



### 微波炉辐射,你究竟有多厉害?

阿坤:我们家微波炉已经很多年了,这微波炉用起来还真方便。既能烹调食物、解冻食物,又能将食物二次加热、灭菌消毒碗筷等。在使用过程中,我听到周围不少朋友认为微波炉虽方便,但对人体健康有害,搞得我都不敢用了,唉,这微波炉到底能不能用啊?



团团:据我了解,目前市面上的微波炉都有多重保险防止微波泄漏。经过多重保险后,微波炉所泄漏的微波强度,远远达不到损害健康的水平。但辐射总是有害的,预防是很有必要的。比如,在使用微波炉时,人一定要远离微波炉,此外最好使用专门的微波炉器皿,密封的食物要注意开口透气。泡沫塑料饭盒、金属器皿一定不能放进微波炉内。

如果你想知道家里的微波炉是否有辐射,可以将打开的收音机放到正在工作的微波炉旁进行测试,看是否有干扰,这样也能测试到安全的距离。我现在把微波炉的电源加长了,微波炉放在厨房里,使用前我会调好时间和温度,然后再到餐厅打开电源。

快报记者 郭芷冰

### 家庭网球挑战赛移师南京 TCL体育营销再燃烽火

5月31日,由中国网协和中国女网首席赞助商TCL集团联合主办的“TCL家庭网球挑战赛”在南京拉开帷幕。“中国女网第一人”易景茜作为赛事网球训练营的总教练,亲临现场指导选手们打网球。

TCL彩电南京分公司总经理徐小水表示,如今网球运动在中国逐渐普及,喜欢打网球的人群正快速增长。TCL举办社区网球训练营希望能引领网球热潮,为网球爱好者提供一个网球体验课程,并邀请前女网国手易景茜为网球爱好者讲课。快报记者 郭芷冰

### 2008年,谁将最终站在空调市场浪尖?系列报道之三

# 空调价格:高低各有理 “粉丝”都不少

2005年至今,空调价格连涨3年,涨幅超过30%。今年初,以空调为首的“白电”一度高调涨价,市场在国内CPI居高不下、消费低迷的背景下,更显得冷清。从首个“清明小黄金周”的预热,到“五一小黄金周”的烘托,空调销售不瘟不火的状态似乎并未改变,消费者在“价格迷局”面前好像失去了方向:涨价,当然没人买你的账;降价,呼应者却也寥寥。“新能耗标准”大限在即,2008夏季空调大战序幕已开,各大卖场、不少厂家又一轮促销攻势铺天盖地,但在消费者眼中:空调价格有低至千元的,有高高在上的,如何选择,颇费思量。

#### 价高空调:终会有人追捧

“我在几个卖场转了一圈,还是打算买一台高品质的空调,价格高点不是问题。”杨先生是白领人群中崇尚“品质生活”的一类,他对于新技术或新产品的痴迷让他总是“走在生活的前沿”。在决定购置一台采用新冷媒的变频空调后,他只是在选择空调外观上犹豫不决,不知该选哪款色彩的面板。

杨先生说,采用新冷媒和变频空调技术从外观上看与定速空调并没多大区别,但价格却贵了不少。可贵的道理:同品牌同匹数的空调,变频空调拥有节能优势,长时间使用可省电,而且室内温度保持恒温,这是定速空调所不具备的。年初南方大面积经受了冷空气和雪灾的影响,杨先生对空调的制热效果,特别是对具有自动除霜功能的空调尤为倾心。“我看中的空调价格一般在4500以上,但从环保节能、舒适健康来讲,我当然选择高品质的产品。”杨先生的决定,在他这样的消费人群中颇具代表性。

记者走访了南京多家卖场发现,节能环保、自动清洁、睡眠功能、静音功能等技术已经综合运用到高品质空调中。在自动清洁功能上,海尔08奥运风以其独特的“自动清扫”功能率先亮相,而美的推出的天净星系列打出了“智能清扫”,奥克斯也推出了“智能水洗”。此外,美的、奥克斯也大打睡眠模式和静音功能的牌,满足消费者的高端需求。还有许多空调品牌在材质、花纹、色彩上下功夫,高档珠光面板、镜面玻璃等彩色面

板代替以往的普通面板,如大金新冷媒幻彩系列挂壁机,格力、美的等品牌推出的深海蓝、冰晶蓝、浅蓝紫色、浅粉色、淡荷绿、香槟金等颜色,使空调自然地与家庭装饰和谐统一。因此新技术、新材料、新设计的广泛采用必然导致成本增加,价格上涨。

#### 价低的空调:市场仍有空间

价格高的空调有自己的“粉丝”,而目前正在大幅降价的四级和五级能效空调同样吸引消费者眼球。“千元挂机重出江湖”之类的口号之所以打动人心,这与现实中消费层次的差异和使用空调的目的是相关的。在空调日益普及的今天,一个家庭有几台空调并不少见。打算购买某品牌五级能效空调的陈女士表示,她买空调是放在客房里给临时来客使用的,平时基本不用,所以不必要花高价,只要能制冷制热就行。而对一般消费者来说,购买空调的目的只是发挥一个调节气温的作用,冬暖夏凉,改善生活,而不是买一个奢侈品,一次性投入太多反倒增加了负担。这样,价格低的四级和五级能效空调因此还有可观的市场空间。

然而,四、五级能效的空调即将退出市场,在购买会不会存在质量和质保上的风险呢?南京海尔工贸有限公司家用空调产品经理刘洋表示,消费者绝对可以放心购买四级和五级能效空调。首先这些空调都是国内著名厂商的产品,质量没有任何问题,其次包括“三包”承诺、售后服务等都与高价位的空调完全一样,任何一个有责任意识的企业都不会对自己的品牌不负责任。

对于四、五级能效空调的能耗是否会给家庭消费带来负担,据测试,一台1.5P的定速空调耗电量为1.3度/小时,如果夏冬两季运转180天,每天5小时,按电价0.60元/度来算,每年用电支出702元;如果使用同匹数的变频空调,节能省电约35%,每年少开支245.7元。也就是说,一台1.5P的定速空调使用8年超支的电费约为2000元,而现在比较便宜的定速空调与变频空调的差价也在2000元左右。如果加上现在卖场、厂家促销所给的礼品,以及“电费补贴”之类的返还,普通消费者获得的是“少花钱、先享受”的“分期支付”式的便利。这也是四、五级能效空调能够在今天的市场上大行其道的关键。

#### 链接

#### 空调的能效国家标准

中国空调的能效等级制度是从2005年3月1日起实施的,分5个等级:一级最节能,能效比在3.4以上;二级为3.2;三级为3.0;四级为2.8;五级为2.6。所谓能效比,就是指空调在制冷运行时,制冷量与有效输入功率之比。新的空调能效国家标准入门等级将从原来的五级提高到三级甚至二级,能效标准达不到三级的空调将面临退市。而到2009年,国内空调中大约有80%的库存空调的能效等级都在三级以下,去年全国库存的四级和五级能效空调多达1000万台,这都需在2008年消化,因此各大家电卖场和空调厂商都将全力迎战今夏的空调销售旺季。快报记者 郭芷冰

### 系列报道之九

## TCL液晶电视体验日记

常州用户 王栋

5月20日,我意外地接到一个陌生电话,他告诉我说他是TCL常州分公司的小藏,我很幸运地被选为常州地区唯一的TCL液晶电视体验用户。放下电话,我才想起半个月之前的某一天,我被同事的一份《现代快报》上的TCL南京公司在江苏省征集体验用户的广告所吸引,想到自己家中的家电基本配置齐全,唯独平板电视迟迟没有下手,因此抱着试试看的心里,在江苏都市网的报名表上留下了自己的资料,我居然成了常州地区唯一的一个体验用户。

5月31日晚上,小藏和另外一名师傅如约将电视送到我的家里,这次我体验的机型是最新的TCL E9系列液晶电视中的L42E9。在外观上,它采用的主色调是黑色,采用轻薄的机身背部,在外观上,它采用了钢琴漆弧线设计,它搭配了大椭圆形底座,使用中可以将液

晶彩电向左或向右旋转一个角度,适合比较宽大的客厅。一开始我没有使用机顶盒,而是将有线电视射频电缆直插在电视机上,我家在装修的时候使用了1个5分配器,我将5分配器跳开,将进户信号直连到客厅的有线电视端口后,信号噪声明显减小。

L42E9整机重量是21公斤,比同尺寸的等离子电视轻25%,搬动还是比较容易的,我看了一下这款电视背后的接口,L42E9电视的全部接口在机身背部的一个凹槽中提供,接口非常丰富,有1组HDMI、1组VGA、1组分量、1组S端子、2组AV接口以及1组TV接口,另外还有2组USB接口,从接口的全面性上说,这款机器做得应该还是比较到位。

第一天体验的心情是比较激动的,感受很多,但时间比较仓促,以后我会不断把体验的感受写出来和大家分享。 2008年6月2日



## 自制营养奶昔

姓名:蒋爱娟  
职业:媒体广告人员

五花八门的小家电你都能运用自如吗?你有原创的独门菜谱吗?“主妇时间”欢迎各位主妇在此踊跃交流,共享厨房的美好时光,此外每月还将产生两名幸运读者大奖,奖品是由ACA提供的精美小家电!

我的两个宝贝女儿今年4岁了,她们特别喜欢吃我做的东西,尤其是我自创的营养奶昔。我做的奶昔以水果为主,不加冰激凌,口味清淡,营养丰富。没想到,现在不仅女儿们喜欢吃,连老公也爱上了我自创的营养奶昔了!而这就要归功于我家那台榨汁机了。下面我就向各位读者介绍我做的营养奶昔:

选料:香蕉、苹果、蛋白粉、新鲜牛奶  
做法:首先将香蕉、苹果去皮,然后将其切成一小块一小块放进榨汁机。为了给女儿增加营养,我会挖一勺蛋白粉,再倒一点牛奶,牛奶的量以淹没水果为准。然后,将榨汁机调到2挡搅拌。大约搅拌两至三分钟后,榨汁机里放的水果颜色就渐渐变成乳白色了,这时一杯有营养的奶昔就做好了。我觉

得家里做的奶昔既干净又卫生,而且非常适合小朋友和不易消化的人群饮用。此外,读者还可以根据自己的口味进行选材。制作方法简单,读者不妨动手做一杯营养奶昔给家人尝尝吧!

快报记者 郭芷冰



[参与方式]  
电话:96060、84783655  
邮箱:jdzk@yahoo.cn

忙碌了一个月的人们又迎来了端午假日。团聚中不时会受到蚊虫的叮咬,给人们带来烦恼。在家电卖场艾美特风扇的导购员告诉我们:有了艾美特“蚊驱星”风扇,就可以和家人享受安宁的端午假期啦!  
“蚊驱星”是全球知名企

## 拥有艾美特“蚊驱星”,聚享端午“风”情

业艾美特电器公司独家首创的,带有驱蚊器的集成一体设计电风扇。在这款风扇的背后进风口处,有一个驱蚊装置:驱蚊烟雾随进风一起进入气

流,跟着风扇的摆头尽力吹向房间各个角落。盛夏月光下的夜晚,艾美特“蚊驱星”微风轻柔,拂过安静床边,不再为有蚊虫的叮咬打扰宁静的梦

乡!完成这一切需要的就是插入一块驱蚊香片。  
艾美特“蚊驱星”还模拟自然无序风速的清风,携带模拟自然森林植被释放的负离

子,快速填满整个房间,在带来凉爽气息的同时净化室内空气于无形。导购员还告诉我们,这款新颖独特的“蚊驱星”40寸风扇仅售500多元,

35寸风扇仅售400多元。  
打开风扇只有风,没有声,每一款艾美特风扇均采用国际流行的优质全铝壳电机,并承诺电机十年保用。要买风扇,千万先去艾美特风扇柜台看看,一定会有一款您喜爱的风扇,定能给您带来夏日凉爽“风”情!

TCL E9悦然

# 上市风暴席卷全城

创意感动生活 The Creative Life

TCL



独创自然光技术,TCL E9悦然全新登场!E9悦然,首创自然光技术,采用节能50%,远远领先行业节能标准;创新应用偏振光技术,在欣赏精彩影像的过程中给您最温暖的呵护,同时大幅提高动态对比度还可有效提升画面亮度;它的三层FULL HD(1920x1080P),让你和家人在细腻入微的画面中流连忘返,在错过剧情的可恨中五感感动。徜徉在自然光中,享受细腻画质带来的感动,此时此刻是平淡喜悦吗?它的机身采用全铝制造,主副环使用环保材料,配以深酒红、月光银装饰,更令品质卓尔不群!

- E9悦然 ■ 三层全铝机身,质感细腻,散热快
- 采用LED背光,节能环保,画质清晰
- 三层全铝机身,质感细腻,散热快
- 采用LED背光,节能环保,画质清晰

www.tcl.com | 服务热线: 4008812288