

“仙境”可能成险境 网红“野景点”风险需警惕

新华社

宝藏秘境、绝美之地,没门票、好出片……近年来,借助网络,一些未经开发、游离于正常监管外的“野景点”不断吸引游人探险打卡。

记者采访发现,由于承载力有限、配套设施缺乏,一些“野景点”存在危及人身安全、私搭乱建、污染环境等问题,亟待规范和引导。

户外“野游”受追捧

近段时间,贵州省黔南州都匀市的蟒山火了。不少市民和外地游客为在山上纵览美景,纷纷前往打卡,并在社交媒体平台分享游玩攻略。而据了解,蟒山实际为当地的一个“野景点”,一直未进行开发,没有相关配套设施。

同样引发关注的还有河南安阳一块悬崖上的“试胆石”。这是一块伸出悬崖、已出现裂痕的石头。虽然当地政府已在附近设置安全提示牌,但仍有不少游客站在上面打卡拍照。因担心游客出现意外,4月中旬当地已将其砸掉,引发热议。

记者发现,蟒山和“试胆石”并非个例。在社交平台、短视频平台以及旅行游记推荐平台上,有大量引起争议的网红“野景点”。

“贵州小冰岛,视觉超震撼”“这是我离‘银河’最近的一次”……这是短视频平台上对贵州省清镇市羊皮洞瀑布的描述,一些自媒体称其“火遍全网,播放量上亿”。

羊皮洞瀑布位于清镇市暗流镇木刻村深山里。记者实地探访这处“野景点”时发现,这里山路崎岖陡峭,遇上雨天更是泥泞不堪,很容易打滑摔倒。虽然羊皮洞瀑布入口处设置了警示牌,明确提示景区存在安全隐患,不对外开放,但游客仍络绎不绝,兴致不减。

“早上六七点就有游客来,他们过来拍彩虹。”住在附近的村民任波说,瀑布火了以后,沿途10多户人家做起了小生意。停车场老板李发元说,过去交通不便、人迹罕至,现在游客不断,高峰时一天就涌来七八千人。

同样火出圈的还有清镇市麦格苗族布依族乡观游村的石龙洞。这处未

开发的天然水溶洞,有“神奇的地下瑶池”之称,在小红书、B站等平台上,探洞实录的图片、视频下方,经常有网友留言咨询报名、收费、行程事宜。

贵州旅游协会副会长张晓松说,一些游客尤其是年轻人追求“新、奇、特”,喜欢去户外冒险,向往接近原生态的自然景观。移动互联网时代,社交媒体是推广的重要渠道,有时哪怕切中一个很小的点,也会迅速走红。

“仙境”可能成险境

由于尚未开发,基础设施不完备,网红“野景点”看似风光独特,却潜藏不少隐患。

一些“野景点”安全事故频发。记者梳理发现,近年来,多地消防救援部门提示群众不要前往未开发的“野景点”游玩,但人员伤亡的惨痛悲剧依然时有发生。

记者注意到,仅4月上旬,就发生了2起游客攀登蟒山时因迷路被困山中,最后向消防救援队求助的事件。此前,2月25日凌晨,北京市怀柔区蓝天救援队的一名队员在箭扣长城搜救被困“驴友”时不幸遇难。

因缺乏管理,“野景点”往往垃圾遍地、污染环境。记者在贵阳市花溪区黔陶乡鬼架桥等“野景点”看到,矿泉水瓶、塑料袋等垃圾随处可见,有的直接漂浮在水面上。另外,在树林间,还有人露营、野炊、烧烤,私搭乱建的灶坑、火堆痕迹明显。收集处理垃圾的方式粗放,有的甚至直接就地掩埋。

在蟒山,丢弃的垃圾也随处可见。4月中旬,当地一支民间救援队曾专程登山清理游客留下的垃圾。“你带走垃圾的样子,比你站在瀑布下酷多了。”“@乐天Ryan”等旅游博主呼吁网友在欣

赏景观后,还大自然一片干净。

不少“野景点”缺乏规范的广告宣传与商业服务,常常令网友大呼上当。不少网友十分后悔,戏称“如果你恨一个人,那就带他去XXX”“不来后悔,来了更后悔”。

记者在羊皮洞瀑布等“野景点”看到,一些村民毁坏山林、占用农田修建经营场地。当地服务条件较差,餐馆、厕所等设施简陋,有的一次性雨衣、拖鞋等用品被多次回收利用。

让“野景点”告别野蛮生长

去年9月至11月,文化和旅游部曾开展私设“景点”问题专项整治工作,要求旅行社、在线旅游企业等旅游经营者不得将私设“景点”作为旅游产品予以销售或推荐。今年1月23日,文化和旅游部再次提醒广大游客增强安全意识,远离无安全保障的危险区域。

网红“野景点”该何去何从?记者发现,一些地方尝试令其变为旅游产业化的抓手。在贵州省开阳县,一度荒废的香火岩瀑布景区正在改造升级。开阳县文化和旅游局副局长李拾军说,他们与经营主体商议后,去年底景区重新施工改造,今年4月开始试营业。

不过,受手续不全、开发周期长、投资成本高等因素影响,“野景点”“转正”并非易事。清镇市文体广电旅游局副局长饶文燕介绍,羊皮洞所在的暗流河省级风景名胜区总体规划仍在报批阶段,待通过后,当地将积极招商引资,争取对项目进行开发保护。

“旅游开发是很复杂的产业,因为涉及人的生命安全问题。”张晓松说,正规景区都有系统安全的防护,但“野景点”则缺少这些,出问题后往往是游客自身承担全部后果。

“山川河谷不计其数,很难一一去劝阻,所以更重要的还是提高公众安全意识。”张晓松建议,属地政府要加强安全等方面的宣传,同时采取一些必要的防护措施,比如对自然灾害加强监测预警,对已经形成的灰色产业链严管严控。此外,可通过有偿救援等国内外通行办法来帮助游客提升安全意识。

“野景点”之所以能成为网红打卡地,离不开网络平台的作用。对此,贵州新瑞林阳律师事务所执行主任吴旭梦认为,一方面,自媒体平台要尽到安全提醒和审核义务;另一方面,游客自身要提高安全意识,不要轻信网络上的推荐。

“未经开发的景区景点,最好不要擅自进入;如果真要去,也要做足功课,做好事前安全防范,买好保险,旅途中要结伴而行、量力而行。”吴旭梦说。

调解现场变“拍卖现场”
喊价还一次比一次低
调解员独辟蹊径解决合伙纠纷

(上接1版)

接下来,商铺后续经营问题要有个结果,可双方态度都挺坚决:你不要,我也不要!

于是,调解员给出第一个方案:余下的两年委托市场代租,租金一人一半。调解现场,市场管理人员也表示,这个方案可以有,“只是最近行情不好,可能租不到你们当初的价格”。

这话一出,双方的态度都开始摇摆。

调解员再次提议,可否一方接管,另一方退出,接管的一方对退出的一方进行补偿。

对此,晓雯和小琪都表示同意。于是,对商铺的财产还有剩余租金进行评估和作价就摆上了台面。

晓雯先表态:“我是愿意继续经营的,毕竟这些年付出了这么多。我愿意给小琪6万元,她退出,我自己干。”

小琪却表示,“当初和市场签合同,写的是我的名字,严格来说,这个店就是我的。再说,这些年我前前后后投下去也有20多万元,你至少得给我20万元。”

“要么你来接手,我退出,你给我20万元?”晓雯不甘示弱。

小琪沉默片刻,手一挥,“不调了,打官司去,让法院判!”

眼看调解即将失败,调解员叶敏倒是淡定,对着两个气呼呼的姑娘又是一波分析:“法院起诉的流程较为繁琐,过程也比较漫长,你们这个案子涉及合伙经营商铺解散清算问题,双方达不成一致意见,还将面临审计鉴定问题,也是笔不小的开支。你们算算这笔账,不划算的。”

脑洞大开的“拍卖式”调解

其实这时候,调解员心里已经有谱了:“看得出来,她们一开始就是在赌气,双方都想要经营权,只是心里对于赔偿款的数额没底,怕吃亏。”

叶敏灵机一动,给出建议:“我们就对店铺退出一方取得的补偿款进行‘拍卖’,起拍价20万元,每次喊价降5千元。喊到你们的心理价位了,你们就跟我示意,我喊三次就一锤定音,如何?”

听到这个“脑洞大开”的想法,双方先是愣了一下,又各自和家人商量了一番,同意了。

于是,文章开头的一幕上演了。当叶敏从20万元开始倒着报价时,双方表现得漫不经心。随着价位逐步降低,两人的神情变得紧张起来。

“12万5千元,10……”

“就12万5千元,这钱我出。”晓雯终于坐不住了。

“12万5千元一次!”叶敏放慢语速,看向小琪。

“12万5千元两次!”叶敏又看向晓雯,“12万5千元成交!”

最终,双方签订人民调解协议书,晓雯夫妻现场向小琪支付了12万5千元,小琪退出经营。事后,调解员又主动跟市场沟通,尽可能帮当事人争取降低过户费用。

“像兄弟一样合伙,像仇人一样散伙,是大家都不愿意看到的结局。”叶敏告诉记者,其实合伙人在合作之初,就应该拟定好合伙规则,所谓“亲兄弟,明算账”。但现实生活中,很多人会觉得订立规则伤感情,等到矛盾出现,就变得不好处理了。



这是2022年8月11日拍摄的“野景点”贵州省清镇市羊皮洞瀑布。

新华社记者 郑明鸿 摄

中国信达浙江分公司关于杭州华速实业有限公司等17户债权资产包处置公告

中国信达资产管理股份有限公司浙江分公司拟对杭州华速实业有限公司等17户债权资产包进行处置。截至2023年03月31日,该资产包债权总额为798511063.58元,该资产包中的债务人主要分布在浙江省杭州市、绍兴市、金华市、温州市、湖州市、舟山市等地区。该资产包的交易对象为法人、自然人、其他组织,并应具备一定资金实力等条件,但不属于国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工

作人员、债务人管理人员以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师、拍卖人等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人;不属于与参与不良债权转让的资产公司工作人员、债务人或者受托资产评估机构负责人、管理人员等有近亲属关系的人员;不属于失信被执行人或失信被执行人的法定代表人、主要负责人;不属于影响债务履行的直接责任人员、实际控制人等;不属于标的债权所

涉及的债务人和担保人;不属于反恐、反洗钱黑名单人员;不

属于其他依据法律法规、司法解释或监管机构的规定不得收

购、受让标的资产的主体。公告有效期:20个工作日

资产包中每户债权的具体情况请具体参见我公司对外网站,网址www.cinda.com.cn。

受理征询或异议有效期:20个工作日,如对本次处置

有任何疑问或异议请与浙江分公司联系。

联系人:陈经理、刘经理

联系电话:0571-89703144,0571-85774796

电子邮件:chenjianing1@cinda.com.cn,liujianan@cinda.com.cn

对排斥、阻挠征询或异议的举报电话:0571-85774695

对排斥、阻挠征询或异议的举报电子邮件:hubo@cinda.com.cn