

民俗之变

那些巧立名目的「二胎酒」终于不用喝了

“前几年的春节，家里基本上都不用做饭，一家五口每人带个红包，都在外面赶场子吃席。”这个春节，湖南省益阳市安化县大福镇新桥村村民李石中终于可以摆脱“不堪重负”的应酬，过个“真情人节”了。

说起过去摆酒的“套路”，可谓五花八门。大福镇一位居民告诉记者，自己不仅吃过“二胎酒”“二婚酒”，还吃过“出狱酒”。李石中说，为了尽量“多赚钱”，当地不少生日在夏天的村民，会把宴会推迟到春节，因为这时在外务工的人都回来了，这就是自己一家人春节期间“赶场赶集”的主要原因。“我一年纯收入在1.5万元左右，但前年一年就参加了100多场宴席，送出礼金2万多元。”李石中说。

除了沉重的经济负担，过分摆酒还带来攀比浪费。有2000人的安化县江南镇马路新村，一年燃放的鞭炮价值达到人均1500元。村主任王良元说，以前大家放鞭炮喜欢“造势”，不仅喜事鞭炮一万元“起步”，还有喜事鞭炮客人敬一挂，主人回一挂的讲究。有些在春节期间摆酒的村民还会“斗炮”，谁放得越多，就越有面子。每次几卡车的鞭炮燃放起来，可以让整个村子满地碎屑、看不清人。

在主人房前的路上摆满充气拱门，也是十分流行的形式。大福镇居民周艳告诉记者，她数过一场普通农户宴席的拱门数量，共有80个。“其实并没有实际作用，但租一个的费用每天要100块。”她还说，由于每次宴席的菜品都很雷同，所以“总是让人提不起食欲”。宾客离开后，剩下将近一半的食物最终都会被倒掉。

2017年大年初一，在大福镇小尧村的春节晚会上，村委会提出的限制摆酒送礼的建议当场得到数百位村民的支持。几天后，这条建议被正式写进村规民约里。

除了婚丧，几乎所有摆酒名目都被禁止了，生日宴请也只有60岁以上逢十“才被允许”。小尧村村支书肖业勋介绍，村里不仅规定了100元的礼金上限和20桌的宴席上限，禁止燃放鞭炮和摆放拱门，还成立了村民监督委员会，每次都会有三四名委员在摆酒现场对礼金金额进行监督。“这些规定实施到现在，还没有人违反。”肖业勋说。

这条村规民约很快得到了更多村庄的响应。在马路新村，“斗炮”的现象没有了，村庄开始变得安宁和干净。李石中的礼金支出，在2017年一下缩减为不到两千元。

“其实大家都从心底反感摆酒，可就是放不下面子不去，又不甘心自己不摆酒。”肖业勋说。相互摆酒赴宴曾是维系邻里关系的主要手段，但现在被越来越丰富的业余生活取代。“今年，我们村筹备了一台有20多个节目的春节晚会，全部都是村民自愿报名的。”肖业勋说。

肖业勋还向记者展示了一个名叫“小尧人民一家亲”的微信群，里面一份密密麻麻的捐款名单，让记者在屏幕上划了好几下，才从开头拉到了结尾。肖业勋说，今年春节，村委会号召大家捐款捐助贫困户、五保户和孤寡老人进行慰问，响应的村民特别多。

(记者周勉)新华社长沙电

■新华时评

春节尽孝
不能止于“朋友圈”

除夕刚过，一张“能赶走疾病”的“佛系保佑妈妈图”刷屏微信朋友圈，不少人接力转发为父母祈福，热度之高连画原作者都始料未及。这位作者辟谣“没有特殊含义。希望大家过年多陪陪家人，陪伴才是最好的孝心方式”。

孝在中国被称为百善之首。互联网的发达，为很多人提供了表达孝心情感的新渠道。“朋友圈”里那些祝福和祈祷，既有国人对父母“爱你在心口难开”的亲情，也包含了儿女“难报三春晖”的思念、愧疚、反思……这些情绪的汇聚、发酵，激发起更多孝心孝行。

在“隔空示孝”的同时应当明白，孝心重在身体力行。曾经，“父母在，不远行”是为孝。时代变迁，今天，拼搏的人往往天各一方，行孝自然不可能囿于此念。从牙牙学语到奔向社会，子女每成长一步，都意味着离父母更远。成家立业后，父母由天天在一起相伴的家人，变成了手机通讯录里的名字；儿女对父母的孝也由时时承欢膝下，变成了一句遥远的问候。陪伴，这种生活的必需品，成了很多人难以拥有的奢侈品。

“家里挺好的，放心吧。”这句话很多离家的人都听过，但它背后浸透的思念谁能体会？当你在外拼搏了一年，年迈的奶奶做好粉蒸肉等你回家，她期待的是又可以拉着小孙子小孙女的手说说话；当爸爸妈妈用一桌几时的味道洗去你一年的疲惫，所求的只是与你静静地相聚几天。从这个意义上来说，“朋友圈”里的孝心可赛，走出“朋友圈”的陪伴却更可贵。

在“朋友圈”里表达完孝心后，千万记得要接过妈妈手里正在洗的碗，拿起爸爸打扫卫生的拖把，或是帮他们揉揉酸痛的肩膀，陪他们坐下拉拉家常。“我爱你”不一定用嘴巴说给父母听，但他们一定要用行动让他们感知到。

“儿女灯前，父母膝下”是人生至福。每一个能用行动直接向父母表达孝心的日子，都应该成为儿女“分秒必珍”的美好时光。

(记者姜伟超)新华社兰州2月18日电

过去肩挑背扛像逃荒，如今轻装返乡像出游

务工农民回家，行囊不再“一路叮咣响”

返乡之变

据新华社武汉电(记者李劲峰)春节前，武汉军运区军运村建设工地上52岁的泥工邵连生，做完节前工期任务，和老婆一起踏上了回家的路。

这位家在湖北省团风县方高坪镇杜堡村的农民30年返乡经历，折射了中国近3亿农民在外打拼、生活的变迁。

返乡这天早晨7点多，记者赶到工地，邵连生夫妇正从宿舍出来。与早些年将衣物、铺盖、年货等打成几个包背在身上，着急忙慌赶火车、汽车不同，这回他们两手空空，在工地门口坐上了前一天就约好的出租车。

“我和老婆都在工地上忙，没时间准备年货，所以在回家路上先去商场超市买年货。”邵

连生说，从工地到家不到100公里，车程一个半小时左右，“包车回去快，带年货方便，这一趟260元直接送到家门口”。

初中毕业后在家种了两年地后，邵连生在1985年开始外出务工谋生。邵连生说，过去30多年，他北到哈尔滨、南到广州，辗转过大江南北数不清的工地。“那会儿回乡，被褥衣服、泥刀工具，甚至连吃饭的碗筷，都塞进两个大蛇皮袋。”邵连生说，一路走着一路叮咣响，一看就是农民工。

“把东西都带着回家，肯定累呀，还不是因为穷嘛。”邵连生回忆道，“有一年路过天津时，在站台上狠心花10块钱买了两根大麻花当年货，村里邻居都来看稀奇”。

不一会儿到了超市门口，出租车在停车场等着，邵连生夫妇一起下车采购了不少熏肉、糖果、白酒，还有春联、红包等年货，一共花了1000多块钱。大包年货塞满了轿车后

备箱大部分空间，他俩还特意给过年回家的10岁外孙女买了两件童装，“外孙女都上小学二年级了，平时陪得少，过年得多嘱咐几句”。

“现在务工收入高了，过年回家，工友们大多都轻装上阵。以前觉得很值钱的那些宝贝，现在都不稀罕了，大不了重新再买一套。”邵连生笑着说，很多长途返乡的工人，都是拖着一个行李箱就走了。在车站、机场，除了皮肤黑些、粗糙些，其他和正常出差、出游的市民没啥区别，“有些年轻人，甚至直接在网上买年货，连行李都一起快递回家，那是真正的空手返乡”。

记者在邵连生所在的军运村建设项目生活区看到，工人宿舍内高低单人床取代了传统的大通铺，空调、洗衣机、24小时热水、电瓶车充电桩配备齐全，停车场停满了挂着各地牌照的汽车。



书香里的别样大年

▲2月18日，一名读者在江苏扬州钟书阁书店选书。春节假期，人们选择在图书馆和书店度过，为自己“充电”，在书香中过个别样春节。

新华社发(濮良平摄)

老车长遇上了新鲜事

“高铁不仅快，连车门钥匙都省了”

春运之变

新华社济南2月18日电(记者邵鲁文)刘爱国，59岁，济南客运段济南至深圳普速列车列车长。春节假期，由于人员紧张，刘爱国所在的车队承担了济南至深圳的高铁列车乘务工作，让这位老列车长在自己职业生涯的最后一个春运，踏上了以前从没想过的动车岗位。

以59岁“高龄”当上了济南客运段高铁动车列车长，让刘爱国成了段里年龄最大的动车列车长。“虽然此前接受了培训，通过了考试，但毕竟都是纸上谈兵。”刘爱国说，在动车上，新设备、新要求、新的服务变化，对于他来说，是个不小的考验。

为了尽快适应，这位“老兵”十八般武艺齐上阵。记者看到，刘爱国随身带着两个

小本，一个红皮一个绿皮，红皮本记录列车在运行时的重点工作事项，绿皮本则用来记录他向“大姐”请教的各种小要领，包括小桌板、遮光帘、终端机、应急设备的使用等等。

“老兵”上新车，“头疼”的可不只是硬件设备，刘爱国很快发现，自己在服务上又遇到了新难题。由于长期在普速列车上服务，几十年来，在车厢内大声提醒旅客注意到站，强调安全事项、物品看管等内容，让刘爱国养成了大嗓门的习惯。但在动车上，则严禁乘务员大声喧哗影响旅客休息。于是，自从当上动车车长后，他给自己定下了每节车厢走三排提醒一次的提醒方式。

从普速列车到动车，刘爱国身上的几把钥匙见证了他在40年的工作轨迹。刘爱国说，1978年刚开始跑车时，他所在的列车是21型客车，那是中国铁路自行设计生产的第一代主型铁路客车。当时还是烧水工的他用的是“五联钥匙”，就是五把钥匙合在一起，各有

用处，车门要用一钥匙，硬席车、硬卧车、软卧车是三种不同钥匙，备品厨又是一把钥匙。

“那时候是烧煤供暖，车门密封效果也不好，特别容易冻上，开个车门得一手拽着把手一脚使劲踹门。”刘爱国回忆。后来，21型车逐步被22型、25型车所替代，刘爱国的钥匙也从五联变为了单联。“25型车的钥匙握把位置是弯的，容易使得上劲，开车门已经很方便了。”刘爱国拿着手中的两把钥匙比划着。

“高铁不仅车速快，连车门钥匙都省了。”刘爱国说，现在的他已经和钥匙说再见了，但身上带的东西却变多了。值乘高铁的时候，光对讲机就要带两个，还有票机、查询机各一个。乘务包重了，肩膀上的担子也重了。

“中国铁路的发展，我用40年时间亲身经历了。能在退休前到动车上工作，实现了自己一直以来的心愿，心里很是感慨！”刘爱国说。

春节海外游，中国客不再盲目“买买买”

海外消费之变

曾几何时，扫货团成为中国旅游团的代名词，“买买买”似乎是国人海外游的永恒主题。然而，在今年春节旅游季，这种刻板形象正悄然发生改变。

新华社记者观察发现，较之过去，中国游客的海外消费变得更精明、更精致、更精细。这些显著变化正带来全新变量，激励全球服务商与时俱进，与中国需求同步升级。

消费行为“更精明”

今年春节，澳大利亚悉尼以西的著名景区“三姊妹峰”依旧是中国游客扎堆观光的旅游目的地。

景区观景台上的礼品店里，各类商品应有尽有。来自北京的王先生一家四口买了皮制的

考拉熊钥匙扣、几张风光明信片 and 金属镂空书签。但是，“第一次来澳大利亚的时候，别人说什么好我们就买什么，买了三个行李箱，都装得满满当当。这回我们只想买自己需要、有纪念价值的东西。”正结账的王先生边说边接过收银员递上的小纸袋。

像王先生一样，如今不少中国游客正告别非理性性和炫耀式消费，消费行为趋于理性、荷包捂得更紧、预算做得更细，出手更加慎重、精明。

对此，中国旅行社德国公司总经理张宇红深有感触。他说：“国人出境游一味买买买”的现象已发生改变，如今中国客人更加实际。现在更多人会根据个人需求，货比三家，理性购物。”

消费结构“更精致”

“过去，保健品和观光游是国内游客的主要支出项目，如今子女游学、艺术鉴赏与收

藏、健康养生等服务类、文化消费类开支，正崛起为中高端游的新主流。”总部位于澳大利亚墨尔本的新石器留学移民公司总经理李天告诉记者。

李天所说的这一新现象，在欧洲游市场也得到了印证。近年来，英国以其独特的旅游资源吸引了越来越多的中国游客。今年春节，不论是伦敦主要景点和博物馆，还是在牛津、剑桥等名校所在地，随处可见中国游客的身影，其中不乏游学团和深度主题游团。

李天认为，中国游客的精致化旅游趋势，会带来更高层次的行业竞争，服务商需要比拼创意和服务，提升旅游体验，赚“聪明钱”。这可能引发一轮行业转型乃至洗牌。

消费形态“更精细”

今年春节，中国游客吴燕华和张鹤夫妇选择在巴西自助游半个月，他们要去里约热

内卢、伊瓜苏瀑布、亚马孙雨林、圣保罗等地。为此，夫妻俩做足了功课，他们预订热门酒店，选择中文导游服务，下载巴西热门旅游应用，以方便沿途所需。

这种旅游方式体现了国人海外游小型化、分众化、精细化的新消费形态。对此，张宇红说，前些年动辄三五十人的旅行团颇多，动辄欧洲十国游，“现在的旅行团则很多是私人订制，团队小型化，舒适度大大提高，时间不赶，行程不紧，可以睡到自然醒。”

在日本，记者发现，小众景点新鲜游和大众景点深度游已成为中国游客赴日的新潮。譬如，离东京不远的伊豆正成为富士山、箱根、镰仓之后的新兴热门目的地。

如今，中国客海外游玩的新特点、新趋势，正倒逼商家作出必要调整，以便在市场营销、技术应用、国际合作等多方面胜人一筹。(执笔者：马湛、傅云威；参与记者：乔继红、邓茜、李骥志、宋鹏、张启畅、张武岳、钱铮、王腾飞、马曹冉)新华社北京2月18日电