

# 14部门发文推动以旧换新 释放万亿级消费市场需求

想换车,旧车怎么处理更划算?想装修,废旧家电家具不好扔、难回收?这样的烦恼并非个例,背后却也蕴含着万亿级的市场空间。推动汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”——商务部等14部门印发的《推动消费品以旧换新行动方案》12日对外发布,提出加大财政金融政策支持力度、完善废旧家电回收网络、优化家居市场环境等22条措施举措。

## 1 部署“1+N”政策体系

为推动设备和消费品更新换代,我国部署了“1+N”政策体系。“1”是今年3月国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,提出实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升四大行动。“N”就是各领域的具体实施方案,由商务部牵头制定的推动消费品以旧换新行动方案就是其中之一。

汽车、家电以及家装厨卫等消费品以旧换新,涉及千家万户,关系美好生活品质,备受各界关注与期待。

对企业来说,消费品以旧换新意味着巨大的市场空间。方案提出,力争到2025年,实现国三及以下排放标准乘用车加快淘汰,高效节能家电市场占有率进一步提升;报废汽车回收

量较2023年增长50%,废旧家电回收量较2023年增长15%;到2027年,报废汽车回收量较2023年增加一倍,二手车交易量较2023年增长45%,废旧家电回收量较2023年增长30%。

当前,距上轮推动全国范围消费品以旧换新工作已近15年,按照大家电10年左右使用年限测算,更新需求进入集中释放期。国家发展改革委预估,汽车、家电更新换代需求在万亿规模,再加上回收循环利用,市场空间非常巨大。

对百姓而言,消费品以旧换新有利于美好生活品质的提升。如今,走进家电市场,空调可以自清洁,冰箱不再结霜,马桶圈自动加热,灯具没有频闪,各类智能家电令人眼前一亮。

## 2 推动相关产业加快转型升级

业内人士指出,新一轮消费品以旧换新不是简单的同类产品置换,而是顺应更高端、更智能、更环保、更个性化的需求趋势,也有利于推动相关产业加快转型升级。

有潜力,还要有意愿换。为此,方案明确了消费品以旧换新的重点任务,着力打通消费品以旧换新难点堵点,促进企业与消费者“双向奔赴”。

开展汽车以旧换新——加大财政金融政策支持力度,中央财政与地方政府联动,安排资金支持汽车报废更新,鼓励有条件的地方支持汽车置换更新。

推动家电以旧换新——发挥财税政策引导作用,鼓励出台惠民举措,完善废旧家电回收网络,加大多元化主体培育力度,强化家电标准引领与支撑,

推动全面提升售后服务水平,发展二手商品流通。

推动家装厨卫“焕新”——加大惠民支持力度,提升便民服务水平,培育家居新增增长点,优化家居市场环境。

眼下,不少地方和企业已经行动起来。上海家电以旧换新活动启动,首日销售额破4500万元,补贴商品增至16类;宁夏推出报废(回收)补贴、旧车折价、新车补贴等政策组合方式,开展汽车进商场、进农村、进社区等活动;苏宁、国美、京东纷纷联合品牌企业上线以旧换新补贴专场和换新服务……

我们期待,随着相关政策落实落细,消费品以旧换新更便捷、更透明,激活消费“一池春水”。

据新华社北京4月12日电

## 茶叶包装“瘦身”国标发布 六个变化值得留意

正值春茶上新之际,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会在3月底正式批准发布GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第2号修改单。4月7日,广东省市场监管局发布提醒,全省各茶叶生产销售企业、茶叶包装设计企业、茶叶行业协会、茶叶市场等相关经营主体要及时关注六个变化。



一是包装层数由现行标准的“不得超过四层”调整为“不超过三层”。

二是在包装成本的规定上,现行规定为,除直接与内装物接触的包装之外,所有包装的成本不超过产品销售价格的20%。第2号修改单则要求销售价格200元以上的茶叶及相关制品生产组织应将包装成本控制在15%以内,其他生产组织应将包装成本控制在20%以内。

三是在包装成本的规定上,茶叶及相关制品包装不应使用贵金属和红木材料。

四是在包装质量方面,茶叶、茶制品、调味茶的商品包装质量应不大于内装物质量的8倍。

五是在计算包装空隙率时,需要用到商品必要空间系数(下称k值)。现行标准中茶叶及相关制品k值为13(注:免

除标识保质期,年最小销售单元数量少于1万件,且包装上印有“限量”字样及生产数量的产品k值取30),而新标准将茶叶及相关制品细分为“紧压茶”和“其他茶叶及相关制品”,规定紧压茶k值为9,其他茶叶及相关制品k值为13。但“太平猴魁、六安瓜片、安吉白茶、武夷岩茶、云南大叶种茶、单丛茶、毛峰、白毫银针、白牡丹、寿(贡)眉、陈皮k值取20,叶类和花类代用茶k值取60”。值得注意的是,此项条款内容发布即实施。

六是修改单实施日期(2025年3月1日)前生产的符合GB 23350-2021的商品可销售至保质期结束,在2021年12月31日前已上市且在保质期内的或免除标识产品保质期的商品可继续销售。

据《广州日报》

## 华为加速开发“三折屏”手机 预计年内上市

国家知识产权局日前公布了华为一项名为“折叠屏设备”的专利。而根据最新公开信息,华为确实正加速开发全新“三折屏手机”,并且已经开始大举备货,预计最快于今年第二季度面世。

4月1日,华为内部人士向记者确认:“对这一专利技术,(华为)早在几年前就开始研发布局,2022年相关专利就有了新进展。”但对于该款手机产量面世时间,该华为内部人士称还需视进展而定。

在主流智能终端厂商带动下,折叠

屏规模快速增长。作为折叠屏技术及形态演进的方向之一,三折屏终端也吸引了多家产业链上市公司布局。业内普遍认为,随着三折屏终端进入规模量产阶段,产业链显示模组、铰链等相关设备有望放量。“目前国内外柔性OLED面板厂及头部终端品牌都在进行三折屏产品的预研和开发,预计三折屏产品将在2024年上市。”群智咨询副总经理兼首席分析师陈军在接受记者采访时表示。

据《证券日报》

## 电动车头盔等7种产品须认证

国家市场监督管理总局4月7日召开“商用燃气燃烧器具等实施强制性产品认证有关工作”专题新闻发布会,针对近日发布的《市场监管总局关于对商用燃气燃烧器具等产品实施强制性产品认证管理的公告》作解读。

根据《公告》规定,市场监管总局决定对具有较高安全风险的商用燃气燃烧器具、阻燃电线电缆、电子坐便器、电动自行车乘员头盔、可燃气体探测报警产品、水性内墙涂料、防爆灯具及控制

装置等7种产品实施CCC认证。与此同时,将低压元器件由“CCC自我声明”恢复为第三方评价方式,即由指定认证机构受理CCC认证委托。

考虑到企业为适应CCC认证各项管理和技术要求,对生产工艺、管理流程可能需要进一步调整完善,对已经出厂进入销售领域的产品库存也需要一定的消化周期,在新产品CCC认证强制实施之前,《公告》按照“合理性科学化”原则设置了1年过渡期。据《法制日报》

## 《2024年中国消费研究报告》出炉 未来我国服务型消费仍有巨大增长潜力

新华社海口4月14日电 14日,在第四届中国国际消费品博览会开展期间,中国(海南)改革发展研究院举办2024中国消费发展论坛,并发布《释放服务型消费的巨大潜能——2024年中国消费研究报告》。报告称,我国服务型消费呈现较快增长态势,未来仍有巨大增长潜力和升级空间。

报告称,我国消费结构在修复中形

成升级态势,服务型消费比重回升。2023年,最终消费支出对经济增长贡献率达到82.5%,比2013年提升32.3个百分点,成为拉动经济增长的第一动力。其中,线下消费、接触式消费较快反弹,服务型消费比重止跌回升;城乡、区域服务型消费差距有所缩小;淄博烧烤、“尔滨”冰雪旅游等特色服务型消费爆款接连涌现。

报告认为,未来我国服务型消费仍有巨大升级空间和增长潜力,包括人口老龄化带来养老服务需求、“以旧换新”带来服务型消费增量、数字经济发展催生服务型消费新业态、户籍人口城镇化激发服务型消费潜力等。初步预测,到2030年,我国城乡居民服务型消费支出水平占消费支出水平的比重,有望从2023年的45%提升到50%以上。

为充分释放服务型消费潜力,中国(海南)改革发展研究院院长迟福林认为,重点要以结构性改革破解消费结构升级面临的结构性矛盾。他建议,以数字消费牵引服务型消费新业态发展,加大服务型消费新供给;以高水平开放推动服务业转型升级,扩大高质量的服务供给;发挥好政府作用,着力优化服务型消费软硬件环境等。