



# 二手手机行业研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.2

# 极光观点



**二手手机交易市场用户规模逾千万，线上化空间巨大**：5G换机潮与消费升级等多方面因素良性互促，行业整体呈高速发展状态



**资本、流量向头部平台倾斜，线上、线下产业链逐步融合**：腾讯、阿里巴巴及京东入局分营，转转牵头开拓B2B市场，深耕产业链



**用户对线上二手交易接受度越来越高**：2020年2月，用户人均安装二手手机交易app 1.09个，头部二手手机交易平台用户量稳定增长



**疫情或将加速二手手机交易线上化**：用户消费场景迁移至线上，疫情期间是培养用户线上消费习惯又一窗口

# 目录

1 二手手机行业背景

2 线上二手手机交易/回收平台

3 主要二手手机交易app核心数据排名

4 用户二手手机交易行为分析

5 疫情下产业生态

CHAPTER 01

# 二手手机行业背景



# 二手手机市场规模现状

## 用户规模逾千万，供给双方良性驱动

- 国内智能手机用户规模触顶，新品手机消费需求正向存量替换模式转型，大量手机被闲置淘汰，二手手机市场用户规模逾千万
- 二手手机赛道玩家众多，传统二手手机交易网络由个人、回收商、批发商等环节组成。现今除零售商、品牌代理点等线下交易途径外，还有更多互联网玩家入局，互竞互促，二手手机交易行业整体呈现高速发展状态

### 供给方

#### 智能手机用户规模触顶

据CNNIC统计，我国手机网民规模达8.47亿。在新品手机消费上，中国正向存量替换时代转型，越来越多的手机被淘汰闲置，酝酿了价值千亿级的二手手机市场

#### 5G铺广带来换机热潮

2019年，华为、荣耀、OV、小米等厂商纷纷推出5G机型，刺激了部分消费者的换机需求，5G换机潮将拉动二手手机交易量的上涨

#### 平台共同推动二手手机回收率提升

转转等平台通过提供验机、售后和信用背书等服务，解决线上二手交易痛点  
爱回收、回收宝等平台布局线下，切入手机回收场景

### 下沉市场消费升级

下沉市场人群的消费意愿和对品质的追求逐步上升，由于地域原因的供给不足和该人群对价格的敏感性，消费需求与购买力的不对等促使这群消费者进入二手市场“淘金”

### 00后新消费人群崛起

00后在3C产品交易领域是名副其实的“三高”人群：

1. 对3C产品的**关注度高**
2. 对二手商品交易的**接受度高**
3. **换机频率高**

多因素促成该人群成为二手手机交易市场中的新消费主力

### 需求方

二手手机市场  
用户规模达千万

公开资料整理

# 二手手机交易的线上与线下-1

交易多集中于线下，线上化率有巨大提升空间

## 线下二手手机交易特点

### 1、贴近用户，立等可取

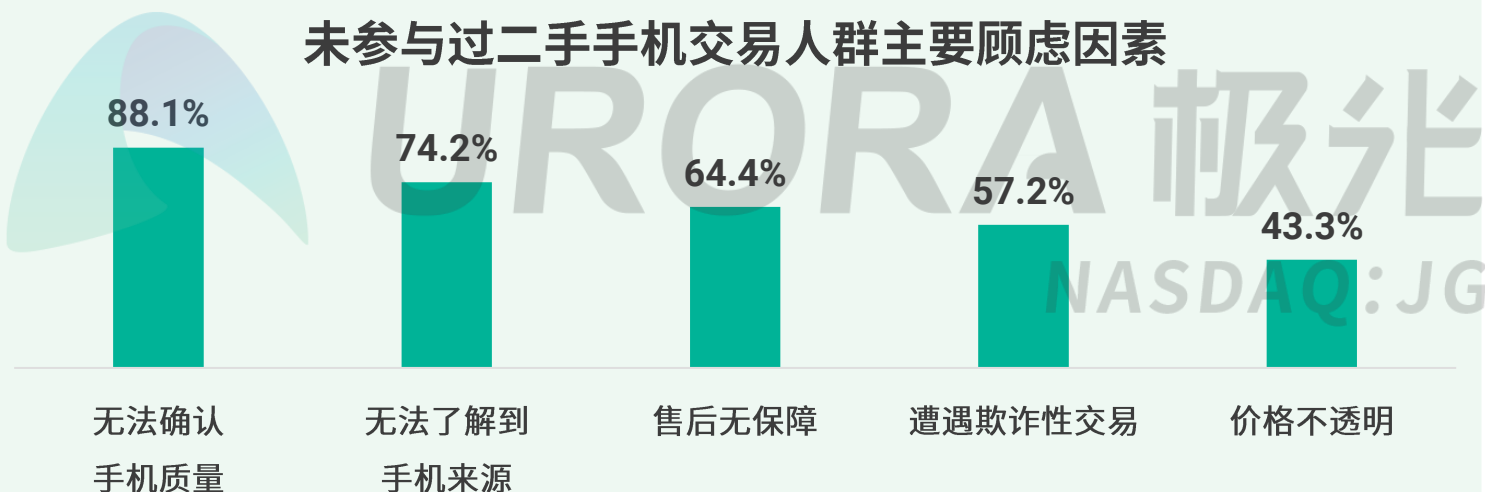
线下的二手手机多级交易链条中，大多数交易量集中于零散商贩，由于更贴近人群的消费场景，他们拥有天然的获客优势。但此类商家同时存在着价格不透明、服务差、无法保证数据隐私等问题



### 2、价格不透明，品质难保证

二手手机作为非标品，价格难以统一量化，线下交易信息高度不透明，不法人员易利用信息不对称进行灰产交易

## 未参与过二手手机交易人群主要顾虑因素



## 线上二手手机交易特点

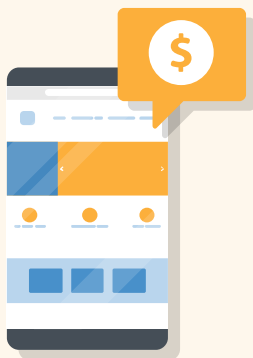
### 1、选择范围广，易比价

### 2、信息需自行甄别

二手商品不免鱼龙混杂，买卖仍需小心甄别

### 3、平台提供延展服务，买卖更放心

线上平台提供专业验机服务，提高上架商品质量，提升成交率的同时也降低了售后成本

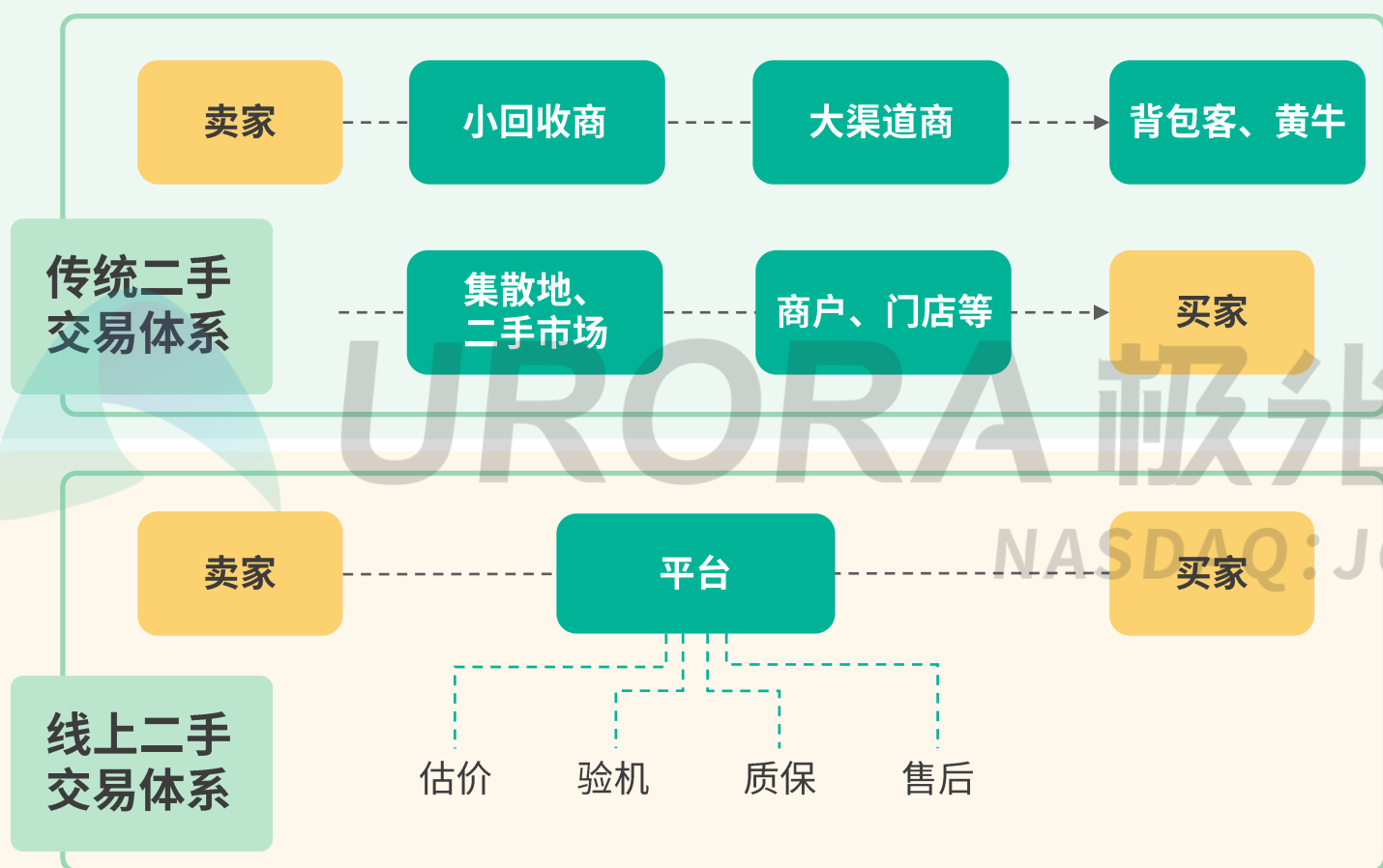


数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

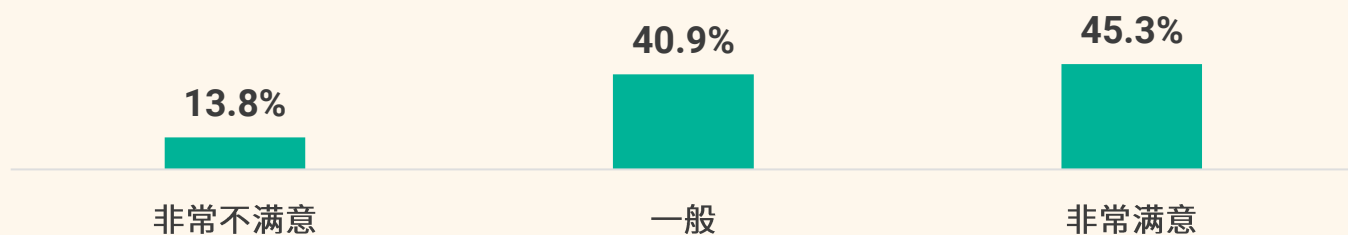
## 二手手机交易的线上与线下-2

线下生态复杂，个人交易风险高；线上服务体系完善，使用感受好

- 二手商品作为高度非标品，在传统二手交易体系中货品信息不对称、价格不对等问题长期存在，且二手商品从卖家流入消费市场再进入买家手中的环节冗杂，消费者交易风险高
- 在过去仅担当交易媒介的C2C平台，现今开拓了更多的交易模式并致力于提高买卖双方信任度、完善用户服务体系，相较于传统线下交易体系更具优势



二手手机交易app用户使用满意度分布



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

# 二手手机交易行业前景

用户习惯需要培养，消费需求与市场内驱动力不断为行业注入新活力

## 市场消费需求扩大

### 1. 下沉市场消费升级

随着消费升级覆盖品类的不断扩大，下沉市场的消费需求被进一步释放

### 2. 5G换机潮拉动二手手机交易量增长

在5G网络大规模铺广的过程中，一线、新一线等高线城市将最先完成5G手机覆盖，所以该人群闲置下来的二手手机将流向低线城市

## 资本持续注入

转转 获3亿美元B轮融资

爱回收 获2000万美元战略融资

闪回收 获B1轮融资

回收宝 获阿里巴巴C1轮融资

找靓机 获千万A+轮融资

## 环保及市场内驱动

为环保和促进销量，各手机品牌厂商以以旧换新的销售形式，刺激消费者释放购买力，在购入新机的同时回收旧机，提升手机残值，这一销售策略将成为二手手机销售的新增长点

二手交易平台为卖方提供信任背书，解决二手交易里的原生信任问题；线上平台交易体系愈发规范，交易效率不断提升，线下平台致力于建设起触达个人及商贩的回收生态，持续为二手手机行业注入活力





CHAPTER 02

# 线上二手手机交易/回收平台



# 二手手机交易平台运营模式分析

目前二手交易平台业务模式包括：C2C、C2B2C、C2B、B2C、B2B等

## C2C

指平台整合碎片交易需求，连接个体买卖双方，降低空间时间对交易的限制优势在于交易成本低，适合单价低，有一定标准化的商品，是部分二手手机交易平台最初的运营模式

## C2B

指平台通过线上回收、线下设立门店、与零售店合作等方式，双线结合  
通常C2B模式不会独立存在，二手手机回收到B端后将通过分拣、质检等流程再次流入市场

## C2B2C

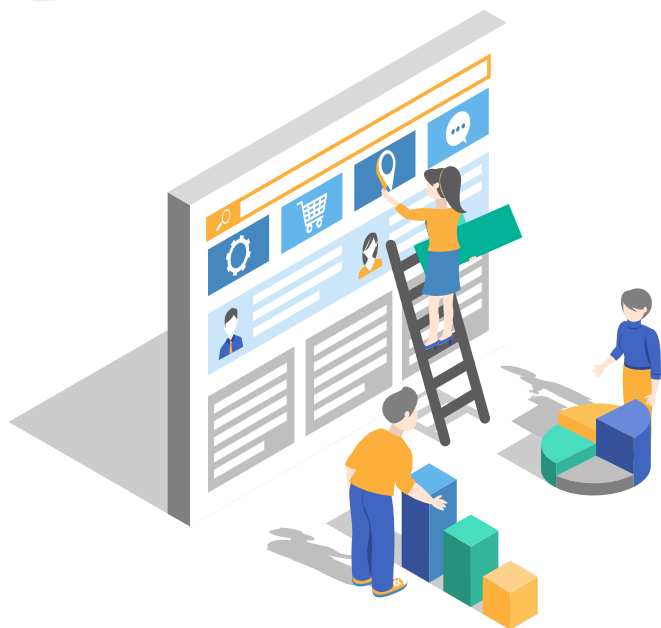
指平台介入双方交易过程，为二手手机等具有高单价、高度非标准化特点的商品提供交易、质检、质保及售后服务，消除买卖双方信息不透明等问题，提高成交率

## B2C

指平台整合货源，通过对品牌、型号、成色等维度的再定义将二手手机标准化，以自营模式出售给消费者，且提供售后服务，解决了消费者对二手手机质量方面的顾虑

## B2B

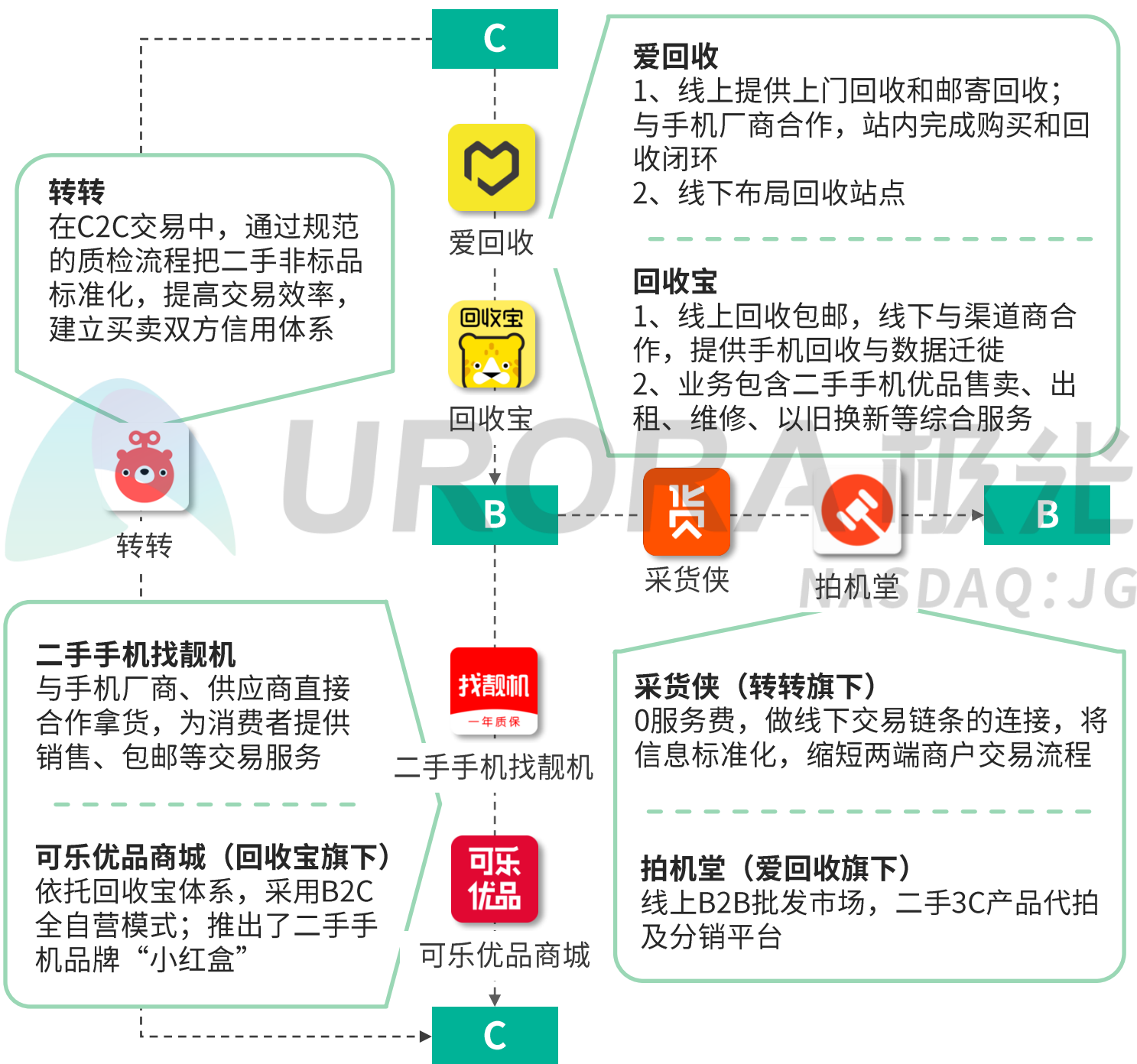
指平台为中小商户提供高效散货和产品供给链路，缩短B端交易流程的同时也为C端匹配到了稳定货源，是上游企业深耕二手交易产业链的又一发展方向



公开资料整理

# 主要二手手机交易平台运营模式业务覆盖范围

主营业务多为买卖与回收，在货源与服务内容上打差异化之战



公开资料整理

# 行业主要玩家近期融资情况

巨头入局分营，资本持续注入，二手手机交易行业未来看好

| 公司                        | 最近融资日期     | 交易金额     | 融资轮次 | 投资方            |
|---------------------------|------------|----------|------|----------------|
| 北京转转精神科技有限责任公司<br>转转旗下采货侠 | 2019-12-26 | 未披露      | 战略融资 | 找靓机            |
| 北京转转精神科技有限责任公司<br>转转      | 2019-09-11 | 3亿美元     | B轮   | 58同城<br>腾讯投资   |
| 深圳市万事富科技有限公司<br>找靓机       | 2018-07-27 | 7033万人民币 | A+轮  | 东方富海等          |
| 深圳回收宝科技有限公司<br>回收宝/可乐优品商城 | 2018-09-06 | 未披露      | C1轮  | 阿里巴巴           |
| 上海悦易网络信息技术有限公司<br>爱回收/拍机堂 | 2019-06-03 | 近2000万美元 | 战略融资 | 京东集团、<br>晨兴资本等 |

公开资料整理

CHAPTER 03

主要二手手机交易app  
核心数据排名

URORA 极光



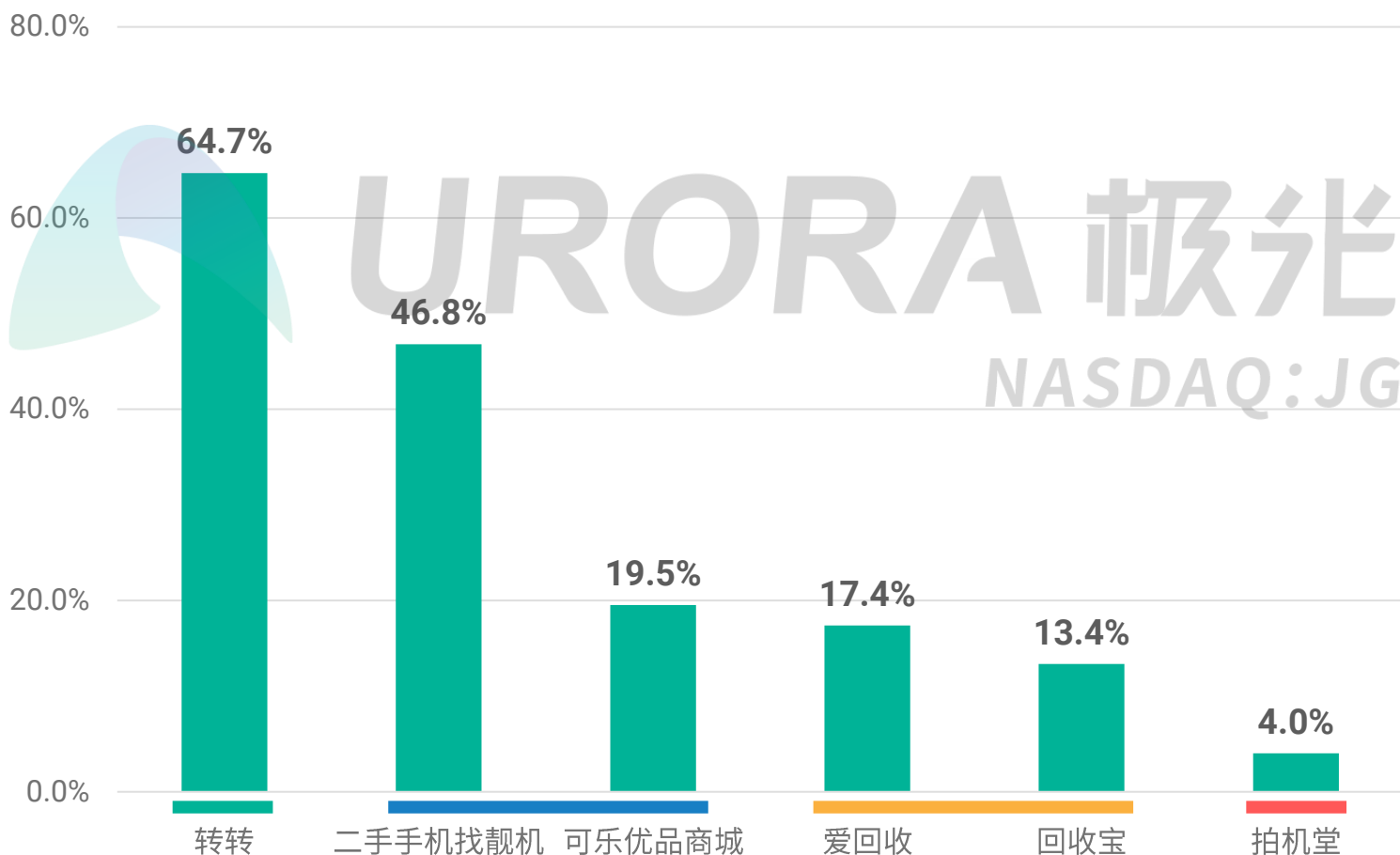
# 主要二手手机交易app知名度

转转知名度最高，超六成人听说过/见过该应用

- 运营模式中有2C环节的应用知名度更高，听过/见过转转的人群超六成。二手手机找靓机的知名度高于依托回收宝体系的可乐优品商城

## 主要二手手机交易app知名度

■ C2C/C2B2C ■ B2C ■ C2B ■ B2B



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.02

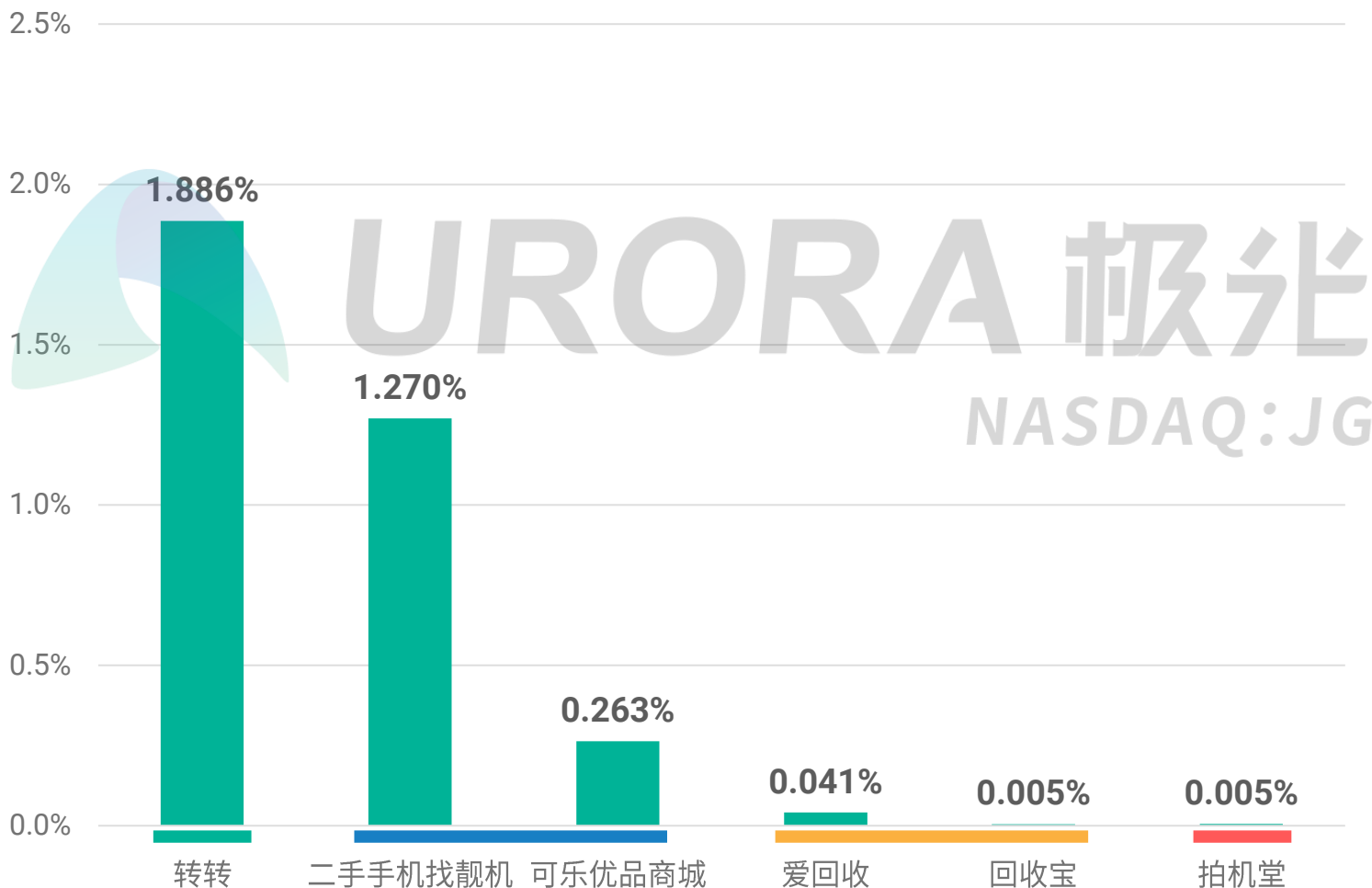
# 主要二手手机交易app渗透率

在二手手机领域，转转的用户覆盖率最高

- 2020年2月，转转渗透率为1.886%，其次为二手手机找靓机和可乐优品商城

## 主要二手手机交易app渗透率

■ C2C/C2B2C ■ B2C ■ C2B ■ B2B



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

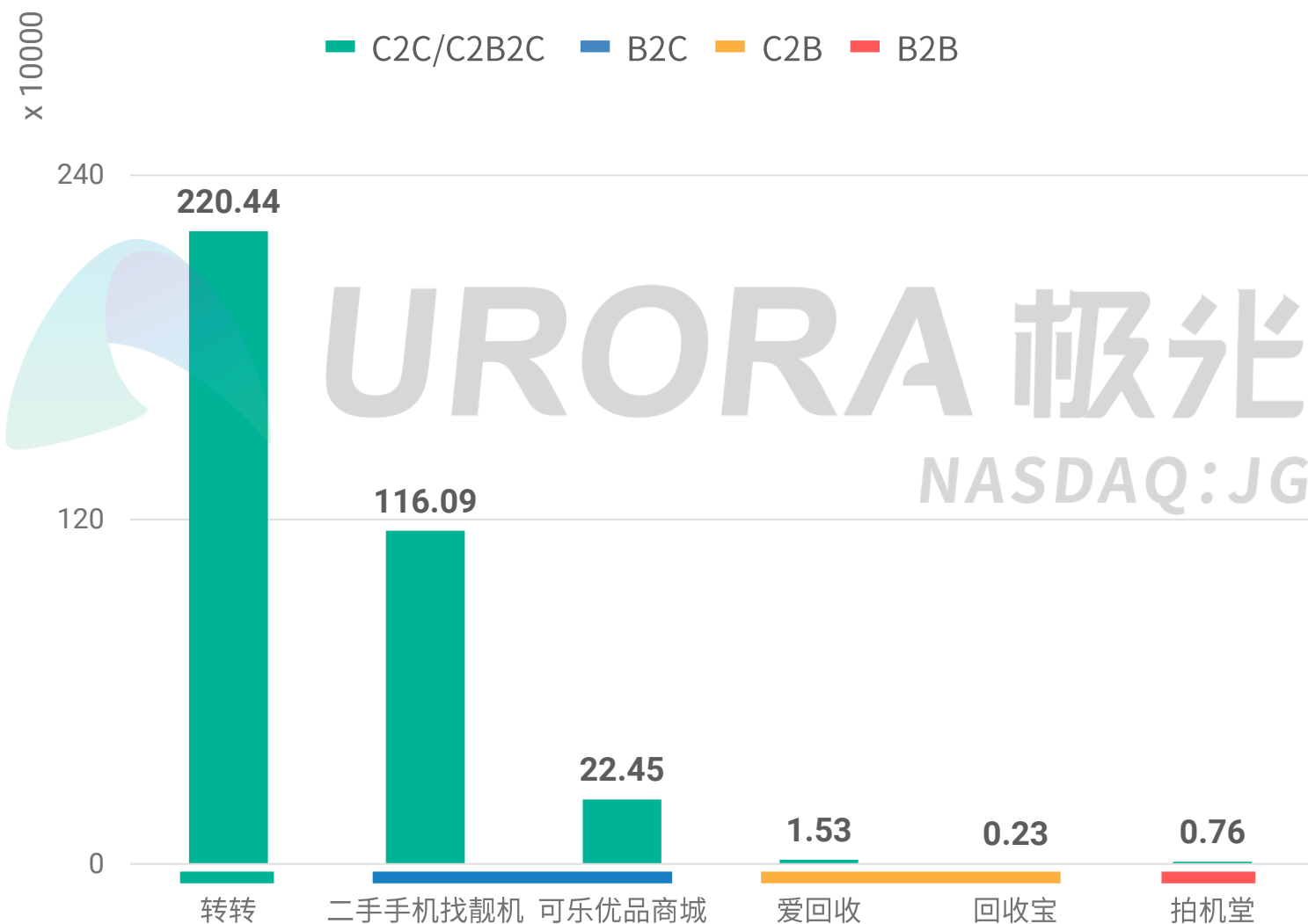
数据周期：2020.02

# 主要二手手机交易app月均DAU

由于运营模式和业务覆盖面的不同，二手手机交易app月均DAU呈现较大差异

- 转转2月月均DAU达220.44万，相较之下，面向B端的app月均DAU量级较小，回收宝和拍机堂的月均DAU均未达万级

## 主要二手手机交易app月均DAU



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.02



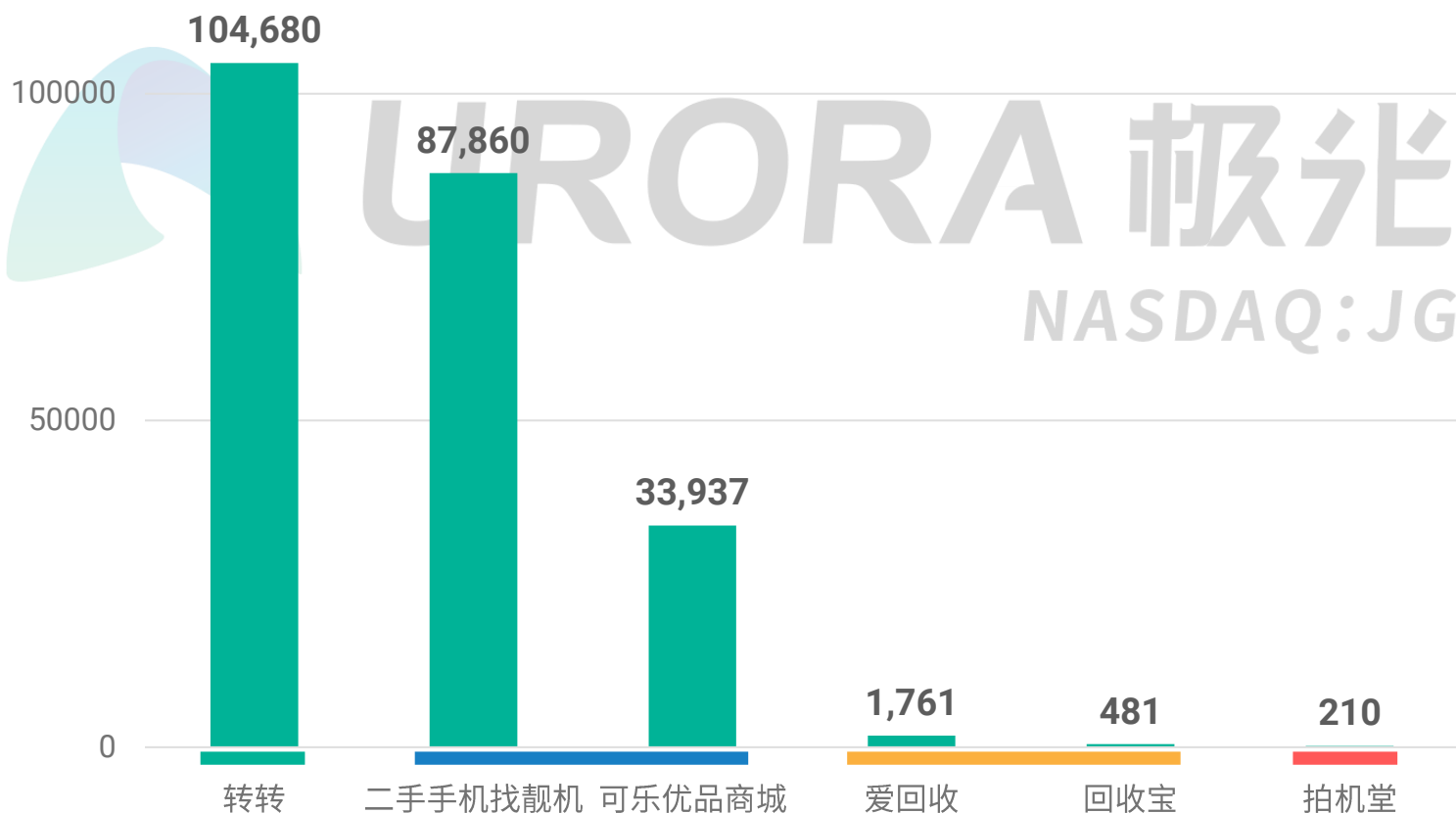
# 主要二手手机交易app用户新增

## 头部二手手机交易app用户稳定增长

- 2020年2月份，转转新增10.47万，其次为二手手机找靓机，月度新增8.79万

### 主要二手手机交易app用户新增

■ C2C/C2B2C ■ B2C ■ C2B ■ B2B



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.02

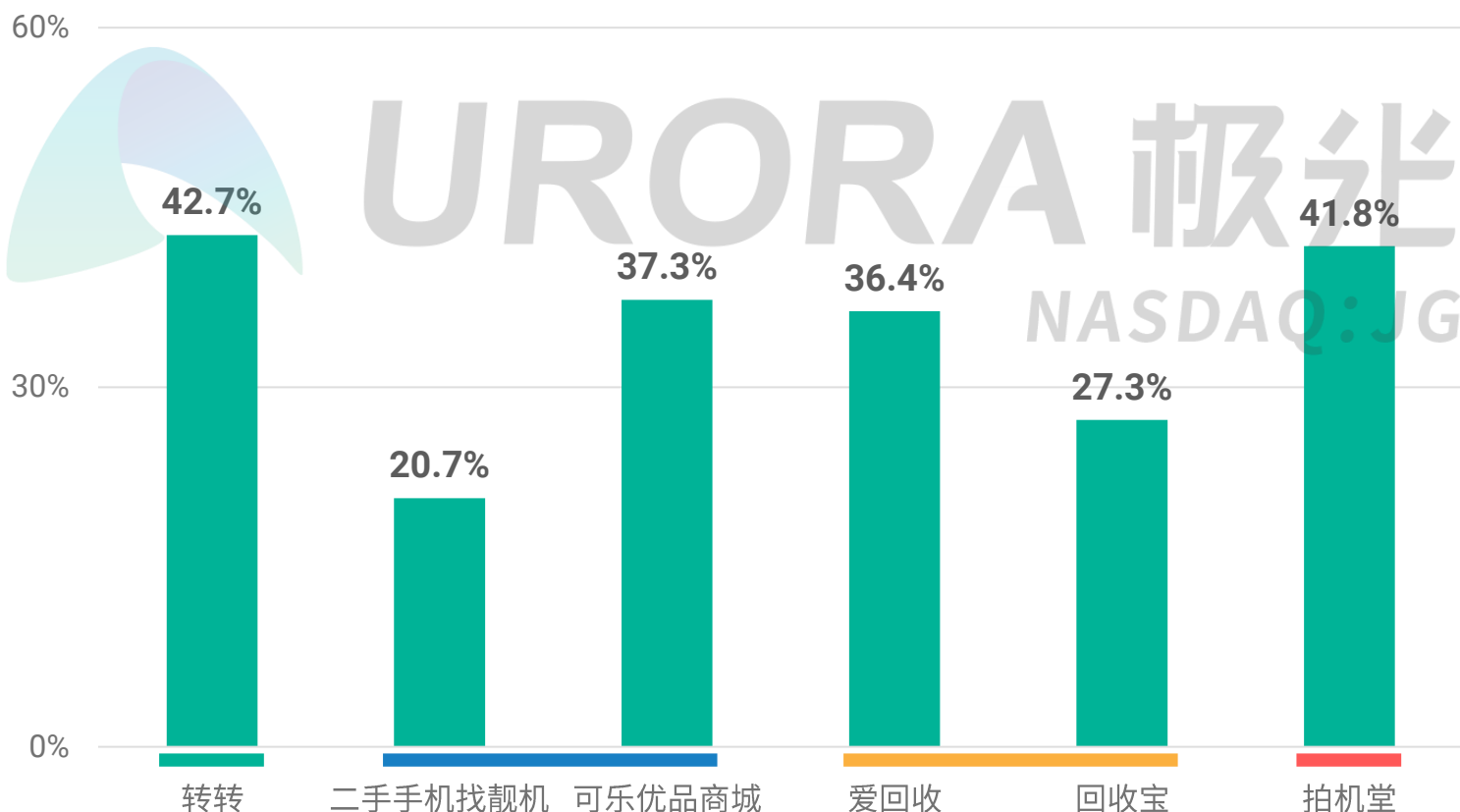
# 主要二手手机交易app 30日安装留存率

## 二手手机交易app新增用户留存存在差异

- 转转30日安装留存率最高，达42.7%，其次为拍机堂。主要二手手机交易app中，二手手机找靓机的用户流失情况较为严重

### 主要二手手机交易app 30日安装留存率

■ C2C/C2B2C ■ B2C ■ C2B ■ B2B



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.2.10

CHAPTER 04

# 用户二手手机交易行为分析



# 二手手机交易接受度与行为偏好

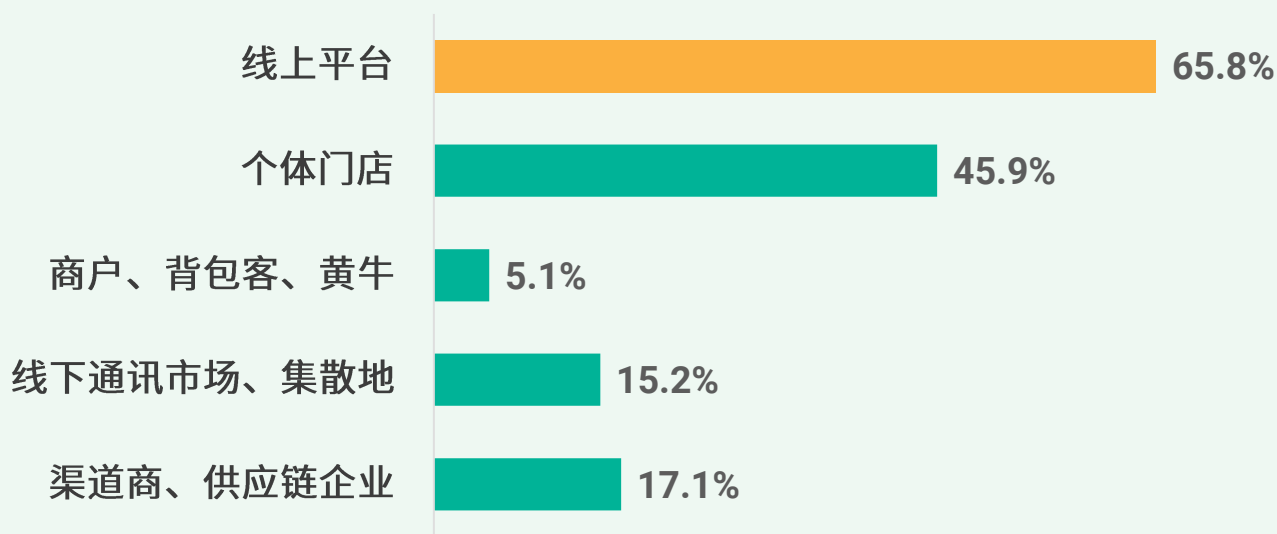
## 用户对线上二手交易接受度越来越高

- 二手手机买卖作为一个非高频需求，用户人均安装此类app的个数仍在不断增长，用户群体拥有庞大的增长潜能
- 90后人群中，超六成选择使用线上平台进行二手交易；个体门店是该人群的第二大手机交易途径

### 用户人均安装二手手机交易app个数



### 90后人群二手手机交易渠道分布



数据来源：极光、极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.02

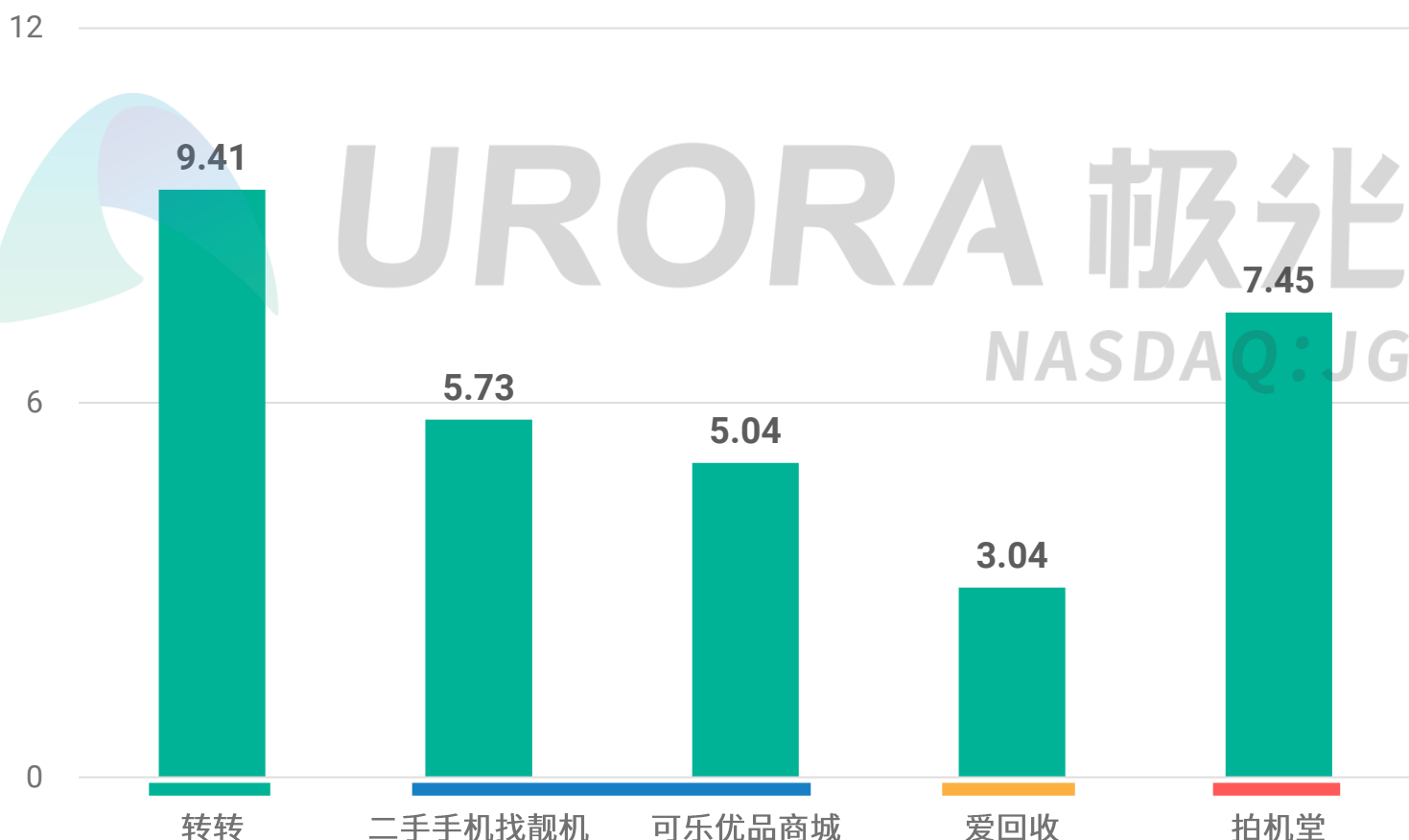
# 主要二手手机交易app用户使用时长

## 不同运营模式app的用户使用时长差别较大

- 转转用户人均日使用时长达9.41分钟，而交易场景集中于线下的爱回收使用时长为3.04分钟

### 每用户日均使用时长(分钟)

■ C2C/C2B2C ■ B2C ■ C2B ■ B2B



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.1.25-2020.2.14

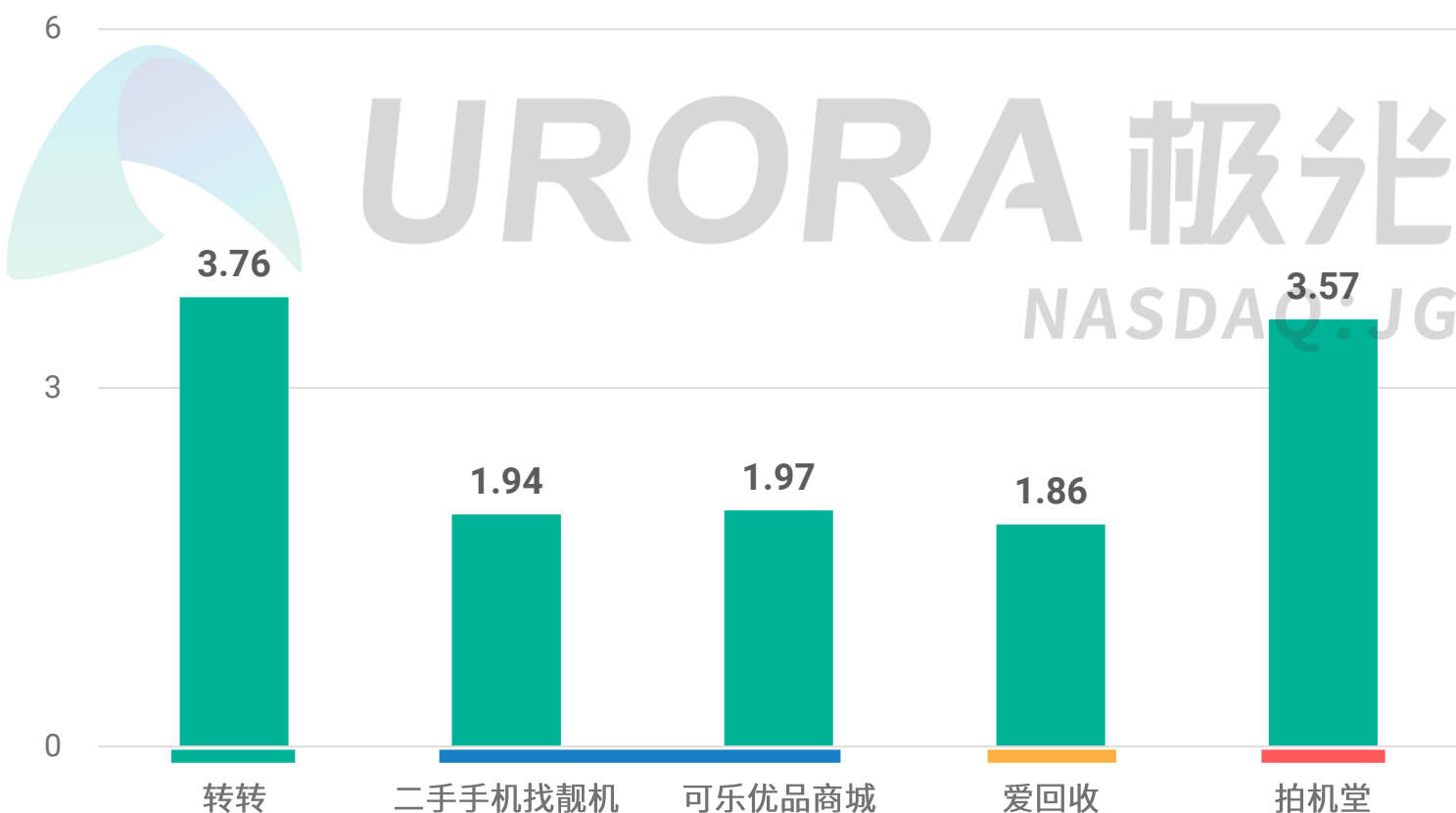
# 主要二手手机交易app用户使用频次

## 转转和拍机堂用户使用频率更高

- 转转用户app日开启次数最高，其次是拍机堂，主要的B2C和C2B模式app每用户日均开启在2次左右

### 每用户日均使用频次

■ C2C/C2B2C ■ B2C ■ C2B ■ B2B



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

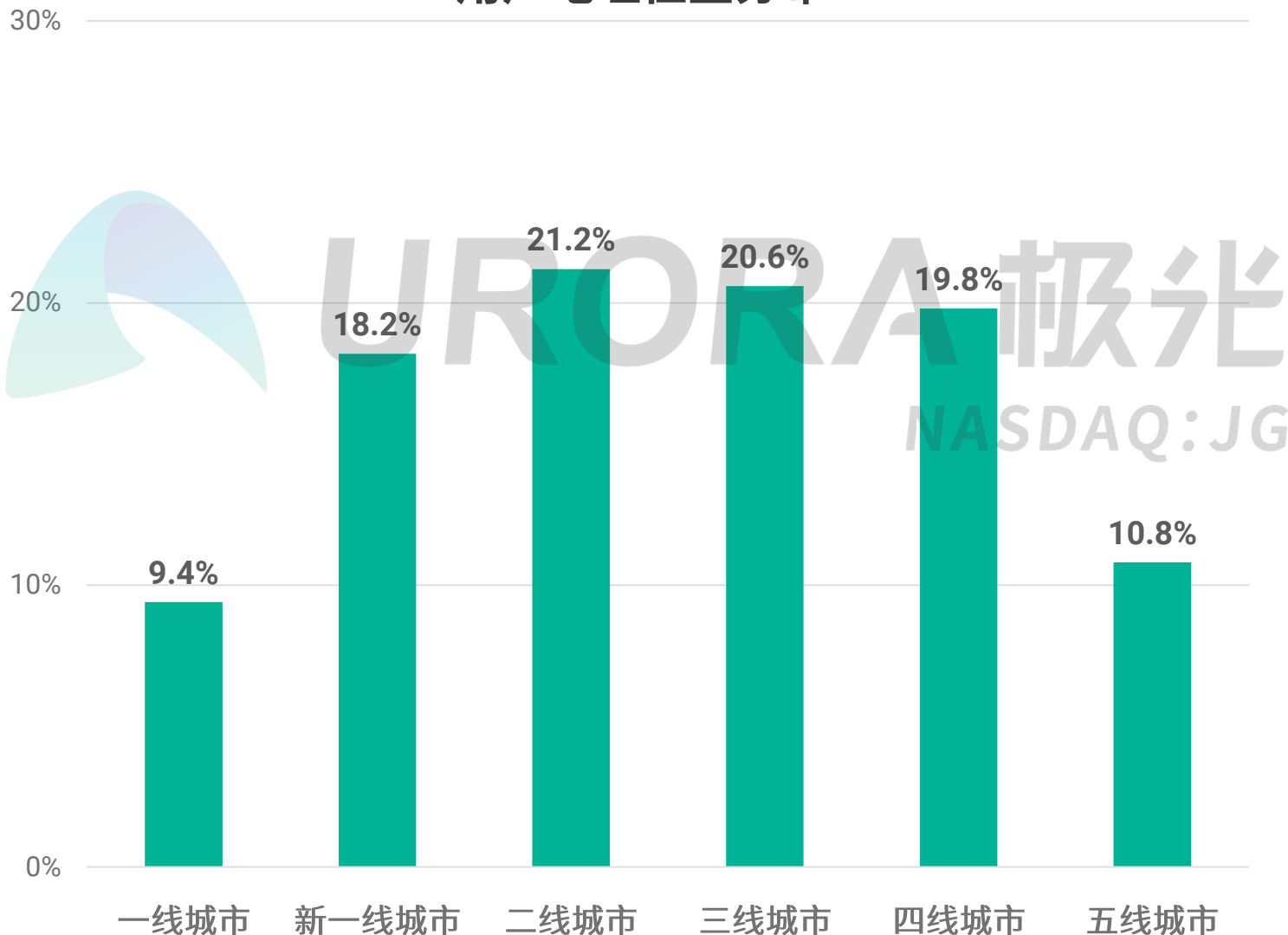
数据周期：2020.1.25-2020.2.14

# 二手手机交易app用户地理位置分布

## 行业用户主要集中于一线/新一线等发达城市

- 就用户占比而言，高低线城市用户占比平分秋色；但就人口基数而言，一线城市在较小的人口数量前提下贡献了近10%的用户占比，说明一线乃至新一线城市是二手手机交易行业的主要参与者
- 而四五线城市拥有庞大的人口基数，行业用户占比仅稍稍高过一线城市占比，说明低线城市的用户需求还未完全释放，且有巨大发展空间

### 用户地理位置分布



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2020.02

CHAPTER 05

# 疫情下的产业生态





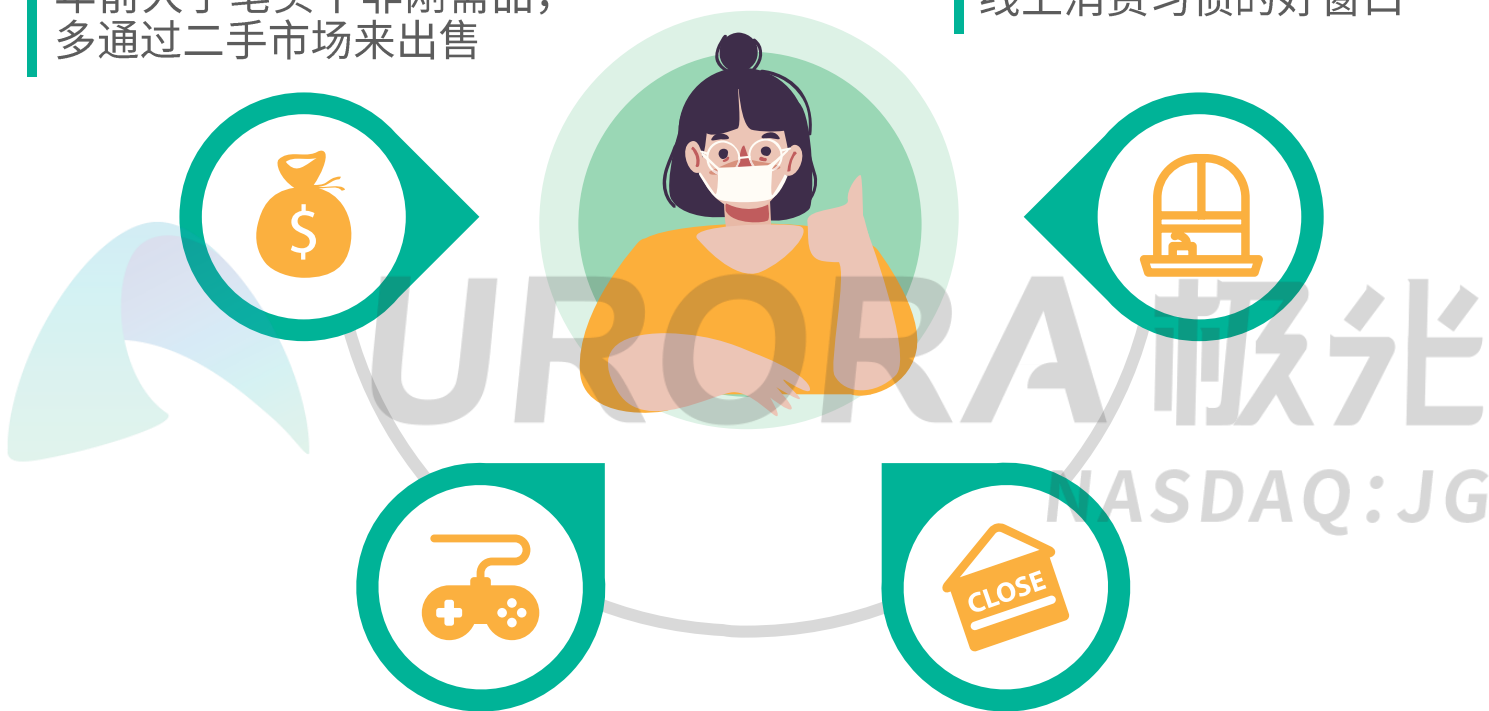
# 疫情对二手手机交易走向的影响

## 挑战与机遇并存，疫情将加快二手手机交易线上化

- 随着新冠病毒疫情影响的不断扩大，居民日常生活与各行各业的方方面面都受到了影响
- 在C端，线下交易途径被阻断，线上平台提供邮寄形式的无接触回收，为用户需求开放了入口。先前搭建的规范验机流程以及企业的信用背书解决了二手交易中的信息与信用的原生问题，让用户更有意愿进行线上交易
- 在B端，多个经营环节难度增大、成本上升，急需to B平台为商户提供货源信息，缩短交易流程的应用

部分人资金周转出现问题，需要通过二手买卖来回血。年前大手笔买下非刚需品，多通过二手市场来出售

更多行业选择开启线上服务，疫情期间是培养人们线上消费习惯的好窗口



部分行业复工暂无定期，大量闲暇时间需要娱乐方式来打发，人们对电脑、手机、游戏机等商品需求旺盛

线下门店无法营业，最贴近用户的散户回收途径受阻，商户回收成本上升。无论是C2B还是B2B，线上交易都是疫情期间的不二之选

公开资料整理

# 疫情对企业影响及应对措施

线下供应链、销售渠道遭受冲击巨大，疫情对不同运营模式的企业带来的挑战各有不同

C2B2C模式下，转转遭遇的挑战主要来自货源方面的协调  
转转采取提效增收、寻找突破业务机会等措施，节约成本，同时出台相关措施帮扶中小商户

B2B模式的采货侠在疫情期间扩大商户开放入口，建立交易链接，同时与B2C平台合作促进产业链流转

C2B2C代表企业  
转转



B2B代表企业  
采货侠



B2C代表企业  
找靓机



C2B代表企业  
爱回收



疫情并不会减少消费者对二手手机的需求，B2C模式下，找靓机能为商户提供商品流出渠道，但需要解决货源问题

爱回收的主要压力来自线下600家门店的运营成本，疫情减少了人们的出行，交易场景集中于线上，线下回收能力骤减。倚重线下流量的爱回收采取“让薪”措施压缩人员成本

公开资料整理

# 报告说明

## 1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研, 共回收人群样本数量766份; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

## 2. 数据周期

报告整体时间段:2020年2月。

## 3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

## 4. 免责声明

极光JIGUANG所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光JIGUANG不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光JIGUANG无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

## 5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力, 对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察, 敬请期待。

## 6. 版权声明

本报告为极光JIGUANG所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

# 关于极光

极光（Aurora Mobile，纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、极光分享、短信、一键认证、深度链接等开发者服务。截止到2019年12月份，极光已经为超过50万移动开发者和145.2万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计336亿，月度独立活跃设备13.6亿部。同时，极光持续赋能开发者和传统行业客户，推出精准营销、金融风控、市场洞察、商业地理服务产品，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

# 业务咨询请联系



For developers , by developers



全国数据咨询

胡畅达: [hucd@jiguang.cn](mailto:hucd@jiguang.cn)

投资机构数据咨询

Alan: [alan.wong@jiguang.cn](mailto:alan.wong@jiguang.cn)

全国商务咨询

[sales@jiguang.cn](mailto:sales@jiguang.cn)

媒体数据引用

[marketing@jiguang.cn](mailto:marketing@jiguang.cn)