

移除婚娶“三大山”就得有股“蛮劲”

观点
提要

娶妻花费缘何水涨船高？在攀比心日重、物化思维等观念层面原因之外，一个重要现实是“娶不上”，尤其是一些重男轻女现象严重的农村地区，适婚青年面临男多女少的尴尬更甚。长远来看，要解决这项社会治理中的系统工程，必得拿出一股誓要旧貌换新颜的“蛮劲”才行，唯有缩小城乡差距、地区差距才是治本之策。

□ 李明志

这个春节假期，不少人面临着亲朋的灵魂三问：“找对象了吗？有合适的吗？啥时候结婚？”有媒体记者日前在山西、河南、湖南等地走访发现，不少农村大龄男青年面对这道难题更加“尴尬”。在一些农村地区，娶妻必备的车、房、彩礼等新“三大件”花费竟然飙涨到上百万元，结婚已成为部分家庭的沉重负担。

飙涨至动辄上百万元的“三大件”，已然成为身心难负的“三大山”，而更让人喘不过气来的，则是很多地方婚娶上“价高”与“民穷”间的倒挂现实。一场场强颜欢笑的熙熙攘攘间，彩礼之彩，洞房之喜，已成为很多农村家庭不能承受

之重。

这些脱离现实经济承受能力的“三大件”，咋就飙至百万元？账并不难算：一看房子，近年来在县城买房渐成“标配”，按照当地县城房价每平方米约4000元算，一套房子连装修带家具、家电，达到“新娘入住标准”，就得60多万元；二看车子，买辆挂住面子、“不掉价”的“喜车”，将近20万元；三看“诚意”，彩礼、“三金”（金戒指、金项链、金耳环）等花费，估计也得15万元。稍微再讲究个“好听好看”，多多益善，自然“轻松”破百万。

娶妻花费缘何水涨船高？在攀比心日重、物化思维等观念层面原因之外，一个重要现实是“娶不上”，尤其是一些重

男轻女现象严重的农村地区，适婚青年面临男多女少的尴尬更甚。据国家统计局发布的《中国统计年鉴2020》显示，至2019年末，全国男女性别比达到104.46，其中，30岁至34岁为101.28，25岁至29岁为106.65，20岁至24岁为114.61，15岁至19岁为118.39。愈发加剧的男女比例失衡，不仅影响着当下适婚青年，且在相当长的一段时间内趋于严峻。

一场“交易味”渐浓的婚礼、一段不再单纯的婚姻，让部分农村家庭因此负债、致贫，艰苦奋斗、孝顺父母等传统道德观念遭受冲击，一些农村社会治理难题随之衍生……解决这些迫在眉睫的社会问题，重塑文明乡风、培育婚娶理性、强化

自我教管等都是现实可取的治标举措。但长远来看，要解决这项社会治理中的系统工程，必得拿出一股誓要旧貌换新颜的“蛮劲”才行，唯有缩小城乡差距、地区差距才是治本之策。人往高处走、人随产业走，结合乡村振兴战略实施，尽快培植特色产业，促进农民增收，缩小城乡差距，促进城乡人口双向流动，填“洼地”为“高台”，不愁故人归、新人来。

标本兼治间，各地政府也可因地制宜、因人施策，尽可能解决一些性别结构问题，如对农村大龄男青年进行技能培训、组织跨区域“鹊桥相会”等。如此，“大动作”马不停蹄，“小关怀”常伴左右，移除“三大山”、迎回“三大件”，方更为可期。

春节档电影 在人心深处找到答案

□ 戴之深

两条消息足以说明2021年春节档电影的惊艳。

一是，2021年春节档电影票房78.22亿元，比2019年增长32.47%，而贡献了8.66亿元的江苏拿到了全国票房第一；二是，调查结果显示，2021年电影春节档观众满意度得分85.2分，成为2015年开始调查以来观众最满意的春节档。网友甚至给出“最强春节档”的称号。这是一种新的繁荣局面——对中国电影有所了解的人，一定会记得上世纪80年代中国电影市场的兴盛场景。支撑新的繁荣局面的，是城市里遍地开花的影城，和越来越“刁钻”只愿意为好电影买单的观众。

不必过于强调“报复性观影”因素。事实上，开启这套评价体系的六年间，观众满意度就一直走高。2021年春节档电影观赏性、思想性达到85.5分、85.0分，很直观地说明了什么是叫好又叫座。某种意义上，当春节档电影不再以大成本、大明星为卖点对苍白的内容加以掩饰，电影才是电影。思想性与观赏性不能兼顾的电影充其量是一具干裂的皮壳。

中国电影有抢滩贺岁片的传统。春节档电影，其实也置于这一框架之内。“快餐电影”的固有印象需要打破。催笑更催泪的《你好，李焕英》一路逆袭，成为一个值得记住的信号。我们很久没有看到这种质朴而富有张力的电影了。而即使是“搞笑片”《唐人街探案3》，也因为有了堪称一代人美好记忆的三浦友和的出场，以及影片对人性的思考，而有了一份难得的深沉。批评它的人说它没以前好玩了，而赞它的人却说它学会了真诚叙事。

没有人打算贬低“逗乐型”电影的价值，但具有人文关怀的影片却更容易与观众发生共振，代替人们说出那些不能说或者来不及说出的心灵密语。无疑，一场突然来临的疫情造成的冲击，让人们更加重视围炉取暖、真情流露。不论是不是春节档电影，都不能忽视人们内心深处的渴望。两年多前，《我不是药神》取得的巨大成功就是一个典型的例子。

这届影迷很给力，中国电影必须用心，才能不负期待。几年来，人们欣慰地看到，过去那种言必称“大片”、一言不合上“鲜肉”的电影市场已经发生了明显变化。抵达人心深处，关切草木冷暖，成为一种新常态。

用情至深方有艺术，动人心弦者方为佳作。关注人的命运，关注人的悲欢离合，用诚意之作慰藉世人柔软的心，这是艺术创作该有的模样。希望中国电影不断带来惊喜。

大众报业集团十大名牌专栏 诗评画议

绘画 闵汝明 配诗 郝玲

老人鞋销售火爆，
致癌物严重超标。
标准缺乏监管少，
莫让孝老变坑老。

日前，广东省广州市消委会、佛山市消委会共同发布了一个老人鞋测试报告。报告显示，40款老人鞋中，有8款样品未能通过邻苯二甲酸酯项目测试，其中一款超标竟高达302倍。相关研究表明，邻苯二甲酸酯在极低的暴露浓度下，就能诱发人肝癌细胞的炎症反应，从而增加肝癌发生的风险性。老人鞋专用的产品标准很少，而产品所宣传的性能往往没有专门的标准作为依据进行监管，这造成了目前老人鞋虽然产品销售火爆，但实际性能却参差不齐，往往不能很好地满足老人的需求。消费者在购买老人鞋产品时，应特别加以注意。

据“广州日报”微信公众号



经营“网红烟花”岂能让消费者责任自负

□ 史奉楚

2月16日，国务院安委会办公室组织召开专题会议，要求目前在实体店和网络平台销售的“钢丝棉烟花”，全部下架并妥善处置。2月17日，据媒体调查发现，仍有个别商家在电商平台售卖“钢丝棉烟花”，而且在回应“钢丝棉烟花”是否安全的问题时，有网店客服认为消费者自己要多注意，否则后果自负。

冷光烟花俗称“冷烟花”，属烟花爆竹产品，其喷口温度高达700℃至800℃；钢丝棉是易燃危险物品，燃烧时具有烟花效果，燃烧温度高达2000℃以上，极易引发火灾或造成人身伤害。正是因为“网红烟花”存在巨大的安全风险，所以国务院安委会要求对冷光烟花及装有冷光烟花的“电子鞭炮”等，应按照《烟花爆竹安全管理条例》等法律法规严格监管，严肃查处打击未经许可

可生产、运输、销售行为。作为商家，理当积极履行整改义务，而非依然私下销售，并要求消费者“责任自负”。

根据《消费者权益保护法》，消费者享有安全保障权，相应的，生产经营者则应尽到安全保障义务。该法明确规定，经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

也就是说，对于“网红烟花”，在允许流通的情况下，生产者、经营者必须在产品上作出明确说明和警示。一旦给消费者带来损害，生产者和经营者也应负有一定责任。而且，经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成

消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者承担所受损失2倍以下的惩罚性赔偿。

值得说明的是，网店客服以口头方式所作出的提醒不具有法律效力，不能以此免除生产者、经营者的法定义务。即便是消费者自行燃放“网红烟花”造成的损害，也不能豁免生产经营者的赔偿责任，哪怕是消费者因燃放不当造成的损害，也仅能减轻生产者、经营者的责任，而非全部免除责任。

在监管部门已经明令该产品应下架的情况下，商家依然“顶风作案”，其主观过错非常明显，自然应对消费者的损害承担相关责任。此外，生产、销售“网红烟花”，不仅面临民事赔偿责任、行政处罚责任，还可能面临刑事责任。根据《刑法》，生产不符合保障人身、财产安全的国家标准、行业标准的易燃易爆产

品，或者销售明知是前述产品，造成严重后果的，将构成生产、销售不符合安全标准的产品罪，可处五年以下有期徒刑，并处销售金额50%以上2倍以下罚金；后果特别严重的，处五年以上有期徒刑，并处销售金额50%以上2倍以下罚金。

也就是说，如果消费者由于燃放“网红烟花”造成人身伤亡、财产损失等损害的，生产者、经营者不仅应赔偿损失，还有可能要承担刑事责任。因而，生产者、经营者理当积极履行整改义务，及时下架相关产品，确保其不再流通，以减少安全隐患，降低经营风险。如果商家依然唯利是图，拿消费者的权益不当回事，甚至以“责任自负”来推脱，最终只会得不偿失。监管部门和网络平台也应加大执法和监管力度，尽快下架相关产品，不让“网红烟花”再招摇过市。