

煤气中毒事件频发

你会正确使用燃气热水器吗

不用提前加热,想什么时候用热水什么时候都有,许多消费者都喜欢使用燃气热水器。可是一到冬天,煤气中毒的患者就呈上升的趋势,其中大部分是使用燃气热水器不当造成的。为何中毒事件常在冬季出现?在使用燃气热水器时,需要注意哪些事项呢?

煤气中毒事件频发 燃气热水器切忌超龄使用

专家表示,入冬后是煤气中毒的高发时期,消费者一定要正确使用燃气热水器,每次的使用时间不要超过30分钟,超过时要间隔5分钟以上才能再次使用。使用燃气热水器时窗户一定要开一点,保证周围的空气流通。

此外,燃气热水器导致中毒还有一个原因,就是超龄使用。据了解,知道自家燃气热水器使用年限的市民寥寥无几,多数人的回答是“只要没坏就可以用”。其实,燃气热水器最忌讳超龄使用,一旦超龄,会出现燃烧不充分的情况,很容易导致中毒。

据了解,使用人工煤气的热水器的报废年限应为6年,使用液化石油气和天然气的报废年限为8年。消费者选购燃气热水器时,一定要弄清楚使用年限,一旦超龄,一定要更换。如果非要使用,最好请专业人士检测一下,排除安全隐患。

切忌多人连续使用 安全使用热水器牢记9点

燃气热水器因为使用方便,受到许多消费者的青睐,但是如果使用不当,就会带来许多隐患,因此在使用时一定要多加注意。以下9个注意事项,供消费者使用时参考。

1.在使用燃气热水器前,必须仔细阅读说明书,并按说明书的使用方法使用和维修热水器。燃气管道宜用金属管,不宜用橡胶管,以免老化后发生意外。使用场所要保持通风换气,最好不要长时间连续使用燃气热水器,若有多人洗浴,应有一定的间隔时间。

2.要经常检查气源到热水器的整个管路系统,用肥皂水泡沫在管路及各接头处涂抹,以检查燃气管道及外接胶管是否有裂纹、老化、松动等故障,要保证无漏气现象。一旦发生漏气,应首先关闭供气总阀,打开门窗通风,切勿打开电器开关或热水器的电源开关,以防产生电火花引起火灾。点火或熄火时,要注意检查点火燃烧器是否确实点燃或熄灭。

3.燃气热水器四周应有安全间距,不要密封在吊柜内,上面或周围不要放置易燃物,不要把毛巾、抹布堵在热水器的进、排气口上,以防火灾。当



燃气热水器出现漏气、漏水、停水后火焰不灭,燃烧状况不良等现象时,应即停用并进行维修。发现热水器有火苗蹿出,可能是燃气压力过高或气源种类不对,应停止使用并查明原因。

4.每半年或一年应请燃气管理部门指定的专业人员对热水器进行检修保养,保持燃气热水器的性能良好。平时也要经常进行自检,如检查进水阀过滤网,避免造成进水阀堵塞。清除方法是将进水管路旋开,取出过滤网进行清洗。

5.每半年或一年对热交换器和主燃烧器检查一次,看是否有堵塞现象。如果有,应及时进行清洗,否则会引起燃烧不完全,产生有害气体,严重时会发生中毒事件。检查喷嘴与热电偶,长时间使用燃气热水器,喷嘴与热电偶处易积碳,影响顺利点火。

6.刮风天气,发现安装热水器的房间倒灌风或烟道式热水器从烟道倒烟时,应暂停使用热水器。

7.运行时发现火焰溢出外壳或有火苗蹿出,应暂停使用。热水器运行

时上部冒黑烟,说明热交换器已经严重堵塞或燃烧器内有异物存在,应立即停用并进行维修。发现热水器有火苗蹿出,可能是燃气压力过高或气源种类不对,应停止使用并查明原因。

8.燃气热水器用完后,必须关闭燃气及进水管路的阀门。未成年人或外来亲朋使用热水器时,应进行安全指导,教会正确的使用方法,切勿大意。

9.另外,排烟管道应注意防止腐蚀,烟道不能漏烟或堵塞。

如遇煤气中毒 牢记8种急救方法

如果煤气中毒抢救不及时,很容易导致生命危险。因此,一定要了解一些急救常识,以备不时之需。煤气中毒通常有以下几种表现:

轻度表现主要有头痛、头晕、眼花、心悸、呕吐、乏力等,但神志尚清楚时,吸入新鲜空气后,症状会自动消失;中度中毒者除上述症状加重外,还伴有面色潮红、口唇呈樱桃红色、脉搏加快、多汗、烦躁、心跳加快、步态不稳、嗜睡甚至昏迷、呼吸困难;重度中毒者则表现为深度昏迷、大小便失禁、肌张力增高、体温升高、抽搐、四肢冰冷、阵发性或持续性惊厥、紫绀、呼吸加快、血压下降甚至呼吸衰竭、休克导致死亡。

遇到中毒的情况时,我们一定要牢记以下8点:

1.迅速关闭气阀,将门窗打开通气,把中毒者尽快挪离现场;

2.将中毒者的衣领、裤带松开,头放平,使其呼吸不受阻碍;

3.注意保暖,避免受凉而导致肺部感染,加重病情;

4.口内若有呕吐物,用手指裹着洁净的布轻轻擦拭,以免呕吐物进入咽喉造成窒息;

5.中毒者出现高热时,可用冰袋或毛巾进行冷敷;

6.中毒较轻者,可喝点少量的醋或酸菜水,使其迅速清醒;

7.若中毒者出现面色青紫、四肢冰凉、呼吸停止时,应立即进行人工呼吸;

8.若中毒者的心脏已停止跳动,在对其进行人工呼吸的同时,还应进行胸外心脏按压术,而且应该在最短的时间内与急救医生取得联系。

另外,中毒者应一次性彻底治愈才能停止治疗,尤其是中毒昏迷时间超过48小时者、年龄大于45岁且中毒昏迷时间超过24小时者、中毒后有昏迷过程且伴有慢性心脑血管和呼吸系统疾病的老年患者要更加注意,切不可稍有好转便停止治疗,否则病情出现反复后,会进一步加重病症,并有可能留下不可挽回的后遗症。

(人民)

形势不佳 苏宁电器 路在何方

中报预告显示,苏宁电器今年上半年净利润同比下降20~30%,该股在公告后第一个交易日便告跌停。截至目前,苏宁电器年内跌幅已经超过15%,远超大盘同期跌幅。

苏宁电器:老蓝筹转型难题缠身

苏宁易购上半年出师未捷,下半年仍要低价再战,且让实体店“折本”陪同。苏宁易购执行副总裁李斌表示,苏宁将强推线上线下同价,建立线上线下虚实结合的经营模式。

“这或许是苏宁电器破釜沉舟之举。”业内人士指出,众所周知,线上业务比实体店价格便宜,苏宁电器却要实体店在承受租金和人工成本上涨的同时,向线上价格靠拢。

传统零售遭遇“天花板”

从去年第四季度开始,整个零售行业步入冬天,受宏观经济下滑、终端消费需求不振以及租金和人工成本上涨的影响,零售行业的销售额和利润率双双下滑。

苏宁电器也未能幸免。2012年第一季度,苏宁电器实现营业收入226亿元,同比增长10%,净利润同比下降15%至9.5亿元,下降速度超过行业预期。第二季度,苏宁电器利润下滑幅度加大。7月14日公司预计,上半年净利润同比下降20%~30%。实际上,苏宁电器董事长张近东2010年就指出,从表象看,苏宁很多方面发展得很稳健,实际上公司已经感受到增长乏力。

专家分析,家电连锁行业在一、二线城市已经开始饱和,销售额很难有大的提升。同时,由于租金和人力成本上涨,起初的规模优势反而成为企业利润杀手。再加上电子商务的这一新兴零售渠道的冲击,逼得苏宁电器不得不转型。

线上业务扩展受阻

在电子商务领域,苏宁易购算是新兵,京东商城、当当网、淘宝网等在电子商务领域已占有一定的市场份额,苏宁易购如何突围?

苏宁易购选择了价格战。4月份开始,每个月的18号,苏宁易购都会开展“E18”大促销。价格战成为苏宁抢夺市场份额的常规手段。

但是苏宁易购的“凶猛”促销并没有达到预期,上半年苏宁易购仅实现销售额52.8亿元。而同期,京东商城销售额同比增长超过120%,增速远高于苏宁易购。数据显示,京东商城2011年收入为212亿元。

“确保完成全年200亿元的销售计划。”虽然上半年销售额不足60亿元,但苏宁电器在中报业绩预告中仍如此表述。这意味着,下半年的销售额要超过150亿元,苏宁易购还需要加大促销力度。

苏宁电器在公布业绩预告后股价大跌,也是因为市场对苏宁易购前景的担忧。一位券商行业研究员认为,零售行业不景气,苏宁电器业绩下滑其实早有预期,市场反应如此之大,应该是对苏宁易购的前景产生分歧,担心苏宁易购在目前竞争已十分激烈的环境下能否达到预期目标。同时,即使达到了200亿元的销售规模,盈利能力也不容乐观。

苏宁电器转型最大的问题还在于线上与线下互搏。业内人士指出,苏宁线上和线下在渠道、资源、价格、供应商、资本市场等方面的矛盾均难以调和。

分析人士指出,苏宁目前的处境,或许可以看做是中国传统优势企业转型的缩影。苏宁电器未来路在何方,只能拭目以待。

(中证)

电商渠道空调销量大增

中怡康日前发布的空调市场前三季度统计数据,在多重不利因素的综合作用下,2012年空调传统市场出现大幅滑坡。但与之前形成鲜明对比的是,同期电商渠道却出现大幅增长,空调市场的渠道变革正在加剧。对此,有业内专家提醒消费者,网购空调不能只看价格。

房地产市场被严格调控、雨水明显偏多的凉夏、创纪录的行业库存等多重不利因素,使得2012年的空调市场显得格外冷清。前三季度空调市场的零售额同比下降9%,预计2012年全年空调销量下降10.5%、销售额下降6.4%。而同期电商渠道的增长却在100%以上,电商对一二级市场的实体店造成了巨大的冲击。以北京为

例,空调在电商渠道的销售额占到北京地区空调总销售额的7%。

中怡康总裁连四清介绍说,监测数据显示,电商渠道近5成的销量来自于北京、上海、广州这3个中心城市。但是总体来说,网购群体的消费能力仍然偏低,他们更重视价格的差异。在网购的空调中,有70%以上的产品是变频产品,2500元以下产品占到60%左右。而且线上促销立竿见影,比如4月底5月初,海尔、美的、TCL三家联合发起天猫“万人团”活动,5月当月三者份额环比4月份最

多增加了两倍以上。同时,二三线品牌在线上有着更好的发展空间,比如志高、奥克斯、TCL、格兰仕等品牌在线上的零售额均在10%以上。“在网上,买家电图的就是便宜,价格合适再看看品牌、款式。”在网上团购了一台本土品牌空调的张女士这样告诉记者。

对此,有业内专家指出,空调是半成品,因此对厂家的安装能力及售后服务水平的考量也必不可少。

同时,购物网站的物流配送范围也存在差异,企业在三四级市场的服

务能力也不尽相同。因此,在一些中小城市或偏远山区,消费者可能就享受不到上门服务,或者等待上门安装的时间比较长。因此偏远地区的消费者在网购空调之前,应该对厂家的服务范围及能力进行详细了解,并要求其出具正规购机发票。

另外,空调送货上门和验收安装都完成后,消费者一定要注意保留好票据和包装箱,因为有些故障在验机和安装时并没有,但几天后却出现了。

(桑雪骐)