

购买耐热玻璃产品 要看清材质

烹饪爱好者以及常在厨房中忙碌的主妇们,总免不了接触各类玻璃器皿。但由于对玻璃制品缺乏了解,且市场上产品标识不明确,不少主妇陷入了使用误区。殊不知,玻璃材质具有不同分类,稍有使用不当,很可能便存在安全隐患,发生突然爆裂等意外状况。因此,乐扣乐扣相关专家提醒消费者,购买使用玻璃产品时要认清品牌及品质,不要随意选购。

本版撰文 张岚

消费者对玻璃产品缺乏了解

什么样的玻璃餐具可以进微波炉?消费者是如何选择和使用玻璃餐具的呢?

笔者走访市场发现,很多大型商超中都出售琳琅满目的玻璃餐具,不少产品上都没有明确标注出材质,是否可以加热及使用注意事项等必要信息。消费者吴女士表示,她一般会选购厚一点的玻璃餐具以及保鲜容器,玻璃厚一点不容易碎,质量好一些。”当问及她购买的玻璃餐具能否进入微波炉或者烤箱时,她有点不确定了。“应该可以吧,我家的瓷碗也可以进微波炉啊。”

采访中笔者了解到,大多数消费者跟吴女士一样,对玻璃餐具制品认识并不清楚。事实上,玻璃餐具用品由于材质不同,其适用范围与使用注意事项也完全不同。消费者在选购时一定要看清楚其材质以及使用说明,避免造成意外。目前,市面上知名品牌的玻璃保鲜盒一般会配有详细的使用说明书,其中注明产品材质、使用注意事项等,比如在烤箱内应如何使用,在何种情况下使用会发生危险等。一些产品还在显著位置标注出产品为耐热玻璃或钢化玻璃。而一些带有包装盒的产品,也在包装上标示出玻璃的种类及使用指导等信息。

玻璃产品的分类及特点

有位消费者反应他们家的乐扣乐扣格拉斯,冰箱微波炉烤箱等厨房环境经常使用,用了好多年还是完好如初。而她朋友家买的其他品牌的玻璃器皿已经更换了好几回。据了解,玻璃器皿的好坏,关键在于材质。市面上的厨房玻璃器皿根据材质不同,分成普通玻璃、钢化玻璃和耐热玻璃

三种类型。普通玻璃有着“易碎”的弱点。钢化玻璃更多被应用于汽车玻璃、浴池隔板、电话亭等多个领域。但是它也有着自身不可避免的弱点:当周围所处的环境温度发生突然变化时,它有可能会破裂。对此,国内外媒体曾有过多起关于钢化玻璃器皿突发爆裂事件的报道。

耐热玻璃

适用于高温厨房

笔者在访问了有关专家后了解到,耐热玻璃产品重要的一点就是要耐高温,安全是首要问题。较之钢化玻璃,耐热玻璃器皿虽然耐冲击性稍弱,但却具备超强的耐热性,并且不会释放出有害物质,使用更为安全、安心。而钢化玻璃由于不耐热,不适合在经常需要加温的厨房等环境。据了解,耐热玻璃的线热膨胀系数越低越能承受急剧的温度变化因而越安全。一般市场上有些号称耐热玻璃的产品,其线热膨胀系数会在5.0甚至以上。所以,即使选购耐热玻璃产品,也要看清产品的线热膨胀系数。

尽管耐热玻璃的生产成本比钢化玻璃更高,工艺要求也更为严苛,但一些知名品牌本着为广大消费者安全着想的理念,依然坚持采用耐热玻璃材质生产。与钢化玻璃全然不同,格拉斯系列器皿所采用的耐热玻璃含有耐高温的硼酸,即使承受“冰火两重天”的巨大温差,也毫发无损。因此在使用过程中安全系数最高,其

耐热性能、透明性能也十分优良。乐扣乐扣专家介绍,我们倡导环保生活理念,旗下的格拉斯系列玻璃保鲜器皿就是采用了含有硼酸盐成分的耐热玻璃材质,非常安全可靠,其线热膨胀系数在3.88以下,不仅完全符合国家规定的“优等品耐热玻璃”线热膨胀系数为3.8的标准,与玻璃行业标准规定的4.2的线热膨胀系数合格标准相比,也是相当低的数值。”

高品质的耐热玻璃产品最适合热衷于微波炉及烤箱烹饪的乐活主妇们——它的耐高温玻璃材质最高



晶莹靓丽,可直接端放在餐桌上当作餐具使用。

耐热玻璃标识仍在推广

日前,中国日用玻璃协会副秘书长、高级工程师赵万帮在接受媒体采访时表示,目前存在的问题是,普通消费者无法从外观上分辨玻璃餐具的具体材质,而市场上一些产品确实存在标示不清的情况,针对这一问题,中国日用玻璃协会正在推行耐热玻璃认证标识。协会制订了严格的考核体系,授权生产过程控制严格、质量优良、服务过关的企业在耐热玻璃制品上加贴认证标识。届时,市民可凭此标识轻松辨别耐热玻璃制品。另外,赵万帮介绍,相关行业标准中规定了商品包装上的餐饮用钢化器皿的标志图,市民在选购时可注意辨别。

设计界

HOLA推出秋冬系列新品

2012年秋冬,国际时尚家居品牌HOLA特力和乐推出系列新品。冷色调交替运用,创新材质与工艺灵活表达,成就这一季独具匠心的家居时尚品味。HOLA特力和乐用“低调奢华”、“摩登格调”、“纯粹温暖”三把密钥,开启专属于这个秋冬的家居新风尚。低调奢华回归2012秋冬时尚秀场,区别于以往在华丽元素中汲取典雅灵感,本季HOLA特力和乐的低调奢华,着重凸显在细节上的精雕细琢。金属光泽、轮廓简明、融汇现代艺术,令摩登格调成为本季另一种个性风范。这一季,家饰小物不再是配角,而是展现品味的法宝。HOLA特力和乐将两者结合,打造摩登格调家饰,为秋冬居室提炼新亮点。创造温暖感受一向是秋冬的关注焦点。今年,视觉系和触觉系成为这一话题的最新关键词。2012秋冬,HOLA特力和乐强调纯粹温暖,通过颜色、材质,从视觉至触觉传递暖意。这一季秋冬家居,除了注重整体的低调奢华风,也可用暖色打造“温室”。红色与大地色系是最安全的暖色选择。将这两色大块运用于沙发、靠垫,又或者在整体风格中点缀一二,都能为家升温。通过色阶变换,即使是玻璃、珐琅这类冷感材质,均可被调和得充满暖意。



情报站

科勒奉献话剧炮制心灵SPA

厨房,炮制美食的基地;浴室,身心休憩的港湾。但你能想到在命运之绳的牵动下,厨房浴室成了都市男女爱情、生活的联结,并带他们驶向心灵最终的港湾吗?全球厨卫经典品牌——科勒KOHLER再次大胆突破创新,首次跨界戏剧界,为都市男女倾情奉献时尚话剧《厨男浴女》。日前,科勒话剧主创人员亮相新闻发布会,为大家带来《厨男浴女》的精彩片断,让观众都沉浸在男女主人公“石头”和“小鱼”的炮制的“爱情滋味”中,深刻感受到科勒在关注消费者物质生活的同时,不忘呵护大众的精神世界。

科勒公司全球人力资源资深副

总裁Laura Kohler女士表示:“科勒一直追求产品的突破创新,注重周全贴心的细节处理,期待为人们带来优雅舒适的生活。除了在物质生活上的人文关怀,科勒也不忘呵护大家的精神生活。希望观众看完《厨男浴女》之后,能够脱离浮夸、表面的生活形态,发自内心的开始享受轻松、平和的生活状态。就好像浴室和厨房带给你的感觉,这不是一个拿来作秀的地方,但却是一个能真正享受生活的地方。”除了带来视觉盛宴和心灵spa以外,科勒也致力于在大众全方位的优雅体验生活,因而在本次发布会上,也启动了雅悦荟上海会员计划和科勒杂志的发布。