

古着与二手市场电商经营策略及运营方式研究

陈亚楠

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月6日; 录用日期: 2024年9月25日; 发布日期: 2024年11月29日

摘要

本文主要探讨了古着与二手市场的现状、困境及未来前景。文章指出, 随着环保意识提升, 二手市场规模迅速增长, 尤其是服饰领域, 但平台面临商品质量、供应链管理、市场竞争等挑战。针对这些困境, 平台需要优化供应链、建立消费者信任, 并通过差异化定位、创新模式、以及技术进步提升竞争力。此外, 跨境电商的兴起和政策支持也为二手市场的发展提供了新的机遇。文章最后提出了未来电商发展的策略建议, 如品牌定位、用户体验优化和营销策略制定。

关键词

电商平台, 营销策略, 古着电商

Research on the Business Strategies and Operational Methods of Vintage Clothing and Second-Hand Market E-Commerce

Ya'nan Chen

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 6th, 2024; accepted: Sep. 25th, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

This article examines the current state, challenges, and future prospects of the vintage clothing and second-hand e-commerce market. It notes the rapid growth of the second-hand market, especially in apparel, driven by increased environmental awareness. Challenges include product quality, supply chain management, and market competition. In response to these difficulties, platforms need to improve supply chains, build consumer trust, and enhance competitiveness through differentiation, innovation, and technology. The rise of cross-border e-commerce and policy support also offer new

opportunities. The article concludes with strategic recommendations for e-commerce development, such as brand positioning, user experience optimization, and marketing strategies.

Keywords

E-Commerce Platform, Marketing Strategy, Vintage Clothing E-Commerce

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在现代消费市场中，古着(Vintage Clothing)与二手市场(Second-Hand Market)逐渐成为一种新的潮流。随着可持续发展和环保意识的提升，越来越多的消费者开始关注二手服饰。二手市场不仅为消费者提供了价格更为亲民的选择，还有效减少了环境负担。古着和二手市场的电商平台正在蓬勃发展，但这些平台也面临着一系列挑战。本文将详细探讨古着与二手市场电商的现状、困境、未来前景、经营策略及运营方式，以期为相关从业者提供有价值的参考。

2. 古着与二手市场电商的现状

2.1. 市场规模与增长趋势

全球二手市场近年来呈现出快速增长的趋势。据市场研究公司 ThredUp 的数据显示，2023 年全球二手市场的规模已达到 5000 亿美元，并预计到 2028 年将增长至 10,000 亿美元。二手市场的增长主要受到消费者对可持续消费的关注和对价格敏感性的驱动。特别是在欧美市场，二手服饰已成为主流趋势。

在中国市场，二手市场的成长也不容忽视。在经济快速发展以及互联网时代的推动作用下，线上消费的市况日趋攀升，然而其中的一些并发问题也随之产生。即使后期发展了像“闲鱼”这样的线上二手交易平台，消费者对于产品信息的了解程度还是存在欠缺。近些年发展起来的一些线下“古着二手市场”则填补了这方面的不足[1]。根据艾媒咨询的数据，2023 年中国二手市场的规模约为 2000 亿元，预计到 2025 年将突破 3000 亿元。中国的二手市场主要由线上平台推动，如闲鱼、转转等。这些平台不仅提供了丰富的商品选择，还通过社交功能增强了用户的互动体验。

在全球范围内，二手市场可分为多个细分领域，包括服装、家居用品、电子产品等。服装领域是二手市场的主要组成部分，尤其是古着和时尚二手服饰的需求持续增长。根据 Statista 的数据，2022 年全球二手服装市场的规模约为 1000 亿美元，占整个二手市场的 20%。预计到 2025 年，这一比例将进一步提高。

在美国，二手市场的消费者主要集中在大城市，如纽约、洛杉矶和旧金山。这些城市拥有较高的环保意识和消费能力，推动了二手市场的快速发展。在欧洲市场，二手市场的增长主要受到年轻消费者的推动，尤其是在巴黎、伦敦和柏林等时尚城市，二手服饰已经成为一种主流潮流。

2.2. 消费者行为分析

消费者对古着和二手商品的态度正在发生变化。从过去的“便宜”到现在的“独特性”和“环保”，古着和二手商品的价值观念逐渐得到认可。根据市场调研公司 Mintel 的数据，约 60% 的年轻消费者(18~34 岁)表示他们愿意购买二手商品，因为这不仅符合他们的环保理念，还能满足他们对独特风格的追求[1]。

不同年龄层和地区的消费者购买行为存在差异。例如，在欧美市场，二手商品的消费群体以年轻人为主，他们更加注重时尚和个性；而在亚洲市场，尤其是中国，二手市场的消费者更多是出于价格考量，但随着环保意识的提升，越来越多的年轻人也开始关注二手商品的独特性和文化价值。

消费者的动机分析

消费者购买二手商品的动机多种多样。首先，价格优势是一个重要因素。二手商品通常比新商品便宜，这对预算有限的消费者具有很大的吸引力。其次，环保意识的提升也是一个重要因素。许多消费者开始关注减少对环境的影响，选择二手商品成为一种可持续消费的方式。此外，古着和二手商品的独特性也是一个吸引消费者的因素。与大规模生产的快时尚商品不同，古着和二手商品常常具有独特的设计和历史价值，这吸引了那些追求个性化和独特风格的消费者。

2.3. 主要电商平台及其模式

国内对于古着商品的购买，其渠道，最常用的是淘宝，这是因为淘宝款式丰富，购买便捷，价格可供选择的余地也较多，对还未经济独立的大学生而言是不二之选。个体经营店铺这一选项与大学生所处地区有很大的关联，一二线城市会有较多的古着店铺，其他城市古着实体店铺分布较少[2]。

古着和二手市场的电商平台种类繁多，每个平台都有其独特的业务模式和运营策略。以下是几个主要平台的介绍：

Depop: 成立于 2011 年的 Depop，专注于时尚和古着商品的交易。平台采用社交化电商模式，用户可以在平台上展示自己的商品，同时关注其他用户，形成社区互动。Depop 的成功在于其对年轻消费者的吸引力和时尚导向的设计。平台的社交化模式鼓励用户分享和交流，增加了用户的参与感和平台的活跃度。

ThredUp: 作为美国最大的在线二手服饰平台，ThredUp 主要通过寄售模式运营。用户可以将不再穿的衣物寄送至 ThredUp，平台进行筛选、定价和销售。ThredUp 通过大规模的数据分析和智能定价系统，提高了商品的流转效率。平台的寄售模式不仅减轻了消费者的销售负担，还提供了更加专业的质量控制。

闲鱼: 中国最大的二手交易平台之一，闲鱼由阿里巴巴集团推出。闲鱼的主要优势在于其庞大的用户基数和强大的物流系统。闲鱼不仅支持二手商品的买卖，还提供了在线交流和交易保障服务，极大地提升了用户体验。平台的社交功能和丰富的商品种类吸引了大量用户，同时，阿里巴巴的物流系统也保证了交易的顺畅和安全。

3. 古着与二手市场电商的困境

3.1. 商品质量与信任问题

古着和二手商品的质量问题是电商平台面临的主要困境之一。由于商品的二手属性，消费者对商品的质量和真实性存在一定的担忧。为了提高消费者的信任度，电商平台需要建立严格的商品审核和质量控制机制。

例如，ThredUp 通过专业的审核团队对商品进行检测和筛选，确保商品的质量符合标准。然而，即便如此，消费者对商品的信任仍然需要通过透明的退换货政策和良好的客户服务来建立。

包括在学生群体中，大学生们对选购古着的注重因素，由高到低分别是：款式、质量、卫生、价格、新旧、品牌、进货渠道[2]。

3.1.1. 质量控制措施

为了应对商品质量问题，许多电商平台采取了一系列质量控制措施。例如，Depop 要求卖家提供详

细的商品描述和高质量的图片，以便消费者了解商品的真实情况。此外，平台还设有投诉和纠纷处理机制，确保消费者的权益得到保护。

ThredUp 则通过建立严格的质量审核标准，确保所有上架的商品都经过专业人员的检验。平台对商品的评级系统帮助消费者了解商品的具体状态，从而提高了购物的透明度和可信度。

3.1.2. 信任建立的策略

为了建立消费者的信任，电商平台还需要采取一些策略。例如，提供详尽的商品信息和真实的用户评价是建立信任的关键。此外，平台可以通过提供安全的支付方式和高效的售后服务，增强消费者的购物信心。平台还可以利用用户生成内容(UGC)，如顾客评价和穿搭分享，来提升信任度和用户粘性。

3.2. 供应链管理挑战

古着和二手商品的供应链管理相较于新商品的供应链更加复杂。供应链的复杂性主要体现在商品的采购、库存管理和物流配送上。古着和二手商品的采购渠道不如新商品稳定，供应来源不一，导致库存管理和商品流转的难度加大。从高端二手市场看，中国的古董衫市场虽有最令西方趋之若鹜的上海 20 世纪 30 年代手工旗袍，但真正保存下来质地优良且具代表性的不多[3]。

例如，Depop 的供应链主要依赖于用户上传的二手商品，这种模式虽然可以提供丰富的商品选择，但也带来了供应链的不确定性和管理挑战。平台需要通过智能算法和数据分析来优化库存和物流，提高供应链的效率。

供应链优化策略

为了优化供应链管理，电商平台可以采取一些措施。例如，通过与稳定的供应商建立合作关系，确保商品的稳定供应。此外，平台可以利用数据分析预测市场需求，优化库存管理，减少库存积压和缺货情况。平台还可以采用智能物流系统，提高配送效率和准确性。

3.3. 市场竞争压力

古着与二手市场的电商平台面临着来自传统零售和其他电商平台的激烈竞争。传统零售商在转型进入二手市场时，通常具备丰富的资源和经验，而新兴的二手电商平台则需要在激烈的市场竞争中脱颖而出。

例如，传统零售商如 H&M 和 ZARA 等已经开始推出二手商品系列，以响应可持续发展的趋势。这些传统零售商凭借其品牌影响力和资源优势，对二手市场形成了强大的竞争压力。新兴电商平台需要通过差异化的产品定位和创新的业务模式来应对竞争。

竞争策略分析

面对市场竞争，电商平台可以采取以下策略：

差异化定位：通过独特的产品选择和市场定位，平台可以与竞争对手区分开来。例如，一些平台专注于高端古着和奢侈品二手市场，而其他平台则集中于大众消费品市场。

创新业务模式：通过引入新的业务模式和技术，平台可以提升竞争力。例如，一些平台采用社交电商模式，增强用户的参与感和社区互动，从而提升用户粘性。

品牌建设：通过品牌建设和营销推广，平台可以提高品牌知名度和影响力。平台可以通过与时尚博主合作、开展品牌活动等方式，增强品牌的市场认知度。

3.4. 法规与政策限制

各国对二手商品交易的法律法规存在差异，电商平台需要遵循当地的法律法规进行运营。例如，一

些国家对二手商品的销售有严格的卫生和质量标准，电商平台需要确保其商品符合这些标准，以避免法律风险。

我国对二手服装买卖缺乏行业标准，无具体的法律约束，仅在部分法律法规中提及。1998年发布的《旧货流通管理办法》第三十四条中规定：旧货经营者应当对销售的旧日用品、旧家具进行必要的清洗、除尘和整理，保证所售物品清洁、卫生和安全。销售旧服装必须按卫生部门有关标准进行严格消毒[3]。

此外，知识产权和环保规定也对古着和二手市场的电商平台提出了挑战。平台需要在合法合规的框架下运营，确保其商品的来源合法，并且在环保方面做出积极贡献。

4. 古着与二手市场电商的前景

4.1. 市场发展潜力

随着环保意识的提升和可持续消费的推广，古着与二手市场的前景广阔。消费者对环保的关注和对个性化商品的需求为古着和二手市场提供了巨大的发展空间。特别是在年轻消费者群体中，对二手商品的接受度逐渐提高，市场潜力进一步扩大。

此外，政策层面的支持也是市场发展的一个重要因素。一些国家和地区出台了鼓励二手商品交易的政策，推动了市场的成长。随着政策的进一步支持，古着与二手市场有望迎来更快的发展。

4.2. 技术进步的影响

技术进步对古着与二手市场电商的影响深远。人工智能和大数据技术的应用使得电商平台能够更好地理解消费者的需求，提供个性化的商品推荐和精准的市场分析。例如，AI算法可以帮助平台在海量的商品中进行筛选和分类，提高商品的推荐准确性。

虚拟试衣间和增强现实技术的应用也将提升消费者的购物体验。通过虚拟试衣间，消费者可以在购买之前虚拟试穿古着和二手商品，从而降低了购买决策的不确定性，提高了成交率。

技术进步的具体应用

人工智能：人工智能技术在商品推荐和用户行为分析中的应用越来越广泛。例如，平台可以利用AI算法分析用户的购买历史和浏览记录，提供个性化的商品推荐。此外，AI技术还可以用于自动化商品定价和库存管理，提高运营效率。

虚拟试衣间：虚拟试衣间技术可以为消费者提供沉浸式的购物体验。消费者可以通过虚拟试衣间试穿古着和二手商品，从而更好地了解商品的实际效果。这种技术的应用有助于提高用户的购物满意度和转化率。

增强现实(AR)：增强现实技术可以在购物过程中提供额外的信息和互动。例如，消费者可以通过AR技术查看商品的详细信息和历史背景，增加购物的趣味性和互动性。

5. 古着与二手市场电商的经营策略

5.1. 市场发展潜力

明确品牌定位和市场细分是古着与二手市场电商成功的关键。电商平台需要根据目标消费者的需求和偏好进行市场细分，并制定相应品牌定位策略。例如，针对年轻消费者的电商平台可以突出时尚和个性化的特点，而针对环保意识较强的消费者则可以强调可持续和环保的理念。

5.1.1. 品牌定位策略

市场定位：平台需要根据目标市场的需求和竞争情况进行定位。例如，一些平台可以专注于高端古

着和奢侈品二手市场，而另一些平台则可以集中于大众消费品市场。通过明确的市场定位，平台可以更好地满足消费者的需求，并在竞争中脱颖而出。

品牌形象：品牌形象的塑造是品牌定位的重要组成部分。平台可以通过设计独特的品牌标识和宣传材料，传达品牌的核心价值和理念。此外，平台还可以通过品牌故事和客户评价，增强品牌的情感认同和用户粘性。

5.1.2. 市场细分策略

目标客户群体：平台可以根据消费者的年龄、性别、收入水平和兴趣爱好等因素进行市场细分。例如，针对年轻消费者，平台可以提供时尚潮流的古着和二手商品；针对环保意识强的消费者，平台可以突出商品的可持续性和环保价值。

产品线管理：根据市场细分，平台可以调整产品线和商品种类。例如，针对高端市场，平台可以推出限量版古着和奢侈品；针对大众市场，平台可以提供更多的平价二手商品。

5.2. 用户体验与服务

提升用户体验和服务质量是电商平台赢得消费者青睐的关键。平台需要关注用户在购物过程中的每一个细节，包括商品的展示、搜索功能、支付过程和售后服务等。

5.2.1. 用户体验优化

网站与应用设计：平台需要设计用户友好的界面，提供便捷的商品浏览和购买功能。例如，平台可以通过简洁的布局和直观的导航，提高用户的浏览体验。此外，平台还可以优化搜索功能，帮助用户快速找到感兴趣的商品。

支付过程：提供多种支付方式和安全的支付环境是提升用户体验的重要因素。平台可以支持信用卡、借记卡、电子钱包等多种支付方式，以满足不同用户的需求。此外，平台还需要确保支付过程的安全性，保护用户的支付信息。

售后服务：透明的退换货政策和高效的售后服务是提升消费者满意度的关键。例如，平台可以提供无理由退货和快速退款服务，解决用户的后顾之忧。此外，平台还可以设立客服热线和在线咨询，及时处理用户的投诉和问题。

5.2.2. 用户反馈与改进

用户评价：收集和分析用户评价是提升用户体验的重要手段。平台可以通过用户评价了解商品的优点和缺点，从而进行改进和优化。此外，平台还可以通过用户评价和反馈，及时解决产品质量和服务问题。

用户调研：定期进行用户调研，了解用户的需求和期望。平台可以通过问卷调查、焦点小组讨论等方式，收集用户的意见和建议，从而改进产品和服务，提高用户满意度。

5.3. 营销与推广

数字营销策略是古着与二手市场电商平台不可忽视的一部分。平台可以通过社交媒体营销、内容营销和搜索引擎优化等手段来提升品牌的知名度和影响力。

5.3.1. 社交媒体营销

平台选择：选择合适的社交媒体平台进行营销。例如，Instagram 和 TikTok 是时尚和古着市场的主要平台，通过与时尚博主合作，推广平台上的古着商品。平台还可以利用社交媒体的广告功能，精准投放广告以吸引潜在消费者。

内容创作：创作有吸引力的内容，如穿搭教程、时尚趋势分析和用户故事等。通过发布高质量的内

容,平台可以吸引用户的关注,增加品牌的曝光率和影响力。此外,平台还可以鼓励用户生成内容(UGC),增强品牌的社交影响力。

5.3.2. 内容营销

博客与资讯: 通过撰写博客和发布资讯,平台可以提供有价值的信息和知识。例如,平台可以撰写有关古着历史、时尚搭配技巧和环保消费的文章,吸引用户的阅读和分享。此外,平台还可以定期发布市场动态和品牌活动,保持与用户的互动。

视频营销: 制作和发布视频内容,提高品牌的可视化效果。例如,平台可以制作古着展示视频、用户试穿体验视频和时尚搭配视频,增加用户的参与感和购买欲望。此外,平台还可以通过直播带货等方式,提升品牌的曝光率和销售额。

6. 古着与二手市场的运营方式

6.1. 平台建设与管理

放眼欧洲国家,由于古着盛行,再加上人们生活节奏快,店主不局限于线下小店的售卖,他们也会为消费者提供网络上的出售渠道,所以我们要向他们学习[4]。

电商平台的建设和管理是实现业务目标的基础。平台需要设计用户友好的界面,提供便捷的商品浏览和购买功能。此外,平台的技术支持和维护也是确保正常运营的重要因素。

6.1.1. 平台建设

用户界面设计: 设计用户友好的界面,提高用户的浏览体验。例如,平台可以通过简洁的布局、直观的导航和高质量的商品图片,提高用户的购物便利性和舒适度。此外,平台还可以优化搜索功能,帮助用户快速找到感兴趣的商品。

技术架构: 建立稳定和高效的技术架构,支持平台的正常运营。例如,平台需要选择可靠的服务器和数据库,确保网站和应用的稳定性和安全性。此外,平台还需要定期进行系统升级和维护,保证技术架构的性能和可靠性。

6.1.2. 平台管理

数据管理: 建立有效的数据管理体系,确保数据的安全性和准确性。例如,平台需要实施数据备份和恢复机制,保护用户数据和交易数据的安全。此外,平台还需要遵守数据隐私法规,保护用户的个人信息。

内容管理: 管理平台上的商品和内容,确保信息的准确性和及时性。例如,平台需要定期更新商品信息、价格和库存情况,保证用户获取到最新的商品信息。此外,平台还需要审核用户的评价和反馈,维护平台的诚信和公正。

6.2. 供应链与库存管理

高效的供应链和库存管理是电商平台成功的关键。平台需要建立稳定的供应链体系,确保商品的及时供应和质量控制。此外,平台还需要优化库存管理,避免库存积压和缺货情况。

6.2.1. 供应链管理

古着商品种类繁多,质量参差不齐,如何规范此类古着商品尤为重要[4]。

供应商管理: 建立稳定的供应商关系,确保商品的供应质量和稳定性。例如,平台可以选择信誉良好的供应商,并与其签订长期合作协议。此外,平台还可以通过定期评估和监控供应商的表现,确保供应链的可靠性和效率。

采购管理：优化采购流程，降低采购成本和风险。例如，平台可以通过集中采购和谈判，获取更优惠的采购价格。此外，平台还可以利用数据分析预测市场需求，制定科学的采购计划，减少采购风险。

6.2.2. 库存管理

库存优化：通过智能库存管理系统，实时监控库存情况，进行动态调整。例如，平台可以利用数据分析预测库存需求，制定合理的库存策略，避免库存积压和缺货情况。此外，平台还可以通过自动化库存管理系统，提高库存管理的效率和准确性。

库存流转：优化库存流转，提高商品的销售效率。例如，平台可以通过调整商品的展示位置和推广策略，增加商品的曝光率和销售机会。此外，平台还可以利用促销活动和折扣策略，推动库存商品的销售。

6.3. 物流与配送

物流和配送是影响消费者购物体验的重要因素。电商平台需要选择可靠的物流合作伙伴，并提供高效的配送服务。

6.3.1. 物流管理

物流合作：选择可靠的物流合作伙伴，确保配送服务的质量和效率。例如，平台可以与知名的快递公司合作，提供多种配送选择，如标准配送、加急配送和次日达服务。此外，平台还可以通过与物流公司合作，优化配送网络和路线，提高配送效率。

物流技术：应用物流技术，提高配送的准确性和效率。例如，平台可以利用智能物流系统进行订单跟踪和配送调度，实时更新配送状态和预计到达时间。此外，平台还可以通过自动化仓储和配送系统，提高物流操作的效率和准确性。

6.3.2. 配送服务

配送选项：提供多种配送选项，满足不同消费者的需求。例如，平台可以提供标准配送、加急配送和同城配送等服务，满足消费者的不同需求。此外，平台还可以提供自取服务，让消费者选择在指定地点取货，增加配送的灵活性。

配送成本控制：控制配送成本，提高整体运营效率。例如，平台可以通过优化配送路线和利用经济型物流服务，降低配送成本。此外，平台还可以通过与物流合作伙伴协商，获取更优惠的配送费用。

6.4. 客户服务与支持

优质的客户服务和支持是提升消费者满意度和忠诚度的关键。平台需要提供高效的客户服务，解决消费者在购物过程中遇到的问题。

6.4.1. 客户服务

客服渠道：提供多种客服渠道，方便用户进行咨询和投诉。例如，平台可以提供电话、在线聊天和电子邮件等客服渠道，满足用户的不同需求。此外，平台还可以设置常见问题解答(FAQ)页面，提供即时帮助和信息。

问题解决：快速处理用户的投诉和问题，提高服务的响应速度和效率。例如，平台可以建立投诉处理机制，及时解决用户的退换货、退款和质量问题。此外，平台还可以设立专门的客服团队，处理复杂的问题和纠纷。

6.4.2. 客户关系管理

客户反馈：收集和分析客户反馈，改进产品和服务。例如，平台可以通过调查问卷、用户评价和反

馈渠道，了解用户的需求和意见。此外，平台还可以根据用户的反馈，进行产品优化和服务改进，提高用户的满意度。

忠诚度管理：制定客户忠诚度管理策略，提升用户的忠诚度和粘性。例如，平台可以通过积分奖励、会员制度和个性化推荐，激励用户的重复购买和长期使用。此外，平台还可以开展客户关怀活动，如生日祝福和专属优惠，增强用户的情感认同和忠诚度。

7. 结论

近年来，古着与二手市场的电商平台蓬勃发展。随着环保意识的提升、市场需求的变化和技术的进步，这一市场的前景广阔。电商平台需要通过创新的商业模式、精准的市场定位、优化的用户体验和高效的运营管理，来应对市场竞争和挑战，抓住发展机遇。古着文化大众化的过程中或许最终只有极少数的人才能坚持本心，那些强抵抗的部分终会在大众化的浪潮中消弭^[5]。同时，古着与二手市场电商面临着巨大的市场机遇，但也面临着一些挑战。市场机遇主要体现在环保消费的推动、市场需求的增加和技术进步的支持。而挑战则包括市场竞争的压力、法规政策的限制和供应链管理的难题。随着市场的持续发展和技术的不断进步，古着与二手市场电商有望迎来更加广阔的发展空间。电商平台需要不断创新和优化，提升核心竞争力，以适应市场的变化和挑战，实现可持续发展。

参考文献

- [1] 吴洁. 二手经济下的“古着市场” [J]. 中小企业管理与科技, 2021(23): 58-59.
- [2] 钟晓滢, 李满宇, 苏琬茵, 等. 大学生对古着态度的调查研究[J]. 现代丝绸科学与技术, 2019, 34(3): 29-31.
- [3] 甘佳虔, 杨以雄, 邵家瑜, 等. 旧衣时尚与城市文明——二手服装消费市场发展分析[J]. 东华大学学报: 社会科学版, 2010, 10(1): 51-56.
- [4] 祖天宇, 左奕航, 余炳林, 等. 国内古着市场分析[J]. 老字号品牌营销, 2022(8): 26-28.
- [5] 祝明惠. 中国当下“古着”热潮背后的文化问题探讨[J]. 文化月刊, 2020(4): 105-107.