

节能减排 百姓首选高性价比商品

买一台一级能效的空调3699元,买一台三级能效的2499元,空调的平均使用寿命为十年,近期想要购置一台新空调的北京市民小李,在为买哪一款空调更节省而发愁。原因是,虽然一级能效的空调节能,但购买价格比三级能效的空调高出千元。随着北京市节能减排政策的出台实施,购买一级能效空调可以领取400多元的补贴,这让曾经遇到与小李同样困扰的北京消费者,可以选择购买能效等级更高的家电。

绿色消费有补贴

随着环保意识逐渐增强,消费者尤其在购买家电时,越来越关注高能效的商品。但低能耗商品的价格比高能耗商品价格要高,哪一种购买方案更划算,成为消费者犹豫不决的一个主要原因。

从去年11月27日开始,北京市再次启动购买节能减排商品享受一定补贴的节能减排政策,符合条件的消费者购买符合政策的节能减排商品,包括电视机、冰箱、洗衣机、空调、热水器、吸油烟机、空气净化器、坐便器、自行车和家用燃气灶具、微波炉、淋浴器(后三类商品于2016年8月3日新增)等12类节能减排商品,都可以享受最高上限为800元的节能补贴。北京市曾试点高效节能家电产品促销,从补贴的条件与力度来说,有关规定与之前政策的侧重点存在较大差异。

节能减排政策在北京全市范围内实施,同时意在鼓励消费者购买、使用节能减排商品,对符合条件的消费者给予一定额度的资金补贴,促进节能减排,引导绿色消费理念。节能减排政策中,要求政策实施期内,每位符合条件的消费者每个品类商品享受1台(个)补贴,对家电能效标识为“一级能效”、“二级能效”的商品进行补贴,并在这一过程中逐渐形成节能环保理念,将重点放在“节能减排”而不是“刺激销售”。

现在进入初冬季节,北方地区的雾霾天气时常出现,这成为居民之间经常吐槽的“痛点”。而节能减排政策的出现,也将带动首都市民更换绿色环保、节能减排商品。同时,对节能减排起到积极、推动作用。作为销售企业,在选择商品布局时,也多会选择节能商品,从而促进产业转型升级。

线上线下联手

2015-2016年度北京市商务委网站公布26家节能减排政策销售企业中,包括苏宁易购、国美电器、居然之家、大中电器、京东商城、家乐福等知名企业。当网购逐渐形成潮流,节能减排政策为消费者开辟出一条新的绿色快捷购买渠道。

电商迅猛发展,对市场做出新的认识判断。不同于之前的家电补贴政策,将家电制造企业作为主要参与者,节能减排政策覆盖面扩大到互联网、家电零售企业,电商企业加入北京市节能减排销售企业中,相比之前政策的“实体店”包围,北京市商务委对市民的消费方式、消费习惯进行分析后,做出的重要改变。参与的电商企业表示,之前的家电补贴政策消费者网购不能享受节能补贴,节能新政实施后,电商的家电销售实现较大增长。

很多人在搬进新家或者发现生活用品存量不足时,点几下手机便可送货上门的网购成为越来越多人的首选。据国家统计局公布数据显示,2015年城市居民在消费品零售中每花10元,就有1.3元是在网上花掉的。另外,2015年北京网络零售额2016.9亿元,同比增长40.2%,电子商务成为拉动消费的主力,逐渐发展成熟。

在北京市节能减排政策实施以来,北京苏宁线上线下销售节能产品超过75万台,节能产品的销售占比达75%。另外,相关资料显示,在节能减排政策实施首日,第一单节能减排商品补贴出现在电商平台。

福利范围扩大

北京节能减排政策虽然对实施区域做出规定,但在补贴对象的范围上,政策将非京籍居民纳入了补贴范围。其中包括,本市户籍人员;驻京部队现役军人和现役武警;持有有效《北京市工作居住证》的非本市户籍人员;持有本市有效暂住证的非本市户籍人员。

消费者在实体店购买符合条件的节能减排商品后,销售企业对消费者的资格进行审核。审核通过后,开具发票,开票方应为销售企业,第三方及其他开具的发票将不能享受补贴政策。销售企业将相关信息录入节能减排政策信息管理系统。对不符合条件的,现场告知消费者。

目前,有部分门店实现当场立减,消费者可直接付费减免后的价格;另外,部分门店采取消费者在缴纳全额后,再从门店补贴“窗口”领取补贴款。苏宁易购的线下门店,可直接收取节能减排商品扣减补贴后的款项。在大中电器、国美电器、居然之家等零售企业门店中,消费者需要缴纳全款后,依据发票和身份证件,再从相关窗口领取补贴款。

在电商平台,消费者按照电子商务企业的要求,填写订单、上传个人证件信息,审核通过后,平台将直接扣减补贴金额,消费者直接支付节能减排后的价格即可。对不符合条件的,立即告知消费者。北京商报记者向电商平台客服咨询时得知,只要条件满足,提交文件几分钟,消费者即可在线完成订单。

节能减排成效几何

主管部门:

政策引导 推动节能减排

节能减排政策实施以来,受到广大消费者的欢迎。北京市商务委相关负责人介绍,截至2016年11月20日,参与企业合计销售节能减排商品208万台,其中,一级能效商品142.1万余台,二级能效商品58.5万余台,空气净化器等其他节能减排商品7.4万余台。

按照市节能环保中心和市水务局的相关标准计算,2016年全年政策定点销售企业销售节能减排商品可节电1.6亿度,相当于49910个家庭一年的用电量;减少二氧化碳排放9.05万吨;节水10万吨,相当于1000个家庭一年用水量。北京市商务委副主任孙尧曾介绍,此次节能减排政策是上一次补贴政策的延伸,以重点针对节能减排、利于防治大气污染、拉动绿色消费等为出发点。同时,为了防止出现虚标售价、暗中提价等不规范行为,要求入围的定点销售企业需对所销售的节能减排商品提供前3个月的销售价格进行备案。

卖场:

积极推进 让利消费者

自北京市开启节能减排政策以来,北京苏宁相关负责人表示,苏宁线下门店及苏宁易购官方网站分别开设节能补贴专区,北京苏宁所有门店节能产品的销售占比达75%,销售节能产品超过75万台。上述负责人称,节能减排政策的推进不仅促进了整个家电产业技术和产业结构的升级,同时也切实推动了北京家电业生产与消费领域的节能转型。

京东方面称,节能减排政策实施后的成效主要体现在价格和便利程度上。从价格方面来说,消费者在京东上购物不仅可以享受优惠券,同时还可享受最高800元的补贴;在便利程度上,京东通过先行垫付补贴款项,使得消费者在付款时可以直接享受补贴后价格,避免了后续申报补贴的繁琐购买体验,同时利用价格优势培养更多消费者的环保意识。

品牌企业:

调整生产 带动产业升级

节能减排政策的推行实际上也在倒逼企业进行升级转型。恒洁卫浴相关负责人表示,品牌企业会为节能减排产品研发投入巨资,消费者环保意识逐年提高,愿意为环保产品付出更高的价格,同时产品也更受广大消费者欢迎。生产规模上去了,成本才能得到有效控制,这也在一定程度上摊薄了研发生产成本。

长虹彩电相关负责人表示,市政府预期给出三年的时间,让厂家有更多的时间生产、研发节能产品来满足消费需求,实现产业结构升级。海尔相关负责人表示,节能产品更为优质,让消费者感觉买到的是不会后悔的产品。同时,节能减排政策也引导消费者更加理智消费,不只是看价格,更多是看性能。对于厂家来说,也是不断实现产业升级的过程,可以淘汰一大批研发能力、生产能力方面达不到节能减排要求的企业。

消费者:

价格实惠 购买更便利

节能减排政策的推进,对于消费者来说,最直观的感受在于可以享受购买节能减排商品的实惠。家住通州的王先生在今年6月购买一台美的变频对开门冰箱,根据冰箱参数显示为一级能效标识。冰箱原价标识为4999元,实际只需要支付4349元就买到了商品。王先生表示,600多元的价格补贴比起往年国庆促销都要实惠,而且购买节能减排商品在以后的日常生活中还能更加节能省电,累积下来也能节省一笔不小的开销。

对于去年实行的节能减排政策,一方面消费者可以选择的节能减排商品品类更加丰富,同时,购买节能减排商品的渠道也不再限于传统线下渠道。东城区市民林女士表示,很多节能减排商品不仅有优惠折扣,而且还能享受补贴优惠以及送货上门、免收运费等服务。