

■新华社“新华视点”记者 刘扬涛 王皓 刘金辉

动辄数百上千元,粽子为何总被“奢侈品化”?

临近端午节,粽子销售进入高峰期。近年来,相关部门一直大力整治粽子市场的过度包装与“奢侈品化”。然而,“新华视点”记者近日在全国多地采访发现,一些星级酒店、电商平台销售的粽子,经过豪华包装价格超千元,海鲜、红酒、茶叶等高档礼品成为礼盒搭售标配。有销售人员坦言,高价粽子礼盒大多用于“打点关系”。

“粽子里的爱马仕” 鲍鱼、燕窝、红酒、香烟成“主角”

记者调查发现,“高端”“订制”是高价礼盒的重要卖点。不少高价粽子宣传语直截了当——“送客户领导有面子”。鲍鱼、龙虾、海参、松露、人参统统塞进礼盒。

河南郑州金水区一家茶行在端午节前推出一款售价813元的粽子礼盒,其中包含“黑松露云腿粽”“佛跳墙粽”“阿胶粽”“黑精粽”等4个品种的粽子,还搭配了一饼白茶和一个高档瓷盘。

门店销售人员告诉记者,这款产品被称为“粽子里的爱马仕”,自上架后就十分畅销,如今店里已经没货了,如果想要得先预付全款,从其他门店调货。

北京一家酒店推出了一款端午香粽礼盒,内含三个粽子,售价568元。酒店工作人员告诉记者,这款粽子礼盒的包装以某个系列珠宝为设计灵感,体现高档奢华,门店预售的2000

个礼盒一周时间内已全部卖完。

还有豪华礼盒夹带高价礼品。山西太原一家五星级酒店推出的端午礼盒,用8个粽子搭配一瓶红酒,售价498元,销售人员告诉记者,礼盒中红酒的单独售价大约为280元,超过整个礼盒价格的一半。

电商平台上这样的情况也不少见。在一家网店里,记者看到一款售价3288元的粽子礼盒

中配有6小罐茶叶。客服向记者介绍说,他们选用的是特级名茶,市场价格不菲。

豪华外包装是高价粽子的另一卖点。记者了解到,一些商家会为顾客定制粽子礼盒,有纸质的、竹木的、皮革的,还有实木的,价格从几元到几千元不等。知情人士表示,个别粽子礼盒甚至被设计成泥金彩漆等工艺品样式,“每年花在礼盒上的钱比粽子还多”。

送高价礼盒多为“找人办事”

高价粽子谁在买、谁在吃?

多位酒店销售人员告诉记者,豪华粽子礼盒大多用来送礼。一些企业负责人表示,粽子只是个幌子,真正要找人办事还要根据其喜好赠送烟酒茶等“附加礼”。

位于北京市西城区的一家酒店近日推出了一套售价1288元的端午礼盒,除了一盒粽子外,还装有茶具、进口红酒、女儿红花雕酒等礼

品。工作人员说,这款高档礼盒销量不错,“个人买得较少,主要买家是公司,为了送长期合作的客户、关系人”。

“虽然端午节不像春节或中秋节那么隆重,但走动走动还是必要的。”工程承包商李响(化名)告诉记者,每年端午节他都要给“对接”的办事人送粽子,主要是为了维系关系。“粽子礼盒档次不能太低,最少也得四五百元,光这一笔开

销算下来就得七八千块钱。”

知情人士透露,送粽子只是“最基本的”,如果想找人办事或“打通关系”,除了粽子礼盒之外,还要搭配“附加礼”,如烟酒茶等,有时甚至会直接送卡。

为了规避“四风”打击,节日送礼也变得更加隐蔽。李响说,“相比起粽子,‘附加礼’更加贵重,有时为了不显得那么扎眼,会用箱子把礼品

装起来,粽子放在上面,‘附加礼’藏在下面。”

太原市一家海鲜酒楼的销售人员向记者透露,在选购粽子的同时还可以搭配售价数千元的海参、燕窝等礼品,如果觉得东西太多不方便,可以用酒楼的充值消费卡替代。“充五千元、一万元都可以,既能吃饭使用,也能购买店内礼品和海鲜。购卡人的身份信息可以隐去,这样对购买者和使用者都安全。”这位销售人员说。

呼唤粽子回归“本味” 制止不正之风

近期,随着节日临近,多地发布廉政警示提醒党员干部,端午节是“四风”问题易多发节点,公款送礼、公款吃喝、公车私用等不正之风容易蔓延,党员干部要廉洁自律,建立健康的人际关系和正常的干群关系。

多位受访人士认为,以粽子为名行送礼之实的歪风应坚决制止,不断净化社会环境,让传统文化的载体——粽子回归“本味”。

河南财经政法大学法学院副教授杨红梅、中央党校(国家行政学院)教授竹立家认为,高价粽

子在一定程度上使端午文化变了味,过度包装、华而不实也不利于形成良好的社会风尚。端午节送礼变得更加隐秘化、多样化,应当予以警惕。

近日,市场监管总局发布了《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改

单,对粽子等商品过度包装、混装高价值商品等问题进行了进一步限制,将于今年8月15日起实施。专家表示,目前市场上豪华粽子问题仍然存在,尤其在新标准正式实施前,更应加强监督管理,纠正不良风气。



粽子“变味”

高价粽子在一定程度上使端午文化变了味,过度包装、华而不实也不利于形成良好的社会风尚。端午节送礼变得更加隐秘化、多样化,应当予以警惕。

新华社发 朱慧卿 作