

安全防护很重要

家电隐藏危害 不容忽视

▲浴霸 强光灼伤眼睛

浴霸的灯泡很亮，在短时间内能使浴室内快速升温。不过，长时间在浴霸下面洗澡，强光很容易灼伤眼睛。多数浴霸灯泡的瓦数均为275瓦，4个灯泡加在一起就是1100瓦。强光会造成光污染。经常长时间使用浴霸，会出现头晕目眩、失眠、注意力不集中、食欲下降等症状，这是因为过于耀眼的灯光干扰了人体大脑的中枢神经功能。还有资料显示，光污染会削弱婴幼儿的视觉功能，影响儿童的视力发育。

推荐选用红外线磨砂灯泡浴霸，与普通型取暖灯泡相比，它不刺眼，对视力无伤害，还能保护皮肤不受强光刺激，活络血脉。另外，在使用浴霸时，眼睛不要直接对准浴霸灯，尽量减少视线与灯泡的接触。

▲消毒柜 臭氧刺激呼吸道

消毒柜、洗碗机等现代家用电器能够高效除菌，可是，一旦紫外线和臭氧泄漏，严重的能危及生命。人体吸入过量臭氧后，会严重刺激呼吸道，造成咽喉肿痛、胸闷咳嗽，引发支气管炎和肺气肿；臭氧还会造成人的神经中毒，造成头晕头痛、视力下降、记忆力衰退；臭氧还能破坏人体皮肤中的维生素E，致使皮肤起皱、出现黑斑。

使用臭氧消毒柜时，在其工作期间一定不能打开柜门，以免发生臭氧泄漏。工作完成后，最好在20分钟以后再开启柜门。

▲音响 失真造成耳聋

在家里看电影挺爽的，环绕立体声、超重低音的音响效果不比电影院里的差。可是，长期在80分贝以上的噪音环境中生活，造成耳聋的可能性达50%。因此，音响的总音量应控制在最大音量的1/4~1/3。每次听完音乐之后，养成把音量调节旋钮关至最小的习惯，这样下次开机的时候，就不至于音乐一响，吵了邻居吓了自己。

▲电视 辐射使脸上起斑

一些CRT电视使用电子射线枪式进行逐行扫描，产生的辐射存在于电视周围，尤其是电视的1米范围内危害最大。电视辐射能导致脸上长色斑。长期看电视还会产生“电视病”，包括视力下降、颈椎病、腰痛、消化不良等。

平时看电视要平视，也可稍俯视，不要关灯看电视。看电视的距离要适中，以荧光屏的对角线为标准，不超过7倍就可以，4~5倍的距离最好。每次看电视不要超过两个小时。

▲电磁炉 磁场能致癌

电磁炉省时、省力，并且容易与厨房的整体装饰搭配，但目前我国没有低频电磁场的相关标准，通过几个品牌的测量，磁场强度比国外的标准大得多。消费者应选择中国电工产品认证委员会电工认证或欧洲CE认证的产品；使用时至少要距离40厘米以上；尽量减少接触电磁炉的时间；吃火锅时，不要把电磁炉放在桌面上，最好有金属隔板遮挡。

磁炉的时间；吃火锅时，不要把电磁炉放在桌面上，最好有金属隔板遮挡。

(万维)



科技改变着生活，当然也在影响着生活。在家电产品遍地开花的时代，这些家电产品在给我们带来便捷的同时，也给我们带来了一些隐藏的危害。今天介绍一下如何才能减少或者避免家电使用过程中的危害。

线上提速线下乏力

销售旺季，空调价格不升反降

相关数据显示，上周空调在线上渠道的销售同比增长两倍以上，增速迅猛，这中间主流电商渠道的增速更为明显。而相对于电商空调销售的高歌猛进，传统线下的电器连锁店则依然呈现增长乏力的局面，空调等线上渠道替代传统渠道的步伐正在加快。

空调价格战刺刀见红

进入空调销售的旺季，按往年的规律，空调的市场价格会由低到高，但今年由于各电商平台的全力参战，使得今年的空调价格在这个旺季不升反降。

腾讯电商旗下的综合购物网站易迅网的最新数据显示，进入6月中旬，其空调的销售已开始呈现井喷状态，上周同比增长586%，而6月17日开始，其增幅更为明显，18日当天的空调产品订单量环比上周上升725%。

记者对比几个网购平台的空调价格，其中易迅网的1P冷暖空调最低只要1499元，这个价格已击穿了旺季空调的价格底线。易迅网负责家电类目的副总裁梁红生表示，今年家电电商竞争会聚焦在空调品类，易迅网必须确保价格上的绝对优势。

网购空调价格的不升反降，也促使消费者更多地选择在网上购买空调。而电商频繁发起的空调价格大战，也不断刺激着消费者的眼球。易迅网上周再次发起了“空调冰暴，价格雪崩”的旺季大促，这也意味着这个空调的旺季将有一场刺刀见红、短兵相接的火拼血战。

线下线上价格两重天

与电商疯狂地攻城略地相比，线下的连锁销售则显得平淡无奇。某电商人士表示，电商不断挑起家电的价格大战，就是为了抢占线下连锁的份额，而空调作为大家电市场容量最大的品类，也将成为电商最为关注的焦点。

行业权威人士表示，2012年空调网购的份额占整体容量的5%，但今年预计将达到10%，而在一线城市的份额将扩张到20%，网购空调的低价和便捷，使得电商平台不断蚕食着线下连锁的蛋糕。记者从市场采访获得的第一手数据显示，同一款商品，在线下连锁店购买比在易迅网购买，价差有些高达数百元，巨大的价差也使得原本习惯于在实体店购买空调的消费者转向网购。

有家电行业人士指出，以往大家电由于是价格高的耐用消费品，消费者往往习惯于在线

下连锁购买。但随着消费者网购习惯的逐渐成熟，大家电商品线上、线下的日趋同质化，再加上巨大的价格差异，消费者开始将消费的渠道转向线上网购，线下连锁逐渐沦为消费者的体验中心。

空调网购服务快速升级

空调之所以在今年的网购市场开始急量爆发，也是因为各网购平台对于大家电服务的不断升级。

梁红生表示，对于空调品类，易迅不仅仅是一个购物平台，更多的是一个服务平台。消费者在购买空调后，易迅可以帮消费者预约安装、预约售后，让消费者在易迅实现一站式的购物体验。而其他平台也纷纷推出自己独具特色的服务政策，使得空调的网购大战也从简单粗暴的价格战转向服务战，这对于用户而言有了更好的超值体验。

而在物流配送速度上，电商更是体现出了较强的专业度，特别是易迅在核心城市推出的“一日三送”服务，这一点也是线下实体店无法比拟的。记者在易迅网的购物流程中看到，消费者上午购买的空调，可以选择下午或晚上马上配送，这种“闪电送”的服务，也使得电商在服务领域上的竞争进入了白热化。

有关专家表示，电商空调血战的不断升级，成为今年家电市场最受关注的焦点，今年也将成为空调销售渠道变革最具有标志意义的关键一年。

(人民)