

Z世代掀回收淘金熱潮 內地以舊換新 二手消費暢旺

不畏髒苦不怕勞累

會籍優惠分拆出售 用一次買一次

【精微窮】到「理性省」，當年輕人在二手市場交易上充分發揮主觀能動性，二手交易也從傳統的美妝、服飾、家電類，拓展到商場停車券、視頻網站會員、網課資源，甚至是酒店機票等虛擬產品，研究出專屬的「省錢秘籍」。

「在閒魚（線上閒置交易平台）可以買別人辦卡出售的權益，去一次花一次錢，相較下來比直接辦卡省了不少。」廣西的「95後」華華笑言自己有着獨特的「省錢消費觀」。「各種虛擬的卡券、會員權益轉讓的二手交易琳琅滿目，且價格實惠，比如肯德基APP下單一杯拿鐵大概15-20元左右，而代下單只需要6-9元。」但對於那些特殊的卡券商品，雙方在交易中也蘊含着一定風險。「去年在閒魚上購買了某視頻平台的會員，賣家是用自己的權益每個月兌換的，沒想到剛用了幾個月，賣家突然無法繼續給我兌換了。」程程也曾在網上進行過「二手權益」交易，過程並不是十分順利。「好是在平台交易，賣家也同意進行部分退款。」程程提醒，在進行虛擬的權益交易時，還是需要更謹慎，盡量在正規平台進行交易。

臨期化妝品、閒置舊手機……年輕人一邊將閒置物品掛在二手交易平台上「斷捨離」，一邊在平台上淘選各種生活用品。「賣二手，買二手」的生活方式正在年輕一代中悄然興起。以往父母眼中「別人用過的舊東西」成了年輕人的「心頭好」，小到鑰匙扣、手賬本，大到冰箱、衣櫃，甚至是房子，在二手交易市場上，可以說「只有想不到，沒有找不到」。「舊物成資源，浪費變消費。」如今，熱熱鬧鬧的淘貨場景，正發生在線上線下的二手交易平台，勾勒出「廢」暢旺的新圖景。「雖然這一行髒苦勞累，但回收舊物是避免資源浪費的環保行業，我十分看好行業前景。」從事回收行業的廣西小伙何翼家說道。

大公報記者 曾萍

日前，國務院印發《推動大規模設備更新和消費品以舊換新行動方案》（下簡稱《方案》），提出實施設備更新、消費品以舊換新、回收循環利用、標準提升四大行動，推動高質量耐用消費品更多進入居民生活。

初創者務實：二手性價比佳

以舊換新後，換下來的舊物該如何處置、可以交給哪裏回收，是眾多消費者關心的問題。這既影響消費體驗，也關係到以舊換新工作的可持續性。《方案》提出實施回收循環利用行動。具體包括完善廢舊產品設備回收網絡；支持二手商品流通交易。線上閒置交易平台閒魚提供的數據顯示，過去一年，閒魚上多品類循環訂單數量呈增長態勢。其中，家電所產生的循環訂單量較上一年同比增長11%，傢具所產生的循環訂單量較上一年同比增長17%。

「24歲創業搞回收……回收找何少，老鄉服務更周到。」何翼家在短視頻裏笑臉盈盈地賣力推薦自己的二手回收生意。何翼家曾做過推銷員、保安、房地產銷售，去年機緣巧合之下，他進入到二手舊物回收行業，不到一年的時間，將「二手事業」做得有模有樣。「我從去年7月份開始做二手舊物回收，員工原本只有我和一個攝影師，到現在有2家店面，員工拓展到12人的團隊。」

以前人們消費都有「衣不如新」的心理，喜歡追求新品消費，然而如今在理性、務實的心態影響下，更多年輕人不再執著於新品，而是選擇擁抱二手，熱衷購入高性價比的二手物件。「現在有不少充滿鬥志的年輕人，在選購辦公用品時，傾向於在二手市場裏「淘寶」，對於起步階段初創者而言，二手用品更有性價比。」何翼家坦言，國家提倡以舊換新、資源再次利用，讓他充滿信心。「雖然這一行髒苦累，但回收舊物是避免資源浪費的環保行業，我十分看好這個行業的前景。」

舊物不舊 淘老書籍尋「心溫度」

對年輕人來說，買賣二手不僅是交易，也是審美、興趣和社交。無論是老式攝影機、黑膠唱片，還是經典電影海報、古董傢具，二手物品自帶的歷史感、年代感，讓它們區別於普通新品，受到年輕消費者的青睞。在南寧的老舊小區裏，有一家販賣手工、咖啡和二手書籍的「回暖書屋」。「之所以叫「回暖」，正是因為很多二手書籍本身很好，但是卻較少被人看到，躺在角落裏像冬眠了一樣，我一方面希望「冬眠」的書籍能再次遇到知音「回暖」；另一方面也希望來淘書的朋友，從這些書籍裏獲取到力量。」小宇是回暖書屋的負責人，他直言自己做二手書籍不單是一種情懷，更是出於對環保和循環經濟理念的追崇。

河南商丘一社區舉辦「舊物互換 物盡其用」環保市集，通過置換、售賣形式進行交易，讓閒置「好物」遇「新主」。

天津市民在海河舊書市集活動上挑選書籍。



爭當「循環青年」

積極回歸商品的自身價值和本質用途，積極參與到這種二手商品的售賣循環中，提高物品利用率，實現資源循環利用。中國二手閒置物品交易規模在2020年時已突破萬億元，預計2025年將超3萬億元。

買新前先出舊

過去一年，閒魚上多品類的循環訂單交易量呈增長態勢，其中，家電同比增長11%。以手機數碼為例，龍年春節後，內地閒置交易平台「閒魚」上閒置手機發布量比節前增加124%。

喜新不厭舊 熱衷「二手生活」

經營手機回收生意的「愛回收」線下門店。

顧客在重慶線下二手市場選購飾品。



興趣愛好變現

買賣閒置成為一次次個性的展演，以物為載體，向陌生人呈現自我，通過詢問和交易結識志同道合的夥伴。在閒魚8300萬興趣用戶中，45%的交易就與興趣相關。



廈門集美大社菜市場「二手市集」上的年輕攤主帶來閒置服飾。

踐行綠色主義 閒置市場規模超萬億

【捕捉商機】二手閒置交易越來越成為年輕人的「心頭好」，而且這波由年輕人引領的二手循環交易潮流，日漸呈現出新趨勢。據了解，2024年，消費者偏好的重大轉變開啟了綠色消費主義的時代。《中國電子商務綠色發展報告》顯示，超過60%的受訪者了解「綠色消費」，其中，90後和00後對「綠色消費」的理解程度明顯高於其他年齡段，分別達70%和79%。

目前，作為綠色消費市場的重要組成部分，中國二手閒置市場規模已突破萬億元，用戶規模數億，閒置經濟市場潛力巨大。越來越多的消費者通過購買綠色產品、交易閒置物品等方式積極踐行綠色消費。「在我看來，二手的物品只要保存、使用得當，就還存在使用價值，並且買賣二手產品是一種勤儉節約和綠色低碳的生活態度。」消費者西西說道。據清華大學能源環境經濟研究所等發布的《2021中國閒置二手交易碳減排報告》顯示，閒置物品交易範圍覆蓋了幾乎所有消費品類，中國二手閒置物品交易規模在2020年時已突破萬億元，預計2025年將超3萬億元。

閒置市場活躍用戶畫像（單位：%）

年齡	閒置交易	房屋租賃	汽車租賃	汽車電租
24歲以下	22.6	16.9	12.9	12.1
25-35歲	45.1	37.3	48.6	28.8
36-45歲	19.4	25.9	27.2	33.0
46歲以上	12.9	19.9	11.3	26.1

資料來源：《2022閒置經濟洞察報告》

「古着」流行 舊衣新穿展現個性

【穿出新潮】在國內，隨着互聯網的發展，各種二手平台逐漸火爆。於此同時，在眾多網絡達人、探店博主推薦下，古着店在社交媒體迅速「出圈」。所謂古着，來源於日本漢字，指流行於某一年代（一般在20世紀20

年代至80年代期間）、如今已經不再生產的服飾，是不可複製的時代經典。近年來，古着逐漸從小眾圈層走向大眾流行，其定義也在不斷泛化。

零幾年的連衣裙、九幾年的花襯衫、八幾年誇張的金屬耳飾……從廣州東山口到上海安福路，內地每個城市都有一條古着店扎堆的街道，吸引着追求潮流個性的年輕人。「起初喜歡Vintage（古着）文化，是因為舊時衣物的不可複製性。」22歲的李望川在重慶經營着一家古着店，對於這位「00後」而言，古着服飾不同於大眾潮流，經過時間沉澱的舊衣物也傳遞了他對生活的個性化表達。

李望川將自己的店取名為「無意義古着店」，「希望傳遞一種簡單的生活心態：單純地享受每件事本來的樣子，而不要賦予它更多意義。」就像年輕人流行的古着文化一樣，購買一件他人的舊衣，同時讓自己獲得一件「新」的衣服，既是一種時尚的輪迴，也是一種可持續的生活方式。



「00後」李望川在重慶經營一家古着店。

交易二手商品 碳減排量

- 每雙二手運動鞋 3-19kg
- 單件二手電子產品 21-300kg
- 單件二手家用電器 30-130kg
- 每個二手奢侈包 0.5-12.7kg
- 每件二手衣物飾品 0.3-17.2kg
- 單本二手圖書 0.3-1kg

資料來源：《2023循環時尚行業趨勢報告》



民眾在2023年服貿會上體驗竹製鼠標鍵盤。