

# 运营一座寺庙的经济学账本

■ 本报记者 汪晓东

少林寺方丈释永信的个人风波远未平息,宗教商业化的灰幕已然撕开豁口。与少林寺近年来高调行事有所不同,暗地里不少寺庙的法师走穴商业活动已是不争的事实。

一些疑问亦由此产生——对于整个经济化社会所带来的高频率商品化,宗教该何去何从?传统清修教义下,宗教与眼下高度商品化的现实究竟该如何化解矛盾?

## 运营法事也有市场规则

连日来的数场暴雨让晋北一座寺庙上的五道琉璃瓦、朱红色的墙在蔚蓝色天空的映衬下格外耀眼,高温天气的暂时退却,一扫法师袈衣下的炎热。

这座寺庙经过数年的扩建已然超过原址面积,庙宇群气势恢宏,一切不得不让人感叹现代法师的建筑奇迹。当地政府将寺中法师迁至一座公寓,居住环境堪称完美。

扩建之前,斑驳的红漆庙门,镌刻古朴对联的拱形门,一路古柏苍柏,不过百米,拾级而上,巍峨的大雄宝殿便映入眼帘。这里给人的感觉是,虽然历史尽兴衰,但占地面积始终不大,古风古貌,简约质朴,人们或三两成群,或一人独往,可以自由焚香叩拜。

彼时,门票已从最初的几分钱上涨至20元,尽管收入不高,但上香者众多。为弘扬佛法,法师甚至纠结是否从当地文物局手中要回另一座毗邻而居的寺庙。因为,历史上两座寺庙本是一体。

“改建前,寺庙的经营权归属我们,票价为20元,但这只是象征性的定价。”法师告诉《中国企业家》记者。他觉得,香火是否旺盛的意义远远超过门票收入,毕竟收取进门费有悖于宗教本意。

但一个问题是,在法师的眼里,无论过去60元的月“工资”,还是如今增长了5倍的“薪水”,即使加上法事的分成,一个月1000多元仍然远低于目前的生活成本。

上述法师列举了本地其它两家寺庙僧侣的收入,其中一家为800元/月,另一家为500元/月。“这与善人(香客)的人数有很大关系。”他说,其他两家的法事为300元/场,而法师所在的寺庙价位则高出前者2倍。

“事实上,从今年开始,法师所在寺庙的法事急剧减少,而另外两家寺庙的香客则与日俱增。”法师感叹。这似乎与对方“薄利多销”的商业运作手段极为契合。

而如今,仅属于法师经营的这座寺庙也被政府一分为二,大雄宝殿仍然归属法师打理,新建寺庙群则由政府经营。但问题是,门票收入不再由法师支配。“眼下,我们的收入只剩下做法事和功德箱了。”法师告诉记者。在他看来,国家反腐,香客锐减,此时,如何运营法事对僧团至关重要。

## 投资人与法师的两种账本

一座据说由香港居士兴建的寺



有法师认为,香火是否旺盛的意义远远超过门票收入,毕竟收取进门费有悖于宗教本意。 CNS 供图

## 现实中,法师

比对其他寺庙的费用标准,不约而同遇到一本难念的经:大雄宝殿加上配殿及其他,每月仅电费近万元,按照寺庙规模,至少得有数位法师掌管法务等工作,这样算来,生活及供养支出每月达到3万余元,再加上雇佣的帮工和义工,一年产生的费用至少数十万元。

庙,在山西当地引来数位法师的关注。

作为掇客,小赫曾在去年四处寻找能够合作的法师,在他看来,投资方注资1000多万元,占地近20亩的这座庙宇应该能得到众多法师的青睐。

事实上,这座寺庙虽说交通方便,但却位置偏远。由此,尽管时有法师前来接洽,但客观存在的香客少、经营难度大等问题还是让众人摇头。

眼下,这座寺庙最大的问题莫过于寻找专业的住持。此前,由于香火冷清,寺庙入不敷出,仅有的几名从社会雇佣的散工亦无法正常维系。“我们曾在当地人中挑选了一位能言者充当住持。”小赫曾对《中国企业家》记者说,但念经,做法事,对一个不是专业法师的人来说,并不是件轻松的事。

于是,投资者重新拟定方案,将寺庙营收三成作为法师入驻的条件,这一策略先后吸引了多位法师,甚至包括当地一家有名寺庙的住持和执事法师前来“调研”。

现实中,法师比对其他寺庙的费用标准,不约而同遇到一本难念的经:大雄宝殿加上配殿及其他,每月仅电费近万元,按照寺庙规模,至少得有数位法师掌管法务等工作,这样算来,生活及供养支出每月达到3万余元,再加上雇佣的帮工和义工,一年产生的费用至少数十万元。

如果经营不善,那么投资者的承诺将无异于画饼充饥。“如果我是寺庙法人,其他投资人能够分担费用,或许这里还有希望。”在采访中,上述法师坦陈,僧人挂单,居士留宿,这些显然是一笔不菲的开销,寺庙经营好坏,首要的是留下一些法师,如果投资人不承担这部分费用,住持会有很大压力。

于是,法师向投资方提出几点要求:寺庙法人必须是本人,三方平均承担费用,所有经营活动由法师来执行。

而小赫却有自己的一套算法,这座寺庙投入近1000万元基本为居士捐助修建,因此,法师并不承担投入风险。他们只要潜心做好法事,以增加居士、香客的人数,这样,功德箱自不必说,仅以一场稍大法事10000元计算,一年下来,几十万元不是问题,当然,这还会带来热旅游。

这一要求令投资方颇感为难,几番接触之后,商谈陷入僵局。但僧侣从事寺庙经营并不是什么新鲜事。如今,一座豪华寺庙就得有几位德高望重的法师,而这似乎已成为“标配”。

近些年来,一些师兄们被邀请至南方,成为寺中执事,掌管寺务、馆务和法会等,香火旺盛。上述法师深谙此中道理,对他们来说,等待或许是最好的对策。

## 寺庙如何被打成商品

历经兴衰之后,上世纪70年代,少林寺只剩下十几个僧人守着残垣断壁和28亩薄田度日。然而,随着一部电影《少林寺》的热映,少林寺开始重新回到人们视野中。1990年代后游客基本稳定在每年150万人次左右。从那时起,少林寺旅游收入长期稳占

登封财政总收入的30%以上。

一组数据显示,从2011年至2013年,河南省旅游总收入达到10039亿元,而在2015年,河南预计接待海内外游客5.09亿人次,实现旅游总收入4886.58亿元,同比分别增长11%、12%。其中,入境游客234万人次,旅游创汇7.6亿美元,同比分别增长3%、4%。

2009年12月,作为招商引资的重要成果,大型央企港中旅和登封市政府所属嵩山少林文化旅游集团有限公司(隶属嵩管委)共同成立了新公司,名为港中旅(登封)嵩山少林文化旅游有限公司(以下简称港中旅嵩山)。港中旅以现金出资5100万元人民币,占51%的股份;登封市政府则以经营性资产和部分现金合作,占股49%。双方规定合资年限为40年。合资公司负责包括少林景区(以少林寺为核心)、嵩山景区和中岳景区在内的嵩山景区的管理和经营。

单从产权角度来看,登封市政府至少拥有少林寺产权的70%,因此,开发少林寺旅游业也就成为影响当地财政收入的一个风向标。如此一来,少林寺诸多产业被打成商品实属市场经济的必然产物。

而在少林寺与政府的门票收入分配纠纷中,少林寺方称嵩管委从2011年1月到2013年10月,共拖欠少林寺方4970万余元人民币的门票款以及延迟支付违约金230多万元人民币。嵩管委却称:“按我们的计算方法计算,政府不拖欠少林寺一分钱的门票款。我们3年之内共付给少林寺方1.5亿多元。”

尽管有人提出出家人需要那么多钱干什么,但释永信认为,门票收入分成是少林寺最重要的收入来源。少林寺的常住僧人、塔林、初祖庵是世界文化遗产,这笔收入不仅是文物维修、殿堂重建等保护千年古寺、弘扬和发展少林文化的经费保障,也是维系日常僧众生活支出、开展佛事活动的经济来源。宗教的发展是否需要商业化来维系?这个问题在释永信看来似乎有了答案。

现在的商业化辩护却显得有些牵强。

作为企业主体,是主动迎合人们一时的需求,但是,由于这些需求是多变的,所以企业今日兴盛明天衰败很正常。而迎合长期、基本精神需求的机构,其行为特征应该带有很强的被动性,应当能够体现捐助者的意愿。

然而目前的少林寺商业化则不同,其带有非常明显的主动性,捐助和宗教精神本身的特色弱化,商业买卖噱头炒作的特色强化。少林寺正在逐渐向企业转变,注重于人们短时的、多变的需求,比如娱乐性的武术。相反,少林寺最原生态的“禅宗祖庭”的称号,却已经少有人关注。

# 从仲裁到再审 两川企上演过山车式诉讼

■ 本报记者 郝帅

7月23日,四川省高级人民法院重新开庭审理四川省会理县渝城矿业开发有限公司(以下简称渝城公司)与会理县洪川桥矿业有限责任公司(以下简称洪川桥公司)及第三人李真银银联合合同纠纷案。曾经经历过仲裁、一审和终审判决的上述案件又回到了起点。

渝城公司与洪川桥公司的选矿厂承包合同纠纷从2010年至今经历了一次仲裁和两次判决,渝城公司从仲裁获赔460万元到二审败诉反赔偿洪川桥公司逾2500万元的诉讼经历大起大落犹如坐上了过山车一般。而如今的再审,又将两家公司摆在了是与非的天平两端。

## 并不愉快的合作

事情要从8年前说起。2007年2月10日,渝城公司与凉山矿业股份有限公司(以下简称凉山矿业公司)签订《参股协议》,约定凉山矿业公司将其矿权范围的中、小露天之间的山梁低品位铁矿石开采权授予渝城公司。

2007年4月26日,渝城公司持上述《参股协议》签订《联营协议书》,约定洪川桥公司购买渝城公司所属第二选矿厂,总投资约1000万元。洪川桥公司购买后,双方各占50%。渝城公司保证用中、小露天资源供应第二选矿厂200万吨以上铁粉矿,若有不足由渝城公司用其他约定的矿石补足。2008年1月14日,渝城公司与洪川桥公司签订《内部承包协议书》,主要约定在《联营协议书》基础上双方按序以3年为届独立对第二选矿厂承包生产经营,承包期间由承包方向对方支付承包费。同时,协议书约定,洪川桥公司在2008年至2011年及2014年至2017年两轮6年承包期内,渝城公司负有每月不少于3万吨的供矿义务。

但这一纸合约并没有给双方带来愉快的合作,渝城公司认为洪川桥公司未按约定支付款项而停止提供矿石,而洪川桥公司认为渝城公司不提供矿石的行为属于违约且给其造成了巨大的经济损失,双方的争议从仲裁至法院,展开了一场司法拉锯战。

## 旷日持久的僵持

2008年8月,渝城公司以洪川桥公司违反协议未支付相应款项为由要求四川省攀枝花仲裁委员会撤销双方协议,由洪川桥公司支付应付款项。而洪川桥公司则以渝城公司不履行供矿义务为由,提起反请求,要求渝城公司继续履行供矿义务,并承担违约金及赔偿经济损失。2009年7月21日,攀枝花仲裁委员会作出(2008)攀仲裁字第158号裁决书,裁决由洪川桥公司给付渝城公司矿石管理费、承包费、违约金共计460万元,同时驳回洪川桥公司的反请求。

洪川桥公司对此裁决不服遂诉至法院,四川省凉山彝族自治州中级人民法院于2012年2月23日作出裁定对攀枝花仲裁委员会作出的上述裁决不予执行,经审理后又作出了渝城公司赔偿洪川桥公司的判决。对此感觉不服的渝城公司随后又上诉至四川省高级人民法院。

2012年,四川省高院作出(2012)川民终字第2号民事判决书,判决解除双方的合作协议,并判决渝城公司赔偿洪川桥公司损失25345737.57元,洪川桥公司将第二选矿厂所有资产返还渝城公司。

虽然作出了终审判决,但此事并没有结束。渝城公司又向法院提起了再审申请。四川省高院经审查后作出了[2014]川民监字第95号民事裁定书。裁定的内容为案件由四川省高院另行组成合议庭再审,再审期间中止原判决的执行。而该裁定中所附的相关法律条文为《中华人民共和国民事诉讼法》第一百九十八条:各级人民法院院长对本院已经发生法律效力的判决、裁定、调解书,发现确有错误,认为需要再审的,应当提交审判委员会讨论决定。第二百零二条:当事人的申请符合下列情形之一的,人民法院应当再审:有新的证据,足以推翻原判决、裁定的。

## 存在争议的赔偿

渝城公司代理律师告诉《中国企业家》记者,该案中尚存很多争议,例如渝城公司是否向洪川桥公司提供足够的矿石,同时现在虽然已经进入再审程序,但之前洪川桥公司主张的赔偿中是否有水分等,都还是悬而未决。

“渝城公司和洪川桥公司合作之初签订多份协议,其中一份就约定了如果第二选矿厂不能成为凉山矿业公司子公司,则上述约定无效,洪川桥公司不补偿任何款项。最终第二选矿厂没能成为凉山矿业公司子公司,上述约定无效条件成立。所涉铁矿35万吨因此应恢复原来的权属状态,即根据《联营协议》之约定,应由双方共有。”渝城公司代理律师表示,就此一项,就远超双方约定应提供的6万吨矿石,且洪川桥公司方面向渝城公司出示的文件中也承认应向此提供36万吨矿石(从中、小露天之间山梁采集矿石实际数)且除此之外还提供了4.2万吨,渝城公司根本不存在违约行为。

而渝城公司相关负责人向记者表示,洪川桥公司之前所赢诉讼涉及赔偿数额也存在争议,“这些赔偿中有一部分是购买机械的金额,但他们所提供并被认可的机械供应企业根本不存在。”

上述负责人表示,洪川桥公司所称曾购买机械的“攀枝花龙祥矿山设备中心”与“顺祥机电总汇”这两家公司在工商部门查询并不存在。“工商部门的负责人还告诉我们,由洪川桥公司提供给评估机构资料中上述两家公司所盖公章也不是法定上网公章,而四川省相关管理部门早已规定,从2007年6月30日后,凡使用未增加辅助识别线和印章编码的公章均视为非法使用公章。”

“洪川桥公司的做法是以非常低的诉讼风险成本,去博弈非常大诉讼收益。”渝城公司代理律师表示,“我们一定会尽力维护合法权益,相信会有一个好结果。”

## 观察

# 宗教商业化错在哪?

■ 邓新华

少林寺方丈释永信被举报一事闹得沸沸扬扬。连带着,宗教的商业化也再度被诟病。那么,从经济学角度看,宗教的商业化是对是错?

事实上,宗教一直处于竞争之中。它们的教义、生活方式一直是依据信众的喜好改变的。不管是经营为目的的企业,还是寺庙、教堂等,其本身都内含着迎合受众需求的功能。正如不同的企业生产不同的产品面向不同的消费群体,不同生活方式的宗教,吸引的信徒会不一样。

首先从产权角度来看,寺庙、道观、教堂等,是没有明晰的私人产权

的。以少林寺为例,政府拥有少林寺产业的70%产权,使得从经济学意义上少林寺的基本产权身份界定就十分模糊,这不利于少林寺建立正常的公司自治系统。在这样的机制下,少林寺目前的商业化模式很难有长远的规范化的发展。

经济学上有个词叫消费者主权,意思是消费者通过用钞票投票来决定企业的兴衰存亡。消费者对产品投票,是不管产品生产者是谁的,也不管生产者是谁是赚是赔。消费者只忠于自己的消费偏好。在消费者无情的投票下,优秀的企业胜出。但消费者的偏好是经常改变的,企业很难长期充当优胜者。

寺庙道观等不同于企业,是精神

生产机构,如果需要商业经营,那么其首先的消费者——它们的捐助者将能够决定其兴衰。其实,捐助无外乎是一种精神产品的消费。那些持续时间长的机构,至少有两个特点:一是有一个高效的自治系统来保证成员严格依据消费者的偏好行为;二是迎合的是消费者长期的、基本的需求。这些看起来是公共产权的机构,其存续发展的决定人恰恰在捐助者。这些机构的成员只是消费者意愿的执行人。

释永信曾说:“中国人可以引进迪士尼,为什么国外就不能引进少林寺?文化走出去是件很体面的事。”这句话本身并不错,但是用来为少林寺