只穿一次的“次抛衣”悄然走红，专家表示——

低价服装同样受强制性国标约束

法治日报记者 赵丽
实习生 吕樱格

为了江苏之行能拍出满意的照片，山东菏泽的刘女士出发前特意挑选了一套几十元的汉服。旅拍结束后，这套汉服就“压箱底”了，基本不会有再穿的机会。

近段时间，被称作“次抛衣”的服装在社交平台悄然走红。不少人专门为一次旅行、一个场景购入低价服装，穿一两次后便转卖或丢弃。

《法治日报》记者调查发现，消费者的低价穿搭体验并不都尽如人意。对于“次抛衣”，消费者的态度并不一致。一些消费者更看重价格与款式，认为只要满足特定场景的穿搭需求，质量差些也无妨。也有消费者实际穿着后发现，降低要求并不总能换来符合预期的体验。

穿上并不舒适

刘女士回忆，自己为外出拍照购置的“次抛衣”穿上后并不舒适。“特别闷、比较刺痒，想赶紧拍完脱下来。”

而来自广西桂林的黄女士则是“次抛衣”的常客，时常在社交平台发布这类衣物的转让信息。“即使穿上有些不舒服，也忍了。遇到质量、款式稍好一些的，会在穿过之后挂到二手平台转卖。”她表示。

类似体验并不鲜见。记者梳理相关投诉和社交平台信息发现，消费者的不满主要集中在衣物刺激皮肤、有异味、容易起球变形等问题上。一些“次抛衣”实物与图片差距较大，还有的“次抛衣”被穿过一两次后便起球变形。

包女士曾在服装电商领域从事大客户运营工作，目前是一名女装博主。在她看来，“次抛衣”是消费者在价格、款式、穿着体验之间作出取舍的产物，而部分商家为承接消费者对低价、流行款式、短期穿搭的诉求，采取快速跟款、简化设计、压缩生产周期的策略，这类看似双向适配的消费模式背后，是整套生产体系在向“短平快”倾斜。

然而，这笔看似“双赢”的“美丽账”，在质量与安全层面可能并不划算。

从事服装外贸项目管理、负责采购与质检跟单工作的林女士告诉记者，标准化业务中，一件合规服装的生产有着完整流程：样品阶段即开始质检，确认样品后逐一核验面料、辅料，并送第三方机构检测色牢度等指标，全部合格后才能批量生产；进入生产阶段后，还要持续跟单、多轮抽检，工厂、贸易公司、品牌方与第三方检测机构分层把控品质。

而部分主打低价、快速上新的服饰，则在多个环节作了简化。林女士介绍，为省去原创开发与反复打版的成本，这类产品在设计上大多会借鉴流行款式；为缩减工序，会舍弃里衬等部件，同时优先选用价格低廉、克重偏低的原料。“为了追赶热度，整个交货周期可以压缩到两周。”

在受访的业内人士看来，设计、面料、工期上的层层让步，造就了“次抛衣”的价格优势，但也让来源、质量成为普通消费者难以看清的模糊地带。

“若是有自有工厂或者委托代工厂生产，商家尚且能够跟进生产环节；一旦转向线下批发档口采购成品，情况就会变得不一样。”包女士表示，有的商家白天在线上卖货，晚上去档口补货，虽然能快速跟上短期销售热潮，但商家往往摸不清货品的底细。

此外，包女士介绍，实践中，主流电商平台会通过第三方检测，比对商品宣传、吊牌、水洗唛信息等方式开展质量监督，对违规商品、店铺采取下架、停业整顿等处置手段。但平台抽检属于抽样管控，无法覆盖全部商品与生产批次；一些商家的货源来自批发档口，与上游生产信息脱节，平台难以追溯商品的完整生产链路。

底线不能放宽

一些业内人士表示，市场上存在一种亟待纠正的“错觉”：既然“次抛衣”的定位为短期穿搭，消费者对质量就不必有过高期待。

对此，北京理工大学法学院教授孟强表示，消费定位是买卖双方的主观预期，不能成为减轻生产者、销售者法定底线责任的理由。“法律上没有‘低价例外’和‘短期使用例外’，无论是几十元的服装，还是上千元的服装，产品安全、基本使用性能等强制性义务同等适用。”

孟强解释，法律规定的生产者、销售者法定责任以产品本身为规制对象，不受价格、消费预期影响，“穿一两次就丢”的消费认知不能作为免责依据。“产品质量法第二十六条设有但书，即对产品存在使用性能瑕疵作出说明的除外，但该但书仅适用于明示销售残次品的场景。不少商家将‘次抛’作为营销卖点，并非法定意义上的瑕疵告知，本质是向消费者承诺交付合格品。同时依据消费者权益保护法，经营者以格式条款、店堂告示等方式，不公平、不合理地排除或者限制消费者主要权利、免除自身责任的，该内容无效。”

长期关注消费者权益保护的北京嘉潍律师事务所执行主任葛友山告诉记者，法律关于缺陷责任的适用属于严格责任。产品质量法规定，因产品存在缺陷造成人身、财产损害的，生产者应当赔偿，免责事由仅限未将产品投入流通、投入流通时引起损害的缺陷不存在、投入流通时的科技水平不能发现缺陷三种情形，“价格低廉”不属于任何一项。如果销售者不能指明缺陷产品的生产者，也不能指明供货者，便由销售者承担赔偿责任。

葛友山介绍，强制性国家标准《国家纺织产品基本安全技术规范》适用于所有在我国境内生产、销售的纺织服装产品，不存在豁免与放宽空间。“次抛衣”的产品价格、计划穿着周期，均不是突破强制安全底线的合法事由。“次抛衣”作为纺织产品，须符合强制性国家标准，消费者选购任何价格的服装，都有权要求商品符合该标准；发生争议时可要求经营者提供检验合格证明，经营者不能提供的，应承担不利后果。

“也就是说，即便这些产品被冠以‘次抛’的名称，也不能脱离既有的质量监管框架。”葛友山说。

新规强化监管

记者注意到，2026年7月1日起施行的新修订的《纤维制品质量监督管理办法》，已将适用范围扩大至生活用纤维制品，并对生产销售过程中的质量管理、原辅材料查验、产品标识等作出严格规范。受访专家认为，随着新规的施行与落地，“次抛衣”将处于更加严密的监管之下。

一是扩大监管对象范围。与消费者健康安全密切相关的所有生活用纤维制品全部被纳入监管，形成覆盖原料使用、生产加工、流通销售、经营性服务的全链条体系。专家表示，这意味着，除了生产者、销售者，旅拍机构供衣、演出服租赁、平台内二手售卖等经营性环节的经营者同样负有进货验收与记录义务。

二是明确禁止性行为。禁止以次充好、以不合格产品冒充合格产品，禁止伪造冒用质量标志和产地、厂名厂址，要求标识真实完整、信息可查、过程可溯、责任可追。

三是收紧原材料红线。禁止使用医用纤维性废弃物等危害物质；婴幼儿纤维制品、学生服、内衣、絮用纤维制品等重点产品，则在强制性标准基础上进一步收紧要求。

“次抛衣”消费纠纷小额分散，如何降低消费者维权成本？

葛友山告诉记者，在现有法律法规框架下，可以通过优化举证规则降低消费者维权成本，推动落实经营者质量主体责任，在发生消费争议时，对于质量疑点，可优先要求经营者提供该批次产品合格检测报告。葛友山同时建议，还可以推动监管抽查结果共享复用，在简化小额纠纷处理机制的同时，充分发挥消费民事公益诉讼的作用。“这类诉讼较为契合‘次抛衣’批量侵权、小额分散的特征。”

受访的业内人士则建议，加速标准与监管供给，引导商家在产品宣传中如实标注面料、安全类别等信息，推动纺织行业组织制定团体标准或安全指引，督促商家留存产品检测凭证，明确“次抛”并不意味着降低标准，杜绝借“次抛”名义放松品控。



据2026年11月26日《法治日报》