

萧易：中共刺激消费为何又烂尾？

——资金耗完 “国补” 断档



中国经济低迷，以旧换新难以刺激百姓消费，商场空荡荡。图为今年3月上海知名博主发布一段视频显示，南京路世茂广场内多家店铺关闭，开业的商铺也鲜有顾客。（视频截图）

更新 2025-06-12 8:56 AM 人气 8

标签：中共刺激消费，补贴消费，以旧换新，政策红利，商业结构失衡

【大纪元2025年06月12日讯】2025年年中，本应是中国消费市场最为活跃的时段之一。然而，就在“6·18”购物节前夕，江苏、重庆、湖北、广东等多个省市，却陆续爆出家电、厨卫等消费品以旧换新“国补”无法申领的情况，引发消费者普遍质疑与不满。

这项被宣传为“提振内需、释放消费潜力”的补贴举措，如今却陷入大面积暂停、限额发放甚至直接中断的境地。这并非中共第一次在消费刺激政策上“烂尾”，早在2009年“家电下乡”时期，就因财政匮乏和机制混乱，出现过“地方补不过来、农户买不到”的尴尬场面。十几年后，同样的问题再度上演。

地方政府：“补贴消费”异化为“政绩冲动”

2024年，中共推出以旧换新“国补”政策，意在通过补贴鼓励消费者更换家电、家居、数码产品等耐用消费品，以刺激内需并推动绿色经济转型。政策覆盖冰箱、空调、手机、平板、汽车等品类，2025年进一步扩展至微波炉、净水器等，总资金规模达3,000亿元（人民币，下同）。

然而，“国补”资金消耗速度明显超出当局预料。数据显示，截至今年5月底，全国申领补贴资金已超1,500亿元，占全年额度50%。预计6月资金消耗将升至500亿元，半年累计耗费资金规模达2,100亿元，占总额度70%。多省市因资金透支被迫将补贴“限额限流”，甚至“紧急叫停”。

6月1日，江苏率先调整补贴政策，线上补贴全面停止，线下补贴每日限额670万元。6月3日，重庆官方宣布，家电以旧换新12亿元补贴资金已提前耗尽。6月5日起，暂停家电补贴，手机数码补贴改为每日限量发放。

广东各地的补贴政策则呈分化状态，其中，广州、佛山、湛江等地智能家电补贴暂停，深圳仅保留智能家居品类补贴，东莞、江门等地则保持有限额度发放。此外，辽宁国补仅大连地区可用，河北、山东、厦门等地采用限量发券形式，而湖北的京东、淘宝等平台则显示“国补升级中，暂无法使用”。

表面上看，“国补”出现短期内资金大规模消耗、大范围“断档”的现象，似乎是由于“民众响应积极、需求爆发”。然而细究背后，便可发现这并非是由下而上的自发消费升级，更像一场由上而下的“动员式消费”。地方政府为完成经济指标，将国补当成“刷数据、搞政绩”的工具，大搞短期冲量、政治动员。

以广州为例，4月29日，广州发布《关于动员全市社会组织加力支持以旧换新政策的通知》。通知要求：组织志愿者、社区工作者深入社区、商超等场所开展政策宣讲；设立便民服务站，提供“政策咨询、旧物评估、活动引导”等一体化服务；通过线上线下融合宣传、团购、置换、回收等方式，形成“政府引导、协会主推”的短期冲量机制。

这种“政策异化”并非偶发，而是体制性因素所驱动。在经济持续低迷、房地产与出口同时减速的背景下，中共被迫将“扩大消费”作为稳增长的关键。而地方政府则因无法通过卖地获得收入，只能依赖中央专项资金支持，于是便形成一种“政策套利结构”：地方争抢资金 -> 行政手段制造“需求” -> 实现数据放量 -> 再申请下一轮拨款。这种非市场驱动的行政消费热潮，注定不可持续。

市场乱象：“政策红利”沦为“骗补盛宴”

“以旧换新”的本意是盘活存量消费、提振内需，但当资金快速释放、制度缺乏有效监控时，却成为部分商家套利的工具。在这轮国补潮中，最广泛的乱象莫过于“先涨价后打折”。不少平台与商家在补贴上线前悄悄涨价，再借“国补”掩护打出大促旗号，看似优惠实为原价，一些商品甚至在补贴后价格高于之前“无补贴”阶段的价格。

比如，某品牌空调在补贴前标价3,299元，国补政策上线前涨至3,699元，宣称“享600元国补，到手3,099元”，但实际上仅比原价低200元，甚至不如无补贴时期平台促销价，而普通消费者对促销套路和补贴规则了解有限，难以识别“假优惠”，这就导致补贴并未真正惠及消费者。

此外，还有更隐秘的“刷单骗补”、“跨平台套补”行为。商家利用批量注册账号，通过自动化脚本制造虚假订单获取补贴，用同一商品或单号在不同平台重复申报补贴，部分直播电商平台甚至在暗网招募“刷单代理”，形成完整灰色产业链。

家电和数码产品因补贴金额高（最高可达20%或2,000元）成为套补重灾区。由于虚假订单涉及海量数据，需跨平台、跨地区协调，监管难度很大，尤其是中小平台或直播电商的监管漏洞更多。

面对乱象，中共市场监管总局不得不于6月9日紧急发布合规提示，要求综合电商、直播平台、跨境电商等平台企业“公平参与市场竞争”，大数据杀熟、虚假营销、刷单炒信等国补商品骗补套补行为被曝光。但问题在于，平台治理存在天然信息不对称，而补贴行为又多依托线上操作，监管只能依赖商家自主申报与抽查验证，难以从根本上防范。

商业结构失衡：线上头部平台垄断，线下中小商户崩盘

政策设计上，“以旧换新”更多依赖电商平台操作。消费者需通过京东、天猫等指定平台提交申请、上传凭证、选择合作商家，这就导致资源高度集中在头部平台，并通过平台“算法分发”、“定向推送”、“主播推荐”等形式集中分配。

结果是，京东、天猫等头部电商平台凭借流量、算法与补贴联动形成虹吸效应，掌控了超过70%的补贴流量；而线下中小商户则因信息落差、技术门槛、流量不足而被边缘化，遭遇客流下滑、闭店潮和裁员潮。补贴成为平台的流量工具，却未能传导至实体经济。

数据显示，2024年“6·18”期间，京东联合二十多个省市政府发放消费补贴，家电家居品类在北京、河北、湖北等7个省市成交额同比增长超100%；11座城市的京东MALL和体验店同比增长超70%。同期，苏宁易购3C类以旧换新订单量翻倍，万元以上手机订单增长超70%。

这是一场典型的“结构性倾斜”：表面上是普惠全民，实则补贴红利大部分被头部平台吸收，而本应借政策完成转型的中小商户却成为“牺牲品”。许多门店订单大幅减少，不得不裁员或停业，进一步拉大了线上线下的收入断层与就业分化。

更严重的是，平台主导的价格逻辑正在替代市场逻辑。为了迎合补贴规则，商家不断压低标价以换取流量与展示机会，利润空间被进一步挤压，导致产业链条普遍承压，最终陷入“政策依赖 - 低价竞争 - 产能过剩 - 中小商户退场”的恶性循环。

结语：行政权力控制不了市场规律

从短期看，“以旧换新”似乎带动了一波消费热潮。但实际上却掏空消费能力，造成“消费透支”。大规模的财政补贴使居民消费被短时间聚集“拉爆”，产生“消费假象”。然而，补贴并不能解决“收入停滞、信心不足”的结构性问题。一旦补贴结束，消费将迅速冷却，陷入“有补贴才买、没补贴就观望”的恶性循环。

国补“断档”的背后，是一个值得深思的问题：为何中共的刺激政策总是“烂尾”？原因在于，政策制定者对市场规律的漠视，以及对行政命令的过度迷信。这是一种深入骨髓的“权力控制欲”，相信补贴可以万能，相信指令能替代市场，但却屡屡在现实中被打脸，越想干预，就越混乱；越要控制，就越失控。当权力妄图取代市场机制，最终带来的不是繁荣，而是秩序失衡、信任透支与资源浪费。

责任编辑：高义#