

清理“蜘蛛网”，开拓“新空间”

——说说我们走过的这五年

尹茹琳

浙江嘉兴平湖市的村落，整洁的街巷与错落的民居相映成趣，宛如宁静的田园诗；山东临沂兰山区的沃野平畴生机盎然，现代化农业画卷在沂蒙大地上徐徐铺展……漫步浙鲁乡间，远山与田野毫无遮拦地融成青绿长卷。

抬头看，没了蛛网般盘挂的杂线，乡野的碧翠与天空的蔚蓝融为一体，让人禁不住感叹：“真是把乡村本该有的那份开阔与舒朗还给了乡村。”

还美于村，得益于治理之功。治理的对象，是农村常见的各类线杆。农田中的杂乱线杆，不仅影响美观，还在一定程度上制约粮食生产。比如，线杆占用有限的农田空间，影响农业机械化作业效率；线杆无序分布，也影响农田连片整治和规模化经营。综合看，清理“蜘蛛网”才能开拓“新空间”。

如何治？要解决一个“难”字。难在各类型线杆归属电力、通信等多部门，协调统筹不易；难在农田区域地形复杂，受限于农田保护和耕作季节，施工难度高；难在工程环节多，需大额投入，资金压力较大；难在长效维护管理，不能出现“前清后乱”、私拉乱接

“反弹”的现象。向前发展必须攻坚克难，更要开拓思路、创新方法。

因地制宜，才能事半功倍。不同县区，情况各异，治理线杆不能“一刀切”，也很难套用一种模式。从试点探索出发，一些地方形成了好用、实用、管用的方法。比如，山东临沂强化“12345·临沂首发”便民热线职能，将线杆治理纳入“专项深办”事项，让群众诉求有回响、得解决；浙江德清协调参与“送灯下乡”项目的国企，对线杆治理给予资金支持。既坚持分类施策、分片整治，又鼓励社会参与、多元投入，让责任、资金“双到位”。

线杆治理，绝非简单地“剪线拔杆”，而是需要系统布局、共同治理。实践中，地方党委政府发挥主导作用，协同各方贡献力量，达成共识，是重要经验，也是重要方法。浙江湖州用好“村民议事厅”共商线杆走向，嘉兴通过“党员责任区”做好解释和协调工作；山东成武深化公共利益协同保护机制，通过“人大问询+检察监督”的方式，鼓励社会参与。一名干部说，“把‘自上而下’的指令变为‘上下同欲’的协

力，变‘政府干、群众看’为‘大家一起干’。”实现基层善治，要更加注重共建共治共享，将党的政策、社会力量与群众智慧深度融合。

优化治理是第一步，关键要把宝贵的物理空间转化为发展空间。这是有立有破、破立并举的方法论。浙江建德大同镇、更楼街道等区域，累计清除废杆350处、废线4000米，实现500亩稻田线杆序化。这不仅助力实现水稻全域机械化种植，还提升了农村风貌。当地成功举办“城市田园文化节”“稻田音乐时装秀”等活动，吸引游客，带动经济。当清除废旧线杆后的闲置地成为“口袋公园”“共享菜园”，当线杆治理与“未来乡村”全域数字化升级结合起来，这不仅能为群众打开经营空间，为游客创造悦心空间，也将提升农业农村活力与潜力。

习近平主席在二〇二六年新年贺词中指出：“共创共享美好生活。”乡村更美丽、生产更便利、治理更有效、发展更强劲，希望的田野上正铺展高质高效、宜居宜业、富裕富足的壮美画卷。

(来源:人民日报)

花钱就能推
AI不能成了虚假宣传引流器
苑广阔

据新华社报道，广州市民张女士说，她根据AI“推荐”购买了一款带自动拉花功能的咖啡机，价格不菲，但性能一般。

你以为AI输出的是大模型给出的客观结果（自然学习结果），实际上可能是从互联网上“抓”下来的一条广告。近年，这样的生成式引擎优化（GEO）广告投送方式正在兴起。中国新闻网记者调查发现，只需299元，就能“买通”AI推荐你的产品。

有媒体记者实测中发现，一款并不存在的“智能水杯”虚假品牌，仅靠生成产品介绍、测评文章并在网络发布，就被多款AI问答应用推荐。这种看似隐蔽的营销手段，涉嫌触碰法律红线。

商家借助GEO服务，将商业推广伪装成客观测评、专业分析，通过批量发布内容篡改AI数据源，使特定产品“自然”出现在推荐列表中。这种行为可能涉嫌违反《互联网广告管理办法》中广告可识别性原则，剥夺消费者知情权；若人为操纵推荐排名、压制竞品，则涉嫌违反反不正当竞争法。

如果商家“投喂”给AI模型的信息包含虚假或夸大描述，并最终被AI采信和传播，那么商家就构成了虚假宣传。此类行为对市场公平与消费安全可能构成严重威胁。

AI推荐如果从“中立参考”沦为“利益工具”，其危害远超个体权益受损，会引发连锁负面效应。不但将侵蚀消费者对AI的信任度，数字消费生态的健康根基可能也面临冲击。

AI平台作为信息入口，应升级算法审核机制，从技术层面阻断违规推荐路径。有关部门需紧跟技术迭代步伐，明确GEO服务的监管边界。

遏制AI荐品“暗箱操作”，需多方协同发力，既要靠平台技术赋能筑牢防线，也要靠监管部门主动作为划定红线，引导行业坚守诚信底线。

(来源:新京报)

精准治理恶意索赔净化市场环境

王洪亮

为提升投诉举报处理质效，更好保护消费者和经营者合法权益，国家市场监督管理总局近日发布了新修订的《市场监督管理投诉举报处理办法》（以下简称《办法》），自2026年4月15日起施行。《办法》特别针对滥用制度滋扰经营主体、损害营商环境、挤占普通消费者维权渠道的恶意索赔行为，确立了精准打击规则。

消费者权益保护法、食品安全法确立了“退一赔三”“假一赔十”等惩罚性赔偿规则，旨在震慑经营者违法行为、激励公众参与监督。但这一规则却被一些“职业打假人”异化为牟利工具，使得恶意索赔乱象滋生。特别是随着电子商务与电子伪造技术的发展，恶意索赔手法层出不穷。从在食品中夹带异物、用假货掉包，到利用AI技术伪造证据、篡改商品生产日期信息，乃至纯粹捏造事实，恶意索赔行为已演变为有预谋的欺诈。更有甚者，有的投诉人以“监督”之名行“胁迫”之实，通过反复投诉举报、复议诉讼等程序对经营者施加压力，索要远超法定标准的赔偿，其性质已涉嫌敲诈勒索。某地曾披露过一组数据：7500名“职业索赔人”一年内在当地发起了25万件投诉，单个电话号码的年度最高投诉量达3800次。海量的恶意投诉既挤占宝贵的行政与司法资源，也会导致监管热线不堪重负、普通消费者维权渠道被堵塞，更让广大经营者尤其是中小商家耗费巨大精力应对无端指控，蒙受经济、商誉等多重损失。

面对这一挑战，《办法》从树立基本原则、完善投诉受理范围、打击违法索赔等维度构建了恶意索赔治理框架。《办法》第三条规定“投诉”须基于“生活消费需要”，第十七条进一步列举了“非为生活消费需要”的多种情形，如购买数量次数明显超出合理范围、短时间内大量集中投诉、无法证明真实消费关系等。这不仅从法律层面清晰区分了“消费者”与以索赔牟利为目的的“职业索赔人”，而且为识别滥用投诉机制的行为提供了法律依据，有助于在源头过滤非正当诉求，避免行政、司法资源被不当消耗。

尤其是《办法》第四十二条将“通过夹带、掉包、造假、捏造事实等方式骗取赔偿”及“进行敲诈勒索”等行为明确列为规制对象，并明确可依照治安管理处罚法等法律法规，将线索移送公安机关等部门处理。该条款意味着相关主体实施恶意索赔的后果不再仅是被驳回投诉，而是需要承担法律责任，传递了“真打假受保护，假打假必被究”的明确信号。同时，该条款将监管介入门槛设定为“发现”或“涉嫌”，一定程度上缓解了经营者面对“夹带”“掉包”等隐蔽行为时举证难、维权成本高的困境，有助于诚信经营者及时获得法律救济与保护。

由此可见，《办法》不仅直接回应了近年来市场治理的痛点、难点，而且在法治轨道上进一步推进了营商环境的优化。但若要更加有效治理恶意索赔现象，则还需要构建

多元共治格局。互联网平台掌握原始日志、物流轨迹等海量数据，在技术上有能力成为识别异常行为的“第一道过滤器”。在实体层面，平台应将“欺诈”“敲诈勒索”的核心要件写入用户协议与平台规则，实现平台自治与公法责任的衔接。例如，通过分析索赔金额是否远超损害赔偿上限、是否隐含“不给钱就给差评或进行投诉”等要求、是否在短期内对同一经营者、同一类商品服务、同一类问题集中投诉等，建立风险识别模型。在程序上，平台可将《办法》确立的规则嵌入现有处理流程，对高风险投诉启动由平台、商家及消协等多方参与的快速核查机制，在保障程序公正的同时，为后续执法司法部门介入提供支持。此外，市场监管部门还可探索与公安、法院、检察院、平台企业建立信息共享与协同响应机制，形成“从预警、核查到移送、惩戒”的全链条闭环管理。

总而言之，《办法》积极回应了市场治理需求，力求通过划清维权与滥用权利的边界，遏制恶意索赔现象的蔓延，净化市场环境。当然，《办法》的有效实施有赖于法律的严格执行、配套细则的完善、平台责任的落实以及社会诚信的共建。而构建一个让诚信经营者安心经营、广大消费者放心消费、市场资源高效配置的市场秩序，既是优化营商环境的重要举措，也是推动社会经济高质量发展的重要保障。

(作者系清华大学法学院院长聘教授)

(来源:法治日报)

别让机票锁座锁丢旅客信任

舒爱民

乘坐飞机时，消费者常常遇到这种情况：在线选座，却发现靠前、靠窗、靠过道等较为便利、舒适的座位常被单独锁定，要么无法选择或需要线下选择，要么需用积分或里程等权益兑换。这看起来是航空公司对服务层级的细分，实则是通过锁定优质座位变相增加收益的手段。前段时间，江苏省消保委发布《航空公司机票锁座调查报告》，报告中提到有多家航空公司的经济舱均存在机票锁座行为。

这种普遍存在的“机票锁座”现象，表面上是航空公司服务分层的商业策略，实则折射出公共服务资源被异化为牟利工具的深层危机，亟须警惕与纠偏。

航空运输作为国家重要的基础性公共服务，承载着亿万民众安全、便捷出行的期待。机票价格本应涵盖合理选座等基础服务，座位分配应以公平、透明为原则。然而，部分航空公司却将优质座位提前锁定，形成“付费解锁”或“会员专享”的变相二次收费机制。江苏省消保委调查数据显示，被抽查

的10家主流航司经济舱锁座比例平均高达38.7%，最高达62.1%。如此高比例的锁定，早已超出保障配载平衡或应急疏散的合理需求。

此外，令人诟病的是，锁座规则普遍缺乏透明度。购票页面对哪些座位需付费、收费标准、锁定依据等信息标注模糊，消费者往往在选座时才被动发现“心仪座位已不可选”，陷入“花钱解锁”或“接受差座”的两难困境。这种“先购票后告知”的模式，严重侵犯了消费者的知情权与自主选择权，违背了《消费者权益保护法》所确立的公平交易原则。

航空公司追求经济效益无可厚非，但任何商业模式的创新都必须守住法律底线。将本应包含在票价中的基础服务拆分为附加收费项目，实则是对消费者权益的变相剥夺。长此以往，虽或带来短期收益，却会严重损害品牌形象与行业口碑。一旦消费者对航空出行失去信任，行业的发展根基也将被动摇。

破解“机票锁座”困局，必须多方协同发力。监管部门应尽快明确锁座行为的法律边界，制定量化标准，如设定锁座比例上限、规范锁定理由、强制信息公开，并对违规行为加大处罚力度。目前，江苏省消保委已约谈相关航空公司并责令其限期整改，在此前前提下，还需构建长效机制，防止“一阵风”式治理。航空公司自身也应主动回归服务本质，重构选座规则，做到“免费座位保基本、付费座位供选择”，确保同等票价旅客享有平等的选座权利。

同时，消费者也应增强维权意识，遭遇不合理锁座时积极投诉反馈，用法律武器捍卫自身权益。唯有形成“监管有力、企业自律、消费者觉醒”的良性生态，才能真正推动行业向公平、透明、可持续的方向发展。

航空出行的温度，不仅体现在餐食与舱位，更在于是否让每一位旅客感受到尊重与公平。别让“锁座”锁住了舒适，更锁住了信任。唯有摒弃短视盈利，回归服务初心，民航业才能真正展翅高飞。

(来源:北京青年报)

让违规复出的劣迹艺人没市场、无流量

新华社记者 吴植 闫睿

下沉县域商演捞金、直播间改名换姓带货、打“公益”旗号洗白……劣迹艺人线上线下违规复出、失德失范屡屡发生，触碰公序良俗底线，污染文化传播生态。

文娱行业不是失德者逐利的“逍遥场”，对漠视监管、挑战公序良俗的行径，必须坚决整治、从严纠偏。

事实上，文娱从业者的言行“负面清单”早已划得清楚明白。中国演出行业协会相关管理办法将涉毒、涉赌等十余类行为列为禁区，明确不同的联合抵制期限及严格的复出评议程序。

违规复出乱象为何难遏止？根源在于部分从业者利欲熏心，有的平台追求流量至上，也在于监管存在漏洞，治理合力尚未形成。劣迹艺人钻“线上线下监管差异”空子，借“下沉市场信息差”规避监督；“饭圈”乱象推波助澜，也让不良风气在一些粉丝群体中蔓延。

文艺承担着成风化人的职责。对乱象整治须直击要害，堵住监管漏洞、划实规范红线。对演艺活动的监管不能止步于对经纪公司提交的合同、证照做形式审查，不能只是“流程盖章”的走过场。行业协会也要绷紧自律之弦，严格执行联合抵制机制，净化行业生态，对违规复出坚决说“不”。

针对有些劣迹艺人线上“借网重生”，平台不能“装睡”。要摒弃流量至上，优化算法逻辑，把好审核关口，完善举报机制，及时发现和下架劣迹艺人相关内容和不良导向视频，不留传播空间。

源清则流清，行正则业兴。严规矩、实监管，让违法失德者无漏洞可钻、无市场可依，才能更好引导文娱行业回归本源，让正气充盈文化传播空间。