

“90后”女生网上出租半张床

还有听课笔记、口红、玩具、技能都能“出租”，共享经济玩法多多

本报记者 朱银玲 实习生 楼纯

“出租半张床，我是认真的！”近日，一则招租启事在网上火了，主角是1992年出生的衢州姑娘小樱。

这是一张1.5米宽的双人床，租金650元，租客限定女生。消息一出，网上好的坏的评价蜂拥而至。会有人租吗？还真有。启事挂出去没多久，第一个租客UU就来到了。而且并未提前看房。

近日，钱江晚报记者联系到了这个大胆的姑娘，面对面聊了聊她眼中的共享经济。



小樱出租自己的半张床。

650元出租半张床 来看的人挺多

钱江晚报记者和小樱约在公寓楼下的公园见面，面前这个姑娘时尚、热情。

这并不是小樱第一次在闲鱼上做交易，之前她还卖过跟宠物有关的东西，也从其他卖家那里淘到过一些宝贝。“闲鱼平台带来的最大好处就是让生活的一些事变得更加便利，轻松。”

在谈到出租半张床的原因时，她说：“我真心想一位室友来丰富自己的生活，让自己不再一个人‘煎熬’，然后呢，还有两个很关键的因素，第一就是为了省钱，第二就是为了自己的快乐，就这么简单直接。”

春节前，小樱辞了在泰国的工作，回到杭州工作生活，在公司附近花1300元租了一间卧室，房间不大，但一个人住绰绰有余。于是她在闲鱼上出租半张床，想找个室友和自己一起住，两人还可以分担房租，每人650元。

小樱说，1300元的房租她也能承受，但交个朋友不是更好吗？在她眼中，大多数人是善良友好的，并不担心分担半张床的人会觊觎家里的东西。对于省下的钱怎么花，她也并不想做规划。“钱会用到每一个角落，比如给我宝贝（一只泰迪）买好的狗粮，买新衣服，等等。”

“我在选择床友的时候还是很挑剔的，第一印象很重要，然后是各种基本素质，比如健康的作息、有礼貌、尊重自己，是否真心想要住在这里，是不是那些‘无良分子’中的一员等。”小樱说。

租床信息发布后，反响比她想象的热烈。留言板被各式各样的评论给堵得水泄不通，令人感到遗憾的是，在这里留言的大多数人并不是她想要的租客，只是一些想发表自己独特见解的“看客”，这些见解里，多数充满了偏见。“为什么不找个男生要找女生？”“我是男生我可以睡你地板上吗？”

“不在乎，也不想理他们，随他们说去吧。”小樱洒脱地表示，“这中间也有很多诚心租房的姑娘，来看过房。”

搬家第一晚 她们一起吃了顿好的

最后租了小樱半张床的姑娘UU，是个刚刚研究生毕业的同龄人。“她都没有来看房你知道吗？感觉我们俩是同一种人，很open（开放）的那种，我觉得只有相信美好相信友善的人才会做这样的事情。”

搬家的第一个晚上，她们决定吃顿好的庆祝一下，两个姑娘为此还特地打扮了一番。“就像回到了大学校园。”对于这个“悄无声息”就到来的UU，小樱很喜欢。就像两个熟悉的老友，不仅同床共眠，还共用卫生间，UU洗澡的时候，小樱就在边上整理发型，时不时还会问问UU的意见。

也有人关心，“姑娘也不小了，合住多耽误找男朋友啊！”对于这种声音小樱一点都不在意，“这需要担心吗？”小樱觉得，要担心什么都可以担心，不担心的话这些都不成问题，最重要的是善待自己，享受生活。

“我可能不能精准的说出我需要什么样

的伴儿，但我十分清楚地知道什么样德行的人能进入到我的生命里。”

除了出租床，还能出租技能 共享经济玩法多多

与小樱有着类似想法的人并不少。一个家住北京的1993年出生的妹子，也在闲鱼上发了“出租半张床找室友”的帖子，原来和妹妹合住的她，是因为妹妹搬走后“一个人睡害怕”，才想到找人合租。在上海漕河泾，也有妹子以1400元/月的价格出租半张床。

共享经济原来还能这么玩？

如果你觉得这是“90后”开放的表现，那或许就有些片面了。在闲鱼上，共享经济的玩法很多。

听课笔记、参考资料、口红、玩具、自己的某项技能以及别墅分时租赁。比如一位来自河北邯郸的25岁小伙何超他通过闲鱼分享健身技能“两小时专业陪练500元”的兼职信息，凭借自身高颜值和一身腹肌圈粉无数，3个月以来，每天工作4个小时就能挣到1000元。

几个月之前，闲鱼房东jerry（化名）将自己在上海市郊的一套loft风格别墅放在闲鱼上出租招揽租客，别墅内装修所用的物件也都大多来自淘宝和闲鱼，他说，大多在闲鱼上求租的用户都很年轻，“办party的、好友聚会比较多，并不是单纯的旅游住宿。”

第一财经商业数据中心（CBNData）联合国内闲鱼发布的《90后分享经济消费报告》显示，16~27岁的年轻人用户占比已达55%，90后已成为共享经济的绝对主力。

走进便利店，除了买盒饭还能在智能终端上买进口商品

新零售时代，海淘还能这么玩

本报讯 午休时走进便利店，吃完盒饭，喝杯咖啡时，在一旁的大屏上手指头点点，下单购买一瓶澳大利亚的绵羊油，下班回到家，就能在小区门口的快递柜里拿走。新零售时代的海淘，成为了一种生活方式。

究竟什么是新零售？在杭州电子商务研究院执行院长赵浩兴眼中，新零售是基于生活方式的营销。近日，全球购·新零售·新消费峰会在杭州举行。

当前，在线购物已对实体店带来了巨大的冲击，传统实体店的关店潮从2012年便开始了。不过，随着中国人口红利逐渐消失，在粗放的增长后，电商平台的用户数和营收增

速也开始放缓。眼下，通过电子商务、数字经济、互联网经济而打造的创新实体经济，正成为“新零售”的表达方式，形成一个由新技术驱动而产生的新商业生态。

赵浩兴告诉记者，新零售生态系统需顺应高端化、个性化、注重体验的消费需求以及碎片化、追求便利性、社交化的消费方式。

在天猫国际副总经理邢悦眼中，未来没有线上线下之分。一方面，新技术大数据应用让传统商业更加了解客户以及未来消费趋势，另一方面，有了新技术的沉淀之后，线上也需要往线下走。“线上线下融合是新零售的发生过程，背后的本质则是大数据基于对消

费者全息画像之后，重新把人货场这三个资源进行重合，新零售最重要的是你对消费者以及他们的生活方式而有多了解。”

昨天峰会现场还发布了一款名为“海名微”的智能终端设备，这是盟山科技创始人张国华探索出的一条“互联网+实体商业”的道路。目前智能终端机上有500种商品，涵盖美妆、保健品、奶粉尿不湿等。今年要在全国投下2万台，据了解，这是跨境电商进口领域首次推出的“神器”，一台设备即可完成一键购买全球商品、个人跨境电商限购额度查询、原装进口品质保证溯源保险查询等功能。

本报记者 陈婕