

更迭换代加速，手机交易环节解析

——二手手机行业研究报告



报告摘要

■ 二手行业是指消费者用出售、购买、租赁和交换的方式处理、交易闲置物品和服务，获得精神上或者经济上的收益。

- 存量经济背景下，消费需求愈发多样性，二手经济获得快速发展。大量消费以满足个人生活成就感成为了电商时代主导的群体消费观。闲置物品的增加和常用商品的老化就成为了潜在的巨大蓝海。
- 二手行业下的交易方式主要以B2C和C2C模式为主，**C2C延伸出的C2B2C模式及服务日益扮演更重要的角色，平台从用户端收取物品，而后完成物品审核等，平台上买家和卖家身份互相转换，形成循环体系。**
- 从二手交易的品类来看，手机等3C数码、图书音像产品、珠宝首饰、母婴产品、游戏交易等品类都是二手经济覆盖的交易品类。二手手机是二手交易中最大的品类之一，线上化率逐年提升，交易规模逐年增高。
- 二手手机在二手经济下的增速驱动力，**主要分为手机更新换代速度快、手机品牌战略差异化、修复时间成本高三个驱动力。**

■ 二手手机行业中，综合性平台、垂直类平台相继布局，市场竞争激烈。二手手机交易类型细分为手机出售/购买、手机回收、手机验机、手机维修和租赁等业务。

- 传统二手手机行业普遍存在信息不透明、质量难以保障等痛点，转转等平台提供的验机、质保等服务，提升了用户对二手手机交易的信任度。
- 验机环节中的质检环节，一般是由用户在官网输入手机型号和损耗情况之后即可得出结果，但实际验机过程，需要对手机外观进行细致的外观、成色、功能等内容进行检查。

目录 Contents

一、二手手机行业概况

- 1.1 二手行业的兴起与发展
- 1.2 二手行业概念及定义
- 1.3 二手行业分类及红海
- 1.4 二手手机发展与模式
- 1.5 二手手机驱动力分析
- 1.6 二手手机行业资本

二、交易分析及痛点分析

- 2.1 二手手机出售及购买
- 2.2 二手手机回收分析
- 2.3 二手手机验机服务分析
- 2.4 二手手机的交易痛点

三、二手手机产业链及典型案例分析

- 3.1 二手手机产业图谱
- 3.2 二手手机案例分析
 - 转转（综合性二手交易平台）
 - 爱回收（专业回收平台）
 - 闪修侠（手机维修）

四、二手手机行业未来趋势及展望

- 4.1 二手手机未来趋势及展望

CHAPTER 1

二手行业综述

- 二手行业概念及定义
- 二手行业的兴起与发展
- 二手行业分类及红海
- 二手手机发展与模式
- 二手手机驱动力分析
- 二手手机行业资本

1 二手行业综述与手机

1.1 二手行业的兴起与发展

1.2 二手行业概念及定义

1.3 二手行业分类及红海

1.4 二手手机发展与模式

1.5 二手手机驱动力分析

1.6 二手手机行业资本

二手行业的兴起与发展

存量经济时代闲置物品交易受年轻一代认可度高

- 二手行业在传统业务模式中以线下实体交易为主。交易场所多为大学生跳蚤市场、家属社区等，交易方集中在公益组织或分散的处理闲置物品的个人。
- 在零售时代进化的冲击下，消费水平不再受限于个人收入的分配，大量消费以满足个人生活成就感成为了电商时代主导的群体消费观。闲置物品的增加和常用商品的老化就成为了潜在的巨大蓝海。
- 随着我国逐渐进入**存量经济时代**，**社会闲置物品规模越来越庞大**，以及80后、90后等年轻消费群体对二手物品接受度和认可度的不断提高，我国二手交易市场的消费频率和高收入消费者占比越来越高。二手交易市场的“风口”已经到来，但二手市场在我国相对电商市场还存在行业规范、用户教育成本、用户行为规范等问题，要从二手交易市场占据绝对份额并且获得用户认可，在短期内还需要行业参与者的行业普及和交易结构化。
- 传统的二手市场从二手物品收集到重新进入消费市场，需经过多重环节，从**居民→流动回收商→大回收商→多级分拣商→末端回收商→处理厂/二手市场**。整体二手市场行业面临交易体系不完善、中间环节过剩、信息及价格不透明等多个问题，随着互联网、移动互联网的快速发展，利用信息化优势集中资源，整合劳动力，大幅提高了交易效率，并且直接连接用户，减少中间环节以及营销成本。

1 二手行业综述与手机

1.1 二手行业的兴起与发展

1.2 二手行业概念及定义

1.3 二手行业分类及红海

1.4 二手手机发展与模式

1.5 二手手机驱动力分析

1.6 二手手机行业资本

二手行业概念及定义

分享经济催化二手行业发展，交易模式分类依靠B端企业的角色

- 二手交易是指消费者用出售、购买、租赁、交换等方式处理、交易闲置物品，获得精神上或者经济上的收益。与共享、新租赁经济不同，二手行业下的交易方式完全通过C端个人对闲置资源的分享或转让来进行资源互换。**其中，根据B端企业或平台通过在不同的交易环节提供相应的服务，将二手行业下的交易分为多种模式。**
- 二手交易方式分为线下和线上，随着移动互联网和电商发展，二手交易的线上化率提升，二手电商迎来风口。
- 其中，线上交易方式在B2C模式和C2C模式的发展下延伸出C2B2C模式——**平台从用户端收取物品，而后完成交易物品审核、质检、消毒、重塑等，而后其他用户再来购买，平台上买家和卖家身份可以互相转换，形成循环体系。这一模式大大提高用户的信任程度，整体交易效率也就有所提高。**

C2C模式	优势： 需求匹配，灵活性大，用户之间可进行自由交易买卖。 来自用户的闲置物品供给量与需求量更大，更能满足消费的多样性。
C2B2C模式	优势： 以平台品牌作为保证，用户对隐私数据处理有信心。 经平台专业人员验证、质检或维修的手机可出具第三方权威证明。 减少用户买卖议价成本，提高交易效率。
B2C模式	优势： 以平台品牌为保证，买家对货品真伪与质量较有信心； 面对平台， 卖家的议价能力较弱，平台在定价上更有优势。

1 二手行业综述与手机

1.1 二手行业的兴起与发展

1.2 二手行业概念及定义

1.3 二手行业分类及红海

1.4 二手手机发展与模式

1.5 二手手机驱动力分析

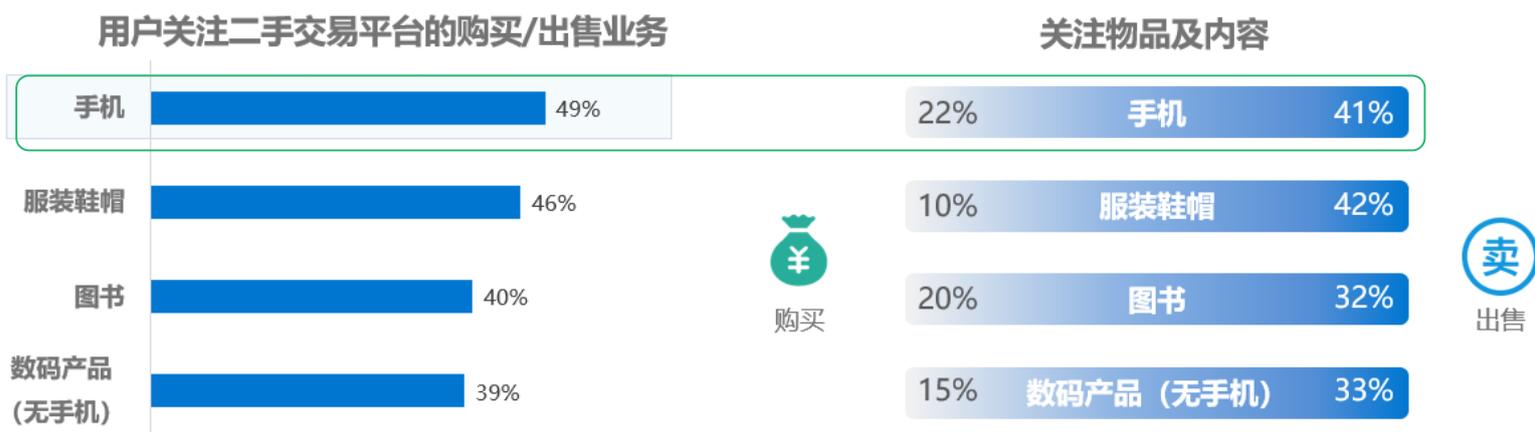
1.6 二手手机行业资本

二手行业分类及红海

闲置物品全品类交易不断吸引平台流量，常用物品成交率高

- 二手行业下，企业多选择孵化平台供用户进行线上交易并提供线上服务。流量并不是决定二手交易平台竞争力的核心因素，线上用户交易的转化率才是衡量平台竞争力的关键因素。
- 从物品价值来看，闲置物品发挥价值的途径有三种：所有权转移，即买卖；使用权转移，即租；社会协同，更偏向于服务。
- 从二手交易的品类来看，手机/电脑等3C数码、图书音像产品、珠宝首饰，母婴产品，游戏交易等品类都是二手经济覆盖的交易品类。对比下，二手手机受用户使用度和覆盖率更高，根据《二手经济下的用户行为观察报告》显示，手机在用户每月及每周所获得的用户关注度最高，用户在浏览平台时对手机的关注度占据49%，在交易频次上至少60%的用户会在一年进行一次二手手机的交易，二手手机业务凭借在平台交易上的透明度和交易标准化获得了用户更多的关注。

图：用户行为观察后的二手闲置物品品类使用频次



1 二手行业综述与手机

1.1 二手行业的兴起与发展

1.2 二手行业概念及定义

1.3 二手行业分类及红海

1.4 二手手机发展与模式

1.5 二手手机驱动力分析

1.6 二手手机行业资本

二手手机发展及模式

二手手机交易线上化率只占20%，灰色产业链中隐私问题受关注

- 就现有手机行业发展情况来看，二手手机在整个中国手机市场占比达15%，但是二手手机交易目前仍集中在线下，手机交易线上化率只占20%。另外，线下的灰色产业链仍然被不法人员利用进行不对称信息交换业务。

灰色产业链仍然存在

- 传统线下二手交易存在信息不对称，产品质量无保证等痛点，而二手手机作为利润最高，最受关注的业务之一，交易过程长期存在部分人群，利用信息不对称进行非法业务。例如用翻新机、维修机、高仿机等以次充好。
- 传统线下手机交易缺乏统一的标准，这也是大家在选择二手产品时最关心的问题了，而目前大量的以个人形式出售的二手产品更多是通过“文字描述”、卖家提供图片等形式来告诉你手机的成色信息。

用户的隐私问题

- 当用户处理掉成色完好、仍有剩余利用价值的手机时，在有意识地选择二手交易平台进行交易前，一般选择的出售渠道是走街串巷的个体商贩，用户很少树立起数据清除的意识。即使做了数据清除，也只是简单的数据清理，并没有深度将个人数据及相关隐私数据安全进行保护。根据36氪《二手经济下的用户观察》报告中显示，在614位没有参与过出售/回收二手手机的用户中，58%的用户担心个人隐私被泄露的风险其中以15-24岁的年轻人为主，女性用户对隐私风险的敏感程度更高。未来灰色产业链的规范将影响行业正常发展。

1 二手行业综述与手机

1.1 二手行业的兴起与发展

1.2 二手行业概念及定义

1.3 二手行业分类及红海

1.4 二手手机发展与模式

1.5 二手手机驱动力分析

1.6 二手手机行业资本

二手手机驱动力分析

更迭快、品牌差异化战略、修复时间成本高驱动二手手机行业

- 二手手机在二手经济下的增速驱动力，主要分为**手机更新换代速度快、手机品牌战略差异化、修复时间成本高**三个驱动力。
- **手机更新换代速度快**：以iPhone、华为为代表的智能手机迅速成为了移动互联网时代个人的随身携带工具。但快速的手机更迭速度也造成了大量移动设备的闲置与资源浪费，根据极光大数据2018年Q2智能手机行业研究报告的数据，主流品牌的保有率在过去一年中发生了重大变化。保有率第一名由苹果手机的18.6%变为华为手机的20.6%，第二名则是OPPO的19.4%，苹果手机的18.9%排名第三。由此可见，近八成用户的智能手机更迭速度不满一年，大量的移动设备在未达到报废状态时就已经被闲置。
- **品牌战略差异化**：手机品牌战略不同和品牌定位差异会让用户在选择产品时更有倾向性，从而导致销量的急剧变化。最具代表性的就是OPPO和vivo两款品牌手机，以充电时间短、待机时间长、自拍效果好满足00后“千禧一代”的新消费观，获得了手机销量的急速攀升。但必然的结果是手机使用周期随着消费频次的加剧和手机偏好的使用，会有大量的功能和时间成本被浪费，这就为二手手机行业提供了上升通道。
- **修复时间成本高**：作为移动设备，一旦出现卡顿、死机、摔伤等问题时，对使用者的时间成本会造成不可逆的损失。这加速了消费者更倾向于使用多台移动设备，二手手机的出现便给消费者带来了更具性价比的选择。

更迭驱动

手机更迭速度



品牌驱动

品牌战略差异



成本驱动

修复成本高



1 二手行业综述与手机

1.1 二手行业的兴起与发展

1.2 二手行业概念及定义

1.3 二手行业分类及红海

1.4 二手手机发展与模式

1.5 二手手机驱动力分析

1.6 二手手机行业资本

二手手机行业资本

二手手机行业空间大，但手机交易企业量少，综合性平台占优

- 二手手机行业市场空间巨大，资本和行业巨头都在布局，头部平台品牌、服务、流量优势明显。
- 从产业布局来看，腾讯、阿里等互联网巨头也在早期投资和开展二手手机业务，进行了产业布局。

项目名称	融资总额	阶段	所在地	业务介绍
转转	13.00亿人民币	战略投资	北京市	二手闲置物品交易平台
爱回收	18.35亿人民币	E轮及以后	上海市	电子产品竞价回收及租赁平台
回收宝	5.96亿元人民币	C轮	深圳市	二手手机回收平台
找靓机	1.05亿人民币	A+轮	广东省	二手手机交易平台
爱换机	1.23亿人民币	Pre-A轮	北京市	闲置手机回收交易服务商
机友网	300万人民币	天使轮	湖南省	二手手机回收平台
易机网	300万人民币	天使轮	广东省	二手手机回收平台

来源：鲸准Jingdata

- 目前，从企业的融资轮次分布来看，大多数企业还处于早期发展阶段，未来可上升发展空间大；从企业的融资金额来看，60%的融资额度属于大额融资，可见现在二手手机行业企业的价值比较大，资本市场比较看好二手手机的发展前景；从平台量级来看，转转等综合性二手交易平台流量优势也更明显，更容易提供消费者所需要的标准化服务来解决行业痛点。
- 整体来看，二手手机交易行业需要向综合性交易平台的方向转型和发展。

CHAPTER 2

二手手机交易分析及交易痛点

- 二手手机出售及购买分析
- 二手手机回收分析
- 二手手机验机服务分析
- 二手手机的交易痛点

2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

2.4 二手手机的交易痛点

二手手机出售及购买分析

手机交易升级后验机流程获得用户青睐，苹果手机订单占比大

- 根据Gartner提供的研究报告，仅仅在2013年在美国eBay上出售的二手苹果设备价值近20亿美元。截至2017年，全球市场上仅是翻新手机的交易台数将增长到1.2亿台，累计规模将超过480亿美元。

图：购买已验机二手机型选择界面



手机出售方式选择及占比

业务线	12月份
C2C (个人交易)	65.52%
B2C (自营+用户寄卖)	19.93%
C2B (转转保卖)	14.55%

来源：转转、36氪研究院整理

图：转转优品手机购买界面



来源：转转app

- 在移动互联网时代的驱动下，线上交易逐步占据了年轻一代的消费场景，人与人之间的信任基础是由强大的品牌平台和规范化的流程共同构建起来，对整个产业链进行升级和改造。手机交易的方式也在产业链升级后，对参与者和参与环节重新设定了新的规则。
- 另外，据转转二手手机交易数据显示，用户购买的二手苹果手机订单量占比最大，达33%，其次是小米和vivo手机。发货量城市排名中，深圳市以12.6%位居第一。

品牌	订单占比
苹果	33%
小米	12%
vivo	10%
华为	9%
OPPO	7%

发货城市	发货占比
深圳	12.6%
广州	4.1%
北京	3.3%
上海	2.3%
东莞	2.2%

2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

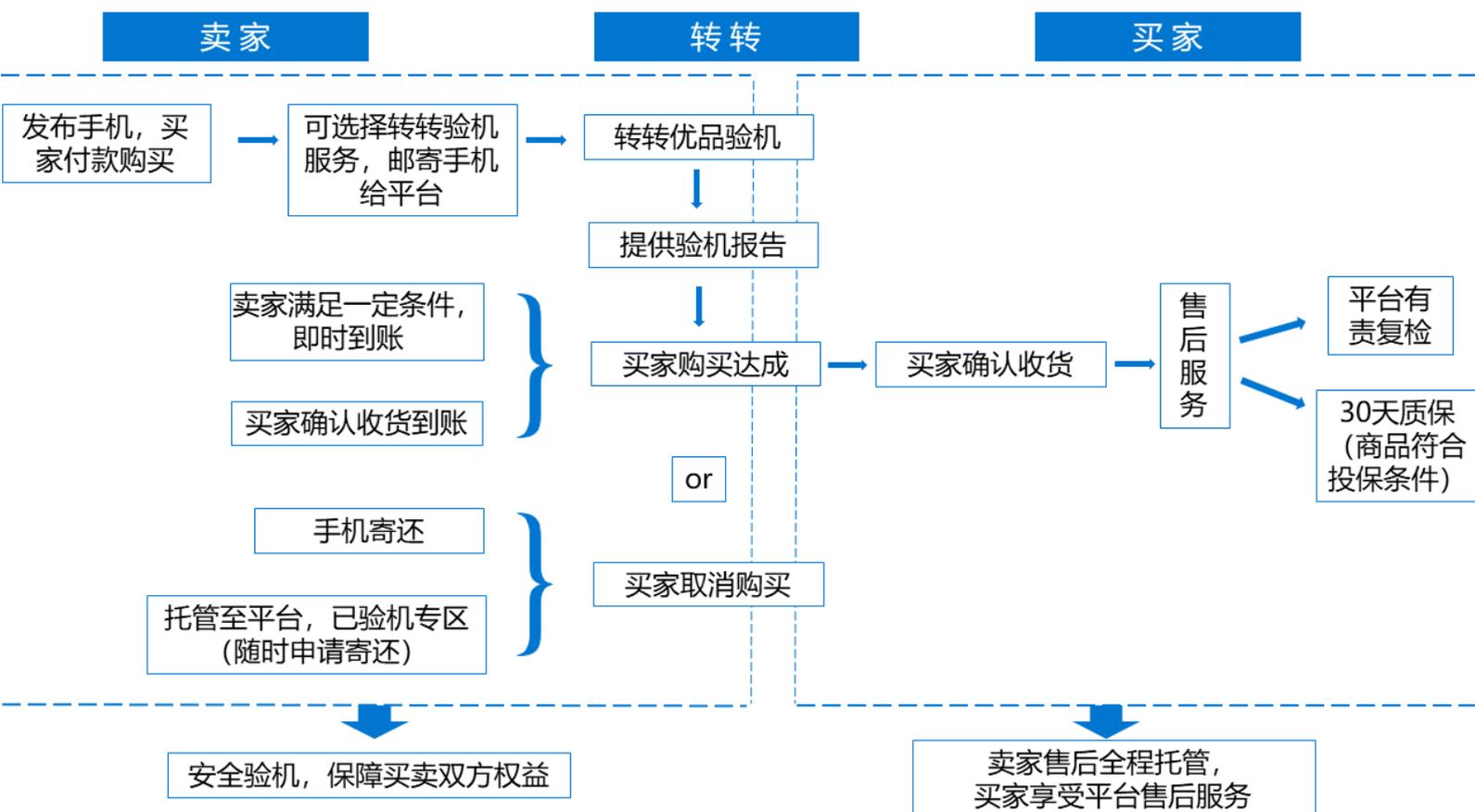
2.4 二手手机的交易痛点

二手手机出售及购买分析

手机交易向线上转移，平台之间流量的争夺以交易形式为主

- 手机的出售方式，在线上交易主要在用户之间进行，根据转转平台2018年12月手机交易的数据显示，B2C的自营模式和用户寄卖模式占据19.93%，其中包括转转自营手机产品的业务条线以及用户寄卖到平台进行出售的二手手机。而C2C的个人交易行为占据交易方式的65.52%。数据显示，二手手机交易目前仍以C2C为主，综合性平台的优势就在于，在C2C交易基础之上，还可以提供B2C、C2B2C的模式创新及服务，带来了更好的用户体验，也有利于行业健康发展。

图：手机购买/出售交易全流程分析（以转转为例）



2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

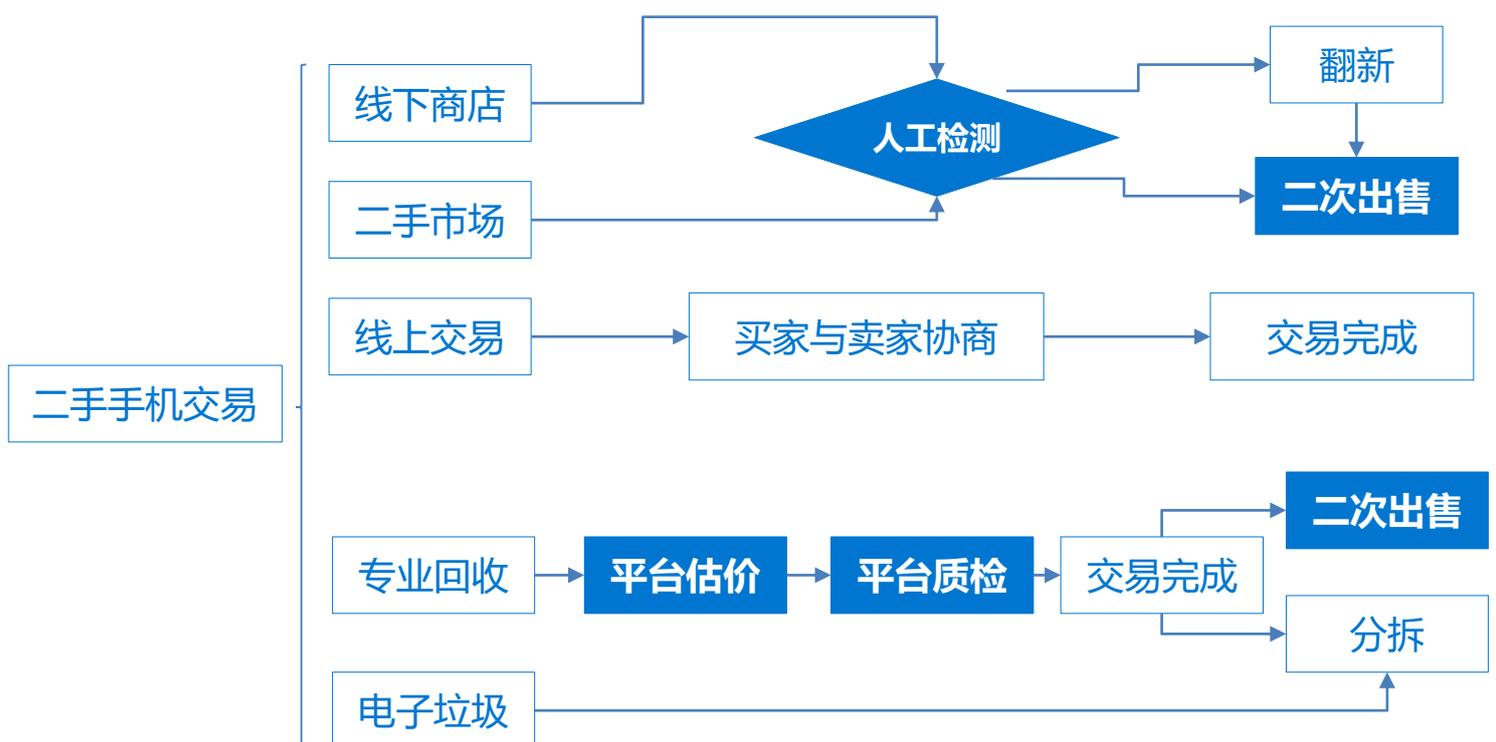
2.4 二手手机的交易痛点

二手手机回收

“线上线下”回收渠道比例提升，数据隐私问题是用户关注重点

- 手机回收行业在**线上线上下**正呈现出趋同的发展走向。现有二手手机回收多在线下进行，线上回收需要完善的回收场景网络并不断提升客户的手机回收体验。
- 手机回收**分为**以旧换新**和**回收换取收益**两个交易形式。前者主在以旧手机的剩余价值抵消掉差价换取用户想要的新手机。后者则主要以现金等价物为换取内容，帮助用户处理闲置手机资源。
- 但鉴于现有国内手机回收体系尚不够完善，用户多不清楚如何处理闲置手机，个体商贩和第三方商家恶意盗取、贩卖隐私便成为回收渠道。即使现有线上平台可以作为第三方回收渠道，但数据隐私的清除和粉碎还是用户在回收问题中较为担心的问题。

图：手机回收的主要流程



2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

2.4 二手手机的交易痛点

二手手机验机

验机服务规范流程提升用户体验，
验机专业程度依靠质检内容

- 传统交易进行中，由于买卖双方对信息的不对称性往往造成交易成单率的流失，但随着验机服务的出现，极大程度地弥补了用户在线下无保障交易和在线上平台隐私数据保护的短板。
- 验机环节中的质检环节，一般是由用户在官网输入手机型号和损耗情况之后即可得出结果，但实际验机过程，需要对手机外观进行细致的外观、成色检查，内部则需要对手机的主要功能进行检查，如电话、拍照、屏幕显示、声音系统等，再确保常规检查内容无误后，再对手机进行重置，确认手机与原用户之间的ID绑定已经解除。随后完成质检环节。
- 二手手机的实际验机环节中，检测内容更为复杂和多样。以转转为例，检测流程包括手机分拣、外观检测、外观评估、屏幕显示、功能评估、消毒包装等步骤。在外观成色检查中，通过对外壳、屏幕、机身、卡槽等评估确认手机成色标准；在屏幕显示中确认是否存在显示触控、功能、色差、异物等问题。
- 对于二手产品，多数卖家都会在产品信息中对其成色做出详细描述，有无磕碰、有无划痕等。而成色是影响二手物品价格高低的一个重要因素。



外观检测及评估

通过字体、材质鉴别
真伪陀螺仪和重力感应功
能检测完成质检，装入专用
袋

2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

2.4 二手手机的交易痛点

二手手机交易痛点—产业链混乱

二手手机的交易环节杂乱不规范 是行业健康发展的隐患

- 二手手机的交易从上世纪九十年代开始，主要形式是传统的线下交易。消费者从线下传统的摊贩、散户，寻找各种购买途径。随着电子产品的普及和二手手机交易市场的不断扩张，传统商户开始聚集，逐渐有了规模化、固定化的交易场所，几大线下电子卖场也逐渐建立起来，2004年，中关村电子市场的规模达到顶点。但是此时的市场“倒爷”遍地、人山人海。在这里，他们除了贩卖各种硬件零部件、进行电脑维修，更多的是作为手机商户，倒卖二手手机。
- 信息不对称是传统的二手手机交易中最致命的环节，其中暗含着多种形式的造假行为，造成产品质量无法得到保证的后果。
- 消费者为物品使用价值购买二手手机，但是商户也也掌握了一手利用信息不对称赚钱的法门，例如用翻新机、水货机、高仿机等以次充好。据iMedia Research数据显示，2017年中国在线二手交易用户规模达0.76亿人，其中手机等数码产品最受青睐，消费者遇到不良商家的概率极高，被骗的情况也是难以得到遏制。
- 线下二手手机市场的交易流程的不透明，暗藏着不透明的规则，影响行业健康发展，需要市场往标准化方向发展。也从侧面激励着线上交易形式的发展。

2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

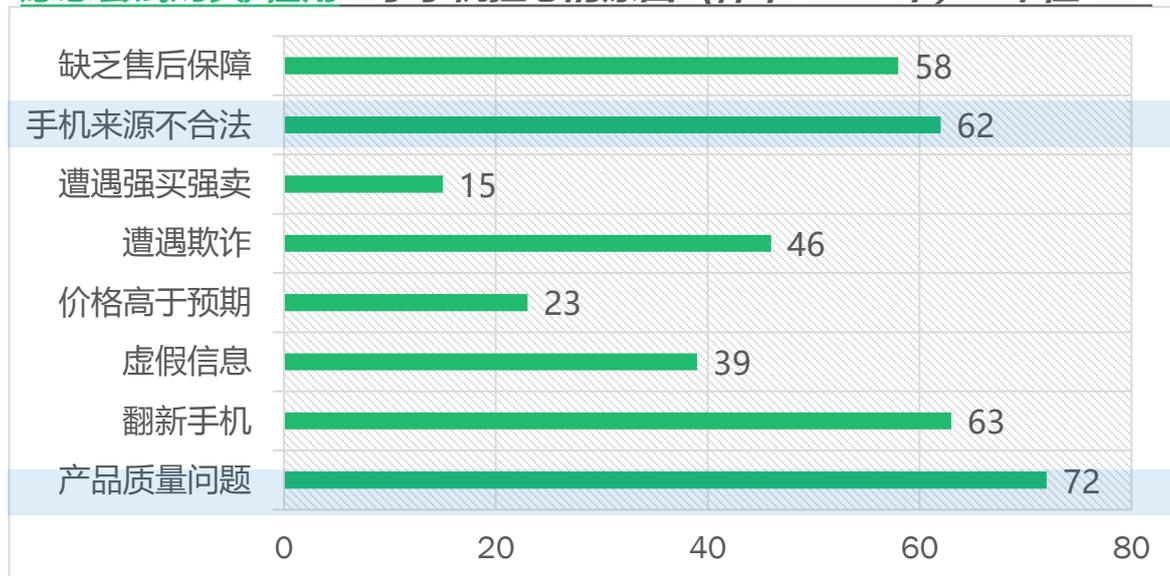
2.4 二手手机的交易痛点

二手手机交易痛点—验机需求

二手手机自带信任性差属性，消费者看重验机结果

- 线下传统二手交易的乱象，阻挡了二手行业的良性发展，更给消费者带来了不少担忧，就如手机质量和隐私隐患是消费者最为担心的问题。所以，验机服务和验机报告成为一剂良方。

愿意尝试购买/租用二手手机担心的原因 (样本: 726个) --单位: %



- 据36氪《二手经济下的用户观察报告》数据显示，在没有进行过二手手机交易的用户中，58%的用户最担心个人隐私被泄露，43%的用户担心交易过程中的纠纷问题，而在已经进行过手机手机的用户中，“产品质量问题”和“翻新手机”成为最关注的问题。



验机服务 (68%)

验机服务的质量

43%

是否提供验机服务

38%

验机流程的标准化程度

37%

初次使用验机服务的体验

20%

2 交易分析及痛点分析

2.1 二手手机出售及购买

2.2 二手手机回收分析

2.3 二手手机验机服务分析

2.4 二手手机的交易痛点

二手手机交易痛点—解决方案

平台化、线上验机帮助客户战胜灰色产业链带来的不安全感

- 二手手机交易市场发展之混沌需要清晰的、标准化的平台二手手机交易流程严格的规范化。目前，能够提供验机服务的二手交易平台，能够帮助用户解决这一问题，未来也将会越来越规范化。
- 目前二手手机交易正在逐渐转到线上，在现在效率至上的时代，线上化已经成为不可逆的趋势。
- 据转转数据显示，成立三年以来，平台内二手手机交易已接近2000万部，转转平台的B2C交易中人均交易额达到了1694元。这其中，用户寄卖交易人均交易额为1361元，转转平台自营二手手机业务的人均交易额为2372元。
- 验机服务是目前二手手机交易中，平台取得客户信任的一个核心点。36氪发布的《二手经济下的用户观察报告》数据显示，61%的受访者愿意出售/购买二手手机，同时64%的用户“十分同意”二手交易平台严格把控二手手机质量，82%的用户愿意使用专业机构提供质保服务，近7成用户需要验机服务。根据转转平台的数据显示，转转平台的二手手机交易订单中，已有近九成用户选择了验机服务。

CHAPTER 3

二手手机产业链及典型案例分析

- 二手手机产业图谱
- 二手手机案例分析
 - 转转（综合性二手交易平台）
 - 爱回收（专业回收平台）
 - 闪修侠（手机维修）

3 手机产业链及案例分析

3.1 二手手机产业图谱

3.2 二手手机案例分析

- 转转
- 爱回收
- 闪修侠

二手手机产业图谱

二手手机平台参与者主营多为出售/购买手机，细分服务比拼特色

- 手机行业的参与者总体来说分为综合性二手交易平台和垂直类手机平台。除了出售/购买为主营业务外，还包括验机、回收、租赁等。

线下交易平台



中关村电子卖场



华强北电子市场

线上交易平台

综合性二手交易平台



垂直类交易平台



3 手机产业链及案例分析

3.1 二手手机产业图谱

3.2 二手手机案例分析

-转转

-爱回收

-闪修侠



公司名字: 北京转转精神科技有限责任公司

公司估值: 10亿美元

融资阶段: 战略投资

最新融资时间: 2017年4月

过往投资方有: 腾讯投资

案例分析-转转

转转平台C2C模式可提供质检报告，C2B2C模式分为保卖和寄卖

- 转转二手交易网作为二手物品交易平台，由腾讯与58集团共同投资，2017年4月获得腾讯2亿美金投资。交易品类覆盖手机、图书、3C数码、家具家电等三十余个品类，同时针对二手手机，设立转转优品自营业务，为用户提供平台验机与验机质保等服务。
- 转转二手手机业务主要分为C2C模式与C2B2C模式。C2C模式主要撮合个人卖家与个人买家直接对接，通过双方协商价格达成交易，转转作为平台方提供验机、质保等居间服务，主要服务C2C交易买卖双方的手机及3C数码交易，为物品提出专业质检报告。经过质检的二手手机，转转提供30天质量保障。此外除了手机与平板电脑之外，转转质检还在向笔记本、耳机、摄影器材等多个品类扩展。
- C2B2C模式下，用户可以选择转转优品，基于专业质检与标准化服务，转转为用户提供C2C交易之外的商城式二手数码选择。**在此，用户可以用最低低至新品一半的价格，买到同等使用功能的准新商品。**同时，在选购商品时，用户还可以选择转转提供的保卖和寄卖服务，来缩短交易周期。
- 此外，平台提供的自营业务，对整体的产品质量和价格有更好的把握，减少了价格过高或过低交易出现。
- 收入层面来看，转转获得用户信任的同时通过验机服务获取服务费，而其他手机回收平台则主要以赚取差价获得收入。

3 手机产业链及案例分析

3.1 二手手机产业图谱

3.2 二手手机案例分析

-转转

-爱回收

-闪修侠

案例分析-转转

转转通过标准化的流程出具质检报告，不同专区产品体现差异化

- 在二手手机交易过程中，转转还提供验机、物流等配套的增值服务。
- 验机服务：**转转在业内率先提供二手手机验机质检服务，并为经过验机、符合条件的二手手机提供相应的质保。在C2C的二手手机交易中，转转平台通过邮寄质检、督导指导、指派专人进行二手手机验机服务，出具质检报告。截至目前，转转质检体系针对各类手机制定质检标准51项，其中包括19项外观检测、32项功能检测，完成了对二手手机从外观到使用功能的多类细节检测，并会帮助未完成信息清除的用户彻底去除个人数据，保护用户隐私。质保方面，转转对C2C二手手机交易进行30天售后，同时，官方自营质保服务达180天。C2C交易中转转作为平台方，提供验机质检服务，并提供买家顺丰包邮，30天免费质保（商品符合投保条件）。

专区类型	配套物流
用户寄卖	买家顺丰包邮，30天免费质保服务（商品符合投保条件）
优品自营	买家顺丰包邮，7天免费试用、180天免费质保以及半年电池免费换新
转转保卖	买卖双方均享受顺丰包邮，7天有责售后

3 手机产业链及案例分析

3.1 二手手机产业图谱

3.2 二手手机案例分析

-转转

-爱回收

-闪修侠



公司名字：上海悦易网络信息技术有限公司

公司估值：15亿美元

成立时间：2010年5月

融资阶段：E轮及以后

最新融资时间：2018年7月

最新融资金额：1.5亿美元

过往投资方有：晨兴资本、IFC、凯辉基金、老虎基金、京东、

案例分析-爱回收

爱回收服务产品以手机在外的3C为主，回收关键在于对手机估价

- 爱回收是一个电子产品竞价回收及租赁平台，采用回收商竞价模式，并与京东、1号店、沃尔玛等品牌合作，为用户提供上门回收服务和手机升级置换服务。自助回收业务通过与芝麻信用合作，为消费者提供了先行预付部分回收款的信用回收形式，三天内完成整个流程。
- 爱回收在回收服务产品主要关注手机、平板电脑、摄影摄像设备等3C产品，提供服务包含回收和旧机换新机服务。除了个人设备可进行回收外，爱回收还开通了企业回收板块，旨在针对公司闲置老化的电脑、打印机、显示器等设备进行统一回收。在二手电子产品交易环节中，基于300余家自营门店的精准交易场景，爱回收推出了“焕新机”，成为了为手机品牌厂商提供以旧换新服务的重要渠道。
- 爱回收在线上和线下都开通了回收渠道服务。**回收方式关键步骤在于估价，用户根据实际情况自主选择手机现有属性**，包括：存储容量、购买渠道、开机情况、账号是否退出、边框背板、屏幕外观及显示情况、是否进行过维修等内容。
- 在属性确认后，用户进一步提交商品订单，随即选取回收方式。回收方式可选择线下门店回收、回收机回收、上门回收、快递回收四种方式。验收完成后，爱回收将根据手机验机情况确认最终估价进行确认最终回收价格，随即完成个人订单。

3 手机产业链及案例分析

3.1 二手手机产业图谱

3.2 二手手机案例分析

-转转

-爱回收

-闪修侠



公司名字：杭州维时科技有限公司

公司估值：1.54亿美元

成立时间：2015年1月

融资阶段：B+轮

最新融资时间：2018年9月

最新融资金额：8000万元

过往投资方有：米仓资本、是成资本、回收宝、经纬中国、三峡心态

案例分析-闪修侠

闪修侠主要以手机回收、依旧换新等服务为主，维修模式为直营

- 闪修侠是一个电子数码产品维修O2O服务平台，主要为用户提供基于快速下单、自动定位派单以及手机上门快修的一体化手机维修服务资源，以及手机上门快修、手机回收、以旧换新、手机软件维护等一站式手机售后服务。
- 手机维修是一个门槛很低的行业，而且低频，维修工程不可控，用户不了解技术细节，加盟店甚至可能导致用户的隐私丢失。当品牌共享出现后，容易因为加盟商的私心而造成对品牌的冲击，品牌方最终需要为加盟方的私利而买单。为了实现差异化，闪修侠的业务从手机维修纵向延伸至电池升级、手机保险、二手回收以及其它增值服务。
- 关键节点来看，闪修侠以手机上门维修为切入点，逐步覆盖到3C和智能硬件市场，其维修品类囊括了手机、电脑、平板电脑、无人机、跑步机甚至还有机器人等智能硬件设备。随着业务范围的横向和纵向发展，跳出同行竞争，以多品类硬件服务为主。
- 另外从模式上说，直营模式的优点在于可以更加有效的对供应链进行管理，在真实可靠的大样本上进行数据分析和预测。
- 根据8月初IDC的数据可知，中国智能手机出货量在一季度和二季度分别同比下滑26.1%和5.9%，中国智能手机市场的红利已经退去，市场正在从增量市场转为存量市场。

CHAPTER 4

二手手机行业未来趋势及展望

- 二手手机未来趋势及展望

4 二手手机行业未来展望

二手手机未来展望

未来二手手机交易市场容量不断扩大，平台的产品设计更加完善

二手手机市场展望

- 容量不断扩大。在日本、韩国二手手机交易市场已经占到手机销售总额达10%-15%。我国二手手机市场销售在世界上排名在也是在前的。
- 未来二手手机占中国手机交易的占比会从目前的15%左右上涨到30%；未来二手手机交易的线上化率会从目前的20%左右上涨到30%左右。
- 从市场空间看，转转的二手手机交易数据显示，因为移动互联网和二手电商的发展，打破了同城交易的掣肘，让全国各地都能在线交易二手手机，一二线、三四线甚至是农村地区的覆盖，会继续下沉，市场空间巨大。
- 从用户需求看，二手交易仍然没有被完全的接受，传统线下二手手机交易的行业痛点也依然存在，综合性二手交易平台会降低二手交易门槛，进一步完善验机服务。
- 从平台发展看，移动互联网的流量增长已显现天花板，小程序是增量空间，用户交易二手手机会更看重平台和品牌以及所提供的增值服务，需要继续深耕。
- 头部平台的流量优势更加明显，尤其是综合性二手交易平台，会是引领行业健康发展的重要力量。
- 最后，在二手手机交易整个生态链中，除了平台和渠道等主要因素外，验机质检、物流、售后等诸多细节也是影响用户购买二手手机积极性的重要因素，这些也是完善二手手机交易环节的发力重点。

分析师声明

作者具有专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

36氪不会因为接收人接受本报告而将其视为客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在法律许可的情况下，36氪及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司的股权，也可能为这些公司提供或者争取提供筹资或财务顾问等相关服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，36氪对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映36氪于发布本报告当日的判断，本报告所指的公司或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，36氪可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。36氪不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，36氪对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。



36Kr

让一部分人先看到未来