

近九成空调散热片细菌超标

夏季最好每月清洗一次



在密闭的玻璃橱窗环境中，空调持续运行120个小时后，吹风口正对的玻璃窗上已经覆盖了黑色的霉菌斑。约有八成以上的家用空调散热片上细菌和真菌超标，这是导致室内污染的主要原因。

近日，在“家安空调消毒季——2013夏日家庭室内空气改善计划”启动仪式上，主办方之一，中国环境科学学会室内环境与健康分会发布的调研报告显示，建筑空调系统污染是导致室内微生物污染的重要原因。

空调散热片细菌总数平均超标40倍

中国环境科学学会室内环境与健康分会副理事长张寅平教授介绍，空调系统中的过滤器、表冷器、冷凝水接水盘、排水装置、潮湿翅片和加湿器等都是容易滋生细菌和霉菌等微生物的场所。随着空调系统的运行，这些微生物通过送风系统进入室内，成为室内微生物污染的来源之一。

对北京、深圳两城的家用空调入户调研发现，88%的空调散热片细菌总数超标，空调散热片中检出细菌最高可达91250.00cfu/cm²，平均数值亦达到了3866.48cfu/cm²，超过限量标准(每平方厘米细菌总数≤100cfu/cm²)近40倍，最严重

的超标近千倍。另外，84%的空调散热片真菌总数超标。

使用空调人群更易头晕烦躁

此外，研究人员对人群的感受调查发现，使用空调人群比不使用空调的对照人群，更易发生头晕、烦躁、乏力、胸闷、呼吸不畅等12类不适感觉。

对此，有关专家提醒称，可充分利用风扇产生的局部气流运动来改善人体热满意度；如果热到需要开空调，可以使用空调+风扇的人工调节手段。如果连续使用空调一定时间后，应及时开窗通

风。此外，空调设备需定期清洗和消毒，防止空调过滤器等部件滋生细菌，造成室内空气微生物污染。

■ 提醒： 夏季空调最好每月一清洗

有关专家介绍，清洗空调应先清洗过滤网，关闭电源，卸下过滤网，用清水洗净。同时，将专用的空调清洗剂均匀喷洒在散热片上以达到除菌效果，一般的空调清洗剂均可从超市购买。清洗剂的味道经过通风，很快可以散去，正规消毒产品的味道对人体无害。

关于空调散热片清洗的频率，有专家提示称，春夏换季时，需要开启空调前，应该彻底清洗消毒一次；夏季，空调使用频繁，建议有条件的家庭每月清洗一次，主要是清洗过滤网和散热片；此外，还要保持空调器出水管道通畅，避免积水和滋生细菌。

此外专家介绍，室外有的污染都会进入室内。家中空调的散热片上面会有污染物，一般的空调不会自动去除PM2.5，除了定期清洁空调，关键还要靠居室良好的通风环境。

(新京)

区域家电连锁迎战电商

十年前，国美、苏宁向全国扩张，区域连锁抵挡住了“强敌入侵”，并在各地崛起。十年后，电子商务迅猛发展，区域连锁再次面临生死之战。下一步如何走？借助电子商务的手段，增强门店体验，同时发挥自身配送、售后的地缘优势，成为“各地诸侯”的共识。

2003年前后，国美、苏宁在全国的扩张势如破竹。

当时各地一些不起眼的“萝卜头”却在苏宁、国美的强大压力下变革求存，被逼走上连锁化的道路。如今，重庆的商社电器、四川家福

来、湖南步步高、武汉工贸、长沙通程、浙江百诚、江苏汇银、福州东南电器、江西的四平和腾达电器、包头同利、大连大商电器、多方达等区域连锁仍屹立不倒。中怡康总裁连四清说：“过去十年，区域连锁呈群体性崛起趋势。”

眼下，又到了新的危急关头。电子商务来势汹汹，在由重庆百货牵头的“2013中国(重庆)区域家电连锁发展高峰论坛”上，区域连锁的领军者们谈得最多的是如何应对“电商”的冲击。对于刚刚过去的“6·18”电商战，重庆商社副总经理涂涌坦言：“它有一定的冲击，但不

是颠覆性冲击。”他认为，电商之所以发展这么快，一是效率，二是低价。“当年国美号称价格杀手，如今电商也是沿着这条路，颠覆价格体系”。

穷则思变。区域连锁纷纷“触电”。去年以来，浙江百诚、东南电器、江苏汇银等纷纷在天猫上开设旗舰店，探索线上线下“双渠道”作战。浙江百诚董事长兼总经理叶惠忠表示，百诚有批发代理业务，相对来说采购的价格好一些，于是也在天猫上开店。“网上购物是趋势，只有主动适应，有竞争，也有合作，将来区域连锁也会得到全方位的发展。”

不过，也有不同的意见。步步高家电事业部总监余腾达认为，如果国内几十家区域连锁都在天猫上开店，必然会导致新一轮的同质化竞争，陷入“为他人做嫁衣”的被动境地。

“电子商务不等于网上购物”。在余腾达看来，电子商务除了低价，关键是给消费者带来了全新的体验，包括产品的丰富度、详细的信息和购物的私密性。所以，实体店要借鉴电商的优势。希望未来消费者扫描一下广告上的二维码，就可以下载步步高电器城的APP软件，身处实体店，也可以在手机上随时浏览更多的商品和信息，同时可以直接下单。

连四清说，电商虽然年增长幅度高达150%，但目前比例还偏小。预计2013年电商在国内彩电、洗衣机销售额中的占比约9%，在冰箱、空调销售额中的占比约6%~7%。因此，“要调整心态，学习其优势，比如电商可以无限陈列商品，又不会增加太多成本。在欧美高档商场，一般配有触摸屏，消费者可以了解更多商品信息，创造购物的新体验。”

“对比电商，在实体店，工厂需要额外的支出，比如一个展台一年换一次就要十几万元，配上促销员，后面还有一个促销员管理团队，所以，除了铺租，还有10多个百分点的成本。”武汉工贸董事长李丰坦言，未来十年，要学习电商，高效运营。一是能否线上线下融合做，二是价格能否重构，把这10多个百分点的成本减少。“要积极探索，否则我们就会被电商‘绑架’”。

可见，区域连锁的电商化，并不只是开个网站就完事。真正的出路在于，以电子手段丰富购物体验、降低门店成本。同时，发挥物流、售后优势，这样，才能拥有下一个十年。

六大智能电视公测结果出炉 海信 VIDAA 拔得头筹

□记者 李瑞才

本报讯 25日下午，13位IT界人士在十多家新闻媒体和北京公证处的现场监督公证下，对中怡康数据排名前十中的海信、创维、TCL及三星、索尼、夏普六大品牌新款智能电视，从定量和定性两个部分进行了“谁最智能”的公开测评，海信55寸VIDAA TV以9项测试指标第一的成绩夺得总冠军，索尼、TCL分列第二、第三位。

据悉，测评的项目由100位IT专业人士、10000名消费者共同确定，分别为开机速度、切换速度、多任务并行、多屏互动、应用软件数量、直播观看体验、VOD点播体验、UI界面设计体验、外观体验、遥控器体验等十大最期待智能体验。

中怡康数据显示，2013年前五个月，智能电视的销售占比已超过50%，而70%的消费者表示未来将选择智能机。预计到2015年，智能电视机的比例将超过90%。然而，市场上形形色色的智能电视令人眼花缭乱，在参差不齐的技术配备和花样繁多的功能设置面前，消费者不知所措。

本次测评，无疑为消费者提供了一个可以放心参考的依据。但发起者提醒，六大品牌价格从8199元到12999元不等，消费者还要根据自己的支出预算和体验要求权衡购买。

附表：十项测评总得分排名，总分60分。

排名	品牌	型号	总分
1	海信	LED55K600X3D	55.3
2	索尼	KDL-55HX950	31.5
3	TCL	L55E5500A-3D	31.2
4	三星	UA55F6400AJ	30.6
5	创维	55E760A	21.8
6	夏普	LCD-52LX845A	20.7



(财经)