

主打实用、性价比 部分年轻人迷上“二手生活”

□本报记者 张五阳

买“二手物品”曾被当成“穷”的表现。“买新不买旧”的思想如今却撞上了年轻人的“二手”消费观。据去年底某二手物品网络交易平台公布的数据显示,平台商品已经超过10亿件,用户数已经突破5亿,其中95后用户占比43%,00后占比22%。

从薅羊毛、拼单,到“买二手、用二手”,“不是全新买不起,而是二手更有性价比”的年轻人将“省钱”进行到底,“二手生活”成为我市部分年轻人的潮流生活方式。

年轻人爱上“真香”二手生活

3月25日下午,从某二手物品交易平台上淘到一盏拍摄补光灯的90后市民小潘,一拿到货就迫不及待地进行了测试,发现物品一切正常之后,露出了满意的表情。

“这个灯要是买全新的得花2000多元,我淘的这个二手货才800元,省了1200元。现在‘万物皆可二手’,我

买东西前都会先去二手交易平台上看看。”小潘告诉记者,他是摄影工作者,各类相机、镜头、补光灯等器材不仅更新迭代的速度快,且本身也是易耗品,经常更换开销极大。逛二手交易平台成了他一大爱好,通过买、卖二手物品,不仅“回血”,也替他节省了不少开支。

95后市民陈晓燕是一名不折不扣的“二手爱好者”,经常在“卖家、买家”之间转换。“我之前其实并不买二手物品,但有过几次购买经历后,发现‘真香’。如衣服和包之类,同品牌的二手价要比全新价格便宜三分之一。此外,逛二手交易平台还能捡漏,如有人买多的化妆品可能连封都没开,价格是平时价格的一半。我把自己的闲置物品挂在平台卖,有时候也能小赚一笔。”陈晓燕说。

记者打开一款“闲鱼”二手交易平台App看到,各类二手商品可谓应有尽有,可以很方便地通过查询进行比价,卖家也会将出售的物品拍照,并附上购买日期等。注册也比较简单,通过一系

列的认证,并把想要出售的物品拍照上传,即可挂在闲鱼平台售卖。除了商品的买、卖交易外,还有不需金钱的“技能/物品互换”,如一款限定盲盒手办交换同款其他手办;汉服、Cospaly服装交换其他角色款等。甚至还有寻找技能互换搭子的“卖家”,如财会专业网上教学,不需金钱,对方可用地方拿手菜做法作为交换等。

性价比之外,追求时尚与个性

那么年轻人为什么会喜欢上二手交易呢?在我市从事各类二手物品回收的老板赵华裔告诉记者,90后、00后是他的主要服务群体。最近回收最多的就是年轻人的各类电子产品、动漫手办、汉服等,由于在二手物品回收圈内小有名气,经常有年轻人到他的店里来“淘货”“寄卖”。

赵华裔说,从各类“省钱攻略”“省钱特种兵”等短视频的火爆,也能看出现在年轻人的生活态度与消费观念,其实并不是年轻人消费不起高奢物品,而是年轻人更注重性价比,也更加追求时

尚与个性。

据介绍,年轻人钟爱二手交易最重要的原因在于价格便宜。除了追求性价比外,时尚与个性同样也是年轻人的购物标签,年轻人会选择能够表达自己独特性和价值观的二手商品,如老物件、新奇特、自带故事感与历史感的已经停产二手商品等。

警惕二手交易存在的风险

“目前很多二手交易平台还存在一些问题。如商品的新旧程度、质量全靠卖家自行认定,缺乏标准依据;各类假冒商品在平台上时隐时现,普通买家难以分辨;售后服务缺失,退货退款不容易等问题。”市市场监管局有关人士说,由于二手交易平台各类商品鱼龙混杂,消费者购买二手物品时,一定要注意不要私下交易,要注意保留页面截图及购买凭证,不要轻易相信一些“话术”,尽量向卖家索要实物照片等,对于价格过低的商品,一定要提高警惕,发现上当受骗,及时向平台及有关部门投诉。

万福源明前毛尖茶开采

□记者 张五阳

本报讯“明前茶,贵如金”。近日,记者从市万福源商贸有限公司了解到,位于信阳市毛尖茶核心产区车云山的万福源生态茶叶基地中的明前毛尖茶已具备采摘条件,3月28日将正式进入采摘期,4月初,喜爱明前毛尖茶的市民即可到店咨询、品鉴。

信阳毛尖又称豫毛峰,属绿茶类,是中国十大名茶之一,河南省特产之一,有“细、圆、光、直、多白毫、香高、味

浓、汤色绿”的独特风格。市万福源商贸有限公司总经理朱冰雪告诉记者,万福源茶叶生态基地位于车云山高海拔地区,是不折不扣的高山毛尖茶,因其茶叶品质高广受爱茶人士追捧。高山茶对比一般茶有着很多优势:常年平均温度低于山下,昼夜温差大,茶叶营养物质积累更为丰富;高海拔地区云雾缭绕,植被多样化,有着好的生态环境,生长的茶叶更为甘甜,香气也更凸显;高山地区人烟稀少,远离生活污染,生产的茶叶更加自然、健康等。

“目前已有其他地区的明前毛尖茶开始销售,如贵州毛尖、四川毛尖、湖北毛尖等。”朱冰雪说,信阳核心产区的毛尖茶之所以闻名全国,就是因为其地理位置优越,昼夜温差大,生长速度慢,营养物质多,口感更加丰富,这些都属于不可复制的先天条件。其余地区毛尖茶因温差小、温度高,味淡形散产量大,茶叶生长快,所以上市时间一般会早于信阳毛尖茶,经常会有消费者把其他地区毛尖茶当成信阳毛尖茶。

锚定全国化

仰韶酒业集团 全国化战略启动

□记者 张五阳

本报讯 近日,仰韶酒业集团全国化战略发布会在四川省成都市春季糖酒会期间举行,此次发布会重点为仰韶酒业集团将全面启动全国化战略,以电商化、首都化、全国化、国际化“四化布局”为引领,以“三大模式”为战略根基,全面吹响全国化战略号角,以实现文化全国化、品质全国化、品牌全国化。

据了解,在2018年,仰韶酒业集团就为“品牌全国化”做出了积极的谋划探索,先后布局了西安、北京、襄阳、深圳、海南、哈密等省外市场,仰韶品牌“站位首都、一线两角、辐射全国”的基础性布局有序推进,效果良好。2024年,仰韶酒业集团将以电商化、首都化、全国化、国际化“四化布局”为引领,加快重点板块市场建设,以点带面持续推进全国化战略,向“中国白酒第一梯队”加速进击。同时,仰韶酒业集团还积极开拓海外市场,仰韶彩陶坊酒已经出口到美国、英国、法国、韩国、菲律宾、阿联酋、肯尼亚等10个国家,大幅提升了仰韶酒在白酒行业的影响力。

仰韶酒业集团党委副书记、营销公司总经理郝惠锋在发布会中分享了仰韶酒业集团全国化战略的三大模式:模式一,1+1厂商协同,厂商分工,共创未来;模式二,品牌运营商模式;模式三,仰韶酒庄模式。三种模式中仰韶酒庄模式具有五大优势、九大支持、“庄主、窖主、藏主”三级分享体系等。目前,仰韶酒庄正面向全国发布庄主招募令,一城一商一酒庄,可为酒庄庄主提供庄主节专属节日、仙门山尊享溯源之旅、生日纪念日专属定制收藏酒、会员私享酒会、生态时令特产等多重权益。

牵手足球,杜康新元素亮相糖酒会

□记者 张五阳

本报讯 3月20日,第110届全国糖酒商品交易会暨糖酒会开幕式在四川省成都市世纪城国际会展中心拉开帷幕。在本次糖酒会中,洛阳杜康控股(以下简称“洛阳杜康”)展区不仅带来了旗下众多明星酒水,布展上更是牵手足球新元素,整个展区在会展中心格外引起注目。

“足球”是今年洛阳杜康发展的一个关键词。2月28日,洛阳杜康与河南足球俱乐部正式签署冠名合作协议。新赛季,河南足球将以河南酒祖

杜康队的新面貌征战中超联赛赛场,为河南足球增光添彩。在洛阳杜康糖酒会展厅里,洛阳杜康将“绿茵场”从室外搬到了室内,青春靓丽的足球宝贝与体育元素的搭配标识随处可见:“胜利时刻,唯有杜康”“喝杯杜康,大战四方”“一杯杜康酒,百年足球梦”“一亿河南人的骄傲”……热血、激情、青春、梦想等感觉扑面而来,引得不少参观者驻足。

据洛阳杜康有关人士介绍,洛阳杜康展馆不光有体育元素,还通过文化、历史、产品、工艺等多个维度展示

底蕴深厚的杜康文化,让全国酒商伙伴沉浸式感受独特的酒祖风采,不少客商在对杜康酒进行细致品评和详细咨询后,当场签单。此次糖酒会上,高端白酒“酒祖杜康小封坛”、核心战略新品“杜康酒·国优1988”、腰部战略产品酒祖杜康系列、杜康造酒,以及绵柔杜康、杜康红等主力产品悉数亮相。其中,备受关注的杜康战略大单品国优1988成为展厅中一大亮点。糖酒会上,中检科创(北京)测试认证有限责任公司现场为洛阳杜康颁发了“纯粮固态发酵白酒认证”标牌。

宝丰酒业助力邾县华联品牌嫁接交流会

□记者 张五阳

本报讯 3月23日,由邾县商务局主办、宝丰酒业协办的“2024邾县华联童越品牌嫁接交流会暨童模秀”在邾县时代广场举行。活动汇聚了各行各业百余家有消费力和影响力的品牌,共同探讨深度合作与未来发展的可能。宝丰酒业作为活动协办方、赞助方,为本次活动提供了坚实的保障。

据了解,此次参加活动的品牌涉及服装、餐饮、娱乐等多个领域。活动交流会环节,主办方聚焦品牌间的嫁接与合作,促进各品牌之间合作共赢共同进步。除了交流会环节外,宝丰酒业也为此次活动带来了一些抽奖与互动活动,将整场活动气氛推至高潮。

据宝丰酒业销售公司有关人士介绍,参加活动抽奖的幸运嘉宾获得了宝丰·国色清香(2022版)系列的奖

品。这是一款由中国白酒大师、国家级白酒评委、宝丰酒勾调工艺第七代传人卢振营与中国白酒工艺大师、国家级白酒评委宝丰酒勾调工艺第七代传人葛少华联袂打造的产品。酒体中加入更年轻的老酒,更丰富种类的原酒调味酒,入口更细腻、柔顺,口感更醇厚,回甘更持久,展示了宝丰酒业的诚意,拉近了宝酒与各品牌之间的距离。