丈夫在外欠债,夫妻闪电离婚

婚内财产协议能否为妻子躲避债务?

丈夫常年做生意在外欠债68万余元,突然一日夫妻两人离婚,妻子将 名下的房产转卖给儿子。8位债主集体讨债,声称:离婚是恶意串通只为规 避债务。而妻子则说:"我们早有协议,婚内各有各的财产。"昨日上午,本 案二审在市中院21号法庭组织询问。 晚报记者 张柳 实习生 杨甜甜

夫妻闪电离婚,房子卖给儿子

60岁的任祥一直在焦作做粮食生意,从 2002年6月至2007年1月,他先后向冯丽、吴香 和李英等8人借款,金额共达68万余元。

2007年10月,几名债主发现,任祥和其妻 路林的手机关机,不辞而别,而他们位于焦作 - 外房产也已易主。

债主们几经查找,找到了他们位于管城区 一处房产(210.22平方米),但这处房产已于 2007年11月份由路林以73万余元的价格过户 给儿子任华,而任华则准备再次以95万元的价 格卖掉房子。

"他们两口一个礼拜内办了离婚协议、房 产过户协议,路林还把任祥的户口迁到了自己 妈妈家。"冯丽说,几名债主一致认为,任祥和 路林闪电离婚,卖房子的做法实际上是恶意串 通好了逃避债务的做法,遂诉至法院,要求撤 销这对母子间的购房合同。

2008年8月1日, 管城区法院作出一审判 决,认为任祥夫妻俩离婚卖房存在恶意,撤销 母子间的购房合同。任华随后上诉。

妻子表示婚内曾有财产协议

对于债主们及一审法院认定的"恶意串 通"问题,路林和任华母子则作出不同解释。

路林说,自己和丈夫育有一对儿女,因丈

夫感情问题两人曾离婚,而后复婚也是纯粹为 孩子着想,且长期分居,自己并不知道丈夫的 负债情况。复婚时自己和丈夫曾有协议,两人 各自拥有各自的财产。而房子是以自己的名 义借钱、贷款买的,所以自己有权买卖。

对于父母闪电离婚、母亲卖房等行为,任 华表示,父母长期感情不和,因当时自己要结 婚父亲拒绝参加,两人才离婚。而母亲卖房是 因为"她更偏向妹妹,想给妹妹留点东西"

几名债主对于两人的说法表示愤怒,冯香当 庭痛哭起来。到庭的5名债主中有3人指出,任祥 夫妻合伙做生意多年,路林的说法属于欺骗。

本案中的关键人物任祥昨日未到庭,亲人 说:"不知他在哪儿,找不到。"

债主方律师:婚内财产协议对外无效

对于路林提出的婚内财产协议一说,8名债 主的委托代理人肖正海律师表示:这样的协议只 对夫妻双方有效,对第三方不应具有法律效力。

肖律师解释说,根据《婚姻法》的有关规 定,夫妻婚内财产属于双方共有财产,债务 属于共有债务。夫妻间关于财产的约定,只 在夫妻双方分割财产时有效。而对于债主 们这些婚姻外的第三人来说,这样的约定没 有作用。 (本文当事人均为化名)

线索提供 常爱萍 宣教 李国珍

"我受伤卧床不起,老公不管我"

法院:夫妻有互相扶养的义务

□晚报记者 鲁燕

本报讯 妻子受伤卧床不起,丈夫不管不 问,妻子无奈告上法院。昨天,二七区法院一审判 决丈夫承担妻子医药费、扶养费等费用9094元。

去年6月11日,丁莉(化名)和赵斌(化名) 因生活琐事发生纠纷,互相厮打。"我被他打得 身上多处受伤,前后换了两家医院。"丁莉说, 住院20天,丈夫对她的病情不管不问,仅付了 很小一部分医药费,"我被迫出院后一直在娘 家住"。"作为丈夫,他应该扶养我。"丁莉一纸 诉状将丈夫告上法庭,要求法院判决支付扶养 费2.4万余元。

赵斌则说,妻子的伤是她自己从楼上摔下 造成的,"是我把她送到医院,照顾得无微不 至,为了给她治病,我四处借钱,花了3.6万元, 我已尽力了。

二七区法院审理认为,夫妻有互相扶养的 义务。 一方不履行扶养义务时,需要扶养的一 方,有要求对方给付扶养费的权利。丁莉受伤 要求赵斌支付扶养费,是合理合法的。双方应 共同承担扶养费的份额,因丁莉受伤请假在 家,没有经济收入,赵斌应承担扶养费60%的份 线索提供 南南 袁平

大锤砸扁赌博机



根据群众举 报, 丰产路派出所 民警走访排查,连 日来在辖区内共 收缴赌博机50余 台,刑事拘留4人, 行政拘留5人。昨 日10时许,在经一 路常寨村内,民警 用大锤将这些赌 博机集中销毁。

晚报记者 张璇 通讯员 陈文举/文 晚报记者 周甬/图

和爷爷去钓鱼,8岁男童鱼塘溺亡

没尽到安全防护责任,经营者判赔6.8万元

□晚报记者 鲁燕

本报讯 8岁小航随爷爷到乡村饭店 吃饭、垂钓,没想到,中间独自离开一会的 小航溺亡饭店鱼塘。昨天,市中院维持中 原区法院一审判决, 鱼塘经营者没尽到安 全防护责任,赔偿小航家人6.8万元。

饭店鱼塘里找到8岁男童

2005年9月11日17时许,8岁的小航 随爷爷张老先生到一乡村饭店垂钓、吃 饭。由于饭店人员告知厨师还没来,张 老先生的朋友提出先到饭店后面的鱼 塘里钓鱼。18时许,大家回来吃饭,小 航在吃饭期间溜了出去,5分钟后,见小 航还没有回来,大家就开始寻找,随后 在饭店鱼塘里发现了小航。经抢救,小航 还是没能醒来。

小航的父亲张先生认为,儿子的死和 饭店管理不善有很大关系。他查看鱼塘发 现,这里水深两米,池壁很陡,周围没有任 何防护设施,也没有任何警示标志。特别 是晚上,鱼塘连起码的照明设施也没有。 "小航死后,饭店一直不提赔偿的事,让我 们很心寒,没办法,才起诉至法院,要求赔

偿各项损失15万余元。"

饭店:已尽到安全保障义务

"我们在通往鱼塘的道路及鱼塘边都 设立了警示牌,提醒带小朋友的钓友看护 好自己的孩子等。"乡村饭店老板王阿健认 为,饭店在18时前将渔竿都收回了,18时后 不允许顾客钓鱼。因此,作为饭店经营者 已尽到了合理范围内的安全保障义务。孩 子出事,其临时监护人张老先生应承担主 要责任,饭店没有责任。

法院:饭店应担责30%

庭审中,张先生说,饭店设的警示牌上 "带孩子的人看管好自己的孩子"等内容是 在他孩子出事后,饭店为逃避责任才加上 的,原来没有这些内容。

中原区法院审理认为,这起事件中,小 航家人未尽到看护责任,对小航的死亡应 承担主要责任。而饭店在鱼塘周围没有设 立相应的安全防护设施,也没有照明设备, 仅在鱼塘周围设立警示牌并不能起到安全 防范的作用,主观上存在过失,对于小航的 溺水死亡应承担30%的民事责任。

线索提供 郑中原

费者倾向于购买高端牛奶产品,然而,贵的就 一定是好的吗,如何辨识真正的顶级好奶,行 家的建议,可以通过一鉴二品三常来探其究

"鉴":

鉴奶源

牛奶的品质和营养首先要看牛奶的奶源 是从哪里来。位于北纬 40 度左右中国乳都核 心区的特仑苏专属牧场,是我国第一批通过国 际 GAP 体系(良好农业规范)认证的牧场,有 着近乎苛刻的管理制度。牧场从世界四大洲引 进的顶级金牌奶牛,食用专为名种奶牛种植的 来自全球 12 个国家的顶级牧草,享受自然放 养,动物福利的精心照料与智能自愿挤奶的舒 适的待遇,这些都奠定了特仑苏牛奶与生俱来 的超凡品质。至今,特仑苏原奶中每百克牛奶 含有33克的天然优质蛋白含量始终无人能够 企及。

不仅如此,在特仑苏的生产质量管理体系 中,每一滴原奶,都要经过比欧盟标准更加严 格的检测,除了对所有生产原料讲行 FDA 标准 (美国食品药品管理局)检测,牛奶在特仑苏 生产线上每进入下一道环节之前,都要经过十 几个指标的检测,精确程度能够达到普通牛奶 的20倍。比如,经过第三方独立检测,特仑苏 的微生物含量仅为5000个/毫升,比国家一 级奶标准严格 1∞倍,比欧盟、FDA等国际公 认的高标准还要严格 20 倍, 甚至不用灭菌处 理就能达到国家饮用标准。

博鳌亚洲论坛秘书长龙永图将特仑苏誉 为"中国第一奶"。

二、"品":

闻其奶香,尝其滋味,浓香醇郁,唇齿留 香,这不但因为特仑苏的顶级奶源和纯天然的 高蛋白,更需要高科技的工艺水平和严格的品 质标准才能保证牛奶醇香口感与纯净品质的 始终加-

特仑苏从原奶到上市销售,还要经历105 道严格的工艺,包含过滤、净乳、闪蒸、UHT灭 菌、无菌灌装等环节,在特仑苏的生产过程中, 每一个环节都采用世界上最先进的设备,一条

特仑苏生产线的身价高达五六千万,而国内许 三、"赏"。 多乳品企业的一条生产线造价是一二百万,成 本不同,其中的科技含量自然是大不同。比如, 特仑苏所采用的均质机来自意大利,因其性能 优越、价格高昂被称作均质机中的"法拉利", 而经过这部意大利均质机的均质处理,牛奶中 的脂肪球大小均一,分散均匀,使得每一口特 仑苏都具有相同的细腻、醇香。

品纯净

特仑苏独特的生产过程是在世界领先科技 的指纹车间里完成的,在这间国内唯一一家指 纹车间,只有预置了身份信息的工作人员可以 凭借指纹信息进入。此外,哪怕是总裁,也不会 得到特殊的"通行证"。这里还是纯净的"零菌 落"车间。要能够做到空气环境中"零细菌", 所要求的技术和管理是非常高而严格的,特仑 苏的生产车间就做到了。国家标准中,乳品生 产车间内的空气净度要求口30cfu/ III, 经第三 方检验结果,特仑苏生产车间长年保持在 Ocfu/皿(cfu:菌落形成单位)。也就是说,车 间空气的纯净度达到"零菌落"——没有一个 细菌。

赏品牌

伟大的品牌 = 卓越的产品 + 独特的品牌 文化。纵观国内乳品市场,形成独特品牌文化 的高端牛奶恐怕唯有特仑苏。

特仑苏之所以能成为中国高档乳品的典 范,在乳品行业中独树一帜,不仅仅因为它独 特的产品特色,更是因为特仑苏建立起了"金 牌牛奶,特仑苏人生"独特的品牌文化,从而成 为优质生活的代言。

特仑苏的出现,从根本上改变了人们对牛 奶的看法,它已经成为一种人生态度的写照。用 心工作,用心享受生活,以金牌的标准要求自 己, 亦只感受金牌品质的人生——这就是特仑 苏人生——追求卓越、积极进取、懂得享受…… 正是这样的品牌文化升华了特仑苏入口那一瞬 间所带来的心理感受:生活,是用来品味的。

如今,特仑苏所引领的优质生活理念已经 悄然深入人心,消费者选择特仑苏,已经不仅 仅是选择一款牛奶,而是选择一种消费观念和 生活态度.