



外观诱人暗藏腐蚀风险 滨州一幼童险误食洁厕花朵凝胶

□晚报记者 时 晨

卫生间里一款挤压成型、形似彩色小花的洁厕凝胶,凭借清新果香、花朵造型成为不少家庭清洁好物,精致外观之下却暗藏安全隐患。近期,多地出现老人、儿童误将水果味洁厕慕斯、花朵洁厕凝胶当成饮品、零食误食的险情。相关部门与医学专家提醒,这类高颜值清洁化学品含有腐蚀性成分,一旦入口可灼伤消化道,市民务必做好收纳防护,掌握正确急救知识。

马桶边“小花”吸引幼儿,家长及时发现制止

家住滨城区的市民王女士向记者讲述了她在国庆节期间遇到的“险情”。王女士家中使用的是市面上热销的挤压式洁厕凝胶,使用时按压塑料管,凝胶挤出后会在马桶内壁形成一朵朵粉色小花,自带花果香气,冲水时缓慢释放清洁成分。“看着造型好看,卫生间异味也能压住,我就入手了这款产品。每次用完,软管随手搁在马桶水箱上方,当时想着孩子个子矮够不到。”

事发当日下午,王女士正在客厅整理家务,两岁的孩子独自跑进卫生间玩耍。等她听见孩子说话的动静走进卫生间,眼前场景让她心里一紧:“孩子已经拿到洁厕凝胶软管,小手来回揉搓,管口凑在嘴边,马桶壁上残留的凝胶小花,也被孩子伸手抠下攥在手里玩。”

“这个年纪的孩子,看见色彩鲜亮的东西第一反应就是往嘴里塞,他把这些小花当成糖果了。”王女士回忆,当时管盖已经被孩子弄开,少量凝胶沾在了孩子指尖。她立刻上前收走,并掰开孩子的嘴仔细查看,马上用流动清水冲洗孩子的双手和口腔。虽然只是虚惊一场,但这次经历让王女士至今心有余悸。“之前只把它当成普通清洁用品,根本没仔细琢磨,产品造型做得这么像零食,对小孩子诱惑力太强。”

记者走访滨州城区多家商超以及线上店铺了解到,如今洁厕产品设计越来越注重外观体验。除花朵造型洁厕

凝胶外,还有白桃、青柠等水果香型洁厕慕斯,瓶身印着水果图案,液体通透,远远看去和瓶装果饮差别不大。不少接受采访的市民坦言,挑选清洁用品时,更多关注气味好不好闻、外观好不好看,包装上的安全警示常常被忽略。

同类险情频发,误服后果严重

记者梳理国内公开报道发现,近期,多地发生多起同类意外。外地一名老人看护幼童期间,孩子翻出印有桃子图案、散发果香的洁厕慕斯,老人看不清包装文字,闻到果香,刚接触口腔就感受到强烈灼烧感,家人紧急送医救治。还有低龄幼儿误饮瓶装洁厕产品,出现口唇红肿、消化道黏膜灼伤,需要长期住院治疗;部分重症案例,即便抢救成功,也会留下食管狭窄等永久性后遗症。

为什么这类洁厕产品容易引发误食风险?记者咨询相关行业人士了解到,洁厕凝胶、洁厕慕斯大多含有酸性除垢成分,具备腐蚀性。商家为提升产品吸引力,选用鲜艳配色、水果香气、卡通花朵造型,以弱化化学品属性。低龄儿童依靠外形、气味判断物品,习惯用嘴巴探索周边环境;老年人视力减退,很难阅读包装上细小的警示文字,这两类人群都属于高危群体。危险往往在短短数十秒内发生,稍有疏忽就会酿成悲剧。

记者注意到,部分产品外包装警示标识字号偏小,警示内容印在包装侧面或者背面,消费者日常使用很少翻看。不少产品线上宣传页面重点展示颜值、香氛效果,对于腐蚀风险、儿童防护提示一笔带过。还有一个普遍的家庭危险习惯是,把清洁剂分装到空饮料瓶内,进一步混淆物品属性,大幅提升误食概率。

腐蚀性化学品入口,急救不当反添乱

医学人士介绍,洁厕凝胶、洁厕灵中的酸性物质接触口腔、咽喉、食道黏膜,会快速造成化学灼伤。轻度误食会



出现口腔刺痛、红肿、不停流口水、咽喉水肿;摄入量较大时,会引发食管溃疡、胃黏膜损伤,严重情况下可造成消化道穿孔、大出血,危及生命。

即便抢救成功,疤痕组织收缩也可能造成食管狭窄,孩子后续进食困难,需要多次手术扩张。

专家重点强调误食后的

“四不要”原则:一不要自行催吐。催吐会让腐蚀性物质再次摩擦、灼伤咽喉与食管,加重损伤,甚至引发穿孔;二不要大量灌水。大量液体容易诱发呕吐,带来二次伤害;三不要尝试酸碱中和。使用小苏打、醋等中和会发生化学反应并释放热量,叠加热力灼伤;四不要等待观察。腐蚀损伤进展速度快,不能抱有侥幸心理。

一旦发现误食,第一时间拿走剩余化学品,用湿纱布擦去口腔残留物质;保留产品原包装,立刻前往具备救治能力的医疗机构就诊。如果少量凝胶沾在皮肤上,立刻用流动清水持续冲洗;若溅入眼睛,用清水冲洗眼部并尽快就医。

守住三道安全防线,织密居家化学品防护网

针对家庭化学品安全隐患,相关专家给出系统性建议。一是源头选购,擦亮双眼。选购卫浴清洁产品,优先挑选警示标识醒目、配有儿童安全锁盖的产品。不要单纯被香味、可爱造型吸引。购买后保留原包装,严禁分装到饮料瓶、零食罐内。使用前通读一遍产品安全说明。二是规范收纳,物理隔离。卫生间、厨房清洁剂,统一放置在高处带锁储物柜,不能放在马桶水箱、洗手台矮柜、地面等孩子、老人随手可触碰的位置。每次使用完毕,立刻拧紧盖子,及时归位。家中有幼儿、认知障碍老人,更要提高警惕。三是做好家庭安全教育。低龄儿童无法理解危险,不能只依靠口头提醒,核心依靠收纳隔离。可以对适龄儿童进行相关科普,告诉孩子卫生间彩色凝胶、瓶装清洁剂不是糖果饮料,绝对不能触碰、品尝。

同时,相关人士呼吁,生产企业要兼顾营销效果与安全底线。在产品阶段,减少容易和食品、饮料混淆的外观、香型设计;增大警示文字字号,在包装正面显著位置标注腐蚀性风险;优化瓶盖结构,增加儿童防开启设计。销售平台、主播带货时,除展示清洁效果,同步提示安全风险,引导消费者妥善存放。