

1.2 亿人次参与的“乘数效应”实验——以旧换新如何拉动经济增长

1. **案例名称：**1.2 亿人次参与的“乘数效应”实验——以旧换新如何拉动经济增长

2. **案例适用：**国民收入决定理论

3. **运用知识点：**乘数效应、消费对 GDP 的拉动作用、政府转移支付、边际消费倾向

4. **案例内容：**

“用完国补再享优惠，真的太划算了。”2025 年初，在浙江宁波鄞州区的一家手机专卖店，消费者王先生订购了一部新手机，享受到 500 元国补，又使用邮储银行信用卡优惠了 200 多元。

王先生享受的“国补”，是国家推出的消费品以旧换新政策。2025 年，这一政策加力扩围：首次实施手机等数码产品购新补贴，个人消费者购买单件价格不超过 6000 元的手机、平板、智能手表等 3 类数码产品，按照产品销售价格的 15% 给予补贴，每件补贴不超过 500 元；家电以旧换新补贴品类由“8+N”类扩展为“12+N”类；汽车报废更新旧车范围也适当扩大。

政策得到了消费者的积极响应。商务部数据显示，2025 年初至 5 月 5 日，消费者购买手机等数码产品 4167 万件。“五一”假期，商务部重点监测通讯器材销售额同比增长 10.5%。

在辽宁大连，消费者杜伟订购了一款新能源汽车，享受到以旧换新补贴。辽宁省商务厅数据显示，截至 4 月 24 日，辽宁已收到汽车以旧换新申请 9.8 万台，申请补贴资金 13.9 亿元，带动汽车销售额超 135 亿元。

在江苏南京，市民李佳订购了一款一级能效的节能空调，使用以旧换新补贴优惠了近 500 元。江苏省商务厅数据显示，截至 4 月 24 日，江苏省家电累计销售 767.4 万件，实现销售额 182.9 亿元，累计使用补贴资金 33.9 亿元。

这些看似分散的消费故事，汇聚成了一幅宏大的经济图景。商务部公布的数据显示，自消费品以旧换新政策实施以来，已有超过 1.2 亿人次享受到了补贴优惠，带动销售额**超过 7200 亿元**。

从宏观效应看，消费品以旧换新拉升 2025 年一季度社零总额增速 1.6 个百分点**，有力推动经济持续回升向好。其中，通讯器材、文化办公用品、家电、家具零售额同比分别增长 26.9%、21.7%、19.3%和 18.1%。据汽车流通协会数据，一季度乘用车零售量同比增长 5.8%，其中新能源乘用车零售量增长 36.4%，渗透率达 47.2%。

在资金支持方面，2025 年中央财政安排超长期特别国债资金规模增至 3000 亿元，相较去年的资金规模翻了一番。近日，国家发展改革委又向地方追加下达今年第二批 810 亿元超长期特别国债资金，继续大力支持消费品以旧换新。

5. **案例分析：**

以旧换新政策，是一场规模宏大的“乘数效应”现实实验。它生动展示了政府转移支付如何通过消费链条的传导，最终带来数倍于初始支出的总需求扩张。

首先，乘数效应的传导机制清晰可见。政府投入补贴资金（如 3000 亿元特别国债），消费者获得补贴后增加消费，企业销售增加后扩大生产、增加就业、提高员工收入，员工收入增加后又进一步增加消费——这正是乘数效应发挥作用的过程。

其次，边际消费倾向决定了乘数的大小。乘数 $k = 1/(1-MPC)$ 。如果以浦口

区测算的 $MPC=0.617$ 计算，乘数约为 2.61。这意味着，3000 亿元补贴资金最终可带动约 7830 亿元的总需求增长。而实际数据显示，以旧换新已带动销售额超过 7200 亿元，与理论测算值高度吻合。

第三，政策精准针对边际消费倾向较高的领域。手机、家电、汽车等耐用消费品往往具有较高的需求价格弹性，价格下降（补贴相当于降价）会带来较大幅度的需求增长。同时这些产品与居民生活质量密切相关，消费意愿较强，能够最大化“每元补贴”的消费拉动效果。

第四，乘数效应不仅体现在消费端，还传导至生产端和就业端。一季度通讯器材零售额增长 26.9%，意味着手机厂商订单增加、生产线运转、工人加班——这些都会转化为企业利润和员工收入，进而形成新一轮消费需求。

第五，政策设计中的“加力扩围”体现了对乘数效应的深化理解。从手机数码产品首次纳入补贴，到家电品类扩展到“12+N”，再到汽车报废更新范围扩大——每一次扩围都在寻找新的消费增长点，让更多领域参与乘数效应的传导过程。

值得注意的是，乘数效应受到漏出效应（储蓄、进口、税收）、供给约束和消费者信心等因素制约。浦口区报告提到的“防御性储蓄”心态，正是制约乘数效应的现实因素。

6. 案例讨论：

（1）根据乘数原理，假设 $MPC=0.617$ ，3000 亿元以旧换新补贴最终能带动多少 GDP 增长？实际数据（7200 亿元销售额）与理论测算是否接近？可能有哪些因素导致差异？

（2）政策选择手机、家电、汽车等领域进行补贴，而不是平均发放给所有居民，背后的经济学逻辑是什么？这种“定向补贴”与“普惠补贴”哪个效果更好？

（3）如果消费者预期未来还会有更大力度补贴，可能会选择“持币待购”。这种预期对政策效果有何影响？政策制定者应如何应对？

（4）以旧换新政策不仅刺激消费，还促进“绿色可循环”发展。这与乘数效应是什么关系？如何评价政策的综合效应？