

财经观察

# 这个夏天，你会为防晒花多少钱？

本报记者 侯爱敏

立夏之后，气温明显攀升。日光高照，防晒也被迅速提上日程。防晒衣、防晒帽、防晒面罩、防晒霜、防晒喷雾……线上线下和防晒相关的商品均迎来热销，“防晒经济”正式拉开帷幕。这个夏天，你计划为自己的防晒工程投资多少？

## 防晒经济拉开帷幕

“防晒霜、防晒喷雾、帽子、防晒衣……我已经大几百花出去了。”防晒达人张女士向朋友交流她的防晒储备。张女士称自己的皮肤是“见光死”，这也让她对防晒这件事特别执着，夏天出门一定是全副武装，防晒衣、墨镜、防晒面罩，就是把自己完整包裹起来。

夏天出门把自己包裹起来，成为不少人的夏季标配。鉴于防晒霜大多质地厚重，体验感不佳，还存在防晒时长的局限，越来越多的人选择物理防晒，既方便，皮肤也无压力，这也带动商家在防晒商品上不断创新，除常见的防晒衣、遮阳帽外，防晒手套、防晒口罩外，防晒面罩、护颈等也纷纷问世。

这些商品主打包裹严实、无死角隔绝阳光，受到广泛追捧，更收获了不俗业绩。

主攻防晒系列的某国产品牌官网上，历史销售单量均以数万、数十万，甚至百万计。点开平台图片，下方数据清晰显示近期郑州的购买量。其中，一款售价57元兼具护眼角3D遮阳面罩，一周内郑州有200多人购买；另一款售价69元的面基尼，一周内郑州市有100多人购买；该品牌口碑不错的宽松防晒衣，一周内郑州市有300多人购买。

线下商场防晒用品同样火了起来。多家商场的防晒产品都被摆在了化妆品专柜最显眼的地方。“这几天销量明显看涨，周末销售更好。”正弘城某品牌专柜销售员说。而无论是快时尚连锁店还是运动专卖店，防晒衣都被挂在了店内显眼的地方。

## “防晒衣+”成夏季标配

在各种防晒产品中，防晒衣无疑是刚需中的刚需。随着近日郑州气温攀升，防晒衣开始重出江湖。

长袖有帽、有口袋，有弹性、自带凉感，颜色以白或马卡龙色为主，几乎成为近两年防晒衣的标准面孔。拉链设计，简单的造型，让防晒衣更像一件改良版的运动卫衣，区别于防晒面料更轻薄柔软、弹性

更大，使用的舒适性更高。

舒适不皱易携带，让本应为防晒而生的防晒衣，被拓展出越来越丰富的使用场景。外出防晒，办公室冷气足时用来保暖，中午趴在办公桌上小憩，还可以用来蒙住头拒绝打扰。“防晒衣+”模式正成为越来越多人的夏季标配，一件防晒衣打天下的年轻人不在少数。无论身着真丝上衣还是休闲T恤，出行时外面都会套一件防晒衣，甚至直接单穿一件防晒衣。多样化的穿着需求让宽松版的防晒衣大受欢迎，某知名品牌的防晒衣系列中，宽松版型的稳居热销榜第一名。

随着男性护肤意识的整体提升，越来越多的男性也加入到防晒消费的大军中。“五一”节前，计划假日出行的孟女士花200元在瀚海尚鸿星尔克门店，给15岁的儿子买了件纯白色的防晒衣。“一再要求让买防晒衣，你说一个男孩子咋还怕晒黑呢？”孟女士的困惑，道出了许多妈妈的心声。也许出乎妈妈们的意料，追求个性表达、希望展现更完美自己的理念，已经开始在初中生的心中萌芽。

“以前觉得涂防晒霜很‘娘’，现在知道紫外线对皮肤的伤害是不分性别的。”在高校工作的王先生说，他今年第一次购买了

防晒喷雾和防晒衣，办公室里男同事也基本人手一件防晒衣。

## 过度防晒无益健康

虽然绝大多数人防晒的出发点是爱美和健康，但任何事均过犹不及。防晒意识的高涨，也带来了一种新型焦虑——“防晒焦虑”的蔓延。社交媒体上“不防晒老十岁”“防晒是抗衰老的第一步”等内容铺天盖地，催生了一批“防晒狂魔”。

视阳光为大敌的君君每天都使用多种防晒产品，从基础防晒霜到防晒喷雾补涂，再到防晒粉底叠加，层层防护。君君说，自己的闺蜜即使阴雨天或室内办公，也坚持高倍防晒。而被不少人青睐的“全光谱防晒”产品，更宣称能阻挡各种光线。

这种过度追求防晒的行为并不被专家看好，认为不仅增加了经济负担，还可能带来健康隐患。专家提醒，过度防晒，会导致人体合成维生素D的重要来源缺失，导致骨质疏松、骨质疏松等骨骼疾病。

当我们决定下单一款防晒产品时，不妨问自己一个问题——我们购买的究竟是真正的防护需要，还是被营销制造的焦虑？毕竟，健康的肌肤不仅需要抵御紫外线，也需要呼吸自然的阳光。

# 《河南省地名管理办法》修订草案公开征求意见

本报讯(记者 袁帅)加强地名管理、传承历史文化、服务社会发展。5月13日，记者从省政府办公厅获悉，我省公布《河南省地名管理办法(修订草案征求意见稿)》，面向社会公开征求意见。此次修订不仅对地名命名、更名、使用等环节提出更严格规范，更首次将地名文化遗产保护纳入法治轨道，全面提升地名管理的法治化与现代化水平。

## 规范命名“非必要不更名”

《办法》明确，地名的命名、更名、使用、标志设置、文化保护应当遵守法律、行政法规和国家有关规定，反映当地地理、历史和文化特征，尊重当地群众意愿，方便生产生活。

地名的命名，应当遵循含义明确、健康，不违背公序良俗；符合地理实体的实际地域、规模、性质等特征；使用国家通用语言文字，避免使用生僻字，不得使用繁体字、异体字等不规范文字；不得单独使用通名作为地名，地名中的通名不得叠加使用；一般不以人名(含本名及其别名、化名等)作地名，不以国家领导人的名字作地名；不以文艺作品中的人物角色名称作地名；不以外国人名、地名作地名；不以企业名称或者商标名称作地名；省内著名的自然地理实体名称、县级以上行政区划名称，不应重名，并避免同音。

对于地名更名，《办法》强调“非必要不更名”，因行政区划调整、城乡建设等导致名实不符时方可申请更名。具有重要历史文化价值、体现中华历史文脉的地名，纳入各级地名文化遗产名录或者相关保护名录的地名，一般不得更名。

## 标准地名应符合用字读音审定规范

根据《办法》，按照《地名管理条例》和本《办法》规定批准的地名为标准地名。标准地名专名与通名的罗马字母拼写，以《汉语拼音方案》作为统一规范，并按照国家地名行政主管部门会同国务院有关部门制定的规则拼写。

标准地名应当符合地名的用字读音审定规范。一地多名的地名应当确定一个标准地名，一名多写、一字多音的地名应当确定统一的用字和读音。少数民族语地名、外国语地名的标准汉字译写，应符合国家有关汉字的译写规范，并遵守标准地名使用的有关规定。

标准地名须强制应用于交通标志、公文证件、地图出版物等八大场景，违者最高可处1万元罚款。

《办法》要求，县级以上人民政府民政部门和其他有关部门之间应当建立健全地名信息资源共享机制，积极推动标准地名信息纳入政务协同办公平台，推进标准地名信息数字化建设。

地名标志设置要与城镇规划、村庄规划、地名方案同步考虑，与城乡建设同步进行，着力构建完善的地名标志导向体系。鼓励有条件的地方设置智慧地名标志，推进老旧地名标志的智慧化更新。

任何单位和个人不得擅自设置、拆除、移动、涂改、遮挡、损毁地名标志。违者最高可罚款5000元，构成犯罪的依法追究。

## 优先恢复使用消失的历史地名

《办法》要求，开展古城、古县、古镇、古村落、古街巷、近现代重要地名等文化遗产信息挖掘、考证等工作，并将符合条件的地名文化遗产依法列入非物质文化遗产保护范围。

保护名录中具有历史文化意义和传承价值的历史地名，因地体消失等原因导致未在使用的，应当在地理实体原址重建、迁移后重新命名时优先恢复使用，或者根据情况按照有利于保护传承、地域就近原则在地名命名工作中唤醒启用。

《办法》指出，鼓励公民、企业和社会力量参与地名文化保护活动，开发地名文化产品，发展文化创意、移动媒体、动漫等新兴地名文化业态，满足人民群众多样化的地名文化需求；鼓励有条件的地方开展地名文化进校园、进社区、进企业等活动，推动地名文化教育普及，促进地名文化保护和传承。

建立健全地名档案管理制度，加强地名档案的收集、整理和保存工作，推进地名档案的信息化建设与开发利用。

根据《办法》，新拟于2025年正式施行，2013年发布的旧版《河南省地名管理办法》将同步废止。目前修订草案正面向社会公开征求意见，公众可通过信函或电子邮件等方式提交建议。

# 撬动文旅市场的“空中引擎” “低空+旅游” 激发消费新活力

从蓝天“一跃而下”体验跳伞乐趣，在直升机上俯瞰山河，于城市烟火中欣赏一场无人机灯光秀……随着各地低空文旅项目“上新”，低空经济以“云端视角”持续点燃消费热情。

记者在多地走访看到，“低空+旅游”正以立体化体验塑造文旅消费新场景，激活“吃住行游购娱”全链条消费，成为撬动文旅市场的“空中引擎”。

## 新玩法：“低空+文旅”带来丰富体验

“从空中看三亚的海景，像是打开了新世界！”在海南最大的跳伞基地——三亚塔赫跳伞基地，内蒙古游客王晓玲体验了固定翼跳伞后难掩兴奋。

刚刚过去的“五一”假期，三亚塔赫跳伞基地日均接待量较平日增长约70%，2024年基地接待跳伞客人超过1万人次，今年一季度已经达到6000人次。

据赛迪顾问预测，我国低空经济规模有望在2025年跨越8500亿元大关，2026年有望达到万亿元级别。去年以来，多个省份积极规划设计低空应用场景，探索特色旅游飞行航线等低空文旅新业态。

记者走访看到，以载人直升机为主的低空观光项目正从“小众体验”迈向“大众消费”。重庆巫山开通直升机俯瞰长江三峡项目；江苏苏州开通金鸡湖、苏州古城等低空观光航线；安徽肥西西祥源·花世界旅游度假区正在打造空中赏花项目，为游客带来“空中观花海，云端瞰江淮”的全新体验……

科技赋能下，低空文旅应用场景深度拓展，不仅丰富了文旅业态，也带动餐饮、住宿等消费多点开花。

## 强支撑：政策助力低空文旅“高飞”

低空文旅的“腾飞”离不开政策赋能。低空经济连续两年被写入政府工作报告，《提振消费专项行动方案》明确支持低空消费发展，各地因地制宜推出支持低空文旅发展的各项举措。

“真金白银”推动产业发展。安徽合肥提出，对开设经民航部门审批的载人eVTOL航线的企业，分类给予补贴，其中观光旅游类航线每人100元/架次；重庆开展低空飞行消费周，今年共发放3000万元低空飞行消费券，今年活动期间拉动消费超5亿元；江苏苏州支持低空载人观光，对开通观光航线的企业，每增加一条新航线给予2万元补助，每家企业最高50万元。

“建圈强链”促进融合发展。海南三亚推动低空旅游产业与酒店民宿、会议展览、节庆赛事等其他产业融合发展；四川鼓励发展以低空经济为主题的新型文化业态、文化消费模式，支持举办航空会展、航空论坛，支持开发低空文创产品。

持续推动应用场景“上新”。浙江提出，支持发展电动垂直起降航空器观光、热气球环游、滑翔伞运动等低空农文旅活动；四川支持建设航空运动体验基地和航空飞行营地，举办大型航空体育和无人飞行器赛事活动；海南提出，拓展低空飞行器旅游观光场景，支持海口、三亚等环岛旅游公路沿线市县，结合驿站布局开通直升机、eVTOL、飞行汽车等低空旅游观光线路。

## 谋长远：多措并举推动低空文旅高质量发展

“低空+”打开文旅想象新空间，如何能“飞得更稳”？

“低空文旅作为新兴业态，行业发展初期难免出现人才短缺、运营不规范的短期乱象，一窝蜂上项目、同一区域同质化竞争也时有发生。”海南省航空运动协会秘书长徐丽文说，近年来，协会一直呼吁运营企业进行人员、飞行器材、运营场地备案，并运用行业协会的专业力量，引导和鼓励企业规范化运营。

受访人士认为，需通过政策、技术、场景与生态的多维协同，破解成本高、项目同质化等问题，释放低空文旅市场活力。

向云端，探新路，低空文旅高质量发展还需技术创新持续赋能。国际先进技术应用推进中心(合肥)执行主任程羽认为，各地可探索推动轻量化、低成本设备研发，推动低空场景的创新，拓展“低空+研学”“低空+康养”等模式，“未来低空旅游将不止于‘天上飞’，更要实现‘地上热’”。

据新华社北京5月13日电



平漯周高铁建设现场

# 平漯周高铁建设又有新进展

本报讯(记者 张倩 通讯员 孙培焱 文图)5月12日，随着一孔32米一体式预制箱梁精准落位平漯周高铁商周特大桥607至608号墩，标志着中铁七局平漯周站前八标项目部第一阶段共146榀箱梁架设任务顺利完成，成为全线架梁施工“排头兵”。

据悉，中铁七局川汇制梁场承担了平漯周高铁687孔箱梁预制及架设任务，其中双线箱梁538孔，单线箱梁

149孔。为确保架梁任务顺利完成，项目部多次召开专题研讨会和现场会，不断优化施工方案，落实标准化作业。

平漯周高铁是一条连接平顶山市、漯河市、周口市的高速铁路，全线位于河南省中南部，项目正线长199.679千米，其中，平顶山市境内66.369千米，漯河市境内82.605千米，周口市境内50.705千米，全线桥梁比95.16%，设计速度目标值350千米/小

时。据悉，平漯周高铁项目是国家综合立体交通网主骨架大陆桥走廊支线——南京经平顶山至洛阳段的重要组成部分，也是河南省现代综合交通体系重大工程之一。建成运行后，将填补豫东南地区的高铁空白，并串联起平顶山、漯河、周口3个市，带动沿线20个县区、超3000万人口融入国家区域协同发展格局，对进一步盘活中原铁路网、促进河南经济社会发展具有重要意义。

# 从小礼 培相 养待

传承中华好风尚

公益广告

中宣部宣教局 中国文明网