

“十一”长假钱包被份子钱掏空

国庆期间让人最头疼的事情是什么？是走到哪堵到哪的免费高速公路，还是人山人海的旅游景区？对于许多在外工作的人来说，真正的头疼，来自于许久未联系的老同学突然发来的婚礼请柬。

每年的国庆都是婚礼扎堆的日子，今年中秋国庆双节同至，许多年轻人利用其难得的长假来完成人生大事，遍邀亲朋，举行婚礼。国庆成为赶场式婚礼的“高发期”，随之而来的份子钱，也越来越让年轻人肉疼，对于参加婚礼的人而言，被掏空的钱包是他们拥有过这个国庆假期的唯一证明。

假期前就有数个话题登上热搜，许多网友留言评论，随份子是一个门道，一不小心就有可能掏空钱包；也有网友认为，随份子不应该成为困扰和负担，随的只是个心意。

份子钱越来越多

“国庆前后我们参加了7个婚礼，一共随出去了6600元，最高的2000元，是参加我老婆她表弟的婚礼，最低的500元，是高中同学的。”小方去年5月份结的婚，今年国庆节前后共收到了7份请柬，“每一场都参加了，因为我去年结婚的时候人家都来了”。小方表示，这笔开销需要他和老婆至少省吃俭用两个月才能攒出来。

对于刚参加工作几年的“90后”们，在随份子这件事上有着自己的标准，“关系再不济，保底也是200元起，再低就拿不出手了。”小方这样说道。

假期前，关于国庆参加婚礼该随多少份子钱话题就频繁登上热搜，有专家建议随礼要看自己的经济实力，年轻人不应该跟随婚庆奢靡之风。在媒体发起的#同事结婚该给多少份子钱#投票中，近三成网友认为“可以给，但没必要超过200元”的占比近三成；排在第二的是“看关系，关系好的多给”；具体到金额，认为份子钱应该在500元以内的占大多数。

虽然一场婚礼的份子费可以控制在500元以内，但面对国庆如此密集的婚礼，随份子钱花掉整个月工资也不是件夸张的事。

据招聘平台发布的《2022职场人国庆长假调查》数据，职场人在国庆期间给出的份子钱，人均高达2369元。其中，给出1001元—3000元的职场人最多，占比33.6%，不到500元的比例只有7.5%。

一位新一线城市白领对媒体表示，“现在年轻人随礼，关系差不多的基本都是500元、666元，关系好一点的，要不就是888元，要不就是1000元或者1314元，亲戚的话随的会更高一些。”

有网友假期之前根据自己要参加的婚礼算了一笔账，5000元的工资，至少得随出去3000元。不少人在下方留言感叹，“为什么父母那辈都是一两百元，为什么到我们这里就要一两千元？”

份子钱多少也分地区

明朱元璋曾发布过乡里之间互助互济的文告《教民榜文》，其中记载：乡里人民，贫富不等。婚姻死伤吉凶等事，谁家无之。今后本里人户，凡遇此等，互相周给。且如某家子弟婚姻，某家贫窘，一时难办，一里人户，每户出钞一贯，每里百户，便是百贯，每户五贯，便是五百贯。如此资助，岂不成就。日后某家婚姻亦依此法，轮流周给。

意思就是，大家都是一个乡里的邻居，别人家婚丧嫁娶遇到难事，大家都要有钱出钱有力出力，等以后你家有什么事了，大家亦如此帮助。

从这个概念出发，我们可以理解为“凑份子”更像是一种互助保险，每个人都在人情关系网中，不管往外掏出多少，最后也是要回来的，只是时间长短问题。所以越来越多的婚礼请柬就像是一张欠条，结婚的在索债，已婚的在还债，而未婚的则在透支负债。

在这个闭环中，晚婚的人有可能要承担通货膨胀带来的投资回报礼金不对等风险，不婚的人则有可能成为仅投资但未建立回报渠道的唯一“受害者”。

谷雨数据曾调查过全国各地的婚礼份子钱情况，85.6%的调查对象都表示曾为婚礼随过份子钱，但其中仅有一半左右收回了昔日的“情分”。

发展至今，普通人家的婚丧嫁娶已经不



再依赖乡里邻里的“及时雨”，但跨省社交范围的扩大，关系网遍布五湖四海，该维护的情分还需经营，发小、朋友、同事的婚礼，都需要支出。

2020年婚礼随份子平均831元，活在人际关系交际网中，即便是身处于一线城市的白领，也有可能因为份子钱而头疼。从各地随份子金额看，天津、上海、北京，是最高的三个地方。

随着时代的变迁，份子钱一路走高，面子上的仪式感让不少刚走进社会的年轻人苦不堪言，人们开始擅长用金钱来衡量感情的亲疏远近。当个体生存能力越来越强，对集体生存的依赖逐渐减弱，从当初的“凑份子”到“随份子”，份子钱的意义逐渐变味了。

份子钱越来越多婚礼也不便宜

参加婚礼的人为越来越多的份子钱感到

肉疼，婚礼的举办人为婚礼的繁琐、高昂婚礼费感到头疼。

在不少人观念中，婚礼是一辈子一次的终身大事，必得倾全家之力办好。技术过硬、外拍风景好的摄影师和摄影楼需要至少提前半年预约，位置好、交通方便、席面好吃的酒店可能得提前一年预约才能订上，婚礼日期要是选择国庆这种热门时间段，提前预订日期可能还得再延长。

服装、婚鞋和头饰，喜糖、婚车祝酒词，不同天气要换不同发型，不同亲友得包不同红包，对于新人而言，筹备婚礼事无巨细必得亲力亲为，能承受得住最后一关的压力，实属不易。

有婚礼机构调研，在当前的结婚人群中，“90后”“95后”已经成为占比最高的大龄人群。“90后”和“95后”步入社会没多久，财富积累有限，婚礼一定程度上需要父

究竟谁在网购假外卖服？

近期，部分视频营销号营造骑手人设，虚构“苦情剧本”博取流量，甚至非法牟利。

一些商家在线上售卖所谓的外卖骑手工作服，商品图案与现实中的骑手服高度相似。据了解，外卖平台骑手的工作服都来自官方渠道，并未授权其他渠道售卖。

对于这些非正规外卖服的去向，有商家直言“有客户买来拍短视频用”，而各网络平台也确实也不乏打着“骑手”人设的视频，有的据称骑手遭遇送餐车被偷，有的自称接到奇葩备注的订单……此类视频台词多近似，甚至在送餐途中还能切换双机位拍摄，套路明显。

实际上，这些是部分网络营销号和网民编造的骑手人设“苦情剧本”。部分自媒体以博人眼球的方式进行炒作，通过编造争议性内容引来大量评论与讨论，以此来获取流量并牟利。

外卖骑手被编进“卖惨”剧本

外卖骑手规模庞大，深度融入日常生活，是大众关注度高的职业群体之一。在短视频平台，有的骑手会在工作之余拍摄“跑单心得”“避坑指南”分享给同行，但也有部分营销号通过虚构骑手身份、编造故事，以“卖惨”吸引大众眼球。

今年8月，一则“深夜外卖姐姐送餐下楼发现车被偷”的视频在网络流传。视频中，一身穿黄色外卖工作服的女子据称发现车被偷，随后做出“跳脚、倒地、捶地、大哭”一系列连贯动作……

湖南怀化市公安局鹤城分局民警调查后发现，该视频系网民周某某某等三人策划拍摄的虚构故事。今年4月起，上述三人为吸引流量发布多条视频，恶意散布谣言、混淆视听。日前，上述三人因涉嫌编造发布虚假信息扰乱公共秩序被行政拘留。

近日，有网友网购时发现，有商家售卖非官方的骑手装备。求证的过程中得知一些买家的意图为拍摄视频，在商品详情的互动区，常见“拍短视频真不真”“可以拍片吗”之类的问题。

有网友还晒出一张名为“群演兼职群”的聊天截图，图中显示，扮演外卖骑手拍摄短视频的报酬是100元，且“有固定脚本”。

而在一些电商平台搜索外卖骑手服装，也能看到不少商家售卖印着外卖平台标志的服装，还有店铺客服直言“有些客户购买是拍视频用的”。

据美团工作人员介绍，平台骑手的工作服都来自官方渠道的骑手商城，并未授权其他渠道售卖。

苦情营销伤害了谁

通过极端化演绎放大骑手在公众印象中“不易”的一面，这一营销套路背后是流量带来的经济利益。

今年9月，“外卖员爬泰山送键盘跑腿费500元”的话题登上热搜。媒体核实发现，这其实是某键盘品牌经销商团队策划的直播带货，男子并非外卖员，事后公司也对活动性质作出了澄清。

此外，部分骑手人设视频的剧本痕迹明显，台词相似度极高，如“大半夜接到这样的订单我也是服了”“发工资了，给大家看工资条”等。

事实上，除了骑手，保洁员、残障人士、山区果农、网约车司机等也常常成为网络营销号编造苦情剧本时选择的“人设”。

四川省凉山州今年9月通报当地公安部门破获的“系列网红直播带货案”，

母支持。

别墅婚礼、酒庄婚礼、泳池party、庭院深深的中式婚礼……年轻人的婚礼越来越讲究个性化，场地有特色、私密性强、专业化程度高成为“90后”“95后”人群挑选婚礼场地考量重点。

婚礼投入程度越来越大，从求婚、订婚开始，到婚纱摄影、珠宝钻戒、场地挑选、婚礼策划等一应筹备事项，除了要花时间紧盯流程外，哪一样也离不开花钱。婚礼价格水涨船高。

2021年，一对新人平均结婚花费25.3万元，结婚平均花费是夫妻双方月收入总和的12倍，也就是夫妻双方一年的收入，而且会有超过四成的新人会在实际花费中超出原定预算。

婚礼越来越高端化，也就意味着需要靠份子钱对来宾进行筛选，毕竟如今能让年轻人打开钱包并亲自到场的婚礼基本都是关系较为深厚的，也不会在乎份子钱有多高；而在乎份子钱高的，也不会参加此类婚礼。

在上海工作的佳佳去年国庆去西安参加了朋友的婚礼，随礼6000元。“我们是十几年的好朋友，我结婚的时候她就随了5000元，婚礼在五星级酒店，酒宴上摆放的都是飞天茅台，一瓶酒就好几千元。”

也并不是所有人都能实现“份子钱自由”，近些年网络上关于“礼金互免”“不随份子”的讨论不绝于耳，究其根本，是攀比之风、奢靡之风让酒席成了赚钱谋利的好机会，份子钱成为了撑面子的一个仪式，人情味已经缺失，实用功利味道变浓了。

当下，在年轻人圈子里正流行礼金互免、众筹礼金、时间银行等多种创新形式，这些形式的流行正是为了让随份子回归到最初的互助属性，让婚礼变得简单和节约，让大家量力而行，一个幸福的婚姻能得到所有亲朋好友的祝福，才是年轻人最想要的。（应采访者要求，文中小方、佳佳均为化名）

本报综合消息



“网红们”在营销机构的孵化下，以“大凉山”“助农”为名博取眼球，销售假冒的大凉山特色农产品，非法谋取高额利益，严重损害消费者权益。该案件已抓获犯罪嫌疑人54名，捣毁不法营销机构5个。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍此前接受采访时表示，“这些自媒体通常以博人眼球的方式进行炒作，通过编造争议性内容引来大量评论与讨论，以此来获取流量并牟利。”

“假骑手”不仅误导了消费者，也损害了正常跑单的骑手声誉。有着3年配送经验的骑手肖晓萍平日也会在短视频平台分享跑单经验。据其观察，“这类假冒骑手的视频会刻意凸显女性身份作为引流的方式，视频中的‘女外卖员’往往穿短裙短裤等，这与真正骑手的穿着不符，导致人们产生误解，比如有人看到我送单还会质疑我不是真的在跑单。”

肖晓萍认为，网络一些晒骑手纸质工资条的视频也存在编造故事的可能，“我们有自己跑单的App，可以查看自己的工资。”

本报综合消息