

不合格样品近九成来自电商平台

购买燃气灶,一定要去正规销售场所



近期,有市场监管部门发布燃气灶产品监督抽查结果,不合格率约为17%,主要不合格指标是燃气灶的干烟气中一氧化碳浓度、热负荷和热效率。

一氧化碳浓度超标问题最严重或导致中毒

此次抽查从电商平台抽样20批次,实体店抽样20批次,生产企业抽样7批次。按照我国现行的家用燃气灶国家强制性标准《家用燃气灶具(16410-2007)》《家用燃气灶具能效限定值及能效等级(30720-2014)》,测试了燃气灶的气密性、热负荷、离焰、熄火、回火、干烟气中一氧化碳浓度、热效率、操作时手必须接触的部位温升、熄火保护装置、燃气导管、铭牌等11项指标。

抽查结果显示,47批次样

品中,有8批次不合格,其中7批次干烟气中一氧化碳浓度超标。国家强制性标准规定,燃气灶干烟气中一氧化碳浓度含量必须小于等于0.05%,抽检中有一款燃气灶两个火眼的一氧化碳浓度均达到0.20%,是国家标准最高限值的4倍,属于严重超标。

干烟气中一氧化碳浓度直接反应出燃气灶在使用过程中产生的有害气体含量。燃气灶在燃烧时,如燃气与空气配比不合适,会发生不完全燃烧现

象,从而产生过量的一氧化碳。检测人员表示,消费者使用“干烟气中一氧化碳浓度”含量超标的燃气灶,很有可能吸入过量的一氧化碳,从而导致中毒,甚至危及生命安全。

干烟气中一氧化碳浓度含量超标的7批次燃气灶有标称为浙江省余姚市骏生厨卫用品有限公司生产的家用燃气灶;标称为飞科厨电(广东)有限公司生产的家用燃气灶;标称为广东省中山市万田生活电器有限公司生产的家用燃气灶等。

不合格样品中一半因火力不够使用多花钱

此次抽查,所有不合格样品中有一半出现热负荷指标不合格。

国家标准规定,两眼和两眼以上的燃气灶,主火热负荷不应小于3.5千瓦,同时还规定燃气灶的实测热负荷与额定热负荷之间的偏差值应该在10%以内。抽查中有一台燃气灶标注额定热负荷为4.2千瓦,实测热负荷为6.4千瓦,热负荷偏差达

到了52%,是国家标准规定最大偏差的5倍,属于严重不合格。

检测人员介绍,热负荷是一个使用性能指标,通俗地讲就是火力猛不猛。消费者购买燃气灶时会根据自己的需要选择适当火力的灶具,所以在燃气灶包装或者灶具上会标出热负荷的数值,这就是额定热负荷。出现较大的偏差,会大大增加能源消耗和消费者的使用

成本。

热负荷不合格的4批次样品包括:标称为浙江省余姚市骏生厨卫用品有限公司生产的家用燃气灶;标称为广东省中山市万田生活电器有限公司生产的家用燃气灶;标称为广东省中山市柏强电器有限公司生产的家用燃气灶;标称为广东省中山市千田电器有限公司生产的家用燃气灶等。

热效率不合格虚标能效博眼球误导消费者

我国强制性标准对家用燃气灶具的能效限定值和能效等级有明确的划分。能效等级分为三个等级,三级是最低标准,二级说明产品有一定的节能效果,一级说明产品节能效果最好。

抽样检测中,广东省佛山市顺德区优盟电器有限公司生产的标称为一级能效的燃气灶,实际上测出来的结果达不

到一级,属于企业虚标能效,这样会误导消费者。

此次燃气灶的抽查结果显示,电商平台抽样20批次,有7批次不合格;实体店购买的20批次样品,有1批次不合格;生产企业抽样的7批次样品,全都合格。这意味着,检测中判定不合格的8批次燃气灶,有7批次都是从电商平台购买的,占比接近九成。

因此,专家建议消费者去正规的销售场所购买燃气灶。如果在网上购买,要到大的电商平台,并认准相应的厂家、品牌,看清产品标识。要明确自己家适用哪一种燃气,是天然气还是液化气,这个直接关系到产品的使用和安全。同时,选购时要注意查看灶具是否安装了熄火保护装置。

胡畅

消费时评

“吃播”乱象该整治

一口气吃掉10屉包子、20个汉堡、5公斤牛肉、50公斤小龙虾……近日,互联网平台“大胃王吃播”因弄虚作假、糟蹋粮食被推上了风口浪尖。以畸形的饮食方式吸引眼球,既有害个人健康也造成食物浪费。如此“吃相”难看的网络“吃播”该整治了。

借助直播红火与美食盛行的裹挟推动,近年来“我吃饭,你观看”的直播视频风生水起。为给受众不断带来新的视觉冲击与感官刺激,一些“吃播”在内容和形式上渐趋荒唐离谱、“吃相”难看,不仅超量进食、损害健康,更不乏先吃后吐、边吃边吐的弄虚作假,其糟蹋粮食、欺骗民众的负面效应已严重冲击社会基本价值底线,规范治理势在必行。

剖析“吃播”持续火爆背后成因,既有“吃播”视频无需专业知识、不具技术含量的低门槛、易操作特点,更有其迎合民众心理和贴近百姓生活的“接地气”因素。比如,网友想模仿主播所吃食物的从众心理;观看主播吃饭隐私以满足自己对食物需求的猎奇心理;主播边吃边与粉丝互动聊天,粉丝以评论和发弹幕的方式参与直播,可以排遣内心压力和孤独感的“陪伴”心理等等。正是由这种线上线下呼应、主播和受众互动的双向推力,才导致“吃播”无约束、无底线的脱缰“狂奔”。

如果说“吃播”只是通过对食材选购、食物制作、食用感受等方面的直播,以增进国人对美食的了解或激发起吃货的消费欲望,亦或是以直播方式介绍各地在舌尖上的美味佳肴、饮食文化,人们也便无可厚非。但这种超食虐吃甚至假吃真吐的行为,却不仅败坏胃口、损害健康,浪费资源、败坏风气,更会扭曲价值认知,误导社会大众。

互联网平台要承担起对“吃播”自媒体的监督把关责任。对可能引发受众不适的风险作品要先审后发,对靠“吃播”博眼球、赚流量的自媒体内容要进行流量平衡、限制,为知识分享、传递正能量的内容营造风清气正的网络空间;要在全网范围建立起信用监管和联合惩治,对被“封号”的主播进行严格监控。

整治“吃播”乱象,受众不能只当看客。用户渴求信息的求知欲、价值取向的荣誉观和明辨是非的鉴别力,不仅可以影响到“吃播”媒体内容走向,甚至可以倒逼“吃播”乱象去伪存真和改邪归正。这就要求广大受众发挥主观能动性,提升识伪防骗的媒介素养。对于低俗内容要严格抵制、敢于说不并及时举报。同时,还要树立“合理膳食”的养生理念,坚守反对浪费的价值认同,不盲目跟风模仿。只有这样,才能有效抑制饕餮假象制造噱头的乱象。

张玉胜

消费提示

地摊消费需谨慎

近期,“地摊经济”热度很高,因贴近老百姓生活,所售物品便宜实惠,受到老百姓欢迎。但“地摊经济”在给生活带来便利的同时,也凸显出一系列问题,如流动摊贩存在食品安全风险,不法商贩销售假冒伪劣产品、以次充好欺骗消费者等。近日,消保部门提醒消费者选购地摊商品时应注意以下几点:

一是地摊食品保鲜难,谨慎食用。当前天气炎热,受制冷设备和摊位规模的制约,流动摊贩对食品的保鲜等措施很难比得上堂食店铺,所以消费者应尽量选择设备齐全的商家;选购食物时,要以易保存易加工的食物为主,少吃生食及需冷藏原材料的食物;选购包装食品时,一定要仔细查看食品外包装上是否有食品生产许可、厂址、生产日期、保质期、贮存条件、成分或配料表等内容,同时要特别注意查看包装有无破损、外漏、胀包、异味等现象。

二是地摊商品廉价多,注意质量。经消保部门实地考察发现,地摊上售卖的不少商品为廉价商品。因售卖方式、地点流动性大,给个别商家销售质量较差的商品提供了机会。因此,消费者在购买地摊商品时要根据自身需求进行选购,购

买吊牌、标签齐全,产品信息标识清晰,产品外包装完好的商品,注意核对商品有无质量保证等认证标识,不要只关注价格,不要购买“三无”商品,多对比多挑选,做到科学理性消费。

三是地摊推销易夸大,理性消费。消费者在选购地摊商品时,既要警惕一些商家以“XX厂倒闭清仓甩卖”等形式进行低价促销,也要谨防把价值较低的商品虚标高价,或对产品功能进行夸大宣传。只要声称包治百病、防癌抗癌等治疗功效的,切勿购买;保健食品广告中没声明“本品不能代替药物”的,也有猫腻,不宜购买。

四是地摊交易留凭证,便于维权。尽量索要相关购物凭证,以便日后维权举证。地摊不同于店铺,作为一种流动摊贩,它没有店名、地址、购物凭证的制约,很可能导致消费者遇到消费纠纷时难以举证维权,甚至无法联系到经营者。因此,交易时尽量采用手机支付,减少现金交易。如果出现质量问题,可以通过电子支付凭证确认交易记录。选购地摊商品发生消费纠纷时,可直接拨打12315热线进行投诉。

肖庆元