

相关链接

8月起买马桶
可看水效标识

本报记者陈妍凌北京报道 我国全面实施能效标识制度12年之后,开始对节水产品实施水效标识管理。这意味着,今后出厂的坐便器等产品将加贴水效标识,方可进入市场销售。水效标识制度的实施,将全面推动我国终端用水产品水效和质量提升。

今年3月1日实施的《水效标识管理办法》中明确规定:“应当在产品或者产品最小包装的明显部位标注水效标识,并在产品使用说明中予以说明。对于网络交易,销售者应当在产品信息展示主页面的醒目位置,展示相应的水效标识。”这样,消费者在购买用水器具产品时,就能够准确地了解产品的相关信息。

据悉,《中华人民共和国实行水效标识的产品目录(第一批)》和《坐便器水效标识实施规则》,将于2018年8月1日起实施。第一批进入水效标识管理的产品为坐便器,包括普通重力式水箱坐便器和智能坐便器。

水效标识的设计通俗易懂,共包含水效等级、水效指标等8类信息。消费者只需要通过标识上的水滴个数和颜色,即可区分产品的水效等级。

《办法》同时规定,列入《目录》产品的生产者和进口商,可以利用自有检验检测实验室或者委托依法取得资质认定的第三方检验检测机构,依据相关产品水效强制性国家标准进行检验检测,确定产品水效等级。

此前,我国能效标识制度已实施12年,覆盖五大类35类产品,为消费者的购买决策提供了重要参考,累计带来了超过4400亿千瓦时的节电量,社会和经济效益显著。

水效标识管理中心中国标准化研究院的王玉洁表示,推动建立水效标识制度同样意义重大。据了解,作为用水产品生产大国,我国坐便器年产量超过4000万件,水嘴年产量达1.5亿件,洗衣机年产量约3200万台,滴灌带年产量达250亿米。

环保
科普
专栏生态环境部科技标准司
中国环境科学学会

对话

省钱事小,节约资源事大

我国实施水效标识制度,推动节水型社会建设

对话人:中国标准化研究院水效标识管理中心 赵钢

采访人:本报记者 陈妍凌



水效标识对行业 and 消费者有何影响?

中国环境报:水效标识的推广和实施,对行业发展有什么影响?

赵钢:首先,水效标识的实施,将会推动我国节水产品行业健康快速发展。从事节水产品生产的企业,将从原先的“被动节水”变为“主动节水”,研发产品节水技术,增强产品节水性能,提高产品用水效率,推出更多高效节水产品。

其次,将会推动整个行业进行升级,规范生产,淘汰一批产能落后、无技术、无管理、无质量保障的小企业。同时,还有助于增强产品在国内外市场的竞争力。

中国环境报:水效标识的推广和实施,对消费者有什么利好?

赵钢:水效标识将向消费者提供完整的产品信息,使消费者在购买过程中可知情选择。通过手机扫描标识二维码,就可以辨别产品真假以及了解用水量等产品信息,对比不同品牌的同类产品(规格)水效和售价情况,进而做出最佳的选择。水效标识能鼓励公众更加踊跃地购买高效节水产品,增强全社会的节水意识。

不同等级差别有多大?

中国环境报:目前市面上销售的坐便器,能达到1级、2级、3级水效的分别占比多少?

赵钢:由于《水效标识管理办法》今年3月1日才实施,《中华人民共和国实行水效标识的产品目录(第一批)》《坐便器水效标识实施规则》于今年8月1日起实施,所以,目前所有生产企业正在积极申请水效标识备案及检测工作,市场销售的准确数据暂时还没有。

不过,前期为了更好地实施水效标识工作,科学合理给出我国坐便器水效等级的划分依据,为水效标准提供技术支持,我们对我国坐便器生产企业进行了一些基础数据的调研。从调研的情况以及近期检测数据结果的分析,坐便器生产企业目前生产的普通坐便器水效等级1级约占到35%左右,2级45%左右,3级20%左右。智能坐便器水效等级1级约占到15%左右,2级45%左右,3级40%左右。

下一步,随着水效标识制度在我国的全面开展,我们将会进一步完善数据的统计,真实反映我国坐便器水效等级的情况。

中国环境报:选购一款1级水效的双冲坐便器,和一款3级水效的双冲坐便器,对于一户普通家庭,每月用水量相差多少?

赵钢:根据规定,1级水效的双冲坐便器平均用水量不超过5升,3级水效的不超过8升。

如果一个普通的三口之家每天共冲水6次,那么,使用一款3级水效的双冲坐便器,每月(按30天计算)用水量为1440升。使用一款1级水效的双冲坐便器,每月用水量为900升。也就是说,每月可以节约用水540升左右,节水量是非常明显的。

虽然从单个家庭的水费支出上看不出太大的区别,但节水的意义不止于此。我国是干旱缺水严重的国家,尤其北京,由于自然禀赋不足、连年干旱和用水需求的增长,北京的水资源供需矛盾较为突出,水资源紧缺已成为制约经济社会发展的瓶颈。因此,节约用水,选购高效节水产品,对加快建立节水型社会及节能减排进程具有重大意义。

中国环境报:坐便器生产企业为产品水效鉴定所进行的检验、认证、申请备案等,是否会加重企业负担和支出,并使得这部分成本最终转嫁到消费者身上?

赵钢:对于水效标识备案,《水效标识

办法》已明确规定,备案不收取任何费用,不会增加企业负担,也不会转嫁到消费者身上。

中国环境报:坐便器水效标识的实施,现阶段有哪些困难?

赵钢:企业可能会遇到产品资料不全、对标准认识不到位、人才配备不足等困难。因此,企业必须加强专职人员的培训。一些企业对水效标识的报备方式、申请流程还不明白,这就需要企业做好这方面的了解。

另外,根据标识备案管理的要求,企业必须将所有坐便器型号都进行备案,所以企业应该对自己产品型号进行统计,如果同一个型号销售渠道不同,规格型号命名不一样,也要分别备案,加以区分。

下一步将对哪些产品实行水效管理?

中国环境报:在水效标识的推广实施过程中,有哪些可借鉴的经验?

赵钢:能效标识已经在我国推广多年,消费者逐渐养成购买家电时关注产品能效等级的习惯。下一步,在水效标识的实施过程中,会借鉴能效标识的一些好经验。如能效标识在实施过程中推出了“超高效”产品,水效标识也将推出“水效领跑者”活动,鼓励企业生产更多高效节水产品。

中国环境报:除了坐便器,未来三五年内,是否会制定针对其他产品的水效标识管理?有无具体时间表?

赵钢:目前,我国已经陆续制定并实施了7部国家强制水效标准,分别针对水嘴、坐便器、小便器、淋浴器、便器冲洗阀、蹲便器和反渗透净水机,明确它们的水效限定值和水效等级。

下一步,国家相关部门将会陆续推出这些产品的水效实施规则,随着坐便器产品成为第一批水效标识实施产品,其他产品今后也会实施水效标识管理。

悦·评

中消协测评20款扫地机器人

普遍噪声偏高 清洁差异明显



资料配图

本报讯扫地机器人的性能优劣不一定与价格高低成正比。中国消费者协会(以下简称中消协)近日发布了20款扫地机器人的比较试验结果,发现各款样机整体清洁性能差异明显。其中,售价4000多元的国产某品牌漏扫明显,而一款日本品牌的样机清洁率最低,仅为29.63%。

此次中消协对20款扫地机器人做了综合性测试,价格从799元到7499元不等。比较试验模拟了消费者的使用场景,功能性评测项目主要涉及清扫覆盖率、清洁能力、工作时的越障能力、自动回充、续航和噪声等。

测试发现,在电器安全方面,20款样机的发热、工作温度下的泄露电流和电气强度都没有问题。吸口类型样机的缠绕率普遍较低,表现较好,在头发、宠物毛发清洁能力上,20款样品的清洁率分别达到80%和89%以上。

不过,20款样机的覆盖率差异明显,不同机器清扫能力差异很大,且并不一定与价格成正比。

根据试验结果,扫地机器人普遍存在工作噪声偏高的问题。最适宜的生活环境噪声不应超过45分贝,而在本次测试中,噪声平均值最低的一款机型为53分贝左右,个别样品甚至达到了72分贝左右,与普通吸尘器噪声相近。

中消协分析认为,扫地机器人在工作时噪声偏大,是因为采用了高速旋转风机产生负压收集尘埃的工作原理,因此噪声无法降至很低。

中消协有关负责人表示,市场上不少智能扫地机器人产品宣称具有路径规划、智能、超声波、防跌落、扫擦一体等功能,可实际使用效果和宣称效果存在较大差异,建议消费者在购买和使用产品时根据自身家庭环境需求,选择适合的产品。张黎

选购提示

扫地机器人也不可能完全清扫到家里的每一个角落,所以并不是购买了扫地机器人就不用动手清扫了。

目前,不少扫地机器人在出风口处已使用了HEPA滤网,对于细微灰尘的过滤起到较好效果。在购买时,要注意机器出风口朝向的设计,尾部出风口的强风可能会将地面上未清扫的灰尘、污物吹起,造成二次污染。目前市面上不少产品已使出风口的风向朝上,避免直吹地面,消费者在选择时应尽量选择此类产品。

悦·动

旧衣改造 So easy!

◆王琳琳

夏季换新,有多少人没忍住“买买买”的冲动,给衣橱大肆上新,又有多少衣物就此打入冷宫?被“冷落”的衣服中,最常见莫过于T恤了。据统计,每天有数以亿吨的废旧衣物进入填埋场,在缓慢的降解过程中,其对土壤、水资源造成一定的污染。

其实,旧衣再利用并不难。在很多专业人士看来,有很多种方法可以改造旧T恤,如将其变成购物手袋、抱枕、背包甚至玩偶,重新赋予其新的生命。

以下的旧T恤改造成购物袋,就是其中一种入门级的方法,不妨跟着学一学、做一做吧!

准备:旧T恤一件,剪刀一把

步骤:

- 1.剪去袖子、领口、下摆3处,一定要把之前缝线的部分剪掉。
- 2.下摆部分纵向剪出约1公分、长10厘米左右的布条(可根据衣服长度适度剪裁)。
- 3.将临近的布条两两相对,打成死结,成为穗子。

看,就是这么简单,一个个性十足的环保购物袋就做成啦!

旧T-shirt
变身购物袋

博滨江就成了我们的“后花园”。

浦西世博滨江段,从南浦大桥到卢浦大桥长3公里,岸线延伸。这里的腹地是当年上海世博会浦西园区所在地,不过在世博会举办后很长一段时间里,沿江区域一直被围栏围住。

如今,高高的防汛墙降了下来,滔滔江水近在眼前。由于交通便利,那些在世博园里静默多时的博物馆、艺术馆,将为更多人提供赏心悦目的公共文化产品。不少沿江的园林地带摇身一变,成了可供市民休闲健身的公园。

而沿着龙腾大道一路向南,直到徐浦大桥,两岸一侧是风景优美的林荫大道,一侧是开阔的江水波涛和沿岸美景,浦江岸线一览无余。这“零距离”的滨江亲水风光源于一位英国专家提出的“上海CORNICH”的理念,指的是顺着蜿蜒的路开车或行走,能看见山、河、风、景有开有合的关系,有不同的体验和感受。

在徐汇滨江沿线,布局了公益跑步基地等人性化设施,游客、跑友可以方便地寄存衣物,跑步驿站甚至可以提供淋浴。沿着红色跑道蜿蜒向南,还有两处“萌宠乐园”——“小型犬卖萌区”和“大型犬撒欢宠物乐园”,这也是上海沿江空间的首个宠物乐园。

上海西岸相关负责人说,徐汇滨江带给市民游客的不仅仅是一条优雅的滨江大道,更是丰富多彩的生活方式。

打造滨江生态公共空间体系

两岸绵延45公里的滨江段,涉及浦东、杨浦、虹口、黄浦、徐汇5区,以往都是各自开发建设,风格、标准都不统一。为了真正“还江于民、还景于民、还岸于民”,上海市出台了《黄浦江两岸地区公共空间建设设计导则》、《黄浦江滨江公共空间标识系统设计导则》,要求两岸公共空间坚持“统一规划、统一公布、统一指导”。

修复黄浦江的生态环境,提升黄浦江两岸的社会功能,是贯穿黄浦江两岸综合开发的原则。在总体设计、生态景观、活动场所、交通设施、安全保障、配套设施等多个方面,上海明确统一的建设设计要求,并对“漫步、跑步、骑行”的道路设计、铺装材质、面层次彩等进行了规范和细化,两岸地区公共空间严格按照设计导则实施,强化整体性、协调性。同时,各区段结合自身优势,打造区域特色亮点。

未来3年,黄浦江两岸地区将按照“迈向世界级滨水公共开放空间”的愿景,把两岸打造为“可漫步、可阅读、有温度”的魅力水岸空间,成为“全球城市生活核心的美好舞台”。两岸地区将建立更系统的滨江生态公共空间体系,全线恢复黄浦江自然生态的基本属性。

鸦片战争中陈化成在这里抵御英军……”随着游览船的行进,游客们能在广播中实时听到周围景点介绍。从东方明珠电视塔、杨浦大桥,再到杨树浦水厂、共青森林公园、吴淞炮台,4小时的航线涵盖黄浦江周边发展的全景。“在外滩可以看到上海的近现代变迁,在杨浦老厂区又能感受到上海的工业遗存,看点不少。”游览船船长介绍说。

据了解,上海计划用3年左右时间,将浦江游览初步建成世界级旅游精品项目,年接待游客达到600万人次,比目前翻一番。

岸线风光一览无余

在上海世博黄浦体育园内,一群老人随着音乐翩然起舞,精气神十足。家住附近的李阿姨说:“自从黄浦江两岸贯通之后,浦西的世

◆本报记者蔡新华 实习记者徐霆

随着黄浦江45公里岸线公共空间的贯通,近日,黄浦江游览揭开崭新面貌。市民游客乘船游览,滨江沿岸处处都是新风景。

蜿蜒流淌的黄浦江穿城而过,见证着上海的历史变迁,其两岸荟萃上海的经典都市景观,展现了上海的活力与时尚。通过水岸联动的一系列改造,既满足市民生态需求,也给游客带来更好的品质体验。

浦江游览老航线升级复航

经过两个多月的升级改造,杨浦区的秦皇岛路游船码头近日正式启用,停航6年的浦江游览(十六铺—吴淞口)航线正式恢复运营,接待中外游客。

“在您的右边是吴淞炮台,



图片来源:视觉中国

上海打造『有温度』的魅力水岸

还江于民 还岸线于民 还绿色于民