

酷暑难耐之时，西瓜便一跃成为市民们的首选果品。我常买瓜，看到的交易自然要比亲历的更多，发现今夏流行买半个瓜。何以如此？笔者猜想，就顾客而言，小家庭已成主导家庭形式，半个够吃了，这是其一。其二，或许更重要，瓜一切开，好蒜立见，坏了可以不要，买半个吃不了亏。道理明摆着，以中国人博弈上的智慧，为何过去不曾开发出半个西瓜的战术？原因是过去缺少了一项看似不起眼的小小的技术手段：保鲜膜。有了它就有了卫生的保证，摊主不怕顾客不买剩下的半个瓜，顾客不在乎别人不买剩下的半个瓜，双方都能接受，遂使半个西瓜的买卖风靡京城。

半瓜战术瞬间风行，顾客个个心领神会，下面的深层原因是买主对卖主缺乏信任，对其商品心存戒

备，苦于每每只见外表，难窥内奥。本地瓜商足智多谋，本地西瓜高深莫测，堪称风险商品之典型。往日里买主们被逼之下只好苦练内功，成才者的手艺简直堪比郎中把脉。我也曾被高手点拨，如何轻拍静听，生瓜蛋子是什么声音，熟过头了是什么声音，恰到好处又是什么声音。愧对教诲，我最终也没学成。似我这等难通瓜经的不在少数。当我等凡夫俗子一见西瓜可以敞开心扉，就断然不买圆瓜了。不用摸拍捏打、望

闻问切，瓜一打开种种阴谋都见光死。一句话，缺乏信任的时候，透明是排除疑虑的救星。

保鲜膜的直接作用是方便了买瓜人，当然同时也增加了西瓜零售交易的效率。但恐怕它深刻改变西瓜市场的远不限于这些。我以为从此生瓜将退出西瓜市场。实际上，瓜农判断瓜之生熟易如反掌。过去生瓜流行，要么是一轮轮地故意欺诈，要么是瓜农当和尚不撞钟。现在顾客欺负不成了，摊主岂能容忍生瓜

砸在自己手里，生瓜多了必定要同瓜农交涉。如此，瓜农想不敬业都难。也就是说，北京西瓜市场的良性循环，将由保鲜膜开启。我再告诉您，以后可以大胆买圆图的整瓜了，因为坚持买半个瓜的人，经层层反馈，已将生瓜推出市场。

其实保鲜膜一方面帮助我们解决了难题，另一方面也凸现了我们社会中信任的缺失，不然是不劳它登场救驾的。我在美国留学期间，和中国同学一次次买瓜后相对慨叹：美

国超市上的西瓜绝对没有生的。作为个体，我们开发出了一些独门绝活，我猜测世界上的多数挑瓜圣手都在中国。但作为社会，我们的无谓消耗太大了。做个中国人，你必须是多面手，是百科全书式的人物，会工作——尽管稀松平常，会装修、会炒股、会挑瓜。而在美国，学挑瓜做甚，那难学的手艺一丁点用场也没有。在西瓜的问题上保鲜膜解救了我们，但其他商品呢，都能拦腰斩断，开膛剖肚吗？

新京报（郑也夫）

小说文集、婚纱摄影等等，都可以印刷成品。一本100页的标准平装版文集，价格只要25元

大众“印客”让人人能出书

解放日报 女孩子梦想能上一次杂志，当一次平面杂志的封面模特；老人热爱文学，一辈子积攒下来一大堆自己创作的文字想出书。怎么办？近来，一种新的印刷方式悄悄盛行：人人可以自己设计本杂志，甚至出本书过过瘾。昨天，记者了解到，上海、南京已悄然出现了首批以“印客”为职业的人，他们提倡让平民百姓都当明星，实现普通人出书的梦想。

从外形上看，这些书和市场上销售的书籍没什么区别，唯一不同的就是没有公开的书号，不能上市销售。不过，即使这样，也极大满足了许多人的“明星梦”。资深印客刘先生告诉记者，小说文集、个人传记、旅行日记、博客文集、婚纱摄影等等，都可以印刷成品。一本100页的标准平装版文集，价格只要25元。据一位制作人介绍，其实，全部的秘密也就在印刷机上，普通印刷厂里的机器一般很少涉及民用，都是承担成本杂志的印刷任务，而这种独特的数码印刷机可以印刷个人制品。南京和上海大众书局均是首次开展这项业务，以期让普通人的梦想成真。

（姜小玲）

新华每日电讯 根据2006年年初的统计数据，江南春的分众传媒占据中国楼宇视频广告市场98%的份额，处于绝对垄断地位。有人评价说，江南春的分众已经成为中国仅次于央视和上海文广集团的第三大媒体集团。

然而，江南春的“液晶屏帝国”正在遭遇到越来越多的质疑。有“名门痞女”之称的洪晃撰文指出：“在罗马的小巷里，我们感受到米开朗基罗；在柏林的大道旁，我们体会到包豪斯；而在上海的马路上，我们深深地陷入江南春。”

江南春无处不在的状况终于引来央视记者郭宇宽的炮轰。郭宇宽在某报发表了一篇文章为《盼望分众传媒之类的股票尽早暴跌》的评论文章，指出：如今即使回家，目光也无处可逃，我住的小区，走进电梯，三面墙都被框架传媒的广告占满了，估计再发展下去脚下都逃不掉。广告本身不违法，问题是挂广告的人跟主人商量过么？他们赚了钱，主人得了好处没？分众传媒到处攻城略地、势如破竹，哪一个小区里或者办公楼里真正的业主们从这些铺天盖地的广告

牌里得到了什么好处？……这就相当于你们家的小保姆，不跟你商量就把你们家客厅墙面卖给广告商了，挂满了广告还美其名曰美化环境。

如果说这些质疑还不足以对江南春的“液晶屏帝国”构成威胁的话，那么，安静权的质疑就令江南春不得不考虑了。国外对安静权问题看得非常重。

如果说对安静权的忽略为江南春打开了一扇通向成功的大门，那么，当安静权引起人们的重视，在维权声中，这扇大门会不会关上？

分众传媒能否“安静”一会

日本有位名叫川原美代子的59岁老妇，被控从2002年11月开始，几乎每天24小时不间断地通过立体声系统，以震耳欲聋的摇滚乐，骚扰6米以外的女邻居，经医生诊断，川原美代子的邻居因不断受到噪音骚扰而患上失眠症，并且经常头疼。川原美代子因此被判一年监禁，随后，日本大阪最高法院推翻先前的裁决，将刑

期延长至20个月，足见侵害他人安静权性质的严重程度。

江南春的液晶屏广告与这一案例有着很大的不同，但是，两者在安静权方面存在着某些相似之处。复旦大学新闻学院教授广告系主任程士安指出：“日本、欧美的公共场所都很安静，中国的公共空间就比较喧哗。因为大家都不把这个当回事，所以江南春在创立分众的时候也没有把这个当作重要因素来考虑。”

中国和国外的情况有着很大的不同。由于对安静权的保护较为严格，在国外很难找到像江南春这样的成功案例，因为在国外任何一个借助于公共空间，可能对他人造成损害的商业模式都难以通过法律关，仅接踵而至的安静权诉讼恐怕也会让企业不堪承受。

随着维权意识的觉醒，在我国的一些地方，安静权问题正在得到法律的确认和保护。如果说对安静权的忽略为江南春打开了一扇通向成功的大门，那么，当安静权引起人们的重视，在维权声中，这扇大门会不会关上？至少，这将成为江南春应该正视和面对的问题。（尚真 陈予军）



来就送，买就送，爱心献礼更要送，这个夏季让您轻轻松松享有超值惊喜好礼！五菱宏途汇聚轿车级创新设计理念和五菱金品质保证，为您事业发展之路助力振威，值此上市热销之际，为了答谢广大用户的厚爱，特意准备了多重好礼，等您来拿！

● 鸿途试驾礼：只要来店试驾五菱宏途，就可获得精美礼品一份！● 鸿途分享礼：凡五菱汽车老用户介绍新用户成功购买五菱宏途，双方均可获赠150元汽油票！● 鸿途爱心礼：新购五菱宏途车主只要向上汽通用五菱慈善分会“博爱行动”捐款10元，即可获得两次免费保养机会，同时成为上汽通用五菱慈善分会会员，并获赠爱心车友车贴！● 鸿途回馈礼：7月9日至8月19日，五菱宏途车主可享受空调系统检测、制动系统检测、轮胎胎压检测和补充冷却液等免费检测服务，提前预约更有资深专家小组恭候尊享！

活动时间：7月9日~9月30日

特约经销商地址（排名不分先后）

上海五菱汽车销售有限公司	021-58123508	68121868	13801685050
南汇康桥店	68193669	奉贤南桥店	67106773
南汇沪南店	68122630	金山亭林店	57381557
南汇惠南店	68014617	闵行北松店	64909056
		嘉定南翔店	69171950
		宝山月罗店	56869139
		崇明新河店	59687505

咨询热线 400-889-5050 或请访问 www.sgmw.com.cn



赚钱“秘诀”：卖2号水

北京市丰台区小井村天云五金机电大卖场市场内，“荣事达”水站生意很忙，订水电话隔几分钟就响起。每次，何延锋都会从桌上便笺盒里找出顾客的订水卡，看一看，然后再吩咐伙计取水。有的水从屋内门帘后取出，有的在屋外水桶堆上取。

何延锋，河南平顶山人，先后在北京几家送水店干了几年送水工。几年的“宝贵经验”让他开始自己投资，于2001年建起“荣事达”水站。

记者以盘店的名义跟何延锋开始接触，最终以6.5万元的价格谈成。7月3日下午，记者交500元订金后，开始问赚钱的“秘诀”。何延锋说要赚钱就要做2号水。他告诉记者，圈内称为2号水的就是假水。

2号水贴的标志主要集中在娃哈哈、乐百氏、燕京、雀巢等知名品牌。

“卖1号水（真水）不傻了吗？进价6块钱左右，比2号水高多了。每桶2号水的进价在2.5元到3元之间，运到店里后最高

卖到16元甚至20多元一桶。自从自己单干后，现在每个月都能有七八千元的纯利润。”

无标记的，送自来水都没事

回到大厅，何延锋从便笺盒里抽出31张订水卡说：“学问都在这卡上。”

经何延锋指点，记者注意到，31张卡中有3张在卡上方备注内画了三角符号。一张是一个空心三角，另两张则是三个实心三角。

何延锋说，空心三角符号的顾客，偶尔会检查一下水的真假，所以要不定期送一些1号水，而三个实心三角符号的顾客，就要特别注意，这些人每次都要用放大镜去看防伪标志，所以必须每次送真水。而那些没有标三角符号的顾客，即使把自来水送过去他们都不会发现，基本上每次都送2号水。

在随后，记者又转了四五家水店，发现水卡均被做了不同标记，只不过标记的做法各

有千秋罢了。“我现在店里有顾客1000多家，有三角的不过几十家。”何延锋说。

送假水也讲“职业道德”

何延锋告诉记者，2号水有3种制法。一种是各个小作坊灌装的，这种在2号水中占的比例最大，另外两种都是水站自己“生产”的。

何延锋跑到门帘后，拽出一个编织袋。编织袋里装得满满的，打开封口，里面是几百个“娃哈哈”桶装水封盖。随后，他又从抽屉中拿出一个塑封袋。他说，这是他批发来的，1元钱一套。

“大多数时候我都用第二种方法，因为还是要讲起码的‘职业道德’，不能把人给喝坏了。”何延锋说，虽然有些2号水也是批发商

用小型过滤设备生产出来的，但桶是从来不消毒的，所以2号水中的大肠杆菌和霉菌群落等都是超标的。自来水灌装也是有要求的，必须用“软水”，就是pH值比较小的弱碱水，否则对

人体的危害性太大。

“我自己也免不了要喝假水”

刘晓云已在桶装水行业打拼7年，多次参加行业内的年会，掌握多年的行业销售数据。7月4日，刘晓云向记者出示了一个数据单，从2006年的统计数据看，在北京桶装水行业，有200多个品牌，真水的年销售量在1亿桶。

“北京现在所有的水站加起来有将近20000家，以保守的数字估计，四个品牌每家每月平均1000桶的销量，每年的销量最少也要2亿桶。”刘晓云说，按照这个数字来说，现在的桶装水市场按1号水和2号水的划分，各占50%。随后，记者就刘晓云提到的数据向另外几家品牌桶装水生产厂家核实，他们也表示认同。“就连我自己也无法避免要喝假水。”刘晓云说。

新闻晨报（京华）