

谷爱凌嘴里咬的『小东西』到底藏着啥门道

冬奥赛场上，谷爱凌完成高难度动作后，嘴里总叼着一个带绳子的小物件。有人以为是哨子，有人猜是氧气瓶，甚至有人当成了帽绳。让我们一起揭开这个“神秘装备”的真面目，看看它如何成为极限运动员的隐形守护者。

A 运动员嘴里咬的到底是啥？

事实上，这个看似不起眼的小东西，正是专业运动护齿牙套，可以缓冲运动中对牙齿的剧烈撞击，是极限运动里的“金钟罩”。

北大口腔医院口腔修复科主任医师刘晓强介绍，人们在进行剧烈或直接对抗性运动时，时常会面临突发的创伤风险。这些风险来源于两方面，一是运动过程中，运动员的面部可能受到外力冲击；二是剧烈运动时，运动员自身的上颌牙齿与下颌牙齿之间也可能发生剧烈撞击。这些瞬间的冲击很容易造成牙齿折断与脱位或颌面部软组织的损伤。

很多人一听到“牙套”，就会想到正畸用的金属或隐形矫正器，其实运动护齿牙套和矫正牙套完全不同。运动护齿牙套一般用柔软硅胶或EVA材料制成，主要作用是缓冲冲击、保护牙齿不受伤，只在运动比赛、训练时佩戴，而且可以随时摘取；而矫正牙套多采用金属、陶瓷或塑料材质，目的是长期调整牙齿排列，大多需要日常固定佩戴，只有部分可以摘取。

B 自由式滑雪没有肢体对抗为什么要护齿？

发表在中国科协会刊《科技导报》的文章《运动护齿器对冰雪运动所致牙齿外伤的防护效果》中，研究提示，佩戴运动护齿牙套者在冰雪运动中发生意外导致人均牙外伤颗数显著低于未佩戴者，且佩戴运动护齿牙套者牙外伤的损伤程度较未佩戴者显著降低。

杭州市红十字会医院口腔科主治医师王海英介绍，有时候运动导致上颌骨骨折，如果上颌骨没事，会传到脑部，产生脑震荡，通过护齿牙套，上下牙齿即便咬着，中间也会有缝隙，可以把受到的外力，往牙齿各个方向分散。

除了有效预防创伤之外，运动员在咬住运动护齿牙套时，还可保持更好的动静态姿势、增加全身肌肉力量，有助于他们发挥出最佳的竞技水平，取得更好的比赛成绩。

不只是谷爱凌，足球、拳击、橄榄球等许多项目的运动员，几乎都是运动护齿牙套的“忠实用户”。比较常见的就是拳击运动。在正规拳击比赛中，佩戴护齿已成为了一种硬性规定。

C 绳子是干嘛用的？

你或许还注意到，谷爱凌的护齿上连着一根细绳，挂在脖子上。这根绳子可不是装饰，而是实用设计。

防止丢失：在比赛中，运动员可能因动作剧烈将护齿吐出，挂绳能确保它不会掉落雪地或赛道上。

方便取用：比赛间隙，运动员可快速取下护齿呼吸或交流，结束后再迅速戴回。

安全规范：国际滑雪联合会虽未强制要求佩戴护齿，但强烈建议高危项目运动员使用，并配备防丢装置。

D 普通人需要戴吗？

据相关数据显示，每年口腔外科急诊中，近三分之一的病例是运动损伤造成的，而这类伤害，只要提前佩戴护齿牙套，大多可以有效避免。

“在日常诊疗过程中，我们接触到很多因为外伤导致牙齿松动甚至牙齿脱落的患者，特别是很多青少年，有的是打篮球的时候被同学手肘撞到，有的是骑自行车摔伤等，开展此类运动有必要进行更为全面的防护。”浙江大学医学院附属第一医院口腔正畸科主任医师林军表示，一般来说，打篮球、轮滑、山地自行车等运动，是比较容易伤及牙齿的，最好还是有意识地佩戴护齿牙套。它和矫正牙套一样，可以根据个人口腔结构量身定制，佩戴更贴合，防护也更到位。

另外，运动护齿牙套并不是一劳永逸的。用久了会慢慢磨损，不仅戴着不舒服，防护效果也会变差。尤其是青少年，口腔结构仍在发育变化，更需要及时更换。一般建议，运动护齿牙套至少每半年换一次。

本报综合报道



谷爱凌

酒店床上为啥放四个枕头

逢年过节外出旅行，又到酒店营业旺季。不知道大家发现没有，即便是限住两人的房型，一张大床上也常常会摆放4个枕头。无论是快捷型还是豪华型酒店、国内还是国外，4个枕头就像酒店的标配。有时候，客人为了腾出睡觉空间，还得将多余的枕头挪到沙发上。

明明2个枕头就够用了，为什么还要多放2个？这样的配置，本质上是酒店用“低成本冗余”来满足多样化需求的聪明做法。

酒店面对的是天南海北的顾客：有人习惯仰睡需要低枕，有人喜欢侧睡想要高枕，在玩手机、看电视等场景下还会有抱枕、靠枕等需求。这好比餐厅不会只卖一种口味的菜，酒店也没法精准预判每个客人的偏好。多放两个枕头，相当于用较低的成本，为顾客带来更多选择。4个枕头看似多余，实则是减少客房工作量、降低投诉率、提升口碑的高性价比之选。

这一做法也精准契合了经济学中的“长尾效应”：将所有非主流的市场累加起来，就会形成一个比主流市场还大的市场。那些对枕头有特殊需求的顾客，单看某一类都是酒店服务里的小众群体，但把各类有不同需求的顾客会聚起来，总量其实并不少。因此，当酒店能精准照顾到这些小众需求时，就可以占有分散的小众市场，从而扩大整体市场份额、提升盈利水平。

从营销策略来看，4个枕头还是酒店的“免费营销道具”。整齐叠放的枕头让床铺更饱满、更有层次感，在提升房间精致感的同时，也会让客人感觉房价花得值。在社交媒体时代，用枕头、杯子、毛巾打造出圈造型的案例比比皆是。

近几年，枕头销售还成为不少酒店的营收来源，创造了不小的利润：睡眠体验不错，退房时顺便买个同款枕头回家。客人在酒店体验了舒服的床品，容易建立起品牌信任，决策门槛会大大降低，这种“场景化体验”比单纯的广告营销更有效。枕头不再只是单纯的床品配置，更成了新的利润增长点。

用低成本冗余满足多样化住客需求，用场景体验提升用户信任，给酒店行业打开了新的想象空间。但归根结底，酒店在床上放4个枕头，本质是回归用户需求。

下次入住酒店，再看到床头的4个枕头，别再觉得它们“多余”。这背后藏着的，从来不是酒店的“多此一举”，而是“不忽视任何个性化需求”的经营智慧，让每一个小众偏好都能被照顾、每一份体验期待都能被回应。而这份于细微处关照用户、于细节中挖掘价值的用心，正是所有服务行业长久发展的密码。

据《经济日报》

