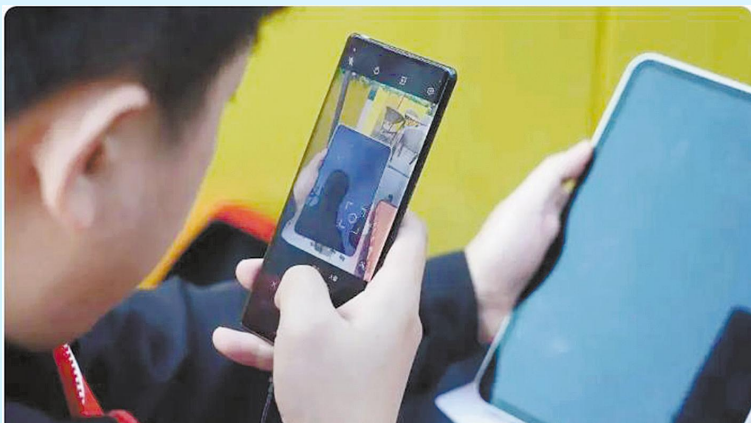


“该省省、该花花”成为新的生活信条，二手市场从“将就”走向“讲究” 这届年轻人把二手玩明白了

一台停产的游戏机、一件穿了两次的大衣、一辆3年车龄的汉兰达，都不再只是旧物，而是承载理性、个性与绿色生活态度的新载体。当“该省省、该花花”成为新的生活信条，二手市场正悄然从“将就”走向“讲究”。在性价比之外，年轻人在这里淘情怀、追稀缺、玩圈层，甚至重新定义“值不值”。在这场循环消费浪潮中，年轻人用钱包投票——不要被“忽悠”，只要真实、可靠、有故事的“好东西”。



二手交易平台的回收工程师，对回收的电子产品进行拍照

二手车交易性价比凸显

得益于电商平台的发展，二手物品交易近年来日益活跃，市场蛋糕越做越大。如在新能源汽车蓬勃发展的今天，二手车市场依旧交易频繁，这背后的关键词正是性价比。

最近，瓜子二手车交易平台基于2025年真实成交数据，发布了线上部分车型的保值率榜单。榜单显示，燃油车市场中，汉兰达、雅阁等经典车系的3年保值率维持在65%以上，显示出成熟产品在二手市场中的长期稳定价值。与之形成对比的是，部分海外高端品牌的保值能力正在走弱，有的3年保值率已降至40%左右。

中汽信息科技(天津)有限公司与懂车帝联合发布的《年轻用户二手车消费洞察报告》亦显示，二手车正在成为越来越多年轻人的第一辆车。报告指出，年轻用户之所以选择购买二手车，首要动机是降低购车成本、减轻经济压力，占比达61%，显著高于其他因素；另外有47%的用户旨在规避新车贬值风险。这两大动机共同表明，年

轻用户购买二手车的决策整体呈现出审慎、务实的特点。

年轻用户在购买二手车时，最看重的价值点是车况可靠性和价格优势，占比分别为69%、63%。懂车帝二手车业务负责人赵志峰认为，价格竞争力是购车决策的基础门槛，而车况可靠性则关系到长期的使用成本、安全保障及资产的最终残值，是规避潜在财务与体验风险的核心防线。在二手车交易信息高度不对称的背景下，不可靠的车况往往意味着高昂且不可预见的维修费用、频繁故障困扰以及车辆快速贬值的风险。因此，将车况可靠性置于价格之上，实质是对长期持有成本与用车体验的深度考量，反映出消费观念从追求“初始最低价”向追求“全周期最优价值”的理性转变。

二手车市场交易大数据透露出，这届年轻人显然并不好“忽悠”，优质、低价才是解锁年轻人钱包的最优解。



二手车

市场交易活跃，肩负情感寄托

不只是二手车。当前二手物品交易日益活跃，主打一个“骑着自行车逛酒吧，该省省、该花花”。平台能力的加持，是二手商品交易在国内跃升的关键。《2024年度中国二手电商市场数据报告》显示，2024年，二手电商交易规模达6450.2亿元，同比增长17.56%。二手物品交易的需求五花八门，除了性价比，还有情感共鸣、稀缺收藏等。

任天堂已停产的3DS系列掌上游戏机，在过去长达数年的市场周期里，二手价格都维持在一个稳定的区间。然而，随着停产的消息传来，它从复古产品变为洛阳纸贵的收藏品，二手价格在过去一年内飙升，一度上涨约3.5倍。

“最近，我从网上淘了一台二手小霸王学习机，主打就是怀旧。放在家里展示，可以给孩子讲述我小时候玩过的游戏。”买家麦先生坦言。磁带、MP3、邮票、电话充值卡等从日常生活中几乎消失的物品，在二手交易平台上往往受到青睐，尽管缺少实用价值，但蕴含的情感因素不可替代。

“我国二手商品交易规模处在快速增长阶段，是一个具备成长空间的万亿级市场。从平台观察来看，市场呈现明显的年轻化、高品质趋势。”二手交易平台95分App负责人陈意明说，该平台上46%用户为00后，他们对二手消费的需求并非单纯的低价，而是追求有限预算内的品质满足。

当下年轻人的生活习惯决定了会产

生大量二手物品，这是二手市场繁荣的基础。一份调研显示，上海青年租房平均换房周期为16.25个月，也就是不到一年半就要搬一次家，这自然会产生大量二手家居用品。此外，网球、骑行、摄影、音乐以及二次元等新圈层消费不断涌现，每一次“入坑”和“退坑”的过程，都会有大量二手物品流入市场。在二手平台上，许多年轻人既是消费主力，也扮演了“货源”的角色。

“过去一年，在95分App上花费超10万元的客户数量同比增长超40%。”陈意明分析，用户青睐的商品中，除传统的鞋服、数码等品类外，具有“稀缺性”和“情感价值”的商品增长显著。复古CCD相机交易额同比增长2到3倍，小众设计师孤品包、限量潮玩等品类也呈现爆发式增长。二手消费正处于从“实用替代”转向“品质生活”的新阶段。

二手物品交易的过程其实也是新消费观“养成”的过程。李成曾是一名“剁手党”，直到她体验到二手平台交易的整个流程，才逐渐转变为“羊毛党”。

“上千块钱买的大衣，穿了没几次，家里实在放不下，在二手平台上卖几百元都无人问津。一开始我觉得是二手平台砍价太狠，时间久了我逐渐明白，这或许就是物品的真正价值，而非其标示的价格。”李成说，她现在更青睐极简生活，长期不用的物品都果断在二手平台断舍离。与此同时，她在消费时也更为谨慎，“买时一时爽，卖时得‘打骨折’才卖得出去”。

打破壁垒，让交易更顺畅

二手交易的市场前景毋庸置疑。华泰证券研报分析指出，当下的理性消费趋势有望加速二手商品流通速度，不过二手交易不同于传统消费模式，如何建立信任关系、打破信息差是发展的关键。

懂车帝的报告显示，45%的受访者认为，“车况描述与实际不符”是购买二手车过程中的最大困扰，这表明二手车交易中信息不对称问题依然突出，尤其是历史维修记录、事故情况等关键数据缺乏透明度。该痛点直接影响年轻用户的购车决策。

赵志峰说，年轻用户在购买二手车时呈现出理性、务实且高度数字化特征。其购车决策的主要驱动力为“降低购车成本”，交易渠道偏好选择二手车平台。这意味着，构建以“信任”为基石、“成本”为催化剂、“便利”为护城河的核心竞争力至关重要。

瓜子二手车联合创始人王晓宇表示，应推动二手车尤其是

新能源二手车在检验、评估等环节的标准制定和服务质量提升，打破信息差，为行业发展和经济社会绿色转型保驾护航。

二手电商平台同样面临信任挑战。为此，不少平台已经行动起来，如转转集团旗下二手多品类循环仓店“超级转转”在北京开业，用“仓储式大店+全品类”的探索为线下二手交易带来更多“逛”的体验；闲鱼在多个城市开出“闲鱼循环商店”，在选品和陈列模式上更注重以“兴趣圈层”分类；95分对商品进行专业团队鉴别、多人交叉验证，确保为正品后才可售出，并根据不同品类商品特点制定更细化的质检标准。

在法律界人士看来，当务之急是平台肩负起主体责任，营造透明、可信的交易环境。平台在准入门槛、售后服务、纠纷解决方面均应当采取积极措施，及时清理存在违规行为的卖家，维护平台良好生态；建立畅通渠道，及时响应维权诉求，处理交易纠纷，为正常交易行为提供保障；在处理纠纷过程中，应当保持客观公正。

(据《半月谈》)