



一对螃蟹换上“金马甲”之后

又到中秋，“天价月饼”已成过街老鼠。但是，“天价礼品”并没有销声匿迹，而是换上别样马甲变身登场。

一对几十元的螃蟹，穿上“金马甲”就叫卖99990元……“天价礼品”为何层出不穷？“天价礼品”流向何处？“天价礼品”究竟是属于市场行为还是腐败现象？“新华视点”记者近日进行了追踪采访。

“天价螃蟹”外包装是纯金盒子

最近，一对穿上“金马甲”的龙凤蟹横空出世，再次吸引了公众的注意。它的作者、南京高淳县螃蟹养殖户史团结向记者介绍说，“龙凤蟹”规格为公蟹300克、母蟹200克，外包装为纯金盒子，公蟹包装黄金重超过200克、母蟹包装黄金约135克，另外还有作为赠品的纯银蟹8件。

所谓“金马甲”，本来是一种螃蟹速冻器，记者实地调查发现，用它绑螃蟹，比原来的树脂材料模具更方便。史团结介绍，纯金“黄金甲”的创意来自于客户，他委托上海一家黄金店制作了黄金包装，订了50对，每对要价99990元，最近几

天还有人愿意给出更高的价钱订购。

人们对“天价礼品”的高度关注源于几年前饱受争议的“天价月饼”。在相关部门的监管以及媒体的监督下，过度包装的“天价月饼”逐渐淡出了人们的视线。记者日前在北京、南京、呼和浩特、郑州等地的月饼市场调查发现，瘦身后的月饼已渐渐还原了本来面目。

“天价礼品”再次曝光，引起人们热议。在内蒙古一家网站工作的李东海说，其实“天价礼品”一直没有离开过市场，只不过是有了月饼之外的更多的载体，比如天价粽子、天价烟、天价酒、天价年夜饭……



这就是装天价螃蟹的纯金盒子，公蟹包装黄金重超过200克、母蟹包装黄金约135克，另外还有作为赠品的纯银蟹8件。

国美电器 购物即享受 专业可信赖 国美·新活馆

全郑州就这儿了!

9月25日—27日 热卖3天

国美·新活馆二七广场·中心店
9月25日引爆十一促销

72小时不打烊 十一特价乐翻天
满800元送300元

国美·新活馆，是指以体验式营销为亮点，增强消费者互动体验、完善人性化服务的卖场规划和营运模式创新。是国美电器转型再造店的一个新模式，是体验新鲜生活可以逛一逛的家电商场。

国美新活馆手机、数码、电脑引领十一3C新潮流
详情请到店内咨询

<p>诺基亚 E63 特价 1830元</p>	<p>飞利浦 X800 特价 1680元</p>	<p>索爱 T715 国美首销 特价 2098元</p>	<p>联想 LET3000 家电下乡 特价 3299元</p>
<p>爱国者 T1260 特价 1299元</p>	<p>尼康 S230 特价 1790元</p>	<p>卡西欧 S12 特价 1990元</p>	<p>戴尔 1427 特价 4799元</p>

销售热线：66967635

门店地址：德化街45号（二七广场）

今年十一买家电就到咱身边的国美·新活馆

一对“黄金蟹”抵一个农民21年的收入

“这么贵的螃蟹，卖给谁啊？”当记者将问题抛给史团结时，他笑了笑说：“现在已经订出去了12对，有个人买的，也有的被高档宾馆订去了。”

南京一家四星级酒店餐饮部经理高先生表示，酒店订购“黄金蟹”一是进行商业炒作，用黄金容器蒸蟹，一桌饭所用的容器就值10万元，这样的噱头足以吸引高端客户。二是满足一些特殊群体的消费需求。而到底谁请客，请的又是什么人？“当然都是有头有脸的人物才会享受这种待遇。”

“普通人谁买得起这么贵的东西？”河南洛阳市民赵凯算了一笔账：2008年农民人均纯收入4761元，城镇居民可支配收入15781元。据此计算，一对“黄金蟹”相当于一个农民21年的收入，相当于一个城镇居民6年的收入。

南京等地的一些市民认为，商家不会做赔本买卖，有需求才会有供给。之所以不断出现“天价礼品”，证明它还是有消费群体。“这些昂贵的东西，要么是富翁们奢侈掉了，要么就是公款消费，要么就是用于送礼了。”南京市市民张美玲说。

“买的人不吃，吃的人不买”

记者了解到，消费“天价礼品”的人多数为了送礼。跑项目、升职、孩子上学等都是送礼的理由。送礼的群体有高收入人群，也有无奈的普通人。在内蒙古一事业单位工作的金凤说，为了让孩子上个重点高中，她用省吃俭用攒下来的4万元钱给学校领导送了俩瓶名酒。

郑州市民唐征说，“买的人不吃，吃的人不买”。去年年底，南京市江宁区原房产局局长周久耕被曝抽“天价烟”“九五至尊”而迅速“蹿红”网络。试想一个普通公务员的收入怎么能消费得起几千元的香烟？当地纪委调查结果显示其确实存在严重经济问题。目前，周久耕已被检察机关起诉。

“天价礼品”折射畸形供需

无论是“天价月饼”还是“天价螃蟹”，这些商品早已超出了本身应有的价值，无异于“楼费于珠”，属于不正常交易。

呼和浩特市市民王云飞等众多群众表示，“天价礼品”之所以有市场，有人看重的是包在商品外的“金子”。收礼人表面收的是礼品，自感“心安理得”：不就是一盒月饼，两只螃蟹吗？

中国人民大学社会学教授周孝正一针见血地指出，“天价礼品”交易绝对不是简单的市场行为，而是一种畸形消费，也是一种腐败现象。

“天价礼品”受追捧，至少折射三大问题：一是过度消费。中国还是发展中国家，但却已成为奢侈品消费大国。二是收入分配不均，贫富差距过大，成为畸形消费的社会背景。三是“天价礼品”助长了腐败。

“畸形的需求，畸形的供给，违背社会主义核心价值观。”周孝正说，不要用单纯的经济观点来蒙人，这实质上就是假借节日之机，以礼尚往来之名，用天价商品做礼品道具，行变相腐败之实。建议有关部门调查“天价礼品”的流向，顺藤摸瓜牵出更多的“周久耕”。

“天价月饼”淡出节日市场，源于国家相关部门出台文件联手整治。但随后一再出现的“天价礼品”说明，仅靠文件规范治标不治本。有关专家认为，如果权力不在阳光下运行，“天价礼品”还会推陈出新。从长远看，遏制“天价礼品”，既要进一步完善价格监管体制，又要坚决推动“制度反腐”。

据“新华视点”