

年弃 2600 万吨，你家丢弃的旧衣去哪儿了

降解处理、面料开发、印染纺织、物流仓储……围绕产业链，一系列技术、模式创新也在展开。“废旧纺织品回收再利用不仅是环保工程，更是新经济、新动能，将催生千亿元级产业”

新华社记者张辛欣

压箱底太占空间，直接丢弃又有些浪费。旧衣服怎么处理，这几乎是每个家庭都会面临的问题。数据显示，我国每年大约有 2600 万吨旧衣服被扔进垃圾桶。

旧衣回收是民生和环保所需，更蕴藏巨大的市场空间。中国循环经济协会调查显示，目前旧衣回收再利用率尚不足 1%。旧衣回收难在哪，如何破解？记者对此进行了调查。

旧衣回收为何难

相较于我国每年超 5000 万吨的纺织纤维加工量、超万亿元的服装市场，旧衣似乎不常被人提及。然而，这一件件藏在衣橱角落的服装，却折射了较为尴尬的现状——

中国循环经济协会数据显示，我国每年大约有 2600 万吨旧衣服被扔进垃圾桶。如果这些旧衣通过焚烧处理，将造成浪费和污染；进行填埋，会对土壤造成影响。

旧衣回收势在必行。尽管很多小区都没有回收箱，很多家庭也开始相应的尝试，但回收再利用率只有不到 1%。这其中，能够被生成再生纤维二次利用的纺织品少之又少，难以从根本上实现循



难题 新华社发 程硕作

环。

旧衣回收为何如此之难？

首先是成本。中国工程院院士蒋士成说，旧衣回收再利用的途径通常有机械、物理、化学和热能四种。通过化学方式还原成分子级别，再重新生成纤维较为理想。但这种方式生产成本较高，大规模生产仍受限。

其次是观念。记者调查发现，很多人倾向于旧衣捐赠，即便是回收也多以公益为主，较难接受商

业用途。相较于回收环节，接受再生纤维产品的人则更少。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨说，在欧美一些国家，再生纤维制品使用较为常见，包括 ZARA、GAP 等多个品牌都拥有相应产品系列。即便价格略高，也拥有不少粉丝。在我国，还存在对再生纤维制品的认识不足，不少人认为由此制成的纺织品不干净、不安全。

“受观念影响，这些国际品牌在国内店面很少

推出再生纤维系列。”一位业内人士说。

最关键的是商业模式。“各个环节都需要商业力量的投入。与捐赠相比，旧衣回收依赖更加完备的体系。”一位旧衣回收从业人员说，目前，产业链条长、环节成本高、企业难以获利、市场很难打开。

“特别是后端经营环节不到位，导致有入口没出口，产业循环不起来。”孙淮滨说，“再生纸被接受和普及用了几十年，相比之下，旧衣回收路漫漫。”

千亿市场待开发

一边是较为尴尬的现状，一边是低碳环保大势所趋和巨大的潜在市场。旧衣回收推进很慢，却活跃着创新，充满着吸引力。

相应的尝试正开始。一键选定，上门取衣，在阿里巴巴闲置交易平台闲鱼上，服装经过分拣、运输、破碎、开棉等多个环节，开始了全新的旅程。

闲鱼数据显示，自去年 3 月推出相应业务以来，已有约 2400 万件旧衣被回收。刚过去的毕业季，来自近 400 所高校的约 38 万件衣物通过闲鱼被回收，改造成为汽车隔音棉、大棚保温棉和再生布料等。

曹操出行联合旧衣环保公益平台共同发起了“旧衣回收计划”。通过共享出行等方式打造回收运输网络，并对回收过程动态追踪。

“大规模的用户基础决定了平台可以做大规模的公益和商业探索。”中国循环经济协会会长祝兴祥认为，信息技术可以提高资源利用效率，解决全程溯源等管理问题，并探索共享共创等模式，让更多人参与其中。“互联网+”为促进社会闲置资源利用提供了新思路。

从做衣服到回收衣服，一些纺织服装企业也在发挥产业链优势，推进旧衣回收。

“废旧内衣共由 17 个部分组成，钩扣、圈扣、钢圈属于可回收垃圾，肩带、背带等属于干垃圾……”内衣品牌爱慕在官网商城发出回收环保行动，普及废旧服装垃圾分类，并联合物

流、分解等多厂商，通过回收返券等方式，在全国发起内衣回收行动。

降解处理、面料开发、印染纺织、物流仓储……围绕产业链，一系列技术、模式创新也在展开。“废旧纺织品回收再利用不仅是环保工程，更是新经济、新动能，将催生千亿元级产业。”蒋士成说。

加强管理除“盲点”

旧衣回收是民生好事，也是前沿产业，要健康持续推进下去，仍需完善政策，鼓励创新，规范管理。

首先，要明确谁来收，如何收等相应主体和标准。记者调研发现，当前，旧衣回收刚起步，除一些大品牌和平台参与，多数以创业企业、中小企业为主，产业链分工、配合、协调等仍有待规范和清晰。

比如，很多社区都设置了回收箱，但后续如何管理，怎样追踪仍不明确。

“回收箱能不能放，放在哪，放了之后谁来管，出了问题去找谁，都需要进一步明确。”北京市朝阳区居民徐妍希望，尽快明确监管部门和管理标准，设置资质和门槛，做到真回收，避免一些不法商贩转卖获利。

其次，要对产业发展进行管理和扶持，更好鼓励创新。

目前，旧衣回收主要途径是转为再生纤维二次利用。然而，再生资源相应产业优惠政策尚未涵盖废旧纺织品领域，一些企业尽管突破研发，但由于成本高昂、成品市场认可度低，缺乏生产积极性。

专家建议，尽快制定相关标准，保障旧衣回收利用有序开展；在财税等方面给予优惠政策，鼓励企业和平台创新；鼓励再生利用科学研究；强化内外监督，消除行业乱象。

此外，不少人建议对回收旧衣流向建立“明白账”，做到有据可查，消除群众疑虑，让低碳生活、科学环保观念在全社会推广。

新华社北京 8 月 1 日电

聊天能赚钱，声音变生意？警惕语音社交 APP 成“黑网”

人人都有展示机会、兴趣相投便能聊到一起，语音社交 APP 在成为年轻人“新宠”的同时，也正朝着低俗化、色情化、隐蔽化的趋势发展

本报记者胡林果

不需看脸、只听声音、多种玩法……语音交友软件倡导的“陌生人社交”，正逐渐占据 90 后、00 后的空闲时间。然而，记者调查发现，虽然一些平台纷纷标榜为电台听歌、声音交友、游戏开黑，实际却“挂羊头卖狗肉”，打着语音交友的幌子，行色情交易之实，有的平台甚至对语言性暗示进行明码标价。软色情、网络“黑产”交易，让声音交友正逐渐变成一门色情生意……

声音社交“不看脸、只听声音”

艾媒咨询的数据显示，语音社交用户 2020 年预计突破 2 亿，用户多为 90 后群体。

手机里安装了 4 个语音交友软件的林可说，在“看脸”的网络空间里，美和帅的标准已经固化，受欢迎的总是那些“长得美、长得帅”的“网红”，大多数年轻人都只能徘徊在围观的边缘。但是，声音的世界则不同，每个人都有成为主角的可能。

渴望被认可、渴望被关注，让一批又一批的年轻人进入了“只听声音”的交友世界。

近年来，主打“陌生人社交”“声音社交”的产品异军突起。《2019 年社交网络行业研究报告》显示，从 2018 年底开始，主打提供陌生人认识、匹配、交流的语音社交 APP 掀起了一波小高潮，截至今年 3 月，此类 APP 在各大应用商店的总量已超过百万余个。与此同时，艾媒咨询的数据显示，语音社交用户 2020 年预计突破 2 亿，用户多为 90 后群体。

“作为女生，您只需要陪别人聊天，就能一分钱不花地兑换自己想要的礼物”“作为男生，您只需花费一点的金币，就能和女神一起玩游戏、私聊互动”……语音社交软件“点点约玩”这样推广语音社交业务。随之而来的，是语音软色情堂皇之地在互联网上传播。

在“点点约玩”平台上，林可以说 30 元/小时的收费标准，陪手机另外一端的网友赵宇玩手游。在一个小时的游戏陪玩过程中，小林不断以发嗲、娇喘、呻吟的声音与玩家互动。林可说，还可以在平台上选“连麦”“叫醒”“哄睡”等付费服务。

记者在“绯闻语音”“鱼丸空间”“KK 交友”“小耳朵语聊”等几款声音社交 APP 内，均发现有用



新华社发 曹一作

户在公开的聊天室内通过性暗示、打色情擦边球方法，怂恿他人用虚拟币刷礼物，甚至还提出“线下邀请”。6 月 19 日，记者在“绯闻语音”软件中一个名为“夜宴·游戏陪玩”的房间发现，一个名为“Yy 琳娜”的女性用户持续两分钟发出娇喘声，有用户则询问是否可以线下认识。

在一款名为“糖糖”的 APP 上，记者发现，不需要任何注册即可以游客身份进入该软件。多个名为“处对象”“连睡”的房间内，同时有 2-8 个人在线。

一个女声在群里问“有 k(磕)的吗？”为引起女主播的关注，不断有用户在房间内刷礼物，而虚拟礼物相当于男性用户送给女性用户的等值虚拟货币。

层出不穷的软色情、性暗示，也为线上平台带来了实实在在的利益和流量。在多个平台注册账号的张琦看来，打打游戏、聊聊天、说说话，也能“赚”不少钱，各类聊天服务的收费在 15-30 元/小时之间，而平台还会根据主播的才艺、用户好评等指标进行评级。

文案低俗博眼球，不对未成年人设限

一些热门 APP 下载量已超百万次，且对用户的年龄限制很宽松

人人都有展示机会、兴趣相投便能聊到一起，语音社交 APP 在成为年轻人“新宠”的同时，也正

朝着低俗化、色情化、隐蔽化的趋势发展。

记者在华为应用市场里搜索“语音”，出现有超过 50 款相关软件，标签多为“聊天”“交友”“婚恋”。记者随机打开一款名为“小枕头”的语音软件，发现该软件从文案介绍到房间名称均打色情牌，“每一个白天，我们带着面具，用情商伪装自己，当夜幕降临，我们彼此孤独却心心相印……”

一些热门 APP 的下载量已超过百万次，且对用户的年龄限制很宽松。在华为应用市场中，“绯闻语音”“小耳朵语聊”“KK 交友”的年龄限制均为“12+”，“小枕头”软件并无任何年龄限制。业内人士认为，此举意味着“但凡是个智能手机都能随意下载”。

不仅如此，下载后可以通过手机号、微信号、QQ 号登陆，并无任何限制未成年人登陆的措施。其中，“hi 语音”在用户服务协议中提到，“未成年人使用本服务所产生的一切后果由未成年人本人及其监护人承担”。中国人民大学法学院教授刘俊海认为，平台不仅未对其自身内容进行严格把控，同时还企图通过上述协议撇清自身责任。

有流量的地方就有打广告宣传的价值。语音社交类 APP 也正在成为网络黑灰产的聚集地。一些营销号在语音社交 APP 上到处发布小广告，声称“加好友做任务能快速赚钱”，记者搜索相关广告上的 QQ 号发现，内容多为招募电商刷单以及

给流量明星刷评论的兼职。

广州荔支网络技术有限公司相关负责人告诉记者，网络黑产经营者会想尽一切办法绕开 APP 的注册限制和内容监管，如利用虚拟手机批量注册账号、绕开 APP 的关键词限制、发布跨平台的联系方式。“他们到处发布信息，但真正的交易又会转移到其他平台，像牛皮癣一样难以清理。”

爆发式增长给监管带来挑战

一些规模较小的 APP，运行成本不到 30 万元，上架运行两三个月就可以赚钱

语言社交产品数量多，目前仍然处于高速发展时期。在业内人士看来，行业的健康发展仍然面临着以下难点：

第一，语音社交类 APP 缺乏行业内容标准。今年 1 月，广东省互联网信息办公室联合公安厅、文化和旅游厅，对广东省内部分涉低俗色情的语音社交平台进行了查处。此后，市面上正规运营的语音社交类 APP 逐渐建立起一套自有的信息审核系统，也基本告别了放任自流的状态。

然而，目前各 APP 的审核系统、人力配比均不相同，监控和审核效果也差别较大，而且各 APP 平台的审核尺度、处罚标准各异。网信部门有关负责人表示，只要是公开随意进的直播间、语音房间，涉未成年人的情况都要严格监管。

第二，机器审核仍存在技术困难，人工审核体量大、盲区多。广州市百果园网络科技有限公司技术人员表示，相较于文字识别和视频识别，语音识别技术相对滞后，需要先将用户的语音转化为文字，方言、噪音、语音语调等都会影响识别准确率。

此外，平台相关负责人表示，相较于电台等录播平台，语音的实时识别难度和体量更大，一个平台就有成百上千个房间，只能是巡查式检查。对于一对一、私密聊天中软色情内容是否适用于公开的认定标准，各大平台甚至每个审核员的认定都不同。

第三，语音社交类技术门槛较低。网信部门有关负责人告诉记者，视频直播平台的创办需要到文化部门申请网络文化经营许可证，但语音社交 APP 上架程序则简单得多。此外，从技术层面而言，一些规模较小的 APP 通过购买声音传输服务，再聘请技术人员包装，一个 APP 的运行成本不到 30 万元，上架运行两三个月就可以赚钱，“如果不把好源头关，就像割韭菜一样，割了一茬很快又长一茬”。

第四，利益群体已固化，多重方式逃避监管。记者发现，近期被查处下架的某语音软件，其微信公众号上不仅有引导用户下载的网页指示，微信小程序依然运行，同时相关 QQ 群

内有 700 多位活跃用户。业内人士告诉记者，该软件在运行的过程中已经积累了相关的用户群体，还有客服会一对一进行“引流”，带用户注册新上架换了“外衣”的 APP。

将乱象遏制在萌芽时期

一些平台对色情、涉黄内容睁一只眼闭一只眼，一切以“流量为王”，需要监管部门及时出手

低成本、有流量等因素，为语音社交产业的发展打开了一条“便捷通道”，但如果不能拉紧闸门、设置门槛，任由批量化技术输出、资本化运作，网络黑色产业链和涉黄低俗内容交易或将在此滋生壮大。对此专家建议：

首先，引导建立行业自律标准，让各语音社交类 APP 建立起统一的内容信息底线。如视频直播平台类 APP 在 2016 年前乱象丛生，色情直播平台屡禁不止、低俗内容充斥其中，随后，多家互联网直播平台和网络主播经纪公司共同发起成立了中国演出行业协会网络表演（直播）分会，起草《网络表演（直播）内容百不宜》等行业指导标准，各家平台内容有了比较大的改善。

其次，平台应加大语音内容审核力度，建议引导国内顶尖语音人工智能企业，对涉黄语音、软色情声音标本进行识别，并引导技术企业将识别技术输出给各大语音社交软件，减少各初创平台人工审核压力和尺度把握不统一的问题。

再次，减少相关软件的宣传和广告。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，语音交友、语音直播行业的运营有低俗色情成分在，类似一种新的服务业，它不应当适用未成年人、未成年人权益保护是一个红线。

专家表示，一些小散乱的语音社交 APP 内充斥着大量网络“黑产”经营者，娱乐公司经营团队，以软色情、涉黄为途径进行盈利，平台也是睁一只眼闭一只眼，一切以“流量为王”，在行业发展前期没有足够的自我净化能力时，需要监管部门及时出手，对于违规企业应该及时取缔，打造绿色网络环境。

最后，强调企业主体责任，内容生产应遵循正确导向，创作传播充满正能量的产品。朱巍表示，有关部门应该引导相关平台创作、传播充满正能量的产品，以优秀的作品感染人，以积极健康的内容吸引人。（文中用户名均为化名）



扫描二维码
关注“新华每日电讯”