

3秒快速降温3.5℃,演唱会必备“冰感小毛巾”是智商税吗?



演唱会上,歌迷把“冰感小毛巾”挽在手臂上降温。

近日,多地气温居高不下,各式各样的“降温神器”需求大增。其中,宣称“3秒降3.5℃”“复水多次使用”的冰巾,成为部分网友夏日旅行、演唱会和音乐节现场的“救命好物”。冰巾是什么?好用吗?哪些品牌在推?



电商平台上写着,该款“冰感毛巾”能“3秒快速降温3.5℃”。

“冰感小毛巾”3秒降3.5℃?

“大家帮忙看下,林俊杰北京场还有啥要准备的?”最近,歌手林俊杰“JJ20 FINAL LAP”世界巡回演唱会北京站开唱,抢到票的李娜(化名)在社交平台上晒出了自己的“演唱会降温清单”,其中就包括冰巾。

冰巾又叫“冰感降温湿巾”“冰感小毛巾”“降温冰凉巾”等,相较于普通湿巾,单片面积更大,并添加了薄荷清凉成分等。区别于传统湿巾以白色为主,部分冰巾在配色上采用绿色、粉色、紫色等,凭借高颜值成为降温界的“时尚单品”。

记者梳理发现,目前,德佑、EcoWish、清风、小林制药、花王等品牌均推出了相关冰巾产品。以德佑为例,7月9日,记者在某电商平台德佑洗护旗舰店看到,该品牌旗下所售“冰感毛巾”有绿色“不焦绿”、紫色“绝紫”等多种包装,其中单条装9.9元,3条装15.9元,宣称“3秒快速降温3.5℃”,显示“已售1万+”。

据该旗舰店客服人员介绍,上述产品含有薄荷醇、乙醇等,主要冰感来自薄荷醇。“拆开后即可使用,冰感持续3小时左右,可通过喷水、洒水重复使用1次~2次,次数过多凉感会减弱,如环境湿度过高,持续时间会有所缩短。”

产品详情页显示,德佑“冰感毛巾”的主要原料为无纺布、纯化水、薄荷醇、薄荷酰胺、乳酸薄荷酯、乙醇、积雪草提取物等,产品规格为20厘米乘60厘米,同时提示产品含薄荷清凉成分,不建议皮肤薄弱或对薄荷及酒精过敏人群使用。

凉感持续时间不长

至于冰巾的效果,网友们评价不一。

有人称冰巾是“行走的空调”,既能降温又能擦汗;也有人认为“用处不大”且会弄湿衣服。还有网友称,“以前农村干活的时候就是一条湿毛巾挂脖子上,异曲同工。”

李娜告诉记者,一场演唱会下来,她一共用了三条冰巾。“刚接触皮肤的时候确实挺凉快的,但毕竟是纸巾,复水两三次后很容易破掉,凉感也不如刚开封时明显了。”

除冰巾外,李娜还准备了小风扇、冰凉降温贴、清凉喷雾等,花了将近100元。“对比来看,还是比较推荐冰巾。如果只是单纯在演唱会现场或户外音乐节用,一天下来用三四条,20元左右的价格还是可以接受的。”

记者在小红书上看到,不少网友在分享自己的“演唱会降温清单”时,均提到了冰巾。

“我在演唱会上一共用了两条,盖在腿上很有用,就是凉感持续时间不长,到最后全靠演唱会现场喷水降温。”刚刚看完演唱会的小冉(化名)对记者说。

声音

社交媒体放大了产品影响力

夏季演唱会、音乐节等,带动了冰巾等“降温神器”的销售。

美团团购数据显示,7月以来,清凉湿巾的销量同比增长140%,北京、上海、潍坊、苏州、杭州销量位居前列。

盘古智库高级研究员江瀚表示,冰巾等“降温神器”的走红,展示了创新和技术进步在推动新消费热点形成中的作用。新型材料的应用,让厂家生产出轻便、易携且高效的冷却产品成为可能。“此外,电商平台提供的便利性和广泛的覆盖面,让小众或新兴产品更容易接触到潜在消费者,并迅速积累口碑效应。社交媒体的传播力进一步放大了这些产品的影响力,促使它们成为热门话题和时尚潮流的一部分。”

据中新经纬

新闻链接

夏日高温催火消费“新三样”

未来几天我市持续晴热高温天气。记者发现,高温天气下,重庆消费市场正被“热浪”重构,催生出一系列消费新产品、新场景、新模式。

新产品

冰杯、便携式喷雾风扇热卖

“连续两年夏天我家都囤了冰杯,兑饮料或者直接吃都非常解暑。”7月12日,记者在新光天地附近的一家便利店看到,市民陈女士一口气买了十盒冰杯。

所谓冰杯,即一次性带盖密封塑料杯,里面装满了可食用冰块或冰球,撕开密封即可使用。“店内纯净水冰杯销售最好,且购买者多为年轻人。”便利店一位店员告诉记者,冰杯价格大多在3元左右,入夏以来,销量节节攀升。

凉感喷雾、便携式喷雾风扇等降温“神器”也迎来了消费热潮。7月12日,记者在位于南岸区的一家名创优品店看到,店内显眼位置摆满了凉感喷雾、冷感湿巾等产品。“凉感喷雾价格15元/瓶,柑橘味的冷感喷雾目前已经卖断货了。”该店店员介绍。



冰杯

新场景

防空洞、滑雪场解锁避暑新体验

7月13日下午2点,位于沙坪坝区的“洞舰1号”景区前,前来参观体验的游客络绎不绝,这座全国首创配备地心载人电梯的科幻主题景区,凭借360度沉浸式环幕与恒温25℃的凉爽环境,成为都市潮玩新地标。

“太震撼了!外面36℃,洞内像开了天然空调。”刚体验完“星际逃生”的大学生刘航兴奋地说。景区运营总监透露,随着天气温度持续走高,游客量正逐渐攀升。

据不完全统计,重庆现存1000余个防空洞,总面积超百万平方米。

而在沙坪坝区热雪奇迹室内滑雪场,初级赛道排起了队。“今年夏天来滑雪的比往年多很多。”一位教练告诉记者。美团数据显示,7月前两周“室内滑雪场”搜索量增长161%,滑雪订单环比上涨25%。



市民正在滑冰

新模式

上门服务订单大增

随着气温升高,越来越多市民选择“花钱买便利”,上门做饭的咨询量也大幅上涨。“主要是暑期到了,放假在家的学生增多,叫人上门做饭成了不少双职工家庭的选择。”某生活服务平台重庆负责人介绍。

据新重庆-重庆日报