

2011年6月1日，被称作拉动我国家电市场发展的“三驾马车”之一——节能空调优惠政策终止，不出意外，另外“两驾马车”——“家电下乡”和家电“以旧换新”政策也将分别于11月30日和12月30日结束。成功走出金融危机阴影的中国家电行业，正面临着三项消费鼓励政策一起退出的局面。

如果说近两年家电市场的火爆是名副其实的“政策市场”，那么当“后补贴时代”来临时，临沂家电市场又将经历怎样的变数？

○链接

家电下乡大事记：

2007年12月1日，国家在山东、河南、四川、青岛三省一市进行了家电下乡试点，对彩电、冰箱（含冰柜）、手机三大类产品给予产品销售价格13%的财政资金补贴。

2008年12月1日，“家电下乡”实施范围扩大到14个省市，新增洗衣机为“家电下乡”产品，临沂259个“家电下乡”销售网点完成备案，“家电下乡”全面展开。

2009年2月1日，“家电下乡”新增摩托车、电脑、热水器（含太阳能、燃气、电力类）和空调4类产品。

2010年4月1日，临沂“家电下乡”销售网点实行“代办申领并垫付”方式，“家电下乡”实现直补，家电下乡销售网点增至1300家。

家电以旧换新大事记：

2009年6月1日，家电“以旧换新”在山东等9个省市开始试点，时间暂定为一年。市民购买冰箱、电视机、空调、洗衣机、电脑，可以享受10%的补贴。

2009年9月25日，临沂家电“以旧换新”启动，全市共设812个旧家电指定回收、销售网点。

2010年6月1日，家电“以旧换新”在全国范围内开展，推广实施期延长至2011年12月31日。



“后补贴时代”来临

临沂家电如何救场

文/片 本报记者 邵琳 王逸群

“家电下乡”补贴停办，厂商联手推促销新品

国庆节后，临沂各大家电卖场提前停止办理“家电下乡”补贴业务。与此同时，各家电品牌不约而同地在国庆节期间推出了各种新产品，而家电卖场的销售人员也都用同样的话来宽慰顾客：“部分刚上的新品价格很优惠，和享受补贴差不多。”

金鹰家电商场旗舰店经理李先刚认为，价格战将继续成为“后补贴时代”家电卖

场的竞争利器。他说，这些“更新换代的非下乡家电”，是不少家电生产企业为抢占“无补贴时代”市场份额采取的措施之一。

海信品牌临沂分公司相关负责人乔经理表示，按照以前的销售方案，新产品将会在家电下乡政策终止后上市，而之所以提前两个月上市，主要是考虑到要逐渐给消费者提供一个心理上的

“过渡期”，在未来1-2个月内，厂家将和家电商场联手推出部分促销产品，让市民逐步接受“无补贴”之后的产品价格。

“产品的促销价格，实际上和市民享受补贴之后的价格差不多。”乔经理表示，考虑到企业生产成本等因素，促销优惠只适用于少量的产品型号。

在金鹰美乐家电商场成

才路店经理秦雪强看来，“家电下乡”政策更深远的意义，在于促进了业界一线品牌向三四级市场延伸。国家扶持政策趋于收紧，让家电企业的今后走向备受关注，政策的取消必定掀起国内家电行业的大洗牌。

4年的“家电下乡”政策，让海尔、美的等一线品牌的销售渠道延伸至三四

级农村市场，也促使了农村消费者品牌意识的逐渐觉醒，随着补贴政策的取消，大品牌与小品牌重新回到了同一竞争平台，而占“家电下乡”中标产品半数以上的二三线品牌，在失去政府补贴这一强有力的支持后，很可能将让出原本占有的市场份额，通过各种渠道被大品牌“收编”。

“该买的还得买”，家电商场持乐观态度

“无论从哪一角度上来说，‘家电下乡’和‘以旧换新’政策的确拉动了市场消费，促成了农村消费市场的集中爆发。”金鹰家电商场旗舰店经理李先刚说。

那么，补贴政策的取消会对家电销售量造成多大的影响？原本火爆的市场会

归于平静吗？李先刚认为，补贴政策到期后，家电销售量不会像外界预想的那样出现大幅下滑，“农民不会因为计较200多块钱就不买家电了，该买的还得买。”

李先刚认为，没有了国家补贴政策，家电销售市场

的走向将主要取决于家电生产企业的定价机制、促销力度等主观因素，具体的影响大约需要半年的时间才能真正显现。

金鹰美乐家电商场成才路店经理秦雪强也乐观地认为，临沂家电消费市场的潜力还是非常大的，从卖场的

销售情况看，家电下乡产品的销量仅占销售份额的1/3左右，而随着家电更新换代节奏的加快以及人们消费需求的提高，“后补贴时代”的家电市场一定不会冷场。

秦雪强认为，无论是“家电下乡”还是“以旧换新”，都是国家为了激活消费市场而

出台的临时性优惠政策，早晚会终结的一天。但是他分析，即使终结也不过是政策的临时性终结，为了进一步繁荣消费市场，国家必然还会陆续推出相关的政策，而家电企业要做的，就是在这段政策“空白期”间保持正常的市场竞争秩序。

拆解企业非常担忧，期盼后续政策尽快出台

相较商场对于“家电下乡”终止的淡定态度，拆解企业对于“以旧换新”政策终止可能产生的影响，则表现出了较大的担忧。

10月16日，在临沂废旧家电拆解资质企业——山东中绿再生资源有限公司的门口，摆满了从各地运来的等待拆解的废旧家电，在这里可以找到上世纪70

年代的14寸黑白电视，布满灰尘的老式单缸洗衣机，以及可以称得上“古董”的286、386台式电脑，这些废旧家电经过专业的流水线式拆解后，将变成可以再利用的铝、铜、塑料等原料。

中绿公司常务副总经

启动的第二年。

“前段时间国庆节促销力度大，使得现在每天回收量飙升到1万台左右，可以说是政策喂饱了我们的‘肚子’。”许来永说。

对于中绿公司这样与国

家政策有着直接联系的企

业来说，最盼望的就是国家尽

快出台相应的后续政策。

随着“以旧换新”政策深

入人心，目前市场上超过90%的废旧家电都流向了正规拆解企业，而一旦失去政府的财政支持，类似中绿这样的企业或许将重蹈3年前的覆辙：回收价格降低，回收拆解量下降，产能闲置……

这让许来永感到非常头疼，他预计2012年企业回收量将下滑到50万台。

而更让许来永感到担

忧的是，“以旧换新”政策终结意味着家电回收拆解的“杂牌军”又将卷土重来，而相当一部分已经超龄服役的废旧家电很可能重新流入市场，必将成为环保、安全方面的重大隐患。

“距离‘以旧换新’终止的日期越来越近，我们迫切盼望新的政策能早日落地。”许来永说。

○背景资料

补贴政策带来的“繁荣”

河东区居民赵景祥2010年总共添置了3件新家电——1499元的三开门冰箱、850元的全自动洗衣机和2800元的液晶彩电，通过“家电下乡”政策，他总共拿到了670元的补贴。“这600多元钱在城里人看来，可能不算什么，但是对于我

们家来说，相当于一个月三分之一的收入。”赵景祥说。

赵景祥只是“家电下乡”受益者中的一个个例，在临沂，超过30万户像他一样的农村家庭享受到了这项政策带来的实实在在的优惠。

临沂市商务局的统计数

据显示：自2007年12月1日

家电下乡政策实施以来，截至今年9月30日，全市累计销售家电下乡产品199.38万件，累计销售额46.5亿元，补贴金额4.8亿元。

同样，家电“以旧换新”政策也为相关市场注入了活力。

在家电“以旧换新”政策

实施之前，废旧家电大多通过穿行在大街小巷的废品收购商流向了二手市场和小型家庭式拆解作坊，而像中绿公司这样的拆解“正规军”，因为在回收价格上不占优势，处于严重的产能闲置状态。而“以旧换新”政策实施之后，由于国家给予10%的

补贴，消费者更愿意把废旧家电交给生产企业或商场。

从中绿公司的拆解量中，“以旧换新”政策对市场的激活作用可见一斑。2010年，公司的年拆解量由之前的20万台猛增到130万台，而今年截至9月底，拆解总量已经达到182万台。



中绿再生资源有限公司的拆解车间。