

# 当前我国农村“天价彩礼”的产生机制及其治理

王向阳

(西南交通大学 公共管理学院, 四川 成都 610031)

**摘要:**“天价彩礼”的产生,本质上是在当前农村适婚人口结构失衡和传统相亲介绍婚恋模式大背景下,绝大多数农村家庭基于“家庭支付能力”而展开的日益激烈的本地婚姻市场竞争的产物。研究发现:当前我国农村“天价彩礼”现象,在地域分布上具有“集中高发”的特征,且与“相亲介绍”这一传统婚恋模式高度相关。在本地婚姻市场竞争格局中,经由上层示范、女性要价、中层跟进、底层挤压,基于“家庭支付能力”的传统相亲介绍婚恋模式必将不断推高本地彩礼价格。这在加剧农民家庭负担、侵蚀社会风气的同时,也引发了早婚、离婚等一系列婚恋问题。对于以父母主导的相亲介绍这一传统婚恋模式而产生的天价彩礼,治理之道在于:依托基层党委政府和群众性自治组织,依靠群众工作智慧和办法,以符合当前新时代社会主义价值观的“自由恋爱”婚恋模式全面改造并逐步替代父母主导的传统“相亲介绍”婚恋模式,进而引导青年群体树立积极健康的婚恋观,并努力营造开放自主、文明和谐的婚姻市场秩序。

**关键词:** 天价彩礼; 相亲介绍; 婚姻竞争; 自由恋爱; 群众工作

**中图分类号:** C913.13   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1673-9841(2021)05-0037-10

近年来,有关“天价彩礼”的新闻报道频繁见诸报端并引发广泛讨论,甚至包括《光明日报》《农民日报》等在内的中央媒体也进行了多次报道,可见这一问题目前已成为当前我国部分农村地区较为突出的社会问题之一。2019年以来,中央一号文件连续三年均对当前农村“天价彩礼”问题有专门表述,其中2021年中央一号文件更是明确指出:“持续推进农村移风易俗,推广积分制、道德评议会、红白理事会等做法,加大高价彩礼、人情攀比、厚葬薄养、铺张浪费、封建迷信等不良风气治理,推动形成文明乡风、良好家风、淳朴民风。”<sup>[1]</sup>文件将“天价彩礼”定性为社会不良风气,并要求农村基层群众性自治组织采取措施进行治理。因此,加强对当前农村“天价彩礼”产生机制的研究,成为对症下药、有效治理的必然要求和必由路径。此外,就笔者及所在研究团队同仁长期驻村调研观察来看,“天价彩礼”现象并非一直存在,而是集中出现于最近十年,尤其是最近五年,并有愈演愈烈之势,且主要分布在河南、甘肃、安徽、江西、鲁西南、宁夏南部等中西部一般农业型地区,参见表1:

**收稿日期:** 2020-03-17

**作者简介:** 王向阳,管理学博士,西南交通大学公共管理学院,讲师。

**基金项目:** 国家社会科学基金青年项目“乡村振兴战略背景下农村‘光棍’问题的社会学研究”(18CSH034),项目负责人:刘燕舞;中央高校基本科研业务费专项资金项目“新时代广大农村基层组织引领群众实现美好生活的经验与机制研究”(A1420502052101-43),项目负责人:王向阳;西南交通大学2021年度师资队伍队伍培育“青苗计划”。

表 1 我国农村地区“天价彩礼”现象时空分布表

主要地域分布	最初报道时间	当时彩礼金额	当前彩礼金额	报道频次	备注
甘肃庆阳平凉一带	2014-03-19	15 万元及以上	30 万元及以上	9	四金一钻、房车另算
安徽	2016-02-05	20 万元及以上	26 万元及以上	4	房车另算
鲁西南一带	2016-03-08	15 万元及以上	20 万元及以上	2	三斤三两百元大钞
河南	2017-02-03	6 万~8 万元	10 万~20 万元	5	房车另算
宁夏西海固地区	2017-02-09	20 万元及以上	30 万元及以上	2	“一包葱” <sup>①</sup> 、房车另算

资料来源:整合自中国知网以“天价彩礼”为主题词的新闻报道文本

注:截至 2021 年 6 月 29 日,中国知网以“天价彩礼”为主题词的新闻报道共计 56 篇,其中可明确判断出地域归属的文献 22 篇,以甘肃陇东一带最为集中,其次是鲁豫皖地区。

本文主要关注什么因素影响了以及如何影响当前农村“天价彩礼”的产生?“天价彩礼”的产生机制究竟是什么?为何集中出现在最近十年而不是二十年前或十年后,且这一情况为何主要分布于特定区域?针对“天价彩礼”这一较为突出的农村社会问题,如何治理才是有效的?

## 一、既有研究与分析框架

### (一)既有研究

梳理关于“天价彩礼”的既有研究,学界已有丰富积累:绝大多数研究均注意到了男女性别比失衡这一人口结构所产生的基础性、全局性影响<sup>[2]</sup>,并且有研究进一步指出,这一问题的出现,一是和农村地区长期以来存在的生男偏好和 20 世纪八九十年代的计划生育政策实践结合而产生的出生人口性别比失衡有关<sup>[3-4]</sup>,这是当地婚姻市场的基础性人口结构;二是和打工经济和城市化兴起后农村地区,尤其是贫困落后地区女性资源外流息息相关<sup>[5-6]</sup>,进一步加剧了本地婚姻市场中适婚人口结构失衡问题。在适婚人口结构失衡的大背景下,当地经济社会越落后、生育偏好越强烈、“女性赤字”越严重,当地婚姻市场形势也就越严峻<sup>[7]</sup>。在本地婚姻市场形势愈发严峻的情况下,以彩礼价格为表征的婚姻成本也随之水涨船高,并通过家庭内部代际支持机制进而转化为“代际剥削”,给当地父母造成了严重的人生任务负担<sup>[8-9]</sup>。在婚姻市场理论分析框架下,研究者认为,女方的婚姻要价是高额彩礼形成的基础性条件,男方的支付动力是高额彩礼的必要条件,社会竞争和阶层配对的动力机制推动并实现了女方要价与男方支付的互动与勾连,从而共同助推了北方农村高额彩礼的形成<sup>[10]</sup>。

这一分析框架对北方农村高额彩礼的动力机制具有极强的解释力,且极富洞见地指出“当前北方农村的高额彩礼是深深嵌入本地婚姻市场的产物”<sup>[10]</sup>这一论断,但遗憾的是,囿于研究主题,以上研究均没有对高额彩礼与本地婚姻市场上的婚恋模式之间的关联机制做出进一步挖掘,更没有对高额彩礼在村庄社会内部的阶层动力做出进一步勾勒与提炼。基于此,笔者拟从“婚恋模式”的角度对当前农村“天价彩礼”问题做出进一步挖掘和分析,以期丰富既有关于农村“天价彩礼”问题的解释体系。

### (二)分析框架

当前,我国农村地区存在两种类型的婚恋模式:一是自由恋爱婚恋模式,二是相亲介绍婚恋模式。天价彩礼现象往往发生在相亲介绍婚恋模式分布区域,探究二者有何内在关联是本文研究的关键。

在自由恋爱婚恋模式下,适婚青年主要以“情感”因素为导向进行双向匹配,“个体择偶能力”

<sup>①</sup> “一包葱”,指包括彩礼、三金、衣服等在内的婚姻成本总额。这一说法来自笔者 2016 年 11 月在宁夏平罗驻村调研时当地村民的说法。

是婚姻市场上的竞争标的物,婚姻仪式简约灵活,彩礼金额要求不高,因此,自由恋爱与低额彩礼往往相伴而生;而在相亲介绍这一传统婚恋模式下,男女双方处于信息高度不对称状态,彼此了解有限,情感互动不足,因此主要以经济条件等“家庭”因素和以身高、长相、性格等“个体”因素为外在标准进行筛选<sup>[11]</sup>,首先需要男女双方“看得上”,其次需要男方家庭“付得起”,最终才能实现成功婚配。众所周知,在个体因素差别有限的情况下,“家庭支付能力”就成为本地婚姻市场上的主要竞争标的物,因此,“天价彩礼”既是本地婚姻市场上激烈竞争的必然产物,同时又是部分家庭面对严峻的婚姻市场竞争形势的重要应对机制。在没有合理有效的干预措施介入的情况下,只要本地婚姻市场上日益激烈的婚姻竞争形势不改变,“天价彩礼”就将长时间存在,并最终转化为适婚男性家庭沉重的家庭负担。本文分析框架,参见表 2:

表 2 婚恋模式与婚姻成本关联一览表

婚恋模式	自由恋爱	相亲介绍
婚姻市场	全国婚姻市场	本地婚姻市场
竞争标的物	个体择偶能力	家庭支付能力
婚恋仪式	简约灵活	传统规范
婚姻成本	低成本	高成本
典型案例	川渝农村“零”彩礼	河南农村“天价彩礼”

本文研究目标在于:在梳理既有研究基础上,提出“婚恋模式”这一分析视角并建构婚恋模式与天价彩礼之间关联的分析框架,在此基础上,通过经验材料来验证这一分析框架的有效性,并对相亲介绍这一传统婚恋模式下天价彩礼的产生机制及其影响做出提炼,进而提出针对天价彩礼问题的若干针对性较强的治理思路和政策建议。

## 二、相亲介绍、婚姻竞争与天价彩礼的产生

众所周知,“天价彩礼”的产生,与适婚人口结构失衡、区域经济社会差距等宏观因素关系密切,但与微观层面的婚恋现象究竟是如何勾连的呢?

### (一) 天价彩礼生成的基本背景

农村彩礼问题并非天然如此,天价彩礼只是最近十年,尤其是最近五年部分地区的突出婚恋现象,且主要集中分布于甘肃陇东一带、鲁西南地区、河南、安徽、江西等地,何以如此呢? 以上地区有哪些共同特征呢?

1. 适婚人口结构失衡严重 适婚人口结构失衡主要有两个原因:一是当地存在浓厚的生男偏好传统,并深嵌于当地社会价值体系当中,同时恰逢 20 世纪八九十年代计划生育执行,于是产生了针对婴儿性别的较为普遍的人工筛选,致使当地出生人口性别比先天失衡。笔者在河南农村调研时,据一位长期负责计生工作的村干部介绍:“当时我们四队,1988—1996 年,是男孩全部留下,是女孩全部流产。为什么这样呢? 女孩是门客,要不要都可以,不差这一家;男孩要传宗接代,说什么也得要! 照这样的形势下去,(婚姻形势)还得几年紧张!”(访谈记录:20180718ZJF)按照这一逻辑,即计划生育期间生育偏好越严重,婴儿性别筛选行为也越普遍,出生人口性别比失衡就越严重。二是与打工经济兴起之后,尤其是城市化潮流所带来的女性资源外流有关。相比东部沿海发达地区和中西部城市地区,中西部普通农村地区,尤其是交通条件差、区位闭塞的贫困落后地区,女性往往选择嫁出本地,从山区到平原、从农村到城市的女性流动<sup>[12]</sup>,这进一步加剧了本地婚姻市场上原本就已失衡的适婚人口结构形势,并最终反映到当地日益激烈的婚姻竞争态势上来。

2. 婚姻市场本地化特征突出 对中西部绝大多数农村地区而言,在打工经济大背景下,外

出务工是年轻人的普遍选择。对尚未婚配的农村青年男女而言,多选择到电子厂、服装厂等劳动密集型工厂打工。近些年,随着城市新型服务业的发展,送快递、送外卖、卖化妆品等也是这一群体常见的工作类型。在外工作期间,相比已经结婚生子的农民工群体,高度流动性是这一群体的普遍状态。据笔者观察,在高度流动的过程中,年轻人在外务工期间实现自由恋爱者属于少数,障碍有二:一是打工期间青年男女多是以老乡之间传帮带为主,身边多为同事关系,最多发展为朋友关系,自由恋爱发育空间有限;二是青年男女外出打工前后,尤其对女孩子而言,其家庭,特别是父母也会多番告诫,要好好挣钱,等合适时间回家结婚,在外务必洁身自好,否则就将严重影响家庭声誉。因此,在外打工期间实现自由恋爱并最终走向婚姻的青年群体注定属于少数人。此外,对绝大多数农村家庭而言,相比本外结合,本地婚姻相对而言更加稳定,因此均存在程度不等的本地婚姻市场偏好。随着打工经济的兴起,全国统一的劳动力市场已经形成,但与此同时,并未带来全国统一的婚姻市场,相反,婚姻市场本地化恰恰才是当地婚姻市场的突出特征。

3. 相亲介绍路径依赖明显 如果说,外出务工期间自由恋爱发育空间有限,致使绝大多数青年男女选择了本地婚姻市场。问题恰恰在于:对适婚青年男女而言,本地婚姻市场上是否可以自由恋爱呢?答案是否定的!首先,相亲介绍是绝大多数农村地区传统婚俗的一部分,父母介入子女婚事往往也是通过相亲介绍这一路径来实现的。其次,对打工经济背景下的青年男女而言,在外打工期间相互了解有限,返回家乡后彼此信息同样高度不对称,交往互动机会不多,相互了解有限,自由恋爱存在客观困难。最后,对当地适婚女性群体及其父母而言,在当地地方性社会评价体系中,往往将“自由恋爱”和“不知羞耻”“有辱家门”等负面评价联系起来,使得当地女性,尤其是女方父母主要依赖相亲介绍这一婚姻缔结路径。在女方难以参与本地婚姻市场上自由恋爱的情况下,适婚男性也就面临着“无女可恋”的尴尬境地,倒逼适婚男性及其父母必须回归到相亲介绍这一传统婚恋模式当中来。在相亲介绍这一路径下,鉴于年轻男女本身对当地社会文化、民风习俗、家庭状况等了解有限,一般多由父母安排并主导整个相亲过程:通过对家庭社会关系进行全面动员,来为自家子女安排合适的相亲对象,同时参考男女双方相亲见面时的初步印象,据此来为自家子女挑选出家庭条件突出、个人条件优秀的相亲对象。因此,在自由恋爱发育有限的情况下,当地婚姻市场上相亲介绍路径依赖明显。

简而言之,对甘肃陇东一带等天价彩礼高发区域而言,适婚人口结构失衡、婚姻市场本地化、相亲介绍路径依赖等特征突出,笔者称之为“父母主导的相亲介绍婚恋模式”,成为天价彩礼问题产生的重要社会背景。

## (二)父母主导的相亲介绍婚恋模式

相比川渝等少部分农村地区的子女主导的自由恋爱婚恋模式,甘肃、河南等地农村父母主导的相亲介绍婚恋模式突出,何以如此呢?甘肃地区、鲁豫皖一带等地父母代际责任感天然比较重,人生任务感较强,这是超越地方社会结构且沉淀已久的区域性地方社会文化所决定的,笔者姑且将其作为基本社会事实来分析。在代际责任感较重的农村地区,不论是过去,还是当前,父母具有介入子女婚恋大事的天然正确性,进而演化出“子女结婚不仅是自己的事情,更是为人父母必须履行的人生任务”这一地方话语,这意味着其代际关联非常密切。加之当地因生育偏好等历史性形成的适婚人口结构失衡问题,进一步强化了当地父母介入子女婚恋的必要性。同时,在社会舆论上,当地村庄社会也不支持青年男女自由恋爱,并将这一婚恋自由行为作为负面事件来评价,要求父母,尤其是女方父母倾向于选择在第一时间制止自由恋爱的发生。换言之,当地选择相亲介绍而非自由恋爱婚恋模式具有深刻的人口结构背景和村庄社会文化基础。基于此,甘肃、河南、安徽等天价彩礼高发区域普遍出现了父母主导的相亲介绍婚恋模式。参见表3:

表 3 婚恋模式比较分析一览表

婚恋模式	区域社会文化	介入程度	主导者	缔结路径	婚姻成本
自由恋爱	代际责任弱	有限介入	子女主导	自由恋爱	低
相亲介绍	代际责任强	深度介入	父母主导	相亲介绍	高

在子女主导的自由恋爱婚恋模式下，“情投意合”是婚配成功的关键，内在情感因素而非外在经济因素是男女双方有效结合的重要筛选机制；而在父母主导的相亲介绍婚恋模式下，门当户对、以低配高是婚恋实践的常见样态，在“个体择偶能力”差别不大的情况下，基于家庭经济条件的“家庭支付能力”成为本地婚姻市场上的决定性因素，彩礼作为家庭支付能力的载体也就成了本地婚姻市场中的主要竞争标的物，往往与高额彩礼相伴而生。问题恰恰在于：相亲介绍模式下，天价彩礼究竟是如何产生的呢？

### （三）婚姻竞争视野下天价彩礼的产生机制

在相亲介绍婚恋模式下，家庭经济条件、父母口碑等家庭因素和男女性格、长相、身高等个体因素均成为婚姻市场上重要的参考内容。在个体条件差别有限时，“家庭支付能力”便成为本地婚姻市场竞争的主要标的物。而问题恰恰在于：婚姻竞争究竟是如何一步步推高当地彩礼价格的呢？

1. 上层拉升 对包括甘肃、河南、安徽、江西等地在内的中西部一般农业型地区而言，打工经济业已成为村庄经济社会常态，劳动力结构成为经济社会贫富分化的基本维度。鉴于农村家庭劳动力与外部经济机会结构结合而产生的家计模式差异的有限性，内在存在一个去分化机制<sup>[13]</sup>。因此，相比浙江等东部沿海高度分化地区，中西部农村多属于中度分化地区，村庄社会上层家庭多为全家务工经商户，占比约 20%。在面临日益激烈的本地婚姻市场形势时，为了竞争到本地婚姻市场上更加优质的女性资源，同时通过彩礼数目来彰显家庭经济实力，进而捕获村庄社会认可，因此，对少数的村庄上层家庭而言，率先抬升彩礼数额便成为其常见的竞争策略，并对村庄其他家庭形成示范效应。

2. 女性要价 在适婚人口结构失衡的本地婚姻市场上，女性具备天然的议价资格和要价能力<sup>[14]</sup>。在“上层示范”之后，彩礼金额出现了第一次波动。在相亲介绍这一婚恋框架下，对适婚女性，尤其是其父母而言，在信息高度流动且充分的熟人社会内部，他们往往会敏锐地捕捉到这一体现女性价值和家庭面子的数字信号，并进而演化出“凭什么别人家的女儿值那么多钱”“要得少就是女儿有问题”等一系列匹配女性要价的村庄社会话语。至此，对女方及其父母而言，抬高彩礼金额以彰显自身价值和面子往往成为常见行为，并为村庄所有男性家庭，尤其是中下层家庭树立了新的、更高的彩礼标准。

3. 中层跟进 对中西部普通村庄而言，上层富裕家庭和下层贫弱家庭均是少数群体，中层家庭才是村庄社会的绝大多数。在打工经济框架下，中层家庭多为半耕半工户和中坚农民户，占比约 60%~70%<sup>[15]</sup>。经由“上层拉升”“女性要价”而推高的彩礼金额，如果要想成为地方性通用的彩礼标准，必须要得到占绝大多数的中层家庭的认可与跟进，否则就不足以成为市场标准。就中西部普通农村而言，村庄内部存在一个去阶层分化机制，也即意味着中层家庭与上层家庭经济差距并不大，当上层家庭以拉升后的彩礼数额来彰显其社会面子时，中层家庭同样可以跟进以“不丢人”，甚至进一步抬高彩礼价格以博取更多的社会价值——面子。随着中层家庭的广泛参与，被少数上层家庭和女方家庭抬高的彩礼价格也就演化成了本地婚姻的彩礼标准。

4. 底层挤压 作为本地婚姻市场上彩礼标准的彩礼价格一经确定，对上层家庭而言毫无压力，对中层家庭来讲可以跟进，但对底层家庭而言却构成了沉重的经济负担，也导致其成为婚姻挤压问题的主要受压群体。天价彩礼多发区域父母代际责任感往往很强，人生任务的内在规定

决定了本地婚姻市场竞争的不可退出性,也就意味着底层家庭,尤其是男方父母必须千方百计为儿子解决婚恋问题<sup>[16]</sup>。为了成功实现婚配,对底层家庭而言,往往主动选择进一步抬高彩礼价格来增加儿子婚配的可能性。值得一提的是,针对底层家庭的女性要价往往也要高于当地一般标准,因此当地多有“家庭越穷、要得越多、彩礼越高”这一说法。至此,作为婚姻危机应对机制的、基于男性支付机制与女性要价机制合流的天价彩礼也就此产生,同时造成了本地婚姻市场上第二次彩礼价格波动,并最终指向了下一波彩礼上涨的到来。参见表 4:

表 4 当前农村天价彩礼产生的阶层动力

主体	目标	手段	结果
上层家庭	婚配成功+竞优+“有面子”	抬高彩礼价格	推动彩礼价格初次上涨
适婚女性家庭	婚配成功+面子	女性要价	提高彩礼标准
中层家庭	婚配成功+“不丢人”“争面子”	跟进上层;进一步抬高	确认彩礼标准并有可能推高彩礼价格
下层家庭	婚配成功	再进一步抬高	陷入婚姻挤压境地,被迫支付高额彩礼

基于此,在适婚人口结构失衡的宏观背景下,在相亲介绍婚恋模式框架下,本地婚姻市场上的婚姻竞争呈现出愈演愈烈之势。同时,在当地父母人生任务的内在规定驱动下,当地日益激烈的婚姻竞争具有不可退出性。自此,上层家庭基于女性资源竞争和面子彰显考虑,通常将拉升当地彩礼价格,并对其他家庭形成示范;适婚女性及其父母往往会敏锐地捕捉到这一信号并随即抬高彩礼价格,至此形成当地彩礼价格的第一波上涨。同时,在阶层分化不大的中西部一般农村地区,中层家庭往往相对容易对标上层并跟进,甚至进一步抬高彩礼价格以参与到当地婚姻竞争中;随着中层家庭的参与,经上层抬高、女性要价而形成的彩礼价格随即转化为地方性彩礼标准,并对下层家庭形成挤压效应。对下层家庭而言,为了应对日益严峻的婚姻危机,他们通常也会通过进一步抬高彩礼价格来实现正常婚配。至此,日益抬升的彩礼价格,便成为本地婚姻市场上来自各个阶层的绝大多数家庭参与到日益激烈的婚姻竞争中的实践产物。此外,众所周知,适婚人口结构失衡将进一步加剧本地婚姻市场竞争的激烈程度,即适婚人口结构失衡越严重,本地婚姻市场竞争越激烈,对当地适婚男性家庭支付能力要求就越高。加之子女结婚这一人生任务的内在规定也决定了本地婚姻市场竞争的不可退出性,因此,当家庭支付能力成为当地婚姻市场上的竞争标的物时,基于家庭经济条件的婚姻竞争就会经由代际关联、父母介入这一路径与当地村庄社会竞争高度嵌套,并最终演化为一场以家庭为单位的、弥散在村庄社会各个阶层的高强度村庄社会竞争。换言之,“天价彩礼”的产生,本质上是在当前特定适婚人口结构失衡背景和传统相亲介绍婚恋模式下,来自村庄社会各阶层绝大多数家庭基于“家庭支付能力”的日益激烈的婚姻竞争的产物。

### 三、“天价彩礼”的社会影响及其治理

在父母主导的相亲介绍婚恋模式框架下,随着本地婚姻市场竞争日益激烈,天价彩礼的产生将成为大概率事件,且有愈演愈烈的恶劣趋势。天价彩礼产生之后,将产生哪些影响?如何治理才是合适且有效的?

#### (一)社会影响

天价彩礼,作为子女婚姻成本的重要组成部分,实质上日益推高了父母人生任务成本,并借由“人生任务—代际支持”这一路径,直接转化为农民家庭沉重的经济负担,即代际剥削;同时,当彩礼蜕变为婚姻的明码标价,也就意味着彩礼正在剥离其文化仪式属性,进而转变为婚姻要价手段,并导致农村婚姻关系货币化、情感关系物质化、代际关系功利化,严重侵蚀农村社会风气<sup>[17]</sup>。对此,各界已有充分共识。除此之外,还有以下容易被忽略却具有深远影响的几点值得高度关注:

1. 初婚年龄提前,恶化本地婚姻竞争形势,加剧婚姻不稳定性 在“婚备竞赛”<sup>[18]</sup>格局中,为了应对日益激烈的婚姻竞争,男方父母多采取“提前相亲年龄”的方式予以应对。据悉,河南、安徽一带农村地区,20世纪八九十年代青年男女多在符合国家法定结婚年龄后结婚,往后推迟两三年也很正常,且婚前有着较为充分的时间和机会供双方沟通互动、彼此了解,婚姻节奏比较舒缓,婚姻稳定性比较强;而最近十年,尤其是最近五年,男女双方一旦初中毕业,多数从十八九岁就开始相亲介绍,20~22岁是当地黄金结婚年龄,再往后就很难找到相亲对象,25岁之后就极有可能沦为光棍,且多数人在定亲之后第二年即进入婚姻生活,婚前了解有限,情感积累不足。初婚年龄为什么会提前且婚姻节奏比较紧张呢?在天价彩礼面前,当地有“结婚晚一年,白打一年工”一说。因此,为了应对日益紧张的婚姻形势,当地男方家庭多选择提前相亲年龄,并且为了减少婚前变数,尽可能争取“年头相亲、年尾结婚”。在子女初婚年龄提前的情况下,男女双方尚未完全具备理性生活的能力,加之婚前感情交流有限,婚后生活摩擦往往不可避免,且容易引发因生活琐事所引起的冲动型离婚,多在婚后半年至一年内发生。因此,天价彩礼的产生,在提前当地青年男女初婚年龄的同时,也极大地恶化了当地婚姻竞争形势,造成了更多的婚姻不稳定问题。

2. 基于“家庭支付能力”的婚姻挤压,严重影响单身者群体的主观婚恋体验,并极有可能诱发人格扭曲问题和反社会行为 目前,包括甘肃、河南、安徽、江西、山东等地农村在内的全国绝大多数农村地区,均面临日益激烈的婚姻竞争态势,谁将沦为光棍大军的一员,仿佛成为压在适婚男性家庭,尤其是中下层家庭父母心头的一块大石,给他们造成了严重的心理负担和精神危机。众所周知,当前适婚人口性别比失衡,基础在于二三十年来我国相当一部分农村地区浓厚的生男偏好与激烈的计划生育政策执行相结合而产生的意外后果:控制了人口的同时,却意外地扭曲了整体人口结构。问题恰恰在于:从既有适婚人口结构来看,不论如何,我国农村地区终将产生数以千万计的光棍群体,既然如此,那么这一群体经由相亲介绍这一传统婚恋模式产生比较好,还是通过自由恋爱这一现代婚恋路径产生更为合适呢?

自由恋爱婚恋模式下的婚恋实践,筛选机制是男女情感,辅以家庭因素,外在婚恋门槛比较低,对绝大多数适婚男女提供了较为充分的婚恋机会,因此,经由自由恋爱而失败的单身者群体,多将原因归咎于身高、相貌、性格、缘分等个体性因素,而非归因于家庭、社会、甚至国家。从这一层面来看,笔者认为:以情感为导向的、低成本的自由恋爱婚恋模式,在为众多适婚男性群体提供更多婚恋机会的同时,也使其获得了不错的主观体验,即使失败了但也极大降低了这一群体产生怨恨心理与反社会行为的可能性。反观相亲介绍这一传统婚恋模式,筛选机制是家庭条件,辅以个体因素,经由相亲介绍模式而失败的青年男性,极有可能将自身的婚姻失败归咎于以下几点:一是归咎于父母无能,没有能力为自己建造高楼、积攒高额彩礼,而父母也将同样产生“多一个儿子、多一份累赘”等极其沉重的心理负担,即使儿子婚配成功,部分父母也有可能怨恨儿子媳妇掏空了自己的一生积蓄,进而产生“锤死儿媳妇”等新闻报道中的家庭悲剧。二是归咎于女性拜金、物质化特征突出、不考虑男女情感,因此极有可能对女性群体产生针对性报复行为,猥亵女性、强奸等违法犯罪事件必将增多,增加未来城市生活安全风险。三更加重要的是,如果进一步追溯,考虑到自身为什么会打光棍,极有可能归因于实行了计划生育政策的国家,由此便极有可能激发部分性格偏执群体采取一系列报复国家、仇恨社会的疯狂举动,以及导致一系列反社会行为悲剧上演。

可见,在适婚人口结构失衡这一人口学大背景下,相亲介绍这一传统婚恋模式与天价彩礼、代际剥削、婚姻不稳定性、怨恨心理与反社会行为等现象相伴而生,亟须及时介入、逐步改善、彻底扭转。

## (二)治理之道:改造传统婚恋模式,充分实现“婚姻自主”

天价彩礼的产生,与相亲介绍这一传统婚恋模式高度相关,或者说是特定背景下相亲介绍婚恋实践的必然产物,且极易引发农民家庭负担、婚姻不稳定性、反社会人格等一系列社会问题,因此,笔者的建议方案是:用以情感为基础的新时代社会主义婚恋模式积极改造并逐步替代掉当前以家庭支付能力为基础的相亲介绍这一传统婚恋模式。在充分实现婚姻自主的同时,可以实现以下几点效果:一是有效降低彩礼金额、简化婚姻仪式,切实减轻农民家庭负担;二是增进男女双方婚前了解,巩固新生家庭感情基础,提高婚姻家庭稳定性;三是可为广大青年男女,尤其是中下层适婚男性提供更多的低成本、高参与率的婚恋机会,进而有效提升单身者群体的主观体验,不至于出现“因贫致光”“因光生恨”等压抑甚至扭曲人性的一系列社会灾难。正所谓“改弦易辙易,移风易俗难”,推进移风易俗,是一项系统的社会工程,尤其是在村庄内生性社会调节机制逐渐瓦解的当前阶段,基层党委政府和群众性自治组织必须发挥治理主体角色和示范引领功能,围绕以自由恋爱为核心的婚姻自主权的充分实现,建议如下:

一是加强宣传教育,凝聚社会共识:天价彩礼不等于婚姻幸福。当前,我国农村地区,尤其是天价彩礼高发区域的广大农民群众,中下层适婚男性家庭对天价彩礼问题早已深恶痛绝,只是苦于个人之力难以改变日益恶劣的社会形势,迫切呼唤基层党委政府和村民自治组织及时介入并彻底扭转这一社会不良风气。对此,基层党委政府宣传部门务必加强针对全社会,尤其是适婚女性及其父母的宣传教育工作,深刻剖析天价彩礼危害,并以宣传墙画、微电影等群众喜闻乐见的形式加以宣传;同时,广泛动员广大文艺工作者,加强对天价彩礼这一社会问题的关注,并积极创作小品、相声、戏曲等一系列群众关注度高的文艺作品。在此基础上,充分利用传统媒体和新媒体将优质的宣传教育内容广泛地向全社会宣传推荐,切实达到教育群众的宣传目标。

二是加强政治动员,发挥示范引领作用。正所谓“村看村、户看户,群众看的是党支部”,“干部迈什么步,群众就走什么样的路”(基层干部群众工作总结)。基层社会当中,群众在彻底觉醒之前,往往是被组织引领的对象,因此,任何一项重大工作均离不开党员干部这一群体的示范引领作用,这是我们国家基层治理的要义所在。同时,各地党员干部这一群体,也往往是基层社会中的政治精英、社会精英,甚至也是经济精英,天价彩礼的上涨,与这一村庄上层精英群体的推波助澜不无关系。因此,如欲治理天价彩礼问题,在凝聚共识的基础上,务必首先动员基层党委政府干部、村两委干部、广大农村党员家庭等率先示范,自觉放弃并抵制天价彩礼,进而选择文明、健康的现代婚俗仪式,从党员干部抓起,争取获得村庄社会党员干部这一村庄精英群体的坚定支持,首先将这一群体从沉重的天价彩礼负担和激烈的婚姻竞争中解放出来。

三是充分挖掘村庄内生治理资源,加强村庄社会动员,依托群众性自治组织加强引导,依靠群众、动员群众,有效治理天价彩礼问题。社会动员也即群众动员,而群众动员的关键在于党员干部这一精英群体动员。在实现对精英群体的有效政治动员的基础上,首先要动员党员干部务必做好本家及其亲戚朋友的工作,取得这一社会群体的理解和支持;其次要通过村庄社会内部的人情、面子、关系等进行广泛的群众工作,并通过具体的群众工作方法逐渐获得越来越多的群众支持,进而争取村庄社会中占绝大多数的中间群体,以获取70%,甚至80%的社会支持,并最终实现“良币驱逐劣币”的良好局面。

四是针对村庄内部少数的天价彩礼“钉子户”群体,应当充分发挥村民自治机制,依靠群众工作智慧和办法,加强对这一少数群体的教育和改造,并最终取得这一部分群众的理解和支持。天价彩礼大背景下,尤其是在这一社会不良风气愈演愈烈的大趋势下,几乎没有一户农民家庭是免受影响的局外人和幸存者,即使是适婚女性及其家庭,因为极有可能存在上兄下弟,因此也是天

价彩礼的受害者群体之一。坚定地支持“天价彩礼”的农户,必将属于村庄社会中的极少数群体。针对这一群体,基层党委政府应当积极组织动员村民理事会等类型多样的群众性自治组织,并高度注重充分发挥村庄社会内生的舆论评价、边缘化等社会惩罚机制的作用,从而实现对天价彩礼问题中最后一部分“钉子户”群体的有效治理,并最终实现对天价彩礼这一社会不良风气的全面抑制。

五是积极倡导并组织适婚青年男女自由交友活动,搭建青年男女自由交流平台,扩大交往,培育自由恋爱的社会氛围,并逐渐以青年男女主导的自由恋爱婚恋模式替代父母主导的相亲介绍这一传统的婚恋模式。基层党委政府,尤其是基层群团组织,应当充分把握当地青年特点,高度重视青年男女合理正常的自由婚恋的情感诉求,积极搭建平台、培育社会组织、组织青年活动,尤其是充分利用春节返乡在村期间积极组织青年交友活动,争取年轻一代的广泛支持,尤其注重充分激活适婚女性的主体性<sup>[19]</sup>。在取得青年男女这一婚恋当事人支持的情况下,再通过青年男女本身来做各自双方父母的思想工作,从而逐渐瓦解天价彩礼产生的家庭基础。与此同时,作为基层党委政府,尤其是教育部门,要积极鼓励本地青年男女认真接受更多的学校教育,通过教育来树立更加文明健康理性的婚恋观,同时也可跳出本地婚姻市场,进而实现更大范围的社会流动;或者教育并鼓励其外出打工期间在保护好自己的前提下正确看待青年男女交往问题,珍惜并积极争取自己的婚姻自主权。此外,在当前乡村振兴战略背景下,基层党委政府可立足当地实际,充分发挥劳动力等资源禀赋优势,大力招商引资,积极调整产业结构,为当地青年男女在地务工提供更丰富的就业机会,进而为自由恋爱这一婚恋模式提供更扎实的经济基础和更充分的发展空间。

#### 四、结 语

天价彩礼的产生,本质上是包括陇东一带、鲁豫皖地区等在内的天价彩礼集中高发区域在当地适婚人口结构失衡大背景下,以“家庭支付能力”为筛选标准的相亲介绍这一传统婚恋模式在地方性社会文化网络中婚姻竞争日益激烈的实践产物。起点在于相亲介绍这一传统婚恋模式,人口性别比失衡带来的女性赤字与人生任务的内在规定进一步强化了当地相亲介绍的路径依赖;在个体择偶能力差别有限的情况下,基于家庭经济条件的“家庭支付能力”成为本地婚姻市场上的主要竞争标的物;在相亲介绍的大框架下,基于竞优与面子考量的上层示范、女性要价率先推动了彩礼价格的第一次上涨,占绝大多数的中层跟进行为促使上涨后的彩礼价格进一步转变为地方社会的“彩礼标准”,并对下层形成婚姻挤压;背负巨大精神焦虑的下层家庭被迫跟随并往往选择以更高的彩礼价格来争取稀缺的婚恋机会,至此造成了彩礼价格的第二次上涨。鉴于人生任务内在规定所产生的婚姻竞争的不可退出性,彩礼价格就在“上层示范、女性要价、中层跟进、下层挤压”这一激烈的婚姻竞争格局中一次又一次地推高了婚姻成本,成为我国相当一部分农村地区,尤其是中下层农民家庭沉重的家庭负担。

天价彩礼产生之后,在加剧农民家庭负担、扭曲代际关系和两性关系、侵蚀农村社会风气的同时,引发了早婚、离婚、代际剥削等一系列社会后果,尤其值得关注的是:既然数以千万计的光棍群体必将不可避免产生,那究竟是让这一群体及其家庭在背负巨大的经济压力与心理负担的情况下惶惶不可终日,进而产生上归咎于国家政策、下怨恨父母无能、时常引发要报复社会,尤其是广大女性群体的扭曲的反社会人格与行为,还是为这一群体提供更充分的、低门槛的自由恋爱婚恋机会?从心理与行为模式上看,即使将来婚恋失败,这一群体也多将这一结果归咎于自身长相、身高、性格等个体性因素,并且会相对心平气和地接受这一客观结果。有基于此,笔者提出:

依托基层党委政府及群众性自治组织,依靠群众工作方法,以新时代自由恋爱的婚恋模式,实现对传统的以家庭支付能力为基础的相亲介绍婚恋模式的彻底改造并全面替代,进而营造出积极健康、文明现代的婚恋方式。

值得进一步讨论的是:彩礼性质在各地也是有较大差别,江西的天价彩礼是女儿的保证金,河南的天价彩礼是家庭财产的代际转移,甘肃的天价彩礼是代际偿付、代内转移,那么农村地区彩礼区域差异背后的深层机制究竟是什么?此外,面对这种复杂的社会民情和文化背景,承担元治理责任的国家,其角色作用应当如何发挥?国家、复杂化的社会民情和处于其中的广大民众,三者之间的关系又应当如何处理?最后,针对天价彩礼,如欲实现有效治理,那究竟有哪些村庄内生资源和社会机制可以改造利用?天价彩礼背后的区域差异机制及其治理,值得我们进一步关注。

#### 参考文献:

- [1] 中共中央国务院关于全面推进乡村振兴 加快农业农村现代化的意见[N]. 人民日报,2021-02-22(1).
- [2] 李树苗,姜全保,伊莎贝尔·阿塔尼,等. 中国的男孩偏好和婚姻挤压——初婚与再婚市场的综合分析[J]. 人口与经济,2006(4):1-8.
- [3] 蔡菲. 关爱女孩行动——治理男女出生比例严重失衡[J]. 科学决策,2005(10):9-11.
- [4] 张仕平,王美蓉. 性别价值观与农村出生婴儿性别比失衡[J]. 人口学刊,2006(2):13-18.
- [5] 王向阳. 婚备竞赛、底层婚姻挤压与外地媳妇生成机制——基于豫南S县D村的驻村调研[J]. 西北人口,2018(5):39-46.
- [6] 魏万青. 从个体稳定性到家庭迁移:文化认同与农民工稳定城市化[J]. 西南大学学报(社会科学版),2020(5):1-11.
- [7] 江涛. 中国性别结构失衡、搜寻匹配与婚姻推迟——一项基于经济学的解释及其验证[J]. 人文杂志,2013(10):48-54.
- [8] 陈锋. 农村“代际剥削”的路径与机制[J]. 华南农业大学学报(社会科学版),2014(2):49-58.
- [9] 王德福. 变色的嫁衣:作为代际剥削手段的彩礼——转型期农村彩礼习俗的性质嬗变研究[J]. 湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2014(2):26-30.
- [10] 李永萍. 北方农村高额彩礼的动力机制——基于“婚姻市场”的实践分析[J]. 青年研究,2018(02):24-34.
- [11] 王向阳. 姻缘难觅:转型期农村大龄未婚男性婚配危机及其解释——基于关中扶风X村的田野调研[J]. 兰州学刊,2020(11):162-171.
- [12] 胡莹,李树苗. 中国当代农村流动女性的婚姻模式及影响因素——基于第三期中国妇女社会地位调查研究[J]. 西安交通大学学报(社会科学版),2013(4):40-47.
- [13] 魏程琳. 中国乡村的去阶层分化机制与社会稳定[J]. 南京农业大学学报(社会科学版),2017(1):30-39.
- [14] 桂华,余练. 婚姻市场要价:理解农村婚姻交换现象的一个框架[J]. 青年研究,2010(3):24-36.
- [15] 夏柱智,贺雪峰. 半工半耕与中国渐进城镇化模式[J]. 中国社会科学,2017(12):117-137.
- [16] 王向阳. 平衡木上的华北父母:日常表现、实践逻辑与意外后果——基于农民人生价值的视角[J]. 山西师大学报(社会科学版),2017(6):62-67.
- [17] 何绍辉. 货币下乡与价值错乱——兼论天价彩礼的形成及其社会基础[J]. 中国青年研究,2017(9):42-48.
- [18] 王向阳. 婚备竞赛:共识、策略与行动——理解华北农村婚恋压力的一个中观机制[J]. 华东理工大学学报(社会科学版),2017(5):20-28.
- [19] 张雪霖,王会. 非依附性包容性别秩序:农村妇女主体性建设的探讨——以川西平原的经验为讨论基础[J]. 西南大学学报(社会科学版),2018(2):41-48.

责任编辑 高阿蕊

网 址: <http://xbbjb.swu.edu.cn>