



# 这些防暑误区一定要避开

## 误区一:白天在室外才会中暑

中暑跟人所处环境的温度、湿度、通风条件等相关,并不是只有在太阳下暴晒才会中暑。即使是室内,如果环境密闭无风、高温高湿同样容易中暑。有些老年人因担心电费而不使用空调、电扇等电器,在高温天待在家中仍有可能中暑。

## 误区二:防暑即防晒,捂严实了最好

人体主要散热器官是皮肤,在炎热的夏天,主要靠汗液蒸发和空气对流带走热量。如果穿得太厚或是透气性不好的衣服,人体散热受阻,更容易中暑。建议在高温高湿环境中停留时,注意科学补充水份和电解质,选择撑伞等物理防晒,穿凉爽透气的衣服。

炎炎夏日,高温“烤”验让人喘不过气。到底该如何科学防暑,避免误区呢?让我们听听中南大学湘雅三医院120急救中心主任左钰怎么说。

左钰介绍,高温高湿或者无风的环境下容易中暑,轻者可能会出现头晕、无力、呕吐等表现,重者甚至会发生痉挛、晕厥、衰竭、休克等,如果发现不及时或者处置不当,可能导致严重的不良后果。65岁以上老年人、婴幼儿、儿童及慢性病患者中暑的风险最大。

“当前公众对中暑还存在不少认识误区。”左钰表示,有时错误的做法可能引起中暑,甚至加重症状。

## 误区三:婴幼儿不能吹空调

每年都有粗心的家长没有及时关注孩子的身体状况,怕着凉给孩子穿太多、不敢开空调,或是让孩子待在闷热的车内,导致孩子发生中暑。儿童尤其婴幼儿基础代谢要比成人高,体温调节中枢还未发育完善,家长需要多留心,小心矫枉过正,孩子没着凉反而中暑。

## 误区四:中暑发热后口服退烧药

中暑引起的体温升高与普通的发烧需区别对待。中暑引起的体温升高主因是散热障碍,退烧药会使已经大量出汗的患者进一步出汗,加重电解质紊乱,加重病情。

中暑发热的正确应对方式是物理降温,如将患者移到阴凉通风处,用20摄氏度左右的温水擦拭身体,水份蒸发加速散热,请避免用大量酒精擦拭身体。

## 误区五:中暑后大量饮水

中暑后适当补水是正确操作,但切勿大量饮用纯净水。只补充水份不补充电解质会导致电解质平衡被打破,出现稀释性低钠血症,还可能出现脑水肿昏迷。正确的补水方法是少量多次,并且最好饮用含有各种电解质的液体,如果汁、淡盐水等。

(闫妍)  
据人民网

## 防晒衣热销季

## “黑科技”防晒衣果真如此“硬核”吗?

热辣的阳光炙烤着大地,街上来往的行人都将自己“捂”得严严实实,用各种各样的形式开启最强“防晒模式”。高温、阳光、出行等一系列要素加快了防晒服市场的发展。

### 国内防晒市场“朝气蓬勃”

防晒似乎一直是夏季的重要关键词之一。随着消费者的防晒意识不断增强,防晒市场发展至今仍在持续扩张。除了常见的防晒霜、遮阳伞、遮阳帽外,还有防晒服、防晒口罩、防晒冰袖、防晒腿套、防晒袍等产品都在逐步成为不少消费者的必备防晒单品。这其中防晒服成为了今年备受推荐与关注的防晒装备之一。

从魔镜市场情报监测的数据来看,近五年来,天猫淘宝防晒服市场的规模逐年扩大,销售额和销量都呈现增长趋势,同时商品均价也有所上涨。伴随消费者对皮肤健康和防晒的关注不断增加,防晒服的需求呈现出快速增长的趋势,在服饰市场稳中有升。从此前的销售数据可以看出,防晒服增长潜力十分突出,且功能时尚兼备。我们也可以从品牌动态中看到,波司登、骆驼等品牌均已开始选择拓展布局防晒服市场。防晒服市场的前景可以说十分乐观。

未来,随着防晒服市场竞争进一步加剧,消费者对于产品的要求会更加严格。除了防晒服的适用场景会愈加多元化外,消费者对高品质、高防护性能的防晒服的需求将不断增加。从2023年1—5月天猫淘宝销售数据来看,300元以上的防晒服同比增速高达418%,代表品牌如波司登、安踏等,通过级防晒功能和推出高价格的防晒服获得消费者的青睐。因此,品牌的创新力和差异化将成为保持竞争力的关键,品牌将通过创新设计、高品质材料和功能性特点来争夺消费者的关注 and 市场份额。



### 市场频现“黑科技”防晒服

我们注意到,一些电商平台上的防晒产品类型多样,颜色和款式丰富,价格从几十元到几千元不等。而其中更有不少商家为自家产品贴上了“玻尿酸保湿”“驱蚊”“抑菌”“纳米级防晒纤维”“木糖醇”等五花八门的标签。

部分商家甚至宣称“面料含有玻尿酸,具有保湿作用”,又或是玻尿酸防晒服可以达到“保湿防晒二合一”“内保湿外防晒”“与肌肤摩擦,水润感直达肌底”等效果。还有商家在店铺宣传语中写道“产品采用木糖醇凉感原纱,上身可立即感到‘降温5摄氏度’”“驱蚊防晒衣,在防蚊虫方面实测趋避率达97%”……千奇百怪的标语背后是动辄成百上千元的价格。为了更好更快地吸引消费

者,商家似乎正拼命想在防晒的面料创新上挖掘出新的卖点。

由于消费者对于防晒服面料等相关“黑科技”的了解并不全面,且消费者自身无法进行专业测试,再加上缺乏直观评判标准,因此,人们对于穿戴类防晒产品的功效评价还是多集中于触感这个方面,主要是针对面料是否能达到“摸起来顺滑”“面料柔软”“面料很薄”“摸起来冰冰凉凉”等。实际防晒效果究竟如何,消费者难以给与一个准确且肯定的证实。其他方面则是“降低体感温度这点没体会到”“防不防晒不清楚,没啥专业测评工具。”以蕉下品牌来说,其销量很高的几款防晒服也曾有消费者留言称虽然衣服面料冰凉,但被认为“价格浮动太大”等。

### 选购防晒服的首要宗旨是科学参数

夸张的宣传标语、博主的“花式”安利,消费者对于皮肤白皙的过度追捧都无意识地催生出“防晒焦虑”。科普中国刊文提示,过度的防晒将影响到紫外线促进维生素D的合成,可能会诱发骨质疏松。

我们在选购防晒产品时最重要的是,关注参数。在产品防晒功能过关的前提下,轻薄透气,款式新颖的防晒服才能吸引到更多的消费者,希望通过穿防晒服美白补水是不够科学严谨的。

北京市消费者协会发布提示,消费者在选购防晒类产品时,首要关注的就是产品的防晒效果,而判断防晒效果的标识有两个,一个是SPF值,另一个是PA等级。SPF值称为日光防护系数,是对UVB(中波紫外线)防护效果的评定,与之对应的是PFA值,它反映的是产品对UVA(长波紫外线)的防御效果,通常用与其数值相对应的PA等级标示。

在购买防晒类产品时应查看产品标签的内容是否完整规范,防晒化妆品在我国属于特殊用途化妆品,产品标签上必须要有特殊用途化妆品批准文号,并且标明防晒系数SPF值和PA防护等级。一般情况下,SPF值和PA防护等级越高,防晒效果越好,但同时刺激性也越大,带来的不安全因素也就越多。所以,消费者应根据日光暴露情况选择适宜防护强度的防晒产品。

在选购防晒类产品时还要读懂防晒品标签的保质期。防晒品标签的保质期一般通过下列两种方式标注:1)生产日期和保质期;2)生产批号和限期使用日期。

据新华网