

汕头估值上亿元的违建“英之园”被拆除

“最牛”违建私人豪宅，占地而建引争议

“英之园”位于西二社区东北方向，是潮汕传统风格建筑群，占地面积庞大，给人强烈视觉冲击。尽管近期天气炎热，在未拆除之前仍有大批参观者聚集于此，此前该园每天仅开放两到三次，其余时间大门紧闭。园内采用潮汕传统“驷马拖车”格局，中央是陈氏祠堂，四座四合院拱卫两侧，北侧有七幢现代风格别墅，还有仿古凉亭。然而，园外张贴的公告表明这些建筑系违建，违法建筑包括老式厝、楼房、凉亭部分及大门、围墙等。据调查，“英之园”占地57.389亩，其中54.561亩为集体工业用地，2.828亩为耕地。

多位村民回忆，“英之园”所在地块早年为农田，2011年陈氏家族开始填土平整，2013年正式动工，大部分时间紧闭大门施工，仅一位老人和一条狗常年居住看守。

韩山师范学院历史文化学院副教授欧俊勇介绍，在潮



5月28日晚，广东省汕头市潮阳区人民政府发布情况通报，依法拆除位于西胪镇西二社区的“英之园”违法建筑物。29日上午，这一座估值1.14亿元的“英之园”大部分建筑已被拆除，“完全夷为平地”。

汕地区，“起大厝”被视为当地人三大心愿之一，且习惯家族聚居，民宅普遍高大宏伟。陈英彪生于1945年，早年当过兵，退伍后在西胪人民公社保卫处工作，有三个儿子和七个孙子，祖孙三代人口数与“英之园”内的四座四合院、七栋别墅相对应。

改革开放后，西胪镇不少人赴珠三角投身建筑行业并转型房地产，陈英彪家族亦如此。2009年，陈赐雄、陈赐平创立广东英之皇集团，在惠州开发多个住宅社区和商业文化中心，“英之园”由其出资。

村民多次反映无果，利益复杂难推进

“英之园”是占地庞大的违建，持续建设近十年引村民

封条被拆且仍施工。陈英彪不服处罚，2020至2023年走司法程序。2024年，汕头市自然资源局责令其拆除。同年3月，时任及原村主任等被调查，4月陈伟林因涉嫌非法转让土地使用权罪被捕。

豪华违建虽已拆除，追责问责不能停

5月16日晚间，潮阳区人民政府通报，纪检监察机关、司法机关已对构成犯罪的人员依法追究刑事责任，对有关部门公职人员严肃追责问责。目前，舆论对拆除“英之园”呈两极分化，一些人认为拆除是资源浪费，一些人则认为应依法执行。2024年12月，汕头市相关部门联合发布《汕头市违法建设分类处置指导意见》，将违法建设分为三类并提出三种处置方式。汕头市自然资源局办公室主任宋伟军表示，最初考虑“英之园”有工艺、文化价值，打算没收归公，但陈英彪拒不配合，最终法院判决拆除。(综合央广网、《中国新闻周刊》)

近日在某社交平台，一则将普通中性笔组装成超高仿真度、可发射的AWM“狙击步枪”视频引发热议。视频中，3支中性笔被拆解成笔杆、弹簧等零部件，经博主重新组装，一把迷你“笔枪”便完成了。然而，这类“笔枪”存在危险性，已有男孩自制笔芯射穿同学眼角膜、手掌被同学“笔枪”弹射插入笔尖等事故发生。

学生模仿“笔枪”引发教师担忧

“笔枪”取材容易、制作方便，导致未成年人跟风效仿。不少网民在评论区表示孩子存在模仿行为，并对此表示担忧。组装“笔枪”的原材料为中性笔，是中小学生常用书写工具，校门口小卖铺、文具店均可买到，平均售价2元一支，电商平台更便宜。用中性笔改装“笔枪”的教程视频早已出现，只是此前“笔枪”外形不如近期精致，但核心逻辑都是以文具为材料制作可发射型“笔枪”。

浙江绍兴初一学生李琪称，班里男生天天玩“笔枪”，班主任十分生气。北京某小

射穿眼角膜！“笔枪”风险不小

一名男生用自制“笔枪”射出竹签，径直穿透同学作业本。业内人士表示，“笔枪”虽不算枪支弹药或非法改装，但发射尖锐物品很危险。

不少受访家长认为，此类用中性笔改装“笔枪”的视频不宜在社交平台传播，平台应加大监管力度。广东中山尹先生说，这种视频引导孩子制作有伤害性玩具，危险系数高，自己儿子看了后养成拆装文具的不良习惯。还有家长质疑，有些视频标题强调在学校就能做，不考虑安全隐患，为何能通过审核、不及时下架。

告诫难以遏制“笔枪”流传风气

在采访中，记者注意到热衷用文具改装“笔枪”的多为中小学生，家长与老师的告诫难以遏制其在校园内风行。江西南昌的张女士是五年级小学生母亲，整理孩子文具时发现很多中性笔被拆解，得知孩子是从视频教程里学来改装“笔枪”，且这种“笔枪”在男孩子间流行。孩子称班上有

孩子近距离弹射时，脸部皮肤被戳破，张女士严厉禁止孩子组装“笔枪”，并向老师反映，老师虽在家长群发文提醒、组织学生观看科普视频，但仍有机子偷偷制作。

实际上，由“笔枪”引起的意外事故已发生。尹先生的大儿子在学校午休后至下午课程开始前，与同学玩角色扮演游戏时，被同学用“笔枪”对着眼睛弹射，左眼立刻流血，送医后诊断为眼角膜破裂，需紧急实施缝合手术，住院期间视力一度降至0.2，被评定为二级伤残。事故发生后，尹先生到学校查看监控，看到七八个男孩参与，儿子躲都没地方躲。尽管经过矫正，儿子视力恢复到0.8或0.9，但成年后随时有青光眼伴发的可能性。

“笔枪”之患，不容小觑。为保障校园安全，家长、老师应加强对孩子的教育引导，社交平台也应切实履行监管责任，下架相关危险视频，避免类似悲剧再次上演。

(摘自《法治日报》5.21 赵丽/文)



2025年5月
30 星期五
乙巳年五月初四
总第3456期 (今日16版)
湖南日报报业集团主管
华声在线股份有限公司主办、出版
国内统一刊号:CN43-0032
邮发代号:41-13 总编辑:盛伟山
全国邮政服务热线:11185
本报邮箱:web-bwb@163.com

“六一”全民化

“过不了儿童节，但也要享受儿童节的快乐！”“六一”儿童节临近，长沙消费市场掀起一股童趣热潮。“从小朋友的节日到全龄段的狂欢，不仅是节日经济的升温，更折射出社会对治愈消费、情感消费的深层需求。当玩具超越物理属性，成为连接过去与现在的情感载体，其背后的商业价值与社会意义，或许比玩具本身更值得玩味。”业内人士指出，成年人过儿童节不仅是一种怀旧的补偿式消费，而购买儿童玩具等产品也是一种自我解压的方式。(摘自《三湘都市报》) 今日短语

中国邮政发行百强报刊



导读

- ③版 美政府打压哈佛大学背后
- ④版 十万非洲士兵曾在缅甸抗日
- ⑧版 诗词写尽端午情
- 14版 加入136部队的华人特工

别让孩子的青春被流量扭曲

近期，未成年人在公共场所进行危险骑行、滑板等“玩命式”表演的现象引发社会广泛关注。不戴护具、无视人流，在台阶、步梯间俯冲炫技……这类行为常被拍摄成短视频上传网络，以“酷炫”“潮流”为标签吸引流量。

争强好胜、热衷表现自己，是青少年的特性，但那些在镜头前做出高难度动作的孩子，却未必真正理解“极限运动”的专业边界。未戴护具的身体与坚硬地面的碰撞、失控车辆冲向人群的尖叫，这些被打上“街头潮流”“少年热血”标签的视频，每一帧都暗藏着致命风险。有青少年因模仿网络视频摔断锁骨，却在伤口未愈时再次站上滑板——这种对疼痛的麻木，本质是被流量逻辑驯化的结果。

当社会将这些危险行为轻描淡写为“青春叛逆”时，我们必须清醒地看到：这不是少年的自我张扬，而是成人的失责。被流量扭曲的“勇敢者游戏”背后，是监护责任与平台监管的双重塌方。部分家长对孩子的危险行为视而不见，甚至主动担任摄影师、剪辑师，将未成年人保护法抛诸脑后。某些家长将孩子视为行走的网红账号，在镜头后用“再摔一次就给买新装备”的话术，诱使孩子在危险边缘反复试探。这种失职的根源，是功利主义对亲子关系的侵蚀——一些家长幻想着靠一条爆款视频让孩子“一夜成名”，不顾孩子

骨骼发育尚未成熟、心理认知仍不足以评估风险的客观实际。

算法对刺激性内容的偏好，正在制造“越危险越热门”的信息茧房。一些平台对现实中的危险行为睁一只眼闭一只眼，这种选择性监管的本质是对流量的妥协。拿生命博流量，绝不该是孩子的“青春叛逆”。当“玩命”成为获取关注的捷径，当“伤痛”成为流量变现的筹码，本应无忧的青春，就这样被异化成一场充满算计的商业表演。遏制这一乱象，需要建立监护人追责机制，用即时制止的“硬措施”对冲流量诱惑的“软侵蚀”。

(摘自《北京青年报》5.27 瞿周/文)

近日，武汉市民魏女士用她平时攒的4.5万元碳减排量，成功抵扣当月90元贷款利息的消息引发关注。

2023年，武汉碳普惠综合服务平台——“武碳江湖”小程序上线。市民可通过公共出行、垃圾分类、低碳用电等11类低碳场景积累碳普惠减排量，减排量可按照“1000克=2元”的标准，实时兑换利息红包，直接抵扣按揭贷款、综合消费贷款和个人微型消费贷款等利息。魏女士成为首个享受“绿色行为变金色收益”的用户。

用碳减排量抵扣银行利息，钱虽然不多，但“骑车、乘地铁都能赚钱”的感觉，很爽！——魏女士说：“我曾用2万元减排量兑换过葡萄酒；用3000元减排量兑换过超市5折券。”这些小福利让她更热爱低碳生活。

这体现了绿色消费跟住房消费更好地结合——上海易居房地产研究院副院长严跃进对此表示。无论绿色出行还是房贷利率抵消举措，本质上都旨在促进消费更好发展。

当骑行通勤被视为“赚钱”方式，当垃圾分类转化为“碳资产”，环保就成为触手可及的经济理性选择——这种认知的转变对培育大众环保意识具有深远意义。(综合《光明日报》《每日经济新闻》)

热点围观

责编:黄明 版式:曾善美 校对:胡永龙



甜品师复刻“妇好鸮尊”
“妇好鸮(xiāo)尊”甜品文物是湖北85后甜品师邹明磊众多作品中，她最舍不得“切”的作品之一。这些甜品文物乍看几乎与原件难辨异同，文物的身体部分用蛋糕来制作，最外层用可可粉调出的褐色翻糖皮包裹，作为青铜器的打底色，再加上抹茶粉的绿、蝶豆花粉的蓝，让作品更具青铜质感。她打算用甜品做100件文物。

(摘自《重庆日报》5.26)

一滴墨的点睛之笔

夏日，朝气蓬勃。苏轼说，“绿槐高柳咽新蝉”；周邦彦说，“水摇扇影戏鱼惊”。如果把诗意融入产品，一家企业能创造什么样的“风景”？

天津市鸵鸟墨水有限公司的答案是：从国内走向世界各地。去年，鸵鸟墨水的文创产品——二十四节气层析彩墨水出口海外。将“小满”墨色命名为“绿槐”，“小暑”命名为“竹喧”……不同节气对应不同墨色，每种墨又与诗词或典故密切相关，研发团队用新创意呈现传统文化的故事性，通过大量色层分析和原料匹

能从中找到产品独特而有质感的点睛之笔，找到与市场的契合点，以一滴墨、一杯茶、一块布撬动大市场。

到什么山就该唱什么歌。进入海外市场后，有的企业推出与本地品牌联名的限定款，有的将产品和服务本土化、推出个性化“菜单”，还有从当地文化中汲取灵感、讲出新故事。中华文化具有兼收并蓄的开放胸怀。从中国而来，但不拘泥于身上的中国标签，多些融合创新的思路，出海企业才能更接地气。

(摘自《天津日报》)