

<<中国用能产品能效状况白皮书>>

图书基本信息

书名：<<中国用能产品能效状况白皮书>>

13位ISBN编号：9787506658621

10位ISBN编号：7506658623

出版时间：2010-6

出版时间：中国标准出版社

作者：中国标准化研究院

页数：207

字数：185000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国用能产品能效状况白皮书>>

前言

能源资源是经济社会发展的物质基础，当代人类文明前所未有的飞跃发展使得能源资源开发利用过程中的存量有限性和环境友好性的问题日渐突出，节能减排成为人类社会实现可持续发展的必要基础和前提。

在生产力发达的当今社会，能源的供需关系更多的体现为需求决定供给，因此，实现节能减排的关键之一就在于能源需求侧的合理、高效用能，而用能产品（包括家用电器、工业及商用用能设备等）作为能源资源向社会文明成果转换的实体平台，其整体的能效水平和市场销售使用状况更是反映一国用能水平高低的重要标志和决定节能减排工作重点的主要依据。

在中国，节约资源和保护环境作为贯彻落实科学发展观、促进经济社会可持续发展的重大举措被列为基本国策。

而作为当今世界最为重要的用能产品生产国和使用国，中国政府更是在其《节能中长期专项规划》中明确规定，到2010年，用能设备能效水平需达到国际先进水平，到2020年达到国际领先水平。

<<中国用能产品能效状况白皮书>>

内容概要

本书重点突出当年在用能产品领域影响重大的政策或技术事件，重点介绍了2009年国内外严峻的经济形势和巨大的节能减排压力下，中国政府为提高终端用能产品能效、推广高效用能产品而集中推出的包括“节能产品惠民工程”、“家电下乡”、“以旧换新”等在内的一系列节能惠民政策及其实施后在高效用能产品推广、产业升级、能效标准标识发展等方面所取得的显著效果，显示了政府、市场、用户三方合力对提高用能产品能效所产生的巨大推动作用。

<<中国用能产品能效状况白皮书>>

书籍目录

摘要第1章 2009年用能产品节能政策与措施及其影响 1.1 背景 1.2 节能产品惠民工程 1.3 家电下乡 1.4 以旧换新 1.5 节能产品政府采购的发展与现状 1.6 重点节能技术推广目录 1.7 中国能效标准的发展与现状 1.8 中国能效标识的发展与现状 1.9 中国节能产品认证的发展与现状 1.10 总结与展望第2章 2009年用能产品能效状况 2.1 概述 2.2 家用电冰箱 2.3 房间空气调节器 2.4 转速可控型空气调节器 2.5 家用燃气快速热水器 2.6 储水式电热水器 2.7 洗衣机 2.8 计算机显示器 2.9 复印机 2.10 单元式空气调节机 2.11 多联式空调(热泵)机组 2.12 冷水机组 2.13 照明产品 2.14 中小型三相异步电动机第3章 对提高用能产品能效水平的展望 3.1 对现阶段提高用能产品能效水平主要措施的经验总结 3.2 提高用能产品能效水平的建议主要参考文献

<<中国用能产品能效状况白皮书>>

章节摘录

1.3.2政策影响 当前严峻的国内外经济形势使得国内家电企业产品对外销售受阻，国内城市市场相对饱和，作为占全国人口总数55%的农村市场成为拉动内需、推动家电产业发展的重要增长点。实践证明，家电下乡政策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。

本次出台的新举措，通过增加补贴产品品种和放宽产品限购数量，既满足了农村群众在购买使用家电产品过程中对产品种类和购买数量方面日益增长的需要，同时也势必拉动相关家电产业（微波炉、电磁炉等）的发展。

同时，针对反映比较集中的补贴程序相对繁琐，农民拿到补贴时间的周期比较长的问题，本次专门出台了代理审核或为农民代办补贴资金申领手续办法。

目前为止的试点实践证明，该项措施简化了手续，缩短了审核兑付时间，既方便了农民又明显提高了相关工作效率，不仅受到了农民群众的广泛欢迎，也得到了社会有关方面的充分肯定，真正做到了对政策“用好用实”。

家电下乡有力地促进了农村家电销售和服务网络的发展和完善。

企业作为推广活动的主要参与者，主动将工作重心向农村转移，积极开拓和整合农村家电流通网络，将此次活动作为自身发展和企业形象推广的良机。

实践证明，这个政策极大地调动了农民的消费积极性，改善了农民的生活质量，带动了家电产业的又一轮发展高潮，对于促进国民经济均衡较快发展、进一步缩小城乡差距起到了积极重要的作用。

.....

<<中国用能产品能效状况白皮书>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>