

手机等换新潮涌 消费电子企业排产忙

新年伊始,“国补”扩围至手机、平板、智能手表领域,给消费电子市场注入新活力。

1月8日,国家发展改革委、财政部发布《关于2025年加力扩围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,实施手机等数码产品购新补贴。对个人消费者购买手机、平板、智能手表手环等3类数码产品(单件销售价格不超过6000元),按产品销售价格的15%给予补贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过500元。

1月20日,湖南、海南、上海等地的家电、手机等数码产品、家装家居换新补贴政策正式开始实施。北京、湖北、浙江等多地也开启了手机等数码产品的购新补贴。

当日,记者实地走访北京、深圳的多个卖场看到,消费者对手机等数码产品换新热情高涨。在这一波换新热潮中,消费电子产业链上诸多工厂也迎来了订单上涨,上下游企业纷纷忙于排产。

珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠在接受记者采访时表示,从社会资源的需求和个人消费成本的角度来看,以旧换新政策的实施有助于拉动消费市场。对于制造企业而言,需要建立一套完善且健康的以旧换新制度体系,以促进这一政策的落地。



记者在走访中了解到,手机、平板、手环、手表等智能终端的多个主流厂商都在积极落地以旧换新政策。

资深产业经济观察家、北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席顾问梁振鹏在接受记者采访时称:“2025年以旧换新政策扩围,正值春节前的消费旺季,加之多个品牌的高端新机上市,有望进一步刺激消费者的换机热情。”

构建新春消费新模式

与往年相比,今年全国新春消费市场出现了新变化,多地正在构建“节庆促销+以旧换新”的新春消费新模式,积极抓住这一关键节点提振消费。

1月20日,太原全面启动消费品以旧换新工作,将春节民俗文旅与以旧换新结合,联合当地平台及企业加大促消费力度。例如,苏宁易购集团股份有限公司发布2025年换新补贴政策,在太原综合各类国家补贴及苏宁平台补贴后,公司商品的优惠力度可达50%。

在杭州,新春消费季(1月1日至2月28日)活动已经启动,当地计划发放超过5亿元的以旧换新补贴,鼓励居民在春节前更新家电、家居。

“今年,多地将传统春节消费与以旧换新活动相结合,将文化旅游促销手段创新融合,创造了消费的新热点、新模式。这种叠加效应不仅提升了消费者的购买意愿,也为市场注入了新的活力。这也显示了中国消费市场正在向着更加成熟、多元化和高品质的方向发展。”中国家用电器协会副理事长徐东生在接受记者采访时说道。

2024年以来,消费品以旧换新政策不断“加

码”,其中家电一直是消费品“以旧换新”的重点领域。记者从广东省商务厅获悉,截至2024年12月31日,去年广东以旧换新实现带动销售1534.5亿元,以旧换新总销售额占全国12%。以深圳市场为例,截至2024年底,深圳通过以旧换新销售汽车、家电类产品约550万台,实现销售额420亿元。

截至目前,国内已有多个省市宣布2025年延续以旧换新补贴政策,以继续稳定国内家电市场的消费信心。近日,恰逢春节假期的临近,居民消费热情走高。记者走访了深圳多个商业街区、购物中心,发现现场的人气非常高。不过,有私营的家电销售门店负责人表示,希望相关的以旧换新政策能够适当降低参与商户门槛,给个体户等小微经营主体提供公平参与政策实施的机会。

有业内人士表示,新一轮补贴政策体现出对消费者需求的精准把握和对市场趋势的敏锐洞察。中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜表示,2024年推行的大规模设备更新和消费品以旧换新,促进了传统消费、提高了人民生活品质。2025年可在促进中低收入群体多渠道增收、激发市场活力、增加就业机会、完善社会保障体系等方面加大力度。他进一步称,投资对经济支撑作用不足体现在内需不足、房地产深度调整等方面。提振消费的过程中需注意从供给侧创造出更多高品质、多样化的产品和服务,以满足人们对美好生活的追求,从需求侧推动高质量就业和构建就业友好型发展方式。

据国家统计局数据,2024年,限额以上单位家用电器和音像器材类商品零售额10307亿元,比上年增长12.3%,创历史新高。2024年,中央加力支持

以旧换新8大类家电产品实现销售量6200多万台,直接拉动消费近2700亿元。据深圳市国诚投资咨询有限公司预计,若2025年的以旧换新补贴效果接近2024年,以2025年中央以旧换新补贴金额800亿元估算,2025年以旧换新补贴对于家电行业国内零售额增速的推动效果可达12%。

产业链企业排产忙

以旧换新政策扩围,将给多个行业带来利好,产业链企业有望直接受益。在分销及零售领域,深圳市爱施德股份有限公司是苹果、荣耀、三星、魅族等手机品牌的全国一级经销商。公司也在不断拓展产品销售矩阵,包括智能手表、智能耳机、智能眼镜等智能穿戴产品。公司将在2025年响应各地的补贴政策,优化门店营销方案。

零售企业方面,据中兴沈阳商业大厦(集团)股份有限公司相关负责人预计,随着消费品以旧换新扩围、零售业创新提升等一系列政策红利的陆续释放,零售业将迎来持续利好。

在政策、节日、出口多重因素叠加下,手机、平板、智能手表、家电等制造企业的生产线也更为忙碌。在湖南永州一家家电生产企业内,生产线正在高速运转,工人们“加班加点”,赶订单、忙生产,以满足市场的旺盛需求。

“公司当前订单饱满,工厂今年新增了4条自动生产线,向更高效、更环保的方向调整。”湖南长锦成电器有限公司行政主管卢艳琴对记者如是说。

在广东、浙江等多地,由于补贴启动叠加春节前夕部分工厂员工休假,企业排产十分紧张,部分家电、手机的主流型号产品已经出现缺货现象。对此,家电和手机企业积极采取措施,通过调整工人排班及加大备货力度来满足市场需求。

除了制造商、销售商外,回收企业、金融服务提供商也迎来了新的发展契机。在众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜看来,2025年,相关企业需进一步提升服务质量,通过完善售后服务体系、拓展金融服务等举措,紧抓市场机遇。

在这样的市场背景下,多家上市公司及行业头部企业在不断优化2025年的生产及以旧换新策略。海信冰箱有限公司零售与用户运营部总经理陶露向记者表示,2024年9月份至12月份,在国家以旧换新补贴政策的推动下,海信系冰箱线下零售市场销售规模同比增长近60%。2025年,公司将结合新品上市,并加大以旧换新活动推广力度。

在徐东生看来,2025年消费品以旧换新政策在品类等方面持续扩围,将进一步激发消费市场活力,促进产品技术创新、资源循环。在政策落地过程中,各地需注意保护消费者权益,确保补贴有效落实,维护市场秩序,同时加强政策宣传,促进废旧资源回收体系建设。

综合《证券日报》《证券时报》等作者:贾丽 丁蓉 吴家明

卖场消费热情高

1月20日,山东省商务厅等5部门联合印发《山东省手机、平板、智能手表(手环)购新补贴实施细则》,明确了手机、平板、智能手表(手环)3类数码产品的补贴标准、补贴流程及方式、审核流程等。

同日,北京正式启动实施手机等数码产品购买新机补贴政策。在位于北京市南三环的一家大型家电卖场内,人们早早地聚集在补贴政策宣传海报前,等待着购买手机等数码产品。

“6000元以下的手机可享受最高500元的补贴,此次补贴主要惠及中端机型。今天许多排队等候的消费者都是提前预订了手机。门店的客流量相比前一日同一时间增长约200%。”北京苏宁易购洋桥店店长常猛对记者说。

在深圳市一家万象汇购物中心一楼的华为授权体验店内,记者看到门店内人头攒动,多款热销产品后面摆放着参与“以旧换新”活动的海报。

手机、平板、智能手表等产品的优惠补贴,正好满足消费者置办年货的需求。“原本只打算买台老款手机,今天来店里一看,直降叠加补贴,‘折上折’之后便宜了1500元,确实非常划算。”在一家手机品牌门店内,消费者陈先生向记者表示。

近日,世界首富、特斯拉CEO埃隆·马斯克在某社交平台上透露,他正在使用双靶GLP-1减重药物Mounjaro(美替替泊肽)减重。“咀嚼糖果就能减肥”这样的场景也正在照进现实。日前,数字健康公司Eden宣布推出首款复合司美格鲁肽软糖(GLP-1RxGummies)。

记者注意到,虽然美格鲁肽软糖并未在国内普及,但减肥软糖这一形式在国内已存在了一段时间。随着减肥需求和市场不断扩大,一些减肥产品流行开来,并以糖片的形式出售,然而这些糖片的功效以及安全性存在一定的不确定性。

目前,电商平台及微商渠道是减肥糖果销售的主阵地。记者从某加工生产商了解到,这种压片糖果基本是选用药食同源的一些原料,且很多厂家可以提供从生产到贴牌的一站式服务。找一家生产厂商代加工这种产品,每盒成本只需要几块钱,而到了微商手里,其售价甚至可高达几百、上千元。但销售渠道的隐秘和相对隐晦的宣传话术,增加了监管难度。

爆火又暴利的“减肥糖”

“挑战月瘦30斤”“1粒3斤”“控制食欲暴SO”……在某电商平台上,有多款减肥压片糖果在产品封面上打出这样的标语,吸引了众多消费者的目光。一款售价79.9元起的减肥糖果显示已售9000+,另一款售价更低的微商同款显示售卖超过1万单,48小时内100+人购买。

在某平台上,记者以“减肥糖”为关键词进行搜索,显示超过12万篇笔记与减肥糖果相关,与减肥糖果品牌推荐词条相关的则超过15万篇。

从一些数据上或许能更清晰地看出减肥市场的庞大。公开数据显示,2022年中国功能性瘦身食品市场规模达到3387.1亿元,同比增长21.2%;预计2024年将达4744.5亿元。

如今的减肥糖果不仅包装、形状各异,在销售上也进阶到不同的形式。记者从一位微商处了解到,其所销售的产品共分为三个阶段:小白、加强和至尊版。三款产品的减肥效果依次递增。在询问过购买者是第一次吃还是老药罐之后,再推荐相应产品。该微商还宣称“当天吃隔天瘦,加强跟至尊瘦的速度快,至尊还会有马甲线”。

“减肥神药”太暴利 市场混乱监管难

记者注意到,在购买该产品时,一般是组合装,比如“小白饱腹+小白抗体”“加强饱腹+加强抗体”“至尊饱腹+至尊抗体”。新手就推荐小白和加强版本。根据该微商的介绍,饱腹用来燃烧脂肪,抗体用来消肿瘦腿,两个作用是不同的。小白款相当于入门级别,但10来天也可以瘦5到8斤。

在被问及是否会产生副作用时,该微商表示:“就是会有饱腹感、口渴发热。发热就是脂肪燃烧的时候,身体会出汗,就像跑步运动的感觉。但不会头晕心慌。”

记者了解到,这种号称有减肥“奇效”的产品实际上是一种压片糖果。根据《食品生产许可分类目录》,压片糖果在糖果制品中类别编码是1301,可执行国家标准GB17399《食品安全国家标准糖果》,以及商务部发布的国内贸易行业标准SB/T10347《糖果压片糖果》。具体来说,压片糖果是以食糖或糖浆(粉剂)或甜味剂等为主要原料,添加少量食品添加剂、营养强化剂等辅料,经混合、造粒或不造粒、压制成型等相关工艺制成的固体食品。

宣称的功效诱人,价格自然也不便宜。在某微商提供的一款产品组合中,4D组合(4倍速度燃烧饱腹14颗+抗体7颗)售价699元,8D组合(8倍速度燃烧饱腹14颗+抗体7颗)的售价为1099元。有消费者透露,她从微商手里购买的一款莓果复合压片糖果,一盒15粒,售价398元。

相对于微商渠道,电商平台的价格在百元内的居多。某生产商表示,电商平台定价基本在49元、59元、69元和99元这几个档位。做微商可以把包装做得好一些,做下来成本会比电商成本高一些,但一般客单价更高。

至于成本,售价几百、上千元的产品或许只需要几元。据记者了解,网上有很多厂家可以提供从生产到贴牌的一站式服务。原料配方、包装以及糖果的形状都可以根据销售的渠道进行定制,比如微商渠道客单价高,包装会更为上档次。电商平台售价低,相应的包装会更简单。

记者从一位代加工厂商处了解到,一款在某电商平台卖168元的减肥糖果,如果订货数量达到2000盒,规格为每盒30粒,其单价为5.5元。同时,

只要是属于正规药食同源的原料都可以添加。

而在另一位生产厂商处,记者选择了一款单粒包装的款式。该商家表示,如果订货数量达到2000盒,按照每盒30粒规格,选用白卡哑膜、翻盖盒型,其单价为7.8元。“因为卷材(专用的糖果内袋)第一次定都有起定量,最低是100公斤起订,大概能出20万—30万个糖果袋子。给你的价格包含了专用的卷材费用,后面返单做的话,只要内袋卷材没有用完,一盒减去1.5元。”

而当记者将上述微商所售产品的配料表交给该厂家并询问订货成本时,该厂家给的回复是:“配料没问题,价格不变。”此外,记者注意到,部分减肥压片糖果的外包装高度相似,只是品牌名不同。

乱象丛生监管难度大

浏览某电商平台可以发现,很多减肥糖果的宣传图片较为模糊,部分商品的宣传上并未提及“减肥”字眼,转而采用“饱腹控食一整天”“老客户秒懂”“高含量”“微商同款顽固性”等暗示性文字。

据记者了解,减肥糖果虽然被很多商家宣称有减肥奇效,但并没有得到蓝帽子认证,也就不属于保健食品。从本质上来说就是一种普通食品。记者查阅《允许保健食品声称的保健功能目录(2023年版)》发现,“减肥”和“促进消化和通便”被列入24种允许声称的保健功能。

上海杉达学院国际医学技术学院教授刘少伟表示,网上很多类似产品会用一些暗示性的广告语引导或误导消费者,让消费者认为其具备减肥效果,却忽略了这其实只是一款普通食品。

此外,减肥糖果引发的最大争议是其安全性。在黑猫投诉平台上,记者以减肥糖为关键词进行搜索,共计600多条投诉,其中多条投诉中提到,消费者在吃完购买的减肥糖果后,出现头晕、恶心、失眠等症状。

“如果出现口干舌燥或头晕恶心等不适症状,不排除产品里面添加了西布曲明之类的成分。”刘少伟指出,从配料表上看,所谓的减肥糖单纯就是一些甜味剂、膳食纤维,有些还添加一些乳杆菌。理论上讲,这样的配方不会让食用者出现口干、发

热等不良反应。此外,配料里面的一些膳食纤维可以让人产生一定的饱腹感,但不具备所谓的减肥奇效。

公开资料显示,西布曲明原本是一款减肥药,1997年在美国上市,曾一度受到追捧。例如“曲美”就是以西布曲明作为主要成分的减肥药。2010年,欧盟研究发现西布曲明可增加心肌梗死的发病率,并建议在欧盟范围内暂停其上市许可。随后,全球陆续下架并禁止了西布曲明。我国也于2010年10月30日发布《关于停止生产销售使用西布曲明制剂及原料药的通知》,明令禁止西布曲明的生产、销售和使用。

记者调查发现,很多购买减肥糖的消费者都知晓西布曲明这一成分,而商家在销售时也会强调其安全性。记者在向一位微商询问减肥糖时,该微商向记者出示了该产品的检测报告,该检测报告显示未检出的32种成分中就包含西布曲明一项。

一加工厂家表示,一般正规的厂家提供的检测报告基本不会造假。但如果检测报告显示32项违禁品都不含,消费者在食用产品后还会产生一些不良反应,不排除送检样品不含,正品(指商家销售的产品)含的可能。

此前,安徽省铜陵市市场监管局破获的一起生产、销售含有非法添加物西布曲明的“减肥糖果”案被广泛关注:在一“减肥糖果”生产加工场所,现场发现并捣毁生产加工窝点2个,查获片剂和胶囊剂生产设备20台,涉案压片糖果和原料300余公斤,共抓获犯罪嫌疑人12名。

根据相关报道,经公安机关调查核实,当事人采购和销售西布曲明原料根据纯度定价,一般7000元/公斤左右。按之前检测的浓度44.8毫克/克每粒“减肥糖果”1克估算,每粒的西布曲明成本约为0.3元左右。

尽管相关部门严厉打击,但销售渠道的隐蔽性也让监管难度变大。记者注意到,减肥糖果一般在电商平台、微商渠道销售,还有一些博主通过在小红书种草,销售阵地却选在微信。卖家在平台上介绍产品时多以个人使用体验做分享,或采用一些较为隐晦的说法。记者就平台方如何监管联系小红书,对方暂未回应。

微商渠道则区别于淘宝、京东等电商平台,其具有相对“封闭性”。封闭的销售方式也势必造成没有较为透明和官方的销售渠道,导致消费者几乎很难分辨其产品的真伪。

据《中国经营报》作者:许礼清