



今冬是羽绒服新国标正式实施后,消费者迎来的第一个冬季,“含绒量”改为了“绒子含量”——

你会选购羽绒服吗?

本报记者 李婉秋 摄影报道

近日,天气转寒,羽绒服进入销售旺季。今年4月1日起,羽绒服国家标准GB/T14272-2021正式实施,其中备受关注的是将羽绒服旧标准中的“含绒量”改为“绒子含量”,且“绒子含量”明示值不低于50%,才能称之为羽绒服。

线下:多数品牌羽绒服按新国标标注

12月12日上午,记者分别来到市区新华路、清池大道以及市场街的3家大型商场走访。记者随机查看了近30个不同品牌、类别的羽绒服(右图),发现大多数羽绒服的外标签和水洗标签按照新国标标注,且“绒子含量”多数在85%—90%,其中多为知名服装品牌。

在新华路一家大型商场内,记者随机翻看了一男装品牌羽绒服的吊牌,上面标注,“鹅绒(绒子含量90%),充绒量:116克。执行标准:GB/T14272-2021”。“这是今年的新款,店里今年的羽绒服全部按照新国标标注。”一位店员告诉记者,新国标用“绒子含量”代替“含绒量”,对羽绒服的保暖性能判断更加精准,对羽绒服质量要求更高。

记者走访中发现,只有少数品牌的羽绒服没有按照新国标标注,而沿用旧国标。比如,有一些羽绒服的吊牌上只标注了填充物:白鸭绒(含绒量90%),充绒量:140克。店员解释,没有按新国标标注的羽绒服是去年的库存尾货,当时还没有实施新标。



线上:部分卖家拿旧参数误导买家

在一些网购平台,记者随机查看了一家知名品牌的羽绒服,发现,产品参数中不仅标注了“绒子含量”为90%(含)—95%(不含),同时标注了“含绒量”90%,其他参数也标注得十分详细。当记者问道,什么是“绒子含量”时,卖家只说是新国标要求。

另外几家店铺中,多数羽绒服标注“绒子含量”的同时也标注了含绒量,且多数二者含量相同。商家告诉记者,“绒子含量”就是“含绒量”,同样没有对“绒

子含量”和“含绒量”作出解释。甚至有些商家仍然沿用“90白鸭绒羽绒服……”等旧国标内容作为卖点。

而有些商家在产品介绍中只注明羽绒服的尺码、颜色,并没有注明羽绒含量。记者只好咨询卖家。对方称自己的羽绒服是今年最新款,却回复说是“90绒”,“含绒量”为90%。当被问道“绒子含量”时,对方同样告诉记者,这和“含绒量”是一回事。也有一些商家表示羽绒服之所以是旧国标标注,只因为是去年的库存。

采访中发现,一些商家并不了解新国标,也不清楚“绒子含

量”与“含绒量”二者之间的区别,甚至依然用旧国标的参数来误导买家。

市民:多数不清楚新国标

“吊牌上怎么没有‘含绒量’了?”一位正在选购羽绒服的女士疑惑地询问店员。

“我之前买羽绒服习惯看水洗标上标注的含绒比例,含绒比例越高的羽绒服应该越保暖。”一位正在挑选男款羽绒服的女士告诉记者。有些市民更为关注羽绒服的款式,且从手感、材质、

蓬松度入手。他们认为衣服没有异味且手感舒适度、蓬松度越高的羽绒服质量越好。

采访中,记者了解到,不少市民并不了解羽绒服的新标内容。对于新标中的“绒子含量”,与旧标中的“含绒量”有何区别也不是很清楚。

那么究竟什么是“绒子含量”?据了解,“含绒量”是绒子含量+绒丝含量(绒丝就是朵绒上掉下来的单丝),而“绒子含量”是朵绒+未成熟绒+类似绒+损伤绒(不包含绒丝)。二者区别在于,绒子含量里,去掉了保暖度较低的绒丝含量,绒丝不仅会降低羽毛绒的蓬松度,令其保暖性能下降,同时也很容易钻绒,影响羽绒服产品质量。

数值相同的情况下,符合新国标90%绒子含量的羽绒服,要比90%含绒量的羽绒服质量更高、保暖性能更好。

那市民如何挑选羽绒服呢?专业人士介绍,选购羽绒服时一定要看清楚标识上的绒子含量、充绒量,以及感受一下它的蓬松度。绒子含量越高的羽绒服保暖性能越好,越不容易钻绒。

充绒量是指一件羽绒服中填充的全部羽绒的重量,这决定了羽绒服到底能有多暖和。充绒越多越暖和,同样的价格、同样的羽绒品质下,保暖要首选充绒量多的产品。

蓬松度也是衡量羽绒制品保暖程度的重要指标。简单地说,同样重量的羽绒,占据的空间越大其蓬松度就越高,保暖性就越好。我们选购时可以按压一下羽绒服,看其是否可以快速恢复原状,恢复速度越快,蓬松度越好。

“兔”元素商品来袭



本报讯(记者 李婉秋)距离兔年春节还有一段时间,可爱、温顺的小兔子已按捺不住喜悦的心,“蹦蹦跳跳”来到各种商品上。商家也为顾客准备了各种各样的“兔”元素产品(上图),迎接兔年的到来。

连日来,记者走访市区几家大型商场发现,含有“兔”元素的玩偶、服饰、红包等纷纷亮相。

记者在市区新华路一家商场的黄金专柜看到,含有“兔”元素的黄金饰品有吊坠、手链、耳钉等。“萌兔抱福”“金兔登月”“兔子趴地”等各种不同形态的兔子,脸蛋上再配有粉红色腮红,着实可爱。“今年我们兔元素的饰品早已备好,都十分精致,还有不少是为年轻人设计的个性化款式。”店员说。

随后,记者走进清池大道的一家商场,映入眼帘的是一片火红的景象。红色兔头玩偶、穿汉服的兔子挂件、形

态各异的兔福字等物品烘托出新年喜庆气氛。最抢眼的要属兔福字,小兔子的头和耳朵是用绒毛做的,有白色绒毛和粉色绒毛,十分形象,让人爱不释手。

相比实体店,线上商家也早早开启了“兔年模式”,“兔”元素产品销售火爆。

“买窗花送红包啦!”某网络平台一位主播穿着大红色毛衣拿着窗花和红包,一边展示产品,一边吆喝着。直播间还有各种挂件、灯笼,再配上节奏欢快的音乐,俨然一片新年的喜庆景象。记者看到,仅窗花的销量已超7万。

记者浏览其他网购平台,看到一家店铺的兔公仔月销量6万以上。除此之外,一些品牌彩妆、手机、糖果、头饰等在线上推出了带有“兔”元素的新品,销量可观。

微信朋友圈中,一家卖甜品的店铺推出了名为“发财兔”的面食,每次出售都被顾客抢购一空。

小学生秀厨艺 家常菜大比拼

劳动课让孩子变身“厨房小达人”

本报讯(记者 姚连红)近日,沧州经济开发区中心学校给孩子们上了一节特殊的劳动课。学生们戴上围裙,走进厨房,成功解锁一道道家常菜,俨然成了家里的新晋“小厨师”,收获颇丰。

近日,为了丰富学生们的居家生活,沧州经济开发区中心学校开展了一场厨艺大比拼活动。各位班主任在班级微信群里发出通知后,学生们积极参与,马上开始准备食材。

据了解,虽然很多孩子都是第一次走进厨房,第一次切菜、炒菜,但在家长的指导下很快进入状态,解锁了不少新技能。二年级学生的任务是制作水果拼盘。于锦溪找来家里所有的水果,用切开的苹果当底座,小西红柿、小金桔、火龙果等齐上阵,制作了一个10厘米高的“水果塔”(右上图),并取名“节节高”。韩君瑶最喜欢吃葡萄,她巧用牙签将一个葡萄固定在一个橘子



上。瞧!一只栩栩如生的小刺猬“诞生”了。四年级的徐子龙第一次切葱头,辣得眼睛都睁不开。他说,终于体会到妈妈平时做饭的辛苦。学校少先队大队辅导

员范婷芳说,很多家长反馈这次特殊的劳动课让孩子成长了很多。孩子们不仅学会了新的手艺,还理解了爸爸妈妈平时的辛苦付出。