头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 |宏观政策系列研究报告

2019 年
中国消费及零售产业政策分析概览

行业走势图



消费研究团队

姚朝芳 分析师

邮箱：eudora.yao@frostchina.com

相关热点报告

- 宏观政策系列研究报告——2019 年中国金融产业政策分析概览
- 宏观政策系列研究报告——2019 年中国新材料产业政策分析概览
- 宏观政策系列研究报告——2019 年中国智能制造产业政策分析概览

报告摘要

消费正成为经济增长的主动力，中国政府对于消费的重视程度已上升至国家战略高度，相继出台了一系列政策以促进消费平稳增长。在减税降费方面，通过上调个税起征点和专项附加扣除等方式，有效增加居民收入，同时通过下调企业增值税税率等方式，降低企业生产成本，促使企业为居民提供更具性价比的商品，从而对消费形成有利的支持。在促消费方面，通过激发农村、体育、文化旅游、汽车等领域消费，以及优化消费结构和促进消费升级等方式，带动消费需求增加。

热点一：家电行业有望迎来新的一轮补贴政策

2019 年 1 月，国家发改委等十部委联合发布《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》，提出要支持绿色智能家电的销售和促进家电产品更新换代，有条件地方应给予消费者相应补贴。在该政策的推动下，**中国预计将开始实施新一轮的家电补贴政策，其中智能电视、智能冰箱等适应消费升级和智能化发展的产品将有望率先受益**。

热点二：促汽车消费政策频出，有望刺激汽车消费回暖

2018 下半年开始，国务院、国家发改委等相关部门相继出台了一系列政策，包括对报废国三及以下排放标准汽车同时购买新车的车主给予适当补助、持续优化新能源汽车补贴结构和促进农村汽车更新换代等。2019 年 4 月起，国家将制造业增值税由 16%下调至 13%，减轻了汽车厂商的税负压力，**2020 年中国汽车销售额增速有望回升。**

热点三：消费者信心指数持续攀升

2018 年下半年开始，受益于中国政府相继发布一系列减税降费和促消费的政策，中国消费者信心指数持续攀升，并于 2019 年 2 月达到 126.0%，创历史新高。2019 年 2 月以后，中国消费者信心指数虽有稍许下降，但整体位于高位，且在 122%-125%之间波动。**消费作为经济增长主动力的作用日益显著，适应消费升级和智能化发展的消费品类增速迅猛。**

目录

1 方法论 4

1.1 研究方法 4

1.2 名词解释 5

2 中国宏观经济概述 6

3 中国消费及零售产业主要政策分析 8

3.1 中国消费及零售产业政策概述 8

3.1.1 减税降费政策 8

3.1.2 促消费政策 9

3.2 中国消费及零售产业政策影响 14

4 中国消费及零售产业热点行业政策分析 16

4.1 中国消费升级发展历程 16

4.2 中国家电消费行业政策分析 18

4.2.1 中国家电消费行业政策概述 18

4.2.2 中国家电消费行业政策影响 20

4.3 中国汽车消费行业政策分析 21

4.4 中国房地产消费行业政策分析 24

4.5 中国新零售行业政策分析 25

5 中国消费与零售产业政策回顾与展望 28

图表目录

图 2-1 中国 GDP 累计同比（不变价）增速，截至 2019 年 9 月 6
图 2-2 主要经济数据呈现下行趋势，截至 2019 年 9 月 7
图 2-3 中国 GDP 构成，2014-2018 年 7
图 3-1 中国减税降费相关政策，2017 年至今 8
图 3-2 中国减税降费市场规模，2014-2018 年 9
图 3-3 中国针对促消费的政策频出，2019 年至今 10
图 3-4 中国体育消费市场规模，2015-2020 年预测 11
图 3-5 国庆、春节及平常日均社会消费品零售额对比，2014-2018 年 13
图 3-6 广州、深圳汽车消费增量指标增加带动汽车消费 14
图 3-7 中国消费者信心指数，2015 年 9 月-2019 年 9 月 15
图 3-8 适应消费升级和智能化发展的消费品类增速迅猛，2018 年 15
图 3-9 减税降费政策的发布对消费增速的影响，截至 2019 年 9 月 16
图 4-1 中国消费升级发展历程 17
图 4-2 中国家电行业促消费政策历史 18
图 4-3 政策对家电消费增速的影响，截至 2019 年 9 月 21
图 4-4 政策对汽车消费增速的影响，截至 2019 年 9 月 22
图 4-5 汽车促消费相关政策，2018-2019 年 23
图 4-6 政策对商品房消费的影响，截至 2019 年 9 月 25
图 4-7 中国社会消费品零售总额和商品零售额走势，2014-2018 年 25
图 4-8 中国新零售行业相关政策 26
图 4-9《关于推动实体零售创新转型的意见》政策主要内容 27

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从耐用消费品行业、新零售行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 11 月完成。

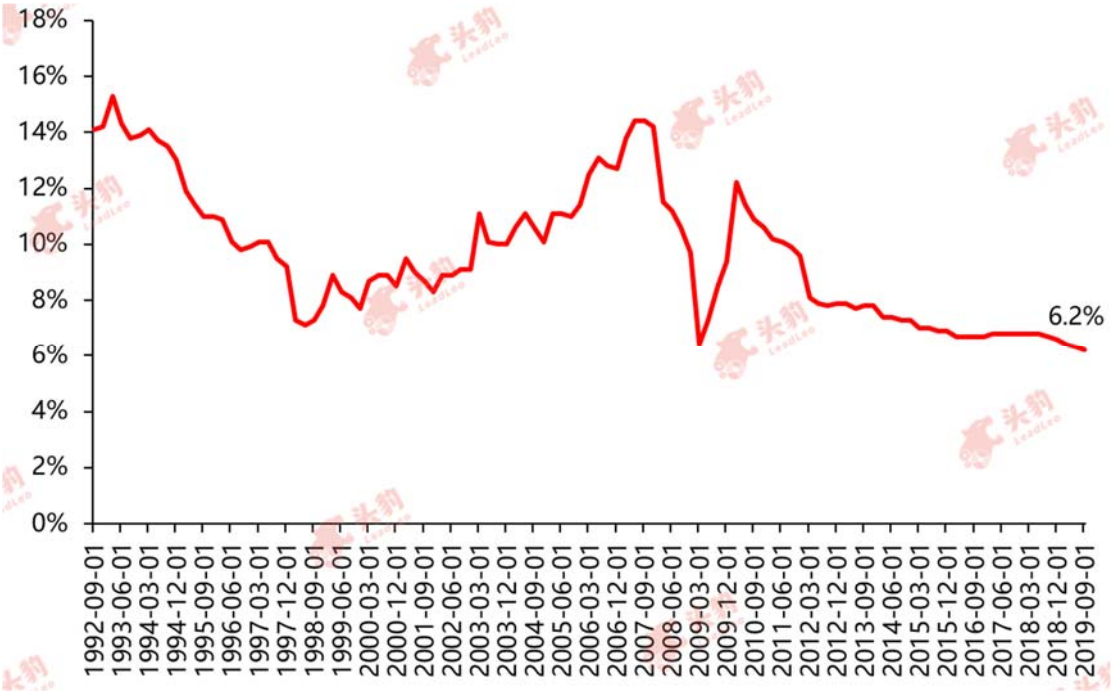
1.2 名词解释

- **消费者信心指数：**综合反映并量化消费者对当前经济形势评价和对经济前景、收入水平、收入预期及消费心理状态的主观感受，是预测经济走势和消费趋向的一个先行指标。
- **额定：**在正常运行工作状况下，动力设备的输出功率或消耗能量设备的输入功率。
- **国三：**全称为“国家第三阶段机动车污染物排放标准”，于 2007 年 7 月 1 日实施，对发动机和排气系统进行了升级改造，增加了车辆自诊断系统并对三元催化进行了升级，改变喷油的质量，让燃油充分雾化，燃油更充分，以达到减少污染效果。
- **三元催化：**将汽车尾气排出的 CO、HC 和 NOx 等有害气体通过氧化和还原作用转变为无害的二氧化碳、水和氮气的过程。
- **国五：**全称为“国家第五阶段机动车污染物排放标准”，于 2018 年 1 月 1 日实施，对氮氧化物、碳氢化合物、一氧化碳和悬浮粒子等机动车排放物的限制更为严苛，要求氮氧化物排放量要降低 25%，还增加了非甲烷碳氢和 PM 的排放限制。
- **国六：**全称为“国家第六阶段机动车污染物排放标准”，预计将于 2020 年 7 月 1 日实施，汽车尾气排放量将比国五标准减少 50%以上，汽油车的一氧化碳、总碳氢化合物和非甲烷总烃排放将降低 50%，而氮氧化物排放将降低 42%。
- **金九银十：**用于各行业形容每年销售旺季的通用语。
- **降准：**央行货币政策之一，通过降低法定存款准备金率，影响银行可贷资金数量从而增大信贷规模，提高货币供应量，释放流动性，刺激经济增长。
- **降息：**银行利用利率调整，改变现金流动的金融方式。当银行降息时，把资金存入银行的收益减少，所以降息会导致资金从银行流出，存款变为投资或消费，结果是资金流动性增加。

2 中国宏观经济概述

中国经济下行压力大。根据国家统计局数据，2019 年前三季度，中国 GDP 累计同比（不变价）增长 6.2%（见图 2-1）。从季度层面分析，2019 年第一季度中国 GDP 同比增长 6.4%，第二季度同比增长 6.2%，第三季度同比增长 6.0%，GDP 增速呈现持续下行的趋势。其中 2019 年第三季度 6.0%的 GDP 增速创 1992 年以来历史新低，中国经济下行压力大。

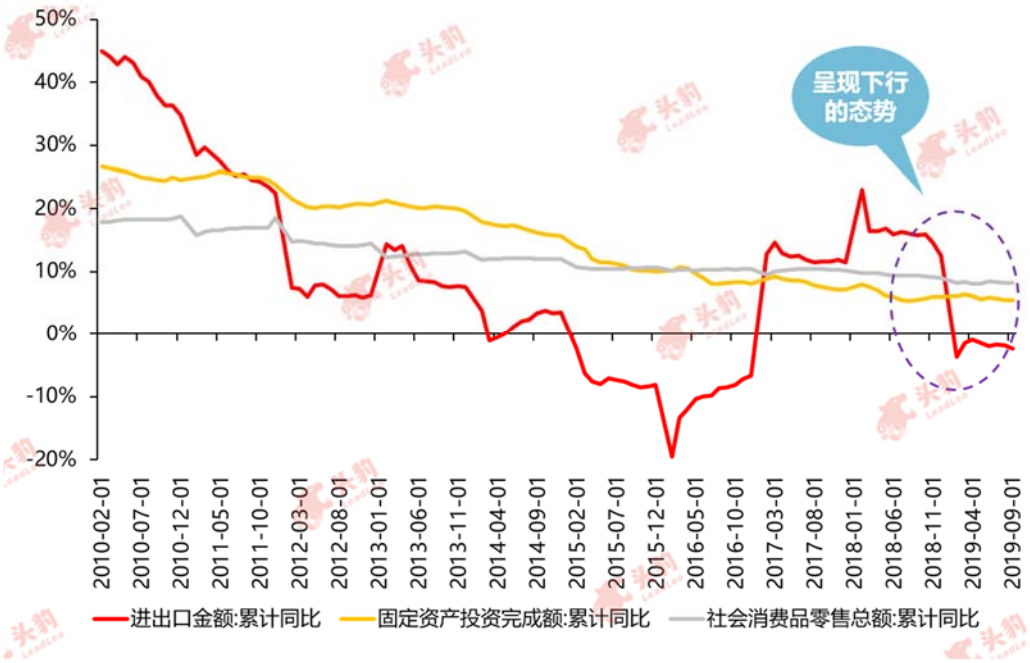
图 2-1 中国 GDP 累计同比（不变价）增速，截至 2019 年 9 月



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

多项主要经济数据增速趋势性回落：（1）进出口金额：受贸易摩擦影响，2018 年下半年开始，中国进出口金额累计同比增速大幅下降，2019 年初开始，中国进出口金额累计同比增速出现负增长，2019 年前三季度累计增速为-2.4%；**（2）社会消费品零售总额和固定资产投资完成额：**社会消费品零售总额和固定资产投资完成额累计同比增速在 2019 年前三季度分别维持在 8%和 6%左右，但两者均呈现缓慢下行的态势（见图 2-2）。综上分析，在全球经济缓慢下行的背景下，中国经济发展整体亦呈现下行趋势。

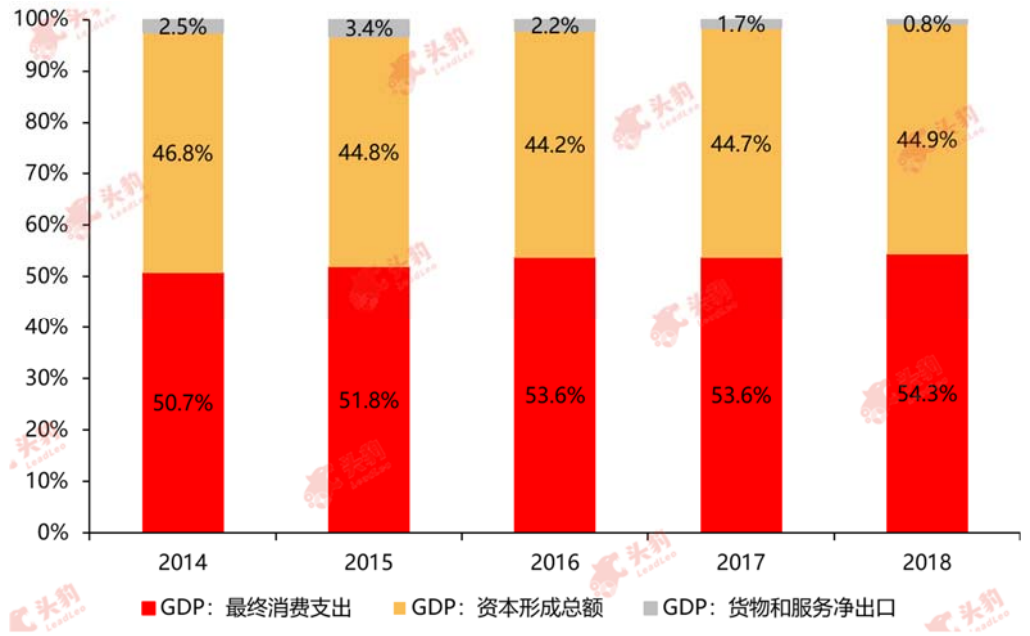
图 2-2 主要经济数据呈现下行趋势，截至 2019 年 9 月



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

2018 年，中国消费产业整体运行平稳，消费已占据了 GDP 总量的 54%以上，并且对 GDP 的增长贡献率达到 76.2%，正成为经济增长的主动力（见图 2-3）。因此，中国政府对于消费的重视程度已上升至国家战略高度，相继出台了一系列政策以促进消费平稳增长，从而带动经济发展。

图 2-3 中国 GDP 构成，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

3 中国消费及零售产业主要政策分析

3.1 中国消费及零售产业政策概述

消费作为经济增长的主动力，支持政策不断加码。2018 年以来，中国政府相继出台了一系列相关政策助推消费及零售产业的发展，主要体现在以下两方面：（1）通过减税降费措施，提升居民收入，提高消费能力；（2）通过出台促消费政策，提高居民消费意愿。

3.1.1 减税降费政策

2017 年以来，伴随增值税减税、社保降费等措施正式实施，中国减税降费政策进入加速落地阶段。2017 年，中国政府开始简并税档、下调税率。2018 年，中国政府进一步下调制造业等行业税率，统一小规模纳税人标准。2019 年，减税税费规模持续扩大，中国政府先后推出个人所得税专项附加扣除、小微企业普惠性减税、增值税税率下调、降低企业社保费率、减免行政事业性收费等多项举措。其中，减税降费政策的主力军——增值税税率下调和社保降费，分别于 2019 年 4 月 1 日和 2019 年 5 月 1 日开始正式实施，减税降费政策进入加速落地阶段（见图 3-1）。

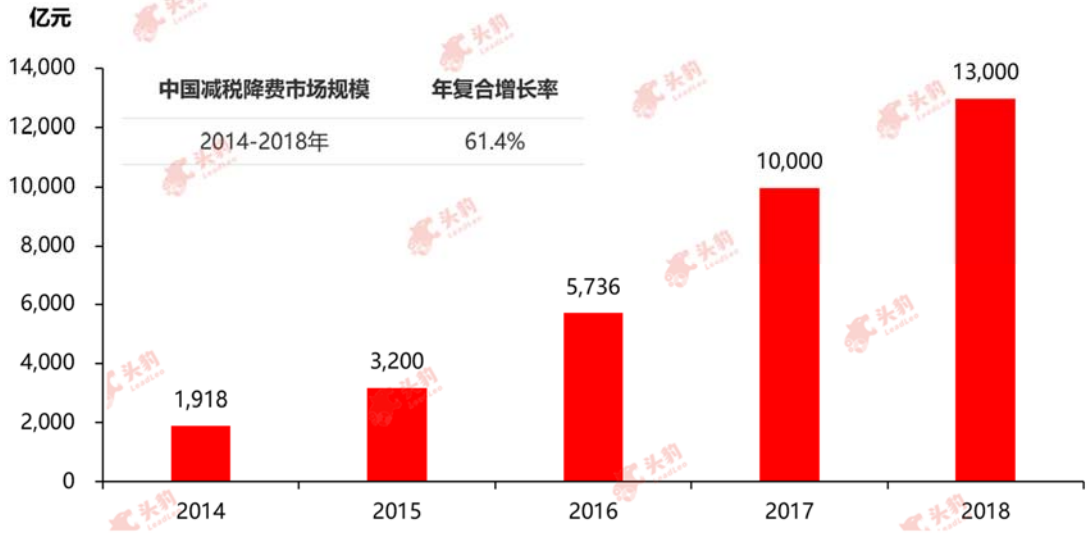
图 3-1 中国减税降费相关政策，2017 年至今



来源：头豹研究院编辑整理

伴随着减税降费政策持续加码，中国减税降费规模呈现高速增长态势。2014 年-2018 年，中国减税降费规模由 1,918 亿元增长至 13,000 亿元，年复合增长率为 61.4%（见图 3-2）。根据财政部预测，中国减税降费规模将持续保持高速增长态势，预计到 2019 年中国减税降费市场规模将达 20,000 亿元。

图 3-2 中国减税降费市场规模，2014-2018 年



来源：财政部，头豹研究院编辑整理

3.1.2 促消费政策

促消费已成为中国政府稳定经济增长的重要措施。2019 年初至今，中国政府先后出台十余条促消费政策，充分表明中国政府对促消费的决心。总体而言，2019 年以来促消费政策的核心在于挖掘消费潜力和提升供给质量：**（1）挖掘消费潜力：**体现在挖掘农村、体育、文化、汽车和旅游等领域的消费需求；**（2）提升供给质量：**体现在突破机制障碍、优化消费结构和促进消费升级等（见图 3-3）。

图 3-3 中国针对促消费的政策频出，2019 年至今

政策/事件	发布日期	发布主体	具体内容及影响
国家发改委召开促进消费专题会议	2019-10	国家发改委	国家发展改革委组织召开促进消费专题会议，强调文化旅游、商贸流通等是促进消费的重要领域，其消费潜力有待深挖，一些机制障碍有待突破
《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》	2019-08	国务院	提出了9项激发文化和旅游消费潜力的政策举措：（1）推出消费惠民措施；（2）提高消费便捷程度；（3）提升入境旅游环境；（4）推进消费试点示范；（5）着力丰富产品供给；（6）推动景区提质扩容；（7）发展假日和夜间经济；（8）促进产业融合发展；（9）加强市场监管执法。该政策的发布有利于提升文化和旅游消费质量水平，不断激发文化和旅游消费潜力
《关于加快发展流通促进商业消费的意见》	2019-08	国务院	要释放汽车消费潜力：（1）实施汽车限购的地区要结合实际情况，探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施；（2）有条件的地方对购置新能源汽车给予积极支持，并鼓励金融机构对居民购买新能源汽车等绿色智能产品提供信贷支持，在乡镇以下有条件的地区建设充电站。该政策的发布进一步居民消费需求，促进中国国民经济持续健康发展
建立消费机制设立联席会议制度	2019-07	国务院	为贯彻落实《中共中央国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》，加强对促进消费工作的统筹协调，国务院同意建立完善促进消费体制机制部际联席会议制度
《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)》	2019-06	国家发改委	重点聚焦汽车、家电、消费电子产品领域消费升级，严禁各地出台新的汽车限购规定。该政策发布将对整个汽车行业消费产生巨大的提振
《关于调整2019年劳动节假期安排的通知》	2019-03	国务院	批准调整2019年劳动节放假安排，5月1日至4日放假调休，共4天。相较此前仅放一天假的方案，假期连续长度增加有利于旅游零售消费
两会进一步明确2019年促消费措施	2019-03	全国人大	推动消费稳定增长：（1）多措并举促进城乡居民增收，增强消费能力；（2）大力发展养老特别是社区养老服务业；（3）发展壮大旅游产业；（3）稳定汽车消费，继续执行新能源汽车购置优惠政策；（4）发展消费新业态新模式，促进线上线下消费融合发展
《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》	2019-01	国家发改委等10部委	提出六个方面24项具体措施。核心内容是促进汽车消费、满足居民智能家电需求、加快5G商用步伐、激发城乡消费
召开优化市场供给促进居民消费电视电话会议	2019-01	发改委、商务部、国家市场监管总局	强调党中央、国务院高度重视促进消费工作，提出因地制宜促进汽车、家电消费，有条件的地方要加大政策支持力度，满足人民群众对绿色智能新型汽车和家电的消费需求
《进一步促进体育消费的行动计划（2019—2020年）》	2019-01	体育总局、国家发改委	目标到2020年，全国体育消费总规模达到1.5万亿元。该政策的发布将进一步推进体育消费持续提质扩容，进一步发挥体育产业在扩大内需、推动经济结构转型升级

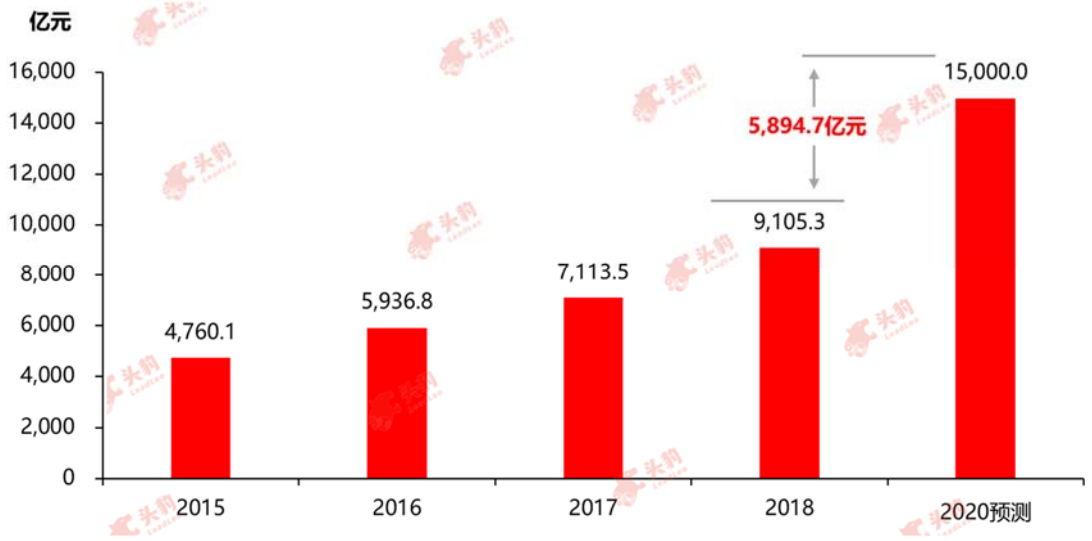
来源：头豹研究院编辑整理

下面就部分促消费政策及其消费影响效果进行简要分析：

（1）体育总局、国家发改委发文促进体育消费

2019 年 1 月，体育总局、发改委印发《进一步促进体育消费的行动计划（2019—2020 年）》（以下简称“《计划》”），提出目标到 2020 年，全国体育消费总规模达到 1.5 万亿元。**根据国家统计局数据，2018 年中国体育消费为 9,105.3 亿元，要实现《计划》中体育消费规模达 1.5 万亿元的目标，中国体育消费市场仍存在 5,894.7 亿元的增量市场**（见图 3-4）。**因此，未来随着体育消费市场政策指引力度的不断加强，中国体育消费市场规模将不断扩大，运动服饰和运动用品等行业将率先受益。**

图 3-4 中国体育消费市场规模，2015-2020 年预测



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

（2）国家发改委等 10 部委联合发布促消费政策

2019 年 1 月，国家发改委等 10 部委联合发布《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》(以下简称“《方案》”)，提出六个方面 24 项具体措施：①多措并举促进汽车消费，更好地满足居民出行需要；②补足城镇消费供给短板，更好满足城镇化和老龄化需求；③促进农村消费提质升级，拉动城乡消费联动发展；④加强引导支持，带动新品消费；⑤扩大优质产品和服务供给，更好满足高品质消费需求；⑥完善政策体系，进一步优化消费市场环境。**其中，核心内容为促进汽车消费、满足居民智能家电需求、信息消费升级：**

①促进汽车消费：

《方案》明确指出将推进老旧汽车报废更新，对报废国三及以下排放标准汽车并购买新车的车主给予适当的补贴。此外，为促进农村汽车更新换代，有条件的地方可对农村居民报废三轮车、购买 3.5 吨及以下或 1.6 升及以下排量乘用车给予适当补贴，带动农村汽车消费。现阶段，一汽-大众、长安欧尚两家车企已率先响应国家号召，针对实施汽车下乡政策给出了具体办法：2019 年 2 月 11 日，一汽-大众推出“一成首付购新车”和“最高万元报

废补贴”的具体汽车下乡政策，旗下所有满足《方案》补贴条件的车型均享受优惠补贴政策。2019 年 2 月 13 日，长安欧尚宣布实施汽车下乡补贴，其中能够享受到汽车下乡补贴政策的车型共有六款，最高可享受 22,000 元的厂家补贴。

②满足居民智能家电需求：

《方案》提出要支持绿色智能家电的销售，有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当的补贴。同时还提出要促进家电产品更新换代，有条件的地方可对消费者交售旧家电（冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机）并购买新家电产品给予适当补贴。这些措施对推动家电及相关零配件行业高质量发展、形成强大的中国市场、促进节能减排和推进生态文明建设，均具有重要意义。

根据国家发改委测算，若该政策在全国范围内推广，在 2019 年至 2021 年期间，预计可增加 1.5 亿台高效节能智能家电的销售，直接拉动约 7,000 亿元的消费额。

③信息消费升级

《方案》提出要扩大优质产品和服务供给，更好满足高品质消费需求，核心内容包括加快国际消费中心城市培育建设、扩大升级信息消费、加快推进超高清视频产品消费和促进离境退税商品销售等。其中，扩大升级信息消费体现在加快信息通信基础设施建设，加快 5G 商用步伐。**工信部信息化和软件服务业司相关负责人表示，初步测算，中国 5G 商用前五年有望直接带动经济总产出将超过 10 万亿元，经济增加值有望超过 3 万亿元，直接新增就业岗位有望超过 300 万个。**

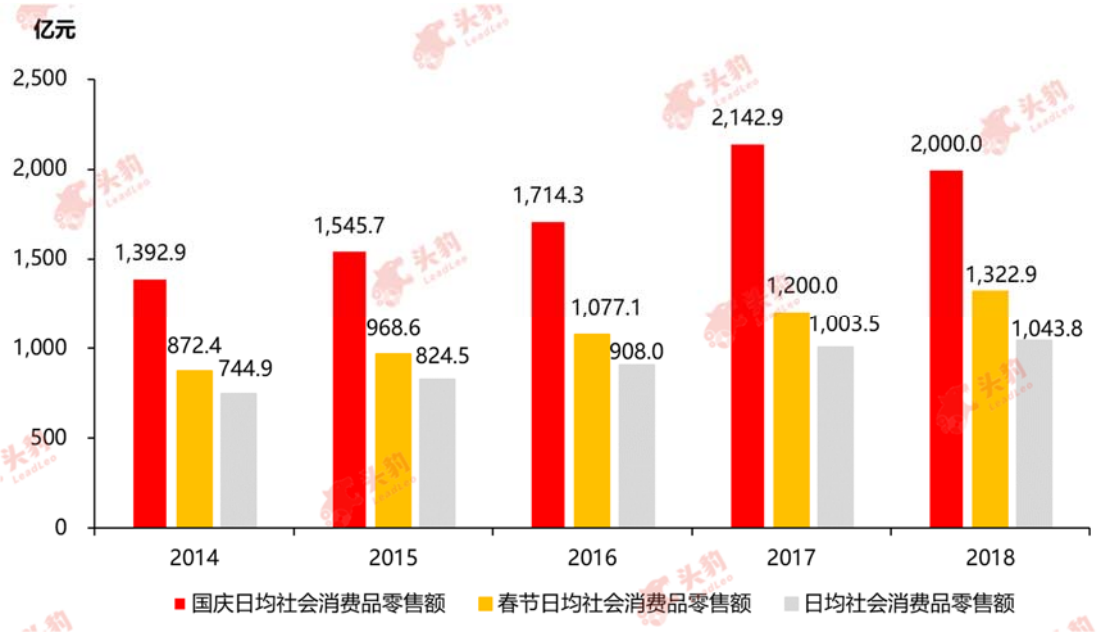
（3）五一假期调整为 4 天

2019 年 3 月，国务院发布《关于调整 2019 年劳动节假期安排的通知》，批准调整 2019 年劳动节放假安排，5 月 1 日-4 日放假调休，共 4 天。相较此前仅放一天的方案，假期连

续长度增加有利于带动旅游零售消费。2019 年五一假期期间，中国国内旅游接待总人数达 1.95 亿人次，按可比口径增长 13.7%；实现旅游收入 1,176.7 亿元，按可比口径增长 16.1%，经济拉动作用显著。此外，纵观近五年来国庆、春节等长假期的消费情况，2018 年中国日均社会消费品零售额为 1,043.8 亿元，而国庆和春节期间日均社会消费品零售额分别为 1,322.9 亿元和 2,000.0 亿元，分别为日均社会消费品零售额的 1.9 倍和 1.3 倍(见图 3-5)。

综上分析，假日经济已成为持续拉动内需、促进经济平稳运行的重要力量。

图 3-5 国庆、春节及平常日均社会消费品零售额对比，2014-2018 年



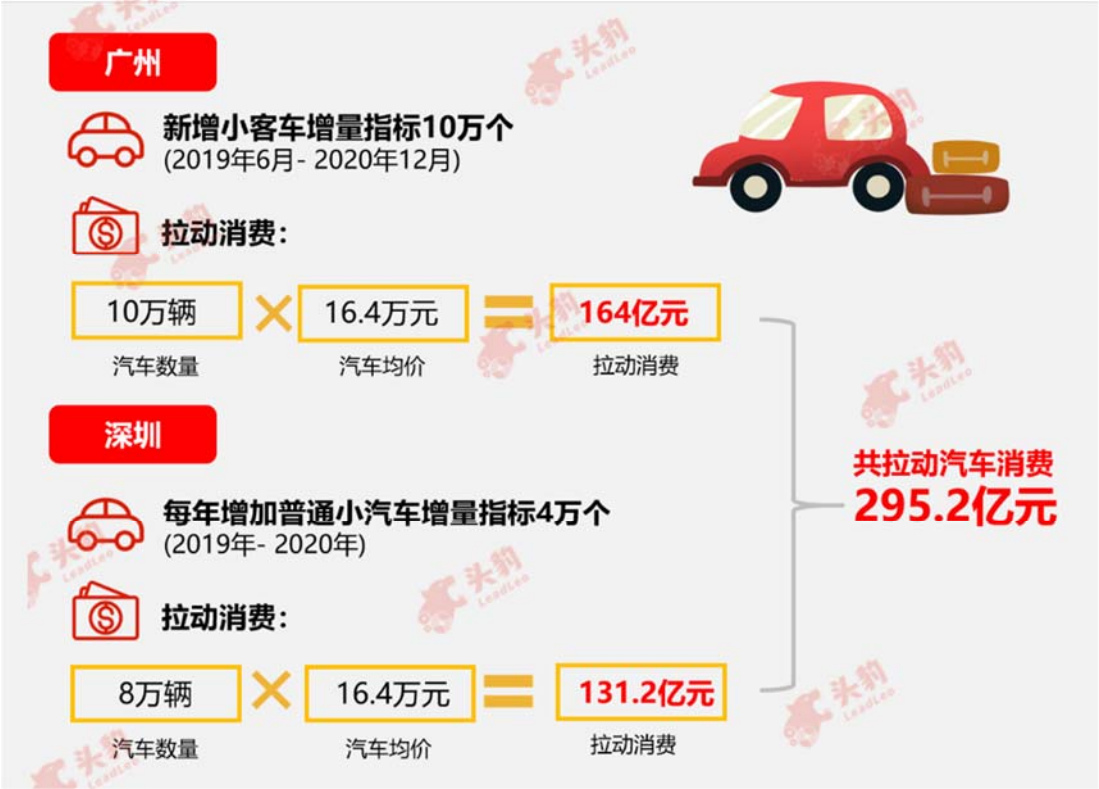
来源：商务部，国家统计局，头豹研究院编辑整理

(4) 国家发改委发布促汽车、家电、消费电子消费政策

2019 年 6 月，国家发改委印发《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020 年)》，重点聚焦汽车、家电、消费电子产品领域消费升级，严禁各地出台新的汽车限购规定。部分一线城市（如深圳、广州等）也先后发布新政，放宽汽车摇号和竞拍指标：（1）2019 年 6 月-2020 年 12 月，广州共增加投放中小客车增量指标 10 万个；（2）深圳自 2019 年 6 月起，在原定每年普通小汽车增量指标配额 8 万个的调控目标基础上，2019 年-2020 年每年增加投放普通小汽车增量指标 4 万个。**以汽车均价为 16.4 万元/辆计算，广州、深圳两市汽车增量**

指标的增加将直接带动约 300 亿元消费额的增加（见图 3-6）**。综上分析，该政策发布将对整个汽车行业消费产生巨大提振。**

图 3-6 广州、深圳汽车消费增量指标增加带动汽车消费

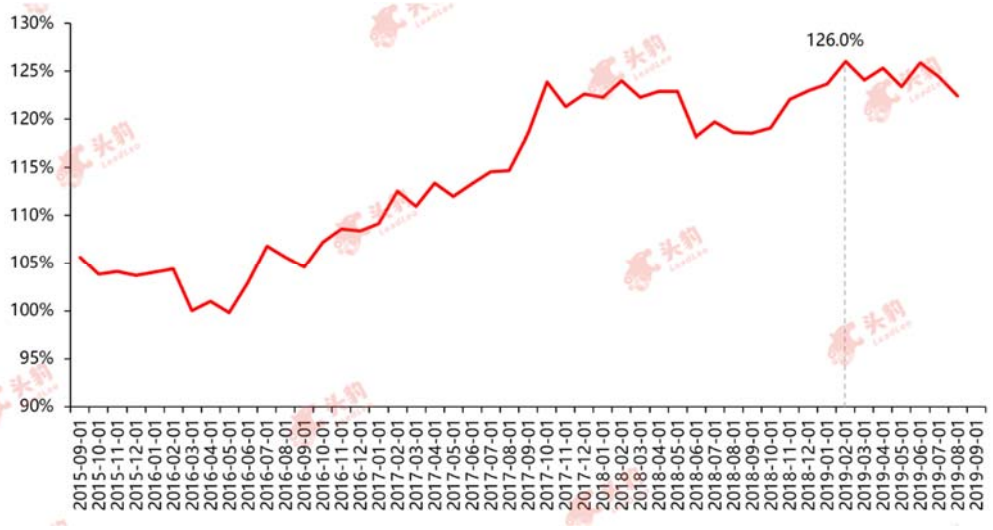


来源：头豹研究院编辑整理

3.2 中国消费及零售产业政策影响

消费者信心指数持续攀升。2018 年下半年开始，受益于中国政府相继发布一系列减税降费和促消费的政策，中国消费者信心指数持续攀升，并于 2019 年 2 月达到 126.0%，创历史新高。2019 年 2 月以后，中国消费者信心指数虽有稍许下降，但整体位于高位，且在 122%-125%之间波动（图 3-7）。

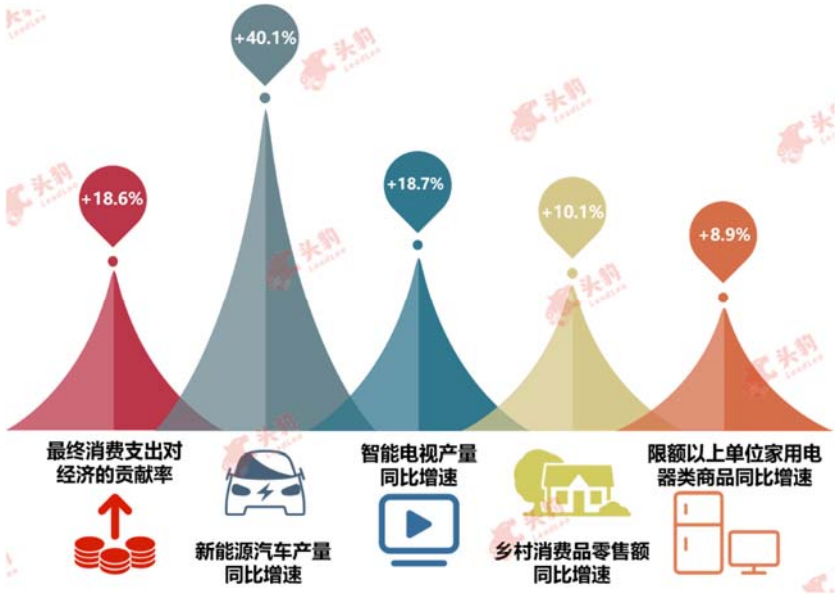
图 3-7 中国消费者信心指数，2015 年 9 月-2019 年 9 月



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

消费作为经济增长主动力的作用日益显著，适应消费升级和智能化发展的消费品类增速迅猛。2018 年，中国最终消费支出对经济的贡献率增加至 76.2%，比上年提高 18.6%，**消费作为经济增长主动力的作用进一步巩固。**从细分品类来看，**新能源汽车、智能电视等适应消费升级和智能化发展的消费品市场快速增长，乡村和家电等消费市场的需求潜力也逐渐被激发。**2018 年，新能源汽车、智能电视产量快速增长，增速分别高达 40.1%和 18.7%；乡村消费品零售额增长 10.1%，增速比城镇消费品总额增速高 1.3%；限额以上单位家用电器类商品增长 8.9%（见图 3-8）。

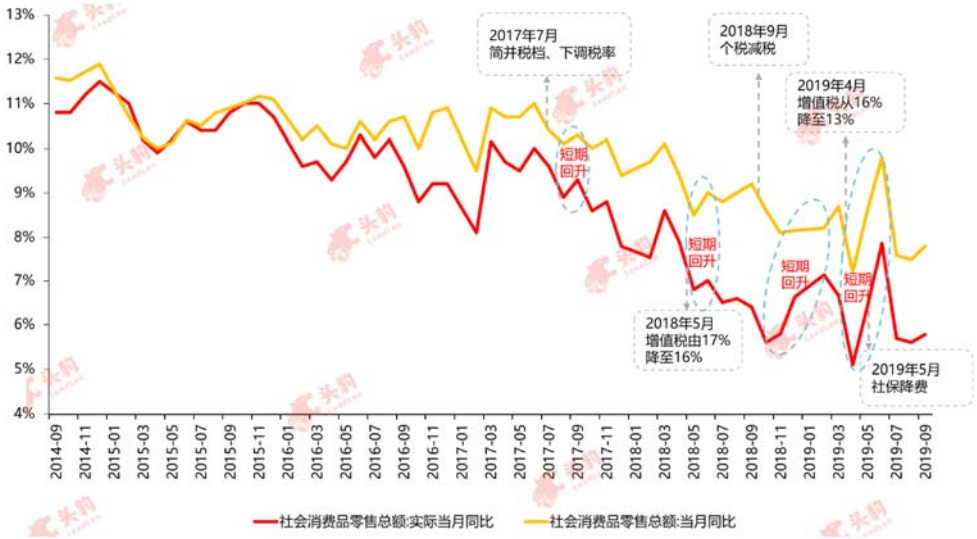
图 3-8 适应消费升级和智能化发展的消费品类增速迅猛，2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

减税降费和促消费政策效果逐步显现，消费增速下滑局面有望改善。根据社会消费品零售总额（实际当月）当月同比增速走势来看，在减税降费政策实施后，社会消费品零售总额同比增速均会迎来一个短期的回升（2017 年 8 月-9 月、2018 年 6 月-7 月、2018 年 11 月-3 月、2019 年 4 月-6 月），减税降费政策效果已开始初步显现。从整体来看，虽然社会消费品零售总额（实际当月）当月同比增速仍呈现颓势，但伴随着 2019 年以来一系列促消费政策的相继出台，预计 2020 年消费增速持续下滑的局面将有望得到进一步改善（见图 3-9）。

图 3-9 减税降费政策的发布对消费增速的影响，截至 2019 年 9 月



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

4 中国消费及零售产业热点行业政策分析

4.1 中国消费升级发展历程

发展至今，中国的消费升级共经历必需品满足和耐用消费品提升两个阶段（见图 4-1）：

图 4-1 中国消费升级发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

（1）必需品满足阶段：

建国初期（1949 年），中国居民生活水平普遍较低，解决温饱问题是消费的主要需求。同时，中国政府开始大规模发展经济，纺织业作为重要的民生行业，是政府经济建设的重点。在政府的主导下，中国纺织生产能力增长迅速，纺织品的消费数量持续增加。

（2）耐用消费品提升阶段：

随着居民收入及消费水平的不断提高，居民消费逐渐由生活必需品阶段转向耐用消费品阶段，居民生活品质显著提高。改革开放初期，拥有自行车、手表、缝纫机“老三件”是大多消费者的追求。随着改革开放的深入，20 世纪 90 年代，以彩色电视机、电冰箱、洗衣机为代表的“新三件”迅速进入居民家庭。进入新世纪，移动电话、电脑、空调等新兴家庭耐用消费品逐渐成为消费热点。2008 年后，居民家庭对耐用消费品的需求向高档化、享受型发展，各种功能齐全、智能化的家电备受居民青睐，汽车、住房等商品消费的增长成为中国消费增长的主要动力。

此外，伴随着互联网，尤其是移动互联网普及率的持续提高，中国网购用户规模不断扩大，中国网上零售额保持高速增长态势。同时受益于大数据、人工智能和移动互联网等新技术推动及物流配送体系的日益完善，新兴零售业态和传统业态融合正成为消费市场供给的重要途径。下文就家电、汽车、住房和新零售四个消费及零售产业热点市场政策进行简要分析。

4.2 中国家电消费行业政策分析

4.2.1 中国家电消费行业政策概述

中国政府对家电行业的刺激政策始于 2007 年，主要政策手段包括家电下乡、以旧换新、节能补贴和家电补贴（见图 4-2）：

图 4-2 中国家电行业促消费政策历史



来源：头豹研究院编辑整理

（1）家电下乡

2007 年 11 月，为改善农村生活水平和提振农村消费需求，中国政府开始实施家电下乡补贴政策。为加快政策推广，2007 年 12 月，家电下乡政策率先在山东、青岛、河南和四川 4 省市进行试点，补贴产品范围包括冰箱、冷柜、彩电和手机，补贴金额为产品销售价格的 13%。2008 年 12 月，家电下乡政策推广至辽宁、湖南等 10 省市，补贴产品新增洗衣机，实施时间为 4 年。2009 年 1 月，家电下乡政策迅速在全国推广，补贴产品范围包括空调、彩电、电热水器、燃气热水器、太阳能热水器、微波炉、电磁炉和计算机等。2013 年 1 月，中国家电下乡政策将全部执行到期。根据商务部数据显示，截至 2012 年 12 月底，

中国累计销售家电下乡产品 2.98 亿台，实现销售额 7,204 亿元。

（2）以旧换新

2008 年金融危机爆发后，为进一步扩大消费需求和提高能源资源利用率，中国政府开始实施以旧换新政策。2009 年 6 月 1 日，以旧换新政策率先在北京、天津等 9 省市试点，补贴产品范围包括产品电视机、冰箱（含冰柜）、洗衣机、空调、电脑等，补贴金额为产品售价的 10%。2010 年 6 月 1 日，以旧换新政策在全国范围内实行推广，补贴金额仍按单台售价的 10%进行补贴，同时补贴运费 30-60 元/台，补贴拆解费用 5-20 元/台。2011 年 12 月，以旧换新政策执行到期，根据商务部 2011 年 12 月 31 日公布的数据显示，中国家电以旧换新共销售电视机、冰箱（含冰柜）、洗衣机、空调、电脑五大类新家电 9,248 万台，直接拉动消费 3,420 多亿元。

（3）节能补贴

2009 年 6 月，为扩大内需、推广绿色消费，国家发改委、工信部和财政部联合发布《节能产品惠民工程高效节能房间空气调节器推广实施细则》，明确将采取财政补贴方式，支持高效节能空调的推广使用，其中 2 级及以上能效标准空调产品将获得 300 元-850 元能效补贴。2010 年 6 月，财政部、国家发改委发布《关于调整高效节能空调推广财政补贴政策的通知》，宣布高效节能空调补贴推广政策将再延长一年，产品补贴范围为额定制冷量 7,500w 及以下的机型，补贴额度下降至 150 元-250 元。2012 年 6 月，新一轮的节能补贴政策开启，中国政府安排财政补贴资金 265 亿元，补贴产品范围包括符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器等。

（4）家电补贴

家电行业有望迎来新的一轮补贴政策。继节能补贴政策之后，家电行业历经了将近 5 年的家电普惠政策空窗期，直至 2019 年 1 月，国家发改委等十部委联合发布《进一步优化供

给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》，提出：**①要支持绿色智能家电的销售：**有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当的补贴；**②促进家电产品更新换代：**有条件的地方可对消费者交售旧家电（冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机）并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售。在该政策的推动下，中国预计将开始实施新一轮的家电补贴政策。

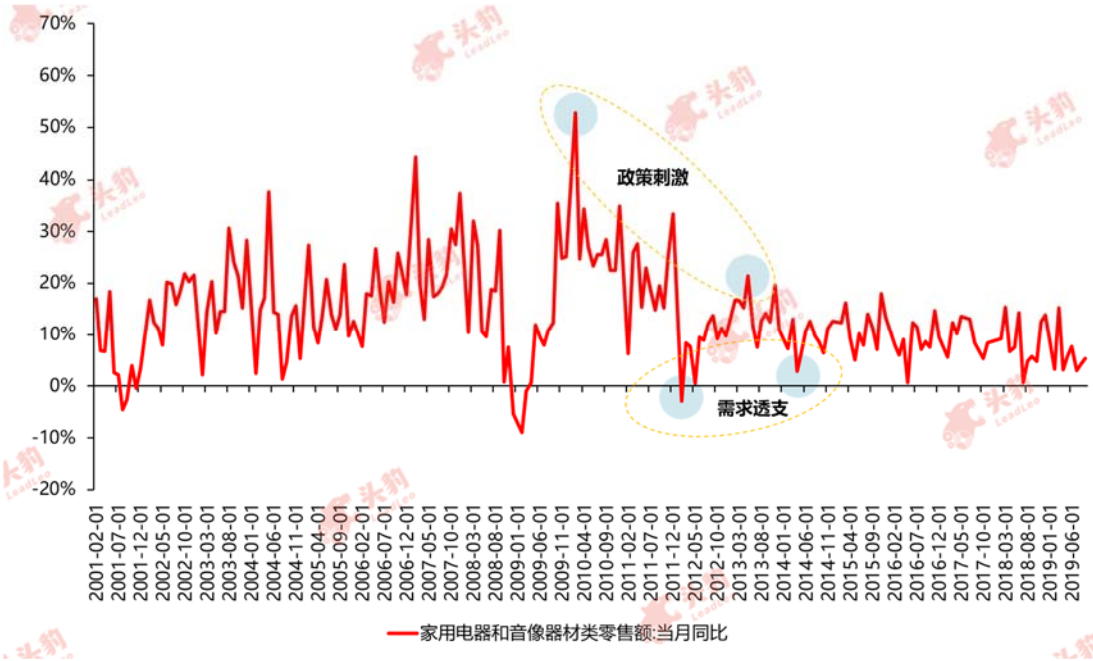
2019 年 1 月 30 日，北京积极响应《方案》政策，推出新一轮节能减排促消费政策，对电视机、电冰箱、洗衣机、空调、热水器、微波炉、吸油烟机、家用燃气灶、家用电磁炉、电饭锅、家用电风扇、坐便器、沐浴器、空气净化器、自行车 15 类产品展开节能补贴。针对家电产品，中国能效标识 1 级或 2 级的家电，可享受售价 8%-13%的额外补贴，封顶为 800 元，政策于 2019 年 2 月 1 日正式实施。

4.2.2 中国家电消费行业政策影响

2007 年-2013 年，中国政府推出了一系列促家电消费政策，以带动家电产品销售额的增长。2007 年 9 月，中国开始实施家电下乡政策。在家电下乡政策实施之初，中国家用电器和影像器材类零售额当月同比增速仍呈现下降态势，其原因在于这一阶段房价上涨导致住房需求下降，从而进一步影响家电需求情况。随着家电下乡政策力度的不断加大，中国家用电器和影像器材类零售额当月同比增速于 2009 年开始呈现快速上升态势，并于 2010 年 2 月创近 20 年来新高。随后，由于需求透支及房地产调控政策收紧等因素影响，尽管以旧换新政策力度持续加大，但家用电器和影像器材类零售额当月同比增速仍呈现下降的态势。2012 年以后，节能补贴政策推广力度不断加大，进一步刺激有消费能力和消费需求的居民加快消费，促使中国家用电器和影像器材类零售额当月同比增速逐渐回升。但随着节能补贴

政策的进一步实施，居民家庭对家用电器的需求开始达到饱和，致使 2013 年下半年开始，中国家用电器和影像器材类零售额当月同比增速开始呈现下降趋势。2014 年-2018 年，家电行业属于普惠政策的空窗期，该阶段家电消费增速呈现稳定的周期性波动。**2019 年，新一轮家电普惠政策即将开启，未来智能电视、智能冰箱等适应消费升级和智能化发展的产品将成为家电市场新的增长点**（见图 4-3）。

图 4-3 政策对家电消费增速的影响，截至 2019 年 9 月

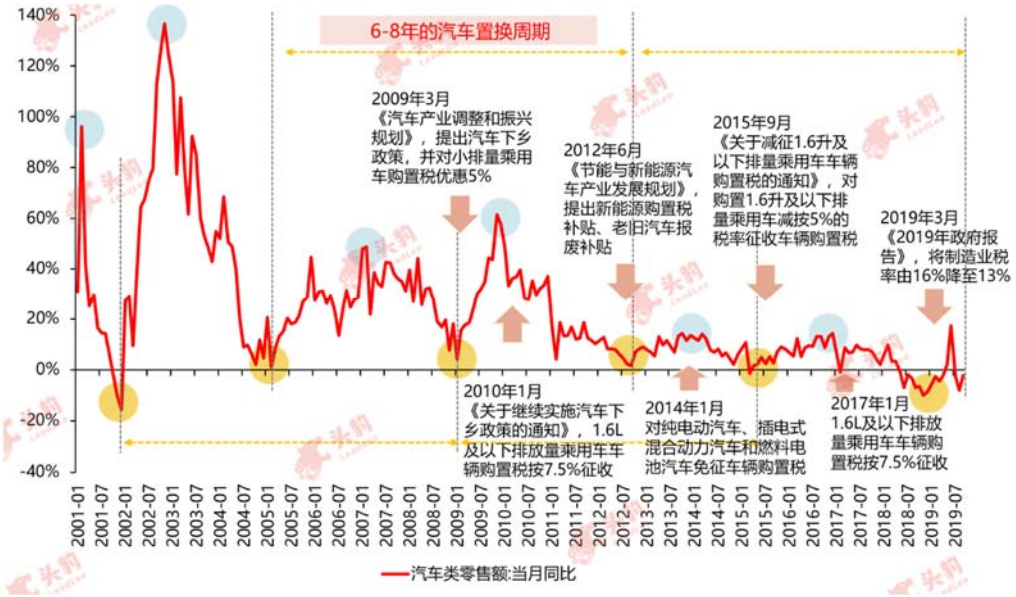


来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

4.3 中国汽车消费行业政策分析

中国促汽车消费政策频出，有望刺激汽车消费回暖。回顾近十年，中国几乎每年均有与汽车消费相关的政策出台，其中政策密集出台阶段有三个，分别是 2008 年金融危机前后、2015 年和 2019 年。**从汽车类零售额同比增速的走势分析，促汽车消费政策的推出可刺激居民消费，增加汽车销量，提高汽车销售额。从促汽车消费政策效果分析，随着销量基数的升高，刺激政策的效果在逐渐减弱**（见图 4-4）。

图 4-4 政策对汽车消费增速的影响，截至 2019 年 9 月



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

（1）2008 年金融危机前后：

2008 年全球金融危机，中国汽车零售额增速直线下降。为扩大汽车消费、拉动内需，2009 年国务院发布《汽车行业调整振兴规划》，提出汽车下乡政策，并对小排量乘用车购置税优惠 5%。2010 年财政部等 7 部门联合发布《关于继续实施汽车下乡政策的通知》，提出对 1.6L 及以下排放量乘用车车辆购置税按 7.5%征收。在购置补贴、报废补贴、购置税优惠等政策的推动下，中国汽车零售额激增，2009 年和 2010 年汽车零售额增长至 11,536.5 亿元和 16,672.6 亿元，同比分别增长 61.5%和 44.5%。

（2）2015 年：

2015 年 3 月，中国汽车零售额增速呈现负增长。2019 年 9 月，财政部和国家税务局联合发布《关于减征 1.6 升及以下排量乘用车车辆购置税的通知》，提出对购置 1.6 升及以下排量乘用车减按 5%的税率征收车辆购置税。在该政策的助力下，2016 年汽车类零售额达 40,371.5 亿元，同比增加 12.1%，增速远高于 2015 年的 7.8%。

（3）2019 年：

2018 年上半年开始，中国汽车零售额增速持续呈现负增长的态势。基于此背景，2018

下半年开始，国务院、国家发改委等相关部门相继出台了一系列政策，包括对报废国三及以下排放标准汽车同时购买新车的车主给予适当补助、持续优化新能源汽车补贴结构和促进农村汽车更新换代等。同时，2019 年 4 月起，国家将制造业增值税由 16%下调至 13%，减轻了汽车厂商的税负压力（见图 4-5）。2019 年 7-9 月汽车消费表现不佳，原因如下：部分地区提前实施国六标准，致使汽车厂商与经销商加大国五车去库存的力度，刺激消费者提前消费，叠加国六车型的正常零售价明显高于国五车型的清库价格，导致 7 月-8 月中国汽车零售额增速仍呈现连续下降趋势。2019 年 9 月，汽车行业迎来了传统的销售旺季“金九银十”，4S 店和厂家双重促销，车价较平时更加优惠，促使汽车消费需求增加，汽车零售额增速有所收窄。

图 4-5 汽车促消费相关政策，2018-2019 年

政策名称	发布日期	发布主体	具体内容及影响
《关于加快发展流通促进商业消费的意见》	2019-08	国务院	释放汽车消费潜力。实施汽车限购的地区要结合实际情况，探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。有条件的地方对购置新能源汽车给予支持
《推动重点消费品更新升级，畅通资源循环利用实施方案（2019-2020 年）》	2019-06	国家发改委	严禁各地出台新的汽车限购规定，已实施限购的地方政府加快由限制购买转向引导使用，原则上对拥堵区域外不予限购；各地不得对新能源汽车实行限行、限购，已实行的应当取消；推进农村车辆消费升级，加大汽车消费金融支持力度；促进老旧柴油车更新；促进二手车流通和消费发展；完善废旧产品回收拆解体系等
《关于增加中小客车增量指标配置额度的通告》	2019-06	广州市交通运输局	2019年6月至 2020年12月，共增加投放中小客车增量指标10万个
《深圳市交通运输局关于调控增量指标配置额度的通告》	2019-06	深圳市交通运输局	2019年6月起，在原定每年普通小汽车增量指标配额8万个的调控目标基础上，2019年至2020年每年增加投放普通小汽车增量指标4万个
《报废机动车回收管理办法》	2019-05	国务院	拆解的报废机动车发动机、方向机、变速器、前后桥、车架等“五大总成”具备再制造条件的，可按照国家有关规定出售给具备再制造能力的企业予以循环利用，消除了报废机动车零部件再制造的法律障碍
《2019年政府工作报告》	2019-04	全国人大	将制造业等行业现行16%的税率降至13%，将交通运输业、建筑业等行业现行汇率降至9%
《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》	2019-01	国家发改委、交通运输部等十部委	多措并举促进汽车消费，更好满足居民出行需要；持续优化新能源汽车补贴结构；促进农村汽车更新换代；稳步推进放宽皮卡车进城限制范围；加快繁荣二手车市场；进一步优化地方政府机动车管理措施
《完善促进消费体制机制实施方案（2019-2020年）》	2018-10	国务院	提出六项任务：（1）进一步放宽服务消费领域市场准入；（2）完善促进实物消费结构升级的政策体系；（3）加快推进重点领域产品和服务标准建设；（4）建立健全消费领域信用体系；（5）优化促进居民消费的配套保障；（6）加强消费宣传推介和信息引导
《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	2018-09	中共中央、国务院	提出促进汽车消费优化升级，鼓励和引导农村居民增加汽车消费；鼓励发展共享型、节约型、社会化的汽车流通体系，全面取消二手车限迁政策；实施好新能源汽车免征车辆购置税、购置补贴等财税优惠政策；积极发展汽车赛事等后市场，加强城市停车场和新能源汽车充电设施建设

来源：头豹研究院编辑整理

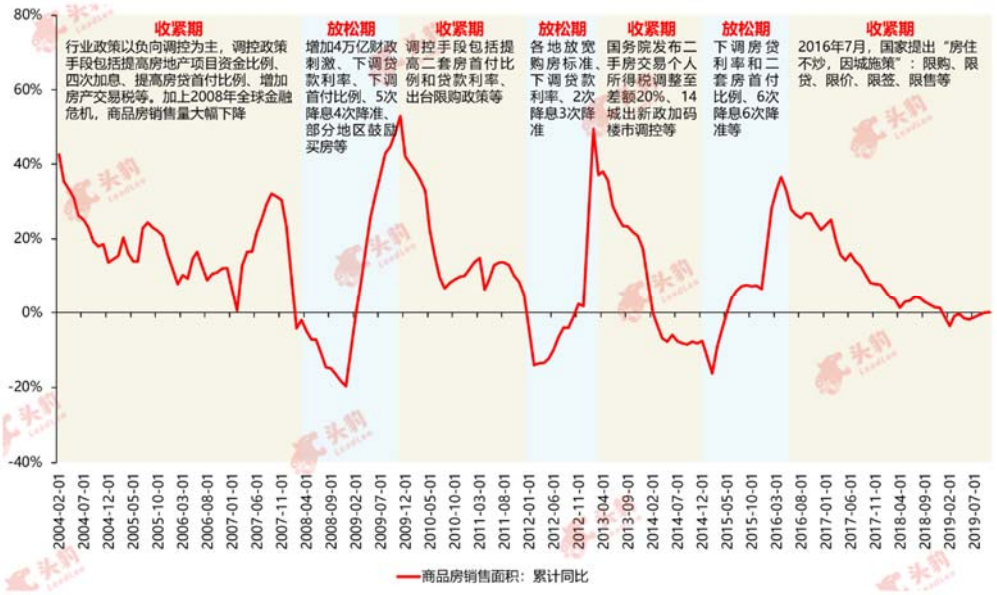
展望 2020 年，汽车销售额增速有望回升，原因如下：根据《中华人民共和国道路交通

法实施条例》规定，6 年内免检的车辆，在没有发生重大事故的情况下，免上线检车。同时，汽车在使用 6 年后经常面临高维修成本的情况，因此汽车消费存在 6-8 年左右的置换周期。受刺激汽车消费政策频出等因素影响，中国汽车消费呈现 3 年小周期的特征。**根据汽车消费的波动规律推算，2019-2020 年汽车消费有望迎来新一轮的置换高峰，叠加近一年相关部门发布的一系列刺激汽车消费政策，因此 2020 年中国汽车销售额增速有望回升。**

4.4 中国房地产消费行业政策分析

政策调控推动房地产行业周期形成。从 2007 年起，中国房地产调控经历了三轮紧松期（见图 4-6）。收紧期期间，行业政策以负向调控为主，调控手段包括提高房贷比例、提高房贷利率、限购、限价、限售等。放松期期间，国家主要通过降准降息、降低首付比例、降低贷款利率的方式，刺激居民购房。从商品房销售面积增速和政策调控周期的变化情况分析，房地产行业放松政策均出现在商品房销售面积增速出现连续负增长之后，且随着放松政策的推出，商品房销售面积增速逐渐回暖。收紧政策均出现在商品房销售面积增速持续增长后，随着收紧政策的推出，商品房销售面积增速逐渐回落。长此以往，商品房消费增速形成了较为稳定的波动周期。**综上分析，房地产行业消费波动和政策走向受商品房销售波动影响较大。2019 年下半年，商品房销售面积增速开始呈现负增长态势，叠加前三轮的波动规律，预计 2020 年以后房地产行业有望迎来新一轮的放松期。**

图 4-6 政策对商品房消费的影响，截至 2019 年 9 月

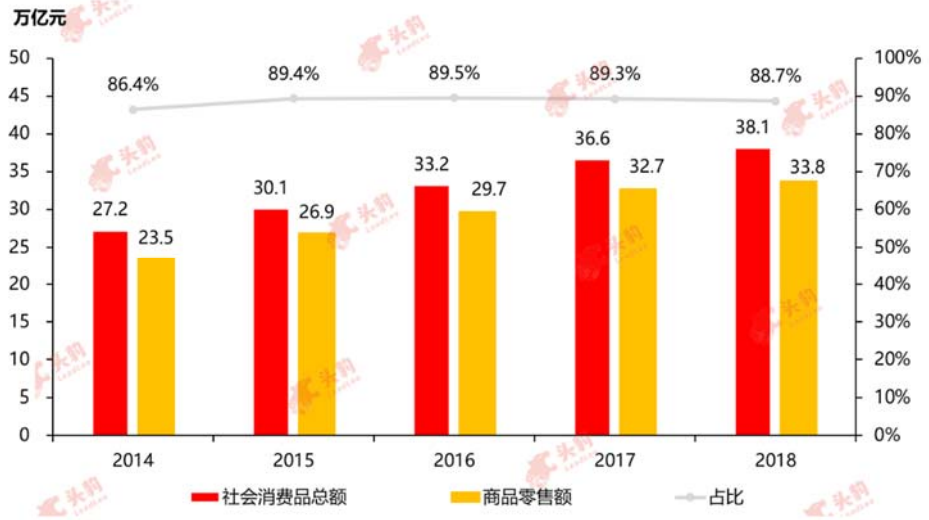


来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

4.5 中国新零售行业政策分析

零售业是最贴近民生的商业形态，是流通产业的主流行业，是推动消费升级转型的重要力量，更是拉动经济发展的主要动力。2018 年，中国社会消费品零售总额达 38.1 万亿元，同比增长 9.0%。其中，商品零售额为 33.8 万亿元，同比增长 8.9%，占社会消费品零售总额的比例为 88.7%（见图 4-7）。综上分析，零售业在消费品行业占据重要地位，因此零售业在促进消费升级和经济高质量发展方面也发挥着重要作用。

图 4-7 中国社会消费品零售总额和商品零售额走势，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

在零售业中，实体零售是商品流通的重要基础，是引导生产、扩大消费的重要载体。但近三年来，在经营成本上升、居民消费习惯改变和网络零售快速发展的影响下，实体零售遭受巨大的冲击。2015 年开始，传统零售业迎来了关店潮，并且几乎覆盖了实体零售的所有业态。与此同时，网络零售在经历几年的高速增长后，也面临着线上用户增长及流量红利逐渐萎缩的发展瓶颈。2016 年，阿里巴巴率先提出了线上线下购物相结合新零售概念，开启了零售业的新征程。零售业作为国民经济的重要发展产业，随着新零售概念的提出，相关部门先后发布了一系列政策，推动和规范新零售行业的发展（见图 4-8）：

图 4-8 中国新零售行业相关政策

政策/事件	发布日期	发布主体	具体内容及影响
《关于加快发展流通促进商业消费的意见》	2019-08	国务院	促进流通业态新模式的发展，具体措施包括促进跨界融合、创新商业模式、鼓励循环消费和实施包容监管制度等四个方面。该政策的发布对于促进商业消费、推动新零售行业健康发展意义重大
《关于推进新零售发展（2018-2022）若干意见》	2018-11	杭州市商务委员会	争取在2022年建成一批线上龙头企业的线下示范项目、传统商贸零售企业的提升改造项目，以及线上线下企业相互合作的共建项目。积极推进实体商贸零售行业的新零售转型，实现电商龙头企业向线下拓展的业务布局，在全国范围内率先建成新零售示范城市
《走进零售新时代——深度解读新零售》调研报告	2017-09	商务部	重点考察了天猫等电商平台引领的新零售浪潮，首次全面定义了新零售的内涵与特点，并就新零售如何健康发展提出了4项指导意见
《零售业技术创新框架》	2017-09	商务部	适时发布《零售业技术创新框架》和技术应用典型案例，引导广大零售企业加大先进技术的应用，不断增强创新转型的能力，更好地适应消费升级的需求
《国内贸易流通“十三五”发展规划》	2016-11	商务部、国家发改委等10部门	提出推进实体商业创新转型、提升流通供给水平、推动消费结构升级、提高流通信息化水平、加强流通标准化建设、促进流通集约化发展、统筹区域城乡协调发展、加强对外开放合作、营造法制化营商环境等9项工作任务
《关于推动实体零售创新转型的意见》	2016-11	国务院	三个方向九项任务，及两个方面七项政策，从业态、商品、渠道、功能、机制等多方面自上而下地阐述了：在新的消费理念下，新的零售时代下，新的生态系统中，实体零售企业应当如何创新转型。该政策的发布既推进供给侧结构性改革、降低实体经济成本的重要举措，也充分体现出国家对实体零售的关注和支持，将对鼓舞实体零售创新转型的信心起到积极作用

来源：头豹研究院编辑整理

下面就部分新零售行业政策及其消费影响效果进行简要分析：

（1）推动实体零售创新转型

2016 年 11 月，国务院发布《关于推动实体零售创新转型的意见》，指明了三个方向九项任务，及两个方面七项政策（见图 4-9），从业态、商品、渠道、功能、机制等多方面自上而下地阐述了在新的消费理念下、新的零售时代下、新的生态系统中，实体零售企业应当

如何创新转型。**其中，促进线上线下融合、创新经营机制、简政放权、促进公平竞争及减轻企业税费负担等措施成为支持新零售发展的重要保障。**

该政策的发布不仅对供给侧结构性改革、降低实体经济成本起到重要推进作用，还充分体现出国家对实体零售的关注和支持，在鼓舞实体零售进行创新转型方面具有积极作用。

图 4-9《关于推动实体零售创新转型的意见》政策主要内容



来源：头豹研究院编辑整理

（2）培育消费新模式

2019 年 8 月，国务院发布《关于加快发展流通促进商业消费的意见》，提出要促进流通业态新模式的发展，具体措施包括以下四个方面：**①促进跨界融合：**鼓励运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进商旅文体等跨界融合，形成更多流通新平台、新业态、新模式；**②创新商业模式：**引导电商平台以数据赋能生产企业，促进个性化设计和柔性化生产，培育定制消费、智能消费、信息消费、时尚消费等新商业模式；**③鼓励循环消费：**鼓励发展“互联网+旧货”、“互联网+资源循环”模式，促进循环消费；**④包容监管：**实施包容审慎监管制度，推动流通新业态新模式健康有序发展。该政策的发布对于促进商业消

费、推动新零售行业健康发展意义重大。

5 中国消费与零售产业政策回顾与展望

近 10 年来，伴随居民可支配收入的持续增加和生活水平的不断提高，家电、汽车等消费品已基本普及，增量市场需求有限，居民的消费需求更多体现在基本消费满足后的消费升级需求。因此，在政策调控方面，相关部门主要通过减税降费和促消费政策的方式带动居民消费：**(1) 减税降费政策：**通过上调个税起征点和专项附加扣除等方式，有效增加居民收入，同时通过下调企业增值税税率等方式，降低企业生产成本，促使企业为居民提供更具性价比的商品，间接提高居民的实际购买能力，从而对消费形成有利的支持；**(2) 促消费政策：**通过激发农村、体育、文化旅游、汽车等领域消费，以及优化消费结构和促进消费升级等方式，带动消费需求增加。在减税降费和促消费等一系列政策的助力下，居民消费需求不断释放，从而带动经济发展。

但从消费及零售产业整体发展角度分析，现阶段中国社会消费品零售总额增速整体仍呈现下降的态势。而 2020 年是中国全面进入小康社会的验收年，为实现十八大提出的“到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2010 年翻一番”的目标，需要 2019 年和 2020 年经济增速保持在 6.2%左右。消费作为中国经济增长的主动力，2020 年有望继续获得政策的大力支持。其中，新能源汽车、智能化消费类电子产品、智能家电、新零售等将有望成为政策关注的重点方向。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451