



## 当心!

网上捡漏的“100%羊毛袜”“纯羊毛衫”  
或许只是挂了个1角钱买来的标签

含2%羊毛,就敢叫“羊毛制品”?

记者在多家电商平台搜索“羊毛袜”“羊毛衫”“羊毛大衣”“羊毛被”等羊毛制品发现,大多数商品名称中都突出了“纯羊毛”等关键词;在商品详情页中,更是着重介绍羊毛的保暖性能以及产品所用的羊毛品质。

然而,这些“羊毛制品”的实际羊毛含量究竟有多少?仔细查看发现,“挂羊头卖狗肉”“货不对板”等现象非常普遍。

以一款品牌羊毛袜为例,商品名称是“保暖羊毛袜,含桑蚕丝”,并在“商品详情”图文并茂地介绍了羊毛的保暖性能。可记者浏览完商家洋洋洒洒的介绍后,终于在具体纤维成分表中查到,这款袜子的羊毛含量只有2%。

羊毛被的套路更深。记者选择了数款名称含有“纯羊毛”的商品调查,产品详情全部聚焦羊毛品质以及填充的特写画面。但部分羊毛被的结构介绍显示,内部填充物其实“夹层式”——简单说,就是不全是羊毛,而是一层合成纤维、一层羊毛,或者多层合成纤维夹着羊毛。可在这些夹层填充中,羊毛占比究竟多少,产品详情没有介绍,商家也无法回答,只是强调“纯羊毛”。

“羊毛衫”“羊毛大衣”的介绍相对规范。在详细的成分标注中,要么是“100%羊毛”,要么明示羊毛及其他纤维的成分比例。

那么,含2%羊毛的袜子、未明确羊毛填充物比例的被子,能在商品名称中加上“羊毛”二字吗?

恐怕不能!

其一,国家强制标准明确规定,纺织品要注明纤维成分。《GB5296.4-2012 消费品使用说明 第4部分:纺织品和服装》明确规定,所有纺织品必须在显著位置标注纤维成分和含量,而且需采用耐久性标签(如水洗标)和吊牌双重标注。标注内容需包括纤维名称和含量百分比,如“95%羊毛 5%合成纤维”,不能笼统写“羊毛混纺”。

其二,对于“羊毛制品”是否名副其实,标准也提供了参考数据。行业标准《FZ/T 73018-2021 毛针织品》明确,在被称为“毛织品”的产品中,绵羊毛含量要达到30%及以上;国家标准《GB/T 32605-2016 羊毛、羊绒被》明确,羊毛被中的羊毛含量要达到50%及以上,羊绒被中的羊绒含量要在30%及以上。

这两项标准属于推荐标准,国家鼓励企业采用,也允许企业采用自行制定的标准。不过,根据我国标准法,如果企业执行的指标低于推荐标准,企业要声明这点,不得隐瞒或误导消费者。在记者调查的羊毛袜、羊毛被中,没有看到有生产企业表示自己用了低于推荐标准的企业标准。也就是说,相关产品不应用“羊毛”命名。

“100%羊毛”标签,1角钱就能买到

产品介绍与实际纤维含量不符,只是“羊毛陷阱”的表象。即便是标注“100%羊毛”的产品,实际检测结果也不一定是纯羊毛。



电商平台上,商家销售的产品羊毛含量与实际不符。(截屏图)

记者调查发现,不少羊毛制品的商品本体与标签并非出自同一商家。在纺织品产业链中,有商家专门生产并销售标签。至于标签上印哪些内容、购买标签者将它们用在哪些商品上,标签生产商并不干涉。

在电商平台,销售羊毛制品标签的商家比比皆是,价格相当便宜,不到1角钱就能买一个。

有商家告诉记者,他们能根据客户需求,提供不同类型和档次的标签。根据国家标准,产品一般需要永久标签(水洗唛)和产品说明吊牌。不到1角钱的是普通永久标签和产品说明吊牌。标签生产企业也可以根据客户需求,提供烫金印刷、带商家logo、带塑封等其他形式的标签。当然,标签越考究,价格也越高,“至于这些标签挂在哪些产品上,我们不会过问。”

所以,这些标签也成为“羊毛陷阱”中的一环。此前,央视新闻曾曝光部分羊毛衫集散中心和毛针织服装生产基地里“挂羊头卖狗肉”的现象:商家将不含羊绒的“白坯”羊毛衫,贴上“100%山羊绒”标签,再配上“合格证”、伪造的质检报告等,销往各地。这些货不对版的“羊绒衫”中,有不少进入线上直播间,但直播间所谓“纯羊绒衫”,根本就不含羊绒。

类似现象在羊毛制品市场也很常见。今年以来,多地市场监管部门公布的抽查结果显示,纤维实测成分与标注成分不符是不少纺织品,包括羊毛制品被判“不合格”的主要原因。而对普通消费者来说,更是无法通过目测或手感来判断产品到底是不是羊毛制品。

面料供应商张丽媛说,靠手感不能区分羊毛制品还是非羊毛制品,“有的消费者觉得产品手感柔软,就以为是羊毛制品,却不知根据目前的面料技术,一些人造纤维也能获得类似的手感。”

她还补充,有的消费者认为可以通过燃烧的方式判断是否为羊毛——羊毛含有蛋白质,燃烧时会发出类似烧毛发的臭味,灰烬呈黑色脆块,用手一捻即碎;而人造纤维燃烧时多有刺鼻气味,灰烬会结块,不易捻碎。“但这只能作为参考,尤其是燃烧混纺纤维,只能初步判断是否含有蛋白质的纤维,却无法判断具体纤维的种类或含量。”张丽媛说,如果混纺纤维含有羊毛,燃烧时也会有臭味,但灰烬中既有易捻碎的脆块,也有硬疙瘩。凭这些,无法判断羊毛占比到底是2%还是50%。

[专业人士建议]

避免“羊毛陷阱”  
要从源头管起

产品介绍不可信、产品标签也不可全信,那么消费者选购羊毛制品时,怎样避免“羊毛陷阱”?在专业人士看来,消费者能做的是注意查看产品标签,并且不贪图便宜。

“在实体店中,消费者往往会询问营业员具体的纤维比例,还能看水洗标、产品吊牌上的介绍。但在电商平台,很多商家都把这些信息放在商品详情页的最后,甚至压根不展示这些内容。如果消费者只看产品介绍,很可能忽略具体纤维及比例等重要信息。”张丽媛说。

此外,羊毛产品的原料成本通常高于一般的人造纤维,若售价过低,消费者需格外警惕“挂羊头卖狗肉”的情况。

比提醒消费者注意查看更重要的,是监管部门应当对“羊毛陷阱”出手,督促平台和商家诚信经营。

从记者调查看,“羊毛陷阱”在电商平台特别普遍,大小平台、知名品牌等,哪怕带有“平台自营”字样的店铺,都涉嫌虚假宣传或直接售假。电商平台的商品靠罗列“关键词”提高搜索曝光率,商品详情靠消费者主动查询才能看到的显示方式等,都让问题产品有了可乘之机。

知情人士透露,电商平台对商品宣传审核并不严格。平台审核的往往是生产企业或经销企业的营业资质、产品的上市许可,以及宣传中是否存在明显违反法律法规的行为。类似“羊毛产品的羊毛含量到底多少”等细节,平台几乎不会细究。可对消费者来说,即便发现买到的产品“货不对板”,在维权时也往往面临“举证难、成本高”等困境。

可见,根治“羊毛陷阱”,要从源头发力。

一方面,监管部门可以加大对电商平台羊毛制品的抽查力度,及时曝光存在虚假宣传、虚标纤维成分的商家,形成威慑力。

另一方面,监管部门要督促电商平台履行审核责任,为平台上的“商品名称”“商品详情”立规矩。比如,对于羊毛制品,应当要求商家提供准确的纤维名称、占比等信息,而不是用模棱两可的“含羊毛”“混纺”等字样误导消费者。

据上观新闻

## 民生调查



不少所谓的“羊毛制品”涉嫌虚假宣传。一款“保暖羊毛袜,含桑蚕丝”,羊毛含量只有2%;所谓的“纯羊毛冬季被子”,填充物是夹层状——有的双层结构,上层标注是“100%澳洲进口羊绒毛”,下层是“超细旦有圭超柔纤维(一种合成纤维)”;有的是“三明治分层”,上层标注是“超细纤维,防钻毛设计(一种合成纤维)”,中间层才是“100%澳洲羊毛”……

冬日临近,羊毛羊绒制品进入销售高峰,但商家口中的“羊毛”能相信吗?记者近日调查发现,其中的水分不少。



重庆晨报  
民生在线  
扫码关注

难事、烦事、委屈事、不平事、新鲜事告诉我们,记者帮你办

公交司机背老人下车温暖了整个山城  
他21年安全行驶60万公里,零事故、零投诉

投集团公交两江分公司465线驾驶员李钦禄,一位坚守了21年的“老公交人”。他安全行驶超60万公里,创下零责任事故、零乘客投诉纪录,用平稳驾驶与善意坚守,在坡多弯急的山城街巷书写着朴素温暖的篇章。

“婆婆莫慌,我来背你!”几天前早高峰,465路公交车沿观音岩陡坡驶入普瑞眼科站。车刚停稳,李钦禄透过后视镜发现,后门一位老婆婆拄着拐杖,枯瘦的手紧抓扶手,腿抖着迟迟迈不下台阶。他立即拉好手刹、打开双闪,快步绕到后门。

“您扶好我肩膀,我慢点儿起。”他半蹲下身轻声安抚。老婆婆迟疑着伏上后

背,李钦禄稳稳托住她的腿弯,缓缓起身,脚步放得极缓,一步步踏在站台石板路上,最终将老人稳稳放在长椅上,还顺手理了理她被风吹乱的衣领,才匆匆返回驾驶室。这一幕被车载监控记录,上网后迅速温暖全城。面对称赞,李钦禄朴实地笑了:“这就是顺手的小事,山城老人上下车不容易,遇到了肯定要帮一把。”

自2004年握上公交方向盘,21年来“安全第一、服务至上”已刻进李钦禄骨子里。465线路串联解放碑、观音岩等繁华路段,坡多弯急、人流密集,驾驶难度极大。但他有自己的“安全秘诀”:起步前必三次查看后视镜确认乘客坐稳,过弯提前

减速轻刹避免急晃,遇斑马线必停车礼让,高峰时段也绝不抢行。

60万公里安全里程,由无数个“慢一点、稳一点、多看看”的细节堆砌而成;零投诉纪录,则藏在对乘客的耐心里——为问路游客细讲换乘路线,为赶车乘客多等半分钟,主动提醒年轻乘客为老弱病残孕让座。

21年光阴流转,李钦禄驾驶公交车穿梭山城街巷,把平凡坚守化作温暖力量。一次次平稳停靠,一次次真诚相助,让车厢成为传递城市文明的流动窗口,也让“重庆温度”流淌在每位乘客心中。

上游财经-重庆晨报记者 郑三波



公交司机背老人下车(视频截图)

前不久,一段公交司机背行动不便老人下车的视频在重庆人朋友圈走红,收获满屏点赞。镜头中,465路公交车稳稳停靠站台,身着蓝色工装的驾驶员俯身背老人的身影,温暖了无数市民。12月10日,记者找到了视频主人公——重庆交通开