

生活误区背后藏着哪些真相

最新一期“科学”流言榜揭晓,网罗近期热门的健康流言,快来看看生活误区背后藏着哪些真相。

流言一:长期用抗过敏药易形成依赖

真相不少人担心抗过敏药用久了会产生依赖,秉承能不用就不用的原则,在过敏季选择生扛。其实,使用抗过敏药并不会产生药物依赖。

过敏时出现的鼻子痒、打喷嚏、皮疹风团等症状,主要与一种叫“组胺”的炎症物质有关。组胺需与H1受体结合,才会引发过敏反应。氯雷他定、西替利嗪等抗组胺类抗过敏药的作用原理,正是阻断两者的结合,从而减轻过敏症状。这类药物既不会导致生理或精神依赖,停药后也无戒断反应。若停药后过敏症状反复,很可能是因为过敏尚未得到有效控制。

合理使用抗过敏药是控制过敏症状、预防并发病的重要手段。盲目担心药物依赖而拒绝规范用药,甚至擅自停药,可能会加重病情。

流言二:频繁洗头会导致脱发

真相每次洗头都会掉一团头发,频繁洗头会不会导致脱发,这种担心是多余的。相反,保持头皮清洁对维护头发及头皮健康至关重要。

对于正常人来说,头发的脱落主要是由于毛囊进入休止期后的自然脱落,而不是因为频繁洗头。病理状态下的脱发可能关系到免疫、遗传、激素水平、精神应激、营养状态和某些药物的副作用等。与这些因素相比,洗头的影响微乎其微。适度洗头可以清除头皮上的过多皮脂、灰尘和脱落的死亡细胞,有助于保持头皮健康。

但是为什么有这样的误解呢?在洗头过程中,一梳头,有很多头发轻易就掉下来了,一是因为洗头后摩擦力小了,该掉的这部分头发就脱落下来了。第二个原因是部分头发正处在休止期,实际上每天都该脱落的。但是,在洗头的时候,有一个比较集中的梳、揉的外力,这些头发会更集中脱落。

多久洗一次头更合适?北方地区、夏季时段,阳光直射损伤头皮屏障,加速油脂氧化,产生异味或头痛。专家建议1至3天洗一次头即可。对于头皮爱出油的人士,则可隔日清洗。干性头皮可延长清洗间隔为3至5天,避免过度脱脂导致屏障受损。爱运动的人士出汗后可每天清洗,但不必每次都使用洗发产品,清水冲洗,依然有效。此外,洗发的关键是确保泡沫充分接触头皮,刚起沫就冲掉,可能使洗发效果大打折扣。

流言三:防晒就该“武装到牙齿”

真相夏天烈日灼灼,大马路上经常能看到“全副武装”隔绝紫外线的防晒达人。从防晒霜、防晒衣、遮阳伞到“脸基尼”,不少人为追求极致防晒已经做到全身上下无死角。虽说紫外线能加速皮肤衰老,但过度防晒也会引发皮肤过敏、痤疮甚至脱发、骨质疏松等疾病。专家提醒,科学防晒要避免陷入“武装到牙齿”的误区。

据介绍,长期、多层叠加使用高倍数化学防晒产品,会破坏皮肤屏障功能。一方面,高倍数化学防晒剂中常见的成分对部分人群是强致敏原,容易引发接触性皮炎;另一方面,高倍数物理防晒剂通常质地厚重油腻,在炎热容易出汗的夏季大量、频繁涂抹,极易堵塞毛孔,导致痤疮发作或原有痤疮问题恶化。防晒霜并非指数越高越好,当SPF值达到30时,对UVB(户外紫外线)的阻隔率已超过96%,完全可以满足一般的户外防晒需求。

过度防晒导致的维生素D缺乏,还可能导致脱发,甚至悄然侵蚀骨骼健康。人体需要接受适量中波紫外线照射,才能合成维生素D,长期完全隔绝阳光照射会导致维生素D合成严重不足,进而影响钙质吸收,最终引发骨质疏松。

科学防晒的黄金法则在于“分时段”与“讲适度”。比如,在紫外线强烈的上午10点至下午3点,应优先选择遮阳伞、宽檐帽、防晒衣、太阳镜等“硬防晒”手段。而在阳光相对温和的清晨或傍晚,则建议适当进行户外活动,让面部、手臂等部位每天接受10至20分钟的温和日晒。日常通勤



或室内活动时,使用SPF15、PA++的低倍数防晒产品已足够;普通户外活动可选择SPF30、PA+++的中倍数防晒霜;只有在登山、海滩或高原等长时间高强度紫外线暴露环境下,才需要使用SPF50+、PA++++的高倍防水防汗型产品。

流言四:用不锈钢水壶易致癌

真相网络流传电热水壶在使用过程中可能析出重金属锰,而长期摄入锰可能致强的说法。其实,这种说法没有科学依据。

对于用来制造电热水壶的金属材料,需要满足《食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品》(GB4806.9-2023)。根据2023年的实施版本,金属材料在实验条件下,迁移出来的锰含量不能超过2mg/kg。所以只要高锰钢在实验过程中满足了这个条件,它是可以用来制作电热水壶的。

高锰钢顾名思义,就是钢材里的锰元素含量比较高(含量一般在10%以上)。相比之下,我们生活中特别常见的304不锈钢、316L不锈钢,它们的锰含量在2%以下。但是,钢材到底能不能用来接触食品和饮用水,核心不在于它含不含锰,而在于锰会不会跑到食物中去。

选购靠谱的电热水壶很重要。《食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品》(GB4806.9-2023)是强制性标准,所有生产电热水壶的厂家都必须执行,但确实有可能存在一些小工厂贪图利益使用不合格的材料。所以在选购电热水壶的时候,尽量选择正规厂家正规渠道购买,拿到产品之后,最好确认一下电热水壶执行标准是否是GB4806.9-2023,并且有相应的产品检验合格证。如果产品包装上什么信息都没有,那就要当心了。

另外,相比于高锰钢,304、316L这些型号的不锈钢材料确实经常用来做食品容器,安全性相对较高,在购买的时候可以优先选择这些材料的电热水壶。

流言五:正畸会让牙齿松动脱落

真相暑期正值青少年牙齿正畸高峰,不过有些家长误认为正畸就是靠把牙齿弄松再移动,时间久了牙根不稳,担心牙齿会变得易脱落。这里有个误会需要说明:牙齿移动不等于牙齿松动。

正畸的原理是通过持续轻力,引导牙齿在牙槽骨中移动,牙槽骨会随之发生生理性改建(吸收与再生)。这一过程已有多医学实践验证,只要牙周健康且力量适当,牙齿稳定性便不会受损。

牙齿脱落的主因是牙龈萎缩、牙槽骨吸收等牙周病或严重龋坏,与正畸无必然联系。

流言六:烧水壶存水垢易引发结石

真相网络流传长期饮用带有水垢的水会得肾结石。实际上,有水垢的水也能喝。导致肾结石的元凶不是水垢,而是代谢因素以及饮食习惯导致的饮水太少。

水垢,是水中的钙镁离子和碱度在烧水过程中产生的碳酸钙和氢氧化镁。水里存在很多矿物质,含量越高,水的硬度越大,即常说的“硬水”。当水的硬度高于约200mg/L时,烧水时就会产生水垢。温度越高,水垢越多!

不过大可放心,喝点硬水对人体无害,也不会导致结石或其他健康问题。水垢进入人体后,部分可被分解;不能分解的那些,也能排出来。而且,水垢中的钙镁离子含量有限,远远达不到形成结石的程度。

流言七:水果挖掉发霉部分还能吃

真相这种看似节约的方式不可取。水果放置时间过久或表面有伤口,可能导致霉菌侵入并滋生,这些霉菌会产生并积累很多真菌毒素。比如,苹果、梨、桃子等水果滋生霉菌后,其中展青霉素的量会逐渐增加。这种毒素是一种神经毒素,会导致食用者发生急、慢性食物中毒,可能会出现恶心、腹痛、腹泻等食物中毒症状,且具有致畸性和致癌性。不仅如此,这些毒素也会不同程度地存在于腐烂部位的周围组织中,研究表明:苹果腐烂的面积越大,其中展青霉素的含量就越高。并且展青霉素还会向苹果的周围组织中扩散,距离腐烂部位越近毒素含量就越高,并且其含量会随着腐烂部位直径的增加而增加。因此,只是削掉霉变部位仍有可能摄入毒素。

北京青年报

扩内需财政金融齐发力 多部委详解消费贷“国补”

备受关注的个人消费贷款贴息政策和服务业经营主体贷款贴息政策日前正式落地。8月13日,国新办举行新闻发布会,介绍《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》和《服务业经营主体贷款贴息政策实施方案》有关情况,财政部、商务部、人民银行、金融监管总局等四部门相关负责人联合进行解读。

8月12日,上述两项贴息政策发布。根据实施方案,两项政策在贴息比例设定上保持一致:年贴息比例均为1个百分点,且贴息资金由中央财政承担90%、省级财政承担10%。

“对居民个人消费贷款和消费领域的服务业经营主体贷款实施贴息政策,这是中央层面首次实施,称之为消费贷款领域的又一次‘国补’是非常形象的。”财政部副部长廖岷表示,这是公共资金和金融工具结合产生的撬动效应,

这些政策可以和正在实施的消费者以旧换新补贴等政策形成“组合拳”,让人民群众在消费过程中得到“国补”更多的实惠。

对此,财政部金融司司长于红解释称,两项贴息政策涉及的侧重点都是广覆盖、低门槛,也没有设置复杂的申请程序,尽量让大家做到“省钱又省心”,只需要满足一些基本的、必要的条件,就可享受政策的支持,确保精准发挥提振消费、扩大内需的政策效果。比如,服务业经营主体贷款贴息的条件,核心是要将贷款资金用于经营活动。

值得注意的是,此前中国人民银行设立了5000亿元服务消费与养老再贷款,激励引导金融机构加大消费领域信贷供给,而新的贴息政策也将与这一金融政策发挥联动效应。

“消费贷款利率由银行综合考虑资

金成本、管理成本、风险溢价等因素,按照市场化原则自主确定,贴息部分由财政资金直接补贴给老百姓,在支持提振和扩大消费的同时,也兼顾了金融支持实体经济的可持续性。”中国人民银行信贷市场司负责人车士义透露,中国人民银行将配合财政部等部门抓好政策落实,强化政策合力,全力做好金融支持消费工作。

谈及为何将此次贴息比例定在1个百分点,上海金融与发展实验室首席专家曾刚表示,从政策设计来看,年贴息比例1个百分点属于温和适中的政策力度。这一标准既体现了财政政策积极性,又保持了政策的可持续性。对比历史上类似政策,1个百分点的贴息幅度处于合理区间,既能产生实质性的成本降低效果,又避免了过度刺激可能带来的副作用。

在北京国家会计学院副院长李旭

红看来,消费贷款的利息现在由财政贴息,这可以降低利息成本,老百姓对于各方面的民生支出、消费意愿也会更强,生活也将得到进一步改善。这也体现出我国以民生为导向的财政政策方向。

监管部门也将进一步防范贴息资金套取挪用风险。为保证相关政策的有效落实,廖岷表示,贷款经办机构对借款人授信时,要基于借款人的真实需求和信用状况,不得借贴息政策诱导消费者进行借贷。对于“专款专用”的财政贴息资金,财政部门也建立了与政府部门和经办机构之间的沟通联系机制,以便及时发现和解决贴息资金使用管理中存在的问题。政策执行期满后,将会同金融监管总局,组织对贷款经办机构贴息资金的申请、审核、清算等情况开展核查。

经济参考报



山东荣成：海洋牧场也能玩

2025年8月12日,山东省荣成市石岛管理区桑沟湾国家级海洋牧场,游客乘坐游船在游玩、观光。近年来,荣成市紧紧依托得天独厚的海洋优势资源,大力发展特色海洋旅游产业。在建设国家级海洋牧场过程中,始终秉持绿色发展理念,将生态保护放在首位,打造人与自然和谐共生的生动实践地,吸引了众多国内外游客前来海上观光旅游,休闲避暑。

人民网

公安部公布养老领域非法集资犯罪典型案例



辽宁李某等人涉嫌非法吸收公众存款案——以“医养结合”为名非法集资

2022年6月,辽宁省沈阳市公安局依法立案侦办李某等人涉嫌非法吸收公众存款案。经查,2013年以来,犯罪嫌疑人李某等人注册成立某养老产业公司,打着“医养结合”模式幌子,以出售消费卡、内部增资扩股等方式向社会公众吸收资金。消费卡模式为:出资人购买消费卡后,公司按照其出资金额的1.2倍对消费卡进行充值,消费卡可在公司关联的医院、养老院使用,两年期满后出资人可要求退还卡内余额,如未产生消费将按实际出资金额的1.2倍退还,即两年给付20%的利息。内部增资扩股模式为:公司以每股1-1.2元不等的价格出售公司上市原始股权,承诺一定时间内上市,如到期未上市则向出资人退还本金并支付利息。截至案发,共吸收资金12亿元,涉及参与人5000余名(60岁以上老年人占比达95%)。

目前,李某等主要犯罪嫌疑人已被抓获归案,案件已移送检察机关审查起诉。

江苏任某等人涉嫌非法吸收公众存款案——以投资“保健品”项目为名非法集资

2025年1月,江苏省镇江市公安局依法立案侦办任某等人涉嫌非法吸收公众存款案。经查,2023年12月以来,犯罪嫌疑人任某等人注册成立某植物科技公司,以投资“食叶草”项目为名,对外宣称“食叶草”为国外传来的保健品,对老年人有独特的保

健功效,大面积种植可带来可观收益,并在老城区的菜市场、公交站台、公园等场所招揽老年客户,承诺每单投资3000元,60天后退还本金和200元收益。截至案发,共吸收资金340余万元,涉及参与人90余名(60岁以上老年人占比达80%)。

目前,任某等4名主要犯罪嫌疑人已被抓获归案,案件正在进一步侦办中。

湖北廖某等人非法吸收公众存款案——以销售养老服务“预付卡”“会员卡”为名非法集资

2023年2月,湖北省鄂州市公安局依法立案侦办廖某等人涉嫌非法吸收公众存款案。经查,2014年以来,廖某等人以其实际控制的某养老院为名,将服务分为“体验卡”“白银卡”“黄金卡”“铂金卡”“钻石卡”“至尊卡”等六个等级,宣称客户向养老院交纳不等金额的预定金,即可享受相应折扣的养老入住优惠和年化利率8%-11%不等的“福补”(利息),并承诺3年后退还本金,以此为诱饵收取客户养老服务预定金。截至案发,共吸收资金约4亿元,涉及参与人3000余名(60岁以上老年人占比达80%)。

案发后,公安机关将廖某等57人抓获归案。2025年1月,鄂州市华容区人民法院以犯非法吸收公众存款罪对上述人员作出有罪判决。

湖南龚某等人涉嫌非法吸收公众存款案——以提供“康养旅游”为名非法集资

2024年9月,湖南省益阳市公安局依法立案侦办龚某等人涉嫌非法

吸收公众存款案。经查,2019年以来,犯罪嫌疑人龚某等人注册成立某康旅文化集团公司,在全国多地设立分公司,在各地公园、广场招揽中老年人游客,组织3天2晚398元的低价旅游,在旅游过程中召开项目推荐会,并由业务员点对点向游客推荐旅居项目,以18%-24%年化收益为诱饵吸引投资。截至案发,共吸收资金6亿余元,涉及参与人8000余名(60岁以上老年人占比达83%)。

目前,龚某等主要犯罪嫌疑人已被抓获归案,案件正在进一步侦办中。公安部经济犯罪侦查局提示,当前养老领域非法集资犯罪多发,作案手法翻新、套路升级,极具欺骗性、迷惑性。牢记以下防骗“关键词”,守护好您的钱袋子。

高额回报:承诺高于正规理财产品的利息,声称“零风险”“稳赚不赔”,或者通过赠送礼品、组织旅游聚餐等方式吸引您参与。

熟人拉拢:利用亲戚、朋友、邻居、老同事等关系进行“杀熟”,利用信任降低您的防备。

“专家”站台:邀请所谓的“专家”“名医”“成功人士”讲座或代言,制造权威假象。

眼见为“实”:组织参观豪华的养老基地、旅游景点,制造实力雄厚的假象,但实际为租借或虚构的场所。

温情攻势:销售人员异常热情,“叔叔阿姨”叫得亲热,提供“贴心”服务,打感情牌博取信任。

饥饿营销:宣称“名额有限”“限时优惠”“错过不再有”,制造紧张气氛催促您尽快掏钱。

中国网