2018 年 7 月 31 日 星期二 周口晚报
组版编辑 关秋丽 E-mail/zkrbjyb@126.com

绿色消费激发环保“生意经”

节能减排政策推出将近 3 年，消费者在政策、市场的双重引导下，已经逐渐养成绿色消费习惯，对节电节水产品青睐有加。生产企业也在消费趋势的带领下，将研发和生产更多绿色环保产品，从而带动整个产业转型升级。

高能效空调销量大增

高温难耐，空调成为降温必备电器。进入苏宁易购家电卖场，与其他销售区域相比，空调专区的顾客更多。记者在卖场调查发现，空调专区的销售人员在向顾客介绍时，更多推荐一级能效产品，“一级能效空调更省电”“您之前买过一级能效或二级能效的空调吗？第一次购买还能享受节能减排商品补贴”。

苏宁易购统计数据显示，入夏以来，苏宁易购北京地区的一级能效、二级能效空调销售在总销售中占比 85%。购买量的增长让空调安装到达旺季，苏宁易购与美的、海尔等各大品牌联合斥资 4 亿元，补贴一线工程师。根据空调机型，每安装一台空调，工程师可获得 30~50 元、最高 150 元的额外补贴。

相比之下，2015 年同一时期数据显示，苏宁易购北京地区的一级能效、二级能效空调销售在总销售中占比为 60%。3 年间，一级能效、二级能效空调的销售占比增长 25 个百分点。除此之外，一位空调销售人员向记者透露，中高档变频空调占空调总销量的 70%以上，因为多数变频空调相对来说更省电。

家庭节能效果明显

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享受补贴优惠，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，2016 年 8 月 3 日后新增了家用燃气灶具、微波炉、淋浴器三类商品。这 12 类产品基本涵盖了家庭日常所用的所有家电家居产品。

家用电耗主要集中在家庭照明、家用大小电器上，而用水量则相对均匀地分布在冲厕、洗衣、厨房、洗浴等方面。一户普通家庭的用电和用水设备全部更换为节能节水设备后，将产生明显变化。

记者粗略计算，一台 1.5 匹的一级能效定频空调功率是 800 瓦，三级能效定频空调功率约为 1000 瓦，同等情况下，如果按照一个夏季使用 60 天、一天使用 8 小时计算，那么一个夏季一级能效空调比三级能效空调可以节省约 48 元。事实上，按照家庭计算，基本每家使用 2~3 台空调，每年空调使用基本延续 3 个月，在三伏天，每天使用的时间也将超过 12 个小时，这样的话，每年夏天仅空调一项节省的电费就有几百元钱。

除去空调，冰箱是家里用电量最多的电器。同样 268 升的家用电冰箱，能效为一级的要比五级的每天节省约 0.7 度电，每年可以节省约 260 度电；同样 1.5 匹的空调，一级产品与五级产品相比，每年大约节约电费 200~300 元左右（以年制冷时间 500 小时计）。而购买一级产品比五级产品需要多支付 700 元左右，这样最多 3 年便可收回初期增加的成本，而在空调的 12 年使用寿命期间，至少可节约电费 2000 元。

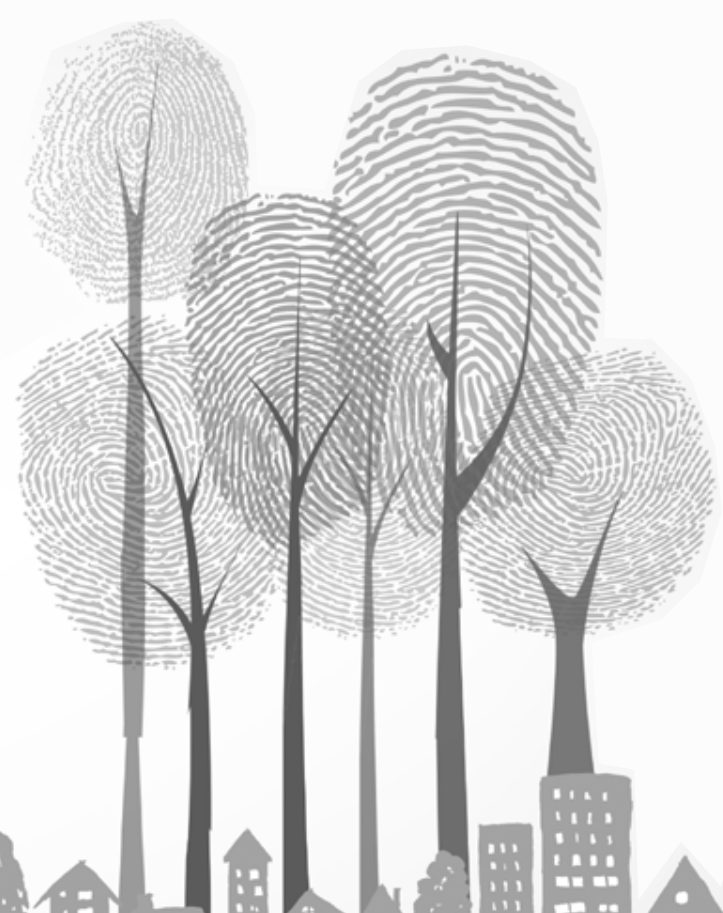
对面盆、菜盆水龙头换装节水型器具前后的出水量进行测算，可以看到，由换装前的 7.56 升/分钟(0.126 升/秒)下降到换装后的 5.81 升/分钟(0.097 升/秒)，节水量达到 1.75 升/分钟，节水比率为 23.15%。面盆水龙头年节水约 2.3 立方米，厨房水龙头年节水 3.45 立方米。

对手持花洒换装前后的出水量进行测算，换装前后每分钟出水量由 6.36 升(0.106 升/秒)下降为 5.08 升(0.085 升/秒)，节水量达到 1.28 升/分钟，节水比率为 20.12%，年节水量约 6 立方米。每套节水型坐便器每次冲厕节水量 4 升，年节水量 8.8 立方米。

消费升级倒逼供给变革

节能减排政策出台将近 3 年，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，带动人们更换绿色环保、节能减排商品，对节能减排起到了积极的推动作用。作为销售企业，在选择商品布局时，也多会选择节能商品，从而促进产业转型升级。

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前两年，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 万户居民一年的用电量，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 个家庭一年的用水量。

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投放力度。对于企业来说，随着消费者对一级能效产品需求的增加，企业也为节能减排产品的研发投入更多资金，家电消费正在形成一个有效的绿色循环，企业生产规模的增长使得企业研发成本得到有效控制。节能减排政策也引导消费者更加理智消费，不只是看价格，更多是看性能。对于品牌厂商来说，也是不断实现产业升级的过程，可以淘汰一大批研发能力、生产能力方面达不到节能减排要求的企业。

对家电卖场来讲，也从多年前的低价、高能耗产品占主流地位，到如今高能效产品占据卖场核心位置。苏宁易购北京联想桥云店在店内中心位置建立了节能产品体验专区，据工作人员介绍，无论从哪个方位进入卖场，中心位置的节能产品体验专区是每一位消费者的必经之地。门店将节能产品安置在不同功能的空间进行搭配，让消费者在场景中体会节能产品所带来的直观触感。节能产品体验专区通过模拟家的场景，实物展出居民实际生活中使用的节能产品，不断优化场景的同时，也以实际功能为日常生活舒适性加分。同时，家电、家居卖场的销售人员变身环保理念宣传者，对于不同等级能效的节能数字了然于胸。**（据《北京商报》）**