



调查动机

彩礼钱动辄十几万元甚至数十万元，“一动不动”（“不动”是汽车，“不动”是房子）是标配，还要上车礼、下车礼、改口费等。当下，在一些地区特别是农村地区，名目繁多的婚俗“礼节”，相互攀比，大操大办、索要高额彩礼、低俗婚闹等陈规陋习，让很多人深恶痛绝，有时又无可奈何，不少家庭因此背上了沉重的经济负担。

婚俗改革势在必行。2022年7月25日，河南省政府网站发布消息称，经地方申报、调研考察、综合评估等工作环节，河南省民政厅同意将开封市、平顶山市宝丰县、叶县等20个地区确认为全省婚俗改革实验区。

冰冻三尺非一日之寒，彩礼钱也是我国民间流传已久的传统习俗，婚俗改革怎么改，如何改变一些群众根深蒂固的旧观念？带着这些问题，记者深入河南基层一线进行了调查采访。

# 河南婚俗改革进行时，目标直指“零彩礼”

- 娶亲纳征，是我国传承千年的结婚习俗。然而，一些地区特别是农村地区，彩礼攀比之风愈演愈烈，男方除了需要在城里买房外，一般还要给女方家庭送二三十万元的彩礼，在河南商丘、驻马店、周口、漯河等地区，彩礼甚至高达四五十万元，高价彩礼令不少家庭生活陷入拮据，一旦婚约解除，极易产生纠纷，引发社会矛盾
- 婚事大操大办之风污染了人际关系，助长了奢靡之风，影响了群众的幸福感。河南省民政厅将20个地区确认为全省婚俗改革实验区，探索深化婚俗改革，各地因地制宜，采取建章立制、立体宣传、典型引领等措施，引导党员干部带头移风易俗，引导群众养成勤俭节约、文明高尚的生活方式
- 婚俗改革要与地方经济发展水平和文化传统相适应，充分考虑群众接受程度，注意方式方法，防止把传统风俗与陈规陋习混同在一起。要善于从群众关心的热点、难点中寻找切入点，用法治理念和改革创新推动改革取得新进展，出台的政策需符合法律法规，村规民约要符合法治精神

## 一线调查

□ 本报记者 赵红旗

“咱俩光屁股一块长大，你上了大学，我在外打工。如果不是万不得已，我也不会给你张这个口……”前不久，在河南郑州一家大型企业工作的小张接到了“发小”小王的电话。让小张纠结的不是借不借钱的事，而是小王马上就要背上一笔沉重的彩礼债。小王对他说：“家里托人给我介绍了个对象，我很满意，但彩礼钱让人头疼，除去手头积攒的钱，还有近20万元的缺口。”

小张为小王算了一笔账：小王打工每月收入5000元左右，除去房租、日常花销，每月最多能存2500元，一年下来也就3万元，仅这20万元的缺口就需要7年来还。

“婚俗改革是遏制高价彩礼、大操大办、随礼攀比等不正之风最有效的办法。”得知河南省民政厅将20个地区确认为全省婚俗改革实验区后，小张对此非常支持。“农村是高价彩礼的重灾区，农村婚俗改革比城市难度大，解决了农村的问题，全社会的文明婚俗新风尚就能初步形成。”

### 彩礼名目不断翻新 攀比之风愈演愈烈

9月10日，河南商丘一“小伙被骗18万彩礼，开车拉横幅寻人”的视频在网上快速传播。视频画面中显示，一名身穿白色T恤的小伙子开着一辆贴着横幅的车，在村子里来回转悠，车上的喇叭循环播放一句话：“希望广大的男性同胞们过年相亲的时候，一定要擦亮眼睛，三思而后行，以防上当受骗。”

小伙子称，当初父母催着他早点结婚，他通过相亲认识了张某，二人在交往过程中感情较好，很快就举办了订婚仪式，并按照当地习俗给了对方18万元的彩礼钱，但张某收到彩礼后，态度发生转变，不再和他见面，他要求对方归还彩礼未果，提起诉讼，法院判决张某归还彩礼，但她却拒不执行。

类似的纠纷，在河南农村较为常见。记者采访了解到，在商丘、驻马店、周口、漯河等地区，当地青年男女结婚时，男方除了需要在城里买房外，一般还要给女方家庭送二三十万元的彩礼，有的甚至高达四五十万元。这让不少男方家庭陷入沉重的经济负担之中。

“彩礼钱只是其中的一笔花销，婚俗确实需要改变了。”一名不愿具名的河南村干部老李说，“订婚、房子、车子等都要花钱。”

老李说，订婚就是安排在男女双方通过相亲介绍之后，由男方方向女方支付彩礼，把双方婚事初步定下来。目前，彩礼钱一般是15.8万元、16.8万元，偏远的乡镇更高。现在，在农村宅基地上建房是最基本的，还流行到县城买房，有的还得买一辆10万元左右的轿车。

“娶亲纳征，即男方给付女方彩礼，是我国传承千年的结婚习俗。随着经济发展和人民生活水平的提高，不少地区彩礼数额水涨船高，彩礼名目不断翻新，在一些农村地区，彩礼攀比之

风愈演愈烈。高价彩礼令不少家庭生活陷入拮据，一旦婚约解除，极易产生纠纷，引发社会矛盾。”商丘市中级人民法院审判委员会委员王宏伟说。

2014年3月17日，时任宁陵县人民法院院长的王宏伟倡导成立了河南省首个家事法庭。当时，有关婚姻彩礼的案件就占到了家事案件近三分之一。

2020年，商丘中院专门出台文件《商丘市中级人民法院关于审理婚约财产纠纷案件的裁判指引（试行）》，明确规定，返还彩礼时，对超出10万元的部分全额返还，10万元以内的部分按比例返还，并确定了彩礼的范围，包括但不限于见面礼、聘礼、上车礼、下车礼、改口费及价值较大的首饰、电器、通信工具、交通工具等贵重财物。“彩礼纠纷案法律上叫‘婚约财产纠纷’，在农村比较常见。”王宏伟说，上述文件的出台，明确了婚约财产纠纷案件的诉讼主体、生活困难的认定标准、举证责任的分配、彩礼返还的形式等，为两级法院审理此类案件提供参考依据。

### 狠刹大操大办歪风 移风易俗转变观念

“今天是个大喜的日子！这是一场简单的婚礼，没有彩礼，没有花车，没有伴娘，没有司仪，没有舞台，没有音乐，可以说是新事新办，一切从简。”前不久，在宁陵县逻岗镇香庄村，村党支部书记吴厚峰主持了一场婚礼。

“婚礼只是一个外在的形式，关键问题是两个新人能幸福地厮守一辈子。”宁陵市民政局相关负责人说，全县积极探索婚俗改革的新途径、新办法，采取强化引导、广泛参与等多种举措，狠刹大操大办歪风。

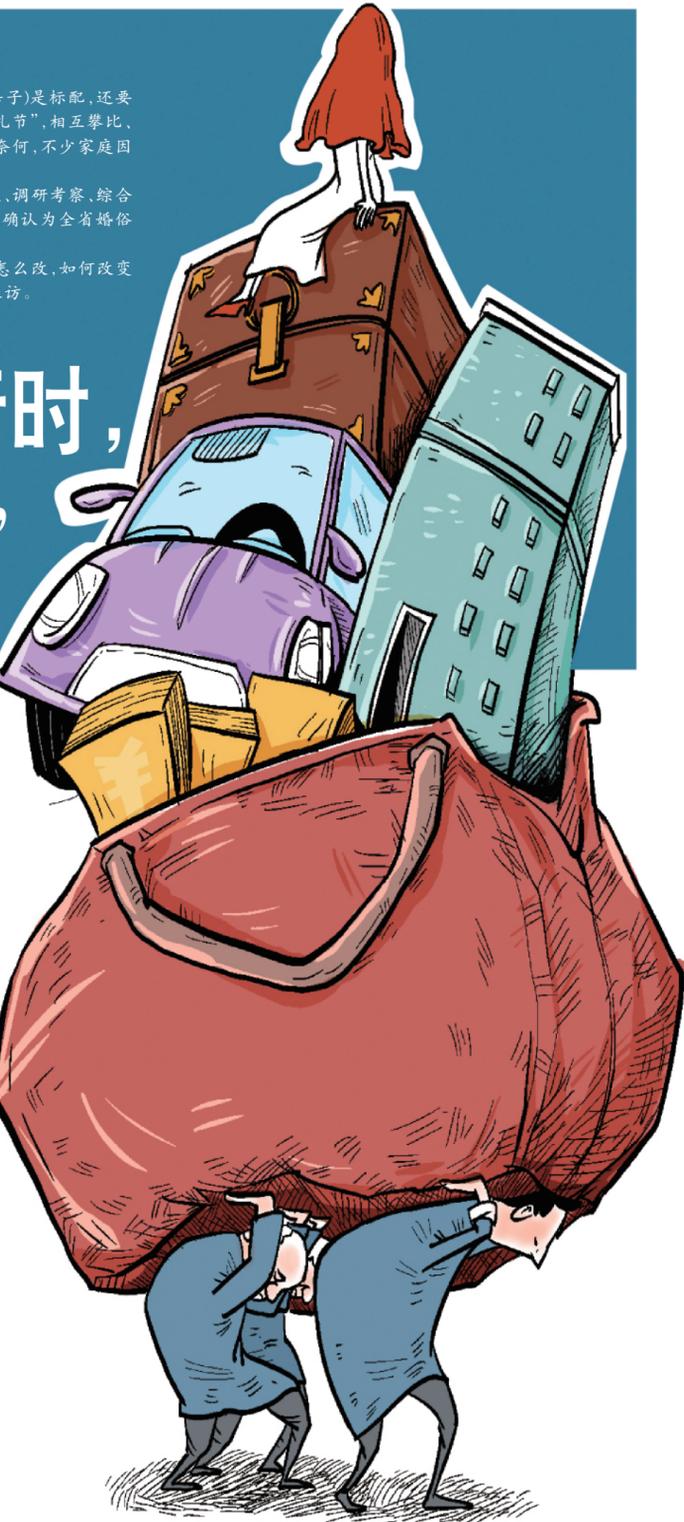
宁陵县专门成立由县委书记任组长，13个部门参与，14个乡镇为成员的婚丧礼俗改革领导小组，建立红白理事会，将婚丧礼俗规定普遍纳入村规民约，倡导彩礼不高于3万元，红事每桌不超过350元，白事每桌不超过200元；全县364个行政村通过村规民约把移风易俗作为精神文明建设和乡村振兴工作的重要内容。

同时，宁陵县对公职人员划定“红线”，将文明节俭操办红白喜事纳入党员干部管理和驻村工作内容，党员干部、教师、军人办喜事，彩礼不超过3万元，个人送礼不高于100元，请客范围只限于亲属。

“过去，婚事大操大办之风污染了人际关系，助长了奢靡之风，影响了贫困群众的幸福感，有的群众甚至因婚事致贫。”宁陵县委书记马同和坦言，县委县政府顺应“降人情、控彩礼、减餐标、反铺张”的社情民意，全面推进婚俗改革工作，采取建章立制、立体宣传、典型引领等措施，引导群众养成勤俭节约、文明高尚的生活方式，不断提升群众素养和乡风文明。

宁陵县乡镇、县直单位“一把手”开展专题访谈，面对社会作出承诺；倡导全县干部签订移风易俗承诺书，引导党员干部带头移风易俗；开展移风易俗道德宣讲活动，通过“身边人讲身边事，身边人讲自己事，身边事教身边人”，让人们在耳濡目染中接受教育。全县积极开展“乡贤、孝贤”“好家风、好家训”“好婆婆、好媳妇”等评选活动，连续举办集体婚礼及“零彩礼”相亲大会，向广大群众传递移风易俗正能量。

“群众的婚俗观念转变了，现在风气比以前好太多了，大家也都不讲排场、比阔气了，婚事



能简办就简办，也不用响器歌舞。”提起村里的变化，宁陵县石桥镇孙迁村红白理事会成员张光辉乐呵呵地说。

如今，宁陵县通过开展移风易俗新风活动，出现了“五多五少”的可喜局面：喜事新办、丧事简办的多了，大操大办的少了；尊老爱幼、邻里和睦的多了，吵架斗殴的少了；跳舞健身、休闲娱乐的多了，打牌赌博的少了；积极争星、主动致富的多了，以贫为荣的少了；自主就业、返乡创业的多了，游手好闲的少了。全县90%以上的行政村已实现了红白理事会的规范化运行，从过去的比排场、比彩礼、比嫁妆、比阔气，到如今的比孝顺、比增收、比文明、比节俭，村风民风呈现风清气正的面貌。

开封市禹王台区的婚俗改革做法也得到了群众的广泛认可。该区针对不同群体、不同场所定点推广“新民俗，定向传输”风雨同舟、相濡以沫、责任担当、互敬互爱的婚嫁理念，定期开展“好婆婆·好媳妇”“婚俗新风最美家庭”系列评选活动，带动婚俗改革深入各个角落，共建文明婚俗文化，共享文明婚俗文化成果。

“传统婚俗沿袭已久，在群众心中根深蒂固，要想撼动和改变，并非易事，婚俗改革的开展离不开思想的引导。”河南省民政厅相关负责人表示。

### 改革符合法治精神 制度固化改革成效

河南是人口大省，婚俗改革涉及千家万户。记者为20个婚俗改革实验区民政部门了解到，目前各地的情况和进展并不相同。

“其实，民俗婚俗方面的宣传一直都在进行。今后会继续加大力度。”叶县民政局相关负责人表示，婚俗改革的具体方案已经出台，目前宣传正在进行中，过去开展的相亲交流会、集体颁发结婚证仪式等活动还在继续进行。

“各乡镇情况不一样，偏远乡镇制定政策时主要针对高价彩礼。”这位负责人介绍说，叶县选出来3个试点乡镇，40个试点村，以点带面发挥带动作用，村里有红白理事会负责监督。

刚成为河南省婚俗改革实验区的宝丰县，已印发《宝丰县人民政府推进婚俗改革试点工作方案》，县民政局负责人说，将多手段引导广大婚育新人选择文明、节俭、庄重的文明婚俗新风尚，对高价彩礼、铺张浪费、低俗婚闹、随礼

攀比等不正之风展开综合整治，营造良好社会风气。

“我们通过调查研究，结合本地经济发展现状、人口结构和民俗民情等实际，提倡城乡居民彩礼不高于6万元，通过确定彩礼‘高标准’，引导婚嫁双方逐年降低彩礼数额，少要或不要彩礼，杜绝大操大办，弘扬勤俭节约的传统美德。”孟州市民政局相关负责人说，各乡镇（街道）根据以上标准，指导各村在村民协商自愿、体现自治原则的基础上，因地制宜制定细化本村红事标准，村红白理事会负责实施和监督。

孟州市民政局要求，各乡镇（街道）先期确定20%的村（社区）作为推进婚俗改革试点，培育典型，以点带面，在确保到2022年底试点村（社区）初见成效的前提下，到2023年试点村（社区）规模扩大到60%，婚俗改革初步实现制度化、规范化、常态化，2024年，在前两年试点村的基础上全面铺开。

“婚俗改革更侧重于从道德层面出发，维护社会公序良俗，由政府指导或引导，其中有些问题在法律中已有体现，符合法治精神。”中央民族大学法学院副教授李梁认为，“禁止包办、买卖婚姻和其他干涉婚姻自由的行为，禁止借婚姻索取财物”是民法典明确规定的，如果女方和男方家长主动提出或者强制索要高额彩礼，属于违法行为。

“作为民间已经流传千年的传统习俗，彩礼的存在也具有一定的群众基础，婚俗改革工作要与地方经济发展水平和文化传统相适应，充分考虑群众接受程度，注意方式方法，防止把传统风俗与陈规陋习混同在一起。”中国政法大学教授李建伟认为，婚俗改革要善于从群众关心的热点、难点中寻找切入点，用法治理念和创新思维推动改革取得新进展，出台的政策需符合法律法规，村规民约要符合法治精神。

“其实，婚俗改革是一种行为规范，需要建立一套完整和完善的机制。将婚俗新风写入村规民约，用制度形式进行固化，就是一种有效的形式。”李建伟说，通过发挥党员干部、乡村贤达、致富带头人的带头作用，由他们通过算经济账、文化账、社会账的方式，对低俗婚俗进行干预和劝阻，让群众看到婚俗改革带来的实实在在的好处，从思想上遏制婚闹陋俗，树立婚俗新风尚。

□ 本报见习记者 张守坤 □ 本报记者 赵丽

红彤彤的烤馒头夹龙虾、焦褐色的炸肥肠、金灿灿的菠萝饭……看到这些美食图片，来自天津市河东区的邹楷不但没有“打卡”的欲望，反而有点反胃，因为高饱和度的色彩让食物看上去太假了。

除了颜色失真以外，邹楷还注意到，越来越多的店家用一些夸张的容器装食物，比如用8斤重的桶来装椰子水、用输液袋装奶茶、用泡菜坛子装面条和小龙虾等。

“美食推荐图片为啥都要千篇一律使用滤镜？千奇百怪的包装或容器合规吗？”邹楷心里很是疑惑。

和邹楷一样，对美食宣传过度现象不理解的人不在少数。《法治日报》记者近日在多个美食推荐平台搜索发现，有不少消费者吐槽，其被宣传图片或者文案吸引，结果吃到的食物与图文严重不符。

多名受访专家指出，当美食图片或文案属于广告性质时，如果消费者吃到的食物和图片相去甚远则可能涉嫌虚假宣传，建议店家诚信经营，提升食品质量和服务质量，让消费者获得真正实惠和良好消费体验。

### 精心修图推荐美食 夸张包装吸引眼球

记者在社交平台、本地生活平台等搜索“美食”，发现排名靠前的大多是高饱和度、加了滤镜的美食推荐照片。不难看出，这些照片是经过精心构图和修图的。

有的博主将美食分享拍得像像博物馆，照片中每个角落都堆满了食物；有的博主为了显示美食分量，用大号塑料透明手提袋装食物，如拇指生煎包，可装下一两百个，配文“逛街的时候一口一个”；还有的博主为了博眼球，用输液袋装奶茶、用塑料桶装海鲜、用泡菜坛子装面条和小龙虾……

这样的美食包装是否符合法律法规要求？据华东政法大学经济法学院教授任超介绍，食品安全法要求，食品生产经营者应当符合食品安全标准，对于直接入口的食品应当有效包装或者使用无毒、清洁的包装材料、餐具。从许多美食宣传图片来看，相关食品包装可能存在一定的安全隐患。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江告诉记者，如果这些食物包装只是外观上的“奇葩”或“特别”，很难说它违反了现有的法律法规。但如果过度包装导致食品浪费，则可能违反消费者权益保护法、反食品浪费法中的有关规定。

“食品采取多样化和个性化宣传的前提是，不违反现有法律法规，不造成资源浪费和食品浪费。”陈音江说。

### 美图文若属广告 图不符实涉嫌违法

“多少次来××就为了吃这一口”“总爱为了吃××来一趟××吧”“封神系列&天花板系列”“肥肠包大葱，外面焦香酥脆，里面糯叽叽的”“芋泥菠萝包，吃起来滑唧唧，奶乎乎”的……

除了夸张的美食图片外，不少美食博主的文案也经过“美颜”，但去掉滤镜之后呢？

记者采访了天津、安徽等地10多名消费者，他们均被美食文案吸引前去相关店铺“打卡”解馋，却失望而归，直言自己被“打脸”了。

来自安徽省滁州市的李鹏前不久在美食推荐平台上刷到一家“一笼20个汤包，仅30多元，每个里面都有大龙虾”的小龙虾汤包店，兴冲冲地去尝鲜，结果发现一笼汤包实际只有6个，里面也没有完整的虾仁。当天晚上，他又去了一家美食博主推荐的小龙虾店，发现锅里只有两片肥肉，芝士泡菜炒饭的分量也只有推荐图片的四分之一。

“味道可能因人而异，但菜量不能骗人，再也不信网上的美食推荐了。”李鹏说。

记者调查发现，有些美食推荐图片之所以看着量多，是因为一些博主一次性购买了多份，装作一份进行拍摄，还有些博主自己带了食材加到里面，比如面皮卷虾仁、小龙虾拌面等，而其实餐厅店里并没有这些食材。

从网上的“酒池肉林”到现实中的“残羹冷炙”，这种图文与实际情况不相符的美食宣传是否违反相关法律法规？

任超分析，如果宣传文案仅仅是消费者的个人评论，消费者对有关美食进行夸张性评论的自由，但如果宣传文案属于广告宣传，则应当符合广告法的相关规定。

“广告法第三条提出广告应当真实合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化要求；第九条第三款明确规定广告中不得使用‘最高级’‘最佳’等用语。由此，当美食宣传文案属于广告性质时，不应当采用‘最’‘封神’‘天花板’等用语。”任超说。

陈音江认为，当美食文案属于广告性质时，如果买到的食物和图片相去甚远则可能涉嫌虚假宣传。

“依据消费者权益保护法，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。如果商家宣传的商品与实际不符，消费者可以要求商家依法承担民事赔偿责任；如果商家故意通过虚假宣传欺骗消费者，还可能构成欺诈。一旦被认定构成欺诈，消费者可以要求价款三倍的赔偿。”陈音江说。

### 美食宣传标明广告 保障消费者知情权

美食推广是不是广告，现实中很难认定。记者注意到，一些社交平台上的美食推荐并未注明是广告，甚至有些博主会强调自己是“无广推荐”。记者也曾尝试向多个相关平台投诉这些美食推荐内容，均因无法判断是否存在违规内容而被驳回。

任超提到，对于现实中的软广告，消费者很难辨别。欧盟成员国曾要求Instagram软件对于涉及推广的视频，文案应当明确标注是否含有广告，我国广告法中也有类似规定。由此，广告发布者、生产经营等进行广告宣传时负有向消费者表明其为广告的义务，以和其他信息相区别，不得使消费者产生误解。

“应当注意的是，对于大众传播媒介，包含互联网在内，进行广告宣传应明确标明‘广告’，而不应该仅仅是‘合作推广’‘合作宣传’‘恰饭’，同时‘广告’二字应当显著。”任超说。

受访专家认为，不管是否为广告，面对这种非正常的食品宣传，消费者、平台、相关部门都可以行使自己的权利和监督义务。

“食品安全法第十条规定，任何组织或者个人有权举报食品生产经营中违反本法的行为，有权向有关部门了解食品安全信息，对食品安全监督管理工作提出意见和建议。同时，该法第七十四条对广告中的食品质量作虚假宣传欺骗消费者的情形转引至广告法。面对夸张奇葩的美食推广，消费者有知悉真情权，也有权向互联网服务提供者、市场监督管理部门进行举报。互联网服务提供者收到附有初步证明的相关通知后，应当及时采取必要措施删除、下架等。”任超说。

在陈音江看来，奇葩的美食推广，在短期可能确实会起到一定的宣传效果，但从长期来看，不仅不能给消费者带来良好的消费体验，还可能打了企业的脸，影响品牌的正面形象，甚至可能涉嫌违反现有法律法规和公序良俗，让企业承担难以预估的后果。

“企业开展正常营销活动无可非议，但前提是必须遵守法律法规，遵守公序良俗和不损害消费者的合法权益。企业应当诚信经营，把主要精力放到提升产品质量和服务质量上，让消费者获得真正实惠和良好消费体验，这样才能真正提升品牌美誉度，促进企业健康发展。”陈音江说。

漫画/高岳

滤镜拉满颜色失真 包装容器千奇百怪 夸张的美食宣传打了谁的脸？