

# 夏季太热 家电产品要注意“火气”大

夏季是使用电器最为频繁,当用电压力过大超过能承载的负荷,或者是家电长时间使用等情况,都会造成安全隐患,目前常出现的是火灾,因此消防小知识是这个夏季必备的安全小知识。

警惕家用电器设备造成火灾:  
1、家电在使用了一段时间之后就会有一定的消耗或是损伤,需要经常检查和定期保养,若是发现问题了要及时修理,使家电尽量保持最佳工作状态。

2、家里使用的电源插座要有足够的容量,避免多种大功率电器同时使用,否则可能会因为用电超负荷发生火灾事故。

3、像电脑、电视机、空调等这类的电器,有些人一打开就是一整天,造成家电外壳明显发热,长时间如此,不但会对电器本身有损害,还可能烧坏电动机发生火灾,因此要控制好家电的使用时间。

4、多种家电同时工作会产生很大热量,若不能及时疏散对人们身体也有影响,应该常通风及时散热,让空气舒流畅通。

家电不要放置于封闭的木柜中;小型家电不能直接重叠摆放;各类家电应与墙面保持间隙距离。

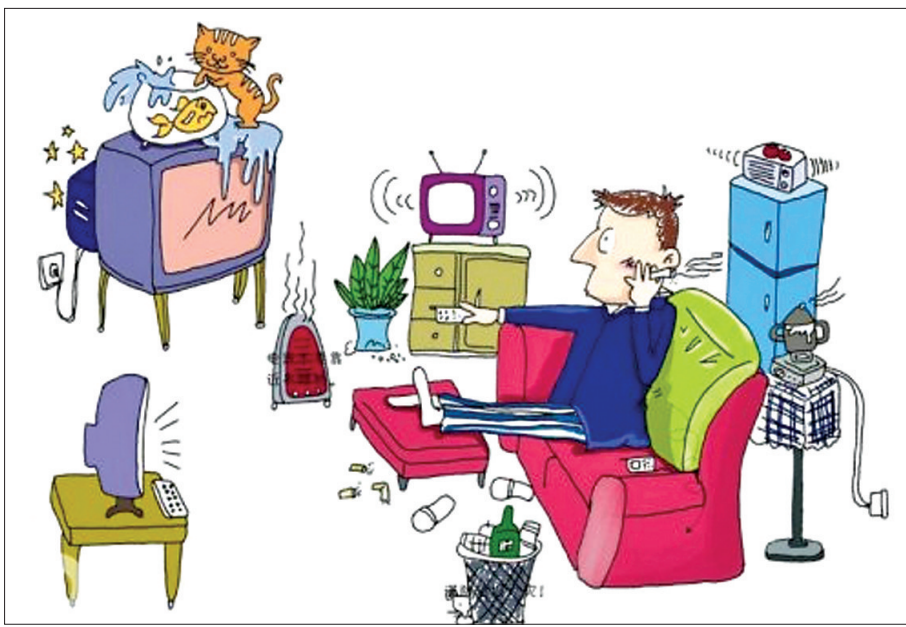
5、一些可燃点低的物品应该远离电器,比如空调安装在离窗帘较远的位置;手机充电不应直接放置于沙发等可燃物上长时间通电;电冰箱后面不可塞放可燃物,不要在电冰箱内储存化学危险品等。

6、平时生活中人们经常用到的加热式电器,在使用时不能随便的走开,离开前一定要断开电源并远离可燃物,比如:电熨斗、直(卷)发器等。

8、如果真的遇到电器起火了,应立即切断电源,清除周围易燃物品,拨打119火灾报警。

夏季是个比较“火”的季节,因为电器而发生的火灾也非常多,在家电带给人们舒适、方便生活的同时,大家也要警惕家电带来的火灾危害。

据百姓家电网



## ■ 热点关注

# 除湿机这么挑 轻松应对潮湿天

面对夏季南方这样的一个潮湿环境,长期下来真的让人觉得很心塞,每天对着湿哒哒的环境,还有一股难闻的潮湿气味,让人内心很崩溃。下面教大家如何挑选除湿机,以针对潮湿的环境进行快速除湿。

要想快速除湿,挑对合格除湿机很重要,那么如何选,可以从以下几点下手。

## 按核心参数挑

不同品牌的除湿机都有着不同的核心参数,运转起来的时候它的动力也会有所不同。所以,想要知道自己家适合什么样的除湿机,一定要根据参数来进行细挑。通常我们可以根据除湿量、适用面积、耗电量这三个指标来进行挑选。

**1、除湿量**  
很多消费者都认为除湿量是越大越好,其实并非这样。如果居住地区空气不够潮湿,除湿机就无法达到宣称的效果,徒然耗电。

除湿量指的是单位时间内从空气中抽出的水量,以温度30℃,相对湿度80%为环境前提,单位“L/D”来表示。通常来说,转轮式除湿机的除湿量基本都在10L/D以内,而冷凝式除湿机的除湿量都在14L/D以上。

**挑选tips:**我们在根据除湿量来选除湿机的时候,首选要确定一个面积,不同的面积大小所选择的除湿量会有所不同。通常我们可以根据以下的参数进行,选合适自己空间的除湿机。

- 除湿量10升/日:适用面积20-40㎡左右
- 除湿量20升/日:适用面积20-50㎡左右
- 除湿量30升/日:适用面积30-50㎡左右
- 除湿量50升/日:适用面积50-70㎡左右

**2、适用面积**

在我国除湿机GB/T-19411-2003标准中,并没有提及适用面积的相关内容,这也使得市面上不少商家“钻空子”,对产品的适用面积虚标,夸大除湿机的除湿效果,有蒙骗消费者之嫌。

我们可以利用公式来进行换算合适的面积,例如,在厂家标注为20L/D(30℃,80%RH)的情况下,根据换算公式“20L/D×0.6”得出名义除湿量实为12L/D,再用“12L/D”这个数值参照AHAM标准表格,判断出额定除湿量

为20L/D的除湿机在严重潮湿的程度下适用于100㎡~150㎡的房屋面积。

**挑选tips:**了解如何利用公式换算之后,还有一点需要注意那就是如果我们在习惯关上所有门窗的情况下吸湿的话,我们就要按照最大的面积来选择除湿机,这样一来把除湿机到处移动或开窗除湿,也能达到理想效果。

**3、耗电量**  
除湿机的耗电量要看它的功率,小型家用功率在220w左右,大型的家用除湿机的功率是550w,功率虽然不小,但是相比空调来说不是很大。如果你想要节约用电的话,可以从三个细节进行。

a、调节合适的湿度湿度太低没有效果,空气还是很潮湿,而设定的太低,房间不仅太干燥,还会延长除湿机的使用时间,对它的寿命有一定影响。

b、位置放置合适不要放在角度或者不通风的地方,除湿机的进出风口要保持通畅,这样才能让整个房间的湿气去除,最好摆在房间的中间。

c、注意关窗使用除湿机的时候要注意关窗,不然室外的湿气又会进入到室内,这样根本不能保证房间的水气去除,所以要注意关窗,在外面湿气小的时候可以打开,外面湿气重的时候千万不要打开,尤其是下雨天。

我们除了利用自己的小方式来节约用电以外,还可以利用看数额,来选择耗电量较小的除湿机。

**挑选tips:**传统压缩机制除湿量为12L的耗电量约为100W-150W每小时,20L耗电量约为200W-250W每小时,而转轮的除湿机,由于需要加热所以比传统的耗电增加1倍以上。

小房型的家庭建议采用传统的压缩机制,除湿范围小耗电量的就能够满足。则相反大房型的话就必须要用转轮式了,虽然耗电量较大,但是能够满足除湿理想的效果。



## 按工作原理挑

因为潮湿的环境各有不同,所以就需不同类型的工作原理除湿机来解决不同情况下的潮湿问题。

**1、冷冻式**  
冷冻式除湿机是通过封闭式运作,减少了进、排气的蒸发和运作,它算是较为节约能源的一种,它比起常规的耗电量要节省40%,而且它是利用电能进行转化的,不需要锅炉等燃烧。没有火灾等安全隐患,使用非常的方便。

**挑选tips:**在价格方便上的话也相对比较经济和普通空调差不多,如果你想要节能环保又能有高效率质量的话,可以选择冷冻式除湿机,它可以给我们带来惊人的效果。

**2、转轮式**  
它的除湿效果比较稳定均衡,不会受环境的影响,就算是冬季一样可以保持高效率除湿。

**挑选tips:**转轮式除湿机价格比较贵,但是它的各项功能都比较完善,能够完美的取代冷冻式的不足之处,而且使用起来更为安全放心。而且转轮式的噪音比较低,特别适合对声音要求高的人群。

在预算充足的情况下,愿意尝试新技术、新产品,低温时除湿需求较多,或者讨厌噪音,那么转轮式除湿机就更适合你啦。

**3、电渗透式**  
它体积小,耗电量低,而且在噪音方面也非常低,能够24小时持续除湿,从根本上解决潮湿问题。

**挑选tips:**这种类型一般被广泛应用于别墅、地铁、古建筑、医院、图书馆、地下建筑工程等领域的防水除湿,并不适合普通家用。

## 按配件挑

区域较为湿润,建议取最大水箱容量,并且可选择提手的水箱样式,能够方便倒水。

**2、重量体积**  
**挑选tips:**建议选择底部安装万向轮的产品,用起来十分方便。家里面积不大的家庭,可以选择体积小小巧型,出风口在上方的除湿机,这样在使用时不用清理除湿机前方物品,体积下也不占地。

家里面积较大的家庭,可以选择机器体积大一些的,这类机型出风口都设置在前面板,这样出风口面积大,除湿范围广,也更方便大面积干衣。

**据新浪网**

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

据新浪网

# 一季度 中国智能音箱出货量突破1000万台

知名调研机构IDC近日披露,2019年一季度中国智能音箱市场出货量达到1122万台,同比增长787.2%。IDC中国助理副总裁王吉平认为,智能音箱在中国市场单季度突破1000万台销量,说明其家庭普及率虽然不及智能手机,但是已经和PC、智能电视等产品相当,且未来可展望的空间将更大。

随着社会进入以移动、社交、大数据、云的第三平台阶段,智能音箱成为重要家庭数据的入口之一,因而品牌之间的竞争也异常激烈,市场第一的位置从前几个季度的阿里巴巴转变成一季度阿里巴巴与百度并列第一,就充分说明竞争的激烈程度。

分司来看,阿里巴巴的天猫精灵产品涵盖天猫精灵X1、方糖和曲奇以及带屏产品天猫精灵CC;百度的智能音箱产品包含小度智能音箱、小度智能音箱Pro版以及带屏产品小度在家1C和1S;小米的智能音箱产品主要包含小米AI音箱、小爱音箱Mini、小爱音箱HD以及小爱触屏音箱。

IDC认为,随着以大数据、云计算、移动和社交为核心的第三平台技术快速发展,人工智能逐渐渗透到智能终端设备中的方方面面,语音助手成为人工智能在语音交互层面的重要应用。智能音箱作为普及语音助手的重要硬件载体,在人工智能技术的逐渐优化中迎来快速增长。

IDC报告数据显示,2019年一季度,互联网厂商阿里巴巴和百度的智能音箱出货量基本持平。向用户提供补贴,做出价格让利是两家在市场出货量上拔得头筹的共同因素。互联网厂商在智能音箱市场的大力投入主要源于对于用户基数和数据量的高度重视,这与其将智能音箱作为AI+IoT生态的入口产品这一战略布局密切相关。

用户基数的扩大,一方面能够带来语音交互的普及率,另一方面考虑到IoT生态布局,智能音箱将在语音交互层面带来更多的流量入口。而语音数据量的有效积累从长远角度上有利于优化语音交互的准确率,提升用户体验。

智能音箱市场的渠道主要包括自营渠道、电商平台、零售渠道、代理渠道以及运营商渠道等。IDC统计发现,2019年一季度,阿里巴巴和百度分别以强势的电商流量和丰富的渠道和营销活动取胜,在出货量以及销售转化上都非常接近。

王吉平认为,智能音箱厂商不仅应关注眼前的竞争,更重要的是开拓未来潜力市场,优化自身解决方案。如何打开中老年市场、4-6级市场,完善智能音箱的生态系统等一系列问题,这样才能避免智能音箱市场出现昙花一现的现象。

据《北京商报》

# 要实用创新 又要差异个性 厨电产品 “存同求异”谋突围

全国家用电器工业信息中心的研究数据显示,2019年第一季度,厨电市场整体规模达到405亿元(包括厨房大家电、净水产品以及厨房小家电),同比增长4.1%。这是记者在由中国家用电器研究院指导,环球家电网《家用电器》杂志主办的“2019年中国厨电高峰论坛”上获悉的。

据了解,在经过了多年的高速增长之后,厨电产业整体增速放缓,给企业带来了不小压力。中国家用电器研究院院长助理吴海涛表示,国家相关政策的大力扶持以及企业持续的创新投入,推动了厨电产业的蜕变升级,为行业赢得了全新的发展机遇,但也必须意识到,目前的行业发展确实存在着诸多问题,比如,热衷概念炒作,制造业成本提高、消费趋势多变等,这些问题需要全行业携起手来,共同解决。

全联房地产商会全装修产业分会秘书长陈忠莉表示,房地产精装修已经成为未来趋势。建材、卫浴、厨房用品几乎成为标配,配置率在95%以上,2018年增幅也将近60%。厨房电器的洗碗机增长最快,2018年增幅超过110%,配套量近26万套,电烤箱、空调等电器也在2018年取得高速增长。2019年住宅精装修市场规模预计超过300万套,市场渗透率达32%,将为厨电产品带来更大的增量市场。与此同时,全精装也让市场对厨电产品需求产生了显著变化,高端化、全品类、智能化、时尚化趋势显著,对企业的研发能力提出了更高的要求。

全国家用电器工业信息中心研究部部长宋敬学也指出,厨电产品需要“存同求异”。“同”是指创新,比如,油烟机和灶具产品分别追求大风量和大火力,净水产品追求大通量和用户交互等,这是行业发展需要坚持的主流趋势;“异”则是强调产品的差异化和精细化,打造特色鲜明的产品,立足消费者真实体验开展技术升级。

事实上,广大消费者由于居住环境、生活习惯、饮食习惯等不同,会对厨电产品提出不同需求,特别是在品质消费理念的驱动下,个性化需求会更加显著。

“当前,厨电消费人群偏年轻化、互联网化,追求品质生活,有一定消费能力,且接受新事物能力强、社交属性强,这促进了厨电产品客单价提升,向中高端、定制化、智能化发展的趋势日益明显。”北京苏宁易购公司厨卫家装经营部采购总监章光指出,消费者对智能化、成套化厨电产品需求增加的同时,对附加内容如体验、物流、服务等愈加关注。厨电企业想要最大限度满足用户需求,不仅要专注硬件技术创新,更要注重消费者的细分化需求,在功能、设计、实用性等方面全面升级,打造差异化产品。

据《经济日报》

# 扫地机器人告别花瓶角色

近年来扫地机器人作为智能家电的代表备受消费者和市场追捧,扫地机器人也因此吸引了众多家电品牌和互联网巨头纷纷入局。据奥维云网(AVC)推送数据显示,2016-2018年期间,扫地机器人零售额年复合增长率38.7%。虽然2019年一季度整体吸尘器行业增速放缓,但扫地机器人依然实现零售额同比增长20%的好成绩。

但在高速发展的同时,扫地机器人的发展瓶颈也开始显现。据了解,国内扫地机器人的痛点主要在于,其一是质量参差不齐。其二是死角问题,路径规划随机式清扫导致部分区域清扫不干净或者进入卫生间厨房等,其次是顽固污渍的高清洁难题一直存在。其三是,功能上强调扫而非

吸,清扫效果差,并未完全解放人力,大型的颗粒物、顽固污渍依然需要人力协助。因此,扫地机器人对很多用户来讲,使用体验很差,基本属于花瓶角色。

6月1日,清洁家电品牌小狗电器与专业扫地机制造商银星智能在2019年中国国际服务贸易交易会(以下简称“京交会”)达成战略合作关系。未来,双方将在智能扫地机研发、生产领域开展深度合作,利用各自优势资源推动扫地机行业的智能化纵深发展,初步预计双方合作总额将达到2亿元以上。

据了解,小狗电器与银星智能进行了三年的接触,才最终达成合作。银星智能在智能扫地机方面有十几年的技术积累,这对一个刚刚兴起的行业来讲十

分难得。双方将在扫地机器人的主控芯片、用户交互App等方面展开合作,同时,双方还会在IOT互联方面,展开长远的合作与布局。

小狗电器创始人、董事长兼CEO檀冲表示,扫地机器人也在不断进行着技术上的更新换代,从最早的随机式清扫、陀螺仪定位纠偏,再到如今的LDS激光测距导航结合SLAM算法的规划式清扫,产品的清扫性能在持续优化,人工干预内容不断减少。“用户未来需要的是真智能、待机时间长以及扫的干净而且健康。我们将在三季度推出一款革命性的扫地机新品。”

记者调查发现,市场上目前主流产品普遍完成自动识别清扫区域、对环境进行智能高效的分区清扫。而包括智能规划

导航(激光导航、视觉导航)、语音播报功能以及产品的物联网能力等则是扫地机器人未来发展的重要方向。

“无论扫地机器人的技术如何演进,用户的体验都是关键。我们会跟小狗一块去了解客户反馈上来的问题,并直接会到客户家里去体验、去改造,把智能化和客户的环境结合在一起,并打通从WiFi到手机到云端整个产业链条,从而给用户一个更好的服务与体验。”银星智能科技CEO叶力荣则对记者表示。

家电产业观察家洪士斌认为,从整个国内扫地机器人的市场格局来看,还处于群雄逐鹿的阶段,过去扫地机器人同质化竞争导致爆款一直缺失。但市场产品还在继续演变,从扫地到擦地,再到洗地的技术进化,消费者需求也在不断提升与进化,这可能会导致市场厂商在智能化与清洁模式上不断推陈出新拿出普及型的产品,市场还有进一步爆发的空间。

据《北京商报》