一笔“换新账”里的内需温度

——从“双11”看以旧换新撬动消费升级与产业向新

■中国城市报记者 郑新钰

10月末的江苏南京，梧桐黄叶铺满街巷，山西路家电卖场内，市民肖女士正在核算一笔换新账单——标价1.1万元的AI智能冰箱，享受“双11”门店让利2800元、国家补贴1230元的优惠，最终到手6970元，折扣低至6.3折。

“旧冰箱还能用，只是功能跟不上需求了。新冰箱存储空间更大，能够根据不同食材自动匹配保鲜模式，手机还会联动推送赏味期提醒。”肖女士表示，其实此前并无换新打算，但“双11”活动期间多重优惠的加持，让自己下决心把“还能用”的旧冰箱换成“更好用”的新冰箱。

个体账本背后，是政策引导与市场活力的双向共振。这也在一定程度上，让内需温度变得具体可感。

1元国补撬动10.3元消费

肖女士的账单，是国家以旧换新政策落地千家万户的微观样本。

2024年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，正式拉开大规模换新序幕。当年1500亿元超长期特别国债，撬动相关商品销售额超1.3万亿元。

2025年资金扩容至3000亿元，补贴品类拓展至12类，实现销售额超2.6 万亿元，惠及超3.6亿人次。

到了今年，国家统一补贴覆盖冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器6类家电，以及手机、平板、智能手表（手环）、智能眼镜4类数码和智能产品；不少地方又把洗碗机、集成灶、智能马桶等智能家居纳入补贴范围，补贴品类越扩越宽，设计始终对准广大群众的真实需求。

前不久，国家发展改革委会同财政部，向地方下达了今年第四批625亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新资金。至此，全年2500亿元消费品以旧换新资金已全部下达。

值得一提的是，第四批下发的625亿元恰逢“双11”同步核销，与平台红包、跨店满减、品类券形成“叠中叠”。正是这样的层层让利，让万元级的AI家电第一次进入许多家庭的预算。

中国城市报记者从商务部获悉，2026年以来，以旧换新带动相关品类销售额超2万亿元，惠及超2.5亿人次；其中家电以旧换新累计超10099万台，数码和智能产品购新超12060万件。上半年，补贴资金撬动比达到1:10.3——财政每投入1元，带动10.3元居民消费。

10月28日，商务部召开全国消费品以旧换新工作推进电视电话会议，要求加快补贴兑付，以更高标准抓好政策实施。

多元工具箱激活换新动能

值得注意的是，相较于2025年3000亿元超长期特别国债规模，2026年用于以旧换新的国债资金调至2500亿元。

不少网友对此心生疑问：补贴盘子有所收缩，是否意味着政策支持力度随之减弱？

事实上，今年扩内需的政策工具箱并不只有直接财政补贴这一项，财政与金融工具协同配合成为政策实施的鲜明特征。

记者注意到，除2500亿元以旧换新专项超长期特别国债之外，今年中央财政还另外统筹1000亿元资金落地促内需六大方向政策包。其中，个人消费贷款贴息政策把覆盖人群多、应用场景广泛的信用卡账单分期业务纳入贴息范围；服务业经营主体贷款贴息政策把数字、绿色、零售三类消费领域纳入政策支持范围。两套贴息机制几乎覆盖大众日常消费全部场景，以旧换新消费行为同样可以享受到政策红利。

简单理解，去年主要靠“直接发红包”；今年是“红包+帮消费者付利息+帮商家降成本”三套工具一起上。

在今年全国两会上，财政部部长蓝佛安表示：“叠加今年消费品以旧换新的2500亿元，力度大于去年。”

粤开证券首席经济学家罗志恒分析，经过连续两年的政策推动，家电等耐用消费品一部分集中更新需求已经得到释放，市场客观上的替换空间出现变化。在此背景下，政策重心不再一味追求补贴资金规模做大，而是转向追求资金使用效益，走提质增效的路径。

好政策最终要落在好体验上。眼下，各地在落实补贴的同时，不断把服务做细：山东菏泽一家电器卖场把“以旧换新年中大促专场”开进社区，免费提供家电安全检测、新房全屋家电方案设计；北京上线以旧换新门店查询、导航等便民功能，帮消费者快速找到门店；不少线下门店把旧机估价、补贴核销、上门拆装拧成一个流程，让换新从一笔复杂的算术题，变成一次省心的下单。

供给向新 让“还能用”变成“更好用”

宏大的统计数字，终究要落回到消费者的购物车里。

国家统计局数据显示，家用电器消费在高保有量基础上仍保持增长，2025年，全国居民平均每百户拥有电冰箱106.6台、洗衣机100.3台，分别比2020年增加4.8台、3.6台；拥有空调161.8台、热水器96.2台、排油烟机73.0台，分别比2020年增加44.1台、5.8台、12.1台。

存量时代，大伙儿为何愿意花钱换新？

中国家用电器协会秘书长万春晖将当前市场特征概括为：基本盘稳定、高速增长难以重现，传统品类放缓、新兴品类高增长，消费者购买逻辑从刚需普及转向改善升级。家电市场增长主线，已经由从无到有转向从有到优。

“存量市场不等于增长空间消失。”商务部国际贸易经济合作研究院副研究员洪勇表示，家电消费正从增量市场转向存量更新市场，从“买得多”转向“买得好”。高能效、智能化、AI家电增长较快，消费者更愿意为节能、健康、智能等功能买单，行业增长将更多依靠产品升级和更新换代。

“双11”的数据揭示了换新的方向。苏宁易购数据显示，自10月12日活动启动以来，AI智能家电销量占家电销售总额比重接近七成，一级能效或水效产品占比超九成；搭载AI导航、支持自动上下水的洗地机器人，可识别衣物材质并匹配洗涤程序的多筒洗衣机，以及实现风随火动、烟灶联动的智能烟灶套装持续走俏，销售额同比分别增长55%、39%和61%。

肖女士的那台冰箱，正是这场迁移的注脚：它不只容积更大，更能“感知”食材、“记住”赏味期，把保鲜的活干得像个懂生活的管家。供给的智能化升级，让换新不再是重复购买，而是生活品质的整体抬高。

账本背面 是一条绿色产业链

“换新账”还有另一面，藏在旧物的去向里。

家住南京的王先生下单换新后，京东工作人员上门拆走旧冰箱，当场完成估价核销。“旧家电被拖走后，大多是进入正规拆解线。”京东工作人员告诉记者，“一台旧家电报废，能拆出铜、铝、钢铁和多种可循环材料；一台新冰箱进门，带来的是更低的能耗和更‘聪明’的芯片。”

商务部数据显示，2024年至2025年，家电换新中一级能效产品占比超90%，补贴新车里新能源车型占比近六成；两年来，规范拆解废旧家电及手机约5300万台，年均增速约12%，打通了“销售—回收—资源化利用”的产业闭环。

需求侧的每一次选择，也在重塑供给侧的方向。

“以前我们卖家电，只管送新、收旧；现在整套链条打通，回收、拆解、再生、原材料回流制造，已经成为企业稳定的第二增长曲线。”国内头部家电企业换新业务负责人告诉记者，政策持续引导绿色智能消费，倒逼企业同步布局回收体系，新品研发、旧物资源化双向发力，消费升级和绿色制造形成正向循环。

据商务部流通业发展司司长李佳路介绍，商务部将积极支持绿色化、智能化、专业化的分拣中心建设，鼓励地方政府对分拣中心建设改造予以政策保障，引导更多再生资源流向改造后的分拣中心，带动再生资源回收行业高质量发展。同时还将推动各地明确回收模式、压实地方责任、用好财政资金，进一步完善再生资源回收网络。

陕西西安：入境游消费热

近日，陕西省西安市莲湖区回民街美食文化街区人气旺盛，不少外籍游客在此挑选特色小商品、选购服饰，驻足品尝地道美食。随着入境游配套服务持续优化，西安文旅消费活力不断释放，古城烟火气吸引全球游客前来深度体验。

人民图片

