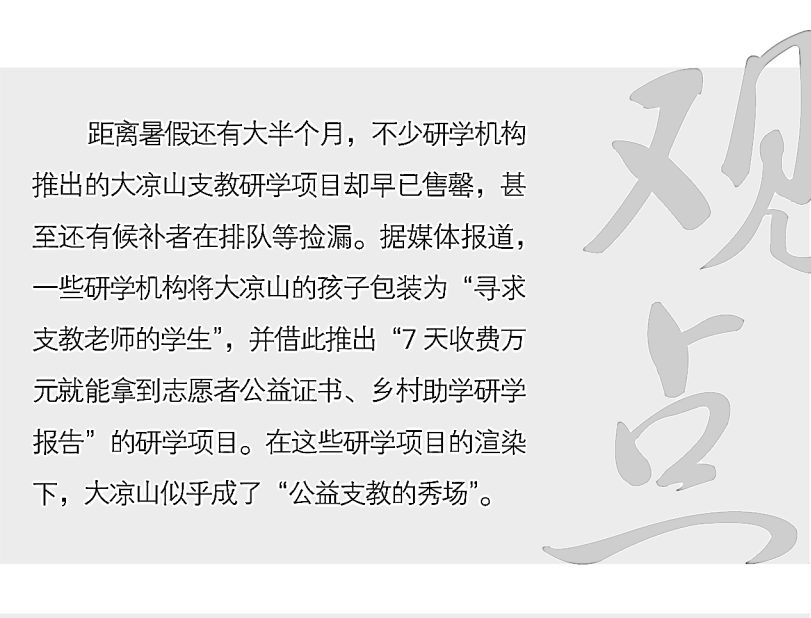


公益支教岂能沦为“秀场”和生意



不能让大凉山成为“公益支教秀场”

研学是商业活动，何必打着公益的旗号？花 10000 元“支教”7 天，去掉来回路程，真正给孩子讲课的时间也就寥寥几天，这种支教研学，不但不能给孩子多大帮助，反而变成对孩子们的骚扰，甚至让孩子们因此受害。

比如，有些“支教老师”甚至就是小学生，他们将英语单词和 26 个字母写在白板上，教导和自己年龄差不多的孩子；城市孩子向山里孩子分享生活，交流方式不啻有时反而会变相成为“凡尔赛”……很多大凉山的孩子疲于应付那些名目繁多的研学团，课程无法顺畅衔接，具体学到什么，孩子们也说不上来。

那些打着公益旗号售卖的商业研学项目，不仅涉嫌欺诈，还伤害了大凉山孩子的情感。而真正受益的是这些卖项目的机构，其聚焦点则是参与者在 7 天内获得公益时长或是乡村支教调研报告等，可以为申请海外留学、择校、评优等提供相应证明。

边远地区的孩子需要的是一个稳

定的教学生态，这是商业研学机构推出的支教研学项目解决不了的。虽然撇开学科教育，留守儿童也需要陪伴关怀，但是，每当受助的孩子和相处几天的志愿者产生情感联结后，这个志愿者却从他们生命中消失了，这反而会给孩子们带来失落感，甚至会形成心理创伤。

这并不是否定市场力量参与支教，甚至可以说市场力量的参与度还不够，还需要鼓励。但市场的参与同样需要规则的制约，需要遵守法律和公序良俗，而不是“先造谣，再造庙”，拉起一个草台班子就可以数钱。

对此，一方面，相关部门要从问题导向出发，对大中小學生以支教证书、公益时长为升学或未来留学“背书”完善规则，严格把关；另一方面，相关部门对这种“公益秀场”要明令禁止，甚至追究相关人员的违规责任；同时，要更好地探索公益与商业的融合之路，让社会企业以解决社会问题为使命，并通过商业运营的方式实现公益的可持续发展。

公益支教不能沦为“摆拍造假”的生意

一些研学机构大肆渲染大凉山的“苦难”，给人一种大凉山的孩子仍是需要“拯救”的“穷孩子”的错觉。实际上，大凉山今非昔比，早已脱贫的大凉山并非研学机构所宣传的“穷苦”模样，乡村小学也建设得越来越好。

研学机构“卖惨”，让人联想到此前一些“摆拍卖惨”“虚假营销”的大凉山网红。比如，前不久被判刑的“凉山孟阳”，还有同案中的“凉山阿泽”，此前还有“吕先生凉山行”等人。研学机构“卖惨”，炮制“苦难”是为了赚取流量，或是从中赚取差价获取利益。研学机构“卖惨”是将公益当成生意，把大凉山当成支教研学的“秀场”，这严重透支了社会各界的爱心。

这样的行为也不利于人们正确认识大凉山等偏远农村地区。近年来，扶贫工作取得了巨大成绩，一些深度

贫困地区已经“摘帽”，贫困状况已经得到很大改观，仍然把大凉山宣传成“穷苦”模样，给外界呈现大凉山依然落后、深度贫困的景象，就是不实呈现，是虚假景象，也可说是对当地扶贫工作的抹黑，还可能把人们引入对贫困农村的“认识误区”，让人对投身教育公益事业、投资农产品等失去信心。大凉山成了“公益支教的秀场”，透支社会爱心，这些都可能成为乡村振兴的阻碍。

因此，此类支教研学活动亟待规范。当地相关部门、学校要对孩子负责，严格把关，对此类假支教说“不”。参加公益支教活动的学生更是需要抱有诚心、真心，不能急功近利，不能有走过场的心理。一言以蔽之，不能让本有益于社会的公益支教沦为一种有害社会的“摆拍造假”生意。综合南方都市报、北京青年报等（业勤 整理）

端午给业主发钱,背后是小区自治有方

□ 汪昌莲

据媒体报道，端午节假期，深圳市龙华区城市明珠小区要向业主发放粽子和 184 万元现金，每户业主可获得数百元或上千元不等，此次现金发放的资金来源是小区的公共收益。6 月 9 日，城市明珠小区业委会人士告诉媒体记者，上述消息属实。

近年来，小区里五花八门的广告越来越多，属于公摊面积的电梯、楼道、门厅等处都能见到。那么，你是否想过，物业公司是否有权出租小区公摊面积中的广告位？这部分收入究竟应该归谁？根据《物权法》的规定，居民小区的公共场所、绿地、道路、停车位等，原则上属于业主共同所有，任何单位个人不能侵占，应单独列账。然而，现实生活中，常常出现公共收益被物业公司擅自使用，业主委员会追讨到手却面临监管难、不会花等尴尬状况。以至于，小区公共收益，成了一笔“糊涂账”。如此语境下，深圳一个小区端午节给业主发 184 万元，显然令人羡慕不已。

特别是，端午给业主发钱，并非是小小区自掏腰包，而是得益于小区的业委会管理有方、经营有道、维权得力，资金均来自于公共收益。可见，小区业委会在管理和维权等方面，发挥了积极作用。

消费者无理由退货权不该被滥用

□ 史洪举

近日，浙江金华一家网店店主反映，黑龙江某高校多名学生网购衣服穿过后，400 多件裙子遭集体退货退款。很多衣服没有包装袋、有异味，严重影响二次销售，店主损失超 8000 元。目前，店主已向学校及行政主管部门投诉，暂无结果。无独有偶，6 月 3 日，浙江湖州一网店老板徐女士称，陕西汉中勉县一幼儿园的老师共下单 8 笔订单，后发起或曾经发起退货的订单共 5 笔。

根据《消费者权益保护法》及《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。之所以赋予消费者“后悔权”，主要是网购给消费者带来便利的今天，其还存在不少欠缺。如消费者选购商品时大多通过图片、介绍、评价来综合判定，无法通过观察、触摸、试用真实商品来得出体验。

当然，为避免部分消费者滥用权利，恶意退货。《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》规定，消费者行使七日无理由退货权利应当遵循公平、诚实信用原则。

因此，无理由退货不能变异为“无理退货”。对于高校或者幼儿园而言，大批量，有组织地购买服装并在演出之后退货，涉嫌滥用无理由退货权。

用。相比之下，一些小区配建的公用设施，要么被开发商当做“商品”开发利用，要么被少数居民“圈地”，抑或是小区广告等收益被开发商和物业“共享”，严重损害了业主的共同利益，也引发了不少矛盾和纠纷。特别是，业主自治能力不强，有的小区基本处于放任自流状态。

根据相关法律法规，利用小区公共部位、场所产生的收益归全体业主所有。应该说，替小区全体业主维护公共物权，物业责无旁贷。但现实中，物业在维权时常遭遇诸多困境。

可见，端午给业主发钱，让业主共享公共收益，实为小区自治的鲜活样本。在此基础上，各地不妨推广温州、广州等地做法，赋予业委会法人资格，提高业主自治能力。小区需要居民自治来维护社区的生活秩序，担当这个自治任务的除了小区居民委员会这一法定组织，还有一种新生组织，就是业主委员会。一方面，业主委员会有权起诉侵占小区公用设施的单位或个人，打赢这类民事官司；另一方面，业主委员会可以代表业主，对小区公共设施进行管理，并取得公共收益，让业主共享。

要知道，这种演出着装已非对衣服进行试穿或试用，而是妥妥的使用。且据报道，很多退货的衣服没有包装袋、有异味，严重影响二次销售。对此，根据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》，消费者退回的商品应当完好。服装、鞋帽、箱包、玩具、家纺、家居类商品，出现商标标识被摘、标识被剪，商品受污、受损情形的，视为商品不完好。即涉事高校学生退回的商品是否真的适用无理由退货规则，有待进一步查证。

对此，电商平台在设置规则时应注重合理性和公平性，有效维护商家权利。对于确实影响到商品完好属性的退货，应支持商家予以拒绝，不能总是迁就滥用权利的一方，或者迫于差评或投诉而不敢说不。在保障普通消费者“后悔权”的同时遏制滥用权利者。

当然，屡屡发生类似事件也凸显了共性问题，即一些学校将演出任务摊派给老师或班级，却没有拨付经费。以至于原本经济就不宽裕的学生还要负担不菲的演出服装费用，且很多演出服装并非可以经常穿着的普通衣服，演出之后无法再行利用，让老师和学生心生不满，不得不通过退货来转嫁成本。因此，相关部门在组织类似活动时理当考虑经费问题，减轻学生负担，避免传导不切实际的压力，防止学生和家长出此无理由退货的下策。