

上海市消保委测评20款除湿机

除湿量实测相差41.7%,耗电量相差近一倍

本报讯（记者 金旻旻）黄梅天临近,天气潮湿闷热。近日,上海市消保委对20款除湿机样品进行了评测,发现除湿性能和耗电量差异较大。整体来看,综合表现优秀的样品包括德业、西屋、美的、欧井、海信、TCL等六款。

样品实测差异大

消保委通过多个电商平台购买了20款除湿机,涵盖美的、格力、海尔、海信、苏泊尔、松下等知名品牌。其中11款标称日除湿量12L,价格从399元至1799元不等,9款

标称日除湿量20L,价格从799元至3799元不等。参照国家标准,测评人员对除湿机的安全性、除湿性能、干衣性能、舒适性等指标进行测试。

在除湿量方面,20款样品差异明显。标称12L/日除湿量的11款样品中,除湿量实测值最大为0.306kg/h,最小仅0.216kg/h,前者比后者高出41.7%。在标称20L/日除湿量的9款样品中,除湿量实测值最大为0.522 kg/h,最小仅0.39 kg/h,前者比后者高出33.8%。

作为需长时间工作的家电,耗

电量一直是消费者关注的重点。测评发现,20款样品的单位输入功率除湿量数值差异较大,最大为2.17kg/(kW·h),最小仅1.11kg/(kW·h),前者比后者高出近一倍。假设忽略湿度变化的影响,前者一天仅需耗电4.5度,而后者则需耗电10度。

干衣功能也是许多除湿机的辅助卖点。针对干衣速率、出风量等指标的测评发现,11款标称12L/日除湿量的样品平均干衣速率为93g/h,9款标称20L/日除湿量的样品平均干衣速率达到104g/h。其中,表现最优异的机型仅需0.5小

时就能将棉毛巾的含水量从70%降至10%以下,表现最差的则需1.5小时,前者效率是后者的3倍。而干衣效果较好的样品通常噪声较大。

优先考虑除湿量

消保委提示——

■ 在选购除湿机时,应优先考虑除湿量,可以根据家庭面积和潮湿程度,选择合适除湿量的除湿机。其次,按需选择附加功能。根据个人使用需求选购多种附加功能的除湿机,如可在室内实现快速干衣的

功能、可用手机远程控制的Wi-Fi智控功能、可净化循环室内空气的功能等。选购时还需关注除湿机的噪声水平,低噪声设计能带来更加舒适的使用体验。

■ 在使用除湿机前,应仔细阅读说明书,使用时应关闭门窗,严禁倾倒除湿机、覆盖出风口和回风口,以达到较好的除湿效果。除湿机需要定期清洁和维护,定期清理除湿机回风网罩,选购时可考虑选择易于清洁和维护的机型,不使用时应及时清理接水箱内的存水,以保持除湿效果和延长使用寿命。

长三角铁路端午小长假运输方案出台 预计发送旅客1700万人次

本报讯（记者 金志刚）记者今天从中国铁路上海局集团有限公司获悉,长三角铁路2025年端午小长假旅客运输方案已出台。今年铁路端午小长假运输期限自5月30日至6月3日,合计5天。其间,上铁集团预计发送旅客1700万人次,日均发送旅客340万人次,较去年同期(6月7日至11日)增长6.8%,其中,5月31日为客流最高峰日,当天发送旅客有望突破380万人次,创历年端午小长假运输单日客发量新高。

据介绍,此次端午小长假运输期间,长三角铁路客流将呈现以下两大显著特点:长三角区域性周末、节假日出行需求持续旺盛,今年端午假期恰逢“六一”国际儿童节,家庭亲子出游有望成为客流增长亮点;杭温、宣绩、沪苏湖等高铁新线引流作用明显,新线新站新车等新增资源进一步带来客流增量。

上铁集团在端午小长假运输期间将加大对重点地区、重点时段和热门方向的运力投放,计划增开去往武汉、西安、洛阳、南昌、青岛

等方向直通旅客列车22对,计划增开上海至合肥、徐州、杭州、阜阳、温州、宁波以及苏浙皖省内等方向的管内临客列车139对。此外,还将视客流情况,适时采取增开图外临时列车、动车组重联运行、普速列车加挂车辆等措施。

铁路部门提醒,旅客可尝试使用12306网站、12306手机App候补购票服务功能;乘车当天适当提前出门,预留充足时间;许多城市有两个或两个以上火车站,务必看清票面信息,勿错乘车站。

上海防汛防台Ⅳ级响应行动 302支防汛排水突击队待命

本报讯（记者 罗水元）今天凌晨,上海再次启动了防汛防台Ⅳ级(四级)响应行动,全市302支防汛排水突击队做好了强排积水准备。

今天的防汛防台响应行动于4时20分启动。当时,上海中心气象台发布了暴雨蓝色预警信号,预计12小时内将出现6小时累积降雨量50毫米以上的暴雨。这已是今年第二次启动防汛防台响应行动。此前的一次为5月8日,响应级别也是Ⅳ级。今天Ⅳ级响应行动启动后,

青浦练塘的降雨量已在7时05分达到了51毫米。

虽然,记者截稿时暂未发现积水路段,但排水突击队已做好了强排积水准备。统计显示,2025年上海防汛排水突击队一共有302支、队员3532人。各类移动式排水泵车达116辆(泵车总流量近20万立方米/时),拖挂式泵车25辆(拖挂式总流量近4000立方米/时)。形成了市、区、队三级联动应急处置调度、“就近支援、专业支援、多点支援”的联动格局。

官宣！吴磊成为光明优倍品牌代言人 光明乳业焕新升级鲜启未来！

5月22日,“循光成长 鲜启未来”光明乳业领鲜升级发布会在上海世界会客厅盛大启幕。光明乳业向全球发出中国乳业的声音——聚焦“循科研之光、焕生命营养、致领鲜未来”三大关键词,以守正创新绘就高质量发展蓝图,让世界看见中国乳业的力量。发布会上,光明乳业启动领鲜成果发布,并官宣知名演员吴磊出任光明优倍品牌代言人,以“鲜活营养+明星势能”双引擎,致力为消费者构建“更强保护力”的健康防线。

光明乳业党委书记、董事长黄黎明表示,作为百年乳企,光明乳业有担当、有责任引领行业开启未来,将继续秉承匠心品质和创新精神,以益民为初心,为消费者打造更加健康、营养、安全的乳制品,不断巩固品牌核心竞争力,矢志成为人民健康守护者和行业发展的引领者,让百年光明在新时代绽放新的生机与活力。



鲜活升级 为健康筑起更强保护力

当天,知名演员吴磊正式出任光明优倍品牌代言人,由其主演的三支光明优倍最新广告宣传片全国首发。对于5岁便参与拍摄光明乳业广告片的吴磊而言,再度回到光明乳业大家庭有种回家的亲切感。吴磊在现场表示:“牛奶是自己生活中必不可少的营养补充,之所以选择光明优倍,正是因为有更高活性免疫球蛋白加持的光明优倍能为工作、运动、健身中的自己提供更强大保护力。”

光明乳业党委副书记、总裁贲敏为吴磊

授予“保护力勋章”及花盒,寓意光明乳业与吴磊携手成长,在各自未来的道路上收获更多荣誉勋章。吴磊与全场嘉宾共同举杯为健康干杯,将现场气氛推向高潮。

20年前,光明优倍鲜活上市,成为率先问世的突破低温鲜奶领域瓶颈的鲜奶产品,更将“光明优倍”打造成中国鲜奶的代名词。20年来,光明优倍书写了中国乳业史一个又一个的“第一”和“唯一”——全球首创,在乳品行业第一个将五种活性营养物质印在产品包装上;销量可观,连续多年排名全国鲜牛奶销售额第一;品质可靠,成为第一个获得上海品牌认证的鲜奶品牌;持续焕新,成为行业内首次使用纳滤浓缩与陶瓷微滤膜除菌组合工艺



的更高蛋白牛奶产品。焕新升级后,光明优倍5.0超鲜牛乳富含5克优质乳蛋白,是常规纯牛奶的1.7倍,在保留更多优质营养的同时,还减少了消费者“钠”摄入过多的负担,更有300mg/L活性免疫球蛋白,为消费者提供更强大保护力。

科研升级 守护全生命周期营养

发布会现场,光明乳业还与多家专业机构达成合作,升级科研生态圈,为消费者提供覆盖整个生命周期的营养守护。

江南大学是光明乳业科研路上的长期合作伙伴,双方携手25年,其在科研领域的深厚积淀是光明乳业科技创新体系的重要组成部分。本次,光明乳业与江南大学签署了又一份战略合作协议,旨在强化双方联系,携手续写合作新篇。

同时,光明乳业分别与上海市儿童医院

消化感染科主任张婷、上海市生物医药技术研究院郑华军研究员签署了项目合作协议,未来将共同开展“益生菌发酵乳改善儿童非酒精性脂肪肝的随机对照”研究、“益生菌对MCI患者认知功能和肠道菌群的随机、双盲、安慰剂对照”临床试验等,深化产学研融合,破解行业难题,也为市场提供更多新品。

在科研成果发布环节,全国劳模、光明乳业研究院主任、首席科学家刘振民分享了健康中国战略引领的新型乳品开发,这也意味着光明乳业将继续以“全生命周期营养守护”为核心理念,持续打造覆盖全品类的创新乳品。同济大学附属志康康复医院(上海市阳光康复中心)副院长、同济大学医学院教授罗剑分享了光明益固营养奶粉对骨量减少患者的安全性研究成果。这是去年5月光明乳业预防骨质疏松健康公益项目的后续——经过一年时间,光明乳业带来的科研成果能为消费者骨骼健康提供精准的营养解决方案。