

节能新政落地

家电卖场拟抛售非节能产品

□记者 朱虹 王吉城

本报讯 停歇了大半年的家电行业各项国家补贴政策,在众人期盼中,新一轮新政落地。日前,国家决定将安排 265 亿元的财政补贴,用于启动推广复合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器。为此,一些商家甚至要联合厂家梳理一些非补贴节能产品,这批家电产品将以特价进行清库抛货的方式销售。

节能补贴新政,或将使各家电行业产业链的企业成最大受益者。促进节能家电等产品消费的政策措施,启动推广符合节能标准的空

调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器,且推广期限暂定一年。而在去年由国家专门针对家电行业推行的各新政节能补贴及以旧换新陆续到期后,家电行业迟迟未能彻底走出低迷现状。近半年来,传统家电走势不容乐观,特别是空调市场受影响最为明显。

在去年空调节能补贴惠民政策结束后,市面上低价高能耗空调产品,在一定程度上出现了回流现象。

新政出台后,家电商家为之振奋。预计本次国家节能补贴将带动近 3000 亿元的家电销售,对家电零售渠道有着积极的推动作用。

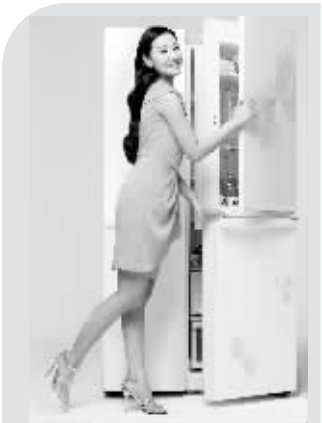
新政一发布,全国连锁家电卖场已经有了反应。

据周口市区一些大型家电卖场负责人透露,为迎接 4 年一次的欧洲足球盛宴,一些彩电经销商将联合各主流彩电品牌推出 50 款欧洲杯专供机型,给球迷们带来不一样的“视界”。

之后一段时间,家电卖场也将全面升级价格战,覆盖空调、彩电、冰洗、3C 等全品类。一些商家甚至要联合厂家梳理非补贴节能产品,这批家电产品将以特价进行清库抛货的方式销售。本次价格战的意图十分明确,就是为了清理不达节能补贴标准的产品,进一步优化产

品库存和销售结构,为后期采购符合国家补贴标准的节能产品做准备。

对于家电补贴,消费者似乎并不买账,上周末记者走访家电卖场发现,尽管从冰箱、洗衣机、空调这样的“大家伙”,到电磁炉、电热水器等小产品,几乎所有家电都有能效标识,标明其从 1 级到 5 级不等的能效水平,但不少消费者选购时,依然是价格为“王”。一些年龄较大的消费者就明确表示,不会看重能效标识,“谁知道是不是真的省电”。而对于新出台的补贴政策,他们更关心“节能补贴后买家电能否更便宜”。



智能家电标准 7 月实施

本报综合消息 智能家电也将有标准了,据悉,《智能家用电器的智能化技术通则》将于今年 7 月 1 日起正式实施,它将家电智能化技术应用等级划分为 5 级,其中 1 级为最高级,该标准在国内尚属首次制定。

该通则明确定义了智能家电、智能特性及智能化技术等概念。其中,智能家电是指采用一种或多种智能化技术,并具有一种或多种智能特性的家用和类似用途电器。智能化技术是人工智能与控制相结合形成的交叉应用技术,模糊控制、神经网络控制和专家控制都是最常用的智能化技术。该通则还将家电智能特性检测与评价内容分为智能特性、智能技术、智能结构 3 个层次,方式包括整机检测、联机检测和脱机检测 3 种。

检测、评价的结果执行百分制,送检家电确定其智能化等级后,应发放智能化等级标识,并贴于产品自身明显处,且在包装箱上标注。制定智能家电标准,能为制造商、销售商、监管部门、消费者提供一个具有较高技术权威性、较强操作性和指导性的评价智能家电“智能”水平的依据。消费者在选购智能家电时也可作为相应的参考依据。(中新)

争“食”智能电视

家电厂商和 IT 巨头谁主沉浮



拯救家电业?拯救 PC 业?在苹果的智能电视诞生之前,国内的 PC 和家电企业都已经蓄势待发,试图赶在苹果之前布局卡位。

5 月 8 日,联想正式发布了智

能电视产品。在此之前,包括创维、康佳在内的国内主流彩电巨头均涉足智能电视领域,打出了“互联网电视”、“智能电视”等噱头。

然而,在苹果智能电视未出世

之前,谁也不知道这个一向引领产业变革的颠覆者将如何出牌。不过可以肯定的是,苹果将在这场竞争中扮演怎样的角色,还取决于其商业模式是否能从手机复制到电视。

在互联网活跃的今天,客厅依然是家庭娱乐的中心,电视仍被认为是家庭娱乐中心的关键设备。不少业内人士认为,随着新型移动互联网终端产品进一步发展,智能电视将取代传统电视,成为智能手机之后又一个快速崛起的移动消费市场。

早在 2010 年,谷歌便推出 GoogleTV,并陆续推出两款第二代平板电视。微软的智能电视系统也在研发中。

最令人关注的是苹果。乔布斯去世后,他的官方传记透露,他生前非常想制造一台集成各种功能、使用非常简便的智能电视,这个电视可以通过苹果的云服务 iCloud 同苹果的各种设备无缝同步,无需在各种遥控器间转换。

此后,关于苹果智能电视的各种消息一直牵动着传统家电和 IT 巨头的心。这些制造商都在想方设法找到苹果智能电视产品的设计思路,以免重蹈在手机和平板电脑领域被苹果打个措手不及的覆辙。

苹果特有的标签让外界对苹果智能电视产生了无限的遐想:内置到苹果电视中的摄像头以进行面部识别,并放大用户面部,用户在房间内走动时可以进行追踪,这使得用户躺在沙发上就可以进行视频呼叫。由于支持 Siri,甚至可以使用语音命令发起 FaceTime 呼叫。

外界普遍猜测,苹果将继续保持封闭的平台理念,在智能电视上仍将沿用 iPad、iPhone 的软硬一体化的产品研发思路。

目前,苹果电视的确切上市时间尚无无法得知,上述猜想会不会成为现实,仍是未知数。但对于国内厂商来说,谁都不愿意错过智能电视这班列车。(任民)

解密该买多大能效比空调

虽然能效比这个概念在前两年就已经出台了,在冰箱、空调等家电产品上强制规定要贴能效比的标签,但是消费者在购买的时候对这个小标签根本没重视,因为最重视的是价格和性能。

根据 5 年前国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会联合颁布的国家标准《房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》,从 2008 年 3 月 1 日起,低于 2 级能效等级的空调将不得在市场上销售。但是目前针对这个规定,国家并没有采取执行的措施,到目前为止,4、5 级能耗的产品依然在市场上出售。

● 能效比概念阐述

可能有些人已经看不明白了,到底这个能效比是怎么回事?是 1 级的好,还是 5 级的好呢,我们先来理清这个概念问题。

何谓能效比?顾名思义,能效比指的是空调的能耗与效用的比值,具体而言就是一台空调用 1000 瓦的电能产生多少千瓦的制冷/热量。例如,一台定速空调的

制冷量是 4800W,制冷功率是 1860W,制冷能效比 (EER) 就是 4800/1860 ≈ 2.6。能效比分为两种,分别是制冷能效比 EER 和制热能效比 COP。一般情况下,就我国绝大多数地域的空调使用习惯而言,空调制热只是冬季取暖的一种辅助手段,其主要功能仍然是夏季制冷,所以我们一般所称的空调能效比通常指的是制冷能效比 EER。

空调能效比标识主体色调为蓝白色标识,上面标有生产者名称、规格型号、耗能分级、能效比及产品输入功率和制冷量 6 项内容。空调能效比标识把空调能效比分为 5 个等级,其中 1 级最高,5 级最低。其中,1 级能效比为 3.4 以上,是市场上最节能的产品;2 级为 3.2、3 级为 3.0、4 级为 2.8;而 5 级能效比为 2.6,是市场准入门槛。

现在大家应该了解了,能效比并不是越高越好,目前很多电子产品都已经强制执行了此能效标准,认识了这个无论任何电子

产品都可以了解其能效比,尽量选购 4 级以上的产品,这样才能真正做到节能环保。

这里所说的空调不包括变频空调,因为变频空调的工作频率、功率是随时变化,所以一般的 EER 标准并不十分适用,有另一套“季节能效比 (SEER)”来与之相对应,我们这里不讨论这个范围。下面来说说定频空调(以下简称空调)能效标准的问题。

● 空调能效标准迟迟不出台原因何在?

原定于 2009 年 3 月 1 日颁布的定速空调新能效标准一推再推,有业内人士透露,从目前的清库进展看,2009 年内空调能效新标都难以出台。看来空调能效标准迟迟未能出台的主要原因还是出在库存上面。

由于去年天气比较凉爽,所以全国的凉爽对空调销售起到了很大的阻碍作用,而原材料价格在金融危机前处于很高的状态,厂家以高成本、低利润在生产,

所以无论是厂家还是渠道方面都积压了大量的库存产品。这些库存产品不处理完,想出台新的政策有些困难。

这也是目前矛盾的主要根源,厂家和商家都在以超低价努力清理库存商品,可是消费者又都在持币等待新的空调能效标准的出台,在购买高能耗产品上,消费者仍然持观望态度。

● 标签自己贴 真正节能待何时?

虽然目前所有在卖场销售的空调,均有能效比标签,但是根据《能效标识管理办法》,目前所有能效标识都是厂家自己测量的,并没有得到国家相关部门的监控。

目前中国计量科学研究院正在做空调能效比的实验,在测试中发现,很多产品并不能达到其标注的能效比,不过这种产品也只是占少数,大部分厂家还是很规矩地按照国家标准执行。

但是这也是一个很大的隐患,国家没有相关的部分来监督执行此事,总是让老百姓不是很放心。



无论空调能效标准何时出台,在未来肯定是倾向于能耗低,高能效的产品,不过要如果让消费者真正得到实惠,依靠厂家的自觉是远远不够的,还希望国家能给出一些具体的措施。

因此,无论空调的能效标准如何出台,都不建议大家购买 4、5 级能效的产品,因为这样的产品终将是被历史淘汰的机型,即使现在多花一点钱,在未来的 8 年左右使用时间中,光是电费的节省也是一笔不小的开支。此外,目前家电卖场中样机的摆放都非常有限,所以上面贴的能效标识都只是此型号某一个产品的能效标识。所以消费者一定要问清楚销售人员自己购买的是几级能效,不要一味地相信样机,因为样机只是机壳,不是真正的机器。(晓丽)