

推动二手商品交易平台健康发展——

让更多用户“省心卖、放心买”

本报记者 齐志明

核心阅读

二手商品消费是绿色、健康消费的重要表现形式，具有广阔的发展前景。相关部门、企业和消费者应共同努力，推动二级市场流通主体规范诚信经营，让更多用户实现“省心卖、放心买”。



吉林省长春市一位市民正在二手书摊挑选图书。

影像中国

机、二手家具、二手家用电器等占据前几名；此外，二手服装鞋帽、玩具、图书等也都是热门交易品类。消费周期短、换代频繁的商品，以及单价高、耐用性强的商品，二次流通价值往往较高。

脑、冰箱可以换洗衣机。此外，为了让消费者更方便换新，苏宁实现了送新换旧一步到位。“如果按照一般的流程，得先找商家，把旧油烟机拆下来卖掉，才能买新的，很麻烦。在苏宁可以一站式搞定，不同品类的旧电器可以拿去置换，算下来，买新电器省了不少钱！”前不久，江西南昌市西湖区某银行职工万宇，带着家里老人到苏宁易购换购了一套油烟机，对换购流程很满意。

台手机应用程序“95分”以来，他已经在该平台上买了三双球鞋。“在逛平台的时候一眼相中，没想到实物跟照片一模一样。”

“在购买闲置商品的过程中，商品真假、商品品质以及品质与价格是否匹配，是我挑选时最关注的三点。”张拓说，“95分”手机应用程序对商品成色定级比较合理、对二手球鞋进行专业洗护和深度清洁、设有专门的售后客服等特点，让他购买二手服装鞋帽时更放心。

专业的闲置交易平台能够通过优质服务得到更多消费者的信任。“95分”手机应用程序负责人田俊杰认为，消费者在选择闲置商品交易这种更为绿色环保的消费方式时，不仅注重商品的实用性，也十分在意是否获得了更好的消费体验。“我们希望通过提供线上闭环交易和线下严格质检鉴别，助力推动闲置商品交易市场发展。”

“同一手消费一样，在价格、质量、服务、售后等环节具有良好购物体验的二手市场流通主体更容易获得消费者青睐。”洪涛表示，尽管近年来二手交易获得较快发展，但由于一些流通主体良莠不齐、维权困难，让许多买家望而却步，需要走出一条高质量发展之路。

“信任是闲置交易中的关键因素，要利用大数据等提高二手交易的信任感。”闲鱼总经理靳科表示。

“实现线上与线下的有机融合，要解决流通阶段中回收触点分散、效率较低等问题。”黄伟说，日前转转集团旗下采货侠平台已经落户深圳福田区，目的就在于希望携手线下二手实体打造公共基础服务流通平台，推动二手商品行业流通、定级标准的建立。

专家表示，在国内，二手市场还是个快速成长的新事物。便宜好用、货真价实的二手商品，才能惠及商家和消费者。相关部门、企业和消费者应共同努力，推动二级市场流通主体规范诚信经营，让更多用户实现“省心卖、放心买”。

线上线下快速融合 直播电商涉足二手商品，社区交易增进邻里和睦

随着市场规模快速增长，二手商品交易出现线上线下融合新趋势，从赶集、58同城，到闲鱼、转转，越来越多互联网企业布局二手市场，线上线下全渠道发力。

“市场业态百花齐放，有利于满足消费者多元的闲置商品交易需求。”转转集团首席执行官黄炜介绍，目前二手电商市场的占比大致在20%左右，传统线下市场仍占主导，但线上化率在不断提速，近一两年有望达到30%。

在吉林长春某手机城，二手手机交易规模逐年扩大，超过10%的数码店铺挂着快手主播标识，一家只有2.2万粉丝的快手小店，累积的二手数码产品销售额可超过100万元。

“消费者通过直播可以更直观地感受产品，还可以随时随地和主播互动。相比线下市场的一次性交易，直播电商的主播长期开播，更容易与消费者建立信任关系。”快手电商二手行业运营负责人邹继安说，快手二手电商从2020年12月底上线，短短3个月已吸引超过1000个专业主播入驻，订单数超过63万单。

去年，国家发改委等23个部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，鼓励企业开展以旧换新，合理引导消费预期。前不久，苏宁易购发布了升级版以旧换新方案，从电脑只能换电脑、手机只能换手机，升级到手机可以换电

脑、冰箱可以换洗衣机。此外，为了让消费者更方便换新，苏宁实现了送新换旧一步到位。“如果按照一般的流程，得先找商家，把旧油烟机拆下来卖掉，才能买新的，很麻烦。在苏宁可以一站式搞定，不同品类的旧电器可以拿去置换，算下来，买新电器省了不少钱！”前不久，江西南昌市西湖区某银行职工万宇，带着家里老人到苏宁易购换购了一套油烟机，对换购流程很满意。

通过小程序登记报名后，社区居民高哲和女儿豆豆成为“海浪市场”首批摊主。在他的摊位上，邻居李业耘以750元的价格买了一台九成新的蒸汽拖把，与新品售价相比便宜了近400元。高哲也在别的摊位上，用自己闲置的智能手表换取了两件精致的陶瓷艺术品。一天时间，高哲一家人就通过“海浪市场”入账1500元。

“目前，全国很多地区涌现出形态各异的社区二手交易平台。社区二手交易平台更容易让消费者打消顾虑，让买卖双方都感到轻松愉悦。在邻里社交场景中，大家可以通过以物换物、变现闲置物品的方式，体验生活乐趣，增进邻里和睦。”格力海岸社区运营负责人说。

推动行业规范经营 让更多便宜好用、货真价实的二手商品惠及商家和消费者

浙江杭州市某广告公司职工张拓喜欢滑滑板、跳街舞等。去年开始使用二手交易平

5G、大数据、虚拟现实等新技术在旅游领域深入应用 智慧旅游开启“加速跑”

本报记者 王珂

的虚拟现实全景图，看了大包干纪念馆等景点的全貌。到小岗村实地参观时，见女儿对院子里展示的当年用过的农具很感兴趣，杨阳连接上景区无线网络、扫描二维码，就可以让孩子在手机里听到语音讲解。

“十四五”规划纲要提出，深入发展大众旅游、智慧旅游，创新旅游产品体系，改善旅游消费体验。当前，以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游迎来新的发展机遇，正开启“加速跑”。线上门票预约，扫码进景区参观，节省排队时间；景区智慧化管理，提升服务质量，丰富游览体验；景区拥抱新技术，

云旅游、云演艺、云展览等新业态快速发展……中国旅游研究院近日在全国“互联网+旅游”发展论坛暨河南智慧旅游大会上发布的《全国“互联网+旅游”发展报告(2021)》显示，春节期间全国景区接待预约游客的比例高达60%，平时也达40%至50%，在线旅游消费总额已达万亿元级。

文化和旅游部相关负责人表示，各地积极探索智慧旅游公共服务平台模式，“一机游”“一码游”等在全国遍地开花，为游客提供多元化体验和服务，但仍不同程度存在“重建设、轻运营”“重面子、轻实效”等问

市场漫步

妥善解决快递过度包装问题，已成为行业转型升级、可持续发展的内在要求。要完善管理机制，更新技术手段，转变消费观念，让轻包装、简包装、循环利用包装材料成为新风尚

快递过度包装不可取

罗珊珊

大盒套小盒，包装盒里塞满塑料泡沫，撕开层层包裹才看到商品……这样的情景不少消费者已不陌生。近年来，随着网络购物快速发展，收快递早已成为人们的日常生活场景，快递过度包装问题也随之显现。

快递包装的必要性毋庸置疑，适度的包装可以在运输中起到保护商品的作用，减少商品损伤与浪费。但在现实操作中，由于运输、搬运等环节的不确定性，为了确保商品安全，一些商家往往简单地选择增加外包装，逐渐演变成过度包装。

过度包装不仅增加了商家、快递物流企业的运营成本，也带来了一些负面的溢出效应。一方面，过度包装会带来资源浪费，里三层外三层的包裹需要消耗大量纸张、胶带、塑料泡沫等材料，同时也会导致商品体积过大，带来运输空间的浪费。另一方面，过度包装会增加垃圾处理的工作量和环境污染，快递包裹所耗用的胶带、塑料泡沫运送到消费者手中往往会被丢弃变成垃圾，此类垃圾难处理、难降解，会给生态环境带来较大的负面影响。

目前，我国快递业日均业务量超过2.4亿件、日均服务用户近5亿人次，已连续多年位居世界第一。妥善解决快递过度包装问题，已成为行业转型升级、可持续发展的内在要求。

解决快递过度包装问题，相关部门已经在行动。去年3月，国家市场监督管理总局、国家邮政局印发《关于开展快递包装绿色产品认证工作的实施意见》，当年10月，《快递包装绿色产品认证规则》发布，获得绿色认证的快递包装产品意味着满足了资源节约、环境无害、消费友好等方面的要求。今年3月12日，《邮件快件包装管理办法》正式施行，明确了包装选用要求，包括建立实施包装物管理制度、按规定使用环保材料、包装减量措施等，同时鼓励寄递企业建立健全工作机制和回收流程，对包装物进行回收再利用。

管理机制更健全，技术手段也要跟上。快递包装既要保障商品安全，也要避免浪费，如何在二者中寻求平衡点，这对物流配送企业提出了更高的要求。物流配送企业应加大对与包装生产企业、科研院所等合作力度，加强产学研衔接，促进快递包装产品、技术、模式的创新和应用，探索研发更绿色环保、可循环使用的包装材料，提升包装的自动化、信息化和智能化水平，用数字化技术实现高效环保的包装。

解决快递过度包装问题非朝夕之功，需要各有关方面和消费者共同努力。消费者要自觉抵制过度包装行为，加快形成绿色消费理念，让轻包装、简包装、包装材料循环利用成为新风尚。

市场资讯

老字号企业整体呈现良好发展势头

本报电 商务部日前对1128家中华老字号企业经营情况的调查显示，84%的企业处于盈利状态。

商务部调查数据显示，年营业收入达5000万元以上的中华老字号企业占比接近50%。同时，中华老字号企业总体利润率达2.7%，半数企业利润率超6%。一大批老字号企业市场竞争力不断增强，品牌影响力明显提升，整体呈现良好发展势头。

老字号是民族品牌的集中代表和中华优秀传统文化的重要传承载体，目前广泛分布于食品餐饮、工艺美术、居民服务等20多个行业。

为充分发挥老字号全面促进消费、弘扬优秀传统文化的作用，更好满足人民日益增长的美好生活需要，商务部日前印发通知，部署2021年“老字号嘉年华”系列活动，围绕“国潮国货 品质生活”主题，重点打造消费促进和宣传推广两类活动。

据悉，活动将围绕“五一”、端午、七夕、中秋、国庆等节日，聚焦首届中国国际消费品博览会等重要展会，配合全国消费促进月等重点活动，实现商务主管部门、电商平台、主流媒体、专家学者、老字号企业五方联动，线上线下同步开展。

(文利民)

本版责编：林丽鹏

消费万花筒

题。为此，文化和旅游部将以提升便利度和改善服务体验为导向，着力厘清政府公共服务与市场旅游信息服务边界，提升平台服务效能，实现可持续运营与发展。同时，在为老年人等群体保留线下服务的基础上，优化平台使用体验。

文化和旅游部等十部门去年联合印发的《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》明确提出，到2022年，建成一批智慧旅游景区、度假区、村镇和城市；国家4A级及以上旅游景区、省级及以上旅游度假区基本实现智慧化转型升级。下一步，文化和旅游部、国家发展改革委将会同相关部门，加强跟踪分析和协调指导，协同深化“互联网+旅游”，加快推进智慧旅游发展。