

# 中國刺激消費政策 在不同產業的成效探討



2025年6月

# 2025年中國消費刺激政策措



政策措施	補貼內容與重點說明	實施細節 / 限制
優化資金分配機制	超長期特別國債撥款，各地依人口、GDP、保有量與執行情況分配資金，傾斜支援成效佳地區	優先支持大宗耐用品，推動補貼與金融支持結合，帶動高品質耐用品普及
擴大汽車報廢更新適用範圍	報廢指定時限前登記的舊車(汽油/柴油/新能源)並購新車者可得補貼：新能源車補貼2萬元；2.0L以下燃油車補貼1.5萬元	報廢車輛須於通知發布日前登記於本人名下
汽車置換更新補貼	轉讓本人名下車輛並購新車者：購新能源車最高補貼1.5萬元；燃油車最高補貼1.3萬元	原車登記時間不得晚於通知發布日；細則由地方依實際制定
家電產品「以舊換新」	補貼12類家電產品：1級能效/水效補貼20%；2級補貼15%；單件補貼不超過2,000元	每人每類限補貼1件(空調最多3件)，2024年已補貼者2025年仍可重申請
手機等數碼產品購新補貼	購手機、平板、智慧穿戴設備(單價不超過6,000元)可補貼15%，單件上限500元	每人每類產品限補貼1件
支持家裝消費品換新	舊房裝修、局部改造、適老化改造等購置物品與材料可獲補貼	品類、標準與限額由主管部門依地方實際情況制定
推進電動自行車「以舊換新」	報廢老舊電動自行車換購新車可得補貼；鋰電換鉛酸車可加大補貼	各地依實際制定補貼標準、簡化流程並強化監管

資料來源：本研究整理自國家發展改革委財政部《關於2025年加力擴圍實施大規模設備更新和消費品「以舊換新」政策的通知》。

# 中國消費刺激政策之整體成效



- 政策在特定領域具短期提振效果。然而，整體消費復甦動能仍顯不足。2025年1~5月社會消費品零售總額年增率僅為5.0%，低於2019年(8.0%)的疫情前水準

中國全國居民收支與社會消費品零售總額年增率(%)

指標	2025前5月	2024	2023	2022	2021	2020	2019
全國居民人均可支配收入	5.5*	5.3	6.3	5.0	9.1	4.7	8.9
全國居民人均消費支出	5.2*	5.3	9.2	1.8	13.6	-1.6	8.6
社會消費品零售總額	5.0	3.5	7.2	-0.2	12.5	-3.9	8.0
按消費類別分							
餐飲收入	5.0	5.3	20.4	-6.3	18.6	-16.6	9.4
商品零售	5.1	3.2	5.8	0.5	11.8	-2.3	7.9
糧油、食品類	13.0	9.9	5.2	8.7	10.8	9.9	10.2
飲料類	0.2	2.1	3.2	5.3	20.4	14.0	10.4
煙酒類	6.7	5.7	10.6	2.3	21.2	5.4	7.4
服裝、鞋帽、針紡織品類	3.3	0.3	12.9	-6.5	12.7	-6.6	2.9
化妝品類	4.1	-1.1	5.1	-4.5	14.0	9.5	12.6
金銀珠寶類	12.3	-3.1	13.3	-1.1	29.8	-4.7	0.4
日用品類	7.2	3.0	2.7	-0.7	14.4	7.5	13.9
體育、娛樂用品類**	25.7	11.1	11.2	--	--	--	--
家用電器和音像器材類	30.2	12.3	0.5	-3.9	10.0	-3.8	5.6
中西藥品類	1.8	3.1	5.1	12.4	9.9	7.8	9.0
文化辦公用品類	25.7	-0.3	-6.1	4.4	18.8	5.8	3.3
家具類	21.4	3.6	2.8	-7.5	14.5	-7.0	5.1
通訊器材類	27.1	9.9	7.0	-3.4	14.6	12.9	8.5
石油及製品類	-2.6	0.3	6.6	9.7	21.2	-14.5	1.2
汽車類	-0.1	-0.5	5.9	0.7	7.6	-1.8	-0.8
建築及裝潢材料類	3.0	-2.0	-7.8	-6.2	20.4	-2.8	2.8

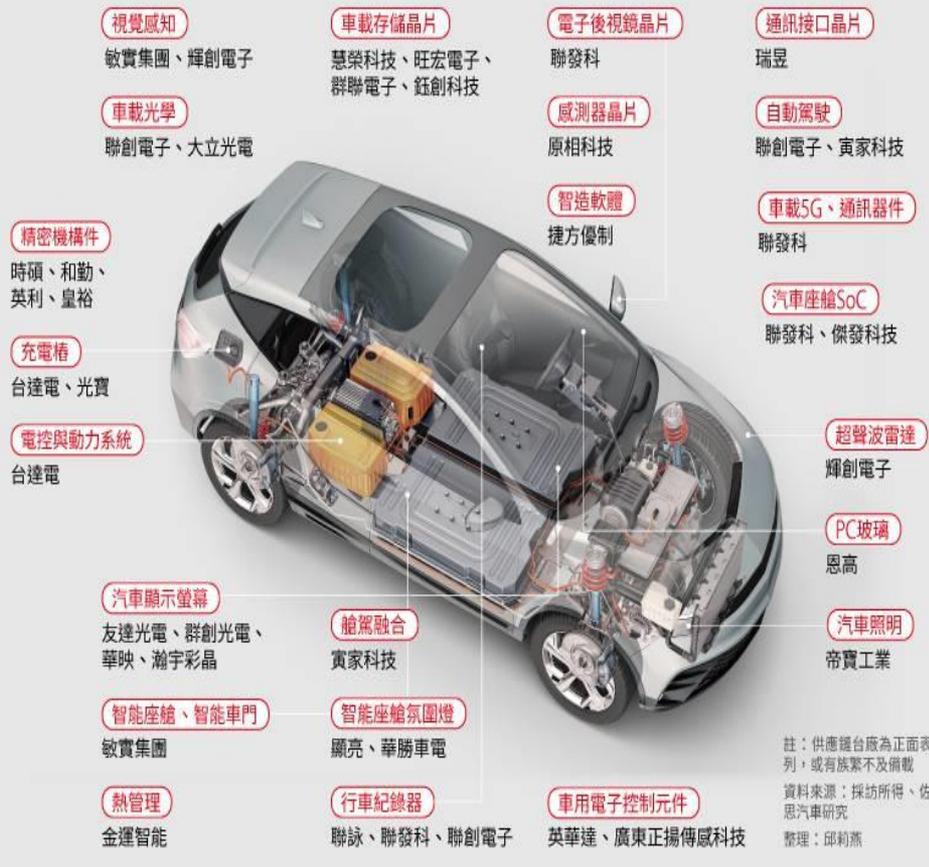
\*2025年Q1 \*\*體育、娛樂用品類為2023年(含)之後才出現的消費類別  
資料來源：中國國家統計局。

# 汽車相關產業



- 至2025年5月中旬，補貼申請已突破千萬筆，其中當年度申請達322.5萬件，顯示政策成效顯著，**2025年前五個月國內乘用車累計零售達881.1萬輛，年增9.1%，自主品牌在新能源技術與產品力領先下持續擴大市占，5月零售量年增29%、市占率提升至65.2%。**
- 相對之下，**合資品牌與豪華車面臨明顯壓力。**合資品牌市占率持續下滑，德系、日系、美系車皆呈負成長；高階車市場儘管月成長力道回升，年減幅仍大，顯示品牌忠誠與消費結構正面臨重塑。
- **中國汽車業也面臨價格戰擴大與產能過剩的雙重挑戰。**2024年平均利潤率僅4.3%，2025年首季進一步降至3.9%；產能利用率從2024年68.8%降至今年首季64.9%。過度投資與地方政府盲目招商導致產能重疊，市場競爭轉趨激烈。

## 台廠打入新能源車供應鏈



資料來源:邱莉燕、遠見編輯部，《中國電動車強勢崛起！獨家圖解哪些台廠打入供應鏈？》，ESG遠見，2024.06.25.

# 智慧手機相關產業



- 目前智慧型手機的關鍵零組件如核心處理晶片與光學鏡頭製造領域，因中國廠商技術尚無法趕上台灣相關廠商(如採用台積電先進製成的聯發科處理器、大立光所製造的高階鏡頭)，使**台灣廠商在特定領域仍具有優勢**。但在其他領域，在中國政府扶持與中國廠商技術日益精進下，開始透過激進的價格戰，積極從市場上搶食台灣訂單。

## 台灣與中國IC設計廠商之比較

類別	受中國競爭影響	台灣廠商	主要競爭中國廠商
网通相關IC	大	瑞昱、達發、立積、揚智	中興微電、卓勝微、博通集成
MCU	大	新唐、盛群、通泰	樂鑫科技、中穎電子
電源相關IC	大	致新、偉詮電、矽力-KY	南芯科技、英集芯
消費性IC	大	祥碩、義隆、晶相光、神盾	匯頂科技、格科微
顯示相關IC	中	聯詠、天鈺、晶宏、普誠	集創北方(未上市)、奕斯偉(未上市)、新相微
行動通訊IC	中	聯發科	紫光展銳(未上市)、華為海思(未上市)
IP	小	力旺、M31、億而得	芯耀輝(未上市)、奎芯(未上市)
IC設計服務(ASIC)	小	世芯-KY、創意、智原、巨有	芯原、燦芯



## (1) 審慎評估地方政策變動與補貼資源分配風險

- ✓ 「以舊換新」政策雖由中央主導，但實際執行權重多落於地方政府，造成各地補貼流程、名額限制與資金撥付進度差異顯著。江蘇、湖北、重慶、河南與廣東等地陸續出現補貼暫停、線上平台關閉等現象，甚至出現每日限額發放。
- ✓ 以2025年618促銷為例，京東平台家電銷售雖年增約21%，但補貼用盡後的6月下旬退貨率提高近15%，顯示政策紅利一旦中止，需求反轉速度極快。

## (2) 警惕中國供應鏈國產替代壓力，聚焦技術領先與品牌深化

- ✓ 儘管台灣在部分核心零組件領域仍具技術優勢，但中國加速推動半導體國產化，已在MCU、電源IC、網通晶片等領域快速追趕，並透過價格競爭壓縮外商市占。
- ✓ 面對中國「技術追趕 + 政策支持 + 價格壓制」的三重夾擊，台廠若仍依賴標準化產品與性價比競爭，將難以維持長期優勢。

## (3) 防範價格戰與產能過剩風險，建立多元市場布局

- ✓ 隨補貼政策逐步退場與市場需求提前透支，相關產業恐在中長期面臨產能過剩與需求下滑風險，導致價格競爭加劇與毛利壓縮。
- ✓ 對於仰賴中國市場的台灣廠商而言，應及早因應補貼紅利消退所帶來的衝擊，審慎控管對單一市場與單一客戶的營收集中度，以降低營運風險。

# 簡報結束 敬請指教

TIER

<http://www.tier.org.tw>

