別讓出境自由 變成一種資格

文｜ LIU XIAOCAI

一個普通人想出國讀書、工作、探親，或者只是看看世界，應當擁有多大的自主權？當政府能夠阻止一個人離開時，它又應當承擔怎樣的說明義務，接受怎樣的監督？這些問題關係到每個人能否安排自己的生活，也關係到公民與政府之間最基本的權利邊界。

2026 年 9 月 15 日起施行的《國務院關於出境入境管理的規定》，使這些問題再次受到關注。需要準確地說，這份規定沒有宣布全民禁止出境，不能直接等同於關閉國門。但其中涉及出境事由核實、不准出境和告知例外的內容，確實值得公眾認眞審視。批評應當從具體條文出發，追問權力邊界與公民保障。

出境自由從來不只是買一張機票、去一個地方。它關係到一封來之不易的錄取通知，一份支撐家庭生活的工作，一場等待多年的團聚，或者與病重親人的最後一次見面。一次出境受阻，對於管理部門也許只是一個決定，對於當事人卻意味著無法彌補的損失。

正因爲如此，限制出境不能成爲輕率的管理手段。做出決定的人，應當考慮它給一個家庭帶來的後果。限制依據是否明確，證據是否充份，期限是否合理，有沒有影響更小的替代措施，這些都應當經得起追問。公民需要能夠理解規則，也需要能夠挑戰錯誤的決定。

新規第三條涉及身份和申請事由核實，允許有關機關要求提供相關資料，並規定提供虛假文件、做出虛假陳述導致不予簽發證件或者不准出入境。這使核實標準尤爲重要：一般疏漏、行程變化和故意欺騙，應當如何區分？甚麼資料與核實目的有關？個人需要配合到甚麼程度？

如果標準不夠清楚，普通人就陷入一種不安：文件交了，還不知道是否足夠；問題回答了，還擔心表達是否會被誤解。這不是說上述情況必然發生，而是任何涉及重大自由的制度，都應當提前防範這種風險。規則越具體，公民越容易遵守，執法也越容易接受監督。

第六條原則上要求書面告知不准出境的事實、理由、依據和救濟途徑，同時爲影響國家安全、刑事案件偵查等情形設置不告知的例外。告知義務具有重要意義，而例外的適用同樣需要嚴格約束。一個人如果難以知道自己爲何被限制，就難以有效提出異議。

國家安全當然需要維護，但這一理由必須具有可審查的具體內容。即使某些信息確實需要保密，也應當有相應機制核查限制是否合法、是否必要、是否仍應繼續。保密不能讓錯誤無法糾正，更不能使受到影響的人無限期地等待。

新規第二條還涉及對特定高風險目的地的提醒和必要時勸阻。「勸阻」不能直接解釋爲全面禁止出境，但其執行邊界應當清楚。對於具有判斷能力的成年人，政府應提供可靠的風險信息，並尊重其依法做出選擇的能力。任何進一步的強制措施，都需要明確依據。

保護公民的責任，與尊重公民的自主權，應當同時得到落實。人們前往某個地方，涉及工作、家庭和其他迫切需要。行政管理必須認眞對待這些具體處境，不能只從管理便利出發，把複雜的人生選擇簡化成一句「最好不要去」。

也應看到，出境查驗和不准出境制度並非此次新規才建立。2013 年施行的《出境入境管理法》已經規定相關手續與限制情形。因此，討論的重點應當是限制範圍、執行標準和糾錯保障，而不能把過去描述成毫無限制，再把今天描述成所有人都無法離開。

事實上的準確，不會削弱對自由的堅持。公眾完全可以在承認管理制度存在的同時，要求它受到嚴格約束。政府掌握的決定權越大，就越應說明如何防止誤用。權利保障不能停留在原則表述中，還應體現在當事人能夠及時獲得解釋、提出異議和得到處理的每一步裏。

如果一個政府擔憂人才流失，或者擔憂人們對未來失去信心，就應認眞了解離開背後的原因。人們期待怎樣的工作機會和教育環境？他們能否通過勞動獲得穩定生活？遇到不公時，是否相信問題會得到公正處理？這些問題影響著人們願不願意留下，也影響著他們願不願意回來。

當然，並非所有出國的人都不願回來。求學、探親、旅行和移居有著不同目的，不能把每一次離開都理解爲對國家的否定。一個人熱愛自己的語言、文化和親人，也可以選擇在海外生活。公民不應因爲擁有不同的人生計劃，就被要求不斷證明自己的忠誠。

即使有人決定長期定居海外，這種選擇也應受到尊重。國家的發展最終應當服務於人的生活。人們願意留下，是因爲看見機會、感到安心，並相信自己的努力能夠有所回報。增加離開的困難，無法代替改善這些條件，更無法自動贏得信任。

值得警惕的是自由在日常手續中逐漸縮小。如果文件要求不斷增加，核實範圍不斷擴大，而解釋、監督和救濟沒有同步加強，個人安排生活的空間就受到擠壓。防止這種風險，需要公開的規則、清楚的責任，以及對執行情況持續而具體的監督。

所謂防止把人「焊死在國內」，應當落實爲可以檢驗的要求：限制必須有依據，期限必須受約束，錯誤必須能糾正，受到影響的人必須有切實可用的救濟途徑。公眾不必等到大門徹底關上，才有資格討論門上的鎖由誰掌握。

護照依然握在手裏，航班依然起降。每個人都應能夠相信，自己符合明確、合理的法律條件時，生活計劃會得到尊重。一個有信心的政府，應當努力創造讓人願意留下的環境，也尊重人選擇離開的自由。

轉自《北京之春》

許諾贈品和信義一起消失之後

文｜陳靜

今年中秋，一盒沒有送到的月餅，讓珠寶品牌 Tiffany 在大陸陷入了一場風波。

據報導，一位曾在成都門市購買 20 餘萬元珠寶的顧客，收到銷售主動贈送中秋月餅禮盒的消息。她身在海外，便留下國內家人的收貨地址。中秋當天，家人仍未收到禮盒，她詢問快遞資訊，銷售才解釋說，禮盒被錯寄給了另一位顧客，導致對方收到了兩份，並提出等下次公司有禮物時再寄。

當事人要求查明禮盒的寄送經過，公開說明具體情況，銷售卻遲遲沒有正面回應。她表達不滿後，門市也沒有按她的要求交代清楚，反而自行購買當地桃酥作爲補償。原本需要說明的是禮盒去了哪裏、承諾爲何落空，門市卻試圖用另一份糕點把事情處理過去。

事件引發關注後，品牌承認寄送與溝通存在問題，並做出致歉與改善回應。但截至目前，品牌仍未提供能夠核驗禮盒去向的紀錄，那盒消失的月餅究竟寄給了誰，仍未有清楚的交代。那位顧客，也依然沒有等到原本答應送給她的中秋月餅。

一盒月餅，價錢有限，事情卻鬧得很大。商家主動說出口的承諾，讓顧客有了期待，也讓家人等著在節日裏收下一份心意。禮物沒有送到，等來的卻是一句「下次再寄」。

買珠寶時，20 餘萬元的生意可以很快做成；答應送出的一盒月餅，出了差錯之後，卻遲遲得不到妥善交代。這種落差，讓人看見商業往來中越來越稀薄的信義。

商家有權決定是否贈禮，也有權決定送給誰。一旦主動告知顧客禮物已經備好，並詢問寄送方式，這件事便有了約定。

禮物雖未收費，說過的話依然要作數。寄送出了差錯，應當主動告知，說明緣由，再認眞補救。顧客已經把地址交給商家，也告訴家人等著收取，商家就應當把這件事辦完。

這場爭議中，有一種說法頗爲刺耳：免費送的東西，有甚麼好計較？

這句話裏，信義被擺在了價錢之後。收過錢的事情才值得認眞，沒有收費的承諾便可以隨意打發。照這樣的道理，人與人之間許多約定都失去了約束。答應赴宴、替人辦事、登門探望，未必有金錢往來，一樣不能輕易失約。

顧客花了二十餘萬元，當然會對品牌服務抱有期待。即使她只買過一件普通商品，商家主動做出的承諾，也應當兌現。守信若還要按消費金額分出輕重，這個「信」字便已經打了折扣。

連答謝也要追著回本

圍繞這次事件，網上還流傳著贈禮與回購 KPI 掛鉤的說法，即送給客戶的禮物，也要考核能否帶來再次消費。品牌以寄送地址出錯解釋此事，卻始終沒有拿出能夠核驗的寄送紀錄，也沒有清楚說明禮盒究竟寄給了誰。當事人要求查明經過，品牌方銷售卻以含糊的解釋和另送糕點的補償應付，最該交代的事情反而一直懸著。

商家遲遲交代不清禮盒的去向，讓人更懷疑贈禮與回購 KPI 掛鉤的說法確有其事：當事人身在國外，短期內難以回店消費，銷售是否因此將原本答應送給她的禮盒，轉給了更可能帶來新訂單的客人？若事情確實如此，一份感謝過去照顧的中秋節禮，便成了爭取下一筆生意的籌碼。

老客戶過去已經照顧過生意。中秋送上一份節禮，感謝這份照顧，原是很自然的往來。商家願意記著顧客，顧客也願意記著商家。日後是否再買，應當由需要與意願決定。

若連這份答謝都要追著回本，過去的照顧就被輕輕放下了。經營者盯著的是下一筆訂單，送禮之前要算這個人還有多少購買可能，送禮之後又要看她何時再來消費。口頭上說感謝，心裏卻等著對方繼續付錢。

這種做法所顯露的，正是今天中國各行各業「捲」得令人疲憊的一面。

業績要往上加，成本要往下壓，每一次聯繫都要有效果，每一份付出都要見回報。競爭越激烈，越有人容不下一點眼前看不到收益的事情，連感謝老客戶，也要證明這聲感謝能夠賺錢。

一旦按這套辦法待客，顧客過去付出的信任與照顧，在下一筆業績面前，竟連一盒月餅都留不住。銷售人員若也被這樣的考核逼著，連一份節禮都要設法換成業績，同樣是這種逐利風氣的受害者。但背信棄義帶來的指責與後果，最終仍要由他們承擔。

事件進入網絡輿論場，當事人與門市銷售人員又都遭受了不同程度的攻擊與傷害。顧客因承諾落空而提出不滿，銷售人員站在門市最前面承受指責，同爲受害者的雙方被推向對立，眞正的問題卻仍在完美隱身。

利字當頭　信義退後

中國傳統講經商，始終繞不開誠信。買賣有價錢，做人有分寸。答應過的事情要兌現，出了差錯要承擔，受過別人的照顧也應當記得。

這些規矩，往往就在小事中見分曉。答應替人留著的貨物，會不會因爲別人出價更高就轉手賣掉；售出的東西有了問題，肯不肯認；補救一次失誤需要多花錢，是否還願意把事情處理妥當。眼前都有利益可算，也都有信義要守。

今天，許多經營者談起客戶，熟悉的是消費能力、購買頻率、轉化率。一個人過去買過甚麼，將來還能買多少，都可以列進表格。顧客的消費紀錄記得清清楚楚，自己答應過的事情，卻未必放在心上。

交易正在進行時，熱情周到；錢已經付完，顧客暫時沒有新的購買計劃，先前說過的話便可以拖延，原本答應的事情也可以敷衍。久而久之，勢利被當成精明，守信反而成了要盡量削減的成本。

國際品牌進入中國市場，同樣要由具體的經營者、管理者和員工來對待顧客。百年歷史可以寫在品牌介紹裏，服務究竟怎樣，卻體現在一次寄送、一次回覆、一次補救之中。

如果當地經營一味追求業績，把利益放在所有事情之前，品牌原有的規矩也會被慢慢磨掉。櫃台依然精緻，包裝依然漂亮，顧客得到的卻是交易完成後的冷淡。中國人的「捲」，若連一點答謝的心意、一句說出口的承諾都容不下，生意做得再大，也難免讓人心寒。

守信常常需要付出代價。認眞補救一次失誤，要多花錢；兌現一個承諾，要費時間；向一位暫時不會再消費的顧客表達感謝，也未必能給當月業績添上一筆。

這些時候，最能看出一個人怎樣對待信義。眼前沒有好處，答應過的事情還做不做？需要自己承擔損失，說過的話還算不算數？

若凡事都要先問有多少利益，別人也會用同樣的眼光看待我們。收到禮物，要猜後面有甚麼要求；聽見承諾，要防著對方隨時改口；買完東西，還要擔心一旦不再消費，就失去了被認眞對待的資格。

如此往來，人人都累。人們花費越來越多的精力防備彼此，願意相信的一句話，反而越來越少。

Tiffany 可以補送禮物，可以致歉，也可以修改流程。這場風波留下的追問，卻應當留給更多經營者：顧客的錢已經付過了，自己說過的話，是否還願意負責到底？

中國人曾經講一諾千金，講受人照顧之後有所答謝，也講生意做完之後仍能相見的情份。如今，我們費盡心思爭取每一點利益，也該想想，那些被當作成本省掉的厚道，被當作麻煩推開的承諾，最後會讓我們失去甚麼。一盒月餅的成本很容易算清。一個社會丟掉信義的代價，卻會由所有人慢慢償還。

賣不掉的月餅做成飼料

來自《看中國》的報導：2026 年中秋期間的月餅銷量斷崖式下滑，超市堆積如山，「月餅賣不動」詞條一度沖頂熱搜。而賣不掉的月餅將被變成飼料，每噸回收價僅 800 元人民幣。

中國賣不掉的月餅最終成爲飼料。有微博網民留言：「據悉，回收的月餅可以加工成豬飼料。不能直接吃嗎？NO！因爲人吃的月餅太油了，豬直接吃會拉肚子！」

新浪網兩則消息，9 月 21 日，華爲車 BU 部門發放的員工中秋禮盒出現問題，多名員工在食用後出現集體腹瀉的症狀，相關話題迅速衝上微博熱搜第一。有員工反映月餅包裝的生產日期疑似 2025 年，禮盒中充電寶掃碼顯示版本時間爲 2024 年，引發「採購去年剩貨」的質疑。

9 月 23 日，廣東一公司員工在中秋期間食用了公司發放的月餅後，多名同事集體出現腹痛、腹瀉等腸胃不適症狀。隨後員工發現剩餘多款月餅表面已長滿綠霉，嚴重變質發霉。涉事公司緊急回收品質異常月餅並安排員工就醫。

鳳凰網 9 月 23 日消息，河南南陽南召縣一公司發給員工的月餅被發現印有「2025 年 9 月」字樣，員工懷疑收到過期產品並發布影片爆料。涉事月餅生產商隨後回應稱，屬於工作人員列印並貼錯生產日期標籤所致，已向消費者道歉並完成賠付。

從月餅贈品的失信到賣不掉的月餅做成飼料，不知道讀者們會怎麼想，不僅僅是誠信，中國人正在失掉底線，在中共黨文化的薰陶下，中國人將食無所食。

