

炎炎夏日，各类清凉防晒产品开始持续热销，其中，防晒衣成为很多人的心头好——云朵凉感、原纱防晒等一众概念走俏市场；从头到脚，从连帽、斗篷等款式到多巴胺配色，防晒穿搭成为夏日潮流。在某社交平台上，搜索“防晒衣”相关内容已有超 320 万篇笔记。一边是“黑科技防晒衣封神了”，另一边是“感觉防晒衣有点智商税”，博主们在测评、分享上逐渐走向了岔路口的两端。那么，防晒衣究竟是怎么防晒的？其背后的“黑科技”又到底是不是“智商税”呢？

添加了“黑科技”成分的防晒衣真的管用吗

防晒产品的原理是什么

专家表示，防晒实际上是防紫外线。近年来臭氧层逐渐变薄，紫外线的强度越来越大，防晒可以有效地帮助人们降低患皮肤癌的风险，也可防止晒伤晒黑。除此以外，阳光中的紫外线是引起皮肤老化的主要自然原因，防晒某种意义上也是防老。

防晒霜的防晒作用主要取决于防晒系数(SPF)和 PA 指数。防晒系数越大，所能过滤掉的阳光也就越多；PA 指数是对紫外线中 UVA（波长 320~420nm）的防御能力，以 PA+++ 的效果最佳。

“硬防晒”中的防晒衣是许多人的首选单品。由于纺织品表面不平整，会先对阳光进行部分吸收、反射，其余部分才会穿透织物照射到人体皮肤。虽

然普通的衣物也具有一定防紫外线效果，但是炎热夏日里，轻薄、干爽的防晒衣更受欢迎。

防晒衣的主要作用原理有三种。第一种是吸收原理，在纺织品织造过程中添加紫外线吸收剂，将紫外线中的电磁能转化为热能和无害的低能量辐射，比如氧化锌、二氧化硅等陶瓷粉末具有反射、散射紫外线的作用，水杨酸酯类化合物对紫外线也具有吸收作用；第二种是屏蔽原理，依靠纤维自身性能对紫外线产生屏蔽作用，比如聚酯纤维本身具有良好的防紫外线功能；第三种是增加织物的密度以降低紫外线的穿透率，但服装的透气性、舒适性也会因此受到影响，不适合夏天穿着。

3万元的防晒罩衣 噱头远大于实际效果

市面上的防晒衣五花八门，消费者的需求也早已不是单纯的防晒了，产品的颜值、版型、功能成为了重要加分项。例如某奢侈品牌的一款防晒罩衣，卖出 3 万元的价格，其主要成分为丝绸，品牌效应带来的附加价值可见一斑。

此外，近期市场上还出现多种“黑科技”产品，例如“面膜防晒

衣”宣传在产品中加入了“762 mg/kg”的玻尿酸成分，与皮肤接触可以达到保湿作用；“木糖醇防晒衣”号称采用木糖醇凉感原纱，穿着后可使体感温度速降 5℃；还有添加了艾草成分的“驱蚊防晒衣”，宣称拥有驱蚊抗菌等多重功效。

业内人士表示，这些“黑科

技”的噱头远大于实际效果，想要通过服装达到保湿作用的想法虽然很好，可其实际效果有限，不如直接使用护肤品。而“木糖醇防晒衣”只在穿着初期有凉感，时间一长和普通防晒衣没什么两样；“驱蚊防晒衣”驱蚊效果一般，并且普通衣物也可在一定程度上起到遮挡蚊虫叮咬作用。

消费者应该如何选购防晒衣

纺织行业标准 FZ/T 74007-2019《户外防晒皮肤衣》中明确规定了户外防晒皮肤衣须采用具有防紫外线功能，且单层面料平方米质量不大于 60g/m² 的纺织织物为主要面料制成，并从安全性、尺寸外观、色牢度、透湿性、防紫外线性能等方面进行了规范。国家标准 GB/T 18830-2009《纺织品防紫外线性能的评定》中规定：只有当产品的 UPF（即紫外线防护系数）大于 40，且 UVA（长波紫外线）透过率小于 5% 时，才可称为“防紫外线产品”。其中，UVA 波段紫外线穿透力强，可达皮肤真皮层，

会催生皱纹、造成老化；UVB 波段紫外线频率稍高，过量照射可能导致红疹、灼伤等。通常情况下，UPF 数值越高，对紫外线的防护效果越好。在购买之前，消费者可以在商品介绍中查验，或者要求店家出示防晒的检测报告，对防晒衣的防护效果加以核实。

除了防晒性，消费者也要注意防晒衣的材质。从材料来看，涤纶、锦纶所制得产品的防晒效果比棉、真丝好；从颜色上看，鲜艳或深色如红色、黑色，比浅色的防晒效果好；从性能上来看，耐洗涤性好的更易久穿，透气性、透湿性高

的更舒适。好的防晒衣，在确保防护效果的同时，应兼顾耐久性和透气透湿性。

同时，据专业人士介绍，目前，在市场销售的防晒服价格从几十元到上百元不等，其实从面料、设计和工艺的成本来整体考虑，百元以上，并且具有上述标识的防晒服是可以放心购买的，太过便宜的防晒服则不建议购买。有些防晒服售价很高，其中很大部分是包含了品牌溢价和设计风格等方面的因素，在满足国标的情况下，其对皮肤的防紫外线保护功能相差不大。

（来源：光明网等）

贵州茅台将减少出货量？公司：有自己的发货节奏

据澎湃新闻报道，飞天茅台批发价持续下跌。据第三方平台“今日酒价”数据显示，6 月 14 日飞天茅台断崖式下跌，散瓶价格逼近 2200 元。

6 月 14 日，记者致电贵州茅台证代，对方表示，普通飞天茅台的指导价格是 1499 元，“您说的价格我们也有关注到，目前来说公司的动销都是正常的。”

6 月 14 日，2024 年飞天茅台 53 度/500ml 原箱价格一瓶为 2550 元，较 13 日下跌 145 元；散装价格一瓶为 2230 元，较 13 日下跌 190 元。2023 年飞天茅台 53 度/500ml 原箱价格一瓶为 2580 元，较 13 日下跌 140 元；散装价格一瓶为 2260 元，较 13 日下跌 190 元。2022 年飞天茅台 53 度/500ml 原箱价格一瓶为 2700 元，较 13 日下跌 150 元；散装价格一瓶为 2450 元，较 13 日下跌 110 元。

记者以投资者身份联系了贵州茅台的投资者关系部门，询问茅台是否会采取减少出货量等措施来阻止价格下跌，相关人士回应称：“公司有自己的发货节奏，年初就已经制定了（计划），也会根据市场情况进行一定的调整。”

花5000元“认养黑猪”就能每天“返利”？警惕新型网络传销

花 5000 元“认养”一头黑猪，此后每天都有“返利”；若发展新会员，可获得新会员认养金额 20% 的“返利”……靠这种方式，一个名为“禾元农场”的 App 两年收取会员资金 4 亿多元。不久前，四川省雅安市石棉县人民法院对这起新型网络传销案件公开宣判，24 人因犯组织、领导传销活动罪获刑，其中传销组织头目刘某某被判处有期徒刑 6 年，并处罚金 80 万元。

近年来不少不法分子打着“乡村振兴”“助农增收”等旗号，通过所谓的“认养”大搞网络传销，值得警惕。

办案民警发现，“禾元农场”的背后是一家名为“庞博集团”的公司。该传销团伙将传销市场分为华南、华北、华中、华东四大片区，又在四大片区下设立“运营中心”。两年时间里，线上线下发展会员 100 多个层级 5 万余人，成员遍及全国 27 个省份。共收取会员资金超 4 亿元，其中投入最多的超过百万元，绝大多数投资者都是在初期获得少量提现后加大投入，最终血本无归。民警表示，除了“黑猪认养”，当前网络传销也可能假借养牛、养羊、养鸡等外壳进行包装，这类网络传销容易让公众对国家的乡村振兴战略产生误解，社会危害性极强。

（来源：新华网）