电商平台纺织产品质量问题分析与监管措施

赵　超
（中联品检(北京)技术集团有限公司，北京 100025）

摘要：随着纺织产品网络销售规模持续扩大，其质量问题日益凸显，影响行业健康发展。梳理了近年来电商平台的销售情况与纺织产品质量现状，从生产者角度分析了纺织产品质量不合格的主要成因，并从电商平台监管视角提出了强化纺织产品质量监控的对策建议。

关键词：电商平台；纺织产品；产品质量；监管措施
中图分类号：F 724.6　　**文献标志码**：A

Analysis of textile product quality issues and regulatory measures on e-commerce platforms

Zhao Chao
(United Testing Services (Beijing) Technology Group Co., Ltd., Beijing 100025, China)

Abstract: As the scale of online sales for textile products continues to expand, quality issues are becoming increasingly prominent, affecting the healthy development of the industry. Recent sales trends on e-commerce platforms and the current status of textile product quality were reviewed, the main causes of substandard quality from the perspective of producers were analyzed, and countermeasures to strengthen textile product quality monitoring from the perspective of e-commerce platform regulation were proposed.

Key words: e-commerce platform; textile product; product quality; regulatory measure

1　电商平台销售额与产品质量现状

1.1　电商平台销售额现状

在电子商务迅猛发展的背景下，随时随地的购物体验、便捷高效的移动支付、全方位覆盖的物流配送及降租增流的商家利好等多重因素，推动线上消费模式逐步渗透至居民生活的各个层面，电商销售额近年来持续增长。根据国家统计局 2021—2024 年第一季度网上零售额、实物商品网上零售额，以及二者在当季度社会消费品零售总额中的占比趋势数据可知，网上零售额占社会消费品零售总额的比例已稳定在 25%以上(图 1)，其中，实物商品网上销售额占网上零售总额的 80%左右。在各类商品中，服装、鞋帽、针纺织产品作为衣食住行之首，以绝对的优势位居网上零售交易额前列。

1.2　电商平台产品质量堪忧

1.2.1　消费者对产品质量投诉上升

电子商务市场主体良莠不齐，商品质量参差不齐，宣传内容与实际不符等问题普遍存在，导致消费者在选购过程中难以有效甄别，经济利益易受损害。2024 年，全国市场监管部门通过 12315 平台、电话、办事窗口等渠道共受理消费者投诉 1 862.5 万件。其中，商品类投诉 1 221.2 万件，占受理投诉总量的 65.6%；服务类投诉 641.3 万件，占受理投诉总量的 34.4%。商品类投诉以食品、服装鞋帽、家居用品、家用电器、交通工具、通讯产品为主，合计占商品类投诉总量的 62.7%。服装鞋帽类投诉同比增长 13.3%，其中羽绒服装投诉约 13.3 万件，同比增长 40.3%；羊毛(绒)衫投诉约 5 万件，同比增长 12.3%。投诉反映的主要质量问题包括以次充好、以假乱真等[1]。

收稿日期：2024-11-10
作者简介：赵超，女，1988 年生，硕士，中级工程师，主要从事纺织材料与纺织品检测工作，1047889361@qq.com

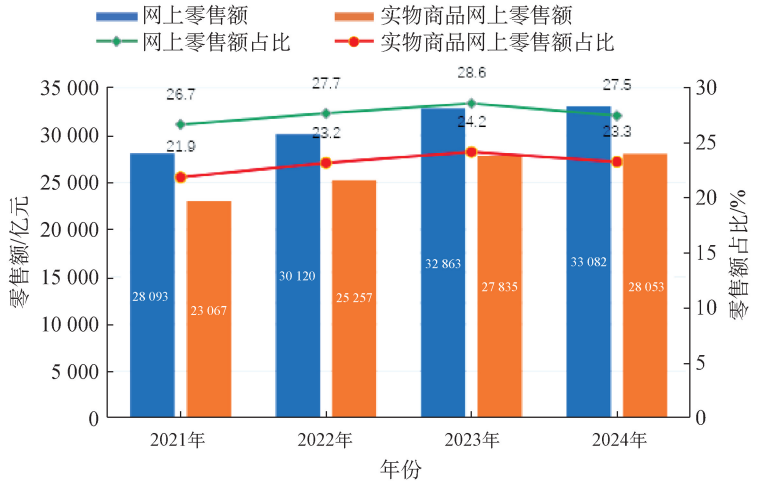


图 1　2021—2024 年第一季度网上销售额数据

Fig. 1　Online sales data for the first quarter of 2021－2024

1.2.2　网售产品抽样不合格率高

国家市场监督管理总局 2022—2024 年不同抽样领域不合格率数据显示，网售产品(电商)不合格率明显高于生产领域及线下销售(实体店)，具体如表 1[2] 所示。

表 1　2022—2024 年不同抽样领域抽查不合格率分布情况

Tab. 1　Distribution of unqualified rates in different sampling areas during the period of 2022－2024

抽查时间	生产领域		流通领域(实体店)		流通领域(电商)	
	批次占比/%	不合格率/%	批次占比/%	不合格率/%	批次占比/%	不合格率/%
2022 年	65.5	6.6	16.1	12.9	18.4	16.2
2023 年	56.7	6.7	16.9	16.4	26.4	21.7
2024 年	39.2	6.7	31.9	15.1	28.9	23.5

以婴童服装、羽绒服装、睡衣居家服等为例，根据国家市场监督管理总局发布的 2022—2024 年网售产品质量监督抽查情况的通报，对网售产品质量进行汇总，具体如表 2[3-8] 所示。可以看出，相关品类网售产品的不合格率较高，甚至高达 20.7%。日益凸显的产品质量问题，对消费者权益保障、电商平台合规运营及市场监管效能等提出了严峻挑战。

表 2　2022—2024 年网售产品质量监督抽查情况汇总

Tab. 2　Summary of quality supervision random inspections of online sales products during the period of 2022－2024

品类	2024 年			2023 年			2022 年		
	抽查批次	不合格批次	不合格率/%	抽查批次	不合格批次	不合格率/%	抽查批次	不合格批次	不合格率/%
婴童服装	—	—	—	423	80	18.9	329	68	20.7
羽绒服装	265	45	17.0	185	26	14.1	234	25	10.7
睡衣居家服	399	43	10.8	195	12	6.2	154	17	11.0
休闲服装	384	73	19.0	223	18	8.1	—	—	—
床上用品	276	40	14.5	103	16	15.5	—	—	—

2　电商平台纺织产品不合格项目与原因分析

根据国家市场监督管理总局发布的产品质量监督抽查情况通报，婴童服装类产品的不合格项目主要包括甲醛含量、pH 值、可分解致癌芳香胺染料、耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度、纤维含量、附件抗拉强力、绳带要求及附件锐利性；羽绒服装类产品

的不合格项目主要包括羽绒含绒量、绒子含量、纤维含量；睡衣居家服类产品的不合格项目主要包括纤维含量、可分解致癌芳香胺染料含量及耐干摩擦色牢度。

2.1 纤维含量

纤维含量不合格主要表现为两种情形：一是标称纤维成分与实际检测结果不一致；二是纤维含量实测值与标称值的偏差超出标准允许范围，或纤维含量标识不规范。纤维含量不合格的主要原因包括：纱线或面料生产环节的实际投料比与产品设计比例不一致，且成品未经检测机构出厂检验即按投料比标注；面料加工成衣过程中引入其他配料或经复合处理后，未对成衣成分进行重新检测。

2.2 pH值

纺织产品在生产过程中需使用染料、助剂等化学物质，后续加工还涉及漂洗、柔软整理等工艺，上述环节均可能造成化学物质残留，进而导致纺织品pH值不合格。人体皮肤通常呈弱酸性，纺织品pH值过高或过低均会破坏皮肤酸碱平衡，引发瘙痒、红肿、皮炎等症状。pH值不合格多为pH值过高，呈碱性，通常可根据酸碱中和原理对产品pH值进行调节。常用的酸性调节剂有冰醋酸和柠檬酸等，使用时需严格控制用量，避免因过量使用导致产品手感变差或产生黄变等问题。

2.3 甲醛含量

甲醛是纺织品生产中常用的交联剂，广泛应用于防皱整理、固色、防水、柔软及黏合等工艺，可赋予纺织品防缩、抗皱、免烫及易去污等功能。少量未交联或水解产生的游离甲醛会对人体各部位如眼睛、皮肤及黏膜产生刺激作用；过量的甲醛还可能引发人体黏膜及呼吸道严重炎症，甚至存在致癌风险。生产企业应严格控制各类助剂的使用量，并在各生产环节加强对织物中甲醛含量的检测与管控，以降低产品不合格风险。

2.4 可分解致癌芳香胺染料含量

可分解致癌芳香胺染料含量不合格的主要原因在于部分生产企业为降低成本而选用劣质低价染料。人体皮肤长期接触此类偶氮染料染色的纺织品后，染料在代谢过程中可能发生还原反应，生成致癌芳香胺化合物，这种化合物被人体吸收后，经过一系列活化作用，会导致细胞DNA结构与功能发生改变，进而诱发人体病变。

2.5 附件

附件抗拉强力、绳带要求、附件锐利性等指标，是基于婴幼儿和儿童日常穿着使用纺织品时的安全性而制定的。依据GB 31701—2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》，婴幼儿纺织产品不宜使用尺寸≤3 mm的附件[9]；附件最大尺寸为3～6 mm时，抗拉强力应不小于50 N；附件最大尺寸大于6 mm时，抗拉强力应不小于70 N；同时，所用附件不应存在可触及的锐利尖端和锐利边缘[8]。此外，婴幼儿及7岁以下儿童服装的头部和颈部不应有任何绳带；儿童服装除腰带外，背部不应有绳带伸出或系着，且绳带自由末端不允许打结或使用立体装饰物。

2.6 色牢度

纺织品色牢度不合格主要是染料附着不良、织物表面浮色过多及染后水洗工艺不当等因素导致的。低固着率的染料分子及重金属离子在纺织品服用过程中可能会经皮肤被人体吸收，危害皮肤健康，还可能导致与之接触的其他服装产生沾色，或在混洗时染污其他衣物。可通过下述措施提升纺织产品的色牢度：优化助剂选择；合理设定水洗工艺参数并选用适宜的表面活性剂以减少浮色；若采用水溶性染料，宜使用固色剂进行后处理，以降低染料水溶性，提升色牢度。

2.7 绒子含量

绒子含量是表征羽绒品质的关键指标，对生产加工及市场交易具有重要指导意义。羽绒含绒量及绒子含量不合格的主要原因包括：一是企业对羽绒原料的质量管控不严，或为降低成本而使用不符合标准的劣质羽绒；二是充绒过程中，在充绒机储绒箱持续翻转及高压气泵吹绒作用下，部分绒丝、羽丝会脱离绒朵的包裹，从绒朵中分离出来，导致绒子含量下降，造成产品绒子含量不合格。

3 提高电商平台纺织产品质量的监管措施

电商平台纺织产品质量问题频发，既源于产品自身存在的缺陷，也与平台监管力度不足直接相关。随着电商市场份额持续扩大、消费群体不断增长，电子商务已逐步成为消费品流通的主要方式，对经济发展起着至关重要的作用。在此背景下，强化质量安全监管意识尤为迫切。各电商平台需建立合理的管控体系，结合自身特性制定适配的监管方案，这对

提升纺织产品质量、保障消费者权益起着关键作用。

3.1　严格商家入驻审批

电商平台应建立完善的商家准入审批流程，重点审核入驻企业资质，如商家注册资金、成立时间、发票开具情况，以及营业执照、税务登记证、组织机构代码证、开户银行许可证、一般纳税人资格证、法定代表人身份证等，查验销售品牌的商标注册证或授权书、产品质量合格证明等品牌资质。对于商家拟上架产品，须提供中国合格评定国家认可委员会(CNAS)及检验检测机构资质认定(CMA)等认可的第三方质检机构出具的全检合格质检报告，报告中须明示申请入驻企业全称及产品具体信息。

3.2　规范商家商品发布内容

与线下销售不同，线上购买纺织产品时消费者无法通过触摸、试穿等方式直接感知商品，商家宣传对购买决策的影响更为显著。因此，商品信息真实准确既是对商家的基本要求，也是对消费者权益的一种保护。

以纺织产品为例，商品发布内容包括标题、详情、展示图等，商家可通过图片、文字、视频或图文结合等方式呈现。无论何种形式，均不得误导或欺骗消费者，进行虚假、夸大、错误或含糊宣传。如，不得将非羊绒产品宣称为羊绒产品，不得将不具备吸湿速干功能的产品按吸湿速干类产品销售等。商品颜色、款式、号型、规格等实际属性须如实描述，图片展示应清晰且与文字内容一致。

3.3　加大抽查监管力度

为提升平台的商品品质、保护消费者的合法权益，电商平台可委托国家认定的第三方质检机构对上架商品进行抽检。平台应结合实际情况，定制完善的抽检流程，明确检验依据(可以是国家的法律法规、相关的国家强制性产品标准、行业标准，也可以是平台自身根据不同品类制定的标准)。针对羽绒服装、羊绒羊毛衫、蚕丝类产品、功能性纺织服装等具有特殊卖点的商品，尤其需要设置专属的检验类目。同时，应明确检测项目、技术要求与判定规则，并制定相应的处罚措施。对抽检不合格的商品，平台应依据规则对商家实施违规处理，情节严重的可终止合作，以营造健康有序的网络销售环境。

3.4　制定明确的惩罚措施

根据纺织产品不合格项目的危害程度、不合格严重等级及同一商家不合格产品数量，制定阶梯式惩罚规则，并要求商家完成相应培训与整改。

4　结束语

近年来，中国网络零售市场持续释放强劲的消费动力与创新活力。纺织产品作为居民日常消费的重要品类，亦是实物商品网络销售的核心品类，其质量问题涉及生产端、销售端与平台管理端等多个环节。本文梳理了近年来纺织产品网络销售的不合格率、主要不合格项目及成因，从电商平台监管视角提出了强化纺织产品质量安全的监管措施。构建健康、透明的网络消费生态环境，需要生产者、经营者及平台管理者共同维护，长期坚守。

参　考　文　献

[1] 国家市场监督管理总局. 2024 年消费者投诉举报呈现九大特点[EB/OL]. 2025-03-14. https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art_353d3828c4ee4714be8c4143f188c882.html.

[2] 国家市场监督管理总局. 市场监管总局关于 2024 年产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2025-04-30. https://www.samr.gov.cn：3030/zw/zfxxgk/fdzdgknr/zljds/art/2025/art_02676c16ac634fd9a48ec6ea10eb000d.html.

[3] 国家市场监督管理总局. 2024 年可移式通用灯具等 17 种网售产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2025-04-07. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/zljds/art/2025/art_91000850.html.

[4] 国家市场监督管理总局. 2024 年空气净化器等 26 种网售产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2025-04-03. https://www.samr.gov.cn/zljds/zlgg/bsgg/art/2025/art_2dac570dc84840c18bc2b6ad73aba2f8.html.

[5] 国家市场监督管理总局. 2023 年学生文具等 28 种产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2023-11-16. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/zljds/art/2023/art_ff2885d7eb22432e8f3b7c674b5a1e06.html.

[6] 国家市场监督管理总局. 2023 年玩具等 36 种产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2023-11-30. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/zljds/art/2023/art_82753b6ec0594a16b74eac901747c860.html.

[7] 国家市场监督管理总局. 2022 年玩具等 10 种网售产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2023-05-19. https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/zljds/art/2023/art_a166644121ba44b4a3c401752632efbd.html.

[8] 国家市场监督管理总局. 2022 年羽绒服装等 19 种网售产品质量国家监督抽查情况通报[R/OL]. 2023-04-28. https://www.samr.gov.cn/zljds/jdcc/art/2023/art_306ca12044454b0d962aa1adc1ab1a34.html.

[9] GB 31701—2015. 婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范[S].