

以旧换新进行时

直播电商与国补政策双向奔赴

本报记者 孙庆坤

“以旧换新，安徽是有国补的。安徽的宝宝买这款洗衣机只要下载云闪付，绑定银行卡实名认证就能享受国补了。”来到位于青岛崂山的海尔直播基地，记者看到，直播间里主播正在为一位IP地址为安徽的用户解读当地如何享受国补政策。2024年消费品以旧换新政策推出以来，这样的场景几乎每天都在直播间出现。

数据显示，以旧换新政策效果显著，整体带动相关产品销售额超1万亿元。为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，大力提振消费，此前，商务部等4部门办公厅关于做好2025年家电以旧换新工作的通知发布。

新一轮国补政策落地后，作为近年来零售交易增量的主要来源，各直播电商平台纷纷协同企业，根据市场需求创新供给，持续推动绿色家电、智能家居等消费品补贴加码扩围，已成为品牌推广以旧换新国补政策的新渠道。同时，国补政策也助力直播电商平台生态更加繁荣，创作者与消费齐增，成为直播电商平台发展的加速器。

电商助力国补政策落地

“2025年国补政策全面启动后，快手已上线10个省份，商家超800家，覆盖商品9000余款，同时开始试点平台自营和一品多商新模式。”快手电商消费家居行业总经理李好向记者介绍，“从去年到今年，我们国补的品类也逐步拓宽，从原来的8类扩展到12类，新增微波炉、净水器、洗碗机、电饭煲等，还扩展了手机、数码等3C类目。”

记者了解到，为推动国补政策高效落地，快手电商持续向以旧换新专项倾斜现金资源及流量资源，联合品牌、回收服务商投入10亿元现金补贴。对于国补商家，快手电商还将通过川流计划、扶播计划、新商政策等给予额外流量支持。

国补政策推行之后，众多消费者对国补的具体政策、参与国补商品的具体信息等并不清楚。“很多消费者并不是没有消费需求，能力，仅仅是对国补政策不了解。”中国人民大学经济学院教授赵勇说。为助推国补政策普及，各电商平台纷纷利用平台触达率高的优势，进行站内站外多渠道宣传。

乘坐青岛地铁2号线，满车的“海信蓝”让人赏心悦目，“买海信家电上快手”的标语随处可见。快手与海信等品牌合作，利用线下大屏、地铁广告等多途径宣传国补政策，引导消费者领取国补后下单。“我们和快手包下了一整条青岛地铁2号线宣传国补政策。”海信中国区线上发展事业群总经理王玉麟说。

为简化消费者领取国补步骤，今年天猫与银联达成合作，接入云闪付。在淘宝APP上线“政府补贴”小程序，自动识别用户可领取的补贴及可选产品，实现了免跳转领补贴。

“去年9月，我在电商平台刷到了国补的信息，就立刻购买了电视机、冰箱等好几件家电。”来自北京的消费者陆涛分享了自



图① 在海尔直播基地，快手电商主播在介绍国补政策。

本报记者 孙庆坤摄

图② 青岛海信品质之家家电以旧换新宣传告示。

(资料图片)

快手电商数据显示
国补政策推行后，
平台用户购买力显著提升，
2000元以上家电商品销售额
提升 **68%**

参与以旧换新国补
活动商家商品交易
总额较活动上线前
提升 **102%**



今年以来，国补政策持续加力扩围，为消费市场注入了强劲活力，推动市场进一步回暖升温。

然而，在政策落地过程中，一些地区单一支付方式、支付界面操作复杂、高价产品无法参与分期购买等情况时有发生，在一定程度上影响了消费者的购买热情，也削弱了政策的实施效果。在小红书上，关于“国补怎么用”“国补支付方式”等词条的内容量多达20万条，既显示出消费者对于参与国补的热情，也说明了当前的支付体验和服务仍有较大提升空间。

李思雨

简化补贴优惠的申请流程，鼓励支付环节实现立减是优化支付服务的有力之举。当前，各地区国补申领方式多样，缺乏统一规范。部分商家要求消费者先全额支付，再提交申请，经等待后补贴才能返还账户，这使得资金长时间被占用，不利于消费者资金的灵活调配和二次消费。前不久，商务部发布的《手机、平板、智能手表(手环)购新补贴实施方案》中提出，要以方便消费者申领购买为目标，以操作简便、好用快捷为原则，以支付立减为主要方式，合理设计补贴申请流程。实现在购买产品时即可直接享受补贴优惠，不仅减少了繁琐手续和等待时间，还能让消费者切实享受到实实在在的优惠，有效提升消费积极性和体验感。

丰富贴近消费者习惯的支付方式，是进一步降低国补产品购买门槛、扩大消费人群和规模的重要举措。以往以旧换新政策实施情况为例，一些引入多种支付方式的地区，消费者在支付时能根据自身习惯和偏好自由选择，极大地提升了支付便利性，进而激发了更旺盛的消费热情。因此，地方相关平台应积极接入多种支付渠道，充分使用消费者已习惯的支付方式，满足多样化、便利化的支付需求，让政策红利能够顺畅地传递给每一位消费者，切实提升消费意愿。针对价格较高的产品，一次性支出金额较大往往会让消费者望而却步。电商平台可适时推出互联网信用消费产品、免息分期付款优惠等，将大额支出分解为小额分期支付，降低消费门槛，吸引更多有消费意愿但支付能力有限的消费者，进一步扩大消费人群。

在以“真金白银”惠民惠企的同时，筑牢支付的安全防线也不容忽视。随着多样化支付方式不断上新，支付安全成为消费者关注的焦点。不少消费者在申领国补时顾虑支付方式的安全性，担忧个人信息泄露。一旦发生信息泄露或支付安全问题，不仅会给消费者带来经济损失，还会降低消费者对补贴政策的信任感。因此，支付平台要运用多重加密技术手段对支付链接进行验证，从源头上防止消费者账户被盗用，并建立完善的预警机制，利用大数据分析等技术手段，实时监测交易行为，及时发现和处理异常交易，确保每笔交易闭环、可溯，有效防范骗补套补行为，让消费者安心消费。

国补促进电商进阶发展

无需复杂的妆造和灯光设备，只需要一部手机就能搞定。快手家电电商直播达人祝哥国补主题的直播刚刚开播10分钟，直播间人数就已达到1.4万人。

“这还是工作日的上午，如果是晚上或者休息日，直播间观看数量就可想而知了。”祝哥骄傲地向记者介绍，“国补政策推行后，我的直播间人数暴涨，最少的时候也有几千人，上万人是常事。”

以前祝哥一场直播卖家电能卖到几百万元。2024年10月，祝哥专门开设了一场国庆带货国补专场直播，商品交易总额单场突破2000万元。

看到这种巨大的吸引力，大量品牌商家入驻电商直播平台，参与以旧换新国补活动。2024年9月以后，快手平台参与以旧换新国补活动商家数量成倍增长，参与国补商品突破百万，参与用户数环比增长15%。

“之前，有些一级能效或者价格较高的高端家电，用户购买时会比较犹豫，导致这部分商品市场活跃度相对较低。国补政策专门给一级能效家电补贴20%，这直接提升了用户的消费欲望和购买力，大幅增加了这些产品

的销量。”海尔新渠道总经理周全告诉记者。

以2025年“抖音商城年货节”为例，从今年1月2日至22日，抖音商城的日均成交额实现了69%的同比大幅增长。其中，参与国补的手机销量实现了300%的环比增长，5000元热门手机的搜索量也同比增长了200%。

快手电商数据显示，国补政策推行后，平台用户购买力显著提升，2000元以上家电商品销售额提升68%，用户均价提升29%。绿色环保家电产品畅销，一级能效产品销售占比69%。2024年10月至12月，以旧换新国补活动上线后，参与以旧换新国补活动商家商品交易总额较活动上线前提升102%。

放大电商国补叠加效应

国补政策因地制宜、一地一策，而直播电商平台面向全国，是个全国统一大市场。因此电商与国补的融合也存在一些障碍。

“直播间用户来自全国各地，对我们来说，要记住不同地区国补政策的不同，下单的不同步骤并不容易，需要我们及时更新、整理相关政策。除了这张给用户看的提示牌，我们还要做到对不同政策全文背诵，张口就来。”海尔直播基地刚刚开播的一位助播指着身边写

新场景激发新活力

本报记者 刘成

青岛市李沧区因地制宜，结合自身商贸产业发达、交通区位优势，积极打造消费新场景，发挥新业态的集聚效应，成为促进消费增长的重要举措。

走进位于青岛市李沧区的李村苏宁易购广场店，只见店内人头攒动，正在选购冷柜的青岛市民戴国耀说：“父母家里缺个冷柜。我去年在这里享受国补政策，购买了两台冷柜，新一轮国补政策出来一算，心仪已久的冷柜价格非常合适，就打算给父母也添置上。”

现场，销售人员罗娜按动着计算器，为戴国耀计算着折扣金额。原价4999元的海尔卡萨帝某型号立式冷柜，叠加国补、厂补、店补最终落地价为3300余元，优惠幅度近七折。

“像今天这种非周末的销售日，冷柜日均销售量能达到5台左右。”罗娜介绍，“叠加2025年国补优惠因素，没想到冷柜能成为近期的‘销冠’。”

冷柜销量的“异军突起”，成为近期李沧区新的消费热点。“我店近期家电销量同比增长超二成，其中冷柜销量同比增长54%。除了冷柜外，85英寸以上电视机销量的提高，也是近期的一大消费新现象。”苏宁易购青岛大区消费电子采销总监胡荣武介绍，“从近期销售数据来看，85英寸以上电视机选购比例已超三成，叠加2025国补后，这一现象更为明显。”

新能源汽车的销售也持续火爆。位于青岛市的方程豹李沧直营店内，前来看车的市民络绎不绝。

“去年12月一个月，我们新推出的豹8车型就售出2560辆，李沧中心直营店新能源汽车销量达76辆，订单数量突破100辆，环比增长21%。”方程豹李沧直营店负责人徐加生说。

来自山东威海的林雨专程赶来看车，在了解目标车型配置并完成试驾后交付定金，即将完成提车。“新推出的豹8车型很吸引我，尤其是搭载了华为ADS3.0，销售价格低于我的预期，试驾体验也很不错。”林雨介绍。

据了解，方程豹李沧直营店作为青岛首店，以其直营新模式和以客户需求为核心的服务理念，吸引了众多消费者。而在其所在的虎山路街道，致力于打造特色汽车街区，集聚了众多新能源汽车品牌入驻。

“我们打造特色汽车街区，强化服务职能，促进街道与企业、企业与企业、合伙人之间的合作。”李沧区虎山路街道副主任李海涛介绍，“针对特色汽车街区车企需求，让汽车销售走进机关、社区、企业，近期组织开展各类展销活动7场，助力车企销量提升。”

“二次元”消费是李沧区近期另一大新消费场景，备受青年人群喜爱。去年8月，位于青岛市李沧区的维客星

城地铁生活城开业，李沧区逐步打造起山东省最大的二次元街区。在这里，一个名为“醉红谷子地”的二次元商业区有多家二次元店铺，吸引了一众前来“吃谷”的年轻人。

“我今天过来主要是奔着购买《原神》二次元产品来的，在这里，谷子、手办、扭蛋、一番赏、万代高达、卡牌毛绒、卡游、国模等产品十分丰富。更关键的是，这里氛围好，经常搞二次元随舞、市集、漫展等活动，已经成为我们‘吃谷’人的集散地了。”二次元爱好者高若宁介绍，作为二次元爱好者，高若宁常年穿梭于全国各大二次元街区，她通过抖音平台打造的二次元账号在圈内小有名气。

借助“双地铁”交汇的优良交通优势，李村商圈已成为区域二次元消费集聚地。据了解，目前李村商圈已入驻谷乐屋、7点谷、暴蒙、番之谷、魔力玛特、潮玩星球、Bia唧屋等众多知名二次元品牌，定期开展各类融合活动，已形成独特的潮流文化圈，吸引了众多二次元爱好者慕名而来。

李村商圈办公室副主任吕良涛说：“我们将把李村商圈打造成引领未来的潮流文化街区，集休闲、娱乐、潮玩、交友、放松于一体的运动潮玩专区，为年轻人创造一个可容纳丰富二次元主题与丰富娱乐业态的潮流新场景。”



在位于青岛市李沧区的顺祺新里比亚迪汽车4S店内，销售人员正通过网络直播介绍以旧换新及产品优惠政策。

丁之摄(中经视觉)