

防晒衣火爆背后

新华社 杨文 翟翔

今年夏天,全国多地持续高温天气,部分地区气温达40摄氏度之上。烈日炎炎下,防晒衣销量猛增。

防晒衣的防晒效能到底怎样?这一迅速增长的市场未来走势如何?记者进行了调研。



“今年防晒衣太火了”

“每天骑电动车上下班、走基层,脸和脖子全都晒伤了,又红又疼。”山东滨州的公务员李先生今年首次关注起了“物理防晒”,购置了一件199元的品牌防晒衣。

前不久,上海一家科技企业的高管汪女士为全家人都买了防晒衣。“今年防晒衣太火了。骑车、步行的人很多都在穿。有的女孩子把自己全身都包裹得严严实实。我老公这种以前连防晒霜都不用的人,也说要买一件防晒。”

这个夏天,高温给普通人的生活带来明显影响。除了防暑降温、防热射病,媒体和医学专家反复提醒人们要注意防晒。防晒衣这种原本以户外劳动者及年轻女性为主要消费群体的市场,迅速扩展到全民领域。记者看到,不少外卖小哥都自费装备了防晒袖套、口罩及防晒衣。

京东数据显示,近期防晒衣销量环比增长超过50%;天猫数据显示,在今年“6·18”期间,服饰类的防晒新品成交额同比增长180%。根据户外品牌“蕉下”的招股书数据,防晒服饰的市场规模由2016年的459亿元增至2021年的611亿元,2023年将超过700亿元。

安踏集团高级传播总监姚鹏表示,今年夏季运动鞋服行业防晒衣品类线上销量整体有两位数增长。北京当代商城一家户外品牌的售货员告诉记者,往年购买防晒衣的群体以年轻女性居多,从今年的销售情况看,男性、老年人、儿童也多了起来,一些尺码都卖断了货。

防晒衣究竟能否防晒?

在社交媒体上,关于防晒衣到底是服装“黑科技”还是收割“防晒焦虑”的话题热度持续不减。有人说穿着太闷;有人说普通衣服一样防晒;也有人说的确有效,防晒衣遮挡与未遮挡的皮肤产生了明显色差。

那么,防晒衣的防晒效能到底如何?其基本技术原理是什么?

专家说,首先要搞清楚UVA和UPF的概念。“到达地表的紫外线主要是长波黑斑效应紫外线(简称UVA),是导致晒黑的主要原因。”山东省纺织科学研究院新材料研发部部长杨琳介绍。“UPF是紫外线防护指数,表示材料对紫外线的防护能力。”北京服装学院教授龚龔说。

我国现行国家标准《纺织品 防紫外线性能的评定》规定,当样品的UPF大于40,且UVA透射比小于5%时,可称为“防紫外线产品”。

龚龔说,如果看到防晒衣的标签上标注着UPF40,就是指1/40的紫外线可透过防晒衣。业界一般认为,UPF值50为最高级别的防护,超过

这个数值其实也不会有更强的防护效果。

杨琳说,防晒衣主要通过面料中使用防紫外线助剂、防紫外线纤维或增强织物密度等几种方式,使其具备吸收、反射和散射紫外线的作用,降低紫外线对服装的穿透力,起到防晒作用。

“从面料材质来看,聚酯纤维、尼龙、聚丙烯及一些特殊处理的天然纤维,具备较好的防紫外线性能。”龚龔介绍。杨琳表示,洗涤次数会影响部分防晒衣的防晒性能,建议产品上标注建议洗涤次数或建议使用时间。

不必盲目崇拜“大牌”“高价”

随着市场快速增长,一些防晒衣的广告纷纷大打“科技牌”,价格也水涨船高。记者在天眼查以“防晒衣”为关键词进行专利搜索,发现有效专利158件,其中“外观设计”类专利有87件。在某购物平台上,记者发现两款售价在2000元以上的防晒衣,询问客服如此定价是否运用高端技术,仅得到“我们性价比高”“新晋轻奢”“甄选品质”等模糊回应。

“太阳光底下会迅速变色”“木糖醇制成的防晒衣”“一秒散热,上半身瞬间降温”“有效避开20多种蚊子,避蚊率达到97.06%”……究竟如何理解这些看起来“花哨”的功能?对此,杨琳说,添加光敏变色、接触凉感或驱蚊材料可在一定程度上赋予纺织品变色、凉感和驱蚊的功能,但对其性能的评价仍需依据相关标准。

业内人士认为,防晒衣重在防晒,在此基础上,未来会出现更多符合消费者审美,并叠加防风、防雨等其他功能性需求的产品,以及更为轻盈、透气、舒适的面料。消费者无需盲目崇拜大牌及高价,品牌也应更多挤出营销水分,多些科技含量。

防晒衣吸湿透气性相对较差,长期穿戴可能会在炎热潮湿的环境中导致痱子和湿疹等皮肤问题,这一问题正通过技术进步得到逐步解决。龚龔说,一些品牌采用了新型纤维材料和纺织技术,如将聚酯纤维与氨纶等混纺,或采用纳米技术等使衣物表面呈现微孔结构,从而提升透气性能。

杨琳说,基于纳米材料的热湿舒适型防晒衣、基于智能电子纺织品的可监测生理参数的智能型防晒衣、基于形状记忆材料的温湿度响应型防晒衣等高新技术含量防晒衣有望走进人们的生活。龚龔说,可持续发展意识的增强将推动防晒衣市场向更环保的方向发展,可能会以回收纤维制造或使用可降解成分。

“需要提醒消费者的是,防晒衣只是防晒的辅助手段之一,其他防晒措施如使用防晒霜、遮阳帽、太阳镜同样重要,在阳光强烈的环境中要结合多种防晒方式以增强防护效果。”龚龔说。

顺风车出行

《工人日报》杨召奎

可让乘客和车主提前

近日,哈啰顺风车平台在浙江省杭州举办了一场用户恳谈活动,多位用户和行业专家与平台代表交流了顺风车出行体验和行业发展路径,其中高速费、过桥费该谁出成为焦点话题。

与其他商业出行方式不同,顺风车出行采取一口价和预付费机制,车费不受道路拥堵影响,因而车费较低,受到不少消费者的欢迎。此前,交通运输部曾表示,要鼓励合乘、顺风车等分享模式发展。不过,因合乘途中会发生高速费、过桥费等额外出行成本,少则几元,多则上百元,因此,在实际打车过程中容易引发纠纷。

高速费

对于出租车、网约车而言,高速费通常由司机承担,但对于顺风车来讲,这笔费用由谁承担并未明确。

过桥费该谁出

建立合理预期

针对这一问题,哈啰顺风车平台过去半年招募了超100万用户,经过大量访谈分析发现,51%乘客表示愿意承担高速费,仅有6%的车主完全不愿意承担,且总体而言乘客和车主间存在友好沟通和共识的基础。

嘀嗒出行公关部负责人李欣泽也对记者表示,过去几年,该平台一直在探索如何制订一套科学合理、充分保障双方权益的费用分摊规则和机制,为车乘双方友好协商创造条件。在综合近80万用户的讨论、建议后,该平台得出的经验是需要“规则践行+理念倡导+机制保障”三者有机结合。

东南大学法学院副教授顾大松认为,顺风车是一种典型的社会互助行为,企业重在撮合及搭建服务平台,合乘体验不断提升离不开平台、用户以及社会各界共建。

北方工业大学教授纪雪洪则表示,让乘客和车主在线上提前表达意愿,有助于建立合理预期,且有助于平台管理。

顺风车车主蔡女士表示,平常接单时会与乘客协商路线和高速费分摊,如协商不成会自行承担费用。如果在平台上可以事先说好,那再好不过了。

记者注意到,目前,在充分征求用户建议基础上,嘀嗒出行已上线顺风车高速费分摊新规则,其核心是乘客在城际顺风车和市内顺风车下单时,需先明确选择高速费分摊的具体方式(平摊、全付或不付),方可完成下单,车主接单即表明接受该分摊方式。同时,嘀嗒顺风车全新开发高速费线上支付功能,乘客可在APP内直接支付,并100%到账车主钱包。

哈啰顺风车平台方面表示,接下来将请车主和乘客在线上表达高速费支付意愿——乘客在发布行程前可在APP内自主决定是否愿意分摊以及分摊比例,车主则能依据乘客表达的倾向来选择是否接单。如果双方选择分摊,高速费可在线上完成支付。平台方面,将基于以上契约约定管理规则。

