

冰箱十大节能“小窍门”

很多家庭都很注重家电的节能,在日常生活中,有很多的小窍门是可以帮助省电的。这里为您介绍十种节能的妙招,相信对您的生活会有所帮助:

第一,开门次数尽量少,时间尽量短,若以每次开门时间半分钟至1分钟计,箱内温度恢复原状压缩机就要工作五秒钟,耗电0.008kWh。

第二,箱内温度调节适宜,在盛夏电冰箱的冷藏室温度不宜为5℃,否则将比定为8℃每月多耗电十几千瓦时,而且保鲜效果差,一般食物保鲜效果8℃~10℃最佳。

第三,贮存食物不宜过满过紧,食品之间与箱壁之间应有10毫米以上的空隙,以利箱内冷空气对流使箱内温度均匀稳定,减少耗电。

第四,热的食品应冷却至室



温,然后放入冰箱内,减少用电量和不必要的水份。

第五,及时除霜,一般电冰箱内蒸发器表面霜层达5毫米时就应除霜,如持霜太厚会产生很大的热阻,影响冷热交换,制冷效果差,耗电量增多。

第六,制作冷冻食品使用凉开水,忌用热水。最好在夜间放入电冰箱,因夜间环境温度低。

第七,经常保持冰箱背部清洁,冷凝器和压缩机的表面灰尘影响散热效果,耗电多。

第八,光线较好的房间,冰箱内的照明灯可拧下不用,省电。

第九,有内脏的鸡、鱼等挖去内脏,揩干包装好,先放在冷藏室过后再移入冷冻室。

第十,利用冷冻的食品节电法:食用前先放在冷藏室内慢慢化水,充分利用能量。

(美佳)

整套家电热销新年,海尔“绿色祝福”送地球

据悉,为了满足消费者注重品牌品质、绿色环保的需求,“双节”前海尔启动了“地球,新年好”活动,推出整套绿色精品盛惠新年。这也是海尔以全球化品牌的实力和责任来践行绿色低碳的承诺,不

仅是对消费者的回馈,更是新年送给地球的一份大礼。而且,海尔率先提供整套设计、整套配送、整套安装、整套服务于一体的绿色家电解决方案。此次活动是本年度全行业绿色家电上市产品最多、整套

家电服务最系统、推广力度最大的一次活动,掀起了一场声势浩大的“绿色风暴”。

海尔集团相关负责人在接受记者采访时表示,海尔作为全球大型家电一线品牌,依托全球化实

力,长期以来奉行“绿色设计、绿色制造、绿色回收和绿色经营”的绿色发展战略,以满足消费者对品牌品质、绿色环保等方面的新需求,这也是国际化品牌的责任体现。

(本刊记者 杨团伟)

MP3 播放器保养之道

MP3 播放器作为当今时尚的电子产品,已经进入了很多普通用户的手中,日常使用过程中良好的保养能够大大延长产品的使用寿命,同时能降低产品的故障率。在播放器的使用过程中应注意以下几点:

1.由于 MP3 播放器是经常携带在用户身上的,很容易遭遇被摔、磨损等情况。因此,随身携带时要放好,不要划伤机体。在购买产品时,厂家往往会送一个小的布口袋,不要小看这个布袋,它可以防止机器免受很多伤害,因此最好充分利用这个小布袋。

2.如果是体积较大的播放器,机体的保养更要注意。要经常擦拭

机身,因为现在的 MP3 在设计时,已经把机体设计得够精细了,如果有灰尘进到机身里,会对机器的运行造成影响。

3.科学使用电池,不要在机器里放置过久,以防电池破损漏出液体而腐蚀损坏机身。对于使用可充电锂电池的产品而言,每次使用时最好完全充放电,以防导致电池寿命缩短。

4.防潮是电子产品永恒的主题。MP3 播放器属于精密电子器件,潮湿往往会导致产品内部积水,最终腐蚀芯片或导致线路短路,致使机器受损。要注意防潮和防磁,特别是芯片,是机器的心脏,防止损害才能保证使用长久。

5.收听时不要把音量开得太大,听音时间也不宜过长,以免损害耳机等配件,同时会损害听力。

6.由于 MP3 的体积小,内部电路复杂且密集,如有故障一般不要自行打开修理,应到专业的维修店进行检修。

7.在整套 MP3 设备中,耳机是其中比较娇弱的部分,耳机损坏或音质下降的原因有多种,包括经常缠绕耳机线,以致内线断开;经常在多尘环境中使用,鼓膜沾有灰尘,表现是放音时带有滋滋的响

声;或者在听的时候音量过大,导致鼓膜破损等。因此耳机的保养也是很重要的。

(小文)



一周家电语录

“原本国美和苏宁也说要封杀我们,如果说是两年前也有可能,但现在你们可以看到,根本封杀不了,我们唯一能被封杀的,就是图书。”刘强东说。

——《刘强东谈发起价格战:光脚的怕穿鞋的》

点评:京东最近很火,卖电器遭遇国美苏宁联合封杀,卖图书又被当当卓越市场垄断。面对激烈的行业竞争,京东高举“价格战”大旗,誓将低价竞争策略进行到底。然而说白了,价格战神马都是浮云,京东此举实际是用价格竞争的武器去占领市场。但也有人认为,价格战要能说明企业的实力,要么就是企业无招可使。

“在国际化领域放慢道路是短视的行为,中国企业必须坚定地走出去,也必须向产业上游挺进,才会有真正的出路。”李东生说。

——《TCL 集团董事长李东生:企业国际化不能退缩》

点评:家电下乡、以旧换新等一系列拉动内需政策的实施,使更多的家电巨头将目光瞄准正在快速增长的国内市场,家电行业国际化步伐放慢,甚至出现“开倒车”的局面。中国制造业的国际化,业内一直有着很大的争议。有观点认为家电企业现阶段只能承担世界工厂的简单加工职能。然而,刺激内需政策早晚要退出,中国国内彩电市场的规模也只有这么大,在经济全球化大趋势下,若过度依赖国内环境,没有自己的品牌和市场,好日子是无法延续的。

四川长虹市场部相关人士则指出:“高端转型并不是提供高售价的产品,而是要让企业在技术研发、功能开发、工业设计、上门服务、售后回访等多个环节上,建立与价格相匹配的支撑体系,否则这种高端转型很难持续下来。”

——《从有到精靠高端 家电企业启动高端转型计划》

点评:2010 年高端家电意外走红,从国内到海外、城市到农村,短短一年间,国内家电企业已经将触角转向所有市场的高端产品竞争。然而高端化绝不是概念也不是口号,若企业只重视广告宣传,或借高端当幌子赚取丰厚利润,而不注重相应的技术、产品和服务的转型升级,那么“高端化”也只是昙花一现。

(家电网)



洛阳人,看洛阳手机报

洛阳手机报本地新闻资讯内容丰富,总量占到了60%以上

移动用户发送短信 LYD 到 10658300 订阅,3元/月。不收GPRS流量费
联通用户发送短信712到10655885 订阅,3元/月。不收GPRS流量费。

