



健康 品 显微镜

小小消毒卡

1米之内全覆盖?

“黑科技高效防护,降低孩子在幼儿园、学校等公共场所交叉感染的概率。”在某电商平台,一款月销量过万的空气消毒卡在商品详情页宣称“戴在身上,1米范围内,360度覆盖,杀菌消毒持久力达两个月”。销售同款空气消毒卡的另一商家则称其为除菌率为99.99%的“空气口罩”。

一些消费者出于给自己或家人增加一重安全保障的心态购买空气消毒卡。而消毒卡的防护效果究竟如何,却难以有直观判断。商品评论中,不少消费者表示“不知道有没有用,图个心理安慰”,更有消费者直言“就当交‘智商税’了”。

中国家用电器研究院健康家电检测中心对空气消毒卡进行的一项除菌效果试验显示,每片消毒卡所含的二氧化氯气体发生剂在3克~15克之间,在大多数日常生活环境中,达不到杀菌消毒的有效浓度。3立方米的试验舱内,距离空气消毒卡远的地方除菌率仅有9.75%,距离近的地方除菌率也只有12.13%。

由中国科学技术协会、国家卫生健康委等主办的科学辟谣平台也发布文章,明确指出“二氧化氯贴片可以在身体周围形成一个‘保护屏障’,辅助拦截病毒感染”为谣言。

蓝光+喷雾

双管齐下除病毒?

酒精、84消毒液这些常见的消毒产品,如何发挥出更大的功效?在一些售卖消毒喷雾枪的商家口中,将这些液体放入喷雾枪的水箱后,通过高压空气泵和雾化喷头喷射,便能实现纳米级雾化输出,阻断气溶胶传播路径。不仅如此,多数喷雾枪还增添了蓝光功能,可以辅助“杀菌消毒”。

“这款蓝光消毒枪的前端配备了一个紫外线消毒灯。”蓝光和紫外线本属不同概念,某些消毒枪的宣传中却故意混淆二者,将紫外线的消毒原理用于宣传蓝光消毒枪。“紫外线灯消毒作用时间需要30多分钟,喷壶上的消毒灯简直就是智商税。”“这就是电动喷雾带了蓝色LED灯,要是想省力也能买。”……对于蓝光消毒,不少消费者并不买账。

“‘蓝光消毒喷雾’是一种并不靠谱的概念,指望用这种产品上的蓝光杀灭新冠病毒难以实现。直射还可能对人的眼睛、皮肤等造成伤害,有比较大的安全隐患。”家电行业分析师梁振鹏说。

此外,如果使用消毒枪喷洒酒精,则可能更多一重安全风险。消防人员提醒,此时恰逢冬季,羽绒服、化纤材质等衣物摩擦产生静电,大面积喷洒雾化后的酒精充分接触氧气,很容易被点燃起火,选购、使用此类产品需谨慎。

“空间防护盾”

家电新蓝海?

居家期间,“如何给家中空气杀菌消毒”成了消费者关注的问题。新的消费需求催生了家用消毒电器市场,以空气消毒机为代表的消毒家电日渐走俏。

紫外线消毒、臭氧消毒、光触媒消毒、等离子消毒……在对空气消毒机的产品介绍中,“空间防护盾”“防护无死角”是空气消毒机的宣传亮点所在。面对市场规模持续增长的空气消毒机,有分析认为,这将是家电行业的一片“新蓝海”。

不过,作为一种新兴产品,家用空气消毒机效果如何尚待市场检验,市面上产品质量良莠不齐。应按照消毒产品进行管理的空气消毒机,许多在上市销售前甚至未经过卫健委审核备案。

面对众多家电品牌纷纷入局消毒电器行业,中国家用电器商业协会秘书长张剑锋表示,尽管短期内这些产品确实能吸引消费者眼球,但若在国家或行业标准尚未明确的前提下夸大宣传,一旦产品达不到所宣传的效果,反倒会给品牌形象带来伤害,家电行业应本着规范有序的理念运行。

小小消毒卡 1米之内全覆盖
纳米级雾化,无死角消杀
紫外线杀菌,99.99%灭新冠

“消毒神器”
有奇效?
还是商家
玩噱头?

除菌消毒卡、蓝光雾化消毒枪、空气消毒机……近期,不少商家推出多种号称能“杀菌消毒防疫”的“神器”,令消毒类产品销量大幅上涨。在一些“消毒神器”的宣传中,“1米范围内,360度覆盖”“纳米级雾化,超远射程,无死角消杀”“紫外线杀菌,臭氧消毒,新冠灭杀率99.99%”……类似神乎其神的描述随处可见。这些消毒产品是确有奇效,还是商家为了宣传而玩的噱头?对此,记者进行了调查。



84消毒液生产线 新华社发



网上买到的一张“消毒卡” 新华社发

提醒

居家防疫
需多些科学和理性

在电商平台不少“消毒神器”的问答中,都有消费者有关产品“是否是智商税”的提问。而使用过的消费者对此也是体验迥异,有人认为有用,起码花钱买到了安全感;有人则认为全然无用。面对五花八门的“消毒神器”,如何才能不被收“智商税”?

家电行业分析师梁振鹏认为,如果家用消毒电器号称能杀死新冠病毒,消费者可能要对其宣传的真实性画一个问号,因为病毒本身在不断变异,很难确定某种消毒方式是否一直有效。至于“除菌率达99.99%”等宣传用语,也需要进一步解释说明去除的是哪些种类的细菌,刻意扩大概念可能涉及虚假宣传。

“从商家角度来讲,某一品类的消毒产品要想获得消费者信任,首先要保证产品质量,其次要遵守相关国家标准。另外,在营销层面也要谨慎宣传。如果一定要将消毒效果作为卖点,那么所宣传内容必须以有资质的权威部门出具的检测证明为依据,不能夸大其词,欺骗、误导消费者。”张剑锋说,对消费者而言,居家防疫,也需要多些科学和理性。

锐评

为“消毒神器”消消毒
为消费者撑撑腰
监管和科普应跟上

“消毒神器”效果几何?有人认为有用,起码花钱买到了安全感;有人则认为全然无用。那么,这些“说不清”效果的产品又该由谁来把关?

五花八门的“消毒神器”,要靠科普来祛魅。中国家用电器研究院健康家电检测中心对空气消毒卡进行的一项除菌效果试验显示,宣称1米全覆盖的消毒卡,在大多数日常生活环境中,根本达不到杀菌消毒的有效浓度;宣称可双管齐下除病毒的“蓝光消毒喷雾”,不仅不能杀灭新冠病毒,直射还可能对人的眼睛、皮肤等造成伤害;打着“空间防护盾”旗号的空气消毒机,许多在上市销售前未经过卫健委审核备案……由此可见,所谓的“消毒神器”并非万能的,不过是夸大宣传的产物。

面对神乎其神的“消毒神器”,消费者该何去何从?很显然,理性消费是关键。作为消费者,对“万能”的消毒产品要多一双慧眼,对宣传的真实性要多画一个问号,不要抱着“花钱买安全感”的观念去跟风盲从,继而助长“消毒神器”骗人的气焰。同时,更重要的是,相关部门应跟上节奏,不能让消费者在“是否交智商税”的问题前徘徊,而应该果断出击,以科普和监管为所谓的“消毒神器”消消毒,为“云里雾里”的消费者撑撑腰。

铲除“消毒神器”生存的土壤,需多管齐下。监管部门要加强监管,并将监管前置,从生产端、流通端对“消毒神器”进行全链条监管,对有意夸大产品功效、诱导消费者消费的,按相关法规严格追责;电商平台应守土有责,不能任由消毒产品吹得天花乱坠,而应加强与相关部门的合作,督促商家诚信经营、合法经营,将“三无产品”、虚假宣传产品及时拒之门外;与此同时,科普的“照妖镜”也应派上用场,相关部门要利用媒体、网络、电视等载体,强化科普宣传力度,让权威专家揭开“消毒神器”的神秘面纱。

据工人日报、广西新闻网