

“中国人历来惜物，正所谓“一丝一缕恒念物力维艰”。只不过，经历几十年经济高速增长，伴随物质财富迅速积累，人们习惯了消费上“追新”，国内闲置的产品有时超越想象，由此带出诸多浪费问题。可喜的是，随着绿色发展理念深入人心，共享经济的普遍实践，新的消费行动在诞生。许多人意识到：物品的价值不在沉睡而在流通；物品的使用可以比占有更有价值。

本报记者周蕊

95 后小林将一只裱好的 iPhone5 挂上闲鱼，定价 120 元。将旧手机零部件拆下，装裱好后再出售，成为许多年轻人的风尚。

旧手机何去何从，是一个问题。有数据显示，2015 年至 2019 年，中国总共生产了 94 亿部手机。有的过时了，但很多没有，更多藏在抽屉里。

放眼邻国日本，闲置手机也有新故事。为了迎接东京奥运会，日本最大的电信运营商都科摩公司（NTT Docomo）回收了 621 万部手机，日本奖牌制作团队从中提纯了 32 公斤黄金，3.5 吨银和 2.2 吨铜。从旧手机里提炼真金做奖牌，这在奥运史上是首次。

两个手机，提供两个观测视角：向左看，还有巨量的闲置物品没有进入流通；向右看，闲置物品的价值还有很大的挖掘空间。

闲置经济是真正的共享经济

十年前，宜家在瑞典推出共享模式的网络平台，允许客户在平台转卖用过的宜家产品。这给那些爱宜家但囊中羞涩的人一种新的选择。

性价比，当然重要。几天前，一位网友写文章称，广东英德的乡村临聘教师要买他的闲置，一句话感动到他：“两个学校合并在一起，孩子多了，学校里仅有的一个电子琴不够用，自己只能自费买个二手琴，给孩子们上学用。”

汝之闲置，彼之珍藏。“闲置经济”这四个字要拆开来。“闲置”是指消费剩余，无论是时间、物品还是知识，有盈余才可能分享；“经济”则指向交易，意味着每个人对物品效用的评价可能有霄壤之别。

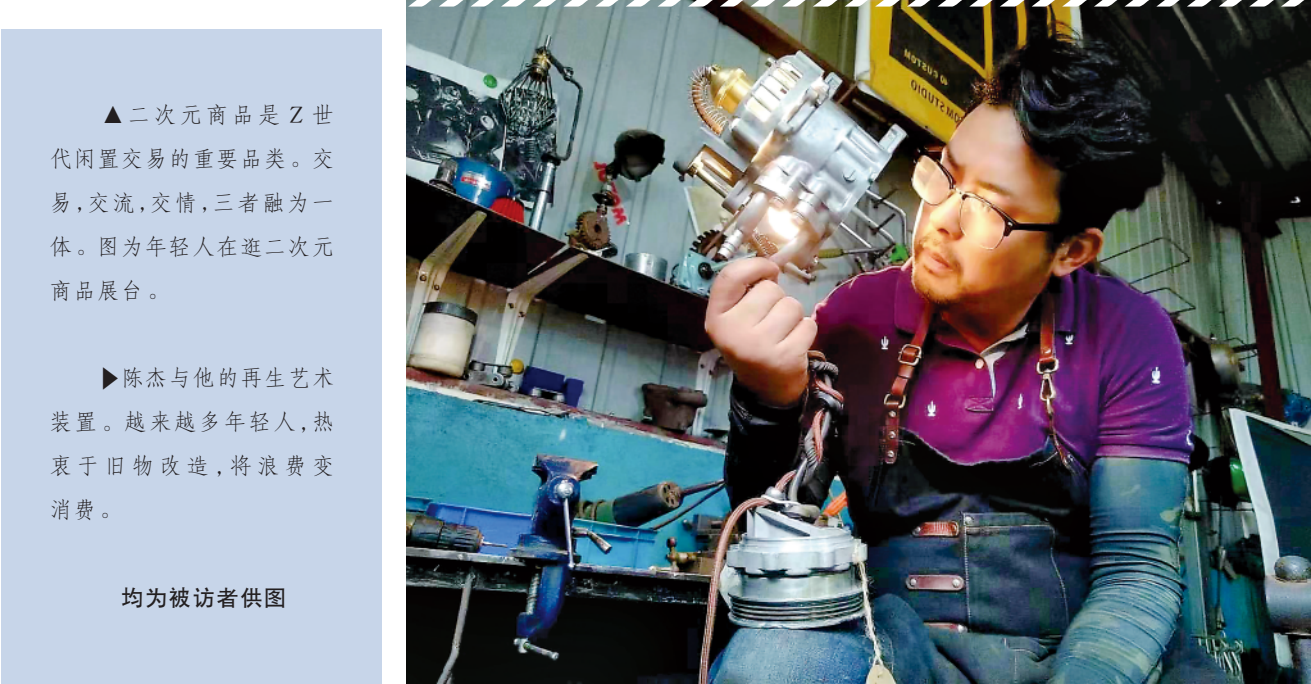
今年 5 月，阿里巴巴公布的 2020 年财报中，闲鱼年成交额已突破 2000 亿元。在这个平台上，一年共交易 40 万台闲置 Kindle，成了国内最大的 Kindle 流通市场。今年 4 月，二次元在线卖家数同比增长 76.2%，JK、洛丽塔、盲盒等商品交易火爆，闲鱼晋升国内最大的二次元二级市场。

最近，闲鱼还公布了这样一组有趣数字：平台上在售的爱马仕包与爱玛电动车数量差不多；婴儿车的数量和大货车的数量接近；三四线城市的发展速度超过了一二线。闲置经济消费者群体，比一般人想得宽要，五环外的消费动能强劲。

从改革开放四十多年的发展历程看，走出物质极度匮乏，公众消费理念的变迁显而易见。Z 世代买二手球鞋、盲盒，旧物成了宝贝；白领阶层买廉价婴儿

闲置经济，站在新起点

浪费如何变成消费



▲二次元商品是 Z 世代闲置交易的重要品类。交易，交流，交情，三者融为一体。图为年轻人在逛二次元商品展台。

►陈杰与他的再生艺术装置。越来越多年轻人，热衷于旧物改造，将浪费变消费。

均为被访者供图

“中国 2015 年进入了第四消费阶段，从提高资源生产率到控制物质消耗总量，出现了分享出行与分享住房……如果改革开放前 40 年是追随美国式的物品拥有发展外围郊区，未来的 30 年就应该是物品分享发展城市群。”

“信任”是打开闲置交易的钥匙

当然，闲置交易并非没有门槛，尤其是对于非标准品而言，要实现省心卖与放心买，都不容易。

1970 年以来，一代代受过教育的经济学专业学生，被问及最喜欢的经济学文章，往往会不假思索地说，是乔治·阿克洛夫的论文《“柠檬”市场》（1970 年发表）。阿克洛夫因为对二手市场的洞见获得诺贝尔经济学奖，他认为：在传统二手市场中，卖方会倾向于隐藏信息，而这会破坏交易达成，导致市场萎缩甚至消失。

信任，是闲置交易的命门。2019 年腾讯研究院在一份研究报告中称，对于重资产和高价值诉求的交易领域，平台更加深度地介入，提供质量检测，提供信任背书，成为趋势。

在今年闲鱼品牌战略升级会上，阿里巴巴集团副总裁汤兴说，今年闲鱼品牌升级的一切行动，都是围绕提升信任展开的。

在交易领域推出“无忧购”，这被认为是提供一种“信任交易”服务。具体来说，无忧购是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。用户能以二手价享受新品服务，“信任交易”得以提升。

闲鱼运营与市场总监靳科坦言，“无忧购”向 3C 数码、奢侈品、潮鞋、潮玩进军，一个重要背景，是国内的消费升级，在高价值品类上，纯 C2C 交易不再完全满足需求。

这番话不无道理。一年卖出 1025 万单奢侈品，交易额总计达 44.6 亿元；顶级潮玩比如一只 Bearbrick 1000% 熊售价 42 万元，二手交易中品质好货的占比大大提升了。这意味着：用户既要一个自由市场，更要一个规范市场，不仅要平台来撮合交易，更要平台来担保交易。

闲鱼在社区领域推出会玩社区，这被认为是提升“信任关系”之举。在熟人、半熟人场景下，交易能更快达成，这是常识。今年 5 月，闲鱼曾经披露过一个交易数据：二次元商品退货率约只有普通商品的一半，同好间的交易降低了交易摩擦。

目前看，C 端用户加强关系链主要有几种模式：第三方平台导入社交关系链；基于兴趣或 LBS 的社交关系链；网红-粉丝社交关系链。

闲鱼的会玩，主要是借助达人创作内容，在非标品领域推介什么是“好货”，将什么是好物的知识传递出去，以此提升社区信任关系，降低社区内部信息不对称，带动闲置资源流动。

与此同时，闲鱼还将拓展“新线下”，这被认为是“信任场域”的一次拓展。比起线上交易，线下交易最大特征是可感可触、就近直接。正如许多消费者习惯实地购买家具，买闲置，“看一看”还很关键，“摸一摸”依然重要，“聚一聚”也有意义，这成为闲鱼做集市、小站、校园、基地的依据。

老龄化加剧也是一个不可忽视的背景，老年人对于同城线下交易的需求就很强。回收旧衣旧书需要上门；奢侈品鉴定服务机构也要有线下实体，做好线下这个信任场，可以促进交易履约。

缔造信任空间是多方面的。除了物品真实性、物品质量、安全风险还有个人隐私等问题。今年，闲鱼展开专项治理行动，“以治理西湖一样的决心”治理平台问题，本质上也是防止交易中的信任坍塌。

也正因此，在汤兴看来，今天的闲置交易平台，能够提供的最大服务可能不再是一件具体商品，而是一个信用场。从长远来看，信任提升，仰仗技术提

升。随着大数据、人工智能、区块链等技术的落地，物品可追溯性可以大大提升。比如二手车，也正在研究如何通过区块链技术实现记录任何一次过户、维修、保养等数据，形成基于二手车的大数据的透明、公开和公正的交易系统。

深挖“浪费变消费”的社会价值

生活在浙江建德的陈杰，是一名“再生艺术家”。去年以来，他用废旧缝纫机、修鞋机、磅秤等做了不少再生艺术装置。别人眼中的废铁，他 10 元钱淘回来，不仅起死回生，还能卖出高价。在他启发下，有用户索性寄了旧车零部件给他，让他代为改装成一个灯。

这几年来，国内循环经济发展，有几个很醒目的政策节点：支持共享经济，提倡垃圾分类，倡议光盘行动。它们的一个共同特点，是围绕衣食住行，是聚焦普罗大众。

一个无闲置社会的建立，有赖诸多无闲置城市的实践，而要诞生无闲置城市，往往需要无闲置小区先行，而这背后站着的是个体。在中国循环经济协会常务副会长赵凯看来，闲置物品循环再利用是循环经济的重要内容，由此产生的经济效益和社会效益是不可估量的。

当然，只有个体理念觉醒也不够。10 月，《瞭望》杂志做了一篇题为《教材浪费惊人》的报道。文章指出，二手教材面临流通难题，核心困境是“存在产业链梗阻、供需匹配成本高、二手教材卖家或遭遇法律风险等痛点”。其实，除了交易成本，还有政策堵点。比如，对一些回收商家而言，闲置物品大多从民间个人手中回收得来，无进项发票，但是销售要按全额征税。

这意味着，闲置交易平台从一开始就面临商业价值和社会价值的选择。如果说 3C 数码等高价值标品因为模式简单，还有平台涌入，要进入服装等更多非标品类，则难免陷入“赚个吆喝”“交个朋友”的窘境。

2020 年刚刚实现盈亏平衡，闲鱼团队自认为闲置交易“离钱比较近，离赚钱比较远”。但从 2018 年起，除了 C2C 闲置交易，团队促进了超过 325 万用户回收家中闲置旧衣，超过 70 万用户回收了图书，大约 150 万部手机和 60 万件大家电得到了环保回收。换算成蚂蚁森林能量，大约能解决 16736 亩荒漠化土地。

在今年乌镇的世界互联网大会上，阿里巴巴董事长张勇说：“建设健康平台经济不仅是国家的要求，也是每一个有社会责任感的企业的自我要求。”

今年 11 月初，北大光华任菲团队在题为《闲鱼 APP：从浪费到消费，从闲余到盈余》报告中写道：闲鱼模式超越了经济行为，演化为集物品交换、消费主张、契约精神、圈层社交、环保公益等价值于一身的新社会伦理，为当代社会生活留存了一个有代表性、高活跃度的样本。

“有人在闲鱼拍卖价值 4 亿元的湾流飞机，有人用闲鱼上淘来的零件拼飞机模拟驾驶舱，还有人在闲鱼上帮人代拆纸飞机。”发布会上，汤兴的这句话，似乎指向要起飞的闲置经济。

6 年前，艺术家宋冬在英国伦敦的巴比肯中心举办“物尽其用”展览，展示了母亲 50 多年里积攒下来的一万多件日常用品。从省吃俭用型物尽其用，再到今天共享型的物尽其用，惜物的传统没有变，但新的消费行动在不断铺展开。

观点

■诸大建

如日本作者三浦展《第四消费时代》一书所说，一个社会，从不发达走向发达，会面临物质从稀缺到饱满再到闲置的三部曲。物品闲置背景下的消费方式，在可持续发展理念指导下，需要出现四个变化：从用完就扔的线性经济到旧物回用的循环经济；从拥有经济的重资产生活到追求共享的轻资产生活；从重视经济效用到重视非经济效用；从个人化郊区生活到协作型城市生活。

具体而言，前工业化和城市化的阶段（城市化率小于 30%），社会生产力低下，物品往往是稀缺的，因此消费模式有“新三年、旧三年、缝缝补补又三年”的回用习惯，这是朴素的循环经济；到工业化和城市化的主导阶段（城市化率在 30%-70% 之间），生产力大发展，社会拥有物品开始丰满，消费模式开始走向喜新厌旧和用完就扔，出现了大量的生活垃圾，其中有的是真正的垃圾，有的则是没有用过就扔掉的物品。一般而言，城市化本身又分为两个阶段，郊区化是私人拥有生活的高峰；但到城市化的后期即城市化大于 70% 的时候，社会开始思考如何利用闲置物品的问题，有可能进入高水平的循环经济发展阶段。

中国目前处在哪个阶段？中国当前基于常住人口的城市化率是 60%，一方

■田卜拉

不久前，“二手闲置市场规模将达 1 万亿元”登上热搜，折射出闲置经济在我国发展的巨大潜力。

从延伸数百英里的美国 127 长廊，到英国伦敦的波多贝罗市场，再到土耳其伊斯坦布尔大巴扎集市，欧美国际交换旧物的“跳蚤市场”早已成为居民生活的重要部分及游客青睐的旅游胜地。

我国旧货行业虽然源远流长，但发展缓慢，仅有古董市场、校园书市等较为垂直的实体市集。“卖一麻袋书的钱，只能买得起一个麻袋”“用不完的婴儿用品，只好等亲友有需求再送”……类

循环经济应该是一个动词

似的生活场景折射出旧物处理一度遭遇的尴尬。长期以来，出于“要买就买新的”思维惯性，用不上的旧物要是无法送人，要么攒在家里，要么一弃了之。

闲置物品线上交易平台走红，填补了线下空白，更好地满足了人们的生活需求。闲置物品交换，就是要让物品在成为垃圾前再次流动起来，延长生命周期。在这个意义上，如果垃圾回收再利用是“寻找放错地方的资源”，闲置物品交换

面，社会的物质需求仍然需要得到满足；另一方面消费上也出现了“买买买”“扔扔扔”的浪费现象。不过，缘于互联网的普及、环保消费理念的浸润、闲置交易平台的搭台唱戏，闲置经济已经大规模向我们走来。目前闲鱼二手交易有 2000 亿元的规模，不用到 2035 年城市化率达到 70% 以上的时候，基于平台的 C2C 交易就有可能达到和超过万亿级的规模。

一般而言，闲置物品的循环经济解决之道，可以有三种方式：一为所有权的转让，比如在闲置交易平台买一辆二手车；二是使用权转让，比如到租车平台租辆车；三

是使用权共享，比如扫码骑个共享单车。而无论哪种方式，都可以推动社会进步，实现资源节约、环境友好的绿色发展。

闲置交易的意义，也有三重性：经济的、环境的、精神的。在物品稀缺阶段，旧物利用主要出于经济考量，直白地说就是勒紧裤腰带节俭过日子，这时候，环境效益是附带的、衍生的。到了物质闲置阶段，对相当一部分群体而言，省钱、变现可能已经不是主要的，环境保护、绿色消费才是出发点。此外还有精神上的收益。信奉断舍离的人看来，处理旧物如同买入新物一样有快感，而在旧物出清交易

时，如果发现对方也识货，那么乐趣可能加成。比如之前，我们研究过年轻人为什么喜欢骑共享单车，发现他们用共享单车，最初出发点是时尚，其次是环保，省钱只是附带。

在我看来，循环经济不应该只是一个名词，更应该是一个动词，是面向可持续发展的绿色行为。循环经济作为经济发展新模式，要求把经济活动组织成“自然资源—产品和服务—再生资源”的反馈式流程，让所有原料和能源得到最合理利用。这个流程的基本原则是 3R 原则：Recycle（回收利用）、Reuse（重复使用）、

Reduce（减量使用）。从中可以提炼出三个循环，即基于 recycle 的废物循环、基于 reuse 的物品循环、基于 reduce 的服务循环。闲置经济是循环经济 Reuse 的典型代表。比如，大规模的家电以旧换新之后，需要思考如何合理利用旧物；推动汽车消费更新换代后旧车如何处理，同样不能掉以轻心。

闲置经济的蓬勃发展，是国家绿色发展的一面镜子。我们乐于看到“Z 世代（95 后）已经占到闲置交易用户的 35%”“年轻人拥抱新品也不避讳二手”。更多年轻个体参与进来，实践起来，可持续发展的低闲置和无闲置社会就能到来。

（作者为同济大学特聘教授、可持续发展与管理研究所所长）

供需精准匹配并形成垂直的群组，通畅的线上沟通确保货物情况更加透明……相关平台立足打破信息、偏好、资源的不匹配，最终使得二手物品交易平台超过了任何一个线下的跳蚤市场，撑起了千亿量级的产品交换和上亿量级的人员参与。

闲置经济是共享经济，更应该为循环经济。一旦诚信的堤坝遭到腐蚀，势必会抬高交易门槛，恶化交易环境，进而出现劣品驱逐良品的“柠檬市场”现象。如何应对卖家的“次充好”、胡乱定价、缺乏售后、刷赞互评等问题？平台要当好“市场管理员”，压实监管责任、加强惩戒力度，做好提升信任的第一责任人。

浪费变消费是双重价值创造

则是“让资源一开始就不放错”。

对于现代人而言，“买买买”的消费热情和“断舍离”的生活哲学存在必然张力，而闲置物品交易正是弥合这一矛盾的可行办法。以年轻人为代表，他们在尝鲜消费中不断体验潮流，在更新换代时转售旧物，买与卖的需求持续旺盛，消费观念展现出“喜新而不厌旧”的可喜变化。对于生活必需品而言，不必苛求买新用新，好用上手即可；对于那些高体验性、符号性

的奢侈品，通过交换也能完成“体验”，岂不美哉？这种注重品质且经济环保的生活方式，成为消费理念升级的表征。

搅动闲置经济一池春水的，是买卖双方交易中的互利共赢、两全其美。一边为了物品不砸在手里而及时处理，一边以相对低廉的价格捡漏，共同推动有买有卖的良好循环。减少浪费不只在食物领域，在吃穿用度的方方面面，也可以借助闲置交易实现物品利用最大化、绿色化。另一