

# 中國衛生巾「缺斤短兩」引關注，國家標準被指與時代脫節 | Whatsnew

「女性衛生用品市場在過去沒有得到足夠的重視，尤其是在產品創新、安全性研究等方面。」



2023 3 14

VCG via Getty Images

離開真相，談何看見彼此和追求正義？我們的日報、速遞Whatsnew、端聞Podcast能夠保持免費，離不開每一位會員的支持。暢讀會員首月5折，尊享會員全年85折，幫助我們做出更好的即時報導和深度內容。

從11月初開始，衛生巾產品的質量問題持續成為中國大陸互聯網上最高關注的焦點之一。在微博、小紅書等平台上，「衛生巾長度」、「衛生巾測評」成為熱門話題。有不少網民響應部分博主的倡議，購買不同品牌的衛生巾，然後手工測量其內置棉片的長度，和包裝上的說明對比。

民間測量的結果發現，中國大陸市售的許多衛生巾產品，普遍存在尺寸短於包裝說明的情況。部分款式的衛生巾甚至比標長短至少30毫米。

《新京報》的一篇報導實際檢測了一些產品，發現問題確實普遍。比如知名品牌「ABC」的一款衛生巾，標註長度240毫米，但實測只有230毫米，誤差超過了國家標準中規定的4%。而社交平台上的不少網民表示，儘管很多衛生巾品牌的尺寸還是控制在「誤差範圍之內」，但誤差「只見少不見多」「都是負值」。《新京報》的報導也質疑，這些衛生巾品牌「踩著國家下限生產」，看起來是為了控制成本。

面對大量衛生巾尺寸不合格的情況，有不少網民擔憂：「是否沒有衛生巾可用？」更有女性網民指出，作為幾億女性日常消耗品的衛生巾，可以出現這樣大規模的「缺斤少兩」情況，是否意味著「商家完全沒有把女性當一回事？」



女女對談室：你還來得及認識月經的美麗

[延伸閱讀 →](#)

而在尺寸不達標問題被揭露後，網民的憤怒又很快轉向了衛生巾產品的廣告和廠家/經銷商的回應。

比如，一些衛生巾廠家和經銷商，疑似用有「厭女」之嫌的文字推銷自己的產品。如一則廣告中聲稱其產品吸收力強，「比男朋友還會吸」。部分網民更是列出廣告中涉及「侮辱女性」的商家，並試圖發起抵制活動。

另一值得關注的是，衛生巾的pH值（氫離子濃度指數、酸值、酸鹼值）標準也遭到質疑。有網民指出，中國現行的《一次性使用衛生用品衛生標準》中，將產品pH值定為4.0-9.0，這一標準和女性陰道正常適宜的pH值3.8-4.5差距較大，有機會導致過敏乃至更嚴重的不適反應。同時，這一標準和中國《國家紡織產品基本安全技術規範》中「C類紡織產品（非直接接觸皮膚）」標準趨同。網民進而質疑，「國標」的衛生巾標準屬於「窗簾等級」的紡織品標準：「這不就說明我們等於用窗簾和外套當衛生巾使用？」

這一質疑被廣泛提及和轉發。不過，《北京青年報》的報導指，衛生巾和紡織品的國家標準是不同體系，不能因為其中一項pH指標類似，就認為衛生巾和窗簾布料的整體標準相同。

在衛生巾話題熱度不斷提高後，中國互聯網上也出現了大量的衛生巾測評。不少測評指出了大家廣泛關注到的長度、酸鹼值、吸收性、帶菌情況等方面之外的問題，比如很多產品有花紋磨損皮膚，一些產品的黏膠貼合程度不夠，導致穿戴時出現折疊等等。這些測評都反映出，在中國大陸，衛生產品遠遠沒有廣告說的那樣好用。



我們和七位男性聊了聊月經這件事

[延伸閱讀 →](#)

在不斷升高的聲討聲中，甚至官方媒體也下場質疑衛生產品質量和廠家態度。

由全國婦聯主管的《中國婦女報》在11月21日刊文表示，某些廠家品牌「如此漠視敷衍，在『傲慢』之餘還有『甩鍋』之嫌」、「衛生巾的質量問題，直接關係到女性的身體健康，不容疏忽大意」。《北京日報》旗下的《北京商報》則指「輿論不斷發酵背後是衛生巾行業面臨標準落後的問題」、「此次衛生巾輿論事件可以看出，女性衛生用品市場在過去沒有得到足夠的重視，尤其是在產品創新、安全性研究等方面」。

11月22日，被輿論「圍剿」的品牌ABC發布了其創始人鄧景衡的道歉視頻。他在視頻中表示正在「改進和迭代」產品，並爭取2025年3月全部產品和國標「無負差」。不過，道歉視頻下方留言的網民並不買帳。有網民批評稱：「不是做得更好，是你們不及格，現在在補考！」



作為重要的女性經期用品，衛生巾和其他衛生產品一樣，都被視為婦女權利的重要標誌。世界銀行指出，經期健康和衛生，對婦女的福祉和賦權「至關重要」。

而在歷史上，女性使用的衛生產品質量不達標或導致健康問題，也曾在不同國家引起過女性用戶的聲討或抗議。例如1970年代，美國就出現市售衛生棉條或導致中毒性休克綜合症的質疑，引起民間團體抗議和向聯邦政府請願。

而近年來，打破月事羞恥和普及月經用品權利，成為不少中國女權倡議者的重要工作。2020年武漢封城期間，政府調配的物資中忽略女性衛生需求，就引起廣泛批評。當時也出現了為女性醫護工作者籌集衛生巾等相關物資的民間運動。

2020年中下旬，民間的女權倡議者加大推廣「反月經貧困」的運動，旨在用「免費衛生用品」等活動，提醒人們關注中下階層女性缺乏合適衛生用品，被迫面臨廉價低質衛生巾等問題。而相關運動也因被眾多女性關注，而遭到社交平台上部分「男權人士」的圍剿。

甚至，同年在中國高校中開展的「衛生巾互助盒」活動，也被部分校方以「歧視男性」為由叫停。2024年9月，提倡反對「月經羞恥」的公益倡導組織「月事驕傲」，也因邀請metoo行動者弦子參與製作一份公益廣告，而遭到站在男性視角批判「極端女權」的輿論圍剿。

相比遭遇壓制的「反月經羞恥」的女權倡議，此次衛生巾質量問題獲得廣泛關注，並且被多家官媒報導、討論，或許是近年來中國較少有的輿情現象。



月經的真理與男性的無知：衛生巾的討論為何變成一場性別的戰爭？

[延伸閱讀 →](#)

隨著熱度發酵，一些視頻號、網絡博主也順勢製作短片，帶出「月經羞恥」「月經貧困」「為什麼衛生巾測試液要用藍色而不是紅色？」「關注散裝衛生巾的質量」等議題。部分女權議題再次隨著消費者運動的型態進入公眾視野。

《北京商報》在其報導中指出，之前的衛生用品國家標準已經趕不上時代的發展，「推動新國標的制定是非常必要的，以確保產品能夠更好地滿足現代消費者的安全和健康需求。」

其報導還指出，新的國家標準正在制定中，「國家標準計劃《衛生巾（護墊）》正在起草，項目週期16個月，下達日期為2024年6月28日。」

有網民也發起倡議，呼籲人們向新《標準》的制定方寫信提建議，包括縮小衛生巾及護墊的長度及棉芯長度偏差、增大吸水倍率和吸水速度規定、更換測試液體、規定最窄寬度標準、添加劑標識，以及增加盲文標識等等。

這場發酵近一個月的消費者運動後續會如何發展？是否真的能夠回應問題？衛生巾相關的女權話題是否會繼續遭遇限制？這些都有待進一步的觀察。