

节能电视空调补贴名录公布

本报综合消息 国务院促进节能家电产品的消费政策昨日进入实施阶段，市民在卖场购买节能空调和彩电即可享受补贴。6月3日下午，财政部和国家发改委正式对外公布了节能产品惠民工程空调和彩电入围企业、产品型号和具体补贴额度。

据悉，此次共有27家企业5751个型号的高效节能空调，15家企业1460个型号的高效节能平板电视入围推广目录。其中，志高的定速空调入围型号达990个；海尔旗下332个型号产品入围；格力有290个产品型号入围。在平板电视

的补贴目录中，等离子电视只有长虹和三星分别有54个型号和7个型号入围，液晶电视的补贴型号较多，不过在高端市场占有率较高的夏普仅有5个型号的液晶电视进入补贴目录。

根据补贴细则，彩电作为首次纳入节能补贴的产品，补贴金额为100元~400元，补贴对象为彩电年销售量超过50万台的企业。此次纳入补贴的空调产品包括一、二级定速空调和一、二级变频空调，补贴力度根据制冷量及能效，最低为180元，而最高补贴可达400元。

此次空调和彩电实施节能补贴，是中央财政安排265亿元用于支持扩大节能家电等产品消费政策的落地。此次进入节能补贴目录的有空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器等品类，预计将拉动消费需求4500亿元。其中空调、彩电品类6月先行，推广期限暂定为2012年6月1日至2013年5月31日，其他品类7月施行。

其实，节能惠民工程此次并非首次实施。2009年5月，高效节能空调享受财政补贴后，其市场占有率达到90%，节能空调达到60%以上。

(吴文治)

至少每月消毒一次，果蔬放冰箱前不要洗，热带水果不要放冰箱里

冰箱对香蕉说“别乱来”

热带水果不要放冰箱里

凉丝丝的水果，鲜嫩的蔬菜，是暑天里再妙不过的“清心剂”。提起往冰箱里存放水果、蔬菜，大多数人会想到要和鱼肉分开放，以防止串味，除此，往冰箱里贮存果蔬还需要记住三个“不”。

一、放入冰箱前最好不要洗。一般的果蔬表面有一层蜡质，具有防止细菌侵害的作用。清洗果蔬虽能除去表面的污垢和大部分细菌，但仍会有部分细菌残留，在冰箱潮湿环境下，这些残留的细菌会破坏果蔬表面的蜡质，侵入果蔬内部，引发变质。

二、放在冰箱里的时间不能长。果蔬冷藏过久，营养成分会分解或流失，在细菌的作用下，硝酸盐会转化为毒性物质亚硝酸盐，因此，果蔬放在冰箱里保存的时间最好不要超过一个星期。

三、热带水果不要放在冰箱里。大部分热带水果，如香蕉、菠萝、芒果、木瓜、柠檬等，比较怕低温，放在冰箱里冷藏很容易“冻伤”，表皮凹陷，出现黑褐色的斑点，不仅营养损失，还容易变质，所以，放在避光、阴凉的地方贮藏即可。

(万维)



节能补贴能“搅热”家电市场？

策就是不出政策。”

从家电下乡、以旧换新，到“节能惠民”工程，2008年全球金融危机爆发，国内家电出口严重受阻。在此情况下，为了刺激国内消费需求，国家相继出台了一系列对家电产业的扶持政策，在业内人士看来，这些刺激政策在创造了一个接一个销售奇迹、帮助家电产业连续三年实现高速增长的同时，其实也已经过度透支了市场对于家电的消费需求。以农村为例，经过家电下乡的洗礼，即便是最受欢迎的彩电、冰箱，如今也已经遍布三、四级市场，农民对家电消费需求显然已经没以前那么强烈。而这也意味着，政策刺激的只能是来自市场的刚性需求，比如城市的更新换代、农村的新增需求。

信号：

信心比黄金更重要

尽管市场反应平平，多数家电

企业对于昨日起实施的家电节能补贴政策还是秉持了欢迎的态度。在他们看来，无论家电节能补贴最终将采取何种形式，是像家电下乡、以旧换新那样直接补贴给消费者，还是与空调节能惠民工程一样直接补贴给企业；也无论家电生产企业每生产一台节能产品最终能从该政策中获得多少补贴，这一政策的实施，本身就已经传达出了一个信号：国家对家电产业的扶持从未停止。而这，显然有助于提振市场信心，激发新的市场动力。

在一季度全国家电消费一片低迷的大背景下，信心，显然比黄金更重要。

今年第一季度，我国家电产业遭受了前所未有的打击：我国家电市场规模仅为2631亿元，同比下降了10.1%。其中，黑电市场规模为334亿元，同比下降了24.6%；白电市场规模为472亿元，同比下降了

21.5%；小家电市场规模399亿元，同比下降5.2%；手机和电脑也只能勉强维持与去年同期持平的格局。

节能水平决定补贴力度。在业内人士看来，这种补贴方式决定了新政的产业引导作用要大于其本身的经济拉动效应：即使没有政策补贴，出于对更高利润的追逐，企业自身也会积极推动节能高效产品的研发，这是家电行业发展的大势所趋；有了补贴政策的引导，不仅可以促进整个家电产业升级，还能保证消费者对此充满兴趣。

担忧：

虚标能效骗补贴

政策是一把“双刃剑”。家电下乡之后，由于部分下乡企业关门倒闭，造成“下乡”产品有人卖无人修，售后服务成了老大难；以旧换新之后，原本已经无以为继的许多家电回收小作坊卷土重来，拆解正规军们再度面临着“巧妇难为无米

家电四大新卖点

目前，我国的主要家电产品如彩电、洗衣机、冰箱等开始步入更新换代期，家电产品的不断创新成为各企业发展的共同主题。据国家信息中心有关专家分析认为，家电产品的创新设计将向以下几方面发展。

健康化——进入新世纪，健康消费成为家电创新的主流之一。各家电生产厂家顺应人们越来越重视健康的消费心理，把家用电器减少空气污染、增进人体健康作为开发研制的主攻方向。抗菌冰箱、无氟冰箱、全能冰箱的出现，健康分洗洗衣机的问世，保健电扇的畅销，绿色空调的盛行，环保彩电的诞生等，都表明家电健康化已成时尚。

节能化——随着消费者节能意识的不断增强，高能耗的家电已不再能够满足人们全方位的需求。家电生产企业开发生产节能产品已是大势所趋。当前家电市场上节能家电比比皆是：改造后的炉灶比传统产品节能达30%以上；智能化电烤箱把以前需要7分钟左右的烹饪时间缩短到2.5分钟左右；冰箱业的海尔、长岭、新飞、容声、荣事达纷纷打出节能牌，节能型家电已经成为当前家电市场新的购销热点。

简单化——随着人们工作、生活的快节奏化，人们不仅要求买回家的电器质量有保证、经济实用，而且希望操作简单、方便使用。操作简单化已成为家电开拓市场的有效武器，如荣事达推出多种型号的微电脑模糊控制全自动洗衣机，承诺用户“只需轻轻一按”；家庭影院产品则普遍运用数字影音技术，实现“一个手指控制各种功能”；许多厂家的变频空调则拟定以室温调节功率，实现恒温效果，省却了用户人工调节的麻烦。

多能化——伴随着消费者心理日趋成熟，人们在购买家电时越来越注重产品功能的多样性和实用性。各家电企业也纷纷围绕“功能”大做文章，力推全能、智能、多功能等家电产品。如最近出现的软驱电脑VCD即是一例，这种新型VCD集多种功能于一体，在功能化设计上迈进了一步。市场上流行的分洗洗衣机更因其可同时实现多种洗涤功能而备受消费者青睐。此外，智能化冰箱、数字彩电、数字变频空调、模糊控制全自动洗衣机、多媒体电脑电视等也纷纷在功能化设计上翻出新的花样。(任民)

之炊”的尴尬。那么，即将实行的家电节能补贴政策呢？是否同样也存在着漏洞，结果可能是毁誉参半？至少有一点可以确定：我国家电能效标识制度本身的确存在着严重的缺陷，比如说第三方抽检力度有限；家电型号太多，监管起来确有相当难度；更有一些资质较差的小企业为了抢占市场，干脆直接在能效标识上造假，明明没有达到一级能效标准，却私自将检测标签撕毁，贴上一级能效的标识等等。

家电节能补贴政策实施以后，的确存在着部分企业为了获取节能补贴，虚标产品能效，欺骗消费者的可能。专家认为，如何避免企业虚标产品能效的骗补行为，应该是这次节能补贴政策落地的关键。

然而，与企业骗补的可能相比，多数消费者其实更关心自己能否从政策中真正得到实惠。

“其实产品是不是真节能我们不知道，也不关心，相比而言，价格实惠才更重要。”采访中，不少消费者明确表示，只有直接将补贴发放到消费者手中才是真正的让利于民，也才能从根本上拉动节能产品的销售。

(新华)