



绿色态度

让『买二手、用二手』成为习惯

■ 项丹平

近两年,“节后鱼生”悄然成为一个新晋流行词,它是形容过完节后余额不足,靠在闲鱼卖东西维生。而随着“共享经济”“循环利用”等绿色消费理念日益深入人心,“买二手、用二手”已被越来越多的人特别是年轻一代接受,“节后鱼生”所代表的一种新生活方式——“二手生活”,也渐渐成为一种绿色环保的新风尚。

二手交易究竟有多火?数据显示,2020年我国二手闲置商品交易额已达1万亿元,其中二手电商行业交易规模达3745.5亿元,在线用户规模达1.82亿人。“90后”“00后”等年轻人已成为闲置商品交易的生力军。

二手商品交易可以变闲置为循环,变浪费为消费,有利于推进资源节约集约循环利用,促进生态文明建设,可谓一举多得、利在长远。然而,二手商品市场的发展目前还存在不少问题。因为二手商品交易大多发生在个人之间,买卖双方存在信息不透明、不对称问题,这就给一些人提供了浑水摸鱼销售假货和违规商品的机会。据江苏省消保委最新发布的《二手交易平台消费调查报告》显示,超过93%的消费者表示在二手交易中遇到各种各样问题,最严重的就是以假货冒充二手物品,部分平台甚至涉嫌默许售假,交易规则形同虚设。

的确,信任是二手商品交易中的关键,只有在定价、交易、售后等全流程实现标准化、规范化,让买卖双方更放心,才能让二手商品健康有序地流通起来。国家发改委今年7月发布了《“十四五”循环经济发展规划》,已将“规范发展二手商品市场”作为推进循环经济发展的重点之一。此外,一些二手交易平台也尝试引入专业第三方检测机构。我们相信,这些新举措将疏通二手商品交易的堵点难点,让闲置物品得到高效循环利用,促进建设资源节约型社会。

二手商品市场是一片前景广阔的蓝海,亟待完善法律法规,健全行业标准、加强市场监管。我们期待相关部门、企业和每个人共同努力,让家家户户的闲置物品都能规范地“动”起来,实现“闲置有价值,消费不浪费”;让“买二手、用二手”成为一种日常生活习惯,做到勤俭节约、理性消费、物尽其用、变废为宝,助力绿色低碳发展。

“二手生活”,渐成绿色环保新风尚

2021年二手电商市场规模将达4111.7亿元,买卖二手闲置物品已成享受“品质生活”捷径

闲置物品变“宝贝”,“二手生活”正流行

绿色观察

■ 六月

你手上的“鸡肋”可能是别人心头的“宝贝”,用这句话表述二手货、闲置物品交易再确切不过了。二手电商“闲鱼”前不久发布一组数据:平台上有2万多辆爱玛电动车在等待转让,而挂上链接的爱马仕包、高端饰品也有2万多件,同时还有超过10万个二手酷彩锅在等候识货的买家……近年来,二手交易依托互联网平台成长迅猛,在你能想到的生活场景中,闲置物品都有机会找到自己的新主人。

随着“闲置经济”“共享经济”“循环利用”等绿色消费理念逐渐流行,越来越多的人不再追求高价消费,舒适、划算、性价比高的“二手消费”受到普遍追捧,“二手生活”也渐渐成为一种时尚的绿色生活方式。今年3月国务院发展研究中心发布的《数字时代闲置资源优化利用模式研究》表明,2020年我国二手交易市场规模达到约1万亿元,且处于高速增长轨道。中国二手交易市场已不再是“低端”代名词,手机、3C产品、奢侈品的流转加速,以兴趣为纽带的圈层化特色分明,分享经济中最重要的信任环节,越来越成为二手电商的核心竞争力。

“丰裕闲置物品”大量出现,加速二手交易市场发展

在生活中不难发现,很多年轻人扔出来的“垃圾”,都是刚消耗了一点的东西,甚至有些是未拆封的新品。同济大学可持续发展与管理研究所所长诸大建认为,在经济学上闲置物品的增加和中国城市化比例、世界城市化比例呈正相关性,当这一比例达到30%~70%的时候,闲置物品就开始出现爆发增长。此时大量“丰裕闲置物品”的出现,会大大加速二手交易市场的发展。

以手机为例,很多人不会等手机用坏或卡了再将其闲置,而是在看到更新款型出现后,马上“喜新厌旧”。调查数据显示,全球智能手机平均换机时长为21个月。其中,中国人平均22个月换机;墨西哥人每18个月换一次;日本人换机周期最长,也不过26个月。事实上,若是依照手机厂商设定的使用年限看,市面上大部分手机使用3年一般都不会有问题。这些产生“时间差”的闲置手机,很大一部分会再次进入流通渠道。在“闲鱼”“转转”“爱回收”等二手闲置平台上,手机一直都是二手交易的一个重要类目,它的交易高发期往往出现在手机新品发布会前后。

“互联网+二手”成“品质生活”捷径,二手奢侈品已成年轻人第一个“大件”

艾媒咨询数据显示,2021年中国70.4%网民在二手电商平台购物是因为价格便宜。同时,方便快捷(50.7%)、实体店难以买到同样的商品(35.4%)、品种齐全(35.0%)也是原因之一,还有25.7%网民认为,这代表时尚的消费方式。

对于不少人来说,出售或者购买二手闲置物品已成享受“品质生活”的捷径。在二手电商平台中,那些原本价格不菲的产品,几乎全新的

品相价格却很低,甚至还会亏本大甩卖。而越来越多人的选择,也让二手闲置市场规模持续攀升。

网经社电子商务研究中心预测显示:2021年,二手电商市场规模将达4111.7亿元,同比增长9.77%;用户规模将达2.1亿人,同比增长15.38%。那么,人们在二手电商平台究竟买卖些什么呢?“服饰、美妆、手机、数码产品等品类商品订单量位居平台交易前列,潮鞋、汉服等深受年轻用户喜爱的商品订单量增长明显。”“闲鱼”负责人介绍说。而在“转转”上,手机、3C数码、服装鞋帽、图书、潮玩等都是转售的热门品类。

《中国二手奢侈品市场发展研究报告2020》显示,24~36岁的人群,对奢侈品不仅有消费意愿,也有一定消费能力,其注重品牌,追求性价比,愿意买二手奢侈品。其中Z世代(1995~2010年间出生人群)的复购率明显超过“前浪”。还有业内人士指出,二手奢侈品已成为很多年轻人工作后购入的第一个“大件”。在二手奢侈品交易平台“红布林”上,超过70%的消费者群体为“90后”“00后”;而“闲鱼”则显示,过去一年卖出1025万单奢侈品,31%的一线城市好物流向了四线城市,而承接这些商品的正是消费欲望强烈但消费能力相对较弱的Z世代。

二手闲置物品交易的不是商品“残值”,而是兴趣的延伸

除了二手奢侈品、名牌服饰、手机等商品,越来越多有趣的产品也丰富了二手市场的构成。从某种程度上说,现在的年轻人在这里交易的不是商品的“残值”,而是兴趣的延伸。

“闲鱼”是国内最大的二次元二级市场,这里活跃着1400多万二次元用户、7500名二次元认证玩家。20岁的大学生笑宜,是认证的角色扮演玩家,她表示自己会在二手平台分享爱好和作品,并将已拍过大片的角色扮演装备售卖以“回血”,在追求兴趣爱好、积累粉丝的同时,寻找职场之外的一份固定收入来源。

二手交易平台,也给了年轻人一个捡漏全新盲盒、手办福袋、绝版藏品的“洼地”,具有收藏价值的商品逐渐成为二手电商平台的重要类目。“闲鱼”数据显示,仅盲盒一项,平台上就有超过44万玩家进行交易,2020年11月闲置盲盒交易额就超过了1.2亿元。



二手电商尚缺乏有效监管和规范服务,化解“信任焦虑”需严把质量关

艾媒咨询数据显示,2021年中国46.1%网民在二手电商平台购物遭遇过商品信息不透明问题。此外,无法退货(占比43.3%)、实物与图片不符(41.1%)、平台申诉无门问题(占比21.9%)、曾遭遇卖方虚构第三方检测鉴定(20.5%)等问题也十分突出。因此,自行寻找鉴定机构对所购二手商品进行鉴定成了家常便饭。数据显示,2021年,有49%的中国网民选择多家鉴定机构对所购二手电商平台商品,51%网民则选择一家鉴定机构进行商品对比。

另据国内某网络消费纠纷调解平台的数据,2020年二手电商被投诉问题主要聚焦在:退款问题、霸王条款、网络售假、商品质量、虚假促销、发货问题等,涉及投诉较多的二手电商平台有:闲鱼、转转、红布林、猎趣、找靓机、爱回收、孔夫子旧书网、淘淘网、Get当客等9家。

“在循环经济中,信任是最关键、最核心的问题。”在复旦大学管理学院教授冯天俊看来,“信任”是打开闲置经济大门的唯一钥匙,有了信任,才能使得生态里的每一方对循环经济产生信心。

梳理目前二手交易平台的普遍做法,增加“居间处理”环节,增加质检环节、多维度制定二手3C、奢侈品、潮玩等领域的检测标准,是大家都在着力构建的“护城河”。例如,从2015年开始,“转转”就在业内首创了一套二手3C质检体系,向外输出“通过验机质检,买二手手机可以更靠谱”的理念。2020年,“拍拍”推出“区块链品质追溯体系”,借助区块链技术,平台对每台手机、平板进行标准检测,将IMEI及SN码对应的检测数据进行存证和上链,从而杜绝检测信息伪造篡改的可能性。据“闲鱼”负责人介绍,未来“闲鱼”将在奢侈品、手机数码、潮鞋潮玩、美妆四大领域,推出一套由服务商提供回收、鉴定服务,平台严把质量关、客服关的全方位服务体系。

其实,早在2018年末,商务部流通业发展司就已发布关于《互联网旧货交易平台建设及管理规范》行业标准公开征求意见函,其中二手商品的质量管理就是其中重点。而《电子商务法》2019年就已经实施,既然有法可依,相关监管部门就应该落实对各平台的监管责任,让平台依据法律规定承担起相应的法律责任。严管才是爱护,只有祛除假冒伪劣的乌烟瘴气,将质量管理作为核心竞争力,才能更好维护平台的信誉度,保证二手交易市场规范健康生长。



“共享珠宝”,你会租吗?

■ 谭伟婷

日常生活中,你共享过自行车、充电宝、雨伞甚至汽车,那么珠宝呢?继“共享衣橱”、共享奢侈品包包后,现在连高级珠宝也开启了“共享模式”。Exane BNP Paribas 奢侈品行业分析师预计,未来5年全球高端珠宝市场的年增长率为10%~12%,新一代年轻人希望既可买入也能租用,租赁市场已成为时尚界“断舍离”的新宠。

共享经济“杀入”奢侈品珠宝领域。紫君下个月将领证结婚,她正在为婚礼寻找与礼服搭配的珠宝首饰。她表示,目前正在考虑同事推荐的共享平台,那里有专供婚庆的黄金,也有奢侈品类高级珠宝。如今像紫君这样的

女性为数不少,年轻人更愿意接受“共享”,因为这种模式能精准满足他们按需索取以及不受约束的消费自由感。

据了解,目前在市场上颇具知名度的奢侈品共享租赁平台,主要以大牌服装与包包为主,含有小部分贵重首饰与腕表。如一款CHANEL双C耳环,佩戴10天需要支付押金5600元,每日租金为140元。如果加入会员,则能享受免押金权限和“无限换戴”福利。

“断舍离”式环保型消费备受青睐。我觉得现在年轻人很愿意尝试共享,我身边很多同龄朋友都租赁过奢侈品,原因就是要参加某个派对或某些工作需要场合”。“85后”郭小姐表示。某奢侈品鉴定中心联合创始人李先生表示:“因为奢侈品本身具有稀缺

性,我认为共享是刚需,确实大部分人还没有拥有过。而共享所带来的环保消费意识,才是能击中这群年轻消费者的真正原因。”

“90后”独立首饰设计师Lee认为,“高级珠宝共享只是个契机,实际上这一代年轻人花钱本来就很精明,没必要一喜欢就随便‘买买买’这么浪费,多试试也很‘香’”。

珠宝入手需“火眼金睛”慎防货源造假。“鉴于共享平台的虚拟化且无法触碰,消费者需要对货源有‘火眼金睛’的辨别能力”。有12年收藏经验的首饰达人陈焯介绍说,车、豪宅、游艇等品类的共享可通过保险来保障使用损耗等,但共享珠宝不行。“如爱马仕一款价值在10万元以上的包款,若使用不当产生耗损,修复费有可能转嫁到租用者身上,共享珠宝同理。”

“此外还有货源风险”,陈焯认为,目前国内市场上的二手奢侈品平台,其“官方授权”“正规渠道”等宣传标示仍然没有系统监管,且保障条款也是不完善的,万一遇到商家“以假乱真”索要赔偿,消费者承担的风险很高。

年轻人更喜爱私密分享型社交。疫情防控常态化下,年轻人的社交意愿与需求并无下降。北京一名共享平台用户表示,用快递形式获得心仪的珠宝首饰虽然便捷,但她其实更看重不定期举办的线下活动。时尚界人士苏女士也表示,“Z世代”更偏向于“有共同兴趣者的小型聚会”,“他们共享的不仅是一件物品,还包括喜欢的一种生活方式”。