

人民财评：

“国补”政策好，更要落实好

□赵志疆

新能源汽车、新家电、新家装……去年，大规模设备更新和消费品以旧换新的“两新”政策成效显著。1500亿元超长期特别国债资金带动相关产品销售额超1.3万亿元。今年，政策加力。1月，国家发展改革委、财政部明确，扩大支持消费品以旧换新。政府工作报告提出，2025年安排超长期特别国债3000亿元支持消费品以旧换新。

“国补”政策持续发力，不仅给公众带来了实惠，还有效激发了消费活力。但有媒体调查发现，围绕支付流程、退款资格返还、产品售后等方面的投诉仍不时可见。以旧换新，如何让消费者更舒心？

媒体列举了一个例子：消费者从电商平台购入一台洗衣机，收到货后发现机身有划痕，便选择了直接退货退款。没想到，“国补”资格并未返还到账，而且无法重新领取，商家仅提出补偿优惠券。产品有瑕疵，“国补”不能退，如此操作不免令人望而生疑：真金白银的国家补贴，到底该谁受益？要知道，产品出现问题，消费者本来就蒙受了损失，商家还将“国补”据为己有，更是对消费者产生二次伤害。

国家的补贴政策本意是让消费者受益，因此补贴针对的是消费行为，而不是销售行为，商家肆意截留“国补”，显然有违政策初衷。对此，中消协建议，建

立补贴名额恢复机制，对于未实际完成交易的订单，自动退还消费者补贴金额。例如，湖南、上海等多地均明确了退货退款后，补贴资格退还或重新领取的时间和方式。

除了退换货，“国补”政策在执行过程中还有两难：参与难、保价难。现实操作中，多个省市区市的“国补”需要消费者下载云闪付App或通过其他小程序，完成实名认证，领取补贴资格。繁琐的操作，对于一些老年消费者无疑显得不那么友好，由此限制了他们参与“国补”的积极性。与此同时，由于享受补贴需要商家先垫资，也难免让一些小微经营主体心存顾虑。

今年1月，国家发展改革委、财政部发布《关于2025年扩大实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》，其中明确要求，各地区要合理确定、及时更新参与消费品以旧换新活动的经营主体名单，不得以销售额、垫资能力等为由限制经营主体参与，要一视同仁支持不同规模经营主体参与活动。此外还要求，简化补贴流程，通过群众广泛知晓、日常使用频次较高的政务平台、手机应用程序等发放补贴资格。降低“国补”的参与门槛，让真金白银的政策兼顾惠民与利企，才能调动各方的参与积极性，实现

政策与市场的“双向奔赴”。

相比之下，保价难与其说是一个技术问题，不如说是一种态度问题——商品保价本身并不难，难的是有些商家难以割舍心中逐利的冲动。仍存在在价保商品退差价难、售后难的情况，不少网友反馈“平台商家以‘国补’为由拒绝保价”。

在当下全力提振消费、激发市场活力的背景下，“国补”政策对满足公众高品质生活需求、释放消费潜力、带动产业升级、畅通经济循环具有重要意义。企业作为重要的参与主体，当然也是“国补”政策的直接获益者。不过，企业最大的机遇在于以价格换取销量，通过推动消费升级来实现带动产业升级。对于商家来说，“国补”终究是有限的，不断提升产品的核心竞争力，才是孕育着无限可能的星辰大海。何必为了眼前的利益，丢了面子、失了里子？

“国补”政策好，更要落实好。“国补”消费中遇到的各种问题，既是民生痛点，也是改进重点。在相关部门加大政策性宣传力度、健全监管措施的同时，相关企业也不妨“风物长宜放眼量”——面向未来培育优势、积蓄力量，即使离开了“国家补贴”，也足以赢得消费者的信任和支持。

来源：人民网

利民举措 破解购车难

“久摇不中”，难圆“汽车梦”？近日印发的《提振消费专项行动方案》提出，推动汽车等消费由购买管理向使用管理转变，分年限保障“久摇不中”无车家庭购车需求。有关部门因地制宜优化汽车限购措施、探索逐步放宽或取消限购政策等密集出台，全国多地就增加号牌指标投放等有序开展探索，从简单限购到推进购车指标精细化、差异化管理，“购车难”在动态校准中迎来逐步破题。与此同时，也要注意防范加剧交通拥堵，进一步完善相关配套设施，建设便捷的公共交通体系，应用智能化交通管理手段，提高道路运行效率。政策效果如何，还要靠实践检验。期待未来有更多的务实举措，让更多家庭解锁有车生活。（时锋）



以旧换新拆机后强行压价，有违市场伦理

□守一

“平台恐怕为了自身的发展考量，也应该对现有流程进行优化，不只是“消费提醒”层面的小修小补，而是要真正站在消费者的角度，拿出更透明公正的方案。”

近日有消费者向媒体投诉，在某电商平台参加以旧换新购手机活动，回收平台先给了一个比较高的价格做了抵扣，但等用户用上新手机，旧手机也被折价检测后，平台以“旧机实际回收价低于新机下单时折扣”为由，让消费者补充差价，且强制扣费，让消费者陷入进退两难的境地。

回顾整个过程，平台的操作手法有故意挖坑欺瞒消费者的嫌疑。按照正常流程，平台可以先回收手机，给出准确估价，再由消费者决定是否参加以旧换新活动。现在的做法，等于是先以高估价吸引消费者购买新机，再来强制向消费者索要差价。且不说平台可能故意给消费者的旧手机压价，即便是后续估价合

理，也等于是让消费者在不知情的状况下先买单，有违基本的市场伦理。

根据消费者权益保护法，经营者应当向消费者提供真实、全面的商品或服务信息，不得作虚假或引人误解的宣传。现在平台的做法，显然也违背了法律给出的底线原则。平台给出估价时，没有给消费者做出醒目的提醒，告知这个估价不等于最终价值，有可能需要补差价；而且，平台也没有提供完整的拆机视频，无法保证估价的“透明公正”。对一般消费者来说，根本无法搞清楚，平台有没有在拆机之后做什么手脚，导致手机出现人为贬值。

以诱导手段进行的“强买强卖”，不但损害了消费者的权益，也会对平台的信誉造成致命冲击。以旧换新通过优惠激发消费潜力，对商家和平台本都是利好。如果因为操作不规范或者短视的利益考量，有损消费者体验，扼杀消费需求，对平台来说也是得不偿失。

具体到手机领域，以旧换新也是优化资源利用的积极尝试。根据中国循环经济协会的估算，手机废弃后，约54.2%被消费者闲置丢弃，只有约5%能够进入专业的废旧手机回收平台和以旧换新渠道。相信广

大消费者都有切身体验，手机很少用坏了才会去换，而换掉的旧手机放在家里，又形同鸡肋。如果能通过透明公正的以旧换新渠道折回一点价值，实在是多赢的好事。

就此而言，要真正打通以旧换新的堵点，加强回收环节的规范程序不容迟疑。平台哪怕为了自身的发展考量，也应该对现有流程进行优化，不只是“消费提醒”层面的小修小补，而是要真正站在消费者的角度，拿出更透明公正的方案。比如和一些线下门店合作，让消费者能够及时准确地掌握旧手机估价，通过合理的回收流程和定价机制，解除消费者的后顾之忧。

平台之外，市场监管部门也应共同努力，畅通举报和维权渠道，及时响应消费者的诉求，加大对平台等市场主体违规行为的查处。随着电子消费市场的成熟，以旧换新活动有望成为推动绿色消费和循环经济发展的重要力量。这一目标的实现，离不开每一个市场交易环节的规范，离不开对消费者权益的切实保障。

来源：光明网

厚培土壤，打开消费新空间

□《瞭望东方周刊》评论员

“事关千行百业与百姓幸福，消费所扮演的角色，早已超越了‘买买买’。”

山东、云南、黑龙江以及京津冀纷纷举行银行发券游列车；2025年中国家电及消费电子博览会(AWE2025)呈现AI赋能智慧生活的新产品、新方案、新场景；银行消费贷市场竞争激烈，利率下行趋势明显……近日，中办、国办印发《提振消费专项行动方案》（以下简称《方案》），部署了8方面30项重点任务，为消费提振确立了四梁八柱。

近年来，世界经济波动动能不足，尽管中国经济增长“风景这边独好”，但回升向好基础还不稳固，有效需求不足，消费亟待提振。2024年我国最终消费支出贡献率为44.5%，较2023年有所减弱。另一方面，消费者的需求结构已发生深刻变化，加快向发展型、享受型和品质型转变，支出结构也正在向商品消费和服务消费并重、服务消费为主的结构调整，消费需求潜力还未充分释放。在此背景下，中央经济工作会议、政府工作报告均将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”列为今年各项重点任务之首。《方案》的出台，既是对国内消费不振现状的

积极回应，也顺应了消费升级呈现的新特点。《方案》发布后，市场反应热烈，各地迅速跟进。从各大电商平台与“国补政策”双向奔赴，到线下商场加大优惠力度；从地方政府发放消费券，到金融机构提供信贷支持，一系列配套措施有效提振了市场信心。新疆聚焦文旅消费扩容升级，提出落实丰富文旅消费惠民举措等四大核心措施；上海推出31项措施促进服务业高质量发展；浙江计划培育省级智慧商圈20个以上，改造提升特色商业街、步行街70条以上……政策创新、业态融合、惠民让利，各地务实举措正在激活消费新动能。从实践来看，要让这些政策真正落地见效，关键在于如何因地制宜贯彻落实《方案》要求，确保政策措施精准发力、直达基层。

强化提振消费的根本，在于提升居民消费能力。激发消费潜力，要先做好“增收”与“减负”两篇文章。《方案》把“促增收”放在首位，提出实施重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业支持计划，健全最低工资标准调整机制，首次将稳股市、稳楼市纳入消费政策等，不仅促进工资性收入合理增长，还拓宽财产性收入渠道。着力促进居民增收减负，便能让老百姓的消费底气更足、预期更稳、信心更强。

强化提振消费的要点，在于统筹消费的短期稳增长与长期调结构。高质量的商品和服务供给是创造有效需求、促进潜在需求转化为现实消费的重要条件。2024年消费品以旧换新合计带动相关产品销售额超

1.3万亿元。可以预见，今年进一步扩围至手机、平板、智能手表的“购新补贴”，将带动更多消费换新、产业升级。因此，各地应深刻领会《方案》从长短期结合角度统筹促消费与惠民生、优供给与扩需求的政策思路，推动解决供给结构滞后于需求升级的状况，破除供需匹配的制度性约束，以消费新增长点推动民生福祉提升、新质生产力发展、产业转型升级，助力实现经济高质量发展。

强化提振消费的关键，在于增强消费政策协同性。消费涉及面广、链条长，单靠某一部门或单一政策难以取得理想成效。统筹财政、金融、产业、就业等多方面政策，注重各类政策协同发力、形成合力，为提振消费提供全方位支持，是题中应有之义。从保障劳动者休息休假权益、到鼓励创新和丰富消费场景，从优化消费环境与权益保障，到完善城乡消费基础设施，只有各部门加强沟通协同，避免政策执行碎片化，才能重点围绕商品消费、服务消费、新型消费、消费场景四个方面，开展“四大工程”，使人民群众能够从丰富多彩、优质便利的消费活动中感受到美好生活的获得感。

事关千行百业与百姓幸福，消费所扮演的角色，早已超越了“买买买”。以钉钉子精神抓好落实，用绣花功夫解决实际问题，才能将政策红利化为消费势能、发展动能。

来源：《瞭望东方周刊》

近日，阿里巴巴集团旗下源头厂货平台1688在杭州举办“好生意大会”。会上，1688公布从3月下旬开始，全面取消“仅退款”政策。平台在处理商品品质问题的交易纠纷时，将根据账号诚信情况来判定，由平台补贴受损方，加速纠纷解决，引发了众多电商卖家及广大消费者的热议。

观点碰撞

取消「仅退款」是利是弊？

赞：取消“仅退款”，重塑行业生态

□鞠实

众所周知，“仅退款”规则的设立有着积极的初衷。在电商蓬勃发展的初期，消费者时常面临诸多不确定性，如商品实物与网上描述不符、质量存在瑕疵等问题。“仅退款”极大地简化了售后流程，让消费者在买到不良商品时能快速得到补偿，有力地提升了消费者的购物安全感，激发了大众的网购热情，为电商行业的快速发展打下坚实基础。在这样的规则庇护下，消费者敢于尝试更多新商家、新产品，推动了电商市场的繁荣。

然而，在实施过程中，“仅退款”逐渐暴露出一系列严重问题。据电诉宝统计，在2024年全国综合电商用户投诉问题类型里，涉及“仅退款”的投诉占比高达33.96%，位列第一。这不仅使众多商家遭受巨大经济损失，更扰乱了正常的电商交易秩序。许多中小商家因不堪恶意退款重负而陷入困境，甚至被迫退出市场，这对电商行业的生态平衡造成了严重冲击。

此次1688平台全面取消“仅退款”，有着深刻的积极意义，是一次电商领域商家与消费者权益的再平衡。此前，平台为了保障消费者权益，“仅退款”规则向消费者过度倾斜，忽视了商家的合法权益，加重了卖方义务。如今的调整，表明平台开始正视商家在经营过程中面临的困境，力求在消费者和商家之间找到新的平衡点。通过依据账号诚信情况等判定补贴，既保障真正权益受损的消费者得到合理补偿，又防止恶意退款行为损害商家权益，从而维护公平的市场环境。

从行业发展的角度来看，这一举措有助于重塑健康的电商生态。商家不再因恶意退款而忧心忡忡，能将更多精力投入到提升产品质量、优化服务水平上。同时，严格的审核机制将促使消费者更加谨慎地使用退款权利，减少不合理的退款请求，使整个电商交易环境更加规范、有序。

未来，电商平台的退货退款政策必然会朝着更加科学、合理的方向发展，在保障消费者权益的同时，充分尊重商家的利益，实现电商行业更高质量的可持续发展。

弹：简单化废止，不如加以完善

□吴玲

废止“仅退款”规则，在电商看来，消费者故意“薅羊毛”的现象将大幅减少，商家也拥有了更多协商的话语权。然而，此举也引发了部分消费者的质疑，认为该规定让消费者权益受到损害，从而影响平台的用户黏性。笔者认为，“仅退款”规则的废止，从某种意义上说，将有效减轻电商运营成本，减少投入解决退款纠纷的客服数量，有助于优化商家与消费者之间的沟通效率，从而缓解运营压力。但是，问题来了，一旦废止“仅退款”，消费者有了“权益被打折”的失落感，进而产生信任危机。众所周知，在电商生态中，消费者的信任和满意度至关重要。

终结“仅退款”并非实现双赢的圆满句号。之所以滋生了恶意“仅退款”行为，问题的关键在于有人利用了规则，而规则没能准确识别，及时处理。就像有人滥用“七天无理由退货”一样，一些消费者钻“无理由”的空子，将其作为强薅商家羊毛的工具。频繁地试穿、试用、试吃等，然后退货退款。但是，“七天无理由退货”并没有因此被废止，而是在不断完善。

因此，对于“仅退款”，不宜简单化废止，而是要跟进各种配套服务，对其进行完善。平台应制定公平合理的退货规则，采取技术或其他必要措施，兼顾商家和消费者双方的权益保护。平台作为消费者与经营者之间的桥梁，网络服务的提供者，能够掌握和监控交易的实时信息，应当在监督机制中引入平台作为监督机构，使其肩负起解决争议与纠纷的责任。此外，如何填补规则和政策的漏洞，避免有人恶意钻空子，还需要有关部门进一步完善相关制度设计，以保证买卖双方权益的对等和平衡。

总之，对于连接买卖双方的平台，应通过明确规则、细化“恶意退货”惩戒条款等方式，避免不诚信行为；同时，要畅通投诉、维权渠道，让商家同样有发声、申诉的机会，努力营造良好的网络购物环境。

来源：广西云-广西日报

手机壳成了时尚单品，你会为此买单吗？

□孙岱

近年来，手机壳逐渐从手机保护配件演变为年轻人的时尚单品，价格跨度从十几元到上千元不等。近日，某品牌出品的手机壳因定价太高登上热搜，也引发了网友们关于花高价买手机壳是不是真需求的讨论。

在某社交平台上，关于手机壳话题的浏览量高达78亿，不少年轻人热衷于在社交媒体上晒出自己的手机壳。也有媒体观察到，不少消费者愿意为花式手机壳买单，单价三四百元的手机壳有着很大的消费市场。

在很多人的印象里，手机壳还是那个十元一个的透明塑料壳。但如今，也有人会告诉你，他们买手机壳可不只是为了防摔，品牌滤镜、选材质量、使用手感、装饰和功能等都是花钱的理由。

如今，手机早已成为人们每日不离手的电子产品，手机壳承担起扮靓手机外形的责任。笔者小时候曾流行过的珠链挂饰、手机贴纸，现在再度火了起来。一些手机配件厂商根据人们日常使用需要不断推陈出新，设计出了气囊支架、颈链、肩挂等配饰。每天出门前给手机换装、根据心情搭配手机壳，也成为了一些年轻人的习惯。可以说，各类手机壳及其衍生品不仅保护了手机、解放了人们常常被压到变形的小指，还彰显着年轻人的个性潮流，为他们提供了情绪价值。

《2024中国青年消费趋势报告》显

来源：光明日报客户端