



## “不待在宿舍就是好习惯” 高校管理不能想当然

据《齐鲁晚报》报道，近日，广西理工职业技术学院有学生发视频，称学校规定即使没课也不允许学生待在宿舍，“一大早就被宿舍阿姨叫醒”。视频画面显示，雨天里，多名学生撑着伞在户外徘徊，还有学生搬来凳子直接坐在室外。发帖学生无奈表示：“外面下着雨，我们该何去何从？”对此，广西理工职业技术学院学工处工作人员回应称，“希望这样的约束能让他们形成习惯。”

大学宽松环境所赋予的自由，本应化作学生探索的翅膀，却让部分学生坠入“佛系躺平”的温床：宿舍成了避风港，游戏成了精神鸦片，睡眠成了时间黑洞。广西理工职业技术学院出于强化管理的善意，对大学生做出了新的要求——没课的时候，也

不能待在宿舍，必须去自习室学习。

然而，一刀切地强调学生“没课不能待在宿舍”，就能督促他们走进自习室学习或者走上操作锻炼吗？答案是否定的，因为很多该校的学生即便不待在宿舍，也没有去学习、去锻炼。广西理工职业技术学院的这种措施，只是制作了一种“宿舍没有躺平学生”的假象，是掩耳盗铃式的自欺欺人。

宁愿打着伞在校园逗留，也不愿去自习室自主学习，可见，学生对学校的“善意”并不买账。拒绝学生在“宿舍躺平”，广西理工职业技术学院的出发点肯定是好的——他们希望大一新生养成良好的学习习惯，避免沉迷于舒适区。然而，这样的方法是否合理？就值得商榷了。

步入大学后，学生的年龄基本上都达到了18周岁，已经属于成年人，应该有自主学习的能力与觉悟。事实上，大学教育注重培养学生的自主学习能力，帮助学生构建终身学习的逻辑思维，而不能再像高中那样管理学生，逼迫学生学习。

当学生步入大学校园，其年龄基本上都达到了18周岁，这意味着他们已具备自主决策与自我管理的能力。在我看来，对于已经成年人的大学生而言，大学应通过构建开放的学习生态，引导学生从“被动接受”转向“主动探索”，培养其终身学习的内驱力。所以，大学应摒弃高中阶段的“填鸭式”管理，转而从通过激发内在动力，让学生成为自主学习的舵手。

再者，学生待在宿舍，也未必全是懒散、躺平、

玩游戏，比如有的学生熬夜学习或者做兼职，第二天根本起不来，如果被强行驱赶出宿舍，反而影响精神状态和学习效率。另外，对于有自制力的学生而言，宿舍也学习的一个场所。所以，学校一刀切地拒绝学生“在宿舍懒散”，缺少人性化关怀。

不少家长对学校的管理措施表示支持，其实是担心过度宽松的环境可能消磨孩子的锐气，助长懈怠心理，甚至养成逃避学习的坏习惯，大学四年“虚度光阴”。然而，不待在宿舍就是好习惯吗？答案是否定的。窃以为，学校正确的做法应当是：尊重学生的自主，引导他们珍惜学习时光。最关键的是，改进教学方法，提高学生的学习兴趣，唤醒他们的学习自主性。

□黄齐超

## “羽绒服”只含丝不含绒，暖从何处来？

天气转冷，羽绒服市场迎来销售旺季。各大电商平台上，羽绒服的价格低至几十元，高至上千元，内中的填充物却良莠不齐、暗藏陷阱。不少读者反映，网购羽绒服时遭遇以次充好、虚假宣传、退换货索赔难等问题。（11月3日《人民日报》）

“摸着不蓬松，穿着不暖和，还经常钻绒跑毛。”上海陈先生买的“90%鸭绒服”剪开全是单根羽丝，哈尔滨董女士直播间抢购的“白鹅绒服”清洗后露出单薄丝状物，北京杨先生花1315元买的“羽绒服”实为100%聚酰胺纤维……这些真实案例撕开了羽绒服市场的“丝绒陷阱”：不少商家用“丝”冒充“绒”，把“挂羊头卖狗肉”的把戏玩得炉火纯青。面对这种损害消费者权益、搅乱行业秩序的乱象，羽绒服市场必须坚决向只含“丝”不含“绒”说不。

“丝”与“绒”的区别，从不是文字游戏，而是保暖性、安全性与价值感的天壤之别。2022年我国实施的GB/T14272—2021《羽绒服装》新国标，特意将核心指标从“含绒量”改为“绒子含量”，要求不得低于50%。标准本是为消费者筑起的“防护墙”。然而，部分商家却利用信息差钻空子：一边用“90%绒填充”的宣传吸引下单，一边在填充物里塞满廉价丝状物；甚至用“羽绒棉”“生态羽绒”“科技绒”等似是而非的名称混淆视听，把中空棉、丝绵包装成“羽绒替代品”，让消费者花了羽绒的钱，买了“丝制品”的罪。

更让人无奈的是，消费者维权时往往陷入“举证难、索赔难、追责难”的困境。羽绒是内在填充物，肉眼难辨鸭绒与鹅绒，更难区分绒子与丝状物，等发现不保暖、钻毛时，早已过了退换货时间。这种“维权成本高、违法成本低”的现状，让不少商家有恃无恐：反正骗一波换个店铺继续卖，消费者耗不起也告不动。长此以往，不仅消费者对羽绒服市场失去信任，正规企业也会被“劣币驱逐良币”，整个行业陷入“谁诚信谁吃亏”的恶性循环。

治理乱象的“药方”已在酝酿。中国羽绒工业协会发布的T/CFDIA010-2025《水禽丝及制品》团体标准，将“绒丝”“羽丝”统一改称为“水禽丝”，明确其不属于羽绒，从名称上彻底划清“丝”与“绒”的界线。这不是禁止用水禽丝，而是让它“光明正大卖丝”，而非“偷偷摸摸装绒”。对消费者来说，今后看到“水禽丝”就能清楚分辨，不必再被模糊名称误导；对行业而言，这是推动“优质优价”的开始：羽绒制品凭绒子含量定价，水禽丝产品按实际价值销售，正规企业的品质优势能真正凸显。

但标准落地不能只靠“自律”，还需加强监管。市场监管部门应该针对电商平台开展专项检查，对“以丝代绒”的商家依法处罚；电商平台要履行主体责任，完善“先行赔付”机制，不让“店铺关闭”成为维权终点；消费者也可保存订单、截图、聊天记录，遇欺诈时向消协或市监部门举报，依法主张“退一赔三”，让降低小额诉讼程序成本低、缩短诉讼周期，成为消费者维权的“利器”。

羽绒服的保暖性，藏着市场的诚信度；填充物的丝与绒，考验着行业的底线。当标准不再是“纸上条文”，监管能“长出牙齿”，商家敢明码实价，“只含丝不含绒”的乱象才能彻底消失，羽绒服市场才能真正回归温暖又安心的本质。

□董宏达

## “自虐式健身”的伪健康狂欢该醒了

近日，#女子忍痛踩趾压板脚喷血#冲上了热搜榜。据央视新闻报道，看到网上有人“趾压板超慢跑”，上海一网友跟风尝试，忍痛踩到20分钟时，脚底突然喷血。检查发现，脚底产生大面积血泡且有的已磨破，只能拄拐踮脚行走。

本是用于适度刺激足底的辅助工具，却在“超慢跑助眠”“忍痛即有效”的非理性追捧中，沦为伤人利器。这起看似偶然的个体伤害事件，背后折射出的是大众健康认知的偏差、健身潮流的盲目跟风，以及伪健康营销的推波助澜，若不及时纠偏，恐将酿成更多健康悲剧。

深究此类伪健康健身乱象的根源，首先在于大众健康知识的“碎片化”与“功利化”认知。在信息爆炸的时代，人们获取健康建议的渠道繁杂，却缺乏对专业知识的辨别与消化能力。“趾压板助眠”“超慢跑养生”等说法，仅凭碎片化的“足底

反射区理论”便被无限放大，忽略了个体体质差异与科学锻炼的核心逻辑。许多人将“忍痛”等同于“有效”，把“跟风尝试”当作“紧跟潮流”，却不知健康从来不是“一刀切”的模板，更不是“越痛越有效”的赌注。就像新闻中的当事人，明知脚底疼痛却坚持到20分钟，这种“自虐式”坚持，本质上是健康认知缺位下的盲目行为，既不了解趾压板的适用场景，也不清楚自身耐受极限，最终让养生变成了“养伤”。

伪健康潮流的泛滥，离不开社交媒体的推波助澜与商家的刻意营销。在流量至上的逻辑下，一些博主为博眼球，刻意渲染“趾压板超慢跑月瘦10斤”“踩板三天治失眠”等夸张效果，甚至展示“忍痛坚持”的“励志”画面，将科学健身异化为“猎奇表演”。而部分商家为牟利，对趾压板的功效过度包装，却对材质安全、适用人群等关键信息避而不谈，甚

至销售设计粗糙、棱角尖锐的劣质产品，为消费者的健康埋下隐患。当“伪健康”内容在社交平台反复传播，当商家将工具异化为“神药”，大众很容易在信息茧房中迷失判断，陷入“跟风即正确”的误区。

值得警惕的是，此类伪健康健身的危害远不止于个体的身体损伤。伪健康健身的泛滥会扭曲大众的健康观念，让人们逐渐忽视科学锻炼的重要性，转而追求“速成”“猎奇”的养生方式，这不仅不利于全民健康素养的提升，还可能挤占真正科学健身知识的传播空间，形成“劣币驱逐良币”的恶性循环。

要遏制伪健康健身乱象，需要多方协同发力，织密科学健身“防护网”。对监管部门而言，应加强对健康类信息的审核与监管，严厉打击社交媒体上夸大功效、虚假宣传的伪健康内容，同时规范健身器材市场，严查劣质趾压板等存在安全隐患的产品，从源头切断危害传播路径。

对医疗机构与专业人士来说，需主动承担科普责任，通过短视频、科普文章等大众喜闻乐见的形式，普及科学健身知识，帮助大众建立“个体差异优先”的健康认知，让科学声音盖过伪健康杂音。

对普通消费者而言，更要学会理性辨别、拒绝跟风。健康不是一场“跟风竞赛”，而是基于自身情况的长期管理。在尝试任何健身方式前，不妨先咨询医生或专业教练，了解自身是否适合；面对社交平台上的“养生爆款”，多一份质疑精神，少一份盲目追捧。

真正的健康，从来不是靠“忍痛坚持”换来的，而是建立在科学认知、理性选择之上的长期坚持。在健康焦虑蔓延的当下，唯有警惕伪健康陷阱，坚守科学健身底线，才能避免“养生”变“伤身”，让健康真正成为生活的底色。

□董宏达

