

■ 瞄准“90后”一代，巨头已经完成布局

二手闲置物品交易火起来了

■ 熊雯琳

“过年换新机，把旧手机卖掉回波血，自用九五成新，支持转转验机，大刀绕道”，编辑完成之后，小文点了发布按钮，并且将“宝贝”转发到了朋友圈。

相信生活中不少人都有过小文这样在网上处理二手物品的经历，尤其是“90后”。不久前，二

手交易平台转转发布的《2017年中国分享经济趋势报告》显示，在转转平台上，2017年全年交易额达258.49亿元，而“90后”人群占比超56%。

二手交易、分享经济的崛起，与“90后”有着密不可分关联，尤其互联网产品的快速迭代，微信小程序的出现，让二手物

品交易与社交的联系更加紧密，也逐渐在成为年青一代的生活方式。

根据商务部规划显示，到2020年，二手机市场商品总价值保守估计可达32万亿元，这一市场自然谁都不愿错过。那么，各路高手过招，谁能够从中划走最大一块蛋糕？



链接

截至2017年底，分别属于阿里、腾讯阵营的闲鱼和转转，合计占据了二手闲置物品交易90%以上的市场份额。

闲鱼

阿里旗下的产品，前身是淘宝二手，定位综合性全品类闲置交易平台，用户量和商品量应该说是闲置物品交易市场里的No.1。

■ 优势

- 背靠淘宝5亿用户，账号一键登录、宝贝一键转卖等快捷功能，造就了闲鱼海量的用户和商品供给，对用户需求的满足比较全面，选择性多。
- 遗传了阿里大电商基因，整体搜索/推荐-浏览-下单-购买-等待收货-确认收货的体验顺畅，芝麻信用分为交易安全保驾护航。
- 明黄色充斥着活力的UI风格，以及漫画风的定调，很符合淘宝迁移过来的女性审美。

■ 特色

- 拍卖：**土地使用权、飞机、超跑、赛艇、办公用房、司法处置的不良资产，都能在闲鱼拍卖上找到。
- 高校：**限定地理范围的高校鱼塘把交易范围框定在了学生之间，信任度和便利性两个问题都得到了解决。
- 信用速卖：**“先收钱后寄货”模式很受欢迎，但目前仅支持手机、平板、笔记本、相机、智能数码、家具家电、运动器材、乐器、箱包、手表、首饰、酒等12种品类。

■ 不足

- 体量巨大，商品挂上去容易被淹没，同一件商品浏览量比转转要低，最直接的结果就是成交率低。多“擦亮”几次，会有询价者，但成交却很难。
- 聚集了太多的商家，清一色的全新商品图、PS卖家秀，让人误以为又进了淘宝。
- 承担着闲鱼社交使命的鱼塘，目前还缺少更多的活跃度。

转转
二手交易网

58赶集内部分离出来的产品，定位专业二手交易平台，2017年4月获腾讯2亿美元战略投资。

■ 优势

- 背靠微信，微信账号授权登录，和社交关系打通。
- 提供手机、家电等3C商品质检服务，在没有盈利烧钱补贴的现状下，用很重的运营模式保障平台用户交易安全。
- 相对真实纯净的C2C交易环境：除官方认证的商家，商家不允许在平台上出售商品；与之相关的，转转的风控审核比较严，整体看上去是以个人闲置物品为主。

■ 特色

- 优品验机平台有免费验机服务，买家看中一部手机，选择优品验机服务，（卖家同意后）手机会被寄到官方质检中心检查并出具质检报告，并提供30天质保，打消买家后顾之忧。
- 母婴是转转重点发力的一个品类，不仅有宝妈群体专属认证、母婴交流社区，还有每周五上线的招牌栏目《红五母婴好货》，用补贴红包+限时秒杀的形式，帮很多宝妈成功卖出了手里的闲置物品。
- 游戏交易，为保障交易安全，付款后有全程客服协助联系卖家更改账户绑定信息，待买家更改完成后才确认收货。
- 二手书，以上门收书+人工审核再上架出售的模式，确保买家的使用和阅读体验。

■ 不足

- 风控审核比较严，有时普通用户发布的正常商品也会误判违规，导致下架、删帖，重则封号。反而是一些职业卖家、恶意用户能在熟读平台策略的基础上，钻一些漏洞。
- 工具属性较强，社交属性弱，买完即走。
- 非热门品类（手机数码3C、母婴等）成交率较低。

张斌

（根据公开信息整理）

罕见的万亿元规模市场

“刚挂上去两天，就有几个人找到了我”，小文透露，他已经和其中一个买家谈好了价格，约定是900块，小文包邮。“我准备明天就把手机寄出去，买完新手机之后钱包就瘪了，卖掉这个最起码能够补贴下个月的房租。”

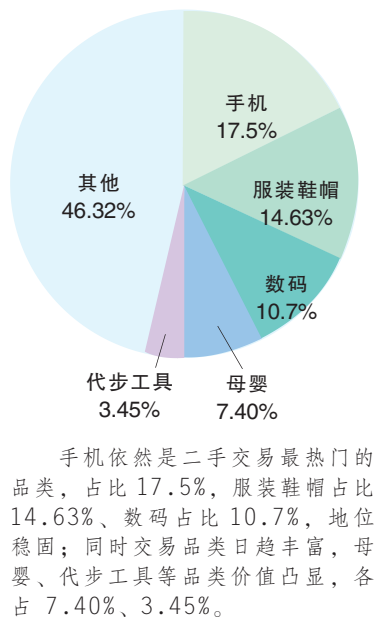
小文还说到，除了手机之外，平常他有二手物品也会挂到网上去交易，并且身边许多朋友都是如此，毕竟经济压力摆在那里。数据也能够证实这一点：在都市生活中，像小文这样的职场青年大有人在。

除了经济压力这一客观条件之外，以小文为代表的“90后”，他们的消费习惯和理念也是导致二手物品交易兴起的重要原因。

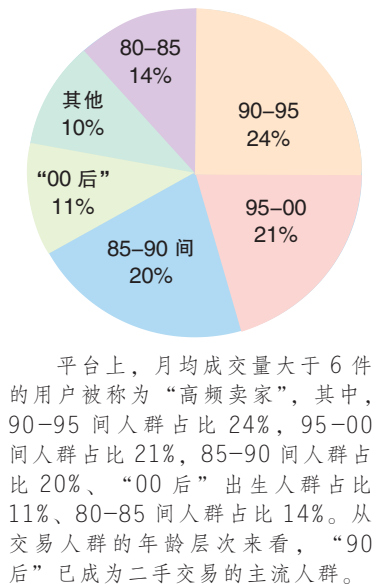
“平常朝九晚九，下班之后就只想宅在家里，也没有心思逛街”，这可能是大批都市青年的真实写照。尤其是近年来随着电商的崛起，足不出户买遍天下变成了现实，大家更是养成了手机下单、坐等快递的购物习惯。这一习惯也平移到了二手交易的流程之中，《2017年中国分享经济趋势报告》显示，在线上达成交易意向之后，买卖双方选择线下交易的频次逐渐减少，63.15%的男性用户倾向于快速交易，女性快速交易的比例高达76.32%。

消费习惯在互联网的冲击下发生转变的同时，大众的消费理念也在逐渐向成熟、理性升级。“只买最贵，不买最好”这种攀比心理，已逐渐被大众所抛弃，品质和实用性成为不少人在购物时首先考量的标准。所以，价低质优的二手商品，无疑就成了最好的选择。以苹果原装的手机壳为例，官网全新货的价格为328元，而在转转、闲鱼等二手交易平台上，有许多卖家在以不到200元的价格转手。相比之下，谁更具性价比自然是

数据



手机依然是二手交易最热门的品类，占比17.5%，服装鞋帽占比14.63%、数码占比10.7%，地位稳固；同时交易品类日趋丰富，母婴、代步工具等品类价值凸显，各占7.40%、3.45%。



平台上，月均成交量大于6件的用户被称为“高频卖家”，其中，90-95年间人群占比24%，95-00年间人群占比21%，85-90年间人群占比20%、“00后”出生人群占比11%、80-85年间人群占比14%。从交易人群的年龄层次来看，“90后”已成为二手交易的主流人群。

制图：杨天慧

风口下的各路高手过招

万亿元市场的规模，自然引来不少玩家，闲鱼、转转以及刚刚加入的拍拍二手，各路高手开始频繁过招，打法也不尽相同。QuestMobile发布的《二手交易行业观察》报告显示，截至2017年底，闲鱼和转转合计占据了90%以上的市场份额。

最早入局的闲鱼由于背靠阿里，成名最早，其主打社区轻模式。马云曾说过，腾讯做社交，阿里要做社区。闲鱼创始人兼总经理谌伟业也信奉这一点，“真正的共享经济应该是社区，只有社区才能让二手资源流动起来”。闲鱼中的“鱼塘”就是社区，基于地理位置，用户加入之后即可发布信息，并且发帖规则颇似论坛、贴吧。

社区的运营给二手交易带来了更好的氛围，但也带来了鱼龙混杂等不可控因素。

“说到这一点，我同事最有发言权了。他几周前卖了一个全新苹果手机，却被买家在申请退货后调了包，而他错过了维权的时间，如今只能打碎了牙往肚子里咽”。小文吐槽道。本来就是陌生人之间的交易，这样一折腾，恐怕他同事再也不敢在二手平台上买卖东西了。

由此，二手交易中买卖双方互相信任的重要性就凸显出来。如何解决这一问题，尽可能去保障双方的权益，成了平台需要做的重点工作之一。对此闲鱼选择依靠支付宝

和蚂蚁信用体系，拍拍二手则是复制京东自营的经验，更偏向于B2C模式。

而在2015年上线的转转，则是选择从一开始就解决“信任”问题，微信为转转开放了大数据后台，所有转转用户都要通过微信一键登录，并导入自己的好友。之后，相继推出了平台验机、小程序、速卖等，都是在解决信任基础之上来做产品。得到的效果也是非常不错，在公认的交易纠纷密集度最高的二手手机这个品类中，优势非常明显。

二手手机市场存在的猫腻，从各种“华强北”的新闻报道便可窥得一二。但与此同时，二手手机又是二手交易中最活跃品类之一。意识到这一点之后，转转平台开放了二手手机验机服务。

2016年6月，转转优品正式上线，主打二手iPhone手机的回收和寄卖。每部平台自营的手机都经过工程师的专业验机，这一保障为转转优品带来了订单量上的攀升。随后转转又将验机服务开放至全平台的二手手机交易，买卖双方在进行交易之前可将手机寄至转转平台进行检验。有了平台这一中间机构作为背书，无论是买方还是卖方，整个交易流程都变得更加透明。因此在有二手手机交易需求时，更多人选择了转转平台，转转也在这个品类做到了行业之冠。根据平台数据显示，买家卖家选择验机的比例提升11%，买家购买后申请退款的比例也由1.7%下降到0.2%。平台市场空间高速释放，二手手机C2C交易48小时成交率高达61%……

显然，解决信任问题以及提升交易效率，交易流程标准化等“重运营模式”，才能够让这一市场蓬勃地发展。在这一点上，后入局的玩家京东拍拍的运营逻辑和转转类似，而闲鱼也在去年底正式上线速卖服务，宣布芝麻信用超过600分的用户

接入回收宝、估吗、有得卖、爱回收、乐乐器等数十个专业回收机构，支持手机、3C数码、住宅办公家具、大家电、乐器等多类物品的快速回收，未来服装、美妆、图书、奢侈品品类也将陆续接入服务。

这也意味着，闲鱼将B端服务商和芝麻信用体系引入这个庞大的分享经济生态，通过缩短交易流程（从寄出-估

“无闲置社会”何时到来

在日本，奢侈品的二手流通非常普遍；在美国，爱彼迎(AirBnB)的流行与美国人的信任文化有很大关系。但是，这类模式复制到中国，由于信任机制的不成熟，仍然让很多人顾虑重重。

■ 熊雯琳

于分散和零碎，交易流程过长而导致交易效率不高。可以说，在分享经济行业，那些闲置的物品、服务之所以存量巨大却难以释放，就是局限在渠道连接的成本太高。

有人愿意花很多时间，为闲置物品找个好归宿；有人只想快速出手，把生活搞得清清爽爽。除了给前一种人提供

从建立信任的社区生态到重新定义“闲置”流通标准，闲鱼这个诞生于阿里体系内的万亿元规模“新物种”所承载的内涵也越来越丰富。不仅仅是二手物品，平台的生态已经成为“无闲置社会”的基础。在分享经济社区领域，它的想象空间远比我们原来以为的要大。

一个温暖的社区，平台也会联合回收机构、服务好后一种人。针对后一种人，闲鱼与芝麻信用联合宣布上线“信用速卖”服务，芝麻信用分数超过600的用户，在线对闲置用品估价下单后钱款可直接到账（最高不超过2000元），物品由收购方包邮上门取货。

“闲置物品交易必须体验好，才能真正让闲置物品流通起来，最大化社会资源使用效率。”据介绍，信用速卖目前已

价-检验-报价-回收，变成先收钱-再发货两个步骤）来减少闲置物品再流通的中间环节。

信任机制的社区生态构建

在日本，奢侈品的二手流通非常普遍，中古店寄卖流程也非常成熟，但这一模式复制到中国就水土不服。在美

国，爱彼迎(Airbnb)的流行和美国人的信任文化有很大的关系，有很多美国人就是愿意把自家的房屋租给一个陌生人，同样，这一模式复制到中国，仍然让很多人顾虑重重。

“这两件事情的背后，最为核心的问题，就是不同的文化造成的信任度不同。在中国，做任何交易之前，首先你要证明你是可信的，然后才会有人来和你做这件事。信任机制由两个方面组成，一方面是规则，包括担保交易规则体系、信用、支付等，在这一系列的规则下，闲鱼做了个性化的处理，让用户变得更方便；第二方面就是信任社区的建立，这是最难突破，但也是目前闲鱼最引以为傲的地方”。自媒体人、虎嗅专栏作者“熊出墨请注意”这样评论道。

为此，闲鱼建立了一个利于信息和闲置资源流动的社区形态：鱼塘。在闲鱼上有两种鱼塘，一种基于地理位置建立，从交易的角度来说，更方便买卖双方见面交易和互动；另一种是基于兴趣爱好建立起来的鱼塘，通过兴趣爱好将用户聚集起来，让大家自然产生话题，再通过社区的活跃来促进物品流动。

比如在“告别前任”的鱼塘，除了商品之外，问答区还有一大堆情感八卦的话题；而在“手工皮具”的鱼塘，除了各种手工皮具的商品，塘主和部分塘民还会不定期举行线下活动；在“复古”鱼塘，“塘民”之间因为交流和晒物彼此熟悉起来，促成交易的几率自然也能提高。

实际上，有很多闲鱼的重度用户们已经习惯每天“刷闲鱼”，给宝贝们“擦新”，去鱼塘寻宝，倾听别人的故事。用户的买卖记录、他人评论和互动信息都留在自己的主页上，再加上实名认证、芝麻信用和微博的绑定，能够形成一个在时间轴下的结构化信息表达。这样的一套规则+社区形态下，用户很容易在这里找到合适的卖家或者买家，促成更多的互动和交易。

本版图片：视觉中国

要有顺畅的交易流程

“是闲置物品交易市场，但更像是一个重交流的社区。”即便是作为闲鱼重度用户的毛毛，也很难说清楚闲鱼对于她来说到底是什么。这三年下来，她在闲鱼上已经卖出7.7万多元的闲置用品，但作为爱买买买的她，也从闲鱼上淘了不少好宝贝，比如卖断货的家居配件，比如德国产的中古包，还因为卖手机认识了一个天津开密室逃脱轰趴店的网友，最后两人竟然成了生意上的合作伙伴。

而对于还在念大学三年级的数码迷小东来说，刷闲鱼成为他的生活方式。由于他对数码产品价格门儿清，因此，经常会在闲鱼上倒卖各种二手数码产品，比如帮同学淘靠谱的二手手机，或者刷出价格合适的数码产品，然后加价转卖，由于他芝麻信用分数高，爱互动，产品拍照颜值也很高，每个月通过这样的无本转卖，也能挣3000-5000元。

“对于愿意与买家交流互动的人来说，在闲鱼的闲置物品成交率会更高，相比之下，不愿意回复买家信息或者没

有授权芝麻信用的用户明显成交率就低。”闲鱼相关人士介绍说，在闲鱼社区上有过互动的用户，成交转化率为13.5%，而没有互动的用户成交转化率只有0.07%。“只有大家不断在社区里维护这个交流分享的氛围，最后才可以带动闲置资源的流动，分享社区经济也因此繁荣起来。”这位人士表示。

开发闲置物品市场也相当有想像空间，根据《2016分享经济报告》数据显示，2016年中国闲置物品市场规模达4000亿元，预计未来两年这个市场的整体价值至少会翻一倍。

实际上，背靠阿里的用户规模和信用体系，闲鱼通过非标准化、非流程化的闲置交易、生活服务、技能分享等需求，和“鱼塘”、“集市”等社区化的产品，收获了超2亿用户以及1600万的活跃卖家，拥有45万个遍布天南海北的“鱼塘”，用户活跃度达到41%。

在消费升级的趋势下，越来越多的创业者涌入到这一平台。比如做数码产品回收的回收宝、爱回收，再比如做乐器回收的乐人乐器。但越深入这一市场，痛点就越多显现出来，比如交易过

