

# 百亿元消费大礼包能否激活家电市场？



在过渡期内，消费券的推出能帮助消化外界对产业的冲击，带入正常的市场节奏。

作为一个万亿级市场规模的产业，家电产业不仅关系到上游制造企业，还涉及下游的零售、服务企业等产业链条，可以说辐射面广，影响深远。

新冠肺炎疫情使家电消费数据“黯然失色”。国家统计局数据显示，1—2月份我国社会消费品零售总额同比下降20.5%，其中家电下降30%。尤其白电市场更是出现断崖式下跌。奥维云网(AVC)数据显示，2020年第一季度，国内白电整体零售额降幅接近45%。群智咨询总经理李亚琴表示，2020年第一季度黑电总销售额也呈现两位数下滑，其中国内手机市场下滑28%，笔记本下滑7%。

## 消费券不会长时间存在

中国家用电器协会副理事长徐东生告诉《中国电子报》记者，目前大部分家电企业虽然已经基本复工复产，但是受疫情的影响，生产出来的产品很多无法转化为销售，长此以往企业经营将面临困难。

徐东生认为，各地发放消费券，将在一定程度上促进家电消费需求 and 消费信心的提升，促进消费市场的

## 多手段促进消费回补

徐东生认为，当前可以考虑效仿此前“家电下乡”“以旧换新”“节能补贴”等变相的“消费券”政策设计，区分不同需求、不同地区、不同产品种类，有针对性地实施家电消费补贴等刺激政策。

4月12日，广东省工业和信息化厅下发文件，将针对空调、4K电视、洗衣机等8类产品开展家电下乡专项行动，要求进一步扩大农村消费，减少疫情对经济的影响。业界普遍认为，此举一方面可以应对疫情对于

## 拼多多与国美达成全面战略合作将认购2亿美元国美“可转债”

**本报讯** 4月19日，新电商平台拼多多宣布认购国美零售发行的2亿美元可转债，期限为三年，票面年利率为5%，初步转换价为每股1.215港元。

如最终全部行使转换权，拼多多将最多获配12.8亿股国美新股份，约占后者发行转换股份扩大后股本的5.62%。

同时，双方宣布达成全面战略合作，国美零售全量商品将上架拼多多，品牌大家电将接入拼多多“百亿

由此可见，释放家电消费热情，重燃家电消费市场迫在眉睫。商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长董超认为，消费券可以指定用途，对特定的领域形成拉动的作用。对此，有家电从业人士认为，消费券的推出恰逢其时。

“消费券是对于特定时期、特定地区、特定品类的精准补贴，可以实现‘企业促销售’和‘民众促消费’。在过渡期内，还能帮助消化外界对产业的冲击，带入正常的市场节奏。”中国电子视像行业协会副秘书长董敏在接受《中国电子报》记者采访时表示。

据不完全统计，截至4月8日，全国已有16个省近50个城市推出消费券

电线上市场的刺激可能更显著。“线上交易一定程度上回避了消费者因收入和信心的降低导致的支付焦虑，更容易引起消费冲动；另外也降低了消费者逛街购物行为减少的影响。”董敏说。

“不过，预计发放消费券的活动不会长时间存在。”董敏进一步解释道，消费券的产生，并不是创造需求，

家电行业观察人士刘步尘则直言，地方政府发放的消费券更针对刺激超市、百货等日常消费，对家电消费的影响不会很明显。而苏宁、京东、大中电器等平台发放的消费券，虽然对家电消费的影响会比较直接，但由于消费券额度一般比较小，对大家电的消费影响并不会很大。“地方政府和家电企业还需要利用其他手段促进家电市场的消费回补。”他说。

另有专家建言，消费券的发放不

## 苏宁易购公布“418战报”大屏彩电销量增长339%

**本报讯** 随着疫情好转，大家电销售增长迅速，彩电、空调表现抢眼。苏宁“418战报”数据显示，大屏彩电销量增长超339%。战报数据显示，在4月17日苏宁“彩电万人抢”活动中，千台五折爆款秒被抢空，75英寸及以上彩电销量同比增长超339%。4月18日，苏宁易购卖出最贵大屏电视——价值599999元三星98英寸8K电视。此外，空调行业销售增幅显著，美的、格力、海尔三大巨头保持强劲，依

4月10日，浙江省宁波市市场监督管理局公布行政处罚决定书显示，标识能效等级为2级的型号“KFR—35GQW/ZC+2”奥克斯空调，经检测实际能效等级为3级。因实际能效与能源效率标识上的信息不符，宁波市市场监督管理局对奥克斯空调作出“责令改正”和“罚款10万元”的处罚决定。

奥克斯随后发布公开致歉声明，表示服从处罚决定，并承诺将为购买了问题产品的消费者予以1000元/套的经济补偿，并对问题批次空调的全免费包修期延长至10年。

# 空调能效虚标为何屡禁不止？

**本报记者 张一迪**

**十万元处罚力度过轻？**

奥克斯被罚源起格力的一次公开“打报告”。2019年6月，格力电器在其官方微博上发布《关于奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品的举报信》，称奥克斯部分型号的空调产品与其宣传、标称的能效值差距较大。奥克斯随后发表声明还击，直指格力“采用诋毁手段，属于明显的不正当竞争行为”，并贴出某公司市场监测数据表明奥克斯正值销售大幅上涨时期，而格力正处销售滑坡的窘境。

举报事件一出立刻引起社会的广泛关注，有网友为支持格力，集结力量在线上不断反映，董明珠也曾多次在公共场合喊话，不过也有很多人质疑格力举报的正当性。

然而处罚结果一出，让众多关注者大跌眼镜，10万元的处罚被质疑过低、过轻。有人认为，因为对奥克斯的处罚力度太过绵软，所以才会导致空调产品能效虚标的问题屡禁不止，更有网友直呼这根本是在“鼓励造假”。

家电资深观察人士刘步尘在接受《中国电子报》记者采访时表示，罚款标准应基于“能效虚标产品数量、售卖数量、获得不当利益”三项指标进行综合核算得出。

**品牌信誉或严重受损**

近年，家电市场线上和线下渠道融合发展趋势明显，线上销量占比逐渐向线下靠拢，奥克斯正是把握了电商渠道不断释放的红利，开始不断搅动格力、美的、海尔三大品牌“垄断”空调市场的格局。

2019年初奥克斯董事长郑坚江透露，自2011年奥克斯确定电商战略，6年来奥克斯空调电商销售增长近56倍。有数据显示，在2018年618大促首日，奥克斯在天猫、京东、苏宁三大平台空调品类销售榜位居第一。

不过空调整体市场并不好过。中国电子信息产业发展研究院发布的《2019年中国家电行业年度报告》显示，2019年空调整体市场零售额为1309亿元，同比下降9.5%，空调市场已连续三年低迷。

空调市场表现疲软，加上奥克斯借助线上一路高歌猛进，双重压力下，“老大哥”格力终于开始主动出击，由此开始了历时10个月的“打假”持久战。目前处罚结果已经公示，这场格力和奥克斯之间的对决暂时拉下帷幕，有人认为

是格力打了胜仗，然而10万元的罚款金额与奥克斯的营收能力相比确实不值一提。

据了解，相关部门对奥克斯开出十万元罚单依据的是《中华人民共和国节约能源法(2018修正)》第七十三条规定，即伪造、冒用能源效率标识或者利用能源效率标识进行虚假宣传的，由市场监督管理部门责令改正，处五万元以上十万元以下罚款。

不过也有业内专家指出，奥克斯涉嫌欺骗和误导消费者，甚至对同行构成了不正当竞争关系。

根据《中华人民共和国反不正当竞争法(2019修正)》第八条规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚

假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

该法第二十条显示，经营者一旦有违反“第八条规定”的行为，监督检查部门应责令其停止违法行为，处20万元以上100万元以下的罚款；情节严重的，处100万元以上200万元以下的罚款，甚至可以吊销其营业执照。

从罚款数额上来看，相关部门对于奥克斯的惩戒力度值得商榷，不过此次事件确实引起了不少业内人士和消费者的高度关注。

“虽然罚款轻微，但奥克斯为造假付出的代价仍然是很大的。”刘步尘向记者指出，一是奥克斯品牌形象严重受损，信誉降低；二是其市场销售将会受阻，预计销量将出现明显下滑；三是奥克斯将对购买问题产品的消费者进行赔付，这也将对其收益造成不小的影响。

**能效虚标因何屡禁不止？**

此次被处罚款，已不是奥克斯第一次在产品能效上“摔跤”。据了解，早在2018年就有消费者曝光，新购入的奥克斯空调经测试后的输入功率值比能效标识功率值高了25W。2019年3月，奥克斯空调因能耗问题被沙特政府列入“黑名单”。2019年12月，奥克斯电磁灶产品“CE2002D”经上海市市场监督管理局检验被曝能效等级不合格。

在空调行业，奥克斯并非是能效虚标的个例。

业内专家指出，能效虚标问题是较长时间以来空调行业存在的普遍性问题之一，不合理也不合法。能效虚标能给企业带来怎样的好处？一是风险低、利润高，节能补贴政策下，节能型空调产品可以获得高额补贴。二是很多企业为了控制成本，存在偷工减料的问题，而国家标准中又没有严格要求每台产品必须经过检测，因而造成产品质量无法保障的漏洞。三是家电能效标识仅是实验室测算出的理想参数，很容易被厂家美化。

去年格力举报奥克斯的事件发生时，智慧咨询创始人、总经理魏军曾向《中国电子报》记者指出，杜绝能效虚标这一现象可从三个层面进行：一是从国家层面加大监管和惩罚力度，提高企业违法成本；二是从企业层面上加强自律，严保产品质量；三是企业之间要相互监督约束，最终形成纵向和横向的立体又健全的监督系统。

在政策层面上，针对空调行业能效虚标泛滥问题的相关规定将陆续出台，空调产品的能效标准也将迎来新一轮提升。

2019年5月，国家市场监督管理总局总局等三部门联合下发《关于加强能效标识监督检查工作的通知》。同年6月，国家发改委、工信部等七部委联合发布了《绿色高效制冷行动方案》，要求在三年内将空调能效提高30%，而且要求严打能效虚标问题，鼓励企业互查。

“史上最严”的空调新能效标准也将于2020年7月1日正式实施，总共分为五级，新增“一级能效标准”、“变频三级”和“定频一级”都被降为“四级节能产品”；“定频空调二级”被降为五级，即“市场准入级”；“定频三级”不再符合新国标，即将被淘汰。

中国家用电器协会副理事长王雷公开表示，我国的“能效新标准入要求”已达到或超过发达国家的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚