

情人节轮番过 七夕变“七夕劫”

专家呼吁传统节日回归情感和文化的主题



本报记者 范洁

今天是农历七夕节，也被许多年轻人称作“中国情人节”。然而在网络上，它又多了一个名字：七夕劫。2月14日西方情人节，3月14日白色情人节，5月20日网络情人节……越来越多的情人节，轮番热炒的浪漫经济，背后是商家一场场以爱情为名的逐利吸金。很多人感叹：“过情人节的次数多了，意境却少了”。

被“劫”走一月工资

“女人心有千千‘节’，男人薪被遍遍劫”“七夕节=七夕劫，钱包又要减肥啦”……七夕来临，网络微博上哀声一片。

从网友晒出的预算看，这些抱怨并非无中生有：玫瑰花9支120元、巧克力一盒80元、情侣衫一套198元、电影票两张180元、双人烛光晚餐399元，“都是团购，还没算上女朋友逛街时看中的。”然而，至少一万元的投入还只是“入门级浪漫”，再加首饰、数码产品，难怪有网友吐槽“被七夕一天‘劫’走一个月工资”。

不过，千金散尽还不够，每年四五个情人节，如何变花样地制造惊喜，更是令人大伤脑筋：“年年岁岁节相似，岁岁年年礼不同，挑战创意更挑战记忆”“有一种七夕，叫挑礼物好难！”迎合网友挑选礼物的苦恼，有搜索网站今年推出应用程序“七夕挑礼神器”。输入“七夕”，选定对方性别，程序会将男生分为“奶爸”“吃货”“男神”“加班帝”“经济适用男”等类型，女生则分为“辣妈”“小清新”“女汉子”“购物狂”等，随后根据不同预算等级推荐礼物。

截至今天上午，数据显示已有200万用户使用“神器”挑选礼物，虽然难以证实最终按推荐购买了礼物的人有几何，更无从判断所谓“智能匹配”的实际效果如何，不过质疑声已经出现，“七夕是情侣的专属节日，用网络软件来挑选礼物，没有一点诚意。”

补过“2·14”七夕更火

商家自然不会放过七夕。由于今年2月14日是农历正月初五，很多人回家过年错过情人节，因此这次七夕节被认为将比以往更加火热。不仅各大商场掀起又一轮的“浪漫”促销、“甜蜜”热卖，电影院、网络商城也相继出手，希望分得一杯羹。

听说过贺岁档、暑期档，那么“七夕档”呢？本周，各电影院线硝烟弥漫，《小时代2》《一夜惊喜》《一场风花雪月的事》《宫锁沉香》等6部爱情片扎堆公映。原本就是生搬硬套的噱头，今



鲜花是不少情侣的送礼首选，但很少人会冒着酷暑到鲜花店购花，而是更倾向于网购鲜花

本报记者 孙中钦 摄

年的七夕档却因多部电影频繁提档更加混乱，继而出现宣传时主创争相暗讽，网络上粉丝公然对骂。然而，提前上映的原因很简单：一天的抢映可能就多赚上千万元的票房。

激烈交锋的还有网络电商，纷纷热推七夕礼物，打响“浪漫商战”。除了置顶广告、推出团购、加大折扣等惯用手法，不少卖家为博眼球还出奇招，七夕前期，萤火虫被搬上“礼物清单”，淘宝上有200多个卖家出售萤火虫。25只188元、99只580元、200只800元……萤火虫均价在5元一只，有些店铺平均一天能卖出近千只。“为了所谓的浪漫，搭上无辜的性命，这份礼物未免太过残忍。”不少网友呼吁，希望情侣理性消费，不要让萤火虫遭遇“七夕劫”。

商业绑架爱情和文化

“按照七夕节的传统典故，牛郎织女一年只见一面，哪对情侣愿意这样？因此，与其说七夕节是一种文化现象，不如说已经被过度阐释，完全是商业运作。”复旦大学社会学系副教授沈奕斐认为，所谓“浪漫经济”不过是商家抓住所有机会和卖点，通过包装和推销打动消费者，爱情俨然被消费绑架。

沈奕斐同时强调，七夕节风靡的另一个原因，是吃饭送礼仍为目前中国“纪念”或庆祝重要事件的主要方式，“小孩满月、高考录取、结婚周年，怎么庆祝？吃一顿再送个礼，因此消费主义在本土传统习俗和文化中找到了结合点，商业化运作浪漫节日有了肥沃的土壤。”

虽然浪漫经济火爆，但是在一次次重复炒作中，审美疲劳不可避免。微博上有网友感叹，现在过七夕，更像是简单复制西方情人节，并没有探究传统文化的真正内涵，“以前，每年过一次情人节，全心期盼全力准备，现在次数多了，意境却少了。”

不过，越来越多的人正挖掘属于自己的独特过节方式。一份亲手DIY的礼物、去古猗园荷花展寻找并蒂莲，不仅践行环保理念，而且凸显真情与实意，有人感叹：“爱对了人，爱对了方法，每天都是七夕节。”

【相关链接】

民俗专家：七夕节实为“女儿节”

《松江府志》记载：“七月七日，陈瓜果，作乞巧会。”记者通过走访民俗专家了解到，其实七夕节应为“女儿节”，现代人对七夕节的理解早已偏离了传统本源。

据史料记载，七夕当天，女孩们都会设供桌，用红菱、藕和石榴等时令鲜果以及巧果、状元糕、茄饼等糕点作供品祈福，寄托美好愿望。松江民俗专家欧粤介绍，民间传闻在七夕这天

染红指甲，干活时就会更利落，于是女人们就将凤仙花捣成汁，染红指甲。晚上，在月光下用新线穿针，若能穿过7枚大小不同针的针眼，就算得“巧”了。这也是为何七夕节称为“乞巧节”。从这个角度讲，七夕节其实就是“女儿节”，而不是现代人认为的所谓“情人节”。而人们之所以把七夕节跟情人节等同起来，则源于牛郎、织女在七夕夜在鹊桥相会的凄婉故事。居嘉 江跃中

七夕，那些浪漫的事

赏流星雨 寻人马座

夏夜观星大概是最浪漫的乘凉方式之一。英仙座流星雨今天凌晨“登峰造极”，整个八月，拥有丰富传说的人马座，都处于最佳观赏期。

● 英仙座流星雨今凌晨极大

8月最吸引人的天文现象，当属今天到达极大期的英仙座流星雨。英仙座流星雨是北半球的三大流星雨之一，每年7月17日到8月24日都是其活跃期，今年的极大期出现在今天凌晨2时至4时，而此前此后几天都还有不错的观测机会。

只要没有云层、月光和灯光的干扰，选择有开阔视野和黑暗星空的观测场所，用肉眼便能看流星。

● 人马座八月观测正当时

每年8月，是观察人马座最好的时机。晚上8时左右，它便会升到正南方天空。在上海，人马座即便运行到正南方时，距离地平线也不过三四十度。虽然亮星不多，但在光污染不严重的地方，我们还是不难在南方天空找到这个星座。

人马座一众深空天体中，最绚丽的当属M8礁湖星云和M20三裂星云。其他如M17、M21、M22、M23、M25、M28等一系列深空天体，都聚集在人马座不算很大的范围之中。只要你有兴趣，可以用一台小型天文望远镜一一观赏。

通讯员 汤海明 本报记者 董纯蕾

贴心送礼不走寻常路

● 保鲜花：天热赛过真鲜花

勿忘我爱情故事相框、彩虹玫瑰八音盒、蓝色妖姬戒指盒、普罗旺斯薰衣草礼盒、绣球花爱情挂钟……今天凌晨，记者在淘宝上搜关键词“保鲜花”或“永生花”，跳出来的宝贝接近2万件，其中不乏各种特色的七夕节鲜花礼物。据悉，由于今年长时间高温酷热让鲜花容易打蔫，所以像往年那样一打玫瑰、大把勿忘我式的大捧花已不时髦，反而是一种经特殊加工可“保鲜”长达3-5年的保鲜花（俗称“永生花”）开始大行其道。这种法国发明的花卉保鲜美容术，虽然让

最贵的进口花盆要卖到2688元，但还是受到了欢迎。

● “蜜月房”：避暑休假两不误

与其酷热中打领带挤地铁，不如七夕夜带女友度假。来自淘宝旅行的统计也显示：今天的酒店和客栈预定量过万间，比去年七夕增长了400%。从城市看，北京、上海、广州、杭州、深圳、厦门、青岛、重庆等地的预订量均不同程度上涨，其中能踏浪避暑的北海和大连的预订数增长幅度最大。与心爱的人共度七夕夜，成为众多年轻人热衷的避暑兼休假之选。 本报记者 胡晓晶

“克勒门”谈情说爱话浪漫

昨天下午，沪上知名文化沙龙“克勒门下午茶”借“七夕”，在贵都国际大饭店谈情说爱话浪漫。

艺术评论家、本报记者林明杰为此次沙龙绘制一对可爱的粉色“双鱼”，暗喻彼此相爱的情偶。林明杰带来一个纯银鎏金老挂件，挂件左侧是位男士照片，右侧有两缕用蓝色蝴蝶结固定的发丝，下面还压了张优雅的女士照片。林明杰说这是十几年前淘得的信物，如此信物，怎么到的上海？又为什么没有带回去？过往的故事让今人遐想联翩。

电台主播、作家淳子带来了张幼仪的掐银丝景泰蓝脂粉盒儿，并声情并茂地讲述了张幼仪和徐志摩的姻缘际会。配音演员刘家

桢献读一首叶芝的《当你老了》：“当你老了，头发花白，睡意昏沉，在炉边打盹……”浑厚成熟的声音，在座者无比沉思起那张“繁星中隐没的脸庞。”

沙龙的高潮还是《平如美棠》的作者92岁的饶平如先生登台，《平如美棠——我俩的故事》最近大热，甚至成为年轻人的恋爱标杆。饶平如也带来一件爱的信物：妻子美棠临终前取下来交给他的结婚戒指。饶平如说，今天戴出来，就好像她也一起来参加这个七夕盛会。“人最美好的，就是年轻时恋爱的时光。”92岁的老先生感叹道。情到浓时，饶平如自弹一曲《友谊地久天长》，悼念最爱的妻子美棠。 本报记者 乐梦融