

家用电器安全使用年限标准发布 家电“寿命”将有标可依

在家用电器使用上，大部分消费者都没有“寿命”的概念。很多消费者认为即使出现故障，修一修也可继续使用，导致有大量超过十年甚至更长时间的家电仍在使用。殊不知，超过年限的产品存在安全隐患，且更加耗能。

为解决当前普遍存在的家用电器超期服役问题，在国家发展和改革委员会、工业和信息化部的指导下，由中国家用电器协会组织我国家用电器行业制定的《家用电器安全使用年限》系列标准日前正式发布。

此次发布的“家用电器安全使用年限系列标准”涵盖了冰箱 & 葡萄酒柜、空调、洗衣机 & 干衣机、吸油烟机、燃气灶、电热水器六大品类的八种产品，加上此前已经公布的《储水式电热水器的安全使用年限》协会标准(T/CHEAA 0003-2018)，目前我国主要家电品种均已实现使用年限有标可依。

■ 新快报记者 陈学东

家电有了“安全寿命”

根据中国家用电器协会测算的数据，随着我国家用电器保有量不断增加，截至 2018 年我国电冰箱保有量已达 4.4 亿台、洗衣机 4.3 亿台、空调 5.2 亿台、热水器 3.7 亿台、吸油烟机 2.5 亿台。根据以往年度市场投放量推算预计，仅 2020 年度我国又将有 1.6 亿台家电产品达到安全使用年限。其中，洗衣机超过 3700 万台，空调超过 5200 万台，冰箱超过 5800 万台，电热水器超过 1800 万台，吸油烟机 1400 万台。

由于长期以来我国在家电使用年限上没有标准，消费者对于家电使用并没有明确的“寿命”概念，很多家庭的家电产品使用期已经超过 10 年甚至更长时间。为解决普遍存在的家用电器超期服役问题，中国家用电器协会组织制定了《家用电器安全使用年限》系列协会团体标准。

据悉，标准工作组参考了国内外相关安全使用年限的相关标准、政策规定，结合了中国家电行业的发展现状，对消费者使用过程中出现的安全问题，特别是近十年出现的安全事件进行了分析，同时还对各个主要品牌的产品市场安全故障统计等数据进行了摸底研究，结合

相关产品的危险源情况，进行标准指标的确定。

《家用电器安全使用年限》系列标准从安全使用年限要求、正常使用条件和消费提醒信息三方面进行规范。根据标准，生产者(制造商)应对其设计的冰箱、空调、洗衣机、吸油烟机、燃气灶的安全使用年限予以说明。

具体而言，家用冰箱及葡萄酒柜、房间空调器的安全使用年限为 10 年，家用洗衣机及干衣机、吸油烟机、家用燃气灶的安全使用年限为 8 年。

家电“寿命”的时间节点算法有所不同，除了空调的安全使用年限从生产日期计起，其余从销售日期计起。

安全使用年限

与产品质保年限不能混为一谈

需要强调的是，超过安全使用年限并非产品质量问题，因为产品在出厂时都是合格品，但在正常使用条件下，家电产品如超期使用可能因年久老化存在导致人身伤害的安全隐患，如漏电、起火、机械危险、漏气等。数据显示，电器超期使用越长则发生事故的概率越高，故有必要提醒消费者适时更换产品。

这一标准的发布意味着，今后家电

有了自己的“安全寿命”后，一些超龄服役家电一旦在家庭使用过程中出现问题，相关家电厂商将不再承担连带责任，而消费者则必须为自己的行为“埋单”。

那么，新标准给家电定了“寿命”，质保年限还顶用吗？中国家用电器协会电热水器专业委员会专家周立国指出，安全使用年限不同于产品质保年限，不能将安全使用年限与产品质保年限混为一谈。“标注安全使用年限是公益性消费提醒活动，不会给消费者、生产者、经销商等相关方面的法律责任带来任何改变。企业宣传的产品质保年限，是企业自己对消费者做出的产品整机或关键部件的修理、更换、退货承诺。”

为新一轮家电换新带来技术支撑

值得关注的是，此次出台《家用电器安全使用年限》系列标准，能为新一轮家电换新升级工作带来技术支撑。

中国家用电器协会理事长姜风介绍，在应对 2008 年国际金融危机冲击的背景下，我国曾推出“家电下乡”“家电以旧换新”等政策，以补贴形式拉动市场需求，形成了家电普及性消费高峰。到如今，消费者当时所购入的家电产品已进入更新换代的节点，有必要再启“以旧换新”。

从 2009 年 6 月 1 日执行到 2010 年 5 月 31 日，家电以旧换新政策在北京、天津、上海、江苏、浙江、山东、广东、福州和长沙等 9 个省市试行；2010 年，商务部、财政部、环保部三部委又联合发布了《家电以旧换新推广工作方案》，将家电以旧换新政策推广实施期延长至 2011 年 12 月 31 日，在原 9 个试点省市基础上增加 19 个省市。当时实行家电以旧换新的品种有电视机、电冰箱、洗衣机、空调、电脑 5 类。

在家电以旧换新政策实施两年多的时间里，商务部数据显示，全国家电以旧换新共销售五大类新家电 9248 万台，拉动直接消费 3420 多亿元，有效释放了城市居民的消费能力。2011 年，家电下乡销售 1 亿台以上，销售额超过 2500 亿元，拉动消费效果明显。

消费者对以旧换新的接受程度还是比较高的。京东家电客户体验部总经理姜婷婷表示，京东平台对消费者进行调研发现，消费者的需求更趋向于多样化、标准化、社会化和升级化，他们希望能够使用更加节能、环保、健康、智能的产品。2019 年，京东家电回收换新的用户量同比增长 200% 以上，拉动了超 200 万台的家电销量增长。

HTC 去年营收降 57.82% 创 19 年新低

新快报讯 记者陈学东报道 日前，HTC 公布了 2019 年全年营收数据，2019 年 HTC 的合并营业额约为 100.15 亿元新台币（约为 3.32 亿美元），同比上年下降了 57.82%，如果对比 2017 年的数字更是大降了 84%。

早在 2001 年 HTC 的营收就已超过 155.5 亿新台币，这不仅仅是 19 年来最差的一年，相比巅峰期，HTC 的营收缩水了竟达 40 多倍。同时，2019 年也是 HTC 业绩连续下滑的第八年，这让它滑落到了自 2001 年以来的最低纪录。同时，据多名用户反映，HTC Elevate 社区似乎已经关闭。

受 2019 年“惨淡”营收的影响，HTC 股价也创下 19 年来最低纪录。截至 2020 年 1 月 9 日收盘，HTC 股价报新台币 36.95 元/股，与巅峰期的 1300 元已经相去甚远。

此外，HTC 公司上个月还曾对

外表示，他们将进行新一轮的裁员。此次裁员的细节，HTC 并没有向媒体透露。不过，HTC 提到，这次的调整主要是为了确保 VIVE 与手机事业在未来有更好发展。

HTC 曾被称作“安卓机皇”，手机销量曾占据近 1/4 的美国智能手机市场。作为全球第一家推出智能手机的企业，由于把握住了市场先机，HTC 早先在全球市场取得了不错的成绩。但从 one X 开始，HTC 开始走上了下坡路。数据显示，2011 年，该公 司约占全球智能手机销量的 11%。如今，在这些报告中，HTC 通常被归类为“其他”。

由于在手机业务上遭遇滑铁卢，HTC 这两年的发展重心一直都在 VR 业务上。经过数年的发展，HTCVive 与索尼 PlayStation VR，Facebook 的 Oculus 是全球最为畅销的三款 VR 头显，根据市场研究机构



Strategy Analytics 的数据显示，横跨中端到高端的三款设备，在 2018 年占到了全球 VR 头显收入的 77%。

但遗憾的是，时至今日，虚拟现实依旧没有迎来属于它的爆发期，更别说在消费者市场引起多少关注。如今，Google 和苹果、微软都已经把焦点投入到 AR 领域，它和 VR 有一定共通处，但发展目标仍有本质上的差异。

按照 IDC 的预测，2019 年整个 VR/AR 市场的设备出货量会在 760 万台左右，这比 2018 年的 590 万台稍有上升，大部分增长仍会出现在商业领域，而非个人消费者。考虑到现在全球智能手机一年可以轻松卖出超过 10 亿台，而总被看作是夕阳产业的 PC，也能稳定在每年两三亿的销量上。不说 VR 行业是在原地踏步，但至少距离普及状态还差得很远。

为成龙大哥打 Call！ 《和平精英》借贺岁片 掀硬核动作风潮

新快报讯 由成龙主演的新春贺岁电影《急先锋》将于 2020 年 1 月 25 日（农历大年初一）在全国各大影院上映。近日，《和平精英》携手《急先锋》电影进行跨界互动，展开一系列的深入合作，为大家带来春节大礼，一起传递“我们都是和平精英”的特种兵精神，再掀硬核动作风潮。

据悉，为配合《急先锋》电影在新年为广大影迷观众带来的拳拳到肉的“硬核”动作感官刺激，《和平精英》将联动限时上线“春节模式”，特种兵可以在地图上寻找高挂红灯笼的二层小楼，“吃团圆饭”，会有道具随机掉落。此外，特种兵还可以用特殊道具“春节鞭炮”点亮春节广场的每一层灯台，等到整个场景被完全点亮，便会激活烟火，并掉落大量的游戏物资。此外，急先锋小队的成员母其弥雅、朱正廷和艾伦也会给《和平精英》的特种兵们带来新春祝福。（郑志辉）