

## 警惕「文字游戏」

## 购置羽绒服别「踩坑」

虚标、错标、漏标  
是不良商家的常用手段

标签是服装的“身份证”，也是消费者了解产品信息的主要依据。国家标准规定，羽绒服的标签必须包含制造商名称和地址、羽绒种类、绒子含量、充绒量、执行标准等信息。然而，部分商家却在标签上动起“歪脑筋”，意图误导消费者。

有网友发帖表示，买到标签上没有标注填充物的羽绒服，剪开后发现里面全是羽丝。还有网友查阅资料后发现，其在网店购买的羽绒服标签上所标注的执行标准竟是棉服的执行标准，“穿着保暖效果很差”。

江苏省纺织产品质量监督检验研究院纤维与物理检验科工程师高倩介绍，目前羽绒服标签标注主要存在填充物“模糊标注”，信息虚标、错标或漏标等问题。

“填充物”一栏应如实标注成分，如“鸭绒”“鹅绒”等。若出现“羽丝绒”“羽绒棉”“云绒棉”等名称，消费者需特别警惕。需要靠此类表述“遮掩”的羽绒服，其填充物可能是羽绒加工的下脚料，或是掺杂了大量的化学纤维，实际穿起来往往保暖性极差，容易钻绒、有异味，洗涤后可能结团报废。

虚标、错标、漏标也是不良商家的常用手段。蓬松度是较常见被虚标的参数之一，“现在很多羽绒服动不动就标注‘蓬松度800+’，事实上这些可能是统一印刷的标签，实际上800FP用于成衣的羽绒没有那么多。”高倩介绍道。另外一些“杂糅标注”也极易让人混淆：充绒量的单位应为克，绒子含量的单位应为百分比，那么“充绒量：白鸭绒90%”就是一种混淆充绒量和绒子含量的“错标”，本质上是故意误导消费者。

面对市场上品牌繁多、成分标注不一的各类羽绒服，消费者常感眼花缭乱。如何“避坑”，买到优质羽绒服，记者就此采访了相关专家。

“90绒”（绒子含量90%）“800+”（蓬松度800FP）“新国标”是消费者追捧的“热概念”。“这些概念有一定参考价值，但也容易成为不良商家的‘鱼饵’。”高倩表示。一方面，相关指标成为虚标“重灾区”，另一方面，类似“充绒量：XXX90%”之类“混淆视听”的表述正是利用了部分消费者只关注数字的心理。

能提供两个关键信息  
羽绒服质量更有保障

值得注意的是，目前羽绒服生产执行的是2022年4月正式实施的国家标准GB/T 14272-2021，即“新国标”。如果标签上出现GB/T 14272-2011的标注，则是“旧国标”。

此外，一些刻意“玩概念”来抬高价格的行为也值得警惕。江苏省纺织产品质量监督检验研究院化学检验科副科长茅沈杰提醒，部分品牌宣传“抗菌”“除螨”“免洗”等附加功能，“有的只是添加了微量功能性材料，实际效果微乎其微，价格却明显上涨”。

明明是花费高价购买的“好羽绒服”，若是不幸踩坑，不仅影响穿着体验，还可能带来健康隐患。对于普通消费者而言，购置羽绒服想要避坑，除了认准明确、无歧义的标签标注之外，还可以关注第三方检测报告、溯源码。

江苏省消费者权益保护委员会消费指导部副主任龚永壮提醒：“第三方检测报告是具备资质的第三方检测机构出具的质量验证文件，可作为消费者维权的依据。溯源码则可以实现羽绒服生产、质检、流通等环节的全流程追溯。因此，能提供这两样信息的羽绒服往往质量更有保障。消费者可主动向销售者索要检测报告，或扫描溯源码来了解产品的详细信息。” 据新华社

“韦神”新职确认  
获聘北大长聘副教授

近日，北京大学数学科学学院官网信息显示，自2026年2月起，韦东奕正式获聘北京大学长聘副教授。这位因专注学术而被网友亲切称为“韦神”的青年学者，曾因2021年手提大矿泉水瓶和馒头的采访形象广为人知。

2月1日，华西都市报、封面新闻记者致电北京大学人事部及北京大学数学科学学院，电话无人接听。记者注意到，北京大学官网的职务信息显示，韦东奕任职于微分方程教研室，职称标注仍为“研究员”。但工作经历最新一栏添加了“202602-”，北京大学数学科学学院，长聘副教授。

在北京大学人事部官网并未查询到韦东奕是否聘任北京大学长聘副教授的信息。这一晋升流程是该校自2014年起实施的“预聘-长聘”制度的核心环节。

根据北大的晋升体系，助理教授是“非升即走”的预聘岗位，学者需在6年至8年内通过国际同行评审晋升长聘教职。韦东奕于2019年12月起担任北京大学助理教授，属于预聘职位，2025年正值6年考核期满。据知情人士透露，韦东奕在2025年通过届满评估评审。

长聘副教授不仅意味着工作的相对稳定，更标志着学术生涯的重要跨越。与普通副教授不同，长聘岗位享受终身教职保障。

在北大数学科学学院这样的顶尖学术机构中，这一晋升难度极高。数据显示，2017年至2022年间，该院每年公开招聘的助理教授仅个位数，最终能转正者不足三分之一。 华西都市报-封面新闻记者 边雪

## | 白 | 杰 | 品 | 股 |

## 剧烈波动

问：上周五沪指低开，盘中探底回升，收盘下跌，你怎么看？

答：市场上周五显著调整，沪指一度失守4100点，创业板指表现抢眼，逆市上涨1.27%。盘面上个股涨少跌多，农牧饲渔、造纸印刷、通信设备板块表现较好，贵金属等资源股大幅下挫。截至收盘，两市涨停48只，跌停52只。技术上看，沪深股指均失守5日均线，两市合计成交28356亿元环比减少；60分钟图显示，沪指失守5小时均线，创业板指60分钟MACD指标率先出现金叉；从形态来看，受热门股调整影响，市场早盘快速下跌，沪深股指均一度跌超2%，如此前预期出现破底走势，盘中均跌破1月20日低点，随后均快速回升，各股指均收出一根较长下影线的K线，很显然破底就是低吸买入机会。短期来看，随着业绩预告结束，后市有望逐步企稳回升。期指市场，各期指合约累计成交增加、持仓减少，各合约溢价水平整体有所增加。综合来看，外围贵金属市场的剧烈波动，会带动短期活跃资金回流，而市场走出的挖坑形态，也能降低资金入场门槛，推动更多场外资金加快入市。

资产：上周五按计划持股。目前持有华创云信90万股、太极股份33万股、大东南230万股、南都电源68万股、共进股份56万股、康达新材49万股、深天马75万股、南天信息40万股、梅安森52万股、德福科技20万股。资金余额16539118.84元，总净值89557418.84元，盈利44678.71%。

周一操作计划：拟择机买入万润科技(002654)不超8%仓位，共进股份、南都电源、康达新材、深天马、太极股份、大东南、德福科技、南天信息、梅安森、华创云信拟持股待涨。 胡俊杰

## 儿童护眼“神器”、抗癌“神药”……

## 警惕被这些违法广告误导

聚焦医疗、药品、医疗器械、食品、儿童近视防护等重点民生领域加大监管力度，市场监管总局1月31日发布十起违法广告典型案例，涉及儿童护眼“神器”、抗癌“神药”、长寿“圣品”、仿冒名医名院等。

“促进眼角膜修复、有效预防近视、过敏体质得到全面改善”，广州简美健康科技有限公司发布的“儿童叶黄素”“润眼丸”“护眼灯”“眼鼻通益生菌”等普通商品广告中含有涉及疾病预防、治疗功效等虚假内容。市场监管部门对当事人罚款60万元。

“改善肺结节、降血糖、降脂降压”，那拉尊驼(广州)乳业有限公司发布的“驼奶粉”普通食品广告中含有涉及疾病预防、治疗功效的内容，同时还在广告中未真实、准确使用引证内容。市场监管部门对当事人罚款45万元。

景德镇悦鑫亦彩陶瓷有限公司在直播间销售的陶瓷餐具实为山西、山东等地厂家生产，但在直播间的广告宣传中却使用“中国景德镇”“景德镇瓷器”字样，欺骗、误导消费者。市场监管部门对当事人罚没款28.72万元。

内蒙古草之楼生物科技有限

公司以直播形式发布的“有机紫苏籽油α-亚麻酸”普通食品广告中含有“改善、缓解、抗癌”等涉及疾病预防、治疗功效的内容。市场监管部门对当事人罚款20万元。

以“国宝级密药”“10个诺贝尔奖得主证实”“抗衰老圣品”“返老还童”等虚假信息为噱头，宣称“干细胞生命酶可以治疗癌症、心脏病”“高血压一吃见效”“防治老人痴呆症”等疾病预防、治疗功效，重庆林晖泰商务信息咨询有限公司发布“986胚芽生命酶”“航天长寿菌”“北极星1号生物素片”“军特001雨生红球藻片”等普通食品广告，并在广告中违法使用“世界最强”等绝对化用语以及国家机关、国家机关工作人员名义或者形象。市场监管部门对当事人罚款16万元。

杭州青碧品牌管理有限公司在“近视散光叶黄素护眼贴”广告中宣称“散光+近视，一贴恢复视力”；在“九芝堂酸枣仁”“江中制药益生菌”“北京同仁堂牌人参蛹虫草高钙蛋白粉”等普通食品广告中宣称具备“改善睡眠”“促进脂肪代谢”“增强免疫力”“缓解疲劳”等保健功效，市场监管部门对当事人罚款19万元。

安徽康桥置业有限公司在发

布的房地产广告中，将未纳入规划的交通、商业、医疗等设施作为宣传内容，且广告宣传中含有升值承诺等内容，误导购房者。市场监管部门对当事人罚款15万元。

山东乘时乘势电子商务有限公司以直播形式发布“艾瑞万绵柔巾”“艾瑞万医用牙齿脱敏膏”等未经审查的医疗器械广告；以直播形式发布的“艾瑞万益生菌固体饮料”等普通食品广告，宣称“对便秘、幽门螺旋杆菌、胃炎、溃疡有作用”等疾病预防、治疗功效。市场监管部门对当事人罚款10.5万元。

松原肛肠医院在微信公众号、医院简介中宣称，该院为“北京‘安氏疗法’松原分中心”“中国医师协会肛肠专业委员会会员单位”“卫生部北京中日友好医院‘安氏疗法’分院”等虚假内容，影响群众知情权和就医安全。市场监管部门对当事人罚款10万元。

云南玉药生物制药有限公司以健康科普的形式发布“三七脂肝丸”处方药广告，违反了“处方药只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学药学专业刊物上作广告”等有关规定。市场监管部门对当事人罚款10万元。 据新华社