

厨房湿巾号称“强力高效去污”？

市消保委测评30款样品，去污力差异明显

□ 记者 王葳然

在快节奏的现代生活中，厨房清洁湿巾凭借便捷、卫生、高效等优势，成为传统清洁用品的优质替代选择。近日，市消保委开展了相关比较试验。本次比较试验共计购买了30款厨房湿巾样品，其中21款来自天猫、抖音、京东等电商平台，9款来自盒马、山姆、麦德龙等商超。比较试验对样品的安全性、清洁能力、使用体验展开测试。结果发现，怡恩贝、永辉优选、山姆等样品在安全性、去污力、使用便捷性、体验感和除味效果等方面表现较优。



序号	标称商标	标称规格型号	价格(元)	生产日期及执行标准(新旧)	安全性	清洁能力	使用体验
1	ein.b 怡恩贝	230mm × 180mm (90片/包)	6.55	2025.11.10, 新标准	★★★★★	★★★★★	★★★★★
2	永辉优选 YH YH SELECTION	200mm × 300mm (40片/包)	7.5	2025.10.20, 新标准	★★★★★	★★★★★	★★★★★
3	Member's Mark QUALITY GUARANTEED By Sam's Club	200mm × 270mm (50片/包)	7.48	2025.9.20, 企业标准	★★★★★	★★★★★	★★★★★
4	洁柔面子	200mm × 200mm (80片/包)	17.9	限用日期20270923, 新标准	★★★★★	★★★★★	★★★★★

消保委供图

30款样品均符合宣称安全性执行标准

厨房湿巾日常使用频率高，其安全性尤为重要。GB/T 27728.1-2024《湿巾及类似用途产品 第1部分：通用要求》于2025年10月起实施，新增了对甲醛、甲醇等物质的限量要求。本次试验的30款样品中，24款样品执行新标准。经测试，所有样品均符合其执行标准的要求。

作为厨房湿巾的核心功能，去污力也是商家宣传的重点。部分商品宣称具备20倍甚至34倍去污力，或标注“强力清洁”“高效去污”，但消费者往往难以辨别其实际效果。为此，本次比较试验参照现行标准要求，测评样品有效成分对日常厨房轻度油污（如灶台表面浮油、餐具残留油渍）和重度油污两个场景的去污能力。

结果发现，30款样品基础去污力均符合标准要求，但样品间差异明显，最高值与最低值相差2.1倍。在重油（油污陈化一天）去污力测试中，差异更为显著，最高值与最低值相差达4.5倍。综合两个场景，怡恩贝表现突出，永辉优选、山姆、洁柔面子、德佑、SnowDream等品牌表现较好。

便捷性、除味效果存在差异

厨房湿巾如泡沫过多，在使用过程中容易残留，需再次擦拭，会影响使用便捷性。因此，不少样品宣称“低泡、免洗”。本次比较试验测试了样品即时和5分钟后泡沫变化。结果发现，6款样品5分钟后基本无泡沫，可实现一次清洁的效果。

在同等去污能力下，含水量越高湿巾越湿润，单次可擦拭面积也相应更大。测试发现，样品含水量

最高值为4.1倍，最低为1.7倍，两者相差超过2倍。

测试还发现，屈臣氏、维达等高价品牌的样品添加了柠檬护理成分、APG活性因子等护手成分，对使用者双手更为友好。

而在除味效果方面，目前市面上不少厨房湿巾通过添加天然除味成分，如：柠檬提取物、西柚精油、椰油精华，或采用异味吸附技术，以增加除异味效果。本次比较试验通过志愿者评价发现，所有样品均无刺鼻异味，但除味效果存在差异。

【消费提示】

选购时，建议优先在线下商超或品牌官方旗舰店购买，避免选购无执行标准、无生产厂家信息的“三无”产品。可关注标有“无金属腐蚀”“无甲醛”“无荧光剂”等说明的厨房湿巾，并优先选择具备第三方检测报告的品牌。

使用时，建议清洁餐具和厨具后再用清水二次冲洗。使用后应及时洗手，避免长时间接触皮肤。在使用有甲醇检出的产品时应佩戴手套。

热点追踪

“汽车之家”多个平台社交账号被禁止关注

开展“冬测”等不规范测评项目，曾被相关部门点名批评

有媒体近日搜索发现，汽车互联网服务平台“汽车之家”多个平台社交账号被禁止关注。在其微博账号，记者查阅发现，汽车之家因违反法律法规或《微博社区公约》而被禁止关注。该账号目前有约979万粉丝，其最后一条微博停留在1月5日，此后再无更新。

此外，汽车之家官方认证抖音账号显示“该用户被禁止关注”，该账号拥有651万粉丝；其快手、B站官方认证账号均被禁止关注，有平台提示原因显示为“账号异常”或“违反社区规定”。其抖音、B站的视频最后更新日期都是1月5日，仅快手账号的视频最后更新日期为1月23日。

记者联系汽车之家的几大账号客服，询问什么原因禁止关注？仅

其微博账号回复称：“如果没有及时回复，请留意私信，我们会第一时间处理。”截至发稿，其他账号没有任何回复。

今年1月，汽车之家曾因为不规范测评项目，被中央网信办点名批评。1月16日，中央网信办发布汽车行业网络乱象专项整治行动并公开曝光第三批典型案例。网信办表示，“汽车之家”“太平洋汽车”等汽车类垂直平台，开展“冬测”“智驾横评”等不规范测评项目，并通过相关账号发布以偏概全的汽车测评类信息，误导社会公众对汽车产品质量、功能性能等方面的认知。

汽车之家最早成立于2005年，是理想汽车创始人李想的创业项目。在李想的领导下，短短几年时间，“汽车之家”从最初的垂直汽

车内容平台转型发展为集合了内容、交易、金融的汽车服务平台。2013年12月，汽车之家赴美上市，巅峰时美股股价超120美元，市值超百亿美元。2015年，李想离职创业，中国平安于2016年4月以16亿美元收购汽车之家47.4%的股权，成为其最大股东。2021年3月，汽车之家于港交所上市。

去年8月，海尔集团旗下卡泰驰控股正式完成对汽车之家战略入股的交割及董事会改组。海尔通过卡泰驰控股以总价约18亿美元收购中国平安旗下云辰资本所持汽车之家约43.0%的股份，成为控股股东。交易完成后，平安产险仍作为主要股东之一，通过云辰资本间接持有汽车之家约5.1%的股份，并保留一个董事会席位。

3月5日晚，汽车之家对外披露

2025年第四季度及全年未经审计财务业绩。财报显示，公司第四季度总营收14.6亿元人民币，归属于汽车之家的经调整净利润为3.04亿元人民币。从全年表现来看，2025年全年总营收64.5亿元人民币，归属于汽车之家的经调整净利润为16.1亿元人民币。

在财报会上，汽车之家董事会主席兼CEO刘斥表示：“2025年是汽车之家从汽车资讯平台向一站式汽车生态服务平台转型的元年，公司聚焦两大核心举措：内容层面，持续强化优质内容建设，完善创作者生态，提升新媒体传播能力；服务层面，加速构建线上线下一体化的服务体系，为用户和行业伙伴打造更高效、更便捷的全链路车生态服务体验。”

（来源：界面新闻等）