



不会卖了换钱，活该烦恼缠身

打开淘宝订单，除了查看物流，还多了个不起眼的“卖了换钱”。虽然世界每天都在诞生数不胜数的新产品，但人们衣柜里那些被闲置的宝贝，促成了线上二手交易的火热。面对“放着没用、扔了可惜”的物品，最好的归宿也许不是垃圾箱，而是“回收”站，不仅能重新换钱，更在传递一种“资源循环利用”的环保理念。

旧物回收，换了一种模式

互联网时代，你大抵想不到那些做成O2O的产业分布之广，代喝酒、提供厕纸、检验男友忠诚度等也能轻松估值上亿。在淘宝独立品牌、平铺发展成熟后，二手业务自然顺理成章变成大众所关心的方向。毕竟有时是一不小心买错了码子懒得退，有时是用了好几年的设备想更新换代却觉扔了可惜，每个人都有一堆这类“鸡肋”的“过去”，成为二手交易日益火热的原因。

面对家里的旧物，有人会直接扔掉或当废品卖掉，有人会拿到二手市场去交易，更多的人会选择在二手交易网站上售卖，也有越来越多的人将目光投向了移动客户端……比如虎哥回收，用户只需要在微信服务号或官网上呼叫，或者拨打回收热线，就有统一着装、佩戴工牌的“虎哥”上门服务；淘宝“卖了换钱”则借助平台的优势，一开始就吸尽眼球，二手集市越来越有向网络发展的趋势。

有调查显示，2014年各电商平台首次出现增长乏力，淘宝上的闲置二手业务却出现了爆发性增长，信息增长量达200%。人们青睐于在网络的二手集市贩卖对于自己而言形同“鸡肋”的物件，然后试图淘到心仪又物美价廉的宝贝，不仅能在最低额度中发挥最大价值，也有利于资源有效流动和被利用。回收行业某种程度上是参与了循环经济和环保公益，就像9贝壳创始人谭飙说的：“希望在创业挣钱的时候，顺带着把公益给做了。”

而旧物的价值也在于找到合适的新归处，不仅符合这些年很火的“环保”理念，对于主人来说，更是一份情感的传递。

城报记者 陈海俐

旧物回收成了线上新潮流

世界每天都在诞生成千上万的新制品，旧物回收可能会稍微分担一下大众蓬勃的欲望。

逃不出“买买买”的魔咒：网购时代，总避免不了迎接“买家秀”的阵阵尴尬。衣服可能与图片有差、商家发错了颜色、总觉得不适合自己的、用了几次后就没了新鲜感，冲动消费后导致闲置在衣柜、房间里的物品越来越多，大都是放着没用、扔了又觉可惜，这时心中最大的愿望就是把它们重新变成钱，去买更喜欢或更合适的，旧物回收自然成了最好的选择。

精致的生活方式让人迈不开腿：纵然旧货市场在很多人眼里如同一个被遗落的精彩王国，但真要起身去各色积满灰尘的木板间捣鼓、挑选，大部分人仍然会觉得麻烦又心累。网上下单当然更加方便快捷，对于人们的诱惑力，就如同面对一张张清楚罗列的美食图片，既能非常直观地挑选自己真正需要的，又不用费九牛二虎之力来搬运，坐在家里动一下手指就好，这样轻松的淘货方式当然更受欢迎。

体验式的消费方式正在兴起：人们更注重体验消费，从这种意义上来说，旧物回收也是一种O2O。这种体验式的旧物处理方法，再也不用浪费体力或是人脉去沟通、了解，对于现代人来说也是解放双手、精神不能缺少的方式之一。O2O正如火如荼，怎么少得了“旧物回收”这位有情怀的大咖。而回收也将不再局限于传统模式，可能会变成广受欢迎的绿色通道，吸引更多的人驻足，改变人们的生活。

旧物回收，还能这样玩

提到旧物回收，闪现在人们脑海的就是一个捐赠箱或是简单的一个地址，但在互联网时代回收照样能玩得风生水起。

爱心墙，就在转角处：伊朗“爱心墙”在伊朗各大城市风靡之后，中国也有很多城市自发组织起“爱心墙”活动：把不需要的衣服挂到街边的墙上，让有需要的人自行取下来穿着，这使得本来冷冰冰的墙壁变成了人们分享爱心的渠道。“爱心墙”走到哪里，哪里就成了一种独特的景致，不时有人驻足拍照。爱心墙的出现，让大家认识到：原来公益也可以这么美丽。

反转鞋盒，快捷捐赠：在巴西电商Kanui平台上销售的部分品牌产品，比如Nike鞋子的鞋盒内部，会包含邮资已付的盖章、公益组织的详细地址、救世军的宣传资料等，收到产品的消费者只需要将新鞋取走，将鞋盒内外翻转，选择想捐赠的旧鞋装进盒子，拿到任意一家邮局即可。这种方式包含着世界最大的善意，你又不不得不感叹于它的巧妙。假如你拿到这样一个鞋盒，大抵会很乐意去做这样一次捐赠。

走秀玩，鼓励捐赠衣服：而由救世军经营的二手衣服连锁品牌Fretex，更是想到了一个特别的方法来鼓励消费者捐赠旧衣物。在某届时装周期间，Fretex在地铁出口铺开了一张红地毯，让来往的路人走上简易T台，而两边则坐满了专业的看秀观众，他们想传达的意思就是：我们下一季的流行服饰，就是你现在穿的衣服！也许时尚是无限的轮回，更是一种慈善的观念。旧物捐赠模式虽存在已久，但在互联网时代真的不再光是一个号码、一个地址的问题了。