

## 遏制“天价彩礼”须精准施策

□ 孙秀岭



“对婚丧陋习、天价彩礼、孝道式微、老无所养等不良社会风气进行治理”——日前，“天价彩礼”首次出现在中央一号文件中，受到广泛关注。

近年来，与“天价彩礼”相关的新闻常见诸媒体。农村经济快速发展，农民生活水平稳步提高，一些陈规陋习也有所抬头，特别是在婚丧嫁娶等方面，出现了互相攀比、大操大办、铺张浪

费等现象。在一些乡村，彩礼少则七八万，多则十几万，很多家庭为此花空了积蓄，到处举债，有的农民为了娶媳妇导致“因婚致贫”，有的农村青年因“天价彩礼”而“娶不起媳妇”“结不起婚”。

“天价彩礼”在一些地方愈演愈烈，成了拦住爱情和亲情的高门槛，对家风、村风、民风有着很强的破坏力，冲击着农村社会的公序良俗，农民群众对此极度反感。家风连着乡风。可以说，“天价彩礼”不仅是两个家庭间的私事，也是乡风文明建设的大事。乡村振兴、乡风文明是保障。树立文明乡风、良好家风、淳朴民风，改善农民精神风貌，不断提高乡村社会文明程度，焕发乡村文明新气象，既是乡村振兴的重要内容，也是乡村振兴的“精气神”。在这个意义

上，推动乡村振兴，必须关注文明乡风，就要关注婚丧陋习、天价彩礼、孝道式微、老无所养等不良社会风气。中央一号文件点名“天价彩礼”，反映了农民群众的意愿，体现了乡村振兴的新要求，具有很强的现实针对性。

当然，“天价彩礼”背后有着复杂的成因，但办法总比问题多。只要我们直面问题、找准病灶，综合施策、“软硬兼施”、靶向治疗，就一定能够铲除“天价彩礼”陋习，让文明乡风吹遍乡村每个角落。

“天价彩礼”成了恼人负担，既有农村经济发展不平衡的原因，也有农村男女比例失衡的因素，还有攀比心理等问题，说到底还是农村风气和乡村治理的问题。治理“天价彩礼”，首先要从“风气”上用足药。如，在农村广泛宣传文明

新风，弘扬社会主义核心价值观，通过“四德工程”“文明创建”等活动，传播文明理念，涵育文明乡风，纠正“陈规陋习”，促进农村风气向上向善转变。

治理“天价彩礼”，还要在“规则”上用用力。面对传统习俗和陈规陋习之间一些模糊地带，面对农民行为缺乏有效约束的治理短板，要充分发挥农村自治组织作用，通过乡规民约等方式，划出明确的“硬杠杠”，告诉农民提倡什么，反对什么，旗帜鲜明反对“天价彩礼”，不断压缩“天价彩礼”生存土壤。更为重要的，农村党员干部要带头示范、躬身践行，以实际行动做文明乡风规则的向导，做移风易俗的先行者，以此感染带动身边群众，尽快让农民群众从“天价彩礼”中解脱出来。

让快递  
尽快“绿”起来

□ 钱凤伟

随着我国快递业高速发展，快递包装回收、绿色治理等行业问题引起全国政协的高度重视，民革中央提案提出促进快递行业绿色发展。一年来，国家邮政局结合提案内容和行业工作实际，将提高快递包装绿色化、减量化、可循环列为邮政业更贴近民生七件实事之一。(2月24日新华社)

发展绿色快递和绿色电商已成为全社会关注的焦点问题。去年颁布的《电子商务法》明确提出，“快递物流服务提供者应当按照规定使用环保包装材料，实现包装材料的减量化和再利用”“支持、推动绿色包装、仓储、运输，促进电子商务绿色发展”。此外，新修订的《快递封装用品》系列国家标准也正式施行，减量化、绿色化、可循环成为快递包装新趋势。

现在已有快递企业推出的“共享快递盒”，就是一种可循环利用的绿色包装箱。收货人签收后，快递员会将箱子回收，每个可循环使用上千次。业内专家认为，从长远来看，绿色、环保、智慧是大势所趋，原纸价格上涨、舆论压力等都在逼迫快递企业采用更为绿色可循环的物流方式。

当然，让快递“绿”起来，也涉及利益的调整，比如使用共享快递盒后，快递公司短时间可能会增加一部分成本，快递员有可能效率降低并影响收入。对此，有关方面应发挥主导作用，尽快出台行业规范，同时对快递公司给予一定的政策扶助，促使共享快递盒尽快实现全面推行。

流量数据造假  
亟待依法治理

□ 杨玉龙

在电商平台上，有大量帮助用户涨粉丝或是数据增量的业务选项，其能实现粉丝活跃度和地域真实性的专门订制；网络上还可以找到刷流量相关的第三方软件及平台，提供涵盖几乎所有时下热门平台的刷量业务；在微信和微博的聊天群里，也能发现大量公开招募所谓点赞人员的信息。(2月25日人民网)

流量数据造假的危害性不容小觑，以影视行业为例，伴随着影视圈中“唯流量论”的不良倾向，无论是制片方、广告商、视频网站，及一些经纪公司和粉丝群体合谋走上了数据造假之路。表面看，各方都从中得到了经济利益，但实际上却对诚信声誉、评价标准等行业基础因素构成严重干扰。

流量数据造假亟待依法治理。其一，需要法规的完善。此前就有专家建议，通过国家层面明确法律规定，对刷量、炒作信誉、虚假评论等问题作出严格界定和限制。其二，借助技术的力量。有专家就表示，刷量本身是一个技术问题，可以通过技术手段解决，比如网络平台的后台对刷量ID进行分类分析，然后处理这些造假账号。其实，各类平台对造假不纵容，坚决抵制，造假自然会没有空间。同样，也可以通过人工智能、大数据分析手段等，把一些真正的好产品、好明星、好服务推向市场。

住宅交易  
管好公摊才是当务之急

□ 何勇海

日前，住建部官方网站发布《住宅项目规范(征求意见稿)》指出，“住宅建筑应以套内使用面积进行交易”。这是住建部首次在官方文件中明确提出房屋应由套内面积来进行交易。虽然住建部发布的只是规范性文件的征求意见稿，还是引发了市场热议，许多业内人士将其解读为我国废除房地产交易中“公摊面积”的一个信号。(2月24日《北京青年报》)

住宅交易不计公摊面积，以套内使用面积交易，这个新闻在朋友圈刷屏，充分说明人们对其有多么期盼。长期以来，我国绝大部分地区的住宅交易以建筑面积计价，仅有重庆等极少数地区以套内面积计价。按建筑面积交易，就包括套内面积加公摊面积。而公摊面积缺少标准、管理混乱、无法测量、最不透明，常常充满猫腻，比如，购房者买100平方米却实得70平方米，不仅让购房者购房时多支付更多房款，更使之在未来要长期多支出物业费、取暖费等居住成本。

住宅若能真正实现以套内使用面积交易，就能最大限度地减少住宅交易纠纷，保护购房者的合法权益。在消费者纷纷期盼住宅交易不计公摊面积之时，又感觉这一步是不是跨得有点大，从而觉得不真实、不可能实现。毕竟，不计公摊是在大动开发商的奶酪，是在斩断开发商的灰色利益。因此，有专家分析说，住宅交易如果真的不计公摊，公共区域的面积不摊入房价，开发商同样可以提高套内单价，让房价再度上涨，反正开发

商总会达到“羊毛出在羊身上”；同时，开发商也可能过度挤压公共区域，导致楼道、大堂、公共门厅等公共面积缩水，进而让小区品质大打折扣。专家的这个分析，其实也是期盼废除公摊的消费者所担忧的。

消费者还担忧，以套内使用面积交易住宅，只是推荐性标准，而不是强制性标准。按照标准化法，强制性标准必须执行；而推荐性标准，可执行也可不执行。对此，有专家回应称，此番住建部出台的《住宅项目规范(征求意见稿)》其实只是个技术规范，主要约束工程建设，而商品房购买、保有过程中，都有各自的法律、法规和规范性文件，比如《商品房销售管理办法》，要取消公摊计入房价，首先要修改《商品房销售管理办法》，或在更高层面上进行立法或修法。

因此，消费者对住宅以套内使用面积交易别盲目乐观。住宅交易，管好公摊才是当务之急，毕竟，公摊始终客观存在，正如一网友所说，“没有公摊面积，那就没电梯、楼梯、走廊，业主连家都回不了……如果业主不公摊面积，那业主每次回家可能都得给路费、电梯费，小区花园可能也被开发商出租做菜场了”。关键的问题是，公摊如何摊才公正合理？据说时至今日，我国都无法对公摊面积做出明确约束。弥补这一短板才能缓解社会矛盾。即使住房交易不计公摊，小区公共区域该如何分摊建设成本，也必须要有法可依。

## 漫画



“承诺不养狗才能买房”，近日，山西运城某小区为打造无狗社区，向购房者提出了特殊要求。23日，该小区房地产开发商告诉记者，这条规定属于“软约束”，是希望从源头上建设无狗社区。针对此事，律师表示，开发商的禁狗条款已明确告知消费者，买卖双方自愿的前提下达成协议，应属有效的合同。(2月25日中国经济网)

养狗涉及相邻权，当前，各地都先后出台了相应的养犬管理法律规范，但由于执法阻力大，养犬管理法律规范并没有得到很好的执行，不文明和不规范养狗行为难以被有效约束。

“承诺不养狗才能买房”，让有某种喜好的人集中居住，对于现代社会治理而言，是好是坏，不好一下断言。当然，在需求个性化和权利保护多元化的冲突下，根据需求升级换代，或爱好习惯偏差等差异化定位产品，或许有着更为广泛的市场前景。从某种意义上讲，创建无狗社区既是一个市场视角，也是一种文明维度。既要尊重少数人的养狗自由，又要保护大多数人免打扰的权利，实行差异化管理和分类化对待，这不失为提升公共文明层次的路径。

(文/唐伟 漫画/张建辉)



—人立品为先—

“一品景芝”杯“讲文明 树新风”公益广告大赛

