

防暑用品，安全实用是正道

魏言

视点

提到防暑用品,以前人们或许会脱口而出扇子、草帽、清凉油,现在可能一下子都数不过来。防暑用品随着人们的需求不断派生出更多的品类,出现更多令人眼花缭乱的品种。

暑期旅游的人多了,太阳能风扇帽、针对不同环境防晒霜等等专门为旅游防暑开发的用品多起来;烈日当空,五颜六色的防晒服成了不少城市的一道风景,不论大人小孩都开始穿上身;宝宝的防暑用品一点不能马虎,商家的服务更是到位,仅是驱蚊这一项,现在就细分为预防用的驱蚊水、防蚊贴,叮后用的止痒膏等等,还

是国产进口多种品牌、多种香型供选择;家家有汽车了,酷暑之中爱车也得降降温,车用遮阳伞、车内遮光板、亚麻车垫、车载冰箱等汽车防暑用品越来越多。

丰富多样的产品在炎炎夏日给人们增添了许多便利,也激发了防暑用品巨大的市场需求,使之成为令商家垂涎的大蛋糕。同时由于品类繁多,多是“小物件”,很难有品牌独占鳌头,于是乎大小品牌“百花齐放”成了防暑用品市场最大的特点。但在这种丰富到令人眼花缭乱的选择背后,鱼龙混杂的现象就难以避免。

我们的记者在对不同的防暑用品市

场调查中发现,夸大用途、以次充好、超过保质期等诸多问题都有出现。只见商标不见厂址、生产日期等任何说明的儿童游泳圈,可能含有大量甲醛,还容易漏气造成危险;汽车换气扇、快速降温剂一类的产品,有些噱头大于实际用途,有的还可能造成车内二次污染;号称能防紫外线的防晒霜,有不少可能就是件能阻隔阳光的一般长袖衫……

在参差不齐的用品市场中,假冒伪劣劣要依靠市场监管者打击,在市场源头堵住“非正品”进场;商家得有良心,拿出真本事,做出属于自己的正品,相信小品牌照样可以做出大市场;消费者

需要慧眼识珠,依靠正规的购买渠道,多了解些用品安全质量知识,不给忽悠者生存的空间。

特别想说的是,虽然消费者难免会为尝试新鲜的事物买单,但安全是不容突破的底线,是正品的底线。不是只有进“口”的东西才涉及安全,消费者对于用品的质量和环保安全知识越来越丰富,用品安全的诉求越来越强烈。在食品领域,商家已经见识过让消费者重拾信心是一项多么艰难的任务,当信任失去时,再低的价格也无法挽回消费者的心。希望这样的弯路不要在用品领域再次上演。

防晒服装：并非都是名副其实

本报记者 陈莹莹



“为了防晒,也因为好看!”邹小姐这样说。在商场的专业户外运动品牌中反复挑选对比后,她最终买了一件Rapido的防晒衣,即便打完折还花了将近1000元。这件明黄色的半透明长袖薄衫,成了她今夏长时间户外活动的保护伞。

这两年,色彩缤纷的防晒衣开始悄然流行,不但在各地的服装市场常能看到,而且网络上也掀起了购买狂潮。在淘宝,输入“防晒衣”后会出现数万条商品检索结果,一件特价23.98元的防紫外线长袖衫月销售量竟高达93633笔。

这是什么概念呢?就是说这件防晒衣相当于一把防紫外线伞的价格,甚至更便宜。在这件防晒衣的详细介绍中,提到“一件轻盈的防晒衣就可以将刺眼的阳光、伤人的紫外线挡在外面”,但既没有说明防晒的原理也没有提供证明防晒性能的专业参数。不过,天蓝、玫红、荧光粉、湖蓝、橘黄、苹果绿等12种可供挑选的颜色,的确如糖果般甜美。

什么是防晒衣?简单来说防晒防的是紫外线。国家质检总局发布的《纺织品防紫外线性能的评定》中规定:只有当产品的UPF(紫外线防护系数)大于30,且UVA(长波紫外线)透过率小于5%时,才可称为“防紫外线产品”。这两个条件缺一不可。这件能有效防止紫外线的衣裳,也可以成为防晒衣。UPF值为30,就是只有1/30的紫外线可以透过织物,UPF值越高,就说明紫外线的防护效果越好。根据不同的UPF值,防晒衣的吊牌上也会注明“30+”或“50+”的字样。

而在淘宝上热销的防晒衣,绝大多数都没有面料介绍、UPF值,咨询卖家,得到的回答大都是“肯定能防晒”、“能有效反射太阳光”。在专业户外品牌NIKKO,工作人员告诉记者,只有一款采用了特殊面料的短袖T恤可以称得上是防晒衣,这款售价不到200元的T恤,标签上就有“30+”的标识。

也就是说鲜艳、长袖、轻薄并不是防晒衣的充分条件。在淘宝上从几元到几十元不等的防晒衣,更多的只起到了一般长袖衫阻隔阳光的作用,而不是针对性的防紫外线用品。消费者购买防晒衣,一定要看清标识。



太阳镜并非颜色越深越护眼

烈日当头,太阳镜是人们出行必备的遮阳防晒用品之一,很多人认为镜片颜色越深越能防止紫外线对眼睛的伤害。眼科专家表示,太阳镜并非颜色越深越好,镜片颜色太深反而可能对眼睛造成损伤。

太阳镜的镜片应保证能穿过30%的光线,以灰色或绿色为最佳。

打赤膊不凉快反而易晒伤

炎炎夏日,不少市民尤其是户外工作者往往认为赤膊会感觉更凉快。皮肤科专家提醒,赤膊不仅不会令人感觉凉快,反而容易造成皮肤晒伤。

若要在每天上午10时到下午2时之间外出,可选择戴宽檐帽,穿棉、麻类的浅色衣服,尤其是户外工作者。此外,要多喝水,特别是盐开水,要随身携带十滴水等防暑降温药品,可做预防性服用或出现中暑的轻微症状时服用。(据新华社)

儿童用品：远离“三无”保安全

本报记者 郑杨

连续多日的桑拿天,使广东市场上的婴幼儿防暑降温用品火了起来。

记者在市场上走访发现,品类众多的宝宝防暑用品难免鱼龙混杂,品质参差不齐,价格则存在天渊之别。东莞一家大型外资连锁超市专门辟出了“嬉水乐园”,一个婴儿充气泳池售价高达468元,一只带音乐功能的婴儿套颈游泳圈售价达158元;而在一家平价母婴商店,记者发现有类似功能的充气泳池和套颈游泳圈售价分别仅为90多元和25元。在金树路街边小摊上,甚至有八九元的儿童游泳圈出售,包装上除了商标不见厂址、生产日期等任何说明,当记者提出质疑,摊主轻松回答:“又不是吃的,还怕过期吗?”

在宝宝防暑促销大战中,不少商家推出了“限时促销”、“买一送一”等各种优惠,其中暗藏不少陷阱。在一家“母婴世界”商店,记者看到一款婴儿驱蚊器包装内附赠一瓶婴儿痱子水,打开一看,痱子水瓶身上的限期使用日期已到期。在另一家“今生宝贝”母婴店,一款“买一送一”的大瓶婴儿花露水,使用期限只到明年3月,想要为明年夏天囤货的妈妈若若不细看,难免“中招”。

记者随机采访了一些家长发现,面对令人眼花缭乱的宝宝防暑用品,他们最大的困惑一在于安全性,二在于价格。对此,有关专家指出,选购宝宝专用商品一定要睁大眼睛,掌握窍门。首先要确保安全,到正规场所选购品牌商品,并确认产品的许可证、标准、生产日期等要



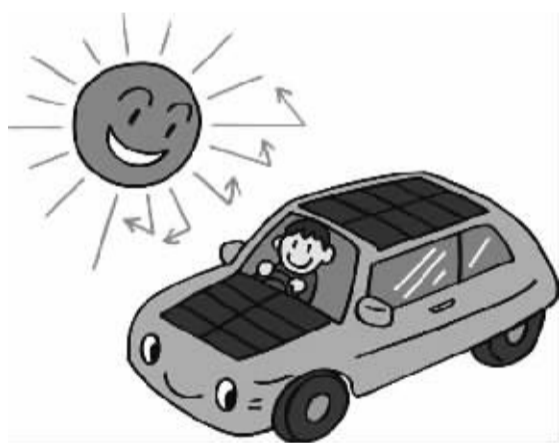
素,远离“三无”商品。

其次,不能贪图便宜,被商家的促销花招所蒙蔽。尤其是防蚊、防痱、防晒等宝宝护肤品,应按需购买,避免大量囤货,让宝宝用到新鲜又安全的产品。

最后,进口或者国产并不重要,关键还是要看产品成分,尽量购买成分天然、最少化学添加剂的宝宝防暑护肤品。拿婴儿痱子粉来说,许多国际知名品牌都还在生产含有滑石粉的痱子粉,滑石粉不仅致癌,而且对宝宝呼吸道、神经都有损害,最好选购以天然玉米粉、松花粉为原料的痱子粉。

汽车用品：莫信噱头重视环保

本报记者 李治国



随着有车一族数量的增多,车内遮阳板等车用防暑用品也成为抢购的热门用品。车载防暑用品包括车用遮阳伞、车内遮光板、汽车换气扇、亚麻车垫、贴膜、车载冰箱等多种。业内人士表示,夏季车内温度较高,选购车用防暑用品不能只图便宜,也要注意安全与环保。

位于上海曹安公路上的沪宁汽车用品市场经理王世清告诉记者,车用防暑用品在整个汽车用品市场上不占

有太大的份额,属于应季畅销用品。虽然汽车用品市场一般都在比较偏远的地段,但因为销售的产品在价格上相对比较便宜,因此能够吸引消费者前来购买。

当记者问及汽车防暑用品质量时,王世清表示,门店也在不断更新换代。比如相对成熟的车用贴膜方面,不少门店已经开始转向销售品牌产品,因为“产品不好,消费者也不会来”。

广州本田在上海御桥路的4S店的销售人员告诉记者,遮阳板这类用品本身价格不算很高,一般车主在做汽车保养之际就会顺带购买。类似车载冰箱一类的产品,由于夏季车内气温高,对于车载冰箱的安全会造成影响,因此店内不销售这类产品。也有业内人士表示,类似汽车换气扇、快速降温剂一类产品,噱头大于实际用途,比如快速降温剂一类产品含有干冰,也容易对车内环境造成二次污染,因此也不建议购买这类产品。

此外,随着电子商务的发展,上网购买防暑用品成为热门渠道。习惯于网购的车主徐女士告诉记者,如果只是买遮阳板一类的物品,网上就解决了,但如果是购买贴膜等影响汽车美观或者影响汽车运营的重要物品,还是去4S店比较放心,不能只图便宜。可以说,徐女士的心得也代表了当下不少消费者的购物心态。

旅游用品：种类繁多实用为先

本报记者 吴陆牧



受持续高温天气的影响,重庆各地避暑景区都迎来了避暑游的高潮,由此也带动了防暑旅游用品市场的火热。近日,记者在重庆市解放碑、观音桥等几大商圈走访时了解到,防暑旅游用品已经进入销售高峰期,遮阳伞、防晒霜、防暑小风扇等产品受到了市民和游客的欢

数字新闻 SHUZHIXINWEN

上半年有色金属产量

▲10%

本报北京7月29日讯 记者林火灿从国家发展改革委获悉:今年上半年,全国十种有色金属产量1947万吨,同比增长10%,增速同比加快3.3个百分点。

其中,电解铝产量1058万吨,增长7.9%,减缓1.8个百分点;铜产量增长12.9%,加快2.6个百分点;铅产量增长12.5%,加快3.6个百分点;锌产量增长9.2%,去年同期为下降6.2%。氧化铝产量增长10%,加快0.3个百分点。

前5月建材行业实现利润

1321.5亿元

本报北京7月29日讯 记者林火灿从国家发展改革委获悉:今年上半年,全国水泥产量109607万吨,同比增长9.7%,增速同比加快4.2个百分点;平板玻璃产量38987万重量箱,增长10.8%,去年同期为下降3.1%。前5个月,建材行业实现利润1321.5亿元,同比增长19.9%。其中,水泥制造业利润152.8亿元,增长1%;平板玻璃行业利润10.4亿元,去年同期为净亏损4.2亿元。

水泥价格下滑,平板玻璃价格继续回升。6月份,重点建材企业水泥平均出厂价为339元/吨,比上月下降3.7元/吨,同比下降19.1元/吨,降幅分别为1.1%和5.3%。平板玻璃出厂价63.8元/重量箱,比上月上涨1.4元/重量箱,同比上涨3.3元/重量箱,涨幅分别为2.2%和5.5%。6月末,重点建材企业水泥库存2776万吨,同比上升0.3%;平板玻璃库存4428万重量箱,上升8%。

上半年化工行业增加值

▲11.8%

本报北京7月29日讯 记者林火灿从国家发展改革委获悉:今年上半年,我国化工行业增加值同比增长11.8%,增速同比减缓0.2个百分点;重点监测的化工产品价格也有所回落。

在主要产品中,乙烯产量795万吨,同比增长4.6%,去年同期为下降3.3%;初级形态的塑料、合成纤维产量分别为2830万吨和1795万吨,增长7.8%和4.9%,增速同比减缓1.6个和7.7个百分点;合成橡胶产量198万吨,增长6.1%,加快0.2个百分点。烧碱产量1406万吨,同比增长4.7%,增速同比加快1.5个百分点。纯碱产量1215万吨,下降0.3%,去年同期为增长7.5%。化肥产量4018万吨,增长8.6%,减缓3.3个百分点;其中,氮肥、磷肥、钾肥产量分别增长8.8%、5.1%和20.1%。

上半年软件业务收入

▲24.5%

本报北京7月29日讯 记者黄鑫报道:工信部今天发布数据显示,上半年,我国软件业务收入达1.39万亿元,同比增长24.5%,增速低于去年同期1.7个百分点。其中6月份增长25.4%,增速比5月提高4.5个百分点。

上半年,在软件产业新政策的引导下,软件产品和系统集成增长步伐加快,实现收入4447亿元和2951亿元,均同比增长27%,分别比去年同期提高1.6个和5.2个百分点,成为收入增长最快的领域。

上半年电子信息产业500万元以上项目完成投资额

4731亿元

本报北京7月29日讯 记者黄鑫报道:工信部今天发布的数据显示,今年上半年,电子信息产业固定资产投资增长呈“V”形走势,4月份到达谷底后回升迹象明显。但始终低于工业投资5个百分点以上,整体仍处于低增长区间。

据统计,上半年,电子信息产业500万元以上项目完成投资额4731亿元,同比增长10.4%,今年首次出现高于去年同期增速的情况。其中,集成电路、通信设备领域投资增势突出,计算机、光伏等行业仍持续下滑。上半年,集成电路领域完成投资248亿元,同比增长58.5%,增速高于去年同期41.8个百分点;通信设备行业完成投资394亿元,同比增长46%。

6月末全国小额贷款公司数量

7086家

本报北京7月29日讯 记者王信川、实习生张增报道:中国人民银行今天发布的统计数据显示,6月末全国共有小额贷款公司7086家,贷款余额7043亿元,上半年新增贷款1121亿元。自2005年开启小贷公司试点以来,当年公司数量尚不足10家,截至2012年末已经达到6080家,贷款余额达到5921亿元。

从分地区情况统计来看,江苏、辽宁和内蒙古的小额贷款公司机构数位列全国前3位,分别为529家、499家和472家。同时,江苏以1090.68亿元的贷款余额遥遥领先,浙江和四川的贷款余额分别为818.82亿元和432.73亿元。