

# 优惠叠加，家电销售领跑“双十一”

## 以旧换新撬动力凸显，产品转型升级激活市场

随着“双十一”大幕开启，线上线下共掀消费热潮。今年的“购物车”里，家用电器成为“显眼包”，高居各大平台销售额排名榜首。

### 真金白银的诚意 提升家电市场热度

这两天，广州市民邓女士带着父亲到家电卖场凑了个“热闹”：“家里的电视机用了很久，其实将就对付一下也能继续用，但看到国家以旧换新的补贴叠加‘双十一’补贴双重优惠，一共可以省下差不多2000元，立马‘下单’，老人开心得不行。”

和邓女士有着同样想法的消费者不在少数。广州京东MALL副店长蔡先生告诉记者：“自新一轮以旧换新启动以来，线下门店客流逐步提升，以旧换新订单增长明显。尤其是进入11月，客流量是前几个月的两倍左右。”

目前，超20个省份家电换新活动陆续在京东上线，覆盖8500多款家电产品；天猫与上千家品牌联合投入60亿元，通过发放品类券、品牌官方让利等方式，部分家电商品价格降至5.5折；快手启动以旧换新专项，联合上百个商家对家电类投入10亿元换新补贴……

真金白银的诚意，有效提升家电市场的热度。多方统计数据表示，截至11月8日，共有2025.7万名消费者购买8大类家电产品3045.8万台，带动销售1377.9亿元；截至10月30日，在2024年“双十一”全网累计销售额中，家用电器以1324亿元高居榜首，占据15.7%的市场份额。

对于以旧换新政策效果，有外国媒体用“大获成功”予以评价。彭博社日前在报道中表示，中国政府旨在刺激消费的以旧换新政策，不仅带动家用电器销量飙升，还促使投资者纷纷买入家电生产商的股票，包括美的和海尔在内的中国家电制造商的股票表现优于全球同行。

### 落地显效 消费潜能激发

消费的“热”，背后是政策的“进”。

今年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》，对“两新”工作作出全面部署；7月，国家发展改革委、财政部明确要统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新；8月，商务部等四部门明确各地自主确定补贴“8+N”类家电品种，每件最高补贴2000元……

在中央政策引导与支持的的基础上，各地不断创新举措——四川、上海、湖北等地对补贴品类进行扩容，新增洗碗机、蒸烤箱、空气净化器等产品；浙江、安徽、河南等地将大部分家装厨卫和居家适老化改造产品纳入补贴政策范围……目前，31个省（区、市）和新疆生

产建设兵团均已启动家电以旧换新加力支持政策，持续释放内需市场潜力。

一线城市用好房地产市场调控自主权，因城施策调整住房限购政策；组织上海、北京、广州、天津、重庆联动举办中国国际消费中心城市精品消费月，持续组织开展以旧换新供需对接……最近一段时间，以旧换新再迎政策“红包”。

存量+增量政策“双轮驱动”，特别是下调首付，取消商品住房限购、限价，加大购房补贴等措施释放楼市利好，将对第四季度的家电消费产生积极影响。

中国社会科学院财经战略研究院研究员依绍华表示，一方面，房贷压力的减轻使得消费者在购置家电等大额消费时有了更加充裕的资金支持，原本打算偿还高额房贷利息的部分资金如今可以投入家电消费中，提高家电消费的预算；另一方面，以旧换新政策的补贴优惠又进一步降低了购买家电的成本，从而提高消费者的购买意愿和消费能力。

### 乘势而上 产业转型向“新”

走进位于四川绵阳的长虹智慧显示工厂，18条“5G+工业互联网”超高清电视生产线全部满负荷生产，每条生产线同时生产6种不同产品，一天可实现1100个不同产品的生产，交付周期仅10.86天。

“本轮换新，消费者更看重节能、智能、健康、舒适的产品体验，也显示出对美好生活品质的追求。”四川长虹企业策划部部长徐明发说，公司在政府补贴基础上加码了企业补贴，同时还从研发、生产及服务、回收等全流程进行支撑，用丰富的创新产品矩阵满足消费者多样化需求。

连接供需两端，既惠企又利民，既利当前又利长远，大规模设备更新和消费品以旧换新意义重大。

西南财经大学消费经济研究中心副主任叶胥认为，家电以旧换新政策持续发力，不仅可以直接繁荣终端市场销售、提高千家万户的生活品质，还可通过经济大循环带动生产端转型升级，有利于整个行业攀升更高价值链。

针对食材保鲜期短的痛点，海尔冰箱开发了全空间保鲜技术；针对内筒藏污、衣物清洗不干净等问题，美的洗衣机创新采用无孔除菌洗2.0技术……

海尔智家相关负责人表示，瞄准置换需求，推动以旧换新向好向快落地，有助于企业持续深耕原创科技、绿色科技及智慧科技，以优质供给激活存量市场，形成更新换代规模效应。 据新华社



10月中旬，消费者（右）在一家电器体验店了解电视产品。 新华社发

## “只要够喜欢，我就愿买单” “双十一”年轻人消费“悦己”又“理性”

从《黑神话：悟空》带火旅游目的地，到国货潮流持续走红……一段时间以来，“悦己”兼具“理性”的消费观念在年轻人中影响越来越大。“双十一”来临，年轻人消费有哪些新亮点？

### “悦己消费”成潮流

多个电商平台的消费数据显示，骑行、滑雪、露营、观演这些“悦己消费”，沉浸式消费越来越受到年轻消费者的青睐。

“小城热”“反向旅游”方兴未艾，年轻人热爱文旅的步伐从未停止。根据天猫平台数据显示，2024年年初以来，18—29岁年龄段用户翻倍增长，徒步、登山、滑雪等成为他们青睐的户外活动。

在鲜为人知的小县城打卡、驱车十多个小时赶赴偏僻海岛，年轻人告别“人从众”，开始踏足这些充满生活气与人情味、小而美的景点。

四川阿坝州黑水县近日迎来旅游旺季。这里的达古冰川景点有一座咖啡馆，因处在山巅上，被游人称为“全世界最孤独的咖啡馆”，吸引着大量年轻人来打卡。每年这个时节，常住人口1.8万人的黑水县城每天都会涌入上千名海内外游客。

这个“双十一”，不少年轻人涌进直播间，计划年末和冬季旅游，他们一边听着主播推荐的出行线路，一边琢磨着买哪个套餐更划算。“我们推出的旅游专场直播，下单主力群体就是25—35岁的年轻人。”“交个朋友”直播间运营负责人说。

“‘从自己熟悉的地方到别人熟悉的地方去看看’，最能体现年轻消费群体对美好生活期待的需求升级。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇说。

### 消费观念愈加务实

数据显示，年轻消费者变得愈加理性。《2024中国青年消费趋势报告》显示，41.04%受访年轻人表示在购物时经常有比价行为。

“可以买贵的，不能买贵的。”北京的“90后”孙静是普拉提爱好者，周末总会抽出时间去练习。孙

静说：“虽然平时买化妆品的钱是能省则省，但练习普拉提能让自己更健康，即使会员卡几万元一张，也会考虑购买。”

还有很多年轻人响应以旧换新政策，将家里的大件“换新”。“90后”罗伟家里的旧冰箱已经使用了多年，在了解到以旧换新政策后，他决定购买一款新冰箱。补贴后的价格优惠不少，也让他不禁感叹：“以旧换新是真香！”

海南大学国际商学院教授李伟铭认为，在消费观念上，年轻人越来越务实，更加注重自己真实的消费体验，更追求产品内在的实用性与个人需求的真实匹配。

### 国潮产品受热捧

国潮产品与年轻消费者的“双向奔赴”也成了新看点。京东平台数据显示，今年上半年，新中式衬衫、新中式女装套装的成交额同比分别增长超7倍和4倍，手工饰品、箱包配件等国风文创产品成交额同比增长超3倍。

对国潮产品的追求不止于“买买买”，越来越多年轻人愿意沉下心来，进一步深度体验传统文化。和三五好友相约街头巷尾，一起制作创意中式糕点、古风茶饮，设计属于自己的明代风格木雕餐具柜……不少年轻人捧红了一系列网红店、冷门景点、IP周边产品。

“壮锦制成的拎包、童帽等产品，因融入少数民族文化元素，变得更有吸引力。”“95后”邓双双对我国少数民族服饰有着浓厚的兴趣，不仅会在节日庆典时穿，还会查阅相关资料，去博物馆参观学习。

对年轻人来说，好心情才是最“贵”的东西。对商家和厂家来说，年轻消费者的这些新特点，蕴藏着更多的商业机会，或许在不久的将来会催生出崭新的业态。 据新华社

### □相关新闻

又是一年“双十一”，许多人都往购物车里添加了心仪商品。但是面对商家“满减”“大促”“预售”等各种营销手段的诱惑，不能只顾着买买买，而忽略了背后可能存在的法律问题。相关法律专家为读者提供了一份“双十一”网络购物法律指南。

问：忘记付尾款，定金能否退还？

北京互联网法院综合审判二庭副庭长张倩表示，忘记付尾款时定金是否退还，需要分情况来看。如果是消费者自己的原因，比如后悔了或者疏忽大意忘记支付尾款，这种情况下消费者无权再要求退还定金，因为定金本身就是具有担保交易进行履行的作用。如果是消费者支付定金后商家违约，消费者可以要求商家双倍返还定金，这就是定金罚则。如果是平台的原因，比如系统故障导致消费者在规定的时间内无法支付尾款，消费者可以向商家以及平台反映情况进行协商，也可以要求退还定金。

问：哪些属于霸王条款，网购的所有商品都适用7天无理由退换货吗？

北京市康达律师事务所高级合伙人孟丽娜表示，消费者在商品购买链接上可能会遇到这样的提示：“预售商品不退”“特价商品不退不换”“平台拥有最终解释权”“不支持7天无理由退货（法定排除商品除外）”等，这些看似是合约合意，但实质属于“霸王条款”。

消费者权益保护法规定，通过网购平台购买的商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但是如果消费者购买的是定制物品、鲜活物品、报刊，或者是在线下载的音像制品、软件类的商品，那么是不支持七天无理由退货的。

综合央视、法治日报

『双十一』可能踩到哪些坑  
法官支招网购维权