



# 电炒锅行业 修订标准即将发布

本刊记者 秦丽

**Q** B/T 1237-1991《电炒锅》实施至今已  
经超过 20 年。2011 年，有关部门针  
对这一标准已开展修订工作。据了解，新  
修订的《电炒锅》行业标准（标准计划编  
号 2010-2729T-QB）由中国轻工业联合会  
提出，由全国家用电器标准化技术委员会  
归口，由浙江苏泊尔家电制造有限公司与  
行业内其他单位共同起草。该标准修订工  
作于 2011 年正式启动并成立标准起草工

作组，于 2011 年底形成征求意见稿。2012  
年 1 月，标准起草工作组将征求意见稿发  
给行业内的主要企业单位、检测机构和标  
准科研机构，公开征集行业意见。据全国  
家用电器标准化技术委员会有关负责人透  
露，这一标准已经于今年 6 月进入报批环  
节，有望于年底正式颁布。

## 重点修订技术指标

记者在新修订的《电炒锅》报批稿中  
看到，新版标准重点在技术要求方面做了  
修订。

参与标准修订工作的浙江苏泊尔家  
电制造有限公司研发部经理助理张帆告诉《电  
器》记者，新标准是以市场现有产品为基础，  
通过大量的试验验证形成的，充分体现目  
前市场流通和出口的电炒锅的基本性能和  
指标。据他介绍，标准最主要的技术指标  
集中在额定功率、温度均匀性和热效率等

方面。

记者在编制说明中看到，在额定功率  
方面，电炒锅对食材的容量不同或种类不  
同需要采取不同加热功率进行烹饪，且与  
锅体的体积大小相对应的加热功率也有所  
不同。标准起草工作组经过多次讨论，并  
结合其他液体加热器具的一些特性，决定  
对煎弧式电炒锅的额定功率和产品体积进  
行相应规定（见表 1）。

据张帆介绍，温度均匀性是电炒锅的  
一项重要指标。针对这项指标，广东伊立  
浦电器股份有限公司技术部工程师宋永合  
对记者坦言，标准起草工作组曾出现过重  
大分歧。“由于不同企业产品的加热方式不  
同，温度均匀性也会不一样。根据《深油  
炸锅、油煎锅及类似器具的特殊要求》，报  
批稿把锅体表面的最高温度规定在 270  
以下，锅体表面温度偏差在 50 以内。对  
市场内流通产品进行验证以及各厂家各自  
试验后，试验数据表明该标准能满足目前  
要求。”

据记者了解，标准起草工作组最初对  
平底式电炒锅的测试方法也存在不同意见，  
原因是这一产品的加热方式有所不同。经  
过协商后，新修订的标准测试采取容器盛  
放区边缘向中心处 10mm 位置均匀取 4 个  
点，再取锅底中心点的办法，并将温度调  
至最高设定位置，电炒锅在额定电压下进  
行干烧。在温控器开始动作 3 次后，连续  
测量记录 3 个周期，5 个测试点的温度曲线，  
任意同一时间的最高温度点与最低温度差，  
最高温度值与最低温度值的偏差应在范围  
之内。

修订的标准着重规定电炒锅的热效率。  
“由于电炒锅分为整体式和分体式，而不  
同的形式它的材质也有所不同，所以标准  
规定分体式电炒锅的热效率应不低于 70%，  
铁锅体及不锈钢锅整体式电炒锅的热效率  
应不低于 75%，铝锅整体式电炒锅的热效  
率应不低于 80%。”张帆说。

除此之外，容积偏差、防粘涂层、防  
粘性、升温时间、无故障运行等内容也是  
技术要求的重点内容。标准规定：锅体的

**Intertek**

电话：021-61278200, 020-82139688  
网址：www.china.intertek-etlsemko.com  
E-mail: ce.asiapacific@intertek.com

本栏目由INTERTEK天祥集团协办

实际容积应不小于额定容积的95%；对于带有防粘涂层的容器，防粘涂层应具有适当的附着力，在正常工作中无脱落；同时具有适当的防粘性，在正常使用中，容器表面无粘附食物；锅底中心温度达到200所需的时间，铝锅体不应超过5min，铁锅及不锈钢锅体不应超过7min；无故障运行时间不应低于200h，经无故障运行试验后，应仍能正常工作。

### 修订源于产品形式多样化

“上世纪90年代初期，中国厨电行业刚刚起步，电炒锅作为新兴品类，不仅消费者不了解，许多执法单位对该产品也只是停留在概念阶段。为了尽快规范市场，提升电炒锅行业的整体水平，1991年有关部门制定了《电炒锅》行业标准。”宋永合认为，当初设立这个标准，由于很多企业的水平参差不齐，品种繁多，所以标准的门槛设得比较低。经过20年的发展，原标准中的很多指标已经不能适用目前市场和产品的要求，因此重新修订《电炒锅》标准势在必行。

张帆表示，电炒锅行业经过数年的发展，产品的形状和功能都有很大变化。“以前电炒锅形式相对单一，以一体式产品为主，现在市场上分体式产品较多，也由原先仅有圆形锅变为如今比较流行的方形锅。此外，现在产品一般都有防粘涂层。”

对于修订标准指标要求的难度，张帆表示，标准起草工作组在制定标准时，对市场上的产品进行摸底试验，一般主流企业生产的产品都能达标，只有质量实在不过关的产品才达不到要求。如果产品不达标，企业必须改善零部件寿命和改进加热方式。

1 额定功率与额定煎弧对照表

额定功率 (W)	额定煎弧长度/mm	
	整体式	分体式
800 < P 1100	180	160
1100 < P 1400	190	180
1400 < P 1700	200	180
1700 < P 2000	210	190

## 押宝大尺寸 引入事业部 夏普调整中国战略

在2012年7月3日夏普80英寸液晶电视发布会现场，甄子丹的亮相吸引了全部媒体的目光。对夏普来说，做出的改变，远不止更换代言人那么简单。

在推出中国市场最大尺寸的液晶电视的同时，夏普宣布引入日本事业部机能，加大中国市场的拓展力度。

### 中国战略调整

据夏普(中国)投资有限公司董事长兼总经理菅野信行介绍，继2011年在中国市场取得387亿日元的销售额之后，计划在2012年将这一数字提高到600亿日元，实现55%的增幅。为了实现这一目标，夏普将调整在中国的战略。

菅野信行表示，夏普去年10月在北京设立统辖公司，2012年4月，又在南京投资3000万美元成立夏普(中国)音视频事业本部。目前，在中国成立的事业推进部中，夏普划分健康环境、信息通讯、音视频和电子元器件四大事业本部。

夏普(中国)音视频系统事业本部部长藤泽贵明表示：“将日本的事业部机能转移到中国，加上原有负责开发的夏普电子研发有限公司和负责生产的南京夏普电子有限公司，这样在南京汇集了所有日本公司机能，实现高效率的地产、地销模式。同时，夏普(中国)在原有的商品企划部门上新增加市场部，与日本总部架构一致。”

据悉，夏普(中国)音视频事业本部成立的目的是生产适应中国市场的产品，更快地应对中国市场的变化、提供中国市场领先的产品。目前，夏普(中国)音视

频事业本部的目标是扩大中国内陆地区的市场占有率、加大宣传力度。

### 押宝大尺寸液晶

值得一提的是，夏普液晶电视的代言人，由刘若英变为此前代言夏普白色家电的甄子丹。菅野信行表示，此举的意义在于，甄子丹强有力的形象更符合今后夏普发展大尺寸液晶电视的定位。

菅野信行介绍说，从2011年开始夏普逐步增加60英寸以上的产品。2011年夏普实现了中国市场60英寸以上产品200万台的零售量，在60英寸以上的液晶电视市场中占有75%的销量份额。2012年夏普将继续扩大60英寸以上产品阵容，计划该尺寸段的产品销量占夏普在中国总销量的20%。

夏普商贸中国有限公司董事总裁棕木康裕表示，2012年1-5月，夏普60英寸以上液晶电视销量同比增长192%。夏普于2012年7月正式在中国市场引入80英寸液晶电视，使得目前夏普在中国大尺寸阵容中共有4款60英寸、4款70英寸以及1款80英寸产品。

“中国家庭的客厅比较宽敞，一般视听距离为2.5米-3.5米，60英寸-80英寸的大屏电视机为最佳选择。”棕木康裕认为，大尺寸液晶电视在中国市场的前途广阔。

据了解，此次夏普发布的80英寸的液晶电视采用多项新技术。如主动显示3D技术、四色技术、流畅平滑技术，并导入全新智能界面，相应在遥控器上也设置了智能键，可一键进入智能界面。该产品还可同时支持各种家庭娱乐设备“多屏互动”。该产品目前售价约8万元。(于昊)