

5月31日,家电节能补贴政策将到期。有别于以往急切期盼补贴新政,部分家电企业此次竟发出希望补贴政策不再延续的呼声——

家电业:是否已到“断补”时

本报记者 常理 李佳霖



自去年6月开始实施的五大类家电节能补贴政策,将于本月31日到站,对于是否有后续政策出台尚无明确定论。有别于以往急切期盼补贴新政,部分家电企业此次竟发出希望补贴政策不再延续的呼声。

国家自2008年起针对家电市场先后出台家电下乡、以旧换新、节能补贴等一系列政策,使家电工业近三年来保持了20%以上的增长率。但也有观点认为短期的刺激政策打乱了多年来形成的消费规律,加剧了市场需求的起伏。

补贴政策实际效果如何?企业是否读懂用好了扶持政策?“补贴政策时代”结束后家电企业将何去何从?这一系列问题值得各方思考。



补贴政策效果明显



2012年节能惠民工程政策带动3270多万台高效节能家电推广,拉动消费1154亿多元

在国家发展改革委、工业和信息化部近日联合召开的高效节能产品推广政策宣讲会上,记者获悉,在节能产品补贴政策带动下,我国节能产品2012年的销售份额大幅提高,生产结构进一步优化,“扩大绿色消费、加快结构调整、推动节能减排”的政策效果充分显现。据中怡康研究数据显示,2012年节能惠民工程政策带动3270多万台高效节能家电的推广,拉动消费需求1154亿多元。

不少企业反映,节能产品受到热捧。美的空调相关负责人告诉记者,今年“五一”期间,美的空调总体销量的七成左右是变频空调。志高空调也表示,节能补贴政策对空调的普及、产品结构的调整、企业转型升级起到了很大的促进作用。

中怡康的数据显示,2013年2月,白电内销产品中有

40%至50%的产品是中标的节能补贴产品,黑电更是高达90%。记者从苏宁电器了解到,传统家电的节能产品销售比重大幅提升,空调产品的销售尤其抢眼,同比增长超过了100%。北京国美相关负责人也表示,目前,节能补贴产品已经占国美家电产品总量的20%至30%。

其实,相比于企业和大卖场,消费者是最大的受益方。尤其是在政策即将退出前,很多消费者都希望搭上节能补贴的末班车。“家里正在装修房子,听说节能补贴在月底就要结束了,现在不买以后就要多花钱,不划算。”家住大红门的李先生告诉记者。

在很多消费者看来,节能补贴更能满足实际需求。节能补贴政策还在一定程度上引导了消费者消费观念的改变,很多人在选择产品时会优先选择节能产品。



接二连三的补贴政策,让企业在扩大产能上投入大量精力,以迎合政策实施带来的市场新需求

主动拒补原因何在

还记得2011年底家电以旧换新政策结束后,2012年上半年部分市场出现了家电销售乏力的状况,不少企业急切盼望出台新政策。

与彼时相比,今年家电企业显得“淡定”很多,甚至不少企业主动提出“不要”补贴。日前,中国家电协会向工信部、财政部、发改委等三部委提交了关于节能惠民补贴政策退出的建议文函,建议节能惠民政策不再延续。

家电企业为什么会发生这样的转变?在中国家用电器协会第五届六次常务理事会上,多位企业家表示,“以前是围着市场转,现在是围着政策转。”政策接二连三地推出,企业把本该投入到开发新产品,调整产品结构上面的人力、物力、财力投入到了扩大产能上面,以迎合政策实施所带来的市场新需求。

对此,格力电器北京分公司总经理张波说,“补贴政策对市场拉动不像刚开始效果那么好。就像促销一

样,如果天天有,消费者也会麻木。家电市场归根结底是靠需求拉动而不是靠补贴,一味地补贴只能透支需求而不是创造需求。”

但并非所有的家电企业都持这样的观点。很多企业认为,这几年在政策的鼓励支持下,家电工业增长率连续几年保持在20%以上,这为家电企业转型升级提供了必要的空间,是企业创新发展的有力支撑。

对于行业内不同的声音,有专家分析,家电企业之所以认为补贴政策造成透支消费,导致企业疲于应付甚至盲目扩大产能,很大程度上是因为企业未能真正吃透政策意图。国家出台关于家电的系列补贴政策,虽然刺激消费是主要目标之一,但是政策主要体现的仍是对产业升级的导向意图。比如节能补贴政策正是要鼓励节能家电的推广使用。如果企业能够不只盯在市场份额多少上,而是读懂政策、用好政策,将之作为促进自身转型升级的重要助力,结果可能会完全不同。



期待创造公平合理宽松的发展环境,让行业发展真正由政策拉动转为内生动力驱动

发展依靠内生动力

业内专家认为,不论未来是否延续政策补贴,对家电企业来说,当前最为重要的是加快创新,尽快实现转型升级。企业不能再将目光仅仅盯在某些产品和部分市场上,而需要利用一切资源,挖掘消费潜力,提升创新能力,通过产品提升创造更多市场需求。

对于政策的期待,有家电企业表示,政府应在规范市场、规范执法等方面多做工作,为企业创造公平合理、宽松的发展环境。目前,中国家电业正在进入深度调整期,行业增速回归理性并且保持适度增长是件好事,因为长期的跨越式发展容易造成资源浪费,也不利于行业的可持续发展。进入调整周期时,产业最需要的是拥有相对宽松的外部环境来休养生息,比如税收和

各类费用的减免等,以便为企业科技创新提供足够的空间。

目前,针对家电业出台的政策已有很多,除了家电下乡、以旧换新和节能补贴,行业管理法规出台也不少,如《废弃电器电子产品处理基金征收使用管理办法》、《电子电气信息产品污染控制管理办法》以及家电维修方面的最新法规等。但中国家用电器协会理事长姜风认为,对于行业多年来最需要解决的知识产权保护、市场秩序公平合理以及各地方执法等问题,目前并未很好解决。

姜风建议,政府最需要做的是为企业创造公平合理和宽松的发展环境,调动企业自身发展潜能,让行业发展真正由政策拉动转为内生动力驱动。

读懂政策意图

常理



国家出台政策为的是刺激市场,帮助家电行业、企业走出困境,然而部分家电企业为何对补贴政策不再买账?

究其原因无外乎政策实施起来较为繁琐;企业疲于应付各种政策,无法静下心来做产品研发、技术升级等等。

笔者认为,家电企业大可不必盲目跟着政策跑,在一个新政策出台后,需看清政府的意图。就拿此次的节能补贴来说,政府一方面希望通过政策刺激消费激发市场购买力,但另外一个很重要的方面就是希望消费者、企业能够认识到节能环保的重要性。企业没有必要一窝蜂搭政策的“顺风车”,生怕别人卖多了自己卖少了。即使真的销量不如别人或是被别人赶超,那也是暂时的,因为真正好的品牌、好的产品是不会被淹没在市场浪潮中的。

随着人民生活水平的提高,消费者越来越注重产品的质量、性能、技术含量。家电企业需放平心态,把节能补贴当作一种政策导向,而不是一种争抢市场的工具。企业要做的是打造自己的核心竞争力,该生产节能产品的生产节能产品,该生产高端产品的生产高端产品,不被短期利益牵着鼻子跑,更不要太在意自己究竟在政策中分到了几杯羹。如果每个企业都抱着这种心态去发展,才是真正的把政策“用在了刀刃上”。

美的:不靠补贴靠创新

本报记者 李佳霖



美的集团董事长方洪波认为,家电补贴政策始于2008年国际金融危机时,当时确实帮助行业渡过了难关。但这些政策不宜长期实施,最终还是应该通过市场的力量促进行业发展,倒逼企业的转型升级,否则企业容易患上“补贴依赖症”。

美的集团国内市场部总监王金亮接受记者采访时说,“相对于关注补贴政策而言,企业更应该注重于提高企业的核心技术、产品品质、工业设计等自主创新的能力,真正提升全面参与市场的核心竞争力。”

王金亮介绍说,今年上半年,美的集团转型升级发展成效初显,通过组织结构调整、运营效率提升、坚持技术创新、产品力提升、精益制造等一系列项目推动,整体创新力得到较大提升,产品竞争力也得到明显增强。在空调、冰箱、洗衣机、微波炉、电饭煲、饮水机等产品领域,核心技术和产业链布局的竞争优势日益凸显,在新技术应用、新产品推出、产品结构改善、盈利能力提升等方面取得显著成果。

王金亮表示,未来3年,美的将着重提升科技自主创新能力,聚焦产品和品质,推动科技力、产品力、品牌力的整体提升。同时,美的也将以价值创造为导向,聚焦核心产业和产品,为消费者打造更多创新产品,满足消费者不断变化的消费需求。



中国人民大学校长陈雨露——

构建“大金融”发展体系



中国未来的发展将呈现出金融和实体经济紧密结合、现代科技和现代金融“双轮驱动”的新型经济发展模式

本报讯 记者陈颖、实习生徐俐君报道:“从长期的视角来看待金融和经济发展之间的关系可以发现,大国的金融崛起几乎总是与其经济崛起同步实现。对于中国而言,危机后的金融发展应该充分体现其战略定位,通过支持国家产业升级和经济转型,全面服务于国家经济和金融崛起的战略需要。”中国人民大学校长、央行货币委员会委员、著名金融学家陈雨露日前在中国人民大学重阳金融研究院发布题为《走向核心国家——中国的“大金融”战略与发展路径》研究报告。报告明确提出“中国应走向核心国家”和构建中国“大金融”宏观调控体系的观点。

如何用“大金融”思想构建新型的中国金融发展体系?陈雨露提出,中国金融的对内发展,一是构建高效而稳定的现代金融产业体系,二是实现金融和实体经济的有效结合。中国金融的对外发展,一是通过合理的“开放保护”和适度的国家控制,在确保宏观金融稳定的前提下,顺利实现资本账户的渐进开放;二是根据中国经济和金融发展的对外战略,结合资本账户开放和利率市场化改革的实际进程,积极稳妥地推进人民币的国际化,全面提升人民币在国际货币体系中的话语权。陈雨露强调说:“中国的金融发展路径应体现以下三个方面的战略定位:一是金融发展必须服务于经济增长和金融稳定,体现保障功能;二是金融发展必须服务于技术创新和产业升级,体现发展功能;三是金融发展必须服务于国家货币和金融产业的崛起,体现支撑功能。基于上述战略定位,中国未来的发展将呈现出金融和实体经济紧密结合、现代科技和现代金融‘双轮驱动’的新型经济发展模式。”

中国企业评价协会会长侯云春——

综合施治提升信用水平

本报北京5月28日讯 记者赵智钢报道:由商务部、中宣部、国资委等部委指导支持,央视网主办的2013中国信用企业网络展暨中国信用企业发布启动仪式及峰会今天在北京举行。

国务院发展研究中心原副主任、中国企业评价协会会长侯云春发表主旨演讲时提出“以信用助推中国经济跨上发展新台阶”。侯云春指出,目前我国经济增速不是简单的放缓,而是要求经济发展质量和效益有明显提高,这就需要依靠创新,依靠改革,其中一个很重要的方面就是要通过加强信用体系建设来实现。

提高企业信用水平,需要社会各界共同努力,内外兼修,综合施治。企业要加强自律,对消费者、对客户、对社会要有高度的责任感,要严格控制企业本身的失信行为和有可能造成失信的各个环节,真正把信用看作是企业的安身立命之本。在加强企业自律的同时,政府应加强信用监管,严格惩治企业失信行为,加大企业的失信成本。

侯云春指出,在过去经济高速增长时期,很多企业受外部利益的诱惑,在信用方面放松了管理。所以现在一定要加强诚信认识,创造一个企业必须加强信用、提高产品质量的客观环境。全社会应推崇诚实守信的行为,表彰诚实守信的企业,对一些失信的案例、行为进行监督,通过企业信用建设推动整个社会信用体系的形成,进而助推经济发展质量和效益的提高。



厨卫新品聚沪上



这是一家展商柜台展出的浴缸。5月28日,第18届中国(上海)国际厨房卫浴设施展会在上海新国际博览中心拉开帷幕。本届展会吸引了科勒、松霖等国内外众多知名品牌前来参展。 丁 丁撰(新华社发)