

我国每年4亿部以上废旧手机,仅约5%得到专业回收

# 如何让上亿部废旧手机不再“吃土”?

## 阅读提示

废旧手机回收处理作为“朝阳产业”,拥有很大的发展潜力。但与手机保有量和报废量相比,我国手机回收率仍然较低。专家建议,应加大政策扶持力度,激发回收企业主观能动性。

本报记者 王鑫 方大丰

当手机达到使用寿命,或者不能满足我们需求时,就会被淘汰,变成废旧手机。中国循环经济协会数据显示,目前一部手机的平均寿命在2.2年左右。我国平均每年产生4亿部以上废旧手机,废旧手机存量超过20亿部。

该协会研究数据还显示,手机废弃后,约54.2%被消费者闲置留存,只有约5%能够进入专业的废旧手机回收平台,“以旧换新”新型回收渠道。

“这说明人们目前还没有形成相关意识。当然,这也意味着废旧手机回收处理作为‘朝阳产业’,拥有很大的发展潜力。”湖南省循环经济研究会会长周傲说。当前,受回收价格较低、不够方便快捷、数据安全性难以保障等问题困扰,消费者对废旧手机回收的信任度不高、回收意愿较低。“行业的透明度和标准化是行业发展的关键。”

### “城市矿山”

“我和妻子都不算数码产品爱好者,但家里的废旧手机加起来也超过10部。”长沙90后小伙王杨告诉记者。打开抽屉,映入眼帘的各种型号的智能机和功能机。因为卡顿、掉电快或内存不足,这些手机不得不放在家里“吃土”。“卖掉吧,一来卖不上价,二来呢,也担心个人信息被泄露。即便是格式化处理或者恢复出厂设置,也难保不被专业人士恢复。”王杨说。

没有垃圾,只有放错地方的资源。废旧手机便是放错地方的“城市矿产”。“一部手机配件有超过60种元素材料,包含金、银、钨、钼等多种稀贵金属,手机材料也可以回收再利用。”

周傲介绍说。据估算,每吨废旧手机可提炼约200克黄金、2200克白银、100千克铜。

相关报告显示,到2030年,我国废旧手机总量将达37万吨。根据测算,只要中国的手机回收率保持在33%左右,到2030年,回收金属总价值便可达251亿元,比通过原始开采的方式节省近56亿千瓦时能源,相当于中国2022年可再生能源发电量的20倍。

废旧手机的资源价值和环境风险并存。手机材料中有包括汞、铅、镉等重金属在内的多种有害物质,如果进入土壤、地下水中,在生态系统中累积,就会带来生态环境和人体健康风险。手机材料本身也难以自然分解,如不规范处置,会对环境造成长期影响。

“与手机保有量和报废量相比,我国手机回收率仍然较低。”周傲说。据介绍,我国仅规定在电视机、电冰箱、洗衣机、空调器4类家电产品中鼓励生产企业实施回收目标责任制,对于废旧手机尚未明确责任或制定回收率目标,难以对生产商形成有效约束。同时,对手机回收的补贴也难以落到实处,使相关企业的回收积极性大打折扣。

### “朝阳产业”

“我国的废旧手机回收利用产业正进入发展机遇期。”周傲判断。据介绍,目前我国废旧手机回收渠道主要有三种:一是生产商回收,如国内一些手机厂商开展的“以旧换新”活动;二是销售平台回收,如京东等一些电商平

台提供的废旧手机报价和回收服务;三是企业回收,如一些企业通过自建平台、与生产商合作等方式回收废旧手机。天眼查专业版数据显示,目前我国现存手机回收企业4500余家,其中湖南以1400余家位列区域首位。从成立时间来看,50.3%的企业成立于1~5年内。

被回收的废旧手机,大致有两种去向:上市时间短、功能完好的手机经翻新后,低价流入二手市场;损坏无法使用的,拆解零部件再利用,或直接提炼原材料。

处理废旧手机,需要经过预处理、回收和精炼提纯等步骤。其中,预处理主要是将电子废弃物中的金属与非金属分开,实现金属的初步富集;回收主要是将稀贵金属进行提取富集;精炼提纯则是从回收的贵金属浸出液中,得到纯度较高的稀贵金属。

位于湖南汨罗的万容电子废弃物处理有限公司,是国家首批家电“以旧换新”试点拆解企业。该公司相关负责人表示,看好废旧手机资源化利用前景,公司也拥有相关技术手段。“目前还在观望,一方面是盈利模式还不是很明显;另一方面,对于作为‘新九类’的废旧手机,目前国家还没有出台补贴激励政策,大家积极性不够。”该负责人直言。

2010年,我国发布《废弃电器电子产品处理目录》(第一批),将电冰箱、洗衣机、房间空调器、微型计算机等五类产品(简称“四机一脑”)的回收处理管理纳入法制化轨道,并实施基金补贴制度。后续《废弃电器电子产品处理目录(2014年版)》新增了手机、传真

机、打印机、复印机等九个品类(简称“新九类”),但目前尚无基金补贴。

“若‘新九类’纳入基金补贴范围,行业肯定会迎来大幅抬头。”周傲说。

### 打通堵点

近年来,《废弃电器电子产品回收处理管理条例》、《循环经济促进法》、《固体废物污染环境防治法》等一系列法律法规的出台实施,促使废旧手机回收利用产业有了政策保障,发展逐步规范。不过有业内人士认为,产业仍面临综合处理能力不足、消费者回收废旧手机意愿低下、回收流程长、回收成本较高等堵点。

智研咨询发布的相关报告显示,2023年全国共回收手机约2.8亿部,其中2.5亿部以上用于直接/翻新销售,占总回收量的90%左右,是0.26亿部报废拆解手机量的近十倍。能否在回收中“掘金”,事关企业“入场”信心。

隐私泄露和信息安全,无疑是制约废旧手机回收利用的痛点。“国家应从法律层面和监管执法层面着手,保障消费者的信息安全。要鼓励机构和个人对企业的手机回收和二手交易进行监督,建立奖惩制度,促进手机回收和安全处置。”民建长沙市委副主委、长沙理工大学法学院副教授黄炳娟认为。

“大家在换新手机的同时,也应考虑旧手机的去向。”周傲建议消费者处理废旧手机应尽量选择正规渠道,既保护个人信息安全,又为环保做贡献。而对于回收行业,他建言通过加强监管、提升技术、规范操作流程,探索制定统一的行业标准,实现回收全流程标准化、规范化,确保“物尽其用”。

“应加大政策扶持力度,激发回收企业主观能动性;推动手机厂商设定回收率目标,提高二手手机回收效率。”他说。

## 市场观潮

本报记者 赵昂

近日,国内市场目前销量最大的咖啡连锁品牌企业发布了2023年第四季度及全年财报,根据财报显示,其在国内市场总销售额达到248.6亿元。与此同时,其他咖啡连锁品牌企业的财报也较为亮眼。

咖啡产业的向好,也吸引了投资者投资其中。天眼查专业版数据显示,我国现存咖啡相关企业22.2万家,其中2023年新增注册相关企业近6万家。

一系列向好的数据说明,国内消费者对咖啡的接纳程度越来越高,咖啡也融入了各种消费场景和社交场合之中。在实际消费过程中,消费者接纳的不只是咖啡饮品,咖啡豆、咖啡杯、咖啡文创等也得到了市场的欢迎,对于一些咖啡店来说,这些衍生品的消费量有时不输于咖啡饮品。

不过,企业也应意识到,如果过于扎堆布局一二线城市,难免会使得竞争激烈程度上升。由于咖啡产品存在不可避免的同质化倾向,一旦企业竞争特色不明显,很容易在趋向饱和的市场竞争中处于不利态势。在这样的外部竞争态势下,咖啡相关企业要聚焦于开拓新市场,特别是下沉市场。

这是因为,交通的便捷发达与资讯的快速传播,不仅会让消费需求通过快速的人员流动向下沉市场传导,也会在下沉市场形成和一二线城市消费市场类似消费习惯。具体到咖啡产业,前往乡村的游客、返乡的务工者,都可能将咖啡的消费需求带入县城、乡镇甚至是农村,并促使当地部分消费者渐渐形成咖啡的消费习惯。事实上,这一消费下沉正在成为现实。例如,今年返乡过年,“村咖”成为很多地方新的消费时尚,不只游客喝咖啡,返乡的年轻人和“新村民”也是消费主力群体。乡村咖啡馆不仅多了起来,还与乡村特色产品形成联动,颇具特色,甚至连乡村咖啡的外卖市场也火热起来。

正因如此,咖啡相关企业要加快布局下沉市场。当然,在下沉市场,不同地区消费者对咖啡的价格接受程度、消费时间、口味习惯等都会有所不同,不可盲目把一二线城市的经营经验照搬。而如何开发并营销推广适合当地消费者的产品,值得进一步探索和思考。

还有一点不容忽视,下沉市场的这些特点,同样也适合个体创业者和小微企业。

# 咖啡企业需聚焦下沉市场

## 马面裙:从传统服装到国潮顶流

本报记者 徐潇

今年春节期间,社交平台上被各种游客穿着马面裙的照片霸屏了。北京的故宫、天坛,洛阳应天门和开封清明上河园,马面裙和红墙古风的适配度让人心动,更让人感叹中式服饰的绝美。这个龙年春节,马面裙意外但又意料之中地成了爆品,许多消费者购入马面裙作为新年“战袍”,而更多人的第一件汉服单品就选择了马面裙。

大数据显示,2023年“双十一”期间,淘宝就卖出了超过73万条马面裙。马面裙成为汉服品类下热度最高的单品,记者在各个电商平台上搜索发现,一些热销款式的马面裙,单品销售额超过百万元。据报道,仅曹县一地,2023年以马面裙为主的龙年拜年服销售额已超3亿元。

### 反向成就汉服赛道

从历史沿革的角度来看,宋辽的裙子已经具有马面裙的马面形制,是中国古代汉族女子主要裙式之一。目前较为普遍的马面裙形制始于明朝,延续至民国,多采用各种吉祥的纹样。

马面裙的热销,反向带火了汉服全品类热度,汉服已经逐渐成为电商平台发力的消费赛道。据淘宝宝服饰数据,截至2023年12月中旬,淘系平台的汉服2023年销售额接近百亿元,同比增长超50%。淘宝平台的汉服在线商品数同比增长超60%。天眼查专业版数据也显示,目前我国现存汉服相关企业6500余家,其中陕西、山东、河南三地企业数量位居前列。

其实从汉服消费历程来看,从2015年开始,中国汉服市场开始形成过亿元的规模,而据艾媒咨询《2021中国汉服产业现状及消费行为数据研究报告》显示,2015年至2020年,我国汉服市场销售规模由1.9亿元大幅上升至63.6亿元。这几年,汉服生产企业和销售商家踊跃入局,进入快速增长期,报告显示,2019年淘宝汉服商家数量同比增长45.8%至1188家,2020年也保持了27.8%的增速,增长至1518家。但疫情期间,由于出行旅游机会减少,汉服市场受到消费者冷落,据艾瑞咨询等联合发布的《2022年中国新汉服行业发展白皮书》,2020年和2021年,新汉服行业市场增速分别为3.1%和6.4%,与此前几年明显放缓。

马面裙的“出圈”则扭转了汉服市场疲软的状态,从投资角度和消费角度来看,马面裙已经成为汉服“蛋糕”做大的关键。伴随着马面裙这款“超级单品”的热销,汉服又重新加入消费者的购物车,市场也逐渐回暖。

### 织造业同时转型

“时尚的尽头是马面裙,马面裙的尽头是窗帘布。”这不是一句戏言,社交平台上有人用“过时的窗帘布”爆改成马面裙的视频,收获一片赞赞。事实上,2022年就有窗帘布制造商转型做马面裙布料,“订单哗啦啦地来,机器不能停。”浙江海宁许村镇一名纺织企业主曾告诉媒体,前几年传统窗帘布料销售不佳,2022年由于马面裙流行,提花制造机派上了新用场,不少原先生产窗帘布的企业利用现有的提花机,顺利转型生产马面裙面料。

有报道称,目前浙江省海宁市许村镇有100多家纺织企业在从事马面裙和新中式服装面料的生产,日产能能达到3万余米,可制成近7000条马面裙。而在全球最大的纺织品集散中心——中国轻纺城,3万余户经营户销售的纺织品经营品种超过5万种,在这里,商户店门口多悬挂着马面裙面料供消费者选择。

随着马面裙的爆发,消费者对汉服接受度、认可度越来越高,很多面料批发商也开始钻研马面裙的纹样、款式、面料升级。儿童款、老年款的面料订单日益增多,为了更适配日常穿着,织造厂家将马面裙上惯用的龙凤等动物图案转为清新的竹梅兰菊图案,降低对比度更日常。更多的厂家则在研究改良面料,以往的马面裙面料较为厚实,如何让面料更轻、更柔软、更透气,是织造厂家面临的新问题。

## 开足马力忙生产 企业按下“快进”键

3月2日,江苏连云港,赣榆区石桥镇一家玩具出口企业的工人在缝制毛绒玩具。

开年以来,各地企业员工开足马力,忙生产、赶订单、拓销路,力争实现一季度“开门红”,为全年经济高质量发展开好头、起好步。

司伟摄/视觉中国



自己卖房省了中介费,“费心事”却省不了

## 二手房“去中介”难在哪里

强抱着试一试的心态,“先自己卖,超过半年没卖出去,再找中介。”

不久后,楼下邻居看到了他的卖房信息,介绍了同事前来看房,有邻居从中协商,双方很快达成一致,不到十天,双方签订合同,走了过户手续。“有朋友介绍,再加上房子也很好,距离我单位也近,买得放心住得安心。”新业主徐先生说。

聊起这次的卖房经验,王泽强说:“还是运气好,遇到了熟人介绍,下次还是要找中介。”他表示,在自己售房期间,除了本职工作之外,还兼职了自家房子的“中介”,由于经验不足,一周之内约了两次同一个买家。之后的收款、过户,他都得约对方时间,跑银行、房产中心,“太累了,来回看房、讨价还价,那段时间总会很焦虑,卖了之后想着轻松一点,走程序又花了一周。”

去年,53岁的马奎将自家的房子卖给了亲戚,“原本想自己卖,结果打了广告后,来了不少中介来看房”。聊起卖房的经历,他叹了口气,“最后还是‘亲情价’卖给了家里人,房子和人都如知根知底,过户也方便,不然我这个岁数的人,跑手续就能把自己绕进去。”

一间房的出售并不像买卖其他物品,一手交钱一手交物,而是要考虑多个方面,包括买卖双方的交易信任、了解程度、手续齐全等。从事房地产经纪行业10年之久的杨晶晶告诉记者,二手房的自主交易更多集中在业主家人之间的买卖、熟人之间的交易等,“陌生人

之间的交易成功率很小”。

### 信任担保更重要

“房屋的买卖,特别是二手房之间,人 and 人的信任、沟通很重要。”杨晶晶说,“二手房比新房销售更难一些,需要和买卖双方不断沟通,才能达到双方心满意足的效果。”

除此之外,记者观察到,很多售房者看似在各大平台分享了卖房信息,还是属于“广撒网”,并没有精准到需求端,因此存在售卖周期长的情况。

“房产市场的交易是很分散的,想要精准连接供给端和需求端,就需要中介。”杨晶晶说,一屋一情况,特别是在二手房市场,每套房子的楼层、面积、朝向、格局、装修情况等各不相同,还有房子是否存在抵押、查封等情况,都需要专业人员进行评估、计算。

今年,原本家在新疆阿勒泰市的米德提·尼格斯汗来乌鲁木齐市工作,打算买房定居,“最头疼的就是房屋信息的真实性,虽然网络很发达,但房源的随意性很大,有些是房主发布的,有些是中介发布的,还有中间人发布的,好不容易看中一个房子,却因为修建时间虚假,无法贷款。”最后他还是找了家中介。

从2022年起,杨晶晶开始在相关平台尝试“短视频卖房”,“短视频平台更直观地将房屋情况、卖房的情况都展现出来,也让更多人了解了我们中介”。亲切、直观、专业的形象让杨晶晶吸引了不少粉丝,越来越多的人开

始找她的团队买卖房屋,“二手房销售中,中介的收费很透明,客户选择我们主要是因为公司正规合法,有信任担保”。

### 中介的服务价值越来越大

近年来,全国各地相关部门推出了一“窗办”和“一网(掌上)通办”,将房产交易的缴税过户实现在一个窗口或网上全程办理。随着政府在使用数字化服务提升交易能力的不断提升,对于二手房交易,房源信息更真实了,办理相关手续也更加便捷和高效。

“在乌鲁木齐市房产交易大厅,不到半个小时,我房子的过户、缴税都处理好了。很方便。”马奎说。“办证”流程简化后,中介手续代办的功能变得越来越弱,买卖双方反而更注重房产中介在房地产交易过程中提供的洽谈协议、交流信息、展示行情等职能的专业性。

在杨晶晶看来,卖房业主的需求更多在于以合适的价格快速出售房子,中介只需要帮助他们精准定位需求客户,并以心理价位出售;对买房的人来说,他们需要找到符合自己需求、价格合适的房子,而在“一卖一买”过程中,时间效率、价格洽谈、流畅交易对双方都很重要。

“现在信息的接收方式特别多,客户在卖房子或买房子之前已经有了初步了解,我们更多是帮助客户精准定位、从中沟通、规避风险,提高效率,让双方都达到双赢。”杨晶晶说,“从我来看,越是信息繁杂的时候,中介的专业服务会显得更加重要。”

本报记者 吴泽恩 本报通讯员 马安妮

近日,“越来越多二手房业主开始选择自己卖房了”的消息冲上热搜,引起市场关注。《工人日报》记者在相关平台上输入“卖房”字样,发现可以搜到不少业主的挂牌信息。有业主声称“房东直售,可省中介费!”更有一些网友介绍了“房东直售指南”。

那么,二手房买卖真的能“去中介化”吗?记者随机采访了数十名购房者和卖房者,其中80%的人选择找中介,理由是“更省事、更安心”,有20%的人愿意尝试房东直售,表示“能省当然好,但具体操作还需找专业人士,比如律师、银行”。

业内人士指出,业主自主挂牌,客户直接约看,官方平台保障签约成交,不收取任何服务费用,二手房“去中介化”的热炒,进一步说明了房地产经纪行业优化、调整是必然。天眼查专业版数据显示,目前我国有房屋中介121.4万余家,其中新疆地区拥有1.1万余家。

### “房东直售”市场集中在亲友之间

“自己的新房,带车位和家电出售,楼下就是电影院,双公园,小区环境优美。价格可小刀,中介勿扰。”在朋友圈,王泽强介绍起位于乌鲁木齐市米东区的房子。

“我现在很多业主都在社交平台卖房,能免去中介费。”聊到卖房经验,“90后”王泽