

高价彩礼降温，还需慢功夫

□□ 刘诗麟



近段时间以来，有关农村高价彩礼的话题频频登上热搜。据报道，一名大学男生通过“领导信箱”给某地县长留言，在信中表示自己被女友父母告知该县最低彩礼28.8万元，自己家中负担不起，请求当地整治高价彩礼。该县县委宣传部回复称，近年该县婚嫁彩礼总体呈下降趋势，将以此事为切入点，强化工作措施，遏制高价彩礼等陈规陋习。另一则新闻中，江西某地发布通告规定“彩礼超过6万元可举报”，后因群众认为规定的彩礼数额不合适，通告被撤销。可以看到，高价彩礼仍然困扰着一些农村群众，也备受社会舆论关注。

彩礼民俗在我国由来已久，是男方家庭用来表达感情和礼节的载体，承载着父母对新人的支持与祝福。具体到彩礼数额上，不论是前文男子口中的28.8万元，还是通告中引发争议的6万元，哪个数目是合适的，实际上并没有标准答案，而是与家庭的能力和意愿有关。如果男方家庭经济条件好、负担得起，双方家庭协商一致，多给点彩礼钱能让双方皆大欢喜，这无可厚非。但是如果彩礼金额超出了家庭承受能力，甚至让男方家庭背上沉重

整治农村高价彩礼仍然有很长的路要走，是一项需要耐心和韧性的慢功夫。一方面要结合农村地区的具体情况，因地制宜、因事施策，让彩礼为幸福婚姻增色，而不是成为年轻人婚恋的沉重包袱；另一方面要加强宣传引导，让更多农村家庭接受认同婚姻新风。

负担，显然就变了形、走了样。现实中，一些地方曾出现过因彩礼谈不拢导致婚事没办成的例子，也有农村家庭东拼西凑支付了彩礼，到头来却因婚后经济负担重，影响夫妻之间的和睦，着实可叹可惜。所以，部分农村适婚青年“谈彩礼色变”，网络上也不时出现“给高价彩礼降温”的呼声。

在整治高价彩礼问题上，许多地方多年来持续采取行动，也取得了一定成效。例如前文里大学生在信中提到的县城，就曾发布“治理高价彩礼，推动移风易俗”倡议书，并在各乡镇建立了婚恋服务站，多次策划举办集体婚礼和单身青年联谊活动。然而无论是“男生写信给县长求整治高价彩礼”，还是饱受争议的

“6万元限高令”，都再一次说明，整治农村高价彩礼仍然有很长的路要走，是一项需要耐心和韧性的慢功夫，并非靠地方召开几次倡导会、发布一些文件通告、限制彩礼最高金额就能彻底解决问题。长久来看，相关部门一方面要结合农村地区的具体情况，因地制宜、因事施策，让彩礼为幸福婚姻增色，而不是成为年轻人婚恋的沉重包袱；另一方面要加强宣传引导，让更多农村家庭接受认同婚姻新风。

现实中，不少地方已经探索出了一些针对性强、可供借鉴的好经验。比如，抓住党员干部等“关键少数”，为农民群众树立榜样，发挥好乡村理事会的作用，细化落实村规民约等。还有一些“诗外

功夫”也有一定启发性，有的地方村委会主动了解本村未婚青年的婚恋需求，帮助符合条件的适婚青年牵线搭桥，并借此机会引导双方家庭正确看待彩礼，和和气气地商量出令双方满意的彩礼数额，成就了不少美满姻缘；有地方倡议，适婚青年可用彩礼为父母购买养老保险或养老储蓄，这既能让女方家庭感到男方的诚意，也能减少女方父母养老的后顾之忧。此外，一些地方通过举办简约大气的麦田婚礼、国风婚礼，倡导婚事新办，也让更多农村家庭对文明新风有了直观的体验和感受。

彩礼民俗延续至今，变成了各地约定俗成的习惯。但不管怎么约定，都不能改变的是，彩礼从形式上代表的是男方娶亲的仪式感和诚意，而这份诚意的衡量价值，与男方父母的实际承受能力有关，只要他们力所能及、诚意十足地给出这份祝福，不管礼金数额是多少，都是小两口开启新婚幸福生活的美好见证。也别忘了，未来日子还长，一份持久幸福的婚姻所需的不仅是眼前的物质基础，还有美好的感情，以及共同奋斗与彼此包容。



本期关键词
玉米被拔

近日，某地一位村民通过人民网“领导留言板”反映，自家门口种植的玉米，被当地村干部要求拔除。之后当地县委办回复称，此举是为了给群众创造更加舒适的生活环境，经村民代表会议协商，决定群众门前以建设小花园、小菜园为主，不提倡种植玉米等高秆作物，对村民反映工作人员“语气傲慢、态度傲慢”问题已做出处理。此事引发了许多网友的关注和探讨。对此，你怎么看？

好好沟通很有必要

□□ 刘茜

当地县委办回复中提到，对工作人员“语气傲慢、态度傲慢”问题做出了处理，这引发笔者思考。无论是拔除玉米，还是处理乡村建设中的其他问题，好好沟通都很有必要。

美化优化乡村环境，农民是主要受益者，基层干部的出发点也是为了农民好。但出发点再好，工作任务再繁重，时限再紧张，话还是要好好说。这不仅是在人际交往的礼仪，也是乡村工作顺利开展的前提，还是基层干部为农民利益着想的直观体现。尤其是对于一些新政策新举措，更要用农民能接受好接受的方式解释清楚，如此方能事半功倍。

另外，当地在回复中表示，对相关人员进行批评教育等。要提醒的是，在对基层干部做出处罚决定之前，务必经过实际调查核实，避免因舆论压力做出不合理的处罚，给相关人员带来不必要的负担。

避免出现千村一面

□□ 苏尚久

给农民创造舒适美观的环境没有问题，但要看到，乡村不同于城市，每个乡村都有自己的特点，每家农户都有自己的需求。乡村建设不能一味追求整齐划一的效果，而应考虑本村实际，因地制宜。

乡村之美，美在纯朴自然，美在千姿百态。之所以我国南北乡村各有特色，民居院落各有风格，正是因为人们审美

和喜好不同。试想，如果村民房前屋后都栽植一样的作物，农房都刷成一样的颜色，这样的乡村难免会失去个性和灵魂，让人产生审美疲劳。在保持干净整洁的基础上，乡村建设要避免千村一面、千篇一律，应结合地方特色和农民喜好做出独特风采，让各地乡村各美其美、美美与共。

尊重农民意愿要落实落细

□□ 胡聪

事实上，当地不提倡种植玉米等高秆作物，是经过村民代表会议协商决定的，但根据这位在外务工的村民留言，可知他对此并不完全了解。乡村建设要充分尊重农民意愿，而在实际工作中，需要把这一原则落实落细。

在乡村开展工作，很多事情都关乎农民切身利益。就如本次争议中，倡导本村村民在房前屋后以发展小菜园为

主，对一部分之前不种菜的农户来讲，就需要改换种植作物。对这样的决定，在村民代表会议协商的常规流程之外，还需要考虑到本村的人口构成和务工情况，比如，对在外务工人员专门做好通知、征求意见。当然，这可能也需要基层干部额外花精力和时间，但这样把工作做到实处，工作成效才经得起检验，农民的意愿才能真正得到充分尊重。

“换上一身新装，干活时凉快多了！”近日，广东省东莞市清溪镇回应群众诉求，为环卫工人定做了一批透气和吸汗性更好的新工服，让他们感受到了夏日清凉。据悉，未来该镇所有环卫工都将换上新工服。

眼下正值高温天气，许多环卫工人奋战在户外，保障着城市环境的干净整洁。从一件工作服入手，改善工装的材质和款式，提升环卫工人在高温天的着装舒适度，体现了对高温下的劳动者的切实关怀。有关部门不妨以此为借鉴优化服务，为更多户外劳动者提供防暑降温保障，让他们收获更多实在的关怀。

这正是：高温天气工作苦，“凉”身定制换工服。薄薄新衣送清凉，劳动保护落实处。文@双生



《“凉”身定制》

作者：蒋跃新

村医“助诊包”配得好

□□ 费伟华

据媒体报道，河北省柏乡县在实施“行走的医院”项目时，为全县村医配备了全科医生“助诊包”等设备。村医可利用“助诊包”为村民做血常规化验、心电图检查、超声检查等检查项目，也可以实时向县中心医院线上问诊。“助诊包”把便捷的

医疗服务“打包”送到村民家门口，给村民带来了实实在在的就医便利。

工欲善其事，必先利其器。村医是农民群众的健康守护者，但一些村卫生室给村医提供的医疗设备比较简单，有的村医药箱里只有听诊器和常用药，有时无法全

面诊断病人病情，村民即便要做简单、常规的检查，也不得不去乡镇或县城医院折腾一趟。“助诊包”正切中了村医行医问诊的现实需求，是助力解决农村“看病难”问题的实招。

除了配备“助诊包”，加强乡村医疗服

务能力建设还有多种途径。比如，上级医疗机构可以定期派出医疗团队来乡村驻岗、开展业务指导，让优质医疗资源直接下沉到村、服务村民，也可以对村医实施临床带教，帮助他们进一步提升医疗服务水平。

县城办音乐节，别做“一锤子买卖”

□□ 刘硕颖



夏天来了，各地旅游火爆的同时，音乐节的举办也越来越火，其聚集的人气给一些地方经济带来新的发展机遇。仔细观察会发现，不止在“北上广深”这样的一线城市，武汉、长沙、杭州、济南等地的音乐节也气势颇盛，河南省焦作市修武县的“云台山音乐节”亦是迅速带起了周边民宿、餐饮商户的生意。越来越多的音乐节已不再是大城市才有的风景，而是正在涌向县城。

音乐节为何涌向县城？一方面是因为音乐节举办需求的井喷。自由的氛围、善意的社交、美好的音乐……相比传统演唱会，音乐节本身宽松、互动、交友、聚集等特性，更贴近当下年轻人的社交需求，更容易受到他们的青睐。而综艺节目如《乐队的夏天》

《我们的乐队》等，又让乐队这一演出形式收获不少人气，仅靠大城市很难承载需求的迅猛增长。另一方面，不少县城的文化活动还远远没有饱和，具有音乐节扎根发展的广阔市场空间。相比大城市市场空间有限、活动组织成本高等诸多制约，在县城举办音乐节有运营成本更低、长期落地更容易等方便之处，并且往往能获得当地更多政策支持。

多姿多彩的县城音乐节，有利于举办地拉动旅游经济、提高知名度。即使在非旅游城市，借助新兴媒体和明星效应，音乐节也能让一座城市得到全国性关注。对于当地商企、景点、文创园区等来说，音乐节带来的人气意味着商机。对于当地居民来说，音乐节不仅填补了他们的文娱需求空白，长远来看，因为举办音乐节而完善的道路、水电等基础设施，亦会让当地民众持续受益。

但不能忽视的另一面是，“黄牛”倒票、物价飞涨、安保不足、体验感欠佳等问题也显现出来。比如，有的县

城音乐节氛围感不足，“主办方甚至不让带旗子”，观众没有跟着乐队一起“嗨起来”；也有人抱怨，一到音乐节，周边住宿价格翻番上涨，场地内的餐饮更是贵得离谱。“台下乐迷往台上扔东西砸伤乐手”“本来只能容纳五千人的场地涌进一万余人”等乱象也不止一次出现，让县城音乐节的口碑大打折扣。

应该看到，音乐节是文化产品，文化品牌的打造并非易事，需要时间的沉淀和打磨，需要音乐节主办方和当地相关部门的长期深耕。如果只看到音乐节可能带来的经济效益，而匆匆忙忙地跟风举办，却忽视了观众的体验感，让满怀期待变成大失所望，无疑会让好不容易形成的好口碑毁于一旦，也难以使经济效益可持续。县城音乐节不能做“一锤子买卖”，而是要办得精彩、办得长远，在办出专业度上下功夫。这不仅给音乐节主办方，也给地方政府相关部门提出了更高的要求。

笔者以为，相关部门可以发挥政

策作用，提前有序完善道路、水电、住宿等硬件设施建设。同时可以积极谋划，通过“音乐+文旅”等方式，将当地美食、民歌民谣等元素融入音乐节中，实现横向拓展，吸引更多人气。特别是对具有优美乡村自然生态、多彩乡土民俗资源的县城来说，如果能将乡土之美充分利用起来，做出不同于大城市、具有本地特色的音乐节，既会让音乐节更有特色、鲜活有趣，也能助力当地乡村旅游发展，促进村民创业增收。

长远来看，要有挖掘地域文化、打造产业品牌的战略考量，并以音乐节为切入点，结合商演、市集、文创产品等多类活动，打造规模化的文化产业集群。比如浙江省安吉县上墅乡就以“大麓音乐山谷”项目为核心，建起了一个以音乐为主题的“未来乡村部落”，形成了集吃、住、游、购、娱为一体的音乐特色休闲业态。从打造文化产业的角度策划举办音乐节，县城音乐节才能有韵味悠长的后劲。

征稿启事

近期安徽省发布通知将开展基层农技推广人才定向培养工作，计划招录12个专业334人。定向培养生毕业后，须到指定乡镇承担农技推广工作的机构，服务时间不少于5年。这也是当地首次以定向培养模式建设农技推广人才队伍。有人认为，这种方式对地方培养基层农技人才大有裨益；也有人担心，花费大量时间和精力培养的定向人才，毕业后却不一定能从事基层农技推广工作。对此，你怎么看？欢迎各位读者围绕上述话题，踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpinglun@163.com，邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜，论述不求面面俱到，观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期：7月15日。

乐见农村提供暑期托管服务

□□ 周荣光

正值学生放暑假，笔者周末回村时看到，一些放假的孩子在村里玩耍乱跑，家里老人不放心就四处寻找，一天下来累得够呛。这引发笔者思考，如果村里也能为孩子们提供暑期托管服务，将有利于让他们度过一个快乐、安全也更有意义的暑假。

在农村，孩子们暑期缺乏看管不是个例。尤其很多年轻父母外出打工，不少孩子放假时仅靠老人照看。而大多数农村老人体力精力有限，有时管护不及，孩子可能会偷跑到水塘等有安全隐患的地段玩耍，导致溺水等事故发生。可以说，暑假期间农村孩子的看管问题，已成为许多农村家庭的头疼事。

笔者建议，各地乡镇政府可以做好相关组织工作，为村里开展暑期托管服务创造条件。具体实施可以因地制宜，或由村干部组织返乡大学生、驻村干部等，成立一支托管教师队伍，或利用农家书屋、活动中心等场所，建立托管服务中

心。在托管内容上，可以安排孩子们阅读、练字、写作业等，也可以开展文体活动，还可以结合农耕劳动教育，让孩子们开阔视野，增长知识和见识。要注意的是，应结合孩子们的兴趣爱好做好服务，让托管班真正受到孩子和家长的欢迎；对参与托管的服务人员，也要有相应补偿和激励措施，更好激发他们参与暑期托管服务的积极性。



更多三农评论，敬请关注农民日报社评论部微信公众号：重农评。