家电安全使用年限标准出台 行业新旧动能转换在即

2020年预计有近1.8亿台家电达限

提到家用电器,很多人都没有使用寿命的概念,认为家电是一种耐用设备。而实际上,超龄服役的老旧家电,不仅可能会出现能效降低、耗电增加等问题,甚至往往会伴有一些安全隐患,家电"寿命"问题应该得到用户的足够重视。

1月10日,中国家用电器协会在北京发布《家用电器安全使用年限》系列标准,明确了主要家电产品的"寿命"。标准中涵盖空调、冰箱、葡萄酒柜、洗衣机、干衣机、吸油烟机、燃气灶、电热水器六大品类八个产品。其中,空调、冰箱、酒柜安全使用年限为10年,洗衣机、干衣机、热水器、烟灶为8年。空调安全使用年限从生产日期计起,其余从销售日期计起。

安全使用年限不等于质保年限

中国家电协会理事长姜风表示,过去由于没有标准,人们对家电等耐用消费品没有"寿命"概念,导致大量家电超过10年仍在使用。家电"超期服役"时,不仅能耗显著提升,而且存在较大安全隐患。而《家用电器安全使用年限》系列标准的发布,意味着未来消费者与企业对于产品的使用年限都将有据可依。

数据显示,2018年我国主要家电产品的保有量已经突破20亿台。其中电冰箱4.4亿台、洗衣机4.3亿台、空调5.2亿台、热水器3.7亿台、吸油烟机2.5亿台。而据测算,2020年预计将有近1.8亿台家电,达到安全使用年限。

当然,并非是产品达到使用年限,就不能使用。而是指在家电产品达到使用年限之后,用户在使用中应足够重视,确保使用安全。另外,也有业内人士指出,安全使用年限是指,在设定的产品正常使用条件下,推算出来的确保使用安全的基本年限,是基于企业分析收集到的危险源、既往销售产品安全故障的统计和分析数据,以及一致的推算方法形成的行业共识,安全使用年限不等于产品的质保年限。

或将促进家电回收走向正轨

有业内人士表示,主要品类家电使用年限标准的出台,或许也将带动废旧家电回收行业走向正轨。

对于超过使用年限的废旧家电,消费者除了需要考虑如何选购新电器来"替换"之外,如何处理这些废旧家电也同样叫人困扰。

我们知道,废旧家电产品中,往往包含了许多玻璃、塑料、橡胶等可回收的资源,以及金银等贵重金属。如果能够进行科学规范的处理,不仅能加强再生资源的回收与利用,更能降低对环境的污染。

国家发改委的数据显示,目前我国正处于家电用电器报废的高峰期,每年报废的家电数量基本在1亿到1.2亿台左右,并且还以平均每年20%的数量持续增长,预计至2020年,每年废旧家电量将达到1.37亿台。

而随着各类家电产品销量逐渐稳定,家电市场趋于饱和,如今家电行业已进入存量替换市场,同时伴随家电"寿命"新标准的出台,可以预见未来待回收的废旧家电数量将持续增加。

但目前,我国的家电回收行业现状,却不容乐观。有调查结果显示,废旧家电能通过规渠道回收,实现环保拆解和再回收的比例仅占20%左右,八成左右的废旧家电则是被不规范拆解或者是通过翻新后进入二手市场。

随着家电使用年限明确,如何改善废旧家电回收行业混乱的现状将更显必要,行业亟待完善家电回收的监管,建立规范的废旧家电回收体系,让家电回收行业可以朝着健康良性的方向发展,同时让超期的废旧家电可以进入正轨的资源再利用渠道。

(中 家)

多个知名品牌电水壶召回

专家建议:应优先选择明示溶出物限值的产品

近日,国家市场监督管理总局官网公布产品召回信息,其中涉及多个知名品牌。本次召回范围内的电水壶,涉及问题包括:壶嘴可能存在锐利边缘,清洗过程中可能存在划伤皮肤的安全隐患;壶嘴防尘盖由于尺寸制造偏差,倒水时可能出现漏水现象,存在烫伤的安全隐患等问题。

面对市场上品牌不一、型号繁多的电水壶,消费者该如何挑选?不锈钢电水壶、恒温电水壶、陶瓷电水壶又有什么样的区别呢?安全使用电水壶应该注意哪些事项?

除氯功能受关注

笔者在多个电商平台搜索"电水壶"发现,网上热销的电水壶品牌、功能和价格都存在较大差异,既有功能单一的不锈钢电水壶,也有自带控制温度、电子显示的电水壶,还有拥有大容量、可拆洗和除氯功能的电水瓶。电水壶的价格也从几十元到几百元不等,而一些进口品牌的多功能电水壶的价格甚至达到几千元。

笔者了解发现,一般电热水壶分为塑料电水壶、不锈钢电水壶、陶瓷电水壶、恒温电水壶等种类。电水壶最早是以不锈钢家用电水壶为主,它具有水沸自动断电、干烧自动断电、过热自动断电等安全防护设置,而价格一般在几十元左右。还有外观精美细腻的陶瓷电水壶,最大的亮点是壶口设有过滤网,可以滤除杂质,陶瓷壶身更加健康环保,但笔者从各大电商平台发现,其价格也比不锈钢电水壶贵很多,一般在二三百元左右。随着消费者生活质量的提高,如今的电水壶有了更多的功能,比如恒温电水壶,在热水烧开后能够设置温度,保证饮用时水的温度。

值得一提的是,许多高端电水壶还有除氯功能。据了解,为了保证用水安全,生活里使用的自来水中会添加一定的氯来杀菌消毒,如今的消费者更加注重饮水安全,所以这一功能也成为消费者注重的方面。但是拥有除氯功能的电水壶价格比较高,已经超过了一千元,而拥有除氯功能的进口电水壶的价格甚至达到三四千元。

消费者更看重品牌

面对五花八门的电水壶消费者是如何选择的呢?笔者查看了几家电商平台的电水壶销量排名发现,大多数消费者选购的还是普通的不锈钢电水壶,价格在四十元到一百多元不等。并且消费者大多数喜欢选择知名度较高的品牌。"双12"刚刚购买了电水壶的张先生告诉笔者:"买这个电水壶就是为了在家喝热水方便,天气越来越冷了用这个电水壶烧热水快。"张先生购买的是一款国内知名品牌的电水壶,价格为79元,当问其为何选择这款热水壶是张先生表示"我在网上看了好多款,有好多品牌,我就平时烧热水用,也不需要其他功能,所以价格差不是太多。因为这个品牌知名度比较高,看评论说质量也还不错,正好赶上'双12'有活动才买的。"在几家知名品牌的旗舰店笔者看到,普通的不锈钢电水壶的月销量超过了一万件,有的型号甚至超过了十万件。

专家提醒:关注溶出物

在电热水壶品类越来越细分的情况下,消费者选购时需要注意哪些方面呢?

针对电水壶的选购问题,笔者采访了中国家用电器研究院副总工程师、测试计量技术研究所所长鲁建国。鲁建国提醒广大消费者:"购买电热水壶,首先电水壶的规格大小,根据需求来选用合适的产品。其次注意电水壶材质,现在市场上有像不锈钢、塑料、陶瓷等材料,第一是,看看有没有3C标志;第二是,要看能效标准;第三是,要看产品有没有卫生许可证和卫生检测报告,或者专业第三方机构出具的专业检测报告。选购电水壶的规格大小,根据需求来选用合适的产品。"他还建议消费者要着重查看产品的国家标准和行业标准,优先选购明示QB/T4984-2016《家用和类似用途电器溶出物限值和试验方法》行业标准的产品。

除此之外,消费者尽量不要选择价格太低的电水壶,这样的产品的材料和质量得不到保障。鲁建国告诉笔者"我们通过检测的发现,这些价格过低的电水壶,质量保证度并不高,特别是几十块钱的,在材料卫生安全方面也和正常价格产品存在较大差距。"

(暴梦川)

《家庭低碳生活与低碳消费行为调研报告》发现

广为接受的低碳消费行为发生在家电领域

1月13日,《家庭低碳生活与低碳消费行为调研报告》(下称"报告")发布暨座谈会在京举行。报告从衣、食、用、行等方面解析居民家庭低碳消费形态与低碳生活方式,剖析公众碳能力现状,探寻理想的低碳生活与消费模式。

本次调研在全国地级市以上城市抽选3500份生活人口样本进行定量调研,并在北京、杭州、海口、武汉四座城市进行了8场定性调研。

调研发现,在衣食住行各个领域,都不乏切实的低碳行为。最被广为接受的低碳消费行为发生在家用电器领域,表现为受访者对节能家电有着明显的购买偏好(在三个能效等级当中,选择一级能效的受访者占39%)、使用和处置过程中也有着具体的低碳行为。

总体来看,居家方面,公众采取低碳节能行为的意愿较高,内容也比较丰富。其中,意愿度最高的两个行为是用低碳方式使用家电,以及购买能效等级高的节能产品。

在个人的低碳影响力方面,受访者更倾向于通过从行动上潜移默化而不是说教来影响身边的人。从整体上来说,个人的低碳影响力仍有较大提升空间。

调查称,公众对于"低碳"这个名词的熟悉度和认同度都很高,谈及低碳生活的意义,41%的受访者认为低碳可以"减少浪费"、33%的人认为低碳有助于"可持续发展",32%认为它可以减少空气污染。

同时,也有33%的受访者提到低碳使自己的生活更健康,另有25%认为低碳使生活回归简单,让生活更愉悦。这体现了公众既能够从"责任"和"利他"的角度看待低碳行动,又开始建立"低碳"和"高品质生活"之间的关联。

"采取简约适度、绿色低碳的生活方式和消费方式,是环境责任也是生活智慧,既是利他的,又是利己的,是我们追求的可持续、高质量生活的应有之意。"能源基金会传播总监荆卉表示。

"在低碳生活与消费领域,如何促进公众从认知到行为的转化,媒体可以做得更多。"南方周末研究院秘书长孟登科说,"事实上,'低碳'能否变成热词,公众能否乐于进行低碳实践,社会各领域都可以做得更多,只有打好组合拳,'低碳'话题的研究、传播、影响才会持续下去。"

(中 新)

更新加快 功能完善 品类丰富

新需求"点燃"家电产业升级

如今,"网红"家电层出不穷,家电行业更新换代越来越快。破壁机、洗碗机、除螨仪等新产品走进家门,家电品类更丰富。洗衣机加上了烘干熨烫功能,电视机要选能上网的,冰箱配上了21寸触摸屏,家电功能更完善。

家电为何成为"网红"?背后体现出怎样的消费新趋势?新消费需求对产业发展带来了哪些影响?

消费升级为家电业创造新机会

一些传统家电注入新科技,升级换代成"网红"。近几年市场上受追捧的戴森吹风机就是其中之一。传统吹风机一两百元一个,戴森吹风机则要2000元以上。尽管价格高了许多,但其新型电机等一系列新技术带来的应用体验仍吸引了大量中国消费者。

对接越来越细化的消费需求,家电市场上新产品不断涌现。"养生壶"近两年火起来。不少人发现,想喝一碗美味又养生的炖汤或甜品,不需要跑到餐厅去,也不用大费周折守着厨房等几个小时,一款小家电就能提供。中国家用电器协会调研员黄敏接受采访时分析:"消费升级带来新的消费需求。随着生活水平的提高,人们开始追求更精致的生活,个性化需求随之产生,催生了家电产品的细分。新需求带动了产业供给,产业供给也刺激、创造了需求。"

国产品牌发力中高端

随着消费水平提升,国人对家电的品质要求也越来越高,但是国产品牌相应的高端产品尚未同步跟上。不过,这种情形正在悄然改变。

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表示:"过去,中国的产业升级与消费升级一定程度上是脱节的。中国更多的是把优质产品卖到国外,通过外部市场来带动国内的产业升级,却忽视了国内需求的升级。"

近年来,除了戴森等国际品牌在国内走红,北鼎、九阳等国产家电品牌也顺势而上,推出不少受到消费者热捧的新品,中国家电行业发生了新变化。

品类更丰富,功能更完善。除了冰箱、洗衣机、空调这类传统家电,壁挂式洗衣机、破壁料理机、除螨仪等新兴品类如雨后春笋般涌现,丰富了家电市场。家电产品还呈现出"多功能"的特点,摩飞多功能锅、九阳多功能豆浆机等受到消费者喜爱。

中高端产品份额不断提高。黄敏说:"以前,消费者买高端产品倾向于选择国际品牌,这种情况最近几年已经明显改变,国内品牌在许多产品的高端市场上居领先地位。"中怡康数据显示,2019年前三季度,万元以上的冰箱市场,海尔高端品牌卡萨帝零售额份额高达40.6%;滚筒洗衣机市场,仅海尔、小天鹅、美的3个品牌的合计零售额份额已超50%……国内品牌在高端市场的竞争力不断增强。

国际影响力越来越大。海尔收购新西兰斐雪派克、美国通用电气、意大利卡迪,美的收购日本东芝、德国库卡机器人公司……中国家电行业领军企业在海外布局的步伐加快,国际影响力也随之扩大。如今,海尔产品已经覆盖全球160多个国家和地区,近100%为自主品牌。

反向定制模式受欢迎

中央经济工作会议提出,要促进产业和消费"双升级"。在业内人士看来,家电作为消费市场的一大重要领域,正是产业和消费"双升级"的重要试验田。中国家电领域近年来兴起的反向定制模式,是消费升级带动产业升级最好的诠释。

以用户为中心的理念,正引领家电行业加速转型升级。黄敏介绍,现在很多家电企业一改过去单纯依靠问卷调查进行用户调研,采用大数据、人工智能、云计算等新技术深度洞察用户需求,并将用户体验纳入产品研发流程,让产品开发更有针对性,准确抉择用户需求。"海尔、美的、海信、方太等企业积极开展用户研究,建立了注重用户体验的研发管理体系和产品创新流程。"

中国轻工业联合会综合业务部副主任王旭华表示,过去10年的高速增长,将2018年家电市场规模推高至8104亿元。如此庞大的市场基数和几近饱和的居民保有量,决定了今后中国家电制造业在规模上的突破比较困难。但要看到,中国市场纵深大,承接力强,在各层级市场上,消费升级同时在进行。企业如果把功夫下在产品结构升级和消费体验上,对接消费者对美好生活的不断追求,未来空间很大。

一方面,下沉市场潜力巨大。随着"家电下乡"和"以旧换新"等措施的落地,农村及三四线城市家电市场逐步升级。下沉市场的消费者对家电的需求不再仅仅是能用、耐用、便宜,更好用、更节能、更智能的产品受到欢迎,为许多家电企业提供了大展身手的空间。

另一方面,一二线城市的消费者更看重新技术、高品质,也为一些家电企业走精品化、高端化路线创造了市场。黄敏说:"需求在不断更新,就看我们的产业能不能抓住机会。"

(徐佩玉)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局 多措并举开展"网剑行动"

为全面落实总局、市局2019网络市场监管行动(网剑行动)的工作要求,丰台区市场监管局围绕督促电子商务经营者履行法定责任、完善争议诉求解决机制、打击违法行为等方面取得了成效。一是评审电子商务经营者合法合规情况。多部门联合召开警示约谈会,围绕主体资格、广告宣传、公平竞争、消费者权益保护、电商经营者责任等多个维度评审丰台区8家电子商务经营者。二是在5家电商经营者建立争议在线解决机制。在平台首页显著位置明示客服联系方式、争议解决规则、消保维权信息等内容,明示赔偿先付、消费者权益保障金等快速处理承诺,全面落实经营者首问责任制。三是建立投诉预警高风险排查机制。根据投诉举报数据分析,严密排查互联网合同、广告、侵犯消费者合法权益、商品质量等电商平台被诉集中领域,建立健全线索通报、证据移转、案件协查机制。(毛军军)

普惠众康"双引擎"驱动大健康产业

近日,随着《众康·欢鹊医馆战略合作协议》签订、小岗村大福地中医药康养园奠基,拉开了普惠众康(广东)生物科技股份有限公司以"双引擎"驱动大健康产业的帷幕。

普惠众康是一家从事生物技术研发、生产和销售的大健康产业企业,拥有由中国、美国、瑞典等科研专家组成的博士团队,响应国家《健康中国2030》的规划,以"健康妥茶+田园康养+社区医馆"的产业模式为抓手,与中科院等研究机构共同打造引领健康产业的新思维。

2019年底,我国大健康产业规模达8.79万亿元,2020年有望达到10万亿元。随着国内消费结构不断升级和人们对生活质量的日益提高,健康产业已迎来快速发展的势头。2019年,该公司以高通量分子筛查技术,精选原料,再通过智能技术配伍而成,推出了妥妥茶系列康饮即:糖、心、睡、瘦、痛妥妥产品。未来五年公司将打造众康·欢鹊医馆和文旅康养田园综合体双引擎驱动的大健康产业集群。众康·欢鹊医馆是普惠众康战略投资线上线下相结合的智能社区医、疗联合体,它由该公司和北京欢鹊医馆合作创建,包含智医ABC、家庭医生、西医简疗、中医中药、居家养老五大服务所组成。

公司总裁吴尚澧介绍说:"健康产业已成为全球热点,继'信息网络'时代之后,将迎来"全民健康"的时代热潮。"

行业齐聚合川 共论中国医疗器械产业发展

2019年12月28日,"2019中国医疗器械质量发展高层论坛"在重庆市合川区举行。本届论坛由中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心、重庆市合川区人民政府、连力资本联合主办,上海仁心公益基金会协办。论坛邀请到了中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建,相关监管部门、权威专家和医疗器械龙头企业代表200余人与会,共同就医疗器械产业发展情况展开讨论。

资料显示,全球医药和医疗器械的消费比例约为1:0.7,发达国家已达到1:1.02,而我国为1:0.2。由此可见医疗器械产业有着巨大的发展空间。特别是在"健康中国"和人民健康需求日益强烈的大背景下,我国医疗器械产业迎来了前所未有的重要战略发展机遇。

为了推动我国医疗器械的创新,国家专门制定了医疗器械科技产业专项规划,按照政府推进和市场机制相结合、系统布局和重点突破相结合、当前急需和未来发展相结合、创新驱动和需求拉动相结合以及立足国内与面向国际相结合,对医疗器械科技创新予以大力支持。重庆市合川区在鼓励医疗器械创新、推动行业发展方面表现突出。其所建立的医疗器械创新园区集中多重优势资源,成为一个以医疗器械为主的产业集群,形成立足于辐射西南的具有区域特色的医疗器械产业生态园,并在发展中进一步提升成为辐射全国的高科技医疗器械园区。