



如何激发以旧换新的消费潜能

中央财经委第四次会议强调，要推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造，鼓励汽车、家电等传统消费品以旧换新，推动耐用消费品以旧换新。围绕消费品以旧换新的一系列问题，学习时报高端智库版组织此次三方笔谈。

激发有潜能消费的重要一招

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长 刘 涛 研究员 陈丽芬

推动消费品以旧换新，是激发有潜能的消费、满足消费升级需求、提高人民生活品质的重要举措，对扩大有效益的投资、形成消费和投资良性循环、推动消费品行业提质增效具有积极促进作用。

推动消费品以旧换新是兼顾长期、必要且可行的重要举措。一方面，消费恢复和扩大的短板主要在商品消费。2023年，我国经济总体回升向好，但仍面临有效需求不足的制约。从具体情况来看，以餐饮、交通出行、文体娱乐为代表的服务消费快速增长，但商品消费增长相对疲弱。2023年，我国服务零售额比上年增长20%，远超过商品零售额5.8%的增速；2024年前两个月，服务零售额同比增长12.3%，增速仍高于商品零售额7.7个百分点。汽车、家电历来是商品消费的“大头”，两项合计占到2023年限额以上单位商品零售额的34.7%，但2023年汽车零售额增速为5.9%，家电音像器材零售额增速仅为0.5%。

另一方面，耐用品换新是激发商品消费潜能的重点。从国际经验看，当人均GDP达到一定水平时，居民耐用消费品增长主要体现在结构变化上，由增量扩张驱动更多转向存量优化驱动。2023年，我国居民人均耐用消费品占人均消费总支出的比重超过20%，平均每百户空调、彩电、冰箱拥有量已处于基本饱和状态。相当一部分家庭正在使用的家电产品是在2009年—2011年以旧换新政策期购置的。根据主要家电产品8—10年的安全使用寿命来估计，这部分家电已经或即将进入淘汰报废高峰期，具备更新换代的需求基础。据有关机构测算，仅2020年就有接近1.8亿台家电产品达到安全使用年限；2022年汽车市场换购需求占总需求的比重约为36%，预计到2024年将提高到44%，2025年进一步升至48%左右。

与此同时，消费品行业升级与耐用品换新相互促进。近年来，随着新兴技术的不断进步和经济发展的绿色转型，我国消费品行业数字化升级步伐加快，多个自主品牌的新能源汽车在智能化技术、辅助驾驶方面具备领先优势，动力电池技术取得新突破，受到越来越多消费者的青睐。2023年12月，新能源汽车国内零售销量中自主品牌的占比达84.8%。国产家电产品智能化发展势头同样迅猛，通过物联网、人工智能等技术手段实现远程控制、语音交互、场景定制等功能，为消费者带来更加便捷、舒适的体验。消费品行业供给端的升级发展，为居民耐用品换新提供了更多新选择，有利于更好满足个性化、多样化消费需求。与此同时，消费作为最终需求，可以为有效投资和供给侧创新提供基础与方向，能够为消费品行业发展新质生产力创造市场条件，促进更有质量和效益的增长。

在此背景下，国务院发布推动消费品以旧换新行动方案，既利当前、更利长远，不仅必要、而且可行，有利于释放汽车、家电等“大件”商品消费潜能，使高质量耐用品更多进入居民生活，并扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环，为推动经济高质量发展、提高人民生活品质提供有力支撑。

推动消费品以旧换新需要重点关注三个问题。一是更新换代潜在需求大，但消费能力仍在修复。耐用品消费更多转向存量调整阶段，居民消费行为的突出特点是以性能更优、质量更好的商品来替代性能差、已经过时的商品，也正因如此，为满足换新需求所支付的价格也呈提高趋势。例如，2022年美国汽车保有量超过2.7亿辆，相当于每10个美国人就拥有8辆汽车，新车平均置换率

为41.1%，授权经销商的新车平均售价为4.6万美元，比2002年上涨77%。但目前来看，受多种因素影响，居民消费能力仍在修复中，将居民消费品以旧换新的潜在需求转化为现实需求，需要有大力的优惠政策来支持。

二是更新换代规模可观，但回收循环利用体系还不完善。据统计，2023年我国汽车保有量约为3.4亿辆，冰箱、洗衣机、空调等主要品类家电保有量超过30亿台，汽车、家电更新换代能够创造万亿规模的市场空间。但要看到的是，目前家电、汽车等耐用品回收循环利用体系还不完善，具备资质的回收企业少、分散式的个体户多，专业技术人员较为缺乏，相关监管仍有空白，废旧家电通过正规渠道回收的占比不到一半。上一轮以旧换新政策实施中，回收、拆解等环节也不同程度存在问题。例如，回收企业无法取得发票进行税收抵扣，拆解企业覆盖范围小，回收后送旧成本高，部分家电被小商贩回收后又流入二手市场等。此外，回收处理不当，还会造成资源浪费和环境污染。

三是更新换代需求集中释放，但可能产生透支效应。上一轮以旧换新政策叠加家电、汽车下乡等活动，政策刺激效果显著，但也提前释放了部分需求。随着政策到期和退出，一些以旧换新商品销量出现下滑，进而传递到上游生产端，带来一定的产能过剩风险。因此，有必要有序引导更新消费、梯次消费，持续稳定释放消费潜能。

以政策“组合拳”形成消费品更新换代规模效应。一是强化政策支持引导，提高居民消费能力。坚持市场主导、政府引导，充分调动各方参与推动消费品以旧换新的积极性。中央财政和地方财政联动，加大财政、税收等政策支持力度，合理设定政策实施期，细化

明确不同类别产品的优惠，并使补贴优惠直达消费者。对欠发达地区予以一定的财政支持。鼓励生产企业、互联网平台等多方参与，引导商家适度让利，形成政策合力。鼓励企业针对农村地区研发生产更多经济实惠、适销对路的产品。建立健全监管制度，防范骗补等情况发生。

二是健全回收循环利用体系，构建“换新+回收”全链条闭环。进一步完善废弃电器电子产品回收规范，加强再生资源回收渠道建设，支持互联网平台、生产企业等建设逆向物流，扩大回收网络覆盖面。推广资源回收企业向自然人报废产品出售者“反向开票”做法，改进增值税征管标准和方式。优化报废汽车回收拆解企业布局，建立新能源汽车电池统一回收平台，提高回收率。

三是以耐用品换新引领消费品行业升级，促进供需高水平动态平衡。引导生产企业积极把握消费品以旧换新过程中展现出来的新特点、新趋势，及时捕捉不同年龄、不同类型消费群体的新需求，大力推广应用柔性化、智能化生产模式，加快推进数字化从单点突破向全链条扩散覆盖，提升产能灵活转换和快速响应能力。对标国际先进水平，发挥节能低碳、健康安全等标准引领作用，推动相关标准制修订、升级、落地实施。加快完善家电产品质量安全标准，推动国内标准与国际标准对接，提高国际标准转化率。

四是加大政策宣传，充分释放政策红利。利用社交平台、新媒体、电视、广播等渠道，宣传消费品以旧换新政策信息。加强政府与行业协会、龙头企业之间的合作，细化具体商品补贴标准，让消费者更直观、便捷地享受政策优惠。鼓励企业、行业协会等为消费者选购提供有针对性的咨询服务。

观念的影响，废旧电器回收难也是造成消费者换新消费受阻的重要因素之一。有的旧家电如空调、热水器、厨房电器等，消费者自己拆不了，需要专业人士上门拆除；有的家电体积大、重量重，很多冰箱、滚筒洗衣机重量都在100斤以上，搬运是一大困难；另外，现在个体商贩回收占80%，缺乏专业回收渠道和规范的定价机制，家电回收体系不畅通不健全。因此，推动以旧换新的难点在“最后一公里”，就是消费者最期待的上门回收，而这需要家电制造商、销售商、回收企业、消费者和相关部门携手，合力打通家电回收的堵点卡点。对此，应在法律上明确家电生产者、销售商、消费者的责任，鼓励家电销售商做回收，使其发挥旧家电回收主渠道作用；对回收企业提供税收优惠，减轻其税负；加大对非法拆解的查处力度；鼓励和引导消费者把旧家电交给正规的回收商；为废旧家电回收提供支持，如为废旧家电回收后的临时存放点提供用地保障等。

绿色高效的回收体系紧密连接再生资源循环利用的前端分类与末端处置，是确保再生资源实现高效、高值利用的关键环节，同时也是释放家电家具更新消费潜力、推动绿色发展战略实施的重要一环。当前，再生资源回收利用还存在诸多制约因素，在完善回收利用体系、推动回收产业优化升级等方面仍有不足，需要通过进一步的政策引导、模式创新和技术赋能等，持续推动再生资源回收利用行业的高质量发展。

一是构建全域覆盖的回收网络，通过“多网融合”实现应收尽收。应充分认可回收利用体系建设的公益属性，将废旧电子产品、废弃大件家具等再生资源分类收集及无害化处置设施纳入环境基础设施和公共基础设施范围，保障合理用地、物流路权、资金投入和政策补助，让企业形成稳定预期，增强进行技术设备更新和产业升级的动力。在具体实践过程中，通过科学布局再生资源回收网络，在主城区、农村地区分别以特定户数为单位，合理设立回收网点，实现各区、县（市）全面覆盖。同时，推进回收网点规范化建设，制定再生资源回收指导目录、生活性再生资源回收网点建设管理规范和综合型再生资源分拣中心建设管理规范，不断完善网络筹备、分拣能力良好、管理规范的废旧物品回收体系。全面推进生活垃圾分类网点、再生资源回收网络、生态环保工作推进等“多网融合”，实现应收尽收，为废旧家电家具等再生资源回收利用奠定坚实基础。此外，扎实推进一刻钟便民生活圈建设，通过设置废旧家电家具暂时存放点，提供一站式上门回收服务，方便居民生活，打通大件家电家具回收处置的“最后一公里”。

二是探索政府主导、企业运营的市场化运营模式，不断提升可再生行业集中度。比如，杭州市以国家废旧物资循环利用体系重点城市建设为契机，发挥民营经济活跃的优势，鼓励社会资本进入再生资源回收利用领域，大力培育再生资源回收龙头企业。政府通过购买服务、签订战略合作协议等方式，引导企业加强对较为分散的前端回收主体的整合，扶植企业降成本、提效益，不断提升竞争力。同时，龙头回收企业逐步延伸产业链，实现自我造血。通过自建现代仓储管理体系、物流管理体系和末端再生资源利用产业群，培育资源循环利用产业链，实现上下游产业链融合，有效推动分类处置、资源利用、废物处置的一体化运作。这种产业链的延伸凸显了垂直整合带来的成本优势，行业集中度不断提升。推动多主体合作，要积极探索并推动互联网+以旧换新回收、回收企业+处理企业回收、EPR（生产企业的全生命周期管理）回收等，以及回收龙头企业整合再生资源行业上下游的全产业链整合发展路径，创新商业模式，提升回收水平和产业链服务能力。同时，加强数字化监管平台建设，覆盖全链条多主体。

三是数字化赋能产业链服务平台，探索完善“互联网+”回收模式。以数字化改革为引领，

完善再生资源回收体系建设

不断完善“互联网+”回收模式，实现前端收集一站式、循环利用一条链、智慧监管一张网，实现社区和乡村的广覆盖，持续赋能公众、企业和政府。公众可通过“一键回收”等APP小程序线上预约回收服务，“一键呼叫、1小时上门”，享受便捷上门服务，并建立绿色账户和碳账户，通过积分兑换奖励机制激发全民参与积极性。企业则通过数字化实现行业标准化和智能化，提高运营效率，实现全体系可复制。企业设计、建设、运营的整装化数智分拣中心，通过全闭环可回收物分拣线、再生资源分拣数字化大脑、AI识图智能分拣技术等有效解决场地、成本、技术、环保和安全等分拣中心建设痛点。政府整合各部门数据，构建“交投—收集—运输—分拣—拆解—利用”数字监管体系，实现可追溯、可查询，促进回收体系产业化升级，并为智慧城市大脑提供碳减排数字化台账支持。接下来，应继续加强科技赋能，持续深化产学研用融合协同创新，强化关键技术装备研发，探索更绿色高效的回收处理技术，加速物联网、人工智能等技术与回收行业的结合，改变再生资源回收行业创新能力不足的现状，实现行业从劳动力密集型向技术资本密集型的转型。

浙江省杭州市委党校（行政学院）副校（院）长 王柳

以旧换新需要走出认知误区

中国家用电器协会执行理事长 姜 风

家电产品与消费者日常生活息息相关。改革开放40多年来，随着我国经济快速发展，人民生活水平大幅提高，家电产品在我国迎来全面普及。据统计，截至2022年末，我国城镇居民平均每百户彩电、空调、电冰箱（柜）和洗衣机拥有量分别达到120.6台、163.5台、104.4台和100.6台，农村居民平均每百户拥有量分别达到了116.5台、92.2台、103.9台、96.8台。

对于家电产品，很多消费者存在一定的认知误区，认为只要没坏就可以一直使用，只要可以维修就不想更换，甚至觉得把还能用的家电换掉是一种浪费行为。实际上，家电产品和食品一样，也有“保质期”。根据《家用电器安全使用年限》，冰箱和空调的安全使用年限为10年，洗衣机、热水器、吸油烟机为8年。以此进行测算，2022年冰箱、冷柜、空调、洗衣机等重点产品在我国的新量总和约为1.5亿台，理论上占2022年内销量的比重超过80%。但实际上，空调的实际更新率可能不超过

50%，冰箱、洗衣机的实际更新率60%左右，这意味着有大量家电产品正在超期服役中，甚至存在大量使用超过10年甚至20年的家电产品。

这些超期服役的家电产品，一方面存在各类部件或材料线路年久老化导致人身伤害和财产损失的安全隐患，比如漏电、漏气、起火、机械危险等，并且超期使用时间越长发生事故的的概率越高；另一方面，超期服役家电产品的功能和性能已经全面落后于当前的新产品，对水、电和燃气的消耗量也会随产品性能的衰减而逐步增加，反而增加用户的电费、水费和燃气费支出。

对比旧产品，新的家电产品更节能，性能也更好。一方面因为现在的家电产品普遍采用了更先进的节能技术，另一方面旧家电经过10年以上的使用，产品本身能效会大幅度下降，导致耗电量上升，如使用10年以上的空调，耗电量会上升20%。现在的电冰箱，采用更高效的变频压缩机、更精确的温湿度控

制技术，乃至最新的人工智能技术，不仅更加节能，而且保鲜效果更好、食物保存时间更长更新鲜。现在的洗衣机可以自动感知衣物的重量、脏污程度，精准投放洗涤剂，自动选择水量、洗涤程序，更加节能省水，而且具有比过去产品更丰富的功能，针对一些以前不能在家洗的衣物，比如羽绒服、羊毛、丝绸等，都设有专门的洗涤程序，消费者在家也可以洗得很干净。而采用了更加高效的压缩机、换热器和智能控制算法的空调不仅更节能，舒适性也更好，吹出来的风更柔和，有些产品甚至可以为用户定制健康舒适的空气解决方案。

由此可见，家电以旧换新的背后不只是一笔经济账，还是一笔环境账、资源账。这些创新的产品和场景化解决方案在为消费者带来更美好生活体验的同时，还可以大幅降低因家电超期服役带来的安全隐患，显著降低能源消耗，减少温室气体排放和资源浪费。

当然，我们也要看到，除了受到旧