

明年开征小家电、手机废弃基金

据国家电网透露,我国第二批“废弃电器电子产品处理目录”的制定工作已经启动,预计相关方案将于2013年底完成,2014年初正式公布。手机、小家电、复印机、打印机等保有量和报废量大的产品有望入围。 郑州晚报记者 朱江华

近年来,随着人们生活水平的提高,越来越多的电器产品融入百姓生活当中,业内专家建议,应该学习欧盟、台湾等地的先进经验,进一步扩大废弃家电处理目录。

据目录制定相关负责人、中国再生资源回收利用协会电子分会秘书长唐爱军介绍,扩大目录的方案正在制订之中,预计年底将提交至财政部等部委。“我国第二批废弃电器电子产品处

理目录主要研究增补纳入基金补贴范围的电器电子产品种类。手机、小家电等产品有望入围。当然,这也意味着将有更多类型产品的生产企业成为基金征收对象。”

据唐爱军介绍,除了扩大目录将成事实外,企业对于稳定政策的期望也有望成真。她指出,我国电子废弃物处理工作下一步的重点将是开发建设信息管理系统,以更正规、更稳定地促

进基金政策发展。“审核制度的建立无疑将成为基金下一阶段重点突破的方面。监控系统的建立一直是财政部和环保部相关领导高度关注的问题,未来将在前期开展抽查审核的基础上,总结经验,逐步建立一套规范性、科学化、程序化的审核制度。财政部与环保部将抓紧开发建设统一的废弃电器电子产品回收处理监控系统,与处理企业建立的数据信息系统对接联

网,实时同步监控处理企业回收处理废弃电器电子产品情况。”

除此之外,国家相关部委还将延伸产业链,提高资源利用率、促进生产与拆解企业的对接。“在稳定基本拆解业务的基础上,处理企业的经营重心可以向后移,向更高水平的再利用阶段迈进。”唐爱军指出。

据了解,在基金补贴企业名单中,四川长虹、TCL奥博这样的生产企业也在列。格力也在

河南、湖南、河北、安徽建立了废弃电器电子产品拆解工厂,海尔在早前也参股山东新天地。

中国家电协会秘书长徐东生说,家电企业更了解自己的产品结构和材料,更重要的是家电企业多年建立的销售渠道可以演变为非常好的收旧渠道,逆向物流优势明显,“因此,应加强交流、共同探讨促进废弃家电处理、家电两个行业的共同发展。”

四季度彩电行业或继续探底



10月30日,记者从2013年第三季度中国电子信息产业经济运行暨彩电行业研究会上获悉,四季度彩电行业将继续探底。中国电子商会副秘书长陆刃波认为,互联网与传统电视产业的融合仍是趋势,相关企业需要适时调整盈利模式以应对大环境的变化。

郑州晚报记者 朱江华

三季度彩电行业遭遇滑铁卢

在“2013年第三季度中国电子信息产业经济运行暨彩电行业研究发布会”上,工信部运监局副局长高素梅现场发布的《第三季度中国电子信息产业运行公报》显示,自今年3月份以来,家用视听行业出口交货值连续6个月负增长。截至8月底,实现出口交货值1731亿元,同比下降7.8%,比年初下滑近12个百分点,比去年同期下滑7.4个百分点。

海外市场低迷导致出口受阻,国内市场面临政策后遗症的窘境,双杀之下三季度彩电行业遭遇滑铁卢在所难免。

据奥维咨询数据显示,今年第三季度内销彩电零售规模1084万台,同比下跌6.4%;零售额394亿元,同比下跌0.5%。该机构认为,导致市场出现滑坡的首要原因是节能补贴政策提前透支市场,另外金融环境恶化降低消费信心,楼市下行抑制家电消费。

2013年5月份起,消费者信心指数呈下滑趋势。国家统计局发布的数据显示,我国商品房销售面积同比增速和商品房销售额同比增速双双自2013年年初起呈下降趋势,楼市的增速放缓,抑制了家电消费刚需,导致第三季度彩电市场下滑。

中国电子商会副秘书长陆刃波认为,在市场消化了一段时间以后,彩电市场将随着下游需求的逐渐复苏而出现回暖。但奥维咨询持看淡态度,预计今年第四季度电视整体市场销量将达1272万台,同比下跌2.8%;整体销售额480亿元,同比增长仅5%。

对于彩电新能效标准,数据显示,1~9月销售的机型中只有16%不达标;按销量统计只有3%不达标,且厂商还有1年的缓冲期来消化不达标的库存产品。奥维咨询认为,新标准的执行将有利于产业向节能环保型发展,但对彩电市场的影响不大。

技术将成 彩电行业竞争决胜点

经过几个月出货量的深幅调整后,今年国庆黄金周主要彩电厂商基本上消化了节能补贴政策退出的市场负面影响,整个市场呈现平稳增长的态势。让本土彩电巨头感到欣慰的是,在中国4K超高清液晶电视的市场竞争中,原本看似没有优势的创维等本土品牌却成为绝对的赢家。

今年彩电行业虽然高开低走,但相比过往却是近几年来最热闹的一年。智能电视经历了不温不火以后随着互联网企业注入活水,整个产业开始被全盘盘活,电视产业不再是硬件厂的舞台,乐视、小米等互联网企业,华数、百事通等内容提供商,甚至如同洲电子等传统机顶盒厂商也开始加入到“最后一块屏”的竞争,产业链的盈利模式正在颠覆。

从以往来看,互联网所到之处,行业规则都将面临先破后立的情况,彩电行业一样如此。对于消费者来说,传统的彩电售价被互联网企业打破,乐视和小米一再挑战彩电售价的“底线”;对于厂商来说,原本本就微薄的行业毛利率面临严峻的挑战,无论是来料加工还是垂直产业链的经营模式,都无法再支持靠硬件盈利的模式。在互联网企业的围攻之下,前几年传统电视厂商均大刀阔斧地加强智能电视业务。

帕勒咨询资深董事罗清启告诉记者:“如今彩电行业的竞争不再是单一的规模竞争,有的时候规模大但是对技术趋势把握不准经常会出现巨亏的情况,所以未来的彩电行业竞争在于对未来技术趋势的掌握上。”

中国电子商会副秘书长陆刃波分析指出,谁掌握未来的技术趋势并率先完成新技术产品的开发和布局,谁就成为真正的赢家。

10月25日,中怡康公布数据显示,2013年1~8月,中国油烟机市场零售额同比增长25%,成为家电市场的新亮点。而从本月起,吸油烟机首次实行能效标准制度。中怡康品牌总经理左延鹤分析指出,吸油烟机能效标准实施后,将会有20%左右的吸油烟机产品遭淘汰,吸油烟机产品的高端化趋势也逐渐凸显。 郑州晚报记者 朱江华



抬高准入门槛 吸油烟机迈入高端新时代

能效性能提升达15% 两成产品将被淘汰

目前,国内厨卫厂商生产的油烟机技术比较简单,配件易寻,只要有一定的资金实力,企业走进油烟机市场并非难事。企业之多,技术相当,市场竞争如此激烈。

按照此前国家质检总局、国家标准委发布的《关于批准发布等61项国家标准的公告》,自10月1日起吸油烟机等产品实行新能效标准。数据显示,新标准的实行将使得吸油烟机等五类平均能效性能整体提升15%。

新标准规定吸油烟机能效等级共划分为5级,主要通过全压效率、待机功率、关机功率、常态气味降低度以及油脂排放值五大指标进行评

价分级,节能评价值为能效2级。

而之前市面上的抽油烟机基本上处于180度进风,吸烟效果不全面,电机都采用小功率一档或者两档的电机,这样的产品是不能达到节能目的的。特别是油烟机行业长期缺乏相关标准,油烟机轻品质重数量的问题都是行业内及消费者关注的问题。

对此,中国家电营销委员会执行会长洪仕斌表示,10月1日起,厨电行业对油烟机产品强制实施“能效等级管理制度”,这也意味着行业对于油烟机的品质要求更高。对于企业,或是转型升级之际,抑或发展壮大机遇。

今年销量将达1230万台 高端化趋势明显

据中怡康监测数据预计,2013年油烟机总销量将比上年增长1.6%,达到1230万台,其中作为近年开发的新产品的吸式油烟机,改变了传统油烟机设计和抽油烟机方式,零售量份额由25.1%提升至34.3%,高端化趋势也进一步加强。

10月26日,记者走访郑州厨具市场发现,各大油烟机厂家都在“吸力”上下足了功夫:格兰仕做出采用第三代内凹型集烟腔设计,风神系列侧吸式油烟机演示实验;方太推出搭载了方太先进的自动巡航增压模式,最大风压可达350Pa,有效应对排烟阻力,时刻保持最佳有效排量的“全新一代风魔方”吸油烟机。

一位购买方太“全新一代风魔方”油烟机产品的消费者告诉记者,现在家里的老式油

烟机明显吸力不足,她还是想购买一款吸力比较大的油烟机产品。

郑州格兰仕生活电器公司总经理姜乐在接受采访时指出,能否提供更好的吸油烟机效果就成为消费者选择的关键。

作为2013年最新发布的风神系列侧吸式油烟机新品,能够满足“畅行公用烟道”、敞开中式厨房、尽情享受爆炒、远离微伤害的时代需求,其油脂分离度等低碳节能指标也居国内领先水平,受消费者欢迎,在郑州市场中的销售量同比增长35%。

中国家电营销委员会执行会长洪仕斌认为,今年厨电市场延续高端化、专业化潮流,一些知名品牌“名利双收”,进一步加剧厨电行业“强者恒强”的洗牌。