

一個口罩上千元！別交“智商稅”了，專家教你這麼選

近日，一款價格接近千元的口罩引起消費者對口罩產品性價比的熱議，針對天價口罩，網友評論：又來收“智商稅”了。

新冠疫情反復，人們對於戴口罩的重要性已形成了共識。但口罩面料選擇有哪些標準，怎麼選一祇好口罩？貴的就真的好嗎？



口罩有何作用？防塵、防病、防噴濺

“口罩就是在人體和外界的有害物質之間形成一個物理的屏障。”蘭州大學第一醫院感染管理科科長金鳳玲說，目前使用的口罩有三個方面的作用：

第一是防塵，也包括防止

PM2.5等霧霾顆粒進入呼吸道；第二是預防呼吸道傳染病的傳播，可以簡單歸結為防病作用；第三是防噴濺。如醫務人員戴口罩，可預防來自患者的血液、體液等液體成分噴濺，防止自己面部被污染。

我們常見的棉紗口罩，包括過去使用的紗布口罩，還有現在的純棉棉布口罩，還有一些真絲類的口罩等，它的作用除了阻擋灰塵之外還有保暖作用。而活性炭口罩，因活性炭的吸附能力非常好，所以它的主要作用也在防塵。但這兩類口罩在預防疾病方面沒什麼作用。

在新冠肺炎疫情的防控中，醫用外科口罩則是最常用的防護裝備，也被很多專業人士推薦使用。

“能預防疾病的口罩包括醫用外科口罩和醫用防護口罩。”金鳳玲說，防護類口罩有醫用，也有工業用的，工業用的防護口罩主要是防止粉塵，有些防護口罩是帶呼吸閥的。無論有沒有呼吸閥，工業類口罩對新冠病毒的防護，都是沒有作用的，都不適合於預防呼吸道傳

染病。金鳳玲強調，能夠起到最好預防作用的應該是醫用防護口罩。另外，醫用防護口罩，一定是含有N95的過濾材料，但不是所有的N95口罩都是醫用防護口罩。

據了解，醫用防護口罩所需材料有深色無紡布、熔噴無紡布、紡粘無紡布、鼻梁條和鬆緊耳帶。深色無紡布和紡粘無紡布分別用於口罩的外、內層，具有良好的通氣性、吸水性以及防水性；熔噴無紡布用於中間的過濾層，可用來隔離空氣中的灰塵和病毒，防止被吸入口中；而鼻梁條和鬆緊耳帶，一般用來固定口罩，方便大家佩戴。

關於口罩材質的標準，金鳳玲說，醫用防護口罩和醫用外科口罩在我們國家有兩個標準，醫用防護口罩使用GB19083—2010，醫用外科口罩為行業標準YY0469—2011，金鳳玲建議，採購口罩，先看說明，看有沒有執行這兩個國家標準。

不選貴的，選對的！

目前，市場上出現一些“天價”口罩，動輒幾百甚至上千元，有必要去選擇“高價”口罩嗎？該怎麼選才合理？

金鳳玲認為，選擇口罩不是越貴越好，“就新冠肺炎的防控來說，選擇口罩首先要符合相應的國家標準。同時也要選擇適合自己的，包括口罩的大小、型號，過大過小都起不到有效的防護效果。”

“不是說每次戴好幾層就說明防護效果好，多戴幾層，口罩的防護作用未必會疊加，祇戴一層，祇要正確佩戴，就能達到最佳效果。”關於口罩的佩戴，金鳳玲表示，不管是醫用防護口罩還是醫用外科口罩，都有固定的使用時間長度，在我國新頒布的口罩佩戴指引裏表述，口罩的累計佩戴時間不超過八小時。因此，口罩還要定期更換。

“總的來說，關於口罩的選擇，在認準兩個標準的同時，選擇適合自己的，還要正確佩戴，才是最重要的。”金鳳玲說。

“雙11”觀察：進入新輪回的“雙11”有哪些變化？

“雙11”見頂了嗎？還需要“雙11”嗎？……2021年的“雙11”如期落下了帷幕，但相關話題却在持續發酵。

起源于2008年的“雙11”，已走過13個年頭，進入了新的輪回。回望2021年的“雙11”，在供應鏈、疫情、消費趨勢等多重變化因素的疊加驅動下，許多變化正在發生。

為此，記者採訪了電商平臺、行業相關從業者和消費者，感受他們眼中不一樣的“雙11”。

“雙11”涼了？

“今年‘雙11’靜悄悄的，很低調。”11日晚上10點，網友淺淺路過阿裏巴巴西溪園區時，向記者感嘆了一句。而“安靜”一詞也成了許多網友今年共同的感受。

與往年對比，2021年“雙11”顯得尤為不同：喜報式的實時成交額不見了，而在往年，幾秒內成交額破億元、破100億元到底有多快、實時數據大屏……每一條動態都在社交媒體上引發討論。

一度有媒體報道，今年天和京東將不會發布成交額。

從曾經的“五折直降”到現在的“羊毛難薅”，從以前的“買到就是賺到”到如今覺得“什麼都沒買才是這場‘戰役’最大的勝利”，不少“微戰”多年的玩家們開始逃離“雙11”。

“每天起床第一句：絕對不能買東西！”“本群11月最新鐵律：不買才是真朋友。”“該買的平時都買齊了，所以‘雙11’和我無關”……在豆瓣的“消費主義逆行者”小組，這裏有30.6萬人對“買買買”說不。

組長“碎碎鐵”成立“消費主義逆行者”小組的初衷，便是希望號召網友不要盲目跟風，不被消費主義裹挾，做消費市場的“逆行者”。“我們不是‘不買’，而是在思考，什

麼才是我們希望過的生活。”

一位業內人士表示，直播電商的出現，讓消費者每天都能過“雙11”。“‘雙11’在未來會更加‘日常化’，消費者沒有必要在某段時間集中釋放需求，需求已經在每天釋放掉了”。

此外，該人士認為，“雙11”的集中爆發，對商家備貨、運輸、人工的壓力都很大，這種需求平攤在一年中各個時期，才是一個更健康的形式。

“直播大戰”打響？

中國互聯網絡信息中心報告顯示，截至2020年12月，在電商直播中購買過商品的用戶已經占到整體電商直播用戶的66.2%，其中17.8%用戶的電商直播消費金額占其所有網上購物消費額的三成以上。直播電商消費習慣逐步養成，“直播大戰”越演越烈。

“單單李佳琦和薇婭兩個直播間銷售額一天就能達到200億元，可見直播電商在國民中的滲透率已經非常高了。”杭州魔筷科技有限公司客戶滿意部總監李洪昌說，由于直播電商成了品牌營銷中重要一環，品牌商家願意自己做賬號、自己開播，“除了在自己工廠內，很多品牌會到主播比較集中的地方開設直播間，方便與主播合作”。

此前，中國消費者協會發布的一份報告顯示，直播帶貨市場存在虛假宣傳、銷售違禁產品、利用“專拍鏈接”誤導消費者、誘導場外交易等7類侵害消費者權益行為。不僅如此，點贊、評論、彈幕、轉發這些流量數據都可以花錢“刷”出來，甚至可以花錢買觀看量、修改銷量數據等。

浙江省消保委相關負責人告訴記者，一些“專拍鏈接”內缺乏商品詳情介紹，甚至祇有一個編碼，

“消費者使用違規鏈接，將無法通過購買記錄證明所購產品，若主播刪除直播回放或不保留回放，消費者在維權時將難以拿出證據證明交易內容”。

抖音相關負責人介紹，抖音已推出《電商創作者管理總則》和《電商內容創作規範》，建立了一套內容分級標準和內容識別技術體系，配套相應的優質內容激勵和劣質內容打壓策略，目的是打造平臺高質量內容生態，保障消費者所見即所得。

此前，國家市場監管總局先後發布《關於加強網絡直播營銷活動監管的指導意見》《網絡交易監督管理辦法（徵求意見稿）》等辦法，加碼電商直播監管。

“可以預見的是，未來監管祇會更嚴，祇有合法合規，才能走得更遠。”浙江省消保委相關負責人表示。

“雙11”還透露出哪些變化？

個性化、多元化的消費需求，正在改變“雙11”，“有趣”“綠色”“低碳”也成了新的“雙11”關鍵詞。

隨着智能手機的普及和消費觀念的改變，越來越多的中老年人參與到網絡世界中來，“銀發族”消費力爆棚成了新熱點。

京東數據顯示，今年46歲至55歲的中老年用戶成交額同比增長54%，環比增長83%。天貓發布的數據顯示，新手機、羽絨服、毛呢外套是“雙11”期間老年用戶三大“心頭好”，iPhone是他們購買最多的電子產品。

不僅如此，國貨、老字號與傳統手工藝品也正在“雙11”中顯示了爆表的“戰鬥力”。

數據顯示，“雙11”期間，抖音電商平臺傳統手工藝品銷量同比增長166%；夾江腐乳、楠竹筷子、龍頂酥糕點、老饒匠竹編籃子等非

遺技藝商品，深受消費者喜愛。在天貓發布的榜單中，11月1日到11日0點45分，已有382個品牌在天貓“雙11”的成交額超過1億元，華為、鴻星爾克、百雀羚、回力、蕉內等新老國貨品牌受到追捧。

這是中小電商商家黃宇第四年參加“雙11”，因為沒有“刻意準備”，店鋪的部分產品在好幾個平臺上賣到“缺貨”，但黃宇並沒有覺得惋惜。

“我們原本就計劃不大幅降價，也不專門為‘雙11’備貨，賣完

就結束。”黃宇說，“我們不希望因為‘雙11’亂了整體的營銷節奏，也不希望顧客以‘雙11’價格為‘基準’，覺得平時‘買虧了’，我們更希望和日常一樣，有多少產量賣多少貨。”

當“雙11”來到第13個年頭，或許大眾已不再為GMV的變化感到新鮮，不再為打折與低價感到亢奮。進入新的輪回，平臺、電商企業、品牌進入到了新的競爭階段，它們面臨的需求與挑戰，或許更加複雜，也將迎來更多變化。



Yue (Jill) Zhou
NMLS#281400
Sr. Loan Officer
571-432-5811(C)
yzhou@marionmortgage.com

Jia Yu
NMLS # 2017104
loan officer
571-207-5811(C)
jia@marionmortgage.com

Mark Shankle
NMLS #1047216
loan officer
703-424-0750 (C)

Triet Le
NMLS #2094471
loan officer
571-249-3321(C)

Ha Chu
Processor
540-208-8006(C)

美林貸款

Marion Mortgage LLC

誠實敬業
經驗豐富
顧客至上

NMLS#176854



NMLS#177851
President
黃捷 博士
Jayie (Jenni) Rowe

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121

http://www.marionmortgage.com

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only 民宅(包括FHA貸款)、商業、土地及建築貸款

MC-2854 NMLS ID #176854
MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org