



编者按

结婚本是一件喜庆的事，但一些地方因为存在高额彩礼、婚嫁攀比、低俗婚闹等习俗，让寓意美满的婚礼变了味；一些地方还要索要上车费、改口费、盖头费等名目繁多的费用，将婚嫁彩礼与婚姻中介费、媒婆介绍费挂钩，沉重的经济负担让不少家庭叫苦不迭。举办婚礼、给彩礼是自古有之的风俗习惯，适当的礼仪符合人们对美好婚姻生活的祝福，但不良婚嫁习俗则背离了爱情的初衷和婚姻的本质，容易引发攀比之风，触及道德和法律底线，影响社会和谐稳定。为弘扬新风正气，引导公众自觉抵制不良婚嫁习俗，法治经纬版从今天起推出“抵制高额彩礼 倡导文明婚俗”专栏，敬请关注。

媒婆费双头收 彩礼费动辄数十万 还有上车费下车费改口费

想结个婚怎么就那么“费”劲



(天价姻缘) 漫画/李瑞军

抵制高额彩礼 倡导文明婚俗

本报记者 韩丹东 本报实习生 刘洁

如果按照原计划，来自湖北武汉的邓先生现在已经在和女友完婚了，没想到节奏被彩礼打乱了——女友的家人提出要30万元彩礼。

考虑到自己家境并不富裕，一下子拿不出30万元彩礼，而之前两人的感情一直很稳定，邓先生和女友商量降低彩礼数额，却遭到女友拒绝，理由是“她也没办法改变家人的决定”。

因彩礼谈崩导致恋人之间出现分歧甚至分手的，不只邓先生一人。近年来，高额彩礼问题越发受到社会关注，部分地区彩礼动辄十几万元甚至几十万元，不少年轻人直言负担不起，结不起婚。

《法治日报》记者近日采访发现，除高额彩礼外，漫天要价的“媒婆费”和名目繁多的“上车费”“下车费”“改口费”等，也在无形中让很多家庭背上沉重的经济负担。

多名受访专家指出，从相亲到结婚，各种高额费用成因复杂，又兼具伦理与法律的混合属性，因而对其有效治理，必须标本兼治、综合施策。但移风易俗，非一日之功，需循序渐进。

部分地区彩礼太高 不少家庭无力承担

邓先生的女友是福建人，两人恋爱3年有余，双方约好在武汉定居。为了给女友一个幸福的家庭，邓先生在武汉贷款买了房。今年年初，双方开始讨论婚事。

没想到，女友的家人提出要30万元彩礼，房子也要加上女友的名字，房子的装修费用可以由女方来出。

对于上述要求，邓先生没有立即同意。他认为，彩礼应该双方商量，充分考虑男方的经济条件。于是他向女友提出两个方案，一是提供30万元彩礼，女方得陪嫁30万元；二是提供彩礼10万元，不要陪嫁。

女友家人以“在老家结婚，彩礼都得30万元左右”为由不同意。如今，双方陷入了拉锯战。“因为彩礼，婚礼遥遥无期，结婚太难了。”邓先生很是无奈。

对于彩礼问题，记者采访了多位福建当地人，大家都说30万元彩礼是“正常水平”。来自福清市的于女士称，按福清当地的风俗习惯，在家庭条件还不错的前提下，彩礼最少要30万元，家庭条件不太好的可以先给一部分，剩下的之后补上。

来自江苏的乔先生也因彩礼问题焦头烂额。他的女友是浙江衢州人，结婚前，女友家人提出要28.8万元彩礼，且女方在当地办宴会的费用由男方承担，这部分席钱需要预先提供给女方，按20万元计算。

“我准备了188万元彩礼，以为已经很高了，没想到女方要28.8万元。并且由男方承担回门宴费用一事，我也很理解。可是在网上搜，发现浙江衢州确实有这种习俗。”乔先生说，这样算下来，他要提供给女方的钱就是50万元，还不算房子、车子，以及要买的金银首饰，“压力实在太大了”。

来自衢州的李女士告诉记者，目前衢州部分地区彩礼最低是188万元，288万元的彩礼也很常见。一般这笔钱会留给新娘家，部分家庭会还给

男方28万元，88万元不等的金额。“按当地风俗，女方办酒席的钱由男方支付，这笔费用一般不会超过10万元，但如果女方亲戚比较多或要求酒店的档次比较高，费用就不一定了。”李女士说。

在厦门大学法学院副教授姜孝贤看来，随着社会的发展，特别是“婚姻自由、一夫一妻、男女平等婚姻制度”的确立，古已有之的彩礼原先具有的补偿性功能本应弱化，礼仪性功能应该增强。但现实情况在一些地方恰恰相反，人们更加注重彩礼的“财”的补偿性功能，逐渐淡忘其“礼”的象征性本质，从而破坏了现代婚姻制度下男女方关系的平等性，并大幅限制了男方婚姻的“自由度”。

北京隽永律师事务所主任张敬辉认为，出现高额彩礼主要有以下三方面原因：一是受“彩礼高代表嫁得好”的陈旧观念影响，有些女方面了面子，会要求男方给出不低于周边人的一个彩礼数目。

二是攀比心理作祟。部分地区将发达地区经济水平作为参考，向高彩礼地方或者家庭看齐，有的家庭希望通过高额彩礼改变家庭拮据的状况，人为抬高彩礼成本。

三是由于此前部分农村地区重男轻女思想严重，导致男女比例失调，加之当前愿意嫁到农村的女性数量少，加剧了城乡适婚男女比例失衡的问题，农村男性为了解决婚姻问题，不得不通过高价彩礼来吸引女方。在多种原因的共同作用下，发展出高价彩礼甚至天价彩礼。

“近年来频频出现的高价彩礼现象，不仅背离了爱情的初衷和婚姻的本质，导致婚姻的商品化、精神伦理关系的物质化，还引发内卷式攀比之风，不利于社会和谐稳定。”姜孝贤说。

媒婆费用水涨船高 额外收费涉嫌违法

记者在调查中发现，除彩礼外，近年来媒婆费用也在水涨船高，出现了如果男方支付的彩礼越多，媒婆抽成就越高的现象。

来自广东的陈女士就遇到了“天价媒婆费”。她和男友经媒婆介绍认识，二人恋爱后相处融洽，准备结婚。媒婆得知他们要结婚后，立即开口索要媒婆费。

“介绍时，媒婆说会根据彩礼多少来收费，男方彩礼给了108万元，媒婆要在里面抽28万元作为媒婆费。不仅如此，她还向我男朋友要58万元介绍费，两头收费。”陈女士说，总共8.6万元的媒婆费，一般人谁能付得起，收这么高的媒婆费合理吗？

虽然心存质疑和不甘，但陈女士和男友担心举办婚礼时媒婆“找茬”，只好和对方商量着能不能少给一些费用。

无独有偶，来自福建的梁女士也遇到过“狮子大开口”的媒婆。“通过媒婆，家人给我安排了相亲，看到照片后发现男方不是我喜欢的类型，便不太想赴约，结果媒婆不停地打电话催促，还说男方家境富裕，可以帮我要到100万元彩礼。如果成功了，她要从彩礼中抽取30万元作为媒婆费。”梁女士回忆说。

梁女士的母亲说：“媒婆把彩礼和介绍费捆绑起来，要的彩礼越高费用就越高，这和‘卖女儿’有什么区别？”对于这类现象，姜孝贤认为，将彩礼和介绍

彩礼费动辄数十万 还有上车费下车费改口费

费挂钩并不必然违法，关键要看彩礼给付双方当事人是否知情。

“如果婚介所、媒婆提供媒介服务时，明确和当事人约定给付彩礼的一部分作为介绍费，由于双方都基于意思自治，且这样的约定并不违背公序良俗，在这种情况下婚介所从彩礼中抽取一定比例金额作为介绍费是合法的。如果婚介所在提供媒介时所传递的彩礼金额数目不一致，如婚介所给男方传达女方要求30万元彩礼的信息，而实际女方只要求20万元彩礼，婚介所在收取中介费的情况下，又额外抽取了彩礼费用，那么其行为就涉嫌违法。”姜孝贤说。

业内专家指出，现实生活中，媒婆为未婚男女牵线搭桥，成就美好姻缘，本是助人为乐的好事，但如果以此为名借机收取高额介绍费用，则违反了公序良俗原则，与社会主义核心价值观倡导的文明、法治、诚信相违背。

上车礼下车礼频现 婚礼费用名目繁多

上车礼、下车礼、改口费等费用近年来也频频出现。

来自河南的叶女士将于今年下半年结婚，她给记者分享了自己制作的结婚支出明细表，上面写着上车礼、下车礼共2万元，改口费1万元。

“根据当地风俗，上车礼、下车礼由男方给，具体数额包括2万元、4万元、6万元、8万元、10万元。”叶女士说，这对于普通家庭来说是很有压力的，考虑到男方家境一般，除了彩礼外还要支付这笔费用不容易，最终双方协商给2万元。

上月完婚的山东临沂人丁女士在结婚时，收到男方父母给的改口红包10001元，取的是“万里挑一”的寓意。

丁女士介绍，改口费是“男女双方各一份”，丁女士的父母也会为男方准备同样数目的红包。婚礼中的红包支出一般都是“有来有回”的，相对不那么注重金额高低，会倾向于选寓意好的数字，带6和8的比较常见，也有选特殊含义的，比如9999寓意“长长久久”。

“我结婚时没有收上车钱，亲戚们不乐意，要求男方必须给下车礼，否则就不让婚礼办下去。后来经过反复协商，男方同意补8800元的下车费。”丁女士说，对于月薪只有五六千元的打工者来说，这笔钱不是一笔小数目，需要省吃俭用几个月才能攒够。

来自江苏的陈女士结婚时，上车礼、下车礼各为6000元，女方家长支出改口费6000元，男方家长支出改口费4000元。此外，按男方习俗，结婚时女方需给男方父母叩头，陈女士收到叩头礼2000元。

姜孝贤认为，我国上车费和改口费等费用很多是从彩礼衍生出来的，具有一定的风俗习惯基础。如果仅靠象征性支付适度的上车费和改口费，仍然是社会风俗，应当予以尊重。但如果上车费和改口费过高，则可能将该项习俗异化为女方索要高额钱财的“工具”，应当予以抵制。

“当下结婚费用主要包括购房首付、购车款、彩礼、订婚礼、三金礼等支出，不少年轻人及其家庭将购房和购车作为结婚前提条件，无形中大幅增加了费用。”张敬辉说，年轻人可以适当转变将买房买车作为结婚前提的心态，社会各界也要助力年轻人减轻“结婚高额费用”的负担，例如银行可以给新婚夫妇更低的贷款利率以及其他相关利好政策，经营发展好的企业也应承担起社会责任，给新婚员工一些补贴等。

扎实推进婚俗改革 树立健康婚俗新风

为进一步推进移风易俗，加强新时代公民道德建设，形成良好社会风尚，促进婚姻幸福、家庭和谐，民政部于2020年5月印发《关于开展婚俗改革试点工作的指导意见》，强调积极引导和推广体现优秀传统文化的传统婚礼，不断赋予时代内涵，丰富表现形式，为增强文化自信提供优质载体。开展对天价彩礼、铺张浪费、低俗婚闹、随礼攀比等不正之风的整治，建立健全长效机制，推进社会风气好转。

从2021年起，分两批次在全国确立32个婚俗改革实验区，指导各实验区在倡导简约适度婚俗礼仪、治理婚嫁领域不正之风、培育文明健康婚俗文化等方面探索经验，打造样板。

各地民政部门也主动作为，确定了一大批不同层次的实验单位。截至2023年11月，全国共创建各类实验单位1806家，形成了国家、省、市、县层层抓婚俗改革的良好局面。

那么，实践中究竟怎样做才能更好地推进婚俗改革落地？

张敬辉提出，要制定行业规范净化婚介市场，根治媒婆索要天价费用问题，同时探索建立公益婚介平台，提供公共服务，解决年轻人婚姻择偶难题。《最高人民法院关于审理涉彩礼纠纷案件适用法律若干问题的规定》（以下简称《规定》）已于今年2月1日起施行，其中再次重申禁止借婚姻索取财物。

“关于彩礼方面的问题，有关部门已经高度重视，但要给高价彩礼降温，还需要全社会共同努力。”张敬辉说，在尊重地方传统婚俗的基础上，倡导树立健康婚俗新风，用好“最美家庭”“积分超市”等激励约束机制，激发移风易俗的内在动力。

姜孝贤说，关于高额彩礼及其抵制，在法律层面并无专门规范，民法典虽然规定禁止包办、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，但并未对高价彩礼作出具体规定。不过在地方层面，已有关于抵制高价彩礼的立法，比如四川省凉山彝族自治州在2022年颁布施行了《凉山彝族自治州移风易俗条例》，当地有关部门根据该条例联合发文规定彩礼不得高于10万元，开展专项治理行动，取得良好社会效果。

姜孝贤认为，婚姻中各种不合理费用的治理既需要硬法守住底线，又需要运用软法来系统施策，就硬法制度设计而言，重点在于切实维护婚姻自由、男女平等的婚姻制度，禁止利用高额彩礼干涉婚姻自由，违背当事人意思自治收取礼金作为介绍费等行为，并综合运用民事、行政和刑事责任作保障。就软法制度设计而言，关键在于发挥各政党、团体、组织的调节作用。

“可以充分发挥村（居）民委员会、行业协会等对其成员具有较大影响力的组织的自律作用，鼓励将其抵制高价彩礼纳入村规民约、居民公约、组织章程中，要充分发挥广大党员的示范带头作用，做好亲戚、朋友、家人的思想工作，必要时可通过党内法规对广大党员进行引导约束，夯实抵制高价彩礼的群众基础。同时，要加强宣传引导，传播婚事新办、低彩礼、零彩礼、典型案列和典型事迹，激励群众自觉践行文明新风。”姜孝贤说。

□ 本报记者 万静

为维护良好市场秩序和消费者合法权益，督促各类生产经营主体依法依规开展生产经营活动，引导消费者理性消费，5月7日，国家市场监督管理总局依据广告法、反不正当竞争法、商标法、印刷业管理条例等法律法规及相关通知公告精神，起草制定了《市场监管总局关于严禁制售“特供酒”的公告（征求意见稿）》（以下简称《意见稿》），面向全社会公开征求意见，意见反馈截止日期为2024年6月6日。

据市场监管总局食品经营司相关负责人介绍，市场监管总局拟严禁制售“特供酒”主要出于以下考虑：近期，一些不法分子虚假标注或宣传与党政机关和军队有密切关联的特定名称、符号、标志性建筑物、官方活动等信息，制售“特供”“专供”“内供”等假冒伪劣酒类商品，损害党政机关和军队形象，扰乱线上线下市场秩序，欺骗误导消费者。为此，市场监管总局起草了上述《意见稿》。

明确列出六个严禁

此次《意见稿》内容简洁明了，全篇就是明确列出“六个严禁”：

- 严禁生产含有“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似标识内容的酒类商品；
严禁销售含有“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似标识内容的酒类商品；
严禁餐饮单位经营含有“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似标识内容的酒类商品；
严禁设计、制作、代理、发布含有“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似内容的酒类商品广告；
严禁借“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等名义推销酒类商品，进行虚假或引人误解的商业宣传；
严禁印刷企业印刷含有“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似内容的商标标识、包装、装潢、酒瓶标签贴纸。

《意见稿》要求各地市场监管部门要加强检查，发现违反规定的，依法严肃处理；涉嫌犯罪的，移送公安机关。广大消费者要自觉抵制违法违规行为，文明理性消费。鼓励社会各界积极监督，发现上述禁止行为，可通过12315热线或者全国12315平台举报。

法律依据十分充足

记者注意到，此次《意见稿》的内容虽然简短，但涵盖范围非常大，从生产、销售、餐饮经营、广告宣传、商标、包装标识等，几乎囊括了“特供酒”所有可能触及的环节和场景。

中国人民大学教授赵辉分析称，《意见稿》所列的六条“严禁”规定，都有非常明确的针对性和法律依据。

比如针对生产、销售“特供酒”这样的行为涉嫌构成制售伪劣产品罪。刑法第140条规定：生产者、销售者在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好或者以不合格产品冒充合格产品，销售金额五万元以上不满二十万元的，处二年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；销售金额百分之五十以上二倍以下罚金；销售金额二十万元以上不满五十万元的，处二年以上七年以下有期徒刑，并处销售金额百分之五十以上二倍以下罚金；销售金额五十万元以上不满二百万元的，处七年以上有期徒刑，并处销售金额百分之五十以上二倍以下罚金。

针对酒类标签，说明书标注“特供”类字样的行为，涉嫌违反食品安全法第七十一条第一款规定：食品和食品添加剂的标签、说明书，不得含有虚假内容。

根据法律规定，生产经营无标签的预包装食品、食品添加剂或者标签、说明书不符合本法规定的食品、食品添加剂的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证……

针对酒类广告使用“特供”类用语这样的行为，则涉嫌违反广告法第二十八条第一款规定，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。根据广告法第五十五条规定，发布虚假广告的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。

针对酒类商业宣传（非广告）使用“特供”类用语等的行为，也涉嫌违反不正当竞争法第八条规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

完善健全长效机制

“特供酒”乱象由来已久，2003年至2012年，被称为“白酒黄金十年”，白酒行业出现了以特通渠道方式出现的偏定制化政策性产品，就是标注有“特供”“专供”“专用”“特制”“特需”等字样的专属类产品，与此同时，也出现了其他各类“特供”物品，比如“特供酒”“特供牛奶”等，形成了一种“特供”类型消费。随即“特供”标识商品泛滥，出现了粗制滥造，以假充真，假冒商标等乱象，扰乱了市场秩序，破坏了公平竞争环境，甚至发生涉嫌违法犯罪行为。

早在2011年，工业和信息化部、商务部等四部门就联合发布《关于开展清理整顿部分商品滥用“特供”“专供”标识专项行动的通知》，在全国范围内开展“特供”“专供”等标识清理整顿专项行动，包括利用与国家机关有密切关联的特定地点名称或者标志性建筑物的名称，以及利用国宴、国宾等内容宣传“特供”“专供”“专用”或类似内容，且重点对白酒、葡萄酒、啤酒、茶、食用油、乳制品、饮料等日用消费品领域重点排查。

2022年6月，中央军委后勤保障部、国家市场监督管理总局等6部门联合发布《关于禁止销售“军”字号烟酒等商品的通告》，提出严禁任何单位和个人利用中国人民解放军和武装警察部队名义，以任何形式进行商业营销宣传。

如此严厉打击之下，“特供酒”为何还是没有彻底退出“历史舞台”？中国人民大学法学院教授刘俊海认为，这是出于一些消费者的特权思想和盲目的“标识”迷信态度。在这些消费者看来，“特供酒”的“特”字表示普通人买不到，他可以弄到手，证明他与众不同，是身份、地位的象征；同时认为权威的“特供标识”能保证商品的质量和档次。

“此外通过多年治理整顿，滥用‘特供’‘专供’标识违法违规行为得到一定程度遏制，但有些经营者为提升商品销量，或将普通商品甚至假冒伪劣商品卖出高价，仍然以‘特供’‘专供’为卖点，不断翻新花样，采取更隐蔽的手段逃避执法部门监管，尤其是在电商平台采取拼音缩写、汉字谐音等暗语方式使用‘特供’‘专供’标识销售，宣传商品的问题更为突出，这也给执法监管带来了不少难度和挑战。”刘俊海说，因此执法部门要持续开展对“特供”“专供”商品网络交易和广告的日常监测，建立健全长效机制，保持常态打击模式，发现违法违规行为及时查处。

国家市场监督管理总局拟禁产禁售「特供酒」

六条红线，「特供酒」迎来强监管