

大规模设备更新和消费品以旧换新政策进一步加码

2024年7月25日，国家发改委、财政部印发《关于加大支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》（下文称《若干措施》）的通知。主要关注点如下：

第一，从资金总量、资金结构与补贴范围三个方面进一步加大对大规模设备更新和消费品以旧换新政策（下文称“两新政策”）的支持力度。一是资金总量增加，积极财政政策进一步发力。《若干措施》提出，“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”。由发改委牵头安排1480亿元左右超长期特别国债大规模设备更新专项资金用于落实“优化设备更新项目支持方式”和“支持老旧营运船舶报废更新”；直接向地方安排1500亿元左右超长期特别国债资金，用于落实“支持老旧营运货车报废更新”“提高农业机械报废更新补贴标准”“提高新能源公交车及动力电池更新补贴标准”“支持地方提升消费品以旧换新能力”“提高汽车报废更新补贴标准”和“支持家电产品以旧换新”。财政部通过原有渠道安排275亿元中央财政资金，用于落实“提高设备更新贷款财政贴息比例”“落实废弃电器电子产品回收处理资金支持政策”。二是资金结构优化，中央财政承担比例较高。用于“支持老旧营运货车报废更新”“提高新能源公交车及动力电池更新补贴标准”“支持地方提升消费品以旧换新能力”“提高汽车报废更新补贴标准”和“支持家电产品以旧换新”的资金按照总体9:1的原则实行央地共担，东部、中部、西部地区中央承担比例分别为85%、90%、95%。中央财政承担了绝大部分的资金支出，尤其是考虑到中西部地区地方财政压力更大，进一步加大了中央财政支出比例。三是补贴范围扩大，体现绿色化、智能化等特征。设备更新支持范围扩大到能源电力、老旧电梯及重点行

业节能降碳和安全改造等领域。消费品以旧换新支持范围中对购买 1 级以上能效标准的产品额外给予产品销售价格 5% 的补贴，并支持符合条件的营运类货车、新能源公交车及动力电池等以旧换新。

第二，随着“两新政策”的加码，我国内需潜力有望进一步释放。自 2024 年《政府工作报告》提出“两新政策”以来，各地方陆续制定出台相关细化措施，政策效果已经有所显现。1-5 月，设备工器具购置投资同比增长 17.5%，对全部投资增长贡献率为 52.8%；家电、通讯器材零售累计分别增长 7% 和 13.9%，对整体社零的贡献度为 24.51%。但 6 月份以来，家电消费出现明显回落，设备工器具购置投资增速有所放缓。本次《若干措施》的出台，能够增强“两新政策”效果的持续性，进一步释放内需潜力。根据我们测算，预计将拉动 GDP 增长约 0.56-0.9 个百分点左右。一是有利于推动耐用消费品消费增长，尤其是新能源汽车、智能家电等重点领域消费。二是顺应我国制造业逐渐进入补库阶段的周期规律，强化制造业投资扩张的内在动力。三是从供需两端引导经济向高端化、智能化、绿色化发展，推动经济高质量发展。

第三，建议未来定期重检“两新政策”效果，有针对性地进一步完善和细化相关政策安排。一是持续加大资金支持力度。考虑到地方财政压力较大，支持“两新政策”的资金不足，可能会影响政策的后续实施效果，建议未来要加强中央财政支持的持续性。参考上一轮“以旧换新”政策效果集中于 2009-2011 年共 3 年时间，可提前安排 2025 年、2026 年超长期特别国债资金中的一定比例用于支持“两新政策”的实施。二是进一步挖掘县域、农村地区在智能家居、新能源汽车等方面的消费增量。我国汽车、家电市场正在由增量市场向存量市场转变，这加大了本轮“以旧换新”政策实施难度。但我国农村地区汽车以及部分家电的保有量仍有提升空间，要积极推动新能源汽车、智能家电等新兴产品下沉农村市场，完善县域和农村地区的新型基础设施建设，引导企业针对农村使用场景进行产业升级与创新，开发更多经济实用、适销对路的产品。

配合“新能源汽车下乡”“新型家电下乡”等政策进一步扩大政策效果，可将“新能源汽车下乡”的产品范围扩大至所有新能源车。三是配合税收优惠等措施增加企业设备更新的自主积极性。可考虑对实施设备改造企业提供更大力度税收优惠，鼓励企业加大对符合标准的产品设备的采购。

第四，推动金融与“两新政策”双向赋能。一是及时调整配置信贷资源，积极支持“两新政策”。加大对重点领域企业设备更新的贷款支持，给予适度利率优惠。加大消费信贷的支持力度，通过给予利率优惠、提升贷款额度等方式，以争取更大的消费信贷市场。在风险可控的前提下，布局农村消费金融市场，推出额度小、门槛低的消费信贷产品。加大对资源回收行业企业和重点项目的金融支持力度。二是**创新金融产品和服务**。进一步重视汽车消费金融的发展，推广新能源汽车分期业务，可适当给予定价方面的优惠。关注二手车市场相关业务机会，以及购车后的汽车保养、车载装饰等细分场景业务机会。区别城镇家庭（以存量产品更新换代为主）和农村家庭（以智能化、绿色化增量产品为主）的不同需求，有针对性地开发不同金融产品和服务。三是**强化科技与数据赋能，提高金融服务质效**。借助大模型应用，深入分析客户数据，强化客户画像能力，不断延伸和下沉金融服务触角。加强信息科技风险和信息安全的管理，在推动消费金融下沉至县城、农村地区的同时守住风险底线。

（点评人：中国银行研究院研究员 范若滢）

审稿：梁婧
单位：中国银行研究院
联系方式：010 - 6659 4097

3

联系人：范若滢
单位：中国银行研究院
联系方式：010 - 6659 2780