

10月1日起 新一轮家电补贴“门槛”将抬高

日前,发改委与部分家电企业进行了座谈,酝酿新一轮的家电扶持政策,但奥维咨询(AVC)品牌总监苏亮认为,此次补贴不再实行普惠制度,只对超高能效家电进行补贴,并且进行补贴数量的限制,以实现具备我国特色的家电能效领跑者制度。 郑州晚报记者 朱江华



结束“普惠制”利好龙头企业

在家电下乡、以旧换新、节能补贴等政策退出之后,家电行业正处于低谷。奥维咨询数据显示,进入6月份后,节能产品比例仅为54.8%,环比下滑近20.6个百分点。节能洗衣机产品比重环比下滑15.9%,节能变频空调比重环比下滑10.6%,节能变频空调比重环比下滑18.3%。节能家电销售进入疲软期。

日前,业内人士向记者透露,发改委等有关部门会同业内企业商讨新一轮家电行业补贴政策事宜。此次政策的相关细则和实施办法仍在商讨之中,推出时点将在今年四季度初。政策的总体框架将是鼓励企业生产最高等级能效产品。与之前的节能补贴政策相比,此次新政将不再是普惠政策,有实力的龙头企业更加受益。

据了解,与前期的节能补贴政策相比,此次补贴计划不再直接面对消费者,也不再实行普惠制度。而实施能效“领跑者”制度,对达到“领跑者”能效指标的超高效产品设立较高补贴标准。

格兰仕副总裁陆骥烈表示,新政与前期阶段性、普惠性的节能补贴政策不同,一旦推出应该会长期实施,并且“只有位于金字塔顶端的约15%的产品才能获得补贴”。

海信科龙副总经理李振晓认为,“节能领跑者制度”对行业的影响,具体要看激励的标准,如果一台产品达到500元,那么必然会进一步促进变频等节能技术的普及;与此同时,行业集中度也会提高。李振晓希望,政策在激励先进的同时,能做到公开、公平,并完善监管。

新政实施节能补贴抬高“门槛”

据业内人士消息称,节能补贴新政将于10月1日开始实施,接续节能补贴政策的“能效领跑者制度”年内将落地。

值得注意的是,为了巩固节能成果,国家公布的平板电视、变频空调、洗衣机、吸油烟机、热泵热水机等五类家电产品将于今年10月1日起实行新能效标准。

奥维咨询(AVC)品牌总监苏亮分析,新的家电补贴计划推出时点将与新能效标准保持同步,在四季度初期实施将是大概率事件。

苏亮向记者介绍说,以变频空调为例,原标准只有考虑制冷,新标准还考虑制热;标准级别将从五级变为三级,而且入门级提高至接近原来的二级能效水平。

又如洗衣机,苏亮说,洗净比、耗电量、用水量等的入门级都要求达到原来二级或一级的水平。“新标准实施后,家电产品要达到节能水平,成本都会增加。”

据了解,此次政策扶持计划将对部分企业高能效产品进行补贴,主要参照三个方面,企业大部分产品已经达到高等能效标准要求;产品自身有实质节能技术;产品在市场上有一定推广量,占据一定市场份额。达到标准的企业可以自行申报产品,并领取补贴。陆骥烈认为,“能效领跑者制度”对企业加大研发投入、提升品牌美誉度有正面引导作用,但由于补贴较小,可能会对高能效产品的普及形成一定阻力。

而李振晓则指出,如果此次新补贴政策的实施,受益的仅仅是在技术上处于金字塔尖的企业,不仅能促进行业健康有序发展,也能更好地奖励更有竞争力的企业。

节能领跑者补贴政策只是猜测而已

7月30日,中国标准化研究院资源与环境分院副院长张新作出澄清说,节能领跑者政策目前无任何细化方案,外界关于涉及产品、补贴金额等方面的推断,也只是猜测而已。

新闻链接

海尔凭千亿订单提前拉开2014冷年空调市场大幕

继2013冷年千亿大单强势开盘后,海尔空调延续上年开门红势头,再次凭借千亿订单提前拉开2014冷年空调市场大幕,为持续回暖的空调市场带来“好兆头”。

权威机构产业在线统计行业数据显示,5月份海尔空调出货量、出口量均为行业最高,为2014新冷年开盘充分预热。对此,业内人士分析认为,2014冷年在平稳有序中开盘,企业们积极调整产品结构,提升变频空调能效水平应对即将到来的APF能效新国标。受变频能效国标升级影响,经销商在签订新冷年订单时对空调品牌的能效水平尤为重视。其中,世界名牌海尔空调便成为经销商合作“争抢对象”,不仅老经销商延续以往的合作计划,甚至增加订单,更吸引了不少新经销商加盟其中。

朱江华

每周声音

关键是结合用户生活生态

智能化的发展趋势不能简单地从一个技术发展的概念上去看,最关键的是结合用户生活生态去创新,这才是整个产业创新的最大发展方向。

——帕勒咨询资深董事 罗清启

没必要出售手机业务

出售诺基亚曾经大受欢迎的手机业务,很难让人理解这种做法的理论依据。但如果我们执行得非常出色,并保持新产品的推出,那么我们的前途将会相当光明。

——诺基亚CEO 埃洛普

家电企业自建电商败在流量与经验

传统家电企业自建电商平台为时过早,一是在电子商务时代流量成本太高,二是不懂电商的独特营销方式。去年很多电子商务企业出现了倒闭潮。

——新七天总裁兼CEO 左英杰

用户体验不容忽视

只有当设计触及产品人性化、易用性等方面时,才会为产品带来突破性的变化,并由此赢得消费者的关注。

——中国家电研究院设计总监 兰翠芹

冰箱品牌加速洗牌

2013年美的冰箱领跑科技创新

节能补贴后时代,品质科技定格局

为期一年的家电节能补贴政策,对于一些品牌规模相对较小的公司而言是一次机会,促进了其销售业绩的增长,但是离开了国家政策助推之后,此举引发的冲击是比较大的。

在此形势下,拥有技术、品质和科技的领军企业将迎来机会,以其软硬件优势的全方位“组合拳”在市场竞争激烈的冰箱市场“打”出自己的路数和品牌,促进行业洗牌。“软件”是以品质为根本的品牌和口碑,“硬件”是以科技为出发点的产品创新和用户的优质产品体验。

在国家政策撤出行业以后,各个公司将完全以自己的实力在市场中生存,这样完全市场化竞争与淘汰将促进行业的良性发展,未来的冰箱行业将形成以品质、科技为基础的巨头化的竞争。

6月1日,为期一年的家电节能补贴政策如期终止。虽然各个品牌和厂家对于节能补贴政策结束日的来临做了心理上、政策上、战略上的准备,但是负面的冲击仍是显而易见的。消费者心理期望的下降、市场动量的不足、唱衰的舆论氛围使得整个冰箱行业经历着比较艰难的时段。

郑州晚报记者 朱江华



美的冰箱抓住先机,逆境之中异军突起

作为国内冰箱行业巨头之一的美的,在业界和消费者中有着很高的评价,其产品也是质量、科技和口碑的集合体。美的冰箱产品涵盖很多系列,充分满足客户差异化的需求。在国家政策和行业不断变化的今天,美的冰箱在产品体验和技术革新领域不断发力,为冰箱行业发展不断注入新的动力。

6月25日,美的冰箱与中国标准化研究院于合肥签署了战略合作协议,协议包括噪声、能效等多个项目的研究合作,并同时成立了“冰箱噪声联合研究实验室”,不断夯实自身基础性研究。6月28日美的冰箱一举夺得由中国电子报社、苏宁云商、北京中怡康时代市场研究有限公司联合举办的第六届中国冰箱产业年会暨中国冰箱创新产品发布会“2013年中国冰箱产业高端冰箱巅峰奖”、“2013年中国冰箱产业节能突破贡献奖”、“2013年中国冰箱产业技术创新高峰奖”等六项大奖。美的冰箱的一系列动作充分体现了其在注重产品研发、用

户体验、节能减排的力度与投入,也彰显了美的冰箱的科技含量和科技实力。

技术上的合作、行业的肯定源于美的产品和科技的实力。此前,美的冰箱独创的“芯节能”技术一举突破冰箱节能瓶颈,其中创新真空多元发泡技术、核心动力压缩机、超低待机功能、制冷系统优化、制冷结构优化是“芯节能”的代表技术成果。“实力源于品质,品质源于科技”用这句话形容美的冰箱在逆境中的异军突起不为过。

中国的冰箱行业在经历了几次市场化洗牌、竞争、国家政策的进进出出之后,逐渐稳定并向着专业化、品牌化、巨头化的方向发展,行业的市场划分也日趋明朗。美的冰箱依靠着科技与品牌,在注重产品的同时,更加注重消费者的体验,在未来的发展中,相信拥有实力与信心的美的冰箱依靠自有的产品和口碑以及不断的技术创新,在未来激烈的行业洗牌竞争中,必能成当仁不让的“弄潮儿”。