

## 免保育教育费政策覆盖所有幼儿园大班儿童

国务院办公厅印发的《关于逐步推行免费学前教育的意见》日前对外公布。记者7日从国新办举行的国务院政策例行吹风会上获悉，免保育教育费政策覆盖所有幼儿园大班儿童，预计今年秋季学期将惠及约1200万人。

“逐步推行免费学前教育，是党中央、国务院着力解决人民群众所需所盼、进一步保障和改善民生、促进人口长期均衡发展的重要战略举措，是贯彻落实以人为本、投资于人的具体实践，是降低生育、养育、教育成本政策体系的关键环节，对于提高基本公共教育服务水平、促进教育公平、构建生育友好型社会都具有十分重要的意义。”财政部副部长郭婷婷说。

据新华社

## 二手小店、商品寄卖店…… 实体二手店，悄然热起来

一个周六的下午，位于北京市朝阳区友谊商店三层的“超级转转”门店里，不少顾客正在镜子前试背各类包包。“我在网上查攻略，发现这个专卖二手商品的店，就过来逛了逛。”从天津来北京旅游的张慧说。

与此同时，北京另一家刚开业不久的益客二手循环商店里，店主王先生忙着整理刚收到的一批“新货”——回收的二手相机、手办和其他旧物件。这家隐匿在日用品店楼上的小店，开业以来已吸引了不少专门前来“淘货”的客人。从奢侈品到小家电，从服饰到游戏设备，这些带着二手标签的货物，如今为何成了不少人的主动选择？

### 消费者为何选择二手货？

这几年，一些消费者发现身边开了不少二手店，类型也很丰富。

在位于北京的这家“超级转转”门店里，消费者李涵已经“转”了好几圈。“以前就知道转转的线上APP，没想到还在线下开了店。在这里买东西，没有导购跟随，消费者自己随意挑选，很轻松。”她说。

千里之外，家住四川成都的潘宇亮最近又在二手店淘到了好东西。“小时候家里大人会时不时去二手市场买东西，那时还不理解，觉得这都是旧货。现在自己也开始‘淘二手’，才发现宝藏不少，家具、家电都有，能淘到不少好货。”潘宇亮说。

为何今天有不少年轻人愿意走进二手店？采访中，有受访者表示，

价格是其考虑的首要因素。

来自上海的周灵犀是一名“买包爱好者”，她曾在上海一家大型二手店里买过奢侈品包包。“上海有很多二手商店，稍微淘一淘，就能用相对实惠的价格买到保养良好的各类名牌包。”

有的消费者看中了二手商品“独一无二”的魅力。“很多二手商品是早已停产、卖家专门淘来的‘孤品’。”消费者周周说，“在线下二手店能找到市面难见的旧款产品，这种不可复制的特性，契合了当下年轻人对个性化消费的追求。”

环保意识同样影响着年轻人的消费决策。一些二手商品买家说，购买二手商品不仅能节省开支，还能避免资源浪费。“买二手是一种环

保的生活方式，用二手物品过‘绿色生活’。”消费者王玲认为，买二手商品，延长了货品的使用年限，让一些货物不至于过快被丢弃。

从二手货物的售卖渠道看，过去很多商家选择在线上开店，闲鱼、转转等APP是很多消费者淘二手货的主要入口。如今，“超级转转”开到了线下，闲鱼也在杭州、上海、南京等地开出多家线下门店。这让消费者对二手商品的“触感”更真实了。

“在线下店里，我能直接体验包包的成色和手感，扫码查询价格。部分线下二手店铺同步运营线上小程序，确保线上线下商品信息一致。这些直观的感受有效降低了消费者购买高价货物的风险。”周灵犀说。

### 二手店靠什么挣钱？

线下二手店虽通过实物体验和信任保障吸引了不少消费者，但开线下店也意味着更高的商店运营成本，这笔账怎么算？开一家二手店，靠什么赚钱？

位于北京朝阳区的益客二手循环商店，店面不大，货物种类却不少。这家店的负责人之一王先生，是一名旧货收藏爱好者。据他介绍，门店内的货物来源包括个人收藏、闲置转让等。“我们店有很多具备收藏价值、品类相对小众的二手商品。进我们店的消费者以年轻人为主，有九成左右进店都会下单。目前我们店刚开不久，运营效果还不错。”王先生

说。据了解，不少类似的实体二手商店，都以低买高卖赚取商品差价的方式盈利。

李晴是天津市一家二手循环商店的店主，她的店主要经营各类寄卖的二手物品，通过收取寄卖服务费以及低买高卖部分收购的商品盈利。“其实不少家庭都有出售二手货物的需求，我们一开店就收到了很多寄卖商品，货物流通率也不错。一些家庭淘汰的‘鸡肋’物件，可能刚好是其他人找了很久的‘好东西’。”李晴说，尽管目前她的门店利润不算太高，但仍有盈利空间。

“超级转转”是线上平台的线下店。记者实地探访其门店发现，消费者看中某个商品后，既可以扫描商品二维码，跳转至转转平台购买，也可



消费者在“超级转转”选购二手商品。

以在线下店内直接结账。换句话说，“超级转转”门店相当于转转平台向消费者开放了线下仓库，所有库存在线上线下一起销售。据了解，开启一家线下门店，意味着消费者接触到商品的机会更多。特别是实地选购体验可能增加消费者下单概率，从而提升货品流通速度。

### 二手店铺仍有生长空间



位于北京市朝阳区的益客循环商店货架上，摆满了各类二手商品。

“二手”这笔生意，已经悄然热起来，成为实体商店中不可忽视的存在。

网经社发布的《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到6450.2亿元，同比增长17.56%。用户规模达到6.6亿人，同比增长13.79%。与此同时，随着循环经济的发展，从平台到门店，从线上到线下，二手零售正逐步形成覆盖全链条的新型商业生态。

采访中，部分消费者表示，目前一些二手店在商品陈列、货物真伪等方面下的功夫还不太够。王玲曾逛过位于上海虹口的多抓鱼循环商店。“这家店布置美观、品类清晰，衣服经过检验与打理，让人印象很好。”她说，在另一家二手平台线下店逛时，体验感就明显差了许多。那家店商品品类很多，但陈列过于繁杂，顾客难以快速找到目标商品。另外，店内风格也缺乏设计感。“消费者虽然在逛二手店，但还是希望有一手店的体验。”王玲期待，线下二手门店能打造更友好、更具吸引力的消费空间，进而带动更多人前来消费。

“二手门店既要保持陈列干净整洁，也要确保商品品类丰富且价格合理。”周灵犀认为，一些售卖高价产品的二手商店，还需要注意销售细节，比如在做好防尘保护的同时，兼顾商品展示和顾客试货体验，不能让二手店沦为纯粹的“旧货仓库”。在定价方面，可以通过成色评级实现价格标准化，获得顾客信赖。只有不断完善细节，才能让线下二手店吸引更多消费者进店下单。

据《人民日报》