

中国闲置高端消费品零售行业研究报告

©2021.11 iResearch Inc.



闲置高端消费品零售行业围绕闲置高端消费品展开，行业驱动因素分为以下四方面：1) **政府端**：政府出台政策推动绿色消费和循环经济发展；2) **消费者端**：消费者代际转换带来新的消费动能，新一代消费群体追求更优的生活水平，且更为拥抱数字化渠道；3) **市场端**：过往几年，随着中国居民消费能力提升和高端消费品品牌不断进入，中国高端消费品市场发展迅速，为闲置高端消费品零售行业提供市场基础；4) **企业端**：基于循环经济理论的闲置交易企业在国内落地，垂直于闲置高端消费品的企业不断壮大推动了供需之间的有效匹配。



闲置高端消费品零售行业发展至今，经历了3个显著阶段。以电商为核心的闲置高端消费品电商一改过往传统线下门店回收商规模效应弱的劣势，但电商的图文形式制约了消费者的兴趣转化路径。2018年伴随直播形式兴起，直播业态在行业内的快速渗透，促使**闲置高端消费品综合零售商**兴起。一方面由于直播电商与高端消费品本身的天然匹配；另一方面，闲置高端消费品综合零售商融合了电商的规模性和线下门店的信任基础的优势，拉动了行业的快速发展。艾瑞测算，2020年，闲置高端消费品零售行业市场规模超过500亿元，预计2025年，超过2000亿元，年复合增速为32.5%。



闲置高端消费品零售行业按照**商业模式**可分为：C2C、B2C、C2B和C2B2C。其中，C2B2C的模式，通过为闲置高端消费品买卖双方提供鉴定、定价、维修保养、物流配送等服务，提高自身作为渠道品牌在两端消费者中的渠道价值和品牌认知。**闲置高端消费品零售行业**按照**业务模式**可分为寄卖制和回收制。寄卖制和回收制对于闲置高端消费品零售商而言，需要平衡其在自身业务中的结构。



闲置高端消费品零售行业持续受益于循环消费理念在消费者群体中的普及，一方面闲置高端消费品的市场存量扩大；另一方面，消费者闲置交易意愿度提高会提升闲置高端消费品交易频次，闲置高端消费品零售行业市场空间会进一步扩大。闲置高端消费品零售商基于自身对于非标品的运营经验和能力优势，可以扩展业务品类到标品消费品中，提升自身盈利能力。

中国闲置高端消费品零售行业驱动因素

1

中国闲置高端消费品零售行业发展现状

2

闲置高端消费品零售行业业务新特征

3

典型闲置高端消费品零售企业

4

中国闲置高端消费品零售行业未来趋势

5

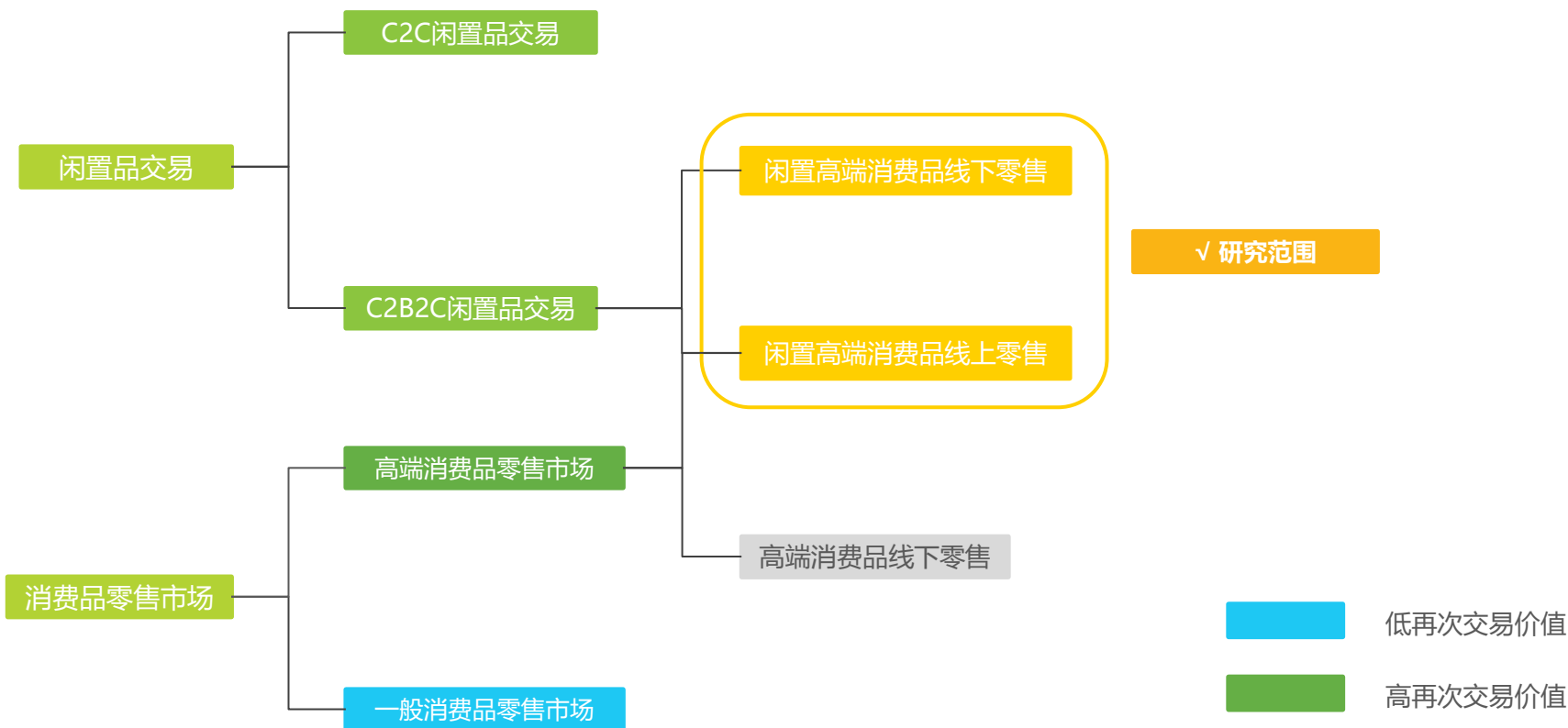
概念及范畴

高端消费品：指一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特需求特征和产品稀缺等特点的消费品。其包含贵重首饰、珠宝、名牌手表、高档服装、包等消费品。

闲置高端消费品：指消费者购买后，具备强再次交易价值的高端消费品。

高端消费品零售：指向最终消费者个人或社会集团出售高端消费品及相关服务，以供其最终消费用途的活动。其以一级单向和二级双向零售为核心业务模式，以高端消费品为核心品类。

行业研究框架及研究范畴



来源：武雅斌、甄志宏《高端消费品境内外市场销售价格差异的成因分析》，宏观经济学研究。

闲置高端消费品零售行业驱动因素分析 iResearch 艾瑞咨询

内外部环境多方发力，闲置高端消费品零售行业发展进入快车道

闲置高端消费品零售行业的持续发展获益于内外环境因素的多方发力。从多方视角来看：1、消费者的代际转变带来新的消费特征；2、市场整体来看，高端消费市场提供广阔存量基础；3、企业发力闲置交易生态跨入高端消费品；4、政府推动循环经济和绿色消费同向而行。多方加码的良好宏观背景下，闲置高端消费品零售行业发展进入快车道。

闲置高端消费品零售行业驱动因素分析

1

政府：循环经济和绿色消费同向而行

- 可持续发展成为国家战略，政府发布政策**推动循环经济发展**，并**明确鼓励互联网+二手模式发展**
- 低碳经济受到政府关注，政府出台政策**引导绿色消费**，并对**闲置资源交易**的良好向上发展提供支持

4

企业：闲置交易生态跨入高端消费品

- 循环经济理论由国外传向国内，一部分基于循环经济理论而衍生的闲置交易平台快速发展
- 伴随国内闲置交易生态的持续完善，**垂直于闲置高端消费品的玩家产生并迅速壮大**



2

消费者：代际转变带来新的消费特征

- 新一代消费群体植根于数字经济的土壤，其**消费路径各环节的数字化程度持续提升**
- 新型消费者对于生活质量的追求愈发强烈，**80后、90后成为高端消费品购买主力**，高端消费品成为消费符号

3

市场：高端消费市场提供广阔存量基础

- 闲置高端消费品的**供给来源于高端消费品的新品交易市场**。获益于国民收入水平提升和高端消费品市场教育普及，高端消费品市场快速发展，这为闲置高端消费品零售提供巨大的存量基础

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

5

闲置高端消费品零售行业驱动因素分析

政策端：支持循环经济发展的系列政策出台，闲置品零售获得政策红利

过往粗放无序的生产活动在拉动我国经济增长、提高人民生活水平的同时，也带来商品冗余与资源浪费，在消费端的反映为奢侈消费、过度消费等现象的大量存在。因此，政府出台支持绿色消费、循环经济的系列政策，引导理性消费方式。闲置资源零售作为绿色消费和循环经济的典型示范，获得了政策红利。未来，随着绿色发展、可持续发展理念不断渗透，闲置高端消费品零售将持续获得政府关注。

闲置高端消费品零售行业政策梳理

序号	政策名称	发布部门	发布时间	政策内容
1	《关于促进绿色消费的指导意见》	国家发展改革委员会	2016.4	鼓励 个人闲置资源有效利用 ，有序发展网络预约拼车、自有车辆租赁、民宿出租、旧物交换利用等，创新监管方式，完善信用体系。
2	《循环发展引领行动》	国家发展改革委员会	2017.5	探索闲置房屋、闲置车辆、 闲置物品的分享使用方式和分时租赁的新型商业业态 。 鼓励专业分享平台建设 ，完善信息安全保障措施和信用评价机制，实现分享商品、信息、服务的在线交易。
3	《关于促进分享经济发展的指导性意见》	国家发展改革委员会	2017.7	支持和引导各类市场主体积极探索 分享经济新业态新模式 。
4	《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》	国务院	2021.2	促进商贸企业绿色升级，培育一批绿色流通主体。有序发展出行、住宿等领域共享经济， 规范发展闲置资源交易 。
5	《十四五循环经济发展规划》	国家发展改革委员会	2021.7	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 。

来源：商务部、国家发展改革委网站，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

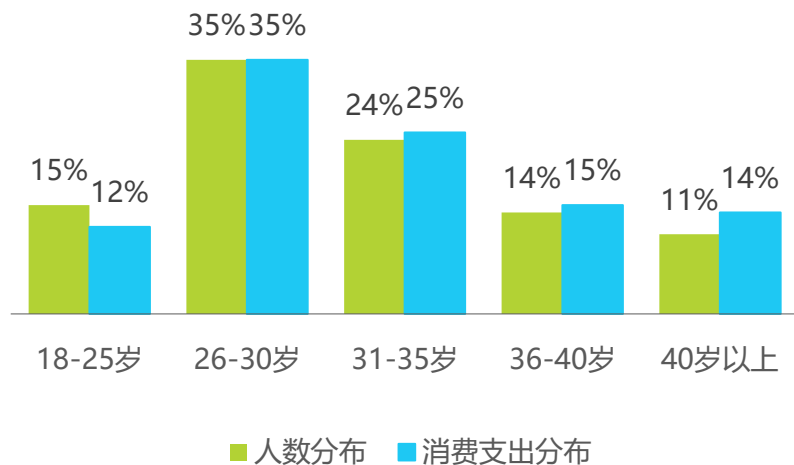
闲置高端消费品零售行业驱动因素分析 iResearch 艾瑞咨询

消费群体端：80后、90后消费者成为中国奢侈品消费市场主力，奢侈品消费成为他们的一种生活方式

受益于中国经济快速发展带来的中国消费者购买实力增强，奢侈品消费壁垒被打破，由过去专属于特定人群购买的商品向国民商品转变，中国奢侈品消费者规模扩大。随着80后、90后消费者逐渐掌握消费能力，奢侈品消费群体年轻化趋势显现，《2020年奢侈品消费者调研》中，30岁以下奢侈品消费者占比达到50%，较2019年提升2%，他们的消费贡献接近半数，达到47%。年轻消费者将奢侈品消费作为一种品质生活方式和自身对时尚态度的表达，据贝恩《2020年中国奢侈品市场》调研，Z世代消费者（出生于1995年至2009年的消费者）相较其他年龄层消费者，更为重视追求时尚。对奢侈品消费接受态度良好的年轻消费群体为中国奢侈品消费带来新的消费增长动力。

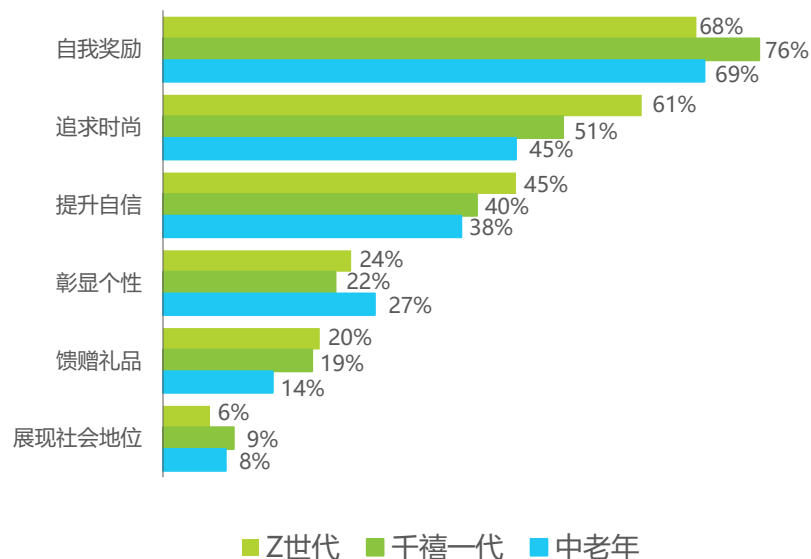
2020年4-7月奢侈品消费者年龄分布和

消费支出分布分析



来源：BCG、TMI腾讯营销洞察《2020年奢侈品消费者调研》，艾瑞咨询研究院自主绘制。

消费者购买奢侈品的目的分析



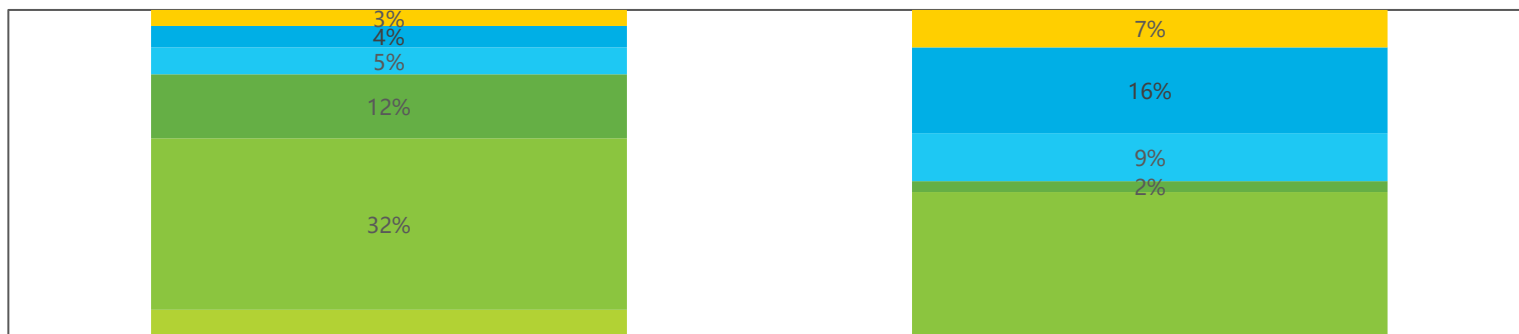
来源：贝恩、天猫《2020年中国奢侈品市场：势不可挡》，艾瑞咨询研究院自主绘制。

闲置高端消费品零售行业驱动因素分析 iResearch 艾瑞咨询

消费行为端：新一代消费者具有较高数字化程度，习惯通过数字渠道完成资讯搜集到交易达成全流程

新一代消费者，特别是Z时代消费者自出生便紧紧拥抱互联网，他们具有很高的数字消费意识和很好的数字消费能力。据贝恩调研，接近全部（占比95%）的Z世代奢侈品消费者通过线上渠道完成奢侈品相关资讯的搜集，而反观中老年消费者仍有24%的人群通过线下门店去了解奢侈品信息。另一方面，新一代消费者的消费行为植根于网络零售快速发展的时期，因此，他们选择通过线上渠道完成奢侈品消费的比例也较高，据BCG数字，2020年，奢侈品消费线上渠道占比达到33%，较2019年提升21%。

2019年&2020年4月至今的消费者购买渠道分布比较



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_29594

