今年过节不送礼 全民摆脱送礼焦虑？

本报记者 李今朵 牛晓娟

刚刚过去的教师节，略显“冷清”。一位在北京某幼儿园任教的老师告诉本报记者，由于学校提前给家长和教师都发了“禁令”，今年她只收到了一些孩子亲手做的贺卡等礼物，虽然简朴但都凝聚了孩子们的心意，比起往年经常收到的化妆品、衣服、购物卡甚至现金等礼物，更显诚挚。同样的，即将到来的中秋节，与往年同期相比，也不太“景气”，高档月饼纷纷遭遇“滑铁卢”。

事实上，回顾中央“八项规定”出台以来的9个多月，不难发现，在自上而下大力倡导的节俭新风吹拂下，从官员到百姓，正在从每逢佳节“被”送礼、送礼的收礼的焦虑状态中，逐渐解脱出来，许多人直呼“松了一口气”。

最该焦虑的是正事

正 楷

笔者最近出差，一个县委书记在饭桌上，大谈原来的焦虑，大谈“八项新规”的好。

以前，他最焦虑的是吃饭喝酒。一顿饭要赶好几个场子。每顿都要喝酒，一桌喝1两，一天也得1斤多，关键是天天如此。这边来个投资的，那边来个大领导，哪哪有一拨调研的，谁不陪一下都不妥，不和谁碰一杯都不好意思。天长日久，胃出了问题，一见酒就发愁。

这种焦虑，在地方官员中，绝非个例。焦虑也非官员专利。当官怕接待，百姓怕过节，小孩愁攀比。过节了，不给上级单位送点土特产弄张消费卡，不请领导吃顿饭，不给老师送点礼，如何踏实得了？放假的好心情，焦虑在了送礼上。

商人则怕“公关”。一个在非洲某国生活的朋友，以前在国内做生意，他说一到过节就是最累的时候，一是到处送礼，二是陪不了家人，得开车到处接送“重要人物”和他们的家人；而出国后，只需专心做生意，遵守好法律法规，其他的不用操心。

官员为接待喝酒焦虑，商人为“公关”焦虑，孩子为给老师送礼焦虑（老师也为收不收焦虑）……在焦虑中，身体健康受损，人和人的情感变味，社会风气变质。谁没有“求人”时候，上至高官下至平民，生活在这种环境中，无不感到“很累”。

焦虑的背后是“潜规则”横行——接待方面，“接待就是生产力”；送礼方面，“谁送了不知道，但谁没送知道”；“公关”方面，“多一分感情维护，少十分下绊子的风险”。焦虑的背后也充满悖论——以请客喝酒为例：请客的不想喝，被请的也不想喝，喝多了大家都痛苦，但又都要个“面子”。这个“面子”的本质就是“四风”（形式主义、官僚主义、享乐主义、奢靡之风）。

而现在，这一切正在发生变化。为喝酒焦虑的这个县委书记感慨：现在好了，“八项新规”来了，整顿“四风”动真格了。风气大变，豆浆替代了酒浆，思想交流取代了碰杯交情。一顿饭半小时，宾主皆安。当然，这个县委书记现在仍有焦虑——焦虑发展，焦虑民生——这才是他最该焦虑的地方。

人无压力轻飘飘，每个人脑海里都应该琢磨点事。什么事最应该焦虑？那就是正事。官员操心民生，关心发展；学者为学术愁肠百结；商人致力于产品创新；学生想着德智体美劳全面发展……三百六十行，各行各业，都有自己职责范围的事。做好自己的本职工作，焦虑自己最该焦虑的，才是发展正道，才是好风气。

如果只要做好本职工作，一样可以生活得好，谁还愿意为“旁门左道”焦虑？要解决焦虑，需要扭转风气，创造新的社会环境。当下正是中秋节，中央纪委连番发文，“刹住公款送礼之风”。这样一来，各级官员轻松，普通民众也轻松。

今年以来，中央的决心，中央的带头，让“八项规定”逐级逐步落实。正在进行的群众路线教育实践活动，也在发力。风气正在扭转，新的社会环境正在形成。当然，这需要过程，需要时间。而好风气一旦形成，是国家之福，是民众之幸。

亮剑 蒋跃新作 （新华社发）

过关 朱慧卿作 （新华社发）

❶ 送礼成风的困境亟待打破

送礼现象由来已久。比如每到教师节，被送礼这件事折磨的家长们，常常在网上发文控诉教师节变成了“送礼节”。送的礼物五花八门，从吃的、穿的、用的，到豪华宴请老师甚至老师全家。家长的送礼技巧更是包罗万象，直接拿到学校的有之，以“聊聊孩子近况”约出来送的亦有之，一位教师告诉本报记者，现在更有家长把礼物放在商场寄存柜台，让老师自行领取。

沦为“送礼节”的不止教师节，几乎所有大一点的节日都有你来我往的送礼相伴，为晋升、为孝敬师长、为“求人办事”、为联络感情……可以送礼的理由实在太多，加之不少人利用公款消费，送礼成为一种饱受诟病的“节日病”。而送礼者和收礼者，都因为越送越贵重的礼物和“不得不送”、“不能不收”的心态，形成了独具特色的“送礼焦虑”。

这种“送礼焦虑”，将香水、酒、包等的销量推向了新高，而大闸蟹、茅台酒、月饼、天价烟，也都加入了礼品大军，价格屡创新高。此外，愈演愈烈的送礼现象，更使得礼品行业水涨船高，礼品包装越发精致，月饼要用金银配，酒瓶几乎做成了收藏品，榨菜也要用老坛才够“正宗”……难怪有人感慨，“过去和现在的月饼都是奢侈品”：过去是因为吃不起，所以格外珍贵，而现在则是变成了畸形的礼品，普通人难以承受。

直到去年12月中央“八项规定”出台，以及随后出台的各个相关通知，才使得送礼之风逐渐刹车。去年春节期间，就有花店因业务不景气被迫关门，之后各类土特产店、礼品店等关张的消息陆续见诸报端，其原因均与“八项规定”出台后对礼品市场的冲击分不开。8月份，离中秋节还有约1个月的时候，中央纪委常委会会议即明确指出，当前，要坚决刹住中秋节、国庆节公款送月饼送节礼、公款吃喝和奢侈浪费等不正之风，过一个欢乐祥和、风清气正的中秋和国庆佳节。中央纪委书记王岐山9月初到天津市调研时，再次强调要抓住中秋、国庆重要节点，刹住公款送月饼节礼、公款吃喝等不正之风。

这样的禁令，无疑给公款送月饼、送节礼戴上了“紧箍咒”，不仅月饼遇冷，各种聚会、送礼等也都“消停”了不少，节日真正回归了亲人团圆的本真。

中央党校党建教研部副主任戴焰军教授对本报记者说，中央对奢侈浪费和公款送礼问题的禁令，已经产生了明显的效果。中国人重视礼尚往来，但奢侈浪费的送礼风，尤其是公款送礼，如果任其发展，则演变成了一种坏的风气，“人跟人之间的关系就变成了礼跟礼之间的关系了”。

❷ 中央叫停送礼风

接二连三的禁令，让人们看到了中央整治不良送礼风气的坚定决心，其效果也颇为明显。即将开始的中秋节，高端月饼市场已备受冷落。据报道，往年很多公司都办团购券，因此催生了“黄牛党”收购月饼票，但今年的禁令导致高端月饼市场低迷，让不少“黄牛党”纷纷转行。而往年国庆节的送礼佳品大闸蟹，在王岐山点名批评“越送越奢华”后，有业内人士认为其销售将遇冷。

中央的禁令让很多人打心眼里叫好。戴焰军表示，很多送礼者其实是被近年来的不正送礼之风裹挟进去的，本没想送礼，但因为担心会对自身不利而被迫加入，从而给所有人都造成了负担。“及时刹住这股风气，使得很多人得到了解脱。”

本报记者近期出差时遇到一位地方领导，谈起中秋节前的冷清，他一脸轻松，“中央的禁令下来以后，我们觉得很舒坦。往年逢年过节都在忙着迎来送往，折磨得筋疲力尽，可是我能吃几个月饼？人家送了礼我还得考虑怎么还这人情，没事谁给你送礼？”

事实上，这位官员说出了许多人的心声。不仅收礼的人这么想，送礼的常常更是苦不堪言。送多了，经济上会有负担；送少了，又怕对方不满意、不领情；不送，怕别人都送了自己被“记住”。不管是因求人办事还是“防御性”的送礼，送礼者都与收礼者一道，陷入了停不下来的循环中。

因此，中央对不良送礼风气的大力整治，与各方早已不堪忍受这一风气折磨的心理极为合拍，从而广受拥护。有人就表示，“不送就都不送，这样所有人都能好好回家过节。”

在接受本报记者采访时，北京航空航天大学公共管理学院任建明教授表示，之所以能迅速打破收礼与送礼的恶性循环，是因为党的十八大以来，新一届中央领导集体通过出台“八项规定”、反对“四风”等一系列举措，从政治局做起，认真抓出了效果。任建明称，豪华餐饮业受到重创，送礼现象出现了好转等，都是现实的佐证。

❸ 健康新风要长吹

在奢侈送礼、公款送礼风得到改观后，如何坚持营造风清气正的社会环境，成为民众的最大期待。

一纸禁令固然能止住当下的不良习惯，但非长久之计，要满足人们对于正常规范的人际关系的需求，还要推动整体的社会风气向更加文明理性的方向转型，要完善制度使送与不送礼的人都不会被区别对待。例如，尽管禁令已下，仍有报道曝出一些人还在挖空心思钻空子，有媒体在走访某购物中心时发现，天价“金银月饼”可以开成“办公用品”发票，这无疑还是想占一把“公家”的便宜。

任建明表示，禁令虽然已经取得了明显效果，但要持续下去，光靠领导重视、光靠纠风和查处还是不够的，要从更深层次、更广泛层面去改革和治理。

戴焰军说，接下来，一方面要从文化层面上引导，让人际关系恢复正常、健康的发展，而不是像过去奢侈送礼时体现的物欲、庸俗的状况；另一方面，要从制度入手，系统解决问题，而不是将在杜绝公款吃喝或送礼中省下来的钱，用到了其他类似的目的上。

事实上，转变已经在更深层次上发生，由于高档礼品及其周边产业已经受到冲击，相关行业正在加速转型。除了因业务不景气而关门的特产店、礼品店以外，更多精明的商家在谋求新的生存之道。据报道，不少做高档礼盒的厂家，原来靠的是中秋和春节两个大节赚出一年大部分的利润，现在，有的已开始转做药品包装盒等常规盒类；而一些豪华饭店、高档餐饮，也在摆脱对公款消费的依赖，走平民路线为百姓服务。

接下来还有几个重大节日，除了即将来临的中秋、国庆外，元旦和春节往年也都是送礼的“高峰期”。任建明表示，正因如此，才需要将当前的做法坚持下去，到春节乃至今后都一直如此严格要求，“这样的话，大家就能看到中央的决心，一起把送礼的社会原因克服了，使这个问题得到明显的治理。”

月饼简约风飞入千万家

谈杨 魏喆 袁牧崑

“满天提货券，遍地是礼盒”，过去有人这样形容中秋节月饼送礼现象。而今年中秋，以往雕玉镂金的“天价月饼”坠入冷宫，人情送礼悄然隐退，风清气正的节日市场平添温情。

天价月饼 踪迹减少

9月9日，笔者走访了位于北京金台路的一家大型超市，中秋气氛已经很浓厚，五仁、莲蓉、双黄，各色月饼俱全，但转了一圈却没有发现超过千元的“天价月饼”。

“今年月饼价格基本都在500元以内，一两百元的月饼礼盒居多，也是销量最好的，388元的月饼礼盒就少有人问津了。”超市内一位张姓推销员向笔者介绍说，北京稻香村、金凤成祥等知名糕点厂商，都没有推出“天价月饼”。

高档酒店曾是“天价月饼”温床，动辄上千元的月饼往年在酒店很常见。而今年，笔者在位于北京东三环中路的几家星级酒店发现，与以往精美的月饼展示台不同，今年展台上都是满满的素纸包装，月饼价格也较往年下降许多。

“今年的规定特别严。与去年比，月饼礼盒销量少了六七成。”一位负责销售的人员告诉笔者，“往年高档月饼礼盒往往会搭配茶叶、白酒或金银饰物。但今年不同了，月饼就是月饼，不允许搭售别的东西。”

风清气正 舒心过节

“快到中秋，给不给孩子的老师送月饼？”“领导是新来的，要不要趁此机会表示一下？”……往年一到中秋节，大家就直呼遇上“中秋劫”，捱不过送礼焦虑症。但今年中秋将近，却听不到这些抱怨了。

“今年单位从上到下，每人只发了一个华美月饼，也就90块钱。”袁庆是长春鸭绿区一家纺织园的财务总监，他透露，往年中秋给领导、员工送月饼的预算经费就在8万元左右。而今年，这项支出也随着中央反腐力度加大而得以削减。

刚工作一年的长沙市民赵宣城更有感触，“以前一个月工资只有2000多元，光送月饼就要送掉一半，躲也躲不过去。”小赵在电话里笑起来，不过，“今年还没到节日，领导就先发话，让大家不要送礼，开开心心过节。”小赵高兴地告诉笔者，省下来的钱可以陪家人好好过节。

“月饼本来是思念故乡、家人团圆的象征。”民俗专家李天仁告诉笔者，正常的礼尚往来和公款送礼、腐败要严格分开。奢靡之风得到约束，中秋的传统文化才会真正复苏。

中央政令 市场驱腐

今年，廉洁之风吹遍节日市场。从“焦虑送礼”到“舒心消费”，中央政令的风向引导成为洁净市场的源动力。

“今年的节日市场有两个特点，一是公款订单缩水，二是百姓消费火爆。”市场调研专家、网评人杨玉英认为，“让市场对腐败说‘不’，政策的引导必不可少。”

据了解，自去年12月以来，中央领导人发表“改进工作作风、厉行节约”等讲话十余次。今年中秋节将近，中央纪委两周连续3次发出通知，要求坚决刹住中秋节、国庆节公款送月饼送节礼的不正之风。

“中央的政策引导不仅体现了根除腐败的决心，也是解决送礼焦虑症的题中之义。”中国品牌研究院研究员韩亮说道：“‘人情’左右市场曾经是节日市场腐败横行的根源。今年中央政令起到了规范市场的效果。让百姓需求决定市场，不再‘因送礼而焦虑’，‘因人情而腐败’。”

制图：潘旭涛