家电行业信息速递

中山市家用电器行业协会 广东省公平贸易工作站 编　　2020 年 3 期

目　录

协会动态

“南头家电品牌创新指数”发布会暨“南头外贸基地网上全球直播”启动仪式隆重举行！……1

智者同行，名企交流……4

为企业排忧解难！南头镇党委书记徐宁军调研走访常务副会长单位 TCL 空调器（中山）有限公司……7

当好“店小二”！黄圃镇党委书记吴坤科强调要甘当企业的“保姆保安保镖”，强党建助推企业高质量发展……8

东凤小家电网上全球直播启动啦！足不出户获订单！……9

互联网+外贸基地，南头家电外贸抱团出海啦！……11

中山“家 520”购物节昨日启动，家电抢购福利不止这一波！……12

美女 BOSS 亲自挂帅为岚元直播带货！……13

会员风采

奥马冰箱“家电下乡”正式启动，全国享换新补贴价……15

与“诗”俱进，行动起来……16

新一代隔电技术加持，G5/S 热水器缔造沐浴安全新体验……19

13 位高级工程师“会”聚超人，为超人首款杀菌护肤燃气热水器举行成果评价会……20

华帝热水器斩获行业多项大奖，焕“燃”一新、共沐未来！……24

优秀！菲斯顿荣膺广东省制造业优秀企业称号……27

特别关注

2020 年中国家电行业发展趋势……28

家电市场下半年或迎来转机……29

家电人必须关注，行业已出现 5 大消费趋势……31

市场日渐红火 洗碗机挺受年轻人欢迎……33

洗衣机出口：总体呈上升趋势 飞跃增长后遇阻……34

政策导向

关于应对疫情稳企安商的若干措施……38

央行等八部门：银行要把信贷资源从偏好房地产等转移到中小微企业……43

新一批能效标识实施规则发布，涉及空调等五类家电产品……48

政策“助阵”家电促销 为消费者“清空购物车”加力减负……50

公平贸易

世界贸易出现复苏迹象 家电出口能否再创新高……52

中国家电业的挑战和利好 权威机构作出了判断……53

广东外贸月度降幅收窄 家电 4 月出口增长 11.7%……55

“南头家电品牌创新指数”发布会暨“南头外贸基地网上全球直播”启动仪式隆重举行！

2020 年 6 月 15 日，由南头镇党委、政府主办的“南头家电品牌创新指数”发布会暨“南头外贸基地网上全球直播”启动仪式隆重举行。中国轻工业联合会、中国家用电器协会领导，中山市人民政府副市长雷岳龙、市局机关代表、南头镇领导班子全体成员，中山市家用电器行业协会会长蔡拾贰等商协会领导出席活动。

会上，中国轻工业联合会副会长陶小年对南头镇“中国家电品牌基地”授牌一年多来取得的成绩表示肯定，同时对南头镇未来家电品牌创新发展提出了“五加强，一融入”：一是加强科技研发创新；二是加强标准保障引领；三是加强品牌信用建设；四是融入区域发展规划。五是加强国际市场拓展；六是加强产业跨界协同。

中国轻工业联合会综合业务部处长廖小红宣布“南头家电品牌创新指数”白皮书正式发布。此次发布的《南头家电品牌创新指数白皮书》，属全国家电行业内首次发布此类型白皮书。廖小红处长分析认为，2019 年南头家电品牌正在步入高速增长期，南头家电企业品牌创新氛围日渐浓厚，在各种外部资金支持与内部技术、人员努力下，品牌建设和创新管理在集群内日渐迎来良好的发展契机，

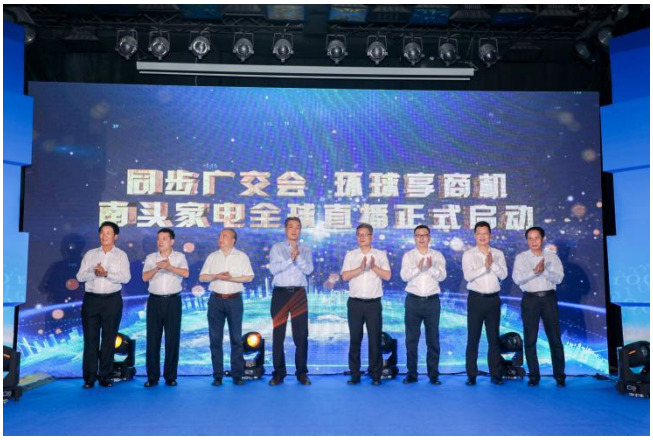
并取得了丰富的成果。

中山市副市长雷岳龙希望，南头接下来完善创新体系，加快发展动能转换，加强标准保障引领，注重品牌建设和产品质量并加强国际市场的拓展，为中山打赢经济翻身仗、重振虎威、加快实现高质量崛起贡献南头力量！

南头镇党委副书记、镇长蓝海斌介绍了“中国家电品牌基地”授牌一周年成果。南头镇现有企业4300多家，其中家电产品及配套企业3500多家，家电品种约165个，规上限上企业342家，高新技术企业109家，国家级、省级名牌名标59个，本土上市企业2家，新三板挂牌企业3家。镇内电冰箱、空调、电热水器、电风扇等产量占全国比重超过了4%，其中30家企业在全国细分行业中综合竞争力位列前五，产值超亿元企业70家。

南头镇党委书记徐宁军表示，南头镇将始终坚持创新驱动、双区战略思维、品牌质量强镇和国内国外双循环相互促进“四个发展导向”，大力推动家电产业在品牌创新的新征程上再扬帆、再起航。接下来，南头镇党委政府将一如既往地支持企业发展，当好企业的“保障组”和“服务员”，支持广大企业持续强化科技支撑，积极开拓创新，大力塑造品牌，在新时代实现跨越式发展。

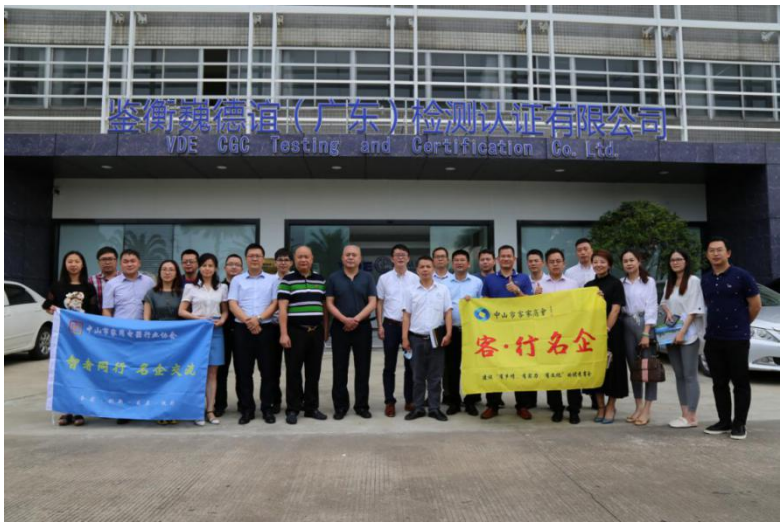
活动现场



发布“南头镇家电品牌创新指数”白皮书，以及开展“南头家电全球直播”活动，不仅展示了南头镇 “中国家电品牌基地”授牌一年来取得的成绩，更彰显了南头镇在疫情的影响下，大力实施品牌战略，扩大对外开放，服务实体经济，推动制造业高质量发展的决心和实力，为下一阶段南头镇的家电产业创新驱动转型升级提质增效。

智者同行，名企交流

中山家电走进鉴衡巍德谊



6 月 10 日下午，中山市家用电器行业协会以及中山市客家商会联合组织会员企业前往鉴衡巍德谊（广东）检测认证有限公司参观交流。中山市工商联党组成员、副主席颜台璐，中山市市场监管局科长张强等领导莅临指导，同时也得到了小榄商会、三角商会、民众商会等友好商会的支持参与。

中山市工商联党组成员、副主席颜台璐表示，很高兴看到各商（协）会充分利用“家门口”优秀的平台资源，积极服务会员企业。我市推进产业结构调整和经济转型升级，离不开制造业的高质量发展，希望鉴衡巍德谊以先进技术和国际标准为牵引，助推我市传统优势产业迭代升级、战略新兴产业蓬勃发展。

中山市市场监督管理局科长张强提道，对于外向型制造企业来说，出口检测认证是必不可少的。因此，中山市积极引进包括鉴衡巍德谊在内的一批具有国际权威的检验检测服务平台，进一步完善检验检测产业链。各商协会要充分发挥桥梁纽带作用，及时向会员企业宣传推广这些优质的检测认证资源，助力会员企业更高效地拓展国内市场，更快捷地进入欧盟和其他国际市场。

中山市家用电器行业协会秘书长李文霞通过参观，了解到巍德谊公司在德国已有百年历史，位于中山的鉴衡巍德谊拥有先进的检测设备、兼具多样性与专业性的实验室和高水平的技术力量，支持家电领域多品类产品检测服务。她表示，产品是企业开拓市场的核心，检测认证能帮助企业更好地把控产品质量，为企业后疫情时期开拓海外市场提供更好的质量保证。

中山市客家商会秘书长梁腾荣介绍商会近期工作情况。他表示，在疫情的冲击下，商会将努力与合作机构、友好商协会搭建交流平台，资源共享，全力以赴当好“店小二”，并为中山市经济振兴、重振虎威贡献应有的力量。

交流环节

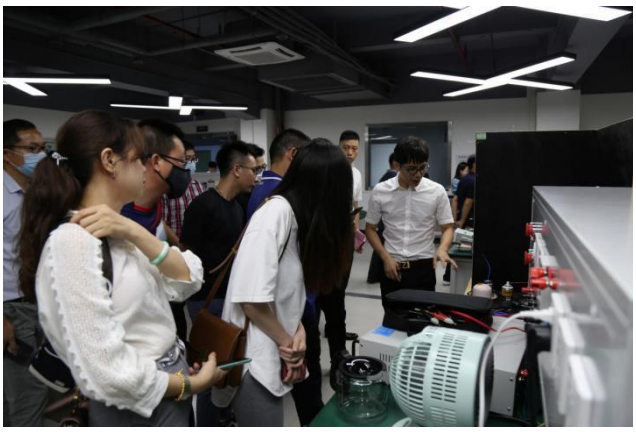
鉴衡巍德谊中国区总经理吴仲铉介绍公司的企业规模和业务发展情况。鉴衡巍德谊（广东）检测认证有限公司是由德国 VDE 与北京鉴衡认证中心合资成立，测试能力涵盖 EMC 电磁兼容测试、安全测试、性能测试、能效测试、材料测试和环境可靠性测试等，可以为家用电器、照明产品、音视频信息技术设备、压缩机和电机、电器附件等行业产品提供国内 CCC 强制性产品检测认证，以及 VDE、GS、欧盟 CE、CB 等“一站式”检测认证服务，真正实现“一次检测，多张证书”，为企业节省时间成本和检测成本。

鉴衡巍德谊（广东）检测认证有限公司相关工作人员以照明灯具为例，讲解公司认证检测流程。

中山市巧康电器制造有限公司总经理杨振巧

参观环节

各企业代表分别对检测实验室进行实地的参观学习，了解鉴衡巍德谊的检测实力。



EXPLORE

为企业排忧解难！南头镇党委书记徐宁军调研走访常务副会长单位TCL空调器(中山)有限公司

2020-06-11　来源：南头镇电视站

6月11日上午，南头镇党委书记徐宁军走访调研镇内企业。镇党委委员钟坤海、副镇长张泽武陪同调研。

镇党委书记徐宁军参观企业展厅

徐宁军首先来到TCL空调器(中山)有限公司，在企业负责人的陪同下参观企业展厅和生产线。

镇党委书记徐宁军参观企业生产线

参观结束后，徐宁军一行与企业负责人展开座谈，了解企业生产管理、科技创新、发展计划等情况和在产能规划和发展上遇到的困难。

在听取企业的汇报后，徐宁军充分肯定了TCL的发展思路和管理理念，对TCL一直以来扎根南头、贡献南头表示衷心的感谢，并对企业提出的困难作出回应。

徐宁军表示，在今后的工作中，镇党委、政府将认真贯彻落实市委、市政府重振虎威的部署要求，坚定不移发展实体经济，一如既往地做好企业的“保障组”和“服务员”，不断创优产业环境、营商环境、人文环境，为中山重振虎威、实现高质量崛起贡献新的更强劲的“南头力量”，也希望TCL在今后继续以创新为引领，加强高新技术的培育和专利的研发保护，提升企业核心竞争力，不断做大做强，发挥龙头企业的模范带头作用，为南头的高质量发展作出更大的贡献。

在本次调研中，徐宁军还来到诺斯贝尔化妆品有限公司，在企业负责人的陪同下参观企业展厅。在参观过程中，徐宁军与企业负责人认真交谈，详细了解企业生产研发、销售订单和发展计划等情况，并召开座谈会，询问企业存在的困难，现场研究解决办法，为企业排忧解难。

当好“店小二”！黄圃镇党委书记吴坤科强调要甘当企业的“保姆保安保镖”，强党建助推企业高质量发展

2020-06-11　来源：黄圃镇组织人事办

为深化拓展“万千扶万企”联系服务企业活动，6月11日上午，市委组织部副部长朱家俊、黄圃镇党委书记吴坤科深入广东格兰仕微波生活电器制造有限公司调研，了解企业疫情防控和推动企业高质量发展情况。镇党委委员杜志君陪同调研。

朱家俊、吴坤科参观了格兰仕展厅，详细了解格兰仕产品门类、销售市场、产品研发、知识产权保护等；深入到公司制造车间，察看生产运作、产品产出情况，并与企业党员现场交流。

在座谈会上，朱家俊强调，要一手抓疫情防控，一手抓生产，用好中山市“稳企安商20条”和黄圃镇抗疫稳企安商八项措施，使企业持续健康发展。要继续强化公司党委党建引领作用，建强党支部，进一步广泛动员员工、组织员工、凝聚员工，推动党委和党员在疫情防控和企业发展中发挥战斗堡垒和先锋模范作用。“人是格兰仕第一资源”的人才观很好，格兰仕一直以来大力吸引人才、培养人才、凝聚人才，发挥人才对企业发展的推动作用。黄圃镇要把“中山人才24条”服务措施落实落地，帮助格兰仕人才享受应有政策待遇。公司党委党建亮点很多，市委组织部支持格兰仕打造为全市党建示范点。

吴坤科指出，全市开展“万千扶万企”联系服务企业活动，是转变机关干部作风、密切政企关系的重要举措，黄圃镇班子成员要在活动中以上率下，深入企业，倾听企业心声，想方设法帮助企业解决困难，共度时艰。当下，要抓好疫情防控不松懈，疫情防控指挥部提出的防控措施一个都不能少。

吴坤科提出“六要”

一要帮助企业保资金链，保持资金良性运作，保全市场主体。政府要加强与金融机构合作，为企

业融资搭建平台。

二要关心爱护企业，甘当企业服务的“店小二”，成为企业发展的保姆、保安、保镖。

三要重视市场开拓，巩固国内、国外两个市场，重内不轻外，双向发力，进一步稳定内贸存量、做大外贸增量。

四要加大转型升级的力度，加大投入，促进技术改造，提高产品质量，推动企业做大做强、高质量发展。

五要重视安全生产，制度到位、措施到位，坚持底线思维，决不发生重特大安全生产事故。

六要继续抓好党建，公司党委基础好，重视程度高，努力创建成“发展强、党建强、生产经营好、企业文化好、劳动关系好、党组织班子好、党员队伍好、社会评价好”的“双强六好”党组织。

东凤小家电网上全球直播启动啦！足不出户获订单！

2020-06-03　来源：东凤镇经信局、东凤电视台　丁满兴　张焯生

6 月 3 日下午东凤镇政府&广贸天下——东凤小家电网上全球直播暨跨境电商战略合作启动发布会在东凤镇举行！

小家电是每家每户必不可少的物品，而东凤镇生产的小家电品种多样，如电饭煲、电烤箱、微波炉、果汁机、电热水器、电暖器等。且东凤小家电品质优良、物美价廉，受到了众多海外采购商的喜爱。

为进一步拓展外贸渠道，打开东凤小家电国际市场，东凤镇人民政府牵手广东广贸天下网络科技有限公司开展跨境电商业务战略合作，共同推动小家电产业的发展。

副镇长黎锐军代表东凤镇人民政府和广东广贸天下公司代表上台签订战略合作协议，与会领导和嘉宾还共同见证了“同步广交会　环球享商机”东凤小家电网上全球直播活动启动。

东凤镇党委书记罗绮冬，镇党委委员、副镇长黎锐军，市商务局电子商务科副科长关一波、广贸天下董事长何久锋等领导嘉宾出席启动仪式。

镇党委书记罗绮冬表示，为帮助企业克服疫情影响，我镇将一如既往地提升服务和优化营商环境，加大对外贸企业服务力度，依托“互联网+”，打造外贸发展新模式、新亮点，发挥跨境电商独特优势，委托广贸天下网，依托广交会官网广东交易团频道，举办东凤小家电网上全球直播带货活动，为企业的发展壮大营造良好的发展环境。希望各企业抢抓机遇，积极参与本次直播带货活动，争取拿下更多订单。

据了解，活动将以线上产品发布、直播带货全天候视频推介、精准采供对接等形式开展，通过设计包含网上直播活动计划、东凤小家电平台链接、直播带货优惠政策等内容的全球推广函，精准直投数十万全球采购商，预约采购商参加网上观展，共享广贸天下全球采购商资源，实现“线上带货促成交、足不出户获订单”。

小家电产业是我镇的第一主导产业，产业品牌蜚声海内外，产品出口遍布五大洲 110 多个国家和地区。2016 年，我们获授全球采购基地认证。2019 年，我镇在通过中国小家电产业基地复评的基础上，升级为中国小家电创新基地。

罗绮冬指出，近段时间虽然受到疫情影响，一些企业的经营发展遇到了冲击和困难，但往往危中伴随着机遇，我们相信这次也一样，谁能抢夺风口，谁就能在攻守易势中实现弯道超车！

活动还就企业如何做好网上直播、做好视频写实推介等问题进行了专题培训。

家电小知识

小家电是东凤的第一主导产业，东凤因此也成了全国首个“中国小家电产业基地”和“小家电全球采购基地”，基本实现了本地化生产、本地化配套，产业链条发展成熟，目前已发展成为百亿级的产业集群，小家电制造占全镇制造业的比重约 80%，从业人员 8 万多人，生产企业 3300 多家，产品出口 110 多个国家和地区。

东凤镇“四大抓手”推动小家电产业高质量发展。一、突出抓好科技创新，加快推进产品的智能化；二、突出抓好平台建设；三、突出抓好区域合作，促进产学研深度融合；四、突出抓好新兴业态的培育，承接粤港澳大湾区一些高端要素的溢出。

具体落实这四大抓手，要加大招商引资工作，促进项目落地生根，同时加大技术改造力度，强化科技投入，打造企业转型升级、走高质量发展的舒适起点，推动东凤由“中国小家电产业基地”蝶变成为“中国智慧家电创新基地” 。

互联网+外贸基地，南头家电外贸抱团出海啦！

为实现资源共享，优势互补，共同打造“互联网+外贸基地”的外贸综合服务体系，推动南头外贸高质量发展，5 月 26 日下午，中山市南头镇经信局与广贸天下在南头政府大楼 4 楼会议室签署南头家电外贸基地网上全球直播暨跨境电商战略合作协议。南头镇副镇长张泽武、南头镇经信局长何前华、南头镇工商联合会会长梁会华、中山市家电协会秘书长李文霞、南头镇青年企业家协会会长岑辉尧、广贸天下董事长何久锋、广贸天下副总裁张博以及 40 多家家电外贸企业负责人参加此次会议。

南头经信局长何前华与广贸天下何久锋董事长共同签署了《南头家电外贸基地网上全球直播战略合作协议》

南头家电外贸基地全球直播及跨境电商战略合作启动仪式

南头镇副镇长张泽武致辞

广贸天下运营副总裁邱文忠先生向与会领导和 40 多家南头外贸企业的负责人，详细而生动的讲解了广贸天下如何举办网上全球直播带货以及南头家电外贸基地如何通过产业联盟打造外贸基地集群品牌，实现由“单打独斗”走向“抱团出海”的创新发展新模式。

中山“家 520”购物节昨日启动，家电抢购福利不止这一波！

为扎实做好“六稳”工作，落实“六保”任务，提振消费信心，提升市场活力，全面推动全省经济社会发展回暖向好，夺取疫情防控和经济社会发展“双胜利”，5 月 20 日上午，由广东省商务厅指导，中山市商务局主办的 2020 年广东省促消费（夏季）暨“家 520”购物节活动在中山市石岐大信新都汇隆重举行，中山市家用电器行业协会作为受邀嘉宾参加了活动启动仪式。

“家 520”购物节中山分会场活动启动

5 月 20 日当晚还举办了“惠”聚中山制造家电直播专场活动，奥马、长虹、华帝等中山家电龙头企业品牌产品上线，各种福利和优惠派送不停。

“家 520”购物节是广东省重点打造的一个消费节庆日，是广东省春夏秋冬四季促消费品牌活动的重要一环，此前已经成功举办了两届。今年的购物节还创新引入餐饮、服装、家居、家电四个主题的“直播带货”活动，通过创新形式挖掘城乡消费潜力。其中“家电+直播带货”专项活动落地在中山，活动时间持续至 7 月 31 日。

中山市商务局副局长高晓波表示，“家 520”购物节中山分会场活动重点围绕家庭生活的家电消费场景，线上引流直播带货，线下加强用户体验，联合中山家电品牌厂家，整合促销优惠资源，把直播电商带货作为推动电子商务产业高质量发展的

重要举措，让更多消费者认识到中山家电品牌，不断提升中山制造家电品牌的影响力。

据悉，中山市将在 6 月至 7 月 31 日，以行业联动、市镇（区）互动等方式，启动“促销惠民，乐购中山”首届直播带货节活动，分期分批分行业，以专场形式举办直播带货活动，分别为家电专场、灯饰专场、服饰专场、美食专场、农产品专场，全市统筹，由 25 个镇区的主要领导走进直播间带货。

美女 BOSS 亲自挂帅为岚元直播带货！

2020-06-09　来源：岚元扇

6 月 6 日，广东省首家阿里巴巴“1688 商+直播基地”中山网胜直播基地盛大开业。

上午，南朗镇党委副书记、镇长许行走进“中山造 正当潮”直播间，迎来现场直播带货首秀，为南朗产品“打 call”。

在直播间，许行镇长满满主播范，娓娓道出南朗镇深厚的文化底蕴、良好的生态环境、奋进的产业经济，言语中透露着喜悦与骄傲。

您看的没错，许镇长在镜头前向网友“种草”的正是岚元吊扇，为南朗企业的名品“打 call”，用实实在在的行动做表率，给南朗商家注入信心和动力，推动企业“去库存、增产能”。

镜头切换至建纶工厂-岚元品牌美女 BOSS 亲自上阵，努力当好“店小二”。“青山绿水就是金山银山”，40 年专注生态产业，作为一家一直 100%纯出口的公司，产品多年来一直远销北美，并经受住了北美质量体系严峻考验和洗礼，年出口 500 万台左右，占据北美市场 1/3 以上的份额，已经发展为北美及国际市场风扇行业的翘楚与风向标。

面对中美贸易战和疫情的双重挑战、外销转内销的市场大环境，此次直播是岚元品牌首次以直播形式亮相公众视野。作为北美居家必备电器，岚元吊扇模拟自然风感，6 档风速，四季可用，正转反转，节能环保，调节室内空气循环，坚持将高标准产品带给国内消费者，为人类的健康生活和自然生态发展贡献力量，创造更加美好的人居未来。

奥马冰箱“家电下乡”正式启动，全国享换新补贴价

2020-05-20　来源：奥马冰箱

广东省工信厅发出通知开展新一轮的“家电下乡”专项行动，旨在减少疫情对消费的影响，推动农村消费品质的升级。

作为专注做好冰箱 18 年的知名冰箱生产企业，奥马冰箱成功入选“广东省家电下乡”5 家中标企业名单之一。

作为品质备受消费者青睐的冰箱生产企业，奥马冰箱积极响应政府号召，并在政府规定标准让利 5%的基础上，额外再让利 5%，加上政府补贴 5%，一共给予广东省农村居民购买家电下乡产品销售价格 15%的优惠，让农村居民享受到更多优惠。

奥马冰箱为庆祝此次中标，决定将企业补贴规模扩大至全国范围，推出奥马冰箱“家电下乡”活动，让全国消费者均可享受补贴价格。

值此佳际，全国范围的“以旧换新”活动也在如火如荼的展开，此次以旧换新也纳入奥马冰箱全国“家电下乡”活动范畴内，切实解决消费者痛点，为广大消费者带来实惠与便利。

希望通过冰箱以旧换新，让每一个家庭都能用到保鲜效果好、价格实惠、耗电量低的好冰箱，推动国民品质生活进阶。

调研发现，旧冰箱通常为老型的直冷冰箱，使用几天就会出现结霜严重情况，而且很难清理干净。相比而言，无霜冰箱拥有独特的制冷循环系统，能够保障在有效制冷的同时避免冰箱结霜问题。

随着消费升级，农村居民对冰箱消费的需求逐渐向品质化、科技化、健康化趋势发展，因此奥马冰箱此次家电下乡的产品主要推广新型绿色、智能

产品，包括 AI 语音物联网、智能双变频、零度保鲜等系列产品，以满足农村居民对家电高品质的换新需求。

从创立至今，奥马冰箱坚持“专注做好冰箱”的初心，坚决使用“同线、同标、同质”的三同标准，即出口与国内的产品均使用同一条生产线、同一个标准、同样的质量生产产品，18 年专注做好冰箱，凭借过硬的品质赢得了全球客户的认可。

面对消费升级带来的挑战，奥马冰箱将以此次家电下乡为契机，进一步深入挖掘消费者需求，借助全面、资深、专业的国际化研发团队，为传统家电注入创新科技，持续提升自身综合服务能力，推动全国居民品质换新，在消费升级的浪潮下实现“弯道超车”。

与“诗”俱进，行动起来

2020-05-13　来源：阿诗丹顿电气

受疫情影响，多地市场活动似乎都被按下了暂停键。活动停止，店铺关门，客户往来暂停。随着国内疫情的放缓。市场的经济活动逐渐复苏，但是发现生意却没有如预期的快速好转。

2020 年即将过半，阿诗丹顿不敢有半分懈怠。在市场困难时刻，是危机也是商机。只有动起来才能寻找新方式，新手段，新台阶，催生新的发展点。只有动起来，才会有效益。

阿诗丹顿及阿诗丹顿全国合作伙伴们都深刻认识到这一点。以提供更好的服务，提供更能提高消费者健康生活水平的厨房电器产品为宗旨。阿诗丹顿全体成员砥身砺行，不畏风险，开疆扩土，用比以往更盛的激情投入到工作中。

营销总经理亲自部署指挥，带动全国。

阿诗丹顿销售总经理罗兵，到达河北市场，与河北代理商一起进行市场访谈，亲自部署与指挥，为开发活动做分析与总结。并对当下全国区域市场活动进行部署，带动全国销售动起来。

营销总经理罗兵在河北为河北及全国开发活动做分析总结

继河北与山西之后，陕西（西安）、安徽、湖南（长沙）、江西（南昌）、四川五地齐头并进。陆续展开招商活动，共同发力，为阿诗丹顿不断注入新活力。

四川、安徽、湖南等市场陆续启动

深挖市场，开疆扩土。

当下是开发新网点，夯实市场基础的好时机。阿诗丹顿与代理商齐心协力，深度合作。代理商亲自挂帅出征，下市场，访客户，谈合作，催订单。一起深挖市场，开疆拓土。河北、山西两地开花。

4-5 月，河北、山西两地开展为期半个多月的招商开发活动，扫清市场盲点，开辟新网点，取得不错的成绩。

直播+促销，带动销售。

阿诗丹顿通过网络平台，开展视频直播活动，进行产品宣讲，公司政策宣讲，疫情下的新零售操作。

3-4 月直播会连续开展六十余场，参与直播活动的线下门店达 1992 家，帮助代理商出货累计达 2800 万，为全国线下市场活动做好铺垫、打下基础。

并不断摸索适合当下市场的促销新模式，新方式，新思路。持续发力为代理商和线下门店提供更好服务。

全国代理商各尽所能，发挥所长，采取各种各样的方式动作进行促销，带动销售。

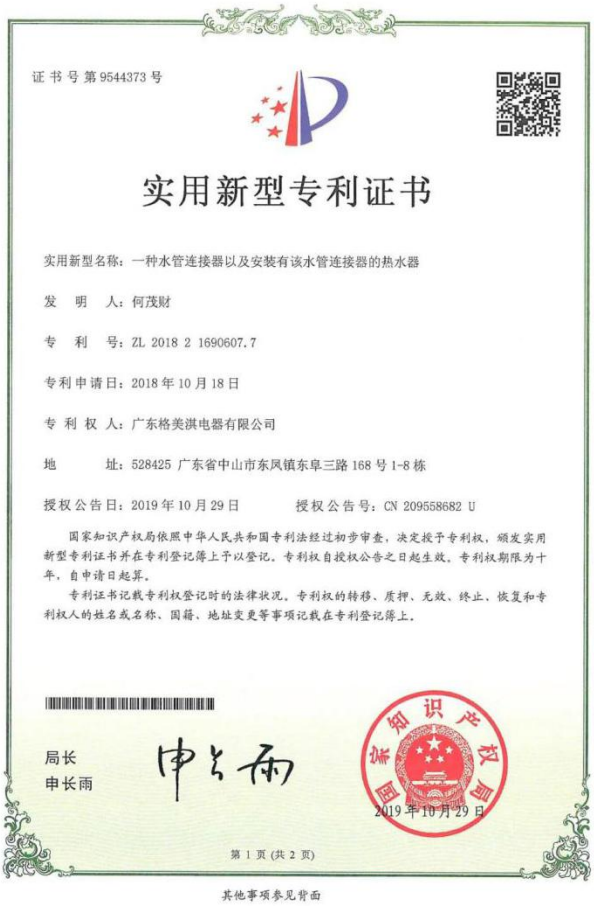
全国开发招商活动，促销活动，视频直播卖货，线上直播活动等等。各类新方式、新形式如火如荼的展开。相信，不管何种困难，都将会成为我们通往成功路上的垫脚石。

新一代隔电技术加持，G5/S 热水器缔造沐浴安全新体验

2020-05-16　来源：格美淇热水器

电热水器安全性一直是困扰人们购买和使用电热水器的一个重要因素，因为一些劣质的电热水器会出现漏电现象，导致事故的发生。

而格美淇 G5/S 系列电热水器搭载格美淇创新研发的隔电太空舱专利技术（专利号：ZL201821690607.7），在原材料性能、结构设计、技术创新等方面均颠覆了传统电热水器的防电装置设计，大大提高了电热水器使用的安全性。



证书号第9544373号

实用新型专利证书

实用新型名称：一种水管连接器以及安装有该水管连接器的热水器

发　明　人：何茂财

专　利　号：ZL 2018 2 1690607.7

专利申请日：2018年10月18日

专 利 权 人：广东格美淇电器有限公司

地　　址：528425 广东省中山市东凤镇东阜三路168号1-8栋

授权公告日：2019年10月29日　　授权公告号：CN 209558682 U

国家知识产权局依照中华人民共和国专利法经过初步审查，决定授予专利权，颁发实用新型专利证书并在专利登记簿上予以登记。专利权自授权公告之日起生效。专利权期限为十年，自申请日起算。

专利证书记载专利权登记时的法律状况。专利权的转移、质押、无效、终止、恢复和专利权人的姓名或名称、国籍、地址变更等事项记载在专利登记簿上。

局长
申长雨

国家知识产权局
2019年10月29日

第 1 页 (共 2 页)

其他事项参见背面

军工级树脂材料，更优秀的绝缘性能

格美淇隔电太空舱装置，采用的是高密度军工级树脂材料，热变形温度高达 260℃，具有比普通绝缘材料更良好的绝热性和阻燃性。同时，此材料分子呈无极性结构对称，仅有 0.02%的超低吸水性，故其电绝缘性更好。在高温、高湿等条件下，也能保持优良的电绝缘性。

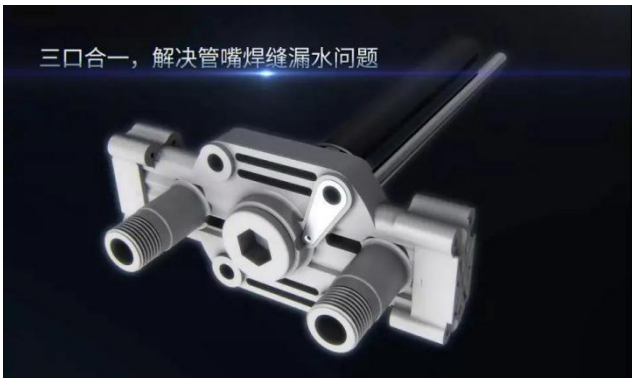
一体往复式超长水路系统，更长的水路设计

大多数传统电热水器的防电装置普遍水路较短，一旦水中意外带电，其防电效果令人堪忧。而格美淇隔电太空舱装置，配备一体往复式超长水路电阻系统，有效阻隔水中电流，可以有效将电流降至约 0.935mA，远远低于国家标准 5mA 安全电流，减少了因意外而带来的触电伤害，有效提升用户沐浴安全指数。

无管嘴单缝焊接技术，更长使用寿命的内胆

对于电热水器来说，内胆质量决定了热水器的

耐用性。目前市面上很多电热水器内胆采用的仍是三缝焊接技术，内胆焊缝多，热水器漏水几率更高。而格美淇电热水器全部采用一条缝焊接内胆，内胆的密闭性更好、更精密，也更耐用。（单缝焊接内胆专利号：ZL201210154557.1）



如果说专利单缝内胆是格美淇电热水器的“长寿法宝”，那么，格美淇隔电太空舱技术，则为格美淇电热水器内胆的耐用性能再加筹码。格美淇隔电太空舱装置，实现热水器内胆进水口、出水口、排污口三口合一，并采用没有焊缝的绝缘装置进行连接，确保整个热水器内胆只有一条焊缝，大大降低内胆的漏水几率，让内胆的使用寿命更长久。

G5/S 电热水器通过新一代隔电太空舱技术的加持，构造了更全方位的安全保护系统，升级用户洗浴体验，为更多家庭带来安全舒适的沐浴生活。

13 位高级工程师“会”聚超人，为超人首款杀菌护肤燃气热水器举行成果评价会

2020-06-01　来源：超人厨卫电器

6 月 1 日下午，由广东省燃气具协会主持的超人节能厨卫电器首款 “杀菌护肤燃气热水器”项目科技成果评价会在超人总部顺利召开。

据悉，本次评价会共邀请了 13 位专家领导出席，分别为广东省燃气具协会秘书长欧阳健民、佛山燃气具检测中心高工杨曦、广东省燃气具协会工程师侯建新、广东省燃气具协会高工赵柔平、广东省燃气具协会教授级高工易洪斌、广东省养生协会副会长兼秘书长戴兵、暨南大学药学院教授兼省养生学会首席专家聂红、广东财经大学教授级高工刘华，以及广东省燃气热水器高级工程李国兵、舒志新、杨燕飞、邓海燕等。

此次会议严格按照科技部《科学技术评价办法》规定的评价标准及程序，本着科学、独立、客观、公正的原则组织行业专家对该项目进行了科技成果评价，与会工程师对该款“杀菌护肤燃气热水器”给予了高度好评。

广东省燃气具协会秘书长欧阳健民在评价会上致辞称，国家和社会需要新奇特产品，时代也呼唤、人民群众也需要能不断满足人民群众美好生活的优质产品，现在疫情尚未真正结束，在这个特殊时期，需要企业以技术创新、思路创新、产品创新，从而为自己的发展实现高质量发展；超人公司推出“杀菌护肤”功能的燃气热水器，是突破常规思维，引领市场需求导向的创新性产品，值得点赞。

据超人厨卫技术总监罗先明介绍，近年来，消费者在选购热水器时普遍会更注重产品的“健康”和“杀菌”功能，特别是经过这次疫情之后，大家的消毒保健意识不断加强。出于对洗澡水容易繁殖细菌、使用了不干净的洗澡水容易皮肤过敏等问题的考虑，超人厨卫经过多次测试与实验，终于推出首款杀菌护肤热水器，该热水器采用了国家专利——紫外线潜水杀菌专利技术，经权威机构检测认证，能有效杀灭水中含有的大量细菌。

证书号第8698664号

实用新型专利证书

实用新型名称：一种具有杀菌功能的燃气热水系统

发　明　人：罗子健;罗先明;蒲平;石道俊

专　利　号：ZL 2018 2 1203120.1

专利申请日：2018年07月27日

专 利 权 人：广东超人节能厨卫电器有限公司

地　　址：528400 广东省中山市三角镇金腾路13号A单元

授权公告日：2019年04月09日　　授权公告号：CN 208720502 U

国家知识产权局依照中华人民共和国专利法经过初步审查，决定授予专利权，颁发实用新型专利证书并在专利登记簿上予以登记。专利权自授权公告之日起生效。专利权期限为十年，自申请日起算。

专利证书记载专利权登记时的法律状况。专利权的转移、质押、无效、终止、恢复和专利权人的姓名或名称、国籍、地址变更等事项记载在专利登记簿上。

局长
申长雨

2019年04月09日

第 1 页 (共 2 页)

广微测 Gmicro Testing

广东省微生物分析检测中心

GUANGDONG DETECTION CENTER OF MICROBIOLOGY

分析检测结果

ANALYSIS AND TEST RESULT

报告编号（Report No.）：2019FM18651R01

1. 样品前处理：配置好 10^5 cfu/mL 的菌液，将菌液通过燃气热水器的杀菌模块，测试其前后的杀菌率。

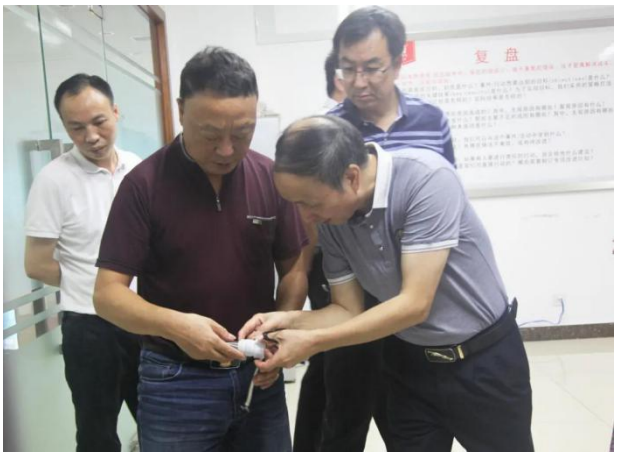
2. 测试结果：

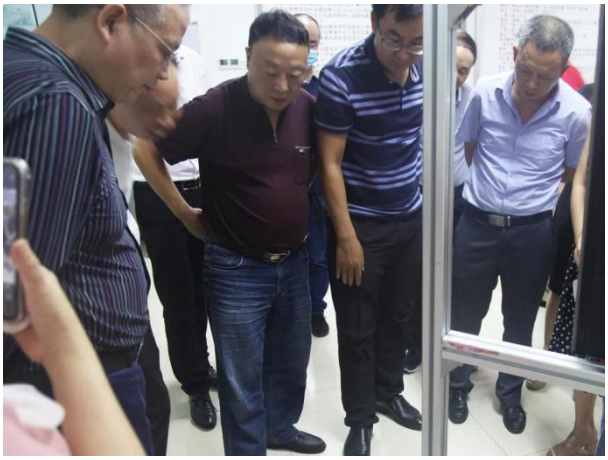
试验菌株	试验组别	对照组平均菌落数（cfu/mL）	试验组平均菌落数（cfu/mL）	杀菌率（%）
大肠杆菌（*Escherichia coli*）8099	1	5.1×10^3	1.3×10^3	74.51
	2	5.4×10^3	1.5×10^3	72.22
	3	5.3×10^3	1.4×10^3	73.58
	平均值			73.44
金黄色葡萄球菌（*Staphylococcus aureus*）ATCC 6538	1	6.1×10^3	2.0×10^3	67.21
	2	5.9×10^3	1.8×10^3	69.49
	3	6.2×10^3	2.1×10^3	66.12
	平均值			67.61

校验码: 20487951

广东省养生协会副会长兼秘书长戴兵在评价会上谈到，一场突如其来的新冠疫情让各行各业遭受了打击，但在这个特殊的时期里，超人把危机变成了商机，不断地研发、创新具有科技含量的新产品，将人们对美好生活的向往作为企业的追求和目标。“早前，广东省人民政府关于实施健康广东行动意见的文献中，明确提出到 2020 年基本建立预防、治疗、康复、健康于一身的健康服务体系，而超人就是践行了健康行动的具体实践者。”

会上，专家领导们听取了我司关于这款杀菌护肤燃气热水器的科技成果汇报，查阅了该款热水器获得的专利证书、检测报告等相关资料，并在公司领导的陪同下一起到了车间生产现场进行考察。经过一系列的评审讨论，专家们一致认为，该产品符合国家相关标准要求，燃气热水器出水的杀菌消毒技术处于国内领先水平。





超人厨卫董事长罗子健

“截至 2014 年，全世界有 4.2 亿人患有皮肤病，中国占近 1.5 亿人，这个数字引发了我们开发这款热水器的想法，制造一种能用紫外线杀菌的燃气热水器，杀灭常见的对人体皮肤有害微生物，如大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等，能满足洗浴用水的安全需求。” 罗子健董事长在评价会上致辞时表示，李克强总理在 2018 年 5 月 10 日中国品牌日活动上曾经批示，加强品牌建设、增加优质供给，是实现高质量发展、更好满足人民群众对美好生活需要的重要内容，超人厨卫正是按照总理的指示办的，一直在努力加强品牌建设，增加优质供给，努力现实高质量发展，做“筋肉结实型体质”的企业，为满足人民群众对美好生活需求做微薄贡献。

华帝热水器斩获行业多项大奖，焕“燃”一新、共沐未来！

2020-04-30　来源：华帝

4 月 29 日，在 2020 中国首届热水器行业高峰论坛上，凭借强大的品牌影响力与过硬的产品实力，华帝一举揽下“2020 中国热水器行业特别公益贡献奖”、“2020 中国热水器行业先锋品牌”两项品牌大奖！旗下零冷水燃气热水器 i12048-16 和 瀑布浴零冷水热水器 ZH6 更分别斩获“2020 中国热水器行业杰出渠道表现产品奖”、“2020 中国热水器行业畅销型号奖”，成为论坛峰会行业瞩目的焦点。

特别值得一提的是，华帝零冷水燃气热水器 i12048-16 已连续两年成为线上渠道畅销机型，在京东销量更是持续遥遥领先，赢得“销量王”称号。瀑布浴零冷水燃气热水器 ZH6 则是华帝近期推出的新品，刚一上市就获得了消费者的追捧和行业的高度关注，既是对产品品质的认可，也是对品牌的实力的有力印证！

叫好又叫座，销量声誉双丰收，华帝燃气热水器究竟是如何圈粉用户、引爆市场的呢？下面我们一起来探究一下。

2020 中国热水器行业先锋品牌奖

2020 中国热水器行业杰出渠道表现产品奖

2020 中国热水器行业特别公益贡献奖

2020 中国热水器行业畅销型号奖

零冷水：热水一开即来、随心所“浴”

提及燃气热水器，大家的普遍困扰在于“开机之后很久才出热水”、“家里多点用水的时候水流突然变小”等相关问题。针对此类核心痛点，热水器行业内各大品牌也在不断进行研发尝试和技术突破，华帝零冷水的应运而生，顺势成为“燃热界的新宠”。（据奥维云网（AVC）推总数据显示，2020 年 3 月燃气热水器市场零冷水占比上升 14.0%。）

零冷水热水器之所以能够实现开机即热，回水循环技术是实现零冷水的关键所在。它会通过回水循环的方式，对冷水段管路进行循环加热，以此即可保证打开水龙头就能立即获得热水。

华帝零冷水热水器 i12048-16 搭载增压环流即热系统，内置直流无极变速水泵，系统启动后能快速抽回管内冷水加热，实现龙头一开、热水即来的极速畅爽沐浴体验。与此同时，它的 24H 私人定制零冷水功能，可为用户提供三种预约模式：一键即热模式、全天候模式、按习惯预约模式，用户可根据自身需求提前预约，舒适热水由此随时可享。

华帝零冷水热水器 i12048-16

同时，它的“一键舒适浴”功能同样深得喜爱。一键开启此功能，热水器即可自动感应室内的周边环境温度，从而匹配合适水温，省去手动逐项调节，操作简便更智能。

此外，这款热水器还搭载了 STF 低水温波动技术：采用专利燃气比例阀、专利封闭式燃烧室、日本品牌 CPU 三大配置，确保精准调控火力与燃烧量，以此实现恒温出水，解决多点用水、气压不稳定等造成的水温忽冷忽热难题。

零冷水、恒温舒适，面对如此优秀的沐浴产品，自然收割线上好评如潮，“出水很大，热水也出来很快”、“用得时候没有忽冷忽热的感觉”、“热水不用等待，省了等待时间，尤其是节省冷水，超赞”……

目前市面上不乏零冷水的热水器品牌，华帝零冷水热水器 i12048-16 凭借着增压环流即热系统、STF 低水温波动技术等突破性硬核技术，不仅轻松实现即开即热，更具备高效性能，荣获“2020 中国热水器行业杰出渠道表现产品奖”，当属实至名归！

瀑布浴：告别水量小，畅爽沐浴新体验

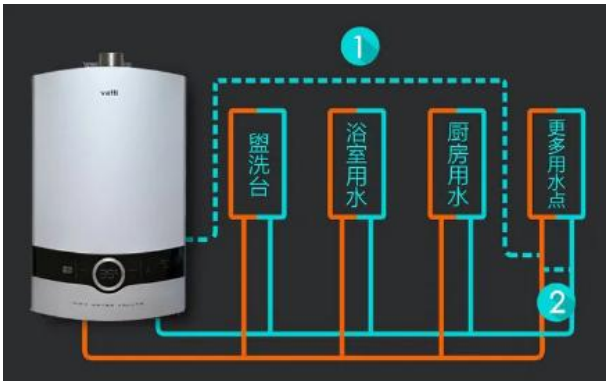
燃气热水器行业的另一个新热点：大水压瀑布浴，完美解决了家庭用水环境中多点用水时水压减小、以及高楼层水压低的问题。

作为行业率先推出瀑布浴零冷水热水器这一全新品类的品牌，华帝在这类产品的表现始终尤为凸出。瀑布浴零冷水热水器 ZH6 是华帝最新力作，集“变频增压瀑布浴技术”、“瀑布浴自识别技术”、“自适应零冷水循环控温”等多项核心技术于一身，跻身高端热水器的典范。它在上市短短一个月

的时间内便广受好评，成为线下实体店畅销机型。

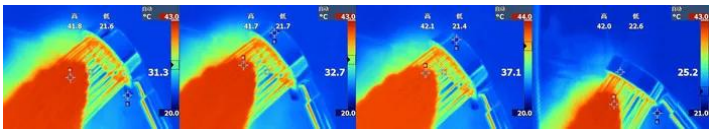
瀑布浴零冷水热水器 ZH6

单从字面上看“瀑布浴”，想必就能直观感受到它在沐浴时所带来的酣畅淋漓，但是要做到热水水量大而稳、实现畅爽的沐浴体验，则是对其技术实力的极致考验。



面对家庭多点用水的复杂环境，华帝瀑布浴热水器 ZH6 搭载了变频增压引擎，超强动力一键开启瀑布浴，使热水器在家庭供水常规流量的基础上，实现 70%+的最大额度提升，即使是厨房、浴室、卫生间等同时用水，也能保证用水点水量的均衡稳定。

除此之外，华帝瀑布浴热水器 ZH6 还有直流变频技术，根据家庭的用水环境自动调节风机转速，并搭配火炬般的稳定燃烧，因此不论用户处于怎样的用水环境，水温波动范围均可保证在±0.5℃以内，轻松解决了忽冷忽热的洗浴痛点，带来持久的沐浴享受。



稳定性（42℃）	0 分钟	3 分钟	6 分钟	9 分钟
实测温度	41.8℃	41.7℃	42.1℃	42℃

实力至此，这款产品也得到了行业专家的点赞：“多项专利技术层层突破用户使用痛点，满足了年轻消费群体对智能、舒适燃气热水器产品的想象，同时为高端燃气热水器的发展树立了新标杆”。

作为厨电三杰之一的华帝，每一次推出的新产品都能让消费者耳目一新，并通过不断的自我鞭策与技术提升，始终站在行业的最前端。面对“开局不利”的 2020 年，华帝凭借着核心产品技术、强大创新力，以及多渠道的抢先布局，定能跑赢 2020，开创健康沐浴新时代！

优秀！菲斯顿荣膺广东省制造业优秀企业称号

2020-05-07　来源：菲斯顿壁挂炉

世界制造看中国，中国制造看广东。广东省是领先全国的工业大省之一。广东省制造业的门类较为齐全，配套相对完善，在推动高质量发展上，广东省产业结构不断优化升级，迈出了新步伐，形成了电子信息和绿色石化两个产值超万亿元的产业集群，特别是高技术制造业产业规模不断壮大，对全球的影响与日俱增。

为了鼓励和支持广东省各制造业企业壮大规模、增强实力，充分发挥其在经济社会发展中的重要作用，推动广东省经济持续健康发展，广东省制造业协会连同广东省产业发展促进会联合主办的“广东省制造业优秀企业”评选结果最终出炉。经过专家评委的严格审核，菲斯顿凭借强大的品牌实力和企业优势，在众多竞争企业中获得了“广东省制造业优秀企业”称号，既是荣幸也是鞭策。

菲斯顿一直为壁挂炉行业发展起技术专家型标杆作用，全力推进技术创新和品牌建设，带领和引导行业向高水准高质量方向前进，营造树楷模、促升级、争先进的良好氛围。

在 2019 年，菲斯顿积极专研产品性能升级、提升品牌价值实力，向社会展示了通过高标准、高品质、安全稳定的产品质量所能带来的用户好评、良好口碑、订单激增的亮丽业绩。菲斯顿作为壁挂炉制造业的代表，年销量在同行中位居前列，企业社会效益突出，企业竞争力不断提升。同时，菲斯顿支持绿色环保事业，保证落实员工安全与福利制度，坚持以人为本重视人才策略，积极参与社会公益事业，为广东省制造业企业树立了典范。

多年来，菲斯顿始终不忘初心，专注于燃气壁挂炉领域，不断创新技术开发产品，同时注重服务体系完善和品牌价值提升。专注燃气壁挂炉，确保“安全采暖”，这是菲斯顿做产品的态度，也是菲斯顿自成立以来就坚持秉承的工匠精神。正是因为菲斯顿这种对产品高要求的坚守，才会赢来众多消费者和客户的信赖和肯定。未来，菲斯顿定将继续强化创新能力，严抓产品品质，推动业务升级，重视服务质量，为广东省经济发展作出新的贡献。

2020 年中国家电行业发展趋势

2020 年 04 月 16 日 14:53　来源：智电网

近日，艾媒报告发布了 2020 年 H1 中国家电细分行业发展现状及典型企业案例分析报告。报告中显示，2019 年中国家用电器累计主营业务收入同比增长 4.3%至 1.6 万亿元，累计利润总额较上一年增长 11.9%至 1338.6 亿元。

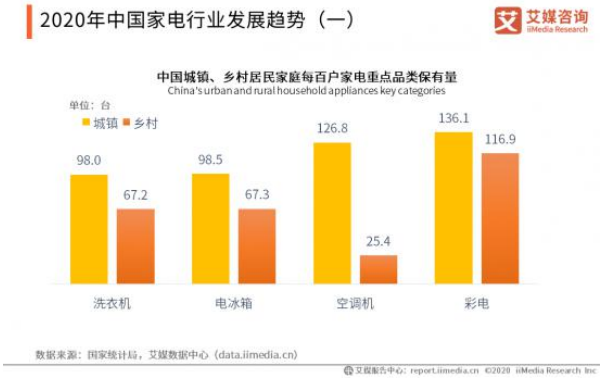
从销售渠道看，家电开始向线上销售渠道转移；

从销售品类看，智能家电在各个细分领域的份额都逐步提高；

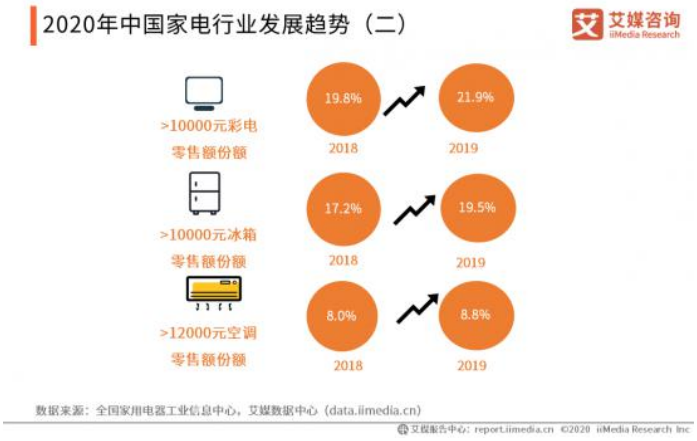
从销售模式看，特别是疫情期间，家电企业加大推动直播电商的营销模式。

对于家电行业趋势分析，报告显示：

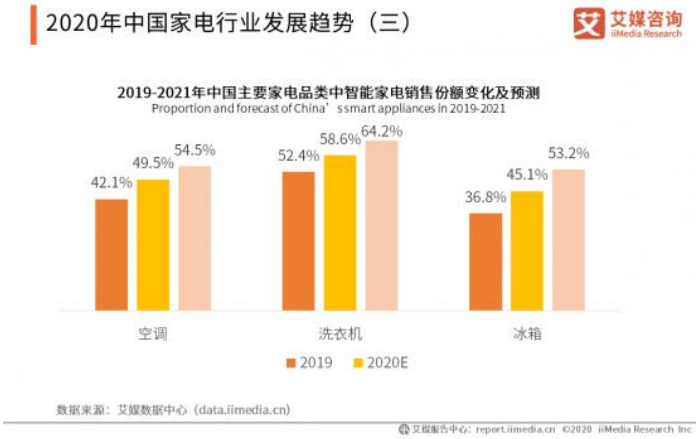
1、随着中国一二线城市市场逐渐饱和，以三四线城市、乡村为代表的“下沉市场”成为家电市场布局的新蓝海。



2、随着消费者对家电产品需求的不断变化，家电产品结构逐渐升级，高端、智能、健康的家电产品逐渐占据市场，并成为拉动市场消费的主力军。



3、传统家电零售业天花板“见顶”，转型迫在眉睫，在这种情况下，家电企业向智能化转型已成必然。



家电市场下半年或迎来转机

2020-05-05 08:39 来源： 中国电子报 谷月

近期，家电行业相关企业的2020年第一季度业绩报预告相继出炉。在疫情“黑天鹅”的冲击下，整个家电业的营业额和利润均出现大幅下滑。如何逆市发展已经成为家电业面临的最大考题，各企业正积极采取措施进行自救。

第一季度利润下滑

近日，多家家电龙头企业发布的2020年第一季度业绩预告显示，报告期内净利润出现下滑或亏损。其中，格力电器公司盈利同比下滑70%至77%，长虹美菱亏损2.5亿元至2.9亿元，华帝股份盈利同比下滑60%至70%，海信家电盈利同比下滑70%至100%，康佳集团亏损2.2亿元至2.4亿元。

不仅家电制造企业利润下滑，家电销售平台也难以独善其身。苏宁易购发布的2020年第一季度业绩报预告显示，归属股东净利润亏损4亿到6亿元。而国美零售此前披露的2019年年度业绩报告显示，其净利润亏损25.9亿元。

据泛博瑞咨询研究数据，第一季度整体家电市场规模为1219亿元，同比下降40.8%，线下市场下降了78%。家电品类中影响最为严重的当属空调，第一季度空调市场规模为181亿元，同比下降57.8%。据群智咨询的数据，2020年第一季度，国内黑电总出货量同比下降约15%，电视下降约18%。

家电企业有如此业绩表现并不意外，一直以来，业内普遍认为家电企业受疫情冲击比较大，如今，业绩预告的数字更证实了这一推断。

对于导致第一季度业绩大幅下滑的原因，奥维云网大白电负责人赵梅梅认为有以下几个：首先，经过多年发展，国内家电市场已趋于饱和，行业增速明显放缓；其次，受疫情影响，线下门店关闭、线上送货物流受阻、安装服务困难、市场消费需求下滑给家电企业增添压力；此外，其他因素也对业绩表现产生叠加影响，例如春节假期提前至1月，导致成交量减少，以及2019年的双11和双12促销激烈，对市场需求大幅透支等。

海外市场压力大

生产要素供应不足、物流停滞、售后安装受阻、门店无法正常营业、家装需求以及家电替换升级需求减弱、消费者消费意愿下降等都是导致家电企业第一季度业绩不乐观的重要内因。除内需不足外，出口受阻也是很重要的因素。

“全球一半以上大家电、小家电都来自中国，这既显示出全球市场对中国的依赖，同时显示出国际市场对中国家电企业的重要意义。”泛博瑞咨询客户总监王先明强调说。

以格力、海信、海尔、美的为代表的中国家电企业，一直把布局海外作为重要的战略方向。根据奥维云网提供的数据，以上四家企业的海外营收占比（参考2019年中报）分别为14%、31%、47%和40%。考虑国际疫情扩散情况，海外业务占比高的企业所受影响势必较大。

家电行业资深分析师刘步尘认为，疫情在全球蔓延是一个重要的中短期因素。虽然国内市场在逐步恢复，但中国家电行业对海外市场依赖度比较

高，中国家电行业很难独善其身，这是造成家电销量大幅下滑的重要原因。

“预计 5 月份以后，外销对家电企业的影响更大。”智愚咨询总经理魏军在接受《中国电子报》记者采访时表示，因为外销一般都是订单制，第一季度的产能多是去年的订单，虽然有可能受到部分订单取消的影响，但影响较全年来看相对较弱。

中怡康消费电子总经理彭显东分析称，按照目前的发展态势，海外疫情得到有效控制最快要到 7 月甚至 8 月。也就是说在海外疫情得到有效控制之前，家电行业的海外出口乃至海外生产的恢复都面临着较大的压力，而且影响的周期更长。

积极采取措施自救

重压之下，家电企业正积极采取措施自救。

一些企业高层甚至直接放弃部分薪酬。海尔集团从 CEO 到总裁再到领域总经理，均自愿放弃绩效薪酬，行业主、链群主则按照为用户创造的价值来获得薪酬，以保障一线员工利益尽可能不受疫情影响。海信集团在 4 月 12 日的一份公开说明中也透露，海信集团将采取高管带头降薪、通过末位淘汰加速员工队伍“优胜劣汰”等措施，激发全体员工斗志、提高系统效率，以稳住业绩。近日，美的也开始实施薪酬冻结措施，集团从董事长、副总裁到集团下属各单位一级架构负责人，其月度工资按 30%发放，冻结部分会到年底根据集团整体及单位业绩达成情况再确定是否返还。

在业内人士看来，削减成本“过紧日子”将成为今年大多数企业的选择。

相对于降薪、冻薪甚至裁员或回购股票等特殊时期的节流举措，各家电企业也在想方设法开源。在线下销售受阻的背景下，很多企业开始加速探索线上营销方式。

格力、美的均通过开展微信秒杀等线上活动，提前锁定消费者；苏宁加大无接触式视频 1 对 1 售卖服务；国美联手拼多多，通过价格直降、消费补贴、联合让利等形式，发放首期 5 亿元的消费补贴。场景式体验直播几乎成为各大企业的营销标配，虽说效果“冷暖自知”，但确实成功吸引了众多消费者的注意力。

在家电企业积极自救的同时，家电产业也接连迎来政策扶持利好。通过政策实现创新驱动，促进消费升级，从而推动产业发展，拓展消费需求成为行业共识。近期，工信部发文拉动家电等大宗消费；广东将启动新一轮家电下乡政策，首批对 8 类家电进行招标；发改委将推家电回收新模式；16 省近 50 城市的地方政府和渠道联合发放近百亿消费券，品类拓展覆盖多种家电。

从家电需求端来看，随着国内疫情控制稳定，各地逐渐解禁，前期被压制和延迟的消费需求或将迎来恢复性反弹，并推动家电消费升级。

对此，赵梅梅表示，一方面企业要通过低价和高性价比刺激消费需求，另一方面企业也要通过高端、健康等高附加值产品提高利润。王先明认为，从长期来看，家电作为家庭生活的基础设施，人们对家电的购买需求并不会受疫情影响，家电市场下半年或许将迎来好转。他预计，全年家电市场规模下降比率将从两位数压缩到个位数，约为 6.6%，总规模将达到 8240 亿元。

家电人必须关注，行业已出现5大消费趋势

2020-05-09 08:29 来源： 家居圈儿

近日，商务部发布了《2020 年家电消费趋势报告》，总结了 2019 年家电行业消费情况。报告显示，2019 年，我国家电零售市场整体低迷，销售规模小幅下降，但行业利润保持增长。

2020 年我国市场家电零售额规模 8032 亿元，比 2018 年下降 2.2%。从行业营收与利润情况看，2019 年，我国家电行业在市场低迷的情况下仍然取得营收和利润双增长。全年家电全行业累计主营业务收入达到 1.6 万亿元，同比增长 14.31%；累计利润总额达 1338.6 亿元，同比增长 11.89%。

如果单从数据上看，2019 年中国家电消费环境仍然整体向好，如果不是受疫情影响，2020 年家电仍然可以可以实现平稳增长。

不过，该报告最大的亮点是对未来家电行业的发展趋势做出了预判，共做出了行业五大预判，认为家电行业已经呈现出五大消费趋势，企业必须紧跟这种趋势才能有所作为，不至于被淘汰。

第一大消费趋势：健康家电成为首选

据苏宁易购数据显示，2020 年 3 月 1 日至 15 日，苏宁健康家电全渠道销量环比增长 218%，中高端健康家电增长 110%，消毒柜、挂烫机分别增长 172%和 98%。

何为健康家电?比如能够获取新鲜空气并具有除菌等功能的健康空调、新风系统、健康护眼高清上网的健康电视、减少接触传播机会的干衣机、带有高温杀菌等功能的洗衣机、能够除甲醛、细菌和病毒的空气净化机和无线吸尘器、便利宅生活又具有安全消杀功能的厨房消毒柜和洗碗机、以及净水机、垃圾处理器等。

虽然国家没有对健康家电标准和定义做统一规范，但也给了品牌企业一个巨大的空间，可以围绕健康功能进行深度研发抢占市场先机。

而健康家电的消费认知，表面上看受疫情的影响，其实是多年来头部品牌对市场的教育，以及人们消费认知的提高和消费水平的上升的综合因素影响。特别是 85 后 90 后消费人去已经不满足于具备基本功能的家电产品，更时尚、更健康的产品才是他们的首选。

第二大消费趋势：家电智能化

家电智能化的普及得益于软件和硬件技术的进步。语音交付、人脸识别、手势感应、智能安防、APP 远程控制等，技术的成熟，在最普及的家电产品领域里会得到广泛应用，特别是 5G 通信技术的进步，大大缩短了交互连接的时间，这对于家电企业来说也是一个重大机遇。谁抢先布局智能，谁就可能成为赢家。

而国家也会出台相应政策助推智能化产品和服务的落地。2020 年初，23 部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，提出加快构建“智能+”消费生态体系，加快新一代信息基础设施建设，鼓励使用绿色智能产品。

第三大消费趋势：更新换代机会到来

从购买第一台家电产品到现在，大概用了 8-10 年左右，大部分产品已经到了更新换代的关键周期，而 10 年，是家电产品最长的使用年限，超过即意味着安全问题，另外款式和功能都已落后。

而对于企业而言，增量市场的空间已十分有限，房地产高速发展时期已经不可能再到来，只有深耕于现有的存量和更新市场，用更好的产品和品牌唤醒用户的品质升级需求，才可能实现销售的突破。

第四大消费趋势：个性化定制

随着柔性生产技术的进步，个性化的定制产品也会大行其道，这是一个更新换代最好的催化剂。因为当代消费人群的标签就是个性化、与众不同。

家电企业要不断深挖用户需求，在产品开发、外观设计、产品包装等方面不断创新，积极开展个性化定制、柔性化生产。这也意味着，企业必须要更高的创新能力和市场洞察，才能跟上升级换代的市场脚步。

第五大消费趋势：电商直播

随着 5G 及人工智能技术的快速发展，“电商+直播”将充满无限可能。

这次疫情的发生，让我们看到了电商直播释放出的巨大能量。2020 年第一季度，家电总体销售上，线上首次超过了线下，罗永浩、董明珠、李小璐等，还有些政府官员都加入了直播带货中，毫无疑问，电商加直播的时代已经提前到来。

那么，电商和直播会取代线下销售吗?答案是不可能的。只有存在此消彼长的情况，线下体验永远存在，因为人类就是一种讲究体验的动物，就像电子书无法取代纸质书一样。但企业要重视电商和直播带来的巨大商机，因产品而异来制定不同的渠道策略，有些产品就是为线上而生的。

同时我们还看到，一些在线上强势的互联网品牌如完美日记等也开始布局线下，未来的行业局面一定会出现线上线下，双雄并举、长期依存的格局。

市场日渐红火 洗碗机挺受年轻人欢迎

2020-05-14 08:29 来源： 中国台州网-台州晚报

随着生活水平的提高，能够“解放”双手的智能家电的受关注度越来越高。除了大多数家庭必备的洗衣机之外，洗碗机也在近几年走进不少台州人家中。

而这些动辄几千、上万元的洗碗机买回家后真的如商家宣传中所说的那么实用吗，市场接受度如何?记者进行了走访。

商品细分多，价格普遍较高

作为近些年来“异军突起”的高端家电之一，市面上洗碗机的价格一直居高不下。

记者走访市区多家卖场发现，目前，市面上在售的洗碗机品牌繁多，各大品牌在款式、功能等方面入手，细分产品种类。单从款式分类上来看，就有台式洗碗机、独立柜式洗碗机、嵌入式抽屉洗碗机、水槽式洗碗机等。

在各类款式的基础上，各大厂家还在洗碗机的“大小”上做文章。从容量大小来看，目前市面上的洗碗机可分为能放置 4 至 6 套餐具的小型洗碗机、容量为 8 至 10 套的中型餐具，容量为 12 至 14 套的大型餐具。

欧尚超市东海大道店苏宁易购店长徐亦臣介绍，目前，西门子、海尔、美的等十余个品牌占据了较大的市场份额。

根据洗碗机品牌、功能、大小的不同，价格波动也相对较大，即便是“地板价”也都需 3000 元左右，一些知名品牌的多功能洗碗机标价则普遍在万元以上，有的甚至高达 2 万元。

自动清洗功能有讲究，安装得预留空间

自动清洁是洗碗机的主打功能，但记者采访时发现，想要使用洗碗机，并非是“打开机器-放入待洗碗碟-拿出洗好的碗碟”这样的简单步骤。

“使用洗碗机前，碗碟内较大的食物残渣都得先手动清理一遍，如果盘子上沾着较大的鱼刺、骨头就不能直接放入。另外，碗碟的摆放也需要按照格单的位置进行摆放，格单的设置跟水流方向的因素有关，胡乱摆放可能会影响清洁效果。”椒江国商广场副总经理李建军介绍，目前，洗碗机只能做到“半解放”双手，但与前些年相比，洗碗机的清洗能力已经有了明显的提高，可以对油烟机油网等物品进行清洗，没有长期沉淀污垢的锅也能洗得很干净。

徐亦臣告诉记者，普通洗碗机洗一次碗，基本需要半个小时，一些售价高的洗碗机有快速清洗功能，能缩短近一半的时间。

采访中，记者了解到，目前市面上在售的洗碗机因款式不同，对放置空间也有一定要求。

以目前大多数品牌销售的嵌入式抽屉洗碗机为例，需要消费者在装修时就安排好位置，提前预留相应大小的橱柜和水槽范围。如果市民在完成装修后购置这类产品，就需要对厨房进行改造。

李建军表示：“部分品牌商有提供橱柜、置物槽的改造服务，大部分都是免除设计费的，但会收取材料等费用。虽然是小范围改造，但仍免不了重新施工的麻烦，市民如果有相关需求，最好提前考虑，避免重复施工。”

销量挺稳定，90 后成消费主力

洗碗机的销量如何?徐亦臣透露，洗碗机的销量一直挺稳定。

洗碗机最大的卖点是自动清洗，这吸引了不少年轻人到店选购。家住椒江的王健就在新房装修时入手了一台价值 7000 多元的嵌入式抽屉洗碗机。“一天三顿饭后都要洗碗，我和老婆都不爱洗碗。所以在选厨房家具的时候，我们一致决定要买洗碗机，解放双手。”王健说。

一机多用，也为洗碗机吸引了不少客流。据了解，除了最低端的产品外，市场上主流品牌中端以上的洗碗机产品，都具有多种用途。除清洗功能外，还带有消毒和杀菌功能，可以当作消毒柜使用。“最近来询问洗碗机和消毒柜的顾客多了起来，有不少人都是冲着消毒这个功能来的。”李建军说。

李建军还表示，近些年，洗碗机销量稳步上升，这与市民生活水平提高息息相关，而 90 后则是洗碗机消费市场的新“主力”，“在资金允许的前提下，有不少追求高品质生活质量和对卫生要求高的年轻人会购买洗碗机。”

采访中，也有商家表示，由于洗碗机使用时要做的准备工作挺多，不少消费者认为洗碗机并非宣传的那么“全自动”，再加上高温消毒、烘干这些附加功能又有集成灶、消毒柜等商品可以替代，且价格便宜很多。高价买回一台“半自动”洗碗机，并不划算。

洗衣机出口：总体呈上升趋势 飞跃增长后遇阻

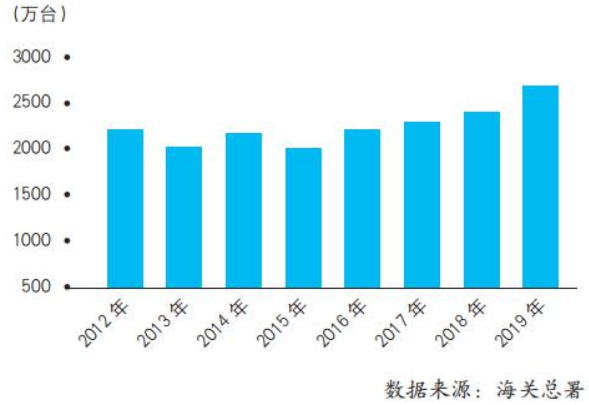
2020-05-29 10:01 来源： 产业在线

2019 年，中国洗衣机出口量实现大幅增长。在这种向好的局面下，时间来到 2020 年，新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延，导致洗衣机制造工厂复工推迟，物流运输滞缓，上门服务受阻，家电消费锐减。与此同时，中国洗衣机出口遭遇瓶颈，能否维持 2019 年的水平有待观察。

出口量总体呈上升趋势

近年来，中国洗衣机出口一直保持高速增长态势(见图 1)。2012~2019 年，美国、日本和欧洲经济缓慢增长，金砖四国成为中国洗衣机出口的主要推动力量。虽然中国经济增速下滑，但是仍实现了逐年稳步发展，对全球经济起到拉动作用。2019 年，中国洗衣机出口量大幅增长，由 2012 年的 2313 万台增加到 2019 年的 2653 万台，同比增长 8.9%；出口额由 2012 年的 33.3 亿元增长到 2019 年的 35.9 亿元，同比大增 10%，实现了近年来罕见的飞跃增长。

图1　2012～2019年中国洗衣机出口量走势



数据来源：海关总署

出口单价趋稳

值得一提的是，2019 年，中国洗衣机出口额的增长速度远高于出口量增速。这说明中国洗衣机出口单价在 2019 年明显提升，产品档次和规格也在不断进步。但是，从 2012~2019 年中国洗衣机的出口单价走势来看，洗衣机整体出口单价有迂回向下的趋势，在 2017 年到达最低点 129 美元，又在 2018~2019 年逐渐小幅上扬(见图 2)。这主要是因为美国对大于 10kg 洗衣机征收关税，导致中国地区生产商不得不战略性转移，中国出口到美国的 10kg 以上洗衣机数量下滑，平均单价自然走低。虽然美国在中国洗衣机出口的占比不是很高，并不是主战场，但影响依然不能忽视。

图2　2012～2019年中国洗衣机出口平均价格走势

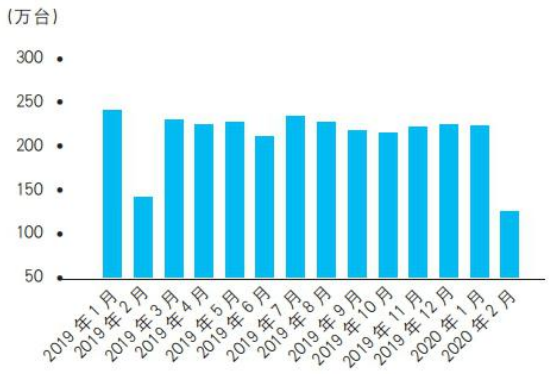
数据来源：海关总署

洗衣机出口：出口量总体呈上升趋势 飞跃增长后遇阻

2019 年，在中国洗衣机出口规模增长的同时，大家电内销市场呈现“慢节奏”的稳健态势。其中，洗衣机内销市场增长乏力，只到 2019 年下半年才有所恢复。因此，2019 年中国洗衣机出口规模的大幅增长，对于国内洗衣机不温不火的局面无疑是提振的。

2019 年，中国洗衣机出口市场的增长点主要出现在 1 月、3 月、7 月和 10 月(见图 3)。这不仅和 2018 年同期基数较小有关，也与相应时间段集中完成前序订单有关。2020 年 1 月，中国洗衣机出口规模迅速下滑，同比下降 10%。此时，中国新冠疫情刚刚发生，洗衣机出口下滑的主要原因是春节假期提前和 2019 年同期高位。2 月，在疫情影响下，全国各地实行封路政策，出口受到影响，导致洗衣机出口量同比大幅下降 36%，即便在同期基数较低的前提下，预计 2020 年 3 月出口仍以完成 2 月欠单为主，难有新订单。4 月，中国洗衣机主要出口国的封国禁令仍未能解除，出口市场难以完成预期目标。

图3　2019年～2020年2月中国洗衣机出口月度总量走势

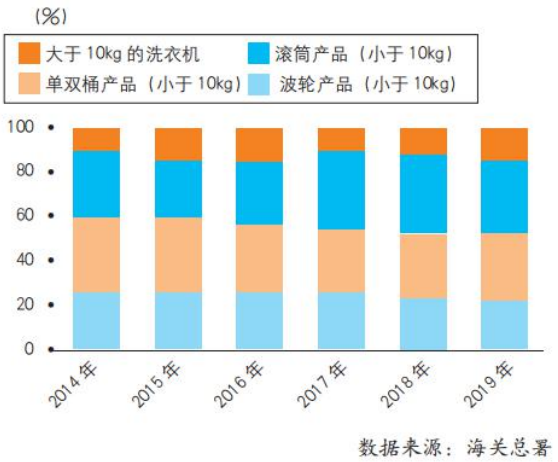


数据来源：海关总署

滚筒机型出口占比上扬

中国洗衣机出口机型比重如图 4 所示。2014 年以来，中国洗衣机出口的单/双桶洗衣机和全自动波轮洗衣机数量呈现逐年下滑的趋势，这部分产品价格低廉，产品附加值也很低。近年来，中国洗衣机行业集中度不断提高，推动产品结构升级，企业战略向高端转移。随着对欧洲和北美洲等地区市场的深度开拓，滚筒机型在中国洗衣机出口中的比例逐年提高。其中，小于 10kg 滚筒洗衣机的比例稳步提升，主要销往欧洲和大洋洲。2016 年，10kg 以上滚筒洗衣机受到美国加征关税影响，加上日韩企业出口到美国的大容量滚筒机型产能转移，中国洗衣机出口占比下滑。但是，从 2018 年开始，中国洗衣机出口又逐渐恢复稳步增长。这一方面是在美国、欧洲的产品结构有所调整，需求也有增加；另一方面，中国企业纷纷发力，抢占市场份额。

图4 2014～2019年中国洗衣机出口机型比重情况



数据来源：海关总署

2019 年，虽然单桶洗衣机和双桶洗衣机的出口比例下滑到 27%，但是进口中国洗衣机的国家中，沙特阿拉伯、印度尼西亚、菲律宾、印度、伊拉克等仍然以进口中国的这两类洗衣机为主，国家进口中国半自动机型的比例依然不低。

世界各地对洗衣机产品的偏好不同，机型划分的总体格局大致为：非洲、亚洲和南美洲地区以波轮机型为主（非洲和亚洲多以双桶机型，南美洲地区则以全自动波轮机型为主）。欧洲、北美洲和大洋洲以滚筒机型为主（美国对大容量滚筒机型需求较高），中东地区多为石油输出国，把原材料转化为产品的能力有限，制造业不发达，凭借进口洗衣机散件自行组装为主，主要机型为双桶产品和滚筒产品。总体来看，亚洲滚筒洗衣机普及率呈逐年上升趋势；非洲低端双桶洗衣机的比重在下降；北美洲和欧洲仍然以滚筒洗衣机为主流。

以 2019 年的统计数据为例，博西家电大部分洗衣机由滚筒机型组成，波轮机型为代工生产，出口对象多为欧洲国家；三星在中国只生产滚筒机型，出口的 10kg 以上滚筒机型占比依然达到 27%，大多出口到巴西、加拿大、智利、墨西哥等国家。LG 也以出口高端滚筒机型为主，大容量滚筒机型占比达到 86%，主要出口国家为巴西、阿尔及利亚和墨西哥，在西欧地区和南美洲也有少量市场。

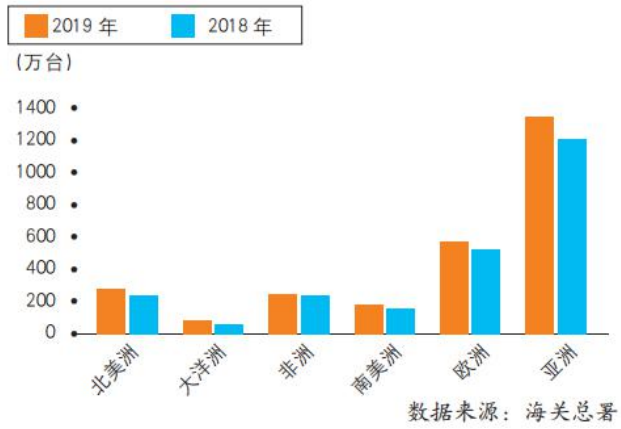
从中国品牌来看，美的的洗衣机出口业务中，滚筒机型比例较高，2019 年占比为 39.6%。其中，31.7%的小容量滚筒机型供应美国、加拿大、墨西哥等国家，大容量滚筒机型中的 8.9%出口到美国、巴西、伊拉克、沙特阿拉伯，且对美国出口量近 30 万台，非常可观。海尔出口洗衣机以全自动滚筒洗衣机和波轮洗衣机为主，各占三分之一左右，滚筒产品中又以小于 10kg 的机型为主，主要面向欧洲和美国，全自动机型则绝大多数出口至日本等亚洲市场，以及大洋洲的国家和地区。这与海尔收购当地品牌有很大关系。在大容量滚筒机型上，海

尔自身占比只有几个百分点，比例不高，市场比较集中，绝大部分供应美国。从长远发展来看，随着中国洗衣机品牌对大容量机型的投入热情加大，美国对中国产大型洗衣机的关税影响还不小。相比之下，其他国产品牌出口多以全自动波轮、单/双桶和小容量滚筒机型为主，对大容量机型投入较少。

出口地区以亚欧大陆为主

从出口板块来看，中国洗衣机出口地区以亚欧大陆为主，且稳步增长。北美地区以大型国内外企业为主，亚洲和南美地区中小型企业比较活跃，且近两年中小企业在南美洲、印度订单增长显著（见图 5）。

图5 2018～2019年中国洗衣机出口地区分析

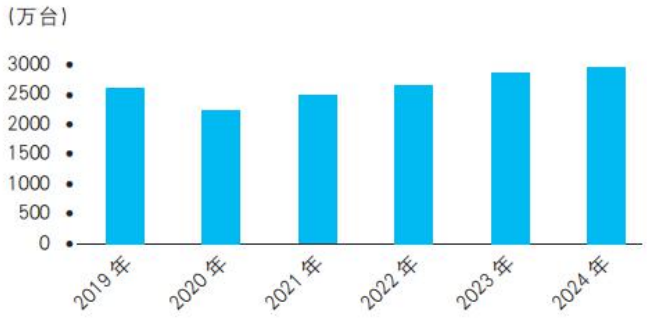


数据来源：海关总署

日本是中国洗衣机出口的重要市场，一是因为日本当地电器制造企业转型其他产业，二是因为中国海尔收购三洋后，订单增长显著，对日本贸易陡增。中国洗衣机出口大洋洲的增长依赖海尔收购的当地企业，实现需求转化。从中国洗衣机出口地区来看，非洲市场依然实现增长，但增幅相对较小。值得关注的是，自 2020 年 3 月以来，印度、美国、意大利、法国等中国洗衣机主要出口目的国疫情依然严重，封国禁令的影响依然持续。2020 年，中国洗衣机对这些国家的出口将受到极大影响，除了运输和海关，当地需求的增长情况同样不容乐观。

2020 年，新冠疫情的影响波及全国乃至各行各业，对于家电等制造行业，疫情的影响也比较明显，工厂复工推迟、物流运输滞缓、上门服务受阻、家电消费锐减。从内销来看，疫情主要影响的是需要安装的机型，进而影响消费者购买力；从出口来看，一是运输受阻，二是出口目的国消费购买力严重下滑，民众消费意愿向疫情需要的防护品转移，对耐用消费品不关注或关注较少。同时，企业复工成本高企，洗衣机外贸议价能力将持续走低，预计 2020 年中国洗衣机出口很难维持 2019 年同期的水平（见图 6）。全球疫情如能在 2020 年底前缓解，2021 年将是中国洗衣机出品市场反弹的一年，后续将继续稳步发展。

图6 2019～2024年中国洗衣机出口预测



数据来源：海关总署

关于应对疫情稳企安商的若干措施

来源：中山市人民政府办公室

为深入贯彻落实习近平总书记关于坚决打赢疫情防控阻击战的重要指示精神，全面落实党中央国务院关于疫情防控的决策部署及省委省政府工作要求，结合我市“稳企安商年”各项工作部署，全力支持积极落实防疫责任的各类市场主体稳定发展，努力保持生产生活平稳有序，特制定以下措施。

一、减轻负担

1．降低租金负担。

非公有经济实体和个体工商户承租市镇两级国有（公有）企业及行政事业单位国有资产类经营性土地、物业，从事生产经营活动的，免收2月份和3月份租金。协调、推动在我市运营的其他各级国有企业（含国有控股）为实体经营的承租户减免租金。倡导和鼓励村集体物业、大型商务楼宇、商场、园区等各类市场运营主体为实体经营的承租户减免租金。（责任单位：市国资委、市财政局、各镇区）

对主动为租户减免房产或土地租金的企业，缴纳房产税、城镇土地使用税确有困难的，可申请减免相应的房产税、城镇土地使用税。（责任单位：市税务局）

2．降低税收负担。

疫情防控重点保障物资生产企业为扩大产能新购置的相关设备，允许一次性计入当期成本费用在企业所得税税前扣除；并可以按月向主管税务机关申请全额退还增值税增量留抵税额。对纳税人运输疫情防控重点保障物资取得的收入，免征增值税。对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。落实蔬菜和鲜活蛋奶肉等物资流通环节免征增值税政策。（责任单位：市税务局）

企业发生用于应对本次疫情、符合条件的公益性捐赠支出，允许在计算应纳税所得额时全额扣除。企业无偿捐赠货物用于应对本次疫情、符合条件的，免征增值税、消费税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加。（责任单位：市税务局）

受疫情影响较大的交通运输、餐饮、住宿、旅游（指旅行社及相关服务、游览景区管理两类）困难行业企业，2020年度发生的亏损，最长结转年限由5年延长至8年。因疫情原因，导致企业发生重大损失，正常生产经营活动受到重大影响，缴纳房产税、城镇土地使用税确有困难的，可依法申请房产税、城镇土地使用税困难减免。对受疫情影响的定期定额纳税人，依法合理调整定额。（责任单位：市税务局）

3．降低费用负担。

对受疫情影响较大的制造业、批发零售业、酒店业、餐饮业、商务及居民服务业、文体旅游业、交

通运输业、会展业相关企业生产经营的用电、用水，在疫情期间实行“欠费不停供”措施，允许企业补缴缓缴各项费用。（责任单位：中山供电局、市水务局）

严格落实国家和省疫情防控期间免征部分行政事业性收费和政府性基金的相关政策。免收企业办理商事证明书、领事认证过程中归属我市收取的费用。（责任单位：市财政局、市商务局、相关执收单位）

4．降低综合融资负担。

引导辖内银行机构对纳入疫情防控重点保障名单的企业给予最优惠利率。鼓励银行机构积极向上级行争取专项再贷款融资额度，对全国、省疫情防控重点保障名单内的企业提供优惠利率的信贷支持，贷款利率上限为贷款发放时最近一次公布的一年期 LPR 减 100 基点。（责任单位：中国人民银行中山市中心支行、中山银保监分局、市金融局、市工业和信息化局）

鼓励银行机构减免小微企业贷款相关费用。对受疫情影响较大，暂时受困但有发展前景的小微企业，鼓励银行机构最大限度降低企业融资成本，确保 2020 年普惠型小微企业综合融资成本低于 2019 年。（责任单位：中山银保监分局、中国人民银行中山市中心支行、市金融局、市工业和信息化局）

5．降低社会保险负担。

对受疫情影响，用人单位无法按时缴纳企业职工养老保险费、医疗保险（含生育保险）、失业保险费、工伤保险费以及住房公积金的，可延期至疫情解除后 3 个月内补办补缴；补办补缴社会保险费用免收滞纳金，相关待遇正常享受，不影响参保个人权益记录。继续实施阶段性降低失业保险费率、工伤保险费率、住房公积金缴存比例的政策。（责任单位：市人力资源社会保障局、市医疗保障局、市住房公积金管理中心、市税务局、市财政局）

二、加大支持

6．加大防疫相关企业支持。

对国家、省、市确定的疫情防控重点保障企业，以及支持疫情防控工作发挥突出作用的企业给予扶持和奖励。对企业在疫情防控期间新增防疫物资生产产能，并纳入市、镇政府调拨使用的，按照最高 20%的比例给予技改补贴，单个企业最高可达 500 万元。加大对物流企业配送防疫物资支持力度，对疫情期间以自有运力向我市运输医用防疫物资的物流类企业，按其实际运输防疫物资给予运费（运入）40%的支持，单个企业最高可达 50 万元。为疫情防控产品相关企业开辟资质审批“绿色通道”，优先办理、特事特办。（责任单位：市工业和信息化局、市商务局、市交通运输局、市公安局、市市场监管局、市发展改革局、市财政局）

7．加大财政扶持融资支持。

充分发挥“助保贷”“科技贷”作用，缓解企业融资压力。增加“过桥贷”专项扶持资金规模至 20 亿元，本政策实施期间，累计为本土企业提供不少于 100 亿元的转贷支持，同时免收企业资金使用费。

政府性融资担保公司对支持疫情防控相关企业融资新增融资担保业务应降低或取消反担保要求，收取的融资担保费率年化不得超过 1%。（责任单位：市金融局、市科技局、市财政局、市工业和信息化局）

8．加大银行信贷支持。

鼓励银行机构加大对重点企业和小微企业的信贷支持，为受疫情影响的优质企业预留不低于 300 亿元的专项融资额度。督促银行机构开辟贷款审批“绿色通道”，适当增加信用贷款和中长期贷款比例，对因受疫情影响无法正常经营、遇到暂时困难但有发展前景的企业，要稳贷、增贷，不得抽贷、断贷、压贷，并通过展期、无还本续贷等方式减轻企业还款压力。综合运用再贷款、再贴现等货币政策工具，引导金融机构加大信贷投放力度。建立疫情防控应急资金需求响应机制，加大对疫情防控相关企业信贷支持力度。确保 2020 年全市小微企业信贷余额不低于 2019 年同期余额。（责任单位：中山银保监分局、中国人民银行中山市中心支行、市金融局、市工业和信息化局）

9．加大援企稳岗支持。

由地方财政安排 2 亿元资金，对按照有关规定安全有序复工，劝导已进行就业登记来自疫情重点地区的务工人员暂不返回中山上岗，且已按规定为其支付劳动报酬的企业，给予一次性补贴。对职工因疫情接受治疗或被医学观察隔离期间企业所支付的工资待遇，按照该职工基本养老保险缴费工资基数的一定比例补贴企业，最高可达 50%。（责任单位：市人力资源社会保障局、市财政局、市工业和信息化局）

受疫情影响的本市各类企业，经辖区人力资源社会保障部门同意后，自主或委托机构开展职工线上适岗培训，按实际参加培训人数给予企业补贴，每人补贴最高 1000 元。（责任单位：市人力资源社会保障局、市财政局）

继续对不裁员、少减员、符合条件的企业，按企业及其职工 2019 年度实际缴纳失业保险费总额的 50%实施稳岗返还；面临暂时性生产经营困难且恢复有望、坚持不裁员少裁员并已受理符合条件的受影响企业，按 6 个月的企业及其职工应缴纳社会保险费 50%的标准返还，对已符合有关政策的约 4 亿元稳岗返还资金将及时发放到位。（责任单位：市人力资源社会保障局、市财政局）

符合政策规定的初创企业，按其吸纳就业人数给予最高 3 万元的创业带动就业补贴。企业人才经费补贴发放由原来的每年一次调整为每季度一次。对引进高层次人才的民营企业，每引进一名给予最高 18 万元的补贴。对重点企业新招人员稳定就业并连续参加社会保险 6 个月以上的，按每人 500 元的标准给予重点企业或负责招工的经营性人力资源服务机构最高 100 万元的补贴。（责任单位：市人力资源社会保障局、市财政局、市工业和信息化局）

10．加大企业安全有序复工复产支持。

按照“报备一批、成熟一批、启动一批”的原则，依法安全有序安排企业复工复产，由市镇两级优化报备流程，搭建应急物资生产供应与需求采购对接平台，协助调度防疫物资，优先支持订单充足且防

控机制到位、员工排查到位、设施物资到位、内部管理到位的龙头企业、重点企业。制定企业员工的防疫防控技术指导，积极开展口罩互助等行动，全力支持企业正常生产经营。（责任单位：市工业和信息化局、市市场监管局、市发展改革局、市商务局、市卫生健康局、市住房城乡建设局、市文化广电旅游局、市总工会、各镇区）

11．加大企业出口支持。

对一般投保企业（小微专项和中型企业专项以外的投保企业）出口信用保险保费的市级财政扶持比例从30%提高到80%，单一企业获得出口信保市级财政扶持资金最高可达30万元。（责任单位：市商务局、市财政局）

三、优化服务

12．优化税务服务。

延期缴纳税款。疫情防控期间，准许企业延期申报。符合延期缴纳税款条件的，依法办理延期缴纳税款，最长可达3个月。（责任单位：市税务局）

便利发票申领。对疫情防控重点保障企业，按照企业需求合理调增发票用量及提高开票限额。疫情防控期间，中山地区纳税人通过广东省电子税务局在线申请发票申领和发票代开时选择邮政领取服务的，免收邮政快递费用。（责任单位：市税务局）

优先办理退税。优先为符合条件的生产药品、试剂、疫苗研发机构办理采购国产设备退税。（责任单位：市税务局）

13．优化保障性金融服务。

持续开展“百行进万企”活动，组织金融机构通过电话、线上顾问、远程服务等形式，了解企业受疫情影响情况及金融服务需求，实现企业需求与金融供给的精准匹配和高效转化。（责任单位：中山银保监分局、市金融局）

发挥保险保障功能，引导保险机构创新产品，根据企业所需尽快推出新冠肺炎的相关险种。优先处理感染新冠肺炎客户的出险理赔，适当扩展责任范围，应赔尽赔。鼓励保险机构为受疫情影响严重的行业提供保单延期等服务，降低企业经营成本，并为小微企业、疫情防控一线人员及其家人等群体提供专属疫情保险保障。（责任单位：中山银保监分局、市金融局）

14．优化信用管理服务。

对因受疫情影响暂时失去合同履约能力或无法如期偿还贷款、缴纳税费的企业，建立信用修复“绿色通道”，出具不可抗力事实证明，调整公共信用信息记录。引导金融信用信息基础数据库接入机构合理调整逾期信用记录报送工作。（责任单位：市发展改革局、中国人民银行中山市中心支行、市金融局、各行业主管部门）

15．优化商（协）会服务。

市工商联和各行业主管部门要积极发动行业协会、镇区商会及异地商会，支持、鼓励商（协）会发挥作用，帮助、引导会员和企业共克时艰，抱团发展，共享物料、生产订单等资源，创新经营模式，积极化危为机。（责任单位：市工商联、各行业主管部门）

16．优化应急公共法律服务。

建立公共法律服务响应机制，组建专门的涉企法律服务团队，为受疫情影响造成合同履行、劳资关系等方面纠纷的企业提供法律服务。开辟绿色服务通道，企业因疫情影响造成合同无法按时履行的，安排我市公证机构免费办理不可抗力事件公证、用于免责的商事声明、通知类送达公证等有关公证事项；为受疫情影响导致无法如期履行或不能履行国际贸易合同的企业，免费办理与不可抗力相关的事实性证明；提供企业原产地快捷出证、商事证明书立等可取和使领馆认证加急办理服务，保障货物通关、企业结汇和对外招投标活动的顺利开展。（责任单位：市司法局、市商务局）

四、强化保障

17．加快资金拨付。

3 月底前确保已安排的涉企资金拨付到位 30%以上。对有明确政策标准、落实到具体企业项目、列入 2020 年度预算的涉企资金，抓紧组织企业申报，加快资金审核进度。（责任单位：各产业资金涉及部门、市财政局、各镇区）

18．调整政策时限。

延长相关政策有效期限。《关于支持优质规上工业企业发展落实放管服的若干规划政策措施》有效期从 2020 年 6 月 30 日延期至 2020 年 10 月 31 日。其他政策文件、行政许可、行政执法、行政诉讼期限是否相应延长，具体由各部门按职责依法研究提出。（责任单位：市工业和信息化局、市自然资源局、市住房城乡建设局、各有关部门）

顺延相关约束期限。对于受疫情影响，建设工程规划许可有效期及时限、建设用地（含闲置土地）交地时间、动工期及竣工期，可按照疫情防控时间顺延。政府招商引资项目无法按原约定时限履约的，可按疫情防控时间在合同及监管协议约定基础上顺延。（责任单位：市自然资源局、市工业和信息化局、市商务局、各镇区）

19．免除相关违约责任。

适当调整国有建设用地使用权（含“三旧”改造项目）履约监管工作，疫情防控期间暂不开展实地履约巡查。对于受疫情影响未能按期交地、动工、竣工的，疫情持续期间不计入违约期。补办用地出让手续、改变土地用途、调整容积率、调整建筑高度业务，未能按期缴交土地出让金的，疫情持续期间免除违约责任。（责任单位：市自然资源局、市城市更新局、各镇区）

20．实施政策叠加。

对上级政府和部门出台的防疫期间惠企政策，与本政策有重叠的，企业可叠加享受。对上级政府出台相关政策要求我市配套支持的，依照要求予以配套。督促各镇区结合实际、务求实效，尽快出台本辖区惠企政策与配套措施，增强合力支持企业。（责任单位：市有关部门，各镇区）

本政策自发布之日起执行，有效期至2020年12月31日（政策措施已明确执行期的，按规定期限执行）。各项政策依照规定的程序和权限办理，涉及的申请指南和操作指引由各责任部门另行制定。

央行等八部门：银行要把信贷资源从偏好房地产等转移到中小微企业

面对新冠肺炎疫情对中小微企业造成的重大影响，金融及相关部门坚决贯彻党中央、国务院的决策部署，迅速行动，主动作为，出台了一系列措施，支持扩内需、助复产、保就业，为疫情防控、复工复产、实体经济发展提供了精准金融服务。为推动金融支持政策更好适应市场主体的需要，进一步疏通内外部传导机制，促进中小微企业（含个体工商户和小微企业主，不含地方政府融资平台，下同）融资规模明显增长、融资结构更加优化，实现“增量、降价、提质、扩面”，推动加快恢复正常生产生活秩序，支持实体经济高质量发展，提出以下意见。

一、不折不扣落实中小微企业复工复产信贷支持政策

（一）安排好中小微企业贷款延期还本付息。完善延期还本付息政策，加大对普惠小微企业延期还本付息的支持力度。银行业金融机构要加大政策落实力度，提高受惠企业占比，对于疫情前经营正常、受疫情冲击经营困难的企业，贷款期限要能延尽延。要结合企业实际，提供分期还本、利息平摊至后续还款日等差异化支持。提高响应效率、简化办理手续，鼓励通过线上办理。

（二）发挥好全国性银行带头作用。全国性银行要用好全面降准和定向降准政策，实现中小微企业贷款“量增价降”，出台细化方案，按月跟进落实。五家大型国有商业银行普惠型小微企业贷款增速高于40%。全国性银行要合理让利，确保中小微企业贷款覆盖面明显扩大，综合融资成本明显下降。

（三）用好再贷款再贴现政策。人民银行分支机构要用好再贷款再贴现政策，引导金融机构重点支持中小微企业，以及支持脱贫攻坚、春耕备耕、禽畜养殖、外贸、旅游娱乐、住宿餐饮、交通运输等行业领域。加强监督管理，确保资金发放依法合规，防止“跑冒滴漏”。中小银行要运用好再贷款再贴现资金，鼓励中小银行加大自有资金支持力度，促进加大中小微企业信贷投放，降低融资成本。

（四）落实好开发性、政策性银行专项信贷额度。开发性、政策性银行要在2020年6月底前将3500亿元专项信贷额度落实到位，以优惠利率支持中小微企业复工复产，制定本银行专项信贷额度实施方案，

按月报送落实情况。

（五）加大保险保障支持力度。鼓励保险机构根据中小微企业受疫情影响程度的具体情况，提供针对性较强的相关贷款保证保险产品。鼓励保险公司区分国别风险类型，进一步提高出口信用保险覆盖面，加大出口中小微企业的风险保障。鼓励保险公司在疫情防控期间，探索创新有效的理赔方式，确保出险客户得到及时、便捷的理赔服务。

二、开展商业银行中小微企业金融服务能力提升工程

（六）提高政治站位，转变经营理念。要高度重视对受疫情影响的中小微企业等实体经济的金融支持工作，强化社会责任担当。按照金融供给侧结构性改革要求，把经营重心和信贷资源从偏好房地产、地方政府融资平台，转移到中小微企业等实体经济领域，实现信贷资源增量优化、存量重组。

（七）改进内部资源配置和政策安排。大中型商业银行要做实普惠金融事业部“五专”机制，单列小微企业、民营企业、制造业等专项信贷计划，适当下放审批权限。改革小微信贷业务条线的成本分摊和收益分享机制，全国性商业银行内部转移定价优惠力度要不低于 50 个基点，中小银行可结合自身实际，实施内部转移定价优惠或经济利润补贴。

（八）完善内部绩效考核评价。商业银行要提升普惠金融在分支行和领导班子绩效考核中的权重，将普惠金融在分支行综合绩效考核中的权重提升至 10%以上。要降低小微金融利润考核权重，增加小微企业客户服务情况考核权重。改进贷款尽职免责内部认定标准和流程，如无明显证据表明失职的均认定为尽职，逐步提高小微信贷从业人员免责比例，激发其开展小微信贷业务的积极性。

（九）大幅增加小微企业信用贷款、首贷、无还本续贷。商业银行要优化风险评估机制，注重审核第一还款来源，减少对抵押担保的依赖。在风险可控的前提下，力争实现新发放信用贷款占比显著提高。督促商业银行提高首次从银行体系获得贷款的户数。允许将符合条件的小微企业续贷贷款纳入正常类贷款，鼓励商业银行加大中长期贷款投放力度，力争 2020 年小微企业续贷比例高于上年。

（十）运用金融科技手段赋能小微企业金融服务。鼓励商业银行运用大数据、云计算等技术建立风险定价和管控模型，改造信贷审批发放流程。深入挖掘整合银行内部小微企业客户信用信息，加强与征信、税务、市场监管等外部信用信息平台的对接，提高客户识别和信贷投放能力。打通企业融资“最后一公里”堵点，切实满足中小微企业融资需求。

三、改革完善外部政策环境和激励约束机制

（十一）强化货币政策逆周期调节和结构调整功能。实施稳健的货币政策，综合运用公开市场操作、中期借贷便利等货币政策工具，保持银行体系流动性合理充裕，引导金融机构加大对中小微企业的信贷支持力度。

（十二）发挥贷款市场报价利率改革作用。将主要银行贷款利率与贷款市场报价利率的点差纳入宏

观审慎评估考核，密切监测中小银行贷款点差变化。督促银行业金融机构将贷款市场报价利率内嵌到内部定价和传导相关环节，疏通银行内部利率传导机制。按照市场化、法治化原则，有序推进存量浮动利率贷款定价基准转换。

（十三）优化监管政策外部激励。推动修订商业银行法，研究修改商业银行贷款应当提供担保的规定，便利小微企业获得信贷。开展商业银行小微企业金融服务监管评价，继续实施普惠型小微企业贷款增速和户数“两增”要求。进一步放宽普惠型小微企业不良贷款容忍度。

（十四）研究完善金融企业绩效评价制度。修改完善金融企业绩效评价管理办法，弱化国有金融企业绩效考核中对利润增长的要求。将金融机构绩效考核与普惠型小微企业贷款情况挂钩。引导金融企业更好地落实国家宏观战略、服务实体经济，加大对小微企业融资支持力度。鼓励期货公司风险管理子公司通过场外期权、仓单服务等方式，为小微企业提供更加优质、便捷的风险管理服务。

（十五）更好落实财税政策优惠措施。加大小微企业金融服务税收优惠和奖补措施的宣传力度，力争做到应享尽享。加强普惠金融发展专项资金保障，做好财政支持小微企业金融服务综合改革试点。

（十六）发挥地方政府性融资担保机构作用。建立政府性融资担保考核评价体系，突出其准公共产品属性和政策性，逐步取消盈利考核要求，重点考核其支小支农成效（包括新增户数、金额、占比、费率水平等）、降低反担保要求、及时履行代偿责任和首次贷款支持率等指标，落实考核结果与资金补充、风险补偿、薪酬待遇等直接挂钩的激励约束机制。逐步提高担保放大倍数，并将政府性融资担保和再担保机构平均担保费率降至 1%以下。

（十七）推动国家融资担保基金加快运作。2020 年力争新增再担保业务规模 4000 亿元。与银行业金融机构开展批量担保贷款业务合作，提高批量合作业务中风险责任分担比例至 30%。对合作机构单户 100 万元及以下担保业务免收再担保费，2020 年全年对 100 万元以上担保业务减半收取再担保费。

（十八）清理规范不合理和违规融资收费。对银行业金融机构小微贷款中违规收费及借贷搭售、转嫁成本、存贷挂钩等变相抬高中小微企业实际融资成本的乱象加强监管检查，从严问责处罚。

四、发挥多层次资本市场融资支持作用

（十九）加大债券市场融资支持力度。引导公司信用类债券净融资比上年多增 1 万亿元，支持大型企业更多发债融资，释放信贷资源用于支持小微企业贷款。优化小微企业专项金融债券审批流程，疏通审批堵点，加强后续管理，2020 年支持金融机构发行小微企业专项金融债券 3000 亿元。进一步发挥民营企业债券融资工具支持作用。推动信用风险缓释工具和信用保护工具发展，推广非公开发行可转换公司债融资工具。

（二十）提升中小微企业使用商业汇票融资效率。对于确需延时支付中小微企业货款的，促进企业使用更有利于保护中小微企业合法权益的商业汇票结算，推动供应链信息平台与商业汇票基础设施互联，

加快商业汇票产品规范创新，提升中小微企业应收账款融资效率。

（二十一）支持优质中小微企业上市或挂牌融资。支持符合条件的中小企业在主板、科创板、中小板、创业板上市融资，加快推进创业板改革并试点注册制。优化新三板发行融资制度，引入向不特定合格投资者公开发行机制，取消定向发行单次融资新增股东 35 人限制，允许内部小额融资实施自办发行，降低企业融资成本。设立精选层，建立转板上市制度，允许在精选层挂牌一年并符合相关条件的企业直接转板上市，打通挂牌公司持续发展壮大的上升通道。对基础层、创新层、精选层建立差异化的投资者适当性标准，引入公募基金等长期资金，优化投资者结构。

（二十二）引导私募股权投资和创业投资投早投小。修订《私募投资基金监督管理暂行办法》（中国证券监督管理委员会令第 105 号），强化对创业投资基金的差异化监管和自律。制定《创业投资企业标准》，引导和鼓励创业投资企业和天使投资专注投资中小微企业创新创造企业。鼓励资管产品加大对创业投资的支持力度，并逐步提高股权投资类资管产品比例，完善银行、保险等金融机构与创业投资企业的投贷联动、投保联动机制，加强创业投资企业与金融机构的市场化合作。推动完善保险资金投资创业投资基金政策。

（二十三）推进区域性股权市场创新试点。选择具备条件的区域性股权市场开展制度和业务创新试点，推动修改区域性股权市场交易制度、融资产品、公司治理有关政策规定。推动有关部门和地方政府加大政策扶持力度，将区域性股权市场作为地方中小微企业扶持政策措施综合运用平台。加强与征信、税务、市场监管、地方信用平台等对接，鼓励商业银行、证券公司、私募股权投资机构等参与，推动商业银行提供相关金融服务。

五、加强中小微企业信用体系建设

（二十四）加大对地方征信平台和中小企业融资综合信用服务平台建设指导力度。研究制定相关数据目录、运行管理等标准，推动地方政府充分利用现有的信用信息平台，建立地方征信平台和中小企业融资综合信用服务平台，支持有条件的地区设立市场化征信机构运维地方平台。以地方服务平台为基础，加快实现互联互通，服务区域经济一体化发展。探索建立制造业单项冠军、专精特新“小巨人”企业、专精特新中小企业以及纳入产业部门先进制造业集群和工业企业技术改造升级导向计划等优质中小微企业信息库，搭建产融合作平台，加强信息共享和比对，促进金融机构与中小微企业对接，提供高质量融资服务。完善和推广“信易贷”模式。

（二十五）建立动产和权利担保统一登记公示系统。推动动产和权利担保登记改革，建立统一的动产和权利担保登记公示系统，逐步实现市场主体在一个平台上办理动产和权利担保登记。

六、优化地方融资环境

（二十六）建立健全贷款风险奖补机制。有条件的地方政府可因地制宜建立风险补偿“资金池”，

提供中小微企业贷款贴息和奖励、政府性融资担保机构资本补充等，以出资额为限承担有限责任。完善风险补偿金管理制度，合理设置托管对象、补偿条件，提高风险补偿金使用效率。

（二十七）支持对中小微企业开展供应链金融服务。支持产融合作，推动全产业链金融服务，鼓励发展订单、仓单、存货、应收账款融资等供应链金融产品，发挥应收账款融资服务平台作用，促进中小微企业 2020 年应收账款融资 8000 亿元。加强金融、财政、工信、国资等部门政策联动，加快推动核心企业、财政部门与应收账款融资服务平台完成系统对接，力争实现国有商业银行、主要股份制商业银行全部接入应收账款融资服务平台。

（二十八）推动地方政府深化放管服改革。推动地方政府夯实风险分担、信息共享、账款清欠等主体责任，继续组织清理拖欠民营企业、中小微企业账款，督促政府部门和大型企业依法依规及时支付各类应付未付账款。支持有条件的地方探索建立续贷中心、首次贷款中心、确权中心等平台，提供便民利企服务。继续清理地方政府部门、中介机构在中小微企业融资环节不合理和违规收费。

七、强化组织实施

（二十九）加强组织推动。人民银行分支机构、银保监会派出机构可通过建立专项小组等形式，加强与当地发展改革、财税、工信、商务、国资等部门的联动，从强化内部激励、加强首贷户支持、改进服务效率、降低融资成本、强化银企对接、优化融资环境等方面，因地制宜开展商业银行中小微企业金融服务能力提升专项行动。

（三十）完善监测评价。探索建立科学客观的全国性中小微企业融资状况调查统计制度和评价体系，开发中小微企业金融条件指数，适时向社会发布。人民银行副省级城市中心支行以上分支机构会同各银保监局探索建立地市级和县级中小微金融区域环境评价体系，重点评价辖区内金融服务中小微企业水平、融资担保、政府部门信息公开和共享、账款清欠等，并视情将金融机构和市县政府评价结果告知金融机构上级部门和副省级以上地方政府，营造良好金融生态环境。

中国人民银行

银保监会

发展改革委

工业和信息化部

财政部

市场监管总局

证监会

外汇局

2020 年 5 月 26 日

新一批能效标识实施规则发布，涉及空调等五类家电产品

2020-04-29 13:50 来源：《电器》杂志 邓雅静

2020 年 4 月 21 日，根据《能源效率标识管理办法》（国家发展改革委、原质检总局第 35 号令）规定，国家发展改革委、市场监管总局组织制修订的《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录（第十五批）》及相关实施规则公布。该批规则实施有效期为 5 年。这一系列实施细则发布后，符合新能效标准的空调等新品将可以完成能效标识备案并上市销售，对于亟待在疫情恢复期实现销售增长的企业来说至关重要。

相关实施规则中，《风管送风式空调机组能源效率标识实施规则》《低环境温度空气源热泵（冷水）机组能源效率标识实施规则》实施日期与对应能效强制性国家标准实施日期保持一致，标识实施前出厂或进口的产品，可于标识实施之日起一年内加施能效标识。《单元式空气调节机能源效率标识实施规则》（修订）《房间空气调节器能源效率标识实施规则》（修订）实施日期与对应能效强制性国家标准实施日期保持一致，标识实施前出厂或进口的产品，可于标识实施之日起一年内按修订后的实施规则加施能效标识。《空气净化器能源效率标识实施规则》自 2020 年 7 月 1 日起实施，2020 年 7 月 1 日前出厂或进口的产品，可延迟至 2021 年 7 月 1 日前加施能效标识。

对于《风管送风式空调机组能源效率标识实施规则》《低环境温度空气源热泵（冷水）机组能源效率标识实施规则》《单元式空气调节机能源效率标识实施规则》（修订），其能效强制性国标的实施日期已经延期。2020 年 4 月 1 日，国家标准化管理委员会发布通知，明确表示，受疫情影响，GB 19567-2019《单元式空气调节机能效限定值及能效等级》、GB 37480-2019《风管送风式空调机组能效限定值及能效等级》和 GB 37480-2019《低环境温度空气源热泵（冷水）机组能效限定值及能效等级》的实施日期由 2020 年 5 月 1 日延期到 11 月 1 日。

而与《房间空气调节器能源效率标识实施规

则》(修订)、《空气净化器能源效率标识实施规则》相对应的能效强制性国标，GB 21455-2019《房间空气调节器能效限定值及能效等级》已经确定于2020年7月1日实施，GB 36893-2018《空气净化器能效限定值及能效等级》已经于2019年12月1日正式实施。

此外，上述产品中对于列入国家能效“领跑者”目录的产品，此次的实施细则规定在目录发布30日后出厂的产品应使用包含能效“领跑者”信息的能效标识。

鉴于新能效标识实施规则即将实施，国家发展改革委、原质检总局、原国家认监委2016年第14号公告中《房间空气调节器能源效率标识实施规则》《单元式空气调节机能源效率标识实施规则》《转速可控型房间空气调节器能源效率标识实施规则》则同时废止。

对于产品提升能效标准、黏贴能效标识的意义，某业内人士评价称，一是可以迅速提高用能产品的能效水平，达到节能、环保的目的，配合国家节能目标、环保目标的实现；二是可以使消费者清晰地对不同的产品的能效进行比较，清晰、明了地获得耗电量信息，以及与同类产品相比，节能水平的高低，从而使消费者购买到更节能、更省钱的产品；三是统一节能评价尺度，保护先进企业的积极性，规范市场竞争。

家电小知识

1、新购买注意事项： 新购买的家用电器，在使用之前首先应认真查看产品说明书中的技术规格，如电源种类是交流 还是直流，电源频率是否为一般工业频率 50HZ，电源电压是否为民用生活用电220V 耗电功率多少，家庭已有的供电 能力是否满足，特别是插头座、保险丝、电度表和电线，如果负荷过大超过允许限度便发热损坏绝缘，引起用电事故。上述内容核对无误，方可考虑安装通电。

2、新购买安装注意事项： 安装家用电器应查看产品说明书中对安装环境的要求，特别注意在可能的条件下，不要将家用电器安装在湿热、灰尘多或有易燃、腐蚀性气体的环境中。

3、家用电器电源连接注意事项：必须采用可开断的开关或插接头，禁止将电线直接插入插座孔。凡要求有保护接地或保安接零的，都应采用三脚插头和三眼插座，并且接地、接零插脚与插孔都应与相线插脚。

政策“助阵”家电促销 为消费者“清空购物车”加力减负

2020-05-29 08:31 来源： 证券日报

5月27日，为贯彻落实《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》（以下简称《实施方案》），国家发改委产业司召集京东集团、阿里集团、爱回收公司等单位，就推动家电以旧换新、完善回收体系开展座谈。会上，各参会单位就《实施方案》印发后的贯彻落实、“互联网+回收”等模式发展情况、“618促销活动”筹备工作、所面临的困难问题和有关政策建议等内容进行了发言。

中华人民共和国国家发展和改革委员会
National Development and Reform Commission

首页 | 机构设置 | 新闻动态 | 政务公开 | 政务服务

首页 > 政务公开 > 政策 > 通知

关于印发《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》的通知

发改产业〔2020〕752号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团发展改革委、工业和信息化主管部门、财政厅（局）、生态环境厅（局）、住房城乡建设厅（城管委、城管局、绿化市容局）、商务主管部门、市场监管局（厅、委）：

为贯彻落实党中央、国务院关于扩大国内需求、完善促进消费体制机制、激发消费潜力的决策部署，推动家电消费更新，我们制定了《关于完善废旧家电回收处理体系 推动家电更新消费的实施方案》，现印发你们，请认真组织实施，着力推进各项任务有效落实。

国家发展改革委
工业和信息化部
财 政 部
生 态 环 境 部
住房城乡建设部
商 务 部
市场监管总局
2020年5月14日

此前的5月15日，国家发改委等七部门印发《实施方案》提出，鼓励家电生产、销售企业及电商平台等，通过举办“周年庆”“购物节”等活动以及家电更新优惠等方式，开展覆盖城乡的家电以旧换新等更新消费活动，支持行业协会积极发挥组织作用，政府提供必要的对接服务平台。

“受疫情影响，全国消费需求整体较弱。以空调、冰箱和洗衣机3种主要家电品类为例，今年一季度的终端零售销量分别下滑了55.5%、40.3%和45.4%。”德邦大消费基金拟任基金经理黎莹在接受《证券日报》记者采访时表示。在此背景下，有关部门鼓励相关企业开展“618”等促销活动就显得非常有必要。

黎莹进一步介绍，从拉动内需方面看，根据奥维云网的周度数据，涉及“五一”假期的两个星期（4.27—5.3和5.4—5.10）期间，空调的线上零售量同比去年同期分别增长了99.7%和282%。这种爆发式增长与部分地区于“五一”假期发放消费券分不开，所以预计接下来的“618”等促销活动也将进一步拉动内需。从消费升级方面看，疫情期间，部分家电企业在网络直播带货的助力下出现了爆品现象。这说明居民的家电需求已经从必需品逐渐过渡至非必需品，消费升级的趋势明显，预计“618”等促销活动也将助力这一趋势。

《证券日报》记者梳理后注意到，近两年，国家发改委等相关部门多次强调家电“以旧换新”，

并印发多个面向家电产品的引导政策。

2019 年“618”前夕，国家发改委等三部门印发《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020 年)》确定，鼓励消费者更新淘汰能耗高、安全性差的家电产品，有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持。

此外，在更早的 2019 年 1 月底，国家发改委等十部门印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019 年)》提到，有条件的地方可对消费者交售旧家电并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售。

很明显，与去年相比，今年的政策聚焦在“创新”两个字。那么，《实施方案》提到的电商平台就“618 促销活动”做了哪些筹备工作呢?

京东零售集团家电事业部副总裁谢帆告诉《证券日报》记者，目前，京东家电回收服务已覆盖国内 95%以上的区县，最快能够实现当日达。

“今年，京东‘618’上线了包括以旧换新折上折、空调超值一口价回收和小家电以旧换新等优惠举措。”谢帆解释，“以旧换新折上折”为消费者提供电视、空调、洗衣机、冰箱的以旧换新，活动期间回收价格多补贴 10%，并赠送可购买全品类家电、叠加全部优惠的“超级 95 折券”，最高抵扣 1000 元。“空调一口价”让消费者家中不论品相、老旧的空调都能享受换新一口价福利，挂机一律补贴 300 元，柜机一律补贴 600 元。“小家电以旧换新”更能惠及百万用户，坏、旧小家电均可免费回收并换取自营小家电换新优惠券，预计全年将回收旧小家电可达 214 万件，为用户节省 3210 万元。

苏宁金融研究院消费金融研究中心高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示，“目前，我国很多家庭使用的电器产品都存在‘超龄服役’现象，不少居民出于勤俭节约的心理，并没有足够的动力换新。而家电‘互联网+回收’等模式，可通过变相打折的策略激发消费者的购买意愿，还能助力消费者及时淘汰过时产品，购买新潮家电。这对促进家电‘绿色消费、品牌消费、时尚消费’来说意义重大，且本身又是消费升级的一种表现。”

家住重庆市渝中区的侯女士向《证券日报》记者透露，从 5 月初就在期待“618 促销活动”，已将空调、电视和冰箱放入购物车。“一年两大‘购物节’我都不会错过，更何况从年初起我除了买日用品基本无大额消费，现在各方面均回归正常，我也可以放宽心网购了。之所以一次性购买 3 件家电产品，是因为以旧换新政策确实有吸引力，毕竟家电‘超期服役’不安全，但旧家电扔了可惜，所以以旧换新是最佳选择。”

“2009—2011 年期间，国家也实施过一次家电以旧换新政策，累计补贴金额约 400 亿元。2009 年受全球金融危机余波影响，家电行业面临外销不振、库存压力巨大的严峻形势。以旧换新、家电下乡和节能惠民等措施的推出刺激了我国家电产品内销量的快速增长，有效促进了城市居民消费升级。2011 年，家电以旧换新的销售量和回收量突破 3000 万台，销售额超 1100 亿元。”黎莹认为，本次新一轮的以旧换新刺激政策预计也可以带动产业发展，通过帮助企业推出新产品、新技术，释放更大的产业潜力。

世界贸易出现复苏迹象 家电出口能否再创新高

2020年04月26日 11:13 来源：家电网

近日，随着全球主要买家和卖家之一中国已经恢复大部分经济活动，而且美国和德国等一些西方国家也已开始讨论重启经济的措施，世界贸易开始显示出恢复活力的迹象。

据西柚了解，衡量世界贸易的主要指标之一波罗的海干散货运价指数（BDI）已经开始反映这种复苏。该指数被视为经济活动的晴雨表，因此当它出现反弹时，表明对原材料的需求增加，进而表明生产活动和经济增长水平得到改善。

坡底爬升 世界贸易再次活跃

据悉，去年9月，BDI指数曾反弹突破2500点，达到了2010年的高点水平。今年2月10日，该指数跌至411点的历史低位，几天之后，全球股市出现了恐慌性暴跌。此后，该指数逐渐恢复到了当前水平，21日达到757点。这是自今年1月17日以来的最高点。该指数在过去两个半月中反弹了84%。

有专家表示，尽管人员流动受到限制，经济活动陷于停滞，但与以往其他危机期间相比，BDI指数的受影响程度并不算太大。这或许要归功于全球物流技术的先进和网络购物的普及。

这一论点得到数据的支持，据近期的全球跨境物流数据显示，无论是中国还是其他国家，疫情阻断的市场和消费在苏醒，为供应链的修复带来了契机和动力。有机构统计，2020年3月全球总共收录查询单号超过4360万票，其中发件的国家及地区为228个、收件的国家及地区为226个，较去年同期增加了8.7%。而4月1日~4月15日，收录到的包裹发出量为1,900万，预计也会高于去年同期。

家电出口能否再次担起半边天

从2018年房地产增长放缓之后，家电业也没有摆脱下行的态势。2019年国内市场家电零售额规模8032亿元，较去年下降2.2%，国内家电市场正式进入存量竞争时期。彩电、冰箱、洗衣机等大型家电零售额均有不同程度下降。

同时，家电出口也成为中国家电企业的一大收入来源。中国家用电器协会数据显示，2018年中国家电出口规模占全球家电出口的39.4%，是名副其实的“世界家电生产中心”。根据企业发布的财报，2019年上半年，青岛海尔海外市场收入占总营收的47%，美的集团海外市场收入占总营收的40.25%，格力电器海外市场收入占总营收的14.1%。

然而，2020年国际局势更加纷繁复杂：中美经贸磋商取得重要进展，一季度东盟取代欧盟成为我国第一大贸易伙伴；印度提高家电产品关税壁垒，部分国家政治经济动荡；新冠肺炎疫情在全球范围内的蔓延，面对世界贸易刚刚出现的复苏苗头，中国家电能否抓住这一出口机遇呢。

行业人士认为，2020年的世界贸易形势，对家电行业而言有喜有忧。首先，中美双方已就第一阶段经贸协议文本达成一致，美方将履行分阶段取消对华产品加征关税的相关承诺，这对家电行业出

口是利好消息；欧洲市场近年来增长势头较好，2019 年，中国家电对欧盟累计出口额 163.2 亿美元，同比增长 8.5%，占家电出口总额的 23%；出口额规模反超对美出口，跃居第一；随着“一带一路”建设的不断推进，东盟和非洲也成为中国家电出口的新蓝海市场，2019 年，中国对非洲出口额同比增长了 8.7%，对东盟累计出口额同比增长了 17.6%。

不过，新冠疫情的出现也让家电出口面临挑战。由于疫情带来的开工延迟、原料缺失、人手不足、物流受阻，海关总署数据显示，2020 年 1-2 月，中国家用电器累计出口额同比下跌了 20.6%；而海外疫情带来的家电产品需求下降，致使海外客户取消订单等情况屡有发生；此外，疫情影响下，国内贸易洽谈会也纷纷延期、取消或线上举办，这对企业发展海外新客户造成不利影响。

西柚了解到，中国家用电器协会预计，2020 年中国家电业出口增速将明显放缓，若规模与去年持平已属不易。不过，考虑到国内产能恢复情况良好、且出口集中度或有望提升，疫情蔓延对我国家电出口龙头企业的影响或相对较小。

中国家电业的挑战和利好 权威机构作出了判断

2020 年 05 月 22 日 10:58　来源：钉科技网

2020 年中国家电业遭遇了前所未有的挑战，疫情更是进一步加剧了产业的下行压力。从全国家用电器工业信息中心披露的数据看，一季度国内外家电销售市场都遭遇大幅下滑，其中国内市场销售规模为1172亿元，同比下滑36.1%；出口规模为736亿元，同比下滑 12.6%。

虽然开局不利，但市场和大环境是动态变化的，从 2020 全年来看，中国家电业将面临怎样的整体形势呢?钉科技注意到，全国家用电器工业信息中心给出了相关判断。

承压前行是总基调，而压力主要来自以下几个方面：

一是中美贸易摩擦。虽然中美贸易谈判第一阶段达成一致，但包括空调、冰箱、干衣机、吸尘器、加湿器以及部分电加热类厨房小家电在内的家电产品仍在加征关税的范围。

二是印度提高家电产品关税壁垒。2019 年中国家电对印度出口累计 17.8 亿美元，同比下降了 8.8%，其中大家电产品下滑幅度达到 33.2%。

三是疫情在全球蔓延导致家电需求下降。虽然目前中国基本控制住了疫情，但从全球来看疫情还处于蔓延过程中，对全球经济和消费需求产生了负面冲击，家电需求也难免受到影响。

另外，在经济形势不利的大环境下，消费整体受到了抑制，很多人会选择持币待购。中国人民银行近日发布 2020 年第一季度金融统计数据显示，3 月末我国本外币存款余额 206.42 万亿元，同比增长 9.2%。一季度新增人民币存款 8.07 万亿元，同比多增 1.76 万亿元。

以上都是中国家电业在 2020 年面临的挑战。困难虽然存在，但家电业也并不是没有任何利好因素，全国家用电器工业信息中心对利好因素同样做出了判断，包括：

其一，虽然家电整体市场下滑，但疫情背景下健康家电迎来了春天。以空调产品为例，新风空调、自清洁空调市场份额分别达到 2.5%和 69.4%，同比分别增长了 2.3 个百分点和 7.2 个百分点。

其二，宅经济加速了智能家居的落地。海尔、美的、海信等品牌都在加大力度推广智能家居，个性、成套、互联的智能家电产品正被越来越多的家庭接受。

其三，“新基建”释放家电产业升维信号。国家正在大力推动“新基建”发展，5G、工业互联网、AI、云计算、大数据等都在全面与家电产业融合发展，产业升级正处于非常有利的时间节点。

此外，家电下乡、以旧换新、汰旧换优等也在政府和行业组织的推动下逐渐落地，这无疑也会刺激国内家电消费需求的提升。

家电产业观察家丁少将认为，中国家电业经过几十年的发展，具备良好的产业基础，中短期或者周期性的波动不会影响向好发展的基本面。家电企业需要在产业下行压力增长时保持发展的定力，通过加强技术研发、创新消费场景、丰富营销模式等，站到产业升级和消费升级的浪潮之巅。

广东外贸月度降幅收窄 家电4月出口增长11.7%

2020年05月19日15:22 来源：中国家电网 作者：陈晓

海关总署广东分署5月18日发布数据显示，今年1-4月，受境外疫情扩散蔓延影响，广东外贸进出口1.92万亿元人民币，比去年同期下降9.8%，降幅较一季度收窄2个百分点；占全国进出口总值21.2%，占比较一季度提升0.4个百分点。

随着“六稳”“六保”政策效应持续释放，广东外贸月度降幅从1-2月的15%不断收窄至4月的4.9%，外贸韧性较强。

粤企危中寻机，带动“广东制造”出口逐步增长。4月，全省出口纺织品(包含口罩)大幅增长3.9倍、医疗器械增长57.2%、医药品增长67.9%；出口电子元件、电脑及其零部件、家电分别增长6.7%、19.3%、11.7%。

4月，广东进口表现好于全国。其中，机电产品进口增长4.3%；煤炭、天然气等资源性产品进口量增长19.1%和76.8%；猪肉、鲜干水果、粮食等消费品进口增长1.7倍、49.1%和5.9%。

口罩等纺织品4月出口增长3.9倍

全球疫情蔓延，粤企危中寻机，带动医疗物资出口快速增长。4月，广东出口纺织品(包含口罩)大幅增长3.9倍、医疗器械增长57.2%、医药品增长67.9%。

海外熟知的“广东制造”加快回暖，部分机电产品出口呈恢复性增长。目前大部分外贸企业已经复工复产，前期受疫情影响的在手订单逐步执行。4月，广东出口电子元件、电脑及其零部件、家电分别增长6.7%、19.3%、11.7%。而在一季度，上述产品分别下降5.3%、18.4%、15.6%。

海关总署广东分署统计分析处主任李开益分析，进入4月，广东疫情防控阶段性成效进一步巩固，中央“六稳”“六保”政策效应持续释放，外贸降幅较一季度收窄2个百分点，占全国外贸比重提升0.4个百分点。不过，未来广东外贸形势仍然严峻，海关将继续落实各项政策，全力支持外贸企业复工复产达产。

加工贸易降幅收窄12.6个百分点

前4月，广东外贸进出口月度降幅不断收窄：1-2月下降15%，3月下降6%，4月下降4.9%，正逐步止跌。

今年以来，占广东外贸总量1/3的加工贸易，受疫情冲击最直接。一季度，广东加工贸易进出口3856亿元，下降25.6%。但如今，受冲击最严重的领域正在“稳住”，4月广东加工贸易进出口1570亿元，下降13%，降幅较一季度收窄12.6个百分点。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为，加工贸易占广东进出口比重较大，降幅不断收窄，表明加工贸易企业复工复产情况较好。接下来，还应进一步落实支持加工贸易企业转型升级、技术研发等政策，并通过线上线下多种渠道帮助企业争取海外订单、拓宽内销渠道，降低疫情对外贸的影响。

中山家电

中山市家用电器行业协会　广东省公平贸易工作站

地　址：中山市南头镇南头大道中 59 号三楼

电　话：0760-22519221、22519223　　传　真：0760-22519222

网　站：www.zsjdxh.org　　邮　箱：zsjdxh@163.com