

农村高额彩礼形成机制的新探索

——基于“互助—竞争”的分析框架

刘武根 陈栋良

摘要：本文基于“互助—竞争”分析框架，对农村高额彩礼形成过程中三个主体的行动逻辑进行深入分析。从农村高额彩礼形成过程中主体行动逻辑的维度来看，农村高额彩礼是接受主体、支付主体和社会力量三方共同推动形成的。作为接受主体的女方家庭，依据彩礼的归属机制和象征机制产生索要高额彩礼的需求；作为支付主体的男方家庭，依据责任机制和挤压机制产生支付高额彩礼的意愿；部分职业媒人作为社会力量，运用配对机制和定价机制诱导男女双方提高彩礼价格。有效治理农村高额彩礼，需坚持问题导向、系统思维，多管齐下，综合施策，调整优化治理农村高额彩礼的相关政策法规，引导男方家庭抵制高额彩礼，约束女方家庭追逐高额彩礼，规范乡村职业媒人行为。

关键词：高额彩礼 互助—竞争 婚姻市场 代际责任 婚姻挤压 职业媒人

中图分类号：C913.1 **文献标识码：**A

一、引言

彩礼是在娶亲时，男方经过协商议定赠予或主动赠予女方的实物或货币，是一个固定的社会群体达成姻亲关系的重要体现。在人类学意义上，彩礼是“纳征”，是“男方送给女方家的财物”（李霞，2008）。彩礼在婚姻关系的达成过程中起过积极的作用。彩礼有助于保证婚姻关系达成、维持婚姻关系稳定（胡敬阳，2023），促成村庄社会合作和实现家庭互助合作（阎云翔，2016a）。近年来，随着经济社会发展和生活水平提高，彩礼价格也“水涨船高”，“彩礼高面子高”“万紫千红”“穿金戴银”等俚语逐渐流传开来。不少新闻媒体对高额彩礼现象进行了专题报道，引发广泛关注。笔者调查发现，很多农村地区的彩礼已从 20 世纪 80 年代的 100 元左右上涨到目前的 20 多万元甚至更高。高

【资助项目】北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心重大项目“健全城乡基层治理体系研究”（编号：24LLZZA098）。

【作者信息】刘武根，中国农业大学马克思主义学院，电子邮箱：liu481016@sina.com；陈栋良，中国农业大学马克思主义学院，电子邮箱：17793400176@163.com。作者感谢匿名审稿专家的宝贵意见，西南政法大学政治与公共管理学院罗兴佐教授对本文亦有贡献，但文责自负。

额彩礼造成家庭代际关系破裂、夫妻关系终结、姻亲双方纠纷和恶性事件等现象频频出现。农村高额彩礼既给农民家庭带来沉重的负担，又给淳朴民风、文明乡风乃至农村精神文明建设带来负面影响。各地对农村高额彩礼的治理不断“加码”，但效果并不理想。调查显示，不少农村地区的彩礼价格仍在上涨。如何有效治理农村高额彩礼问题，仍是一个值得深入研究的课题。

从合法性层面来看，政府对彩礼的态度经历了“否定—默认—辩证对待”的演变过程。1950年施行的《中华人民共和国婚姻法》（以下简称《婚姻法》）将彩礼视为买卖婚姻，明确规定“禁止任何人藉婚姻关系问题索取财物”，从法理角度明确否定了彩礼制度的合法性^①。但因彩礼风俗在民间的悠久历史和文化意义，彩礼在法律约束下仍隐晦存在。改革开放后，彩礼风俗在民间再度兴起。1980年通过、2001年修正的《婚姻法》对彩礼的表述调整为“禁止借婚姻索取财物”^②。与1950年的《婚姻法》相比，法律在主体和要件上对彩礼的界定发生了明显变化。2012年以来，随着农村社会结构的变化，彩礼价格不断提高，甚至出现了天价彩礼现象，严重影响了农村青年婚配和农村精神文明建设。2024年2月1日起施行的《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》重申了禁止借婚姻索取财物的基本原则，对彩礼纠纷的诉讼主体、返还规则和认定范围等作出明确规定，从合法性层面加强对彩礼的约束。然而，彩礼作为中国社会长期普遍运行的一项互助制度，不只是经济上的往来，还包括了丰富的文化意蕴。单纯以法律法规赋予彩礼合法性或非法性，容易导致国家权力与民间秩序的冲突（董磊明等，2008）。从中国关于彩礼的法律实践来看，仅仅利用法律法规来规范彩礼很难达到预期效果。

从政策性层面来看，相关的政策文件对“合理范围内”的彩礼持认可的态度，对明显超出地方经济发展水平的彩礼持否定的态度。2019年的中央“一号文件”首次提出，“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”^③；2021年、2022年和2023年的中央“一号文件”明确要求，推进对高额彩礼现象的治理；2024年的中央“一号文件”强调，要“持续推进高额彩礼、大操大办、散埋乱葬等突出问题综合治理”^④；2025年的中央“一号文件”再次强调，要“推进农村高额彩礼问题综合治理，发挥妇联、共青团等组织作用”^⑤。除近些年的中央“一号文件”外，《乡

^① 《中华人民共和国婚姻法》，<https://www.chinacourt.org/law/detail/1950/04/id/78945.shtml#:~:text=%E6%9C%AC%E6%B3%95%E8%A7%84%E5%AE%9A%E4%BA%861>。

^② 《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国婚姻法〉的决定》，https://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content_60891.htm。

^③ 《中共中央 国务院关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》，https://www.gov.cn/zhengce/2019-02/19/content_5366917.htm。

^④ 《中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》，https://www.gov.cn/zhengce/202402/content_6929934.htm。

^⑤ 《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》，https://www.gov.cn/zhengce/202502/content_7005158.htm。

村振兴战略规划（2018—2022年）》《关于进一步推进移风易俗建设文明乡风的指导意见》《中共中央 国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》以及2022年8月农业农村部等八部门联合发布的《开展高额彩礼、大操大办等农村移风易俗重点领域突出问题专项治理工作方案》等文件都对治理农村高额彩礼问题提出明确要求，并作出具体部署。从成效来看，规范性政策的逐步落地使部分地区农村高额彩礼现象得到缓解。但总的来看，高额彩礼现象在农村地区并没有得到全面遏制。这表明，政策性文件实施在治理高额彩礼方面只发挥了部分作用，没有完全达成预期效果。

从学理性层面来看，学术界对彩礼问题的研究颇丰，形成了多种分析视角。有学者认为，女方的要价、男方的支付动力和阶层匹配的婚姻市场助推北方高额彩礼问题的形成（李永萍，2018a）。有学者提出，通行的相亲介绍婚恋模式会促使彩礼价格不断提高，加剧农民负担（王向阳，2021）。还有学者指出，婚姻挤压、彩礼属性和彩礼归属等机制，通过契约和支付的双重属性推动高额彩礼问题的形成（杨华，2024）。概言之，当前国内关于高额彩礼的研究主要有代际剥削论（王德福，2014）、婚姻市场挤压论（李永萍，2018a）、婚姻契约规范论（牟敏娜，2023）、婚姻要价论（桂华和余练，2010）和婚姻偿付论（阎云翔，2016b）等理论认识。代际剥削论认为，农村高额彩礼问题源于父代对子代成婚的强烈代际责任，男方忽略了彩礼价格高低，可能导致“因婚致贫”（刘成良，2018）。婚姻市场挤压论认为，地方社会男女性别比例结构性失衡，使女性有了要价能力和要价资本，导致男方“婚姻难觅”（王向阳，2020）。婚姻契约规范论认为，彩礼亘古有之，高额彩礼是源于对婚姻制度的强烈经济性规范（牟敏娜，2024）。婚姻要价论认为，女方在婚姻缔结过程中逐渐占据主导地位，将自身作为要价资本，难以生成“倒贴彩礼”（徐晓军和孙晓红，2021）。婚姻偿付论认为，高额彩礼是对女方家庭失去劳动力的经济补偿，难以生成“低额彩礼”（张艳霞和刘远东，2024）。笔者认为，既有对高额彩礼问题的研究大都在弗里德曼（2000）提出的婚姻偿付、婚姻资助的理论框架和阎云翔（2016b）提出的时间维度内展开，对农村高额彩礼形成中相关主体行动逻辑的研究还比较少，尤其是缺乏对彩礼制度本身既有姻亲结对互助和共同抵御风险的性质，也有市场经济条件下村社内部家庭竞争与社会竞争属性的分析。

总的来说，既有研究从代际、婚姻市场（婚姻要价理论）、婚姻偿付理论（婚姻资助理论）、婚姻契约理论等维度对农村高额彩礼的形成机制进行分析，但从相关主体行动逻辑的维度对农村高额彩礼的形成机制展开深入分析的研究不多。从笔者在全国各地调研的情况来看，婚姻偿付和婚姻资助理论在传统农村社会具有很强的解释力，但随着农村社会的老龄化、空心化，农村家庭的少子化、核心化，农民的个体化，彩礼的互助、偿付和资助逻辑逐渐被市场逻辑所宰制。家庭、个人之间基于经济能力的竞争物化到彩礼价格的比较上，这既弱化了彩礼的互助性质，也极大地增强了彩礼的竞争性质。这种竞争不是单一的男性竞争，而是“夸富宴”般的总体性社会竞争。因此，本文从社会竞争的维度，基于“互助—竞争”的分析框架，深入剖析农村高额彩礼的形成机制，系统阐释当前农村高额彩礼形成机制中相关行为主体的行动逻辑，以期治理高额彩礼问题提供理论依据，为深入推动移风易俗政策落地提供学理支撑。

二、农村高额彩礼的形成机制：“互助—竞争”的分析框架

（一）彩礼的双重属性：互助性质与竞争性质

从历史演变看，彩礼既有因婚配产生姻亲关系而具有的互助性质，也有村庄社会内部的竞争性质。

1.互助性质。家庭制度在母系原始社会过渡到父系社会后逐渐稳定下来，缔结姻亲关系的目的变为家庭延续。为避免近亲通婚导致的身份混乱和子女畸形，乱伦禁忌的社会规则和外婚制度逐步形成。为了弥补另一个家庭或另一个部落失去一个劳动力所导致的损失和女方父母的养育成本，男性家庭或部落需要给予女方家庭或部落一定的实物作为补偿，因缔结婚姻而形成的彩礼制度逐渐传承下来。

彩礼最基本的属性是偿付属性，但这种偿付同时内含互助属性。补偿是婚姻偿付理论的核心，男方对女方的财物转移被看作是必需的（熊凤水和慕良泽，2009）。将彩礼视作补偿，还隐含通过补偿帮助姻亲家庭生存的意思。以小农经济为主的中国家庭经营处于高风险之中，需要靠天吃饭，基本生产生活缺乏可靠的保障。费孝通（2007）指出：“中国农村真正的问题是人民的饥饿问题。”为了解决生存问题，农民家庭在依靠宗族式关系的同时，会积极寻求姻亲这一更加强有力的关系来应对家庭生存风险。由此，中国传统社会演化出两条村社内部的互助路径：一是依靠宗族血缘关系，在农业耕作等基本生存事件中寻求支持；二是依靠姻亲关系，在农业经营、家庭维系等基本安全事件中寻求支持。一方面，彩礼是实物支持，能使女方家庭的生产得以维系，家庭基本生存得以保障；另一方面，彩礼推动姻亲关系缔结，女方家庭的关系网络得以扩展，形成的扩展性社会关系能够缓解女方家庭面临的生存和安全问题，还可能成为女方家庭阶层跃升的通道。

2.竞争性质。传统农村以家庭为“生产单元”，家庭是核心，生产多寡决定家庭的社会地位。传统农村社会是一个高度竞争的社会，无论是宗族型村庄，还是原子化村庄，抑或小亲族村庄，村庄内部均呈现竞争态势。改革开放后，社会主义市场经济体制在农村逐步确立。在改革开放的大潮中，很多农民选择进城务工，农村社会的竞争内容由生产能力的强弱转变为经济能力的高低。这种竞争不因村庄社会结构不同而有所差别，宗族型村庄的竞争主要是家族与家族之间的竞争，原子化村庄的竞争主要是家庭与家庭之间的竞争，小亲族村庄的竞争则既有家族之间的竞争，也有家庭之间的竞争，更有兄弟之间的竞争。北方小亲族村庄的社会竞争最为激烈，既有家庭之间围绕生育率、成婚率、高龄老人数量和子女性别等展开的竞争，也有家庭内部围绕父母资产、姻亲双方的社会地位和子女的成才程度等展开的竞争。

农村社会的竞争集中体现为个人或家庭以某种物质形式的展演作为其在村庄社会竞争中的位阶。农民要想获得体面的社会地位，就要拿出足够的现金参与生存消费之外的人情礼仪、面子消费等社会性消费竞争（夏柱智和贺雪峰，2017）。北方小亲族村庄的社会竞争渗透到农村生活的方方面面，“有没有儿子”“子女是否适龄成婚”“女儿彩礼高低”等是农村社会竞争的重要体现。作为农村社会性消费重要组成部分的彩礼，天然具有财货性质，彩礼多寡成为家族与家族、家庭与家庭、兄弟与兄弟之间竞争的标志。

（二）本文的分析框架：“互助—竞争”

随着经济发展，中国农村彩礼的互助属性日趋式微，而竞争属性不断增强。彩礼价格的高低存在一定的区域差异（朱战辉，2017）。笔者调查发现，在彩礼价格不高的地方，彩礼的互助性质和礼俗性质较为明显，地方社会竞争不激烈；在彩礼价格远超地方经济发展水平的地方，彩礼的互助和礼俗性质逐渐消亡，竞争性质凸显。本文的基础性理论是华中村治研究团队提出的村庄社会结构理论。这一理论认为，江西省、福建省、广西壮族自治区和广东省的村庄大多属于宗族型村庄，宗族色彩明显，属于团结型村庄；重庆市、湖北省、四川省、贵州省、安徽省、湖北省以及东北地区的村庄大多属于原子化村庄，村庄个体化明显，属于分散型村庄；河南省、河北省、山西省、山东省以及关中平原的陕西省、甘肃省的村庄大多属于小亲族村庄，户族特征明显，属于分裂型村庄（贺雪峰，2012）。本文主要分析甘肃省庆阳市平泉镇小亲族村庄的高额彩礼问题，兼有分析其他小亲族村庄的彩礼形成机制。

根据彩礼的互助属性和竞争属性，笔者构建“互助—竞争”的分析框架。根据这个分析框架，本文将村庄划分为“强互助—强竞争”“强互助—弱竞争”“弱互助—强竞争”“弱互助—弱竞争”四种理想类型。各种类型村庄的彩礼价格不同，低价彩礼或高额彩礼的形成机制不同，治理机制也应当有所不同。“强互助—强竞争”类型村庄的彩礼价格非常高，但存在救济机制，这在江西省、福建省、广西壮族自治区和广东省等省份的宗族型村庄中较为普遍。在这些地区，因为强烈的竞争属性，彩礼价格逐渐提高，成为男方家庭的主要负担。但宗族型村庄保留了一定的村庄社会规则，存在互助救济机制，主要体现为彩礼返还、彩礼陪嫁和赠送给新人小家庭等。在这种类型的村庄中，高额彩礼成为农民家庭的负担，但不是结构性负担，而是能被救济机制所消解的负担。“强互助—弱竞争”类型村庄的彩礼价格比较低，彩礼的礼俗色彩重，这在贵州省、云南省、新疆维吾尔自治区、内蒙古自治区、青海省、西藏自治区和宁夏回族自治区等省份的民族地区、山区、边疆地区的村庄中较为普遍。在这些地区，家庭维持和生存对人们的互助能力要求高，再加上较为保守的地方文化特色，高额彩礼风潮对地方社会的影响不明显。“弱互助—弱竞争”类型村庄的彩礼价格比较适中，这在江苏省、浙江省、上海市和北京市等省份的城中村、城郊村以及四川省、重庆市、湖北省等省份的原子化村庄中较为普遍。在这些地区，村庄内部关系较为松散，家庭、子女之间的互助比较少，彩礼的礼俗色彩不重，竞争色彩也不明显。彩礼价格高低不会引起区域挤压和社会竞争，彩礼以父母帮助子女成家的“道义经济”为主要维持动力。“弱互助—强竞争”类型村庄的彩礼价格非常高，鲜有救济机制，这在河南省、河北省、山西省、山东省、安徽省、陕西省和甘肃省等省份的小亲族村庄中较为普遍。

在划分上述四种理想类型村庄的基础上，笔者主要分析“弱互助—强竞争”这一类型的村庄。在“弱互助—强竞争”类型村庄，社会竞争激烈，村庄互助体系逐渐消解，彩礼的礼俗功能和互助性质逐渐被竞争性质所取代。从农村高额彩礼形成的相关主体及其行动逻辑来看，彩礼的支付主体是男方父母，帮助子女成婚是其必须完成的人生任务；彩礼的接受主体是女方父母，彩礼不会返还给新人小家庭或男方父母，陪嫁品往往只有被褥、电器等基本生活用品，女方父母给女儿的“压箱底钱”往往附带只能女儿使用等要求。媒人在婚配和彩礼竞争中占据重要地位，是农村高额彩礼议定的重要参与者。村庄、家庭、子女之间的竞争往往会导致彩礼价格不断提高，甚至远远超过家庭的承受能力和地

方经济社会的发展水平，给农民家庭带来严重的经济负担和婚配困难问题。同时，这一类型村庄没有“强互助—强竞争”类型村庄的救济机制，难以消解高额彩礼的负面影响。本文进一步将社会竞争的主体聚焦于给付主体、接受主体以及助推彩礼价格不断提高的社会主体，通过分析不同主体对彩礼的认知和行动逻辑，从社会竞争的视角分析北方小亲族村庄，尤其是甘肃省庆阳市等地区农村高额彩礼的形成机制，阐述“弱互助—强竞争”类型村庄高额彩礼的生成逻辑。

本文的问题意识来源于笔者2021年12月在甘肃省庆阳市平泉镇“剧院相亲市场”的参与式观察，以及随后的3年里对多个农村家庭婚配过程的追踪调查。笔者在追踪调查中发现，“弱互助—强竞争”类型村庄高额彩礼现象的形成除与农村经济社会发展水平不高、农民社会保障水平偏低、农村婚恋市场发展不充分、农村婚配男女比例结构性失衡等因素有关外，还与农村高额彩礼支付主体的男方父母、接受主体的女方父母以及作为推动力量的职业媒人息息相关^①。

本文的研究资料主要来源于笔者在甘肃省庆阳市平泉镇的八山行政村和南徐行政村长期进行的农村调研，田野调查时间为2021年至2024年。此外，笔者所在团队在全国多个省（区、市）的农村开展村治模式调查，笔者在贵州省、湖北省、山东省和江西省等地对彩礼相关问题的调查，积累了大量质性资料，为本文研究提供了经验借鉴。本文所引用相关表述均为职业媒人或婚配过程中男女双方父母的表述。本文所称女儿为女方视角，儿子为男方视角，新人小家庭为年轻男女组建的新家庭。

三、女方竞争：高额彩礼的归属机制与象征机制

当前，北方大部分农村的彩礼价格上涨是一个不争的事实。笔者调查发现，“弱互助—强竞争”类型村庄出现高额彩礼的内在逻辑是女方在彩礼归属和象征问题上陷入激烈的个人、家庭与社会的竞争。同时，男女双方家庭因彩礼和婚姻关系的确立成为替代血缘关系的互助体。

（一）高额彩礼的归属机制

1. 彩礼的三重归属。彩礼问题的核心是彩礼的归属（李永萍，2022）。彩礼是男方家庭单向度给予女方家庭的“流动的礼物”。彩礼有三种去向：第一种去向是给女方父母，成为男方家庭付给女方家庭的“养育成本费”和“劳动力损失费”，或是充当女方父母其他子女的“成家立业准备金”；第二种去向是给新人小家庭，成为小家庭开始新生活的“准备金”或“启动资金”；第三种去向是回到男方父母手中，通过“陪嫁”等方式归属男方父母所有，成为男方资助新人小家庭的“储备资金”。在第一种去向中，彩礼给付是单向且没有相应补偿的。在第二种去向中，彩礼给付具有了流动的可能性，尽管彩礼最终只回流到新人小家庭手中，但能减轻男方家庭的经济负担。在第三种去向中，彩礼给付更多变成流动的“伦理责任”，是父母为了履行自己的伦理义务而尽的责任。在彩礼的三种去向中，只有第一种去向缺乏陪嫁、返还等救济机制，会严重拉高彩礼价格。在第二种去向中，彩礼成为男方父母的负担，但救济机制减弱了这种负担的影响。第三种去向因有强力的救济机制而不会产生彩

^①限于篇幅和聚焦对相关行为主体行动逻辑的分析，本文从接受主体、支付主体和社会力量三个方面，对农村高额彩礼的形成机制进行分析，但这并不是说农村高额彩礼的形成仅仅是接受主体、支付主体和社会力量三者共同作用的结果。

礼负担。平泉镇普遍盛行的是彩礼最终归属女方父母，且女方父母更多将彩礼看作其他子女的“成家立业准备金”。这导致彩礼的偿付与互助属性消解，彩礼在一定程度上变成单向度的“扶贫”。因此，女方父母为了标榜自己的要价能力、积累更多的经济资源，将高额彩礼视为家庭竞争优势的重要体现。同时，应当指出的是，彩礼归属暗含了姻亲关系中互助的可能与机会，但高额彩礼严重侵蚀了彩礼本身的互助功能，大大降低了姻亲之间互助的现实可能性。

2. 彩礼的分配逻辑。彩礼价格的核心是彩礼的分配。有学者认为，女方的要价能力决定了彩礼的高低（李永萍，2022），但分配逻辑对彩礼价格的影响往往具有决定性。一般来说，彩礼是由女方父母根据自身家庭情况来支配。女方家庭分配彩礼，有三个基本分配主体和三重分配逻辑。第一个主体是女方父母，即彩礼向上分配。在“弱互助一强竞争”类型村庄，女儿不是养老责任和养老成本的主要承担者。由于年轻男性普遍外出打工，“儿子出钱、女儿出力”的养老模式（许琪，2015）不再可靠。女方父母发现养老需要自己负责，要攒够“养老钱”。在子女养老不再可靠的现实困境下，女方父母需要通过扣留、提高女儿的彩礼要价来积累自己养老的资金。第二个主体是女方父母的其他子女，即彩礼同代分配。在北方农村，独生子女家庭占少数，大多数北方农村家庭是一儿一女或一儿二女的家庭。女方父母在留足家庭储备资金后，通常会将剩余的彩礼用于其他子女的婚嫁、教育和生活等支出，甚至是购房、购车。彩礼同代分配的原因是女方父母需要解决家庭生存及其他子女的发展问题。第三个主体是新人小家庭，即外向分配。甘肃省庆阳市平泉镇流行的20多万元彩礼一般会掏空一个农村家庭的全部积累，部分家庭甚至需要向他人借钱。郝海波（2021）指出，河南等北方农村地区60%以上的农村家庭会因为高额彩礼选择向亲朋好友借钱或向银行贷款。对女方父母来说，“彩礼是必需的，但可以通过借贷的方式让女儿女婿的生活不那么困难”。在这种伦理关怀下，男方家庭可以借钱支付彩礼钱，这种借贷会导致女方父母索要更高额的彩礼。此外，在彩礼给予女方家庭之后，部分女方父母还会选择将彩礼存入银行、借钱给亲朋好友。应对女方父母的养老需要、女方家庭经营需要、女方父母其他子女发展需要以及新人小家庭的可能性借贷，共同导致彩礼价格不断提高。在彩礼分配上，新人小家庭、女方父母及女方父母其他子女是竞争关系。但是，这种竞争关系因伦理纽带又保留了微弱的互助色彩。女方父母在经过家庭协商之后，仍可能会选择将得到的彩礼部分借给新人小家庭，帮助他们减轻经济压力和负担。

3. 彩礼的用途导向。彩礼的用途对高额彩礼形成具有重要作用。彩礼分配涉及谁来分配、向哪里分配的问题，彩礼的用途则是彩礼由谁来使用、怎样使用。二者主体有差异，机制有不同。一项关于彩礼用途的调查显示，约有9%的人的彩礼主要作为“间接嫁妆”，32%的人的彩礼被女方父母占有，59%的人的彩礼转化为兄弟的结婚费用（田丰和陈振汴，2016）。彩礼的用途往往由女方父母决定，彩礼的主要用途能体现高额彩礼形成的根本逻辑。笔者的调查显示，彩礼的用途主要有三个方面，第一个和最主要的用途是转化为女方父母其他子女的结婚费用。这一用途是高额彩礼“恶性循环”的根本原因。女方父母其他子女的结婚费用主要来源于彩礼，高额婚姻成本倒逼女方父母提高女儿的彩礼要价，如此往复，彩礼价格陷入不断提高的“恶性循环”。平泉镇南徐村的一位母亲说：“我可以给我的女儿少要一些彩礼，但我的儿子结婚肯定会被要很高的彩礼。”这一回答凸显高额彩礼问题的核

心是：在一个社会信任程度较低的群体中，人们的互助观念淡薄，不会以自己难以预期的结果在事前做出更加符合道义的“理性选择”。但是，彩礼在用途上同样遵循互助的逻辑。“娘亲舅大”和“一个女婿半个儿”的伦理规则决定了女方父母的其他子女和男方之间微弱的互助关系会延续。彩礼的第二个用途是女方家庭发展支出。女方父母不仅面临“给自己儿子娶媳妇”的重大人生任务，还有“建好一院房子”的人生任务。根据笔者在平泉镇八山村的观察，大多数女方父母修建房屋的费用和支付儿子彩礼的资金都来源于女儿结婚的彩礼。当建房成为必须完成的人生任务时，女方父母就必须积累足够的建房资金。在人生任务的约束下，女方父母会通过提高彩礼价格来积累“修房基金”和“儿子结婚钱”，导致高额彩礼的产生。第三个用途是女方家庭成员的发展支出。无论是老人养老，还是其他子女的教育、婚恋，都需要大量资金的支持，女方父母在自己努力积累的同时也寄希望于一笔较高的彩礼能够增加部分资金积累。提高彩礼价格成为促进资金积累的重要方式。彩礼接受主体的这种行动逻辑必然导致姻亲关系中的互助成分大打折扣，进一步扩大当前农村婚配中彩礼的互助属性与竞争属性的张力，使“弱互助”属性更加弱化、“强竞争”属性更加突出。

（二）高额彩礼的象征机制

1. “值钱”的女儿。“值钱”是女方个体竞争的标签，彩礼的多寡是女方身价的象征（杨华，2019a）。平泉镇八山村有一对堂姐妹王云和王雪，自小便相互比较。其中，王云在2017年结婚的彩礼价格是18.8万元，王雪在2019年结婚的彩礼价格是22.8万元。彩礼价格首先是个人“面子”的竞争。王云认为，“自己是因为结婚早所以礼金低，并不是不如王雪”；王雪认为，“自己学历较高，相貌出众，所以在彩礼谈判中要求必须加到22.8万元，以比王云高4万元”，“男方愿意给自己更多的彩礼，自己当然比王云强”。这种个人的竞争与攀比源自家庭内部的竞争与攀比，个人面子竞争成为推动彩礼价格提高的一个普遍因素。彩礼价格其次是家庭之间的培养能力的竞争。王云与王雪同属一个大家族，但不同家庭之间存在非常激烈的竞争。王云的父母和王雪的父母在彩礼一事上进行过多次争论，分别从嫁娶早晚、学历层次、颜值高低、高矮胖瘦等方面据理力争，认为“自己的女儿更值钱”，应该索要更高的彩礼。彩礼价格最后是女方父母的“自我理性化”。这对堂姐妹的父母均认为，彩礼多要一点女儿才会受到男方家庭的重视，“要的少就不会心疼钱，也不会心疼我的女儿”。这种自我理性化反映了女方父母提高彩礼价格的心态。女方父母将彩礼看作是自己或女儿“值钱与否”的象征，将彩礼作为保障女儿家庭地位的象征，导致彩礼价格不断提高。

2. “不赔钱”的家庭。“不赔钱嫁女儿才是有能力的家庭”。有研究提出，高额彩礼是女儿优秀的标志，并转化为女方家庭在村庄中的面子，高额彩礼通过依附社区价值而获得维系动力（李永萍，2018b）。笔者在考察陇东、鲁北、鄂西和黔东的“强互助—弱竞争”“弱互助—弱竞争”类型村庄的彩礼要价动机时发现，鄂西、黔东等地区彩礼价格不高的原因是家庭之间没有激烈的竞争。甘肃省庆阳市的村庄普遍为小亲族村庄，家庭之间的竞争十分激烈，而地方经济欠发达决定了女方父母需要从女儿身上得到超出或“扯平”抚养成本的“收入”。王云家庭与王雪家庭的彩礼价格不同，但他们都实现了自我判定的收支平衡。王云家庭在教育上投入少，因而彩礼少于王雪是能够接受的；王雪学历比王云高，晚嫁了两年，彩礼自然要高一些。因此，对于王云与王雪两个家庭来说，他们都做到了“不

赔钱”，做到了抚养成本与收入的均衡。但是，抚养成本往往是难以计算的，也是难以被准确衡量的，家庭只能根据外化特征，即学历、颜值、工资、家庭条件等“明码抬价”，促使彩礼价格被不断抬升。提高彩礼价格不仅能保证抚养成本和收入的平衡，还能在家庭之间的竞争中取得“优势”，获得更高的面子价值和舆论支持。

3. “养得好”的村庄。村庄之间的舆论竞争促使彩礼价格向上看齐。2021年，笔者调查发现，平泉镇八山村彩礼价格提高到23万元左右，相邻的南徐村的彩礼价格大多维持在18万元左右。八山村的人认为，“南徐村在抚养女儿方面抠抠搜搜，既没有投入足够的教育资金，也没有培养足够的个人能力，在彩礼谈判中自然要不了高价”。面对村庄竞争，南徐村在彩礼谈判中逐步提高要价。2023年南徐村的彩礼价格也普遍涨到21万元~23万元，与八山村的彩礼要价一致。在村庄竞争中，彩礼价格会影响村庄整体形象的评判。南徐村的人认为，“八山村的女儿养得就是好，能给爸妈把钱挣回来”。激烈的村庄竞争成为推动彩礼价格不断提高的重要因素。

（三）女方竞争的逻辑审视

在归属方面，“弱互助一强竞争”类型村庄的彩礼归属女方父母，使得彩礼由双向的情义互换（李升和方卓，2021）变成单向的“经济扶贫”，由低度的礼俗秩序变为高度的经济往来。彩礼优先分配给女方父母及其他子女，其次才是新人小家庭。女方父母及其他子女在彩礼分配上有话语权，养老焦虑和发展需要排斥了女儿的分配权利，促使彩礼高度异化。在用途方面，彩礼主要用于兄弟结婚、修建新房、家庭成员发展等三个主要方面，满足女方家庭的家庭繁衍、血脉传承、修建新房和经营家庭等需要，却忽视了女儿组建新家庭需要经济支持的需要，使得彩礼由支持新人小家庭发展转为支持女方父母儿子家庭的发展。彩礼流动路径的异化导致彩礼价格提高。尽管存在姻亲关系的互助体系和“彩礼借贷”的微弱互助形式，但彩礼的归属、分配和使用使彩礼更具竞争性，互助性减弱。

从象征视角看，彩礼高低成为女儿“值钱与否”和“是否重视女儿”的象征，被视为家庭话语权的体现，进一步导致彩礼的异化与人的物化。家庭之间的彩礼攀比与村庄之间的比较，促使每个家庭、每个村庄淡化彩礼的礼俗意义和看重彩礼的具体数额，将原本象征美好爱情的“纳征”变成“卖女儿”。

“高价卖女儿”是不正确的，也是受八山村和南徐村的村民所谴责的，但他们所代表的女方家庭被个人、家庭和村庄之间的竞争影响。高额彩礼所代表的“值钱”“不赔钱”“养得好”推动彩礼价格提高，并呈现疯涨态势。

四、男方竞争：高额彩礼的责任机制与挤压机制

彩礼的经济属性能展示男方家庭的经济实力和地位。大家都知道高额彩礼会给家庭带来沉重负担，但为什么男方家庭依然要支付20多万元的彩礼？笔者调查发现，在“弱互助一强竞争”类型村庄，男方家庭是高额彩礼形成过程中的重要主体。作为给付一方，代际责任使男方在家庭内部需要互相“给一个交代”，这种结构性挤压致使男方家庭失去彩礼议价主动权。农村男性只能被动接受高额彩礼的现实，部分农村男性更是被迫晚婚或不婚。

（一）高额彩礼的责任机制

从代际责任视角分析不同农村地区的代际关系及彩礼制度，能有效阐释高额彩礼的形成动力。代际责任是指代与代之间的伦理性义务，包含父代对子代和子代对父代的双向伦理责任（杜姣，2017）。

1. 父代责任：“给自己一个交代”。有研究认为，南方农村彩礼价格普遍较低是因为父代责任较弱，而北方农村高额彩礼源于父代的强责任（杨华，2019b）。这种强责任主要体现在高质量养育、建新房、帮子代娶妻、帮子代帮忙带孩子以及其他无条件的各类支持上。帮助子代娶妻是“弱互助一强竞争”类型村庄的父母必须完成的最大的人生任务，父代会参与子代的婚配对象选择、彩礼支付和婚姻仪式等婚配全过程。父代为了早日完成人生任务，往往会主动同意女方的高额彩礼要求。人生任务具有强烈的代际责任符号，而代际责任则是彩礼支付的内在基础（何倩倩，2021）。在父代观念中，“必须给儿子娶媳妇”“儿子没娶媳妇就是自己人生的失败”。不给自己一个交代，父代会觉得在社会竞争中落了下风。在这种强代际责任驱使下，父代会采取多种方式为子代娶媳妇，以完成人生任务，甚至选择高利贷或逼迫女儿早婚获得彩礼钱（陶自祥，2011）。当代际责任与彩礼关联起来，父代就有了支付高额彩礼的内驱力。女方家庭将这种代际责任运用到彩礼要价谈判中，促使男方父母在高额彩礼的社会环境中心甘情愿被“代际剥削”（王德福，2014）。

2. 子代责任：“给父母一个交代”。子代对父代的伦理责任主要包括养老、成婚和育儿三件大事。在“弱互助一强竞争”类型村庄，子代不仅要高质量完成父代的养老任务，还必须以成婚、生子作为对父代养育之恩、彩礼支付的回报。当女方父母提高彩礼价格时，受过高等教育或经商务工成功的年轻人往往会拒绝婚约。然而，更多的农村男性不得不履行家庭血脉延续的责任，早日完成父母期望的“结婚生子”。一方面，父代会主动灌输“晚婚娶不到好媳妇”“再不结婚就只能找别人剩下的”等观念；另一方面，子代的“个体化”观念觉醒和成婚责任履行之间产生极大的张力。在子代观念中，“不结婚就对不起父母的养育之恩，哪怕彩礼再高也必须结婚，给父母一个交代”。不给父母一个交代，就是不孝子，子代就会在社会竞争中落入下风。在这种主观责任机制下，子代被动地在高额彩礼的社会环境中接受高额彩礼，以“给父母一个交代”。

（二）高额彩礼的挤压机制

1. 结构失衡挤压男方议价自主权。结构失衡主要体现在两个方面：一是同胞结构。男方家庭人口结构是影响彩礼价格的重要因素，男方家庭子女数量会影响彩礼价格的高低。当男方家庭有两个及以上的待婚男性时，女方家庭往往会提高彩礼价格，超过当地平均水平。对女方家庭来说，这既能验证男方家庭的经济能力，又能保障新人小家庭的发展。当男方家庭为独生子家庭时，彩礼价格一般为当地平均水平。当男方家庭有一儿一女或一儿二女时，彩礼价格会略高于独生子家庭的要价，但低于多子家庭的要价。二是性别结构。农村生育率下降是推高彩礼价格的一个重要因素（许琪和朱袁庆，2024）。在北方村庄，原有男女性别结构基本平衡。但随着计划生育政策的实施，一方面，农村总体生育率下降；另一方面，“生儿偏好”使村庄性别结构失衡。适婚男性数量明显超过适婚女性数量，使得女方家庭在彩礼议价中占据主动，男方则面临性别结构失衡所带来的婚配竞争压力，和其他男性一起“被

挑选”。在这种性别结构失衡的婚配竞争中，个人能力无疑是重要的，但彩礼支付能力更具有吸引力。性别结构失衡迫使男方支付更高的彩礼，以在婚配竞争中占据优势。

2. 婚姻市场扩展挤压男方议价自主权。改革开放前，农村婚姻圈基本维持在同乡镇范围内，鲜有跨县（市、区）和跨省的婚姻。改革开放后，农民开始进城务工，婚姻市场从本地扩展到全国，为女性向外寻求婚姻提供了可能性，再加上男方父母“担心外地媳妇会跑掉”，从而压缩了农村男性的婚配选择。有研究指出，男性村民出生年代越晚，结婚年龄越晚，通婚范围越大，同时择偶时间、择偶方式、家庭背景和村庄非农化水平是影响通婚范围的主要因素（张翼和尹木子，2017）。打工青年的跨省婚姻，甚至跨国婚姻不断出现，使得婚姻在村庄文化中的象征意义逐渐淡化（宋丽娜，2010）。农村女性外嫁越来越多，加剧了农村的性别结构失衡。婚姻圈越开放，婚姻资源流动越快，农村适婚男性的选择余地越小。农村适婚男女在婚姻市场上选择权的差异使男性逐渐失去彩礼议价中的主动权。男方家庭在婚配过程中被迫不断提高彩礼价格，以此获得女方家庭的“优先关注”。

（三）男方竞争的逻辑审视

在责任视角下，为了完成人生任务，男方家庭陷入责任伦理困境。男方父代和子代都被代际责任和人生任务的逻辑所牵引：一方面，父代为了“给自己一个交代”，实现家庭血脉延续，完成给儿子娶媳妇的任务，从而愿意支付高额彩礼；另一方面，子代为了“给父母一个交代”，回馈父母养育恩情，完成父母早日成婚的愿望，从而被迫接受高额彩礼。家庭帮衬是农村高额彩礼形成的动力机制和保障机制（陈秋盼等，2018），没有男方父母的全力支持，大多数年轻男性无法独立支付高昂的彩礼。当男方家庭将婚姻看作人生任务和必须完成的伦理要求时，他们便具有支付高额彩礼的内驱力。这降低了彩礼的互助属性，强化了彩礼的竞争属性，推动高额彩礼的形成。

在挤压视角下，农村性别结构失衡是高额彩礼形成的重要土壤。男方家庭子女数量影响彩礼高低，男方家庭儿子较多会稀释男方家庭财富，催生女方家庭索要高额彩礼的动机。性别结构失衡使男方具有为了在婚配过程中占据主动而支付高额彩礼的动力。婚姻市场从本地扩展到全国，加剧了农村性别结构失衡。男女婚配选择权存在显著不同，男方家庭只有主动提高彩礼价格，才能在本地婚姻市场中获得竞争优势。在性别结构失衡和婚姻市场扩展的双重挤压下，农村男性的婚恋空间缩小，失去了彩礼议价的自主权，为了结婚只能支付高额彩礼。

在高额彩礼的形成过程中，男方家庭天然具有代际责任，愿意支付高额彩礼以在村庄与家庭竞争中占据优势。结构失衡和婚姻市场挤压使男方家庭主动支付高额彩礼，以在村庄和家庭竞争中获得社会声望。男方家庭在代际责任的内驱、结构失衡与婚姻市场挤压的外驱推动下，支付高额彩礼，使彩礼的互助属性和礼俗性质被不断消解，使彩礼的竞争属性和经济性质被不断强化。需要指出的是，有部分男方家庭在支付高额彩礼过程中带有“夸富宴”色彩，意图通过高额彩礼实现“斗阔”“炫富”的目的（蔡华和何长英，2022）。但这种现象主要存在于江浙沿海等地区的“弱互助—弱竞争”类型村庄中，“弱互助—强竞争”类型村庄的村民一般都比较排斥与谴责这种现象。

五、社会竞争：高额彩礼的配对机制与定价机制

一般认为，在农村只有通过“媒妁之言”，婚姻才是合乎礼数的；男女青年经由本地长者介绍，才能永结同心；哪怕自由恋爱，男女结婚也要安排媒人承担中间角色（郝建平，2010）。随着经济社会发展，农村媒人开始由德高望重之人转变为职业媒人，具有职业化趋向（王敬和海莉娟，2018）。高额彩礼的形成不仅与接受主体与给付主体有关，还与以职业媒人为代表的社会力量的推动有关。从成本的角度看，男方家庭要支付的婚姻成本包括媒人费用、彩礼、婚礼费用及婚房费用（靳小怡和段朱清，2019）。笔者调查发现，甘肃省庆阳市平泉镇的媒人费用从10年前的1000元增长到2024年的5000元至2万多元，增长迅速。当地一位男性媒人说：“一年只要介绍成两对，就能挣4万多。”部分社会力量进一步推动婚配竞争强化，是农村高额彩礼的重要推手。

（一）高额彩礼的配对机制

1. 条件错配异化婚配竞争。在农村婚配过程中，媒人往往掌握一定数量的适婚男性和女性资源。现实的婚配逻辑是：男方家庭条件好，配对家庭条件一般的女方；男方家庭条件一般，配对个人条件较差的女方；男方家庭条件差，配对单亲家庭或有生理缺陷的女方。媒人根据学历、身高、相貌、家庭位置和工作收入等，按照男方略高于女方一个层级的方式进行男女配对。在这种情况下，双方一般都能满意，彩礼价格也会比较正常。但部分职业媒人为了提高婚配竞争程度，会进行“错配”。错配的逻辑是：男方条件不好，配对条件好或经济实力差不多的女方，利用女方的高要求制造适婚男性的焦虑；经济条件好的男方，配对单亲家庭或有生理缺陷的女方，利用女方较差的状况降低经济条件好的男方的婚配预期；夸大性别结构失衡，刻意降低适婚男性的婚配次数，制造男性婚恋焦虑。通过条件错配，部分职业媒人等社会力量异化婚配竞争，促使适婚男性支付高额彩礼来匹配一个满意的女性。

2. 市场错配异化彩礼竞争。一方面，职业媒人利用信息资源、网络直播等方式扩大婚恋圈，使部分适婚男性得以向外寻求配偶，在男女婚配过程中帮助很多家庭解决了婚配难题，帮助本地择偶困难男女实现了婚配，被很多家庭视为座上宾。另一方面，在婚配过程中，部分职业媒人利用信息不对称和信息资源优势提高女方家庭心理预期，抬高彩礼价格。职业媒人的信息网络不断扩展，从线下交流扩展到线上直播介绍，“农民在更广阔的区域中争夺女性资源，打破了原来小区域的通婚规则”（王振和刘成良，2018）。通婚圈变化使适婚女性的选择增多，婚配竞争更加激烈，造成婚姻成本不断上涨。在部分职业媒人的婚配介绍中，女方家庭彩礼要价向更高水平看齐，致使彩礼价格不断提高，彩礼的互助属性和礼俗性质被削弱。

（二）高额彩礼的定价机制

1. 职业媒人引导女方家庭多要彩礼。部分地区的职业媒人以盈利为目的，依靠彩礼抽成获得收入。在婚配过程中，这类职业媒人通过以下三种方式引导女方家庭索要高额彩礼。一是抬高女方的自我认知，提高要价预期。职业媒人与女方会面时，往往会夸赞女方的条件，拔高女方自我认识，为提高彩礼要价做心理上的铺垫。二是抬高女性的家庭地位，增强要价的合理性。职业媒人介入男女双方彩礼议价时，通常会强调女方的家庭地位和经济能力，为提高彩礼要价埋下伏笔。三是提高女方的社会地

位，增加彩礼要价的可能性。职业媒人在彩礼定价时，会着重强调婚姻市场中女性资源的稀缺程度，强调现代女性的独立地位和自我意识，引导和培养女方的要价意识。总之，部分职业媒人依靠掌握的女方信息引导女方提高彩礼要价。

2.职业媒人引导男方家庭多出彩礼。部分地区的职业媒人获得收入的主要途径是男方的彩礼抽成。笔者的调查显示，平泉镇职业媒人收入包括彩礼的10%、女方支付的误工费 and 辛苦费。在婚配过程中，这类职业媒人会在三个阶段引导男方家庭多出彩礼。一是在婚配过程前，夸大婚配难度，为男方家庭支付高额彩礼埋下伏笔。职业媒人会强调婚配难度，降低男方家庭婚配预期，诱导男方家庭支付高额彩礼。二是在婚配过程中，减少男方的婚配次数，营造婚配困难的氛围，为男方家庭支付高额彩礼奠定基础。职业媒人将男方信息纳入信息资源网络，不进行循环配对，而是采取一天一个、一周一个等低频率配对方式，营造婚配困难的氛围。三是在彩礼议价和定价阶段，强调男方责任，提高男方家庭的支付意愿和动力。职业媒人在议价和定价环节，会放大女方优点，提高男方家庭支付高额彩礼的意愿；放大成婚的必要性和完成人生任务的重要性，增强男方家庭支付高额彩礼的动力。总之，部分职业媒人通过夸大婚配难度、减少婚配次数、强调男方责任和人生任务等方式，引导男方家庭支付高额彩礼。

（三）社会竞争的问题审视

在婚配过程中，职业媒人承担“议价人”和“中间人”角色。部分职业媒人会因彩礼抽成而隐瞒某些信息（李琼，2003）。“议价人”角色促使职业媒人利用手中资源，通过条件错配异化婚配竞争，通过市场错配异化彩礼竞争。这部分职业媒人具有抬高彩礼的动机，“中间人”角色使职业媒人对彩礼具有基础定价权，促使男女双方共同接受高额彩礼。农村婚姻市场的信息不透明和礼俗区隔，导致男方家庭往往只能通过熟人社会网络了解适婚女性。为精准匹配和提高婚配成功率，男方愿意带礼物、托关系寻求职业媒人的帮助。职业媒人的兴起似乎提高了婚配的选择余地，但实际上却可能放大婚配竞争，致使彩礼价格不断提高。部分职业媒人参与婚配、彩礼议价和定价过程，推动彩礼价格不断提高。虽然彩礼议价过程比较焦灼，但男方因接受不了女方家庭高额彩礼而放弃这门亲事的情形比较少见（王思凝等，2020）。高额彩礼给男方家庭带来巨大经济负担，但他们想要结婚就只能接受高额彩礼的现实。

六、结语

农村高额彩礼带来了一系列不良后果，必须坚持系统观念，根据其复杂的形成机制推进综合治理。本文试图回答的问题是：在农村高额彩礼形成过程中，为什么女方家庭愿意抬高价格，女方家庭是如何抬高价格的；为什么男方家庭要支付高额彩礼，男方家庭是如何被“规训”的；职业媒人在高额彩礼形成过程中如何发挥作用。在“弱互助—强竞争”类型村庄，彩礼的互助属性比较弱，竞争属性偏强，致使农村高额彩礼现象频现。

本文构建“互助—竞争”分析框架，聚焦“弱互助—强竞争”类型村庄，从女方、男方和职业媒人等社会力量三个视角，分析高额彩礼如何形成。研究发现：农村高额彩礼是农村婚姻市场中男方、

女方和部分职业媒人三方共同作用的结果。在彩礼较高的农村地区，彩礼的归属机制决定彩礼的最终流向，决定高额彩礼问题的区域差异；彩礼的象征机制提高女方家庭的彩礼要价能力，推动彩礼与面子等挂钩而不断提高。彩礼的责任机制决定彩礼的支付动机，决定高额彩礼被男方“自我合理化”；彩礼的挤压机制导致男性婚配困难，抬高彩礼价格。彩礼的配对机制异化婚配和彩礼竞争，导致高额彩礼问题的治理阻滞；彩礼的定价机制推动彩礼价格提高，放大了婚配竞争与彩礼竞争。

本文的研究结论可以得到如下政策启示。通过举办集体婚礼、倡导零彩礼、出台强制性法规和政策条文等方式治理农村高额彩礼问题具有一定效果，但难以从根本上解决高额彩礼问题。本文认为，应根据具体情况进行综合治理。这主要包括以下四个方面。一是综合施策，夯实农村高额彩礼治理的社会基础，强化法治保障。要多措并举，将抵制高额彩礼纳入村规民约，充分发挥宣传标语、宣传栏、农村广播等传统媒体和微信、微博、短视频等新兴媒体的矩阵效应，改变农村彩礼接受主体、支付主体和社会力量既有的高额彩礼观念，帮助男女双方家庭形成正确的婚恋观和彩礼观，树立抵制高额彩礼的集体意识和村庄共识。要强化法治保障，进一步修订治理高额彩礼的相关法律条文，依法严厉打击通过高额彩礼骗财敛财的各种行为。二是多管齐下，推动接受主体归属机制和象征机制的调整，约束女方家庭追逐高额彩礼的行为。要进一步完善治理高额彩礼的相关政策，根据地方经济社会发展水平明确女方接受彩礼的上限及其返还原则，构建彩礼归新人小家庭的政策。要构建约束女方家庭索要高额彩礼的非正式制度，树立以婚姻幸福代替彩礼高低、以家庭和睦和经营能力代替计算抚养女儿成本的文明乡风。三是多措并举，推动给付主体责任机制和挤压机制的调整，引导男方家庭抵制高额彩礼。要弱化男方父母对儿子成婚的代际责任，改变男方家庭竞争性支付高额彩礼的土壤。推动父代改变“帮助儿子娶媳妇是人生的最大任务”等观念和对“外地媳妇”的偏见，推动子代转变“完成父母期待的成婚和生育是人生的第一位任务”等观念。完善乡村养老和社会保障体系建设，提高女方父母对稳定养老保障的预期。民政部门要主动担责，建立线上线下婚配平台，减轻农村适婚男性的婚姻焦虑。四是多策并用，推动社会主体配对机制和定价机制的调整，建立健全乡村职业媒人行为准则。要建立乡村职业媒人信息库，明确提出乡村职业媒人准入标准，倡导由德高望重的乡贤能人担任乡村职业媒人。要科学制定并适时出台《乡村职业媒人行为准则》，为乡村职业媒人提供基本行为遵循。强化乡村职业媒人的公益性，推动乡村职业媒人收入由彩礼提成向婚配成功次数转变。严厉打击乡村职业媒人诱导女方提高彩礼价格、哄抬彩礼价格等行为。

参考文献

1. 蔡华、何长英，2022：《凉山彝族婚嫁“高额彩礼”问题研究》，《民族学刊》第3期，第67-74页。
2. 陈秋盼、王海平、康丽颖，2018：《家庭帮衬：农村青年婚姻中高额彩礼的形成机制分析》，《当代青年研究》第5期，第48-53页。
3. 董磊明、陈柏峰、聂良波，2008：《结构混乱与迎法下乡——河南宋村法律实践的解读》，《中国社会科学》第5期，第87-100页。

- 4.杜姣, 2017: 《城市化背景下农村老人利他型自杀的形成机制分析——基于鄂中地区 S 村的个案研究》, 《南方人口》第 2 期, 第 50-61 页。
- 5.费孝通, 2007: 《江村经济》, 上海: 上海人民出版社, 第 247 页。
- 6.弗里德曼, 2000: 《中国东南的宗族组织》, 刘晓春译, 上海: 上海人民出版社, 第 38-40 页。
- 7.桂华、余练, 2010: 《婚姻市场要价: 理解农村婚姻交换现象的一个框架》, 《青年研究》第 3 期, 第 24-36 页。
- 8.郝海波, 2021: 《制度变迁视角下的移风易俗和乡村社会秩序重塑——以河南省 N 县农村高额彩礼治理为中心的考察》, 《治理研究》第 2 期, 第 92-101 页。
- 9.郝建平, 2010: 《中国古代的媒人浅议》, 《天府新论》第 4 期, 第 123-127 页。
- 10.何倩倩, 2021: 《农村彩礼变动的两重分析: 婚配性别比结构与代际责任》, 《华中农业大学学报(社会科学版)》第 2 期, 第 120-127 页。
- 11.贺雪峰, 2012: 《论中国农村的区域差异——村庄社会结构的视角》, 《开放时代》第 10 期, 第 108-129 页。
- 12.胡敬阳, 2023: 《彩礼的制度机理与国家规制》, 《青海民族研究》第 2 期, 第 118-125 页。
- 13.靳小怡、段朱清, 2019: 《天价彩礼源何来: 城镇化下的中国农村男性婚姻成本研究》, 《妇女研究论丛》第 6 期, 第 18-31 页。
- 14.李琼, 2003: 《婚姻合约中的信息不对称问题》, 《浙江经济》第 2 期, 第 62-63 页。
- 15.李升、方卓, 2021: 《乡村婚姻支付的社会交换逻辑——基于豫东 F 乡高额彩礼的个案研究》, 《贵州师范大学学报(社会科学版)》第 6 期, 第 17-24 页。
- 16.李霞, 2008: 《民间习俗中的彩礼及其流变》, 《民俗研究》第 3 期, 第 253-262 页。
- 17.李永萍, 2018a: 《北方农村高额彩礼的动力机制——基于“婚姻市场”的实践分析》, 《青年研究》第 2 期, 第 24-34 页。
- 18.李永萍, 2018b: 《联合家庭再生产模式: 理解低额彩礼的一种视角——基于粤北宗族性村庄的考察》, 《当代青年研究》第 3 期, 第 96-102 页。
- 19.李永萍, 2022: 《归属视角下农村低额彩礼形成的动力机制——基于赣南 G 村的田野调查》, 《北京社会科学》第 1 期, 第 120-128 页。
- 20.刘成良, 2018: 《因婚致贫: 理解农村贫困的一个视角》, 《南京农业大学学报(社会科学版)》第 3 期, 第 37-44 页。
- 21.牟敏娜, 2023: 《作为“保证金”的彩礼: 婚姻契约视角下的江西农村彩礼研究》, 《当代青年研究》第 4 期, 第 78-89 页。
- 22.牟敏娜, 2024: 《支付还是契约? 农村彩礼支付实践的类型化研究》, 《中国农村观察》第 2 期, 第 168-184 页。
- 23.宋丽娜, 2010: 《打工青年跨省婚姻研究》, 《中国青年研究》第 1 期, 第 64-68 页。
- 24.陶自祥, 2011: 《高额彩礼: 理解农村代内剥削现象的一种视角——性别视角下农村女性早婚的思考》, 《民俗研究》第 3 期, 第 259-269 页。
- 25.田丰、陈振汴, 2016: 《农村青年结婚高额彩礼问题探析——以福建省大田县为例》, 《中国青年社会科学》第 2 期, 第 62-67 页。

- 26.王德福, 2014: 《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》, 《湖北民族学院学报(哲学社会科学版)》第2期, 第26-30页。
- 27.王敬、海莉娟, 2018: 《婚姻市场分层化与公共仪式市场化——陕西关中地区农村青年婚嫁的运作机制》, 《中国青年研究》第6期, 第53-58页。
- 28.王思凝、贾宇婧、田耕, 2020: 《“议彩礼”: 论农村彩礼形成机制中的道德嵌入性基于甘肃L县的案例分析》, 《社会》第1期, 第1-24页。
- 29.王向阳, 2020: 《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》, 《兰州学刊》第11期, 第162-171页。
- 30.王向阳, 2021: 《当前我国农村“天价彩礼”的产生机制及其治理》, 《西南大学学报(社会科学版)》第5期, 第37-46页。
- 31.王振、刘成良, 2018: 《媒妁之言: 宗族村落的媒人、彩礼与婚姻市场——基于赣南农村的调查》, 《北京社会科学》第12期, 第105-113页。
- 32.夏柱智、贺雪峰, 2017: 《半工半耕与中国渐进城镇化模式》, 《中国社会科学》第12期, 第117-137页。
- 33.熊风水、慕良泽, 2009: 《婚姻偿付·婚姻资助·姻亲互惠——对农村婚姻支付实践的尝试性解读》, 《新疆社会科学》第1期, 第101-105页。
- 34.徐晓军、孙晓红, 2021: 《农村“倒贴彩礼”的发展逻辑——基于江汉平原北村的调查》, 《北方民族大学学报》第3期, 第117-123页。
- 35.许琪, 2015: 《儿子养老还是女儿养老? 基于家庭内部的比较分析》, 《社会》第4期, 第199-219页。
- 36.许琪、朱袁庆, 2024: 《同胞数量和结构对农村家庭彩礼支出的影响》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第3期, 第146-162页。
- 37.阎云翔, 2016a: 《私人生活的变革: 一个中国村庄里的爱情、家庭与亲密关系(1949—1999)》, 上海: 上海人民出版社, 第172页。
- 38.阎云翔, 2016b: 《礼物的流动: 一个中国村庄中的互惠原则与社会网络》, 李放春、刘瑜译, 上海: 上海人民出版社, 第192页。
- 39.杨华, 2019a: 《代际责任、通婚圈与农村“天价彩礼”——对农村彩礼机制的理解》, 《北京社会科学》第3期, 第91-100页。
- 40.杨华, 2019b: 《农村婚姻挤压的类型及其生成机制》, 《华中农业大学学报(社会科学版)》第4期, 第25-34页。
- 41.杨华, 2024: 《农村高额彩礼形成的社会机制研究》, 《妇女研究论丛》第2期, 第1-15页。
- 42.张艳霞、刘远冬, 2024: 《农村新生代青年低额彩礼的形成机制及其现实挑战》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第3期, 第163-180页。
- 43.张翼、尹木子, 2017: 《村庄婚姻圈变迁及影响机制分析——以华北F村为例》, 《北京社会科学》第1期, 第81-89页。
- 44.朱战辉, 2017: 《农村彩礼性质的区域比较研究》, 《当代青年研究》第4期, 第61-66页。

A New Exploration of the Formation Mechanism of High Betrothal Gifts in Rural Areas: Based on the Analytical Framework of “Mutual Assistance–Competition”

LIU Wugen CHEN Dongliang
(College of Marxism, China Agricultural University)

Summary: Bridal price has historically played a positive role in Chinese marriages. However, due to various reasons, in recent years, the amount of bridal price has been continuously rising in some rural areas of China, which has attracted widespread attention from all sectors of society. Currently, to effectively improve the governance efficiency of high bridal prices in rural areas, it is necessary to deeply analyze the causes of high bridal prices in rural areas. Bridal price has the dual attributes of mutual assistance and competition. Based on the “mutual assistance–competition” analytical framework, this paper conducts an in-depth analysis of the action logics of the three main bodies in the formation process of high bridal prices in rural areas.

The study finds that, from the perspective of the action logics of the main bodies in the formation process of high bridal prices in rural areas, high bridal prices in rural areas are jointly promoted and formed by the receiving main body, the paying main body, and social forces. As the receiving main body, the bride’s family generates the demand for high bridal prices according to the ownership mechanism and symbolic mechanism of the bridal price. As the paying main body, the groom’s family has the willingness to pay high bridal prices based on the responsibility mechanism and the pressure mechanism. Professional matchmakers, as social forces, use the matching mechanism and pricing mechanism to induce both the bride and the groom to increase the bridal price. To deeply promote the comprehensive governance of high bridal prices in rural areas and effectively improve the governance level of high bridal prices in rural areas, on the basis of further in-depth analysis of the causes of high bridal prices in rural areas, it is necessary to adhere to a problem-oriented approach, systematic thinking, adopt multiple measures simultaneously, promote multi-party collaboration, and implement comprehensive policies.

On the basis of steadily improving the overall level of rural economic and social development, comprehensively enhancing the social security level of farmers, improving the gender ratio structure in rural areas, and perfecting the rural marriage market system, the following aspects of work especially need to be done well. First, adopt comprehensive policies to strengthen the social foundation and legal guarantee for the governance of high bridal prices in rural areas. Second, take multiple measures simultaneously to promote the adjustment of the ownership mechanism and symbolic mechanism of the receiving main body, and restrict the behavior of the bride’s family in chasing high bridal prices. Third, take a variety of measures to promote the adjustment of the responsibility mechanism and pressure mechanism of the paying main body, and guide the groom’s family to resist high bridal prices. Fourth, make precise efforts to promote the adjustment of the matching mechanism and pricing mechanism of social main bodies, and establish and improve the code of conduct for rural professional matchmakers.

Keywords: High Bride Price; Mutual Assistance–Competition; Marriage Market; Intergenerational Responsibility; Marriage Squeeze; Professional Matchmaker

JEL Classification: R20; Z13

(责任编辑：光明)