文化观察

金价让婚礼极简？

屡登上各大平台热榜——金价大涨打乱了备婚计划、新人为结婚跑三十家金店比价……与黄金和婚礼有关的话题屡

□ 本报记者 朱子钰
本报实习生 张琪

2024开年，黄金价格一路猛涨。金价上涨对谁影响最大？准备结婚的新人们正直撞向这匹在市场上的狂飙黑马。金价大涨打乱了备婚计划、新人为结婚跑三十家金店比价……与黄金和婚礼有关的话题屡屡登上各大平台热榜。黄金与结婚的关系变化则是时代变迁的结果，三金、五金已经取代曾经的三大件、四大件，成为谈婚论嫁的“标配”，钻石恒久远的传说已下神坛，黄金永流传的口号却依旧响亮。金价大涨给预备结婚的新人带来压力的同时，也带来了讨论的话题。

有网友表示：“生活是你的，不用按别人的期待走流程”。高昂价格的商品从不缺少平替，在购物平台上搜索假钻戒、假三金，单品最高销量达到7万多单。花小钱办大事，面对“一次性”使用价值，黄金和钻石不再与爱情深度绑定。崇尚极简主义的年轻人，告别繁杂冗长的传统环节，将婚礼仪式走向“三无”：无车队、无接亲、无伴郎伴娘。在婚俗改革的大趋势下，这股吹向婚恋市场的极简风，带给我们怎样的反思与启迪？

三金起源于礼

讲到结婚，礼节是不可避免的话题。古代的聘娶婚由六礼组成：纳采、问名、纳吉、纳征、请期、亲迎。其中，纳征就是现代彩礼的起源。学者陶自祥认为，在传统的中国社会，彩礼最初的功能是以礼的形式来维持和规范婚姻秩序。

现在的婚俗传统已经在六礼的基础上进行了合并和简化，但彩礼（又称聘礼）流传至今，不同历史阶段有其自身的特点。西周时期流行玉帛俪皮，汉朝以黄金为主，魏晋南北朝则多用兽皮。宋代民间富贵人家的聘礼在财物之外讲究三金，即金钏、金锭、金帔坠。

到了现代，这一习俗可谓十年一变。70年代流行“三转一响”，即手表、自行车、缝纫机、录音机；80年代流行“四大件”，即冰箱、电视、洗衣机、录音机；后来出现了“新四大件”，即彩电、冰箱、洗衣机、空调。随着经济的快速发展，生活水平提高，三金、五金也成了现代彩礼婚俗的一部分。三金指的是金戒指、金耳环、金项链，五金则是在三金基础上任意再加，金手镯、金手链、金脚链、金吊坠均可。

现实中，彩礼虽是男女双方在订婚和结婚时，由男方或男方亲属支付给女方或女方亲属的财物，实际上多作为新人开启小家庭的启动资金。

黄金热的同时，钻石一度作为婚恋市场的硬通货、浪漫爱情的象征。然而，越来越多人发现钻石回收贬值率极高——“柜台买钻戒好几万，回收只值几千元”，这不是段子而是钻石市场的惨烈事实。近年来，随着钻石培育工艺的成熟，人工培育钻石迅速抢占了市场，钻石原石的价格更是一降再降。不保值、变现难，让“恒久远”的钻石在婚恋市场跌下神坛。

黄金作为贵金属的保值属性显然比钻石强了不少，既美观又实用，十分适合作为小家庭启动资金的一部分。有了这层考虑，黄金在结婚中承担的角色更多与物质层面需要挂钩，体现财富与权威。

极简婚礼“精装”生活

如今，众多品牌首饰金克价已过700元大关，加上工费还会更贵。黄金饰品价格一涨再涨，令备婚人群颇为头痛。在“金价大涨打乱备婚计划”话题下，有网友评论：“我哥下个月结婚，多贵都得买”。其实，购置黄金的费用算不上是大头，但与其他支出合并，就造成了婚礼花费较大的压力。抛开讨彩头不谈，房子、车子、婚纱摄影、婚礼策划和宴席场地，这些项目成为许多人的沉重负担。对此，中央一号文件多次点名“高价彩礼”问题，对移风易俗提出工作要求。

对于婚俗习惯和条条框框，年轻人早就表露了他们的不满。中国青年报社社会调查中心对1251名青年进行的调查显示，堵门等恶搞游戏、婚闹等习俗、冗长繁琐的仪式成为婚礼中最没必要环节的前三名。记者采访了几位年轻人，也得到了相似的答案。今年29岁的阿涛（化名）结婚时选择将简单的答谢宴作为婚礼，他告诉记者：“我俩就是为了好好过日子，婚礼，只能被记住那一天，往后余生，都是柴米油盐。”90后于珊珊（化名）直接选择旅行结婚：“把婚礼的钱省下来去旅行，领完证的当天我就和另一半奔赴了机场。”对于参与婚宴的宾客而言，极简婚礼也不失为一个好消息。谈及在传统婚礼上当伴郎的体验，00后张聪记忆最深刻的就是繁琐的环节，“早上五六点就得起床准备接亲，到酒店都十一点多了，一点多才吃上饭，大家都饿着肚子，真不如省略中间环节直接开吃。”

很多年轻人在社交平台分享极简婚礼流程，有的取消司仪、车队、伴郎伴娘，有的用共享单车或大巴车替代接亲车队，还有的把婚礼变成草地Party。面对这些创意十足的好点子，大家在评论区纷纷叫好，“终于有人开始反对那些不必要的隆重和浪费了”。

极简主义吹向的不只是婚礼，还有彩礼。陶自祥在农村调研中已经看到，随着大量的“双独生子女”开始结婚，现在已经出现了这样一种方式，男方家不需要支付高额彩礼，女方家也不需要陪嫁，彩礼终结的时代已经到来。价值导向的转变传递出文明新风的积极信号，“一辈子只有一次”在年轻人口中变成“一辈子只用一次”，极简原则下面子不如里子，情感不一定靠繁琐仪式彰显。面对金价居高不下，有的新人选择将购买金子的钱存起来，等金价跌下来再买，以免高价买入，亏了自己的小金库。面对钻石的贬值风险，新人们纷纷选择培育钻石或者莫桑石，既省下了钱，也收获了情感的满足。

只为自己的人生走流程

传统的中国家庭中，不少父母都把子女成家立业、生儿育女视为重中之重。大操大办背后，不乏面子心态作祟，甩不开人情世故。谈及自己和父母在结婚观念上的冲突，张聪说，“婚礼是一件大事情，父母认为应该隆重一些。再说了，还需要宴请亲戚朋友，因为父母也参与了他们孩子的婚礼。”即便这样，他依旧坚定自己的选择：“还是想选择旅游结婚，用照片和视频记录一路见闻很有意义。父母与别人可以提出参考意见，决定权还在我们。”好在许多极简婚礼的事例见诸报端，年轻人婚姻观的转变迎来了父母的理解支持。长辈包容年轻一代个性，年轻人尊重父母的感受，双方共同协商达成共识后，圆圆满满。

在山东，近年来各地通过多种形式，倡导婚事新办的新文明风尚。青岛全市打造132处新时代文明实践结婚礼堂，至今已举办800多场新时代文明实践新式婚礼，2000余对新人在这里举办了他们的婚礼。东营广饶县广泛倡导“一个不高于，三个不超过”喜事新办标准，即彩礼总值不高于6万元，亲朋随礼不超过300元，婚宴不超过20桌，婚车不超过6辆，被群众广泛认可。临沂沂水县不仅为年轻人打造了免费的集体婚礼基地，还组织各界文艺人才为新人提供摄影服务、赠送书画作品。婚恋市场极简风的兴起，反映了年轻人自我意识的觉醒，传递出文明婚俗的积极信号，也彰显了移风易俗工作的实际效果。

不管是颇有历史传统的三金，还是后来的钻石，爱情从来不应该与某一个物件绑定，当部分婚俗开始成为幸福的枷锁，年轻人提出的创新方法值得被肯定与选择。正如网上流行的那句话“生活是你自己的，不用为别人的期待走流程”。希望这股婚恋市场上的极简风，能吹得更深，更远。

文化视点

别让演唱会退票成扫兴的“拉锯战”

据光明网，近日，对于演出门票的退票制度，消费者有诸多不满。退票流程复杂、规则不清晰、手续费高昂等问题，让不少消费者直呼闹心。《2023年中国演出消费者洞察报告》也显示，约四成消费者遭遇购票难、不能退转票等。

在演出门票退票时设置一定条件，背后有着一些较为现实的考量。首先是该类门票鲜明的稀缺性和时效性，有业内人士就直言，演唱会一过，门票就是“废纸”。而且，举办演唱会通常是多家公司与平台一起合作，协调难度较大，相应的筹办和运营成本也比较高昂。再加上防止恶意竞争、“黄牛”炒票等考虑，共同导致了“退票难”现象。

对于主办方和平台的这些顾虑，消费者并非不能理解，也愿意承担相应的风险和损失。人们真正反感的，是完全不分状况就一律拒绝退款，或一概设置高昂手续费的“霸道”规定。购票行为，实质上是买卖双方达成的一项合同。基于不同的解除合同的原因，处理方式也应有所区别。退票时，对于不可抗力因素、双方均需承担风险、消费者承担主要责任的情况，应当有更明确的区分。

如今，文化演艺消费市场持续火热。人们的观演热情，不该因一次次令人头大的退票困境扫兴。推出行业内更完善合理的退改签机制，切实解决消费者购票前置而观演不确定的矛盾，才能让消费者放心购买，有利于行业的长远发展。

直播时代要多些“边界感”

据新疆日报，在人人都有摄像头的当下，我们似乎随时被置于千万双眼睛注视之下：去餐馆吃饭，吃相被直播；去理发店剪个头发，被“怼脸”拍摄；甚至走在路上都有可能遭到“骚扰”……“被直播”当道，直播时代要多些“边界感”。

对于商家和主播来说，直播属于主动行为，是为了吸引关注并谋取利益而采用的手段方式。但对被直播者来说，即使是在公共场所，个人的言行举止也具有一定的私密性，绝大多数人肯定不愿意被网友围观，成为他人窥视的对象，更不想成为给商家引流的“气氛组”“工具人”。可见，直播并非普通的营销行为，它关乎镜头前后所有人的权利与义务。不征求对方同意，贸然直播，这种没有“边界感”的做法不仅惹人生厌，更涉嫌侵权。只有厘清法律与道德边界，直播行为才能合法、合理、合情。

近年来，一些发生在各地的没有“边界感”的直播反复触动着大众的神经。未经肖像权人本人同意，制作、使用、公开肖像权人的肖像就是对肖像权的侵犯。直播盛行绝不是越界盛行的理由。于情理而言，征得被直播人同意，在直播及传播各个阶段随时审视自己是否对他人造成困扰，应该是每个直播者必须遵守的行为准则。但为了博人眼球、博取流量，有些人不顾他人感受，随意打扰、侵犯他人尊严，这是突破道德底线、违背公序良俗的无良行为。

（□记者 王臻儒 整理）

《中华人民共和国金融许可证》公 告

山东肥城农村商业银行股份有限公司富丽桃源分理处
机构编码：B0922U337090017
许可证流水号：01051661
业务范围：吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内结算；办理票据承兑与贴现；代理发行、代理兑付、承销政府债券、金融债券；从事银行卡业务（借记卡）；代理收付款项及代理保险业务；经银行业监督管理机构批准的其他业务。
批准日期：2006年4月12日
机构住所：肥城市龙山路兴润富丽桃源小区27号楼1楼
发证日期：2024年3月29日
发证机关：国家金融监督管理总局泰安监管分局

泰安泰山农村商业银行股份有限公司博城社区支行
机构编码：B0731S337090020
许可证流水号：01051662
业务范围：吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内结算；办理票据承兑与贴现；代理发行、代理兑付、承销政府债券；从事银行卡业务（借记卡）；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务；经银行业监督管理机构批准的其他业务。
批准日期：1999年3月30日
机构住所：泰安市泰山区邱家店镇博城社区商业F1栋一层、二层：1-101、1-102、1-103户
发证日期：2024年4月18日
发证机关：国家金融监督管理总局泰安监管分局

中国银行股份有限公司巨野支行
机构编码：B0003S337170017
许可证流水号：01052245
业务范围：办理人民币存款、贷款、结算业务；办理票据贴现；代理发行金融债券；代理发行、代理兑付、销售政府债券；代理收付款项及代理保险业务；外汇存款；外汇贷款；外汇汇款；外币兑换；国际结算；结汇、售汇；代理国外信用卡的发行及付款；通过上级行办理代客外汇买卖及黄金交易业务；经银行业监督管理机构核准或备案并经上级机构授权的业务。
批准日期：2001年6月18日
机构住所：巨野县光明路西、麟山路北佳和御园新上海公馆16-15、16、17号
发证日期：2024年4月11日
发证机关：国家金融监督管理总局菏泽监管分局

中国农业银行股份有限公司济南文苑支行
机构编码：B0002S237010037
许可证流水号：01097998
业务范围：办理人民币存款、贷款、结算业务；办理票据贴现业务；代理发行金融债券；代理发行、代理兑付、销售政府债券；代理收付款项；外汇存款、外汇贷款、外汇汇款、外币兑换、国际结算；通过上级行办理代客外汇买卖；代理国外信用卡付款；经银行业监督管理机构或其他享有行政许可权的机构核准或备案并经上级机构授权的业务。
批准日期：1999年11月9日
机构住所：济南市历下区经十路16581号
发证日期：2024年4月11日
发证机关：国家金融监督管理总局山东监管局

网络热梗线下何去何从

漫谈

□ 王臻儒

最近，网络上刮起一股关于“成都迪士尼”的热“妖风”，热议中的成都玉林七巷小区并非真正的迪士尼乐园，却因为一首歌曲的MV意外走红。四川说唱歌手“诺米”的《谢天谢帝》MV拍摄于此，其中，歌手本人坐在健骑机上唱“谢帝，谢帝，我要diss（批评）你”的场景，使得这一带的健身器材都成了网友打卡的热门地点。由于“diss你”听上去和“迪士尼”有几分相似，歌曲推出后，不少人慕名来到此地，模仿诺米坐在健骑机上高喊“谢帝，谢帝，我要迪士尼”。

随着打卡热潮的升温，话题度不断攀升，相关内容被平台算法精准捕捉并推荐给更多用户。随后，网红、自媒体纷纷涌入，借助流量效应进一步推动话题出圈。健身器材、“成都迪士尼”以及那首洗脑的歌曲成为网友们竞相模仿的对象，并在传播过程中不断被赋予新的意义。

一夜爆火的背后，是“平地起高楼”式的造梗行为。近年来，众多虚拟人造景点伴随着新闻事件崭露头角，不论是近期备受瞩目的“王婆说媒”，还是去年红极一时的天津跳水伯伯，都在缺少历史文化作为背景的情况下，让当地名声大噪。人们打卡的目的地不再局限于传统的历史建筑和自然景观，随着参与者的增多，逐渐转变为热门的“人造景点”。

此次出圈是网络热梗的热度辐射到线下生活的真实体现。几个普通、常见的健身器材走红，让不少人摸不着头脑——为何一个看似普通的地方和活动能吸引如此多人的关注和参与？网络时代，玩梗和接梗的文化现象普遍存在，对于参与者而言，玩梗和接梗不仅是对社会现象的主观编码和解码，更是一种寻找认同感和归属感的社交行为。人们在玩梗的过程中，得以自在地表达自我，也创造出共同话题，找到志同道合的伙伴。“成都迪士尼”的走红，凸显了网络时代信息传播的特点。在互联网的助力下，任何有趣、新颖的点子都有可能迅速走红。

网络热梗的传播并非全然无意义。它不仅能够带动旅游产业的发展，形成现象级网红打卡地，还有助于传播城市文化。与此同时，我们也应该警惕网络热梗的滥用和负面影响。一些低俗、媚俗的网络烂梗不仅缺乏实质性的内容，还可能伤害他人感情，甚至触犯法律。网络热梗的生命周期也变得越来越短。唯有将负面影响置于可控范围内，对网络热梗和衍生的打卡行为加以规范和引导，才能让人们更好地享受网络文化的乐趣。

网络热梗走进线下生活，参与者也应该在打卡网络热梗的过程中，尊重他人的权益和感受，遵守社会公德和法律法规。针对“成都迪士尼”打卡热潮给当地居民带来的噪音干扰等问题，当地已经设立了提示牌，强调有序打卡，限制人数和禁止唱歌、只能拍照等。这些举措既保护了居民的合法权益，也维护了打卡活动的秩序和安全。

“成都迪士尼”的爆红及事件的后续发展凸显了网络热梗的巨大影响力。传播内涵丰富、有深度的网络热梗时，也要抵制低俗、媚俗的不良网络内容，充分发挥网络热梗的积极作用，推动社会健康发展。