

## 市消保委进行被子功能性比对测试

## 蚕丝被透气性好 羽绒被压缩回弹性好

□记者 毛雷君 通讯员 宣文

一般来说,我们每个人的生有三分之一的时间是在床上度过。躺在床上睡觉,自然就离不开被子。不同季节,不同温差,人们对于被子的功能需求也各不相同。

不久前,宁波市消保委对秋冬季被子商品开展了一次功能性比较试验。希望能对消费者购买不同种类的被子提供参考。

## 样品基本涵盖主要品牌

“目前市面上各类新材料和新功能的被子不断出现,单件商品价格逐渐走高,有些商家为推销产品甚至不惜过分夸大宣传。”谈及此次被子功能性比较试验,市消保委相关负责人表示,此举是为了引导消费者科学合理消费,并提醒:“选购被子除了外在的品牌、价格、尺寸等因

素,更应该综合比较被子的压缩回弹性、保暖性、透气性及纤维含量。”

据了解,本次比较试验的被子样品均由宁波市消保委工作人员以普通消费者身份从大中型商场、超市及淘宝网店随机购买。样品共计21条,其中从实体店采购17条,从淘宝网店采购4

条;样品中包括蚕丝被9条,羽绒羽毛被3条,化纤被5条,羊(驼)毛被4条,其生产商和销售商分别涉及上海、广东、浙江、江苏、湖南等5个省市,基本涵盖了全国主要被子类商品生产区域,其中不乏消费者耳熟能详的品牌,如博洋、罗卡鞭、恒源祥、南极人、紫罗兰告等。

## 保暖性和填充物及工艺有关

保暖性指物体阻止热量散发的能力,是被子最主要的性能之一。由于不同被子的填充物质量不同,规格面积大小也不相同,因此,分别采用了产品的保温率和保温系数(保温系数=保温率/单位面积质量)来表征整个产品的

保温效果以及单位面积质量下填充物的保温效果。保温率越高表明产品的保温效果越好,保温系数越高,表明相同条件下该填充物材质的保温效果越好。

保温性的测试方法主要参照GB/T 11048-2009《纺织品保

温性能试验方法》进行测试,测试发现:被子的保暖性除了与填充物材质相关外,还与面料的结构,填充物的填充紧密程度和制作工艺等相关,因此填充物材质并不是决定保暖性的唯一因素。

## 蚕丝被透气性好于羽绒被

面料的透气性主要与面料的织物结构紧密程度和材质有关,在一定保温率条件下,透气性越好,舒适度越高。此次比较试验共对全部21款面料进行了测试,基本都符

合日常生活需求(>5mm/s)。面料透气性的测试主要依据GB/T 5453-1997《纺织品 织物透气性的测定》进行测试。测试发现:蚕丝被和化纤被的面料透气性要

明显好于羽绒被和羊(驼)毛被。这是由于羽绒羽毛被和羊(驼)毛被的面料为了防止羽绒和羊(驼)毛等钻出面料,织物结构需要更加紧密,造成透气性相对较差。

## 羽绒被回弹性好于蚕丝被

压缩回弹性主要指被子在受到外力施压后恢复到原来状态的特性,主要考核填充材料的蓬松性能。测试填充物压缩率和回

率越高,说明其压缩回弹性能越好,即被子的蓬松性能越好。

压缩回弹性的测试主要参照GB/T 22796-2009《被、被套压缩

回复率测试方法》进行测试,测试发现:羽绒羽毛被和化纤被的压缩回弹性要好于羊(驼)毛被和蚕丝被。

## 纤维含量全部符合标准

面料和填充物纤维含量,是反映产品质量优劣的重要标志,它体现出产品的质感、透气性及舒适度,是消费者选购商品的关键因素,如果标注纤维含量与实

际不符,会对消费者产生误导。

本次比较试验中,纤维含量测试方法主要依据GB/T 2910-2009所有部分及FZ/T 01057-2007所有部分。测试发现:所有样品的面料

和填充物纤维含量全部符合标准。

市消保委表示,本次比较试验只对所购买的样品负责,不代表该品牌其他规格、型号、批次的产品质量情况。

## ●●● 小贴士 如何选购合适的被子

首先,选购被子尽量到正规商场或品牌专卖店等实体店购买,并优先选择信誉较好的品牌商品。

其次,应根据季节需求以及自身喜好,综合考虑面料、大小、

填充物以及价格等因素,科学合理选择被子商品。

最后,一定要仔细看清商品名称,并注意查看其标识上所标注的填充物材质名称及含量,因

为根据相关国家标准规定,只有填充物中蚕丝含量大于或等于50%以上时,才能称之为蚕丝被,羽绒羽毛填充物中绒子含量大于等于50%才能称为羽绒被。

## 开店根据大数据来选址

## 宁波2万商家实现数据化运营

□记者 史妮超

在“双12”的第三年,宁波线下商家正迅速用互联网武装自己。

支付宝公布的数据显示,今年“双12”,宁波本地参与支付宝口碑“双12”活动的商家近2万家。在这场一年一度的线下商业“大练兵”中,商家的互联网能力、服务效率、经营创新、数据化运营正在发生改变。

## 商家根据大数据备货

从大众点评的黄页形态,到团购大战,再到现在的移动支付时代,互联网究竟能为线下商业带来什么额外价值?

付款用现金,发优惠券要靠小传单,办会员卡要填一大堆材料,点菜扯开嗓子喊服务员……再过几年,这些场景要变成老皇历了,互联网化正渗透生活的方方面面,甚至是开店选址、货架摆放、商品搭售策略等,都不再依靠老板的经验,而是依靠大数据分析。

用互联网提升门店效率,连锁餐饮品牌海底捞已经摸索出了不错的经验。昨天,记者从海底捞宁波亚细亚店了解到,“通过互联网,‘双12’前可以调看历史数据,最畅销的菜是虾滑、

鸳鸯火锅锅底、捞面,卖了多少量也很清楚。我们根据数据来备货就不会造成浪费。”

此外,去年年底开始,该店还在每个餐桌上配置了扫码点餐,顾客即便还未到店,也能在支付宝上即时查看餐厅菜单,进行在线点餐,整个点餐过程一两分钟就可以完成了。而通过传统的点菜方式,一般要超过6分钟。

据记者从支付宝口碑宁波方面了解,目前宁波已经有不少餐厅引入了支付宝口碑提供的这套在线点餐系统。

此外,移动支付为线下商业带来的效率提升也显而易见。“我们的顾客中,有近六成会选择支付宝付款,结账时间从原来的一两分钟缩短到了30秒不到。”位于鄞州区城市奥特莱斯一楼的贡茶工作人员告诉记者。

## 大数据为顾客“画像”

电商已经实现了客户消费行为的100%数据化,每一个点击、每一个订单都是数据,是日后个性化服务

顾客的依据。而在线下,这一点才刚刚开始。

黄记煌三汁焖锅餐厅鄞州万达店的有关负责人告诉记者,积极参与“双12”,可以增加销售额是一方面,另一方面看重的是,支付宝都是实名制,能够通过大数据为顾客“画像”,分析其消费需求,为精准营销提供数据支持。“通过口碑平台,可以直观地看到账目统计,每天可以看到有多少新顾客,有多少重复购买的老顾客,掌握这一数据可以方便调整经营策略。”

“互联网的核心价值在于数据,用数据帮助我们来决策,来精准地服务顾客。”银泰百货宁波公司有关负责人表示,精准的数据分析是这场升级中,他们看重的互联网能带来的核心价值。

据支付宝方面介绍,有了消费大数据,不少商家感慨,开店选址、菜品研发、运营方案等都需要“对‘数’下药”了。现在,包括海底捞在内的不少品牌连锁餐饮企业已开始尝用大数据来为餐厅选址了。



在美国获特等金奖

正宗椰树牌椰汁  
2016年10月7日  
在美国获得  
巴拿马特等金奖

早晚一杯 白白嫩嫩



产自世界长寿之乡海南岛澄迈

宁波当地总经销:宁波市中糖酒业有限公司 宁波市江北区人民路529号 电话:0574-87357767 87660379