



平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机节能产 品惠民工程实施细则研究

**Research on Implementation Regulation of State Subsidy
Program for Flat-panel TVs, Household Refrigerators, and
Electric Washers**

技术支持报告

中国标准化研究院

二零一三年六月

课题组成员

课题负责人

彭妍妍 助理研究员 中国标准化研究院资环分院

师剑军 工程师 中国标准化研究院资环分院

课题组成员

李爱仙 常务副院长 中国标准化研究院资环分院

王若虹 副院长 中国标准化研究院资环分院

张 新 副研究员 中国标准化研究院资环分院

夏玉娟 副研究员 中国标准化研究院资环分院

曹 宁 副研究员 中国标准化研究院资环分院

张少君 高级工程师 中国标准化研究院资环分院

成建宏 研究员 中国标准化研究院资环分院

陈海红 研究员 中国标准化研究院资环分院

吕秋生 工程师 中国标准化研究院资环分院

李 娜 工程师 中国标准化研究院资环分院

贺婷婷 工程师 中国标准化研究院资环分院

戴世龙 高级工程师 中国制冷协会

曲宗峰 高级工程师 中国家用电器研究院

柳荣贵 高级工程师 广州威凯检测技术研究院

姜卫红 高级工程师 国家计算机监督检验中心

尊敬的美国能源基金会中国可持续能源项目办：

根据项目合同（合同编号 G-1205-16183）中任务书的要求，我院按照项目实施计划书完成全部工作内容，项目成果达到预期目标，执行情况良好。现提交项目执行总结报告和项目技术总报告。

本报告主要包括：项目目标、项目实施情况、项目成果产出、项目经费支出与配套资金投入情况、项目实施产生的效益及项目实施经验与建议。

中国标准化研究院

二〇一三年六月

目 录

目 录.....	I
摘 要.....	III
项目执行总结报告.....	- 1 -
一、项目背景.....	- 1 -
二、项目目标.....	- 4 -
三、项目执行总结.....	- 5 -
(一) 工作方法	- 5 -
(二) 项目团队及任务分配	- 5 -
(三) 项目开展的主要工作内容	- 6 -
(四) 项目工作时间安排.....	- 8 -
(五) 项目成果	- 9 -
四、项目产生的作用和意义	- 10 -
五、项目财务收支总结	- 10 -
(一) 项目主要费用	- 10 -
(二) 配套资金使用情况.....	- 11 -
项目技术总报告.....	- 12 -
一、综述.....	- 12 -
(一) 项目背景	- 12 -

(二) 研究范围与研究内容	- 13 -
(三) 技术路线	- 14 -
(四) 项目成果	- 15 -
二、国内外节能产品财政激励政策研究	- 16 -
(一) 世界主要国家节能产品财政激励政策实施情况	- 16 -
(二) 我国目前用能产品财政补贴政策实施情况	- 23 -
三、研究内容.....	- 37 -
(一) 三类目标产品市场和能效状况以及能效标准、标识实施情况	- 37 -
(二) 三类产品实施“节能产品惠民工程”可行性分析和政策影响预测	- 43 -
(三) 确定三类产品财政补贴推广基本思路和框架	- 46 -
(四) 研究起草三类产品“节能产品惠民工程”财政补贴推广实施细则草案	- 51 -
(五) 政策评估	- 59 -
四、主要结论.....	- 62 -
五、政策建议.....	- 63 -
附件 1：节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则	- 65 -
附件 2：节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则	- 78 -
附件 3：节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则	- 94 -
附件 4：工业和信息化部 财政部 发展改革委 商务部关于印发《节能产品惠民工程推广信息监管实施方案》的通知	- 108 -

摘 要

节能产品惠民工程自 2009 年实施以来，推广近 7000 台（千瓦）产品，拉动消费 5800 亿元，节电 700 多亿千瓦时，折合 3151 万吨标准煤，政策效应突显，取得生产者得市场、消费者得实惠、全社会节能减排的显著效果。“节能产品惠民工程”培育和形成了高效节能产品消费市场，促进了产业结构升级和技术进步，而且让普通消费者得到了“价格下降、节电省钱、生活质量提高”等多重惠民效果。

基于“十一五”期间取得的成效和经验，同时为贯彻落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》和《“十二五”节能减排综合性工作方案》（国发[2011]26 号）的精神，根据国务院第 203 次常务会议的最新指示，进一步发挥财政激励政策在节能减排工作中的突出作用，受美国能源基金会中国可持续项目支持，中国标准化研究院申请了《平板电视、家用电冰箱和家用洗衣机节能产品惠民工程实施细则研究》项目。

本报告从项目执行情况及项目技术研究工作两方面汇报项目整体实施情况。从项目背景、目标、总结及财务四方面小结项目执行情况；通过调研分析国内外节能产品财政激励相关政策、深入总结我国节能产品惠民工程成效和问题、分析三类目标产品市场情况和能效标识实施情况的调查研究以及实施节能产品惠民工程的可行性分析和政策影响预测，制定完成了平板电视、家用电冰箱和家用洗衣机三类产品的财政补助推广实施细则。根据国家关于节能产品惠民工程政策

的总体安排，该三类产品实施细则已被国家主管部门采纳并顺利实施，推广期限为 2012 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日。

项目执行总结报告

一、项目背景

国际金融危机后,世界经济逐渐复苏,发展中国家经济持续增长,全球能源资源矛盾日益突出,石油等能源资源价格维持高位运行。同时,随着全球二氧化碳排放增加,各国应对气候变化博弈更加激烈,温室气体减排压力增加,碳排放强度降低目标客观上对节能工作形成“倒逼”形势。再有,随着国际竞争日益激烈,各国投资和贸易保护主义进一步抬头,国际贸易面临绿色壁垒,必须以高效、节能、低碳为突破口培育新的贸易竞争优势。

节能减排作为我国的基本国策,是一项长期而紧迫的艰巨任务,是坚持科学发展观,转变经济发展方式、提高发展质量的重要途径;是关系到人民群众切身利益和中华民族生存发展的重大问题。

“十二五”时期,我国仍处于工业化、城镇化加快发展阶段,发展中不平衡、不协调、不可持续的问题将更加突出,特别是能源资源消耗量刚性增长,资源环境约束日趋强化。世界各国围绕气候变化、能源安全等全球性问题的博弈更加激烈,面临的减排压力越来越大。国际金融危机影响深远,科技创新孕育新的突破,绿色、低碳发展是个大趋势。“十二五”时期,我国将在更为庞大的经济规模基础上、在更为复杂的国内外环境下,实现又好又快发展,必须以节能减排为重点,发展绿色经济、低碳技术,加快构建资源节约、环境友好的生

产方式和消费模式，才能破解经济增长与资源环境的矛盾，实现可持续发展。

2011年3月，第十一届全国人民代表大会第四次会议审议通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》明确提出今后五年资源节约环境保护成效显著的目标，包括：“非化石能源占一次能源消费比重达到11.4%。单位国内生产总值能源消耗降低16%，单位国内生产总值二氧化碳排放降低17%。主要污染物排放总量显著减小，化学需氧量、二氧化硫排放分别减少8%，氨、氮、氮氧化物排放分别减少10%。”可见，“十二五”期间节能减排面临着更为严峻的形势，目标的实现需要付出更大的努力。

用能产品作为介于能源供给侧与能源需求侧用户之间的转化利用工具，其自身固有的能效使得用户对能源的实际需求在能源供给侧被放大，产生无效耗能。提高用能产品能效，减小“放大”的无效能耗，尤其在当前我国能源供应以煤为主的情况下，是实现节能减排目标的重要手段。在国内外节能减排新形势下，我国“十一五”以来提出了一揽子提高用能产品能效效率的政策措施。

根据《国务院关于加强节能工作的决定》（国发[2006]28号）和《国务院关于进一步加强对节油节电工作的通知》（国发[2008]23号），为推广高效节能产品，提升产品整体能效水平，有效拉动消费，促进技术进步，2009年6月，国家发展改革委、财政部组织实施了“节能产品惠民工程”，通过财政补贴方式推广高效节能产品。与政策实施相协调，通过不断完善能效标准标识体系和节能监管体系，发挥它

们对高效节能产品市场消费的引导和监督，积极构建有利于高效节能产品推广的长效机制。2010年，为落实《国务院关于进一步加大工作力度确保实现“十一五”节能减排目标的通知》提出的“继续实施‘节能产品惠民工程’，在加大高效节能空调推广的基础上，全面推广节能汽车、节能电机等产品”的要求，进一步扩大政策效果，国家发展改革委、财政部等有关部门将高效节能空调推广财政补贴政策延长一年，并对高效电机和节能汽车进行了财政补贴推广。

2012年5月，国务院第203次常务会议，研究了促进节能家电等产品消费的政策措施，并决定安排财政补贴265亿元，启动推广符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器，推广期限暂定1年；安排22亿元支持推广节能灯和LED灯；安排60亿元支持推广1.6升及以下排量节能汽车；安排16亿元支持推广高效电机。2012年8月，为更好地应对经济形势变化，更大程度发挥政策效应，国务院再次加大节能惠民实施力度，将台式计算机、单元式空调、风机、水泵、压缩机和变压器等6类产品纳入财政补贴推广范围，计划增加财政补贴资金140亿元。

实施“节能产品惠民工程”，以财政补助为纽带，消除了高效节能产品推广的市场障碍，促进了节能减排，推动了市场技术升级和行业市场发展，加快技术标准升级，成为了国家“保增长、调结构、促内需”一揽子政策措施中的一大亮点。为此，中国标准化研究院特申请《平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机节能产品惠民工程财政补贴推广实施细则研究》，旨在研究制定平板电视、家用电冰箱和电动洗

衣机三类目标用能产品的财政补助推广实施细则，扩大政策产品实施范围，加大实施效果。

美国能源基金会中国可持续能源项目长期致力于推动中国相关领域节能减排工作，对推动我国相关单位开展节能减排工作，支持国家和地方有关政策制定和实施，促进提高我国经济生产力，减少温室气体排放，改善全球环境等方面发挥了重要作用。中国可持续能源项目为我国节能产品财政激励政策的研究和实施发挥了重要作用。

二、项目目标

综合分析我国平板电视等三类终端用能产品能效水平情况、产品能效标准标识实施情况，深入调研我国平板电视等三类终端用能产品市场现状，包括类型、产量、销量、进出口量、能效水平、销售价格、使用习惯以及主要节能技术等。

结合国务院常务会议提出的战略指示，与国家发展改革委、财政部、工业和信息化部等政府部分充分沟通，提出平板电视、家用电冰箱和家用洗衣机三类节能产品财政补贴推广实施细则（草稿），确定产品实施范围、财政补贴标准、补贴资金申报和领取程序、财政补贴标识的加施等内容。

三、项目执行总结

（一）工作方法

1. 科学的项目管理

科学的项目管理是成功完成该项目的保障。挑选既有丰富项目组织协调经验、又有较强的节能政策研究和管理经验的精干人员组成项目执行小组；制定科学、合理的项目研究和执行计划；确定项目具体负责人，负责项目的协调和全面管理，明确各项任务分工和执行时间要求。

2. 强用力的专家指导

邀请相关主管部门领导和长期从事相关领域管理和研究任务的专家，组成项目专家指导小组，在项目实施过程中给予项目执行工作小组政策和技术监督，提供全方位的技术和政策支持。

3. 详尽的工作计划

项目实施前，根据任务要求，制定详尽的工作计划和任务时间进度表，明确任务分工、时间进度、各任务负责人等。项目执行工作小组严格按照工作计划要求，按时、按质完成各项工作。

（二）项目团队及任务分配

成立项目执行领导小组和项目执行工作小组，将项目各项任务详细分解落实，并制定具体实施计划。项目执行领导小组每月对项目的执行情况进行督促检查，每3个月对项目执行情况进行评估，并根据

实际情况局部调整实施计划。

项目执行领导小组组长：李爱仙 中国标准化研究院资环分院
常务副院长

项目执行领导小组成员：张新 中国标准化研究院资环分院 副
院长；成建宏 中国标准化研究院资环分院 研究员

项目执行小组负责人：师建军 项目总负责人

项目执行小组成员：

师建军：负责制定项目检测及评估计划；协助起草财政补助推广
实施细则；负责任务分解，总体协调和组织工作；

李爱仙：负责对项目执行情况进行监督；

王若虹：负责对财政补助资金管理暂行办法、实施细则等文件的
监督和审核；

成建宏：负责起草家用电冰箱和电动洗衣机财政补助资金管理暂
行办法；

张新、陈海红：负责起草平板电视财政补助资金管理暂行办法；

曹宁、张少君：负责开展国内外节能产品财政激励优惠政策；

彭妍妍、夏玉娟：负责开展高效节能产品市场情况调研；

其他人员负责协助项目执行小组成员开展相关工作。

（三）项目开展的主要工作内容

1. 制定项目的监测与评估计划

制定合理的项目监测及评估计划，明确项目实施各个阶段的工作

内容和评估标准，为项目顺利实施提供坚实保障。

2. 全面调研世界主要国家有关节能产品的财政激励尤其是补贴推广政策设计思路、体系框架和实施情况，并进行归纳分析，总结成功经验和失败教训；

3. 深入系统分析我国节能产品惠民工程体系框架、组织管理和运行机制，总结成效、归纳问题，提出下一步完善建议；

4. 调研分析平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机发展现状，包括行业、市场、产品能效水平、技术现状和发展趋势以及能效标准标识实施情况；

5. 开展平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机实施“节能产品惠民工程”可行性分析和政策影响预测分析；

6. 确定平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机实施惠民工程的基本思路和框架；

7. 研究起草三类产品惠民工程实施细则草案，确定三类目标产品财政补贴推广产品范围及要求、推广企业条件、推广期限、推广补贴标准、推广资格申请、补贴资金申请和拨付、标识的加施共七个方面的内容；

8. 研究政策评估方案，给出保证政策后续顺利推广、有效实施的政策建议。

9. 制定三类目标产品财政补贴推广具体内容。

(四) 项目工作时间安排

项目执行日期：2012.6.1-2013.5.30

编号	活动	活动内容	时间
1	调研国内外节能产品财政激励政策实施情况	对美国、澳大利亚、韩国等典型国家的节能产品补贴推广政策设计思路、体系框架和实施情况进行案例研究和比较分析，总结成功经验、最佳实践及对本项目研究的启示	2012.6.1-2012.7.30
2	深入系统分析我国节能产品惠民工程成效和问题	涉及体系框架设计、组织管理和运行机制各方面情况；在分析提炼基础上给出完善建议	2012.6.1-2012.7.30
3	调研平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机市场和能效状况以及能效标准和标识实施情况	包括行业现状、产品类型、产量、内销量、进出口量、能效等级情况、零售价格、使用习惯、主要节能技术发展情况、能效标准标识实施情况等	2012.8.1-2012.10.30
4	开展三类产品实施“节能产品惠民工程”可行性分析和政策影响预测	可行性分析涉及行业基础、节能潜力、补贴可操作性和成本效益等；政策影响预测涉及财政资金投入量、经济效益、节能减排效益、社会意识培育等	2012.11.1-2012.12.30
5	确定目标用能产品财政补贴推广基本思路和框架	创新推广实施机制，确定补贴原则、模式以及各相关方角色和职责	2013.1.1-2013.1.30
6	研究起草三类产品节能产品惠民工程财政补贴推广实施细则草案	确定补贴对象、补贴方式、补贴标准、设定推广企业和推广产品申请财政补贴的条件、补贴资金申请及拨付流程、监督管理等	2013.2.1-2013.4.30

7	研究政策中期评估，调整思路和初步方案，给出保证政策后续顺利实施的政策建议	初步确定评估开展思路、模式和可能评价指标，给出监督检查、宣传推广等配套政策建议	2013. 5. 1-2013. 5. 30
8	项目总结	项目进展情况、主要结论和成果、资金使用情况	2013. 6. 1-2013. 6. 30

（五）项目成果

1. 国内外节能产品财政激励政策研究报告（包含在本技术支持报告中）

2. 我国节能产品惠民工程成效和问题研究报告（包含在本技术支持报告中）

3. 平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机市场和能效状况以及能效标准和标识实施情况分析报告（包含在本技术支持报告中）

4. 三类产品实施“节能产品惠民工程”可行性分析和政策影响预测分析报告（包含在本技术支持报告中）

5. 《节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则》（草稿）

6. 《节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则》（草稿）

7. 《节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则》（草稿）

8. 高效节能产品推广实施政策建议（包含在本技术支持报告中）

四、项目产生的作用和意义

项目实施有以下三方面重要意义：

第一，美国能源基金会长期致力于全球节能事业的推动，对于中国节能减排工作给予了诸多支持和帮助。本项目作为国家重要节能政策措施的技术支撑性研究，将为高效节能产品在中国的推广奠定坚实基础。项目的实施充分体现了能源基金会对中国节能领域的关注和对中国节能事业的巨大帮助。

第二，本项目研究将为我国节能主管部门进一步扩大“节能产品惠民工程”实施范围，巩固和扩大政策实施效果，为规划政策继续有效实施相关工作提供决策依据。

第三，本项目成果的后续实施将大力推广高效节能平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机。经测算，按节能产品惠民工程实施细则执行推广1500万台平板电视、1600万台电冰箱和1250万台洗衣机计算，分别拉动内需约547亿元、438亿元和287亿元，分别实现节电约15亿度电、18亿度电和19亿度电。

五、项目财务收支总结

（一）项目主要费用

项目计划投入资金合计为 120,000 美元。中国标准化研究院按照项目合同要求，严格按照项目活动实施方案和经费预算使用经费，实际支出经费合计 120,000 美元，经费使用率为 100%。具体情况如下：

单位：美元

序号	条目	预算费用（美元）	实际使用经费
	合计	120,000	120,000
1	人员劳务费	55,600	55,600
2	专家咨询费	25,000	26,300
3	会议费	14,550	14,750
4	差旅费	9,050	9,090
5	宣传教育费	2,800	2,750
6	印刷出版费	5,000	5,050
7	项目管理费	6,000	6,460
8	不可预知费用	2,000	0

（二）配套资金使用情况

本项目无配套资金支持。

项目技术总报告

一、综述

（一）项目背景

为应对能源供应紧张，实现可持续发展，世界各国采取多项措施节约能源、提高能效。我国政府在“十五”规划《纲要》中明确提出“政府管理和监督节能工作的重点从工作过程转移到终端用能产品上来，把好市场准入关，从源头上提高能源效率，推广先进，淘汰落后”。“十一五”规划《纲要》提出“落实节约资源和保护环境基本国策”，“坚持开发节约并重、节约优先”，“鼓励生产使用高效节能产品”，实施十大节能重点工程，推广高效节电照明系统，“十二五”规划《纲要》提出“树立绿色、低碳发展理念，以节能减排为重点，健全激励与约束机制，加快构建资源节约、环境友好的生产方式和消费模式”，实施“节能产品惠民工程”等节能重点工程，“加大对高效节能家电、汽车、电机、照明产品等的补贴推广力度，扩大实施范围”。由此可见，国家始终将提高用能产品能效水平，推广高效节能产品放在重要位置。

虽然推广高效节能产品，提高产品能效水平和市场份额已成为世界各国实现节能减排目标的重要措施，然而，长久以来针对如何更有效地推广高效节能产品还存在很多问题。例如，推广高效节能产品存在产品初始投资大、市场不规范、社会认知度低等市场障碍。另外，我国用能产品市场整体节能技术水平比较落后，大量核心技术和关键零配件依赖进口。因此，在我国推广高效节能产品面临着市场有阻碍、消费者不认可、技术落后等诸多问题。尤其国际金融危机以来，我国

用能产品出口面临挑战，企业库存较大，生存和发展遇到较大困难。在此情况下，高效节能产品更加难以推广，亟需政府采取积极的政策措施加以引导和规范。国内外经验证明，国家财政补贴政策具有四两拨千斤的作用，可有效消除高效节能产品推广的市场障碍，加快高效节能产品的推广，取得节能减排实效。鉴于此，在高效节能产品推广方面，为促进扩大内需特别是消费需求、提高终端用能产品能源效率和市场份额、推动行业技术升级改造，国家先后实施了家电下乡、“节能产品惠民工程”、以旧换新等国家财政补贴政策。其中，“节能产品惠民工程”基本思路是国家财政间接补贴给企业，引导空调、冰箱、洗衣机等10大类高效节能产品推广使用，让企业得市场、老百姓得实惠、国家得节能减排成效。为此，作为该项政策技术支撑机构，中国标准化研究院申请实施该项目——《平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机节能产品惠民工程财政补贴推广实施细则研究》。

（二）研究范围与研究内容（即研究任务）

该项目主要包括以下几方面的工作：

1. 全面调研世界主要国家有关节能产品的财政激励尤其是补贴推广政策设计思路、体系框架和实施情况，并进行归纳分析，总结成功经验和失败教训；
2. 深入系统分析我国节能产品惠民工程体系框架、组织管理和运行机制，总结成效、归纳问题，提出下一步完善建议；
3. 调研分析平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机发展现状，包括行业、市场、产品能效水平、技术现状和发展趋势以及能效标准标识实施情况；
4. 开展平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机实施“节能产品惠民

工程”可行性分析和政策影响预测分析；

5. 确定平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机实施惠民工程的基本思路和框架；

6. 研究起草三类产品惠民工程实施细则草案，确定补贴对象、补贴方式、补贴标准、补贴资金申请及拨付流程、监督管理等；

7. 研究政策评估方案，给出保证政策后续顺利推广、有效实施的政策建议。

（三）技术路线

本项研究拟采用的技术路线为：根据项目的研究目标和内容，制定相应的项目监测计划及实施方案；汇总主要国家节能产品财政激励政策的实施情况，系统分析我国节能产品惠民工程所取得成效和存在的问题；对平板电视等三类目标产品的发展状况和能效标准、标识的实施情况进行调研；进行三类目标产品实施“节能产品惠民工程”的可行性分析和政策影响预测；与相关政府部门进行沟通，通过多次召开专家研讨会议的方式，充分考虑三类目标产品的行业和市场具体情况，确定财政补贴推广的基本思路和框架；起草三类目标产品财政补贴推广实施细则草案；研究该政策中期评估思路和实施框架并给出政策后续顺利实施的政策建议。

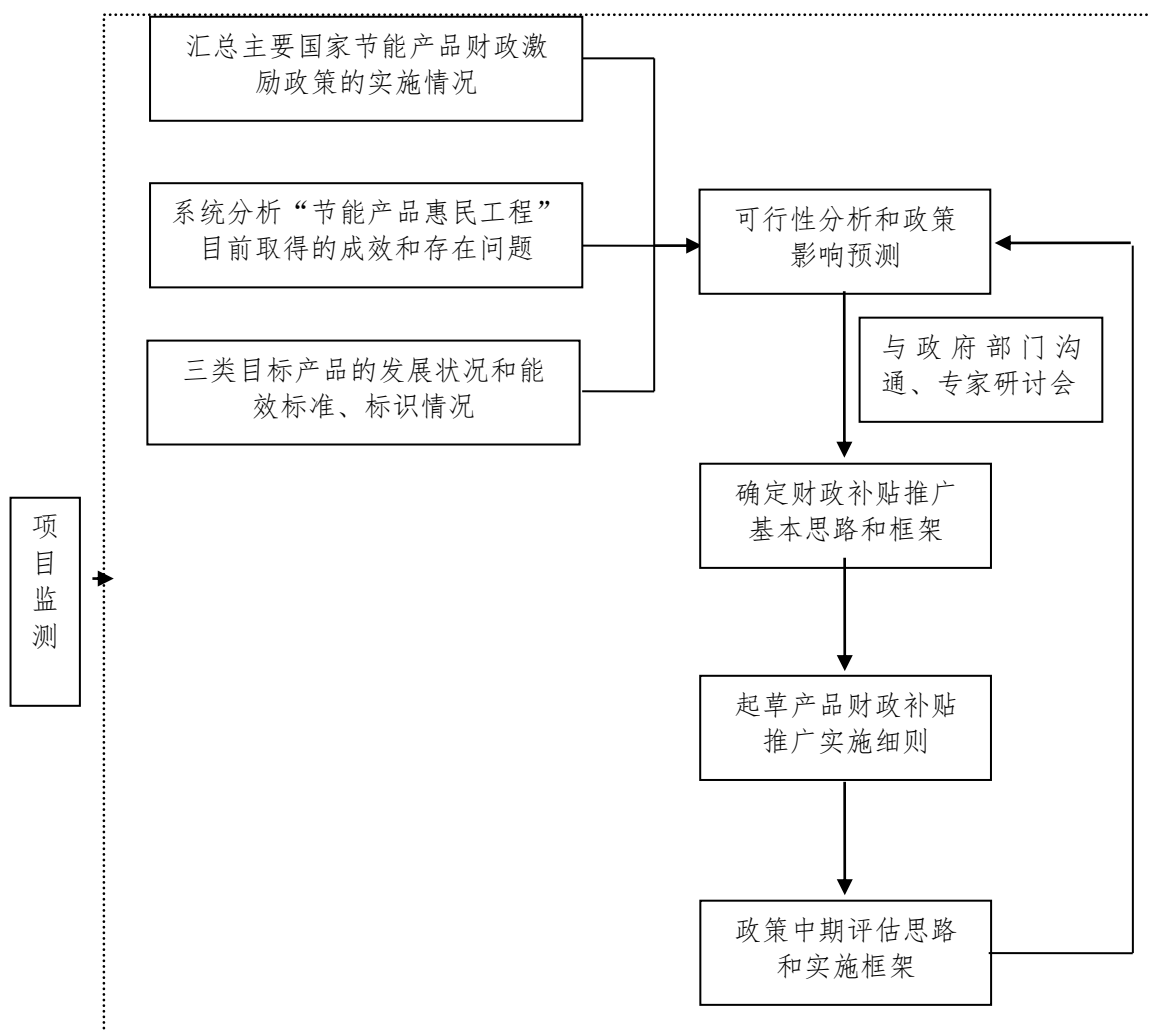


图 1 项目技术路线图

（四）项目成果

1. 国内外节能产品财政激励政策研究报告（包含在本技术支持报告中）
2. 我国节能产品惠民工程成效和问题研究报告（包含在本技术支持报告中）
3. 平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机市场和能效状况以及能效标准和标识实施情况分析报告（包含在本技术支持报告中）
4. 三类产品实施“节能产品惠民工程”可行性分析和政策影响预测分析报告（包含在本技术支持报告中）

5. 《节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则》(草稿)
6. 《节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则》(草稿)
7. 《节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则》(草稿)
8. 高效节能产品推广实施政策建议 (包含在本技术支持报告中)

二、国内外节能产品财政激励政策研究

(一) 世界主要国家节能产品财政激励政策实施情况

1. 部分国家实施情况简介

国外一些发达国家开展节能减排工作较早,在相关政策措施尤其是节能减排领域内相关财政政策方面,积累了诸多值得借鉴和参考的经验和教训。了解国外节能产品财税激励政策实施情况对“十二五”期间顺利实施节能产品惠民工程有一定的借鉴和启示作用。

目前,国外部分国家实施的节能财政激励政策主要包括2个方面:一是财政资金补贴。直接对高效节能产品、设备和节能技术给予财政补贴资金;给予生产企业低息贷款、贴息和融资担保;对消费者给予补贴,引导其高效节能消费行为。补贴对象包括生产或购买家用电器、办公设备、照明产品、工业设备等高效节能产品的生产企业或消费者;二是税收调节。对促进节能相关的所得税、增值税、纳税款、进口关税等进行税收减免。同时,对高能耗、高污染、高资源密度的产品及能源使用征收不同税率的能源消费税(如燃油税)等。

(1) 美国

联邦美国所采取的消费者激励政策主要有:1) 购价返还(REBATES),指在消费者购买产品后,可得到一张购价返还的票

据，或一张购价返还的表格，提交即可得到部分购价的返还。2) 价格折扣 (DISCOUNTS)，折扣可以理解为“立即”的购价返还，消费者在购买产品时，产品价格即是补贴之后的价格。

2009 年美国启动了能源之星节能产品财政补贴政策，联邦政府投入资金 3 亿美元开展对高效节能产品的补贴，符合条件的消费者，可以在购买新的高效节能家电以淘汰旧家电时，享受此项补贴。美国各州起草其具体的补贴方案，提交联邦政府批准后实施。该项目包含的产品类型主要是住宅耗电量的 70% 以上来自家电，包括空调，冰箱，供热供冷系统，以及热水器，用高效能源之星的节能产品替代低效产品可以带来极大的节能的效果，因此美国各州都可以根据各自情况选择补贴的能源之星认证的产品类型作为补贴对象，美国 DOE 向各州推荐的产品类型如下：锅炉，中央空调，洗衣机，洗碗机，冰箱，燃气/油炉，气源/地源热泵，房间空调器，热水器。公民可在 DOE 网上了解自己所在州的补贴申请流程和方法。DOE 根据各州在美国总人口中的比例进行补贴资金分配。目前的联邦专项资金用完后，本阶段补贴即结束，最终时间为 2012 年 2 月，如果部分州的资金提前使用完，州政府需要提前通知消费者。申请者身份条件由美国各州自己制定，一些州可能会规定只有低收入人群才可申请。一些州会要求消费者提供旧家电回收证明才提供补贴。如果没有特殊的法规政策的规定，消费者可以同时享受其他的激励政策。但是，如果申请一个以上政府机构的激励政策，需要双方机构的同时认可。

在制定到 2025 年的美国国家节能目标时，美国政府计划在家电产品领域开展一系列的高效产品的激励政策，主要政策细分为：1) 消费者直接激励政策；2) 上游及中游生产商及销售商激励政策；

3) 非资金形式的激励政策。

(2) 日本

日本的节能管理是以政府管理和节能中介机构对节能工作的推进来展开的。在政府层面，日本经济产业省（METI）总体负责制定节能工作基本方针、节能政策、节能法规措施、提供节能补助金和优惠税制等支援措施；各地方经济产业省负责本行政区域内节能法的宣传、节能工作的咨询、能源指定工厂的指定、各种法定申报书的受理、定期报告等的审查以及现场检查等活动。在节能中介机构方面，日本的节能中介机构较多，如日本节能中心（ECCJ）、新能源和产业技术综合开发机构（NEDO）、日本能源经济研究所（IEEJ）等，已成为日本节能工作的重要力量。

为了鼓励企业和社会节能，日本政府实施了多项财税政策以鼓励节能：

一是实施税制优惠：即对引进节能设备的工厂，实施特别折旧和实际税额减免的优惠政策。使用指定节能设备，可选择设备实施进价 30% 的特别折旧（即在正常折旧的基础上，还可提取 30% 的特别折旧）或者 7% 的税额减免（仅适用于中小企业）。例如：高性能工业炉等 88 种设备。1) 有效利用能源的生产设备等（4 种，节能设备）；2) 有效利用能源的附加设备等（20 种，节能设备）；3) 平衡电力和煤气需求的设备（1 种）；4) 利用新能源的设备等（15 种）；5) 其它利用是有替代品能源的设备等（15 种）；6) 能源消耗合理化设备（26 种，节能设备）；7) 能源消耗控制设备（6 种，节能设备）；8) 多重化配电的设备（1 种）。

二是补助金制度：对引进节能设备提供补助金。对于企业引进节能设备、实施节能技术改造给予总投资额的 1/3 到 1/2 的补助（一

般项目补助上限不超过 5 亿日元，大规模项目补助上限不超过 15 亿日元），对于企业和家庭引进高效热水器给予固定金额的补助，对于住宅、建筑物引进高效能源系统给予其总投资 1/3 的补助。例如：显热回收热水器、高效热水器等 13 种促进事业。2008 年又出台了新能源补助金制度，对节能和新能源项目给予补助，例如家庭安装太阳能，每家安装费用大约 300 万日元，日本经产省补助三分之一。

三是低息贷款制度：对引进节能设备的单位实施低息贷款。例如：高效变压器、建筑物的节能对策等 49 种。

特别会计制度：即在国家预算中安排专门的节能资金，由经济产业省实施支援企业节能和促进节能的技术研发等活动，该预算主要来源于国家征收的石油煤炭税。

四是环保点制度（Eco-Point 制度）：该制度以国家负担的方式将相当于产品价格 5% 的费用作为环保点，通过给予相应商品券（即积分点券，1 点=1 日元）的形式返还至消费者身上，消费者可利用累计的点数兑换其他产品，兑换产品全部为强调绿色消费或是节能环保产品。该政策的正式名称为“利用环保积分普及绿色家电政策”，补贴产品要求综合节能达到四星及以上，先在补贴的产品范围包括数字电视、电冰箱、空调和 LED 照明产品。到 2010 年 6 月止，日本政府已经向采购节能产品的市民发放了等值于 26 亿美元的“生态积分”补贴，并计划近期将这一系统推广到节能建筑。

（3）欧盟

欧盟于 2003 年发布了关于能源产品和电力的统一的税收框架指令 2003/96/EC，对能源产品和电力建立了统一的税收框架系统。该系统设立了适用于用作发动或燃料加热时的能源产品的最低税

率，其目的是提高国内市场的运行机制，减少矿物油与其他能源产品的竞争差异。

欧洲许多国家都有在支持电器产品向高效节能转型方面成功的财政补贴项目经验，为了实现欧盟制定的在 2020 年实现碳减排 20% 的目标，通过税收、补贴等财政政策来改变消费者的购买行为已成为欧盟各国推广高效节能产品的工作重点。欧盟这一项目主要措施是推广“白色证书”，目前法国、英国和意大利在主推此项目，即只有实现了有效节能措施的电力公司，通过认证可以获得“白色证书”，国家政策要求电网公司采购相当比例的“白色证书”的电力企业所发的电力。因此，电力公司有很大的积极性来推动电力用户采用节能产品节能。目前欧盟在评估根据“欧盟终端用户节能法案”，将“白色证书”推广到欧盟所有成员国。

欧盟成员国推出的经济刺激计划侧重点各不相同，如法国、德国等国家倾向刺激投资，英国、西班牙等国家则是优先发展消费。在意大利，政府实施的节能产品补贴及税收减免等激励措施，极大地推动了高能效家电产品的销售，扩大了高效产品的市场占有率。意大利在 2007 年的财政措施计划中，安排了环保消费鼓励措施，包括对购买 A+、A++ 级电冰箱给予税收减免的奖励。而根据意大利政府 2009 年 2 月 6 日通过的经济刺激计划，该国在 2009 年继续推行了节能家电消费鼓励措施，对新购买节能型冰箱、洗衣机、厨具、电视等家用电器和节能型家居产品，免除 20% 个人所得税，最高免除额可达到 1 万欧元。

丹麦在 2005 年 10 月设立了节能信托基金，如对节能冰箱每一台都有补贴。比利时弗莱芒区地方政府向居民发放购物券，指定此券在 2006~2007 间必须用于购买节能灯具。（万春晖，《欧盟和

美国家电节能环保补贴政策最新动向》)

西班牙采用的是节能产品购价返还 (REBATES) 的激励模式, 从 2006 年即开始实施, 2007 年节能产品购价返还补贴的政府经费为 6000 万欧元, 这一项目为每个购买高效节能家电的户口提供 85-185 欧元之间的购价返还补贴。这一计划正在修订过程中, 并有望进一步更新, 并为节能效果设立一个长期目标。

比利时的布鲁塞尔地区实施了一项地方政策, 即消费者在购买了最高效的家电产品, 如 A, A+和 A++的电冰箱, 翻滚式干衣机等产品, 即可在提供购买证明后, 得到 200 欧元的购价返还。

荷兰政府在 2000 到 2003 年实施了节能产品现金购价返还项目, 即向购买高效节能产品的消费者提供现金购价返还, 补贴的对象包括住宅节能产品, 如高效电器, 太阳能热水器, 高效窗户, 保温层安装等。其中家用电器占到了补贴总额的 46%。每个消费者可收到 50-100 欧元的补贴。

(4) 澳大利亚

澳大利亚政府对于房顶隔温隔热系统和太阳能热水系统的业主进行每例 1000 澳元的直接补贴, 对于热泵系统进行每例 600 澳元的补贴。这个项目目前对终端用户进行直接补贴。澳政府还为能够实现节能 (包括采用 CFL 节能照明等) 节水 (低流量淋浴喷头等) 的翻修工程提供低息小额贷款, 最高 10000 澳元。目前澳大利亚政府的这一项目已经向超过 36000 户居民提供了补贴。

(5) 韩国

韩国在高效家用电器补贴方面的项目叫做“碳钱袋”, 是在 2008 年开始实施的。这个项目涵盖了常用的 33 种电器产品。这一项目由政府主导, 政府鼓励消费者购买高效节能产品, 购买高效节能产品

的用户可以得到一张“碳钱袋”卡，“碳钱袋”卡的积分可以用于市民在购买公交卡、交电费、或购买其他家电产品时获得折扣。由于这是一个自愿性项目，生产商可以自愿地申请注册参加，参加之后，生产商可以通过这一项目宣传其产品。

2. 国际经验对我国实施节能财政激励政策的启示

一是节能财政激励政策体系有待健全。国外发达国家分别针对厂商和消费者规定了各自广范围的、适用的、实时的节能激励政策，而我国目前大部分政策针对市场供给方，对需求方的激励措施还不完善；

二是政策实施范围有待扩展。国内过多聚焦大企业节能，虽然突出重点，对于面广、量多、节能潜力巨大的中小企业、家庭、个人采取的政策措施较少；

三是政策实施模式有待改善。我国目前采取的大部分节能激励政策是以项目的形式，“计划性”地拨付给生产企业等相关单位，未充分发挥市场的积极作用，所投入的大量资金的节能效益不高；

四是政策实施方式有待完善。目前节能财政激励政策，尤其是对于高效节能产品的财政激励政策，主要采取的是直接给予财政补贴资金的方式，有待充分运用通过税收减免间接进行财政激励的方式，研究建立促进节能的税收优惠、财政补贴组合型政策，有助于减小监管难度，加强政策系统管理。

（二）我国目前用能产品财政补贴政策实施情况

1. 节能产品惠民工程

（1）政策内容和实施情况

高效照明产品推广方面。2006年7月25日，由国家发展改革委、科技部、财政部等国家部委联合下发了《“十一五”十大重点节能工程实施意见》（以下简称）的通知。为贯彻落实《实施意见》，2007年12月财政部、国家发展改革委发布了《高效照明产品推广财政补贴资金管理暂行办法》，以财政补贴方式支持采用高效照明产品替代在用的白炽灯和其他低效照明产品。补贴产品主要是普通照明用自镇流荧光灯、三基色双端直管荧光灯（T8、T5型）和金属卤化物灯、高压钠灯等电光源产品，半导体（LED）照明产品，以及必要的配套镇流器；补贴对象包括工矿企业、写字楼、医院、学校等大宗用户和以社区或行政村为购买单位的城乡居民。对购买高效照明产品的大宗用户和城乡居民分别按中标协议供货价格给予30%和50%的财政补贴。

我国是照明产品生产和消费大国，照明用电高达3900亿千瓦时，相当于英国一年的用电量。在我国，推广高效照明产品，基础好，潜力大，见效快，是一项切实可行的节能减排措施。

大力推广高效照明产品是加快实施中国绿色照明工程的重要内容。我国从1996年开始组织实施中国绿色照明工程，将其列入了“九五”、“十五”节能重点领域，“十一五”十大重点节能工程，受到社会各界的广泛关注。中国绿色照明工程的实施，推动了照明产品标准、认证制度的建立与相关政策措施的实施，加快了高效照明技术的引进、消化吸收和自主创新，总体技术装备水平和产品质

量有了很大提高，产品性能和价格更具竞争优势，涌现出一批知名品牌，增强了公众的节能环保意识，为改善照明质量、节约用电、保护环境发挥了重要作用。

大力推广高效照明产品是应对全球气候变化的迫切需要。2006年国际能源署的一份研究报告提出，如果从现在开始在全世界逐步淘汰白炽灯，到2030年全球可节约38%的照明用电，减排二氧化碳166亿吨。2009年，澳大利亚政府首先宣布最迟于2010年开始在本国禁止使用白炽灯，成为世界上第一个计划禁止使用传统白炽灯的国家。随后，一些经合组织（OECD）国家加入“禁用白炽灯”的倡议，加拿大、美国部分州府也陆续宣布考虑出台类似法案。联合国开发计划署（UNDP）、联合国环境规划署（UNEP）和全球环境基金（GEF）等国际组织积极支持在全球范围内淘汰白炽灯。作为照明产品的生产和消费大国，推广高效照明产品，逐步淘汰白炽灯，必将为全球减排温室气体做出重要贡献。

大力推广高效照明产品是提高全民节能减排意识的有效途径。照明产品与百姓生活息息相关，使用高效照明产品，既节电、又省钱，看得见、摸得着，效果直观，易于被广大群众接受和认可，便于宣传和普及。推广高效照明产品，有助于消费者养成自觉选购节能产品的良好习惯，影响消费者的长期消费行为，对于提高全社会的节能减排意识，树立生态文明观念，改变不合理的消费方式具有十分重要的意义。

家用电器等高效节能产品推广方面。2009年5月，财政部、国家发展改革委发布了《高效节能产品推广财政补助资金管理暂行办法》（以下简称《办法》）和《“节能产品惠民工程”高效节能房间空调器推广实施细则》，于2009年6月对房间空调器实施了财

政补贴推广。

2010年，为落实《国务院关于进一步加大工作力度确保实现“十一五”节能减排目标的通知》提出的“继续实施‘节能产品惠民工程’，在加大高效节能空调推广的基础上，全面推广节能汽车、节能电机等产品”的要求，进一步扩大政策效果，国家发展改革委、财政部等有关部门将高效节能空调推广财政补贴政策延长一年，并对高效电机和节能汽车进行了财政补贴推广。

2012年5月，国务院第203次常务会议，研究了促进节能家电等产品消费的政策措施，并决定安排财政补贴265亿元，启动推广符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器，推广期限暂定1年；安排22亿元支持推广节能灯和LED灯；安排60亿元支持推广1.6升及以下排量节能汽车；安排16亿元支持推广高效电机。2012年8月，为更好地应对经济形势变化，更大程度发挥政策效应，国务院再次加大节能惠民实施力度，将台式计算机、单元式空调、风机、水泵、压缩机和变压器等6类产品纳入财政补贴推广范围，计划增加财政补贴资金140亿元。

从节能产品惠民工程政策设计、《办法》及相关产品实施细则有关规定来看，政策具有两个显著特点：一是促进节能，通过财政补贴，调动消费者购买高效节能产品的积极性，扩大高效节能产品市场份额，不断提高用能产品能源效率；二是惠及百姓，使广大消费者能够买得起、用得上高效节能产品，享受到高效节能产品带来的节电省钱的实惠。政策内容包括以下几个方面：

一是推广产品。根据产品总体能耗水平和高效节能产品市场份额等情况，对能效等级为1、2级以上或按一定原则确定为高效节能的家用电器（房间空调器、平板电视等产品）、工业设备（电机等产品）、

交通工具（汽车等产品）等产品进行推广。

二是补贴对象。购买高效节能产品的消费者和用户。

三是补贴标准。主要根据高效节能产品与普通产品的价差，同时考虑技术进步和规模效应等因素确定补贴标准。根据产品能效等级不同，对1级或2级节能产品给予不同的补贴

四是补贴方式。生产企业按正常销售价格减去财政补贴后的价格销售高效节能产品，财政根据产品推广数量和补贴标准对生产企业给予补贴，即采取间接补贴方式。其优点：一是中间环节少，推广效率高。高效节能产品产业集中度高，由企业负责推广，可充分利用现有销售网络，降低推广成本；二是方便消费者，可操作性强。生产企业按照补贴后的价格进行销售，与直接补贴相比，不增加消费者任何负担，操作简便，易于实施；三是责任明确、利于监管。生产企业作为高效节能产品推广的责任主体，承诺产品质量、公布产品价格、在产品上专门标注“节能产品惠民工程”字样，便于社会监督。政府采取严格措施，加强监管，加大抽查和处罚力度，防止企业弄虚作假。

五是推广期限。根据高效节能产品市场份额确定。在推广初期，采取财政补贴方式给予支持；当高效节能产品市场份额达到一定水平（如30%以上），基本实现产业化、规模化生产，成本降低，财政不再给予补贴。

截至目前，“节能产品惠民工程”已涵盖家用电器、工业产品和交通工具等领域共15类产品，其中家用电器包括将空调、家用电冰箱、电动洗衣机、燃气热水器、热泵热水器、太阳能热水器、平板电视、台式计算机8类产品；工业用品包括单元机和冷水机组、通风机、清水离心泵、容积式空气压缩机、配电变压器、电机6类产品；交通工具方面是针对汽车实施了“节能产品惠民工程”。各产品推广目录批次、

推广企业数量和型号数量详见下表。

表 1 “节能产品惠民工程”实施情况汇总

序号	产品类别	目录批次	企业数量	型号数量
1	冰箱	5	64	5172
2	洗衣机	5	48	2855
3	燃气热水器	4	18	230
4	热泵热水器	4	58	776
5	太阳能热水器	5	160	1994
6	空调	10	29	19685
7	平板电视	5	28	6267
8	台式计算机	4	11	5265
9	单元机和冷水机组	3	16	509
10	电机	4	88	31187
11	汽车	9	42	633
12	通风机	1	3	34
13	清水离心泵	2	12	2178
14	容积式空气压缩机	2	23	615
15	配电变压器	2	65	2534

实施“节能产品惠民工程”，以财政补助为纽带，消除了高效节能产品推广的市场障碍，促进了节能减排，推动了市场技术升级和行业市场发展，加快技术标准升级，成为了金融危机影响下国家“保增长、调结构、促内需”一揽子政策措施中的一大亮点，取得了显著的实施效果。惠民工程自 2009 年实施以来，推广近 7000 台（千瓦）产品，拉动消费 5800 亿元，节电 700 多亿千瓦时，折合 3151 万吨标准煤，政策效应突显，取得生产者得市场、消费者得实惠、全社会节能减排的显著效果。另外，政策实施推动空调器能效标准能技术环境顺利升级，促进了产业结构调整。

(2) 取得的经验和存在的问题

节能产品惠民工程作为一项财政激励政策，充分发挥了其“四两拨千斤”的重要作用，取得了生产者得市场、消费者得实惠、全社会

节能减排的显著效果。总结“十一五”期间政策实施经验和存在的问题，对我国创新机制、推动形成有利于高效节能产品推广的长效机制，继续有效发挥政策在“十二五”积极作用具有重要启示。

① 取得的经验

一是财政政策引导和推动作用至为关键。以财政补助为纽带，适时、恰当地促使技术标准实施、行业市场发展、消除价格障碍等有利因素形成合力，破除高效节能产品推广障碍，为生产企业推广、消费者购买、社会认同高效节能产品提供了支撑和动力，有效放大了政策的实施效果。

二是以消费为引导、以市场为趋向是驱动行业转型、市场结构调整、建立高效节能产品推广长效机制的触发点。节能产品惠民工程通过间接补贴，促使企业高效节能产品生产成本下降，通过有效的市场竞争和合理限价，推动形成规模化生产，企业让利、市场营销成本下降、市场竞争效应累加，促进消费者能够以较低价格享受高效节能产品的高品质、高舒适性和节能、省钱的实惠。通过调动市场主体积极性，充分考虑市场相关方的利益，降低了政策实施成本，提高了资金支付效率，提高了企业推广的积极性；另一方面，通过价格、标准、财税、政府采购、宣传等政策措施，完善政策体系，着力转变消费模式，建立推广高效节能产品的长效机制。依靠消费引导和市场驱动，转变消费模式使政策触发行业转型、调整产品结构、培育高效节能产品推广长效机制成为必然。

三是符合产业升级和企业发展的需要是政策效应快速显现的关键因素。政策实施前，空调、电动机等用能产品行业经过了长期低能效产品价格战的市场竞争阶段，自身结构调整和产品转型的需求较为迫切，尤其是在全社会倡导节能减排的大环境下，注重高效节能已成为产品

和技术升级的主要方向。节能产品惠民工程的实施，促使企业将前期准备和技术积累用于规模化生产和推广，加快了产业结构和技术升级，政策效应快速显现。

四是加强推广情况和产品质量监管是政策维持生命力的保障。加强监管，加大对伪劣产品和违规推广的处罚力度，确保推广产品的质量和推广销售行为的真实性是维护财政资金安全和消费者利益，旺盛制度生命力的重要保障。

② 存在的问题

一是**实施体系有待完善**。节能产品惠民工程是一项系统工程，涉及企业及产品遴选、财政补贴申请和拨付、监管管理、宣传推广等一系列工作内容。目前，政策实施各环节衔接不够顺畅，部分环节中的政策管理和实施任务集中、压力较大，实施流程有待完善，实施环节亟需理顺。另外，政策缺乏系统性研究和实施，部分工作有待细化和完善。例如，政策作为一项短期政策，缺乏一套行之有效的政策退出机制，政策后影响研究不足，造成政策退出或调整引发了一系列市场不良影响。再有，政策制定和修订所需技术和数据支撑不充分，政策评估机制亟需完善。

二是**监管机制有待改善**。政策采取了补贴给生产企业的间接补贴方式，监管对象主要集中在生产企业一端，对象集中但后市场监管压力较大。尤其对于推广销售情况监督核查，目前政策主要针对的是销售终端环节，消费者配合难度大，效果不理想。总体上看，政策监管体系不完善，组织实施体系不健全，各级主管部门监管责任不明晰，缺乏前后制衡、环环相扣的系统监管手段，具体监管方式的科学性和时效性有待提高。

三是**政策宣传推广不足**。政策实施涉及国家和地方政府部门、生

产企业、销售企业、消费者和相关行业机构，政策实施成效的取得有赖于各相关方的理解和配合。目前，政策宣传推广不足，落实培训不到位，导致了部分生产企业不支持，部分消费者不认可、不理解甚至排斥，严重影响了政策实施效果。

2. 家电下乡

为扩大农村消费，提高农民生活质量，统筹城乡发展，2007年12月，财政部、商务部联合开展了家电下乡政策。实施家电下乡是深入贯彻落实科学发展观、积极扩大内需的重要举措，是财政和贸易政策的创新突破。

2007年12月1日，家电下乡首先在山东、河南、四川、青岛三省一市开展试点工作，对农民购买彩电、冰箱（含冰柜）、手机三大类产品给予13%的补贴。试点期间，三省一市家电下乡涉及的产品销售增幅比全国平均增幅高30个百分点，共销售家电下乡产品350多万台（部），农民直接获益6亿多元，家电下乡产品成为农民购买家电等产品的首选。

在良好的试点效果基础上，2008年12月1日起，家电下乡政策实施范围扩大至12个省市区，增加了洗衣机产品，涉及的产品类型增加至4个。根据农民消费水平和实际需求，提高了部分产品的最高限价，彩电由1500元提高到2000元，电冰箱（含冷柜）由2000元提高到2500元，手机最高限价维持1000元不变，新增的洗衣机最高限价为2000元。2008年12月至2009年2月家电下乡产品销售数据表明，在不到3个月时间内共发货813万台（部），推广工作呈现明显加速态势。

2009年2月1日，家电下乡开始在全国范围内开展，并新增了摩托车、电脑、热水器、空调等类型产品。同时，放宽了限购要求，由

每户限购 1 台调整为 2 台；部分地区简化了财政补贴兑付手续；完善了招标方法。

2010 年 3 月，为进一步发挥家电下乡政策作用，根据国务院第 91 次常务会议决定，财政部、商务部、工业和信息化部联合印发了《关于进一步加大家电下乡政策实施力度的通知》（财建[2009]972 号），允许各省（区、市）在现有 9 类补贴产品之外选择一个新增品种纳入家电下乡政策实施范围，并对新增品种补贴政策、具体型号确定方式、流通企业及中标产品管理等方面作出了规定。同时，根据各省（区、市）上报情况，确定了各省（区、市）新增家电下乡补贴品种（包括抽油烟机、电动自行车、DVD 影碟机、电饭煲、燃气灶、电压力锅，目前政策共涉及 15 类产品）及各类新增品种最高补贴限额。

根据《家电下乡操作细则》（财建〔2009〕155 号）等有关文件规定，2013 年 1 月 31 日全国家电下乡政策将全部执行到期。

政策主要内容是顺应农民消费升级的新趋势，运用财政、贸易政策，引导和组织工商联手，开发、生产适合农村消费特点、性能可靠、质量保证、物美价廉的家电产品，并提供满足农民需求的流通和售后服务。对农民购买纳入补贴范围的家电产品给予一定比例的财政补贴，以激活农民购买能力，扩大农村消费，促进内需和外需协调发展。

政策补贴方式是直接补贴，农民购买了家电后给予补贴，补贴过程在对消费环节完成。家电下乡利用财政政策杠杆，引导生产企业设计、开发、生产适合农村消费的产品，完善售后服务，同时引导经销商健全农村家电流通网络、改善农村消费环境，实现财政政策与生产、贸易政策的结合，利民、利企、利国，农民得实惠、企业得市场、政府得民心。这是这项政策的创新所在。

实践证明，家电下乡政策实施 4 年多来，收到多赢的政策效果，

极大地调动了农民的消费积极性，对扩大消费、拉动生产、改善农民生活发挥了积极作用。据商务部统计，截至 2012 年 2 月底，全国累计销售家电下乡产品 2.3 亿台，实现销售额 5378.5 亿元，发放补贴 626.2 亿元。

3. 以旧换新

我国改革开放 30 多年以来，各种高档耐用消费品逐渐普及，已成为居民生活水平显著提升的重要标志。由于各类产品具有一定的使用年限，我国在成为全球最大的耐用消费品生产、使用国的同时，迎来了产品更新换代的高潮。为进一步促进扩大消费需求，提高资源能源利用效率，减少环境污染，促进节能减排和循环经济发展，2009 年 5 月 19 日温家宝总理主持召开国务院常务会议，会议做出安排 20 亿资金在部分省市开展家电“以旧换新”试点工作的决定，会后国家发布了《国务院办公厅关于转发发展改革委等部门促进扩大内需鼓励汽车家电以旧换新实施方案的通知》（国办发[2009]44 号），并制定了《家电以旧换新实施办法》，开始在北京、上海、天津、江苏、浙江、山东、广东、福州和长沙 9 个试点省（市）开展电视机、电冰箱、洗衣机、空调和电脑 5 类家电产品以旧换新。2010 年，商务部、财政部、环境保护部等部门再次印发了《商务部财政部环境保护部关于印发家电以旧换新推广工作方案的函》（商商贸发[2010]190 号），并对政策进行了部分调整。

家电以旧换新是指消费者废弃旧家电并购买新家电的行为，是指消费者在购买新产品时，如果能把同类旧商品交给商店，就能折扣一定的价款，旧商品起着折价券的作用。如果消费者不能提交旧商品，新商品就只能以原价售出。对于使用以旧换新促销的厂家或

商家来说，回收来的旧商品通常没有多大经济价值；以旧换新的目的，主要是为了消除旧商品形成的销售障碍，免得消费者因为舍不得丢弃尚可使用的旧商品，而不买新商品。

政策补贴方式为直接补贴，分为家电补贴、运费补贴和拆解处理补贴三种。凡在试点省市注册登记具有法人资格或具有试点省市当地户口，在政策实施期内交售旧家电并购买新家电的单位或个人，在购买新家电时可享受家电补贴；凡在政策实施期内从购买人手中收购旧家电并交售给指定拆解处理企业进行拆解处理的中标家电回收企业，均可享受运费补贴；凡在政策实施期内对购买人交售的旧家电完成拆解处理的拆解处理企业，可享受拆解处理补贴。以旧换新政策补贴标准为新家电销售价格的 10%，并针对每类产品设定了补贴上限。电视机、冰箱（含冷柜）、洗衣机、空调、电脑 5 类产品补贴上限分别为 400 元/台、300 元/台、250 元/台、350 元/台、400 元/台。

另外，2009 年 7 月 13 日，财政部、商务部发布了《汽车以旧换新实施细则》，对汽车实施了“以旧换新”政策。补贴对象主要是按《汽车以旧换新办法》要求提前报废老旧汽车、“黄标车”并换购新车的车主。其中，“黄标车”是指污染物排放达不到相关国家标准规定的汽油车和柴油车。老旧汽车、“黄标车”、新车均不包括三轮车和低速货车。按照“以旧换新”的政策规定，在 2009 年 6 月 1 日至 2010 年 5 月 31 日期间，报废使用不到 8 年的老旧微型载货车、老旧中型出租载客车，使用不到 12 年的老旧中、轻型载货车、出租车以外的老旧中型载客车以及提前报废“黄标车”，并换购新车的，根据报废车型可享受 3000-6000 元不等的补贴。2010 年 6 月，为进一步发挥政策作用，根据中央经济工作会议精

神，经国务院批准，汽车以旧换新政策延长实施，实施期限由 2010 年 5 月 31 日延长至 2010 年 12 月 31 日。2012 年重新启动了汽车以旧换新政策，补贴以商用车为主，在财政部、商务部联合发布的公告中明确：2012 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期间教售给报废汽车回收企业的使用 6 年以上（含）且小于 15 年，车长大于 4.8 米（含）小于 7.5 米，并于当年更新的农村客运车辆，补贴标准未每辆车 1.1 万元。2012 年期间，使用 8 年以上（含）且小于 15 年，车长大于 6 米（含）或者乘坐人数大于 20（含），并于当年更新的城市公交车，补贴标准为每辆 1.8 万元；车长小于 6 米且乘坐人数为 10-19 人，并于当年更新的城市公交车，补贴标准为每辆 1.1 万元。此外，2012 年期间教售给报废汽车回收企业的使用 10 年以上（含）且不到 15 年的半挂牵引车和总质量大于 1.2 万千克（含）的重型载货汽车，补贴标准未每辆车 1.8 万元

家电以旧换新于 2011 年 12 月 31 日截止，自 2009 年 6 月 1 日实施以来历时 31 个月。商务部公布的数据显示，截至 2011 年 12 月 30 日，全国家电以旧换新共销售五大类新家电 8130 万台，拉动直接消费 3004 亿元，共回收五大类废家电 8373 万台，拆解处理 6621 万台，回收利用废家电中的钢铁、有色金属、塑料等资源约 97 万吨。

4. 我国三项财政激励政策浅析对照

“十一五”期间，节能产品惠民工程、家电下乡、以旧换新三项政策切实发挥了拉动国内消费需求，推动产品技术升级，促进节能减排的重要作用。三项政策在实施模式、补贴方式、管理流程等方面存在差异（详见表 2），对这些方面的研究有助于汲取经验、

总结教训，有利于探讨政策之间相互协调、相互支撑的新模式，必将为推动“十二五”期间节能产品惠民工程政策调整和顺利实施发挥重要作用。

一是补贴方式方面。家电下乡和以旧换新政策均采取的直接补贴方式，即直接对政策最终受益者给予财政补贴；节能产品惠民工程采取的间接补贴方式，即不直接对政策最终受益者给予补贴，补贴给作为政策实施主体的生产企业，通过企业让利和市场竞争将财政补贴转让给广大消费者。作为一项制度创新，直接补贴具有实施环节少、推广效率高、可操作强等优点，确保政策在短时间内取得了显著效果。但是，该补贴方式在一定程度上使企业形成了骗取补贴的动机。下一步应在进一步间接补贴方式基础上，吸取家电下乡、以旧换新政策采取直接补贴方式实施过程中好的做法，完善节能产品惠民工程实施体制和监管体系。

二是补贴对象方面。节能产品惠民工程和以旧换新政策的补贴对象为包括农民用户在内的城乡广大消费者，而“家电下乡”面向的是仅是农民用户。

三是补贴产品限定方面。节能产品惠民工程的补贴产品为能效等级为1级或2级的高效节能产品，也就是高端产品，市场价格较高。家电下乡政策补贴的产品，受农村购买能力的限制，大部分产品是符合进入市场门槛的能效等级为3-5级的普通产品，而以旧换新政策对补贴的产品没有限制。

四是政策截止日期方面。家电下乡和以旧换新政策根据不同的产品类型均设定了实施截止日期，并随着政策实施具体情况，适时对截止日期进行了调整。节能产品惠民工程没有明确设定政策截止日期，主要根据政策实施效果和市场情况，在适当时间对政策进行

调整或予以退出。该方式需要对政策实施情况进行充分评估和调查，准确把握政策调整和退出时机有较大难度，将结合不同产品适当考虑实施期限问题。

表 2 我国三项用能产品财政补贴政策对照分析

政策名称	家电下乡	节能产品惠民工程	以旧换新
标识			
政策实施目的和意义	提高农民生活质量，扩大农村消费，建立起面向农村市场的工业生产和流通体系，促进内需和外需协调发展	推广高效节能产品，提高用能产品能效水平，促进节能减排；拉动消费需求，促进产业结构调整；带动投资和扩大就业，形成推广高效节能产品长效机制	促进农村消费，拉动内需，稳定和扩大就业，保持经济平稳较快发展，提高能源资源利用效率，减少环境污染，促进节能减排和循环经济发展
实施范围	全国范围	全国范围	家电以旧换新：北京、上海、天津、江苏、浙江、山东、广东、福州和长沙；汽车以旧换新为全国范围
产品类型	彩电、冰箱、洗衣机、手机、空调、热水器、电磁炉、微波炉、电脑、摩托车、抽油烟机、电动自行车、DVD影碟机、电饭煲、燃气灶、电压力锅 15 类	家用电器（房间空调器等）、工业设备（电机等）、照明设备（节能灯等）、交通工具（汽车）四大类高效节能产品	电视机、冰箱（含冰柜）、洗衣机、空调、电脑 5 类家电产品
补贴方式	直接补贴，消费者凭购买发票向当地财政部门或销售企业申领	间接补贴（生产企业按正常销售价格减去财政补贴后的价格销售）	直接补贴（由销售企业在消费者购买产品时当场兑付补贴资金）
补贴比例	产品销售价格的 13%	针对不同的产品设定相应的补贴比例。	新家电销售价格的 10%
产品销售限价	均设定最高销售价格，不同产品最高限价不同	部分产品设定销售限价（空调、节能灯），部分产品未设定（汽车、电机）	均设定最高销售价格，不同产品最高限价不同
限购数量	2 台	不限	个人限 5 台，单位限 50 台
能效等级	无规定（实际主要是低能效，即低端产品）	1、2 级高效节能产品	无规定
政策实施截止日期	不同的试点省市设定不同的实施期限和截止日期	高效节能产品市场份额达到一定比例时（如 30%）	家电以旧换新：2011 年 12 月 31 日；汽车以旧换新：2010 年 12 月 31 日、2012 年 1 月 1 日

			日至 12 月 31 日
--	--	--	--------------

三、研究内容

(一) 三类目标产品市场和能效状况以及能效标准、标识实施情况

平板电视、电冰箱、洗衣机这三类产品均属于量大面广的用能产品、节能技术成熟并可产业化、节能潜力大。本项目从行业现状、产品类型、产量、内销量、进出口量、能效等级情况、零售价格、使用习惯、主要节能技术发展情况等，为可行性分析和政策影响评价提供数据基础。

此外，高效节能产品推广补贴政策中能效水平的判定以能效标准和能效标识为依据，能效标准标识是高效节能产品财政补贴制度的前提和基础。本项目分析三类产品能效标准和标识实施情况，评价其对实施节能产品惠民工程的适用性，为惠民工程实施细则的制定提供重要参考。

(1) 平板电视

平板电视 FPD (Flat Panel Display) 顾名思义，指屏幕呈平面的电视，它是相对于传统显像管电视机庞大的身躯作比较而言的一类电视机，主要包括液晶显示 LCD (Liquid Crystal Display)、等离子显示 PDP (Plasma Display Panel)、有机电致发光显示 OLED (Organic Light Emitting Display)、表面传导电子发射显示 SED (Surface-conduction Electron-emitter Display) 等几大技术类型的电视产品。2009 年国内平板电视需求量达到 2000 万台，同比 2008 年增长 64%。截至 2009 年底，中国城市居民家庭平板电视保有量达到

4800 万台。除大、中城市市场外，三、四级城市市场也将逐步普及。2011 年中国平板电视总产量接近 1 亿台，占全球平板电视总产量的 45% 左右，其中国内销量约为 3500 万台。根据中国电子商会消费电子产品调查办公室调研数据显示，未来两年，国内平板电视每年需求仍将稳定在 4000 万台左右，中国平板电视消费市场在经历了 2005 年以来，连续五年的快速增长之后，已经趋于成熟和理性。

国家强制性能效标准《平板电视能效限定值及能效等级》（GB24850-2010）已于 2010 年 6 月 30 日正式发布，2010 年 12 月 1 日正式实施。标准规定，平板电视能效分为 3 个等级，1 级代表最佳节能效果，2 级为节能产品评价等级，3 级为市场准入等级。2010 年 10 月 15 日，国家发布了能效标识管理实施规则，于 2010 年 3 月 1 日正式实施。近年来，随着平板电视能效标准的强制实施，液晶电视显示技术的升级换代（背光由 CCFL 向 LED 过渡），产品的能效水平已取得显著提升，《平板电视能效限定值及能效等级》针对能效指标等进行了修订工作，修订后的 2013 版能效标准将于 2013 年 10 月 1 日实施。修订后的能效标准中进一步明确了标准的适用范围，提高能效指数要求，增加了开机功率的确定，将极限 8 灰阶信号和 9 窗口信号合并，修改信号处理功率，修改样机标准工作状态，将测试过程中的最大平均亮度从 350cd/m² 降为 250cd/m²。

据统计能效标识产品型号备案情况，1 级产品型号占比 71.88%，2 级产品型号占比 20.47%，3 级产品型号占比 7.65%。

在节能技术方面，以平板电视为例，高能效等级产品主要是采用了发光效率更高的 LED 背光源，提高了液晶面板的透光性，增加了电源智能化控制系统等。据测算，经过上述优化改造，每台电视的生产成本大约需要增加 250 元—400 元，其平均能效指数将从目前 1.2 左右

提高到 1.7，总体能效提升 30%左右，能源效率达到国际领先水平。目前主流的电视生产企业在这些方面都有一定的技术储备，海信、创维等整机企业已具备液晶面板模组的设计、研发和生产能力，京东方、华星光电等高等级面板生产线也即将投产，可以在较短时间内完成技术改造和工艺优化，提高产品能效水平。

（2）家用电冰箱

家用电冰箱是指一个供家用的具有适当容量和装置的绝热箱体，消耗一定的电能进行制冷，并具有一个或多个间室，按用途可分为冷藏箱、冷藏冷冻箱和冷冻箱。2011 年时“家电下乡”和“家电以旧换新”激励政策实施的最后一年，其对电冰箱市场的发展依然有着重要的推动作用。2011 年电冰箱国内销售量为 6955 万台，相比 2010 年提高超过了 12.5%。2011 年，国内电冰箱的保有量超过 4.0 亿台，同比增长超过 14%。

现行家用电冰箱国家强制性能效标准《家用电冰箱耗电量限定值和能效等级》（GB 12021.2-2008）于 2008 年 10 月 8 日颁布，2009 年 5 月 1 日正式予以了实施。标准中规定，按照冰箱能效指数分为 5 个能效等级，1 级和 2 级为节能评价价值，3 级为市场平均水平，5 级为市场准入制。目前我国电冰箱产品的能效水平处于国际先进水平，高于欧盟，略低于美国、日本。根据新能效标准，2009 年 11 月发布了修订后的能效标识管理实施细则，并于 2010 年 3 月 1 日正式予以了实施。

据统计，2011 年家用电冰箱节能产品型号比例为 92.1%，其中节能型冷藏箱为 92.9%（1 级占比 75.0%），节能型冷藏冷冻箱所占份额达到 96.2%（1 级占比 77.6%），节能型食品冷冻箱所占份额为 64.3%（1 级占比 10%）。根据 2011 年我国家用电冰箱市场销售量统计情况，节能型冷藏箱所占份额达到 98.6%（1 级占比 55.2%），节能型冷藏冷冻箱所占

份额达到 98.5% (1 级占比 87.7%)，节能型食品冷冻箱 (含冰柜) 所占份额达到 91.5% (1 级占比 26.8%)。按型号统计，冷藏箱平均能效指数由 2010 年的 51.3% 提高到 2011 年的 46.2%；冷藏冷冻箱平均能效指数由 2010 年的 36.4% 提高到 2011 年的 36.2%；食品冷冻箱平均能效指数由 2010 年的 61.2% 提高到 2011 年的 58.6%。

常规的节能技术主要从三个方面来降低电冰箱的能耗：

增加电冰箱发泡层厚度。普通冰箱冷藏室发泡层厚度为 35mm 至 45mm，冷冻室厚度为 60mm 至 80mm。节能冰箱为了减少冷量向外界的辐射，将冷藏室的发泡层厚度增加为 55mm 至 65mm，冷冻室发泡层厚度增加为 85mm 至 100mm 甚至 120mm。

采用机械式温控器。单循环制冷系统机械式温控器、单循环制冷系统的电冰箱没有电脑板、电磁阀等耗电部件，同时采用单循环制冷系统的冰箱压缩机开停只受冷藏室温度控制，相比双循环制冷系统的冰箱，开机时间短，较为省电。

采用高效无氟压缩机。高效无氟 R600a 压缩机在冰箱上已经广泛使用，其能源效率值 (COP) 能达到 1.75，是冰箱节能的最主要手段。

采用常规节能技术的优点是生产工艺简单、可靠性高、成本增加较少，但其缺点也很明显：过厚的发泡层影响冰箱的美观效果；机械式温控器操作不方，需要根据季节的不同调整温度档位，并且采用单循环系统的冰箱冷冻能力小 (通常只有几千克)、不能实现速冻等功能，在冷冻大量新鲜食品时能力较差。采用常规节能技术的冰箱另外一个弱点是耗电量的不均匀性，单循环制冷系统冰箱由于其温度受冷藏室控制，冬季环境温度较低 (一般是低于 16 度) 的时候必须打开温度补偿装置才能保证冰箱的正常运行，该补偿装置每天的耗电量在 0.24 度以上。

电冰箱工作时压缩机压缩气态制冷剂到冷凝器内,通过散热成为高压的液态制冷剂,然后由毛细管进入低压的蒸发器内气化蒸发,吸走冰箱内的热量,达到制冷的目的。冰箱压缩机在刚开始的 3 至 5 分钟内主要用于建立冷凝器和蒸发器之间的压差,然后才能进入正常的制冷状态,这前面的 3 至 5 分钟属于能耗的浪费。压差保持技术是通过在冰箱制冷管路上设置一系列的阀门来控制管路的通断,压缩机开机制冷时阀门导通,当压缩机停机时阀门关闭,将冷凝器中的高压制冷剂切断并保持在冷凝器中,下次压缩机开机时可以快速建立冷凝器和蒸发器间的压差,减少浪费的能耗。

(3) 电动洗衣机

电动洗衣机是指利用电能产生机械作用用来洗涤衣服的清洁电器,通常分为波轮式、搅拌式和滚筒式。近年来,洗衣机几乎已成为家用电器中必不可少的一类产品,市场需求量持续增长,年平均增速可达 14%。

2011 年洗衣机国内销量达到 3580 万台,同比下降 6.7%。2011 年洗衣机市场需求放缓,单 2011 年国内洗衣机市场中大容量、变频等高端产品的发展势头良好,滚筒洗衣机逐步取代传统的波轮产品成为市场主流。随着家电下乡、以旧换新等推动政策的退出,一、二级市场的需求已经明显放缓。2011 年,洗衣机保有量达到 3.47 亿台,同比增长 1.7%。

2004 年 8 月,我国对早在 1989 发布的洗衣机国家强制性能效标准进行了修订,发布了《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》(GB 12021.4-2004),于 2005 年 5 月 1 日正式实施。2006 年 10 月,国家发布了洗衣机能效标识管理实施细则,2007 年 3 月 1 日正式实施。2013 年最新修订的国家标准(GB 12021.4-2013)于 6 月 9 日发布,将于 2013

年10月1日正式实施。与之前的标准相比，新版标准对各类型洗衣机的耗电量限定值、用水量、洗净比指标进行了修改；引入了半载容量的测试；对各类型洗衣机的能效等级指标进行了修改；新增了明示值允许偏差；新增了水效等级判定指标。标准规定，洗衣机产品分为5个能效等级，能效1、2级的产品为高效节能产品，5级规定了能耗限定值。

统计额定洗涤容量为13 kg及以下的家用洗衣机，不考虑1.0 kg及以下的洗衣机和没有脱水功能的单桶洗衣机，其中节能型洗衣机型号比例为60%（1级占比16.9%）。按型号统计，2011年波轮洗衣机节能级产品所占比例为53.8%，其中1级产品占比4.1%，4级和5级产品占比为12.6%。按型号统计，2011年滚筒洗衣机节能级产品所占比例为99.5%，其中1级产品占比98.0%，3级及以下等级产品占比为0.5%。按销售量统计，2011年波轮洗衣机节能级产品所占比例为63.2%，其中1级产品占比4.1%，3级及以下等级产品占比为36.8%。按销售量统计，2011年滚筒洗衣机节能级产品所占比例为100%，其中1级产品占比99.8%。能效水平方面，2011年波轮洗衣机的工作周期耗电量在0.011-0.027 kW·h/(cycle·kg)区间内，平均值为0.019 kW·h/(cycle·kg)，工作周期用水量在12.0-32.0 L/(cycle·kg)区间内，平均值为24.6 L/(cycle·kg)，洗净比在0.70-0.93区间内，平均值为0.80。2011年滚筒洗衣机的单位功效耗电量在0.12-0.27 kW·h/(cycle·kg)区间内，平均值为0.18 kW·h/(cycle·kg)，单位功效用水量在6.4-16.0 L/(cycle·kg)区间内，平均值为10.3 L/(cycle·kg)，洗净比在0.94-1.25区间内，平均值为1.06。

通过分析以上数据，滚筒洗衣机产品几乎全部为高效节能产品，波轮洗衣机的高效节能产品虽不是很高，但是有被滚筒洗衣机代替的

趋势。总体来说，目前我国洗衣机产品的能效水平处于国际先进水平。

（二）三类产品实施“节能产品惠民工程”可行性分析和政策影响预测

基于以上财政激励政策、能效标准和标识、产品市场和能效状况调研，对三类产品实施“节能产品惠民工程”进行可行性分析和政策影响预测。

（1）可行性分析

第一，节能潜力、拉动内需方面。根据前文针对平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机三类目标产品的市场现状和能效状况分析可知：三类目标产品量大面广、节能潜力大，并能通过“节能产品惠民工程”的政策实施显著拉动内需；

第二，节能技术方面。平板电视等三类目标产品的节能产品占比在90%以上（其中波轮洗衣机的高效节能产品占比50%以上），节能产品具备量产条件，且节能产品生产技术成熟；

第三，销售渠道方面。以电视机市场为例，从销售量上看，占据电视机市场份额最大的是百货商场，其比例高达40.9%。其次是家电城和家电专营店，所占比例分别为24%和16.6%。此外，综合性连锁是传统渠道的强劲竞争对手，目前以国外品牌为主，包括家乐福、沃尔玛、麦德龙等。在家电销售方面，综合性连锁以小家电作为切入点，逐渐扩展到销售几乎全部的家电产品。家电销售不是综合连锁业的主要利润来源，很多时候引入家电销售只是为了完善产品线。因此其销售总量比例较低，目前虽然仅占家电产品总销量的2%左右，但是这些国外商流企业的资本、管理、品牌优势明显。品牌专卖店被家电企业引进以后，得到了快速发展。企业设立品牌专卖店，主要的目的是通过全

面展示产品，提升品牌形象，同时促进产品的销售。目前家电生产企业的品牌专卖店多设立在中小城市，这主要是因为原有的渠道形态不适应企业的要求，企业通过品牌专卖的设立，为其在当地市场的竞争打下了良好基础。网上订购具有高效、低成本的特点。高速增长的趋势和极强的市场辐射能力预示着电子商务具有辉煌的前景，但目前我国主要家电产品的网上销售比例仅占0.5%左右。

由此可见，平板电视等家用电器销售渠道相对集中，大部分的生产企业均具有完善的销售网络和产品销售，进而可保证补贴具备高度的可操作性。

第四，对国内产业和生产企业冲击方面。从已实施“节能产品惠民工程”的产品行业状况来看，该三类目标能效产品属于日常使用范围较广的家用电器，通过政策的实施应能有效引导节能技术进步。

第五，政府配置资源方面。为了实现经济与社会的协调发展，必须拓展政府的功能，运用政府在资源配置中的优势地位进行资源的再配置。政府在资源配置中的功能与作用，主要是通过制订政策和法律等资源运作规则，对各种社会资源配置的流向、结构和退出等进行合理引导，以形成有效的资源配置秩序。国家相关主管部门通过联合发布推广企业和产品型号公告的形式推进“节能产品惠民工程”的步伐，通过法律、经济和行政的手段制止和消除市场活动可能造成的队资源的滥用，另一方面促进市场体制对资源的合理利用，保障“节能产品惠民工程”的顺利实施。

(2) 政策影响预测

本项目从财政资金投入量、经济效益、节能减排效益等方面进行政策影响预测。

节能目标主要是指政策实施后高效节能产品取代部分低效产品所

取得的节能量的大小，主要涉及的基础数据有产品各能效等级能效指标、年度使用参数等产品使用习惯情况和推广量。通过下式获得：

$$\text{节能目标值} = \text{年度总节能量} = \text{每台节能量} \times \text{推广量}$$

市场目标主要是指政策推广高效节能产品直接拉动消费需求量的情况，主要涉及的基础数据有产品推广量和政策实施后的产品销售价格。通过下式获得：

$$\text{拉动内需量} = \text{政策实施后产品销售价格} \times \text{推广量}$$

按平板电视推广量 1500 万台计，1、3 级能效对应的能效指数分别为 2.6 和 1.7，按消耗功率 80 W，每天使用时间为 4 h、每年使用 360 天计算。每年单台的节能量=0.08 kW×360 天×4 h×(2.6-1.7)=92.16 kWh。每年总节能量=1500 万台×103.68 kWh/台=15.6 亿度。以市场占比较多的 42 寸平板电视（液晶）为例，高效产品的市场售价按照 4000 元计算，按照推广实施细则中的规定，取对应产品补贴金额较低（350 元）的计算，政策实施后的销售价格=4000 元-350 元=3650 元，拉动内需量=3650 元/台×1500 万台=547 亿元。

按家用电冰箱推广量 1600 万台计，根据我国的电冰箱容积分布，假定一般家庭使用的电冰箱平均规格为 200 升冷藏冷冻箱。正常使用的冰箱其年用能时间为每天不间断使用，因此年运行时间为 365 天，其 1 级和 3 级产品能效指标分别按 0.7 kWh/24 h、1.01 kWh/24 h 计。每年单台的节能量=(1.01-0.7) kWh/24 h×365 天=113.15 kWh。每年总节能量=1600 万台×113.15 kWh/台=18.1 亿度。200 升的冷藏冷冻箱市售价格按 3000 元计，按照推广实施细则中的规定，对应产品的补贴金额为 260 元，政策实施后的销售价格=3000 元-260 元=2740 元，拉动内需量=2740 元/台×1600 万台=438 亿元。

按电动洗衣机推广量 1250 万台计，根据我国洗衣机的型号分布，

以波轮洗衣机为主，假定洗衣机容量以 5 kg 为主，根据我国居民使用洗衣机的习惯，假定每周洗衣 2 次，每次洗衣为 3 个循环，用半小时（半小时包括洗涤 15 分钟和漂洗 2 次，每次 5 分钟）。因此年使用循环次数为 312 次。2、4 级能效对应的耗电量分别为 ≤ 0.017 kWh/cycle/kg 和 ≤ 0.027 kWh/cycle/kg。每年单台的节能量 = $312 \text{ cycle} \times (0.027 - 0.017) \text{ kWh/cycle/kg} \times 5.0 \text{ kg} = 15.6 \text{ kWh}$ 。年总节能量 = $15.6 \text{ kWh/台} \times 1250 \text{ 万台} = 19.5 \text{ 亿度}$ 。波轮、洗涤容量 5.0-5.4 公斤的家用洗衣机高效产品的售价在 2500 元左右，政策实施后的销售价格 = $2500 - 200 = 2300$ 元，拉动内需量 = $2300 \text{ 元/台} \times 1250 \text{ 万台} = 287.5 \text{ 亿元}$ 。

经测算，按节能产品惠民工程实施细则执行推广 1500 万台平板电视、1600 万台电冰箱和 1250 万台洗衣机计算，分别拉动内需约 547 亿元、438 亿元和 287 亿元，分别实现节电约 15 亿度电、18 亿度电和 19 亿度电。

（三）确定三类产品财政补贴推广基本思路和框架

充分借鉴国外成功经验，结合我国财政补贴政策的经验和教训，充分考虑三类产品行业和市场具体情况以及目前的主要消费群体及消费方式，在充分利用现有机制和政策体制的前提下，创新推广实施机制，确定推广环节以及各相关方角色和职责。补贴政策实施方式应体现高效、可操作性强的原则，适合城市消费特点，补贴流程短、方便快捷。

平板电视等三类目标产品财政补贴推广的基本思路和框架与已实施产品的保持一致。根据《高效节能产品推广财政补助资金管理暂行办法》（以下简称《办法》）等相关要求，根据产品特点和市场发展现状，综合考虑政策实施可行性和可操作性，制定产品推广实施细则，具体包括：

第一，确定推广产品及企业条件。推广产品方面，条件包括产品

应通过能效标识备案、节能产品认证，或达到一定能效指标要求；产品近三年间没有发现质量等问题；补贴的产品应是未经售出并使用且国内销售的产品，出口的产品不在补贴范围之列等。推广企业方面，条件包括为中国大陆境内合法注册的独立法人；根据不同的产品类型设定年推广数量限制，提高企业门槛，同时确保政策实施成效；具有完备的产品销售、安装及用户信息管理系统等。

第二，确定推广产品范围。主要参考能效标准标识规定的产品范围，以便能够判别产品是否为高效节能产品，且能够对其能效性能进行检测，使监管具备可行性。

第三，确定推广补助标准。主要依据高效节能产品和低效产品成本差价和规模性效应进行确定。根据政策实施情况，可适时予以调整。

第四，确定推广资格申请、补助资金申请和拨付、标识的加施。

1. 创新推广实施机制

开展“节能产品惠民工程”，推广高效节能产品，重在发挥财政补助、标准标识和节能监管的合力作用，引导可持续性的企业生产和个人消费模式，形成不断淘汰低效产品、扩大高效产品市场占有率、提高产品整体能效的长效机制。

具体推广方式上，由中央财政对高效节能产品生产企业给予补助，再由生产企业按补助后的价格进行销售，消费者是最终受益人。此举措实际上将财政补助的好处间接让渡给消费者。这种财政补贴的特点在于：

一是中间环节少，推广效率高。高效节能产品产业集中度高，例如能效等级在1级或2级以上、具有一定生产规模的空调企业在20-40家，由企业负责推广，有利于调动企业积极性，也可以利用企业现有的销

售、结算、管理体系，提高推广效率。

二是方便消费者，节约推广成本。与直接补助消费者相比，采取间接补助方式，按照补助后的价格进行销售，不增加消费者任何负担，操作简便，易于实施。

三是责任明确，利于监管。生产企业是高效节能产品推广的责任主体，政府主要是采取严格措施，加大监督检查和处罚力度，防止企业弄虚作假。

2. 确定推广的产品种类

量大面广、节能潜力明显的用能产品是“节能产品惠民工程”推广的重点。根据前文中平板电视等三类目标产品的市场状况分析可知，这三类用能产品适用面广、推广效果显著、节能技术改造持续升级，故本项目开展了平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机三类产品推广实施细则的研究。

3. 设定推广企业和推广产品申请财政补贴条件

为了鼓励企业研发、生产、销售高效节能产品，推广实施细则中并没有规定过多的限制条件，只是设置了能效等级、质量、售后服务等基本门槛。凡申请推广的企业和产品只要满足条件，均可参与，实现普惠。另外，考虑到政策实施主要针对我国节能减排、技术升级改造及拉动内需的需要，因此推广实施细则中规定只有国内销售的产品才能享受财政补贴。再有，鉴于“节能产品惠民工程”实施效果取决于高效节能产品的推广数量，也就是说，只有高效节能产品推广达到一定规模，高效节能产品的生产成本才能大幅减低，价格也随之下降，市场障碍才能完全被克服。要实现这个目标，必须由企业在享受政策

激励的同时，承担起推广主体责任。所以推广实施细则中规定了推广企业推广高效节能产品的规模要求。

4. 确定补助标准

高效节能产品推广要调动各方面积极性，政府、企业、消费者都有责任。财政补助主要对高效节能产品与普通产品生产成本的差异进行部分补贴，其余要通过企业规模生产效应、技术进步和消费者节能效益弥补。

5. 财政补助资金拨付程序

“节能产品惠民工程”对推广企业和产品实行的准入制度，企业根据各类产品推广实施细则要求提交相关的材料，由国家发展改革委、财政部进行程序性审核并公告后，企业即可根据实际推广情况向财政部门申领补助。

为缓解企业资金压力，补助资金拨付采取“按月预拨，年度清算”的方式。推广企业在年度终了后 10 日内提出财政补助资金申请，财政部根据申请预拨补助资金。年度终了后 30 日内，推广企业提出年度补助资金清算申请，财政部根据地方财政部门、节能主管部门审核结果和专项核算情况进行补助资金清算。各级财政部门按照财政国库管理制度等有关规定，将补助资金及时拨付给推广企业。

6. 加强监督检查

“节能产品惠民工程”的目标是确保消费者能够以较低价格买到高效节能产品，真正受惠于财政补助。因此，监督检查工作的开展显得尤为重要。

一是要求企业在推广产品的外包装和本体上按要求加施“节能产品惠民工程”标识和字样，普通消费者可以根据国家公告的推广企业和产品进行监督，

二是专门开发了“节能产品惠民工程”信息管理系统，要求企业将每台推广产品的规格型号、销售价格、发票号、安装地点、用户信息等及时录入。各级财政、节能主管部门可以根据权限了解当地高效节能产品推广的情况，对推广信息同步开展核查，并将核查结果及时反映给财政部、国家发展改革委。

三是财政部、国家发展改革委组织对推广产品的能效、质量、销售和安装情况等进行检查，并将检查结果向社会公告，使广大消费者获得对称信息。

对于在日常检查和专项抽查中发现的推广企业提供虚假信息、推广产品能效不符合标准要求、推广价格高于企业承诺的推广价格减去财政补助、推广产品数量未达到规定规模等问题，视情节给予通报批评、扣除补助资金等处罚。情节严重的、取消推广资格。尽管取消推广资格的处罚较重，会对违规企业的生产、销售、融资等造成较大影响，并使企业付出惨痛代价，但为保证推广机制的有效运转，这种处罚是必要的。特别是在推广初期，更要从重、严肃处理，绝不姑息手软。

7. “节能产品惠民工程”标识含义

为了方便消费者识别和监督，在推广细则中要求企业在推广的高效节能产品外包装和本体上加施专用标识。标识的内容包括：“节能产品惠民工程”字样，“绿色人字”图案以及政府补助金额。

“绿色人字”图案的左半部分为“人”字，代表本活动的最终受益对象为广大消费者，右半部分为斜体大写英文字母“E”，代表英文

Energy（能源）、Economy（节约、经济实惠）、Environment（环境）等多重含义，体现了本活动“惠民、节能、环保”的主题、人类与能源的相互支撑关系。此外，变体后的“E”可以看做能效标识中的不同能效等级，整个图案基本轮廓呈三角形，象征能效等级不断提升。

（四）研究起草三类产品“节能产品惠民工程”财政补贴推广实施细则草案

在以上可行性研究和广泛专家研讨基础上，起草三类产品“节能产品惠民工程”财政补贴推广实施细则草案，包括确定补贴对象、补贴方式、补贴标准、设定推广企业和推广产品申请财政补贴的条件、补贴资金申请及拨付流程、监督管理等。

目标产品范围

（1）平板电视

财政补贴推广的高效节能平板电视为普通用途液晶电视和等离子电视，与平板电视能效标准、能效标识要求协调一致。具体产品要求为：在电网电压下正常工作，能接收、解调由电视信号调制的射频信号；依据国家标准 GB 24850《平板电视能效限定值及能效等级》，液晶电视为能效 1 级，且能效指数达到 1.7 及以上水平；等离子电视为能效 1 级，且能效指数达到 1.4 及以上水平；被动待机功率不大于 0.5 瓦

鉴于平板电视节能技术发展日新月异，当前平板电视 1 级产品占比较高，考虑到产品补贴市场份额占比，在确定财政补贴范围时将平板电视能效等级的评价指标——能效指数在 1 级的基础上进行了提高，其中液晶电视的能效指数达到 1.7 及以上水平，等离子电视的能效指数达到 1.4 及以上水平。

(2) 家用电冰箱

财政补贴推广的高效电冰箱产品为电机驱动压缩式家用电冰箱，不包括冷藏箱和嵌入式、透明门展示用或其他用途的电冰箱，与家用电冰箱能效标准、能效标识要求协调一致。结合目前市场上产品能效占比情况，在满足产品范围为能效 1 级的基础上，进一步提高了能效指数的要求，依据国家标准 GB12021.2《家用电冰箱能耗限定值及能源效率等级》，能效指标达到以下要求：

产品类型		能效指标
冷冻箱、冷藏/冷冻箱 (BD、BC/BD)		能效指数 \leq 50%
冷藏冷冻箱、 无霜冷藏冷冻箱 (BCD、BCDW)	总有效容积 \leq 300 L	能效指数 \leq 32%
	总有效容积 $>$ 300 L	能效指数 \leq 40%

(3) 电动洗衣机

财政补贴推广的高效电动洗衣机产品为额定洗涤容量在 13 kg 及以下和 1kg 以上的家用电动洗衣机，不包括搅拌式洗衣机和没有脱水功能的单桶洗衣机，与电动洗衣机能效标准、能效标识要求协调一致。当前滚筒式洗衣机节能产品占比近 100%，小容量的波轮式全自动洗衣机 1 级能效产品所占份额也较高，故依据国家标准 GB12021.4《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》，能效等级及能效指标达到以下要求：

产品类型	能效等级及能效指标要求
波轮式全自动洗衣机	额定容量 \leq 3.5kg，能效 2 级及以上
	额定容量 $>$ 3.5kg，能效 1 级
波轮式双桶洗衣机	能效 2 级及以上

滚筒式洗衣机	能效 1 级，洗净比 ≥ 1.03 ，用水量 ≤ 10 L/cycle/kg，耗电量 ≤ 0.17 kWh/cycle/kg
--------	---

在以上确定的产品范围基础上，还规定了平板电视等三类产品的其他要求：通过能效标识备案；通过国家认可的第三方机构能效检测或节能产品认证；在近三年内国家产品质量监督抽查和能效标识市场专项检查中，该产品无不合格。

推广企业条件

此部分内容包括企业性质、管理体系、年最低推广量、售后服务、财务管理、管理能力等基本门槛等。

结合具体的市场销售量、消费者的购买能力等，确定了入选推广企业的高效节能平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机的年推广量分别为 50 万台、10 万台和 10 万台。在入选企业条件的共性中明确了必须为中国大陆境内注册的独立法人，并拥有所申请推广产品的自主品牌或品牌合法使用权；为避免同一品牌的不同制造单位间充分申报，明确规定同一品牌只能由一家生产企业申请推广；考虑到补贴资金申请申报和后续的推广信息中央抽查，在细则中规定入选企业应具有完善的销售网络和产品销售、售后服务及用户信息管理系统；另外，规定了企业应拥有完善的质量管理体系和环境管理体系。

按照“节能产品惠民工程”的推广流程，某地区内的各级销售单位（包括一级经销商）按期（原则上进行日报，根据不同产品类别可适当调整）上报自身信息（销售单位唯一性编码、名称、地址、联系人等）和产品进货信息（包括进货日期、购进产品的数量、型号、产品唯一性编码、销售发票信息等）或出货、销售信息（出货至下层级各经销商或销售给终端用户的产品数量、型号、产品唯一性编码，销售发票信息、终端用户姓名、联系电话、详细地址等）至地方组织单

位。纳入推广企业销售网络的流通企业和销售网点必须满足以下要求：为中国大陆境内注册的独立法人；具有完善的财务管理制度，会计核算规范；具有向消费者及时兑付补助资金的能力；能够有效收集、管理推广产品销售信息。

推广期限

平板电视等三类目标产品的推广期限暂定为 2012 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日。

推广补贴标准

产品平均补贴标准是指对某类产品实施节能产品惠民工程，每台（套）产品的财政补贴金额大小。大部分产品通过以下 3 步获取：

第一步：针对每类产品，调研得到该产品高效节能产品和低效产品的成本价格或销售价格。考虑到产品真实的成本价格难以获取，且不同能效水平产品成本价格差值和销售价格差值基本一致。因此，大部分产品获取其销售价格；

第二步：计算得到高效节能产品和低效产品价格差值。价格差值指某类产品中销售量最大、最具代表性的规格的成本差价或销售差价。原则上，对于分成 3 级的能效产品，取能效 1 级和能效 3 级产品价格差值；对于分成 5 级能效产品，取能效 2 级和能效 4 级产品价格差值。

根据实际情况，结合财政补贴比例不宜过大的政策思路，部分产品价格差价测算原则适当进行调整。对于未按能效标准划分高效节能和低效的部分产品（如电冰箱），按具体能效指标差异确定产品价格差值。

第三步：估算平均补贴标准。根据目前“节能产品惠民工程”的实施对产品价格的影响，估算确定平均补贴标准为产品价格差值的 80%（补贴标准=价格差值×80%），即按高效节能产品和低效产品价格差值

的 80% 给予高效节能产品财政补贴，使高效节能产品价格接近低效产品。补贴标准的比例 = (价格差价 × 80%) / 高效节能产品成本价或销售价格。

按照以上的确定产品平均补贴标准的方法，平板电视等三类目标产品的推广财政补贴标准分别如下。

高效节能平板电视推广财政补贴标准为：

尺寸 (英寸)	液晶电视 (元/台)		等离子电视 (元/台)	
	能效指数 ≥1.7	能效指数 ≥1.9	能效指数 ≥1.4	能效指数 ≥1.7
19 ≤ 尺寸 < 32	100	150	-	-
32 ≤ 尺寸 < 42	250	300	250	300
尺寸 ≥ 42	350	400	350	400

高效节能电冰箱推广财政补贴标准为：

产品类型	补贴标准 (元/台)	
冷冻箱、冷藏/ 冷冻箱 (BD、BC/BD)	总有效容积 ≤ 120 L	70
	120 L < 总有效容积 ≤ 300 L	130
	总有效容积 > 300 L	180
冷藏冷冻箱、 无霜冷藏冷冻箱 (BCD、BCDW)	总有效容积 ≤ 240L	260
	240 L < 总有效容积 ≤ 300 L	330
	总有效容积 > 300 L	400

高效节能电动洗衣机推广财政补贴标准为：

产品类型	能效等级及能效指标要求	补贴标准 (元/台)
波轮式全自动洗衣机	额定容量 ≤ 3.5 kg，能效 2 级及以上	100
	额定容量 > 3.5 kg，能效 1 级	200
波轮式双桶洗衣机	能效 2 级及以上	70

滚筒式洗衣机	能效1级，洗净比 ≥ 1.03 ，用水量 ≤ 10 L/cycle/kg，耗电量 ≤ 0.17 kWh/cycle/kg	260
--------	---	-----

为避免同一产品重复享受财政补助政策，规则中规定“对已享受‘家电下乡’等其他财政补助政策的产品，不再给予补助”。

推广资格申请

此部分内容规定了高效节能产品的推广生产企业进行推广申请报告提交的资料、上报的流程，以及上报后国家相关部门如何进行审核、公示。推广资格申请的步骤与之前实施“节能产品惠民工程”的产品保持一致。

申请高效节能产品推广的生产企业，将高效节能产品推广申请报告及下述材料逐级上报，经省级节能主管部门、财政部门、工业和信息化部门审核后，报国家发展改革委、财政部、工业和信息化部。

- (1) 营业执照和税务登记证（复印件加盖公章）；
- (2) 推广产品能效检测报告或节能认证证书；
- (3) 推广产品能效标识备案证明；
- (4) 质量管理体系和环境管理体系认证证书；
- (5) 商标注册证明及授权书；
- (6) 其他相关材料。

国家发展改革委会同财政部、工业和信息化部组织专家对上报材料进行审核，公示推广企业、产品规格型号及销售网点目录，并根据推广企业销售网点变化、产品规格型号调整等情况对目录实行动态管理。享受“家电下乡”等其他财政补助政策的规格型号不得申请。

补贴资金申请和拨付

平板电视等三类产品的补贴资金申请和拨付与其他已实施“节能

产品惠民工程”的产品的要求保持一致。明确规定了补贴资金申请和拨付的流程、消费者所需提供的相关证件、以及推广企业、国家主管部门的角色任务。

(1) 消费者在购买产品时提供本人身份证复印件，签署已获得补贴并承诺配合有关检查意见后，推广企业及时将补贴资金兑付给消费者。

(2) 推广企业将销售、安装（配送）及用户信息及时录入“节能产品惠民工程”信息管理系统，于月度终了后 10 日内将月度推广报告（具体格式见附件 2），上报财政部、工业和信息化部。

(3) 工业和信息化部会同财政部组织有关第三方机构对推广情况进行审核。

(4) 财政部根据推广企业月度推广情况与工业和信息化部出具的审核意见，预拨补贴资金。

(5) 年度终了后 30 日内，推广企业提出年度补贴资金清算报告，逐级上报财政部、国家发展改革委、工业和信息化部。

(6) 财政部根据工业和信息化部出具的审核意见和专项核查情况进行补贴资金清算。

标识的加施

规则中规定：推广企业按照要求在推广产品的本体和包装上加施“节能产品惠民工程”标识。推广产品公示之日前生产的产品，应于公示发布后 1 个月内在本体或外包装上加施“节能产品惠民工程”标识。

在空调等先前实行“节能产品惠民工程”的产品标识中，还含有“推广上限价格”、“补助后上限价格”的内容。在实施过程中发现，规定具体型号产品的“推广上限价格”和“补助后上限价格”并不利于产

品的市场化发展，同时避免WTO成员国中“反倾销”现象的嫌疑；其次，将“政府补助金额”的形式从“价格外”调整至“价格内”，与“上限价格”无关，更有助于“节能产品惠民工程”运行和监督的便利性、增强活动的透明度。

平板电视等三类产品“节能产品惠民工程”标识分别如下。

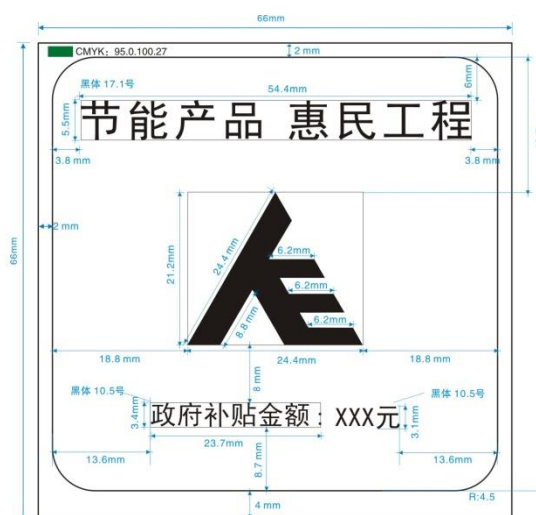


图2 平板电视“节能产品惠民工程”标识

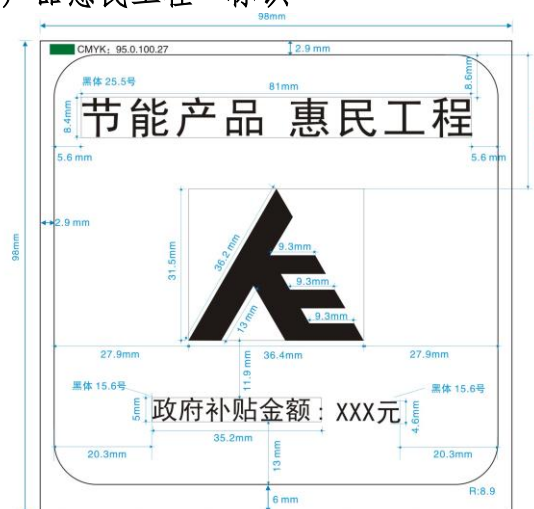


图3 家用电冰箱“节能产品惠民工程”标识

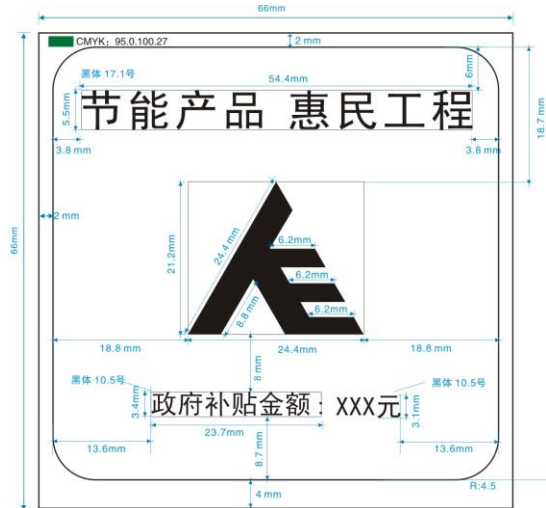


图 4 电动洗衣机 “节能产品惠民工程”标识

（五）政策评估

惠民工程自 2009 年实施以来，推广近 7000 台（千瓦）产品，拉动消费 5800 亿元，节电 700 多亿千瓦时，折合 3151 万吨标准煤，政策效应突显，取得生产者得市场、消费者得实惠、全社会节能减排的显著效果。截至 2013 年 5 月底，共入围推广 79934 个型号产品，涉及 665 家推广企业，其中包含 28 家平板电视企业的 6267 个型号产品，64 家家用电冰箱企业的 5172 个型号产品，48 家电动洗衣机企业的 2855 个型号产品。

在节能产品推广补贴政策的推动下，家电市场出现了积极的变化：**一是消费需求逐步增长，家电市场迅速回暖。**尤其在 2012 年十月黄金周期间，随着惠民工程第二批推广目录的发布，销售渠道迅速加大节能家电采购比例，极大地撬动了市场购买热潮。据国美、苏宁的销售数据显示，以北京地区为例双节期间苏宁卖场家电销量同比增长 200%，国美卖场家电销售额和销售量均比去年同期增长 2 倍以上。节能补贴政策直接带动的销售占据了近七成的比例；**二是产品结构优化步伐加速，节能产品成为选购主流。**从行业统计数据来看，截至 10 月份，入围惠民工程的节能产品销量占比较 6 月份有显著提升，其中节能平板

电视占比上升 34.7 个百分点，达到 70%；节能冰箱占比上升 12 个百分点，达到 21%；节能洗衣机占比上升 29%，达到 57%；节能空调占比上升 15 个百分点，达到 33%。**三是产业转型升级态势明显。**政策的推动对我国家电产业链条上各环节都带来了深刻影响，企业纷纷调整排产计划和产品布局，调整生产研发战略，围绕高效节能先行的策略，推动节能技术不断创新，国产品牌加速发力领跑，企业核心竞争力快速提升，产业结构调整和行业技术升级取得明显进展。

由此可见，在现有的“节能产品惠民工程”政策思路和实施框架下，高效节能产品的推广活动顺利实施。实施“节能产品惠民工程”，对于我国在当前形势下实现经济平稳较快发展，加快建设资源节约型、环境友好型社会具有十分重要的意义。

第一，有利于推动我国战略性新兴产业的培育和发展。实施政府补贴加强了对节能环保等战略新兴产业的政策支持和规划引导，切实发挥了政策“四两拨千斤”重要作用，有效消除了高效节能产品推广所面临的产品初始投资大、市场不规范、社会认知度低等市场障碍，促进了能效标准等行业技术环境完善升级，加快了高效节能产品推广，有助于发展现代产业体系，推动节能技术创新，提高产业核心竞争力，培育发展节能环保等战略新兴产业。

第二，有利于促进技术进步，推动产业升级。节能环保等新兴产业已成为市场新的经济增长点和战略调整的制高点，谁掌握了这个制高点，谁就可能引领未来产业发展的潮流。实施“节能产品惠民工程”，引导市场取向于高效节能产品，通过有效的市场化作用，企业为了引领产业发展，不断提升技术水平，在推动整个产业技术升级方面发展重要作用。

第三，有利于扩大内需、促进就业，特别是消费需求。我国是空

调、冰箱、电视机等用能产品生产大国和出口大国，政策的实施充分挖掘了我国内需的巨大潜力。实施“节能产品惠民工程”，推广高效节能产品是保增长、调结构、促内需的有机结合，既有利于居民消费潜力有效转化为现实消费需求，尤其在国际金融危机后，通过市场引导、消费带动方式，刺激了房间空调器等用能产品在国内市场出现销售井喷，有效破除了内销低迷、库存剧增等行业面临的一系列困难，拉动当前经济增长，又能引导企业开发、生产、销售高效节能产品，实现产业升级，促进高效节能成为了新的经济增长点，初步形成了以高效节能带动消费需求的长效机制。

第四，有利于加快建设资源节约型、环境友好型社会。目前，我国作为一个高速城镇化、现代化的人口大国，家用电器、工业设备、办公设备、交通工具的普及率和使用量快速提升，能源消耗总量巨大。然而，我国高效节能产品国内市场占有率明显偏低，家电等终端用能产品的平均能源利用效率仅略高于发达国家 70-80 年代初的水平。面对日趋强化的资源环境约束，实施节能产品惠民工程有助于健全我国节能减排财政激励政策体系；有助于提高终端用能产品能效水平，促进高效节能产品替代低效产品，挖掘社会节能潜力，促进节能减排；有助于形成企业生产、消费者购买、全社会认同高效节能产品的良好社会氛围，提升全社会节能减排意识；有助于推动我国加快构建资源节约、环境友好的生产方式和消费模式，增强可持续发展能力。

第五，有利于带动投资和扩大就业，实现我国经济包容性增长。空调、冰箱等高效节能产品是高技术劳动密集型行业，技术含量高，产业链长，成长性好，带动作用大，扩大高效节能产品消费可有效促进企业投资，推动其建立完善的营销、物流、售后服务等内销网络，从而带动就业增加。同时，实施节能产品惠民工程推动高效节能产品

普及，使高端消费转变成为大众消费，广大消费者以较低价格享受到高效节能产品节电、省钱的巨大实惠，政策“惠民”主旨是贯彻落实“十二五”期间实现经济水平包容性增长的重要体现。

四、主要结论

本项目在汇总分析国内外节能产品财政激励政策、总结研究“十一五”期间我国用能产品财政补贴政策实施成效的基础上，针对平板电视、家用电冰箱和电动洗衣机三类产品市场、能效状况、能效标准、标识实施情况等方面的情况进展进行深入分析，结合实施政策的可行性分析和政策影响预测，确定了三类产品财政补贴推广的基本思路，进一步确定了三类产品“节能产品惠民工程”财政补贴推广实施细则。主要形成了以下结论：

（一）世界大部分国家针对高效节能的终端用能产品实行财政激励政策，通过财政资金补贴和税收调节的方式，有效促进了节能产品的推广，消除了高效节能产品推广的市场障碍。

（二）汇总分析了“十一五”期间我国财政激励政策，其中“节能产品惠民工程”在高效产品推广使用方面取得了一定的成效，真正让企业得市场、老百姓得实惠、国家得节能减排成效。

（三）平板电视等三类目标产品实施“节能产品惠民工程”具有必要性和可行性。

（四）制定了《节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则》、《节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则》和《节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则》。细则包含推广产品要求、推广企业条件、推广期限、推广补贴标准、推广资格申请、补贴资金申请和拨付、标识的加施共七个方面，全面包括了高效节能

产品推广的各个环节，详实规定了各个环节的具体要求，为三类目标产品“节能产品惠民工程”的顺利实施奠定了基础。

（五）平板电视等三类目标产品“节能产品惠民工程”的实施，在促进消费者需求增长、优化产品市场结构、促使产业转型升级等方面均发挥了重要作用。

五、政策建议

基于该项目，在平板电视等三类目标产品“节能产品惠民工程”推广实施细则研制过程中，结合发现的高效节能产品推广过程中催在的问题，提出以下政策建议。

一是节能财政激励政策体系有待健全。国外发达国家分别针对厂商和消费者规定了各自广范围的、适用的、实时的节能激励政策，而我国目前大部分政策针对市场供给方，对需求方的激励措施还不完善；

二是政策实施范围有待扩展。国内过多聚焦大企业节能，虽然突出重点，对于面广、量多、节能潜力巨大的中小企业、家庭、个人采取的政策措施较少；

三是政策实施模式有待改善。我国目前采取的大部分节能激励政策是以项目的形式，“计划性”地拨付给生产企业等相关单位，未充分发挥市场的积极作用，所投入的大量资金的节能效益不高；

四是政策实施方式有待完善。目前节能财政激励政策，尤其是对于高效节能产品的财政激励政策，主要采取的是直接给予财政补贴资金的方式，有待充分运用通过税收减免间接进行财政激励的方式，研究建立促进节能的税收优惠、财政补贴组合型政策，有助于减小监管难度，加强政策系统管理。

五是加强宣传推广，扩大政策影响。通过电视、杂志等媒体以及媒体通报会等形式，加大政策宣传推广，进一步扩大政策影响力和实施效果，推动形成生产企业积极生产、消费者积极购买高效节能产品的良好社会氛围。

附件 1:

财政部 国家发展改革委 工业和信息化部

关于印发《节能产品惠民工程高效节能
平板电视推广实施细则》的通知

财建[2012]259 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、发展改革委、工业和信息化主管部门，新疆生产建设兵团财务局、发展改革委、工业和信息化主管部门：

为促进节能家电等产品消费，经国务院同意，根据《财政部 国家发展改革委关于开展节能产品惠民工程的通知》（财建[2009]213 号）规定，我们制定了《节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则》，现印发给你们，请遵照执行。

附件：节能产品惠民工程高效节能平板电视推广实施细则

财 政 部

国家发展改革委

工业和信息化部

二〇一二年五月二十五日

附件：

节能产品惠民工程
高效节能平板电视推广实施细则

一、推广产品要求

财政补贴推广的高效节能平板电视为普通用途液晶电视和等离子电视，并需同时满足以下要求：

1. 在电网电压下正常工作，能接收、解调由电视信号调制的射频信号；
2. 依据国家标准 GB 24850《平板电视能效限定值及能效等级》，液晶电视为能效 1 级，且能效指数达到 1.7 及以上水平；等离子电视为能效 1 级，且能效指数达到 1.4 及以上水平；
3. 被动待机功率不大于 0.5 瓦；
4. 通过能效标识备案；
5. 通过国家认可的第三方机构能效检测或节能产品认证；
6. 在近三年内国家产品质量监督抽查和能效标识市场专项检查中，该产品无不合格。

二、推广企业条件

（一）申请高效节能平板电视推广的生产企业必须满足以下要求：

1. 为中国大陆境内注册的独立法人；
2. 年推广高效节能平板电视数量不少于 50 万台；
3. 拥有所申请推广产品的自主品牌或品牌合法使用权，同一品牌只能由一家生产企业申请推广；
4. 具有完善的销售网络和产品销售、售后服务及用户信息管理系统；
5. 拥有完善的质量管理体系和环境管理体系。

（二）纳入推广企业销售网络的流通企业和销售网点必须满足以下要求：

1. 为中国大陆境内注册的独立法人；

2. 具有完善的财务管理制度，会计核算规范；
3. 具有向消费者及时兑付补助资金的能力；
4. 能够有效收集、管理推广产品销售信息。

三、推广期限

推广期限暂定为 2012 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日。

四、推广补贴标准

高效节能平板电视推广财政补贴标准为：

尺寸（英寸）	液晶电视（元/台）		等离子电视（元/台）	
	能效指数 ≥1.7	能效指数 ≥1.9	能效指数 ≥1.4	能效指数 ≥1.7
19≤尺寸<32	100	150	-	-
32≤尺寸<42	250	300	250	300
尺寸≥42	350	400	350	400

对已享受“家电下乡”等其他财政补助政策的产品，不再给予补助。

五、推广资格申请

申请高效节能平板电视推广的生产企业，将高效节能平板电视推广申请报告（具体格式见附件 1）及下述材料逐级上报，经省级节能主管部门、财政部门、工业和信息化部门审核后，报国家发展改革委、财政部、工业和信息化部。

- （一）营业执照和税务登记证（复印件加盖公章）；
- （二）推广产品能效检测报告或节能认证证书；
- （三）推广产品能效标识备案证明；
- （四）质量管理体系和环境管理体系认证证书；
- （五）商标注册证明及授权书；

(六) 其他相关材料。

国家发展改革委会同财政部、工业和信息化部组织专家对上报材料进行审核，公示推广企业、产品规格型号及销售网点目录，并根据推广企业销售网点变化、产品规格型号调整等情况对目录实行动态管理。享受“家电下乡”等其他财政补助政策的规格型号不得申请。

六、补贴资金申请和拨付

(一) 消费者在购买产品时提供本人身份证复印件，签署已获得补贴并承诺配合有关检查意见后，推广企业及时将补贴资金兑付给消费者。

(二) 推广企业将销售、安装（配送）及用户信息及时录入“节能产品惠民工程”信息管理系统，于月度终了后 10 日内将月度推广报告（具体格式见附件 2），上报财政部、工业和信息化部。

(三) 工业和信息化部会同财政部组织有关第三方机构对推广情况进行审核。

(四) 财政部根据推广企业月度推广情况与工业和信息化部出具的审核意见，预拨补贴资金。

(五) 年度终了后 30 日内，推广企业提出年度补贴资金清算报告，逐级上报财政部、国家发展改革委、工业和信息化部。

(六) 财政部根据工业和信息化部出具的审核意见和专项核查情况进行补贴资金清算。

七、标识的加施

(一) 推广企业按照要求在推广产品的本体和包装上加施“节能产品惠民工程”标识。

(二) 推广产品公示之日前生产的产品，应于公示发布后 1 个月

内在本体或外包装上加施“节能产品惠民工程”标识。

- 附：1. 节能产品惠民工程高效节能平板电视推广申请报告格式
2. 节能产品惠民工程高效节能平板电视推广情况月度报告格式

附 1

节能产品惠民工程

高效节能平板电视推广申请报告格式

一、推广企业基本情况表（附表 1）

二、推广产品基本情况表（附表 2）

三、推广网络基本情况表（附表 3）

四、相关证明材料

并承诺如下：

1. 将按相关文件的规定履行责任和义务；
2. 已详细审查全部申请材料，并保证材料的真实性；
3. 同意提供与本申请相关的其他材料。

与申请有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 联系人_____

电话_____ 传真_____

网址_____ 电子邮件_____

法定代表人签章_____ 日期_____

附表 1:

推广企业基本情况表

推广企业名称			
详细地址			
法人代表		注册商标名称	
组织机构代码		营业执照号码	
所有制性质		注册资金(万元)	
上级主管部门		固定资产(万元)	
企业总人数		其中: 研发人员人数	
联系人		联系电话	
E-MAIL		邮政编码	
企业网址			
制造单位名称 (包括贴牌厂家)			
企业技术中心(国家 级、省级)			
最近三年平板电视 销售量(万台)	前一年	前二年	前三年
1、2级能效产品销 售量(万台)	前一年	前二年	前三年
银行账户信息	开户名称: 开户银行: 账号:		

附表 2:

推广产品基本情况表

推广产品技术参数汇总表														
序号	型号	尺寸	开机功率	九点亮度测试功耗	九点平均亮度	被动待机功率	液晶电视能效指数 (EEI _{LCD})	等离子电视能效指数 (EEI _{PDP})	对比度	色域覆盖率	水平可视角	能效标识备案号	第三方检测报告编号/节能认证证书号	计划推广价格 (元)
		(英寸)	(W)	(W)	(cd/m ²)	(W)	(%)	(°)						
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														

推广产品基本情况表（续）

推广产品详细信息 (按产品规格型号填写)					
序号	项目		具体内容		
1	生产企业				
	制造单位				
	规格型号				
	品牌				
2	产品类型		<input type="checkbox"/> LCD <input type="checkbox"/> PDP <input type="checkbox"/> 其他_____		
	额定电压 (V)				
	额定电流 (A)				
	额定频率 (Hz)				
	附加功能		<input type="checkbox"/> 视盘播放 <input type="checkbox"/> 计算机 <input type="checkbox"/> 网络 <input type="checkbox"/> 录像 <input type="checkbox"/> 其它_____		
	供电方式		<input type="checkbox"/> 内置电源 <input type="checkbox"/> 外部电源, 输出功率 _____ (W)		
	信号处理功率 (W)		<input type="checkbox"/> YPBPR 分量接口输入 (6W) <input type="checkbox"/> 模拟射频接口输入 (10W) <input type="checkbox"/> 数字射频接口输入 (17W)		
屏幕有效尺寸 (长×宽) (mm×mm)		长_____×宽_____			
3	额定功率 (W)				
	被动待机功率 (W)				
	有效发光面积 (m ²)				
	九点平均亮度 (cd/m ²)				
	能效指数 (EEI)				
	固有分辨率 (像素数)		水平_____×垂直_____		
	使用外部电源 的平板电视	最小平均效率			
空载状态下的最大有功 功率 (W)					
4	外形尺寸 (长×宽×高) (mm×mm×mm)				
	显示屏 (液晶)	背光源	制造商	技术参数	规格型号
		液晶面板			
		主要光学组件			
	显示屏 (等离子)				
	电源板				
	图像处理芯片				
	待机控制 CPU				
5	产品其他性能特征		具体说明		
6	产品照片		附照片 (JPG 格式、200K 以内)		

附表 3

推广网络基本情况表

序号	销售机构名称	销售机构详细地址	组织机构 代码	资产规模	注册资金	邮编	负责人	固定电话/手机	E-MAIL 地 址
一级销 售网点									
1									
2									
.....									
二级销 售网点									
1									
2									
.....									
三级销 售网点									
1									
2									
.....									

附 2

节能产品惠民工程

高效节能平板电视推广情况月度报告格式

- 一、 高效节能平板电视推广财政补贴资金汇总表（附表 1）
- 二、 高效节能平板电视推广财政补贴资金明细表（附表 2）

并承诺如下：

1. 将按相关文件的规定履行责任和义务；
2. 已详细审查全部申请材料，并保证材料的真实性；
3. 生产企业同意提供与本申请相关的其他材料。

与推广信息及财政补贴有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 联系人_____

电话_____ 传真_____

网址_____ 电子邮件_____

法定代表人签章_____ 日期_____

附表 1:

年 月高效节能平板电视产品推广财政补贴资金汇总表

本次申请预拨: (万元)				本月推广数量 (台)				
以前累计预拨: (万元)				累计推广数量 (台)				
能效指数	尺寸范围 (英寸)	期初库存 (台)	生产量 (台)	出货量 (台)	期末库存 (台)	销售量 (台)	补贴标准 (元)	补贴金额 (万元)
能效指数 ≥ 1.7 (PDP 能效指数 ≥ 1.4)	19 ≤ 尺寸 < 32							
	32 ≤ 尺寸 < 42							
	尺寸 ≥ 42							
	小计							
能效指数 ≥ 1.9 (PDP 能效指数 ≥ 1.7)	19 ≤ 尺寸 < 32							
	32 ≤ 尺寸 < 42							
	尺寸 ≥ 42							
	小计							
合计								
企业及企业法人代表签章:								

附表 2:

年 月高效节能平板电视产品推广财政补助资金明细表

能效指数	尺寸范围 (英寸)	补贴标准 (元)	品牌	规格型号	尺寸 (英寸)	期初库存 (台)	期末库存 (台)	销售量 (台)	补贴金额 (万元)	
能效指数 ≥ 1.7 (PDP 能效指数 ≥ 1.4)	19 \leq 尺寸 < 32									
		小计								
	32 \leq 尺寸 < 42									
		小计								
	尺寸 ≥ 42									
		小计								
能效指数 ≥ 1.9 (PDP 能效指数 ≥ 1.7)	19 \leq 尺寸 < 32									
		小计								
	32 \leq 尺寸 < 42									
		小计								
	尺寸 ≥ 42									
		小计								
合计										
企业及企业法人代表签章:										

附件 2:

关于印发《节能产品惠民工程高效节能 家用电冰箱推广实施细则》的通知

财建[2012]276 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、发展改革委、工业和信息化主管部门，新疆生产建设兵团财务局、发展改革委、工业和信息化主管部门：

为促进节能家电等产品消费，经国务院同意，根据《财政部 国家发展改革委 关于开展节能产品惠民工程的通知》（财建[2009]213 号）规定，我们制定了《节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则》，现印发给你们，请遵照执行。

附件：节能产品惠民工程高效节能家用电冰箱推广实施细则

财 政 部

国家发展改革委

工业和信息化部

二〇一二年六月四日

附件：

节能产品惠民工程 高效节能家用电冰箱推广实施细则

一、推广产品范围及要求

(一) 推广产品为能效 1 级的电机驱动压缩式家用电冰箱，不包括冷藏箱和嵌入式、透明门展示用或其他用途的电冰箱。

(二) 推广产品必须满足以下要求：

1. 依据国家标准 GB12021.2 《家用电冰箱能耗限定值及能源效率等级》，能效指标达到以下要求：

产品类型		能效指标
冷冻箱、冷藏/冷冻箱 (BD、BC/BD)		能效指数 \leq 50%
冷藏冷冻箱、 无霜冷藏冷冻箱 (BCD、BCDW)	总有效容积 \leq 300 L	能效指数 \leq 32%
	总有效容积 $>$ 300 L	能效指数 \leq 40%

2. 通过能效标识备案；

3. 通过国家认可的第三方机构能效检测或节能产品认证；

4. 在中国大陆境内生产和使用；

5. 在近三年内国家产品质量监督抽查和国家能效标识市场专项检查中，该品牌的电冰箱无不合格。

二、推广企业条件

(一) 申请推广的生产企业必须满足以下条件：

1. 为中国大陆境内注册的独立法人；

2. 年推广高效节能电冰箱数量不少于 10 万台；

3. 拥有所申请推广产品的自主品牌或品牌合法使用权，同一品牌只能由一家生产企业申请推广；

4. 具有完善的销售网络和产品销售、安装及用户信息管理系

统；

5. 具备完善的质量管理和环境管理体系。

(二) 纳入推广企业销售网络的流通企业及销售网点必须满足以下要求：

1. 为中国大陆境内注册的独立法人；
2. 具有健全的财务管理制度，会计核算规范；
3. 具有及时向消费者兑付补贴资金的能力；
4. 能够有效收集、管理推广产品销售信息。

三、推广期限

推广期限暂定为 2012 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日。

四、推广补贴标准

高效节能电冰箱推广财政补贴标准为：

产品类型		补贴标准 (元/台)
冷冻箱、冷藏/ 冷冻箱 (BD、BC/BD)	总有效容积 \leq 120 L	70
	120 L $<$ 总有效容积 \leq 300 L	130
	总有效容积 $>$ 300 L	180
冷藏冷冻箱、 无霜冷藏冷冻箱 (BCD、BCDW)	总有效容积 \leq 240L	260
	240 L $<$ 总有效容积 \leq 300 L	330
	总有效容积 $>$ 300 L	400

对已享受“家电下乡”等其他财政补助政策的产品，不再给予补贴。

五、推广资格申请

申请高效节能电冰箱推广的生产企业，将申请报告（具体格式见附1）及下述材料（复印件加盖公章）逐级上报，经省级节能主管部门、财政部门、工业和信息化部门审核后，报国家发展改革委、财政部、工业和信息化部。

- （一）营业执照和税务登记证；
- （二）推广产品能效检测报告或产品节能认证证书（含能效检测报告）；
- （三）推广产品能效标识备案证明；
- （四）质量管理体系和环境管理体系认证证书；
- （五）商标注册证明及授权书；

(六) 其他相关材料。

国家发展改革委会同财政部、工业和信息化部组织专家对上报材料进行审核，公示推广企业、产品规格型号、流通企业及销售网点目录，并根据推广企业销售网点变化、产品规格型号调整等情况对目录实行动态管理。享受“家电下乡”等其他财政补助政策的规格型号不得申请。

六、补贴资金申请和拨付

(一) 消费者在购买产品时提供本人身份证复印件，并签署已获得补贴并承诺配合有关检查意见后，推广企业及时将补贴资金兑付给消费者。

(二) 推广企业将销售、安装及用户信息及时录入“节能产品惠民工程”信息管理系统。月度终了后 10 日内，将月度推广情况及补贴资金申请报告（具体格式见附 2）上报财政部、工业和信息化部、国家发展改革委。

(三) 工业和信息化部会同财政部、国家发展改革委组织有关第三方机构对推广情况进行审核。

(四) 财政部根据推广企业月度推广情况与工业和信息化部出具的审核意见，预拨补贴资金。

(五) 年度终了后 30 日内，推广企业提出年度补贴资金清算报告，逐级上报财政部、国家发展改革委、工业和信息化部。

(六) 财政部根据工业和信息化部出具的审核意见和专项检查情况进行补贴资金清算。

七、标识的加施

(一) 推广企业按照要求在推广产品的本体和包装上加施“节

能产品惠民工程”标识。

(二) 推广目录公告之前生产的产品，应于目录公告后 1 个月内
在本体或外包装上加施“节能产品惠民工程”标识。

附：1. 节能产品惠民工程高效节能电冰箱推广申请报告格式

2. 节能产品惠民工程高效节能电冰箱推广情况及补贴资
金月度报告格式

节能产品惠民工程

高效节能电冰箱推广申请报告格式

一、推广企业基本情况表（附表 1）

二、推广产品基本情况表（附表 2）

三、推广网络基本情况表（附表 3）

四、相关证明材料

并承诺如下：

1. 将按相关文件的规定履行责任和义务；
2. 已详细审查全部申请材料，并保证材料的真实性；
3. 同意提供与本申请相关的其他材料。

与申请有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 联系人_____

电话_____ 传真_____

网址_____ 电子邮件_____

法定代表人签章_____ 日期_____

附表 1

推广企业基本情况表

推广企业名称			
详细地址			
法人代表		注册商标名称	
组织机构代码		营业执照号码	
所有制性质		注册资金（万元）	
上级主管部门		固定资产（万元）	
企业总人数		其中：研发人员人数	
联系人		联系电话	
E-MAIL		邮政编码	
企业网址			
制造单位名称 (包括贴牌厂家)			
企业技术中心（国家 级、省级）			
最近三年电冰箱销售量 (万台)	前一年	前二年	前三年
最近三年 1 级能效电 冰箱销售量（万台）	前一年	前二年	前三年
银行账户信息	开户名称： 开户银行： 账号：		

附表 2

推广产品基本情况表

推广产品技术参数汇总表															
类型	序号	型号	气候类型	额定电压 (V)	额定频率 (Hz)	额定功率 (kW)	额定耗电量 (kW·h/24h)	总有效容积 (L)	冷藏室容积 (L)	冷冻室容积 (L)	其他类型间室容积 (L)	额定能效指数 (%)	能效标识备案号	第三方检测报告号或节能认证证书号 (含能效检测报告)	计划推广价格 (元/台)
冷冻箱 (BD)	14														
	15														
	16														
冷藏/冷冻箱 (BC/BD)	17														
	18														
	19														
冷藏冷冻箱 (BCD)	20														
	21														
	22														
无霜冷藏冷冻箱 (BCDW)	23														
	24														
	25														
	26														

推广产品基本情况表（续）

推广产品详细信息 (按产品规格型号填写)		
序号	项目	具体内容
1	生产企业	
	制造单位	
	规格型号	
	品牌	
2	电源类型	<input type="checkbox"/> 单相 <input type="checkbox"/> 三相
	气候类型	<input type="checkbox"/> SN <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/> ST <input type="checkbox"/> T
	防触电保护类型	
	额定电压 (V)	
	额定频率 (Hz)	
	额定电流 (A)	
3	输入总功率 (W)	
	灯额定输入功率 (W)	
	冷藏室有效容积 (L)	
	冷冻室有效容积 (L)	
	其他间室有效容积 (L)	<input type="checkbox"/> 冰温室 容积: _____L <input type="checkbox"/> 冷却室 容积: _____L <input type="checkbox"/> 1 星级室 容积: _____L <input type="checkbox"/> 2 星级室 容积: _____L <input type="checkbox"/> 3 星级室 容积: _____L <input type="checkbox"/> 特殊间室 容积: _____L
	总有效容积 (L)	
	额定耗电量 (kW·h/24h)	
	额定能效指数 (%)	
	能效等级	
4	冷藏室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷
	冷冻室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷
	冰温室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷 间室名称 _____ 设计温度 (°C) _____ 特性温度 (°C) _____

	冷却室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷 间室名称 _____ 设计温度 (°C) ____ 特性温度 (°C) _
	1 星级室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷 间室名称 _____ 设计温度 (°C) ____ 特性温度 (°C) _
	2 星级室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷 间室名称 _____ 设计温度 (°C) ____ 特性温度 (°C) _
	3 星级室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷 间室名称 _____ 设计温度 (°C) ____ 特性温度 (°C) _
	特殊间室	<input type="checkbox"/> 直冷 <input type="checkbox"/> 风冷 间室名称 _____ 设计温度 (°C) ____ 特性温度 (°C) _
	是否含有 15L 及以上容积、具有冰温区功能的变温室	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	是否容积大于 400L 并带有穿透式自动制冰功能	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	冷凝器形式	<input type="checkbox"/> 外挂式 <input type="checkbox"/> 平背式 <input type="checkbox"/> 底冷式 其他__
	温控器形式	<input type="checkbox"/> 机械 <input type="checkbox"/> 电子
	冰箱门数	<input type="checkbox"/> 单门 <input type="checkbox"/> 双门 <input type="checkbox"/> 多门, 门数__
	温控器安装位置	<input type="checkbox"/> 冷藏室 <input type="checkbox"/> 冷冻室
	照明灯安装位置	<input type="checkbox"/> 冷藏室 <input type="checkbox"/> 冷冻室
	隔热层厚度 (mm)	
	冷藏室侧壁厚 (mm)	
	冷冻室侧壁厚 (mm)	
	制冷剂名称	
	制冷剂装入量 (g)	
	发泡材料	
	冷冻能力 (kg/24h)	
	照明灯最大功率 (W)	
	外形尺寸(长*宽*高) (mm*mm*mm)	
	重量 (kg)	
5	产品其他性能特征	具体说明
		文字或数字或字母
6	产品照片	附照片 (JPG 格式、200K 以内)

附表 3

推广网络基本情况表

序号	销售机构名称	销售机构详细地址	组织机构代码	资产规模	注册资金	邮编	负责人	固定电话/手机	E-MAIL 地址
一级销售及网点									
1									
2									
.....									
二级销售及网点									
1									
2									
.....									
三级销售及网点									
1									
2									
.....									

注：上述销售及网点包括经销商、代理商、专营店、连锁店等。

节能产品惠民工程

高效节能电冰箱推广情况及补贴资金月度报告格式

三、 高效节能电冰箱推广及财政补贴资金汇总表（附表 1）

四、 高效节能电冰箱推广及财政补贴资金明细表（附表 2）

并承诺如下：

4. 将按相关文件的规定履行责任和义务；
5. 已详细审查全部申请材料，并保证材料的真实性；
6. 生产企业同意提供与本申请相关的其他材料。

与推广信息及财政补贴有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 联系人_____

电话_____ 传真_____

网址_____ 电子邮件_____

法定代表人签章_____ 日期_____

附表 1:

年 月高效节能电冰箱推广及财政补贴资金汇总表

本次申请预拨 (万元)					本月推广数量 (台)					
以前累计预拨 (万元)					累计推广数量 (台)					
类型	能效指数	规格	月初库存 (台)	本月生产量 (台)	本月出货量 (台)	月末库存 (台)	本月推广数量 (台)	补贴标准 (元)	申请补贴金额 (万元)	
冷冻箱	能效指数 ≤ 50%	总有效容积 ≤ 120 L								
		120 L < 总有效容积 ≤ 300 L								
		总有效容积 > 300 L								
		小计								
冷藏/冷冻箱		总有效容积 ≤ 120 L								
		120 L < 总有效容积 ≤ 300 L								
		总有效容积 > 300 L								
		小计								
冷藏冷冻箱	能效指数 ≤ 32%	总有效容积 ≤ 240L								
		240 L < 总有效容积 ≤ 300 L								
	能效指数 ≤ 40%	总有效容积 > 300 L								
		小计								
无霜冷藏冷冻箱	能效指数 ≤ 32%	总有效容积 ≤ 240L								
		240 L < 总有效容积 ≤ 300 L								
	能效指数 ≤ 40%	总有效容积 > 300 L								
		小计								
合计										

企业及企业法人代表签章:

附表 2:

年 月高效节能家用电冰箱推广及财政补贴资金明细表

类别	规格	补贴标准 (元/台)	品牌	规格型号	总有效 容积 (L)	月初库 存(台)	月末库存 (台)	本月推广 数量(台)	申请补贴 金额 (万元)
冷冻箱	总有效容积≤120 L								
		小计							
	120 L<总有效容积≤300 L								
		小计							
	总有效容积>300 L								
		小计							
冷藏/冷冻箱	总有效容积≤120 L								
		小计							
	120 L<总有效容积≤300 L								
		小计							
	总有效容积>300 L								
		小计							
冷藏冷冻箱	总有效容积≤240L								
		小计							
	240 L<总有效容积≤300 L								

		小计							
	总有效容积>300 L								
		小计							
无霜冷藏冷冻箱	总有效容积≤240L								
		小计							
	240 L<总有效容积≤300 L								
		小计							
	总有效容积>300 L								
		小计							
		总计							
企业及法人代表签章：									

附件 3:

关于印发《节能产品惠民工程高效节 能电动洗衣机推广实施 细则》的通知

财建[2012]277 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、发展改革委、工业和信息化主管
部门，新疆生产建设兵团财务局、发展改革委、工业和信息化主管部门：

为促进节能家电等产品消费，经国务院同意，根据《财政部 国家发展改革委
关于开展节能产品惠民工程的通知》（财建[2009]213 号）规定，我们制定了《节能
产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则》，现印发给你们，请遵照执行。

附件：节能产品惠民工程高效节能电动洗衣机推广实施细则

财 政 部

国家发展改革委

工业和信息化部

二〇一二年六月四日

附件：

节能产品惠民工程 高效节能电动洗衣机推广实施细则

一、推广产品范围及要求

(一) 推广产品为能效等级 2 级及以上, 额定洗涤容量在 13 kg 及以下和 1kg 以上的家用电动洗衣机, 不包括搅拌式洗衣机和没有脱水功能的单桶洗衣机。

(二) 推广产品必须满足以下要求:

1. 依据国家标准 GB12021.4《电动洗衣机能耗限定值及能源效率等级》, 能效等级及能效指标达到以下要求:

产品类型	能效等级及能效指标要求
波轮式全自动洗衣机	额定容量 ≤ 3.5 kg, 能效 2 级及以上
	额定容量 > 3.5 kg, 能效 1 级
波轮式双桶洗衣机	能效 2 级及以上
滚筒式洗衣机	能效 1 级, 洗净比 ≥ 1.03 , 用水量 ≤ 10 L/cycle/kg, 耗电量 ≤ 0.17 kWh/cycle/kg

2. 通过能效标识备案;

3. 通过国家认可的第三方机构能效检测或节能产品认证;

4. 在中国大陆境内生产和使用;

5. 在近三年内国家产品质量监督抽查和国家能效标识市场专项检查中, 该品牌的洗衣机无不合格。

二、推广企业条件

(一) 申请推广的生产企业必须满足以下条件:

1. 为中国大陆境内注册的独立法人;

2. 年推广高效节能洗衣机数量不少于 10 万台;

3. 拥有所申请推广产品的自主品牌或品牌合法使用权, 同一

品牌只能由一家生产企业申请推广；

4. 具有完善的销售网络和产品销售、安装及用户信息管理系统；

5. 具备完善的质量管理和环境管理体系。

(二) 纳入推广企业销售网络的流通企业及销售网点必须满足以下要求：

1. 为中国大陆境内注册的独立法人；
2. 具有健全的财务管理制度，会计核算规范；
3. 具有及时向消费者兑付补贴资金的能力；
4. 能够有效收集、管理推广产品销售信息。

三、推广期限

推广期限暂定为 2012 年 6 月 1 日至 2013 年 5 月 31 日。

四、推广补贴标准

高效节能电动洗衣机推广财政补贴标准为：

产品类型	能效等级及能效指标要求	补贴标准 (元/台)
波轮式全自动洗衣机	额定容量 ≤ 3.5 kg, 能效 2 级及以上	100
	额定容量 > 3.5 kg, 能效 1 级	200
波轮式双桶洗衣机	能效 2 级及以上	70
滚筒式洗衣机	能效 1 级, 洗净比 ≥ 1.03 , 用水量 ≤ 10 L/cycle/kg, 耗电量 ≤ 0.17 kWh/cycle/kg	260

对已享受“家电下乡”等其他财政补助政策的产品, 不再给予补贴。

五、推广资格申请

申请高效节能洗衣机推广的生产企业, 将申请报告(具体格式见附 1)及下述材料(复印件加盖公章)逐级上报, 经省级节能主管部门、财政部门、工业和信息化部门审核后, 报国家发展改革委、财政部、工业和信息化部。

- (一) 营业执照和税务登记证;
- (二) 推广产品能效检测报告或节能认证证书(含能效检测报告);
- (三) 推广产品能效标识备案证明;
- (四) 质量管理体系和环境管理体系认证证书;
- (五) 商标注册证明及授权书;
- (六) 其他相关材料。

国家发展改革委会同财政部、工业和信息化部组织专家对上报材料进行审核, 公示推广企业、产品规格型号、流通企业及销

售网点目录、并根据推广企业销售网点变化、产品规格型号调整等情况对目录实行动态管理。享受“家电下乡”等其他财政补助政策的规格型号不得申请。

六、补贴资金申请和拨付

(一) 消费者在购买产品时提供本人身份证复印件，并签署已获得补贴并承诺配合有关检查意见后，推广企业及时将补贴资金兑付给消费者。

(二) 推广企业将销售、安装及用户信息及时录入“节能产品惠民工程”信息管理系统。月度终了后 10 日内，将月度推广情况及补贴资金申请报告（具体格式见附 2），上报财政部、工业和信息化部、国家发展改革委。

(三) 工业和信息化部会同财政部、国家发展改革委组织有关第三方机构对推广情况进行审核。

(四) 财政部根据推广企业月度推广情况与工业和信息化部出具的审核意见，预拨补贴资金。

(五) 年度终了后 30 日内，推广企业提出年度补贴资金清算报告，逐级上报财政部、国家发展改革委、工业和信息化部。

(六) 财政部根据工业和信息化部出具的审核意见和专项核查情况进行补贴资金清算。

七、标识的加施

(一) 推广企业按照要求在推广产品的本体和包装上加施“节能产品惠民工程”标识。

(二) 推广目录公告之前生产的产品，应于目录公告后 1 个月内在本体或外包装上加施“节能产品惠民工程”标识。

- 附：1. 节能产品惠民工程高效节能洗衣机推广申请报告格式
2. 节能产品惠民工程高效节能洗衣机推广情况及补贴资金月度报告格式

节能产品惠民工程

高效节能洗衣机推广申请报告格式

三、 推广企业基本情况表（附表 1）

四、 推广产品基本情况表（附表 2）

三、 推广网络基本情况表（附表 3）

四、 相关证明材料

并承诺如下：

4. 将按相关文件的规定履行责任和义务；
5. 已详细审查全部申请材料，并保证材料的真实性；
6. 同意提供与本申请相关的其他材料。

与申请有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 联系人_____

电话_____ 传真_____

网址_____ 电子邮件_____

法定代表人签章_____ 日期_____

附表 1

推广企业基本情况表

推广企业名称			
详细地址			
法人代表		注册商标名称	
组织机构代码		营业执照号码	
所有制性质		注册资金（万元）	
上级主管部门		固定资产（万元）	
企业总人数		其中：研发人员人数	
联系人		联系电话	
E-MAIL		邮政编码	
企业网址			
制造单位名称 (包括贴牌厂家)			
企业技术中心 (国家级、省级)			
最近三年洗衣机销售量（万台）	前一年	前二年	前三年
最近三年 1、2 级能效洗衣机销售量（万台）	前一年	前二年	前三年
银行账户信息	开户名称： 开户银行： 账号：		

附表 2

推广产品基本情况表

推广产品技术参数汇总表															
类型	序号	型号	额定电压	额定频率	耗电量	用水量	洗净比	洗涤容量	漂洗性能	脱水性能	洗涤/脱水噪声	能效等级	能效标识备案号	第三方检测报告号或节能认证证书号(含能效检测报告)	计划推广价格(元)
			(V)	(Hz)	(kWh/cycle/kg)	(L/cycle/kg)		(kg)	mol/L	(%)	dB(A)				
波轮式全自动洗衣机	27														
	28														
	29														
	30														
	31														
	32														
波轮式双筒洗衣机	33														
	34														
	35														
	36														
	37														
滚筒式洗衣机	38														
	39														
	40														
	41														
	42														

推广产品基本情况表（续）

推广产品详细信息 (按产品规格型号填写)		
序号	项目	具体内容
1	生产企业	
	制造单位	
	规格型号	
	品牌	
2	电源类型	<input type="checkbox"/> 三相 <input type="checkbox"/> 单相
	额定电压 (V)	
	额定频率 (Hz)	
	额定电流 (A)	
	防触电保护类型	
	防水等级	
	控制方式	<input type="checkbox"/> 机械 <input type="checkbox"/> 电子
	结构型式	<input type="checkbox"/> 双桶 <input type="checkbox"/> 单桶 <input type="checkbox"/> 套桶
	洗涤方式	<input type="checkbox"/> 波轮式 <input type="checkbox"/> 滚筒式 <input type="checkbox"/> 双驱动式 <input type="checkbox"/> 其它
	自动化程度	<input type="checkbox"/> 普通型 <input type="checkbox"/> 半自动型 <input type="checkbox"/> 全自动型
	加热功能	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无
	进水阀	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无
	排水方式	<input type="checkbox"/> 排水牵引器 <input type="checkbox"/> 排水泵
	定时器	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无
电容器	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无	
电动机	<input type="checkbox"/> 电容电动机 <input type="checkbox"/> 直流无刷电动机 <input type="checkbox"/> 串励电动机 <input type="checkbox"/> 交流变频电动机	
3	额定洗涤容量 (kg)	
	额定脱水容量 (kg)	
	额定洗涤输入功率 (W)	
	额定脱水输入功率 (W)	
	额定加热功率 (W)	
	最大功率 (W)	
	最大电流 (A)	
	额定耗电量 (kWh/ cycle/kg)	
	额定用水量 (L/cycle/kg)	
	洗净比	
	脱水速度 (r/min)	
能效等级		
4	波轮材料	
	波轮尺寸 (mm)	
	内桶材料	
	内桶尺寸 (mm)	
	外形尺寸(长×宽×高)	(mm×mm×mm)
	水压范围 (MPa)	
	洗涤噪声 (dB)	
	脱水噪声 (dB)	
质量 (kg)		
5	产品其他性能特征	具体说明 文字或数字或字母
6	产品照片	附照片 (JPG 格式、200K 以内)

附表 3

推广网络基本情况表

序号	销售机构名称	销售机构详细地址	组织机构代码	资产规模	注册资金	邮编	负责人	固定电话/手机	E-MAIL 地址
一级销售及网点									
1									
2									
.....									
二级销售及网点									
1									
2									
.....									
三级销售及网点									
1									
2									
.....									

注：上述销售及网点包括经销商、代理商、专营店、连锁店等。

节能产品惠民工程

高效节能洗衣机推广情况及补贴资金月度报告格式

一、 高效节能洗衣机推广及财政补贴资金汇总表（附表 1）

二、 高效节能洗衣机推广及财政补贴资金明细表（附表 2）

并承诺如下：

1. 将按相关文件的规定履行责任和义务；
2. 已详细审查全部申请材料，并保证材料的真实性；
3. 生产企业同意提供与本申请相关的其他材料。

与推广信息及财政补贴有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 联系人_____

电话_____ 传真_____

网址_____ 电子邮件_____

法定代表人签章_____ 日期_____

附表 1:

年 月高效节能洗衣机推广及财政补贴资金汇总表

本次申请预拨 (万元)					本月推广数量 (台)				
以前累计预拨 (万元)					累计推广数量 (台)				
类型	能效等级	规格及能效指标	月初库存 (台)	本月生产量 (台)	本月出货量 (台)	月末库存 (台)	本月推广数量 (台)	补贴标准 (元)	申请补贴金额 (万元)
波轮式全自动洗衣机	1 级	额定容量 ≤ 3.5 kg							
	2 级	额定容量 ≤ 3.5 kg							
	1 级	额定容量 > 3.5 kg							
		小计							
波轮式双桶洗衣机	1 级	---							
	2 级	---							
		小计							
滚筒式洗衣机	1 级	洗净比 ≥ 1.03, 用水量 ≤ 10 L/cycle/kg, 耗电量 ≤ 0.17 kWh/cycle/kg							
合计									
企业及企业法人代表签章:									

附表 2:

年 月高效节能洗衣机推广及财政补贴资金明细表

类别	能效等级	规格 (W)	补贴标准(元)	品牌	规格型号	额定容量(kg)	月初库存(台)	月末库存(台)	本月推广数量(台)	申请补贴金额(万元)
波轮式全自动洗衣机	1 级	额定容量 \leq 3.5 kg								
			小计							
	2 级	额定容量 \leq 3.5 kg								
			小计							
1 级	额定容量 $>$ 3.5 kg									
		小计								
波轮式双桶洗衣机	1 级	---								
			小计							
	2 级	---								
			小计							
滚筒式洗衣机	1 级	洗净比 \geq 1.03, 用水量 \leq 10 L/cycle/kg, 耗电量 \leq 0.17kWh/cycle/kg								
合计										
企业及企业法人代表签章:										

附件 4:

工业和信息化部 财政部 发展改革委 商务部关于印发《节能产品惠民工程推广信息监管实施方案》的通知

工信部联节[2012]335 号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门、财政厅(局)、发展改革委、商务主管部门:

为贯彻落实国务院促进节能家电等产品消费政策措施精神,保障节能产品惠民工程的顺利实施,按照财政部、发展改革委、工业和信息化部印发的高效节能产品推广实施细则要求,我们制定了《节能产品惠民工程推广信息监管实施方案》。现印发给你们,请遵照执行。

工业和信息化部 财政部 国家发展和改革委员会 商务部

二〇一二年七月十一日

节能产品惠民工程推广信息监管实施方案

为贯彻落实国务院促进节能家电等产品消费政策措施,确保节能产品惠民工程顺利实施,按照《关于开展“节能产品惠民工程”的通知》(财建〔2009〕213号)及财政部、发展改革委、工业和信息化部印发的节能产品惠民工程推广实施细则的要求,加强推广信息监管核查工作,切实保障财政资金安全,制定本实施方案。

一、基本原则

按照“突出重点、控制过程、部门配合、上下联动和多措并举”的原则,以推广产品的生产企业为监管重点,以保障推广信息真实为目标,强化生产企业责任,规范和约束各级销售企业行为,采取信息核查、入户调查及跟踪监督等形式,确保推广信息准确和资金拨付及时,

加强相关部门、中央与地方协调联动,将生产企业推广信息报送与企业诚信体系建设相衔接,加大对违规企业的处罚力度,努力构建企业诚信为基础、违规处罚为约束、多种监管措施相结合的推广信息监管核查体系。

二、监管对象及责任

本方案监管对象是列入节能产品惠民工程推广目录的高效节能房间空气调节器、平板电视、家用电冰箱、电动洗衣机、家用热水器(燃气、太阳能、空气源热泵)五大类节能家电以及节能汽车、高效电机、高效照明产品(以下统称为节能产品)的生产企业和销售企业。

生产企业是确保节能产品推广信息真实准确的责任主体。生产企业应严格遵守节能产品惠民工程相关规章制度,对产品能效等级和标识一致性负责;生产企业应对自身生产和销售环节加强管理与控制,会同销售企业对上报的节能产品推广信息的真实可靠性负责;生产企业应制定切实可行的管控方案,运用产品信息管理系统等,加强对其各级销售商销售信息的管理,销售企业应严格核对每一笔销售信息,确保逐级上报的产品推广信息和消费者信息真实、准确、可查。

省级工业和信息化主管部门是本地区节能产品推广信息监管核查的责任主体,会同财政、发展改革委、商务等部门对本辖区内节能产品销售情况进行监管核查;同时,协助国家委托的第三方机构对本地区节能产品生产和销售企业进行核查工作。

三、监管核查内容

重点围绕以下三个环节对节能产品推广信息进行监管核查:一是生产环节,对推广节能产品的全部生产企业进行监管,重点核查生产企业推广产品的期初库存、当期生产和出货等有关情况;二是流通环节,对推广节能产品的销售企业进行监管,重点核查销售企业推广产品的期初库存、当期出货和销售等有关情况,其中对一级销售商的推广信息情况进行全面监管;对其他销售商推广销售节能产品信息进行抽样核查,抽取比例为年度推广数量的20%左右;三是消费者环节,重点核查节能产品消费者信息真实性,采取抽样核查方式,抽取比例为5%-10%。

四、监管核查程序

（一）工业和信息化部会同财政部、发展改革委、商务部制定监管核查工作方案，将企业推广节能产品信息提供给有关省（区、市）工业和信息化主管部门，并提出核查要求。

（二）省级工业和信息化主管部门会同省级商务等部门根据监管核查的原则、内容、要求制定本辖区内工作方案，组织相关机构对本辖区内节能产品销售情况进行核查，根据核查要求对销售网点保存的消费者资料进行核查，对消费信息采取入户调查、电话回访等多种方式进行核查；对本地区生产企业的推广产品信息管控方案及其实施情况进行监管；并将有关核查、监管结果上报工业和信息化部。

（三）工业和信息化部会同财政部、发展改革委、商务部通过招标方式确定承担核查工作的第三方机构。第三方机构根据工业和信息化部下达的核查任务及要求，对生产及销售企业（不含销售网点）的生产、销售、采购、财务等信息核查，确定企业节能产品库存、生产及出货数量。

（四）工业和信息化部根据省级工业和信息化主管部门和第三方机构核查结果审核确认企业推广节能产品数量，向财政部出具审核意见，并将生产企业节能产品推广情况进行公告。

（五）工业和信息化部会同有关部门对省级工业和信息化主管部门和第三方机构的核查工作进行监督检查。

五、处罚措施

（一）对弄虚作假、骗取补贴的生产企业和销售企业，依情节严重程度，采取通报批评、追缴补贴资金并加倍处罚、取消推广资格、列入诚信“黑名单”并在媒体上曝光等措施予以处罚。

（二）对未按规定进行审核、出具虚假报告的第三方机构，采取追缴全部核查经费、取

消第三方机构核查资格、列入诚信“黑名单”并在媒体上曝光等措施予以处罚。

(三) 对核查工作组织不力、骗取补贴严重的有关地区主管部门将予以通报批评。

六、保障措施

(一) 工业和信息化部会同财政部、发展改革委、商务部加大对第三方机构和省级工业和信息化主管部门核查工作的指导，组织开展核(抽)查人员的培训，确保核(抽)查质量。

(二) 工业和信息化部负责节能产品推广信息收集、整理、汇总和日常信息管理，以及对省级工业和信息化主管部门和第三方机构核查工作的协调管理，确保信息及时衔接和有效共享。

(三) 省级工业和信息化主管部门要组织指导本地区的节能产品惠民工程推广信息核查工作，并对上报的核查结果负责。

(四) 参与核查及专项检查的第三方机构，应严格遵守工作程序，严明工作纪律，严格明确责任，并对核查结果的准确性、客观性负责。

(五) 核查工作接受生产企业、各级销售企业及社会公众的监督。

七、实施期限

本方案自发布之日起实施，至推广工作结束且补贴资金清算完截止。

八、其他

本方案由工业和信息化部、财政部、发展改革委、商务部负责解释。

中国标准化研究院

资源与环境分院

能效标识管理中心

北京市海淀区知春路4号, 100088

电话: 010-58811722/58811740

传真: 010-58811714

China National Institute of Standardization

Resource & Environment Branch

China Energy Label Center

No. 4, Zhichun Road, Haidian District,

Beijing 100088, P. R. China

Phone: +86-10-58811722/58811740

Fax: +86-10-58811714