

天祥**技**刊

2006
19
Sep.2006

- 欧美纺织品服装零售商在华采购分析
- 欧美纺织品/服装及辅料生态壁垒
- 对美纺织品服装贸易中的技术壁垒

Intertek

<http://www.intertek-labtest.com.cn>

欧美纺织品服装零售商在华采购分析

(Labtest 王建平)

由于配额的取消, 2005年中国对欧美纺织品和服装的出口量迅速飙升, 尤其是2005年1-6月份中国对欧盟和美国的纺织品和服装出口增幅分别达到55.49%和64.24以及71.64%和89.29%, 并由此引出欧美以对中国重新设限为主要手段的贸易争端; 2006年1至4月份, 中国对欧美的纺织品服装出口增幅呈现出惊人的下滑趋势, 众多业内人士对此忧心忡忡, 买卖双方的观望之风甚起, 那么今后中国对欧美纺织品和服装的出口形势将会如何发展, 可以以欧美纺织品服装零售商在华采购为切入点进行以下几个方面的分析:

1. 在华采购产品结构了解欧美从中国进口的纺织品服装产品的类别和数量, 对判断欧美纺织品服装零售商的采购趋势是十分重要的。表1至表3分别列出了2005年美国从中国进口的纺织品和服装的分类统计结果。从这些分类统计的结果看, 欧美从中国进口服装产品的贸易额和增幅在整体上要大大超过进口面料和其他纺织产品的增幅, 显示出欧美零售商对中国服装产品的采购意愿要高于对面料和一其他纺织产品的采购意愿。但通过贸易额和数量的比较却可以清晰地显示, 欧美从中国进口服装的平均单价继续大幅度下滑, 这绝对是一个危险的信号! 这表明, 中国的服装出口正进一步陷于非理性的无序竞争状态, 这不仅会对中国纺织业的良性发展造成负面的冲击, 而且会给欧美等国对中国采取进一步的贸易限制措施, 如重新设限和反倾销等埋下隐患! 从欧美从2006年开始对中国的部分纺织品服装产品的进口重新设限、2006年1至4月中国对欧美的纺织品服装出口增幅严重下滑和欧美频频对中国的纺织品服装出口发起反倾销调查等, 我们已经可以清晰地看到这种负面的影响。

表1 2005年美国从中国进口纺织品服装分类统计

产品类别	进口额 (亿美元)	同比增长 (%)	占全美进口总额 (%)	排名
纺织品服装	224.07	53.91	25.12	1
服装	151.44	69.63	22.04	1
纺织品	72.63	28.99	35.44	1
产品类别	进口额 (亿美元)	同比增长 (%)	占全美进口总额 (%)	排名
纺织品服装	167.66	43.76	/	1
服装	58.85	97.99	/	1
纺织品	108.81	25.21	/	1

表2 2005年美国从中国进口纺织品服装产品结构分类统计

产品类别	进口额 (亿美元)	同比增长 (%)	占全美进口总额 (%)	排名
棉制服装	60.04	117.93	14.59	1
化纤服装	56.81	69.34	27.36	1
化纤纺织品	45.63	26.37	40.96	1
棉纺织品	23.01	42.73	30.36	1
丝麻服装	22.27	-9.02	83.16	1
毛制服装	12.32	232.83	29.83	1
织物	8.39	51.96	14.67	1
产品类别	进口额 (亿美元)	同比增长 (%)	占全美进口总额 (%)	排名
棉制服装	25.44	129.98	19.88	1
化纤服装	25.98	128.05	31.68	1
化纤纺织品	82.43	26.59	40.84	1
棉纺织品	24.12	29.10	29.27	1
丝麻服装	6.44	-8.27	88.52	1
毛制服装	0.99	301.33	34.57	1
织物	16.52	78.15	17.35	1



表3 2005年中国出口欧盟纺织品服装产品结构分类统计

产品类别	进口额 (亿美元)	同比增长 (%)
机织服装	60.04	117.93
针织服装	56.81	69.34
制成品	45.63	26.37
面料	23.01	42.73
辅料	22.27	-9.02
家用纺织品	12.32	232.83
纱线	8.39	51.96

当然, 从各种因素的综合分析, 中国的纺织品服装出口目前所面临的困难是暂时的。根据中国分别与欧盟和美国达成的协议, 在今后的一年半和两年半的时间里, 中国对欧美的纺织品服装出口受242条款的影响将在受控和可预期的范围内, 全球纺织品服装贸易的自由化已是一种不可逆转的事实, 深入分析和了解欧美零售商对中国纺织品服装采购的产品结构, 对于中国的纺织品服装出口企业抓紧有限的时间, 调整发展战略、苦练内功、全面提升产品的档次和质量是极其必要和有益的。

表4给出了2005年美国从中国进口的增幅超过1000%的11类纺织品和服装产品的实际增幅。它在给我们提供某些预警的同时, 也从某种程度上反映了欧美采购商采购趋势的某些变化。当然, 这其中还有上年度的基数、进出口双方在贸易争端频发的不确定环境下另辟蹊径和其他一些因素的影响。需要提请注意的是, 表中所列的345棉运动衫、619聚酯长纤维织物和620其他长纤维织物等3类产品已被列入重新设限范围。

表4 2005年美国从中国进口纺织品增幅超过1000%的产品

类别	产品	同比增长 (%)
604	化纤短纤纱	8516.28
438	毛制针织衬衫	2827.01
201	普通纱	2562.07
627	化纤织物	2117.70
335	棉制女外套	1558.29
345	棉运动衫	1023.62
619	聚酯长纤织物	1454.41
342	棉制裙子	1452.13
435	毛制女外套	1443.39
620	其他长纤织物	1285.15
225	斜纹劳动布	1023.62



2. 品牌、设计与流行趋势引导欧美零售商的采购趋势的真正原动力来自于欧美市场的消费趋势。多年来，所谓的消费趋势似乎是与品牌、设计和流行趋势密不可分的。但从近年来的消费趋势分析，人们似乎已经看到，“流行趋势”的概念正在逐渐淡化，而品牌策略的重新定位也已刻不容缓。

事实上，一个品牌越来越难对它涉及的客户群进行市场细分，因为如今的消费者会把不同品牌、不同价位的产品穿在身上以体现自己的个性。他们会随意搭配不同牌子、不同层次的服饰，而不会从头到脚只选一个品牌。未来将是一个设计师再调整的时代，时尚应再次体现工艺以及品牌身份的价值。事实上，世界上一些大的知名品牌都已开始对自己的产品导向、历史以及专业技术进行重新定位。新一代消费者有着真正的品牌文化，他们追求个性，而不是满大街随处可见的所谓“流行款式”。

专家们认为，从产品的标识、创意、工艺及质地上来说，设计将变得尤为重要。不管一个企业的历史如何，它在时尚圈内的产品属于哪种类型，都必须强化它的标识和产品风格。传统的品牌也可以有它光明的未来，但前提是产品必须不可模仿，采用高附加值的原料，有最好的质量，还有无可比拟的优雅。这其中，创意是灵魂。

一个不争的事实是，虽然中国已在全球的纺织品服装贸易中占据了大约20%的市场份额，中国也已成了欧美零售商主要的采购目标地，但这主要是由于中国的纺织品服装产品在性价比上的比较优势和中国纺织业的产业背景所决定的，与品牌、设计和时尚等元素基本无关。在经济全球化的今天，中国的工业在大部分领域，只是扮演了一个“蓝领”的角色，中国出口的服装绝大部分是采取了“贴牌”加工生产的方式，在消耗大量资源

的同时，并未赢得本该属于我们的利益。但这也给中国的纺织业展示了一个巨大的发展空间，与世界消费潮流同步、大力提升自主创新能力和坚持可持续发展战略是取得突破和求得发展的必由之路。

3. 全球化策略与中国纺织品服装的市场份额尽管面临众多的贸易摩擦，但绝大部分欧美零售商仍然对中国的纺织品服装表示出极大的热情，其主要原因在于：为2009年纺织品服装配额的最终取消作好铺垫；目前旨在抑制中国纺织品服装对国际贸易格局产生影响的各种措施的效果十分有限；只要全球市场仍然希望获得低成本的纺织品，采购商们还是不可避免地要回到中国来；目前许多国际大零售商在中国的采购比例仍相对较低，预计未来两年中国在全球服装采购市场的份额有望增长一倍，最终达到60% - 80%。事实上，对欧美采购商而言，他们所寻找的并不是哪个特定的国家，而是能生产物美价廉产品的企业，但价廉物美并不等于便宜，而是一个合理的价格、优质的品质和服务，而这些企业恰好集中在中国。纺织业作为劳动密集型产业，在发达国家逐渐萎缩是一种必然趋势，而利益原则永远是零售商的经营之本。目前，我国纺织品服装多数以贴牌方式大量进入国外百货连锁店、大卖场或折扣店等中低档服装销售渠道。国际大零售商和服装采购商为了追逐利润，一般把采购价压得很低，留给供应商的利润非常有限。虽然国内供应商也参与了部分世界品牌的形成过程，但由于不掌握品牌的设计和营销等核心技术，只能赚取很低的纺织加工费，高额利润被品牌的持有者获得。因此，全球化策略从整体上给扩大中国纺织品服装的出口提供了更多的机会，而要抓住这个机会，则必须及时转变我们的观念和调整我们的策略。



4. 采购方式的变革值得注意的是，欧美纺织品服装零售商的传统采购模式正在悄然地发生变化。目前欧美零售商的全球采购，主要通过以批发商、零售商和贸易公司为核心的全球采购活动和由此形成全球采购供应网络，以零售商、批发商和贸易公司所掌握的市场需求，提出对商品样式、质量、标准方面的要求，然后在全球范围内寻找最好的生产者或者供应商，最后销售到全球的市场中。这种采购方式在劳动密集型的服装行业非常普遍。在过去一年里，全球最大的零售企业沃尔玛等国际著名的零售企业纷纷来中国进行大规模的采购活动，说明全球采购网络正在加速向中国市场延伸。但这种模式存在着一定的盲目性，不仅成本高、效率低，而且配对成功率也低。配额的取消和电子商务技术的推广应用，为改变传统的采购模式提供了契机和有利的条件，特别是配额的取消将大大降低跨国采购成本。配额取消后，一家进口商可能把供应地点的数目由原来的30多个减至10个左右。在配额存在的贸易环境下，向众多货源分配订单的工作通常占了进口商40%的时间和精力，因此配额撤消后，有关行政成

本将大幅下降。有专家称，在中国采购逐渐成为跨国公司控制成本、提高竞争力的必然措施，中国已经发展成为世界供应链中最重要的一环。

与此同时，传统的通过展会的方式进行采购的模式也正逐渐失去其以往的魅力。现在展会越办越多，规模也越来越大，但实际效果并未随之提高。采购商们疲于奔命，但收效甚微，其中一个主要的原因是绝大部分展会缺乏个性，专业水平低下。在这种情况下，“精确分类采购”模式（Direct-Link）应运而生，且正在受到越来越多采购商和供应商的关注。所谓“精确分类采购”是指在确定的采购主题下，经过对买家需求的前期调查分析和对供应商的精确筛选，为双方提供一个更有效的商业洽谈机会。只有受邀的买家才能参加，只有被选中的供应商才能与会。没有盲目的交流，只有更明确的成交意愿。具有高效、务实和专业化特点。这不仅给买卖双方带来了便利，也给处于激烈竞争中的会展业走出一条新路指明了方向。

综上所述，从多个角度对欧美零售商的采购趋势进行分析，对于中国的纺织品服装出口企业在当前错综复杂的国际贸易环境下保持清醒的头脑，克服目前的困难，去迎接新的挑战具有十分重要的意义。

欧美纺织品/服装及辅料生态壁垒

(Labtest 吴岚)

欧美以保护生态环境卫生、保护动植物安全、保护人类健康的目的颁布了一系列法律法规。这一系列的法律条文视为这些国家为了保护国内纺织产业、限制国外廉价低质及不符合环保或对人类健康有潜在危害的产品进口的生态技术壁垒(绿色壁垒)，但我们也可以看到在发达国家，人们对环境问题及自身利益越来越关注，消费者会自觉地花多一点的费用去买一些对环境，人类有益无害的产品，如果我们的生产商能够对这些法律法规能多了解一些，提高产品质量去符合这些要求，以积极的态度去应对，就能变壁垒为台阶，提升产品的等级和企业的形象。

我们从了解纺织品服饰中残留的化学物质的毒性来进一步理解这些法律法规的相关要求：

一、禁用的偶氮染料 (Banned AZO dyes):

(1) 可裂解出致癌芳香胺的偶氮着色剂 (AZO colorants that can be split to 22 carcinogenic Arylomatic Amines)

偶氮染料是指在染料结构中有 $-N=N-$ 结构的系列染料，市场上有超过2000种的偶氮染料，占整个染料的70%，我们平时说的禁用偶氮染料其实是一些含偶氮结构的染料在某种特定的还原条件下偶氮键断裂，可裂解出可能对动物或人类致癌的芳香胺，涉嫌的偶氮染料约200种。

德国、荷兰、奥地利是最早有禁用可裂解出22种致癌芳香胺的偶氮染料的国家，到2002年欧盟也颁布了2002/61/EC，规定了对于纺织品、皮革产品中不得用可裂解出22种致癌芳香胺的偶氮着色剂。对22种致癌芳香胺的量化限值为30mg/kg。

同时，为了统一检测方法，欧盟在2004年发布的新的法规2004/21/EC，规定了三种标准官方方法：EN14362-1:2003 纺织品方法，EN14362-2:2003 涤纶方法，ISO/TS-17234:2003 皮革方法。

(2) 蓝色素 (Navy Blue 018112, Navy 018112)

“蓝色素”是一种混合物，属偶氮染料的范畴。可用于皮革、羊毛、尼龙等染色。

欧共体官方公报2003年1月9日发布欧盟委员会指令2003/03/EC，认定“蓝色素 (索引号611-070-00-2)”具有很高的水生毒性，且不易降解，随废水排入环境后会对环境造成危害。为保护环境，该指令规定：禁止在纺织品和皮革制品上使用“蓝色素”，并禁止在市场上销售含“蓝色素”的纺织品和皮革制品。



二、五氯苯酚 (PCP, Polychlorinated Phenols)

五氯苯酚是一种常用于皮革及天然纤维纺织品、纸浆、木制品的防腐、防腐、防腐，其结构非常稳定，难以生物降解，致癌、对水生生物有毒，在高温及阳光曝晒下可生成对环境有剧毒的二恶英。

欧盟发布91/173/EEC 禁止销售及含五氯苯酚的盐和酯的化学品及制剂，限量为0.1% (重量比)。德国化学品禁用法及荷兰国法令规定在消费品中不得含超过5mg/kg的五氯苯酚的盐和酯。

三、镉及镉的化合物 (Cadmium and its compounds)

镉通常用于着色剂、稳定剂及表面处理剂等。镉对环境有害，同时会引起慢性疲劳、积聚后对肾脏的损害。

欧盟法规91/338/EEC 规定了禁止在涂料、染料、稳定剂及电镀产品中使用镉及镉的化合物。限量为0.01% (重量比) (但对于电镀及表面处理中不得使用)。英国、德国、荷兰、瑞士、瑞典都有相关的国家的法规及限量。

四、铅及铅化合物含量 (Lead and its compounds)

铅广泛用于着色剂、稳定剂、助焊剂、合金中。铅会造成环境污染，吸入或摄入铅，会引发贫血、慢性疲劳、记忆力障碍，影响儿童的智力发育。

美国联邦法规第16条，消费品安全委员会1303 (16CFR CPSC1303) 对于油漆及表面涂层的总铅含量不得超过0.06% (重量比)。

美国及加拿大还对儿童用金属珠宝中的铅含量有限量。总量不得超过600mg/kg, 表面可溶性铅不得超过175 μg 。



五、镍释放量 (Release of Nickel)

镍是合金材料的组份，同时也会在电镀工艺中使用以达到特别的色及耐腐蚀性。但镍可引起皮肤过敏或不同程度的刺激，有调查表明，10--20%的白人妇女的皮肤对镍有过敏。欧盟94/27/EC中规定长期皮肤接触的金属件镍释放量不得超过0.5 $\mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{week}$ ，同时规定了官方检测方法：EN1811, EN12472。模拟两年的穿戴磨损过程对样品在规定条件下进行磨损，磨前及磨后样品分别在酸性汗液中浸7天后所溶出的镍含量均不得超标。同时英国、德国也有各自国家法规。

在2005年欧盟又颁布了新的法规：2004/96/EC，规定了穿透皮肤的装配件 (如耳针) 的镍释放量限量为0.2 $\mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{week}$ ，检测方法为EN1811: 在酸性汗液中浸7天后所溶出的镍含量。

六、烷基酚聚氧乙烯醚 (APEO)

欧盟委员会2003年6月18日颁布了指令2003/53/EC，内容涉及限制某些危险物质如：nonylphenol/NP 壬基酚，nonylphenol ethoxylate/NPEO 壬基酚聚氧乙烯醚的使用、流通以及排放。

烷基酚聚氧乙烯醚 (APEO) 广泛用于纺织、塑料、橡胶、日用化工、医药和造纸等行业，作为洗涤剂、乳化剂、润湿剂及分散剂、稳定剂等长达40年之久。它是继脂肪醇聚氧乙烯醚之后的另一大类非离子表面活性剂。APEO 中以 NPEO 最多，其次为 OPEO。APEO不易生物降解，同时在分解过程中产生的代谢物可氧化，最终产物为NP, OP; 如排放到水中，对水生物有毒性，属于环境激素。

2003/53/EC中规定，如果产品中NP 或 NPEO含量或在排放物中的NP 或 NPEO含量等于或高于0.1% (重量比)，该物质就不能用于 (摘录)：

工业洗涤，除非：

- 严格控制干洗系统，使洗液能循环使用或烧弃；
- 洗涤系统有特别的处理过程，使洗液能循环使用或烧弃。

家用洗涤剂

纺织及皮革加工工艺中使用，除非：

- 产品生产工艺不排放污水；NP 或 NPEO
- 有特别的处理系统确保工艺用水在经生物污水处理之前经过预处理，完全去除有机馏份。(羊皮去脂)

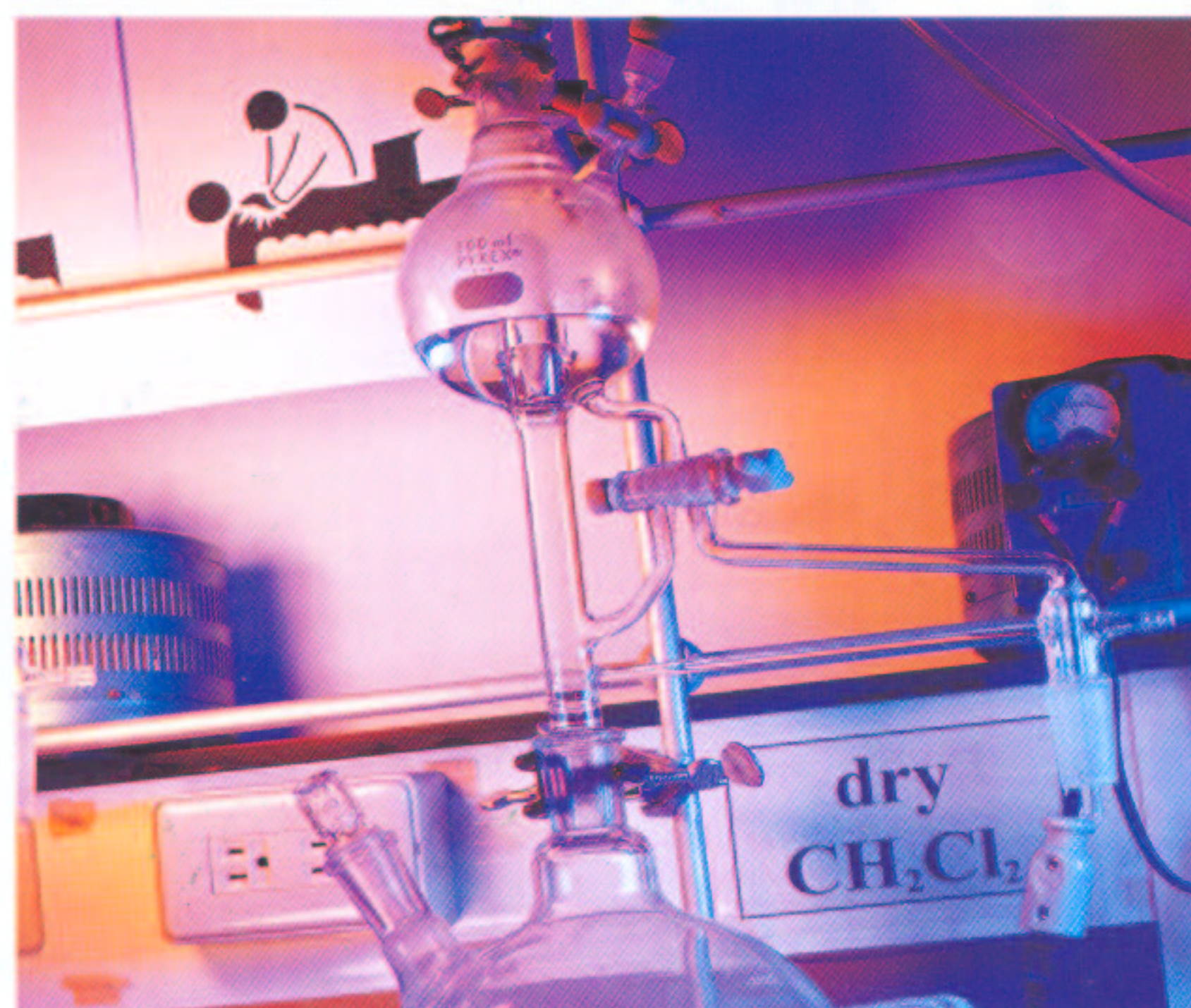
纸浆生产和造纸生产

化妆产品

杀虫剂和生物杀灭剂的配制

七、阻燃剂 (Flame Retardants)

大多阻燃剂都为含卤素(惰性元素)的，但此类物质在高温情况下会产生对破坏环境的物质，且摄入或吸入此类产品会造成免疫力下降、甲状腺机能减退、记忆力损伤及关节僵直。欧盟法规2003/11/EC规定了限制销售及某些毒性物质及制剂：五溴联苯醚 (PentaBDE), 八溴联苯醚 (OctaBDE)。



八、邻苯二甲酸酯类增塑剂 (Phthalates)

邻苯二甲酸酯类增塑剂通常用于软化塑料，常在塑料，特别是PVC产品及一些胶印中使用。动物试验证明，一些邻苯二甲酸酯类增塑剂可引起雄性动物的生殖发育障碍。

欧盟指令2005/84/EC，限制在所有塑料玩具及儿童防护用品使用下列三种总量超过0.1%(重量比)的邻苯二甲酸酯类增塑剂。

邻苯二甲酸二(2-乙基)己酯 (DEHP)，邻苯二甲酸丁基苄基酯 (BBP)，邻苯二甲酸二丁酯 (DBP)。

限制在所有可能被放入口中的塑料玩具及儿童防护用品中使用下列三种总量超过0.1%(重量比)的邻苯二甲酸酯类增塑剂。

邻苯二甲酸二异壬酯 (DINP)，邻苯二甲酸二辛酯 (DNOP)，邻苯二甲酸二异癸酯 (DIDP)。

以上仅列出了部份纺织品/服饰的生态化学相关的法律法规。并没有列出相关详细的测试方法，天祥公司愿为您的产品符合生态环保要求提供技术咨询及测试服务。

对美纺织品服装贸易中的技术壁垒

(Labtest 张晓红)

随着经济全球化和贸易自由化的不断发展，传统的贸易保护措施如关税，配额等正逐步被削弱甚至取消，于是各国尤其是进口大国出于本国政治的，经济的和社会的等等原因的考虑，纷纷调整其贸易保护措施，更有一些新的贸易保护措施孕育而生，如技术性贸易壁垒，绿色壁垒，知识产权，企业社会责任等，对国际贸易的影响越来越大，尤其是技术性贸易壁垒，因为它具有技术性强，隐蔽性高，透明度低等特点，已成为进口大国所采取的最主要的贸易保护措施之一。

产品是否能够满足买家的技术要求(质量要求)，是否能符合进口地的法律法规的要求，是决定买家采购取向的一个重要因素，而所谓的技术壁垒都是以这些买家的技术要求和进口地的相关法律法规来体现的。我国已成为欧美等发达国家的主要出口国，受其影响更是显而易见的，每年因此造成的损失高达200亿美元，纺织品和服装也不例外。目前国内的企业相当程度上还是计划经济模式的思维，在面对这些技术性贸易壁垒时常常会束手无策。要克服壁垒的障碍，提高产品的国际竞争力，减少不必要的损失，首先要了解相应的法律法规和技术要求，才能有有效的解决方案和应对措施。

美国作为纺织品和服装进口大国和消费大国，为了保护消费者权益以及生命安全，防止不公平和欺诈行为，针对进口到美国的或在美国生产的纺织，服装产品，制定了一系列的法律法规，生产商、进口商或零售商必须了解这些法律法规，以减少由此而产生的风险和损失。这些法规和法令主要包括以下几个方面：

1. 纤维标签条例(Fiber Labeling)，由美国联邦贸易委员会(FTC)颁布执行，此条例由三个法案组成：

1). 纺织产品法案 – 美国联邦法规第16条，美国联邦贸易委员会303，于1958年九月被批准实施。法案中所涵盖的纺织品包括服装，袜子等，必须附有纤维标签。其中必须注明纤维含量，原产地以及生产商或进口商；同时规定了标注纺织品纤维含量的要求，原则和含量允差，并列举了不属于此法案范畴的纺织产品(即可以不标注纤维含量的纺织产品)，如围巾，毛巾，窗帘，桌布等。另外法案还规定对于产品中含量少于5%的纤维，只需标注为“其它纤维”，不用显示具体的纤维名称，如96%棉和4%涤纶的混纺应标注为“96% Cotton, 4% Other fiber”。但如果是功能性的纤维，则必须标注清楚，如：“97% Cotton, 3% Spandex”，这与其他国家的纤维含量标注有所不同。

2). 羊毛产品法案 – 美国联邦法规第16条，美国联邦贸易委员会300，于1940年10月被批准实施，这是一个专门针对羊毛产品的法案，要求所有的羊毛产品无论其中羊毛含量为多少，都必须附有符合此法案的纤维标签。内容包括纤维含量，原产地以及生产商或进口商，并且无论其羊毛含量多少都必须标注清楚，如99%丝与1%羊毛混纺，不能标注为“99% Silk, 1% Other fiber”，而应标注为“99% Silk, 1% Wool”。另外它与纺织产品法案最大的不同是所有的羊毛产品都必须有纤维含量标签包括围巾等。

3). 皮革产品法案 – 美国联邦法规第16条，美国联邦贸易委员会301，这是针对毛皮产品标注要求和原则的一个法案，于1951年8月批准实施。皮革产品是指覆盖着毛的皮产品如貂皮，如果仅是毛或皮的产品，则不属于此法案范畴。法案规定所有皮革产品在销售，运输等流通过程中都必须牢固的附有清晰的、完整的符合要求的标签，同时还罗列了通用的皮革名称。标签上不仅要注明所用毛皮的名称和原产地，还要显示此产品是否经过颜色处理如染色，漂白或天然的；如果是用旧的或损伤的或二手的毛皮制成的产品，也必须标注清楚。另外根据狗猫保护法2002规定，不得使用这两类动物的毛皮生产皮革制品。

同时FTC规定如果产品标签标注不正确，则被视为不公平或欺诈行为，会受到相应的处罚，所以对于标签上要求的内容必须是准确无误的，才能避免由此产生的风险和损失。

2. 纺织服装及面料洗涤护理标签条例(Care Labeling)

美国联邦法规第16条, 美国消费品安全委员会16 CFR CPSC 423, 这是由美国联邦贸易委员会(FTC)于1971年颁布的以文字为主的洗涤护理标签体系, 其后又做了一系列的完善。此条例适用于在美国销售的纺织服装和某些以布匹形式销售的面料, 规定生产商和进口商必须在产品上附着永久性的洗涤护理标签, 其上要有适合此产品的日常洗涤方法和提示语, 包括洗涤、漂白、干燥、熨烫、干洗方式以及必要的提示语, 并且在产品的使用寿命周期内保持清晰可见, 以便让消费者在选购时容易找到并且清楚可读, 如果包装的原因, 不能使消费者容易读到标签, 应在包装外表面印有洗涤护理方法, 或印在吊牌上并附着在产品上。

洗涤护理标签应按以下顺序表达:

水洗(Washing) – 标签上必须注明该产品适合于机洗和/或手洗, 以及适合的水温(热水/温水/冷水); 如果不注明水温则意味着任何水温(热/温/冷)都适用于该产品, 这对于生产商、销售商以及消费者都有一定的风险性。

漂白(Bleaching) – 如果该产品可以安全的使用所有的商业漂白剂, 则标签上无需对该项做特别说明; 如果任何漂白剂都会损坏该产品, 则标签上必须注明: 不可漂白; 如果只是含氯漂白剂会损坏该产品, 而可以安全使用不含氯的漂白剂, 则标签上必须注明: 需要时可以非氯漂白。

干燥(Drying) – 标签上必须注明改产品是否适用烘干或是其它的干燥方式, 悬挂晾干, 滴干, 以及铺平晾干等。如果是烘干还需注明烘干温度(高温/中温/低温); 若不注明温度, 则被认为改产品可以使用三种温度中任何一种, 同样这也具有一定的风险性。

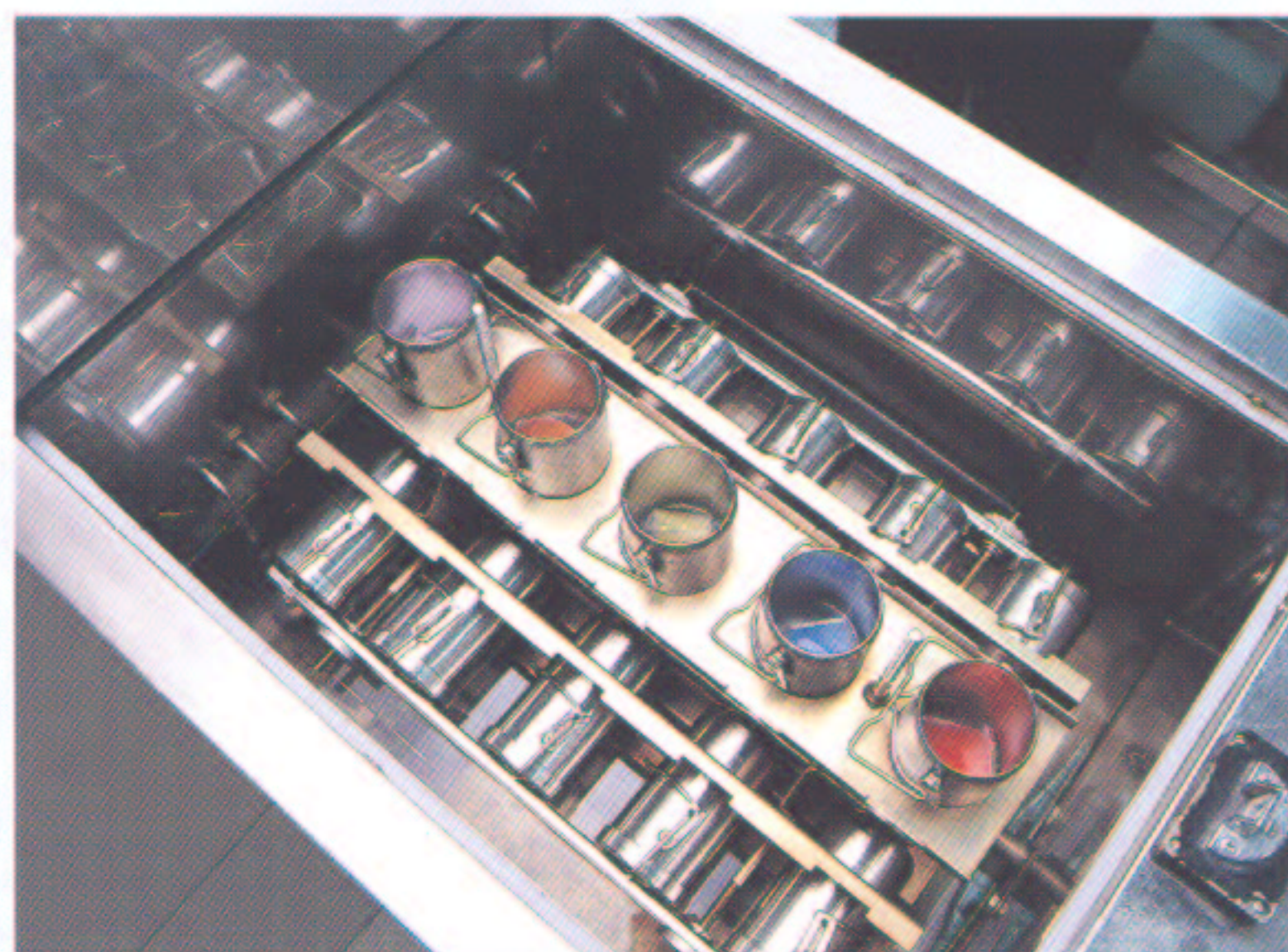
熨烫(Ironing) – 如果该产品日常需要通过熨烫来维持其外观, 则必须在标签上注明熨烫, 同时还需注明适当的熨烫温度(高温/中温/低温); 如果可选用任何一种温度,

则无需特别说明温度。如果熨烫会损伤衣该产品, 则标签上必须注明: 不可熨烫。

干洗(Dryclean) – 如果该产品可以干洗或必须干洗, 则需在标签上注明, 同时必须注明至少一种可以使用的干洗剂; 如果可以使用所有商用干洗剂, 则无需特别说明。如果干洗可能会损伤该产品, 则标签上必须注明: 不可干洗。

1996年, FTC认可了标签符号系统的使用, 这一系统是由美国试验与材料协会(ASTM)制订的并于2001年进行了修订, 标签上可以同时使用符号与文字说明, 也可以单独使用。符号的排列次序如下:

1996年, FTC认可了标签符号系统的使用, 这一系统是由美国试验与材料协会(ASTM)制订的并于2001年进行了修订, 标签上可以同时使用符号与文字说明, 也可以单独使用。符号的排列次序如下:



在条例中, 还界定了一系列的属于生产商或进口商不公平或欺诈行为, 所以在选择洗涤护理条件时, 最好有验证试验作为依据, 才能保证标注条件与该产品的符合性, 减少因标注不规范导致的风险和损失。

3. 防火条例- 纺织服装及面料(Flammability)

美国联邦法规第16条, 美国消费品安全委员会16 CFR CPSC 1610, 此条例最早于1953通过并生效的, 它适用于所有的成人和儿童的服装及面料(儿童睡衣除外)。此条例的目的是为了减少易燃纺织服装及面料所引起的人身伤害甚至生命损失, 规定了纺织服装及面料燃烧性能的测试方法和评级规则, 从而阻止使用任何危险易燃的纺织服装及面料。燃烧等级以在可控制的试验条件下, 常规纺织品的燃烧速度为依据而制定的。条例规定一级燃烧和二级燃烧都可以通过, 但在商业和贸易中, 通常只能接受一级燃烧的产品。

同时条例还规定了可豁免的产品: 1. 帽子, 手套和鞋类产品; 2. 填充织物; 3. 克重大于2.6盎司每平方米的光面织物; 4. 完全由下列纤维织成的面料(无论纯纺或混纺): 晴纶, 改性晴纶, 尼龙, 涤纶, 羊毛和丙纶。对于第一条中的产品虽然条例规定可以豁免, 但由于目前发生了由于此类产品引起的不幸事件, 所以现在美国消费品安全委员会(CPSC)认为该类产品也需要通过 16 CFR 1610 的测试。

本文只是对美国主要的有关纺织品和服装的法律法规作一简述, 使大家有一个概念上的认识, 如果想进一步了解相关的测试内容和要求, 欢迎和我们联系, 天祥愿为提高您产品国际竞争力组一臂之力。

Intertek SHANGHAI

上海天祥质量技术服务有限公司

電話(Tel):(86 21)6120 6060

傳真(Fax):(86 21)6485 0559/6485 0592

E-mail: textile.shanghai@intertek.com

Intertek TIANJIN

天祥(天津)质量技术服务有限公司

電話(Tel):(86 22)8371 2202

傳真(Fax):(86 22)8371 2205

E-mail: labtest.tianjin@intertek.com

Intertek GUANGZHOU

天祥(广州)质量技术服务有限公司

電話(Tel):(86 20)8396 6868

傳真(Fax):(86 20)8222 7490

E-mail: labtest.guangzhou@intertek.com

Intertek WUXI

无锡天祥质量技术服务有限公司

電話(Tel):(86 510)8214 567

傳真(Fax):(86 510)8200 428

E-mail: labtest.wuxi@intertek.com

Intertek HANGZHOU

上海天祥质量技术服务有限公司杭州分公司

電話: 86 0571 8679 1228

傳真: 86 0571 8679 0296

電郵: intertek.hangzhou@intertek.com