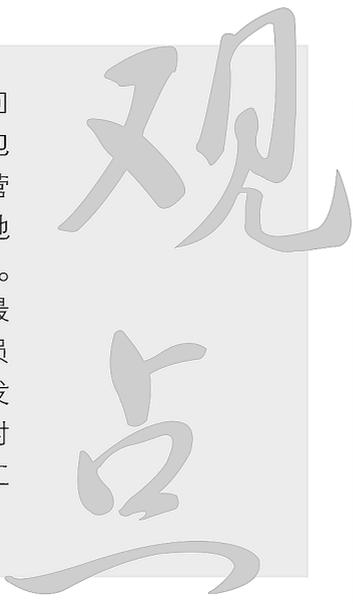


县领导带队强拆果园，岂是法治政府所为

据媒体报道，大学毕业后，贾柯回到家乡河南平顶山市叶县任店镇，承包30余亩土地种植黄金梨树。苦心经营多年以后，他遭遇了意外的挫折：当地修建高速公路需要占用大约7亩果园。双方始终未就拆迁事宜达成一致。最终，县政府领导带领多个部门工作人员对果园实施了强拆。近日，平顶山市发布通报：平顶山市委、市政府已第一时间成立联合调查组，全面开展调查工作。



重点项目也得依法办事

从报道来看，此事最大的分歧在于，案涉大面积种植的果园，到底是零星果木，还是经济林，应该按照什么标准进行补偿？这其实是个法律问题。既然当事人已经起诉到法院，完全可以交给法律来认定。

从实体上讲，当地镇政府主张的零星果木补偿标准，依据的是平顶山市人民政府的〔2017〕33号文，然而该文件已被河南省司法厅明确认定为失效文件。鉴于该文件已被上级司法部门明确认定失效，且与上位法存在冲突，显然不能再在具体行政行为中继续适用。从程序上讲，当地镇政府虽然对案涉果园发出过《限期清理通知书》，但在被起诉后，又撤回了该通知书。这就意味着，县领导直接主导的强拆，未经任何催告程序，也没有申请法院强制执行，没给被拆迁人法律救济机会，大有违法嫌疑。

无论如何，未经合法程序直接实

施暴力强拆，将合法公民驱离，并在乡镇派出所关一整天，此种做派都与法治政府的要求相距甚远。法律的归法律，项目的归项目，为保障重点项目落地，并不意味着在征迁时就可以“特事特办”不讲法。相反，越是重点项目，越要强调依法推进，惟有如此才能赢得更多被拆迁人的理解和尊重，迅速推进项目落地。

干部当然要干事，但绝不是蛮干、硬干。否则，轻者事倍功半、效果大打折扣，重者事与愿违，最终不仅贻误发展，更有损干部队伍形象。县领导带队强拆大学生创业果园，折射了某些基层领导干部的法治素养欠缺，权力没有被真正关进制度的笼子。法律的权威源自人民的内心拥护和真诚信仰。领导干部要带头厉行法治、依法办事，不断提高运用法治思维和法治方式的能力，确保权力始终运行在法治轨道上。

保护青年创业者权益

根据我国民法典的相关规定，“征收组织、个人的房屋以及其他不动产，应当依法给予征收补偿，维护被征收人的合法权益”。换言之，强制拆迁不等于暴力拆迁，更不意味着县领导可以擅自调动警力以壮声势。在强拆过程中出现的暴力行为，更是法律所明令禁止的。

国家林业局早在2013年，就发布了《关于印发退耕还林工程生态林与经济林认定标准的通知》，明确了生态林和经济林的认定标准：“生态林是指在退耕还林工程中，营造以减少水土流失和风沙危害等生态效益为主要目的的林木，主要包括水土保持林、水源涵养林、防风固沙林以及竹林等；经济林是指在退耕还林工程中，营造以生产果品，食用油料、饮料、调料，工业原料和药材等为主要目的的林木。”根据造林树种、造林密度、植被配置、经营措施，不难对二者作出辨别。如今，既然贾柯与县政府无法达成一致，上级主管部门就

应以公正的姿态介入调查，明确作出结论，如此方能定分止争。

要避免类似情况，基层政府要不断提高治理能力，合理处理拆迁背后的各种利益纠纷问题。这一方面关乎不动产所有者的基本权利，另一方面也关乎社会的安定与政府的形象。如今，面对社会各界的关注，平顶山市已经开展调查工作，希望调查方能尽快查清真相，如果经调查，确实存在政府违规问题，则应严惩不贷，同时也要确保青年创业者权益得到合理的补偿。

对于那些有热情、有想法的大学生创业者，包括基层政府在内的社会各界应该尽可能给予支持，即便出现政府行政和企业发展的矛盾，政府也应该多站在创业者的角度上想问题，站在优化营商环境的高度，避免矛盾扩大化，最终造成各方“多输”的局面。

综合红星新闻、中青评论等
(业勤 整理)

莫让“小人国用品”成欺诈消费者新套路

□ 史洪举

9.9元秒杀高端耳机、19.9元带走一箱零食……在一些电商平台、社交平台，“白菜价”商品总能吸引很多消费者来“捡漏”。然而，看似超值的交易背后，却可能隐藏着商品尺寸的秘密，不少网友收到“小人国用品”后直呼上当。因为低价或优惠促销下单，结果买到迷你尺寸产品的消费者不在少数，有网友下单了一对寝宅石狮子，收到之后却只有几厘米大小；另一位网友展示了家人在网上购买的纸中，一整提纸中与手机壳的大小差不多。

大多数消费者都会将秒杀、低价购、零元购当作抢购商品的契机。殊不知，一些商家玩起了尺寸游戏、障眼法，让消费者掉入精心设计的陷阱，通过秒杀活动购买到的商品并非可以正常使用的商品，而是尺寸很小的“玩具”或“小人国用品”，根本无法用于正常生活。

毫不客气地说，商家这种精于算计的玩法，已经涉嫌虚假广告和欺诈经营。根据《广告法》，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况等信息，以及与商品有关的允诺等信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的，构成虚假广告。

现实中，消费者抢购低价商品自然

是买来使用的，并非是抢购“玩具”和“小人国用品”来当摆设的。故商家在商品尺寸上要小聪明，刻意模糊概念，或者在商品页面不显著标明尺寸，而是在其他地方以很小字体标注实际尺寸的做法，显然构成欺诈经营，让消费者掉入圈套。要知道，如果商家在推行抢购促销活动时，明确告知消费者商品真实尺寸的话，根本没有几个人会上当受骗。因为谁也不是傻瓜，会故意花钱购买无法使用的“小人国用品”，且很多“小人国用品”的实际价值往往比抢购价低很多，甚至根本不值钱，就是为了让消费者“花钱买上当”“抢购个寂寞”。

这种故意通过虚假广告欺诈消费者的奸商行为，应承担罚款乃至吊销证照的行政处罚责任，还面临着退一赔三且不低于500元的赔偿责任。面对低价抢购陷阱，消费者首先应避免贪图小便宜，一看到抢购信息就一股脑地付款抢购。但显然不能以“受害者有罪论”过度苛责消费者，因为存心使坏的商家才是破坏市场规则的罪魁祸首。监管部门应当充分利用法律手段严惩重罚这些故意给消费者挖坑的商家。网络平台也应发挥技术优势，有效筛查并下架、屏蔽虚假宣传和欺诈经营的商家与产品，共同营造诚实守信的网络购物环境，别让低价抢购促销被不良商家玩坏，保护消费者免遭欺诈。

博物馆社会讲解不能野蛮生长

□ 王琦

近年来，“文博热”持续升温，博物馆成为热门打卡地。作为博物馆与观众沟通的桥梁，博物馆讲解服务需求也直线上升。有媒体采访发现，一些热门博物馆不仅门票“一票难求”，馆方的讲解服务也“一位难求”，不少观众转而选择购买非馆方的讲解服务。然而，现实中社会化讲解服务也存在收费标准不规范、讲解质量参差不齐等现象。

博物馆官方讲解员通常经过专业培训，对馆藏文物和历史文化有着深入的了解，他们的讲解不仅准确而且生动，能够为观众提供一场知识与视听的盛宴。当官方讲解服务供不应求时，社会化讲解服务便填补了这一市场空白。

博物馆的官方讲解服务供不应求，使得社会化讲解服务应运而生，这本是市场规律的自然体现。社会讲解服务的存在，在一定程度上缓解了官方讲解的压力，也为观众提供了更多的选择。然而，由于缺乏统一的管理标准和监管机制，眼下社会化讲解服务市场呈现出一种野蛮生长的状态。这些服务往往由导游、教育机构或个人提供，质量参差不齐，甚至存在误导观众的情况。这不仅损害了观众的权益，也影响了博物馆的公共形象和文化传播效果。

社会化讲解服务的问题主要体现在

两个方面：一是讲解质量的不稳定。由于缺乏统一的培训和考核标准，这些讲解员的专业水平和对历史的理解程度各不相同，导致讲解内容可能出现偏差或错误。二是市场秩序的不规范。部分讲解服务存在价格虚高、预约困难、服务态度不佳等问题，严重影响了观众的参观体验。

面对这一现状，相关部门和博物馆管理者应采取有效措施，规范社会化讲解服务市场。首先，应建立健全讲解服务准入机制，对从事博物馆讲解的个人和机构进行资质审核和专业培训，确保他们具备基本的专业素养和讲解能力。其次，加强市场监管，对存在违规行为的讲解服务进行查处，维护市场秩序和观众权益。同时，博物馆也应积极优化官方讲解服务，通过增加讲解员数量、完善预约系统等方式，提高服务供给能力，满足更多观众的需求。

此外，我们还应鼓励和支持社会力量参与博物馆的志愿服务工作。通过招募和培训志愿者讲解员，不仅可以缓解官方讲解服务的压力，还能为更多热爱历史文化的人士提供展示自我的平台。这种“双向奔赴”的模式既丰富了博物馆的讲解资源，也增强了社会大众对文化遗产的认同感和归属感。