

# 自然资源资产产权制度改革解读

新华社北京4月14日电 中共中央办公厅、国务院办公厅《关于统筹推进自然资源资产产权制度改革的指导意见》14日对外公布，这对加快健全自然资源资产产权制度，统筹推进自然资源资产确权登记、自然生态空间用途管制改革，构建归属清晰、权责明确、监管有效的自然资源资产产权制度，具有重大推动作用。

产权制度是社会主义市场经济的基石，推进自然资源资产产权制度改革，一大关键就是处理所有权与使用权的关系。因此以土地“三权分置”为代表的所有权与使用权分离改革探索，就成为一大看点。

自然资源部综合司有关负责人说，为解决自然资源所有者不到位、使用权边界模糊等问题，意见提出多方面主要任务，首当其冲就是健全自然资源资产产权体系，推动自然资源资产所有权与使用权分离，加快构建分类科学的自然资源资产产权体系，处理好所有权和使用权的关系，创新自然资源资产全民所有权和集体所有权的实现形式。

——土地方面，落实承包土地所有权、承包权、经营权“三权分置”，开展经营权入股、抵押，探索宅基地所有权、资格权、使用权“三权分置”，加快推进建设用地上、地表和地下分别设立使用权，促进空间合理开发利用；

——矿产方面，探索研究油气探采合一权利制度，加强探矿权、采矿权授予与相关规划的衔接，依据不同勘查阶段地质工作规律，合理延长探矿权有效期及延续保留期限，根据矿产资源储量规模，分类设定采矿权有效期及延续期限，依法明确采矿权抵押权能，完善探矿权、采矿权与土地使用权衔接机制；

——海洋方面，探索海域使用权立体分层设权，加快完善海域使用权出让、转让、抵押、出租作价出资（入股）等权能，构建无居民海岛产权体系，试点探索无居民海岛使用权转让、出租等权能。完善水域滩涂养殖权利体系，依法明确权能，允许流转和抵押。理顺水域滩涂养殖的权利与海域使用权、土地承包经营权，取水权与地下水、地热水、矿泉水采矿权的关系。

紧随其后，就是强调明确自然资源资产产权主体，以解决自然资源资产产权主体规定不明确、自然资源资产所有者主体不到位、所有者权益不落实、因产权主体不清造成“公地悲剧”、收益分配机制不合理等问题。

为此，意见提出研究建立国务院自然资源主管部门行使全民所有自然资源资产所有权的资源清单和管理体制。探索建立委托省级和（地）级政府代理行使自然资源资产所有权的资源清单和监督管理制度。完善全民所有自然资源资产收益管理制度，合理调整中央和地方收益分配比例和支出结构。推进农村集体所有的自然资源资产所有权确权，依法落实农村集体经济组织特别法人地位，明确农村集体所有自然资源资产由农村集体经济组织代表集体行使所有权，农村集体经济组织成员享有合法权益。自然资源部综合司有关负责人说，意见还强调保证各类市场主体依法平等使用自然资源资产、公开公平公正参与市场竞争，同等受到法律保护。

## 23省份招录近9万名公务员

未来一段时间，全国多地将密集举行2019年度公务员省考笔试。其中，广东省的笔试近日举行，而在本月20日，还将有22个省份同日举行“联考”，记者统计，这23个省份共计划招录公务员近9万人。

今年3月以来，各地的公务员省考招录密集启动。记者统计，有23个省份将在本月扎堆举行公务员考试的笔试。这些省份包括：

天津、山西、内蒙古、吉林、黑龙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、海南、重庆、四川、贵州、云南、广西、西藏、陕西、宁夏和新疆。

观察各省份的考试时间，除了广东将省考时间定在4月13日外，其他22个省份将公务员招录的笔试时间定为4月20日，在考生中，这也被称为“公务员联考”。

“以往各省份的考试时间不同，考生会报多个省份的考试，最后造成岗位无法正常完成招录的现象。”有关专家分析，统一时间，统一规划，有利于对编制进行整合规范，强化机构编制管理刚性约束。

在招录人数方面，记者根据各省份发布的招录公告统计，上述23个省份共计划招录8.9万余人。

据中新网

“穿越历史老集市，让物价回归1948”，如此“穿越”究竟闹哪样？近日，某商家以民国物价为噱头的营销海报引发热议。广告策划者自以为物价低廉的年份，在史实中却满是“物价容易把人抛，薄了烧饼，瘦了油条”的严重通胀情景。这种歪曲历史的操作，自然被人拍砖。

民国时期通货膨胀、民不聊生的各种奇闻并不冷僻，在中学历史教科书中就有很多描述。为什么连中学生一眼就能看出的常识性问题，却会被一些人奉为别出心裁的“创意”？“奇葩”海报的出现，表面看是某些人的历史常识“让人捉急”，却也从一个侧面反映了消费历史的“跑偏”倾向。

实际上，以消费主义思维、娱乐化心态对待历史，并非个案。有的调侃英

烈壮举，有的打着“戏说”的幌子肆意编排，有的为了轰动效应故作惊人语甚至哗众取宠……这些做法不仅屡屡出现在影视、广告等大众媒介中，一些名人、网红在谈论某些历史问题时也是错谬频出，给大众特别是青少年群体造成了历史认知的混乱。

文娱、商业与历史题材发生联系是

## 别让奇葩广告消费历史

常见的事情，但如果这种联系是以混淆黑白、颠倒是非为代价，以制造噱头、颠覆“三观”为能事，不但站不住脚，更会受到社会谴责。在有些人眼里，历史成了任人打扮的小姑娘，只要能追名逐利，尽可“为我所用”，于是改编成了乱编、戏说成了胡说、化用成了滥用……如果对历史缺乏起码的敬畏

之心，类似“让物价回归1948”的笑话就难保不会再次出现。

一个民族的历史是一个民族安身立命的基础，这是为什么世界上大多数国家都注重历史编修、研究和教育的原因所在。对历史的敬畏，最基本的一条就是尊重史实和常识，不能随意歪曲和涂抹。不管是商业机构还是文娱明星，拿历史说事的时候，理应多一份谨慎，多一份敬畏，不能在名利面前昏了头脑，乱了方寸，说一些让人大跌眼镜的胡话。

不是所有的“穿越”都能捡到便宜，不是所有的“脑洞大开”都是好创意。“奇葩”海报下架了，商家也出来致歉了，一场网络围观某种意义上变成了历史常识普及课。这场风波再次提醒我们：历史不可忘却，应该永远铭记于心。

新华社北京4月14日电



相亲会上觅良缘

4月14日，青年男女在联谊活动上玩游戏。

当日，一场以“竟然遇见你”为主题的单身青年联谊活动在河北省石家庄市举行，来自中建三局北京公司河北经理部、河北医科大学第二医院等多家单位的100多位单身青年齐聚于此，开启一场浪漫的缘分之旅。

新华社记者金良快摄

## 数据告诉你，奔驰车主在“哭诉”什么

新华社电 一段“奔驰车主哭诉维权”的视频，让西安利之星汽车有限公司与奔驰中国陷入舆论漩涡。通过对相关数据进行分析，可以看出相关话题热度自4月10日以来持续受到网民关注。

### 一辆漏油车引发的舆情热度

4月11日，相关视频热传成为事件舆情热度的第一个高峰。该视频在网络上流传后，迅速引发舆论关注。西安当地成立由工商、质检、物价部门组成的联合调查组，调查涉事门店汽车质量问题。

13日下午，涉事企业发布声明令舆情热度再起，达到第二个高点。北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司通过其官微就“奔驰车主哭诉维权”一事首次发布声明，但网民表示“并不买账”。

14日上午，官方回应、车主8点诉求、车主与涉事企业高管协商录音曝光，再次推高舆论关注度。西安市互联网信息办公室在官方微博发布消息称，涉事4S店涉嫌质量问题已被立案调查，市场监管部门责成尽快退车退款。同时，网民点赞车主向联合调查组提出的8点诉求有理有据、合情合理，更反衬出车主与店方高管谈话录音中店方的态度傲慢、店大欺客，进一步助推事件舆情热度。

大数据分析显示，在此次事件传播中，深陷消费纠纷的奔驰和4S店受到强烈关注，“傲慢”“推诿”等成为网民对涉事店家评价的高频词。此外，车主有理有据思路清晰的维权视频、诉求清单引发网民强势围观，“哭诉维权”“消费者权益保护”成为热词。

### 奔驰车主在“哭诉”什么

“失态”式维权，讲理的人讨公道咋这么难。15天的耐心交涉不被重视，车主无奈只能通过坐在车前盖上哭诉“我就是太讲道理”，只有这样闹才能“把事情闹大”，才能讨回公道。虽然维权方式“失态”了，但在联合调查组介入后，车主依旧不卑不亢、有理有据地提出8点合情合理的诉求，这样的消费者弱势令人心疼，也让不少网民产生了共鸣。网民说，维权成本过高的情形在生活中并不少见，消费者权益受到侵害时，常常要面临与商家的拉锯式谈判和诉讼，理性维权还常常“受欺负”，最终要么不了了之，要么只能靠“按闹分配”来维权。要是能好好说话，谁又愿意脸面尽失，把一个文化人变成“泼妇”呢？维权，不该这么难！

店大就敢欺客，商家“漏”了良心。涉事店家姗姗来迟的声明、处理过程中的傲慢和推诿难免令人产生店大欺

客、有恃无恐的印象，说明商家并没有将用户的合法权益放在重要的位置，砸了“百年汽车老店”的招牌。不少网民借着这一舆情热点吐槽自己在4S店遇到的乱象，“要不是这次维权，我都不知道4S店可以退车”“不在店里买车全险不让提车”“买车强制加收服务费，不给钱就恐吓”……有网民说，汽车行业存在的乱象由来已久，有些4S店早已不再信奉顾客至上，反而用尽坑蒙拐骗的方式消耗公众信任和品牌公信力。正如新华网评论所说，树立品牌千日功，自损形象旦夕间。奉劝商家，漠视消费者，最终伤的是自己。

让每个人都能找到“说理的地方”。随着我国汽车保有量的增加，相应的维权情形未来难免有所增多。如何避免“按闹分配”“全民围观”的再度上演，需要监管部门和商家的共同努力。就像车主在视频里说的那样，“我就不信这个天下没有说理的地方”，顺着这一事件倒查车主投诉过的部门是否存在不作为现象，梳理、疏通消费者投诉渠道，让大家天天都有处说理，时时都能好好说理，是事件调查需要解决的难题。希望在相关职能部门和商家、消费者的共同努力下，市场环境更清朗，投诉渠道更畅通，“按闹分配”更少见，老百姓购物更舒心。