

标签信息造假、检测报告造假…… 小心“高端四件套” 以次充好

标签信息是假的，检测报告也是假的……近日，“新华视点”记者走访多地家纺市场发现，一些在售床上用品“高端四件套”存在以次充好等问题。

一段时间以来，不少地方多次对相关情况进行通报和整治。为何以次充好的“高端四件套”仍在市场上流通？背后反映出哪些问题？

1 虚标支数的“高端四件套”标价两三千元

在浙江一家家纺市场，记者看到许多档口销售所谓的“高端四件套”，其合格证上标有“160支贡缎高定系列”“100支高定浮光锦”等字样，标价两三千元。

走访过程中，记者发现，一些床上用品“四件套”存在以次充好问题，宣称的“A类母婴级”“高支高密度”实际是忽悠消费者的幌子。

据介绍，该市场所在地的市场监管部门已组织对部分商户的在售“四件套”进行了10个批次的抽检，检测数据显示，有6批次产品虚标支数：比如某标称180支的长绒棉磨毛“四件套”，实测经纱为38.6支、纬纱为61.4支，远没达到标定要求。市场监管部门相关负责人表示，根据检测结果以及已查明的进货来源、标称生产企业，目前已向源头工厂所在地方发送协查函，同步移送案件线索。

业内人士表示，支数是衡量纱线粗细的指标。一定重量的纤维或者纱线，能扯出的长度越长，支数的数值就越大，表明纱线越细。

“作为衡量家纺品质的关键指标，支数直接影响面料的品质、手感和用途。”浙江省宁波市一家纺织品企业负责人告诉记者，支数的本

质是“单位重量下的纱线长度”，支数数值越大，代表面料越细腻、手感越柔软，相应地对工艺要求就越高，价格也更高。

据了解，百支以上属于高端产品，市场上售价不菲。“像160支的床上用品，织造难度很大，市面上流通的量并不多。如果一款160支的产品价格卖得比较低，就要注意存在虚标、造假的可能。”一位业内人士向记者透露，80支跟100支纱的价差在1万元/吨，不同支数的“四件套”，成本相差很大。

记者在多地进行走访，发现类似问题并非个例。近期，河南省许昌市建安区市场监管部门在全区开展对家纺经营户的专项检查行动，重点查验产品标注真实性和产品质量问题，对涉嫌虚假宣传、以次充好的，先行登记，并抽样送检。

在线上直播间，“120支长绒棉”“百分百全棉磨毛”的话术搭配“破价福利”“流量换成交”的诱惑，让不少人对“高端四件套”心动下单。近期，江苏南通市场监管部门发布通报，对涉及南通相关网销家纺“四件套”存在虚假宣传、虚假标识等行为，进行调查取证，先行登记保存、查封扣押涉案物品7389套(件)。

2 标签信息造假 消费者难溯源

业内人士表示，当前，部分商家随意粘贴合格标签并提供虚假报告，在家纺行业中并不少见。

记者在市场走访时看到，在一家档口内，一沓合格证随意放置在一排已经包装好的“四件套”之上。商户告诉记者：“这些标签都是随便标的，批发的时候随商品一起送过来。”

据业内人士透露，如今，部分工厂和辅料店不仅提供虚假信息标签，还能出具带有伪造二维码的检测报告，“标签-报告-包装”一条龙造假。“当前如区块链溯源技术在家纺行业应用并不广泛。”一家家纺品牌的区域负责人表示，很多产品，消费者无法查看面料从棉花种植到成品出厂的全流程信息，低等级商品能轻松伪装成高端商品。

记者调查发现，一些平台、专业市场审核不严，助长以次充好的家纺产品在直播间上线或在市场流通。部分线下专业市场的相关

负责人坦言，这几年对商户在产品准入方面疏于管理，有时并未要求商户提供产品的检测报告。

商务部研究院副研究员洪勇说，网络直播平台作为销售渠道，本应对入驻商家资质及宣传内容负有审核和监督责任。但在实践中，平台可能“只收佣金不承担责任”，对主播的虚假宣传话术未能进行有效管理。

违法成本低也是家纺市场部分商户长期违规贴标的重要原因。根据产品质量法，虚假标注最高处罚金额仅为货值三倍，相较于不同支数产品间几倍价格差所产生的利润空间，威慑力明显不足。

一名地方市场监管部门负责人告诉记者，一些商家吃准了消费者怕麻烦、不太会自费进行专业检测的心理，随意虚标合格证信息。即便个别消费者发现问题，也常常因为投诉流程复杂、耗时耗力而选择放弃。

3 协同发力构建健康市场环境

今年以来，一些地方已对“高端四件套”以次充好问题开展专项整治行动。据了解，近年来，广东、海南等多地对相关问题进行了通报和查处。对于“高端四件套”以次充好问题，各方认为，需多方协同发力根治家纺行业乱象。

中国纺织品商业协会智库专家肖航认为，整治“高端四件套”以次充好等问题，需要加强从源头到末端的全链条治理，筑牢生产流通的准入防线，强化过程监管、全链条追溯，提升违法惩戒力度。

在南通从事纺织品行业的邵女士希望引入家纺产品“一品一码”溯源机制，对棉花采购、生产加工、质检等环节全程记录，扫码即可验证真伪；进一步扩大检测覆盖面，将支数检测、成分明示等纳入强制范畴。

建议，加强对家纺产品的抽查检测力度，加大对标签造假、证书造假等黑色产业链条的治理力度，进一步完善区域间执法联动和线索协查。“也应推动更新相关法律细则，加大对虚假标注的处罚力度，提高违法成本。”

平台和专业市场应承担起责任。肖航表示，平台应加强对入驻商家和销售人员的审核与管理，建立健全商品质量监控体系，建立黑名单制度，对企业及主播个人引入征信监督机制，行业协会等发挥行业自律作用。

“消费者也需保持理性，警惕远低于市场正常价格的‘高端’商品。”洪勇说，要加强科普宣传，提升消费者的辨别能力和维权意识。“注意保留购物凭证、直播录屏等证据，如发现问题，要及时通过合法途径维权。”

新华社北京10月16日电

2026年度中央机关公开遴选和公开选调公务员报名今日开始

据新华社北京10月27日电

记者27日从国家公务员局获悉，2026年度中央机关公开遴选和公开选调公务员报名即将开始，考生可于10月28日8:00至11月6日18:00期间，登录“2026年度中央机关公开遴选和公开选调公务员专题网站”(<http://subb.scs.gov.cn/lx2026>)进行网上报名，笔试将于11月29日在全国各直辖市、省会城市和自治区首府同时举行。

据了解，本次公开遴选和公开选调中央机关共有35个部门参加，计划选拔279人。其中，公开遴选职位包括处长职务和一级调研员及以下职级，计划选拔266人；公开选调职位为三级、四级调研员职级，计划选拔13人。

本次公开遴选和公开选调工作坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实

党的二十大和二十届历次全会精神，贯彻落实《全国公务员队伍建设规划纲要(2024—2028年)》有关部署要求，鲜明树立选人用人正确导向，坚持新时代好干部标准，着力选拔政治过硬、敢于担当、锐意改革、实绩突出、清正廉洁的公务员。突出政治标准，在报名推荐时压实组织把关责任，在考试中重点测查用党的创新理论指导分析和解决问题的能力，在考察中严把人选政治关、品行关、能力关、作风关、廉洁关。拓宽进入渠道，按照实施公务员渐进式延迟法定退休年龄有关政策要求，适当放宽公开遴选和公开选调年龄条件，进一步拓宽选人视野和范围。坚持基层导向和队伍稳定相统一、组织推荐和竞争择优相结合，保持适度规模，兼顾优化上级机关队伍结构与稳定基层队伍。

中消协小程序上线 “消协帮您找，扫码辨商品”新功能

新华社北京10月27日电

中国消费者协会“全国消协智慧315”小程序近日上线“消协帮您找，扫码辨商品”新功能，为消费者网购商品提供便捷的信息核验渠道。

这是记者27日从中国消费者协会获悉的。这一功能由中国消费者协会与中国物品编码中心联合推出，依托编码中心国家商品数据库的权威信息，引入消费者参与网售产品监督，推动网售环境协同共治。

近期，10家电商平台将对安全帽、电动自行车、燃气灶具、电磁灶、储水式电热水器等10类商品在销售中亮明商品条码，消费者在网上浏览商品时，可通过小程序扫描平台亮明的商品条码，实时调取编码中心官方登记信息，与平台宣

传内容进行比对，辅助识别夸大宣传、信息不符等问题。

收到商品后，消费者还可扫描实物包装条码，核对产品规格、型号等关键信息是否与官方登记数据一致，如发现“货不对板”等情况，可一键反馈不一致信息。此外，消费者线下购买的商品，也可扫描实物包装条码，进行关键信息核验。

据介绍，消费者反馈的数据将实时同步至编码中心，编码中心据此启动数据核查流程，对反馈不一致的商品暂停其数据展示权限，并通知相关生产企业进行核实与修正。

这一机制不仅推动企业履行信息登记主体责任，也实现了国家商品数据库的动态优化，为网售商品监管提供有力支撑。

兰州成都等多地启动 消费纠纷离店“一键和解”模式

据新华社杭州10月24日电

24日，来自杭州、厦门、南宁、太原、兰州、成都等地的市场监管部门在浙江省杭州市共同宣布，启动消费纠纷离店“一键和解”模式，这意味着更多地区的消费者可以享受到“放心消费、离店无忧”的便利。

据介绍，“一键和解”模式以数字化手段打通消费维权堵点，一端连接支付宝、云闪付等支付平台，让消费者可通过支付账单发起和解诉求，另一端打通银行等收单机构，让商家可实时接收诉求并处理反馈。相较于传统的“消费者投诉—行政部门接收—商户回复”消费纠纷化解链路，这一模式可以让消费者在离店后直

接联系到商户，减少了沟通环节，为消费者和商户都提供了一个直接沟通的入口。

杭州市市场监督管理局有关负责人表示，杭州此次推动上线的“放心消费开放平台”，具备简单易操作的“复用”机制，合作城市可直接复用“一键和解”“放心消费收款码”等成熟功能，大幅降低技术门槛和试错成本。而连锁企业总部一次接入，全国各门店即可同步开通“一键和解”功能。

中国社会科学院社会学研究所研究员吕鹏表示，这个模式通过整合支付机构、清算机构、金融机构等市场力量，构建起“政府引导、多方协同”的共治生态，有利于优化消费环境。