

从“一纸合格”到“全程可控” 卫生护理用品质量体系加快迈向全流程管理



图为参观者跟随工作人员探访企业生产车间。受访者供图

□ 本报记者 唐 瑞

民生消费品质,既看一纸合格报告,更看全程是否可控、可查、可追溯。近两年,卫生巾长度、pH值、原材料来源和卫生安全等问题持续受到关注,背后的生产过程正成为消费者判断产品质量的重要依据。

近日,在女性卫生护理行业高质量发展行动暨奈丝公主卫生巾质量透明开放日活动中,记者走进位于湖北黄冈的稳健医疗生产基地看到,卷状棉花原料进入生产线,经多道工序后形成单片产品,设备自动检测、自动包装;生产线旁,视觉检测系统持续捕捉每一个微瑕疵;实验室里,原料和成品正在接受双重检测……这些环节,完整串起了一片卫生巾从原料入厂到成品出库的全过程。而这,也正是民生消费品质质量体系从“一纸合格”迈向“全程可控”的生动缩影。

产品要过多道质量关

好的女性卫生护理用品质量,从选择好棉花开始。中国棉花协会会长王建红指出,“棉花一年一生,可自然降解,是可持续的天然纤维。棉纤维天然的多孔中空结构,为产品提供了良好的物理透气基础,也带来了舒适的使用体验。将棉花应用于女性卫生护理用品,可以让天然材料的价值充

分转化为产品体验。”现场工作人员介绍,每批原料检验合格后方可进入生产线。现场视觉检测系统可识别小至0.3平方毫米的瑕疵,发现异常后由设备自动剔除。与此同时,异物风险把控延伸至厂区、仓储、人员进入和原料上线等环节。换言之,“通过原料与环境管理,从源头控制风险,尽可能减少其进入生产线在现场”。

奈丝公主卫生巾生产车间为30万级洁净车间,配备全自动生产线。进入生产区域前,记者随工作人员经过风幕、洗手消毒、换上规定工作服。记者在现场看到,产品成型、在线检测和包装由自动化设备完成,人员更多承担设备操作、巡检和质量监控。企业将这一流程称为“生产线0手触”,即消费者是第一个接触产品的人。

完成包装后,产品还要进入电子束灭菌环节。国家高性能医疗器械创新中心先进治疗中心主任陈支通表示,灭菌工艺应当科学、可控、可验证。电子束属于物理灭菌方式,不额外引入化学灭菌剂,无化学残留。

灭菌完成后,企业还会对成品进行检测。“每件产品都拥有专属防伪溯源码,消费者扫描包装上的溯源码,即可查询产品溯源信息及相关检测报告。”现场工作人员介绍。

从原料准入、洁净环境到在线检

测、成品灭菌和批次追溯,这些环节共同构成一套质量管理链条。中轻纸品检验认证有限公司张清文表示,女性卫生护理用品质量不是单靠某一个检测环节保障的,而是需要从产品设计、生产制造到检验监督形成层层把关的质量保障体系。

消费者关注点从安全延伸到体验

生产流程为何需要被更多消费者看见,与近年卫生巾市场的质量讨论密切相关。消费者关注的问题除了产品有没有明显的卫生安全风险,还包括标示长度是否真实、不同批次性能是否稳定、吸收和回渗表现是否符合预期,以及原料和检测信息能否查证。

2025年3月,上海市市场监管局联合上海市消费者权益保护委员会发布55款卫生巾和卫生裤监督抽查与比较试验结果。全部样品在pH值、甲醛、可迁移性荧光物质和微生物等卫生安全项目上达到标准要求,但部分样品实测长度小于标示长度,其中1款卫生巾全长偏差为负6%,超出当时国家标准规定的正负4%范围。多轮吸收测试中,不同样品在吸收速度、吸水倍率和回渗量上的差异也较为明显。

这组结果一方面说明,不宜把个别产品问题泛化为整个行业的安全失守;另一方面也表明,达到基本卫生安全要求只是质量底线,尺寸准确、性能稳定和信息真实同样影响消费体验。某三甲医院妇产科医生孙漪指出,“女性对经期护理产品的核心需求集中在安全、舒适和省心三个方面,产品质量、正确使用和日常护理同样重要。”对于直接接触皮肤且高频使用的产品,消费者希望获得的远超一纸合格结论,更包括可核验的原料、生产、检测和追溯信息。

在这一背景下,质量透明的意义正在于让这些产品背后的信息变得更加清晰、可验证,也让企业对品质的长期投入经得起公众检验。中国消费品质量安全促进会秘书长马吉军提出,企业应把质量提升落实到具体的生产实践中,以经得起检验的产品品质增强消费信心;对消费者而言,质量透明的价值更在于看见企业如何把品质要求落实到日常生产的每一个环节。

家住浙江杭州市西湖区蒋村街道,蒋云娟家楼下就是十字港公园,这里水系环绕,植被茂盛,是个乘凉散步的好地方。

晚饭后,不少居民带着孩子在十字港公园游玩,公园里几乎没有蚊虫。蒋云娟说:“现在蚊子

少多了,我每天都来公园,今天在公园坐了半小时也没被蚊子叮。”

十字港公园有花有树还有水,又是儿童友好公园,却一度因蚊虫问题让一些居民望而却步。“要让群众多来多留,得从服务细节上下功夫。”蒋村街道党工委委员傅世男说。

2024年底,蒋村街道启动了全域未来社区建设项目,其中聚焦十字港公园功能提升、设施焕新、空间织补等进行整体改造升级。去年下半年,街道积极探索“公园+科技”模式,引进了

市场也在进入由规模扩张转向质量竞争的阶段。据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计,2024年我国卫生巾和卫生护垫市场规模约589.8亿元,较上年略有增长,但增速明显放缓,意味着此类产品已进入相对稳定的市场阶段。市场监管总局在2025年公开答复政协第04161号(商贸监管类198号)关于提升卫生巾(护垫)安全标准的提案时披露,2024年以来全国市场监管部门共查处涉及卫生巾产品等各类违法案件245件,并在2025年消毒产品国家随机监督抽查中将卫生巾生产企业列为检查对象,重点抽检女性经期用品。监管加密、标准升级和消费监督共同推动企业把质量控制做得更细。

新标准把质量要求落实到全流程

目前,《一次性使用卫生用品卫生要求》(GB 15979-2024)已经实施。该强制性国家标准把要求覆盖到原材料、生产过程、产品卫生、包装、运输、贮存和标识,明确不得使用废弃或使用过的一次性卫生用品作为原材料或半成品,产品不应有异常气味和异物。标准由结果检验向全过程控制延伸,与记者在生产基地看到的原料准入、环境管理和异物控制形成对应。

产品性能标准也在进一步提高。《卫生巾(护垫)》(GB/T 8939-2025)已



图为工作人员正在进行产品微生物检测的前期准备。受访者供图

款新型捕蚊器。

设备提供方负责人介绍,捕蚊器集合模拟人体温度、释放二氧化碳、蚊虫喜好光谱诱、诱捕液等手段来引诱蚊虫,再通过24小时持续运转的风机抓捕蚊虫。目前蒋村街道共引进了55台捕

蚊器,除了十字港公园,在西溪湿地也有布局。

投入使用一年多,实际效果如何?傅世男拿出一组数据:今年入夏以来,每台机器每天能捕获1万只左右的蚊虫,“沿河一带效果尤其显著,现在有不少人愿意在亲水平台戏水乘凉。”

变化不止这些,公园在升级改造中增设了占地约200平方米的阅读基地,今年暑假这里人气暴增。基地负责人蒋新美说:“日均到访人数较去年同期提升30%,我们的国学课堂、亲子阅读等活动非常受欢迎。”

依托全链条集群优势,福建卫生纸产业形成龙头企业与中小工厂协同作战的合力,产业竞争力不断增强,加速抢占全球市场份额。据福州海关统计,今年前8个月,福建省出口卫生纸2.1亿元,同比(下同)增长15.2%。

各类外贸主体活力同步释放。今年前8个月,福建省民营企业出口卫生纸1.1亿元,增长3.4%,占同期福建省卫生纸出口总值的51.9%;国有企业出口7334.2万元,增长36.1%,占35.7%;外商投资企业出口2538.5万元,增长19.5%。同期,自主品牌卫生纸出口3367.5万元,增长16.5%,占比达16.4%,品牌化发展成效初显。

传统市场和新兴市场双向发力。今年前8个月,对美国出口卫生纸6696.8万元,增长29.3%,占同期福建省卫生纸出口总值的32.6%;对东盟出口4380万元,占21.3%。同时,对沙特阿拉伯、巴布亚新几内亚市场等新兴市场开拓成效明显,对其分别出口卫生纸2295.6万元、1490.1万元,分别增长54%、44.9%。

在福建植护网络科技有限公司的生产车间里,工人们正紧张有序地装箱、打包一批即将发往东南亚市场的生活用纸产品。该公司以纸制品为核心品类,产品线涵盖婴儿护理、女性护理等多个品类,产品远销东南亚市场,订单稳步增长。“我们长期深耕生活用纸出口领域,凭借精准定位、优质产品和创新运营,已逐步构建起一套完整的本土化及内外联动体系,并与多个国家和地区的客户建立了长期合作关系。今年前8个月,公司出口卫生纸8620万元,比去年同期增长约18%。”公司海外业务负责人林先生介绍。

为助力卫生纸顺畅出口,福州海关持续深入推进智慧海关建设和“智关强国”行动,依托“关长送政策上门”机制,开展优惠政策宣讲,加大跨境电商出口海外仓模式宣传推介力度,全方位指导企业用好RCEP自贸协定等各项享惠政策,促进企业降本增效;深化“提前申报”“抵港直装”等改革措施,降低企业仓储物流成本,助力闽产卫生纸快速通达全球市场。

(福 文)

原创IP“出圈” 主题公园加速本土化

“布景真实、NPC表演也很到位,七星鲁王宫、西沙海底墓……小说里很多元素都有,基本还原原著。但没看过书也不影响游玩体验。”近日,第二次“勇闯”盗墓笔记主题空间的郑女士兴奋地和记者分享她的体验。

当日,北京环球度假区迎来开园五周年。来自全球主题娱乐协会的数据显示,北京环球度假区自开园以来实现客流量连年增长,其中2023年同比增长109.3%,2024年同比增长8.6%,位列全球客流量前15名主题公园增幅首位。

中国主题公园研究院数据显示,作为全球第二大主题公园市场,我国主题公园规模已超700亿元,行业竞争更加侧重于精细化运营。面对中国消费者快速迭代的体验需求,以更本土化的内容“养园”成为主题乐园寻求业绩增量的突破口。

以北京环球度假区为例,其在不断联动中国原创IP中,打开新的增长空间。据不完全统计,北京环球度假区已陆续和《长安三万里》《原神》《第五人格》等原创IP展开合作,从花车巡游到主题餐厅再到互动专区,投入与规模均不断升级。

在中国主题公园研究院院长林焕杰看来,引入中国原创IP有效弥补了北京环球度假区现有国际IP阵容在“中国化”内容上的不足,IP粉丝群体的激活能有效提升主题公园的重游率。同时,这也证明了中国IP可以进行深度实景娱乐转化、拓宽了未来各方授权合作的思路。

不只是北京环球度假区,上海迪士尼乐园开园十年来的持续本土化深耕也是最直观的注脚。

中国国际经济交流中心的一份研究报告指出,上海迪士尼乐园并未停留于表层文化符号的借用,而是将中国文化深度融入建筑设计、故事讲述、节庆活动、餐饮体验、服务设计及IP开发等各个维度。其中,原创IP孵化的玲娜贝儿是专为中国游客量身打造的角色。该角色一经亮相,便迅速成为现象级IP,从上海走向全球。

与国际巨头同台竞技多年,华侨城、方特、长隆等本土主题公园也正依靠原创IP和细分赛道优势,走出各自的差异化路径。

记者了解到,方特、欢乐谷、长隆、海昌等本土品牌近些年愈发重视自有IP的挖掘与打造。从自主研发的卡通形象、虚拟人物到基于传统文化的原创角色,各家主题公园不断尝试将其拓展至衍生品、线下演出、影视作品等领域,以构建完整的产业链与IP生态圈。

主题公园数量国内领先的华强方特手握国漫亲子IP“熊出没”,通过动画剧集、春节档电影、乐园项目实现线上线下贯通。公司还不断挖掘女娲补天、白蛇传等中华神话与地域历史素材打造沉浸式游玩体验。华侨城旗下欢乐谷则与《葫芦兄弟》《大闹天宫》等经典IP联动。

据中国主题公园研究院统计,目前,内地市场共有逾380家主题公园。业内人士表示,从“简单游乐”到“创意、互动和高品质的综合体验”,当前游客的消费能力与偏好正在发生变化,这也对主题公园的运营提出更高要求。同时,面对发展中的瓶颈,主题公园在持续的模式创新及场景化体验提升方面也亟待突破。

中国旅游研究院院长戴斌表示,主题公园的主要受众群体为青少年群体。他们渴望脱离日常的冒险体验,将主题公园视为重要的社交场域。相较于国外的主题公园,国内主题公园更注重硬件建设,而“讲故事、传价值”的能力相对薄弱。“十五五”时期,应重视专业人才和运营能力建设,打造国际化、复合型管理团队,提升IP运营、内容更新和服务管理水平。(经 参)

声 音

“在林间闻喝一杯咖啡”——这个看似简单的场景,折射的是一种新的消费观念。“公园经济”的兴起,正应和了人们对生活方式的新想象。今年“五一”假期,全国城市公园接待游客超2.12亿人次、带动消费超68亿元——这组数字的背后,是消费逻辑从“买商品”向“买体验”的深层位移。公园“慢消费”,正成为都市生活的另一种可能。

当然要看到,“公园经济”区别于其他商业模式之根本之处,在于其独特的公共属性。公园姓“公”,意味着它首先要为全龄人群提供生态游览、绿色休闲、文化体验、自然科普等基础性服务,在此之上,再进一步满足人们更高层

次的物质和精神需求。换言之,公园消费场景中的服务以公共属性为底线、以消费属性为补充,形成“公益保障、消费嵌入”的供给模式。那么,更多元、更高品质的公园消费服务,该如何有机嵌入?答案在于场景驱动。所谓有机嵌入,不是简单地把商业“塞”进公园,而是基于人群需求和资源禀赋生长出新业态,让更丰富的体验成为连接人群与场地的关键一环。有观点认为,体验经济是继农业经济、工业经济、服务经济之后的第四种经济提供物,其核心正是通过场景沉浸、参与互动与情感共鸣,让消费者获得“难忘的个性化体验”。换句话讲,场景本身就是最自然的消费入口。

放眼杭州,“公园+”模式正在进一步健全公园功能、激发城市空间活力。比如拱墅区大运河杭钢公园探索“公园+工业遗产”,打造集演艺演出、文创孵化等于一体的公共文化场所;再如上城区李宁体育园探索“公园+体育”,以体育设施

“公园+科技”,家门口绿地更贴心

公益运营为基础,将体育培训、赛事运营等融入周边民生生活……

自2022年以来,杭州新(改)建市区公园212个,形成了一批功能复合、全龄友好、生态效应凸显的城市公园建设成果。“奋进‘十五五’,我们将以‘城市更新+公园’为主线,通过公园设计指导服务,‘一园一策’规划等方式,助力城市更新背景下的城市公共空间品质全面提升。”杭州市园林文物局园林绿化处相关负责人说。

(人民日报)

“风景”里的“商机”

但场景只是起点,“长红”才是考验。这需要经营者把非标的存量空间变成标准化的运营场所。场景可以独一無二,运营却必须可复制、可迭代、可持续。与此同时,在地化能力同样不可或缺——外来品牌能快速提升质感,但唯有深耕本土文化、培育本土IP,才能真正融入城市肌理与市民日常。

“公园经济”的真正魅力并非一时喧闹,而在于它与城市共生所焕发的持久生命力。为自然松弛感买单,是人们对生活方式的重新选择,但唯有把握好“公益为底、体验为翼”的平衡,才能让“公园+”从一时热度沉淀为都市生活的恒常风景。

(青岛日报)

公告栏
债权转让联合公告 廖理(身份证号码:36070219851113****):中国对外经济贸易信托有限公司(债权人)与深泛联投资(深圳)集团有限公司(原名称为:深圳泛中联合投资集团有限公司)签订《债权、抵押权转让合同》,将其合法享有的合同编号为:WAFHFGZ0523005DK、WAFHFGZ0523005SDY《贷款合同-房屋抵押》、《抵押合同-房屋抵押》项下确认的对廖理(债务人)的债权及其他权利转让给深泛联投资(深圳)集团有限公司。深泛联投资(深圳)集团有限公司与广东中诚建恒贸易有限公司签订《债权、抵押权转让合同》,将其所有的对廖理的债权转让给广东中诚建恒贸易有限公司。中国对外经济贸易信托有限公司、深泛联投资(深圳)集团有限公司、广东中诚建恒贸易有限公司共同确认,自转让之日起,广东中诚建恒贸易有限公司取得债务人欠付债权人包括本金、利息、逾期违约金、实现债权的费用及担保物权等全部主债权及从权利。特此通知债务人接到本通知之日起,及时向广东中诚建恒贸易有限公司履行还款义务。 通知人:中国对外经济贸易信托有限公司 深泛联投资(深圳)集团有限公司 广东中诚建恒贸易有限公司 2026年9月29日 债权转让联合公告 邓淑明(身份证号码:36212119771010****):湖南省财信信托有限责任公司(原名称为:湖南省信托有限责任公司)与广州诚泽信息科技有限公司签订《债权转让合作协议》,将其合法享有的合同编号为:HNHFHFGZ0523004DK、HNHFHFGZ0523004DN《贷款合同》、《抵押合同》项下确认的对廖理(债务人)的债权及其他权利转让给广州诚泽信息科技有限公司。广州诚泽信息科技有限公司与深泛联投资(深圳)集团有限公司(原名称为:深圳泛中联合投资集团有限公司)签订《债权、抵押权转让合同》,将其所有的对邓淑明的债权转让给深泛联投资(深圳)集团有限公司。深泛联投资(深圳)集团有限公司与广东中诚建恒贸易有限公司签订《债权、抵押权转让合同》,将其所有的对邓淑明的债权转让给广东中诚建恒贸易有限公司共同确认,自转让之日起,广东中诚建恒贸易有限公司取得债务人欠付债权人包括本金、利息、逾期违约金、实现债权的费用及担保物权等全部主债权及从权利。特此通知债务人接到本通知之日起,及时向广东中诚建恒贸易有限公司履行还款义务。 通知人:湖南省财信信托有限责任公司 广州诚泽信息科技有限公司 深泛联投资(深圳)集团有限公司 广东中诚建恒贸易有限公司 2026年9月29日 债权转让联合公告 夏若飞(身份证号码:34262219711210****)、顾兰宝(身份证号码:34262219690905****)、夏海旭(身份证号码:34262219941208****)、夏海峰(身份证号码:34262219690905****)、夏俊伟(身份证号码:34142120051222****):中国对外经济贸易信托有限公司(债权人)与宁波市联嘉管理咨询有限公司签订《债权、抵押权转让合同》,将其合法享有并经(2021)甬仲字第1207号判决书确认的对夏若飞、顾兰宝、夏海旭、徐锦辉、夏俊伟(债务人)的债权及其他权利转让给宁波市联嘉管理咨询有限公司。宁波市联嘉管理咨询有限公司与深圳市正诺资产管理咨询有限公司签订《债权、抵押权转让合同》,宁波市联嘉管理咨询有限公司将上述债权转让给深圳市正诺资产管理咨询有限公司。中国对外经济贸易信托有限公司、宁波市联嘉管理咨询有限公司、深圳市正诺资产管理咨询有限公司三方共同确认,自转让之日起,深圳市正诺资产管理咨询有限公司取得债务人欠付债权人包括本金、利息、逾期违约金、实现债权的费用及担保物权等全部主债权及从权利。特此通知债务人接到本通知之日起,及时向深圳市正诺资产管理咨询有限公司履行还款义务。 确认人:中国对外经济贸易信托有限公司 宁波市联嘉管理咨询有限公司 深圳市正诺资产管理咨询有限公司 2026年10月8日 拍卖公告 经钦县人民政府批准,受钦县水利局委托,我司将于2026年10月14日10时在湖南省(株洲市)国有资产资源交易平台国有资产交易系统(https://zg.zyzy.cn:20991/goods/index.html)上公开拍卖,现将有关事项公告如下如下:网岭循环经济园自来水厂未来30年的经营权拍卖,起拍价:11600万元;竞买保证金:200万元,网岭循环经济园自来水厂土地面积10000平方米,设计供水水量为12000立方米/天。标的物自公告之日起开始展示。2026年10月8日17时前缴纳竞买保证金并办理竞买手续,逾期不候。联系电话:1508495861姚 湖南文明拍卖有限公司 宣宾仲裁委员会公告 李小平、叶文斌、陈俊田:宣宾仲裁委员会(以下简称本会)依法受理宣宾县叙州区沃克斯湖作为申请人与你方作为被申请人之间的合同纠纷案,案号分别为(2025)宣仲案字第682号(李小平)、(2025)宣仲案字第684号(叶文斌)、(2025)宣仲案字第686号(陈俊田),经公告送达相关仲裁资料后,仲裁庭依法开庭审理本案,并作出裁决。现依法向各方当事人送达(2025)宣仲案字第682号、(2025)宣仲案字第684号、(2025)宣仲案字第686号判决书,自公告之日起30日内来本会领取,逾期视为送达。本会地址:四川省宜宾市叙州区南岸街道酒都剧场11号14楼;电话0831-2331001。 宣宾仲裁委员会 2026年10月8日 关于王桂兰继承王克丰、苏秀芝不动产的公告 王桂兰申请继承王克丰、苏秀芝的不动产,此案由不动产登记中心申请不动产产权转移登记,并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿,所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人(申请人)王克丰于24年8月2日因病死亡。二、被继承人(申请人)苏秀芝于2022年12月25日因病死亡。三、被继承人(申请人)的不动产产户:王桂兰,不动产权证书证书记载面积为42平方米。不动产权证书书记载2025年重庆市不动产权第2025006583。三、被继承人(申请人)的不动产由王桂兰继承(受遗赠)。四、被继承人的父母均先于他们去世,除继承人王桂兰外,其他继承人王云龙、王桂玲、王桂梅、王桂红自愿放弃继承权。五、经所有继承人证实,本人父母双方均无非婚生子女,无收养子女,无出现任何法律行为,由所有继承人承担。经初步审查,我机构对上述申请予以登记,根据不动产登记操作规范(试行)的相关规定,现予公告。如有异议,请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的,我机构将予以登记。(地址:政务服务中心B楼一幢。电话5051825。) 北票市不动产登记中心 2026年9月30日 关于江苏天祥建筑材料有限公司印章、证照等作废公告 常州市委辖区人民法庭根据上海锦衡商务咨询事务所的申请,于2026年9月28日作出(2026)苏1204破申49号民事裁定书,裁定受理江苏天祥建筑材料有限公司(以下简称天祥公司)的破产清算申请,并于2026年9月28日作出(2026)苏1204破39号之一决定书,指定泰州嘉和会计师事务所有限公司担任管理人。因管理人至今未能接管到天祥公司所有印章(包括但不限于公章、合同章、财务专用章、法定代表人私章、证照包括但不限于营业执照、组织机构代码证、税务登记证等)、经营合同及重要文件等。管理人在此声明:上述管理人未接管到的印章、证照、合同及重要文件等自2026年9月28日起作废,之后与之相关的一切行为与债务及管理人无关,债务人与管理人不承担相应责任。对于2026年9月28日之前形成的法律关系,需管理人确认后方可产生法律效力。 江苏天祥建筑材料有限公司管理人 2026年9月30日