

家电去旧换新，消费者愿意吗

——来自北京市场的调查

本报记者 韩秉志 杨学聪

夏日炎炎，家电消费正旺。当前，多地推出家电以旧换新的政策和活动，对消费者购买绿色智能家电给予补贴，支持企业和平台让利消费者，有效激活家电消费潜力，以旧换新成为推动家电消费增长的重要因素。家电行业如何“去旧更容易”、怎样“更愿意换新”？消费者实际感受如何？怎样畅通家电更新消费循环？

今年以来，各地积极推动家电以旧换新，消费热度不断升温。北京市面向在京消费者发放绿色智能消费品以旧换新补贴，带动家电商品零售额上涨。从线上电商平台到线下家电零售门店，持续开展的以旧换新活动激发了消费活力，消费者对高品质、智能化家电产品的需求得到释放。

换出消费新活力

“家里的冰箱用了很多年，现在以旧换新补贴，正是更换的好时候。”近日，在北京经济技术开发区，一系列家电以旧换新活动吸引了不少居民参与。在了解各款冰箱性能与价格后，家住亦庄的张玉杰老人一家准备换一款节能环保的冰箱。

“前一天上午下的单，第二天下午就送到了，顺便把旧冰箱也拉走了。整个流程操作简单，听孩子说还省了两三百块钱。”张玉杰说。

京东家电服务业务部大家电服务负责人张永魁表示，受近期高温天气等因素影响，空调、冰箱等大家电品类是以旧换新的主要增长点。从消费端来看，以旧换新政策措施的实行加速了老旧家电的淘汰速度，将直接带动家用电器的绿色智能升级。同时，购买新机与旧机回收同时进行，也让消费者以旧换新更加便捷，体验感更好。

记者走访部分家电零售门店注意到，零售及品牌企业以旧换新流程及规则简单明晰，并为消费者提供了一站式换新入口。同时，零售企业与合作方打通支付等环节，推出补贴新办法，提升了以旧换新的便利性，也激发了消费者的换新意愿。

在北京市北三环苏宁易购售卖区的以旧换

新直道窗口前，消费者排起了队伍。一位正在选购新家电的消费者告诉记者，“选好家电当天，工作人员就可以上门‘取旧换新’，省了好多事，家里淘汰下来的旧电器也能发挥‘余热’”。

“今年上半年，家电回收订单量同比增长44%。”北京苏宁易购消费电子商品运营部采购总监王朝瞳表示，北京以旧换新活动开展以来，在苏宁易购渠道参与以旧换新的消费者明显增加。截至目前，通过以旧换新活动带来的销售增量达到3亿元左右。

“随着经济社会持续向绿色低碳转型，绿色智能消费理念逐渐受到消费者认可。从我们的监测情况来看，以旧换新活动起到了助力家电消费升级的效果，带动门店绿色智能家电换新台数在7万台左右，包括节能冰箱、洗衣机、空调及智能家居等商品。”王朝瞳说。

张永魁表示，“以旧换新一头牵动企业投资，一头影响居民消费。”“一旧一新”能有效撬动增量和存量两个市场，是消费升级和经济发展的重要推动力”。

记者从北京市商务局获悉，在绿色智能消费品以旧换新政策带动下，北京市家电商品零售额由1月至5月下降2.0%上升为1月至6月增长1.4%，效果初显。下一步，将继续推动汽车、家电等领域经营主体对以旧换新提供优惠让利，提升以旧换新服务水平，政府、企业、银行合作加大促销力度，进一步满足群众消费需求。

服务质量是关键

近年来，随着市场的不断发展，家电行业的竞争愈发激烈。以旧换新政策的推出不仅掀起了家电消费的热潮，也让家电服务业迎来焕新提

质的新机遇。

记者在走访时发现，除了以旧换新流程操作便利程度、优惠力度外，消费者最关注的两个关键点是旧家电回收价格和上门服务质量。

在旧机回收价格方面，记者浏览京东APP发现，京东对旧家电的定价没有细致的分级。对此，京东家电服务业务部以旧换新项目负责人徐建开解释，如果对每款产品进行估值会拉长以旧换新的流程，给企业增加非常大的工作量。在定价方面，京东采用不限旧机购买渠道、使用年限、品牌、品相的一口价模式，用户购买新机时下单就能直接立减。

“目前，我们主要根据各品类产品的大致情况以及各环节产生的利润给出一口价估值，大多数情况下估价会超出产品本身的价值。”徐建开说。

针对消费者关心的上门回收服务问题，许多参与以旧换新活动的门店推出了“无忧换新”服务，免费上门、免费拆卸、免费搬运、拖旧送新一体化等多项措施并举，更加注重提升服务品质，解除消费者的后顾之忧。

北京苏宁易购马甸店店长王洪告诉记者：“通过现场接待情况和后台数据可以看出，消费者淘汰较多的旧家电品类是冰箱、洗衣机等，对开门冰箱、法式多门冰箱、烘干机品类购买需求较大。受高温天气影响，空调以旧换新占比逐步提高，用户对于旧空调拆机非常关注，尤其是室外机的拆卸问题。很多用户住高层，室外机的拆卸必须由专业人员才能完成，我们配备了专业售后工程师，做到拖旧送新一步到位，最快2小时内就能完成从送货到安装的全过程。”

“今年以来，国家层面密集出台家电以旧换新政策，各地积极响应并制定符合本地实际的实施方案，行业协会组织抓落实，推进家电以旧换新力度明显加大，强链条成果正在逐步显现。所谓强链条，体现在加强和优化家电产业链的上中下游环节，提高家电产业链的稳定性和竞争力，确保资源的合理配置和高效利用，这也是家电服务业全产业链及跨界集群发展的趋势。”中国家用电器服务维修协会副会长刘文杰表示。

体系建设需完善

废旧产品回收是家电以旧换新过程中的重要环节。在各方推动下，废旧家电回收链条进一



步畅通。不过，记者在走访中发现，家电市场“去旧换新”仍存在一些堵点和难点。

部分消费者对“以旧换新”意愿不高。有消费者坦言，没有实际体验到新技术家电产品的优势和成效，只要旧家电能用就不愿意换新或改造。也有消费者认为，旧机折价太低，回收过程不规范，对旧机回收存有顾虑。

在旧家电的回收再利用环节，技术人员也常常面临实操方面的困惑。由于家电技术更新快，家电品类繁杂、型号众多，收旧时涉及许多专业复杂的操作，包括旧机估值、拆卸、搬运、拆解、无害化处理等环节，都需要做到科学规范、标准化。但现实中，部分渠道商在实施家电回收、补贴措施时，仍存在操作不规范等现象。

“收旧是一项系统工程，需要持续不断地投入，企业投入成本大，获得的收益不明确。大企业尚具有建立收旧体系的可能性和可行性，但对大多数中小企业来说，靠自身力量建立收旧拆解再利用体系难度较大。同时，目前针对消费者特

别是老年消费群体的教育宣传和知识普及仍显不足，消费者参与家电回收的积极性有待提升。”刘文杰说。

为推动家电换新，规范超期服役家电产品维修管理、规范家电回收换新服务，今年，中国家用电器服务维修协会将组织起草“超期服役家电产品维修管理规范”“家电回收换新服务管理规范”两项标准，不断完善家电维修服务体系，为消费者提供更高品质的服务。

“重点是激发消费者以旧换新的意愿，广泛宣传以旧换新政策和活动，推广家电新技术和绿色智能产品，引导消费者体验并激发消费需求。此外，要建立由政府支持、行业协会组织、企业参与的全国性第三方收旧换新平台，提供旧机折价、上门回收及拆解、新机送装等服务，方便消费者以旧换新。同时要加强对标准建设和监管，提升消费者以旧换新满意度。”刘文杰说。

本版编辑 王薇薇 刘辛未 美编 夏祎

创新引领未来 责任担当向前

宝马“全链减碳”推动可持续发展

《宝马集团中国可持续发展报告2023》日前发布。报告全面呈现了宝马在可持续发展领域的扎实行动，特别是在产品和用户服务、生产智造、低碳供应链，以及人才培养、企业社会责任等方面的最新进展与成果。

“自2013年在中国发布集团首份可持续发展报告以来，宝马已连续11年向公众分享在可持续发展层面的创新实践。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔表示：“不论市场短期如何波动，我们始终坚持企业的长期战略，坚持为用户创造价值、坚持做有挑战但正确的事情——为客户提供愉悦、智能和负责任的出行体验。”

“严选”标准提升用户体验

2024年5月8日，随着一辆磨砂纯灰色创新纯电动BMW i5驶出大东工厂总装线，华晨宝马第600万辆整车正式下线。20年精益求精、致力为中国消费者打造可信赖的高质量产品，华晨宝马再次创造高质量发展新高度。

为确保创新纯电动BMW i5电池安全性，宝马以远高于行业平均水平的标准，对动力电池进行了994次软件测试和155次硬件测试；质感细腻且高级的磨砂纯灰色个性化车漆效果，由涂装车间的自动光学检测设备(AOD)机器人“保驾护航”，对每一台车的漆面拍摄超过10万张照片，并以0.01毫米的检测精度识别杂质、纤维、划痕等微小工艺瑕疵，以“360度无死角立体式”检测让缺陷无处遁形；为提升驾乘舒适性，



创新纯电动BMW i5荣获C-NCAP和C-GCAP双评测五星评价

车内采用高品质环保材质Veganza，即使在65°C高温暴晒下，也能保持良好的车内空气质量。凭借在安全、健康、能效、低碳等各项指标上的优异表现，创新纯电动BMW i5接连荣获中国新车评价规程(C-NCAP)和中国绿色汽车评价规程(C-GCAP)双评测五星评价。

随着新一轮科技革命和产业变革加速，在电动化和智能化浪潮推动下，汽车产品和技术迭代速度明显加快，今年宝马将在中国市场推出超20款BMW和MINI品牌新车型。无论采用哪种驱动方式，宝马始终坚持安全为先、品质为先，以“严选”标准为用户带来负责任的豪华出行体验。

“新世代”车型不仅展示了全新一代宝马的设计理念与方向，而且融合了宝马在电动化、数字化和循环永续领域的创新能力。为迎接新车型的推出，宝马持续加码投资中国，升级在华研发和生产体系：2023年，新上海研发中心以及沈阳研发中心二期扩建项目正式启用，宝马在中国研发体系全面升级，以中国力量助力“新世代”车型研发；今年3月，总投资100亿元人民币的“新世代”车型第六代动力电池项目已开始设备安装；4月，宝马宣布新增在中国投资200亿

元人民币，用于对沈阳生产基地的大规模升级和技术创新，为2026年实现“新世代”车型国产奠定坚实基础。

除了产品创新提质外，宝马还加快构建以客户为中心的充电服务体系，为客户提供“多(充电桩)快(速补能)好(找好用)省(心省事)”的无忧充电服务。截至2024年上半年，BMW公共充电网络已接入超过70万根符合BMW充电标准的高品质充电桩，覆盖全国320多个城市。

绿色低碳厚植现代豪华底蕴

在第四届宝马集团中国可持续发展峰会现场，宝马放置了一个圆柱形的透明鱼缸。据涂装专家现场解密：鱼缸的储水量相当于2023年华晨宝马单台生产水资源的消耗量，只有1.72立方米。也就是说，一缸缸自来水就能造一台车。宝马是如何完成挑战的呢？宝马涂装车间安装了先进的循环水管理系统，生产废水在经过多道严格净化后，能够被再次复用于生产流程，从而实现了较低自来水消耗量。

绿色低碳是现代豪华的底蕴。宝马始终将绿色低碳发展作为汽车制造的高水准。宝马沈

阳生产基地通过新思考、新技术，高效利用各类资源，科学处理每一份废弃物，以可持续的方式生产每一台BMW汽车。

自2019年起，所有华晨宝马车辆生产使用的电力均为可再生电力。沈阳生产基地光伏发电装机容量在2023年达到89.8兆瓦，较2022年增长21%。宝马还积极探索地热能、生物沼气等清洁能源，不断丰富可再生能源组合。得益于生产过程中采取的多项低碳能源转型举措，2023年，华晨宝马单台生产二氧化碳排放量为0.18吨/台，较上一年降低5.3%。

除持续推进构建水资源闭环管理系统和拓展再生水的使用范围外，宝马还坚持从源头减少废弃物的产生，并通过循环再利用的方式妥善安置废弃物到生命旅程的“最后一公里”。动力电池总成工厂已于2023年1月率先实现零废弃物填埋，所有整车厂力争在2024年年内实现这一目标。

独行其美，众行致远。在将可持续措施贯穿于自身运营每一个环节的同时，宝马充分发挥“链主”优势，携手上下游合作伙伴推进“全链减碳”。2023年，华晨宝马动力电池芯供应商在自有生产过程中均已使用全部再生电力；通过与本土供应商紧密合作，全年累计回收废钢超过8.2万吨、再生动力电池原材料超过1000吨。此外，宝马通过开展“领创绿星”计划，积极推动经销商绿色转型。截至2023年底，获得“领创绿星”认证的宝马经销商已超过250家。

长期主义方能赢得未来

扎根中国，初心不改；投资中国，共赢未来。自2010年以来，宝马沈阳生产基地累计投资已达1050亿元人民币，同时，华晨宝马连续18年成为沈阳最大的纳税企业之一。宝马和沈阳的“双向奔赴”，已成为中德合作共赢的典范。在汽车行业向电动化转型的过程中，宝马持续为人才赋能。截至2023年底，超过8000名员工完成了高压电池作业认证培训；累计超过1.1万名销售顾问、服务顾问和维修技师获得了新能源相关认证，与时俱进地为客户构建高水准的售后服务队伍。

可持续发展不仅仅意味着绿色低碳，更关乎人文与环境、社会的和谐发展。在企业社会责任实践方面，“BMW儿童交通安全训练营”连续20年通过寓教于乐的方式，提高儿童的交通安全意识；已有18年历史的“BMW中国文化之旅”专注于保护非物质文化遗产，2024年启动“大运河文化保护教育公益项目”；“BMW美丽家园行动”自2021年发起以来，持续助力中国生物多样性保护和国家公园建设。2023年，宝马企业社会责任活动受益人次超过3550万，同比增长11%。

长期主义既是破解前行道路上各种难题的价值坚守和战略定力，也是实现产业高质量发展的必然选择和内在要求。华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官戴鹤轩博士表示：“成功的定义是多维的，不仅有经济效益也有社会责任。无论是关注生态环境保护和文化遗产事业，还是贡献于当地经济发展和人才成长，宝马始终追求更高的目标——守护美丽家园、贡献更美好的世界。”

(数据来源：宝马集团) ·广告



2023年，华晨宝马平均单车生产耗水量1.72立方米



宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔在可持续峰会现场演讲