

共享衣橱

晨报记者 苟澄敏

脚蹬8厘米高跟鞋、手拿大牌包包、身着光鲜靓丽服饰……在上海时尚潮流中心恒隆广场、嘉里中心、陆家嘴，你总能在人流涌动里洞悉都市女白领们最IN的时尚潮流。然而，这些光鲜亮丽的“皮囊”真的是属于她们的吗？其实，未必。“买买买”只是最传统的方式，新新人类选择租二手服饰来实现“公主梦”，她们说：这是一种新的生活方式。

6年前，“共享经济”轰轰烈烈，人们似乎开始意识到一切皆可“共享”，于是以都市女性为目标群体的“包月制换衣”服务，开启了“共享衣橱”的新商业模式。然而最近，“共享衣橱”龙头企业“衣二三”发布公告，已于8月15日关闭服务、停止运营，原因归结为业务调整，目前“衣二三”的APP、相关小程序、网页版均无法使用。事实上，最近三年内，“共享衣橱”企业如“哆啦衣梦”、“女神派”等早已相继退出市场。

一个有点“火不起来”的二手租衣市场似乎已经缓缓落下帷幕，“共享衣橱”究竟是不是个伪命题？未来还有没有新的可能性？

曾经高调入市备受资本青睐，如今多家知名企业相继黯然退市

共享衣橱：都市白领想说爱你不容易

大牌衣服是一大卖点 止步更新率、卫生状况

“如果以买一件普通衣服的钱，就能租用知名大牌服饰，不仅可以任意挑选，还能不停换款式，你会不会心动？我会啊！广告上说还可以无限换衣！”5年前，白领陆小姐就被各式各样的“共享衣橱”APP广告所打动，“对于我的收入来说，随心所欲地买大牌衣服简直是‘螳臂当车’。正好，在网络上看到各大二手租衣APP的拉人广告，看看价格十分诱人，我也就‘入坑’了。”

当时，陆小姐同时注册了三四个“共享衣橱”APP，但在高频使用的两年多时间里，实际上却只租到过一件大牌连衣裙，“奢侈品衣服就像那个化好精致妆容的‘卖家秀’，真的想租，你会发现‘待返架’是它们的普遍状态。”

陆小姐回忆说，当时租的是一条黑色小礼服，成功“秒”到的经历着实让她成为这个APP的忠实用户好一阵子。陆小姐说，她最看重“共享衣橱”平台能够给她带来“眼光比实际高一点”的感受，“但这些平台上大牌衣服数量真的太少了。最后我就转向了‘独立设计师品牌’，但这些衣服无论是网络还是实体店都很难觅到踪影，我怀疑这就是‘共享衣橱’的特定合作款。”没了新鲜感，陆小姐渐渐失去了对“共享衣橱”的兴趣。

与陆小姐注重品牌不同，“80后”的马女士虽然很早就关注到“共享衣橱”模式，但始终没有尝试过，“二手衣服租来租去，卫生消毒是个问题。虽然我看很多平台都说自己与专业的洗衣公司合作，但洗衣公司的处理水平与资质依然令我充满疑问。”对于“共享衣橱”相继停止业务，马女士一点也不意外，“其实，很多中国人根本没有对贴身衣物用‘租’的概念，只有特定人群可能会接受吧。”

事实上，在杀入市场之前，各“共享衣橱”平台早就给出了充分的解释，如有“共享衣橱”企业宣称每次租赁的服装均经过清洗、消毒等多达16道程序，但收到的租衣过旧、不干净等情况，在其使用体验中仍不时有人提及。

租衣比购衣是否划算 “共享衣橱”或是伪命题

所谓“共享衣橱”，实际上就是二手服装的租赁模式，以较低价格满足女性对多样化服装的需求。那市面上五花八门的“共享衣橱”究竟是靠什么模式生存下来的呢？

记者在目前仍在营业中的“某托衣箱”APP上看到，会员每月可租2个衣箱，每次可选择3件衣服为299元，如果每次选6件衣服和4个配饰的话需要599元，也就是6-12件服饰。如果按照每月599元租赁费来算，一年消费者在二手衣物上要花费7188元，如果按照一件新衣服平均300元来算，消费者原本可以用月租衣物的钱购买24件新服饰，那如果在二手市场里去淘买旧服饰、平均100元来算的话可以购买近72件甚至更多，不喜欢再卖了，还会进一步降低购衣成本。这样算下来，目前在“共享衣橱”的租

赁成本与购买成本几乎相近。

这，究竟是享受了便宜？还是租了个寂寞？说起来，“共享衣橱”平台在建立之初，主打的是无限换衣的规则，但由于成本压力，各大平台在几年后相应更改了租衣规则。而平台里的服饰来源主要有两种：一种是平台方自己采购，另一种就是与品牌合作，由品牌提供服饰。有网友表示，即便是品牌提供的服饰，在其官方销售渠道往往是销售量很低的产品，爆款、好看的服饰根本不会出现在这些二手租衣平台里。

那“共享衣橱”究竟有没有让消费者获利？又或者这个模式是不是个伪命题呢？上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽表示，所谓“共享经济”是利用社会闲置资源进行二次循环利用，带来一定的经济价值，形成新的商业模式。从这个角度看，“共享衣橱”并非共享经济，而是借着“共享经济”的东风，为租赁商业模式造势。“‘共享衣橱’在创建之初吸引了大量资本，于是就通过大牌服饰、高更新率等方式，在年轻女孩中形成了眼球效应。”崔丽丽说。

但仅仅经过五六年的时间，“共享衣橱”平台就前赴后继地倒下。崔丽丽认为，“2018年以后，这类二手租衣平台几乎没有获得新的资本投资，他们的造血功能根本不足以支撑整个业务模式。这一类平台最早以租赁会员费支撑，后来以租带售。这类平台的主要是20-30岁的年轻女性，她们本来就是相对价格敏感型人群，相同的产品她们会与各种电商平台去比价、还会去二手市场去淘货，相比之下租赁平台的体验也没有那么好。如果平台不能持续推出强力的吸引人的规则，就无法留住这群主力消费者。”

记者述评

共享衣橱，未来还能不能被认可

校园里的免费租借二手服饰超火爆，而面向市场的“共享衣橱”，或许是一门前景光明但复杂的生意。

随着“共享衣橱”头部企业“衣二三”的停止运营，让很多人在唏嘘的同时，还发出了这样的疑问：二手租衣在中国到底有没有市场？能不能被认可？

事实上，共享租衣项目最初出现在美国，2009年美国的共享租衣鼻祖RenttheRunway成立以礼服租借为主，从2016年起开始转型增加日常服装租赁服务。很多人都认为，美国共享租衣市场已经进入较长时间的发展，而中国消费者对于共享租衣观念依旧处于培育期。

中国Z世代的年轻人真的还需要很长时间才能接受租赁服饰的生活方式吗？

记者在采访中发现，事实似乎并非如此。在沪上一所高校就有免费租借衣服的工作室，不但有男女西装、女士礼服、旗袍、男士礼服，还有男女皮鞋、丝巾、胸针、领带等配件……在校学生们只要有需求，都可以到此免费借一套

合适的服饰，只需在相应的时间内归还即可，管理方也会对服饰进行清洗，确保干净整洁。

因为市面上的套装、礼服相对价格较贵，而没有迈入社会的大学生经济能力有限。“90后”的王同学求职季期间免费借了西装去面试，“当时因为不知道未来自己要从事什么工作，感觉买一套西装又贵也不划算，所以就来了。”

像王同学这样的“90后”“95后”借套装的观念已经很自然了，“不会觉得借二手衣服有什么不好意思，只要衣服消毒干净、符合我的需求，我觉得花钱也是可以接受的。”

如此再看二手租衣市场，年轻人似乎正在慢慢熟悉和使用这种生活方式。只是，当需要年轻人掏出真金白银使用时，“共享衣橱”依然需要拿出更强的市场竞争力，毕竟，这或许真的是一门前景光明但复杂的生意。

图片/视觉中国 制图/张继

