

# 驱蚊产品眼花缭乱 实测 20 款仅两款能百分百保护

行业



这个夏天,7月16日入伏,40天伏天的高温下难熬的不仅是热与晒,还有防不胜防的蚊虫叮咬。面对活跃的蚊子们,涂抹式、喷雾式、穿戴式等驱蚊产品被寄予厚望,一些新型的驱蚊环、驱蚊贴产品更受欢迎。但经过一些消委会的人体实测,热销的驱蚊止痒产品可能辜负了消费者的“厚望”,且部分产品对于儿童或孕妇并不适用。

■新快报记者 陈思陶

■廖木兴/图

## 实测 20 款驱蚊产品 多数无法完全驱蚊

今年6月深圳市消委用蚊笼人体实测20款驱蚊产品,测试结果显示,在打开2分钟内,仅有日本VAPE便携式电子驱蚊器5倍效果驱蚊手环的受测蚊子全部死亡,迪士尼婴幼儿植萃精油防护手环驱蚊保护率达到了100%。未达到完全保护的产品中,相对有效的产品有露安适婴儿植物防护贴,达95.5%;淘宝心选大眼睛户外防护手环,达85.2%;润本叮叮植物精油贴,达89.3%;和光堂精油芳香贴,达87%。其余14款产品驱蚊保护率皆低于80%。

在打开产品30分钟内,随着有效成分不断挥发,驱蚊保护率不断下降,如露安适婴儿植物防护贴下降45.5%,红色小象童趣防叮手环下降25.4%。除了VAPE驱蚊器全部灭蚊,驱蚊保护率保持80%以上的产品仅有迪士尼婴幼儿植萃精油防护手环,达95.8%。还有13款产品驱蚊保护率皆低于70%。

## 避蚊胺驱蚊效果好 柠檬桉树油时间短

在受测的20款产品中,记者发现,除了完全灭蚊的VAPE驱蚊器使用了甲氧苄氟菊酯作为有效成分,其余19款产品皆使用各类植物精油驱蚊,主要为柠檬油、桉树油、香茅油、丁香油等。对于植物精油驱蚊的效果,知贝医疗专家表示,根据美国疾病控制与预防中心和环境保护局测试,目前经证实有效的驱蚊成分有避蚊胺、派瑞卡丁,属于合成化合物;丁基乙酰基氨基丙酸乙酯(简称IR3535)、柠檬桉树油,属于生物性除害剂,可从天然物质提取或人工合成而来。其中,避蚊胺驱蚊效果好且持续时间长,派瑞卡丁、IR3535次之;柠檬桉树油驱蚊持续

时间短。且有研究表明,使用9.5%浓度的避蚊胺浸渍的腕带,平均保护的时间只有12秒—18秒;换言之,即使是避蚊胺浸泡制作驱蚊环也没有明显的驱蚊效果,未经证实有驱蚊效果的植物成分而制成的驱蚊产品,其有效性也会打折扣。

同时,知贝医疗专家指出,一般情况下驱蚊制剂的作用持续时间仅能维持几个小时,还会受到出汗、淋雨、擦拭等因素的影响,导致驱蚊效果减弱。因此,无需神化某些产品的驱蚊效果。

此外,在用法上也要注意,2个月以内的婴儿不能使用任何驱蚊剂产品,即使是柠檬桉树油也对皮肤和眼睛有刺激性;给儿童使用涂抹式驱蚊产品,需要家长先喷涂在自己的手掌上,再涂抹到孩子面部,并注意避开眼部;如进行户外活动,建议先涂防晒霜,再使用驱虫产品。

## 有效成分不同 驱蚊与止痒不能混为一谈

在商超走访中,记者发现许多产品宣传具有驱蚊、止痒功效,但有的产品标识了农药登记证号,有的仅标识妆字号。对此标识区别,产品客服人员表示,根据《农药管理条例》有关规定,预防、消灭或者控制蚊、蝇等只要产品宣称了“驱蚊”“灭蚊”,就必须取得农药登记证号,并在包装上标注毒性,包括剧毒、高毒、低度和微毒。

如某品牌普通花露水执行化妆品标准,使用乙醇、水、香精和天然提取物等成分配制而成,标称具有持久清香、清凉解暑、祛痒止痒等作用;而同品牌的驱蚊花露水,有农药登记证号,则在普通花露水基础上,添加了驱蚊制剂驱蚊酯,标称具有驱避蚊虫、祛痒止痒等作用。因此止痒效果和驱蚊效果不能混为一谈,市面上部

分驱蚊液产品效果单一,没有止痒功效;部分花露水产品不含驱蚊有效成分,驱蚊功效减弱。

## 止痒产品也不能乱用 孕妇儿童要留意

当驱蚊不成,止痒产品也成了夏日必备。在安全性方面,由于驱蚊产品含有卫生用杀虫剂,更容易引起消费者警惕,但对于止痒产品,消费者则普遍认为安全,实际上,纸样产品一样要慎用。

如传统的风油精,广东省妇幼保健院儿童保健科林少勇表示,其主要成分有薄荷脑、桉叶油、丁香粉、樟脑、香油精等,对于蚊虫叮咬,风油精主要起到止痒消肿的作用。但其刺激性比较强,如果不小心擦到眼睛、嘴唇、会阴等部位时,容易引起刺痛,如给皮肤比较娇嫩儿童使用,很容易会损伤儿童的皮肤黏膜,一般建议最好不要使用;如需使用时,最好避免涂抹到眼睛、嘴唇、会阴等比较稚嫩的皮肤黏膜处。

近年新兴的止痒“神器”无比滴,不论日本原版MUHI,还是韩国仿版MOPI,以其良好的止痒效果在电商平台上月销量破万。但日版无比滴成人款和儿童款都含有有效成分盐酸苯海拉明,对神经系统有抑制作用,属于抗组胺类药物成分,建议孕妇及哺乳期妇女慎用,2岁以下儿童,特别是新生儿和早产儿禁用;2岁以上孩子减少反复使用。韩版无比滴成人款和儿童款的有效成分是薄荷醇和樟脑,这些成分仅在日版成人款中含有,但同样对神经系统有抑制作用,分别被台湾儿科医学会和美国FDA提示容易引起危险。

从成分安全上看,知贝医疗专家建议使用炉甘石洗剂止痒,避开破损皮肤,即使孩子也可以反复使用止痒。

## 好丽友跨界推出 熔岩泉高端水

**新快报讯** 近日,好丽友跨界推出熔岩泉包装饮用水,正式涉足国内千亿瓶装水市场。据悉,熔岩泉取自世界珍稀水源地济州岛火山熔岩深层水源,定位国内高端进口水市场。好丽友营业本部总监赵衡奉透露,新品将在京东、盒马等电商平台实现线上首发,重点城市也会在线下同步铺货。

好丽友方面表示,此次跨界试“水”除了进一步丰富产品线、加速全球化布局,在近年来国内高端水市场出现大幅增长的背景下,对其而言还是一次重要布局,希望熔岩泉成为推动其业绩增长的新引擎。目前,好丽友已完成派、饼干、膨化、口香糖以及糖果等休闲品类的发展布局。去年10月好丽友与泰国“国宝级”零食品牌老板仔达成战略合作,正式成为其海苔类产品在中国的独家代理,而好丽友浪里个浪等畅销产品也通过老板仔的销售网络扩大在泰国的产品渗透,并进一步拓展东南亚市场。(杨澍)

## 白云化妆品逆势增长 国货迎来利好期

**新快报讯** 7月23日,广州市白云化妆品产业促进会举办年中会议。会议发布数据显示,白云区“规上”化妆品工业企业上半年累计产值338561万元,同比增长9.20%;白云区“限上”化妆品批发业企业上半年累计销售额269344万元,同比增长8.5%。

针对疫情下仍旺盛的美容个护需求,白云化妆品产业适时转型。会上,近日因综艺成热门话题的品牌梵蜜琳分享其差异化策略,在疫情期间加大营销投入,通过精准营销促进品牌迅速“出圈”,目前正加快线上线下融合与产业链整合,做好企业转型升级。阿里巴巴嘉宾代表陈少彬表示,到2025年中国作为主要生产和出口国,将在世界美妆行业占据23%—25%的市场份额。(陈思陶)

## 可口可乐第二季度 营收同比下滑 28%

**新快报讯** 7月22日,可口可乐公司发布2020年第二季度财报。财报显示,该季度营收为71.50亿美元,同比下滑28%;净利润为17.79亿美元,同比下降32%。可口可乐方面称,受疫情影响,电影院、体验赛事等家庭外消费场景的销售收入减少,而该渠道占可口可乐收入的一半左右。但在中国市场,可口可乐零糖可乐销量增长显著。(陈思陶)

## 怡宝营收 5 年来首次下滑

**新快报讯** 7月26日,华润怡宝发布2019年社会责任报告。报告显示,截至3月11日,怡宝助力全国280家医院、疾控中心、红十字会等机构,捐赠饮用水、饮料总价值过百万元。

报告同时披露,怡宝2019年营收达103.96亿元,较2018年下滑了0.39亿元;利润达8.63亿元,较2018年增长了1.36亿元。

对于近5年首次营收下滑,怡宝在报告中称,与2019年饮料行业营业额同比下跌5.2%,饮料行业整体呈负增长,终端销量增速放缓相关。(陈思陶)