

冲锋衣中的数据密码

科普：什么是冲锋衣？
防水、透气、防风是必备

“刚开始听这名字，我还以为是穿着冲锋陷阵去前线的呢。”在回答什么是冲锋衣的问题时，有网友这样调侃。

事实上，对于“什么是冲锋衣”这个问题，很多消费者都不是很明白。据官方的解释是——采用防水透湿功能的纺织面料，加工制成的用于户外运动、具有防水透湿功能的服装。由于冲锋衣经常用于登山、徒步等户外活动，所以衣服结构的便利性以及面料的耐用性也非常重要。高质量的冲锋衣一般具有三个必备功能：防水、透气和防风。

专业防水是冲锋衣必备条件。冲锋衣一般采用PU防水涂层和接缝处的压胶工艺，在潮湿和风雨交加的环境中也能够有效阻挡雨水和霜雪的入侵。

透气性好不好也是评价一件冲锋衣整体质量的标准之一。无论是身体自然流汗，还是阴雨天气下的潮湿寒冷，甚至在高山、峡谷等严寒条件中，冲锋衣应该能迅速排出湿气，防止身体降温，保证身体干燥，温暖。

冲锋衣之所以在寒冬销量更好，得益于它的另一个主要功能——防风。在北方，冲锋衣销量很好的原因，就是好的冲锋衣能够做到不让冷风穿透衣服吹走人们身体的热量。

市场：冲锋衣正“受宠” 新标准“名气”不大

每年的这个时候，都是冲锋衣的主场。崔先生每天上下班的交通工具是一辆电动车，对衣服的防风功能要求比较高。“冲锋衣买了一件又一件，有单层的，有双层的还有三层的，防风效果确实不错，价格差距也大。前几天我买了一件三合一的，才200元。”崔先生告诉记者。

和崔先生一样，11月2日，在位于崇文门的新世界百货，平时稍显寂寞的户外品牌区，显得格外热闹，不少消费者正在选购冲锋衣。“休了年假，准备去青海甘肃，买件冲锋衣穿。”正在国外品牌冲锋衣专柜选购的

谌先生告诉记者。“羽绒服也很保暖啊，怎么没选一件羽绒服穿？”面对记者的提问，谌先生表示，主要还是看中了冲锋衣的防风防雨功能。但对于什么样的面料更好，谌先生却没有自己的主意，只是听导购的介绍。而对于刚出台的GB/T 32614-2016《户外运动服—冲锋衣》国家标准，谌先生更是闻所未闻。不只是谌先生，即使冲锋衣品牌的销售人员，对新出台的冲锋衣国家标准也不知情。

事实上，由于大部分的冲锋衣是由特殊材料制作而成，而冲锋衣的使用者也都是户外

解读：首个标准填补空白 买冲锋衣别忘了看级别

11月1日，由质检总局、国家标准委发布的《户外运动服装冲锋衣》国家标准(GB/T32614-2016)正式实施。该标准对冲锋衣的安全、产品基本性能、功能性指标作出了规定，填补了之前国内没有专门针对冲锋衣产品标准的空白，标志着今后对冲锋衣等产品有了统一的规范。对于消费者而言，新标准的实施保障了大家的权益，同时

万一产生纠纷，也可以依据新的国标来追责。

为保证冲锋衣的功能性要求适用于多种户外运动需求，新国标将冲锋衣分为两级：专业类(I级)和非专业类(II级)。前者比后者更加严格，适用于专业户外活动；II级产品的功能性指标稍低，可满足日常户外休闲活动。并要求冲锋衣吊牌上要标注“I级”或“II级”，不

“双11”临近，各种网购广告又开始了集中“轰炸”。主打防风、防水功能的冲锋衣更是在寒冬来临之前迎来销售旺季。但差距巨大的价格却让消费者迷了眼——既有86元的三合一冲锋衣，也有8198元的专业攀岩冲锋衣，这么大的价差到底由什么决定？消费者怎样才能选出适合自己的冲锋衣？

好消息是，从今年11月开始，消费者买冲锋衣就有依靠了——11月1日，GB/T 32614-2016《户外运动服—冲锋衣》正式实施，它填补了之前国内没有专门针对冲锋衣产品标准的空白，标志着今后对冲锋衣等产品有了统一的规范。

□ 本报记者 庞黎鑫

登山服选择表面光滑清爽、可防风沙的面料；冲锋衣一般选三层面料比较好；羽绒服内充羽绒填料，外形庞大圆润。那么三者之间有哪些具体的区别呢？

羽绒服一般鸭绒量占一半以上，同时可以混杂一些细小的羽毛，将鸭绒清洗干净，经高温消毒，之后填充在衣服中就是羽绒服了。羽绒服保暖性较好。

登山服面料选用羽绒专用防水材料，可有效防止羽绒被打湿。内填充700蓬松度的鹅绒，可应付零下25度的严寒。足以满足最专业的登山的需要。

冲锋衣裤材料的性能上来看基本可以分为两类：一种是EPTFE复膜的微孔型面料，目前国内只有GORE-TEX、DENTIK、EVENT这三种。它防水透气的功能是在服装的外面料上复合一层微孔薄膜，可以在阻挡雨水的同时挥发自身的汗气；另一种是PU或TPU涂层（或复膜）的亲水型面料，除了以上三种，其它各个品牌在使用的都属于这一类。它的功能是靠无孔的防水层及亲水性的分子链结构来达到的。

这两种类型的材料对比来看，EPTFE类面料优点在于防水、透气的性能上都很好，特别是在低温状态下表现稳定（雪山攀登者穿的都是此类服装当归功于这一特性），适用范围广。缺点是耐洗性略差，价格较高；PU类面料优点在于耐用性好，价格便宜。缺点是透气性能较差，特别是在环境温度较低时，由于材料性能的不稳定会造成透气性降低，适用范围不如前者广泛。

汽车行业社会责任发展指数排名发布 中国第一汽车集团企业排名显著提升

10月30日，由中国社科院经济学部企业社会责任研究中心指导、中国社会责任百人论坛主办、中星责任云社会责任机构承办的“首届中国社会责任百人论坛暨企业社会责任蓝皮书2016发布会”在京举办，来自政府部门、行业专家、知名企业、主流媒体等共计200余人出席本次会议。

本次会议以“开启社会责任新时代”为主题，正式启动由政府领导、专家学者、企业代表共同打造的中国企业社会责任高端平台“中国社会责任百人论坛”；同时连续第八年发布《企业社会责任蓝皮书(2016)》，并首次发布“中国

省城国有企业社会责任发展指数”、《汽车企业社会责任蓝皮书(2016)》等最新阶段性研究成果，进一步推动省域、行业、企业社会责任发展。会议设置“精准扶贫进行时”、“绿色创想”、“共建汽车社会”等主题论坛，与各界代表共同探索社会责任发展方向。

论坛首次发布《汽车企业社会责任蓝皮书(2016)》，对中国汽车企业社会责任发展水平开展全面评价，评价对象覆盖国内绝大部分整车制造和销售企业，针对其社会责任管理、环境责任和社会责任信息披露水平进行全方位分析，辨析中国汽车行业社会责任发展的阶段

性特征，为汽车行业社会责任研究提供基准参考。根据蓝皮书数据显示中国第一汽车集团公司社会责任发展指标为80.2,企业排名为第三名，较往年有显著提升，社会责任指数获五星好评。

本次论坛设置了“精准扶贫进行时”、“绿色创想”和“共建汽车社会”三个主题论坛。其中在“共建汽车社会”圆桌论坛上，就汽车企业如何将社会责任实践与汽车社会建设有效结合，为汽车企业成长加油赋能这一问题的讨论中，中国第一汽车集团公司两办社会责任室主任葛季明发言，他表示，中国一汽一直秉持着“人·车·社会和谐发展”的履责理念，全面落实社会责任重点任务，加强与利益相关方的沟通水平，实现中国一汽与经济、社会、环境的持续协调发展，努力成为广受尊重的“道德、透明、负责任”的企业。

首汽约车网约多功能车正式亮相

上线试运行仪式在北京举行。首汽集团总经理、首汽约车董事长周红表示，网约车的快速发展为大众出行带来便利，但对老年及行动不便人士的作用微乎其微，首汽约车此次推出的网络预约多功能车主要是为这些人群提供适宜的出行服务，让他们享受到更多“移动的自由”。

上汽大通G10网约多功能车主要针对行动不便人士，如老人、孕妇、行动不便者等，该车由上汽担当设计、生产，在配置方面，人性化智能设备将为这些人

群带来更便捷、更具人文关怀的乘坐体验。车箱内第三排座椅具有多变功能，车尾配备了自动升降装置，使用轮椅的乘客可以直接乘坐轮椅上车，轮椅无须折叠。乘客上车后，轮椅可固定，以保证乘坐的安全和舒适。这些操作仅需驾驶员一人就可以轻松完成。

据首汽约车负责人介绍，除了在硬件上的投入，首汽约车还专门对驾驶员进行了更具针对性的技能和服务培训。该车将率先在北京试运行，客户可以直接通过“首汽约车”APP一键下单预约到多功能车。试运行成功后，该车将陆续投放更多已开通了首约服务的城市，服务全国更多出行不便的人士。

国家《中医药发展规划纲要2016—2030》中提到，中医药健康服务能力显著增强，在治未病中的主导作用、在重大疾病治疗中的协同作用、在疾病康复中的核心作用得到充分发挥。

《纲要》中还提到，到2030年，全体国民人人

建设健康中国中医药不可或缺

都将享有保健与养生。从这两方面看保健与养生产业，将是一个非常巨量的产业，这个产业的发展过程，应当遵从一个规律，即现有的保健养生机构的规范与升级，将在政策的指引下首先规范和逐步升级；国家计划培养1000万名中医药技工，将主要投放在“治未病”与疾病康复两个方面，而这些人自主创业会产生大量的保健养生门诊；国家鼓励社会资本进入“治未病”领域，开设保健养生大连锁机构，业务领域的拓展也将放

开，国家鼓励保健养生机构将业务拓展到学校和老年养老机构。

在健康中国的建设中，中医药的第二方面是在重大疾病治疗中，中医药起到协同作用。所谓协同作用就是中西药治疗各占半边天，这将极大地促进中成药与中药材的发展，从而推动中药

产业的快速、规模化发展。在国家中医药治理体系中，疾病康复起核心作用，健康机构的建设与发展是不可估量的，是以开设在医院与养老机构中的康复机构为主体，而养老机构里又以养生与健康同步为特征。在未来十五年内，保健养生机构与康复机构的发展将普及到社区、普及到学校、普及到养老机构，形成一个蓬勃的大产业，这个产业的壮大必然带动中药的发展壮大。

三星积极探索 VR 领域

日前，三星开展了一场轰轰烈烈地购 Galaxy S7 edge 赠送新款 Gear VR 头盔的全国性大促销，这意味着其 VR 产品正式进军中国的旅程已经展开。

说到 VR 眼镜，谷歌是 VR 领域的带头人，如今 VR 眼镜市场成为企业的必争之地，无论是谁都想分上一杯羹，国内 VR 市场更是“百家争鸣”，但没有统一的硬件适配和软件商店，也没有一家厂商有耐心有实力去创建 VR 底层的想法，呈现出一片乱象。VR 目前还处于初始阶段，缺乏价格合适的消费级产品，也尚未建立起从内容到软硬件的良好生态系统。但 VR 所展现出的广阔应用场景十分诱人，所推动的合作内容及形式

也丰富多样，未来更有望成为比 PC、手机的应用更为广泛的第三屏幕。

三星也正在积极尝试探索 VR 领域，开辟未来市场的广阔前景。如果说 Gear VR 是三星踏出的第一步，Gear 360 的诞生则承载着三星打造自己的 VR 生态圈野心，在画质和使用便利性上 Gear 360 都处于消费级产品的前沿，Gear 360 拍摄的视频可通过 Gar VR 观看，让大家即使分散在世界各地，也能实现虚拟空间的互动。很快，VR 将会进军游戏、体育等更多领域，而能否把握这个蓬勃发展的领域，相信未来的移动 VR 生态会给出回答。

(文 军)