

互联网时代我国闲置经济的发展现状与趋势

牛雅丽 李 杰 吕志强

(北京电子科技职业学院, 北京 100176)

摘 要 如果垃圾回收再利用是“寻找放错地方的资源”,那么闲置物品交换便是“让资源一开始就不放错”。从曾经的当铺、校园书市到如今承载诸多城市记忆的潘家园市场,再到闲鱼、爱回收等诸多闲置物品线上交易平台,正在升温的闲置交易,已悄然渗透至人们的生活中,其形式不断延伸,品类愈发丰富,其所撬动的更是万亿级蓝海市场。闲置经济是消费者将自己不喜欢或者不常用的闲置物品通过网络转让给他人,闲置经济的意义就在于将闲置的物品流动起来,让一切闲置的资源变得活络起来,充分发挥商品的价值。近年来,全世界经济趋向于更低碳环保,循环经济发展,闲置经济持续升温。我国的闲置经济在国家双碳目标提出之后也迅速发展增长开来。

关键词 互联网 闲置经济 低碳环保 共享意识

中图分类号: F062.5

文献标识码: A

文章编号: 1007-0745(2022)10-0073-03

2020 年特殊事件,世界各国经济进入了慢车道,全球经济遭受了沉重打击。中国在 2020 年是唯一经济增长的国家,尽管比 2019 年的增长幅度有所减缓,但是在全球经济下滑的大背景下,一枝独秀发展向好,在世界经济占比从 2019 年的 16.3% 提升到 2020 年的 17.4%。中国持续的经济增长为社会积累了大量的物质和财富,居民可支配收入显著提升,生活水平不断提高,用于生活消费的物质不断充盈,长期积累下来,产生了大量不用的闲置物品,这些商品既不完全可以被商家旧物回收,又不能白白扔掉,便催生了闲置经济。

1 闲置经济产生的背景

所谓闲置经济或二手经济,指交易、分享者通过在二手市场上买卖、租赁、交换自己不使用的闲置物品,以提升物品利用率,延长物品在有限生命周期内价值的经济表现。推动闲置经济的产生因素有市场经济发展的客观因素;也有消费者自身消费需求和消费观念转变的主观因素。

首先,改革开放以来,我国经济飞速发展,国内生产总值持续增长,各行各业在长期的经济增长过程中,企业创造的产品愈加丰富。居民消费者收入不断扩充,增加了其消费能力,也促进了消费需求的丰富,为社会产品的不断积累营造良好的生产和消费环境^[1]。随着产品的更新换代以及消费者的需求变化,越来越多的物品成为闲置物品,无法发挥其原有的经济价值,将其用来流转交易成为消费者需求的必然。

其次,消费者的消费需求和消费观念发生了显著的变化。日本学者三浦展曾提出“第四消费时代”的

概念。他认为,2005 年后,日本进入新的消费时代,消费者不再愿意为过高的品牌溢价买单,转而注重消费的体验,简约与共享的消费理念深入人心^[2]。这与追求高端化、品牌炫耀、不限制物欲的“第三消费时代”形成了鲜明对比。而目前我国 85、90 后已经成为中国最重要的消费群体,相对于“新旧”,他们更在乎商品的实用性与性价比,“喜新厌旧”以及“高,大,上”的传统消费思维已经逐渐被人舍弃,“断舍离”生活方式在中国消费者群体中越来越受到追捧,消费者的变化主要体现在以下三个方面。

1.1 由盲目追求大品牌到关注产品性价比

相比“炫耀式”的攀比消费,年轻人更加注重产品本身的质量和性能,找到最合适自己的物品,通过合理价格满足生活的需求即可,比较明显的例子就是奢侈品的消费和二手奢侈品的流转有所降温,以及更有性价比的国产品牌的兴起。

1.2 从私人占有到共享意识觉醒

当今的年轻人并不会通过独占物质而获得满足度的提升,反而会因为与他人的分享获得精神上的满足,他们会自发产生物品共同利用、租赁并非占有、旧物重复使用等行为。共享出行,共享汽车,共享房屋,共享康复设施等,这些都是共享经济试水的赛道,相信将来会有更多合适的行业或产品加入共享经济中来。

同时,随着信息化的发展,特别是互联网的出现,为物品的共享,如交换、旧物买卖等提供了更加简单便利的渠道。

1.3 对于低碳环保的社会责任感不断增强

2020年,我国提出力争2030年前实现碳达峰,2060年前实现碳中和的战略目标。全世界各国都在为减少碳排放制定自己的减碳策略。在消费者层面,越来越多的人社会责任感显著增强,希望最大限度地利用商品的使用价值,践行绿色消费的理念,绿色出行、减少食物浪费、旧物利用等就是他们做出的切实的行动。全世界范围将掀起环保、低碳、绿色的生活方式,闲置经济发展有了充分的土壤条件。

2 我国闲置经济发展的现状

我国最早的闲置经济起源应该是大型旧货市场,还有一些社区跳蚤市场以及二手商品商店,受地理位置的限制和信息传递效率的局限,闲置经济的发展速度较为缓慢,消费者群体不多。互联网的出现突破了地域限制,提升了信息的传递效率和信息透明度,为全体网民开拓了一个广阔的网络市场,全体网民都可以参与到闲置商品交易中来,网络交易成为闲置经济发展中传统面对面商品交易必要的补充,闲置经济迅速发展起来^[3]。近年来数据显示,我国二手电商行业用户规模2018年突破1亿人,2019年达到1.44亿人。2020年二手电商行业用户规模增长至1.82亿人,较2018年几乎增长一倍。从2021年二手电商平台主要出售的产品来看,家居日用品占比较高,约为45.8%,其次是数码产品40.0%、图书35.1%、鞋服配饰31.6%、影音家电25.8%、美妆护理20%等。从线上以及线下全部的闲置商品交易来看,闲置商品的交易渠道,主要分为以下三类:

1. 就闲置经济的品类而言,有的商品在社区内流转,比如旧家具商品和旧家用电器,旧家具商品过于庞大,用物流公司流转成本相对较高,运输交易成本整体不合算,买卖双方都倾向于当面交易,而旧家电选择当面交易除了不好运输的原因,还有就是商品质量,买家可以现场看货,对商品功能进行进一步检查和了解,促成交易达成。另外一些适合社区内交易的就是与学生相关的产品和母婴产品等热门商品,这类商品在网络上也很好流转,但是在社区可以实现更快变现,同时卖家有可能实现以物易物,获得超值回报的商品,对于社区业主们也有一定的吸引力。

2. 有的闲置商品则通过统一的线上以及线下平台,统一质量评价标准,规范售卖。这类商品中,比较典型的是二手车,因为车辆的价值相对较高,同时二手车一车一况,消费者在购买时没有专业的知识技术进行鉴别,容易产生交易双方信息不对称的情况,这样

不透明的交易会使市场信任度缺失,发展缓慢。目前我国汽车市场存量很大,有大量需要流转的二手车待交易,建立一个公正、有信誉的交易平台,对市场飞速发展意义重大。另外,技术比较高端,价值较昂贵的电子产品(如手机、笔记本电脑等)和奢侈品也需要规范的平台售卖。这部分商品的流转速度比车辆更快,同样需要专业技术鉴定以及真假鉴别,和二手车一样,这类商品也存在需要一定的售后服务的问题,这也是平台售卖的优点,作为商家角色的平台,能够更加全面地承担退货以及售后维修的各种成本。

3. 其余的闲置商品主要在相应的二手网站上,实现C2C的交易。当然,这样的商品,周转时间与价格一般成反比。他们的交易存在很大的随机性,有的卖家深谙二手交易的技巧,从中二手商品交易中获利颇丰,有的卖家则完全是为了清家里的库存,赔本赚吆喝,大家心态不同,自由度很高。在网络上交易存在着很大的信息不对称性,对于交易过程,网站也无法全程监管,交易过程中存在一定的欺诈风险。

目前存在的二手商品交易平台几乎包含了有二手闲置交易需求的各个品类。商品方面,技术与生产力的发展使得产品的迭代周期变短,社会上闲置物品会逐渐增加。因而人们对在线二手交易的需求也会逐渐增大,二手电商平台的发展前景会更为可观。

闲鱼采取的思路是社区+内容+电商,弱化电商属性,通过鱼塘等功能,强化社区交流和内容分享,核心目的是刺激人们进行更多闲置物品分享。在支付环节,闲鱼与支付宝合作。

转转则在标准化服务上下功夫,促使交易标准化,核心目的是提高交易效率和建立第三方信用体系。支付环节,转转与微信合作,已加入微信九宫格。

爱回收主打二手3C领域,通过线上与线下流量打通的方式提供手机回收和以旧换新服务。

回收宝也是从二手手机回收起家,如今已构建覆盖收、租、买、卖的循环经济生态。

3 我国闲置经济发展的问题

我国闲置经济发展尚不成熟,发展过程中还存在很多问题,艾媒咨询对2021年我国网民二手电商平台购物遭遇问题调查^[4],总结下来我国闲置经济发展的主要问题体现在两个方面:

3.1 闲置商品交易中存在信任危机

闲置商品交易中最重要体验基础依赖国内移动支付支付的爆发与物流的便捷,但闲置交易存在的信息不对称,用户之间信任度不高的特点,仍没有得到实质

性的改变。闲置商品的交易属于低频率交易,平台账号等级大小、芝麻信用高低形成的信用评价也无法让交易双方完全相信对方的交易承诺。商品审核方式并不理想,被淘宝拒之门外的三无小商家则趁机大肆掠夺平台资源,消耗用户的信任和热情。目前,二手电商平台将自己更多视为中介第三方,将自己的监管责任悄悄淡化,一切的交易损失均由交易双方承担,这样的交易的随机性会使大量潜在消费者对于二手商品望而却步,闲置经济发展裹足不前。

3.2 闲置商品交易缺乏规模化平台规范化经营

闲置商品本身就存在差别性,相比较新品而言,缺乏统一的标准和服务评价。在目前交易双方还缺乏信任的前提下,比较好的解决方式是,有信誉较高、服务可靠的品牌公司能够为所售卖的闲置商品质量进行担保,这一点,二手车产品已经开始了尝试。在二手车市场上,品牌认证二手车就是借用了品牌的品质可靠性,通过先进的技术手段对每一辆二手车全面的车辆检验,通过检验的二手车才能得到相关证书,进而流转至消费者手中。虽然这样的二手车价格比市场上的二手车贵一些,但是可靠的质量以及优质的售后服务使得很多的消费者信任并选择。推而广之,闲置商品交易平台建立起自身对产品的认证体系,提供相应的质量担保和售后服务,规范化、规模化经营一些品类的商品,必然会让消费者更容易选择闲置商品。

4 我国闲置经济未来的发展

首先,国家会进一步推动闲置经济发展,出台相关支持的政策以及法规。2021 年 7 月 1 日,经国务院同意,国家发改委印发了《“十四五”循环经济发展规划》(以下简称《规划》),其中提到了规范发展二手商品市场,完善二手商品流通法规,闲置经济鼓励“互联网+二手”模式发展等内容。随着国家政策法规的不断出台,闲置经济市场规模的不断扩大,其发展有了更全面的政策和法律保障,闲置经济行业机构的准入门槛进一步提升,个人的征信管理体系进一步完善,闲置经济会向更加健康有序的方向发展。

其次,资源共享在很多行业方向不断探索。相较于闲置商品的买卖,商品共享使用也是一个资源优化利用的方式。共享汽车在前些年一段时间内进行了探索和尝试,虽然遇到很多困难和问题,逐渐退出市场,但不可否认的是,它的出现的确解决了一部分家庭没有汽车出行不便问题,相信将来它会以更为成功的方式回到我们的生活中^[5]。共享自习室,共享单车,共享

家电等,也都开始了付费使用的租赁方式的尝试,其中共享自习室,共享单车都已经取得了市场的广泛认可,共享家电更能让消费者体会到“租售同权”的新体验,对于资金和空间有限的家庭,这完全是一种更有性价比的选择。

最后,交易平台“横向”社交化与“纵向”专业化同时延伸,配套服务更加完善。

闲置经济的“横向”社交化。闲置商品的交易主要还是聚集的具有相同爱好和消费习惯的消费者对于商品的价值延伸。而社区能够可以更好匹配供需,让闲置物品能够卖给兴趣相同的人。

闲置经济的“纵向”专业化,比如在电子产品垂直领域,计算机视觉、智能检测 APP 等技术在完成商品检测、估价、回收全流程中突破人工鉴定产品质量的技术限制和不足,甚至实现全面自动处理;在二手车交易中,相关的专业设备技术鉴定,标准的交易流程,以及基于大数据的客观车价评估体系,配合精准的潜在客户营销推送,使得二手车的交易更加顺畅高效。同时专业化的二手商品销售平台,将进一步完善商品质量担保和售后服务,让消费者购买二手商品享受到和购买全新商品近乎一致的放心体验和售后服务。

此外,闲置经济将由狭义的二手物品交易等扩展到广义资源的利用上,为社会性问题提供解决方案。比如,目前我国老龄人口逐年增加,城里的老年人对于郊区农村山清水秀的闲置农家院需求明显上升,这就需要相应平台来沟通城里的“需求”和郊区农村的“供应”。这样把农村院子盘活不仅解决了农村房屋闲置,农民收入较低的问题,同时也满足了城市老人的养老需求,甚至可以发展成农村养老院的康养事业。闲置农村院子的充分利用还可转变为民宿酒店,发展农村的绿色生态旅游资源,让农村闲置院子的地域劣势变优势。

参考文献:

- [1] 马妍,徐雁秋,韩聪,等.循环经济进校园[J].世界环境,2020(05):74-75.
- [2] 舒圣祥.激活循环经济也能刺激消费[J].理论与当代,2019(04):58-59.
- [3] 梁永春.浅谈服务业发展循环经济的保障体系[J].全国流通经济,2018(19):83-84.
- [4] 数据说.2020 年交易规模达 3745.5 亿元,数读闲置经济下的“二手电商”[DB/OL].艾媒网,2021 年 5 月 8 日.
- [5] 欧洲设立软包装回收项目循环经济更进一步[J].再生资源与循环经济,2017(05):46.