



新华通讯社重点报刊

第5526期 总第6492期

统一刊号/CN32-0104

邮发代号/27-67

主办/新华通讯社

出版/江苏现代快报传媒有限公司

即时互动平台

现代快报网/www.xdkg.net

官方微博/@现代快报

官方微信/现代快报



地址/南京市洪武北路55号置地广场

邮编/210005

传真/025-84783504

24小时新闻热线/025-96060

本报员工道德监督电话

025-84783501

本报法律顾问

北京大成(南京)律师事务所 朱昱律师

封面叠主编 王磊

头版责任编辑 刘伟

零售价每份1元

●南京、苏州、无锡、常州、镇江、扬州、泰州、南通、盐城、连云港、淮安、徐州同步印刷

景区连“功德”钱都骗，还要轻饶？

言论提要：一些管理部门对收费景区长期存在的柔性管理、妥协式管理，才是令景区经营者有恃无恐的根本原因，特别是关键时刻往往“放一马”。

现代快报首席评论员 伍里川

位于北京门头沟的千年古刹潭柘寺内，七成“功德箱”被指与僧众无关。这里面的别别窍是：写着“广种福田”的功德箱属于住寺僧团所有，而写着“功德箱”的全都属景区所有。

这样微妙的区别，试问谁能想到？莫非游客投钱还得睁大双眼，注意“暗号”，谨防“上当”？这种让人笑不起来的“滑稽”，源于旅游景区、上市公司见不得光地攫取利润。

这真是非典型性“暗箱操作”，玩得“高明”。

游客的钱合理合法地“挣”，可以，但不能糊弄欺骗。调查发现，这种情况并非个例。不少媒体曾报道，陕西某知名寺庙景区疯狂敛财，甚至给每一个功德箱都安排了创收指标。

游客往“箱子”里投钱，出于善

念；一些景区利用游客的善念捞一把，是典型的欺诈。把“功德箱”当成印钞机，不仅对寺院不敬，也辱及自身。

景区玩的敛财把戏，却能长期存在。“前脚查，第二天就能死灰复燃”，有两大原因：一是虽然查了，但是没有向社会公开，导致骗术得逞，这是一大遗憾。二是这钱太好挣了，既不要什么成本，又不用担心有人和自己“抢生意”。

缺乏制约这一乱象的规定，也令一些经营者胆大妄为。当然，一些管理部门对收费景区长期存在的柔性管理、妥协式管理，才是令景区经营者有恃无恐的根本原因，特别是关键时刻往往“放一马”。

这些年来，景区管理者通过明着涨、暗着“拿”，坑苦了游客。门票

让人玩不起，“挣钱”让人伤不起。对于门票疯涨现象，公众怨声载道。但这些年，主管部门唯一的应对就是出台了所谓3年内“限涨令”。何况，这根本制约不了景区。景区不过损失了“时间”，完全可以通过更为疯狂的涨价“赚回来”。

在对待景区欺诈式“暗箱操作”的问题上，人们同样不难发现有关部门的“温和”。新华社记者走访潭柘寺发现，在媒体曝光后，由景区设立的“功德箱”已全部撤走。当地旅游委表示，已约谈景区负责人，将不定期对此进行检查。

这样的处置连“起步价”都谈不上。生活中要是有一个骗子骗钱，该怎么处理？既然景区很快就会“卷土重来”，且屡试不爽，“定期检查”有用吗……公众有太多追问和期望，

这不是什么约谈、检查就能糊弄过去的。利用功德箱，骗来的钱去哪儿了？这么多年下来，如此巨大的一笔钱，是否应该给游客和公众一个交代？

我们还看到，很多地方为了利益，将景区承包给企业或个人经营。由此引发的利益之争多次被披露。只是，如果缺乏必要的规范和监管，企业“承包”景区，缺乏科学的规划和经营思路，只想玩票，最终只会在游客身上打主意，比如走“门票涨价”的土路。一旦门票涨价还满足不了景区过度开发的资金所需，不择手段地敛财也就不足为奇了。

对景区利用“功德箱”敛财，必须严惩。否则，谁敢保证这些资金缺口依然很大的企业经营者不会换一个方式继续敛财？

新华视点

“好意同乘”摔伤，车主被判赔153万，合理吗

广东省地方法院日前公布两起“好意同乘”摔伤事件，因车主被判“天价赔偿”引发争议。

一起为“摩托车好意载客”摔伤事件。佛山市高明区法院通报称，2013年7月，摩托车车主阿苗在上班途中，好意搭乘同事阿文上班发生事故，造成阿文二级伤残。阿文诉至法院，要求赔偿230万元。法院经审理，判决阿苗承担153万元赔偿款。庭审法官表示，本案是“好意同乘”引起的交通事故侵权纠纷，要求阿

苗承担全部责任不符合公平原则，且阿文未戴安全头盔，存在过错，故判决阿苗对阿文的损失承担80%的责任。

另一起则为“自行车好意载客”摔伤事件。恩平法院通报称，今年3月，小梅下班后搭乘同事小李的自行车同去购物，途中两人摔伤，小梅起诉小李索赔6万多元。恩平法院审理认为，被告小李作为骑车人未履行相应注意安全义务，对事故的发生承担主要责任。原告小梅承担

次要责任。法院裁定双方责任三七开，被告小李担责70%，遂判决被告小李赔偿41856元给原告小梅。

两起“搭车摔伤”事件的法院判决结果引发争议。一种观点认为，乘坐人是受益人，应自行承担风险责任。另一种观点认为，这是两个同事、朋友间的搭乘关系，非营利性的，其中风险应由双方承担，一方最多只能判50%的责任。还有观点认为，法院的判决往往对社会影响巨大，应该慎重。

广东广强律师事务所律师王思鲁认为，现行法律中关于“好意同乘”引发事故的具体责任划分和相关赔偿并无明文规定，故法院判决符合法理。但无偿搭乘，是助人为乐行为，做好事却引来天价索赔，难免让人不理解。“好意同乘”虽然免费，但并不意味着就可免除驾驶人的法定义务。驾驶人没有义务将同乘人运送至目的地，但并不意味着可以使同乘人的人身或财产受到损害。据新华社新媒体专电

市民纷纷晒“橙”意 万科全城派送励志褚橙被赞“走心”

12月17日，南京万科橙事化运动“心想事成·梦想橙真”褚橙派送活动在新街口地铁站进行，每位路过的市民都能免费得到一只褚橙礼盒。盒子上“辛苦一年，只为最后的甜”的寄语获得了市民很多共鸣。

“对于我来说，褚橙并不仅仅是一只简单的橙子，更代表了褚时健的奋斗精神”，在地铁站里，收到了褚橙的白领小肖显得有些激动，感慨派送褚橙活动既励志又走心。



微信圈里纷纷晒“橙”意

“怎么一打开微信圈，里面的朋友都在晒万科免费派送的‘褚橙’啊？”早上一打开手机，小马就发现朋友圈里很多朋友都在晒“橙”意。

“这是昨天在新街口地铁站领到的褚橙哦，真的超甜，是我吃过的最甜的橙子！”“非橙勿扰！我收到的礼盒也好适合孟爷爷啊！”……诸如这样的议论成功在微信圈里刷屏。据悉，除了免费给地铁站里的乘客们派送褚橙外，万科还为业内的媒体人士和城市名人特别定制了一批个性化祝福，“橙双橙对”“酸甜苦辣是生命的富有，赤橙黄

绿是人生的斑斓”“橙心橙意，暗送秋‘波’”等祝福语将获赠者的名字或者个性融入其中，十分有意思，收到这份惊喜的人都不禁赞叹“万科太走心了！”

不仅如此，在万科免费派送的褚橙包装上更是印上了充满南京话韵味的小短句，“干么四啊，表烦来，吃颗橙子”，“有爱，任性；稳中，带甩”，“橙子齁甜，阿要辣油啊”……网友们纷纷询问，你拿到了哪一款橙子？更有网友调皮地说，集齐12款祝福就可以召唤神龙了。

从创意营销到情怀营销

虽然万科在地铁口派送褚橙的活动已经结束，但万科“橙事化”行动的相关活动还在持续进行。万科相关负责人表示，17日没有领到褚橙的朋友，还有机会可以品尝到2014年最后一季的甘甜褚橙，只要在微信朋友圈中参加官方微博的活动或者前往项目售楼处即可。工作人员还透露，他们正在拍摄一部微电影，通过一颗褚橙讲述4位南京青年在这个温暖的城市奋斗的故事，短片将在21日万科九都荟举办的圣诞红“趴”上首映。

与前几年追求创意营销博取眼球

的促销行为相比，万科派发褚橙活动不仅不哗众取宠，而且非常励志，也因此获得了口碑传播。与其说万科派送的是褚橙，不如说万科派送的是一种情怀。“历尽奋斗的苦，尝出生活的甜”，“辛苦这一年，只为最后的甜”这样的岁末温情口号，以及褚时健的励志故事与营销活动融为一体，更容易赢得在这座城市里日夜奋斗的拼搏者的共鸣。万科相关负责人也坦言，虽然每个企业都追求营销，但是我们也希望在这个过程中将这样的正能量传播给大家。

链接

褚橙为什么这么火？

不知不觉中，“明星水果”褚橙今年的销售季已悄然落幕，这对于全国为数众多的拥趸者来说无异于一个坏消息。从11月5日到12月5日，短短一个月时间，褚橙在迎来火爆销售业绩的同时，也让许多喜爱褚橙的人大饱口福。

据了解，今年云南褚橙的年产量减少，但市场需求却是爆发式增长，市场的缺口不断增大，不仅其在生鲜类电商平台本来生活网上被卖断货的消息不时传出，在昆明当地市场，褚橙抢购甚至成为一种司空见惯的现象，由此所引发的关于“褚橙热”的讨论也越来越

褚橙为何这么火？这曾经让很多人费解，毕竟褚橙的价格要比市面上普通橙子高出很多，但细想之下却也不难理解。事实上，昔日烟草大王褚时健种的“褚橙”近年来已经成为果蔬市场当之无愧的消费热点。相关资料显示，早在2002年，70多岁的褚时健转身投入水果行业，开始种植冰糖橙。由于一心钻研种橙，制定了严格的果园管理流程，种出的橙子口感出众，其妻子一次无意间打出了褚时健种的冰糖橙的横幅，让褚橙一词迅速在网上走红，外界也逐渐忘了其最初“云冠牌”的名字。与褚时健的经历相映衬，褚橙往往被赋予了励志橙的寓意。十余年后，褚橙年产1万吨，利润超过6000万元，被外界称为“云南最好吃的橙子”“中国最励志的橙子”，风靡全国。（杜磊）