

一支中性笔售价55元 新学期你被“文具刺客”刺到了吗?

一支洞洞铅笔售价近20元,一支米菲宝珠笔(水性圆珠笔)售价50元……新学期即将开始,不少家长在给孩子置办文具时纷纷感慨:躲过“雪糕刺客”,却没躲过“文具刺客”!记者走访文具市场发现,一批样式新颖、功能繁多的“高价文具”动辄几十甚至数百元,在俘获学生粉丝的同时也成了收割家长钱包的“利器”。

与动漫IP联名,一支中性笔售价55元

近日,记者通过调查发现,大型商场内的文具店文具身价通常都比较高。在某商场杂物社内,记者注意到该店内文具产品价格普遍较高:一包4个学科分类网格拉链袋售价40元,一支米菲宝珠笔(水性圆珠笔)售价50元,一支金属旋转中性笔售价50元,单支中性笔价格在10至22元左右。该店员介绍,他们家的产品属于创意文具,新款上架后很快会被抢购一空,顾客从家长到学生都有,对初中生很有吸引力。

比起平价文具,“文具刺客”究竟贵在哪里?记者在探访一家老牌文具品牌旗下门店时了解到,该店文具产品大多与动漫IP联名,价格远高于同类型普通文具,比如航海王unique黑金系列中性笔售价为55元,而一支普通中性笔不到它的零头。在另一家门店中,印有宝可梦、哆啦A梦、阿童木等知名动漫人物形象的钢笔,每支价格均闯进三位数。还有奥特曼、柯南主题盲盒,有正版授权的盲盒单价都不便宜,能开出中性笔、荧光笔、便利贴、橡皮擦等物品,由于可以随机收集到各类印有自己喜欢动漫人物形象的文具,受到不少青少年追捧。

价格标签“失踪”、商品混放 结账给人“当头一棍”

“因为店铺在商场里,平时带着孩子逛街会进来看看,虽然有心理预期,但实际价格还是让我吃了一惊!”一位新晋小学生家长丁女士告诉记者,她之前在南京虹悦城某门店里买一支三角杆洞洞铅笔给孩子矫正握笔姿势,由于没有找到价码条,她在结账时才知道这支铅笔售价近二十元,但出于孩子喜欢,她不想打击孩子写字积极性就购买了。回家后丁女士在某宝上发现,类似的洞洞笔12支才8.5元,而且这支“高价笔”孩子觉得并不好用,写了不到六分之一就丢在一边,让她大呼“肉疼”!

一些隐藏在街角店铺中的高价文具由于摆放

混乱通常让购买者意外被“刺”。在南京建邺区某家文具店内,五颜六色的签字笔让人眼花缭乱,而且由于文具品类相似,顾客试用完后随手放置,贴在隔板上的价格标签常常对不上实物,家长们往往在结账时才发现被“刺”中了!一位徐女士告诉记者,她购买一盒5支百乐juice果汁笔,标签价是30元,付款时却被告知50元,“真是当头一棍!询问店员为什么和标签价不符,人家说本来就是这个价钱,只能怪自己没看清,这让我非常气愤。”

家长呼吁:理性对待,帮助孩子树立正确消费观

面对“高价文具”,一些家长表示会根据消费水平量力而行,考虑实际使用中的性价比,积极引导孩子摆脱攀比、猎奇心理。一年级李同学的妈妈告诉记者,学校要求购买水彩笔,某宝上原装进口品牌24色水彩笔售价是115元,而某国产品牌24色可水洗儿童水彩笔只要18.8元,都标明无毒、可水洗,看标签并不知道有什么差别。“小孩子本就在探索阶段,涂涂画画不爱惜,自己并不倾向买高价文具。”

“孩子进入小学中高年级后开始对文具‘挑剔’很多,买东西追求‘高颜值’,看到同学换了新书包或新文具盒也会让父母买新的,文具产品变成了孩子们相互攀比的‘战场’。”一位六年级毕业生家长说,自己在给孩子购买书包时倾向于运动品牌,不仅经久耐用,而且分层简单,孩子方便找东西,而一些花哨的儿童书包不仅重,而且肩带部分不舒适,自己购买运动书包后会跟孩子沟通,引导孩子树立正确消费观。

文具盲盒也让不少孩子抱着开盲盒的心态一个劲地买买买,但实际到手的物品自己并不需要,且单个购买商品的价钱远不到一个盲盒的售价。部分家长表示,会让孩子购买盲盒作为奖励,但不



支持过分沉迷“花式”文具成瘾,也有一些家长认为这类产品容易让孩子分散注意力,延长写作业时间,买来后会跟孩子说明这类文具只能在家里用,不能带去学校。

学校建议:购买平价文具以“安全”“适用”为原则

临近开学,各个学校发布开学通知,让学生及家长们提前做好上课准备。南京工业大学实验小学在“致2022级新生”的通知中对新生学习用品做出明确要求,比如:双肩书包需选择大小适宜、材料轻薄、肩带较宽、内有隔层、外侧有侧兜能放水杯的双肩书包,不建议使用拉杆式书包;笔袋选择层次分明、功能简单的笔袋,不建议使用开关复杂、声音较大的金属或塑料文具盒;橡皮擦要求样式简单的绘图橡皮,不建议使用图案过多、造型复杂、香味浓郁的花样橡皮……,现在孩子的家庭条件都不差,孩子喜欢的文具家长都有能力去购买,但是完全按照孩子喜好来,会造成学生的攀比心理,建议家长为孩子购买平价文具产品,满足日常使用需求就好。”

见习记者 孙莹 记者 王颖 来源:扬子晚报

家用美容仪物有所值还是智商税? 有产品存在安全隐患被召回 专家提醒:不要对效果期望过高

近年来,居家即可操作、智能便携的美容仪颇受青睐。“每天6-10分钟,法令纹变浅变短、眼角皱纹平均长度减少30.97%”的广告宣传语更是让不少人对产品“心动”。但社交媒体上,美容仪用户评价褒贬不一。有人称其是智商税,已退货。也有人认为,家用美容仪和医美有差距,也许长期使用才会有一定效果。

那么,家用美容仪与医用美容仪有何不同?其效果如何?是否存在安全隐患?

事件:存在皮肤烫伤隐患

18万台美容仪被召回

近日,新基石(深圳)科技有限公司(简称“新基石公司”)按照《消费品召回管理暂行规定》的要求,主动向国家市场监督管理总局报告了召回计划,将自即日起,召回2020年3月至2021年9月期间进口的初普牌第一代Stop Eye型号家用射频美容仪,涉及数量为182215台。

原因是本次召回范围内的家用射频美容仪,在使用过程中长时间停留在同一位置或过于缓慢移动时,可能出现设备探头温度过高的现象,极端情况下存在导致皮肤烫伤的安全隐患。

新基石公司称,将为消费者免费维修,增加温控器。对此,一些用户表示并不满意此次产品召回维修的处理方式。网友小天表示,她在2021年3月购买的初普美容仪,使用几次后一直闲置。她从客

服处得知,这次召回只需寄回商品维修,不能退货退款。小天认为,拆机之后会增加很多不稳定因素,也不能确定后续收到的是不是自己寄过去的那一套。

北京青年报记者了解到,去年“3·15”期间,中国检验检疫科学研究院与中国国家电网联合开展了“家用美容仪比较试验”,对市面上的8款射频美容仪进行了温度、电器安全等方面的检测。其中,初普美容仪Stop Eye测试不达标,在使用时温度最高超过60℃,存在很大程度的烫伤风险。

市场:美容仪产品种类多

价格几百元至上万元不等

企查查数据显示,我国现存8.4万家美容仪相关企业,超一半企业成立于近三年。

北青报记者在电商平台以“美容仪”为关键词进行搜索,共有6万多条结果。从功效上看包括提拉紧致、全身护理、抗痘淡印、补水保湿、美白等。价格几百元至上万元不等,月销过万的不在少数,排在热销榜前5名的产品价格普遍在2000-6000元之间。类别主要有微电流美容仪、光疗美容仪、射频美容仪、离子导入美容仪等。

那么,家用美容仪的工作原理是什么?其与医用美容仪有何不同?

北京空军总医院方帆博士向北青报记者介绍,医疗美容仪是一类利用科学原理对人体组织和生

理机能进行调节改善的机械。它按照功能来说有美白、嫩肤、祛斑、紧致、脱毛、减脂等多种。

光疗类美容仪大都利用低能量的可见光,如红光或蓝光,来发挥抗炎修复或杀菌的作用。红光可通过增加线粒体功能,实现减轻疼痛、改善炎症的作用。蓝光主要用于治疗痤疮。美国皮肤科学院认为光疗法是安全的,与激光疗法不同,它不会对皮肤造成明显的损伤和疼痛。但专家警告,这些设备的长期影响仍然未知;还有专家认为,长时间暴露在蓝光下可能会导致色素沉着,并且它实际上作用有限,可能仅适用于轻度痤疮。

射频其实是一种电磁波,作用于皮肤时,可以将局部加热,可控的温热损伤会继发后续的组织再生、重塑,达到紧致除皱的目的,还能刺激胶原蛋白生成,有助于抵抗光老化的损伤,是最具诱惑力抗衰老的技术。美国美容外科委员会认为:进行射频皮肤收紧是安全的,但如果操作不正确,可能被烫伤,最常见的副作用还包括暂时肿胀、发红、刺痛等。

据了解,根据现有的分类标准,家用美容仪归类为个护家电分类,未按照医疗器械管理。2021年4月,国家药品监督管理局发布关于征求《射频美容类产品分类界定指导原则》(征求意见稿)意见的通知。

宋霞 来源:北京青年报