

节能空调补贴 有标签才能享受

6月1日,国家发展改革委、财政部公告了“节能产品惠民工程”高效节能房间空调器推广目录。共有格力、美的、海信、海尔、奥克斯、志高、格兰仕等19家企业的1140个型号高效节能空调入围第一批财政补贴推广目录。100多款空调上限价格经补贴后已经跌破2000元大关,补贴后最低价为1230元。

晚报记者 李无双



A 补贴最高850元

根据国家公布的节能空调补贴标准,能效等级2级的补助为300~650元/台(套),能效等级1级的补助为500~850元/台(套)。这也意味着节能空调正式推广后,消费者买到的产品价格已经扣除了国家给企业的补贴,消费者购买一台空调可以便宜300~850元。

入围名单中有格力、美的、海信、海尔、奥克斯、志高、格兰仕等19家企业中外空调品牌1140个型号空调产品。其中,格力、美的、志高三大国产品牌占绝对优势,共计中标677个,占比达到60%;志高中标198个型号,1级能效则达到112个型号,占整个目录1级能效中标总数的34%,领先于其他品牌;格力1级能效型号30个;美的1级能效型号为10个。而部分品牌仅有2级能效中标,且中标型号非常有限。

凡购买奥克斯中标“家电下乡”空调的消费者,除了可以享受国家13%的常规补贴外,还能额外享受来自奥克斯企业和经销商的补贴。

B 补贴请认清标识

与家电下乡产品在购买后领取返还补贴不同,本次节能产品补贴由财政部补贴给企业,企业按财政部补贴下调产品定价,销售者购买的产品价格已经减掉补贴,消费者在购买这部分产品时将直接享受补贴优惠。

值得一提的是,按照国家财政部和发改委相关规定,享受补贴的空调必须在空调室内机正面的明显部位、能效标识的正下方加贴统一的“节能产品惠民工程”标识,上面注明推广限价、政府补助金额及补贴后的价格。在节能空调的产品说明书、外包装物以及宣传中,也应该使用按比例放大和缩小的相应标识。

通过国家的“节能产品惠民工程”,可看出国家推广主导高效节能空调的用意十分明显。格兰仕主推2级能效战略,消灭电老虎,淘汰3、4、5级低能效空调“的倡议,对普及和发展节能空调有着深远意义。格兰仕空调整机公司总经理韩伟特别强调,格兰仕以“2级能效,

以一台中标价为2499元的1.5匹空调为例,如果购买其他品牌的产品,只能享受国家13%的补贴,即可省325元。而如果购买奥克斯空调,还可以在上面优惠的基础上再优惠20%,省出435元。

志高空调市场部经理贺子珍对记者表示,国家倡导节能产品的方向很明确,公司也在前期进行了研发储备,推出多种型号满足市场需求。“节能空调也分不同定位,有豪华型和普及型等,我们的策略是产品全面,满足不同人群需求。”贺子珍也对记者表示,198款型号不会集中投放同一市场,会根据各地市场特点进行投放。

记者在卖场的采访中了解到,格兰仕、海尔等高效节能空调凭借高性价比,又在补贴范畴内,所以受到普通用户欢迎。同时,国美等家电卖场负责人也表示,此次高效节能空调惠民工程活动还在推行初期,各项工作稍后会逐步完善。

5级价格”为核心的2级能效战略将贯穿全国城乡市场。我们要让消费者“不单买得起,更要用得起”。让所有消费者,不论城市还是农村,都能真正消费得起节能空调产品。

与4、5级低能效空调相比,2、3级能效空调的省电性能提升20%以上。而与1级能效空调相比,2、3级能效空调的价格便宜20%左右。因此,当前空调市场最流行的就是“不大不小3级正好”的趋势。奥克斯空调有关负责人表示,2、3级能效空调无论是产品的节能效果,还是原材料的耗用,或是产品的市场售价,在当前的市场环境下都是最适合中国消费群体的。

经过五一、端午小长假的集中促销,消费者的购买需求也消耗了不少,6月份能否迎来新的销售高峰,中国家电产业资深专家刘步尘指出,此次节能空调惠民工程很可能是最大的推力。

C 服务大战开始

尽管粘贴“节能产品惠民工程”标识的空调产品已经现身家电卖场,不过,仍有消费者不放心。

对此,为配合“家电进城”的国家政策,格兰仕空调启动了新一轮的售后服务垂直升级计划。格兰仕空调整机公司总经理韩伟向记者表示,服务垂直升级的推出,最终的受益者将是消费者。安装费上涨的部分由企业承担,无需消费者买单。而格兰仕将继续推进“2级能效5级价格”的策略,加上国家对高效节能空调的补贴,消费者在价格和服务上享受到的实惠远远多于以前。

据了解,目前格兰仕在全国的服务网点有5000多家,可以提供到偏远地区的上门维修。与此同时,2009年格兰仕将在全国统一呼叫中心的基础上,在全国大力推进网络建设,力求服务网络属地化建点率达到95%以上。

针对空调的故障高发期主要集中在使用后的第6年到第8年,奥克斯提出10年免费包修,相当于给家里的空调提供终身免费包修,充当空调的“终身保姆”。

D 利好政策助推产业

诸多政策的实施给城市和农村消费者带来的实惠不言而喻,对深受国际金融风暴影响的家电企业来说更是一个机遇。

在当前市场需求下滑、增长减速的环境下,家电企业所面临的金融环境、产业环境、市场环境都发生了巨大的变化。因此,在变动和危机中寻找新的生存与成长的机会是每个企业面临的最迫切任务。

产业观察家指出,突破口只有一个,就是尽快把“中国制造”的帽子摘掉,变成“中国创造”,才有可能让中国企业在国际市场竞争中占据一席之地。

一系列利好政策正在产生“多米诺骨牌”效应:“家电下乡”和“节能产品惠民工程”都需要不断提升人们的经济收入,这就需要建立起完善的覆盖城乡的两级社会保障制度和医疗教育体系,从而需要完备现代化的工业体系。反过来,这会促使中国的家电制造业迈向更高的产业结构变革。

国家出台新政 刺激家电换代

回收企业运输费用给予补贴

根据实施方案,对电视机、电冰箱、洗衣机、空调、电脑5类家电产品进行补贴,交旧购新补贴不超过家电销售价格的10%,并分品种确定补贴最高上限。回收运输实行定额补贴,具体标准另行制定。

目前先行试点的省市分别是北京、天津、上海、江苏、浙江、山东、广东和福州、长沙9省市。试点期间,原则上每个试点省市选择1~2家回收企业,试点城市选择1家。

消费者凭家电以旧换新凭证,向中标的家电销售商购买新家电。家电销售商按照新家电售价减去补贴后的价格销售给消费者。财政部门根据销售商的有关记录和凭证给予补贴。家电生产企业向消费者公告“以旧换新”家电产品的规格、型号和参考价格。

回收企业收购的旧家电交售给拆解处理企业进行拆解处理。拆解处理企业向回收企

3日,中国政府网公布了国务院办公厅关于家电“以旧换新”9省市试点的实施方案,补贴对象和操作流程均对外公布。补贴对象分为两类,一是对交售补贴范围内的旧家电并购买新家电的消费者给予补贴,二是对回收补贴范围内的旧家电并送到拆解处理企业的运输费用给予补贴。

晚报记者 李无双

业垫付运输费用,并开具发票。财政部门根据拆解处理企业实际回收量,按照回收运输补贴标准给予运费补贴。回收后再流通的旧家电不予补贴。

面对“以旧换新”实施方案的出台,家电厂商纷纷表示欢迎,称此举将有力地刺激新一轮的更新换代潮。作为家电连锁巨头,国美、苏宁均对“以旧换新”表示支持。

TCL集团品牌管理中心总经理梁启春在接受记者采访时也表示,家电“以旧换新”政策加快了旧家电的淘汰更新速度,加速了家电回收产业这一颇具前景的新兴产业规范、健康发展。

“以旧换新能够让企业和相关政府部门重视旧家电回收体系的建立,推动相应技术和标准的发展。”长虹集团新闻发言人刘海中说。等离子电视在此次家电“以旧换新”的消费新政中受益最大。

据了解,目前包括TCL、长虹等国产彩电

每周声音

张近东:进香港不是面子工程

“经营效益是苏宁始终关注的指标。进驻中国香港绝不是面子问题,是苏宁拓展海外及国际化战略的第一步。尽管相比内地投资成本还是高,不过目前相对较低,已经属于我们可以接受的范围。目前最关键的工作是选址。”针对“金融危机下决定进军香港市场”的质疑,苏宁电器董事长张近东如此表示。

小官山英树:手机市场将从四季度复苏

现在很难确切地说全球手机市场是否走出谷底,但是,我能够看到这种趋势,这个市场的复苏将在第三季度中期至第四季度开始,然后,我们也许有很好的机会看到这个市场开始增长。索尼爱立信首席执行官小官山英树称。

陆刃波:价格战是死路

不重技术而依靠血拼价格或许能够暂时获得市场份额与销售量,但从空调企业的长远发展来看,不亚于饮鸩止渴。中国电子商会副秘书长陆刃波针对“部分空调产品降价幅度达30%”如此说。

董明珠:格力受益下乡靠技术和服务

空调下乡不会立竿见影,而是一个精耕细作的过程。不管是过去、现在,还是将来,消费者买产品,其实买的就是技术和品质。一个企业要实现可持续的长远发展,关键还是要依靠技术创新。只有掌握了核心技术,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。格力电器总裁董明珠就“企业家下乡效果各异”发表自己的见解。

孙为民:苏宁绝对不会涉足制造业

制造业在中国是过剩的,一投资就会贬值,但我们投资一个店,只要位置好,它是增值的。但我们不涉足制造业,并不意味着我们不投资。苏宁电器总裁孙为民针对“未来苏宁自有品牌的比重会加大吗”时如此坦言。李无双(辑录整理)

5月全国“家电下乡”产品销售额近40亿

近日有关部门透露,截至5月31日,全国“家电下乡”产品累计销量逼近1000万台大关,达到986.64万台;销售额则达到152.97亿元。

其中,5月份“家电下乡”产品销量较4月份环比增长26.34%,达到221.83万台;平均单价上浮195.63元,达到1771.41元,推动销售额环比增长率高达42.02%,创下39.47亿元单月销售新高。

5月份各地区“家电下乡”进展方面,四川省、河南省、山东省、湖南省、河北省分别以24.2万台/4.11亿元、23.74万台/3.95亿元、21.56万台/3.85亿元、18万台/3.16亿元、12.98万台/2.45亿元位列当月第1位到第5位;江西、安徽、湖北、江苏、浙江则分别以2.32亿元、2.27亿元、2.11亿元、2.02亿元、1.48亿元的“家电下乡”产品当月销售额位列第6位到第10位。西藏自治区则在5月份打破了“家电下乡”零销售的纪录,开启了“家电下乡”的高原之旅。 中企

均专门设有家电回收部门。中国电子商务协会副秘书长陆刃波表示:“以旧换新”将有利于刺激我国家电产业的升级换代,进一步拉动内需增长。

发改委:补贴不高于家电下乡

国家发展改革委有关负责人在接受媒体采访时表示,为做好家电“以旧换新”和“家电下乡”政策的衔接,鼓励家电“以旧换新”的补贴标准不高于“家电下乡”的补贴标准。

该负责人解释称,为有效扩大内需,国家相继出台了“家电下乡”等惠农强农政策,希望通过财政补贴提高农民的购买能力,加快农村消费升级,改善农民的生产生活条件。制定家电“以旧换新”实施方案,充分考虑了现有的惠农强农政策,一是鼓励家电“以旧换新”的补贴标准不高于“家电下乡”的补贴标准;二是鼓励汽车、家电“以旧换新”政策适用于城乡居民。