

日均超1.5亿人次在电商平台浏览国补专区——

国补遇上“618” 打开消费新空间

“618”促销活动正在进行。从各个平台官宣的信息来看,今年的“618”大促展现出两大新特点:一是多个平台取消满减、叠券等复杂玩法,采取“立减”的形式促进成交;二是叠加国补后,部分商品低至

5折,大促更显火热。不少消费者表示“用完国补再享优惠,真的太划算了”。

当国补遇上“618”,有哪些新买法?如何进一步释放消费潜力?

新买法:大促更简单、更实惠

“苹果16 Pro首次参加国补”日前登上微博热搜,多个电商平台宣布该款手机的128GB版本到手价低至5499元,引发热议。

这个价格是怎么得到的?据了解,原价7999元的iPhone16 Pro,店铺立减1700元加天猫惊喜券300元后,再叠加国补500元,到手价仅5499元。

这样的折扣并不是最低。今年“618”期间,叠加国补后一部分商品价格低至5折。

目前,有超20万款品牌商品支持天猫“618”优惠与国补叠加,其中超1万款为今年首发的新品,覆盖美的、海尔、苹果、华为、戴森、西门子等全球优质品牌。美的一款节能空调,打3.5折,到手价1583元;一款75英寸Mini LED海信电视,打3.8折,补贴后到手价3759元;大字一款10公斤滚筒洗衣机,国补叠加“618”优惠,打5折,到手价1499元。在京东平台上,一款原价8000元的空调,活动价直降1000元后,消费者还可搜“家电省2000”叠加国家补贴20%省1400元、以旧换新补贴省500元,最终实付仅需5100元。

除了折扣力度更大,今年“618”买法也更简单了。以淘宝平台为例,今年天猫“618”买法简化为“官方立减15%”,无需凑单,一件就能打8.5折;想领国补的消费者也能迅速找到入口,淘宝APP搜索“国家补贴”即可直达会场。“国家补贴规则很透明,没什么套路,平台的优惠活动也简化了,不用再做‘数学题’”——不少消费者点赞简单透明的优惠方式。

国家电子商务示范城市专家李鸣涛表示,电商平台简化大促买法已成为近年来的趋势,平台希望通过简化促销规则来提升消费者网购体验,规避复杂计算方法给消费者带来困扰,让消费变得更简单、实惠来得更直接,进而吸引更多消费者下单。电商大促已逐渐从“价格战”转向“体验战”“价值战”。

在买法简化的同时,今年“618”也多了许多新服务。

“在饿了么买手机享受国补很划算,下单30分钟就送到家了。”上海90后小伙乔严在饿了么“国补专区”下单了一台联想moto razr 60手机,领取国补并叠加优惠券福利后,到手价不到3000元。“我还打算给父母买一台欧姆龙电子血压计,大牌医疗器械也能用补贴价买,最快半小时就能送达,特别方便。”他说。

近日,饿了么联合品牌方推出国补活动,首期活动已于上海和杭州两地开启。上海地区用户只需在饿了么APP搜索框输入“国补”进入活动页面,即可获得国补优惠,享受国家补贴以及平台优惠,以超低价购买小米、联想、鱼跃、欧姆龙等品牌的智能手机、电脑、血压仪、制氧机等商品。所有商品支持最快30分钟送达,足不出户就能用国补优惠价买到心仪好物。

物流服务也在不断升级。今年“618”,天猫全面升级以旧换新“最后一公里”服务,在包括新疆维吾尔自治区、西藏自治区等地区在内的全国1800个区县支持空调、冰箱、洗衣机、电视机等大件商品上门“送新”同时“取旧”,提供一站式服务。京东物流也发布了“618”助跑计划,通过高密度无人车投放、偏远地区开通自营站点等,提升配送时效。

创新高:家电类消费增长明显

新买法创下了销售新纪录。

从电商平台成交来看,截至5月26日,天猫“618”第一阶段,参加国补的家电家装、手机数码等品类成交总额较去年“双11”增长283%;天猫平台上国家补贴的领取次数较去年“双11”同期翻3倍;家电、家居、家装、3C数码等行业整体成交同比双位数增长,超3000个品牌同比成交翻倍,释放出强劲的消费活力。5月



▲广西壮族自治区梧州市积极落实消费品购新补贴政策,满足市民消费需求。图为梧州市长洲区一大型购物商场里,顾客在挑选新款手机。

▼消费者在江西省赣州市南康区一家具城展厅咨询补贴政策并选购产品。



28日,天猫“618”第二阶段开启,仅6月4日至10日这7天,空调品类日均成交同比增长就超90%。

从国补使用成效来看,商务部数据显示,截至5月31日,2025年消费品以旧换新5大品类合计带动销售额1.1万亿元,发放直达消费者的补贴约1.75亿份。其中,4986.3万名消费者购买12大类家电产品7761.8万台;5352.9万名消费者购买手机等数码产品5662.9万件;家装厨卫“焕新”5762.6万单。

今年以来,国补有力带动了消费持续回升向好。国家统计局发布的最新数据显示,2025年1至4月,全国社会消费品零售总额同比增长4.7%。4月份,社会消费品零售总额同比增长5.1%,其中消费品以旧换新相关商品销售大幅增长,对社会消费品零售总额增长的支撑作用明显。

消费品中,家电类消费增长明显。商务部新闻发言人何咏前表示,根据相关部门统计,2024年9月至2025年4月,家电类商品零售额连续8个月保持两位数增长。今年4月,限额以上单位家电和音像器材类商品零售额同比增长38.8%,在16大类消费品增速中位列第一。

家电类消费增长,很大程度上得益于国补力度加大。今年,消费品以旧换新支持资金达3000亿元,翻了一倍,家电支持品类由8大类拓展至12大类,首次实施手机等数码产品购新补贴。不以“交旧”为前提,个人消费者购买单件销售价格不超过6000元的手机、平板电脑、智能手表(手环)等3类数码产品,按照产品销售价格的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。针对空调产品,提高了补贴数量,由去年只补贴1件,提升至今年可补贴3件,至高6000元。

如今,不少消费者形成了“先查国补再消费”的习惯。在线上,淘宝天猫目前已承接包括北京、上海、广东、浙江、江苏、新疆、西藏等全国29个省区市的国补线上发放,覆盖的国补品类超1600个,日均超1.5亿人次在淘宝浏览国补专区。在线下,参与优惠的经营主体持续增多,消费者的选择更多。以江苏省为例,江苏省参与家电以旧换新的销售企业10015家、门店34120个、电商平台21家,企业参与量较去年增长217.5%,门店参与量较去年增长396.5%,基本覆盖了江苏省线上线下绝大部分家电经营主体。

新趋势:高端消费与平价消费均有增长

“618”和国补碰撞出新火花,也折射出当下消费新趋势。

高端消费与平价消费均呈现较好的增长态势。李鸣涛举例,京东“618”手机品类销量排行榜中,苹果与小米两大品牌均有4款机型进入销量前十;京东平台上,高端笔记本销量同比增长超3倍。高端消费和平价消费均在增长,一方面表明消费者更多依据自身需求与消费偏好购买商品,在不同价位段寻找契合点;另一方面也反映出在“618”和国补的共同作用下,不同收入群体的购买欲都调动了起来。

一名家电企业相关负责人表示,以00后为代表的年轻消费群体正重塑家电市场需求格局,这类人群更注重个人生活品质与社交互动体验,对具备时尚设计感、高客单价的产品接受度显著提升。

更“聪明”的商品更受消费者青睐。近期,不少年轻人趁“618”入手智能“家庭清洁帮手”。天猫平台上,可拆卸清扫扫地机器人成交上涨10倍、搜索量增长19倍;宠物空气净化器、低噪音宠物适用的速干吹风机成交同比增长翻倍。专家分析,这种消费趋势体现了人们对品质生活的追求,消费者不再满足于商品的基础功能,而是追求更高效、更人性化、更契合生活场景的智能体验。

商务部副部长盛秋平表示,面对当前复杂严峻的国际环境,大力提振消费,全方位扩大国内需求,具有特殊的重要意义。今年一季度,消费贡献率达到了51.7%,比去年全年提高7.2个百分点。

如何利用“618”等购物节激发市场活力,进一步释放消费潜力?

李鸣涛建议,这需要政府、平台和商家协同发力,形成“政府补贴政策引导、平台企业补贴加持、商家让利参与”的协同效应,共同撬动消费潜力。在此过程中,一方面要发挥电商平台的数据及技术优势,提升供给与需求的精准匹配程度,提升商家的流量转化率,降低商家运营成本,更好让利给消费者;另一方面,要发挥平台的资源和服务优势,创造更多消费场景和消费主题,在智能化等方向引领消费发展趋势,打造更多增量消费空间。这样,才能使购物节真正成为释放消费潜力、助推经济内循环的重要引擎。(徐佩玉)