



远红外发热纤维、超细发热丝、航空航天高科技材料……

发热内衣噱头很足，作用一般

“‘双十一’的时候我买了套100多元的发热内衣，但穿上感觉和普通内衣差不多，也没特别热，发热内衣是不是商家糊弄人的噱头？”昨天，市民卢女士向记者反映自己的困惑。

发热内衣、极暖远红外智能发热内衣、发热丝内衣……最近一段时间，天气渐冷，各种发热内衣的宣传却异常火爆，悬殊的价格和五花八门的宣传让不少消费者雾里看花。专家表示，发热内衣的确有，但作用一般，没有个别商家宣传得那么邪乎。

记者 孙美星



与普通内衣相比，商场里打着发热内衣招牌的内衣，价格普遍要贵100多元。

记者 江涛 摄

噱头很多，便宜的几十元贵的近千元

在寒冷的冬季，打着“发热”字样的内衣总是能引起更多的关注。记者在淘宝等电商平台上搜索发热内衣，找到4万多件宝贝。这些内衣大多打着“会发热的内衣”、“暖冬必备”、“智能保暖超抗寒”等宣传语，大多号称是远红外发热纤维、超细发热丝、航空航天高科技材料等，有的甚至宣称有缓解痛风、糖尿病等功效。从产地看，有国产的，还有从日本代购的，一套内衣的价格从几十元到五六百元不等。

宁波各大商场里的发热内衣也不少。在东门一家商场的内衣区，不少内衣都挂着“极暖”、“远红外智能发热”等广告牌。“这种内衣穿着特别舒服，会发热，比一般的保暖内衣

暖和多了。”一名售货员告诉记者，发热内衣比普通保暖内衣更抗寒，“穿过就知道了”。记者注意到，这些发热内衣的标签五花八门，有的发热内衣标签与正常内衣没有区别，只是在衣柜或衣架区挂了个吊牌，宣称“智能发热”、“极暖”、“薄暖”；有的除了正常的标签外，还有一串小牌子，标注了发热成分，有的“色拉姆”、有的叫“馨思特”或“伊克丝”。但仔细查看衣服的标签，上面写明的成分大多是腈纶、氨纶为主，再加以少许羊毛。

在商场里，发热内衣的价格更高，单件的价格就从一两百元到五六百元不等，最贵要近千元。

发热内衣确实有，不过作用一般

发热内衣穿着真的热吗？记者在电商平台上仔细查看网友评价，发现不少网友和卢女士的感受差不多，感觉就是一件普通内衣，没有觉得穿着特别热。

内衣能发热的说法正确吗？是不是只是商家吸引眼球的噱头？带着这个问题，记者采访了宁波市纤维检验所工程师金美菊。

“发热内衣的确有，2010年，国家就出台了《吸湿发热内衣》国家标准。目前国内能检测发热内衣的机构不多，据我所知，天津有一个。”金美菊介绍说，从目前市场上的产品来看，发热内衣一般分两种，一是在面料纺织过程中加上能吸湿发热或相变蓄热的材料，二是在内衣面料表面涂上一层这种材料，使得内衣能吸收、储存和释放热量。“从这个意义上来说，发热材料的确实没法作为成分写进衣服标签上。”

金美菊介绍，即使是符合国家标准发热内衣，其发热作用也非常有限。据介绍，在《吸湿发热内衣》国家标准中，“吸湿发热内衣”的最高升温不小于4℃，30分钟内平均升温值不小于3℃。

对于发热内衣的原理，曾有专家在接受媒体采访时表示，在服装中添加的一些纤维材料，在一定温度下就会发生相变，实现吸热或放热。但发生相变的条件要求比较苛刻，相变范围也比较窄，只有在相应的温度范围，比如说冷到一定程度或热到一定程度时，纤维才能起作用。而且持续的时间比较短暂，只有10~20分钟，提升的温度也不可能非常高，一般能主动升温2℃~4℃。

专家认为，目前市场上常见的发热内衣基本是利用人体自身释放的热量，再返还给人体，最终达到保暖效果，其实还不如多穿一件衣服暖和。

购买时要认准国家标准号

既然发热内衣确有其事，市民在选购发热内衣时该怎么甄别呢？“买的时候要注意看标签，如果标注是‘发热内衣’，且标注执行FZ/T 73036-2010标准，那应该还是比较靠谱的。”金美菊介绍，质监部门对于内衣的质量检测都是根据相关标准来执行的，“如果它号称的是发热内衣，但标注执行的却是普通内衣的标准，那么，其发热功能可能就要打问号了。”

市场上林林总总的各式发热内衣，究竟有多少标注了“FZ/T 73036-2010”这个吸湿发热内衣的标准号？带着这个问题，记者再次走访了市场。在宁波的两个大型商场，记者仔

细查看了6个品牌的“发热内衣”标签，只在一个品牌的内衣上看到了这个标准号。

实际上，对于如何选购发热内衣，山东、广东等地的工商部门曾多次发出消费警示，让消费者不要轻信。首先，要提防商家混淆概念，混淆保暖与发热、普通纤维与发热纤维、保暖内衣与发热内衣的区别，把普通保暖内衣当成发热内衣卖。其次，要小心商家夸大宣传，以假乱真，比如一些厂商在生产过程使用的是远红外纤维等材料，却在产品标识上标注成发热纤维。

以宁波汤圆作为主体和载体，整体策划宁波文化创意产品

“印象宁波”将向全球招标

本报讯（记者 毛雷君 见习记者 劳育聪 通讯员 谢晓江 陈晓桦 吴宙洋）最近，反映宁波风貌的《香约宁波》宣传片登陆央视荧屏，这是宁波在文化宣传、形象展示方面的又一个大动作。而随着年度大剧《芈月传》在东方卫视首播，象山影视城作为拍摄基地，吸引了众多游客。作为文化创意领域的一个重要组成部分，影视文化产业在带动上下游产业方面作用明显，对当地经济有着不小的推动力。宁波市旅游局相关负责人表示，宁波在借助文化创意产业来宣传城市形象、扩大影响方面一直在努力。

据介绍，宁波下辖的各个县（市）区都已经有了自己相应的文化创意产业的规划，通过各种媒体资源投放，已经形成了

一定规模。比如宁波的户外旅游基地、东钱湖的骑行基地等，都已经通过手绘地图等载体表现出来。

而据记者了解，目前宁波正在整体策划“印象宁波”的文化创意系列——以具有宁波特色的汤圆作为主体和载体，围绕宁波汤圆进行一系列的周边衍生品开发。为了面对全世界，同时也突出宁波特色，此次文化创意的招投标工作面向全球展开。目前已经委托日本、韩国的顶尖设计团队进行整体的包装策划，相信在明年年初就会有一个初步的方案。

今后，宁波将依托影视基地、衍生产品开发制作、旅游景点全方位推广等方式，进一步推进文化创意产业的发展。

旅游电商热炒“双十二” 传统旅行社不感冒

本报讯（记者 毛雷君）淘宝“双十二”马上就要到了，除了剁手党继续购物外，一些旅游电商企业也打起促销牌，试图在眼下这个旅游淡季制造一拨热潮，但传统旅游企业大多不太热衷于此，阵营分明。

旅游电商力推“双十二”

在携程网首页，“12·12 玩转全球 5大洲 5折起”“3折狂欢12天 环球游世界”等广告异常醒目，其中一款泰国芭提雅的自由行产品只要1362元，相当于正常价格的3折。飞扬旅游携手阿里集团推出“双十二旅游狂欢节”活动，在网站首页可以看到很多3~5折的旅游产品。

同程旅游、途牛网、蚂蜂窝等旅游电商也都打出“血拼双十二”、“机票一元秒杀”等招牌，力图营造一个年底出行的小高潮。记者注意到，其实这股旅游电商优惠热潮从“双十一”就已经开始了，现在只是在用“双十二”这个噱头来吸引更多人的关注。

据了解，旅游电商企业今年动作频频，携程今年投入10亿元资金，以应对日渐惨烈的价格战；同程则宣布将在“双十二”大促中让利1.2亿元。

传统旅行社反应冷淡

记者走了宁波各大旅行社发现，相比电商旅游企业，传统旅游企业对“双十二”的概念并无太大的热情。中国国旅宁波分公司只是推出了年终刷各家银行卡立减300~500元的活动，并没有突出“双十二”概念；宁波中青旅、浙仑海外等旅行社，也没有刻意打“双十二”这张牌，而是把重点放在了新年和春节的旅游产品销售上。

宁波国旅市场部负责人洪峰分析认为，“主要是和推广渠道有关。传统旅行社侧重的是本地和周边市场，而在线旅游电商面对的是全国消费者，所以他们的推广力度肯定会大一些。另外，12月份是传统旅游的淡季，旅游网站的贴补力度比较大，价格上会比较有优势；而传统旅游企业由于成本和年底要做账等因素，优惠的力度相对较小。”

价格不是唯一因素

记者调查发现，很多消费者更加看重的是旅游过程中的消费体验，而非只关注价格这一个因素。

“旅游产品和其他商品有很大不同，我们出去旅游，主要是为了放松身心，增长见闻，买的就是旅行社的服务，如果服务很糟糕，就等于花钱买气受，再便宜也不值得。而且很多地方，我们可能只会去一次，因此，更应该关注的是旅游产品的品质。”旅游达人“特工小飞”说。



有时间，就去海南吧

海南是中国冬季最温暖的省份，风景秀丽，气候宜人。海南岛地处热带北缘，素有“天然大温室”的美称。常年年平均气温30℃左右，是个远离城市雾霾，告别寒冷的好去处。现在就是去海南最佳的时节，运通旅行社为大家挑选了分界洲岛、天涯海角、呀诺达、亚龙湾、大小洞天、椰田古寨等著名旅游景点，并入住一晚特色温泉酒店。这是性价比很高的海南线路旅游产品，名额有限，欢迎提前预约。

玩转海南纯玩双飞五日游**发团日期：**12月14日、21日、28日**价格：**1980元起/人（含税）**报名及投诉电话：**87651111**QQ群：**116159829**地址：**海曙区新典路536号新海蓝钻8楼**运通我去旅游网：**www.57676.com

浙江运通旅行社有限公司（L-ZJ-CJ00079）