

循环经济视角下二手电商信任机制构建与运营模式创新研究

陈楠

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年2月1日; 录用日期: 2026年2月12日; 发布日期: 2026年3月11日

摘要

在“双碳”目标与数字经济协同推进背景下, 二手电商在促进资源再利用与拓展循环消费场景方面发挥着重要作用, 但信任缺失已成为制约其高质量发展的关键瓶颈。从循环经济视角出发, 梳理二手电商融入循环经济体系的内在机理, 揭示交易主体多元化与信息不对称条件下信任机制面临的结构性困境, 提出通过平台治理优化、数据赋能协同与价值共创导向的运营模式创新, 推动信任机制制度化嵌入与运营体系系统重构, 为二手电商实现可持续发展提供路径支撑。

关键词

循环经济, 二手电商, 平台治理

Research on Trust Mechanism Construction and Operational Model Innovation in Second-Hand E-Commerce from a Circular Economy Perspective

Nan Chen

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: February 1, 2026; accepted: February 12, 2026; published: March 11, 2026

Abstract

Against the backdrop of synergistic advancement towards dual carbon goals and the digital econ-

omy, second-hand e-commerce plays a vital role in promoting resource reuse and expanding circular consumption scenarios. However, the absence of trust has become a critical bottleneck constraining its high-quality development. From a circular economy perspective, this study examines the intrinsic mechanisms through which second-hand e-commerce integrates into the circular economy system. It reveals the structural challenges faced by trust mechanisms under conditions of diversified transaction participants and information asymmetry. Proposals include optimising platform governance, leveraging data-driven collaboration, and innovating operational models guided by value co-creation. These approaches aim to institutionalise trust mechanisms and systematically reconstruct operational frameworks, thereby providing pathway support for the sustainable development of second-hand e-commerce.

Keywords

Circular Economy, Second-Hand E-Commerce, Platform Governance

Copyright © 2026 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

近年来，在资源环境约束持续趋紧与“双碳”目标深入推进的背景下，循环经济逐渐成为推动经济社会绿色转型的重要路径。与此同时，数字经济加速发展推动平台经济形态不断演化，二手电商作为连接存量资源与消费需求的重要业态，在促进资源再利用、拓展循环消费场景方面展现出独特优势。然而，二手商品非标准化特征突出、交易主体高度分散，使信任缺失成为制约二手电商高质量发展的关键因素。如何在循环经济导向下构建稳定有效的信任机制，并在此基础上实现运营模式创新，成为亟待回应的现实问题。有必要从理论与实践层面对二手电商的信任生成逻辑与模式转型路径进行系统探讨，以为其可持续发展提供制度性支撑。

现有研究多从单一视角考察在线信任、循环供应链或平台治理，缺乏统一的循环经济分析框架。本文从循环经济视角出发，引入多元理论构建“数据-信任-治理”框架，揭示物品全生命周期数据转化为信任资产的制度机制。

2. 循环经济视角下二手电商发展的理论基础与现实逻辑

2.1. 循环经济理念对二手电商发展的价值意涵

循环经济以“减量化、再利用、资源化”为基本原则，强调通过延长产品使用周期、提高资源利用效率与降低环境负荷，实现经济增长与资源环境承载能力之间的动态平衡。在这一理念框架下，传统以“生产-消费-废弃”为特征的线性经济模式被逐步转向“生产-消费-回收-再利用”的闭环结构。二手电商正是在此转型过程中形成的重要业态，其核心功能在于通过数字化平台将分散的闲置物品重新纳入市场流通体系，从而重塑商品的价值实现路径。

从价值层面看，二手电商并非单纯的交易中介，而是循环经济理念在消费端的重要制度载体。一方面，二手电商通过降低交易成本与匹配成本，使闲置物品实现“再次定价”和“再次流通”，延伸了产品的生命周期，体现了再利用原则；另一方面，平台化运作推动消费者由“所有权导向”向“使用价值导向”转变，有助于弱化过度消费倾向，促进理性消费与绿色消费观念的形成。由此，二手电商不仅具有

经济价值,也具有显著的生态价值与社会价值。达建云(2025)从商业模式创新视角指出,循环经济导向的企业应围绕价值主张、价值创造与价值获取开展系统性重构,将资源循环利用内化为核心竞争力[1]。

进一步看,循环经济理念为二手电商赋予了明确的功能定位,即在资源配置体系中承担“再分配节点”的角色。不同于传统零售平台以新品销售为核心,二手电商更强调存量资源的再配置,其本质是一种“存量经济”形态。这种定位决定了二手电商的发展目标不应局限于交易规模扩张,而应更多聚焦于资源利用效率提升与循环链条完善。这一价值意涵为后续讨论信任机制与运营模式创新提供了重要的规范性参照。

2.2. 二手电商融入循环经济体系的内在机理

从运行逻辑上看,二手电商与循环经济体系之间的嵌合关系,主要体现在资源流动方式、价值创造机制与平台治理结构三个方面。有研究表明,循环经济产业链优化依赖于技术创新、产业协同与市场拓展的协同推进,以实现资源高效循环与价值放大,这一逻辑同样适用于二手电商的系统嵌入[2]。另有研究显示,供应链体系的稳定运行高度依赖制度环境的透明性与可预期性,制度型开放通过规则协调与制度嵌入显著提升供应链韧性[3]。

在资源流动层面,二手电商通过数字平台实现对闲置资源的集中展示与跨区域配置,打破了传统二手交易受制于熟人网络和地域范围的限制,使资源流动由“低频、小范围”转向“高频、大规模”。这种流动方式的变化,使大量原本可能进入废弃环节的物品重新回到使用环节,从而在宏观层面形成“减废增用”的效果。

在价值创造层面,二手电商构建了一种“再价值化”机制。商品在初次消费完成后,其使用价值并未消失,而是通过平台交易被重新激活。平台通过信息整合、质量分级、定价参考等方式,使商品的剩余价值得以被市场识别并转化为交易价格。由此,价值创造不再仅发生于生产环节,而是延伸至流通与再流通环节,体现了循环经济“多阶段价值实现”的特征。窦晓乐等(2025)指出消费者对二手产品感知质量的提升能够显著扩大二手产品需求,并增强平台开展回收品再售的积极性,平台在多数再售情形下倾向于采取质量信息披露策略以促进交易达成[4]。

在治理结构层面,二手电商平台通过规则制定、技术工具与服务体系,将个体化的闲置交易活动嵌入相对稳定的制度框架之中。这种制度嵌入使原本高度不确定的二手交易逐步走向规范化和规模化,为循环经济体系提供了可持续运作的微观基础。可以认为,二手电商正是通过“平台化整合-价值再造-制度嵌入”的机制,与循环经济形成内在耦合。钟扬等(2021)在实践层面指出,中车哈尔滨公司打造循环经济电商平台“宜企拍”,探索“互联网+物资循环利用”模式,为社会闲废物资处置提供系统化解决方案,这体现了平台化整合的可行性[5]。

2.3. 平台生态构建与多主体参与格局

尽管二手电商在循环经济体系中具有重要功能,但其现实发展仍面临多重约束,这些约束既来自市场层面,也源于制度与技术层面。

在市场层面,二手商品天然具有非标准化特征,不同商品在成色、使用年限、功能完整度等方面存在显著差异,导致质量评价难度较高。这种非标准化特征与平台规模化运营之间存在张力,容易引发交易纠纷与信任风险,从而制约交易频次与用户黏性。

在制度层面,与新品电商相比,二手电商相关的规则体系仍处于不断完善过程中。例如,在商品责任界定、纠纷处理机制、售后保障范围等方面,尚缺乏统一而清晰的规范。这种制度供给不足,使平台在治理过程中面临较高的不确定性,也增加了交易主体的风险感知。

在技术层面，虽然大数据、人工智能等技术为二手商品识别与定价提供了工具支持，但对商品真实状态的精准刻画仍存在局限。技术能力与现实需求之间的落差，使平台在质量审核、风险识别等方面难以完全实现自动化，仍需大量人工介入，提高了运营成本。

上述约束表明，在循环经济导向下，二手电商的发展并非自发完成，而需要通过制度设计与模式创新加以引导。其中，信任机制的有效构建，正是缓解非标准化交易风险、降低制度不确定性与技术局限影响的关键环节。这也构成了从“循环经济视角下的发展逻辑”进一步转向“信任机制研究”的现实起点。

3. 二手电商信任机制的结构性困境与生成逻辑

从理论层面看，二手电商信任机制的形成并非单一因素作用的结果，而是多重制度逻辑共同作用的产物。为避免停留在现象描述层面，有必要引入经典经济社会理论，对信任生成机制进行结构化分析。结合二手电商运行特征与循环经济目标，可综合运用主要-代理理论、交易成本理论与社会资本理论，构建解释“信任缺失-信任生成-信任积累”的分析框架。

在主要-代理理论视角下，二手电商交易本质上是一种多重委托关系的叠加结构：消费者作为委托人，将商品质量判断与交易安全保障部分委托给卖方与平台；平台则在一定程度上代理消费者对卖方行为进行监督。然而，由于二手商品质量高度非标准化，卖方天然掌握更多关于商品真实状态的信息，信息不对称极易诱发机会主义行为，导致逆向选择与道德风险问题。在此情境下，“物品全生命周期数据”成为缓解主要-代理问题的重要治理工具。通过对商品生产来源、使用年限、维修记录、历史交易与回收流向等数据的持续记录与平台化整合，原本分散在不同阶段的信息被纳入统一的数据框架之中，从而显著压缩卖方的信息优势空间。数据在此并非简单的信息披露工具，而是对代理行为形成持续约束的制度性资源，使平台能够以较低成本实施监督，从而提升委托关系的可信度。

从交易成本理论视角看，二手电商交易面临的高搜寻成本、谈判成本与履约成本，是制约其规模扩张的重要因素。信任缺失会放大不确定性，使交易双方在信息核验、风险防范与纠纷应对上投入更多资源，从而推高整体交易成本。在循环经济框架下，物品全生命周期数据通过标准化、可追溯与可验证的方式，将原本依赖个体经验判断的交易过程转化为基于制度规则的决策过程。这一转化显著降低了消费者的搜寻与验证成本，同时减少了交易后的纠纷概率。由此，生命周期数据并非仅提升信息透明度，而是通过降低交易成本，间接促成信任的理性生成，使信任成为一种具有经济效率意义的制度安排。

从社会资本理论视角看，信任不仅是一种即时的交易条件，更是一种可积累、可转化的社会资源。在二手电商平台中，当物品全生命周期数据被持续记录并嵌入信用模型、评价体系与仲裁机制时，个体守信行为会被反复确认并转化为稳定的信用声誉。这种声誉一旦形成，便具有跨交易、跨时间的外溢效应，能够降低未来交易的不确定性。在此意义上，物品全生命周期数据通过“行为记录-信用沉淀-制度反馈”的机制，将个体层面的守信行为转化为平台层面的社会资本。信任由此不再是依赖熟人关系的情感纽带，而成为嵌入平台制度结构中的公共资产，为二手电商规模化运行与循环经济目标实现提供长期支撑。

综上，二手电商信任机制的形成可概括为：在主要-代理约束下压缩信息不对称，在交易成本逻辑下降低不确定性成本，并通过社会资本积累实现信任的长期沉淀，三者共同构成循环经济视角下信任生成的理论框架。

3.1. 交易主体多元化背景下的信任失衡问题

二手电商平台汇聚了个人卖家、职业商家、回收机构、平台运营方以及第三方服务主体等多元参与者，不同主体在资源禀赋、信息掌握程度与行为动机方面存在显著差异。这种高度异质化的主体结构，使平台内部的信任关系呈现出复杂化特征。侯丽芳等(2024)以闲鱼等平台为例的实证研究表明，当前二手

电商普遍存在用户信任危机、信息审查不规范与商品评估机制薄弱等问题，从现实层面印证了信任失衡的存在[6]。

从个人卖家与买家之间的关系看，双方通常缺乏长期互动基础，交易呈现出明显的一次性特征。在缺乏稳定声誉积累机制的情况下，部分卖家存在夸大商品成色、隐瞒瑕疵等机会主义行为动机，而买家则倾向于提高风险防范水平，表现为议价过度、频繁咨询甚至放弃交易。这种相互防备的心理状态，使交易成本显著上升。

从平台与商家之间的关系看，平台既是规则制定者，又在一定程度上依赖商家规模实现自身发展目标。当平台对违规行为的惩戒力度不足或执行不一致时，容易形成“逆向选择”效应，即守规商家因成本较高而逐渐退出，而投机性商家反而获得更大生存空间，进一步削弱整体信任基础。

从消费者对平台的信任层面看，若平台在纠纷处理、售后保障、信息披露等方面表现出不透明或低效率特征，消费者往往将不满情绪由具体商家延伸至平台整体，导致平台层面的信任受损。由此可见，交易主体多元化本身并非问题，关键在于缺乏与之相匹配的协调与约束机制，从而引发结构性信任失衡。

3.2. 信息不对称条件下的信任生成障碍

二手电商交易的核心特征之一在于商品信息高度依赖卖方披露，而买方难以在交易前进行充分验证。这种信息不对称状态，构成信任生成的根本性障碍。

首先，在商品质量信息方面，图片、文字描述等线上展示方式难以全面反映商品真实状况，尤其是对功能性、隐蔽性缺陷的呈现能力有限。即便平台设置成色等级或质量标签，也往往依赖卖方自评或简单审核，难以完全消除信息偏差。

其次，在交易行为信息方面，买卖双方对彼此的履约能力与履约意愿缺乏充分了解。虽然多数平台引入了评价系统，但评价内容存在真实性参差不齐、刷单造假等问题，导致声誉信号的可信度下降。当声誉机制失灵时，信任生成便缺乏稳定的信息基础。相关研究表明，在线信任在数字平台交易中发挥着关键中介作用，其缺失将直接削弱消费者参与意愿[7]。

再次，在规则信息方面，部分平台的交易规则、责任边界与赔付标准表述较为抽象，普通用户理解成本较高。在发生纠纷时，用户往往难以及时判断自身权利与平台责任，从而对平台公平性产生怀疑。

上述多重信息不对称，使二手电商信任机制难以依靠单一工具构建，而需要在信息供给、信息验证与信息解释等多个环节进行系统设计。否则，即便交易规模持续扩大，信任水平仍可能长期处于低位。

3.3. 制度嵌入视角下的信任形成逻辑

从制度嵌入视角看，二手电商信任并非单纯源自个体道德或情感认同，而是在规则体系、技术工具与平台治理结构的共同作用下逐步生成的结果。实证研究进一步表明，在线信任在平台互动与交易决策之间发挥显著中介作用，且制度性服务保障能够强化信任的行为转化效[8]，从经验层面印证了制度嵌入对信任生成的重要意义。

首先，规则嵌入是信任生成的基础。平台通过明确商品发布规范、质量描述标准、交易流程与纠纷处理机制，为交易双方提供可预期的行为边界。当规则具有清晰性与稳定性时，参与者可以基于对制度的信任，降低对个体对手方的依赖，从而实现“去人格化信任”。

其次，技术嵌入为信任生成提供工具支撑。通过身份认证、交易记录留痕、智能风控与信用评分等技术手段，平台能够对用户行为进行持续监测与量化评估，使潜在风险在交易前或交易中得到识别。这种基于数据的风险控制机制，有助于将不确定性转化为可管理的不确定性。

再次，治理嵌入体现为平台在交易纠纷中的“第三方裁决者”角色。平台若能够在争议处理中保持

相对中立与高效，逐步积累“公正裁决”的声誉，便可在更高层次上形成制度化信任。此时，用户信任的不仅是具体规则或技术工具，更是平台整体治理能力。

在上述多重嵌入的基础上，二手电商信任机制呈现出由“关系信任”向“制度信任”转型的趋势。这种转型符合平台经济发展的内在逻辑，也为大规模、跨地域的二手交易提供了可能。

总体而言，二手电商信任机制面临的困境具有明显的结构性特征，其根源在于主体多元化与信息不对称条件下制度供给与治理能力的相对滞后。信任的生成逻辑，则体现为通过规则、技术与治理的协同嵌入，将高度不确定的交易环境转化为可预期、可约束的制度化场景。这一逻辑为下一部分从信任机制出发探讨运营模式创新提供了直接理论依据。

4. 任机制支撑下二手电商运营模式创新路径

4.1. 基于平台治理优化的运营模式创新

在信任机制尚不稳固的二手电商环境中，平台治理能力直接决定交易秩序与用户信任水平。围绕信任机制的强化，平台治理导向的运营模式创新应当从“规则供给 - 执行机制 - 责任配置”三个层面展开。有研究指出，平台化治理与数字化协同是提升供应链系统韧性与治理能力的重要路[9]。

首先，在规则供给层面，平台需要由原则性规定向操作性规范转变，将抽象要求细化为可执行标准。例如，在商品发布环节，通过明确成色等级划分、功能描述模板与瑕疵标注要求，降低卖方的随意性，同时减少买方的信息理解成本。这种标准化规则的嵌入，使交易行为具有更高的可预期性，有助于形成稳定的制度信任。其次，在执行机制层面，平台应当由事后处置为主向“事前预防 + 事中监测 + 事后追责”的全流程治理转型。通过引入分级审核制度、高风险账号重点监控与动态信用评估等方式，将潜在风险前置化处理。与传统被动响应式治理相比，这种前置化治理模式能够显著降低纠纷发生概率，从源头上增强用户对平台的安全感。再次，在责任配置层面，平台可以探索“有限担责”的运营模式，即在一定条件下对交易风险承担兜底责任。例如，对符合平台规范流程的交易提供先行赔付或保障金支持。此类安排并不意味着平台无限承担责任，而是通过制度化承诺向用户传递“平台站在交易安全一侧”的信号，从而强化平台作为可信中介的角色定位。

通过上述治理优化，平台由单纯的交易撮合者转向“秩序提供者”与“风险管理者”，运营模式也随之从流量驱动型向治理驱动型转变，为信任机制的稳定运行提供组织基础。

针对二手电商中高频出现的成色争议、功能瑕疵、描述不符与退货责任纠纷，有必要在规则供给层面构建分级化、流程化的仲裁机制，以降低纠纷处理的不确定性与主观性。

从制度设计上看，可构建“平台主导的三级仲裁流程”。第一阶段为自动化初审机制，由平台基于交易记录、商品描述文本比对、历史信用数据与图片识别结果进行责任初判，适用于事实清晰、证据充分的轻度纠纷。

第二阶段为人工介入的协商仲裁机制，当自动初审无法明确责任归属时，由平台介入组织双方在线举证与协商，并结合信用模型结果形成裁决建议。该阶段强调程序透明与规则解释功能，以缓解用户对平台偏向性的质疑。

第三阶段为专业化补充裁决机制，主要适用于高价值商品或技术性较强的争议情形。平台可引入第三方检测机构或行业认证主体提供技术鉴定结果，作为最终裁决的重要依据。

在责任配置上，仲裁结果应与信用模型实现联动：一方面，将裁决结果自动反馈至纠纷信用维度，用于后续信用权重调整；另一方面，对多次被判定为主要责任方的用户实施分级限制措施，如提高审核强度、降低曝光权重或暂缓交易权限，从而形成规则约束与行为激励的正向循环。

4.2. 基于数据赋能协同的运营模式创新

在数字经济条件下，数据不仅是生产要素，也是信任生成的重要资源。有研究从数据要素治理角度指出，数据交易平台通过改善信息不对称与提升资源配置效率，能够显著增强制度治理效果[10]。围绕信任机制构建，二手电商可通过数据赋能实现运营模式的系统升级。

一方面，在商品层面，平台可以通过多维数据采集与分析，对商品进行精细化画像。例如，结合历史交易数据、用户反馈信息与平台检测结果，对商品质量进行动态分级，并形成可视化标签。相较于单一的卖方描述，这种基于平台数据生成的标签更具客观性，有助于提高信息可信度。

另一方面，在用户层面，平台可以构建行为信用模型，对用户的履约记录、纠纷情况与评价稳定性进行综合评估，并将结果应用于差异化服务配置。例如，对高信用用户提供简化审核流程、更高曝光权重或更低服务费率，对低信用用户则加强审核与限制功能。通过“信用-激励”联动机制，引导用户形成守信行为。

进一步看，在平台与第三方主体之间，还可探索数据协同机制。相关研究表明，电商平台与回收平台开展回收合作或以旧换新合作，有助于提升废旧产品回收规模并改善环境绩效，为二手电商拓展跨平台协同运营提供了现实依据[11]。这种跨主体的数据联通，有助于构建“多源验证”的信任结构，避免单一主体信息失真所带来的风险。在此基础上，运营模式由传统的“平台单点运营”转向“数据驱动的协同运营”，信任机制也由静态规则约束转向动态数据支撑，从而提升整体系统的自适应能力。

在数据赋能框架下，二手电商信用模型的构建应突破单一评价或交易次数统计的传统思路，转向多维度、过程化与动态化的综合信用评估体系。结合二手交易非标准化特征，可从“身份信用-行为信用-交易信用-纠纷信用-生态信用”五个维度构建分层式信用模型。

第一，身份信用维度，主要用于解决交易主体真实性与责任可追溯问题。该维度以实名认证强度、历史账号稳定性、设备与地址一致性等为核心指标，对用户进行基础信用分层，为后续交易风险控制提供前置筛选机制。

第二，行为信用维度，侧重刻画用户在平台上的长期行为模式，重点考察商品信息完整度、成色描述一致性、履约及时性及异常操作频率等指标。通过对行为轨迹的持续监测，可识别潜在机会主义倾向，实现风险预警。

第三，交易信用维度，以交易成功率、退货率、售后介入率和买卖双方互评稳定性为核心，反映用户在真实交易情境中的履约能力与交易可靠性，是信用模型中的核心权重层。

第四，纠纷信用维度，通过分析用户涉入纠纷的频次、责任归属比例及平台裁决结果，对其风险水平进行逆向校正。该维度有助于防止单纯依赖交易规模而掩盖高纠纷风险的“表面高信用”现象。

第五，生态信用维度，从循环经济视角出发，引入回收参与度、以旧换新履约情况及绿色行为记录等指标，将资源循环贡献纳入信用评价体系，推动信用机制与平台公共价值目标相衔接。

在运行机制上，上述五类信用维度并非静态叠加，而是通过权重动态调整形成滚动更新的综合信用评分，并直接嵌入商品曝光排序、审核强度配置与纠纷处理路径之中，实现“数据-信用-治理”的闭环联动。

4.3. 基于价值共创导向的运营模式创新

在循环经济视角下，二手电商的长远发展不应仅停留在交易效率提升层面，而应逐步向价值共创型运营模式转型。信任机制在其中发挥着关键纽带作用。

首先，在平台与用户之间，通过构建社区化互动空间，鼓励用户分享使用体验、养护经验与交易心得，使用户由单纯的交易参与者转变为平台内容与规则的共同塑造者。当用户感知到自身意见能够影响

平台治理时，其对平台的情感认同与制度认同将同步增强。

其次，在平台与商家之间，可通过共建质量标准、联合培训与分级认证等方式，形成稳定合作关系。平台不再仅以监管者身份出现，而是与优质商家形成利益共同体，共同维护交易生态。这种合作型关系有助于减少对抗性博弈，提高规则执行的自觉性。

再次，在平台与社会层面，可逐步强化二手交易的环境价值表达，例如通过展示节约资源量、减少碳排放量等指标，将个体交易行为与公共价值联系起来。当用户将参与二手交易视为一种具有社会意义的行为时，交易动机将由单纯价格考量转向价值认同，从而为信任机制提供更深层次的文化基础。

通过价值共创导向的运营模式创新，二手电商由“交易平台”向“价值平台”演进，信任不再仅是风险控制工具，而成为连接多元主体、推动系统协同的重要社会资本。许江兰、丁远华(2022)指出，智慧互联的全产业链平台是实现循环经济落地的重要抓手，有助于推动虚拟空间与实体经济深度融合，为二手电商价值平台化提供了技术与场景支撑[12]。

总体而言，信任机制既是二手电商稳定运行的前提条件，也是运营模式创新的内在动力。通过平台治理优化、数据赋能协同与价值共创导向的多维创新，可以将抽象的信任要求转化为具体的运营结构与制度安排，从而在循环经济框架下推动二手电商实现可持续发展。

5. 结论

在循环经济与数字经济深度融合的背景下，二手电商已成为推动资源高效配置与绿色消费转型的重要载体。围绕二手电商发展面临的信任缺失与模式固化问题，研究从循环经济视角出发，揭示了信任困境的结构性根源，提出应通过完善平台治理体系、强化数据赋能协同机制与推进价值共创导向运营，实现信任机制的制度化嵌入与运营模式的系统性创新。未来，随着技术进步、制度供给完善与绿色发展理念持续深化，二手电商有望在更高层次上融入现代化循环经济体系。新时代新征程上，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，伴随“数字中国”“美丽中国”和“双碳”战略持续推进，我国二手电商必将为构建人与自然和谐共生的现代化提供更加坚实的实践支撑。

参考文献

- [1] 达建云. 基于循环经济理念的企业商业模式创新研究[J]. 营销界, 2025(18): 150-152.
- [2] 王瑞余, 魏鸿飞. 可持续创新驱动下桑产业循环经济产业链优化路径探究[J]. 广东蚕业, 2025, 59(7): 14-16.
- [3] 戴翔. 制度型开放提升产业链供应链韧性的逻辑[J]. 当代财经, 2026(2): 3-14.
- [4] 窦晓乐, 李增禄, 姚远. 电商平台回收品再售与质量信息披露策略研究[J]. 工业工程与管理, 2025, 30(6): 26-36.
- [5] 钟扬, 李虎健, 徐喜太. 中车哈尔滨公司循环经济电商平台[J]. 企业管理, 2021(10): 71-74.
- [6] 侯丽芳, 邝小燕, 吴慧娴, 等. 循环经济中二手电商发展研究——以“闲鱼”为例[J]. 再生资源与循环经济, 2024, 17(9): 7-10.
- [7] 杨丽梅. 社交媒体营销对消费者在线购买意愿的影响——以情感共鸣和品牌信任为中介[J]. 商业经济研究, 2026(2): 76-79.
- [8] 王书丽. 电商直播中关系纽带对消费者在线购买意愿的影响——基于在线信任的中介作用和售后服务质量的调节作用[J]. 商业经济研究, 2025(18): 66-69.
- [9] 刘浩. 双循环背景下企业供应链组织结构变革与能力匹配问题研究[J]. 商业经济研究, 2026(2): 157-159.
- [10] 史贞. 数据要素市场建设如何治理企业产能过剩：基于数据交易平台的准自然实验[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2026, 43(1): 74-86.
- [11] 黄言. 电商平台与回收平台的合作及以旧换新促进策略研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2024.
- [12] 许江兰, 丁远华. 以多彩贵州新国贸新零售跨境云平台为例浅析人类命运共同体循环经济[J]. 商展经济, 2022(5): 24-26.