

随着时代发展,相亲的形式也在变化,由此催生出一种现象——

消费贴士

独特的“相亲经济”

经济日报·中国经济网记者 周明阳

潮流时代

不久前,一则“中国式相亲价目表”让相亲再度成为舆论焦点。“父母之命,媒妁之言”,相亲的形式古已有之,随着时代的发展,相亲的形式也与时俱进,无论是亲友、朋友、同事介绍的“被相亲”,还是自己通过相亲交友平台寻找另一半,相亲至今仍是解决单身男女婚恋问题的重要途径,由此也催生出了独特的“相亲经济”。

“中国式相亲”经久不衰

相较于早前的“先成家后立业”,现在的年轻人似乎偏爱“先立业后成家”。有调查数据显示,目前我国单身人口约2亿,其中约有2000万青年过着独居生活。有舆论认为,新一轮的“单身潮”正在到来。

很多机构试图揭示当代青年男女的婚恋状况,每到情人节、“520”、“七夕”等与爱情有关的时间节点,相关的调查报告纷纷出炉。调查结果五花八门,有一点却出奇地一致:受过良好教育、工作和收入俱佳、对新鲜事物接受度较高的职场男女在婚恋问题上显得很“传统”,对于相亲并不排斥,通过相亲建立婚恋关系的成功率也很高。

全球最大的职场社交平台LinkedIn联合珍爱网发布的《2017单身职场人调查报告》显示,职场单身男女脱单方式主要有5种:亲朋介绍占31%,比例最高,其次是职场社交占23%、婚恋网站占20%、同学聚会占14%和相亲活动占12%。智联招聘发布的《2017中国职场情感现状调查》显示,从职场白领认识异性的渠道来看,有68.73%的人群愿意接受相亲。

今年31岁的小钟曾经是“相亲大军”的一员。家境、外形条件良好,工作学历俱佳的他坦言,工作以来给自己介绍对象的人流从未断过,前前后后见了几十个,最初他也有些排斥,觉得见面很尴尬,找不到话题,后来慢慢地接受了这种形式,平时工作很忙,相亲接受“目的明确,省时省力”。见得多了,小钟也总结出自己的一套“相亲攻略”,见几面、有针对性地问几个问题,便可以判断是不是适合自己的人。去年,小钟经朋友介绍认识了现在的妻子,俩人认识不足3个月便领证结婚了。“觉得自己三十而立,也不想再挑了,刚好也遇见了合适的人,一切顺理成章。”小钟说。

婚恋交友是社会广泛关注的现实问题。相亲也许是一种迫于“工作忙、圈子窄”的无奈选择,抑或是一种快速确立婚恋关系的“捷径”。人们对相亲有着强烈的现实需求,催生出不少专门从事相亲服务的机构。如今,相亲俨然已经成为潜力巨大、前景广阔的产业了。

相亲形式花样繁多

按照相亲活动发起人与被介绍人的关系,相亲可分为被动相亲 and 主动相亲。亲朋好友、同事同学介绍是典型的被动相亲,被介绍者本身处于被

安排的位置,有些是完全的“被介绍”,本人并不知情,甚至态度很反感。有人戏称,被相亲就是“人为刀俎,我为鱼肉”。

公园里的“相亲角”独具特色。无论是在北京地坛公园、上海人民公园还是广州天河公园,都有不少父母夹着子女的征婚简历,三三两两聚在树下,相互试探,既像招聘面试,又像交易现场。物质至上,成了相亲角最让人诟病之处,更有人称这是赤裸裸的“爱情买卖”。

相对而言,选择主动相亲的成功率则提高不少。参加婚恋节目是近些年兴起的交友形式,最有代表性的当属《非诚勿扰》。节目开播之初,因其新颖的形式和贴近现实的话题,获得了极高的关注度,引发相亲类节目扎堆出现的热潮。打开电视,每个热播频道都有男女嘉宾在互相筛选。不过,由于嘉宾“作秀”成分较明显,并且传达出的价值观常流于庸俗,节目的话题性大过实际征婚交友的意义,近年来逐渐淡出人们的视野。

随着互联网和移动互联网的快速发展,相亲也从线下走到了线上,“线上+线下”是大多数婚恋交友平台通行的模式。征婚网站正成为不少都市男女解决婚恋问题的选择。世纪佳缘、百合网、珍爱网等网站的注册会员人数均已破亿。很多创业者建立起互联网相亲平台、相亲公众号等,通过组织收费的线下活动,扩大单身男女的交友圈。一些相亲平台甚至做起了跨国婚恋生意,帮助会员将择偶的范围扩大到全世界。

小叶是一名参加工作不久的年轻白领,迫于家庭压力开始考虑个人问题。有朋友向她推荐了“北清缘”交友平台,她抱着试试看的心态,参加了一场周末相亲活动。“参加一场活动需要交100元入场费。当天参加人数大概有七八十人,两男两女坐在一个小茶座里交流8分钟,每个人手里拿着自己的‘相亲档案’,上面写着自己的基本情况和对另一半的要求。”小叶说,表格上的内容非常详细,身高体重、学历、户籍、工作、年收入、购房购车情况等一应俱全。

半天下来,小叶见了十几个单身男孩。这些男孩以互联网从业者为主,年龄偏大、不善言谈、经济状况良好是他们共同的特点。她也加了几个人的联系方式,但对这种相亲形式,她的感觉并不好。“光介绍自己的工作内容就说了几十遍,遇到健谈的还能聊几句,有些男孩特别闷,自己还要拼命找话题,场面很尴尬。”小叶说,不知道后续发展会如何,不过可以确定的是,自己再也不会来了。

“一对一八分钟相亲”是最流行的线下相亲形式,优点是能在短时间内见大量的人,但容易在“鱼龙混杂”的人堆里“挑花眼”,结果是见了不少人但每个印象都不深,成功率不高。真正有迫切结婚需求的人往往会选择价格更昂贵但针对性更强的付费VIP服务。多数婚恋交友机构都提供一对一红娘服务,有专人为会员筛选满足其要求的见面对象,甚至还提供专业的约会和恋爱指导。价格越高,服务越周到,务必保证会员“脱单成功”。



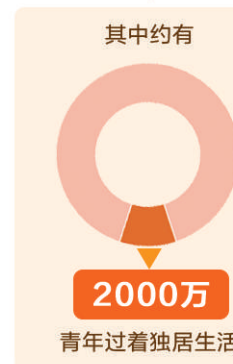
互联网相亲公众号“今日相亲”不定期组织会员线下活动。图为参加的会员在做游戏。

周明阳摄

有调查数据显示

我国的单身人口约2亿

其中约有2000万青年过着独居生活



相亲理念与时俱进

内有亲友邻里热心张罗,外有同学聚会公司联谊,闲时还能通过社交软件自助交友,有如此多的“脱单”机会,为什么还有那么多人找不到对象?

无论是线上还是线下,传统模式还是新兴模式,“条件”是相亲绕不过去的话题,也是这种模式最为人所诟病的一点。面对“结婚看条件”的社会现实,有些相亲平台顺势而为,将会员范围缩小再缩小,抬高门槛,划定精英圈子,从一开始便确保“门当户对”;也有平台反其道而行,将重点放在调整人们的个人预期上,弱化对经济条件的强调,而是要“聊得来”。

在上海被媒体广泛报道的Sparkle单身俱乐部创始人唐立奇,是毕业于美国麻省理工学院的海归精英,基于一次不成功的感情经历,他决定为出身名校的单身男女搭建相识平台,定期组织单身聚会活动。参与者大多来自名校名企,其中不乏海归和企业高管,Sparkle单身俱乐部因此被称为“上海最牛相亲圈”。面对“唯学历论”的质疑,唐立奇表示,越是优秀的人做

事的目性越强,对人对己的要求越高,在择偶上有很多不能妥协的硬性标准,搭建这个平台的目的,就是最大程度为他们找到“符合标准”的人。

另一个相亲公众号“今日相亲”的创办者曾克也是位“学霸”,毕业于清华大学的他是个资深“月老”。曾克告诉记者,在家乡江西宜春有个风俗就是乐于“做媒”,自己继承了个传统,在清华求学期间,他就经常给别人介绍对象;毕业后在IBM工作10年,一直担任工会主席,义务为别人介绍对象。2016年,他将这个业余爱好发展成了职业,做起了专业婚恋相亲平台。

同为精英,曾克却选择弱化学历、年龄、收入等因素在婚恋关系中的影响。“我们认为所有加入平台的人都是平等的,都应该首先信任对方,成为朋友。每天我们都花很多时间同会员聊天,专业的红娘在帮助客户找对象时,也帮助他们调整对自我的认知,改变一些固有的想法。”曾克说,“今日相亲”有句口号,叫作“爱情就是聊得来,婚姻就是过得去”。婚姻需要退让和牺牲,要互相包容和理解,我们促成了很多姐弟恋和异地恋,这就是我们价值观的体现。

微信和支付宝余额与银行存款一样吗

李华林

“前段时间,余额宝将个人账户支付技术上限调整为10万元,我一下懵了,原本正打算将银行卡里的20万元钱都存入余额宝呢。这钱放在银行利息太低,不划算;拿去投资吧,又怕有风险,余额宝确实是个不错的选择。”刚刚工作不久的薛绍最不解的是,为什么余额宝存款额度有上限,而银行账户存款就没有呢?这两者有什么不同?

随着余额宝、微信理财通等互联网支付技术渐趋成熟,越来越多的年轻人选择把手头闲钱存放在支付账户上。从表面上看,钱存进银行和放在余额宝、理财通上没有什么差别:用户拥有个人账户支付账户,随存随取,定期收益,而且后者还能得到比银行存款高得多的收益。

很多人不知道的是,放在余额宝、理财通等支付账户中的余额与银行存款并不一样。

首先,从提供账户服务的主体来说,余额宝等支付账户最初是支付机构为方便客户网上支付为其开立的,主要用于电子商务交易的收付款结算。银行账户则由银行业金融机构为客户开立,用于支付结算、保值、增值等目的。二者开户主体不同。

其次,从账户资金余额的性质上看,银行存款是由存款凭证或记录所代表的、各类组织机构(包括各类企事业单位、机关、团体)和个人对银行的债权,可以按照约定的条件支取或转账,从银行的角度则是对存款人的一种债务。

支付账户余额并不是银行对存款人的债务,其本质是一种货币基金。以余额宝为例,它是由支付宝推出的余额增值服务,其实是购买了一款由天弘基金提供的名为“增利宝”的货币基金。用户将资金转入余额宝的过程中,支付宝和基金公司通过系统对接,一站式为用户完成基金开户、基金购买等过程,使用余额宝理财不收取任何手续费。

中国人民银行发布的《非银行支付机构网络支付业务管理办法》进一步说明了支付账户余额与银行存款的差别:支付账户所记录的余额不同于客户本人的银行存款,不受《存款保险条例》保护,实质上是为客户委托支付机构保管的、所有权归属于客户的预付价值。该预付价值对应的货币资金虽然属于客户,但不以客户本人名义存放在银行,而是以支付机构的名义存放在银行,并且由支付机构向银行发起资金调拨指令。也就是说,支付机构将收上来的支付账户余额以其自身名义存放在银行,并实际由支付机构支配与控制。该余额不受存款保险条例保护。一旦支付机构出现经营风险或信用风险,可能导致客户财产损失。

与银行存款相比,支付账户余额风险更大,收益更不具有确定性。作为一款货币基金,余额宝、理财通等是主要投资短期货币市场工具的开放式基金,投资范围除了银行存单外,还包括国债、央行票据、商业票据、信用等级较高的企业债券等短期有价证券,受中国证监会监管,具有高流动性、低门槛的特征,出现亏损的风险相对而言还是比较低的。

在认清银行支付账户余额和支付账户余额不同后,大众可以更有目的地处理手上资金。如果拥有一些闲置资金,又不确定是否短期内需要使用,为防备不时之需,建议购买余额宝或理财通。但如果手上的资金量较大,又不愿意冒险投资,还是建议放在银行账户更为安全。

市场观察

大屏成家庭电视标配

杨舟

一昼夜全民“剁手”,国人的消费实力再一次震惊世界。各大电商屡屡刷新纪录,中国市场消费升级的脉络和势头愈发明显。在各类产品销售量排行中,3C品类销量遥遥领先,家庭电视更是成为最热门的商品之一。

作为电视行业领头羊,夏普“双11”当天全渠道销售额突破25亿元,比去年同期增长406%,家电销售排名第一,其60英寸、70英寸大屏电视销量最佳。夏普60英寸大屏电视售出超过4万台,达到1.6亿元的销售额,在夏普彩电总销售额占比21.9%,几乎每两秒钟便卖出一台60英寸大屏电视。70英寸大屏电视同样在“双11”破亿元。行业专家认为,以60英寸、70英寸为代表的大屏电视已成为中国家庭电视新标配,有望形成新一轮家电消费增长点。

今年“双11”前,不少市场数据预测55英寸电视将成为热门销售尺寸段,但最终人们的消费选择却呈现出60英寸、70英寸电视“异军突起”的态势。富士康副总裁陈振国表示,“大尺寸电视是未来市场的发展趋势,这并非人为或者品牌操作的结果,因为人们总是向往着更好的生活和更高规格的产品”。陈振国预测,今年60英寸、70英寸电视兴起,到了明年将会成为主流,并迎来爆发。

行业专家分析,“双11”大屏电视热销有两个至关重要的因素。一是大屏电视成本价格下调,让消费者有了选择大屏的能力。以夏普为例,自去年富士康注资后,夏普借助富士康的产业链优势,在维持品质的同时重组生产要素,通过提升加工效率、缩减供应链环节,扩充规模量产,生产成本大大降低。二是家庭互动中心从手机小屏正逐渐重回以电视为核心的大屏。日益智能化、互动娱乐功能越来越多的电视像一部“大手机”,同时互联网电视、大屏电视所带来的影院感受是小屏幕无法比拟的,使越来越多的家庭成员被重新拉回客厅。

电视屏幕大了,对客厅面积的要求却降低了。从2K到4K再到8K,最先进的显示技术被应用到大屏电视中,人与电视机之间的距离得以不断缩短。以60英寸4K电视为例,适宜观赏距离大约为2.5米,在8K的环境下,观赏距离缩短至60厘米或70厘米,一只手臂长度的距离就可以与电视做交互。“8K影像不仅是‘中国制造2025’的基石,也是改善人类未来生活的关键。”陈振国说。

健身拳击让人着迷

牛瑾

爱尚体育

说到拳击,你会想到什么?充满危险、暴力的纯爷们运动?如果你的潜意识里对拳击还留有这样的印象,你就真的out了。

事实上,拳击在明星圈和超模圈里已流行数年,他们当中的很多人还会不时在微博或社交账号上放出与拳击有关的美照;以拳击为题材的影视剧近年也多了起来,不少爆款IP当中也都有拳击或拳台的镜头。更重要的是,拳击已经走下竞技场,来到健身房,为普通人提供了多元化的健身选择。

“走进”健身房的拳击变得更有乐趣,它不再一定要身体上的对抗,非得打到你胜我负不可,它可以被编排成操,作为各种运动前的热身,也可以只掌握出拳动作和步法,作为又一种“出汗”的方式。笔者家附近就有这样一家设置了拳台的健身房,听里面的教

练说,健身拳击可是好处多多。

一来,有助舒缓压力。“释放压力”,这几乎是所有正在练习健身拳击或有意愿练习健身拳击的人或着迷或被吸引的理由。如今,生活节奏太快,压力倍增,跑步、打球、跳舞等方式固然也能达到减压的效果,但似乎都没有拳击来得这么直接。练习时跳绳的呼噜声,随后击打沙袋的砰砰声,用拳头将说不出的情绪宣泄出来,身体上和精神上的筋疲力尽反倒让人觉得满足,也恰好与日常生活达到一种平衡。据说,只要45分钟,就能达到其他健身方式两三个小时的运动量。虽然这种“换算”的准确性会因人而异,但其高效减压的效果却是显而易见。

二来,提高身体灵活性。拳击可不是暴力乱挥拳,步法、拳法、身法中包含了力量、速度、耐力、灵敏、协调等素质,训练的是注意力和反应力,提高

的是身体灵活性。总之,拳击是一项相当综合的全身运动。此外,练习拳击的人格暴躁的看法绝对是误解。在拳台上,如果被对方击中,需要克服恐惧心理,以冷静克制的心态来审视度势,思考如何巧妙地还击和躲避,为己方争取优势,这对心态的磨炼是大有裨益的。即便健身拳击中减少了身体对抗的比重,拳友之间相互切磋的机会还是有的,其对心理素质的提升依然有效。

三来,减脂塑形都能实现。大多数有氧运动有助减肥却无法塑形,拳击则因是有氧运动与无氧运动的结合,恰恰能兼顾到减肥与塑形两种需求。挥出去的每一拳都是从脚开始发力,然后到腿、到胯、到腰腹,可不仅仅是伸手臂那么简单;步法灵活多变,对下肢和臀部的锻炼效果更是不言而喻。正因为如此,健身房中,拳击台

上,酷酷的女学员多了起来,她们瞄准的是人人羡慕的马甲线。况且,肩宽、腰细被认为是练习拳击的标准身材,大多数女学员在这方面是有先天优势的。加之,练习健身拳击还能有防身的功效,既然如此,对女学员来说,何乐而不为呢?

据说,健身拳击门槛不高,只要身体没有大的疾病,都可以来练;“装备”上,只要一副拳击手套和绑手腕的绷带就足够了,好一点的,也不过几百元钱。最大头的支出,其实还是在聘请私人教练上,目前的市场价格为每堂课三四百元。由于对出拳的规范性要求较高,所以有时候这笔钱是省不下的。当然,除了考虑经济条件,也要做好思想准备,学习承受各种疼痛,克服入门一项运动初期的沮丧。如果这两方面的问题你都清楚了,那就不用犹豫,快快出拳吧。