

## 疫情期间掀起“整理热”

## 日本二手货市场再次燃爆



二手货交易 APP

在日本很多城市的大街小巷，都会看到“中古店”的招牌，其实这就是日本的二手货商铺，主要出售各种各样的二手首饰、家具、生活用品、奢侈品、游戏碟片等商品。

去年，日本多地因新冠疫情进入了紧急状态，政府鼓励民众居家期间尽量减少“不紧急、不必要”的外出活动。很多人靠整理打发时间，二手货市场的交易量猛增。据路透社12月14日报道，东京都政府在疫情期间推出“整理女王”藤麻理惠出演的宣传片，鼓励民众居家整理，继而掀起一股“整理热”。二手货交易商 BuySell Technologies 10月的上门回收服务次数达20990次，同比增加了31%。

71岁的日本女士岩间美津子在疫情暴发前曾花大量时间在健身房锻炼，疫情居家期间，她比以往更频繁地整理衣柜，并决定“淘汰”22件父母数十年前为她购置的和服，最后以4000日元（约合38美元）

成交。她说，“和服只挂在那里是一种浪费，如果年轻人可以穿，会让我高兴。”同时，二手货交易平台 Mercari 在今年7月至9月的销量同比增加52%。BuySell Technologies 总裁岩田京平（音译）表示，今年金价上涨促使民众决定出售闲置的耳环、项链等物品。

根据一项调查，目前二手货商店和交易平台上最有人气的商品有：畅销但更新速度较快的家电、自行车，育儿过程中必要的东西例如婴儿座椅，季节性产品例如冬天的暖气和夏天的风扇，以及 PS 游戏机等。从总体上看，虽然根据公司、门店的不同，或者地域性的不同，受欢迎的商品会有所变化，但是二手货商品和交易平台卖得比较多的商品，基本上就是需求量最大的品类，一上架就能马上卖出去，周转很好，店里对此类物品也会积极进货。

在日本，对于二手商品的销售有严格的限制和监管措施。在线下中古店销售的二手物品，会有专人进行检测和维修，以保证物品的功能完好，并且需经消毒处理才会重新售卖。同样，对于电商平台而言，如果卖方有售卖假货、以次充好、商品描述与事实不符、刷评论等行为，也都要承担法律责任。在 Mercari 公司创办的“自由市场 APP”上，卖家如果卖的不是正品，须如实注明。这些措施的有效实行，降低了二手买卖的沟通成本，减少了买家的风险成本，从而提升了二手商品的交易率。

在“自由市场”APP上，买卖双方无论是商品咨询还是价格交涉，都可以进行

匿名自主的沟通，彼此互不知道真实姓名和具体地址，这样保护了买卖双方的个人隐私。交易方式也是采用先由平台公司进行交易费用的保管，这就避免了“付了钱货没到”、“收到的货品与描述不符”等纠纷问题，保证双方的利益。

小乔

## 相关链接

## 二手货交易的缘起

上世纪90年代初，日本的泡沫经济破裂，人们生活水平下降，消费逐渐趋于理智，更多的人开始追求实用性和性价比，便渐渐形成了颇有规模的二手市场。哪怕后来经济和消费回暖，依然有很多人保持着到二手货市场淘货的习惯，再加上日本人现在更加注重环保、重复利用的生活理念，人们对于闲置物品的交易习以为常，于是日本形成了全世界最成熟的二手物品交易产业。

后来，日本的二手货商品交易从实体店转战网上。到2010年，通过3G基础设施逐步改善，智能电话的设备性能与产品性能都得到了提升，日本手机的二手交易 APP 从2013年起登场。

中古店里出售的服装

## 日本华人向你推荐

说起吃牡蛎，一般日本人都知道广岛的最有名。但作为四面环海的岛国，其实日本其他靠海的府县市，也不乏盛产牡蛎的地方，日本三重县就把牡蛎作为当地的“冬季名产”对外推荐。其中最著名的要数三重县鸟羽市浦村町的生浦湾，这里也是日本知名的牡蛎养殖产地之一，被称为“牡蛎之国”。

这里有无数个养殖牡蛎的木筏。当地居民靠山吃山，靠海吃海，渔民主要就是靠养殖牡蛎为生。而且因为处于海水与河川的交汇处，所以生浦湾养殖的“浦村牡蛎”可以说肉质细嫩，富有弹性，美味可口。每年11月至次年3月，正是牡蛎的收获期。这个时候，在三重县连接鸟羽市和志摩市之间的县道“珍珠公路 滨海线”往生浦湾开去的那一段，就会变成一条“牡蛎公路”，到处都是竖起“牡蛎畅吃”广告牌的牡蛎自助烧烤小屋，有露天有室内，供游人享受“海底牛奶”的美味。食客用餐时一个半小时，每人仅需2000日元至2500日元，约合150元人民币，酒水还可以自带。据说，有的日本人一顿能吃下150个左右的牡蛎。

不过，因为太受欢迎，有的牡蛎自助烧烤小屋采取的是预约制，要想畅吃还得提前预约、先确认好，因为经常一下子就约满了，例如其中最出名的两家——共荣水产的“与吉屋”和“丸善水产”的自营店。除了烧烤，有些店铺还提供炸牡蛎、牡蛎饭、牡蛎佃煮等，顾客也不忘尝尝。

除了自驾，人们会从鸟羽巴士中心（鸟羽站前）搭乘“海鸥巴士”。平日需搭乘前往“石镜港”的巴士，节假日则搭乘前往“畔蛸口”的巴士。青木

## 冬季，三重县牡蛎公路烟火气十足



## 信息速递 &gt;&gt;&gt;

## 快递机器人小哥将上路

日本法律规定，快递机器人的最高时速为6公里。松下公司近日宣布，将在2月试运行一款远程控制的新型送货机器人（见左

图）。该机器人可以智能识别路况，最高速度约每小时4公里，同时，它也符合在人行道上行驶的法律规定。该机器人的诞生，将为人们的生活带来便利，并可以有效减少疫情期间的人员接触。五米酱

## “漫威”咖啡厅将现身大阪

漫威电影主题系列咖啡厅“MARVEL CAFE”，菜单中一定会再现电影作品中的料理。2020年11月，日本第一家“MARVEL CAFE”在东京表参道开业，广受好评。

现在，最新的“MARVEL CAFE”将于1月15日在大阪梅田开业。该店的菜单，是从“蜘蛛侠”最喜欢的食物“女王最喜欢的鸡肉三明治”（1499日元）受到了启发，由此开发了很多与电影相关的菜品。此外，1月15日至2月21日的“UMEDA BOX CAFE & SPACE”（大阪市北区）还将销售特地为“MARVEL 女子”制作的原创商品。道子

## 日本人还在寄新年贺卡

随着手机的普及，很多人就不再手写书信，更不用说邮局寄信和贺年卡了。但在日本，即使是网络发达、手机普及的年代，人们也会觉得，给朋友寄贺年卡是表示我心里还想着你，亲手写的字能够给人以温暖。所以说，每年从12月中旬开始，日本人就会开始忙着给自己的亲朋好友、老师同学、同事上司和生意伙伴写贺年卡，动辄上百张，平均每个日本人寄出约15张。

## 始于平安时代

日本人寄贺年卡的历史可以追溯到平安时代。据说，现存的日本最古老的贺年卡是平安时代的学者藤原明衡写的书信例文集《庭训往来》中正月月的例文。有这样一句话：“春天开始的喜悦，首先是向您祝贺。”同时，从平安时代开始，到年初关照过自己的人或亲戚家去拜年的“拜年”习惯也逐渐盛行起来。到大正时代为止，这一活动持续了很久，据说正月里来往联系的人群拥挤不堪。到了江户时代，随着交往变得更为广泛，用书信问候的情况也增加了。

明治4年（1871年），日本邮政制度开始实施，寄贺年卡便开始在普通老百姓当中流行。明治6年

（1873年），日本开始发行邮政明信片。明治20年（1887年）左右，贺年卡数量激增。到了平成16年（2004年），日本的明信片和贺年卡邮寄量达到了顶峰，增加到了44.5亿张。

## 印头像 写祝词

由于家庭电脑、彩色打印机的普及，现在日本人制作贺卡最流行的方式是从邮局买回贺卡，然后自己在电脑上设计，将自己全家人的头像打印到贺卡上面，然后在空白处手写各种祝福语。

不过，在日本寄贺卡也有各种各样的礼仪，这是必须注意的，否则就可能闹笑话或产生误会。例如，不能使用标点符号，因为贺卡是古时候传承下来的一种书信，当时的

书信中没有标点符号，所以贺卡也不使用标点符号；其次，贺卡上写的文字要粗壮有力，看起来像是事务性的信件，所以不要用圆珠笔来写；第三，不能使用“病”“破”“绝”“衰”等忌讳词，也不使用“新年伊始”这样的冗余字眼；还有，对长辈使用“迎春”“贺正”两个词是失礼的，必须用“谨贺新年”“谨贺新春”等词语。莉央



贺卡模板