

行业观察

在冲锋衣成为服饰界“宝藏单品”的同时,越来越多的消费者开始关注冲锋衣的功能性问题。2024年4月1日,新版《户外运动服装 冲锋衣》国家标准(GB-T 32614-2023)(以下简称新国标)正式实施。与旧版本相比,新国标在安全性、透湿性、耐磨性等重要指标方面均作出调整,让冲锋衣有了更好的质量保障。

从去年开始,冲锋衣走俏市场,销量猛增的同时也让越来越多的消费者关注到其作为功能性服装的质量问题。清洗后掉色严重、不防水、透气性差……截至今年4月2日,黑猫投诉平台上与冲锋衣相关的消费者投诉高达3219条,其中多数与商品质量、吊牌执行标准等问题相关。

为对冲锋衣行业及市场作进一步规范,相关部门围绕冲锋衣性能、质量等方面的突出问题对原有国家标准进行了修订。新版《户外运动服装 冲锋衣》国家标准(GB-T 32614-2023)于2023年9月发布,并于2024年4月1日起正式实施,全面替代了旧有执行标准。据了解,新国标由中国纺织工业联合会主管,由全国体育用品标准化技术委员会运动服装分会执行,探路者、李宁、凯乐石、波司登等企业参与了本次修订工作。

与2017年起实行的旧标准相比,冲锋衣新国标的变化主要体现在“提升”和“新增”两方面,前者主要提高了对透湿性、耐磨性、色牢度等指标的要求,后者则增设或明确了安全性、色差、静水压等方面的指标。

在新国标中,冲锋衣的标准定义是“采用防水透湿性能的纺织面料,加工制成的用于户外运动的、具有防水透湿功能的服装”。从定义可以看出,透湿性能是评价冲锋衣功能优劣的重要指标。

在实际使用过程中,透湿性对穿衣者在户外活动时的舒适度和体温调节非常关键,但在旧标准中,透湿率对清洗前后有所区分,且对洗后要求较低。

鉴于此,新国标提升了对透湿性能的要求:对I级冲锋衣,透湿率由洗前 ≥ 5000 、洗后 ≥ 4000 提升至清洗前后均 ≥ 6000 ;对II级冲锋衣,透湿率由洗前 ≥ 3000 、洗后 ≥ 2000 提升至清洗前后均 ≥ 4000 。

在冲锋衣面料耐磨性上,新国标也将外层面料由旧标准的上下装统一 ≥ 10000 次调整为上装 ≥ 10000 次、下装 ≥ 15000 次;对面料经日晒后保持色泽的能力,新国标将耐光色牢度深色样指标提高半级,由3级提升为3级-4级。

在“新增”方面,为提倡产品的绿色环保,新国标还增设了对宣称采用无氟整理产品的相关面料检测,保证相关产品面料的安全性;对消费者常提到的“清洗后掉色严重”问题,新国标增加了对色差的要求,规定洗后色差 ≥ 4 级;此外,旧标准对儿童服装仅规定了绳带要求,而新国标则规定儿童服装应符合国家强制性标准《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》的要求,全面提高了儿童产品的安全性。

新国标正式实施后,在实施日期前生产的冲锋衣应当如何处理?

对此,记者致电全国体育用品标准化技术委员会运动服装分技术委员会,相关负责人表示,《户外运动服装 冲锋衣》未设置新、旧标准过渡期,根据国家标准化管理委员会的解释,新国标正式实施后,推荐企业依照新版标准执行。

据《中国商报》



家用美容仪

纳入「械字号」



新规落地

冲锋衣有了新国标
多种性能要提升

根据国家药监局发布的通知,自4月1日起,射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品未依法取得医疗器械注册证不得生产、进口和销售。这标志着射频类美容仪结束长达十年的“野蛮生长”,正式进入强监管时代。

射频类美容仪下架

记者查询花至、初普、雅萌、觅光等多个品牌的线上店铺发现,产品数量较此前减少,消失的为射频类美容仪产品。多个品牌客服表示,射频美容仪已经下架了,严格践行国家关于第三类医疗器械产品的各项监管要求。

根据国家药品监督管理局公告,射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品按第三类医疗器械管理。自2024年4月1日起,射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品未依法取得医疗器械注册证不得生产、进口和销售。

初普美容仪的代理商杭州超品供应链管理有限公司相关负责人告诉记者,射频类产品在内地暂时下架,在中国香港等其他地区继续销售。“射频类产品何时恢复上架还不知道。”花至美容仪客服表示,品牌已经在为射频类产品申请资质,取得医疗器械注册证成本较高,产品回归后有涨价的可能。

也有美容仪品牌代理商否认了产品后续可能涨价的说法,“目前还没有品牌能拿到医疗器械注册证。美容仪产品的检测方法、机构就那些,大家都处在同一条起跑线上,一家能拿到资质,其他家也能拿到,产品种类、数量增多,价格或不会有太大变化”。

品牌力推超声类新品

考虑到绝大多数美容仪品牌尚未拿到医疗器械注册证,家用美容仪市场出现“空窗期”,不少商家急推高价“黑科技”新品。

记者看到,初普、觅光等品牌正在推超声类美容仪新产品,价格均在3000元/台以上。有初普代理商表示,超声类新品前段时间已上市销售,只用于导入(用于二次清洁和护肤品导入),该产品的售价为7299元/台。觅光旗下超声蛋提拉炮美容仪售价为4599元/台。

品牌资料显示,超声波美容仪是利用了超声波的频率以及能量,给皮肤清洁、按摩;射频类美容仪则是利用高频交流电磁波选择性加热真皮层,使细胞分子产生强烈共振、产生热能刺激胶原蛋白的收紧和再生,可达到抗衰紧致目的。

“超声类产品不涉及高温、电流,更多是通过震动器、频率等方式作用在人的皮肤上,不会给人体皮肤造成太大的伤害。”有业内人士向记者透露,“对超声类产品,品牌可能不会宣传其有抗衰、淡化细纹的功效,产品效果因人而异。”

但是,仍有品牌宣称自家美容仪产品有抗衰功效。JOVS线上旗舰店客服人员表示,一款售价为3599元/台的美容仪产品具有抗衰功效。在记者要求查看功效检测证明文件时,对方仅向记者提供了发明专利、外观设计专利的证明,并表示内部文件无法外传。

产品售后问题待解

在新规实施前,美容仪品牌曾进行过一次清仓大甩卖。部分消费者表示,产品降价的速度令其措手不及,自己原价购买的产品售后无人负责。

记者发现,美容仪品牌店铺内有的产品在3月30日时还在销售,4月1日就显示已下架,幸存的产品为按摩类、超声类美容仪产品、美容面罩等。

这些产品会步射频类美容仪产品的后尘吗?

记者向花至美容仪客服咨询,对方表示,花至目前正在根据相关法规及政策要求调整页面信息,调整阶段已购用户可正常享受售后服务。

记者了解到,目前市面上在销售的美容仪产品仍按照小家电的标准上市和监管。记者向药监局相关部门咨询家电类产品是否可以宣称抗衰功效,工作人员表示,暂无相关规定证明小家电产品有抗衰功效。

取得第三类医疗器械资格证有多难?

据悉,第三类医疗器械是最高级别的医疗器械,也是管控最为严格的医疗器械。根据国家药品监督管理局医疗器械注册评审中心的统计,第三类医疗器械首次注册周期,在流程顺利的情况下需要约34个月。

截至目前,科学技术部政务服务平台信息显示,仅有雅萌YA-MAN、OGP时光肌、FLOSSOM花至、AMIRO觅光、MARY FAIRY玛丽仙几个品牌启动与国内大型三甲医院的射频美容仪临床试验项目,其中4个进行了射频美容仪临床试验备案。尚未有品牌拿到与美容仪有关的医疗器械注册证。

据《中国商报》