

[读者来论]

# “限高令”被钻空子 法治篱笆得扎紧

□ 徐建辉

在法律上,对于未履行生效法律文书义务的被执行人,法院通常会发出一道“限制消费令”,简称“限高令”或“限消令”。这是一种强制执行措施,通过约束他们的高消费行为,来保障债权人权益。这些高消费行为包括乘坐飞机、入住星级酒店、购买不动产等。然而,近期多地法院通报了违反限制消费令乘机的典型案例。(1月26日中央广播电视总台中国之声)

众所周知,“限高令”作为一项重要的强制执行措施,其立法初衷在于通过约束债务人的高消费行为,增加其失信成本,从而督促履行、保障债权、捍卫司法权威。从河南西峡的个案到福建全省一年内数百起的违规案例,事实表明,规避行为已非偶然。一些被执行人以“业务紧急”为由铤而走险,更有甚者催生了专门助人“解除限高”“代订机票”的灰色中介,形成了一条游走于规则边缘的产业链。

细察其规避手段,不论是利用护照信息在境内外票务系统间“穿行”,还是“借证乘车”的移花接木,技术性规避的背后,均指向一个更深层的系统性问题:跨部门协同监管存在断层。当前,法院的“限高”名单与公安、出入境、铁路、民航等关键执行部门之间的信息共享与实时核验机制尚未臻于完善。数据壁垒形成的“信息孤岛”,为失信者留下了可乘之机,削弱了禁令的实际威力。

“立法,有犯而必施。”唐代魏徵的警句至今仍振聋发聩。法律的生命力在于执行,其权威则来源于不容挑战的刚性。倘若“限高令”可被轻

易绕过,不仅直接损害债权人的合法权益,更将侵蚀司法文书的严肃性,向社会传递出“失信代价可被技术性化解”的错误信号,长远而言将动摇社会诚信的根基。

因此,堵漏刻不容缓,这是一场必须打赢的捍卫法治尊严之战。当务之急,是着力编织一张真正密不透风的联合惩戒之网。这需要从顶层设计上强力推动,彻底打通司法与行政、交通、金融、市场监管等部门间的数据阻隔,实现被执行人各类证件信息和消费场景的动态联网与实时拦截,让技术手段服务于法治的严密。

同时,必须强化法律责任的全链条追究。对于提供规避服务的“黄牛”中介,以及出借身份、协助违规的亲友,法律应明确其妨碍执行的违法属性,并施以具足够震慑力的处罚,彻底斩断灰色利益链。此外,亦需探索建立更便捷、规范的临时解除“限高”申请通道,回应确属紧急、正当的特殊情况,体现法律的理性与温度。

唯有让制度的每一个环节都坚实咬合,让“一处失信、处处受限”成为触不可破的现实,方才令所有心存侥幸者望而却步。堵上“限高”漏洞,其意义远超个案执结,它是在加固社会诚信的堤坝,是在每一个细节处彰显“失信必惩、守信畅行”的法治文明刻度,确保正义不仅彰显于判决之上,更能无阻地通行于现实之中。



王怀申 作

[新华时评]

## 意见征求不能征而不用问而不理

□ 新华社记者 覃星星 王楚然

岁末年初很多部门和单位纷纷开展征求意见活动,旨在开门纳谏、集思广益,提升工作质量。但在实际操作中,有些部门却是“虚心接受,坚决不改”“有没有意见是你的事,采不采纳不关你的事”,导致征求意见沦为“走过场”。

记者调研发现,不少所谓的“征求”并非真求。有的让把意见发至指定邮箱,但邮件却长期处于“收件人未读”状态;有的搞“过滤式”征求,只找“自己人”,在封闭的小圈子内完成“意见统一”;有的是“甩锅式”征求,表面问计于民,实则是为了万一决策失误,能用“已征求意见”为由推卸责任;还有的忙着“赶工期”,周五发通知、周六就反馈……

征求意见作为问计于民之举,本是通过广泛吸纳社会各界的智慧与诉求,让最终出台的文件更科学合理、更符合实际,让相关政策更好操作、更易落地,但在一些地方和部门却走了样。这种“走过场”式意见征集,不仅无助于科学决策,还会寒了民心,伤了基层治理的公信力。从根本上说,是一些部门和单位的官僚主义、形式主义作祟。

根治意见征求“征而不用、问而不理”的顽疾,要在“真”字上较真儿,通过强化制度刚性,把群众满意度作为重要标准,校准履职靶心,确保“真求意见、求真意见”。要在“实”字上用力,将意见征集、采纳和落实情况纳入政务公开,既增强公众的参与感和获得感,也倒逼征集者提高工作质量和效率。还要加大督查力度,严肃查处把意见征求当“走过场”的敷衍行为。

拿出“闻过则喜”的胸襟、“知过不讳”的态度和“改过不悛”的执行力,认真倾听、对待每一份声音,意见征求工作才能成为汇聚民智、凝聚共识、优化治理的生动实践。

[热点聚焦]

## 玩“小字营销”把戏是在自掘坟墓

□ 陈广江

据现代快报报道,春节临近,各类礼盒开始热销。有网友发现在某网购平台售卖的“百草味坚果大礼包”,宣传重达958克,但其中有660克是饮料,还有部分是饼干零食,真正算得上是坚果的核桃仁只有33克。有网友质疑,这样的宣传方式是有意误导消费者。1月25日,百草味官方旗舰店客服回应称,该系列坚果大礼包的确含有百草味特色饮品,会将网友的质疑记录下来向上反馈。

媒体调查发现,涉事商品名称、主图及链接均突出“坚果”“干果炒货”等字样,且主图展示腰果、夏威夷果等坚果,而未明确标注含饮料零食,只有点开详情小图时,才能看到礼盒的具体内容。有律师指出,此类行为涉嫌虚假宣传,侵犯消费者知情权。

名为“坚果大礼包”,实物却以饮料和饼干为主,坚果反倒成了点缀,这类操作并非新鲜事,本质上仍是饱受诟病的“小字营销”套路。这种营销套路模糊了重点,弱化了关键限制条件,使得消费者在匆忙购物或信赖品牌的情况下,容易产生误判。

这种营销手法,短期看或许能吸引一些订单,长远看却是在透支品牌信誉、消耗市场信任。消费者购买“坚果大礼包”,预期自然是以坚果为主。拿到手发现大半是饮料饼干,失落感必然转化为对品牌的反感与不信任。市场经济的基石是诚信,任何玩文字游戏、误导消费者的行为,都是在侵蚀这块基石。或许商家觉得打“擦边球”是小事,但在法律

与道义层面,都已亮起红灯。

从法律角度审视,此类行为已游走在违法边缘。反不正当竞争法明确规定,经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传。消费者权益保护法也保障了消费者的知情权与公平交易权。将少量的坚果与大量的饮料混合,却以坚果为核心卖点进行包装宣传,足以对消费者造成误导,涉嫌虚假宣传。

“小字营销”背后,反映的是一种投机取巧的经营心态,商家总以为消费者不会细看,总以为“最终解释权”能成为万能盾牌。在信息传播日益迅速的今天,任何不诚信行为都有被放大审视的可能。一条网友的爆料,足以让品牌陷入舆论风波;付出的声誉代价,远非一时投机所得能够弥补。

商家应清醒认识到,真正的“销量密码”不是华而不实的包装与话术,而是货真价实的产品与真诚相待的服务。市场监管部门也应加强巡查与指导,对明显误导、打“擦边球”的行为及时亮剑,营造清朗、公平的市场环境。

说到底,“小字营销”的把戏早该退场了。现代商业竞争,靠的应是过硬品质与真诚服务,而非玩文字游戏、制造认知偏差。年货消费本是情感传递,不应沦为套路比拼。让商品信息清清楚楚地呈现,让消费者明明白白地消费,这才是市场应有的样子。

## 分类 信息

国内统一连续出版物号:  
CN 53-0030

云南省级媒体《春城晚报》

刊登热线:

0871-64110112

本栏目中的链接、信息和其他第三方内容,仅为提供更多信息之目的,不代表本报对其内容的认可或负责。信息内容的真实性、准确性和合法性由信息提供方负责,读者应自行判断其适用性,并承担所有风险。

**劳动合同期满终止的公告**  
张志敏(身份证号码:530127\*\*  
\*\*\*\*\*3519):您与我公司签订的劳动  
合同已于2021年8月31日期满,  
合同期满后,您未到岗工作,且未办  
理任何续签或离职手续。在此期间,  
我公司已多次通过电话、短信及  
书面形式通知您前来办理劳动合同  
终止的相关手续,但您均未回应。  
现根据《中华人民共和国劳动合同法》  
第四十四条第一项规定,双方劳动  
合同已于上述日期自然终止,  
特此公告。  
云南融茂投资有限公司  
2026年1月27日

承租人詹斌遗失五华区住房和城  
乡建设局房管所春晖小区4栋2单  
元502号公房屋租赁合同,租  
赁合同号:N000017656,登报作废。

大理市麒麟酒店遗失食品经营许可证  
证副本,许可证编号:JY153290102  
39867,声明作废。

昆明市欧亚园林设计工程有限公司  
(统一社会信用代码:91530112685  
29419K)遗失中国建设银行股份有限公司  
昆明西华园支行(账号:5300  
1615539051002571,基本存款账户  
编号:J7310018679102)的公章一  
枚,登报作废。

徐海峡于2026年1月25日不慎遗  
失身份证,证号:5223211980051504  
29,自本声明登报之日起,本人不承  
担身份被他人冒用引发的法律责任,  
特此声明。

颜天秀2025年9月15日遗失身份  
证,证号:512527195807101403,登  
报挂失。

滴滴出行网约车驾驶员王学成(身  
份证号:530111196908226559)遗失网  
络预约出租汽车驾驶员证,登报作废。

