

传统过年方式变了吗

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾



上图 位于北京市丰台区万达广场的年货大街,吸引了众多消费者光顾。本报记者 吉蕾蕾摄
右图 近日,两名乘客正准备搭乘复兴号从北京返乡。本报记者 陈果静摄

网约车平台滴滴披露的数据显示

2018年春运期间
预计使用顺风车的人数将达到

3300万人

预计数据已经达到前两年总和的3倍



“素节”成为过年新时尚

单立文

春节是中华民族的传统节日。如今,置办年货呈多元化特征,过“素节”成为时尚。具体而言,包括如下三方面。

一为素餐。现在老百姓生活条件好了,吃喝不愁,营养不缺,对饮食的讲究已贯穿于日常生活之中。很多人过年的饮食已被绿色环保的素餐、素食取代。年货也崇尚重质轻量的标准。以农家五谷杂粮为主题的产品,开始成为年货的主角;以品尝农家菜,体验农家乐,回味农家生活则成为过年新常态。

二为富文。很多人平时工作忙,抽不出时间读书学习。如今他们趁着过节放假,可以有时间学习一些技能。到了春节,文化类年货成为新宠,购置向往已久的书籍和心仪的高科技产品,过年宅在家里“享受”一下,获益匪浅。

三为多行。如今很多人利用春节,外出体验各地年俗,在旅游中增长人生阅历。人们早早就计划好过年去哪里旅行的日程,并订好车票,去体味“在行走中过年,在过年中行走”的感觉。(作者单位:中国农业银行山东省高密市支行)

为啥过年方式越来越新

秦凤明

过年,是中国人最割舍不掉的一种情结,“有钱没钱,回家过年”是普通老百姓对于过年的认识。随着社会生活变化,人们给过年赋予了新含义、新方式。春节期间,运动健身过年、自驾游过年等新颖的过年方式正受到人们青睐。

为啥过年方式越来越新?笔者认为,随着人们生活水平的提高,过年方式也在逐渐改变着。首先是做年夜饭的方式有所改变。繁重的家务抑制了人们在家吃年夜饭的想法,在家做年夜饭就不是唯一的选择了,因而预订年夜饭的占比逐年升高。其次,人们对春晚的要求越来越高,反映了人们对高水平文化生活的追求。此外,旅游消费等精神享受也逐渐为人们追捧,外出旅游等活动逐年盛行。经济发展和文化繁荣都为春节活动的多元化奠定了基础。(作者单位:山西省壶关县树掌中心校)

置办年货有了新风俗

肖子杏

随着人们生活水平提高,购买鲜花盆景已成为春节的“时尚年货”。近日,笔者来到某花卉市场,看到不少市民正在选购能烘托浓厚节日气氛的各种鲜花盆景。买盆鲜花摆在家里或送亲戚朋友,图个喜庆吉祥。不同的鲜花,寓意不同。譬如,蝴蝶兰意为“我爱你,幸福向你飞来”,凤梨花象征“鸿运当头”,杜鹃花象征“日子红红火火”,根榕盆景寓意情意绵绵。一位买花大姐对笔者说:“往年过春节,总喜欢买些明星挂历、财神之类的年画贴墙上。今年,家里新盖了楼房,房间四壁都贴上了瓷砖。我一口气选了两大盆幸福树,还有富贵竹、发财树、一品红、杜鹃花以及五盆绿萝。在家里放几盆花,可以点缀气氛,显得高雅有品位,又能养生,看着舒心喜气,比其他装饰品实惠得多!”

花店老板介绍,大花蕙兰、仙客来、蝴蝶兰、杜鹃等都是今年春节畅销花卉,诸如凤尾竹、发财树等多种绿植还能发挥净化空气、释放氧气的作用,在人们越来越重视健康和环保的今天,绿植成了鲜花盆景年货的“新宠”。

“送礼送绿色,祝福买鲜花”。家里摆上鲜花,不仅吉祥喜庆,而且可以装点居室,还可以清新空气,何乐而不为?(作者单位:江西省吉安人社局)

回农村过年是主流

田忠华

如今,很多人纠结在哪里过年。从农村看,回家过年还是主流。腊月二十不到,在回农村的路上,外地牌照车明显增多,道路已显拥挤,这种现象会一直持续到正月初十。这说明,在外务工人员并未更改回农村老家过年的习俗。

在新疆发展10多年的老刘及同村10多户在外发展的务工人员,有了房子和车子,也有了自己的事业。数十年如一日,回家过年的习惯从未改变。他们的理念是,家有父母,有自己的根,舍不了,无论到哪,回家过年才有年味。

随着社会的发展,在哪里过年取决于实际情况。无论采取哪种方式,都是为了全家团圆的目的。农民回家过年还是主流,一方面能够在父母、祖父母面前表达情怀,满足老人愿望;另一方面,人难免有思乡之情,利用节日回到家乡,看看曾经挥锄干活的农田,曾经打过粮的场院,上过学的教室……处处让人留恋。无论走到哪儿,根不能忘。(作者单位:山东省巨野农商行)

年货变化折射消费观念

王广庆

春节置办年货,是过年的传统方式。如今,人们在置办年货的方式上发生了巨大变化。随着“互联网+”的到来,人们置办年货不像过去那样费劲,只要轻轻一按键盘,就能实现家门口收取年货。年货品种也逐渐趋于国际化,诸如泰国龙眼、澳大利亚牛排等,显示着年货与往年的不同。

不仅如此,旅游已经成为新的年货形式。近年来,一些旅行社纷纷推出过年套餐,游客也可以根据自身意愿定制私人旅行,既有国内旅行,也有国外旅行,这样的“年货”很受欢迎。

以上年货消费方式的转变,反映出百姓生活水平的提高,也反映了消费理念的更新。笔者建议,在百姓置办年货中,政府要引导正确的消费观,让百姓更加理性消费,注重精神生活需求。同时,对商家而言,在把好商品质量关上下下功夫,推出更具精品化的产品和服务,让人们都过上祥和美满的新年。(作者单位:江苏省沛县审计局)

行:春运回家方式多了

俗话说,有钱没钱回家过年。春节是中国人一年当中最重要的传统节日。每年春节,人们不管在哪里,都会放下手中事情,赶在除夕前回到家中与亲人们一起话家常、吃团圆饭。

不过,欢声笑语中,也有不少读者表示,现在的年味越来越淡,过年没意思……真的是年味淡了吗?其实不然。传统过年的内容和形式,与当时人们的生活方式和生活习惯相适应,但随着习惯的改变,这一切自然也会变。

如今,随着时代发展和科技发达,从回家的方式,到网购年货、年夜饭外卖,再到旅游过年,其实很多潜移默化的变化正在改变着我们的过年方式。

今年春运铁路动车组发送旅客量占比将达

60%以上
比去年提高10个百分点

每年冬天,特别是进入腊月,茶前饭后,“过年回家吗?”“什么时候回家?”“怎么回家?”这样的问候都会回响在人们的耳边,直到春节到来那一天。

“今年春运,我早早就拿到返乡高铁车票了。”谈及春运回家经历,常年在北京务工的刘亚平告诉记者,她老家在湖北咸宁,以前回去都要坐十几个小时大巴车,现在高铁只要6小时就能直达家门口,又舒服又方便。

近年来,全国春运旅客发送量逐年上升,其中铁路发送旅客量更是保持着连年持续增长态势。高铁的高速度、快节奏,也使得铁路的运力运能每年都上一个新台阶。记者了解到,今年春运动车组发送旅客量占比将达60%以上,比

去年提高10个百分点。面对人山人海的客流,高铁所展示的“主角”风采是多方面的。忆往昔,夹着铺盖卷彻夜排队买火车票的壮观景象逐渐消失了,画面定格成为几代人的回忆;看今朝,高速铁路网更密集了,车次更多了,速度更快了,票更好买了,座位也愈加舒适了,回家的路也更顺畅更从容了。

随着共享经济发展,互联网拼车回家也成为春运一大趋势。对于在天津读大三的高林强来说,选择拼车回家可省去不少“折腾”。“我老家在山东潍坊下面一个县城的村里,每年过节回家,先坐长途火车,到车站后再坐两个小时公交车到县城,从县城再坐出租车或者摩托车才能到家。”

事实上,这样“最后一公里”的现象在春运中显得尤为突出。据网约车平台滴滴披露的数据显示,2018年春运期间预计使用顺风车的人数将达到3300万人,预计数据已经达到前两年总和的3倍。

游:带着家人出门过大年

随着春运大幕全面拉开,旅游市场



也迎来了新一轮出行高峰。国家旅游局发布的《2018年春节假日旅游指南》显示,全国假日国内旅游市场将达3.85亿人次,预计将实现旅游收入4760亿元,分别同比增长12%和12.5%。中国旅行社协会对外发布的《2018年春节黄金周旅游趋势报告》也显示,2018年春节期间,在旅游消费持续升温的情况下,春节全家出游成为越来越多人的选择。

“今年是我第一次带着爸妈出国过年,我决定趁着爸妈身体都好,以后每年过年都带他们出门看看世界。”正在瑞士苏黎世湖畔,陪伴爸妈散步的北京白领孟怡说,往年春节都是回老家吃吃喝喝,真是“每逢佳节胖3斤”,而且自己平时工作忙,没时间陪父母,更别说带父母出去旅游。“这次正好利用春节长假带他们一起出国旅游,感受不一样的春节。”

尽管春节假期旅游线路价格出现了不同程度的上涨,部分产品价格涨幅甚至翻倍,但这并未阻挡消费者旅游过年的热情。“有的游客甚至提前6个月就预订了春节出游产品。”驴妈妈国内跟团游负责人吴雪峰介绍说,2017年9月初就有游客开始咨询预订2018年寒假游学产品。特别是位于南半球的澳大利亚、新西兰等地正值夏天,是寒假期间家长带孩子出国游学的首选。国家旅游局相关负责人表示,往年景点观光是出游第一动机,今年度假休闲跃升为春节假日出游的第一动机。选择度假、休闲排解工作压力的游客占到有出游意愿居民的50.5%,选择观光、增长见识的游客占48.9%,温泉游、养生游等康养休闲最受游客关注。

从出游方式看,自由行已经成为居民春节出游最主要的方式,家庭自驾游的比例高达52.7%。在交通工具上,选择自驾车出游的比例达到44.7%,高铁游、火车游占18.8%。可以说,旅游已成为公众欢度春节的重要方式。

吃:年货年夜饭“一键”解决

伴随互联网的迅猛发展,让广大食客们不仅能买到来自世界各地的美食,

还可以随时随地拿出手机“一键”约定送货上门。

在江苏南京上班的刘焯告诉记者,他今年春节回江西老家的随身行李只有一个双肩包。“给父母和家里长辈的年货早在腊月二十就快递到家了,相比以前大包小包的年货行李,现在回家过年真的轻松很多。”

互联网改变了人们“买买买”的方式,吃年夜饭的形式也有了翻天覆地的变化。“今年的年夜饭,我们在家叫的美团外卖。”家住长沙的刘敏告诉记者,年前想在家附近的饭店预订年夜饭,发现餐厅的包厢都被订完了,后来一打听,餐厅在除夕当天可以提供外卖服务,可算解了一大家子的燃眉之急。

随着“互联网+餐饮”的发展,如今外卖已经成为人们日常用餐方式的“第三种常态”,而且春节期间用户依然有旺盛的网络订餐需求。对此,美团外卖业务负责人表示,为了保障春节期间外卖订餐平台的正常运营,美团外卖在春节前一个月就开始调研商户在春节期间的营业情况,预估春节期间全国将有数十万餐饮商家保持正常营业,包括海底捞、望湘园、呷哺呷哺等全国连锁餐饮品牌,消费者在节日期间依旧可以在喜爱的餐厅订外卖。

创新年夜饭供应方式,由等客上门就餐到提供年夜饭外卖,是餐饮企业服务理念的变革。“这是从用户需求出发产生的想法。”小厨娘淮扬菜公司副总经理李红霞表示,之前有些顾客反映,家里有老人行动不便,不能来店吃饭,希望餐馆供应打包好的年夜饭,“我们觉得这种建议可行,就开始尝试年夜饭外卖”。

美团点评研究院发布的《2017中国外卖发展研究报告》曾指出,外卖协助解决了诸多用户痛点,助力实现美好生活,加班族、老人儿童用餐难题都能通过外卖解决。从春节期间的平台运营准备来看,消费者度过传统节日的方式也在互联网手段影响下悄然改变,人们能够更便捷舒适地度过新春佳节。

年味浓淡记录着时代变迁

魏永刚

“年味”是这些年人们常常提起的词汇。年味浓淡也成为人们春节前后的“热门话题”。很多人感到年味淡了,而且越来越淡。什么是浓浓的年味?年味是如何越来越淡的?仔细想想,人们对年味的感受,其实折射出的是时代变迁。

人们怀念什么样的年味呢?有人常常回忆起那份对穿新衣服、吃好吃的期待。我也品味过那样的年味,到了大年三十下午,家里人才肯拿出准备好的新衣服给我们穿;过年的5天里,大家才能天天吃上饺子和馒头。在春节的日子里,到处响起鞭炮声,有时还是震耳的声响。这样的“年味”时常成为回忆。但是,回忆其实“过滤”了生活的艰辛。人们把吃穿这样简单的生活愿望都凝结在节日的期盼中,所以那时的春节显得那样令人

期待,那样让人满足。

时代的脚步已经走出很远。我们不知不觉告别了物质生活的贫乏。过年才能吃上的饭食出现在日常生活中,“缝缝补补”的衣服不再穿在人们身上。这个时候,大家突然发现,对过年的期盼没有过去那么急切了。那种在期盼中才感受得到的“年味”淡了。感觉上的这种疏离,让很多人回味起过去。在回忆中,留着那份期盼的甜美,却忘记了生活的艰难。屈指计数,与年味平淡相对应,如今我们的生活变得多么丰富。

当然,年味浓淡也蕴含着文化意义。中国人的春节从来就充满浓郁的文化色彩。贴对联、吃饺子、守岁、放鞭炮甚至磕头拜年都有着文化内涵。这些传统习俗带着我们祖先千百年来农耕文明印记,温暖着我们的灵魂,滋养着

我们的精神。这种滋养在春节这样的节日里,是一次集中绽放。这些年,人们渐渐发现,文化“年味”也在变淡。住进单元楼房里的人们甚至不愿贴对联,即使贴上了,内容也是千篇一律;吃饺子已经没有了过去的味道;外出旅游成为春节很多人的选择,还有谁肯“守岁”;燃放烟花爆竹逐渐“蔓延”到山区的小县城。这样的春节,是不是越来越没有了“年味”?

品味这种变化,探寻变化的背后,我们看到的依然是生活变迁。传统的春节习俗是从农耕文明中形成和延续下来的。可以说,每一项习俗都是农耕生活的写照。最近几十年来,我们的社会经历了一次巨大转型,“工业”和“城市”以前所未有的速度和广度来到我们祖辈生活的这片古老的土地上。顺应工业文明和城市生活,很多事物都不得不

发生变化。这种变化从文化意义上说,在春节这样的节日中就是一次“集体汇演”,其结果便是让人们感到传统的“年味”淡了。

年味淡了,提出的是一个社会文化建设的大问题。大多数人的生产和生活是文化发生和发展的基础。文化是人们的精神滋养和心灵家园。当整个社会都在转型,人们的的生活方式已经发生了改变的时候,精神上我们却依然在回味过去那种“浓郁的年味”。让春节年味浓起来,是一种心灵的集体愿望。年味浓起来,绝不是要回到对吃饭穿衣这样一些物质需求的期盼中,而是要适应今天社会生活,培育新的节日文化,让人们在节日中感受到精神愉悦。社会文化建设正在成为人民的期盼,这对于我们这一代来说,任重而道远。