



# 消费周刊

## Consumption Weekly



北京买买买订阅号

D1-D4

2017.12.29

总第126期 今日4版 每周五出版  
联合主办 北京市商务委员会 北京日报社  
主编 智慧

北京市节能减排政策  
实施两周年特刊

在北京市节能减排政策实施两周年之际,本刊通过对社会大账本、企业和消费者小账本的解读,介绍节能减排政策对北京市场绿色消费、品质消费的引领作用。如今,从高能耗产品占主流到高能效产品占据卖场“C位”,家电、家居卖场的销售人员变身成环保理念宣传者。2017年,线上与线下节能补贴同步并行,进一步拉升了节能产品销量。节能产品消费和环保生活成为趋势,越来越多的家电、家居企业正逐步实现绿色转型。

## 节能补贴引领绿色消费

2017年北京市节能账单

参与企业累计销售节能产品241万台  
销售总额86.98亿元  
销售总额年增长19.77%

2015-2017年北京市节能账单

节省电约3.55亿度,折合标煤约11.9万吨  
节水20万吨  
减少二氧化碳排放29.13万吨

### 节能产品销售额增近两成

北京市节能减排政策实施,销售人员的节能宣传,使居民首选性价比高的节能商品。2015年11月27日开始,北京市户籍人员、驻京部队现役军人、现役武警、持有有效《北京市工作居住证》和本市暂住证的非京籍人员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)12类节能减排商品,享受补贴优惠。

北京市节能减排政策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购买一级能效标识的节能商品补贴标准为商品销售价格的13%,二级能效标识的节能商品的补贴标准为8%;坐便器和淋浴器的补贴标准为20%;空气净化器和自行车的补贴标准为10%,最高补贴800元。目前,北京地区消费者可享补贴的节能减排商品有12类,苏宁易购、大中电器、京东商城、国美电器等23家销售企业参与到北京市节能减排政策中。

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一类节能减排商品享受1台(个)补贴,对能效标识为一级能效、“二级能效”的商品及符合节能标准的空气净化器、自行车、坐便器、淋浴器进行补贴。

北京市商务委相关负责人介绍,2016年12月1日-2017年11月30日,参与企业累计销售节能产品241万台,销售总额86.98亿元,这较2015年11月27日-2016年11月30日期间的产品销售总额72.62亿元增长了19.77%。与此同时,今年7月28日-8月27

日,北京市商务委主办了“2017节能产品促销节”活动,实现线上与线下促销活动同步并行,在活动覆盖的商家,消费范围得到了进一步扩大,方便消费者购买节能产品,拉升节能产品销量。

### 政策引领节能消费升级

北京市节能减排政策通过多种渠道,推广节能理念,推荐节能产品,政策促进绿色消费。据北京节能环保中心和市节水办测算,北京市节能减排政策实施两年来,销售节能减排商品452万余台,销售额约159.6亿元,节电约3.55亿度,相当于大约11.8万户居民一年用电量,折合标煤11.9万余吨,减排二氧化碳29.13万余吨;节水约20万吨,相当于2000个家庭一年用水量。同时,节能减排政策实施后,生产企业加大了对节能商品的研发投入和节能商品的投放力度。

节能减排政策的推行、消费理念的转变在倒推企业进行转型升级。以洗衣机为例,苏宁易购数据显示,今年1-10月分区洗衣机商品销售额同比增长220.4%。

在使用层面,不少消费家庭也有增加洗衣机的需求。有调研数据显示,目前有31.7%的家庭存在增加一台洗衣机的需求,主要是为了将大人和婴幼儿的衣物分开洗涤,以及将内衣与外衣、袜子等不同类别的衣物分类洗涤,但是碍于摆放空间受限、进排水设施限制,无法实现。今年,节能新产品分区洗衣机已解决了这一难题。

同时,节能理念也落实到参与企业中,北京苏宁在门店逐渐增加节能减排产品体验专区,并模仿家庭中的装修和使用场景,让消费者在选购产品时可以直接感受节能减排产品的高性价比。在国美马甸鹏润店搭建了“舒适节能体验专区”,摸索门店转型升级的经验。近日,国美还将这一节能体验专区升级为“用户体验实验室”,让门店不仅仅是卖产品,还通过科

技手段为消费者提供多维度的用户体验,提高门店在消费过程中的价值。

### 电商平台节能消费增量大

统计数据显示,苏宁易购一直稳居榜首,京东的节能减排产品销量从第三位上升到第二位,在家电、家居市场中,电商的重要性日益凸显。消费者越来越愿意在电商平台购买家电、家居产品,消费粘性也逐渐加强。与此同时,线上线下融合成为零售行业的发展趋势。

得益于电商的快速增长,北京市商务委在政策实施之初便将电商销售渠道纳入到节能减排商品补贴的范围之内。其中,北京苏宁、国美等企业既有百家实体门店,还开通了线上购买渠道。

实际上,在北京市节能减排政策实施之初,节能减排政策覆盖面扩大到互联网零售企业,电商企业加入北京市节能减排销售企业中。参与的电商企业表示,之前的家电补贴政策使消费者网购不能享受节能减排政策,节能减排政策实施后,电商的家电销售实现较大增长。

统计数据显示,2016年12月1日-2017年11月30日,销售数据排名前两位的企业分别为苏宁易购、京东,两者均有电商渠道。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。

在电商渠道购买节能减排商品,享受补贴的流程也十分便利。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。不符合条件的订单,页面内容会提醒消费者。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。

北京商报记者 吴文治 王维祎