



今年6月，宁波开出首张个人垃圾分类违规罚单，当事人海曙市民王先生被罚70元。可见垃圾分类整改绝不是玩笑，判罚也不手软。

在“史上最严”的垃圾分类规则下，人们的消费选择也“被迫”改变。

基础设施，必备装备

垃圾分类风暴席卷之下，各家各户、各个单位几乎都新增了垃圾桶、垃圾袋等垃圾分类必备品。不同颜色、不同型号、不同款式的垃圾分类桶、袋，进入了更多家庭。

现居上海的小海，40平方米的出租屋中新添置了两个垃圾桶；宁波市民胡女士，自社区宣传垃圾分类以来，三室一厅的家中摆放了6个垃圾桶及一个比较大的可回收垃圾箱；温州的潘女士前两天想购买某品牌垃圾桶，被客服告知已经售罄……

“6·18”期间，有颜色区分、分类标识明晰的垃圾袋大受欢迎；价格稍贵的大容量家庭垃圾分类桶也获得了热卖。淘宝上，一款单价208元的日本家用双层干湿分离垃圾桶，月销量超过2.5万。

据阿里指数，今年6月26日至7月2日，前十位搜索词涨幅榜上有3个词与垃圾分类桶相关，其中，“垃圾桶分类”关键词搜索涨幅517.50%，排第四位；“垃圾分类垃圾桶家用”搜索涨幅485.64%；“干湿分离垃圾桶”搜索涨幅419.15%。

除了家庭，社区乃至城市，也需更新大量环卫设备。原本小区每幢单元楼门口只有一个垃圾桶，垃圾分类措施实施后，增加至4个垃圾桶，而不同种类的垃圾需要安排不同的转运线路，这其中也要增加大量垃圾转运车。



垃圾分类催生了哪些新消费？

2

“懒人经济”，神器卖疯

得“懒人”者得天下。“懒人经济”火热的当下，垃圾分类催生的各类神器也迅速卖疯。

“分不清就干脆毁尸灭迹，宁波的垃圾分类条例马上就要实行了，我也跟一波潮流。”最近，家住象山的小贝为自己正在装修的新家添置了一台美国进口“家庭厨房食物垃圾处理器”。在苏宁易购上，这台处理器售价5499元，价格不菲。

这类厨余垃圾粉碎器的逻辑简单粗暴，将设备接在厨房水槽通往下水道的管道上，直接把厨余垃圾打碎，通入下水道，以此逃避分类。

这一发明于1927年的小机器，虽完美踩中“懒人”痛点，却在近100年里未能普及。然而，上海垃圾分类措施的推行，却令厨余垃圾粉碎机的销量猛涨。据苏宁大数据，6月1日到13日，垃圾处理全渠道同比增长612.85%，其中上海地区同比增长991.96%；京东数据显示，“6·18”仅半小时内垃圾处理器的销售额就达去年的3.5倍。

惠而浦、美的集团、华帝股份等公司也在“消费升级”大趋势下，布局新兴厨电产业，推出粉碎机；全装修政策下，精装修楼盘配备厨余垃圾粉碎机也成了房产商的卖点之一。

然而，厨余垃圾粉碎机的使用存在争议，要靠下水道“吞咽”厨余垃圾不是一台机器就能解决的，还要有与之配套的城市污水处理网络。

所以，上海市绿化市容局局长邓建平表示，“在雨污混接改造尚未完成之前，不鼓励家庭采用厨余垃圾粉碎机处理厨余垃圾，建议按照垃圾分类的相关要求，做好垃圾分类投放。下一步，相关部门会加快调查研究，就垃圾粉碎机的使用提出指导意见。”

除此之外，厨房立式水槽过滤沥水袋等垃圾分类神器，也为备受垃圾分类困扰的民众们打开了“新世界”。

3

代扔小哥，月入万元

如今，垃圾分类已成了新时尚，甚至新的社交方式。而这一突如其来的大变化，要想立刻改变中国人的垃圾处理习惯，恐怕不太可能。习惯的培养需要时间，这一关乎全民的习惯要想长久则需“从娃娃抓起”。

6月28日，上海市政府新闻发布传出消息，上海市中小学将垃圾分类作为“开学第一课”，上海市教委正探索将垃圾分类知识纳入中小学教育内容，把垃圾分类知识纳入中考。

电商网站上，以前无人问津的垃圾分类学习教育卡片，销售额悄悄上涨；带桶的小型游戏道具，被网友系在腰上，成了“新时尚”；垃圾分类主题的拼图、贴纸、科普读物，甚至飞行棋等花式周边层出不穷，只有消费者用不到的，没有商家想不到的。

除了消费方式的改变，垃圾分类也催生了新的行业。在不少上海小区，专业看管垃圾投递的志愿者阿姨，每月可有一两千元的创收；彻底包揽扔垃圾业务的上门代扔垃圾小哥，靠勤劳据说可月入上万元。与此同时，类似“代拿快递兼职群”的社群模式，或许也会被垃圾代收业拿去借鉴。

