更加丰富 16
三、多业态多模式协同发展 17
四、先进技术应用全面提速 18
五、跨界融合发展初见成效 18
六、海外市场开拓取得突破 18
七、二手电商政策将日趋完善 19

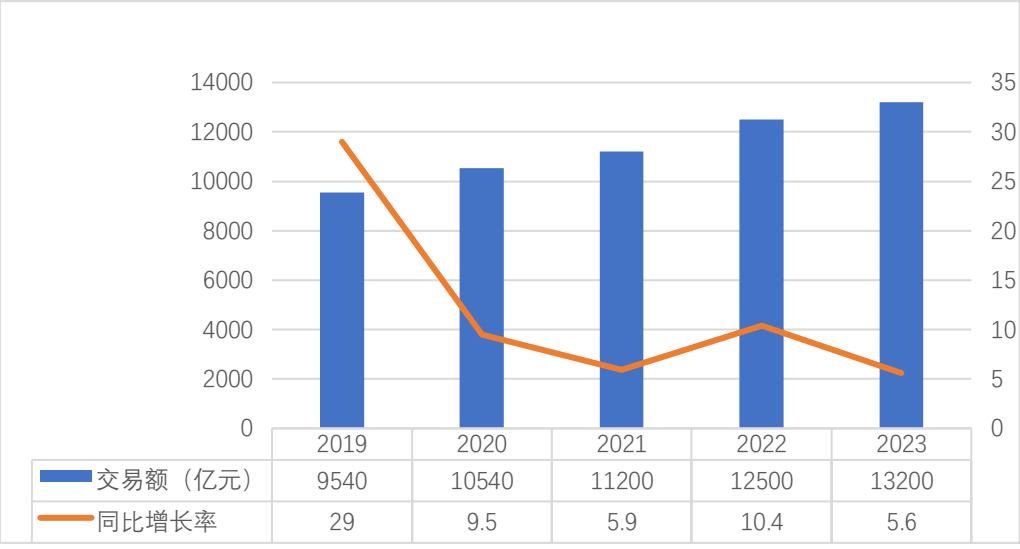
第一部分 总体发展情况

2023 年是全面贯彻党的二十大精神的开局之年，也是实施“十四五”规划承上启下的关键之年。《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中，对绿色消费、资源循环利用提出了要求。在此背景下，旧货流通行业不断完善产业链条，经营模式不断创新，市场热度持续提升。

一、交易规模稳步提升

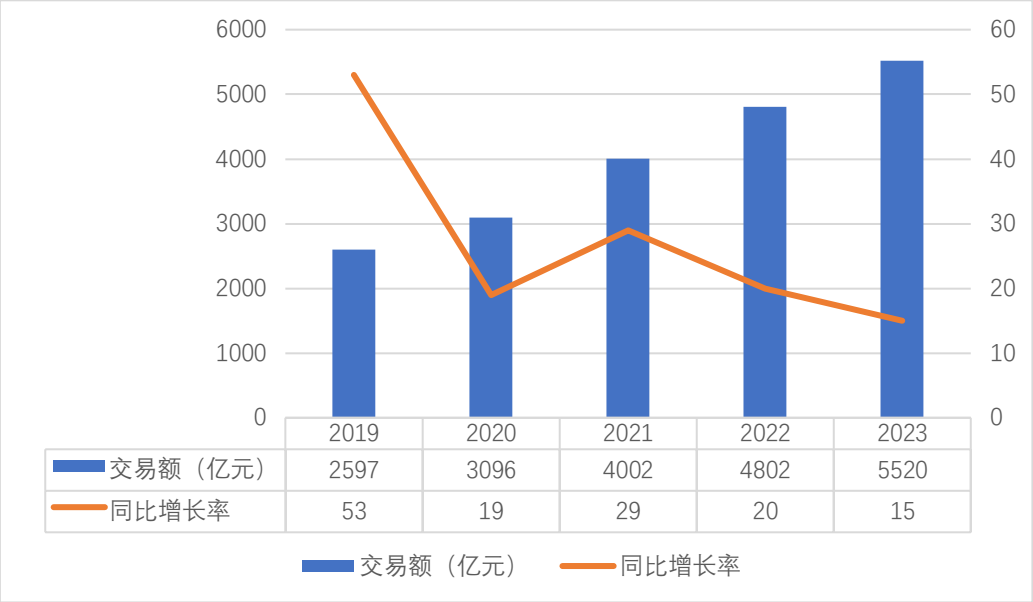
2023 年，全国旧货流通行业交易规模稳步增长，据中国旧货业协会综合各机构数据测算，全年交易额约为 13200 亿元，同比增长 5.6%；线上交易额约为 5520 亿元，同比增长 15%。

图 1 行业交易总体趋势



	2019	2020	2021	2022	2023
交易额（亿元）	9540	10540	11200	12500	13200
同比增长率	29	9.5	5.9	10.4	5.6

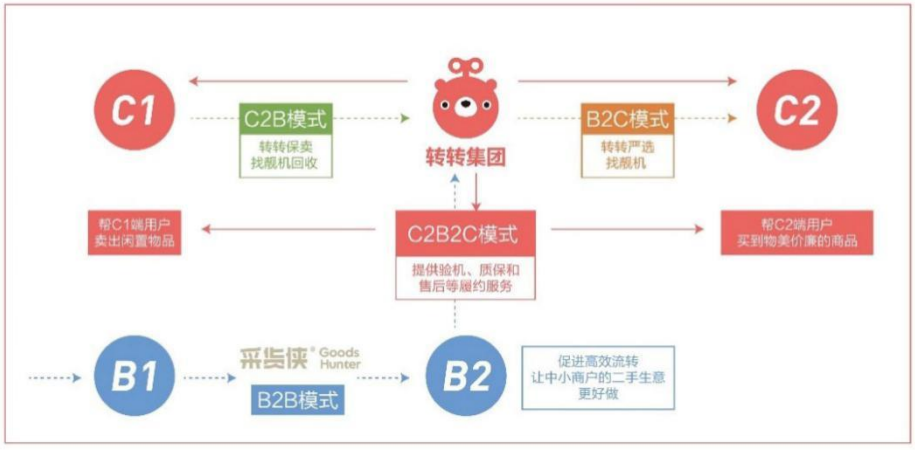
图 2　线上交易总体趋势



二、产业链日趋完善

传统旧货行业以个体经营者主体，从经营方式来看，“一收一卖”是旧货个体经营者的核心模式。伴随着近些年，国家提倡发展绿色消费、“互联网+旧货”以及居民节约、环保意识的觉醒，旧货经营企业开始崭露头角，并且不断发展壮大，以“收购（回收）、分销、服务”为代表全链条式的经营方式逐渐成为主流。2023 年一批如，转转、爱回收、奢收多、胖虎等为代表的“链主”企业已形成。在收购（回收）端，经营企业利用互联网技术可以让居民家庭随时联系到商家、同时具有覆盖面广、信息透明的特点，更好地满足了市场需求。分销端，由于收购端收购旧货品种的丰富和集聚，吸引众多中小经营者前来采购，以省去收购环节的信息、鉴定等成本。服务端，已形成整理、鉴定、配送等标配服务。

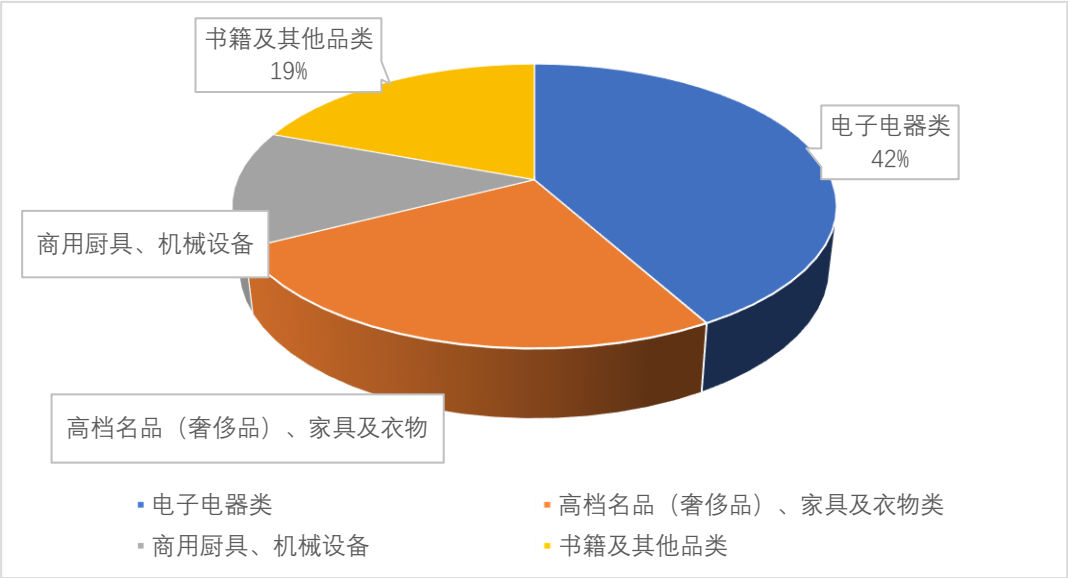
图 3　典型“链主”企业模式示意图



三、经营品类继续扩大

近几年，旧货品类由传统的电器电子、家具、图书、机械设备等品类丰富到名贵商品（奢侈品）、衣物、文娱体育器材、玩具、商用厨具等，基本覆盖了所有耐用消费品和生产资料领域。2023 年，据中国旧货业协会对行业较为典型的代表品类调查分析：电子电器类产品交易量约为 41.34%；高档名品（奢侈品）、家具及衣物交易量约为 25.13%；商用厨具、机械设备交易量约占 13.1%，书籍及其他品类交易量占比为 19.02%。

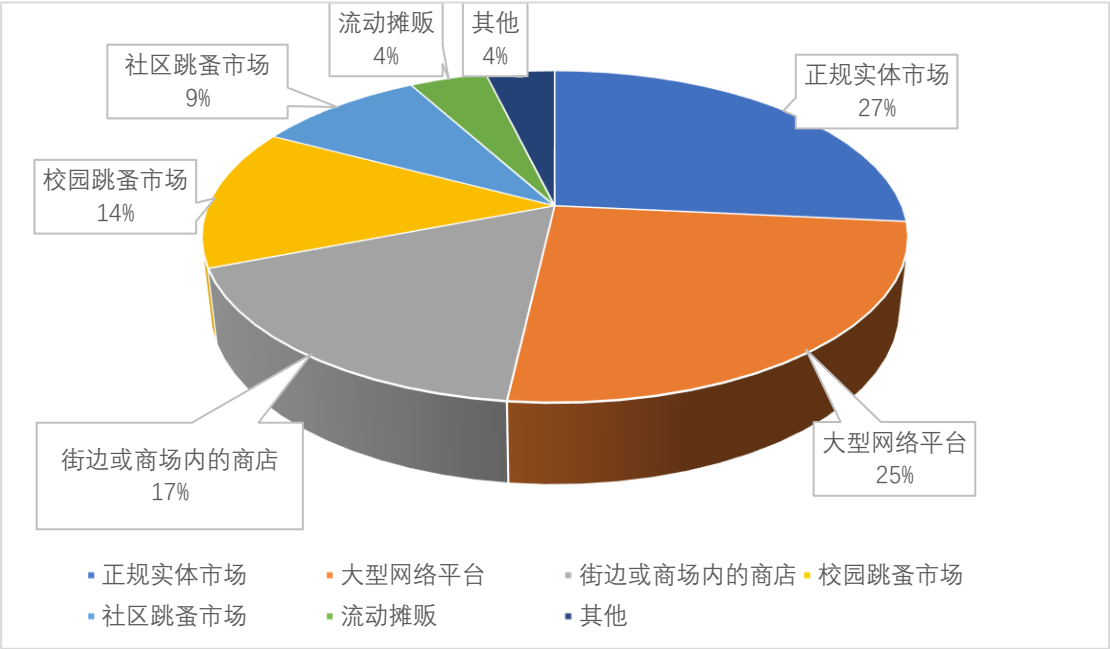
图 4　典型代表品类交易情况



四、市场热度升温明显

除政府、媒体的引导，消费者节约、环保意识的觉醒外，大部分经营企业采用了更加专业的鉴定技术，通过对旧货质量严格把关，甄选出更加精细的旧货进行出售，同时，完善了包括售后保障在内的服务体系，都极大地提升了人们购买旧货的信心。据中国旧货业协会调查显示，78.3%的人购买过旧货，21.7%没有购买过。而对于买卖旧货的渠道，选择正规实体旧货市场占 41.5%；大型网络交易平台占 39.5%；街边或商场内的商店占 27.0%，校园跳蚤市场占 21.5%、社区跳蚤市场占 14.4%、流动摊贩占 6.6%、其他占 5.9%。

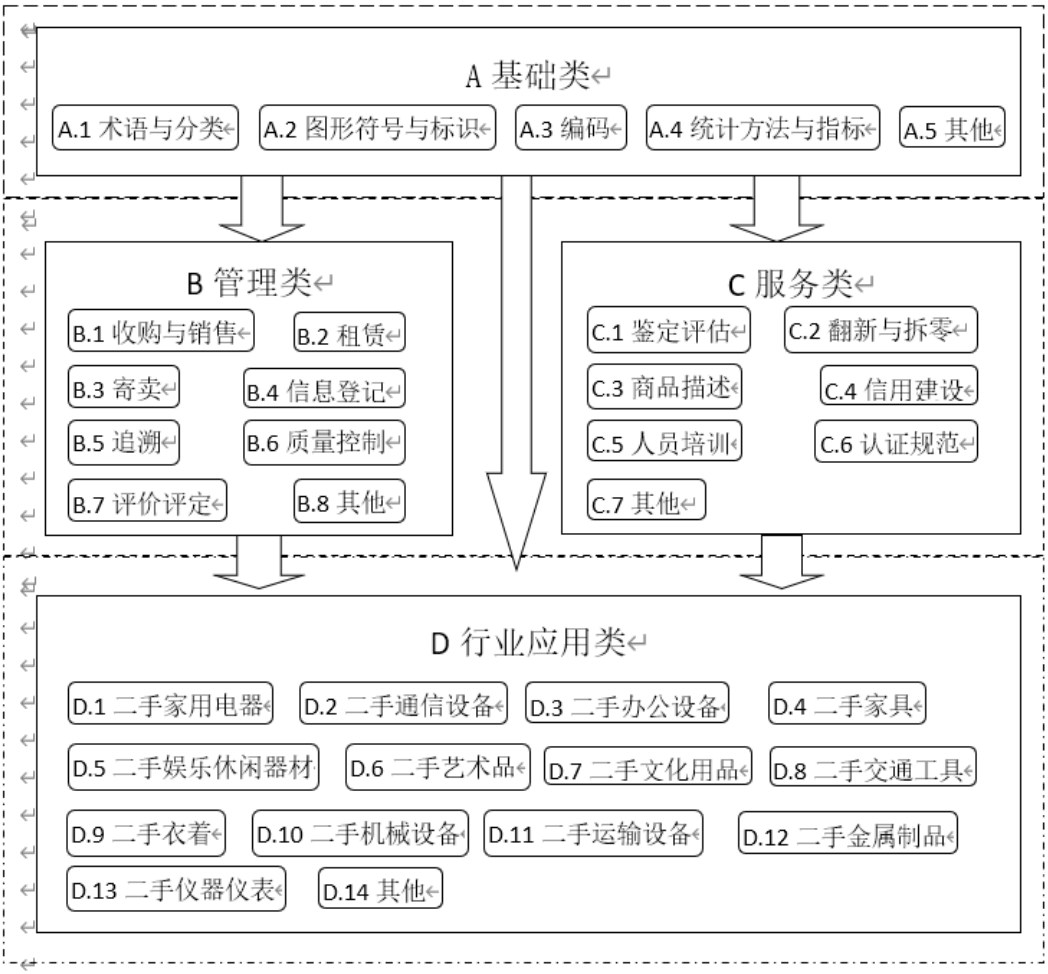
图 5 买卖旧货渠道情况



五、标准建设步伐加快

目前，旧货流通标准体系涵盖已发布实施标准、在研编制标准以及拟立项标准总计超过 30 个项目。以国家标准、行业标准为主，团体标准为辅的旧货流通标准体系框架得到进一步完善(见图 4)。2023 年，《二手货（旧货）术语》等 3 项行业标准已完成起草，正在审查报批。《二手货（旧货）鉴定机构能力基本要求》《二手（旧）办公家具流通技术要求》等一批由企业牵头研制的团体标准，推动专项业务领域标准先行。北京转转精神科技有限责任公司、广州乐人回收乐器有限公司入围 2023 年度企业标准“领跑者”名单。

图 6 旧货流通标准体系框架图



六、人才队伍持续优化

2005 年，商务部、原劳动保障部印发了《关于在旧货行业推行鉴定估价师职业资格制度的通知》，中国旧货业协会牵头制定了国家职业技能标准和相关培训教材，夯实了行业人才队伍建设的基础。据中国旧货业协会调查，截止 2023 年，有接近 8 万人参加了培训机构的鉴定估价技能培训，同时，从业人员的学历构成发生较大优化，19%的从业人员学历拥有大专及以上学历，与 2017 年相比，有近 10 个百分点的提高。

第二部分 主要业态情况

一、实体市场有待发力

实体旧货市场是发展旧货行业的基础，也是旧货行业最基本的载体。1996 年，原国内贸易部开始旧货调剂试点工作就是以实体旧货市场为基础。实体旧货市场能将经营商户集聚起来经营，不光能提高交易效率、摆脱“信任危机”、缩短交易周期，更能方便行业管理。

我国实体旧货市场特别是亿元以上的大型旧货市场在 2006 和 2007 年有过较快发展，亿元以上旧货市场在 2005 年只有 14 个，2006 年增长了 21 个，到 2007 年发展到 39 个，约是 2005 年亿元以上旧货市场数量的 2.8 倍。旧货市场摊位跟成交额也有了较大的增长。2007 年旧货摊位比 2005 年增长了约 167%。成交额 2006 年约为 213.6 亿，是 2005 年的 4.53 倍。2007 年以后，亿元以上旧货市场呈下滑态势。由图可以看出，除 2009 年有较明显回升外，亿元以上旧货市场、成交额都呈下降趋势，旧货摊位数和营业面积在 2012 年有小幅度增长外，基本上也呈下降趋势。

截止 2022 年年底，全国约有亿以上旧货市场仅有 5 个，比 2021 年减少了 2 个。旧货交易成交额也由 2021 年 67.06 亿降为 14.59 亿，下降了约 78.2%。摊位数 1825 个，比 2021 年减少了 27.2%。

造成实体市场下滑的原因主要是没有相关政策支持，特别大部分地区没有将实体市场纳入城乡规划或商业网点规划，由于没有规划的保障，导致实体市场被随意拆迁，大部分地区拆迁不给补偿经营场地，稳定的实体流通秩序遭到严重破坏，相应的监督管理也陷入无从入手的困境。

表 1　2004——2022 年我国亿元以上实体旧货市场基本情况

年份	亿元以上旧货市场数量(个)	摊位数(百个)	营业面积(万平方米)	成交额(亿元)
2004	14	59.87	28.6	41.9
2005	14	51.33	26.5	47.2
2006	35	136.99	110.1	213.6
2007	39	137.09	116.9	202.8
2008	22	87.39	78.4	75.4
2009	25	85.64	56.7	140
2010	21	81.55	42.2	136.1
2011	20	81.61	37.1	86.4
2012	21	98.64	43	80.8
2013	20	78.23	38.5	79.1
2014	20	91.06	36.7	83.1
2015	17	81.95	34.3	66.3
2016	13	66.58	25.52	33.31
2017	12	64.61	23.52	31.83
2018	9	52.97	18.68	25.27
2019	8	51.88	16.18	23.23
2020	9	59.06	27.47	51.30
2021	7	25.06	29.40	67.06
2022	5	18.25	8.84	14.59

资料来源：中国统计年鉴

图 7　2004——2022 年亿元以上实体旧货市场数量情况

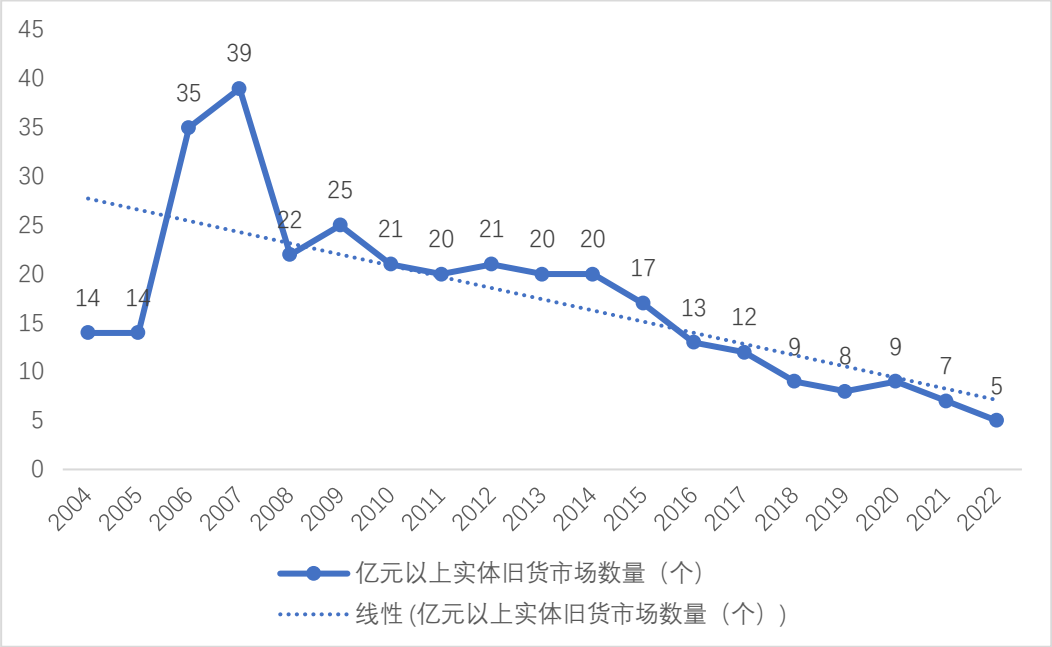
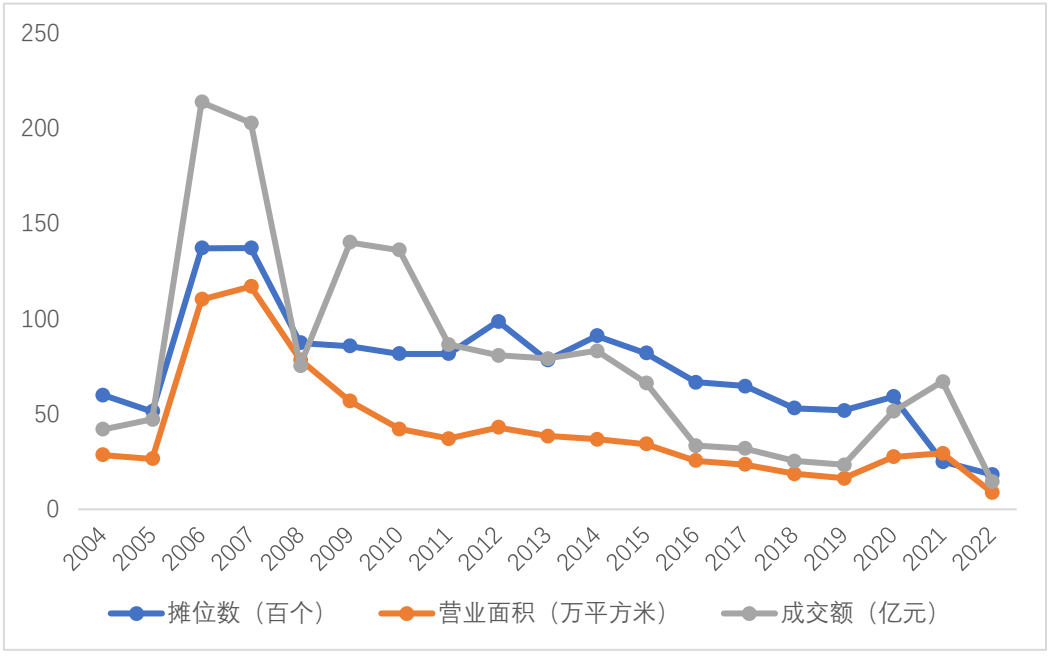


图 8　2004——2022 年亿元以上实体旧货市场基本情况



二、线上市场持续火热

2002 年，孔夫子旧书网上线，以线上成交、线下交易的模式发展，标志着我国迎来了二手线上交易的探索期，此后国内综合类二手交易平台陆续上线。2018 年至 2020 年，二手线上交易进入市场启动阶段，

在 2018 年，线上交易因“虚假伪劣、信息不对称”等问题凸显，使得二手线上企业融资受阻，大量初创型二手线上企业退市，市场进入合并浪朝，2019 年京东旗下二手商品交易平台“拍拍”与“爱回收”合并，开始探索 C2B2C 模式，2020 年，转转与找靓机合并，此后行业内商业模式初步得到认可。2021 年，有关政府部门发布了多项政策，在政策指导下，二手线上交易逐渐规范化、健康化发展，同年 6 月，爱回收正式登陆纽交所上市，线上交易迎来高速发展契机。因此，当前我国二手线上交易正处于高速发展阶段。

从二手线上的商业模式来看，主要可分为 C2C、C2B2C、C2B、B2B、B2C 等五种，其中当前线上交易主要是以 C2C、C2B2C 模式为主。

图 9　线上交易主要商业模式及特点

二手电商商业模式

商业模式	模式特点	代表平台
B2C	企业向个人售卖商品	孔夫子旧书网 找靓机、微拍堂
C2B	个人向企业售卖商品	爱回收
B2B	企业向企业售卖商品	拍机堂 采货侠
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 只二 胖虎科技

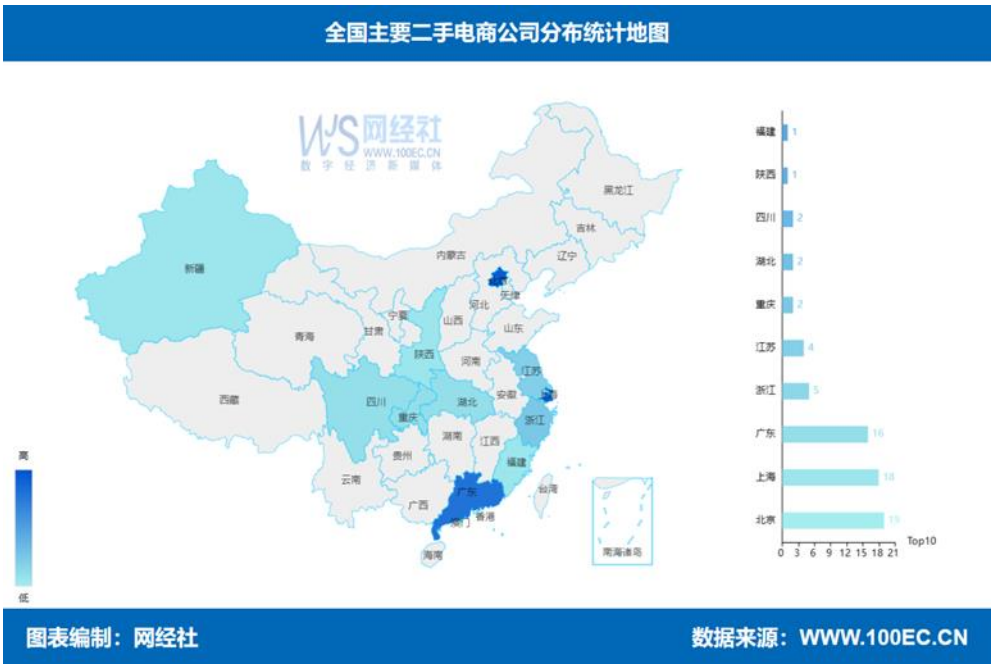
图表编制：网经社　　网址：WWW.100EC.CN

资料来源：网经社　www.100ec.cn

二手电商主要为专注于二手商品交易的电商平台，交易形式有

二手买卖、二手置换、二手回收等。据网经社（www.100ec.cn）资料显示，主要二手电商公司有 70 多家，其中有 19 家分布在北京，上海有 18 家，广东 16 家，浙江 5 家，江苏 4 家，湖北、重庆、四川各两家，陕西、福建各 1 家。

图 10 线上头部企业分布地图



资料来源：网经社 www.100ec.cn

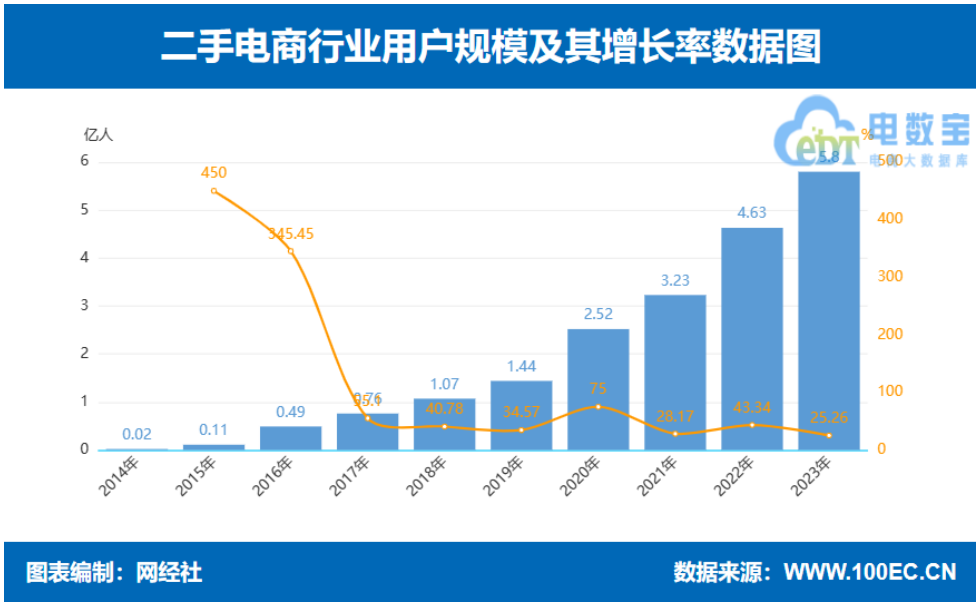
目前知名二手电商有：1）综合类：闲鱼、转转等；2）电子产品类：找靓机、爱回收等；3）奢侈品类：红布林、只二、妃鱼等；4）二手书类：孔夫子旧书网、阅邻等。

图 11　2023 年二手电商产业图谱

资料来源：网经社　www.100ec.cn

据“电数宝”（DATA.100EC.CN）电商大数据库显示，2023 年二手电商用户规模为 5.8 亿人，同比增长 25.26%。

图 12　线上二手用户规模情况

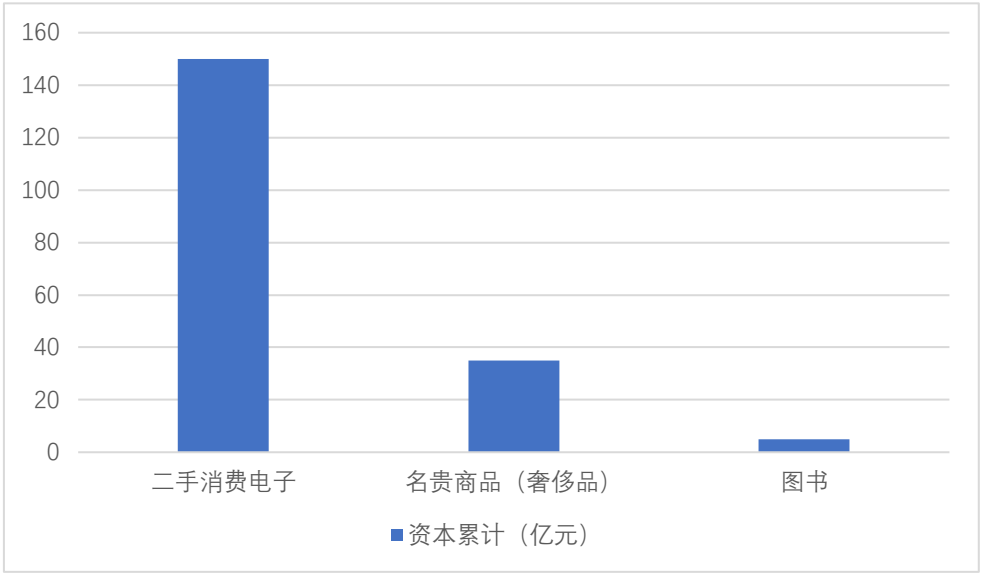


资料来源：电数宝 data.100ec.cn

二手线上交易的活跃，也受到资本的青睐。据 IT 桔子（www.itjuzi.com）估算，截止 2023 年 7 月，二手消费电子领域资

本累计投入 150 亿元、名贵商品（奢侈品）领域 35 亿元、图书领域 5 亿元。

图 13　资本累计投入情况



资料来源：IT 桔子　www.itjuzi.com

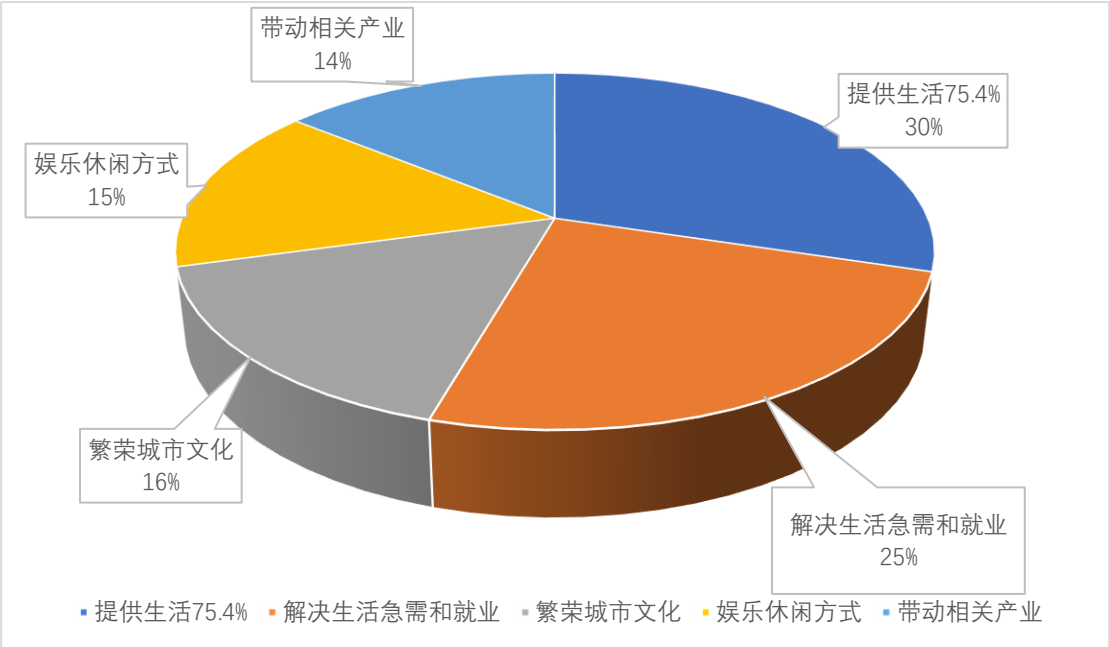
三、跳蚤市场活力十足

近些年，居民社区、大中专院校自主开办跳蚤市场逐渐成为了一种风气。社区跳蚤市场已全面普及，从大中城市的社区到边远乡镇都有跳蚤市场开办。如：新疆巴音郭楞蒙古自治州尉犁县尉犁镇在 2023 年 5 月份就举办“邻里”跳蚤市场。大中专院校跳蚤市场都已建立，其规模动辄上千平米，且有日渐扩大的趋势。如，厦门大学的大学城跳蚤市场，每周均有近千商家及四万余名买家光顾，每周成交额达数百万元。不管是校园还是社区跳蚤市场都具有：交易流程简单（即时性）、目标消费群体清晰（老师、学生、同一社区人员）、环保节约等特点。

据调查，98%的人支持开展跳蚤市场活动。75.4%认为跳蚤市场可

以为生活提供便利，62.6%的人认为跳蚤市场可以解决一些困难人群的生活急需和就业问题，41.1%的人认为跳蚤市场的繁荣是城市文化不可或缺的一部分，38.5%的人认为逛跳蚤市场是种娱乐休闲方式，35.8%的人认为跳蚤市场可以带动相关行业的发展。

图 14　居民对跳蚤市场的认知情况



四、实体零售商店增长积极

实体零售商店包括寄卖店的发展情况呈现出积极增长的态势，成为新亮点，并且具有广阔的发展前景。据相关数据显示，截止到 2023 年年底，全国共有 30 多万家从事旧货零售和寄卖的实体商店。实体商店主要以经营二手名贵商品为主。实体商店的优势在于能够给消费者提供直观的购物体验，降低网络购物的风险，并提供售后服务，增加了消费者的信任度。实体商店一般都开在城市比较繁华的区域，经营面积一般为 2、3 间门面房，通过装修、陈列等手段提升自身形象，

吸引消费者光顾。近几年，头部线上平台，如万物新生、转转、闲鱼等都在积极布局实体商店或在商业综合体内设点。

五、社交媒体和本地生活服务平台崭露头角

社交媒体上的二手交易圈也形成了独特的交易生态。用户通过微信、微博、小红书等社交平台发布二手商品信息，并与潜在买家进行直接沟通。这种交易方式具有用户活跃度高、交易频率快的特点，特别适合小件商品或急需出手的物品。同时，社交媒体上的交易还带有一定的社交属性，用户之间可以分享交易经验，增强了交易的信任感。

本地生活服务平台也是二手商品流通的重要渠道。这些平台通常具备地域性强、服务内容丰富的特点，能够为用户提供更加贴近生活的二手交易服务。例如，通过本地生活服务平台的二手市场，用户可以方便地找到附近的二手商品信息，并进行线下交易或取货。此外，一些平台还提供上门回收、估价等增值服务，进一步提升了用户体验。

第三部分 趋势发展展望

一、服务能力持续得到提高

旧货经营企业特别是头部企业将进一步推进实体网点建设，加快融入以多种业态集聚形成的城市各种商圈，加快构建包括仓储、展示在内的大区域中心。同时，创建以数字化为支撑的服务模式，加快收购（回收）、分销流程及服务迭代升级，增强对出售者、分销商、消费者的全场景市场服务能力，提升产业链效率。推进精准收购(回收)、精心服务和精细管理。

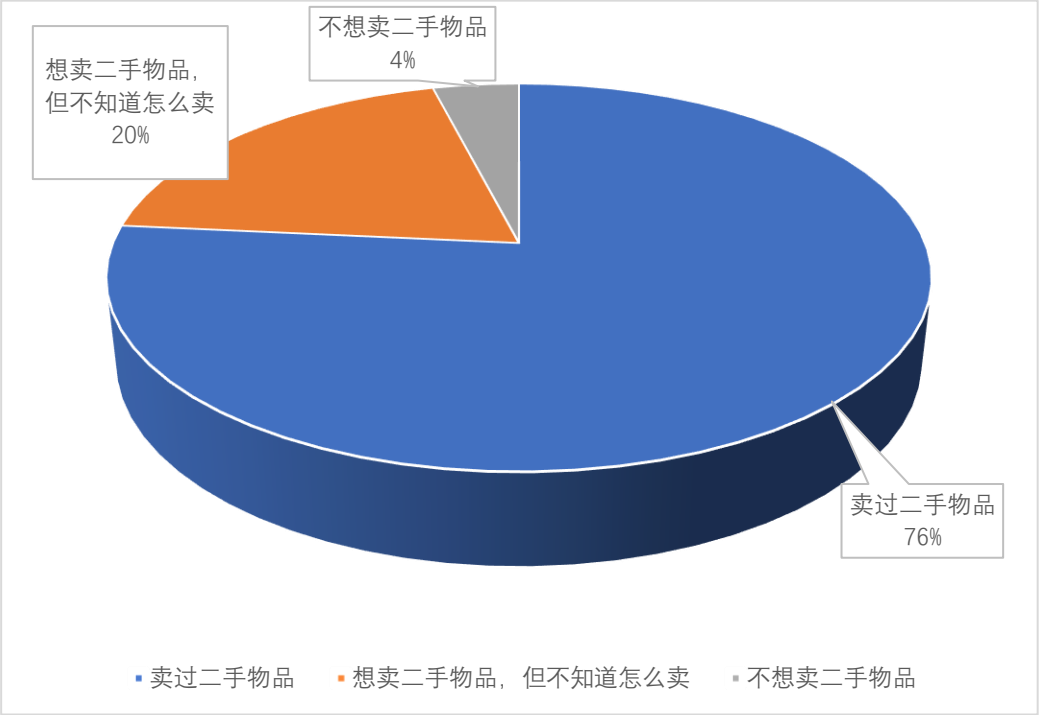
行业集中度将进一步得到提升，规模经营优势也将得到进一步体现。头部企业将开始进入连锁经营时代，推进加盟业务。企业规模持续大，给予出售者、购买者更多信任，客户更多，旧货品类更齐全，辐射面和触角也更宽、更广。

二、旧货上游来源更加丰富

旧货行业大多是由供给决定市场——需要经营者从居民家庭和个人手中收购足够多的货源，消费者才能随意挑选。在我国人均 GDP 突破 8000 美元后，旧货货源的上游——新产品零售业进一步爆发，无论是相对理性消费还是相对冲动消费，“买买买”都成了消费的常态。产品更新换代频率加快；技术进步、产品使用生命周期明显延长

等，使得居民家庭和个人手中的二手物品累积大量增长，处理手中二手物品的意愿也在不断的增强。据中国旧货业协会调查显示，97.2%的居民家庭和人有二手物品。76.5%的人卖过二手物品；19.5%的人想卖掉二手物品，但不知道怎么卖；也有 4.1%的人表示不想卖。

图 15 出售二手物品意愿情况



三、多业态多模式协同发展

面向消费者需求渠道的多样化，行业企业的经营业态、模式创新提速，多元化发展趋势明显。线上企业依托数字化营销，将用户聚集，线下开设实体体验店，供消费者购买前真实体验及售后维护保养等，弥补了线上交易缺少的感知体验和信任感。实体市场通过建立微信群、开发小程序等方式，为线下二手交易“牵线搭桥”，分享交易体验，弥补了线下交易触角少、获客不足等情况。经营企业除传统的“购、

销”模式外，更多采用寄卖、拍卖等模式进一步拓宽经营方式。同时，探索私域电商、社交电商等新兴特色模式与行业的融合发展。

四、先进技术应用全面提速

“互联网+”的快速发展，对传统旧货提出新挑战。供应链管理技术将持续提升旧货行业从回收（收购）到最终销售全过程信息化管控能力和智能化、透明化、专业化运营水平，推动优化旧货交易管理体系。

人工智能和大数据等技术将提升旧货交易鉴定的效率和透明度，让出售者、经营者和消费者都能够受益。通过人工智能和大数据等技术可以精确估算出旧货的质量、价值、真伪，减少交易中的欺诈和误解；还可以精确地向消费者推荐最匹配的旧货，提高成交率和减少交易成本。

五、跨界融合发展初见成效

旧货行业提供的二手商品往往富有历史和独特的故事背景，正因如此，它与怀旧文化、复古艺术的结合成为发展趋势。怀旧文化、复古艺术的影响力将推动旧货行业中独特的商品如：二手书、衣物、收藏品、艺术品等热销，并为旧货行业带来更多的商机和发展空间。

六、海外市场开拓取得突破

早在本世纪初，我国沿边、沿海地区的一些旧货经营者开始进行小规模的旧货出口贸易活动，把二手商品和积压的生活、生产资料以

销售或易货的形式与周边的发展中国家进行交易，如老挝、缅甸、俄罗斯等。旧货出口贸易符合旧货在不同消费层次之间、经济发达地区和经济不发达地区流动的一般规律。2019 年，我国出台了促进二手车出口的政策，给旧货出口带来了积极的影响，部分行业头部企业开始试水二手衣物、手机、箱包、机械设备等旧货的出口，虽然还处在探索期，但已经取得了不斐的成绩。旧货出口的发展，将打通国内的“堰塞湖”，释放人们对品质更好的新商品的需求，不仅增加了商品需求总量，还可以推动消费结构升级。

七、二手电商政策将日趋完善

二手电商经历几大发展阶段，分别为：探索期（2002-2013 年）、启动期（2014-2018 年）、冷静期（2018-2020 年）、高速发展期（2021 年至今）。二手电商在发展过程中出现行业虚假伪劣、信息不对称等经营痛点，出现行业规范问题、融资环境的挑战，二手电商平台们面临拓展业务边界与转型升级的压力。

图 16 2016——2023 二手电商行业相关政策

2016-2023年中国二手电商行业相关政策

时间	政策名称	内容
2016年1月	《“互联网+”资源循环行动方案》	推动互联网与生态文明建设深度融合，完善污染物监测及信息发布系统。充分发挥互联网在逆向物流回收体系中的平台作用，提高再生资源交易利用的便捷化、互动化、透明化，促进生产生活方式绿色化。
2018年6月	《网络交易违法失信惩戒暂行办法》	工商行政管理部门对违反工商行政管理法律、行政法规和规章，侵害消费者和其他网络商品经营者、有关服务经营者合法权益，破坏网络市场秩序，损害社会公共利益的网络商品经营者、有关服务经营者，视其违法失信行为的情节严重程度，分别采取公示违法信息、发布消费警示等惩戒措施。
2019年6月	《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019年-2020年)》	畅通资源循环利用，构建绿色产业生态，加强老旧产品报废管理，落实生产者责任，完善回收网络体系，规范梯级利用、回收拆解、资源化利用和无害化处置，壮大回收拆解领域市场主体实力，畅通全生命周期资源循环，提高利用效率。
2021年2月	《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》	提出要加强再生资源回收利用、促进绿色产品消费。鼓励企业采用现代信息技术实现废物回收线上与线下有机结合，培育新型商业模式，打造龙头企业，提升行业整体竞争力，同时推动电商平台设立绿色产品销售专区。
2021年7月	《“十四五”循环经济发展规划》	提出要规范发展二手商品市场，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；并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。
2021年10月	《2030年前碳达峰行动方案》	推行“互联网+”回收模式，实现再生资源应收尽收；大力发展绿色消费，推广绿色低碳产品。
2022年1月	《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1月	《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。
2022年3月	《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》	消费者在二手商品网络交易平台购买商品受到损害，人民法院综合销售者出售商品的性质、来源、数量、价格、频率、是否有其他销售渠道、收入等情况，能够认定销售者系从事商业经营活动，消费者主张销售者依据消费者权益保护法承担经营者责任的，人民法院应予支持。

图表编制：网经社　　数据来源：WWW.100EC.CN

资料来源：网经社　www.100ec.cn

在政策层面，政府及相关监管机构积极行动，针对二手电商行业的特性，出台了一系列细化、更具针对性的政策措施。这些政策不仅明确了平台企业的运营规范，包括商品信息发布标准、交易流程管理、售后服务保障等方面，还进一步细化了平台企业的责任边界与责任范围。具体而言，平台需承担起对入驻商家资质审核、商品质量监控、消费者权益保护、数据信息安全等关键环节的责任，确保交易的真实、合法、公平与透明。这意味着，当消费者在二手电商平台上遇到假冒伪劣商品、虚假宣传、交易欺诈等问题时，能够获得有效的维权途径，而违规者则将面临法律制裁和市场淘汰。