



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满了黑色的霉菌斑。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 and 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,电商虽然年增长速度高达 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。

(财经)

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东方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:十项评测总得分排名,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

