

家用电器

ELECTRICAL APPLIANCES

ISSN 1673-6079

CN 44-1628/TM

2019.11

创刊于 1958 年

总第 167 期

邮发代号 :46-354

家用电器行业的权威刊物

中国消费品质量安全促进会
消费类电器工作委员会成立大会在广州举行
国内首个《驻车空调器》团体标准发布
CVC《电动牙刷》标准发布

ISSN 1673-6079




官方微信

- 中国核心期刊(遴选)数据库收录期刊
- 万方数据 - 数字化期刊群全文上网期刊
- 中国期刊网全文数据库收录期刊
- 中国学术期刊综合评价数据库来源期刊
- 中国学术期刊(光盘版)入编期刊
- 中文科技期刊数据库收录期刊

《家用电器》杂志理事单位

理事长

 中国电器科学研究院股份有限公司


理事长：陈伟升

地址：广州市科学城开泰大道天泰一路3号

邮编：510663

电话：020-32293888 传真：020-32293889

副理事长


 威凯检测技术有限公司

副理事长：张序星

地址：广州市科学城开泰大道天泰一路3号

邮编：510663

电话：020-32293888 传真：020-32293889

 江苏大唐电器制造有限公司


副理事长：唐伟

地址：江苏省扬中市职中路

邮编：212200

电话：0511-85151778 传真：0511-88351778

理事单位

 广州擎天实业有限公司

理事：崔伟

地址：广州市花都区狮岭镇裕丰路16号

邮编：510860

电话：020-86985899 电邮：cuiw@kinte.com.cn

主管单位

中国机械工业集团有限公司

主办单位

中国电器科学研究院股份有限公司

承办单位

威凯检测技术有限公司
工业与日用电器行业生产力促进中心

协办单位

国家日用电器质量监督检验中心

社长 张序星

主编 黄文秀

执行主编 熊素麟

责任编辑 黎东晓

编辑 黎东晓 李竹宇 何卫芳

美术编辑 陈善斌

发行 李竹宇

编辑出版:《日用电器》编辑部

地址:广州市科学城开泰大道天泰一路3号

邮编:510663

电话:020-32293719 020-32293835

传真:020-32293889-1111

投稿邮箱:rydq@cvc.org.cn rydq1958@126.com

网址: <http://www.rydq.org.cn/>

广告联系人:李竹宇

电话:020-32293719

国内统一连续出版物号:CN 44-1628/TM

国际标准连续出版物号:ISSN 1673-6079

邮发代号:46-354

发行范围:国内外公开发行

定价:人民币 10 元

印刷:广州丽彩印刷有限公司

编委会(排名不分先后)

主任:

陈伟升 中国电器科学研究院股份有限公司

副主任:

胡自强 美的集团股份有限公司

黄辉 珠海格力电器股份有限公司

许亿祺 中国电器工业协会工业日用电器分会

王友宁 青岛海尔空调器有限公司

委员:

陈永龙 浙江中雁温控器有限公司

陈子良 飞利浦(中国)投资有限公司

范炜 海信科龙电器股份有限公司

麦丰收 佛山通宝股份有限公司

叶远璋 广东万和新电气股份有限公司

梁庆德 广东格兰仕企业集团公司

罗理珍 艾美特电器(深圳)有限公司

罗中杰 三菱重工(金羚)空调器有限公司

凌宏浩 威凯检测技术有限公司

潘卫东 佛山顺德新宝电器有限公司

谭锦光 广东正野电器有限公司

王彬 中山邦太电器有限公司

徐群 春兰(集团)公司

韩斌斌 杭州华日电冰箱股份有限公司

张朔 江苏白雪电器股份有限公司

周衍增 山东多星电器有限公司

郑双名 TCL 空调器(中山)有限公司

张琦波 威凯检测技术有限公司

合作媒体

博看网 www.bookan.com.cn



官方微信

出版日期:2019年11月25日

作者须知:

- 1、本刊已被 CNKI、万方数据、维普资讯全文数据库收录。如作者不同意文章被收录,请在来稿时向本刊声明,本刊将作适当处理。
- 2、凡投本刊的稿件,作者未做特殊声明,本刊将同时获得图书版、电子版和网络版的使用权。
- 3、本刊中与标准、实验、技术及行业有关的观点均系作者个人观点,不代表本刊立场。
- 4、未经本杂志社许可,任何媒体或网站不得以任何形式全文转载本刊内容。

行业快报 / Industry Express

- 01 格力成立电子商务公司 董明珠任董事长
 格兰仕起诉天猫“涉嫌滥用市场支配地位”获受理
 第三季度消协解决投诉逾 18 万件 P01

政策法规 / Policies & Regulations

- 02 家电产品性能不合格，国家直接撤销 3C 证书
 多部门促“两业融合” 加快家电向智能、绿色升级 P08

标准动态 / Standard dynamic

- 03 国内首个《驻车空调器》团体标准正式发布
 CVC《电动牙刷》标准发布！首批优品认证都有谁？ P09

热点追踪 / Hot Track

- 04 智能家居辐射杂散测量技术研究
 / 何观寰 刘泳海 徐振飞 P11

标准·检测认证 / Standards Testing & Certification

- 05 自助服务终端能效考核及测试方法的研究
 / 杨熙冲 苏梓铭 彭思琪 P15
- 06 储水式电热水器沙特能效测试研究与准入规则解读
 / 沈云婷 冯秉佑 P18
- 07 标准 GB 17625.1-2012 和 IEC 61000-3-2 : 2018 测试家用变频冰箱谐波电流的差异
 / 何玲玲 瞿艳 P22
- 08 小功率电机能效分级的研究
 / 程磊 张传甲 P26
- 09 LED 植物照明灯具标准法规 / 技术规范分析综述
 / 张志平 肖正谊 倪济宇 王钢生 P31

- 10 洗衣机底脚振动性能快速分析方案的研究
 / 王成 吴增元 郑叶红 P36
- 11 声级计测定电动自行车车速提示音的不确定度评定
 / 朱嘉 金婉婧 肖立 李晓晶 P41
- 12 解析空气净化器粉尘传感器的安全隐患
 / 许来春 杨贤飞 李鹏忠 谢剑飞 黄露超 姚磊 P44
- 13 低温冷柜国内外能效测试技术研究
 / 李铁 P49

技术·创新 / Technology and Innovation

- 14 电路系统中电力电子技术的应用研究
 / 张雅娟 P53
- 15 锂电池包振动试验夹具设计
 / 黄定浩 黄鲲 魏国华 P57
- 16 浅谈金属 Logo 在墙壁开关插座产品中的应用
 / 王震 李冬 陈玉龙 查海林 P62
- 17 冰箱亚冷冻保鲜技术研究
 / 黄大年 胡海梅 陈开松 P66
- 18 干燥用空气源热泵机组开式运行除湿能效的分析
 / 何冠成 黄兴钊 郭庆盛 P69
- 19 金属管状电热元件的腐蚀失效
 / 黑家群 朱嘉 庄伟玮 冯皓 P74
- 20 浅谈湿空气物性计算软件 CoolProp 的应用
 / 李文博 莫善军 P77
- 21 自动化测试系统搭建的研究
 / 梁鹤鸣 P81
- 22 电冰箱故障检测方法
 / 左秋杰 P87

1 格力成立电子商务公司 董明珠任董事长

11月5日，格力电器的运营主体珠海格力电器股份有限公司新增对外投资，成立格力电子商务有限公司，该公司由前者全资控股。格力电子商务有限公司注册资本为1亿，董明珠为公司法定代表人，并任公司董事长。根据天眼查显示的信息，这家名为“格力电子商务有限公司”的企业成立于11月5日，注册资本为1亿元，登记机关是广东省珠海市香洲区工商行政管理局，由格力电器100%控股、董明珠担任法人。除董明珠之外，格力电器高管胡文丰、李鹏和廖建雄分别在这家公司担任董事、经理和监事。今年以来，格力电器在线上渠道动作频频。春节前后，格力电器内部就开启过一轮“全员销售”活动，据悉，这场活动是格力电器工会连同格力电商管理部共同发起，要求格力员工线上注册开店并销售格力电器的产品，员工卖出产品会有相应的提成奖励，而董明珠也多次在出席公开活动中提及自己的微店，据她透露，她的个人网店开了不到一个月，销售额突破200万元。此外，格力还与京东家电达成战略合作关系，先后推出京逸、京慕等高端定制产品，并与阿里智能联合打造风范、清享风系列空调。

2 格兰仕起诉天猫“涉嫌滥用市场支配地位”获受理

格兰仕官方发布声明称，已于2019年10月28日向广州知识产权法院就天猫涉嫌滥用市场支配地位等相关事宜提起诉讼，并于2019年11月4日得到受理。

格兰仕于6月份就“遭受不公平待遇”连续抛出多份声明质问天猫，称其5月28日拜访拼多多后，在天猫平台的搜索“格兰仕”会出现异常，严重影响正常销售。随后，天猫有关负责人回应称，在APP上搜索“格兰仕”显示都是正常的。

今年6.18前，天猫要求格兰仕进行“二选一”、“选边站”，在格兰仕拒绝从其他网络零售平台下架后，格兰仕在天猫被搜索降权、限制流量、技术屏蔽、下架产品等，致天猫销售出现断崖式下跌，消费

者无法正常选购格兰仕相关商品。据悉，这一纷争在10月25日再度升级，天猫对格兰仕产品全部下架。格兰仕认为天猫“二选一”、“选边站”等行为严重违法了《中华人民共和国反垄断法》（“《反垄断法》”），给包括格兰仕在内的相关平台商家带来了巨大的损失，严重侵害了消费者的自由选择权和公平交易权，排除、限制了网络零售平台的竞争。为此，格兰仕诉请，天猫立即停止全部滥用市场支配地位的行为，公开赔礼道歉、消除影响，赔偿损失等。格兰仕方面认为，天猫“二选一”、“选边站”的做法触碰了格兰仕的价值底线，更严重违反了《反垄断法》，给同业竞争者、包括格兰仕在内的平台商家带来了巨大的损失，严重侵害了消费者的自由选择权和公平交易权，严重排除、限制了网络零售平台的竞争。

情况通报

我司已于2019年10月28日向广州知识产权法院就天猫涉嫌滥用市场支配地位等相关事宜提起诉讼，并于2019年11月4日得到受理。

匹马立高台，单枪挑马云。



图片来源：格兰仕官方微博

3 第三季度消协解决投诉逾 18 万件

据统计，2019 年第三季度全国消协组织共解决消费者投诉 181 832 件，为消费者挽回经济损失 33 157 万元，各级消协组织接待消费者来访和咨询 30 万余人次。

根据投诉性质分类，在所有投诉问题中，售后服务投诉 69, 827 件，占总问题的 29.57 %；质量投诉 57 952 件，占投诉总量的 24.54 %；合同投诉 38 542 件，占比 16.32 %。

售后服务问题、产品质量问题和合同问题仍是引发投诉的主要原因，占投诉总量的 70 % 以上。

商品和服务类别分析

2019 年第三季度，全国消协组织受理商品类投诉 103 219 件。家用电器类共 31 395 件，占商品投诉总量的 30.42 %，位居商品类投诉第一；交通工具类投诉共 16 949 件，占商品投诉总量的 16.42 %，位居商品类投诉第二位；日用商品类、服装鞋帽类及食品类的投诉量分别居第三到第五位。

4 夏普与 NHK 研制可卷曲 4K OLED 屏

继 LG Signature OLED TV R 卷屏电视之后，夏普也携手 NHK，研发出了一款 30 in 的可卷曲 4K

@ 60 Hz OLED 显示屏。作为一款主打轻薄的产品，其封装厚度只有 0.5 mm、重量只有 100 g。收纳的时候，其能够卷曲成直径约 4 cm 的圆柱形。厂家的想法是将屏幕集成到各种设备中（比如家具），同时这项技术本身可以简化折叠屏电子设备的生产，如智能手机和平板电脑。这款实验性的 30 in OLED 显示屏原型提供了 3 840 × 2 160 的分辨率和 60 Hz 的刷新率，它将在 11 月中旬的贸易展上亮相，但夏普尚未透露将于何时开始量产。据悉，夏普在日本的一加工厂中，使用气相沉积法生产了这种 30 in 柔性 OLED 显示屏，借助薄膜基板和 IGZO 薄膜晶体管来驱动单个 OLED RGB 子像素元件。同时，NHK 的图像处理技术，被用于改善运动物体的亮度均匀性和清晰度。两家公司将在 11 月 13~15 号于日本千叶举办的 Intel BEE 2019 贸易展上展示这款原型。

5 中移动：到明年将拥有 7000 万 5G 用户

11 月 15 日，中国移动合作伙伴大会在广州召开。在大会上，据中国移动副总裁简勤介绍，截至目前，中国移动已经销售百万部 5G 终端，5G 预约客户数超 1 000 万。在基础设施方面，已建成 5G 基站近 5 万个，实现了 50 个城市商用。中国移动计划，到 2020 年拥有 7 000 万的 5G 用户，完成 3 亿笔 5G 业务，销售 1 亿部 5G 手机、5 000 万台家庭泛智能终端以及 1 500 万行业模组。

在大会上，中国移动咪咕携手康佳集团、创维酷开、海信等合作伙伴，共同成立了“智慧大屏广告生态共同体”，正是意识到随着中国移动“双百亿计划”的推进和家庭大屏业务的发展，运营商专网广告将成为大屏营销新的蓝海，并成为家庭流量市场新的破局者。



夏普旷视 S60

6 商务部：11月1日~11日 全国网络零售额超8700 亿元

根据商务大数据监测主要电子商务平台的数据显示，今年11月1日到11日，全国网络零售额超过了8700亿元人民币，同比增长了26.7%。网络零售市场规模再创新高，主要有以下几个特点：一是升级类商品热销。二是服务类消费快速增长。三是新兴市场空间成为拉动消费增长的新动能。四是线上线下联动推动消费市场提质扩容。五是定制消费推动品牌供应链升级。

7 央行发布双十一“剁手” 数据：人均花了1000块

11月12日，中国人民银行微信公众号发布数据：“双十一”当天网联、银联共处理网络支付业务17.79亿笔、金额14820.70亿元，同比分别增长35.49%、162.60%。网联称，当日网联平台处理跨机构支付交易笔数15.4亿笔，金额1.16万亿元。其中，跨机构支付交易处理峰值出现在0时3分44秒，峰值超过7.15万笔/秒。数据显示，今年“双十一”，网联平台处理跨机构支付交易笔数同比增长32.2%，金额同比增长147.25%。



8 从品牌窥探家电双十一 趋势

空调：龙头大幅让利促销，格力发力线上。格力、美的、海尔等空调龙头品牌力、产品力强，大幅让利情况下，销售表现优异。其中格力空调销售额超36亿，同比增速178%，空调销售全网第一；美的空调在苏宁平台销售额第一；海尔空调销售额5分钟破亿。

冰洗：美的海尔销售居前，中高端增长靓丽。冰洗增速稳定、结构升级为核心趋势下，中高端产品增长靓丽，美的高端洗衣机水魔方同比+370%，海尔洗衣机直驱产品同比+191%，与消费支出提升，重品质、重体验的消费偏好转移有一定关联。

厨电：线上增长相对迅速，格局相对稳定。京东统计，油烟机用时58分钟完成上年全天成交额；热水器品类截至12时销量接近百万，超出上年全天57%；行业景气度较低情况下，便捷高效的线上渠道渗透率持续上升，线上维持较快增长。厨电格局相对稳定，销售份额前三

分为老板、方太、华帝，与上年一致。

小家电：整合营销助推销售快增，“年轻化”战略抢占市场。小家电龙头苏泊尔、九阳、摩飞双十一销售额增速同比去年预计有所提升：苏泊尔13大品类全网销售第一，新品热销显著。九阳蒸汽饭锅、豆浆机、破壁机新高端机型破6万台。摩飞（新宝）同比增速高达400%。奥佳华黑科技按摩机器人销售火爆，线上销售破1亿，领跑“京东健康品牌榜”。科沃斯T5扫地机器人成销售爆款，单品突破2.5亿元。本次双十一，奥佳华、九阳等企业启用彭于晏、邓伦一类年轻鲜肉明星作为全新形象代言人，小熊、新宝旗下摩飞等通过社交电商直播带货，小家电龙头以新型营销挖掘消费者需求，成功促成高速增长的销售业绩。

趋势分析与总结

平台角度

平台加大补贴争夺流量，不断拓展“新玩法”。作为“双十一”第十一个年头，2019年销售增速回升，各大平台纷纷加大补贴力度（超过百亿）、丰富营销方式，广泛布

局直播、社交、内容营销促品牌发展。

品牌角度

产品推新 + 粉丝运营彰显品牌“差异化”。空调龙头策略调整：以格力为首空调龙头线上让利，其渠道策略往线上聚焦；小家电重视个性需求：苏泊尔、九阳、摩飞小家电产品推新 + 明星营销 + 粉丝经济多管齐下，以邓伦、彭于晏等鲜肉明星吸引眼球，同时运用粉丝经济，多个直播平台、社交电商带货效果显著。

消费者角度

消费者三大变化趋势：代际切换、消费下沉、意识觉醒；消费者对自身的关注度显著提升。市场趋势变动的根源在于消费者行为的变化。当下消费者代际更迭、年轻群体主导消费，因而品牌对线上渠道愈加重视；个性化需求凸显，孕育了新品类家电市场的诞生；物质要求高、侧重品质体验，引导了当下消费升级、消费下沉的整体趋势。

(中泰证券研究所)

9 中国市场 OLED 电视销量迅速

从今年 OLED 电视在中国市场的销售数据显示，作为第一家电卖场的苏宁上半年 OLED 电视销量同比增长 74%，在京东 618 期间，OLED 电视仅开售十小时，成交额就超去年同期全天；而不久前的京



东 11.11 全球好物节“开门红”日开始一小时，高端 OLED 电视成交额同比增长 300%。

10 第二届进博会：长虹签约采购金额超过 5 亿美元

11月5日至10日，第二届中国国际进口博览会在上海隆重举行。博览会期间，长虹与 LG、富士电机、东芝等 8 家供应商签署为期 5 年的战略合作协议，同时，签约年度采购金额超过 5 亿美元，占全年进口原材料元器件 50% 以上。

这 8 家企业也是长虹供应链变革后的首批战略合作供应商。在长虹看来，达成战略合作关系，有助于双方效率的提高，实现快速反应，快速研发、快速制造、快速服务，同时，带动地方经济发展，达到双赢或多赢的效果，多方共享战略合作的成果。

11 海尔等 8 家企业荣获 2019 彼得·德鲁克中国管理奖

2019 年 11 月 17 日，2019 彼得·德鲁克中国管理论坛在北京举行，海尔集团、A.O. 史密斯（中国）热水器有限公司、方太集团等 8 家企业获得 2019 彼得·德鲁克中国管理奖。首届彼得·德鲁克中国管理“企业实践奖”由 107 位商学院院长和 40 位管理专家一起联合提名推荐 78 家中国优秀企业参选，历经三轮六个月，选出 20 家企业符合德鲁克的理念、精神、思想的企业入围，再由评审的委员对 20 家企业进行最后的评选、议论、审核、投票，最后产生 8 家，成为 2019 首届彼得·德鲁克中国管理“企业实践奖”获奖企业。

德鲁克管理思想精要

管理“哲学”

企业需要的就是一个管理原则。这一原则能够让个人充分发挥特长、担负责任，凝聚共同的愿景和一致的努力方向，建立起团队合作和集体协作，并能调和个人目标与共同利益。

目标管理与自我控制是唯一能做到这一点的管理原则，所以，企业应让追求共同利益成为每位管理者的共同目标，以更严格、更精确和更有效的内部控制取代外部控制。管理者的工作动机不再来源于别人下达的命令和说服力，而是因为管理者的任务本身就是必须要实现这样的目标，所以他必须要这样做。他不再只是听命行事，而是自己决定必须这样做。换句话说，他以自由人的身份采取行动。

目标管理与自我控制被称为管理“哲学”倒是颇为合理的，因为这是基于有关管理工作的概念，以及针对管理者的特殊需要和面临的障碍所做的分析，与人类行为和动机的概念息息相关。

最后，目标管理与自我控制适用于不同层次、不同职能的每一位管理者，同时也适用于不同规模的所有企业。由于目标管理与自我控制将企业的客观需求转变为个人的目标，因此能够确保经营绩效的实现。目标管理与自我控制也代表了法律范围内真正的自由。

管理者的目标

从“大老板”到工厂领班或高级职员，每位管理者都需要设定明确的目标，而且必须在目标中列出所负责的单位应该达到的绩效，同时说明为协助其他单位达成共同的目标，他和他的单位应该有什么样的贡献。目标中还应该包括管理者期望其他单位应做出的贡献，以协助自己的单位达到目标。也就是说，目标

从一开始就应该强调团队合作和团队成果。

所有这些目标都必须根据企业的整体目标来制定。我得知有一家公司甚至向领班提供一份详细的说明，让他不但了解自己的目标，还了解公司的整体目标和制造部门的目标。尽管由于公司规模太大，领班的个体生产绩效和公司总产量之间有天壤之别，但积少成多，公司的总产量仍然得到了大幅提升。因此，如果“领班是管理团队的一分子”是我们的肺腑之言，那么就必须要言行一致。因为根据定义，管理者的工作是为整体绩效负责。换句话说，当石匠在“切割石材”时，其实是在“建造一座大教堂”。

每一位管理者的目标，都应该明确地规定他对公司所有经营领域的目标所做出的贡献。显然，并不是每一位管理者都能对每个领域有直接的贡献。例如，营销主管对提升生产力的贡献可能非常有限，如果我们也并不期望他在此领域的贡献，应该明确表达出来。管理者应该明白，他在不同领域的投入与产出之间达到平衡，企业才能发挥经营绩效。因此，必须追求让每个职能和专业领域的作用都能发挥得淋漓尽致，但同时也要防止不同单位各据山头，彼此忌妒倾轧。除此之外，还要避免过度强调某个关键领域的作用。

处于不同领域、不同层次的管理者在制定目标时应该兼顾短期和长期利益。而且，所有目标既要包含有形的经营目标，也应包含管理者的组织与培养以及员工绩效、态度和社会责任等无形的目标。否则，就是目光短浅或不切实际。

中国消费品质量安全促进会消费类电器工作委员会成立

11月1日，中国消费品质量安全促进会消费类电器工作委员会成立大会在中国电器科学研究院股份有限公司（广州检测园区）举办。中消会理事长、原国家质量监督检验检疫总局副局长张沁荣向中消会消费类电器工作委员会秘书处承担单位——中国电器科学研究院股份有限公司颁授了秘书处牌匾，消费类电器工作委员会秘书长、威凯检测技术有限公司副总经理张序星接领牌匾。

会议报告并通过了《中消会消费类电器工作委员会管理办法》，中国电器院作为主任委员单位依照相关章程规定，建立了规范的中国消费品质量安全促进会消费类电器工作委员会。企业代表青岛海尔空调器有限总公司高保华部长宣读《消费类电器企业质量安全诚信自律倡议》。

中国消费品质量安全促进会理事长、原国家质量监督检验检疫总局副局长张沁荣，国家市场监督管理总局认证监督管理委员会副司长（正司级）薄昱民，中国消费品质量安全促进会法人代表、秘书长王昆，国家市场监督管理总局认证监督管理委员会处长丁兆国、产品质量安全监督管理司副处长王娜，中国海关总署办公厅正处级秘书白洁，中国黄埔海关商品检验处处长钟邦奇，中国电器院副总经理陈伟升、威凯检



测总经理谢浩江，中消会消费类电器工作委员会秘书长张序星等领导出席会议。

工业和信息化部第五研究所副主任张志刚，中国家用电器研究院副院长曲宗峰，北京鉴衡认证中心有限公司副主任陈雪松，中环联合（北京）认证中心有限公司经理胡蓉，工业产品环境适应性国家重点实验室常务副主任揭敢新，中国电器院标准化首席专家、IEC/SC 59L 主席黄文秀等行业专家以及来自阿里巴巴、京东商城、苏宁易购、网易严选、红星美凯龙、正泰、海尔、格力、美的、大金、长虹、TCL、创维、史密斯、老板电器、三星、奥克斯、科沃斯、九阳、安吉尔、无限极、小米科技、联想、德力西等企业代表近 120 人出席会议。会议由中国电器科学研究院股份有限公司副总经理、中消会副理事长、消费类电器工作委员会主任委员陈伟升主持。

张沁荣在致辞中表示：随着我国经济发展水平的提升与居民对美好生活的追求，消费类电器产品在我国迎来快速增长期，特别是智能电器等新兴电器规模发展迅速，但是在消费类电器行业的快速发展过程中也面临着不少问题。成立消费类电器工作委员会，旨在进一步做好该类消费品质量安全工作，重视和保障民生健康，持续不断地提高人民生活品质，从而扩大有效需求，推动“中国制造”迈向中高端，为经济社会发展增添新动力，意义重大。

薄昱民在致辞中强调：我国已经成为消费类电器制造大国，但是离制造强国还有一定距离。绿色制造、人工智能、大数据、物联网等新趋势和技术将对电子电器制造带来新机遇。目前我国产品监管体系中形成了前后市场呼应、企业准则、第三方服务、政府监管、消费维权、

社会组织共治的责任清晰的质量监管链条。中消会消费类电器工作委员会集结了研发、设计、销售企业以及标准和合格评定组织，工作委员会作为社团组织应该积极发挥平台优势，以市场化运作方式、国际化视野，围绕质量基础设施建设，为我国消费类电器品牌提升作出积极贡献。

王昆宣读了中消会“关于同意成立消费类电器工作委员会”的批准文件，介绍了中消会消费类电器工作委员会工作愿景，并指出：做好消费类电器质量安全工作，不仅需要加大政府监管力度，还应加强行业自律，强化社会监督，全社会齐心协力、齐抓共管。今后将依托中消会消费类电器工作委员会，促进消费电器质量安全知识传播，加强消费引导，保障消费安全，传递消费信任；促进行业质量安全水平提升，积极协调解决行业技术发展和质量安全管控中的共性问题，推动行业高质量发展；加强跨行业融合交流与共赢合作，打造好消费电器相关各方质量安全交流合作共治的公共服务平台。

海关总署代表钟邦奇在发言中说：近年来，国际经济贸易增长放缓，受中美贸易摩擦等因素的影响，经合组织预计今年世界经济增速会下滑至十年来最低水平。面对严峻的经济环境，海关总署将与包括中国消费品质量安全促进会在内的社会各界力量一道，扎实工作、迎难而

上，培育增长新动能和核心竞争力，推动外贸稳中提质，应对当前更加严峻、复杂的外部环境和国内经济下行的压力，更好地服务国家经济社会发展大局。

装备制造是我国重要支柱产业，而环境适应性研究有助于突破我国装备质量的关键技术瓶颈，对提高我国装备质量、增强全球竞争力将具有重要的基础性地位。揭敢新从分析“一带一路”特殊环境条件出发，以汽车在“一带一路”特殊干热气候环境耐久性研究实例，阐述“一带一路”特殊环境技术标准体系架构。他提出环境技术工作建议：“一带一路”倡议的实施给中国制造带来巨大机遇，但是沿线地区环境复杂、多样化，特别是海上丝绸之路地区腐蚀环境严酷，中国制造走出去将面临较大挑战，应做好前期研究工作。

高质量发展离不开高标准认证，标准对参与国际市场经济竞争与规范市场规则体系具有重要意义。黄文秀详细介绍了国家标准化

最新政策及新发布的国际标准及新立项的国际标准项目。她详细介绍了IEC 60335-1的现状与修订内容。

中国家电市场呈现品牌整合加剧，具有完备产业链，国内外市场竞争力逐渐增强的特点。对于市场现状，在标准工作方面，陈伟升谈到应重视国际标准化工作，积极参与国际标准的制修订，承担更多国际标准化技术委员会秘书处工作，让中国标准走出去。最后，他介绍了中消会消费类电器工作委员会的工作方案、目标、组织结构及日后工作重要内容。

中国消费品质量安全促进会作为行业组织和推动者，响应国家质量强国战略，凝聚团结消费类电器质量提升方面表现突出的优秀企业，组建成立消费类电器工作委员会，将加快推动我国消费类电器的质量安全水平的全面提升，提高我国消费类电器对内对外的影响力、美誉度与可信赖水平，为人民群众的消费安全服务。



1

家电产品性能不合格，国家直接撤销 3C 证书

2019年10月29日，国家市场监督管理总局发布《关于2019年电风扇产品（网售）强制性产品认证有效性抽查结果的通告》，依据强制性产品认证相关规定，对此前国家抽查中19批次不合格产品作出撤销强制性产品认证证书的处理。对被撤销证书的产品，认证机构在6个月内不得受理该产品的强制性产品认证委托。

据悉，根据《认证认可条例》《强制性产品认证管理规定》有关要求，国家市场监督管理总局于2019年7月至8月组织，对淘宝、拼多多、京东、苏宁易购等主要电商平台销售的获得强制性产品认证的电风扇产品（落地扇、台扇、空气循环扇、塔扇、趴地扇等）实施了认证有效性抽查，共计抽查80家生产企业的110批次产品。

其中，中山韩派电器、佛山南海狮山柏兴电器、宁波善意电器、上海华生电器、江西西点电器、上海红心器具、台州中联电器、慈溪亮星电器等19家企业的相关产品存在不合格情况，而且不合格情况较为严重。所以被直接撤销产品的3C认证，直接断了上述小家电企业生产制造并上市销售上述电风扇的资格。

今年以来，从电暖器到电风扇，

因为涉及产品的安全性能不合格，而被直接撤销产品的3C证书，且同类产品不得在6个月内重新申请3C。这一处罚结果，对于上述家电企业来说，是“致命性”精准打击。众所周知，3C证书一直被誉为家电上市的“准生证”和“通关证”。对于家用电器来说，无论大家电还是小家电，任何一款型号的产品没有取得3C认证，就无法上市销售，更谈不上生产制造了。

由此国家先后两次撤销电暖器、电风扇这种小家电产品的3C证书并在半年内要求认证机构不得受理上述不合格产品的重新申请证书，不只是让这些不合格产品只能被迫退市，而且库存产品同样面临着销毁的尴尬。因为对于所有家庭来说，国家的3C认证就是一道安全的“防火墙”，特别是对于电器产品来说，一旦安全性无法保障，那么对于众多家庭来说就是一场“灾难”。

透过这两次国家市场监督管理总局的3C证书执行情况抽查，应该读出了两大新信号：首先，抽查的家电产品，全部是在京东、天猫、苏宁等主要电商平台购买，而不是线下的实体店。这说明国家对于电商平台销售的家电产品质量非常关注和重视，这也将会倒逼电商平台提升家电销售的进入门槛。其次，可能会导致市场监督管理总局加大加重对其它家电产品的抽查力度。总之，家电厂商需要严守质量底线。

2

多部门促“两业融合”加快家电向智能、绿色升级

11月10日，国家发展改革委等15部门联合发布《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》。

其中涉及家电行业的实施意见有：

1) 推动消费品工业和服务业深度融合。注重差异化、品质化、绿色化消费需求，推动消费品工业服务化升级。以服装、家居等为重点，发展规模化、个性化定制。以智能手机、家电、新型终端等为重点，发展“产品+内容+生态”全链式智能生态服务。以家电、消费电子等为重点，落实生产者责任延伸制度，健全废旧产品回收拆解体系，促进更新消费。

2) 加强新能源生产使用和制造业绿色融合。顺应分布式、智能化发展趋势，推进新能源生产服务与设备制造协同发展。推广智能发电、智慧用能设备系统，推动能源高效管理和交易。发展分布式储能服务，实现储能设施混合配置、高效管理、友好并网。加强工业设备、智能家电等用电大数据分析，优化设计，降低能耗。推动氢能产业创新、集聚发展，完善氢能制备、储运、加注等设施和服务。

1 国内首个《驻车空调器》团体标准正式发布

11月1日,中国消费品质量安全促进会发布实施首个消费类电器团体标准 T/CPQS E0001—2019《驻车空调器》,并向标准起草单位代表颁发团体标准证书。青岛海尔空调器有限总公司新产业总经理温晓杰介绍了《驻车空调器》团体标准的起草背景、过程以及主要内容。该标准规定了驻车空调的术语和定义、形式和基本参数、要求、实验方法、检验规则等要求。该团体标准适用于直流供电电压 24 V,安装在运输车辆上的驻车空调器。

该标准由中国消费品质量安全促进会归口,由青岛海尔空调器有限总公司提出,威凯检测技术有限公司、一汽解放青岛汽车有限公司、沈阳市中航机电三洋制冷设备有限公司、山东尚驰新能源科技有限公司、广州昶航新能源有限公司、郑州科林车用空调有限公司、武汉松芝车用空调有限公司、中国电器科学研究院股份有限公司等 9 家企业联合研究制定。

近年来,随着物流运输的发展,运输车辆保有量不断增大,驻车空调器市场正在全国迅速崛起。全国约有 2 000 万货车司机,涵盖卡车、房车、吊车、装载机、收割机、拖头货车等多种行车场景。此外,与家用空调相比,驻车空调采用蓄电

池供电的驱动方式,另外由于长途运输过程中经受颠簸,所以驻车空调的使用环境比家用空调更为严酷。与市场需求不匹配的情况是,驻车空调器缺少对应的标准规范。

驻车空调标准规范在本次团标发布前处于空白阶段:第一,其他车用空调的标准主要关注前装式车载空调的要求;第二,其他标准的考核内容主要集中在安全、能效等方面的要求;第三,其他标准没有考虑到车载使用环境复杂多变的具体情况,如不同环境下的产品性能、产品可靠性等;第四,本《驻车空调器》团体标准涉及的部分范围尚无相关的国际标准可以参考。

该标准规定了驻车空调的术语和定义、形式和基本参数、要求、实验方法、检验规则等要求。标准适用于直流供电电压 24 V,安装在运输车辆上的驻车空调器。驻车空调器包含 44 项考核要求,标准编制架构包括装配要求、安全+EMC、性能、环境适应性等五大模块。标准测试项目包括制冷/热量、制冷/热消耗功率、送风量、能效比、性能系数、噪声、欠压保护、过压保护等八大方面。

作为国内首个《驻车空调器》团体标准,其创新性表现在:第一,标准针对 24 V 直流供电的新产品驻车空调器,除了明确空调器安全、性能、噪声等项目要求和测试方法,结合其应用于卡车使用特点,制订了高低温、温度冲击、振动、机械

冲击、耐候性、欠压保护、过压保护、供电电压升降、反向电压、非金属材料燃烧特性等测试方法。第二,标准提出了驻车空调器“实地测试”方法,选择严酷环境(日照辐射、气候温度、腐蚀环境、大气压力等严酷)场地作为实地,将空调器安装在整车上在实地进行启动运行、降温速率、噪声、耐候性测试项目与测试方法,实际场地的真实气候环境在实验室无法模拟。第三,标准提出了驻车空调器“道路测试”方法,将驻车空调器安装在整车上在实际道路上行驶,制订了耐振动测试项目与测试方法。

与国家标准、行业标准“底线”的作用相比,团体标准能够及时响应市场需求、迅速跟进新技术、新产品、制定工作灵活、技术指标水平领先等特点。中国消费品质量安全促进会、青岛海尔、威凯检测等牵头协会、企业,各自发挥自身优势,根据市场要求,制定高于现有基础性标准的《驻车空调器》团体标准。该团体标准的出台填补国内驻车空调标准的空白,规范企业生产行为,将促进行业健康有序发展。

(文/黎东晓)

2 CVC《电动牙刷》标准发布!首批优品认证都有谁?

11月22日,由威凯检测技术

有限公司（下称 CVC 威凯）主办的 CVC《电动牙刷》标准发布会暨 CVC 电动牙刷优品认证首批获证企业颁证仪式在广州召开。会上 CVC《电动牙刷》标准正式发布，标准以“高端标准”定位高品质电动牙刷，引导企业规范生产，帮助提升产品质量，助力行业高水平发展。

CVC 威凯副总经理张序星、中国电器工业协会工业日用电器分会秘书长凌宏浩、威凯认证检测有限公司认证事业部总经理罗军波、中国电器院标准化首席专家黄文秀等出席此次发布会。

张序星在致辞中指出：当前在高质量发展的政策引领下，标准、检测、认证这三项国家质量基础的结合，为产品提供全方位的基础保障和技术支撑。CVC 威凯作为第三方检测机构，结合自身优势，推出标准、检测、认证一体化的新型技术服务模式，以高端标准的认证弥补现有检测认证制度供给的短板，用高端品质认证助力产品质量提升，积极推动行业发展，满足消费者高品质需求。

随着消费者对口腔健康的关注度直线上升，电动牙刷市场正在以不容小觑的增速扩容。但产品性能的国内外标准缺失、产品质量参差不齐、业内缺少规范一致的测试和评价方法等问题浮现，严重影响行业质量发展。基于此，CVC 威凯于 2018 年初向 IEC 提出《电动牙刷》标准立项申请并获得 IEC 批准，牵

头制定 IEC63174《电动牙刷性能测试方法》标准（计划 2021 年初发布），并同步启动 CVC《电动牙刷》标准研制，在多家国内外电动牙刷企业的支持和协助下，耗时 2 年制定完成。

黄文秀对 CVC《电动牙刷》标准进行了全面解读：该标准以“高端标准”为核心，通过对国内外电动牙刷产品大量的调研和试验验证，以消费者角度来设置性能要求，包括电动牙刷安全要求、清洁效率、充放电性能、振动频率、抗菌、噪声、防水、跌落耐久性、电磁辐射及按键寿命等多项大众普遍关注的指标，并首次引入“清洁效率”指标及试验方法，更直观地评价电动牙刷的性能。她同时表示：“我们希望该标准能为制造商提供最强有力的引导，也为消费者把好质量关。”

CVC 威凯认证事业部方捷经理介绍了 CVC 电动牙刷优品认证及实施规则。电动牙刷优品认证，是在国家大力倡导“高端品质认证”，提升消费者获得感，满足老百姓美好生活需要的时代背景下提出的，经过国家认证认可监督委员会备案，针对电动牙刷综合性能进行考核，同时考核产品批量生产一致性的认证。“电动牙刷优品认证”的推出，进一步将市场上高质量的电动牙刷产品标识出来，通过鼓励、宣传龙头企业的高端产品和品牌，树立标杆，从而实质性地带动整个电动牙刷行业的质量提升。

CVC 威凯小家电实验室威凯检测工程师李岳洪对市场常见的电动牙刷种类进行分析，详细介绍了产品检测依据标准，并就电动牙刷产品检测过程常见的标识和说明、耐潮湿、结构等问题进行分析。在保证电动牙刷产品的安全、性能，确保各项使用参数的良好平衡方面，检测验证将为产品质量保驾护航。

发布会上还为广州薇美姿实业有限公司、无限极（中国）有限公司、松下万宝美健康生活电器（广州）有限公司、宁波艾优生物科技有限公司四家首批获证企业，颁发 CVC 电动牙刷优品认证证书。

广州薇美姿实业有限公司技术总监陈敏珊表示：获得 CVC 电动牙刷优品认证首批获证企业非常荣幸，优品认证的推出对行业来说是一场及时雨，一方面先进标准可以评价出真正高品质产品，让企业不断追求卓越，另一方面优选认证的标识将使消费者更加直观和便利地挑选高品质产品。

中山大学口腔医学博士科普团队刘远翔博士通过生动活泼的 PPT 介绍专业的口腔医学知识，为大家科普牙齿保健，强调电动牙刷在日常生活中的重要性，同时也为与会代表解答了很多认识误区。

CVC 标准、检测、认证一体化的服务模式，帮助企业在提升产品质量方面提供更多动力保障，同时也为电动牙刷行业有序、持续、健康的发展发挥积极作用。（文 / 黄年）