

将浪费变为消费 二手电商或将成为电商领域重要玩家

近年来,随着绿色环保的消费理念深入人心,越来越多的消费者开始重视闲置物品的价值不应该被浪费,通过二手闲置交易流转,不仅可以让闲置物品发挥价值,还可以让生活变得更轻松。可以说,二手电商,正在改变着我们的生活。

将浪费变为消费 中国二手闲置流转规模已达万亿

近日,日本最大二手商品交易平台 Mercari 宣布,将与淘宝和闲鱼展开合作启动跨境销售,海外玩家正式入局中国在线二手交易市场。

据 MobData 研究院的数据显示,2018年中国二手闲置年交易额为7420亿元,2019年为9646亿元,2020年则上升到12540亿元,已经达到万亿规模。

国内在线二手交易的市场格局也在加速洗牌,已经形成二手市场头部两强领跑、细分赛道多点开花的格局:闲鱼、转转占据了市场头部份额;找靓机、红布林、多抓鱼、得物等也都通过深耕业务在垂直细分赛道获得快速成长。

有业内人士分析认为,二手电商所涉并非小领域,而是一个将浪费变为消费,将库存变为供给的重要领域,而且符合国家提倡的绿色消费理念。在未来,二手电商或将成为电商领域

的重要玩家。

二手消费不断升温 年轻人成二手交易主力军

年轻一代的二手交易热情,直接带动了今年春节期间二手电商平台交易量的持续增长。据转转公布的数据,今年春节期间B2C业务手机3C交易超136万单,同比增长151.22%;手机3C成交GMV超过31.4亿元,较去年同期实现翻倍增长,增速达到113.66%。

进入2020年,一方面,受疫情影响,加速了国内消费线上化的趋势;另一方面,经济、收入的增速放缓也让越来越多的人开始注重理性消费。其中闲置交易在代表现在、更代表未来消费主力的都市Z世代、小镇青年群体中的渗透率不断提升。

刚刚过去的“三八”节,闲鱼上又迎来了一波礼物转让高峰。闲鱼方面称,今年“女神们”收到的礼物经手时间更短,相比去年从收到挂上闲鱼的时间平均缩短了两个小时。其实不仅是“三八”节,几乎每一个需要送礼的节日,二手交易平台都会迎来隔日转手的小高峰。

反对浪费,绿色环保理念逐渐成为社会共识,90后、00后年轻一代既可以坦诚变现,也不拒绝二手礼物,已逐渐成为二手交易主力军。

华西都市报·封面新闻记者 付文超

二手电商平台如何提升用户体验? 专家建议:完善卖家信用积分制度,加大违规惩罚力度

“收到的实物与图片严重不一致,平台哪来的自信给出这样的描述?”这是最近贾女士在一家二手奢侈品电商平台遇到的糟心事。

贾女士介绍,今年2月,她在平台上购买了一双LV的女鞋,商品描述为9成新,可收到的实物却让她大失所望,鞋面清晰可见有折痕,与图片描述严重不一致,当时就感觉受到了欺骗。随即,她向平台方提出了退货退款的要求。

其实这样的例子,不在少数。据北京阳光消费大数据研究院数据显示,2020年全年,二手平台消费舆情信息856873条。其中,负面舆情信息528081条,占比61.63%。

如今,二手消费在年轻人中不断升温,特别是95后都市Z世代已经成为了二手交易的主力军。数据显示,二手电商目前在中国已有万亿级市场,但仍存在诸多漏洞亟待解决。其中包括平台以次充好、虚报高价、欺诈买家、恶意调换商品、消费维权难、交易支付安全问题、平台售后服务差等问题。

业内人士分析,二手电商平台上的这些漏洞,成为了整个电商行业“木桶”上的短板,影响消费者用户体验。

那么,二手电商平台该如何提升用户体验,补齐短板呢?记者采访到了中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端。她告诉记者,无论对于哪种二手电商平台,对其实施双层监管,夯实平台监管责任都是有必要的。

具体而言,陈端认为,一些私人之间通过C2C模式交易的小额标的,因为不是专业经营主体来进行买卖,注册成本低、违约成本低,维权取证难,需要平台夯实底线管理基础,在实名认证和资质审核方面把好入门关,在交易支付环节通过平台来设置一个买家支付、核验货品到卖家实际收款的时间窗口,对实名认证后的平台卖家采用信用积分制度,加大违规惩罚力度,倒逼主体行为合规守信。

对于消费者来说,陈端建议,首先消费者要有心理预期,既然是进行二手商品的买卖,对所购二手商品的性价比一定要有心理平衡点。其次最好是选择头部的二手电商平台,因为头部平台相对“小微特”平台来说,平台机制会更加完善。最后,消费者要有更强的法律意识,善用规则对自身进行保护。

华西都市报·封面新闻记者 付文超

滴滴川籍女司机王利 获评妇联“巾帼志愿服务十大感动人物”

3月8日,滴滴发布《滴滴数字平台与女性生态研究报告》,关注在男性占多数的司机行业中女性力量的崛起,致敬“手掌方向盘、永远向上向前”的女性们。



女性网约车司机普遍车技娴熟、应对能力强。

“她时代”到来 网约车灵活就业形态受女性青睐

报告显示,8年来,全球共有271.5万女性网约车司机在滴滴平台获得收入,其中包括237万中国女性,1.2万名来自建档立卡贫困家庭的女性。尤其是2020年以来,国内新注册的女性网约车司机超过了26.5万,成为滴滴平台的重要支撑。滴滴旗下社区电商平台橙心优选,在全国范围内团队的女性团长比例接近60%;其中30岁至40岁女性团长作为中坚力量,占比近7成。

数字浪潮下的新型业态,正在拓宽女性的工作生活场景,科技的进步大大提升了女性工作的效率和安全系数。网约车灵活就业的形态为女性创业就业提供更多自主性。滴滴此次发布的数据报告中,66.1%的女性司机因为可以灵活支配时间而开网约车,56.9%的女性司机为了增加收入开网约车,26.2%的女性司机认为“自己给自己打工”的工作模式很酷。

另外,中国女性对网约车的安全感也明显提升,报告数据显示,超九成女性乘客认可平台110报警、录音录像、号码保护、三证验真、安全信息推送及行程分享等安全举措。女性司机

对车内播报警示工具、线下防护技能培训、危险订单识别系统等平台各项安全措施满意度均在80%以上。

滴滴平台女性司机的平均年龄为36岁,80后占比达到52.1%,其中超过三成的女性司机是家中主要收入来源,八成以上女性司机需要抚养未成年子女,九成以上需要赡养老人。她们通过网约车新就业形态获得收入,实现经济独立。据调研,近八成的女性网约车司机靠自己的经济实力买了车。

“女司机”车技不输男性 更注重安全驾驶

相比于大众印象中的“女司机”形象,滴滴平台数据显示女性网约车司机普遍车技娴熟、独立应对能力较强。平台数据显示,85%的女性司机表示自己车感好,拥有“老司机的技能”,其中超过半数女性网约车司机驾龄在十年以上,且57%的女性司机会自己换轮胎,25%曾独自修车。

女性从事网约车司机工作的优势也日益凸显,在优势评价中排名前三

的是“更加细心、耐心”“更容易获得女性乘客信任感”“驾驶更平稳”。据调研,女性网约车驾驶员中24%全年无交通违法记录,女性司机的优质服务在滴滴平台上获得乘客普遍好评。

80后的仇师傅已有15年驾龄,“我本来就喜欢开车,倒车入库都是小意思,经常有乘客夸我开车牛。”仇师傅加入滴滴司机已有1899天,对于这个行业有自己的研究,她出色的成绩也成为其他司机的榜样。

去年11月上市的滴滴定制车D1,也增加了提升女性司机安全感和驾驶舒适度的设计。方向盘的“滴滴键”可以“一键接单”和进行安全求助,高度定制的超级座椅,可以让女性司机在长时间驾驶过程中减缓疲劳。

2020年全国合力抗击新冠肺炎疫情的战役中,大量滴滴平台上的优秀女性司机逆行而上,主动加入司机保障车队。武汉的滴滴川籍女司机王利每天服务社区11个小时以上,累计行驶里程10000公里有余,在获评共青团中央2020年“全国向上向善好青年”荣誉称号之后,于今年3月被全国妇联评为“全国巾帼志愿服务‘十大感动人物’”。

滴滴一直致力于帮助女性员工提升自信、发挥潜能。2017年,滴滴出行CEO程维和总裁柳青共同发起成立了旨在赋能滴滴女性员工的组织——滴滴女性联盟(DiDi Women's Network,简称DDWN),通过推出多项课程和活动,打造多元的企业文化,为女性员工打造更包容的职业发展环境。根据滴

滴内部调研,70.3%的女性员工认为从DDWN获得的最大收获是自我提升的课程和工具,55.2%的女性收获了一起同行的姐妹和伙伴的友谊,50.3%的女性在滴滴找到了归属感。

橙心优选 荣获“全国妇联巾帼文明岗”表彰

3月8日,全国妇联发布了2019年以来全国城乡妇女岗位建功先进个人、先进集体名单,滴滴旗下社区电商平台橙心优选获评“全国妇联巾帼文明岗”荣誉称号。

滴滴出行是全国仅有的同一集团中两个集体荣获该荣誉的民营企业,橙心优选则是本次获奖团队中唯一成立不足一年的团队。

本次橙心优选受到表彰的主角是女性团长们,作为连接平台与消费者的纽带,女团长们以亲切的服务、敬业的态度,受到广大社区邻居的好评。即使面对疫情,她们同样毫不犹豫地向日区行动受限家庭伸出援手,保证了疫区居民每日食材和防疫物资的充足供应。

来自成都郫都区的女团长刘小英是橙心优选的防疫先锋。2020年12月,刘小英自提点所在地区被划分为防疫重点区域,她义无反顾地为无法外出的邻居送货上门,并免费提供消毒液、口罩等防疫物资。刘小英在采访中表示,她选择做社区电商不仅是为家庭增加一份额外收入,更重要的是为社区居民提供服务。

华西都市报·封面新闻记者 蔡世奇