

在“雪龙2”号上奏响大洋科考青春之歌

——记“雪龙2”号青年团队

□见习记者 陈友敏

他们坚守在南北极极端恶劣的环境

他们坚守在南北极极端恶劣的环境中，考察期间与世隔绝，为国家的极地考察获取了一批又一批珍贵数据和样品，为祖国极地科考奉献着无悔青春。

产惜托大,与 皇龙2 与共成以

国极地研究中心（中国极地研究所），是全球第一艘获得智能船舶入级符号的极地科考破冰船，满足无限航区要求、具备全球航行能力、能够在极区大洋安全航行。

“雪龙2”号自建造之日起，就开始

组建船员队伍，在建造的近千个日夜里，“雪龙2”号船员全身心投入监造工作，与建造人员同吃同住，严把建造质量和进度，确保新船建造的安全与质量，实实在在地落在每一颗螺丝、每一根管线、每一双手上。他们克服建造现场的高温、粉尘、噪声等恶劣环境，加强巡检，仔细把关，协调各方，群策群力攻克技术难点，一项精品工程的背后，是无数人的辛劳汗水。

盛夏时节，巡检各类液舱和吊舱无疑是对脑力与体力的双重考验。半人高的舱

定对脑力和体力的双重考验。平天间的舱门只有 60 厘米宽，弯腰进去后基本靠爬着前进；圆形吊舱促狭复杂，档位密集，每 80 厘米就要钻一次；为了确定气动阀及气动脉件的位置与状态，船员们每天需

要重复五六次的铅拖巡迓。而当进入工程收尾阶段,报验检查工作也开启了高负荷运转模式。船舶的很多报验项目一般都是在半夜,如果是重要工序,则要连续十几天检验。一张张密密麻麻的报验单,成了他们的作息时间表。年轻的船员们用专业经验与敬业精神为打造大国重器打下了坚实的基础。

近千个日日夜夜,船员们用脚步与汗水

寸丈量这艘日益“成长”的科考破冰船。原“雪龙2”号船长赵炎平谈起新船如数家珍：“它是世界上第一艘采用双向破冰技术的极地科学考察破冰船，采用总段建造法，先按照电脑建模方式，将船体分为114个分段，然后再将分段总组成11个总段，11个总段按照从艏向艉、从下往上的顺序进行合拢。”

在全体船员的陪伴与见证下，千锤百炼

的“雪龙2”号于2019年7月交付使用，与“雪龙”号一起，正式开启了我国的“双龙探极”时代。

……年……月……日 “委托书” 上

冰启程，首航南极，航行 35000 余海里。在南极中山站外围固定冰区，船员们通力协作，以娴熟的技术，凭借“雪龙 2”号强大的破冰能力，开辟出一条约 14 海里（约 26 公里）的航道，为“雪龙”号向南极中山站运输补给物资提供了安全便利的装卸点，距离南极中山站仅 10 公里，大大节约了宝贵时间，提高了装卸作业的安全性。

“雪龙2”号的船员，在航行时是船员，在大洋综合科学调查中他们则是科考队员，月池系统、全方位的声呐系统、物探设备和机器人，“雪龙2”号配备的一系列国际先进的科考调查装备和科考支撑保障系统，在他们的操作下，获取了一批又一批珍贵数据和样品。比如，首航南极时，我国首次在极区宇航员海开展大洋科考，作业海域横跨40个经度、纵穿5个纬度；首次在密集浮冰区开展CTD作业，获取中国南极科考史上最长柱状沉积物18.36米，正是他们的不懈努力，扩大了我国在南极海域科考作业的范围，极地海洋环境调查和科学研究的能力得到极大提升。

行一次南极考察历时约半年，执行北极科学考察历时约3个月，考察期间与世隔绝，更无法陪伴家人。在这个集体里，船员更似家人，大家相互关心，一起学习、一起工作、一起生活、共同成长。

在辽阔大海上，茫茫冰原中，《习近平

新时代中国特色社会主义思想学习纲要》《中国共产党史》这些书籍，成为党支部学习、青年小组学习的主要内容，成为船员的枕边书、口袋书。在远离祖国和亲人的日子里，团队的温暖、坚定的信念战胜了孤独和寂寞，全体船员拧成一股绳，聚成一团火，如同“雪龙2”号一般，在极地考察中势如破竹，贡献力量。



徐汇区十名志愿者上岗

近博云期间为中外游客提供心愿服务

记忆 手瓜秧

博覽會城市文明志願服務保障工作，近日，徐匯區委宣傳部（文明辦）聯合區文旅局、團区委舉行2021年徐匯區志願服務總隊系列活動之“砥礪前行迎進博 文明實踐正當時”第四屆中國國際進口博覽會徐匯區新時代文明實踐城市文明志願服務工作隊員培訓會。

記者获悉，為進一步做好第四屆中國國際進口博覽會城市文明志願服務保障工作，近日，徐匯區委宣傳部（文明辦）聯合區文旅局、團区委舉行2021年徐匯區志願服務總隊系列活動之“砥礪前行迎進博 文明實踐正當時”第四屆中國國際進口博覽會徐匯區新時代文明實踐城市文明志願服務工作隊員培訓會。

城、重点行业城市文明志愿服务工作，今年全区以徐家汇商圈、上海铁路南站地区、徐汇滨江、衡复历史文化风貌区为重点区域，在全区设置17个城市文明志愿服务站、56个城市文明志愿服务岗、7支城市文明志愿服务队，并将组织千名志愿者上岗，为中外游客提供志愿服务。

活动现场，相关领导为“青春进博”专项行动

动青年集体代表授旗，为徐汇区进博城市文明志愿者代表授予上岗证，并为徐汇区进博城市文明志愿服务队代表授予队旗。徐汇区进博会志愿者代表庄严宣誓。

徐汇区志愿服务总队开展了相应文明实践志愿服务主题活动，围绕文化志愿服务、社会公益

志愿服务培训活动。围绕文化艺术志愿服务,由首批徐汇区“海派之源”星推官、中文高级导游、自媒体博主王墨缘代表徐汇区文化艺术志愿服务队在场馆志愿服务站、岗、队负责人作徐汇区区情及文化特色讲解。徐汇区疾控中心消毒科医师严冰清围绕疫情防控,上海市第八人民医院急诊科护士师闵煜围绕急救救护,上海师范大学影视传媒学院副教授王宇围绕文明礼仪等也作了相应文明实践志愿服务讲解。

7500元拍奔驰卖家不发货,判赔19万也是契约课

近日,“7500元拍到二手奔驰车事件”成了舆论热点。据报道,2019年11月14日,刘勇(化名)在电商平台“拍卖—捡漏”栏目中,在“好车酷酷”经营的一家二手车拍卖店铺,以整车价7500元的价格拍下了一辆“奔驰GLA级2016款四驱2.0T双离合时尚型”二手车,而且完成了整个付款流程。但是,好车酷酷却没有发车,而是声称之前价格标错了,要求刘先生退款,愿意“补偿”100元。于是,双方到法院打起了官司。法院二审认定,拍卖是双方当事人真实意思表示,合法有效,判决好车酷酷二手车经纪(天津)有限公司赔付刘勇196500元,案件受理费4300元由被告方好车酷酷承担。

商家能以“标错价格”为由单方面撤销合同吗？

案件有着两大焦点争议：一是网络购物合同是否成立？争议二，损失金额如何认定？

一审法院认为，好车酷酷公司将案涉二手车的品牌、型号、外观、里程数、具有唯一识别性的车架号、付款方式、发货方式等案涉商品的详细信息，通过淘宝拍卖“一口价”的方式展示在网站上，已经具备了拟定合同的主要条款。

好车酷酷公司辩称其整车价仅是作为展示用，但与刘勇已通过网

站设置的程序完成了订购、付款等交易行为不符。好车酷酷公司在网站上发布明确具体的商品出售信息,将具备合同主要内容的条款公之于众的行为属于要约,刘勇的订购、付款行为已完成了对好车酷酷公司要约的承诺。

法院认为，好车酷酷公司应当按照约定履行交付车辆的义务，但其在刘勇多次催告后仍未履行，且也明确案涉车辆无法交付。因此，刘勇有权行使法定解除权，并要求好车酷酷公司赔偿损失。

基于好车酷酷公司在沟通记录中明确告知对方该车辆整车价实际为20.4万元，且其在页面上已明确标注整车价为裸车价，不包含税费、过户费等相关费用，一审法院对刘勇主张的20万元损失，在19.65万元范围内予以支持。具体赔付的款项依据，则是好车酷酷公司自认车辆实际价值为20.4万元，刘勇未主张返还已支付货款，故好车酷酷公司应当承担给刘勇造成损失应为19.65万元(204000元-7500元)。

购买条件，比如必须搭售，不能零买等；有的则是把最便宜的配件价格放在展示图里，让消费者直呼“套路深”。

沿着这个思路,此案也可以有所反思:互联网营销行为有没有做到诚信为本?当初有没有存着“套路”消费者的心思?7500元这个低得离谱的“一口价”怎么会出现在奔驰车的拍卖系统当中?

市场经济以诚信为本，特别是互联网拍卖这种特殊的买卖形式，更要讲究“一锤定音”，这次相应的商家可能亏损了10多万元，但也是一堂宝贵的“契约精神课”。

综合新京报、红星新闻等

频频爆出的“价格乌龙门”

10月26日,元气森林一淘店铺因优惠设置错误,原价79元一箱(12瓶)的气泡水被标价3.5元,引来14.05万用户下单,产生了价值数千万元的订单。

网络频频爆出的“价格与龙门”，在法律层面上到底该怎么评价？商家能以“标错价格”为理由单方面撤销合同吗？

卖，是民事买卖基于互联网展开的新形式，但这并没有改变买卖合同基于“当事人意思表示一致”的基本特征——只要是一方发出要约，一方接受要约，比如提交了订单，合同就成立了。《电子商务法》第49条规定，电子商务

经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的，用户选择该商品或者服务并提交订单成功，合同成立。这也是《民法典》的基本规定。

金钟《民法典》，特别是其中的合同法编，都在着力保障契约自由，保障合同各方能够履行合同。保障市场主体对于合同有稳定的预期，也就是契约精神，是社会主义市场经济运行的基石之一。订立的合同，无论是纸面合同，还是通过计算机系统生成的合同，都应该得到执行，除非有法定的排除理由。合同订立之后，任何一方都不能拒不履行。

此案中，二手车商家反复强调，他们是在系统里“标错了价格”，而非其“真实意思”的表示。的确，我国《民法典》也有规定，“合同显失公平或有重大误解”，属于可撤销的合同。《民法典》第147条规定，“基于重大误解实施的民事法律行为，行为人有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销”。基于“重大误解”的合同，的确是可以“撤销”的理由，但“可撤销合同”不是“无效合同”，在撤销之前依然是生效的合同。而且，撤销合同需要当事人向人民法院提起诉讼或者寻求仲裁，而不能任由卖家单方面不发货、或者予以否认等草率处理。

就本案来说，一、二审法院都没有认同“好车酷酷”的解释，认定当初在网上拍卖的这辆车不是“展示”，而是一个合同要约，在刘先生提交订单之后，双方合同已经达成。合同“系双方当事人真实意思表示，内容不违反法律、行政法规的强制性规定，合法有效，双方均应严格按照法律规定履行义务”，既然商家不肯发货，那么就应该赔偿刘先生的预期收益损失。这也是法院二审判决商家赔付刘先生19万元的法律依据。

为了吸引流量，往往上架低价格的产品，当消费者点进链接之后，会发现商品要么不存在，要么设置了奇怪的