

2008年06月30日 11:19:24 来源: 大河网

少林寺开店拒绝回扣 遭导游报复门可罗雀(组图)

核心提示: 一套《武功秘籍》9999元, 少林寺网上开店的消息一经媒体披露后, 少林寺再次让全球瞩目。但少林寺的欢喜地实体店却因为拒绝回扣, 遭到导游报复门可罗雀。

少林寺が開店もリベートを拒否 ガイドの報復を受け客足サッパリ

看板商品は『武術奥義』1セット9,999元(※20万円)。ネット・ショップを開店するという情報が流れると、少林寺はまたも世界中から注目されることとなったが、「欢喜地」という名の実店舗がリベートの提供を拒否したため観光ガイドらの報復を受け、客足はサッパリ。



少林欢喜地打出的免费牌

「無料」を打ち出す看板



免费体验区, 法师教你学礼佛。／無料体験室、僧侶が礼式を説く。



免费品尝禅茶的“三摩地”／無料で禅茶をいただける『samadhi』



店内开发的与少林文化相关的产品／オリジナル商品群



优雅、舒适的餐厅／優雅で快適なレストラン



设计独特的长廊／しゃれた自然採光



开发的服装既不失时尚，又适合打坐练功用。
独自のデザインは、街着はもちろん座禅・修練用にも使えます。



设计新颖的 CD 架／斬新な設計の CD 立て

一套《武功秘集》9999 元，少林寺网上开店的消息一经媒体披露后，少林寺再次让全球瞩目。然而跟网店相对应的少林欢喜地实体店却处境尴尬，鲜有游客光临。6 月 28 日，记者来到位于少林寺隔壁的欢喜地一探究竟。

（※要約のみ：ネットでの開店は世界中から注目されたが、一方実店舗は客足も少なくさんざんとのことで、寺の隣地の「歓喜地」へ行ってみた。）

少林寺网上开店引争议（ネットの開店は論議を呼んだ）

近期，有关少林寺网开店的新闻在一搜就有 41600 个网页呈现你的眼前，社会各界为此也口水纷争，褒贬不一。有网友质疑，“这样时尚的商业行为，有悖佛教潜心修行的精神。” 有网友表示可以理解，称“少林寺并不是不食人间烟火，佛教的发展也要与时俱进，这样做更有利于少林文化的传播。”

（※ネット開店の情報は 41,600 頁に拡散するほど各界の論議を呼んだ。商売のスタイルが仏教精神に照らし合わせてどうかとか、いや、仏教も時代の進歩に合わせて当然だとか。）

早在 1996 年，少林寺就已经拥有自己的网站，为宣传少林文化而走在同行业的前列。然而，此次挂“少林”之名的商业网店似乎更让世人关注。而现实中的少林欢喜地实体店又是怎么样呢？

(※少林寺は、少林文化の宣伝のため同業の先陣を切って1996年には既にサイトを開いていた。しかし、今回、『少林』の名前を冠した商業用ネット店の開店はそれ以上に世間の関心を買っている。では、実店舗の様子はどうか?)

“免费”牌创全国景区之先 (『無料』の看板は全国の観光拠点の先陣を切った)

28日、炎炎烈日也没有拦住游客的脚步，周末的少林寺游客也比平时多了许多，然而与少林寺一墙之隔的“少林欢喜地”实体店虽然打出“免费”牌，却鲜有游客光临。

(※6月28日、燃えるような暑い日だったが、週末の少林寺を訪れた人はいつもよりはるかに多かった。しかし、すぐ隣の『少林欢喜地』という実店舗は、『無料』を謳っているのに客足は少ない。)

踏入少林欢喜地的店门，立即就会有工作人员迎上去，为游客介绍店内特色。店内除了有装璜新颖的商品销售场所和设计廊，为游客提供清凉舒适的休憩和餐饮的禅露素食餐厅外，还专门设有少林文化禅修及功夫和少林茶席免费体验场所。在免费体验区不但能学到简单礼佛动作和了解少林文化外。“品禅茶，静心音”更是让游客回味无穷。据店内负责人介绍，店内设置的免费体验区，未来还会有寺内僧人作引导师，带领游客亲身了解少林的禅、武文化，在全国景区内首开先河。

(※店に入ると、店員がすぐに出迎え、店の紹介をする。店内は、斬新な商品群や快適な休憩施設、精進料理も味わえるレストランのほか、少林文化としての禅や武術、少林茶席の無料体験施設が有る。無料体験施設では、簡単な仏教の礼式や少林文化を学べるだけでなく、『禅茶を味わい、心音静める』という貴重な経験ができる。責任者の話では、無料体験施設では、将来、寺の僧侶に導師として来てもらい、実際に観光客に少林の禅、武術の文化の手ほどきをしてもらうつもりだとのこと。そうなると、全国の観光地で先陣を切った企画となると。)

来这就餐的3位新加坡游客说：“这里的环境很舒适，不但能品尝到少林素食，更重要的是可以了解更多的少林文化，我很喜欢！”

然而就是在这样的环境下，中午时分，店内也仅有四、五位游客在此用餐。

(※食事をしていたシンガポールの客曰く「快適。少林の精進料理を味わえるし、それよりも重要なのは、少林文化にたっぷり浸れること。とても気に入りました！」)

だが、こういう状況ではあったのだが、昼時であるのに、店にはわずか4~5人の観光客が居るのみ。)

实体店处境尴尬，“欢喜地”并不欢喜

(実店舗の実態は不調。決して『歓喜の場所だ』などと言ってられない状況だ)

对于店内游客少的问题，店内一负责人一脸无奈说：“我们的店一开，势必会影响到景区内其他店的生意，人为环境因素太多，开店至今也受过不同程序的干扰，建议你们自己去随机调查。”

(※店に来る客が少ないことについて、一人の責任者は、しょうがなさそうに「我々が開店すると、当然当観光地区内の他の店への影響は避けられません。人為的な環境ということでは、いろいろな要素が複雑に影響し合います。開店から今日までいろいろな場面で思い通りに行かないことが有りました。行き当たりばったりで調べてみてもその辺のことは何か分かると思いますよ。)

记者内以游客的身份就餐于景区一家商店，老板很是热情，但问起“欢喜地”干什么的时，老板打趣说“吃饭、卖东西的，一杯水要35块钱，领导级消费。”

(※記者は、あたかも観光客であるかのように本観光地区内の一軒の店で食事をしてみました。御主人は大変に打ち解けた人でしたが、一たび『歓喜地』がどんな様子かと訊くと、「飯を食うんでも、何かを買うんでも、水が一杯35元(※700円)だとか、まるで社長さんだ」と。)

在少林寺门口处，记者随机问了几位导游，大部分回答：“不知道”。

一位自称是当地导游，回答更是让人浮想联翩，“你想吧……”在记者的追问下，她才说：“卖东西的，去吧，去吧，最低得 1000。”

（※少林寺の入り口で何人かのガイドに訊いてみたところ、ほとんどの人は「知らない」と。ただ、当地のガイドだという一人の話では、いろいろと解釈できそうな言い回しなのだが、「どんな感じかって言うと…」と言い掛けたので、その先を促すと、やっとのことで「商売人ね。行け行けドン、何でもかんでも 1,000 元以上…」）

与门庭若市的少林寺相比，欢喜地却冷清的可怜。虽有游客驻足观看，但都被导游的“唬人令”所吓走。

虽然店内打出免费牌，但对于装潢一新的欢喜地来说，很多游客也是敬而远之。

（※門前市を成すような人出の少林寺と比べ、『歡喜地』は閑散としていて可哀な程。足を止めて見てみようかという客が居ても、皆ガイドに追い立てられて去っていく。店には無料を謳う看板が出ていることは出ているが、見るからに真新しい『歡喜地』を前にすると、どうしても気後れしてしまうのかもしれない。）

据店内负责介绍，店刚开业的时候，的确吸引了不少导游前来打探。“来者就是客，我们欢迎，但提出回扣要求，我们是不会答应，欢喜地明码标价，童叟无欺，店内营利将用于公益事业。”

（※責任者によると、開店早々は、確かに大勢のガイドが様子を見に入ってきたそうである。「店に来てくれれば、お客様ですから、もちろん歓迎はしますが、（同伴した客の売上について）キックバックを要求されても、我々は受け容れるわけには参りません。『歡喜地』は明朗会計、公平をモットーにしており、利益は公益事業に還元させていただいていますから。」）

记者发现，这里的茶饮和素食从 5 元到 35 元不等。对食品贵一说，店内一负责人告诉记者，在景区内的食品相对于外面的是贵了点，但与景区的同等商品相比，价格是一样的，但如果跟外面同等环境的西餐店比，我们还略显便宜。

（※ここの茶類の飲み物や精進料理は 5 元から 35 元（※100 円～700 円）といろいろだが、ちょっと高いのでは？と言うと、責任者は、本観光地区内の食品類は外部よりは高目だが、地区内同士の同等のものは変わらないとのこと。しかし、外部の同等の環境にある西洋式レストランと比べるなら、我々のほうがやや安いはずだと言う。）

据介绍，截止 6 月 12 日，来店消费的游客不足 700 人，对于有 30 多名工作人员的店来说，处境相当尴尬。店内负责人说：“我们会一步一步走下去，相信会越来越好的，而且还会在少林寺分站开设连锁店。”

（※6 月 12 日までの時点で、店で買い物をしてくれる客が 700 人を越えないと、従業員が 30 人余りの我々にはきつい。責任者曰く「一步一步やっていくうちには徐々に良くなるのではないかと期待をしている。少林寺の別院にもチェーン店が開設されることにもなっているし。」）

让少林文化走进百姓生活（少林文化を一般の家庭の中へ）

“其实是网友误读了少林寺，欢喜地开店是并不能代表少林寺的商业化，没有一个少林僧人参与经营，寺内的僧人们仍然吃斋念佛，练功禅修，而进行商品开发和销售行为的是少林寺欢喜地公司。”店内负责人介绍说。

（※責任者の話：「ネットユーザーにはどうも少林寺についての誤解が有るようなのです。『歡喜地』の開店イコール少林寺の商業化ということではありません。というのは、寺僧は経営には一切係わらず、従前どおり齋戒沐浴して読経修練に勤めるのみですから。商品を開発したり販売しているのは『少林寺歡喜地』という別会社です。」）

事实上，类似的情形在其他国家及地区的佛教界早有体现，如拥有素食馆、博物馆、商铺、大学等一应俱全的台湾佛光山，如长期以来开发环保的佛学用品及拥有庞大义工体系的台湾慈济等等。

(※(寺院の本業とは直接関係しないような分野への進出という)似たような状況は、他の国や地区の仏教界でも早くから観測されています。例えば、台湾の佛光山が、精進料理の店、博物館、店舗、大学等何でも揃えていたり、台湾の慈濟宮が、長年環境保全に資する仏学用品を開発したり、また、膨大なボランティアの組織を構築していることなどです。)

负责店面管理的几位负责人来自美国、台湾，他们并不是这个店的员工，用句时髦的话来说，他们是少林文化的“粉丝”，他们放弃自己的工作和事业，来在这里做义工，为宣传推广少林文化而不遗余力。

(※店舗管理の何人かの責任者は、アメリカや台湾から来ていますが、従業員などではなく、今時の言い方では、少林文化の『ファン』です。仕事や事業を放り出してボランティアとして来、少林文化の宣伝拡散に全身全霊を傾けているのです。)

少室晴雪禅武乌龙茶、印有少林功夫图案的体恤、梅花桩式的 CD 架、少林禅修功夫人偶、礼佛禅台……记者在店内看到，小到一杯水，大到家装，每一件物品上都能找到少林文化的符号；从衣服到日常用品，产品可以涵盖一般家庭的生活用品。

少室晴雪…少林寺付近の「嵩山少室山」という地名とその地の雪を思わせる自然光が織りなす光景をブランド名にしたと思われる。)

(「少室晴雪」ブランドの禅武ウーロン茶、少林寺武術の図案をプリントしたTシャツ、鹿砦と言われる砦を模したCDのラック、少林の座禅及び武術の人形、「礼佛禅台？」……見たところ、小は一杯の水から、大は家のリフォーム関連用品まで、少林文化のロゴが付き、商品の種類は衣装から日常用品まで一般家庭に必要な生活用品は遍く網羅されている。)

“少林寺文化并不是高不可攀，我们就是通过开发这些日常用品，让少林文化融入到人们的生活当中。”店内一负责人说，在网上开店也是让没有机会来少林寺的人，通过文字或实物来了解少林寺。

(※「少林寺文化は決して手の届かない観念的なものではありません。我々は、これらの日常用品を開発することにより少林文化を日常の生活に届け込ませたく思っています。」と、ある責任者は述べ、ネット・ショップは少林寺まで足を運べない人々にも、文字や物を通じて少林寺を知っていただく方法だと述べる。)

如今，少林欢喜地从禅修武用、设计潮流、文化体验等多角度介绍少林寺的文化特色，让更多的人有机会与佛结缘。同时，欢喜地也为自己设计了各种具体的慈善策略，未来也将陆续投入慈善事业的发展，员工们还在调休的时候到少林慈幼院当义工。

(※現在、『少林歡喜地』では、禅や武術、世の中の流行、文化的体験など多面的に少林寺の文化的特色を紹介し、より多くの人に仏縁を結んでいただきたいと思います。また、『歡喜地』は、自社用に各種の慈善プログラムを立てつつあり、将来にわたって慈善事業の発展に尽くす予定です。また、従業員も、代休時、少林慈善幼少院施設でボランティア活動に当たることを期待されています。)

相关资料 (関連資料)

少林欢喜地公司是少林智业公司中的一个全资子公司，注册名为少林欢喜地(登封)有限公司，专门负责“少林寺”品牌整合和商品开发。(尊重被采访人的意愿，欢喜地的负责人隐去姓名。)

(※『少林歡喜地社』は少林智業社の100%子会社の一つで、登記名を少林歡喜地(登封)有限会社といい(※登封=登封市=地名)、専ら『少林寺』ブランドの整理統合及び商品開発を行なっています。(取材対象の意向を尊重し責任者の氏名は伏せました。))