

——看小众生意如何搅动“大市场”

2021 文玩电商行业洞察报告

Mob研究院出品

2021年3月

©2021 MobTech. All rights reserved.

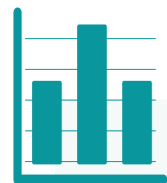


核心观点



文玩电商尚处于草莽初起时代

在直播和鉴定的加持下，文玩电商平台相继诞生，用户规模突破1千万，但市场依旧处于跑马圈地期，马太效应尚未形成



文玩加速“破圈”，年轻玩家袭来

文玩电商用户以男性为主，占比超九成；年龄结构“两头小中间大”，85后、90后年轻群体加速崛起；文玩圈多金，玩家车房齐全



玩物得志、微拍堂、天天鉴宝突围

玩物得志高举高打，用户规模首屈一指；微拍堂为行业先行者，以工具起家；天天鉴宝异军突起，品牌“护城河”深



全方位服务平台大势所趋

未来，文玩电商企业业务边界不断扩展，形成“交易+鉴定+社区+文化输出”为一体的全方位服务平台

目录

CONTENTS

1

文玩电商的起源与发展

2

文玩电商“玩家”大揭秘

3

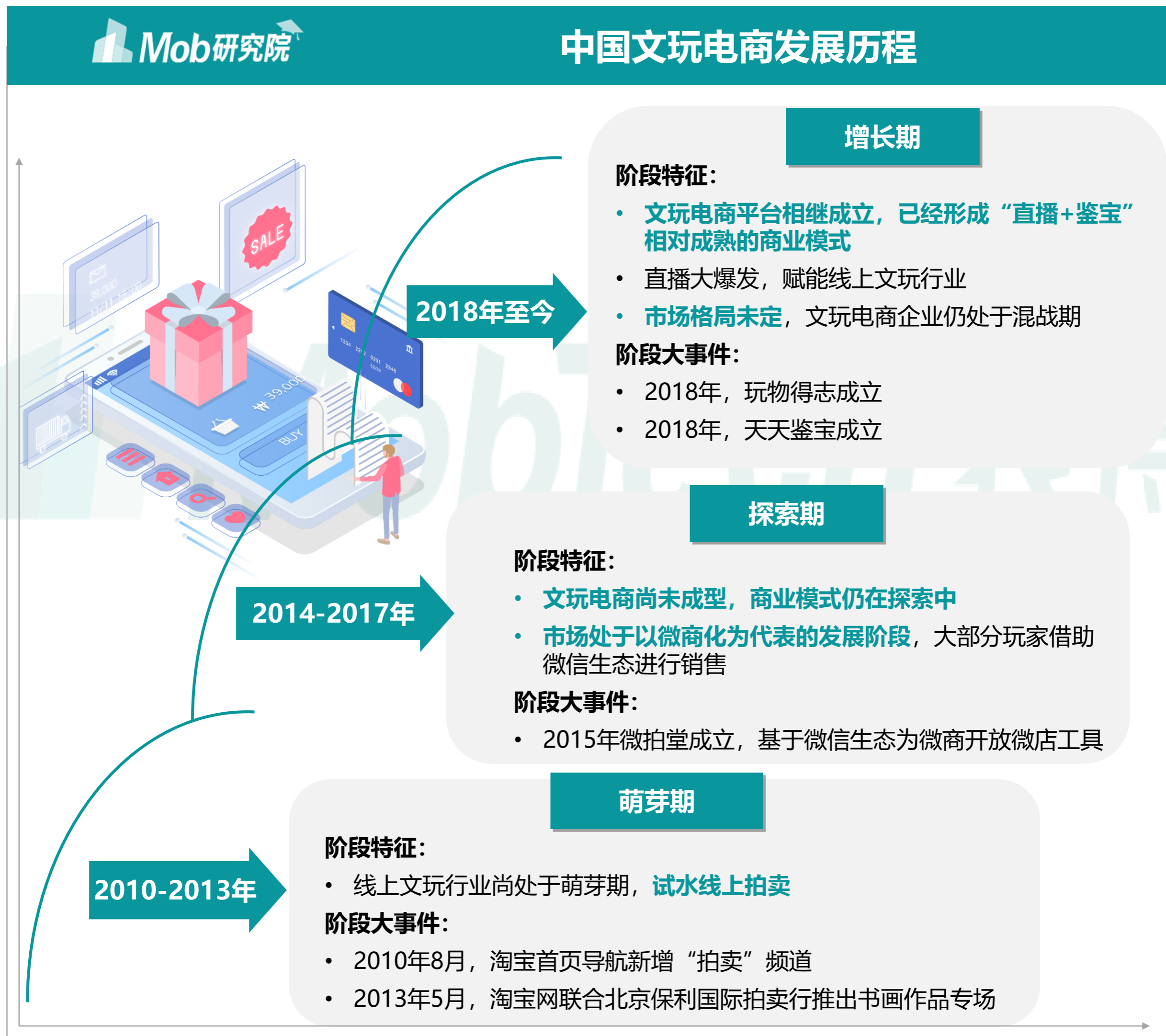
文玩电商头部企业大起底

4

文玩电商未来趋势预判

发展历程：从上下求索到初现芳华

2018年以前，微商占据主流，文玩电商尚未成型；18年之后，GMV和融资额比翼齐飞，平台相继诞生，但市场仍处于草莽期



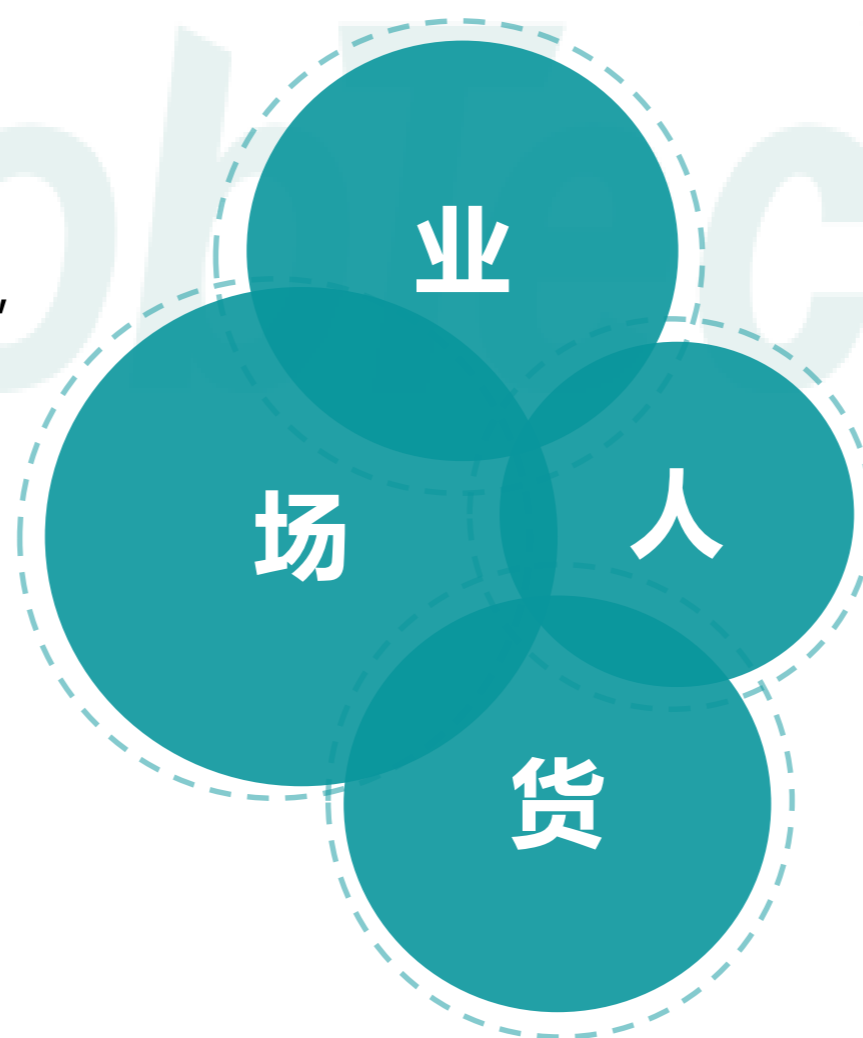
兴起契机：内外驱动，蓄势待发

从内部看，传统线下文玩市场存在诸多痛点，传统电商逻辑不适用；从外部看，直播带货助力，国潮风在年轻圈层中蔓延

中国文玩电商兴起契机

传统线下文玩交易链条经历制造商、批发市场、古玩城、拍卖行等环节。产业复杂，交易链条长，**存在信息不对称，交易成本高等痛点。**

近两年，直播带货风头正劲，让许多曾经被互联网拒之门外的商家、用户参与进来。**借助直播的打法，文玩电商也迎来了井喷式增长。**



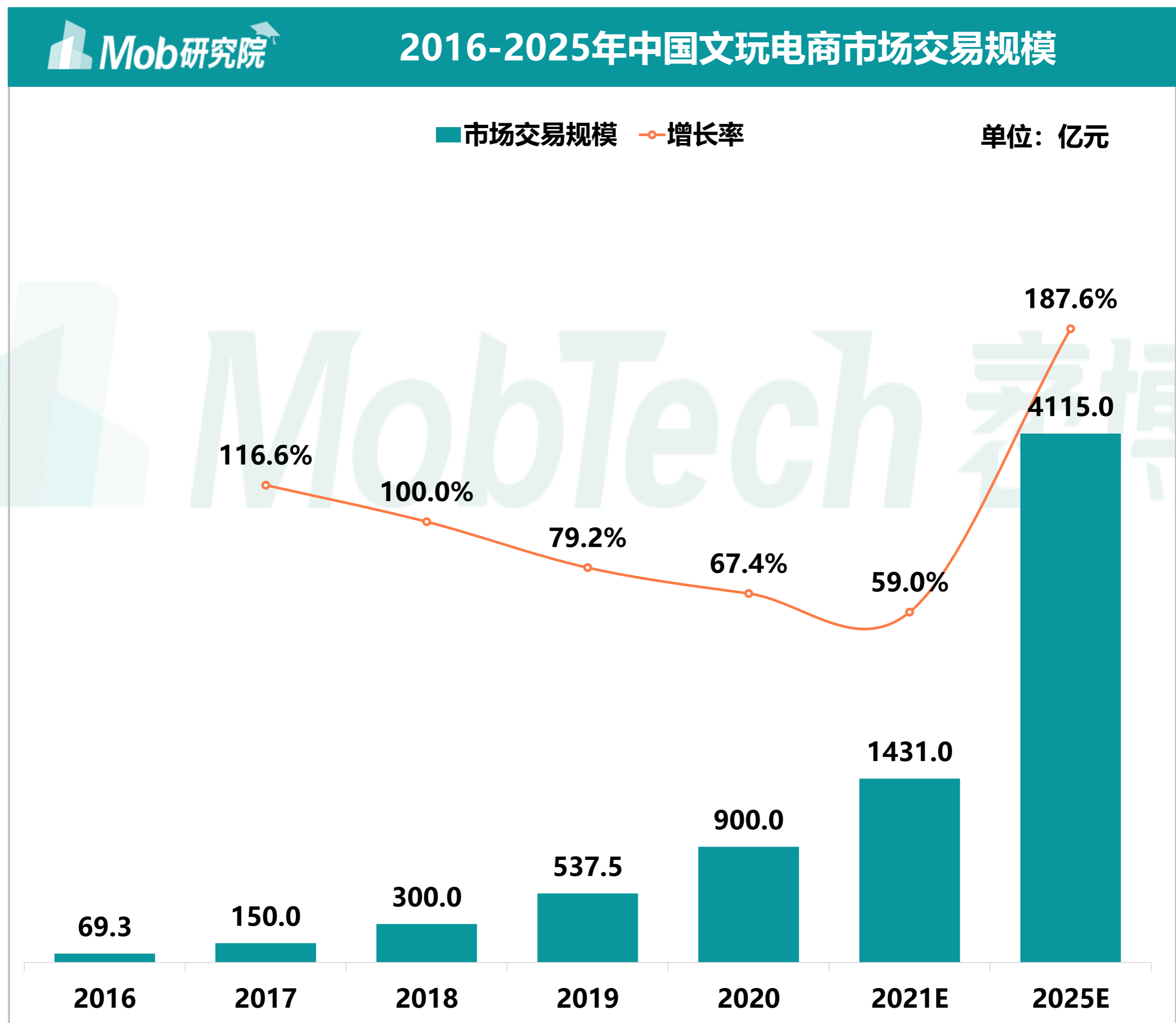
90后、95后等年轻圈层兴起，并且国风国潮文化在年轻群体中蔓延。**文玩市场也在谋求“破圈”，吸纳更多年轻人。**

文玩商品为典型的非标品，无法复制和批量生产，需要线上平台为其提供更多的个性化服务。传统电商的逻辑不适用，垂直电商更有优势。



交易规模：预计2021年突破1000亿元

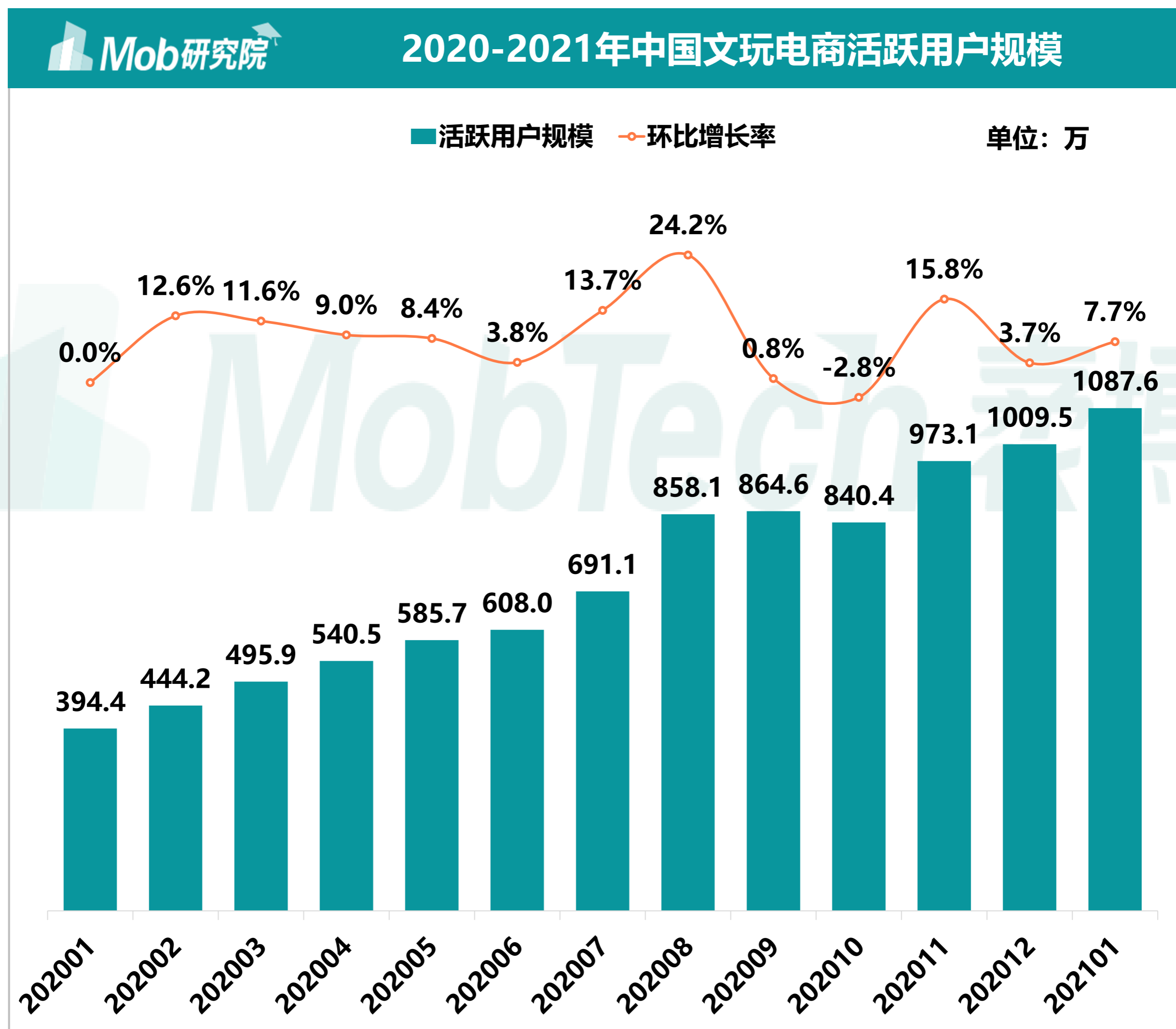
现阶段，文玩电商尚处于增长期，文玩市场线上化渗透率不足10%，预计2021年文玩电商交易规模将突破1000亿元



注：文玩电商市场交易规模仅包含垂直文玩电商平台交易规模，不包括抖音、快手、淘宝等其他渠道数据
Source：Mob研究院根据自有模型测算

用户规模：阶梯式上升，突破一千万

文玩电商活跃用户规模呈现“阶梯式”上升趋势，截止2020年12月底，整体规模突破1000万大关，未来仍将持续增长



产品类别：涵盖八大类，泛国风化

文玩电商产品广泛，从传统的玉石珠宝到茶叶名酒，以其特有的文化属性和收藏价值流传于世，并且呈现泛国风化趋势

中国文玩电商产品分类

书画篆刻

国画、书法、印石章料、篆刻、信札、西画.....



玉翠珠宝

和田玉、翡翠、绿松石、琥珀蜜蜡、南红.....



工艺作品

国风服饰、铜铁锡器、石雕、石器、工艺刀剑、竹雕扇子.....



紫砂陶瓷

紫砂、古瓷器、当代瓷、陶器、海外瓷、建盏.....



茶酒滋补

普洱茶、中国名酒、白茶、绿茶、岩茶、其他茶叶.....



木雕盘玩

沉香、菩提珠串、木质珠串、小叶紫檀、海黄、文玩核桃、木雕、降真香.....



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_38045

