



文/王哲君

当 200 元就能入手一件轻奢单品成为常态，当“循环商店”客流陡增，二手奢侈品消费正在 Z 世代中掀起一股热潮。来自闲鱼杭州数据，奢侈品转卖订单中 Z 世代占 62%，热搜关键词：“通勤轻奢包”“中古耳夹”。这场席卷年轻人的二手消费风暴，究竟是单纯的“省钱”行为，还是一种“新型炫富”？平台又如何破解信任难题，构建循环经济闭环生态？循环经济对传统奢侈品消费逻辑，又带来了怎样的颠覆性冲击？

200 元买轻奢成常态：
二手奢侈品消费的“平民化”浪潮

萧山万象汇“归集二手平台”和杭州来福士的“循环商店”周末总能吸引不少人流。刚进入职场的年轻人花不到 200 元就可买下一只二手轻奢帆布包，“不仅便宜，还是经典款。”这样的年轻消费者的人数还在增加，单价 200—800 元的二手轻奢单品似乎最受欢迎。

闲鱼官方线下店的数据更能说明问题。落地以来，95 后用户占比达 78%，其中 20—25 岁用户占比超 50%。“以物换物”社群活动每周举办，年轻人用闲置衣物、饰品换取二手奢侈品的情况屡见不鲜。某二手奢侈品交易平台数据显示，2024 年上半年，平台上 200—1000 元的二手奢侈品交易量同比增长 120%，其中 Z 世代用户贡献了 75% 的交易额。

这种“平民化”浪潮背后，是年轻人消费观念的转变。“与其花大价钱买一件新品，不如用更少的钱体验更多品牌。”00 后消费者王浩的话代表了许多年轻人的想法。他们不再将奢侈品视为遥不可及的存在，而是通过二手渠道，以更实惠的价格满足对品质和品牌的追求。

省钱还是炫富？
Z 世代二手消费的价值观博弈

二手消费在年轻人中流行，“省钱”无疑是重要因素。但随着一些限量款、稀缺款二手奢侈品价格上涨，有人开始质疑：这是否是一种“新型炫富”？

在某社交平台上，“2000 元买到专柜断货的二手大牌包”“用三分之一价格拿下明星同款”等帖子层出不穷，点赞量动辄上万。部分年轻人将



购买二手奢侈品视为一种“性价比高的炫耀”，在社交媒体上展示自己的“淘货”成果，获得认同感。

然而，更多年轻人对此有不同看法。“我买二手奢侈品，首先考虑的是性价比和可持续性。”26 岁的白领陈雨表示，她会关注二手包的成色和价格，而非单纯追求品牌。闲鱼的调研显示，68% 的 95 后用户认为购买二手奢侈品是“理性消费”，54% 的用户表示这是“支持可持续发展”。

这种价值观的博弈，反映了 Z 世代对消费的多元认知。他们既注重物质满足，也关注环保和性价比，二手消费成为他们平衡多重需求的选择。

鉴定师、改包师上岗：
循环经济催生新职业生态

二手奢侈品市场的繁荣，催生了一系列新职业。在循环商店，专职鉴定师李哲每天要鉴定上百件商品。“从材质、工艺到防伪标识，每个细节都不能放过。”李哲介绍，他的工作不仅是辨别真伪，还要评估商品的成色和价值。目前，国内权威鉴定机构如寺库鉴定中心已与国家皮革制品质量监督检验中心联合成立工作站，通过仪器检测与人工检验结合的方式确保

鉴定准确性。

改包服务也成为热门。某改包工作室负责人表示，他们每月能接到 200 多个订单，年轻人喜欢将旧包改造成流行款式。“一个用了多年的大牌包，改造成腋下包后，能重新焕发活力。”改包师需掌握皮革修复、五金件更换等技能，部分机构如中南奢检已开设专业培训课程，培养具备翻新与设计能力的技术人才。

这些新职业的出现，完善了二手奢侈品的产业链。鉴定师解决了消费者的信任难题，改包师则满足了个性化需求，推动循环经济向更专业的方向发展。

平台破局信任难题：
构建循环经济闭环生态

信任是二手交易的核心难题。为破解这一问题，平台们纷纷发力。闲鱼线下店引入“先鉴定后发货”模式，所有商品经过专业鉴定师检测后才上架，消费者购买后还能享受 7 天无理由退货。“循环商店”则与第三方鉴定机构合作，每件商品都有唯一的鉴定编码，扫码即可查询鉴定报告。然而，行业仍存在鉴定标准不统一的问题，如萧

山某用户购买二手 LV 包时，不同机构给出“符合”与“不通过”的矛盾结论，凸显信任机制的复杂性。

此外，平台还通过技术手段增强透明度。部分平台引入区块链技术，为每件商品生成不可篡改的数字身份，记录流通轨迹，确保交易可追溯。社群运营方面，“以物换物”社群不仅提供交易平台，还组织线下活动，形成活跃的二手消费社区。他们形成了一种相同的消费认同。不仅因为圈层身份，还有低碳理念。中国循环经济协会测算：1 只二手奢侈品包≈减少 83kg 碳排放。

通过完善鉴定体系、优化售后服务、构建社群生态，平台正在逐步构建循环经济的闭环。这种闭环不仅提升了用户体验，也为二手奢侈品市场的规范化发展奠定了基础。

在“二手奢侈品迷宫”里，Z 世代正在用自己的方式重新定义消费。他们既享受着二手消费带来的实惠和乐趣，也践行着可持续发展的理念。这场循环经济狂潮，不仅改变了年轻人的消费习惯，也正在重塑整个奢侈品行业的生态。从“省钱”到“可持续”，从“单品消费”到“循环生态”，二手奢侈品消费的背后，是一代人价值观的转变和消费逻辑的重构。

一杯中国茶的“和谐力”与“经济力”

文/叶青

茶杯里盛满和谐之道，茶香中浸润文化之力。在构建和谐社会与推动产业升级的时代背景下，中国茶文化正被赋予新的思考与活力。

让茶香飘满中国：
从“国饮”理念到社会和谐

随着国学热、茶文化热的兴起，国学热和茶文化热等具有代表性的传统文化更是在现代社会中蓬勃发展。提倡茶为“国饮”，弘扬中华茶文化的呼声日益高涨，更是构建和谐社会的文化实践。著名茶文化专家王家扬先生曾倡议：“茶为国饮，公家先行。”建议政府企事业单位要把茶宴、茶会替代酒宴作为迎接礼宾的待遇，通过茶文化的仪式感传递谦和、包容的精神内核。在推进“茶为国饮”的进程中，必须深入挖掘中国“茶文化”的哲学内涵与历史渊源的意义，以“和敬清寂”的核心价值观来推动茶文化与社会主义和谐社会的双向赋能，同时为茶产业经济注入文化动能。

泡好茶 懂待客：
品质与礼仪彰显文化温度

传播茶文化，品质与内涵是关键。首先，需因地制宜选择茶品：北方偏好花茶，江南钟情绿茶，闽粤青睐乌龙茶与红茶，边疆民族则偏爱紧压茶；青年多饮清淡绿茶，老年偏爱醇厚红茶；外宾中，美国人喜袋泡茶，欧洲人好红茶，日本人尚乌龙。以茶待客时，应遵循“因人择茶”原则，体现人文关怀。其次，注重泡茶技艺的科学性，如绿茶宜用 85℃ 山泉或纯净水冲泡，以激发茶香。同时，社交场景中需恪守茶礼，如上茶遵循“客先主后、女士优先、长幼有序”等礼仪，通过细节传递尊重与和谐。

培养茶业“多面手”：
人才是文化与产业发展的引擎

茶文化产业的高质量发展，亟需专业化人才支撑。加强人才队伍建设，是当前茶文化产业一项十分紧迫的任务。建议从三方面发力：学科建设：依托高校设立茶文化专业，培养涵盖生产、经营、策划、茶艺等领域的复合型人才；能力提升：强化研发创新、数字化应用、商业运营及文化创意等核心能力，建立职业培训与继续教育机制；国际化视野：通过海外研修、国际交流等方式，培育熟悉跨国市场规则的外向型人才，推动中国茶文化走向世界。唯有打造一支“懂文化、善经营、通技术”的人才队伍，方能实现茶文化产业的可持续发展。

把茶叶变成“金叶子”：
产业升级激活文化经济新动能

传统模式制约下，我国茶产业面临生产分散、创新不足、品牌力弱等挑战。破解困局需从三方面突破：一是集约化生产：整合茶园资源，建立标准化种植基地，保障原料品质与食品安全；二是文化赋能品牌：从“产品输出”转向“文化输出”，通过茶旅融合、文创开发等形式提升附加值；三是数字化转型：利用电商平台拓展市场，结合大数据分析消费趋势，精准满足年轻群体需求。以文化为引领，推动产业链从粗放型向高附加值转型，方能实现“以茶兴产、以产促和”的良性循环。

