

该省省该花花! 这届年轻人把二手玩明白了

半月谈记者 毛振华

一台停产的游戏机、一件穿了两次的大衣、一辆3年车龄的汉兰达,都不再只是旧物,而是承载理性、个性与绿色生活态度的新载体。当“该省省、该花花”成为新的生活信条,二手市场正悄然从“将就”走向“讲究”。在性价比之外,年轻人在这里淘情怀、追稀缺、玩圈层,甚至重新定义“值不值”。在这场循环消费浪潮中,年轻人用钱投票——不要被“忽悠”,只要真实、可靠、有故事的“好东西”。

二手车交易性价比凸显

得益于电商平台的发展,二手物品交易近年来日益活跃,市场蛋糕越做越大。如在新能源汽车蓬勃发展的今天,二手车市场依旧交易频繁,这背后的关键词正是性价比。

最近,瓜子二手车交易平台基于2025年真实成交数据,发布了线上部分车型的保值率榜单。榜单显示,燃油车市场中,汉兰达、雅阁等经典车系的3年保值率维持在65%以上,显示出成熟产品在二手市场中的长期稳定价值。与之形成对比的是,部分海外高端品牌的保值能力正在走弱,有的3年保值率已降至40%左右。

中汽信息科技(天津)有限公司与懂车帝联合发布的《年轻用户二手车消费洞察报告》亦显示,二手车正在成为越来越多年轻人的第一辆车。报告指出,年轻用户之所以选择购买二手车,首要动机是降低购车成本、减轻经济压力,占比达61%,显著高于其他因素;另外有47%的用户旨在规避新车贬值风险。这两大动机共同表明,年轻用户购买二手车的决策整体呈现出审慎、务实的特点。

年轻用户在购买二手车时,最看重的价值点是车况可靠性和价格优势,占比分别为69%、63%。懂车帝二手车业务负责人赵志峰认为,价格竞争力是购车决策的基础门槛,而车况可靠性则关系到长期的使用成本、安全保障及资产的最终残值,是规避潜在财务与体验风险的核心防线。在二手车交易信息高度不对称的背景下,不可靠的车况往往意味着高昂且不可预见的维修费用、频繁故障困扰以及车辆快速贬值的风险。因此,将车况可靠性置于价格之上,实质是对长期持有成本与用车体验的深度考量,反映出消费观念从追求“初始最低价”向追求“全周期最优价值”的理性转变。

二手车市场交易大数据透露出,这届年轻人显然并不好“忽悠”,优质、低价才是解锁年轻人钱包的最优解。



市场交易活跃,肩负情感寄托

不只是二手车。当前二手物品交易日益活跃,主打一个“骑着自行车逛酒吧,该省省、该花花”。平台能力的加持,是二手商品交易在国内跃升的关键。《2024年度中国二手电商市场数据报告》显示,2024年,二手电商交易规模达6450.2亿元,同比增长17.56%。二手物品交易的需求五花八门,除了性价比,还有情感共鸣、稀缺收藏等。

任天堂已停产的3DS系列掌上游戏机,在过去长达数年的市场周期里,二手价格都维持在一个稳定的区间。然而,随着停产的消息传来,它从复古产品变为洛阳纸贵的收藏品,二手价格在过去一年内飙升,一度上涨约3.5倍。

“最近,我从网上淘了一台二手小霸王学习机,主打就是怀旧。放在家里展示,可以给孩子讲述我小时候玩过的游戏。”买家麦先生坦言。磁带、MP3、邮票、电话充值卡等从日常生活中几乎消失的物品,在二手交易平台上往往受到青睐,尽管缺少实用价值,但蕴含的情感因素不可替代。

“我国二手商品交易规模处在快速增长阶段,是一个具备成长空间的万亿级市场。从平台观察来看,市场呈现明显的年轻化、高品质趋势。”二手交易平台95分App负责人陈意明说,该平台上46%用户为00后,他们对二手消费的需求并非单纯的低价,而是追求有限预算内的品质满足。

当下年轻人的生活习惯决定了会产生大量二手

物品,这是二手市场繁荣的基础。一份调研显示,上海青年租房平均换房周期为16.25个月,也就是不到一年半就要搬一次家,这自然会产生大量二手家居用品。此外,网球、骑行、摄影、音乐以及二次元等新圈层消费不断涌现,每一次“入坑”和“退坑”的过程,都会有大量二手物品流入市场。在二手平台上,许多年轻人既是消费主力,也扮演了“货源”的角色。

“过去一年,在95分App上花费超10万元的,用户数量同比增长超40%。”陈意明分析,用户青睐的商品中,除传统的鞋服、数码等品类外,具有“稀缺性”和“情感价值”的商品增长显著。复古CCD相机交易额同比增长2到3倍,小众设计师孤品包、限量潮玩等品类也呈现爆发式增长。二手消费正处于从“实用替代”转向“品质生活”的新阶段。

二手物品交易的过程其实也是新消费观“养成”的过程。李成曾是一名“剁手党”,直到她体验到二手平台交易的整个流程,才逐渐转变为“羊毛党”。

“上千块钱买的大衣,穿了没几次,家里实在放不下,在二手平台上卖几百元都无人问津。一开始我觉得是二手平台砍价太狠,时间久了我逐渐明白,这或许就是物品的真正价值,而非其标示的价格。”李成说,她现在更青睐极简生活,长期不用的物品都果断在二手平台断舍离。与此同时,她在消费时也更为谨慎,“买时一时爽,卖时得‘打骨折’才卖得出去”。

打破壁垒,让交易更顺畅

二手交易的市场前景毋庸置疑。华泰证券研报分析指出,当下的理性消费趋势有望加速二手商品流通速度,不过二手交易不同于传统消费模式,如何建立信任关系、打破信息差是发展的关键。

懂车帝的报告显示,45%的受访者认为,“车况描述与实际不符”是购买二手车过程中的最大困扰,这表明二手车交易中信息不对称问题依然突出,尤其是历史维修记录、事故情况等关键数据缺乏透明度。该痛点直接影响年轻用户的购车决策。

赵志峰说,年轻用户在购买二手车时呈现出理性、务实且高度数字化特征。其购车决策的主要驱动力为“降低购车成本”,交易渠道偏好选择二手车平台。这意味着,构建以“信任”为基石、“成本”为催化剂、“便利”为护城河的核心竞争力至关重要。

瓜子二手车联合创始人王晓宇表示,应推动二手车尤其是新能源二手车在检验、评估等环节的标准制定和服务质量提升,打破信息差,为行业发展和经济社会绿色转型保驾护航。

二手电商平台同样面临信任挑战。为此,不少平台已经行动起来,如转转集团旗下二手多品类循环仓库“超级转转”在北京开业,用“仓储式大店+全品类”的探索为线下二手交易带来更多“逛”的体验;闲鱼在多个城市开出“闲鱼循环商店”,在选品和陈列模式上更注重以“兴趣圈层”分类;95分对商品进行专业团队鉴别、多人交叉验证,确保为正品后才可售出,并根据不同品类商品特点制定更细化的质检标准。

在法律界人士看来,当务之急是平台肩负起主体责任,营造透明、可信的交易环境。平台在准入门槛、售后服务、纠纷解决方面均应当采取积极措施,及时清理存在违规行为的卖家,维护平台良好生态;建立畅通渠道,及时响应维权诉求、处理交易纠纷,为正常交易行为提供保障;在处理纠纷过程中,应当保持客观公正。

