

不知从何时起,市面上的女装尺码逐渐“缩水”,不少网友表示,明明近几年体重没变,购买衣服的尺码却越来越大,设计明显不合理。受访专家认为,一些商家以小码为噱头称“穿小码衣服是对女性身材的检验”,殊不知,鼓吹小尺码女装涉嫌违反广告法。在服装领域,我国发布了相应国家标准,企业应当按照国家标准生产服装。消费者要勇敢地监督商家,对不合理的衣服尺码说“不”。

“成人女装尺码是不是越来越小了?”天津市和平区的王女士近日去商场买衣服,不禁发出了这样的疑惑和感叹——她看中了件T恤,按照自己的身材要了件M码(160码)的试穿,结果发现根本穿不进去。她一度怀疑自己胖了,颇为焦虑,可实际上自己的身材和体重这几年没怎么变过。

“有一次,我试穿了下我孩子160码的T恤,穿上去完全没问题。我几年前买的M码T恤也都能穿。”王女士告诉记者,身边不少女性朋友也发现了这一现象。还有网友吐槽,自己92斤塞不进的成年女装,35斤的妹妹穿正好。

“今年女装真是小得荒唐。”在社交平台上,有博主发视频吐槽。在视频中,一名年轻女性展示了其所买的L码夏季女装吊带,可试穿时,身高168厘米、体重不到110斤的她完全套不进去,“之前L码一般54公斤至60公斤的人都能穿,现在的L码怎么这么小”?

浙江杭州的黄女士曾经是小码女装的受众,即便是身材堪称纤细苗条的她也不喜欢如今一些商家推崇的“小码风”。“我这些年身材一直没变,没想到女装尺码竟缩水了!”她告诉记者,以前她去店里都是买XS、S码的衣服,可今年夏天去一家品牌店买背心,竟然穿不下M码的。“商家可以按照大众审美和用户需求设计服装,但不能‘乱改’尺码,更不应该将缩小尺码作为商业模式推广”。

在北京市民张女士看来,一些商家故意将尺码做小,美其名曰“修身”“好看”“穿小码衣服是对女性身材的检验”,实际上导致了女性被“尺码霸凌”。“我近几年体重没怎么变,衣服的尺码却越穿越大,本来穿M码,现在却要穿L码和XL码,无形中产生了身材焦虑”。

有一次,张女士试穿一件L码的衣服,结果还是显小,店员直接呼叫仓库人员拿最大号的来,让她感觉十分尴尬。不过,她最近发现,大号童装似乎可以成为成人女装替代品——她在某品牌童装店发现,160码的上衣腰围80厘米,穿上非常宽松舒适,而不远处的某品牌女装,160码的上衣腰围只有62厘米。

不仅是线下品牌店,线上一些直播间售卖的女装尺寸也偏小。山东济南的宗女士说,前段时间她在直播间买了几件衣服,寄到后都穿不下,后来再买衣服,都要在主播给的尺码基础上往大一两码下单。宗女士告诉记者,她测量发现,最近线上购买的XXXL码衣服胸围86厘米、腰围77厘米,而几年前在专卖店购买的L码衣服胸围88厘米、腰围78厘米,比XXXL码还“大”一点。

记者近日走访了北京东城、西城的几家商场,发现不少商家都将很小的紧身款衣服摆在柜台显眼处。在某女装店,记者看到一款吊带背心款上衣(160码),经测量腰围仅60厘米,且该商店的所有衣服都是均码。当记者提出要给身高近160厘米、体重近100斤的朋友挑件衣服时,店员建议买宽松版,以免穿不下。

此外,记者注意到,社交平台上也刮起了一股小码风、BM(Brandy Melville,一种主打适合够瘦够薄女孩的服装)风。记者在某社交App上搜索“BM穿搭”,随即跳出不少帖子,如“BM风上身款合集”“做一个BM女孩”等。

“我净身高170厘米,体重不到105斤。”一名博主在其账号分享试穿“BM风”衣服的体验,“感觉自己真的很壮,会有想更瘦一些的冲动”。

穿得上童装却穿不上同码女装 咋回事

专家

系畸形审美观及利益导向所致

建议

更新全国人体体型数据,据此修订服装号型标准

女装尺码越做越小,是商家为了节约成本,还是刻意制造“身材焦虑”?

受访专家认为,女装尺码越来越小是畸形审美观以及利益导向所致。

“市场调节具有自发性,一些商家故意把女装尺码越做越小,必然是因为有利可图,这是市场选择和某些舆论引导的综合体现。”西南政法大学人权研究院副教授刘秋岑说,一方面,商家尺码越做越小,博主穿小码服装引流,都是因为有点爆点,有人愿意为此买单;另一方面,这些商家和博主通过宣传再次加剧普通人的自我怀疑和焦虑——仿佛全网都是模特身材的人,自己穿不进小码衣服就是不健康、不美,甚至会以不健康的方式盲目减肥、追求所谓“完美身材”。

在上海瀛东律师事务所婚姻家庭部主任方洁看来,女装尺码越来越小的根源是当下比较流行的“白瘦幼”审美观。这种审美标准催生了一种“虚荣尺码”的营销策略,它利用消费者迎合所谓主流审美的心理,从而进一步增加小尺码服装的销量。

“‘穿衣自由’是基本的人身权利,鼓吹试穿小码衣服的商业手段,是对穿衣自由的禁锢、对女性身材的‘霸凌’。利用‘白瘦幼’审美绑架女性,大力营销小尺码女装,贩卖身材焦虑,违反了企业活动的非歧视原则。”方洁说。

女装尺寸是否有相关标准?

方洁介绍说,我国女装服装号型的国家标准经历了几个重要的发展阶段。最早在1981年,依据当时全国人体体型测量的数据结果制定了女装号型标准;1991年,相关部门发布了系统的初版服装号型国家标准,该标准是强制执行的;1997年,我国对服装号型国家标准进行修订,改为推荐标准。

“女装服装号型标准最近一次全面修订是在2008年,其标准较之前并没有太大变动,依据的人体体型数据仍然来源于之前的测量结果。”方洁说,当服装标准已无法适用女子体型、审美的变化,而推荐标准又只是商家的参考数据,那么服装尺码标准的“决定者”便逐渐变成了一些追逐市场利益的商家,越来越小的女装便这样产生了。

记者在调查中注意到,随着女装的不断“缩水”,许多女性不堪其扰,甚至出现了一些女性减肥瘦身,只为了能挤进令人咋舌的狭窄尺码衣服的现象。

在刘秋岑看来,要想解决女装尺码问题,就不应该提倡把衣服尺码与身材标准绑定,以此桎梏审美、桎梏社会评价标准,过于追求小尺码女装,会有越来越多女性为追求极致而不惜牺牲健康。社会应该认可多样的美。

方洁发现,令人欣慰的是,当下社会已经逐渐认识到女装尺码越做越小是一种不合理的现象,很多女性已敢于对小尺码女装说“我穿不进去,但不是我的问题”。

“应当正视国家推荐标准过于陈旧已无法适应女子体型变化的现状,建议相关部门对全国人体体型数据进行更新,据此修订服装号型标准。”方洁建议,虽然目前我国并没有针对畸形的服装尺寸进行立法上的规制,但监管部门面对服装尺码乱象可以选择通过试点的方式,对各大流行服装品牌集中要求实行标准尺码,引导和推动服装行业建立更加健康和积极的行业规范。

“当消费者发现服装尺寸已经小到不符合大众身材标准时,可以向市场监管等部门反映,服装尺码的异常化在一定程度上代表着产品质量的不合格,消费者协会等应当主动去发现并解决。”在方洁看来,商家鼓吹小尺码女装涉嫌违反广告法,严重的甚至涉嫌对消费者的欺诈。对商家涉嫌违反广告法的行为,市场监督管理部门应当依法查处。对商家涉嫌欺诈的行为,消费者可以通过向市场监督管理部门投诉和举报的方式进行维权,也可以通过诉讼途径对自己的权利进行维护。

“新修订的妇女权益保障法第34条规定,各级人民政府在规划、建设基础设施时,应当考虑妇女的特殊需求,配备满足妇女需要的公共厕所和母婴室等公共设施。可以看到,现在公共场所中母婴室、女厕所等公共设施的配置越来越完善。女性服装方面的问题也需要社会予以正视,公平合理对待。”方洁说。

据《法治日报》

消费者

身材一直没变,女装尺码缩水了

