

家电能效新标准将实施

高能耗家电加速清仓



从国标委网站获悉,变频空调、平板电视、洗衣机、吸油烟机、热泵热水器五类家电产品的能效新标准,将于今年10月1日起实施。记者走访家电卖场发现,上述五类家电中,一些能效不达标的高能耗产品已开始进行退市前的清仓甩卖,吸引了不少人气。

节能门槛提高了

据了解,变频空调、平板电视、洗衣机三类家电产品均有已在实施的能效标准,而吸油烟机和热泵热水器则是首次制定并颁布实施能效标准。今年10月1日开始,液晶电视1~3级的能效指数分别由原来的1.4、1.0、0.6提升为2.7、2.0、1.3;等离子电视1~3级的能效指数分别由原来的1.2、1.0、0.6提升为2.0、1.6、1.2;目前洗衣机的1级能效等级将

降至5级,现有2~5级的产品将退市;变频空调的能效限值从现行的3.0提升至3.9,市场准入门槛也由5级提升至3级;吸油烟机通过全压效率、待机功率、关机功率以及常态气味降低度、油脂排放值五大指标共划分为5级;热泵热水器(空气能热水器)将能效分为5个等级,1级能源效率最高。

业内人士认为,国家之所以集体出台新的能效标准,就是为了防止因节能补贴政策退出而导致的家电产品能效水平短时间内出现倒退。

空气能热水器加速洗牌

据悉,空调整能新标准将变频空调的能效限值从现行的3.0提升至3.9,这表示,原先的1级、2级能效空调等级将自动

下调1级,分别变为2级和3级,并同时新增更高标准的1级能效等级。虽然此前变频空调实行5级市场准入指标,但市场平均能效水平却是3级,目前主流品牌的空调产品中已难觅4级、5级高能耗产品的身影。这就意味着原有的2级变频能效产品被降级成为市场准入门槛,而按规定,老的3级变频能效产品将不允许再生产和销售,并要在10月前将现有产品消化完毕。

据行业专家介绍,另一个受影响的产品类型是空气能热水器。据了解,空气能热水器属于新的行业,发展迅速,但是由于缺乏统一的能效标准,多年来业内厂商水平参差不齐,导致一些企业生产出来的产品存在明显问题。如能效虚标、低温机频死机等,甚至有部分产品用二手压缩机以次充好,导致出现质量问题。有业内人士分析,空气能热水器能效标准实施后,将会有20%左右的空气能热水器产品遭遇淘汰,行业内竞争者将从数百家缩减为数十家,空气能热水器行业将迎来一次大洗牌。

高能耗产品清仓甩卖

记者在采访中了解到,市场上本来就不多的高能耗变频空调已所剩无几。目前进行清仓的高耗能产品以平板电视、洗衣机、吸油烟机为主。

由于此次是行业标准集体升级,能效标准提升后,相关家电产品价格不会大幅上涨,即使短期内调高售价,也会很快降至合理水平,以适应大众消费。

(成商)

首批1万台乐视超级电视49分钟售完

在近日举行的乐视TV·超级电视X60开售现场,仅用了49分钟,1万台电视即被抢购一空。保守估计,当日乐视TV现金回流超过7500万元,乐视作为首家推出自有品牌智能电视的互联网企业,初战告捷。

就在此前,乐视还在与传统彩电企业隔空喊话。有彩电企业高管称,超级电视的物流和售后是其软肋。面对质疑,乐视回应称,超级TV打造创新的C2B2C供应及售后模式,充分体现了互联网思维,传统家电企业很难复制。

超级电视或许还在路上,但是在过去一年,以颠覆为主题,超级电视以各种正面或负面的消息“轰炸”着消费者,超级电视的知名度大幅提升。即便首站告捷不能预言这一模式的结果,但是超级电视承载的互联网思维,已经引起了传统彩电企业的高度关注,有彩电企业高管直言,在被抢购的一万台中就有自己的一份订单。

当日乐视网在资本市场也表现抢眼,11时左右开始快速拉升,最终以涨停价31.93元收盘,创除权后股价新高。

乐视TV副总裁张志伟称,超级电视在盈利模式、营销模式、产本理念上均区别于传统电商厂商生产的智能电视,“超级电视激活用户的互联网基因,是一台会不断长大的电视,可让每个用户都成为产品经理”。

超级电视是乐视的自有品牌产品,通过乐视自有品牌电商销售,全流程直达用户,砍掉了渠道成本、营销成本和品牌溢价,让超级电视更具性价比。乐视的出击,引起了传统彩电企业的关注。创维总裁杨东文称,自己不仅关注着这个新来的对手,并且已经从网上预订了一台乐视超级电视。

(南方)

广告