

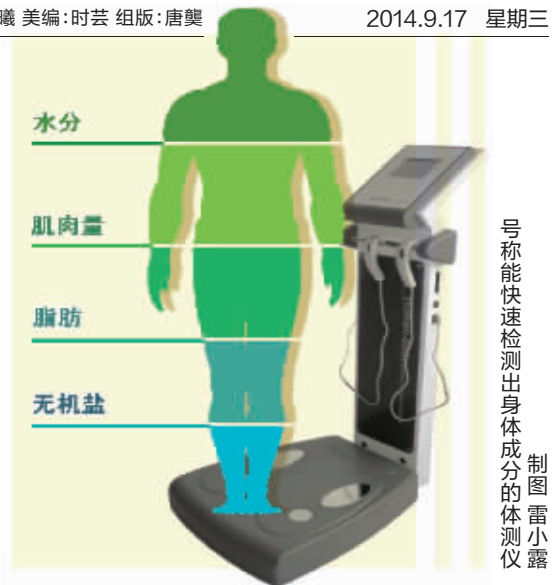
想知道体内脂肪有多少,只要站在“体测仪”上30秒;想知道皮肤缺水不缺水,只要把“测量器”在皮肤上按3秒……过去,想知道身体状况,都必须去医院,而随着这些仪器的出现,我们的生活似乎方便快捷了不少。不过,“快餐式”检测的结果可信度有多高呢?

专家告诉现代快报记者,这种“快捷检测仪器”虽然方便,但也正是因为操作简单,这些仪器的精确度非常差,噱头大于实用性,不具备多少参考价值。

现代快报记者 吴怡

# 30秒测出体内脂肪量 3秒测出皮肤水油比

这些体测仪器没那么神,医生称误差太大,没参考价值



## A 身体成分分析仪

一台“秤”  
站30秒即知身体成分

体检专家:  
测量误差太大

经常去健身房运动的人都知道,在办健身卡之前,教练都会建议去做一个“身体成分分析”。昨天记者在新街口附近的某家健身房体验了一把。

成分分析仪外观与体重秤没有什么区别。在询问了记者的姓名、年龄与身高以后,教练示意记者站上仪器。“要脱掉鞋袜”。站上去30秒后,一旁连接的电脑上很快出现了一份身体成分分析报告。

在身体成分分析一栏中,包含了正常体重、去脂体重、肌肉量、身体水分、蛋白质、无机盐等。在腹部脂肪分析中,提供了内脏脂肪水平和内脏脂肪面积,并且计算出了腰臀比。还根据具体内容给出了调节指导。

“从分析结果看,腿部肌肉量不足,身体有些缺水,然后脂肪含量还是有些偏高,”教练给记者总结出了这个结论。建议记者可以选择跑步和下肢的器械锻炼。

所谓的身体成分分析仪可靠吗?“这种检测,主要是通过发射生物电流,通过电流在脂肪、肌肉中的不同速度,来估测它们在体内的占比,”南京市中医院体检中心主任余波告诉现代快报记者,在健身房主要测量的还是脂肪量,“但这种测量的精度非常不准。”

余波表示,这种生物电流检测的影响因素很多,比如人体的出汗程度,干湿程度,是否吃过食物等等。“测量误差大概在5%到8%之间,算是很大了,一个很瘦的人,都有可能被检测出脂肪量超标,因此参考价值不高,一般医院用得也不多。”而报告中身体水分、蛋白质、无机盐的含量,余波认为只是个附加的噱头。

“如果想要精确知道体内脂肪、蛋白质、水分等含量的情况,目前的主要途径是核磁共振,像这种报告看看就好。”余波说。

## B 皮肤水分检测仪



一支“笔”  
3秒测出皮肤水分

皮肤专家:  
不靠谱,玩玩就够了

除了“大体积”的体测仪,各种手持便携式的家用身体检测仪器也倍受青睐。

在逛商场的化妆品专柜时,售货员会热情地向我们推荐产品,在推荐保湿类产品时,往往会拿出一支笔状仪器,接触皮肤3秒钟,便会显示出一个数据。这是皮肤水分检测仪,上面显示的数据,便是皮肤中的“含水量”,推销员们往往通过给顾客涂抹保湿产品后,仪器上数字的变化,来证明产品的“保湿补水”能力有多强。

这种检测仪在淘宝上卖得也很火,价格从40多到几百块不等,号称接触皮肤3-6秒钟,便能得出皮肤的水分、油分含量,以及皮肤的弹性情况。

鼓楼医院皮肤科副主任医师包军表示,这种仪器的原理在于电流在水、脂肪中透光性、透光速度不同。但要说到网上这些便携式的检测仪,包军认为“玩玩就够了”。

“喝水前还是喝水后使用,压的力度大小,空气湿度……都是导致数据发生大变化的因素,想准确得知皮肤缺不缺水,光用这个肯定不可靠。”

而商场中用这种水分测量仪验证化妆品的保湿性,同样不值得借鉴。“刚涂完化妆品,皮肤内水分含量上升这是肯定的,就像把皮肤浸在自来水中5分钟再检测,水分含量也很高一样,但肯定不能证明自来水有补水保湿的作用。”

## C 血压仪

腕式血压仪  
不适合老年人

相比起以上两种测量仪器,血压计更为普及。但现代快报记者了解到,在血压计的选择方面,其实也有讲究。

在南京市食药监局多次举办的广场咨询活动上,专家介绍,电子腕式血压仪其实并不适合老年人(60岁以上),以及有血管疾病或肥胖者。原因在于所测的压力值为腕动脉“脉搏压力值”,对于大多数中老年人,特别是血液黏稠度高者、微循环不佳者、血管硬化症患者,在手腕测量血压可能不太准。

而电子血压计和水银血压计也各有优劣。水银的数据更加准确,但操作复杂,电子血压计简单易懂,但是电子血压计会受现场环境、佩戴姿势、传感器等因素影响,所以电子血压计相对更容易出现误差。市民可以针对自己的实际情况进行选择。

此外,血压计应该每半年检测校准一次,否则结果不准确。

## 【我的青春高八度】栏目组携千万统帅老用户共贺

# 9.19 统帅周年庆 家电换新全年最实惠



### 解码统帅电器:开创家电定制里程碑

金秋九月,互联网时代第一家电定制品牌统帅电器即将迎来盛大的三周年庆典。这个备受年轻消费者欢迎的海尔集团旗下家电品牌,自2011年上市以来,在短短的三年时间里,已经发展为一个家喻户晓的互联网家电品牌,在同行业销量一直遥遥领先。解码统帅电器的成功,或许能为家电行业的发展开启新的思路。

满足用户个性化需求,  
缔造互联网销售传奇

上市三年以来,统帅电器秉承“你设计,我制造;你需要,我送到”的品牌理念和“只为需要的功能买单,为不需要的功能买单”的价值主张,满足用户个性化需求。抓住机遇的统帅也“水涨船高”,成长速度和取得的佳绩令人惊叹。

其2011年销量约34万台,2012年,国内家电行业整体低迷,统帅却逆势增长,实现销售额50亿,增幅达200%。而2013年上半年销量已突破30万台,同比增幅约50%,年度销售额更是突破百亿。至三周年庆典,统帅电器用户已

突破1000万。

积极开拓谋求差异化,  
创新思维推动品牌发展

统帅积极开拓谋求差异化,用创新思维和市场活动推动品牌发展。在互联网的联接下,消费者和家电厂商史无前例地实现了“面对面”,而统帅以用户需求为中心的创新是推动企业和行业不断升级发展的核心动力。统帅开创的家电销售模式,由最了解自身需求的消费者担纲空调的设计师的活动,不仅能够充分满足消费者诉求,更是家电行业的一次里程碑式的重大变革,开启了家电定制的新思路。

活动链接:

在9.19统帅电器三周年庆典之际,为回馈新老客户,统帅电器在镇江、扬州、泰州范围内开展了一场声势浩大的旧家电换新活动,制定了全年最优优惠政策。

活动期间,统帅专卖店的部家电都将支持以旧换新,用户只需提供旧家电登记,经过鉴定确认后即可享受购机抵现的优惠,最低可抵200元,最高可抵1000元,而统帅的老用户更可凭旧发票再享折上折100元。更有超值套餐爆款产品等你来拿,全年最优惠惊喜不断。由于活动覆盖面巨大,具体活动信息,可到当地统帅专卖店咨询确认。