

市场探新

年轻人为何喜欢闲置交易

“收——废品、冰箱、彩电、洗衣机……”“90后”蒋晓雪记得，小时候听到喇叭里拉长的声调，她和妈妈就会拿着事先整理好的报纸、旧书和瓶瓶罐罐下楼，换十几块钱回来，路上还可以顺便买根冰棍。

如今，废品推车喇叭里悠扬的喊声渐渐远去，不少闲置交易场景从流动废品车、社区回收站、旧货市场转移到了线上，交易的物品也由当年相对单一的废旧书籍、塑料制品、家电手机等扩展到了美妆、服饰、展会演出门票等更加多元的品类。时光流转，人们对闲置物品的态度也悄然改观：从以往不屑一顾的“别人用过的旧东西”，到现在备受青睐的“高性价比好物”，闲置交易正被越来越多人所接受。

由清华大学能源环境经济研究所等机构发布的《2021中国闲置二手交易碳减排报告》显示，2020年国内二手消费市场已经超过万亿元规模，预计到2025年我国闲置物品交易有望突破3万亿元。在日渐庞大的闲置消费者队伍中，年轻人开始占据主体。

根据闲鱼最新发布数据，闲鱼日均交易额已突破10亿元。过去一年，超过1亿人在闲鱼挂出闲置宝贝，每天有400万件闲置物品在闲鱼上发布。2023年5月，闲鱼用户数量突破5亿人，从用户画像上来看，“95后”是闲鱼用户中的活跃分子，占比43%，“00后”占比22%。

年轻人为何热衷闲置交易？开源节流之外，他们从中还收获了什么？

物尽其用

中国人民大学新闻学院讲师董晨宇针对18岁至27岁的闲鱼用户开展了一项调研，在受访的年轻人中，“省钱”“回血”是闲置交易中首先被考虑到的。“有受访者把它比作存钱罐，只卖不买；有的把它比作作家门口的面馆，便宜管饱。”董晨宇观察到：“与我们这一代相比，现在的年轻人更加务实，不过分追求符号的价值，不轻易为品牌溢价买单。”

之所以通过闲置交易开源节流，一个重要原因在于“旧物不旧”：在商品加速更新迭代的时期，寿命长、使用频次低

立足自然资源优势，延长赏花经济链条、拓展赏花经济空间，用丰富业态满足日益多元的需求。

看姹紫嫣红开遍，有多少能入脑入心？每逢春日，北京故宫雪景轩、颐和园、恭王府等处前来一睹西府海棠倩影的游人如织。北京的西府海棠有何独特魅力？金元明清时期，西府海棠走进北京皇家园林与王府花园，成为地域文化的一部分；曹雪芹创作《红楼梦》时，选择西府海棠作为反映人物命运、寄托情思的重要载体。随着对海棠文化意涵的不断发掘，绿肥红瘦与典雅园林相映成趣，成为北京春天的“顶流”。各地不妨以此为借鉴，让游客在沉浸式体验中实现与文化的“双向奔赴”。

“赏花经济”与“国潮”衔接集成，“文化赏花”可谓新玩法。如今，不少游客选择身着汉服赏花，成为一道春日新景。服装租赁商家上新马面裙、簪花等爆款服饰，国潮穿搭与中式建筑相得益彰，约拍、旅拍等消费形式随之走俏。今春，苏州虎丘、长沙铜官窑等景区推出“花朝节”活动，北京园博园推出“国潮嘉年华”，油纸伞、漆扇、汉服体验，传统市集及诗词文化活动，让游客在赏花的同时，体验中国古代的人文美学。

东风正暖，期待满园芬芳、常开常新。

的物品被“闲置”下来的可能性大，而出让闲置是实现物尽其用的合理办法。董晨宇提到，如果说物有社会生命，那么闲置交易就仿佛让它们在许多收养家庭间辗转。“以童车为例，现在质量较好的童车至少可以用十年，但一个孩子只能坐两年。在预算有限的情况下，以较为便宜的价格购买质量更好的二手童车就成了很好的选择。”同样的，对于还在学习的年轻人来说，书籍课本、考试资料等读过后往往就成为闲置，只有找到下一个“收养者”才可以继续发挥它的价值。而寻找的过程，与十余年前受地理条件制约的交易场景不同，线上平台发挥了它的独特优势。

大学期间，蒋晓雪加了十余个校园闲置交易微信群，一到毕业季，有的群每天有近百条信息。“把物品的图片和价格整理好发在群里，就有同学加微信来问。”她说，“不仅处理掉了不用的东西，还能赚点小钱。成交的时候真的很有成就感。”

作为在信息技术高速发展时期成长起来的一代，年轻人能够熟练地利用互联网拓宽信息渠道，根据自身需求和物品特点选择相应的平台发布和获取信息，高效出收闲置。

循环时尚电商平台红布林的品牌公关负责人赵婷认为，初入职场年轻人对品牌服饰包袋等有较高需求，性价比高的闲置市场往往成为他们的选择，但目前闲置市场上的商品良莠不齐。

“我们可以为用户提供2000余个时尚品牌的鉴定、评级和定价服务，同时全流程负责寄送、发货和售后。”赵婷说，帮助年轻人节约筛选、谈价的时间和精力，这是红布林作为平台服务商的生意经。

对于年轻人来说，闲置交易早已不是难以启齿的精打细算，而是体现了物尽其用的消费理性。与其说消费降级，不如说消费理念升级，在巧妙避开商业营销套路和各类消费陷阱的同时，开源节流，能花会省，充分利用多方信息渠道和交易平台来满足自身消费需求。

兴趣变现

年轻人在消费理性驱使下进行闲置交易，但细看他们交易的物品，却又充斥着感性和个性：小众饰品、黑胶唱片、盲盒手办、歌剧门票……把自己爱好的东西挂在闲置交易平台上，前来问价的大多是有着相似审美和兴趣的“同好”。于是，买卖闲置也成为一次次个性的展演，以物为载体，向往来的陌生人呈现自我，通过询问和交易结识志同道合的伙伴。

但谁说只有物是闲置的呢？当想方设法赚钱的年轻人开始盘活自身资源和技能，开辟出跟拍、妆娘、代遛狗、帮写程序甚至方言教学等“新闲职”，“闲置”的概念也随之广泛起来。“交易”不只限于“一手交钱，一手交货”，也可以是爱好周边、资源技能的互换。

节流，为寻找物美价廉的物品，更为以相对低的成本展演个性；开源，是将资源和技能转化为资本，实现兴趣变现又乐在其中。以闲置交易为切入点，年轻人展现着个性多元的生活方式，发挥创造力让爱好发挥经济价值，甚至以

此创业。

对杰尼来说，“闲置创业”是意料之外却又自然而然的事。刚上大学不久，她开始对潮流藏品产生兴趣，常在社交媒体发一些穿搭照片，有网友看到便来询问有没有多出的衣服可以出让。“因为喜欢，所以越买越多，多了就出让一些闲置。”杰尼说，在这个过程中，她结识了一些圈内玩家，于是就和几个伙伴一起在闲鱼上开起了档案时装店铺。

比起考虑开店能否赚钱，杰尼更享受跟圈内伙伴交流的过程。每挂出一件藏品服装，简介里除了常规的尺码和状态外，还有一项重要的“备注”，专门就服装的设计师、设计元素、灵感来源、材质面料等进行说明。在店铺同名的社交媒体账号上，杰尼参与制作了多期视频专门介绍潮流藏品的历史文化，也会找圈内的其他玩家介绍不同风格和品牌的藏品。

“店铺的粉丝一方面是来买东西，另一方面是来看我们的分享。”杰尼解释道：“潮流藏品是要像玉石珠宝一样去研究的，很多人会更享受交流的过程。我找其他小伙伴一起运作，让关注我们店铺的人可以了解到不同的风格，也扩充了自己的知识面。”

如今，杰尼的店铺在闲鱼上已经拥有3.7万名粉丝，销售总额达数百万元。得到了平台支持、品牌方的合作，也多次成功举办线下活动，现场既有慕名而来的店铺粉丝，也有新加入的潮流玩家。

谈起店铺，杰尼说：“其实还挺成功的，这算是我的‘阶段性成果’吧。人生发展中很重要的一环。”

热闹社区

即使是小众的圈子，比起旧货市场上无人问津的角落，线上平台也要热闹得多。当“相似的灵魂”聚集起来，闲置平台就变成了联系紧密、包罗万象的社区。

在这里，职业二手卖家往往是不受欢迎的——他们太过精明，太过熟悉倒卖商品的规则，太有距离感。相比之下，年轻人更愿意跟他们一样的普通人进行闲置交易，因为信息差更小，所以更容易平等地建立信任。

蒋晓雪记得，几年前学校的二手群突然陆续被校外人员接管，经常有人发各类广告。她退群后自己建了一个“二手小市场”，成为群主，及时清理广告的成员。“环境更纯粹一点。”她说，同学们不仅在群里交易闲置物品，还时常组队拼单，或者共享各类会员。

在各类平台上的“闲置社区”里，年轻人热闹地交易、交换、共享、寻找“搭子”，形成了独特的社交文化。

又是一年赏花时

徐 达

新中式之火与美

王 琳

马面裙出圈了。从春节期间订单的暴增，到眼下“春季第一条裙子”，新中式穿搭分外抢眼。不禁让人感叹，时尚的尽头是新中式。

何为新中式？其实并没有精确的定义。在消费者看来，新中式是将中国传统元素与当下审美潮流相结合，融合传统与现代文化新时尚，其既契合现代人的审美趣味和需求，又展示了传统文化的精髓。

新中式火在消费市场。从消费端看，《2024抖音电商女性消费趋势数据报告》显示，过去一年，该平台女性消费者购买新中式服饰的订单量同比增长195%，其中马面裙订单量同比增长841%，汉服订单量同比增长336%。

从生产端看，马面裙的主产地山东曹县今年前两个月的销售额接近5.5亿元，工厂为赶制订单，“缝纫机踩冒烟了”。浙江嘉兴海宁市许村镇几百台提花机同时轰鸣，一天就能产出3万多米布料。

新中式更火在文脉深处。以马面裙为代表的传统中式服装成为“爆款”不是偶然，是消

费者与传统文化的“双向奔赴”，背后是长期以来文化自信的积累和相关产业链的发展。

有网友将新中式的走红称为“血脉觉醒”。如今，随着中华优秀传统文化传承发展，人们愈加感受到传统文化的魅力，对文化的认同感不断加深，越来越多的传统“宝藏”被挖掘创新并再次活跃。从电影《长安三万里》到春晚节目《年锦》等，吸引人们的不仅是新中式与生俱来的诗意，更是深植于血脉中的中式追求。尤其是出生并成长于中国经济快速发展时代的年轻人，得益于更开阔的视野，他们有平视世界的底气和自信，对“中国式审美”充满自豪，也能以更平和的心理理解不同文化的美。

“我们愿意为马面裙买单，一个重要因素是看重其背后所承载的文化价值。所谓的血脉觉醒，就是对传统文化和审美的认同。”职场白领罗惠最近被社交媒体平台上的照片种草下单了马面裙。

从另一个角度来说，新中式等国潮产品的不断涌现，离不开产业链供应链上下游的协作。齐全的产业链、密切的分工协作和强大的创新能力，能够快速响应市场需求，在短时间内形成时尚潮流。以马面裙生产为例，从设计、生产制造到衍生周边等，完备的产业

链搭配先进的柔性制造，让传统制造企业有了更大的灵活性，不仅可以对时尚风向、市场喜好迅速作出反应，也可以更好满足消费者个性化定制的需求。与此同时，传统文化也给传统产业带来了新机遇。2023年下半年，感受到马面裙日益升温的风向后，海宁市许村镇原本生产窗帘、墙布的企业纷纷转向生产马面裙面料。

立足时代之新，发掘传统之美。不只是服装，从新中式茶饮到新中式点心，新中式流行的浪潮接连涌来，掀起一波波消费热潮。其间，人们可以看到中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的无限可能。“传统文化有很多鲜活的打开方式，人们可以从服饰、家具等形态中感受传统文化带来的美学魅力。”

汉服爱好者小莫说，传统文化并非曲高和寡，要融入火热的现代生活中，与时代产生深度“链接”，才能传下去、火起来。

诚如网友所言，万物皆可新中式，“泼天的富贵”已经到来。产业发展要迎头赶上，需要认真研究市场，在产品质量上下功夫，提升品牌的设计、生产和运营能力，做好产品和文化的融合，坚持以创新满足用户体验。未来，新中式还有多少打开方式，新中式产品能有多美，人们有着更多期待。

“梨花风起正清明，游子寻春半出城”“若待上林花似锦，出门俱是看花人”……踏青赏花自古就受到人们喜爱，至今仍可通过历代诗文遥想古人赏花盛况。

历经千年，人们赏花不仅热情未减，而且走得更远、形式更多样、体验更丰富。在南京玄武湖赏梅研学，在四川乐山乘坐小火车穿行在油菜花海，去西藏林芝赏桃花之余来一次冰川徒步……赏花活动被注入新的内涵，催生“赏花经济”。

“赏花热”掀起春日旅游高潮的同时，也有人觉得大同小异、连特产办都似曾相识。各地的桃花节、杏花节、梨花节等大多“闻香不过一时”，花期一过即进入淡季，难以延续热度。

一些地方的做法带来启发。江西婺源篁岭鲜花小镇通过花种搭配，从2月底油菜花开放到8月夏菊花上市，赏花期长达半年。通过攻破低温繁育、反季节移植等课题，河南南阳的月季花从2月吐芽，4月初绽，持续到来年1月仍有不少品种争艳。丰富品类因地制宜延长赏花时限，也就迎来了更加广阔的市场空间。

避免“闻香不过一时”，还得防止游客“看一眼就走”。赏花节若仅停留在观光、采摘等浅层次开发，加之交通、食宿等配套尚未健全，很容易让游客感叹不过尔尔。“赏花+”或为解题之道。这两年各地鲜花搭台、文旅唱戏，推出“赏花+市集”“赏花+体育”“赏花+夜游”等融合业态，举办摄影节、登山节、美食节及骑行、露营、旅拍等主题活动，为赏花经济增添了更多新场景。

游客期待“走马观花”式赏花游向融入自然、赏玩结合的“沉浸式”深度游转变。各地可进一步