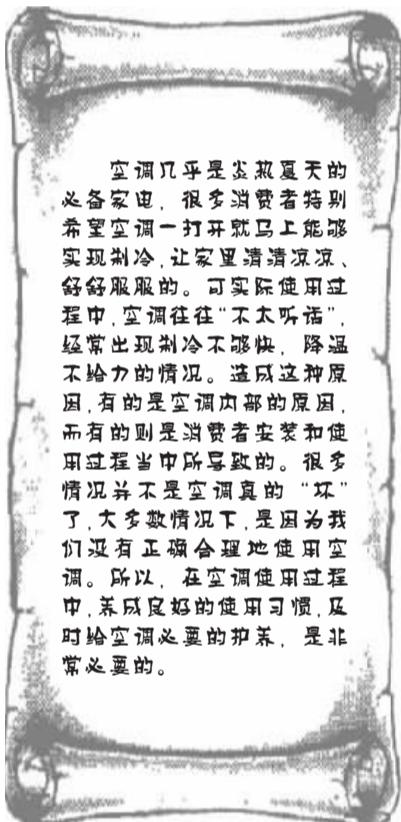




内外兼顾 让夏季空调更给力



空调几乎是炎炎夏天的必备家电，很多消费者特别希望空调一打开就马上能够实现制冷，让家里清清凉凉、舒舒服服的。可实际使用过程中，空调往往“不太听话”，经常出现制冷不够快、降温不给力的情况。造成这种原因，有的是空调内部的原因，而有的则是消费者安装和使用过程当中所导致的。很多情况并不是空调真的“坏”了，大多数情况下，是因为我们没有正确合理地使用空调。所以，在空调使用过程中，养成良好的使用习惯，及时给空调必要的保养，是非常必要的。

空调使用好习惯

电风扇来帮忙

在空调刚开机的时候，“空调+电风扇”是公认的一个好习惯。用微风“加力”把空调吹出的冷风传遍整个房间，这样冷风会更加均匀，制冷速度也更快一些。已经有试验证明，空调开启的时候，同时打开电风扇，制冷效率会提高一倍。

空调使用坏习惯

开机温度太低

有的消费者觉得天气很热，总想尽快冷下来，于是一开空调就把温度调到17、18℃左右的低温，但往往欲速则不达，总感觉不够凉。实际上，这是一种使用上的误区。广州市家电行业维修协会的技术专家向记者解释说，空调开机会有个适应过程，一开机就开到很低的17、18℃，机器尚未运转正常就进入高功率运行状态，制冷容易受限，而且对压缩机寿命影响严重。

目前按照国家的参考标准，空调应当保持在26度左右，这样既舒适又节能。如果需要进一步降温，可以在室温稳定之后，逐步降温1-2℃，缓慢下降。这样既能保持室温恒定，也可以达到节能，并且保护空调压缩机。

内因一：制冷剂(雪种)不够

空调最重要的功能成分是制冷管当中的制冷剂，即俗称的“雪种”，通过“雪种”的不断循环、交换热量，空调才能实现制冷。不仅安装空调的时候要避免“雪种”泄露，空调在使用多年之后，还需要适当补充制冷剂。一般建议3至5年就要找专业人士检查一下制冷剂含量，适当补充制冷剂。

友情提醒：

最流行的制冷剂就是氟利昂，但其会破坏大气臭氧层。国际上已经达成了在2030年前后全面淘汰氟利昂类制冷剂的意向，因此，目前部分高端空调已经开始更换新的制冷剂，不再采用氟利昂。补充“雪种”时，最好找厂家咨询相关型号所需要的制冷剂。

内因二：温度过高，室外机“罢工”

空调“不够凉”不一定是机器出了故障，气温越高，室外机存在散热困难，从而导致室内机吸热能力明显下降，无法通过室外机排放出去，就会造成冷热交换困难。所以，特别高温的天气条件下，空调也会出现“不够凉”的现象，这属于正常现象。

友情提醒：

如果同一台空调机下午觉得它“不够凉”，晚上逐渐“够凉”了，即可判断是天气原因造成的，大可不必过虑。

内因三：空调太“脏”

空调是空气循环类家电，使用时间长之后，不仅机身外部，机身内部的过滤网也容易堆积灰尘。如果积尘过多，夏季空调开机之后，积尘阻碍空气循环，会明显感觉空调风力不足。如果加大空调的送风量，还是感觉不够冷，并且伴有噪音增大的现象，就要考虑是不是内部过滤网阻塞而导致送风不畅了。

友情提醒：

最简单的方法就是勤快地清洁空调滤网，一般使用一年之后必须要清洗一次，而如果空调使用较多，最好一个月洗一次。室外机也要及时找专业人士清洗。

外因：外因条件对于空调的影响也不容忽视。在空调实际使用过程中，很多不制冷或者制冷效果不够好，其实并不是空调本身的问题，而是消费者没有注意到各种外部因素。

外因一：空调安装问题

室内机的安装位置一般要求机身离地1.8~2.2米，或者是天花板往下10~15厘米，出风口60厘米范围内，最好不要有障碍物。同时，连接室内外机的管子不能太长，以免影响空调的效果。

室外机安装位置过于靠墙，也会影响到空调的制冷效果。冷气工程师出身的广州市家电维修行业协会前会长姚文桢亲自给记者做了一个简单的演示，把正在送风的电风扇后部贴近墙壁，电风扇的转速就明显下降，感觉到送风受到阻碍。这是因为电风扇贴近墙壁之后，空气无法从后部大量吸入，造成空气循环受到制约，影响送风。同样的道理用在空调室外机也是一样，过于贴墙，室外机的循环受到制约，最终会影响到制冷效果，甚至不制冷。

友情提醒：

安装空调的时候，室外机应当尽可能离墙稍远一些，至少15厘米左右，以保证空调室外机的风力循环。

外因二：选择合适的匹数

1匹机往往指的是制冷量2500左右，2匹机翻倍，为5000制冷量。如果空调匹数太小，功率太低，就难以保证房间的制冷效果。

友情提醒：

一般15平米以下的房间，选用一匹机为好，20~30平米选用两匹机，超过30平米建议选用三匹机。

外因三：门窗密封性如何

使用空调的时候，最好的效果就是要密封。如果房间密封性差，窗户和门空隙比较大，都会导致空调制冷不太理想。

友情提醒：

密封时间过长，会容易导致室内空气质量下降，室内二氧化碳浓度增高，因此在密闭一段时间之后，要适当换气。如果选择可以室内外空气交换的空调，那是最好的。有的空调带有室内空气检测装置，如果二氧化碳浓度过高，会提示报警。

(羊晚)

智能电视应用开启十亿蓝海

“智能电视应用将是投资人和开发者的下一个上千亿的金矿。”奇虎360集团董事长周鸿祎表示。与智能手机的发展类似，电视应用市场也将成为各方哄抢的蓝海。

据大数据公司AdTime CEO付海鹏介绍，智能电视与传统电视的不同在于，智能电视的诞生，融合了传统电视与互联网视频的双重属性，也使得电视向互联网端口时代转变。随着智能电视新时代的开启，电视屏作为第一入口，也正成为智能应用市场争夺的新焦点。

传统电视企业已经走进智能化时代，与传统电视机的单向、单调相比，智能电视有很好的交互性和用户体验，成为客厅通向互联网的重要入口。除了网络搜索、游戏娱乐、视频点播(VOD)、数字音乐、网络新闻、网络视频电话等新玩法，传统电视广告也因为智能电视的出现，有了新的发展平台和投放模式。

付海鹏说，智能电视是未来的发展趋势，由于其具有互联网属性，也给大数据厂商带来了新的机遇。他认为，大数据不仅不会让电视等传统媒体消失，同时会促使电视内容变得更加丰富，提升用户的观看率。在广告投放方面，不仅可以把视频广告实时植入到电视内容中，而且可以做到无干扰地投放。不仅如此，通过音频技术还可以实现智能电视屏与移动终端之间信息的传递及交互。

由此可见，大数据的营销不仅为传统营销带来了挑战和升级，对新媒体也带来了新的商业价值和商业奇迹。

有关专家表示，个性化精准广告是向用户推送有用的商品信息，有用的商品信息会把更多用户拉回到电视机前，更多的用户为电视广告的精准分析提供了更好的数据支撑，从而形成了一种良性循环。

虽然互联网广告方兴未艾，但是电视广告的主导地位从未被动摇。随着智能电视广告投放模式的变革，电视广告产业将会迎来井喷式增长。

(北商)