

消防事故频发 电动自行车要警惕电池“暴脾气”

11月9日是第33个全国消防日,活动主题是“全民消防、安全至上”。近年来,电动自行车电池短路、电池不合规、使用年限超期等原因诱发的消防事故频频令人揪心。

据新华社

国家消防救援局数据显示,2023年全国接报电动自行车火灾2.1万起,比2022年增长17.4%,其中80%是充电时发生的,安全充电成为薄弱环节。

安全使用电动车 从防范电池安全风险做起

华东交通大学材料科学与工程学院校聘副教授潘明光说,锂电池能量密度较高、内部的有机电解质化学特性活泼,随着电动自行车使用时间的增加,电池安全性会不断下降,如果电池充电时间过长、遭遇挤压或强烈撞击可能会引起短路,进而发生燃烧或爆炸等安全事故。

“电池是电动自行车的心脏。”沈阳市消防救援支队全媒体中心主任高超介绍,一旦电动自行车的锂离子电池起火,燃烧会非常猛烈。

安全使用电动车,应从防范电池安全风险做起。高超提醒,电动自行车应远离燃气设施、变配电设施、锅炉房、加油站等危险场所停放,车身周边2米范围内保证无可燃物堆放。

此外,应避免在污水井、下水道、化粪池等区域的上部地面位置停放。

电动自行车不入户已成为小区居民的共识。沈阳和平区多位社区安保人员对记者表示,近几年,居民们的安全意识有所提高。但随着气温逐渐降低,仍有部分居民心存侥幸,将电动自行车“飞线”充电。

对此,南昌市红谷滩区消防救援大队副大队长王思源说,家中的插座并不具备充满自停功能,长时间过载充电容易引发电气故障,导致火灾。同时,电线长期暴露在室外,受风吹日晒雨淋,容易造成电线绝缘体磨损和老化,导致漏电、短路,危及人身安全,带来火灾风险,甚至“火烧连营”。

防患于未“燃” 需多方共同把好“安全关”

11月1日起,电动车“新国标”的技术规范要求制造商在电池组上标注“安全使用年限”,也是在提醒用户到期淘汰老旧电池,减少老旧电池带来的潜在安全风险,保障生命财产安全。

防电动车火灾隐患于未“燃”,还需要相关管理部门、商家和居民共同努力,合力把好电动车消防“安全关”。

具体而言,一方面是增加充电设施设备,另一方面是充分运用智能系统对充电桩进行有效管理。“一些社区充电桩计费远高于居民用电价格,居民依然铤而走险进行‘飞线充电’,充电桩却无人问津。”沈阳市大东区津桥街道河畔社区党委书记兼居委会主任王丽娟说,定价虽然是市场行为,但要在合理范围内。

电池本身合规、安全也至关重要。南昌市西湖区市场监督管理局有关负责人周竣文说,新规实施后,监管部门加大了指导力度,要求销售商盘点清理库存,区分合规车、问题车进行登记造册,对问题车采取“拆改退”等方式限期处置,重点整顿非法改装的销售行为。“消费者如果新购进电动车,也最好主动检查车辆是否符合‘新国标’及修改单要求。”

王思源提醒,如果夜间室外温度过低,可以选择白天温度较高的时段进行充电,同时居民应加强对电动车的电线、电路等方面的检查,避免因线路老化、磨损引发短路、串电等问题,且充电时间不宜过长。

“只要够喜欢,我就愿买单”

——“双十一”年轻人消费观察

文图均据新华社

从《黑神话:悟空》带火旅游目的地,到国货潮品持续走红……一段时间以来,“悦己”兼具“理性”的消费观念在年轻人中影响越来越大。“双十一”来临,年轻人消费有哪些新亮点?



9月12日,在服贸会国家会议中心会场拍摄的悟空文创产品。

A “悦己消费”成潮流

多个电商平台的消费数据显示,骑行、滑雪、露营、观演这些“悦己消费”、沉浸体验消费越来越受到年轻消费者的青睐。

“小城热”“反向旅游”方兴未艾,年轻人热爱文旅的步伐从未停止。根据天猫平台数据显示,2024年年初以来,18~29岁年龄段用户翻倍增长,徒步、登山、滑雪等成为他们青睐的户外活动。

在鲜为人知的小县城打卡,驱车十多个小时赶赴偏僻海岛,年轻人告别“人从众”,开始踏足这些充满生活气与人情味、小而美的景点。

四川阿坝州黑水县近日迎来旅游旺季。这里的达古冰川景点有一座咖啡馆,因处在山巅上,被游人称为“全世界最孤独的咖啡馆”,吸引着大量年轻人来打卡。每年这个时节,常住人口1.8万人的黑水县城每天都会涌入上千名海内外游客。

这个“双十一”,不少年轻人涌进直播间,计划年末和冬季旅游,他们一边听着主播推荐的出行线路,一边琢磨着买哪个套餐更划算。“我们推出的旅游专场直播,下单主力群体就是25~35岁的年轻人。”“交个朋友”直播间运营负责人说。

“‘从自己熟悉的地方到别人熟悉的地方去看’,最能体现年轻消费群体对美好生活期待的需求升级。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇说。

B 消费观念愈加务实

数据显示年轻消费者变得愈加理性。《2024中国青年消费趋势报告》显示,41.04%受访年轻人表示在购物时,经常有比价行为。

“可以买贵的,不能买贵的。”北京的“90后”孙静是普拉提爱好者,周末总会抽出时间去练习。孙静说:“虽然平时买化妆品的钱是能省则省,但练习普拉提能让自己更健康,即使会员卡几万元一张,也会考虑购买。”

还有很多年轻人响应以旧换新政策,将家里的大件“换新”。“90后”罗伟家里的旧冰箱已经使用了多年,在了解到以旧换新政策后,他决定购买一款新冰箱。补贴后的价格优惠不少,也让他不禁感叹:“以旧换新是真香!”

海南大学国际商学院教授李伟铭认为,消费观念上,年轻人越来越务实,更加注重自己真实的消费体验,更追求产品内在的实用性与个人需求的真实匹配。

C 国潮产品受热捧

国潮产品与年轻消费者的“双向奔赴”也成了新看点。京东平台数据显示,今年上半年,新中式衬衫、新中式女装套装的成交额同比分别增长超7倍和4倍,手工饰品、箱包配件等国风文创产品成交额同比增长超3倍。

对国潮产品的追求不止于“买买买”,越来越多的年轻人愿意沉下心来,进一步深度体验传统文化。和三五好友相约街头巷尾,一起制作创意中式糕点、古风茶饮,设计属于自己的明代风格木雕餐具柜……不少年轻人捧红了一系列网红店、冷门景点、IP周边产品。

“壮锦制成的拎包、童帽等产品,因融入少数民族文化元素,变得更有吸引力。”“95后”邓双双对我国少数民族服饰有着浓厚的兴趣,不仅会在节日庆典时穿,还会查阅相关资料,去博物馆参观学习。

对年轻人来说,好心情才是最“贵”的东西。对商家和厂家来说,年轻消费者的这些新特点,蕴藏着更多的商业机会,或许在不久的将来会催生出崭新的业态。