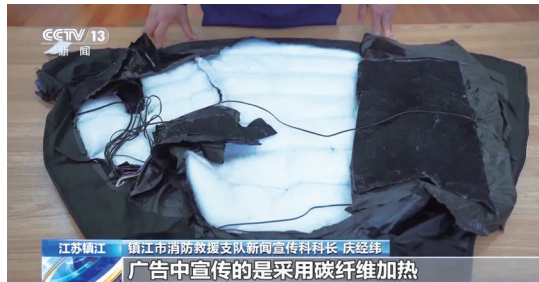


号称“3秒速热、最高可达65℃” 御寒“神器”电加热衣安全吗

随着气温不断降低,一些具有加热保暖功能的电加热衣逐渐走红。这到底是一种怎样的御寒“神器”?安全质量是否可靠?

据央视新闻



一些电加热衣的实际发热效果与广告宣传存在较大差距 图源:央视

电加热衣走红,价格差异大

记者在网上搜索发现,这类具有加热功能的衣服琳琅满目,价格从几十元到超千元不等,分为搭售充电宝和不带充电宝两种。款式上,既有外穿的马甲、夹克等,也有贴身的保暖内衣。

记者随机点开一款具有加热保温功能的马甲产品页面,显示该马甲有近20个发热区域,包含从40℃到70℃不等的四档温控,该产品还特别标注可以水洗。

专家介绍,电加热衣一般是指在衣服内衬里放置发热片,通过充电宝进行供电后,实现局部发热。

不同材质的发热片,具有不同的特性。目前的发热片主要有碳基膜(包括碳纤维膜、石墨烯膜)、

金属膜,还有普通的金属发热丝。碳基膜的特点是加热速度比较快,金属膜和金属加热丝的发热量稳定,但是不抗弯折,揉搓和弯折可能导致直接损坏。

专家称,电加热衣作为近年来出现的一款新兴产品,既往没有专门的国家标准,商家一般参考的是2008年出台的针对电热毯、电热垫等柔性加热器具的国家标准GB4706.8-2008。去年新出台了新版国标GB4706.8-2024,将于2026年8月1日正式开始实施。新国标将电加热衣单独列为一章,对其温度上限也进行了明确要求。

3秒速热、最高可达65℃?

这些市面上价格不同的电加热衣,实际穿戴中的加热保暖效果

如何?消防部门进行了模拟试验。

针对市面上常见的以碳纤维膜为发热片的电加热衣,消防试验人员购买了从一百多元到三百多元不等的四个品牌马甲,发现部分品牌的马甲只有纺织物的检测标准,缺乏加热电器类的质量检测报告,产品资质不全。

此外,一些电加热衣的实际发热效果与广告宣传存在较大差距。

消防员测试的一款电加热衣,广告宣传称采用碳纤维加热,3秒速热,可加热到65℃。但当试验人员穿戴好电加热衣,在电热衣的背部、胸部等重点区域安装好热传感器,插上充电宝15分钟后发现,电加热衣右胸位置的温度仅有35.6℃,温度最高的右肩也只达到41.3℃。

除了温度未达标,试验人员将电加热衣拆开后发现,其内部线路布设也比较混乱。

根据现行的2008年国标要求,类似的柔性发热器具应尽量避免内部布线跨越,否则易造成电气线路连接松动,带来局部过热风险。现场拆解发现,网购的四款电加热衣,其中两款售价一百多元的低价产品内部布线混乱,不符合现行国家标准。

电加热衣有无安全风险?

专家介绍,目前市面上的电加热衣大都为低压供电,只有5伏左右,因此不会产生漏电伤人的风险。消费者在购买时,要注意查看产品是否达到相关国家标准,搭配的充电宝是否有CCC认证等。

使用环境和习惯也要注意:在进入更高温度的环境时,要把发热衣的电断掉或关掉,在潮湿环境下尽量不要使用发热衣。

专家提示,在清洗和保养方面,不同的电加热衣有不同的要求,要仔细查看产品的说明书或咨询商家,按说明操作。

有的产品可以手洗,有的产品可以机洗。可以机洗的电加热衣,一般要用洗衣机轻柔模式或非常轻柔模式,水温不能超过30℃,洗涤剂也必须用中性的。

电加热衣普遍不能烘干、熨烫,洗完之后建议自然晾干、风干。

此外,专家建议电加热衣要尽量避免被重物按压或折叠,更不要私自改装或拆卸,导致发热元件受损,带来安全隐患。

拼团的“团长”跑路,消费者如何维权

消费者拼团拍立得相纸,却迟迟收不到货,预付费“拼团”模式有哪些隐患?该如何监管?

近日,有多名消费者反映,数月前在微信“拼团呀”小程序上购买拍立得相纸,等了很多天不见发货,联系发起拼团的“团长”也没有任何回复。

今年下半年,多家打着“低价拍立得相纸或相机”旗号的拼团“暴雨”,统计出的部分参团消费者受骗金额高达百万元。

拼团的“团长”以低于市场价的方式组团,吸引消费者购买。而消费者要么收到的货物远低于实际价值,要么干脆收不到货,消费者想要维权却发现困难重重。所谓“拼团”的消费模式从法律角度如何认定?又该如何监管?

据中国之声



视觉中国供图

他的工商注册信息、个人的信息,包括他的真实名称、地址和有效联系方式,请注意是有效联系方式,也就是说发生纠纷时还依然能够联系上,才叫有效联系方式。如果不能提供特定拼团项目的经营者的真实名称、地址,有效联系方式的话,那么这个平台经营者要承担先行赔偿责任。”

胡钢提醒,近些年出现了不少涉及预付款的消费纠纷,典型的情形就是相关经营者收到款项以后无法联系,隐匿行踪甚至携款潜逃。所以拼团是一个风险较高的消费模式。

胡钢说,后面往往跟随着消费欺诈,乃至涉及合同诈骗罪等刑事犯罪活动。所以对于预付式消费,包括拼团模式的预付式消费,消费者要保持一定的警惕心,特别是要根据自身的支付能力、风险承受能力来综合研判,是否要参与这种拼团的模式。

针对目前的拼团预付式消费乱象和消费者面临的维权难题,彭超建议,要向平台索取“团长”的真实身份信息。遇到消费纠纷,可依次联系“团长”、平台客服投诉。若无法解决,及时通过12315热线或向人民法院提起诉讼寻求帮助。

彭超说,平台要对“团长”的身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息,进行核验、登记,建立登记档案,并定期核验更新。同时应建立便捷有效的投诉举报机制,积极协助消费者维权。采取技术手段监控异常拼团活动(如短时间内大量投诉的拼团等),防范“团长跑路”风险。市场监管部门需明确将新兴拼团平台纳入监管范围,依法要求其履行平台责任,并建立相关部门间的协同监管机制,对拼团消费中出现的涉嫌诈骗、虚假广告等问题进行联合整治。

“团长”失联,消费者投诉无门

今年6月,刘女士在“拼团呀”微信小程序以拼团的方式花费985元购买了一台拍立得相机,到现在都没有收到货,也联系不到发起拼团的“团长”。

据刘女士称:“它比淘宝便宜了大概三四百块钱,需要等,我想着我也不着急用,我就等这一下还可以省一点钱,结果没想到居然到现在也发不了货。”

刘女士说,此前她有过多拼团的购物经历,只是发起拼团的“团长”不同,购买的物品不同。没想到这次在拼团上的消费却遭遇“跑路”骗局。出现问题后,她都不知道该向谁投诉。

刘女士表示,经过这次之后,发现拼团不像那种有保障的消费,投诉不管用,其实是一个没有什么严格规范的平台,还是不能为了贪便宜在拼团买东西。

刘女士的遭遇并非个例。今年1月,段女士也是在“拼团呀”微

信小程序上以拼团的方式花费1011元购买了一款拍立得相机和相纸,也无法收到货。

段女士说:“我的那一款一直没有发货。‘团长’,就是开团的那个人他不回应。当时觉得很便宜,身边也有朋友买了,然后到货了。他们说跟团比较便宜,当时就跟了团。”

记者在某社交平台加入一个消费维权群,群内大多是遭遇“拼团”后无法到货的消费者,共计400多人。”

公开资料显示,“拼团呀”是一款由杭州可火网络科技有限公司开发的软件工具,用户可使用“拼团呀”发起或组织商品团购活动,同时可通过这个小程序线上管理订单或进行收入统计等。

多位遭遇“团长”失联的消费者告诉记者,“团长”失联后,他们曾向小程序运营方投诉,但一直没有结果。

记者通过“拼团呀”微信小程序查询到“拼团呀”用户协议。其中提到:“拼团呀”仅为用户提供软

件工具服务,并非网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务的提供方,亦非商品的销售方,或“拼团呀”用户团购及/或其他行为的参与方,“拼团呀”用户对自身行为独立享有权利,独立承担责任。您应当对您的账户行为的所有活动及后果承担法律责任。

公开资料显示,杭州可火网络科技有限公司成立于2019年,注册资本100万元,法定代表人为司某某。据“企查查”披露的公开信息,记者查询到该公司的工商注册登记电话,但拨打过去始终无人接听,发去短信也无人回复。

专家支招,教你该如何维权

中国互联网协会法工委副秘书长胡钢表示,小程序的经营者事实上起到了一个网络交易平台或者电子商务平台经营者的角色,它在吸引相关团组等来招揽业务,相关微信用户、加入拼团小程序的相关消费者就可以参与到拼团的活动,这是一个层层递进的关系。在

法律上,对于消费者来说,是一种预付费式的消费模式。

武汉大学法学院副教授彭超表示,界定“拼团”消费的本质,应当从拼团消费中各参与主体之间的关系出发。若“团长”以卖家身份直接向“团员”提供商品或服务,则双方构成买卖合同关系;若“团长”仅作为中介,代“团员”向商家采购商品,则双方构成委托合同关系。

彭超说,平台是否承担责任,主要取决于其在交易活动中扮演的实际角色和承担的法定义务。平台在用户协议中单方面声明其不承担相关责任,构成格式条款。网络交易平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益,未采取必要措施的,依法与该销售者或者服务者承担连带责任。

胡钢还表示,如果平台无法提供发起拼团的“团长”的有效联系方式,平台应该先行承担赔偿责任。“平台经营者,应当对平台内的经营者(团长)进行身份核验,比如