

炎炎夏日 男士防晒市场悄然升温

炎炎夏日,防晒服、防晒帽等防晒用品成为很多人出门必备品,女性消费者一直是防晒用品消费的主力军。如今,男性消费者对防晒产品的需求也在逐渐增大。

7月18日,记者走访了我市数个大型商场,发现男性防晒服饰以防晒服、防晒帽、防晒面罩、袖套等产品为主。在柳巷奥特莱斯,记者发现不少男装以及运动品牌店纷纷推出了男士防晒服,并摆放在柜台醒目位置。记者调查中发现,消费群体中男性消费者的防晒需求明显增加。

厂商日益拓宽市场

“请问是来看防晒衣的吗?”在柳巷奥特莱斯店,记者刚进入某运动品牌,导购就迎了过来。记者看到,除了防晒衣,男士专用阳伞、防晒腿套、防晒帽帘等新品出现在柜台。导购介绍了新款男士防晒帽帘,防紫外线设计,遮脸护颈。“男士也需要防晒,毕竟男生也不想每天在大太阳下晒得抬不起头。”导购告诉记者。

记者走进一家屈臣氏专卖店,店员介绍男士夏季护肤品,推荐了几款防晒霜和防晒喷雾。记者看到,防晒霜和防晒喷雾被集中摆放在醒目位置,足有20多款。导购员介绍,这段时间男士防晒霜和防晒喷雾很畅销,基本上每天能卖出好几十瓶,某款防晒喷雾一个上午卖出30瓶,门店正在抓紧补货。

“这个暑假,我准备和儿子一起去海边旅游,今天特地给自己买防晒霜,别被太阳灼伤了。”一位男性消费者告诉店员。这位消费者表示,以前夏天就买件防晒衣披着,如今还有防晒短裤、防晒帽、防晒霜、防晒喷雾等,全身上下几乎都有对应的防晒产品。

记者在某电商平台看到,男士防晒衣可供选择的品牌和款式更多。有的店铺月销量超过5万件,评论多达8000多条。一些国外运动品牌,为了解决消费者户外郊游游着痛点,推出驱蚊和抗菌防水防晒衣,月销量过万。

防晒用品日趋细化

记者在实体店和电商平台调查发现,防晒产品日趋多样化,背后反映出消费者需求的多样性,比如有的消费者热爱骑行、冲浪等运动,就衍生出防水、防汗、防风等需求。在电商平台上,商家还创新性地将防晒用品进行叠加组合,“防晒霜+冰凉贴+小风扇+遮阳伞,给你送来一整个夏日的清爽!”客服说,店铺的防晒礼盒很受欢迎,最近一个月销量已突破2600单。

线下商家们也在“各显神通”,越来越多的防晒产品兼具防风、排汗、降温等功能。记者在户外运动品牌店看到,仅防晒帽就按照沙滩防晒帽、渔夫防晒帽、贝壳防晒帽等分类排列,不少消费者结合自己的需求和审美前来选购。此外,不少防晒衣还标识了冰感、透气、排汗等字样。

宋东是一名健身教练,记者见到他时,他穿着T恤,背着运动包,撑着遮阳伞从屋外走到室内。对于防晒,宋东表示自己会涂防晒霜,平时出门则是撑遮阳伞,至于男士防晒会显得很“娘”的说法,宋东嗤之以鼻,“紫外线面前,人人平等。”在选购防晒衣方面,宋东说:“高温天我也钓鱼,我会选择防晒钓鱼服,主要防止紫外线对皮肤的伤害。平时户外骑行运动,更喜欢选择轻量化防晒衣,穿在身上轻薄、凉爽。”

记者在健身房就防晒问题采访了几位男士。受访者均认为,男士防晒不是一件羞耻的事,并且现在很多防晒服设计很时尚,“好看又有用,为什么不穿?”不过对于防晒面罩这类产品,多数男士表示不太能接受,觉得“太夸张”。



选购不可单看价格

记者了解到,通常商家有两个防晒指数。一个是SPF,主要用于标识防晒霜的指数;另一个是UPF,主要用于标识防晒衣物。以SPF为例,SPF15的防晒霜能过滤93%的紫外线,SPF30的能过滤97%的紫外线,而SPF50的能过滤98%的紫外线。SPF值越高,不仅价格高,而且防晒霜变得很浓稠,涂在皮肤上感觉不太好,还有堵塞毛孔、患上毛囊炎的风险。防晒装不是UPF值越高越好,防晒服有的是通过独特的编织手法来减小透光率,有的是采用涂层来增加折射率,通常UPF30-UPF50的防晒服被认为具有良好的保护功

效。由于每个人体质不同,应选用适合自己用的防晒霜,最好在外出前1小时左右涂。部分过敏体质的人群可以选择医用防晒霜。阳光对人体皮肤的损害分为两种,一种是急性损伤,比如去海边、水上乐园游玩造成的皮肤晒伤。但对人体影响更大的,其实是阳光造成的慢性损伤,比如皮肤老化、皮肤弹性下降、日光性角化等。长时间暴露在紫外线下会造成紫外线累积进而损伤人的皮肤,引发皮肤病变风险。因此,不分男女,都要做好防晒。 记者 于健 文/摄

“伏缺期”菜不缺 市民“菜篮子”充实丰富

进入三伏天,天气持续晴热,不少市民担心蔬菜上市量减少,价格会上涨。近日,记者走访部分农贸市场发现,各地蔬菜源源不断入并,本地蔬菜大量上市,供应充足,价格稳定,市民“菜篮子”拎得轻松。

昨日一早,记者在河西农副产品批发市场看到,各式拉满蔬菜的厢式货车源源不断地进入市场。市场内各式蔬菜品种丰富,量足菜优,价格稳中有降。“别看是三伏天,市场可不缺菜,价格也没有上涨,部分蔬菜还在降价,比如西红柿和黄瓜。”工作人员一边码货一边说。太原市发改委7月18日监测数据显示,15种蔬菜零售均价无一上涨,其中土豆、西红柿和黄瓜的价格还在下调,黄瓜的下降幅度为8.93%,油菜、白菜、茄子、胡萝卜价格均在2元以下,青椒、芹菜价格在3元以下,蔬菜整体价格和月初基本持平。“三伏天,天气变化多端,但近期的天气形势对蔬菜价格的整体影响不大。每天批发的价格有涨有跌,但是幅度都很小。”蔬菜摊主李师傅介绍,本地蔬菜豆角、黄瓜、青椒、茄子等正是上市旺季,韭菜、油菜等绿叶菜在高温天气下不易存储,价格小幅上涨,“蔬菜整体价格稳当。”

每年7月至9月,高温、暴雨、强光、病虫害等因素都会对蔬菜生长产生不利影响,产量会大幅度下跌。此外,蔬菜在运输过程中,运费、保鲜费、储存等成本花销大,菜价自然低不了。尤其是7月份,一些蔬菜种植正值换茬期,早春蔬菜基本卖完了,夏秋蔬菜还在育苗安种,这样会造成蔬菜供应短缺的现象,菜价往往会上涨。但是今年的蔬菜除了一小部分价格有小幅度的涨幅,大部分的蔬菜还是保持着平稳的价格趋势。

采访中,记者了解到,近年来,太原持续扩大蔬菜种植规模,解决设施蔬菜发展中地、水等要素



超市内,在售的蔬菜品类丰富,价格稳定。

保障问题,并推动“万亩千片百园”设施蔬菜建设工程,扩大产业规模,坚持科技赋能,助力增产增效,有力地畅通链条,拓宽供销渠道,不断夯实“菜篮子”稳产保供基础,对于市场蔬菜的稳定供应提供了有力的保障。 记者 贺娟芳 文/摄

数字领域专场招聘会举办 260余人达成就业意向

本报讯(记者 李晓并)7月22日,“职引未来 筑梦青春”2023年太原市百日千万招聘专项行动——IT、互联网、金融类人才专场招聘会在山西太原人力资源服务产业园举办,初步达成就业意向260余人次。

本次招聘会由人社局主办,太原市公共就业服务中心、山西太原人力资源服务产业园、山西省人力资源服务行业协会承办、山西中关村智能科技有限公司、山西智联城科技发展有限公司协办。招聘会凸显“数字引领就业”理念,聚焦数字经济发展趋势和信息服务领域前沿,国统数字技术与软件,精准开拓岗位资源,集中展现大数据计算、信息科技、人工智能、工业互联网等新技术、新产品、新服务。招聘会吸引了山西远大纵横信息技术工程有限公司、山西集智数据科技有限公司、山西阳光

实业集团有限公司、山西敬天能源科技有限公司等82家优质企业,提供岗位1140余个,涉及前端工程师、电商运营、技术支持、网络安全工程师、软件开发、计算机等。招聘会现场还设立残疾人招聘展位,助力残疾人就业,专人现场讲解残疾人就业创业扶持政策,帮助残疾人群体更好地融入社会生活、实现个人价值。本场招聘会共有900余人次参会,初步达成就业意向260余人次,线上简历投递量32份。

招聘会为IT行业用人单位与毕业生搭建了供需见面、双向选择的平台,旨在帮助毕业生更加深入了解我省IT行业发展状况和人才需求现状,更好立足行业发展趋势,找准职业定位和求职方向。“职引未来 筑梦青春”2023年太原市百日千万招聘专项行动持续进行,7月29日将举办酒店、餐饮、生活服务业行业专场招聘会。