

以旧换新进行时

天津扎实推动以旧换新落地见效

本报记者 周琳

今年以来,天津市商务局推动全市2000余家线下经营主体及线上平台参与消费品以旧换新。一季度,天津市商务领域累计发放以旧换新补贴资金7.3亿元,促进汽车更新2.1万辆,家电销售36万台,手机数码产品销售40.7万台,电动自行车销售3.4万辆,拉动社会消费超过57亿元。

低碳出行新风尚

3月30日,记者在位于静海区的爱玛科技股份有限公司生产基地看到,几辆大货车正在装载电动自行车。“按照国家补贴政策,电动自行车以旧换新可节省不少钱。”在生产车间,爱玛科技的网络主播梁红梅正向网友介绍电动自行车,直播间的以旧换新海报吸引了不少消费者同时在线选购。

“以旧换新政策点燃了消费者的购买热情,我们的销售数据非常好。”爱玛电动车东方红路店负责人马文胜说。

正在购置新电动自行车的顾客王晶晶算了一笔账:她的旧电动自行车可以折价300元,加上以旧换新的补贴价格,原价2699元的电动自行车实际仅花费1900多元。

为了简化消费者享受补贴政策流程,天津各电动自行车销售门店纷纷推出旧电动自行车线上估价、预约回收等一站式服务,消费者在购买电动自行车时可直接享受政策立减补贴。

天津市还鼓励销售单位在政府补贴的基础上叠加优惠,形成“政府+企业”的双重激励。例如,爱玛科技在2024年3月联合天津市自行车电动车行业协会推出“不限品牌旧车换购指定车型最高抵1000元”活动,并赠送头盔和保险,吸引超5000名市民参与。

在电动自行车以旧换新政策实施后,前往门店咨询、购买的消费者数量明显增多。国家



在湖南岳阳,消费者参与以旧换新活动购买新电视机。新华社记者 陈思汗摄

税务总局天津市静海区税务局前置辅导服务,逐户走访参与以旧换新的电动自行车销售企业,讲解开票注意事项和政府补贴相关税务处理流程,推动政策红利精准落地。

品质生活更升级

“绿色家电最高可享2000元补贴优惠”——这是最近天津市苏宁易购春曦道店家电销售网点挂出的新横幅,该销售点负责人吴俊说:“今年的以旧换新活动规模大、优惠力度

强、绿色导向明显,为低耗能家电带来了一大波流量。”

根据天津家电以旧换新补贴措施,消费者购买2级及以上能效或水效标准的电冰箱、洗衣机、电视机、空调等8类家电产品,补贴标准为产品最终售价的15%,对购买1级及以上能效或水效标准的,给予产品最终售价20%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过2000元。

金融机构积极为扩内需促消费添砖加瓦。中国农业银行天津市分行个人信贷部副总经理阮凌霞介绍,为鼓励消费,该行推出网捷贷、集团e贷等产品用于支持住房装修、购车、教育等多个消费领域,灵活的额度和简便的手续大大提升了客户的消费意愿。

为确保家电以旧换新顺利开展,天津税务部门依托税收大数据,精准匹配政策措施适用纳税人,通过电子税务局、征纳互动平台、网格员群等方式,为纳税人提供以旧换新销售货物税务处理、风险防控等涉税辅导,引导纳税人规范核算、依法纳税,同时向企业精准推送适用税费优惠政策,帮助商家畅享税费优惠,增强发展信心。

天津市税务局发布的数据显示,2024年10月至2025年2月,受国家补贴、地方政府支持和企业让利等因素带动,电视机等家用电器、冰箱等日用家电零售同比分别增长24%和67.3%。

绿色发展向“先”行

以旧换新政策在促进家电消费升级的同时,也推动了废旧家电回收利用产业的发展。越来越多相关企业积极调整产业结构,加大研发投入,推动产业优化升级。

TCL奥博(天津)环保发展有限公司每年可以回收超过10万吨废旧冰箱、空调、洗衣机以及电视机等家用电器。2024年,TCL奥博的新生产线完成调试,开始生产。

“过去的生产线只能处理4厘米至5厘米的家电塑料碎片,新生产线经过热熔洗、硅胶

去除、静电分选、色选、造粒等10多道工序,可以进一步处理成3毫米×2.5毫米大小的塑料粒子。”TCL奥博生产主管胡春磊说。

一头是废弃旧家电,另一头是应用在汽车、家电、新能源等各个领域的重要原材料。生产线的“焕新”上线助推TCL奥博完成了从粗放型拆解向高品质终端产品的华丽转身。以旧换新政策正助力以TCL奥博为代表的循环经济产业迎来全新舞台。

为支持企业加快产业“焕新”进程,天津市税务局在落实落细支持绿色发展系列税费优惠政策基础上,深入推广资源回收企业向自然人报废产品出售者“反向开票”政策,打通资源回收堵点卡点,推进资源回收利用行业全产业链规范发展。

“公司总部设立了循环产业基地,今年以来家电类回收量较去年同期增长71%,预计全年处理量将达到500万台。以旧换新促进了家电产业“焕新”,公司进一步构建完善了回收网络与高效处理体系,实现了废旧电器电子产品从源头到终端的全链条管理。”TCL奥博总经理朱福说。

走进天津市经济技术开发区,TCL奥博、格林美、新能、中南等行业龙头集聚在这里,一条条专业拆解生产线忙碌运转,废旧机电、废弃电子产品、报废汽车、废旧动力电池等产品在这里变废为宝。

金融活水也在为激发以旧换新市场活力贡献力量。2024年以来,农行天津市分行积极对接汽车经销商,推出“千城万店农行汽车节”系列活动,通过“0首付”“分期有礼”等优惠措施,助力汽车销售。据中国农业银行天津市分行信用卡中心总经理冀虹介绍,截至2024年底,该行实现汽车分期交易额逾20亿元,信用卡消费额超200亿元。

“后续,我们将重点围绕家居家电、手机数码等领域开展消费促进活动。同时继续支持消费升级与新兴消费领域的发展,探索与汽车、家居、文旅、教育等领域的头部客户和区域龙头企业的合作,打造多样化的消费信贷场景。”冀虹说。

赏花、踏青、露营、马拉松……明媚春光里,各地接棒春节经济,马不停蹄开启了春日经济,持续激发消费市场新活力。

以花为媒,引导供求双向奔赴,赏花带动产业链和消费生态。如今,“美丽产业”成为造福群众的“幸福产业”。全国各地以“赏花”为流量,跳出了“赏”,“走”出了公园,打造“赏花+市集”“赏花+夜游”“赏花+体育”等创新模式,丰富了消费业态。特别是一些地方在赏花中融合了AI等科技元素,主打科技之春,拉动了机器人、无人机等科技产品的消费。

春日经济契合大众文旅消费升级需要。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变,越来越多的人开始追求更

高品质的生活体验。春日经济所代表的自然、休闲的生活方式,契合了这种消费需求的升级。如今的踏青,在传承弘扬传统文化中融合创新,既增添了春日文化主题的非遗、国潮、文创等活动,又将生态颜值转化为经济文化产

值,激发了文旅消费潜能。各地举办的各类首展、首演等文化时尚活动让人目不暇接,在带给人们情绪价值、艺术享受的同时拉动消费增长;通过“春日经济+康养”,健康产品消费和银发经济红红火火。

踏青春游带火乡村文旅消费。近年来,人们更追求乡村自然风光和乡愁人文环境相结合的沉浸式体验。去乡村挖折耳根、摘荠菜、摘小番茄、打蕨菜等,体验采摘乐趣成为乡村旅游消费新亮点。同时,茉莉花茶、明前绿茶等春茶采摘和尝鲜受到越来越多消费者青睐。融合了直播和微短剧新业态,乡村田园旅游带动农产品电商发展。

户外运动刺激体育用品消费。春日经济的快速升温带动户外休闲用品产业发展进入快车道,运动流量持续转化为消费增量。露营作为一种亲近自然、放松身心的户外活动备受欢迎,带动帐篷、遮阳伞、推车、折叠椅等产品销售火爆;骑行和马拉松作为春日户外运动的热门项目,短期内产生较大的住宿、餐饮等消费需求,其长尾效应将带动相关装备的热销和服务的扩展。

一年之计在于春,春日经济的火爆不仅体现出人们对美好生活的向往,也折射出我国消费市场的巨大活力和潜力,是我国经济持续向好的生动体现。通过文化旅游、体育健身、乡村振兴与消费场景的不断创新和融合,春日经济必将成为激发消费新活力和产业发展的新引擎。

(作者系中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心、财经战略研究院研究员)

本版编辑 孙庆坤 美编 王子莹

“国补”实惠带火县域消费

本报记者 赵梅

随着以旧换新政策扩围至手机、平板电脑等3C数码领域,甘肃省武威市古浪县掀起数码产品以旧换新热潮。

在古浪县众多通讯合作店,醒目位置都张贴着“政府补贴至高20%”的海报。千越通讯合作店工作人员郑佳文告诉记者,政策实施后客流量激增,周末高峰期单日销售额可达平日的两倍,智能手表、平板电脑等周边产品销量也同比增长40%以上。

“我买的这款手机原价是2099元,以旧换新政策补贴了300多元。真真切切感受到了国家政策带来的实惠。”古浪县城居民沈军告诉记者。

根据国补政策实施细则,消费者购买单价不超过6000元的手机、平板、智能设备,每类可享15%购新补贴,单件封顶500元。

“截至今年3月8日,已带动相关消费突破750万元。”古浪县商务局副局长王璟介绍,此次政策实施采用“政府补贴+企业让利”双驱动模式,首批遴选的11家优质企业

覆盖3C数码、家电、家居等重点领域。通过简化补贴申领流程,消费者在合作门店可享“即购即补”服务,财政资金审核拨付周期压缩至3个工作日内。

据负责该项业务的古浪县商务局内贸股工作人员许云介绍,消费者只需登录“甘快办”政务服务平台“以旧换新”专区,在“数码产品、汽车、家电、电动自行车、家装厨卫”等板块选择自己要购买的产品类型,按提示要求提交相关资料或照片,通过系统和商务部门工作人员审核,补贴资金就会直接拨付至消费者提供的账户。

数据显示,活动启动以来,古浪全县累计完成以旧换新交易2520余单,其中数码产品占比达68%。通过政策杠杆效应,县域消费结构呈现明显升级趋势,中高端机型销量占比从往年的30%提升至55%。

古浪县商务局局长顾建龙表示,将持续创新消费场景、优化消费服务,形成多业态联动的消费促进体系。

新场景创造“咖啡+”效应

本报记者 刘成

小门脸、石头墙、白色大门……天气逐渐暖和,位于青岛市市南区银海大世界的咖啡店vanilla cafe内坐满了顾客。来自河北的“00后”李秋玉慕名而来,“我喜欢这里的手冲咖啡,同一种豆子,可以品尝到冷热两种口味。当然,无敌海景是最主要的。”

“无敌海景”是众多游客来青岛打卡网红景点最看重的体验。在青岛,“可以看见海”的咖啡馆与山海相衔的景观一道,成为城市风貌的标配。在太平角一路的沿海一线,集聚了大大小小数十家咖啡馆,形成了独具特色的青岛“咖啡角”。

场景,是人们对咖啡馆的天然属性要求。对于绝大多数顾客而言,环境是吸引他们的最重要因素之一。在社交媒体上,青岛和海景的结合成为咖啡馆打卡景观里的热门。

对“Z世代”旅游群体而言,旅游时探访当地知名咖啡馆是旅游目的之一。在太平角sòf咖啡馆,咖啡机的磨豆声与手冲壶的水流声交织,空气中弥漫着咖啡特有的焦香。据店员介绍,旺季时店内需排队取号,一座难求。“我觉得青岛是咖啡文化最浓厚的北方城市之一。”在网上做了整整几天功课,陕西游客颜嘉楠将休假的首站选在了青岛。“Sòf的氛围感、空间设计、咖啡种类和口味令人印

象深刻,适合拍照、打卡、独处、阅读,是享受咖啡时光的理想之地。”

新场景提升了“咖啡+”文化的消费生态,让咖啡的文化社交属性得到最大化升华。坐落于浮山森林公园内的巢·生活馆,天然拥有湖光山色、林木美景。“在和友人爬山时偶然发现了这一处小院,后来就成为常客了。”在附近工作的白领曹蕾说,“空间够大,不但能和三五好友谈天说地,还能办几十人的活动。”除了咖啡厅、餐吧,巢·生活馆室外约700平方米的草坪可举办婚礼、音乐节、派对等多样活动。在青岛市南区,如巢·生活馆一样的“咖啡+”新业态不断涌现,“咖啡+书店”“咖啡+鲜花”“咖啡+露营”等,混搭风格走进实体店,咖啡馆成为联结多元文化和美好生活的载体。

新赛道跑成快车道,咖啡正在融入年轻人的日常生活。据了解,目前,青岛市市南区共有咖啡馆超500家,其中精品店约八成,主要受众为18岁至35岁的年轻群体。

“每个工作日的早上都是被咖啡唤醒的。”在“95后”高志磊的外卖订单里,咖啡订单是大头。他的工作地点在五四广场附近,大大小小的咖啡馆星罗棋布,很多同事习惯了在通勤路上随手带一杯咖啡。“速溶、现磨、挂耳,这些年我喝过的咖啡品类不计其

数,这还是上大学时逛大学路咖啡馆养成的习惯。”

高志磊提到的大学路咖啡馆,是青岛著名的咖啡一条街。这里不仅有网红墙和老建筑,更是咖啡茶艺工作坊一条街,李想珈、愚唐、长颈鹿等咖啡店都拥有不少拥趸,其中,李想珈的成长轨迹是近年来青岛咖啡市场快速发展的缩影。继大学路店、瞿塘峡路工厂店后,今年,李想珈拟在团岛农贸市场开新店,成为青岛首家“农贸市场咖啡馆”,在烟火气中传递咖啡独有的社交文化。“在瞿塘峡路工厂店,我们以工业风为核心,通过空间分层、生产透明化及传统元素点缀,打造出兼具功能性、美学性和体验感的复合咖啡空间。在这里,顾客可以透过透明玻璃隔间观看咖啡烘焙过程,沉浸式感受从咖啡树到咖啡液的全流程。”李想珈主理人高振贵说,“即将开业的团岛农贸市场店,我们希望它能融入日常生活,让人们买完菜后能顺便带杯咖啡回家。”

个性化、本土化,具有地域文化特色的咖啡品牌不断崛起,为青岛咖啡经济新生态持续赋能。一杯氤氲着独特香气的咖啡,唤醒了青岛消费新动力,也成为青岛城市文化记忆的生动注脚。



位于青岛市市南区燕儿岛山上的心屿咖啡馆,游客可在露台上观赏海景。王立珍摄(中经视觉)