

# 新国标落地 空调市场要变天

1月6日,“史上最严”空调新能效标准——GB21455《房间空气调节器能效限定值及能效等级》(以下简称“新国标”)终于正式公布。这意味着,现有的低能效、高耗电的定频空调和变频3级能效产品都面临淘汰。对于空调行业来说,能效标准提升将终结低质低价的行业怪圈,但对于空调厂商来说则是喜有忧。喜的是,企业能够合理提升空调价格;忧的是,囤积的产品需要在今年上半年加紧售出,中小企业面临被洗牌的危机。

## 最严苛能效标准

新国标将是继1989年第一版能效标准发布以来的第7次发布与修订,被称为迄今为止最严苛的能效标准,正式实施时间为今年7月1日。

值得注意的是,新国标统一了变频空调和定频空调的能效评价方法,均采用更加合理的季节能效比来定级,解决了用户在选择节能空调时,因为能效等级衡量标准不同,而无法准确对比的困惑。

中国标准化研究院研究员成建宏预测,新国标实施后,2020年能效将提升14%,到2022年将提升30%,通过变频与定频空调市场结构的调整,2022年前后,中国空调市场的整体准入门槛将提高30%左右。但这也意味着,现有的低能效、高耗电的定频空调和变频3级能效产品都将面临淘汰。

作为全球最大的制冷产品生产、消费和出口国,中国的家用空调产量全球占比超过80%,主要制冷产品节能空间达30%-50%。其中房间空调由于产量大、使用面广、日常使用率高等特点,成为各国政府节能政策的关注重点。

事实上,早在1989年中国就发布了第一版能效标准,经过了6次的发布与修订,能效

标准也在不断提高。此次新国标的制定严格遵循四项原则:首先是标准精简;其次是将标准向国际领先的地位发展;第三,要保持产业的高质量发展;最后是有有效应对全球气候变化。

中国标准化研究院副院长邱月明表示,新国标1级能效标准指标对标国际,已达到国际领先水平;变频空调能效准入要求的3级,基本与欧盟、美国等地区准入要求相当,能效准入指标比原标准提高1级,相当于原标准的2级;定频空调能效准入要求5级,相当于原能效标准的1级。不仅如此,本次新国标的另一个重要变化是将市场中原有的定频空调与变频空调的两个标准合并成为一个,而类似热泵机一样的新产品也被纳入到同一个评价体系中,只按照季节能效定级。

## 近半产品遭淘汰

“新国标的实施将使目前的定变频市场淘汰率达到45%。”成建宏预测。

家电分析师梁振鹏也指出,市场上大部分定频空调都达不到新国标的技术门槛,肯定会被淘汰掉。

那么哪些企业最容易受到冲击呢?产经观察家丁少将指出,一是低能效空调库存较

大的空调品牌,新国标实施将导致这些库存难以销售;二是品牌力偏弱的中小空调企业,因为新国标的实施将提高技术门槛和增加产品成本。

此外,对于消费者来说,新国标不仅让用户选购高能效产品有据可依,还能达到省电效果。比如有一台十年的老空调,换成最新1级能效的变频空调,每天省电约2元,三年就可以省出一台空调钱。

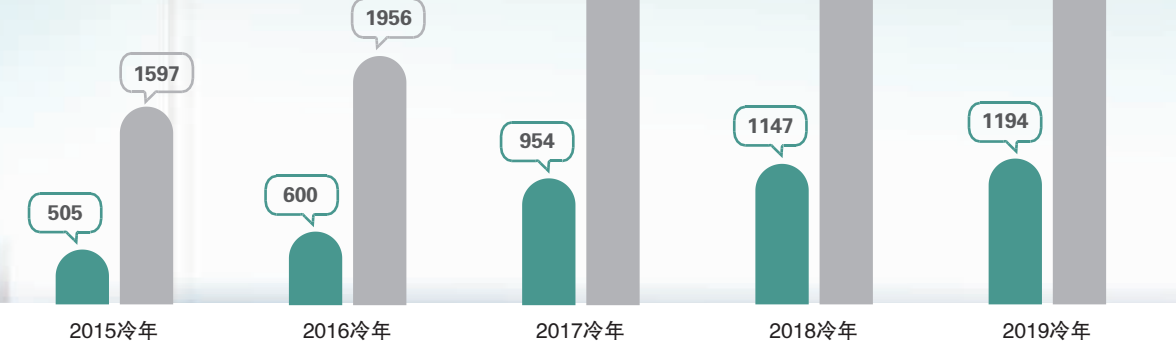
因此,不少消费者表达了对新国标的欢迎。家住北京的李女士告诉北京商报记者,所有家用电器里空调耗电最多,一到夏天每个月的电费就涨到400元,长此以往,买空调省下的钱最后还会花在电费上,得不偿失,还不如加钱换一台能效高的产品。范先生则表示,买空调不能光看价格,能效、自清洁、智能都得考虑。

根据奥维云网数据,2019年11月变频空调在线下市场占比达到77.8%,其中1级能效占比为49.5%,变频在线下已经成为主流。北京商报记者走访北京市多家家用电器卖场看到,很少有3级能效空调在销售,店员主推的都是清一色的1级能效空调。在北三环的一家卖场,某空调品牌的店员透露:现在来实体店咨询的消费者多是冲着中高端的高能效产品来的,过去大家对能效没有什么概念,近两年能效意识在逐渐提高。”

## 奥维云网线上线下全渠道监测数据

空调冷年为上一年8月至今年7月

● 销售额(单位:亿元)  
● 销售量(单位:万台)



透露,海尔空调已经开始全面切换,从2019年12月起就开发了符合新国标的产品,2020年将有53个系列产品投放市场;长虹空调已率先推出超1级能效新品,抢占绿色高效先机,继主推的超1级能效产品Q5Ks之后,又发布两款新品Q5A好睡眠空调和Q5D AI舒适空调。

然而,在新国标的实施时间上各大厂商此前却持有不同的意见,北京商报记者了解到,其中库存少的厂商希望自5月1日起实施,库存多的则希望自7月1日起实施,这样能赶上“6·18”大促。创维空调国内营销本部总监甘建国告诉记者,创维是轻装上阵,因为它们已经没有库存,现在生产的都是符合新国标的产品。

不过,实际上空调行业的渠道库存仍然高达3500万台,大多都不符合新国标。梁振鹏指出:“这些库存势必要在今年上半年销售出去,因此这半年空调市场仍会掀起明显的价格战,主要是以淘汰落后能效标准的产品为主。对于一线品牌来说,销售和库存都不是问题,但二三线空调品牌的主要产品都属于低能效,这对它们来说是很大的挑战。”

价格战不会冷场,因为定频空调和3级能效变频空调在大促时仍然唱主角,特别是在线上市场。综合奥维云网和中怡康零售监测数据,相同匹数的定频空调均价是变频空调的60%-70%左右,3级能效变频空调均价约为一级能效的70%左右。去年“双11”,几大空调厂商就打了一轮价格战。格力总让利高达30亿元,之后美的、海尔和奥克斯也跟进降价“血拼”。

丁少将表示,随着价格战的持续,空调市场增量不增收的局面有可能发生,而随着新国标的实施,空调市场的品牌集中度有可能进一步提升。

梁振鹏提醒,无论是大中小型空调企业,想完全生产100%符合新国标的产品都不是一件容易的事情,所以空调企业应及时提升自己的产品创新与技术研发水平,改进自己的产品线,从上游原材料采购环节入手,优化设计,从而保证产品的合格率。

北京商报记者 石飞月

不过,值得注意的是,新国标出台后,最直观的影响将是空调价格上涨。“新国标的能效标准对产品能效比要求非常高,厂商生产的成本也会明显提升,最终势必会反映到终端的零售价格上,所以空调终端的销售均价肯定会有一定程度的上扬。我预计至少会有10%以上的上涨幅度,那这样对于用户来说就增加了购买成本。”梁振鹏说。

与此同时,也有消费者表示不愿为增加的空调成本买单。“所有的空调都耗电,省电也省不了多少,况且空调越脏性能越差越耗电,密封性保温差也耗电,很多因素在里面。”一名消费者如是表示。

## 价格战难以避免

对于新国标,各大空调厂商目前都表达出比较积极的态度,而且在生产排期上也做了相应的调整。“近年来,各空调企业积极参与空调能效标准的研制工作,积极布局,安排研发生产,为空调能效标准的实施做了大量的准备工作,率先执行新版能效标准要求。”邱月明说。

格力和美的方面均表示,新国标在技术上难度不大,已准备好符合新国标的全系列产品,今年可以上市;海尔空调总经理王利

# 量产前夜引入日资 拜腾汽车加码海外

量产前夜,造车新势力拜腾汽车终于再次敲定一笔融资。1月6日,拜腾汽车与日本丸红株式会社(以下简称“日本丸红”)宣布正式达成战略合作,日本丸红将参与拜腾汽车C轮融资。2019年,拜腾汽车遭遇C轮融资迟迟未落地、首款车量产延期及收购一汽华利未能及时付款等一系列状况。进入2020年,在国内新能源汽车市场遇冷、竞争加剧的背景下,拜腾汽车能否借进军海外市场在造车新势力中实现后来居上,正引发业内广泛关注。

## 融资考验

1月6日,拜腾汽车与日本丸红宣布正式达成战略合作,日本丸红将参与拜腾汽车C轮融资,双方还将在出行服务、能源解决方案及海外生产和销售等多领域探讨进一步合作。

日本丸红为日本具有代表性的大型综合商社,公司总部设在东京和大阪,是日本五大综合商社之一。日本丸红主要从事国内、进出口贸易、国际间商品技术服务贸易,在全球70多个国家拥有126个海外分支机构和459家投资企业。

尽管此次成功获得日本丸红支持,但拜腾汽车C轮融资历程难言顺利。2019年1月,拜腾汽车创始人毕福康离任拜腾CEO,加入拜腾汽车竞争对手艾康尼克。当时有消息称,毕福康之所以离开,是因为拜腾汽车的资金状况难以支撑其在华扩张计划,导致公司内部关系紧张。不过,该消息遭到拜腾汽车方面否认。

2019年5月,拜腾汽车官方宣布,将在年中完成C轮融资,且已得到多家实力机构支持。随后,有消息称,拜腾汽车C轮融资将在6

月底完成,引入约5亿美元,所得款项将主要用于首款电动SUV研发和量产,其中一汽集团投资1亿美元。然而,拜腾新一轮融资的消息却迟迟未能落地。

资料显示,2017年成立以来,拜腾汽车共进行了四轮融资,总金额超12亿美元,投资方包括一汽集团、宁德时代、苏宁等。在造车新势力中,蔚来汽车累计融资超200亿元、小鹏超过150亿元,威马汽车超过100亿元,均远远超过拜腾汽车。

对于拜腾汽车C轮融资最新进展,拜腾汽车相关负责人表示:“目前,拜腾汽车C轮融资已进入最后阶段,参投方包括一汽集团和南京市政府旗下产业投资基金等。同时,拜腾汽车一直积极开拓海外资本,本次与日本丸红的合作,是拜腾汽车与韩国汽车零部件企业明信公司签约之后,再次引入海外战略投资人。”

## 量产延期

除C轮融资迟迟未能落地外,拜腾汽车还遭遇量产延期。据了解,拜腾汽车将工厂设在江苏南京,工厂占地1200亩,总投资逾110亿元,具备年产30万辆汽车的能力。2017年9月,

拜腾汽车南京工厂一期工程奠基。

2019年4月,拜腾汽车南京工厂试制车间正式启用,首批工程试制样车下线。当时,拜腾汽车CEO戴雷表示,拜腾首款量产车M-Byte将于2019年三季度全球首发并公布预售价等信息,年底实现量产,2020年初开始陆续交付,起售价约为30万元。

值得注意的是,拜腾汽车实现量产的前提是拿到来自一汽华利的“准生证”。2018年9月,一汽夏利发布公告称,将把全资子公司一汽华利100%股权连带债务转让给拜腾汽车母公司南京知行。本次交易完成后,拜腾汽车可获得一汽华利的造车资质。

然而,这张“准生证”拿得并不顺利。2019年6月,一汽夏利发布公告称披露,南京知行并未如约支付所欠借款,因此一汽华利仍未移交给南京知行;10月9日,一汽夏利董秘在回复投资人关于拜腾欠款是否到位时称,目前尚未收到南京知行代华利公司归还的部分款项,公司将积极督促南京知行早日归还相关款项。

在收购一汽华利100%股权事项出现波折的同时,拜腾汽车的量产进程也出现延期。2019年9月法兰克福车展期间,拜腾汽车宣布,首款车型M-Byte将在2020年

中开始量产。这意味着,M-Byte量产将推迟半年。

对于量产延期的原因,拜腾汽车给出的解释为从产品质量等角度考虑,拜腾汽车首席客户官夏安德表示:“此前造车新势力在交付阶段暴露出的不足,会让拜腾汽车吸取经验教训,避免重蹈覆辙。”

2019年10月,拜腾汽车首款电动车型M-Byte的首辆工装样件在南京工厂正式下线,该车基于拜腾M-Byte Concept概念车打造。数据显示,M-Byte为一款轴距达2950毫米的纯电动SUV,搭载72千瓦/小时和95千瓦/小时两种电池组,NEDC续航里程为430-550公里。

## 前路难测

事实上,此次拜腾汽车之所以引入日本丸红投资,并不仅为推动M-Byte的在华量产和交付进程。戴雷表示:“日本丸红在可再生能源、汽车销售等多个领域拥有深厚的经验和资源,我们将共同开拓国际市场,为用户提供面向未来的智能电动汽车产品和出行服务。”

不同于其他国内造车新势力企业,拜腾汽车一直对海外市场充满兴趣。拜腾汽车两位创始人均来自德国。其中,毕福康担任宝马集团副总裁的时间超过10年,戴雷曾任英菲尼迪中国事业部总经理。公司成立伊始,拜腾汽车便已经有将车卖到海外的打算。

2019年11月,拜腾汽车在欧洲多个国家与当地零售及售后合作伙伴签订谅解备忘录,共同开拓欧洲电动车市场。另外,拜腾汽车还宣布与美国电动汽车充电网

络运营商Electrify America公司合作,为美国拜腾车主提供两年免费的30分钟无限充电服务。

根据计划,2020年拜腾汽车将接受欧洲和北美地区预订,2021年拜腾汽车将正式进军欧美市场。戴雷透露,目前拜腾汽车拿到的6万多个意向订单中,有一半来自中国市场,其他订单由北美、欧洲等地用户贡献。

对拜腾汽车而言,2020年后进入欧美市场有可能获得来自当地的更多政策支持。据了解,德国政府计划从2020年起展开扩大电动车补贴的五年计划,对于售价超过4万欧元的车型,补助金额将增至5000欧元。美国众议院的部分议员也考虑推出新的新能源汽车支持政策,包括将电动车企可以获得补贴的销量上限门槛从20万辆提高到60万辆。

不过,随着传统车企纷纷入局,欧美新能源汽车市场竞争也日益激烈。2019年以来,奥迪、奔驰等德国车企纷纷发售首款纯电动车。2019年11月,特斯拉又宣布,计划在德国柏林建造一座新工厂,主要生产Model 3和Model Y,每年计划生产50万辆电动汽车。

“作为国内造车新势力企业,拜腾汽车要想在欧美市场成功立足绝非易事。”汽车行业分析师张翔向北京商报记者表示,对于车企而言,进入欧美市场比较容易,但欧美市场对汽车质量要求非常高,一旦因质量问题需要召回或因其他问题遭受处罚,车企往往需要付出高昂成本或支付巨额赔偿。在融资相对有限的情况下,拜腾汽车的资金状况可能很难支撑其开拓欧美市场的野心。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇