

# “两新”政策加码优化 扩内需促消费仍有潜力

## 央地加码支持“两新”

近期,各地各部门进一步出台相关政策,加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新。

在设备更新方面,日前中国人民银行等三部门印发通知,明确扩大支持科技创新和设备更新的范围,将技术改造和设备更新贷款支持范围扩展至电子信息、人工智能、设施农业、消费商业设施等14个领域;着力做好对企业购买人工智能设备和软件服务的金融服务,促进“人工智能+产业”发展。

“科技创新和技术改造再贷款增量政策支持对象从传统设备更新延伸至‘人工智能+产业’、软件服务等软性投入,覆盖更广泛的实体经济场景,有助于打通科技创新与产业升级的金融堵点。”招联首席经济学家董希淼说。

在消费品以旧换新方面,近期各地结合当地实际,在全国统一补贴政策之外,合理制定地方自主品类补贴政策。例如,江苏将智能家居、人工智能终端、消费医疗等产品纳入补贴范围,新增补贴产品包括干衣机、智能马桶、扫地机器人等10类;贵州明确,对个人消费者购买智能门锁、智能电暖桌等10类智能家居产品(含适老化家居产品)给予补贴。

多地在“五一”假期启动消费品以旧换新自主品类补贴活动,进一步激活假期消费潜力。苏宁易购数据显示,5月1日起,上海、湖北、重庆等地全面实施以旧换新自主品类补贴,单件最高补贴1000至2000元,“五一”期间,“省补”落地区域扫地机器人、洗碗机、智能烟灶套装等新增品类销售环比增长超2倍。

## 资金保障充足

“两新”政策落地离不开充足的资金保障。



资料图片。新华社发

《中国证券报》14日刊发文章《“两新”政策加码优化 扩内需促消费仍有潜力》。文章称,多地实施以旧换新自主品类补贴、技术改造和设备更新贷款支持范围扩大、第二批支持“两新”超长期特别国债已下达……近段时间以来,大规模设备更新和消费品以旧换新支持政策持续加码,进一步激发消费潜力,推动产业提质升级。展望后续,专家认为,为深入挖掘内需潜力,还需在服务消费方面进一步优化供给,推动消费升级。

截至目前,今年已下达支持设备更新的超长期特别国债资金1851亿元,占全年2000亿元额度的92%,合计支持项目超1.1万个,带动总投资超过8400亿元。

中诚信国际研究院研究员张韦认为,用于支持设备更新的超长期特别国债资金集中在年中落地。与去年相比,今年资金下达节奏更快,时序进度较去年明显前置;同时,支持项目数量较去年明显增多,单个项目平均获得资金减少,显示政策支持导向或由聚焦大额优

质项目转向扩围增量,布局重心可能进一步向中小型项目、基层民生等普惠领域倾斜。

在消费品以旧换新方面,已有两批超长期特别国债资金下达,规模合计1250亿元。补贴资金带动效应明显,商务部数据显示,截至5月4日,2026年消费品以旧换新惠及8620.4万人次,带动销售额6292.7亿元。

今年除继续实施“两新”政策外,还安排1000亿元财政金融协同促内需专项资金,出台实施一揽子6项政策,通

过贷款贴息、融资担保、风险补偿等政策工具协同发力,让政策红利直达经营主体和个人消费者。

“从一季度执行情况看,一揽子政策整体进展符合预期、政策效果逐步显现,在支持信贷投放、激发民间投资、促进居民消费等方面取得了阶段性成效,累计惠及经营主体271万家、居民消费者5419万人次。”财政部金融司副司长李楠介绍。

## 深入挖掘内需潜力

在“两新”政策效能持续释放的同时,扩内需促消费需进一步优化供给。中共中央政治局会议提出,要深入挖掘内需潜力。扩大优质商品和服务供给,推动消费升级。深入实施服务业扩能提质行动。

在中国银河证券首席经济学家章俊看来,当前居民消费结构正在从耐用品、一般商品消费,逐步向服务消费、品质消费、体验消费延伸。预计后续促消费的重点可能更多落在服务消费扩容、品质消费培育、养老托育、文旅体育、健康消费、数字消费等领域。

东方金诚首席宏观分析师王青表示,今年促消费的重点从耐用消费品转向服务消费,通过有效弥补服务供给缺口,更好满足居民较快增长的旅游出行、文化娱乐、教育医疗等服务需求。

聚焦服务业扩能提质,要促进生活性服务业高品质、多样化、便利化发展。商务部国际贸易经济合作研究院研究员崔艳新建议,聚焦与“投资于”密切相关的重点领域,精准施策。比如,推动商旅文体健深度融合,发展冰雪经济、“票根经济”等融合业态;促进医疗康养消费,拓展健康体检、互联网医疗等新业态。

新华社北京5月14日电

## 读懂汽车产业新趋势,这些数据值得关注

新华社记者 唐诗凝



网络图片

观察中国汽车产业,光看产销总量还不够,将数据“打开来看”,才能读懂背后趋势。中国汽车工业协会日前发布的数据中,几处细节值得关注——

先看新能源车占有率:2026年4月,新能源乘用车国内销量占乘用车国内销量比例为61.4%,首次突破六成。这意味着新能源汽车对于国内消费者来说已经从“可选”变成“主流”。

再看车型细分市场:前4个月,新

能源乘用车中A00级和A级销量下降,目前销量主要集中在B级,累计达到119.8万辆,同比增长12.3%,消费升级的趋势明显。

品牌格局持续变化:4月,中国品牌乘用车月度销量占有率进一步攀升,达到75%,较去年同期上升4.3个百分点。换句话说,每卖出4辆乘用车,就有3辆来自自主品牌。

整体来看,今年以来,国内汽车市

场受政策调整、需求前置释放、同期高基数等因素影响,产销总量同比出现下滑。但4月的最新数据显示,累计产销降幅已进一步收窄。

业内人士普遍认为,市场企稳回升的迹象明显,利好因素不断累积。多家车企发布的“成绩单”同样印证了“回暖”态势:交付量同比、环比实现增长,部分品牌交付量创下历史新高。

“整个汽车行业在创新、品牌、竞争力等方面都实现了持续提升,‘价格向上’和‘品牌向上’趋势更加鲜明。”中汽中心首席专家姚占辉说,越来越多消费者愿意为国产高端车型买单,这背后源于长期的技术研发投入与品牌价值的沉淀。

要看到,在电动化、智能化转型加速的背景下,我国汽车产业高质量发展的新动能持续汇聚,产业竞争的重心正从规模扩张转向价值创造,从单点突破转向体系能力提升。

超快充技术不断压缩充电时长,智能底盘升级让车辆安全性、稳定性再上台阶,“物理AI”上车带动大模型训练逻辑革新……无论是刷新全球车展规模纪录的2026北京车展,还是各大车企

的新品发布会,产业创新的澎湃活力清晰可见。

“一系列电动化、智能化、跨界融合等前沿成果密集呈现,生动诠释了中国已成为全球汽车产业的核心市场和重要创新策源地。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华说,凭借完整且高效的产业链,今年以来,我国汽车出口表现亮眼,中国汽车加速走向全球舞台的中央。

面向“十五五”,汽车产业的发展趋势该如何把握?

“从长期来看,我认为汽车市场增长的底层逻辑没有变。”国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青表示,未来,市场将更多呈现结构性增长的特征,包括存量调整对销量的带动作用会越来越强。

“中国汽车已完成从制造到智造的跨越,正迈向以设计、品牌、智能体验为核心的价值竞争时代。”车百会研究院理事长张永伟说,从追随到并跑,再到谋求引领,中国汽车的角色转变,不仅是产业自身的升级,更将成为中国制造在全球格局中地位跃升的缩影。

新华社北京5月13日电