

江苏省消保委近期开展比较试验并发布结果 测40款冲锋衣 3批次“不防水”



AI生图

冲锋衣热潮不退，市面上相关品牌琳琅满目。如何挑选不踩坑，买到真正防水透气的“硬通货”？江苏省消保委近期开展了冲锋衣比较试验。涉及波司登、耐克、阿迪达斯等40个品牌，价格从200元到4000元不等。结果显示，部分产品在关键防水性能上达不到国家推荐性标准要求。其中，19批次样品中有3批次未达标，涉及后秀、岩云、攀山鼠等品牌。

相关样品由江苏省消保委工作人员联合检测机构工作人员以普通消费者的身份随机购买，所购样品均宣称(标称)为冲锋衣。共购买40批次样品，品牌包括波司登、耐克(NIKE)、阿迪达斯、添柏岚(Timberland)、劲霸、伯希和(PELLIOT)、艾高(AIGLE)、新百伦(NEWBOLUNE)、361°等40个品牌，购买单价从每件265.67元

到4497.29元不等。远东正大检验集团轻纺检测中心主任翟宇介绍，静水压指标是防水透湿织物的重要指标之一。织物能承受的静水压越大，静水压指数越高，防水性或抗渗透性越好，耐高水压的面料可经受暴雨的长时间考验。根据相关标准规定，冲锋衣应在吊牌中标注功能等级明示Ⅰ级或Ⅱ级，如不标注则视为Ⅰ级产

品。标准要求Ⅰ级洗后静水压面料≥40kPa，面料接缝处≥30kPa；Ⅱ级洗后静水压面料≥20kPa，面料接缝处≥15kPa。如样品的静水压结果低于标准的最低要求，则该样品不具备相关标准认为的冲锋衣应该达到的防水性能。

本次比较试验发现，3批次样品未明示级别，根据标准要求按Ⅰ级指标考核，其中后秀品牌冲锋衣面料接缝处静水压值未达到标准要求；15批次标称执行Ⅱ级指标，其中岩云(ROCKCLOUD)、攀山鼠(KLATTERMUSEN)两个品牌冲锋衣面料接缝处静水压值未达到标准要求。

本次比较试验还检测了包括产品使用说明、面料纤维成分及含量、甲醛含量、pH值、异味、可分解致癌芳香胺染料、色牢度、起毛起球、撕破性能、耐磨性能、全氟辛酸磺酰基化合物(PFOS)和全氟辛酸及其盐(PFOA)等项目。经检测，所有样品全部符合相关标准要求。

序号	产品名称	商标	销售企业名称	生产企业名称	检测结果(kPa)	标准要求(kPa)
1	冲锋衣	后秀	拼多多/HOTSUIT后秀户外旗舰店	制造商：石狮市波度供应链管理有限公司	面料最低值107.5 面料接缝处最低值2.2	面料≥40 面料接缝处≥30
2	男式三合一冲锋衣(羽绒内胆)	岩云(ROCKCLOUD)	拼多多/Rock Cloud运动户外官方旗舰店	生产商：大连假日达服装有限公司/品牌商：北京环宇通博贸易有限公司	面料最低值141.3 面料接缝处最低值10.7	面料≥20 面料接缝处≥15
3	Asynja Jacket M's 男款轻量冲锋衣(阿萨神族)	攀山鼠(KLATTERMUSEN)	抖音/三夫户外专营店	经销商：克拉特慕森(北京)户外用品有限公司	面料最低值186.2 面料接缝处最低值10.4	面料≥20 面料接缝处≥15

3批次洗后静水压未达标的样品信息

【消费提示】

注意看标识。购买冲锋衣首先要看产品的吊牌或标签，正规厂家或品牌的冲锋衣产品吊牌或标签应标注制造者的名称和地址、产品名称、产品型号和规格、维护方法、执行标准和安全类别等信息，消费者在选购过程中须加以留意。在本次比较试验中，消保委发现由于服装无保质期，不标明生产时间，因此部分未采用冲锋衣相关标准的老款服装也作为冲锋衣产品在市面上流通，建议消费者购买冲锋衣时注意查看产品使用的标准。冲锋衣产品

最新国家推荐性标准为GB/T32614-2023，要求明示功能等级Ⅰ级或Ⅱ级，其中Ⅰ级质量更优。

查外观、闻气味。冲锋衣产品外观应无破洞、涂层损坏等斑点，拉链、接缝等部位应顺直，观察服装针脚是否整齐，接缝处是否有压胶，压胶是否平整。通过试穿感受风雨帽、魔术贴、抽绳等设置是否合理，便于使用。选购时，可以闻嗅产品是否有刺激性气味，尤其是带涂层面料的产品。冲锋衣使用的面料质量不好或者服装产品在印染

和整理加工过程中残留化学助剂都会产生异味，可能会对人体造成伤害，影响穿着体验。

选渠道、注意维护保养。建议消费者选择证照齐全、售后服务有保障、信誉度高的商家。购买冲锋衣时应留存购物凭证，以便在出现质量问题时有效维护自身合法权益。冲锋衣要按照产品标签上的维护方法进行保养，特别是带有防水涂层的产品，不正确的洗涤方式可能会破坏冲锋衣防水性能。

(来源：江苏省消保委等)

消息树

“骨折第二天就好？” 上海一门店被罚关停

□ 记者 王蔚然

本报讯 “骨折后吃它第二天就好”“癌胚抗原指标都能降”……一款名为“山药牛髓粉”的普通食品被商家吹嘘成包治百病的“神药”，两盒售价298元。近期，闵行区市场监管局查处一起针对老年人的虚假宣传案件，涉案门店已被关闭。

经查，当事人彭某从他处购进普通预包装食品“山药牛髓粉”，在位于闵行区的某门店对外进行销售。2024年7月起，彭某以低价出售鸡蛋等商品的方式吸引老年人购买，筛选特定老年人群体，邀请其加入微信群。随后又将私域直播链接推送至该群，以红包、“福利”等方式鼓励群成员进入直播间。在直播间，彭某开始宣传“山药牛髓粉”等套装产品，并引导消费者至线下门店完成交易。

据彭某供述，其明知所售“山药牛髓粉”仅为普通预包装食品，并不具备任何医疗或保健功能，却仍在微信群和直播中编造“髓养骨、骨造血”“提升未成年人免疫力、促进骨骼发育”等虚假概念，甚至虚构“消费者骨折次日痊愈”等案例，误导消费者下单。

针对当事人虚假宣传的行为，闵行区市场监管局依据《网络反不正当竞争暂行规定》及《反不正当竞争法》有关规定，责令其停止违法行为并罚款10万元。

2025上海伴手礼榜单揭晓

□ 记者 王蔚然

本报讯 近日，2025上海伴手礼颁证暨2025上海3·15金秋购物节启动仪式举行。活动现场公布了2025上海金榜伴手礼与上海伴手礼获奖名单，并为获奖企业颁发证书，更正式拉开上海3·15金秋购物节帷幕，以优质伴手礼为核心抓手，积极响应消费提振部署，为上海消费市场注入新活力。

记者从市消保委获悉，上海伴手礼甄选工作自今年5月启动，初选轮评测会分为食品类与文创百货类两大专场开展，专家从产品品质、产品体验、品牌文化、行业影响四大维度现场考评。食品类专场中，共有156件产品参与，最终56件产品晋级；文创百货类专场则有178件产品角逐，64件产品成功入围第二轮。

活动现场，市消保委宣布了2025上海金榜伴手礼和上海伴手礼获奖名单，30件产品获得“2025上海金榜伴手礼”称号，50件产品获得“2025上海伴手礼”称号。