

「光棍節」吃香 誰為愛痴狂 未婚男女戀愛指數漸降



隨着「世紀光棍節」的臨近，老大愁嫁的剩男剩女們再一次進入了「為愛痴狂」的境界。那末，當下中國單身男女的戀愛指數到底有多高，他們又是如何看待「光棍節」的呢？內地婚介網站「世紀佳緣」10日公布的最新一季「中國戀愛指數」調查稱，目前中國未婚青年男女的戀愛指數僅98.1，環比下降了3.8，其中男性指數下降4.0至102.9，而女性指數則從上季的93.5上升至本季的93.7。

【本報記者倪巍晨上海十日電】

這份歷時一個多月，涉及全國66495份樣本的調查顯示，全國各省市中僅山東、雲南、陝西、廣西、河南五省的戀愛指數超過100.0，黑龍江、吉林、北京分別以-8.6、-7.6、-7.3位列跌幅榜前三，而哈爾濱、長春、南京則成為戀愛指數跌幅最大的三座城市。

新婚姻法男女贊同七三分

值得一提的是，受訪者中有61%的人知道「新婚姻法解釋」，但卻不了解其具體內容，僅21%的人表示「了解其中詳細內容」，另外還有17%的人「對該解釋不清楚」。在所有了解「新婚姻法解釋」的受訪者中，男女贊同程度也存在明顯差異，男性贊同者佔比高達73%，中立及反對者僅27%；而女生贊同人數僅為35%，其餘65%的人均表示中立及反對態度。

對新婚姻法的影響，除了在「保障父母權益」及「婚前財產公證會越來越多」這兩個觀點上男、女的贊同程度接近外，其餘所有的觀點的贊同程度均現極大差異。例如67%的女性贊同「女人只能靠自己，女性需要自強」，但只有25%的男性贊同；又譬如，

42%的女性贊同「夫妻間財產所有權過於明確，會影響家庭和諧」，但只有27%的男性贊同。在被問及「新婚姻法解釋是否降低了男性的離婚成本」時，半數受訪女性表示認同，而該選項僅獲得了15%的男性認同者。

近兩成男女自認「假單身」

龔海燕說，內地男女對新婚姻法截然不同的態度，一方面說明該法對女性利益的影響更大，另一方面也將影響男女在家庭和事業上的權衡，「女性常以婚姻生活中的弱者自居，新婚姻法的出台，在增加了女性離婚成本的同時，也降低了男性的離婚代價，這將促使女性更關注家庭角色，並加大對提高社會工作能力的重視」。

在「真單身」和「假單身」調查方面，82.4%的受訪者堅稱「我是真單身」，但也有17.6%的人坦誠自己是「假單身」，並表示「目前還處於選擇、猶豫、追求、暗戀」等狀態。

面對「世紀光棍節」的到來，全國的光棍們普遍較為淡定，20.5%的單身男女表示「非常害怕」或「害怕」過此節；57.1%的單身男女則表示「無所謂怕或不怕」；另有27.9%的單身男女坦言，「完全不怕過光棍節」。

在面對「是否敢於大膽示愛」的問題時，39%的女性和45%的男性願意「勇敢說出來」，可見男性在未來「脫光戰略」（脫離單身）中或將更大膽些。



◀世紀佳緣交友網 CEO 龔海燕表示，內地男女對新婚姻法截然不同的態度，一方面說明該法對女性利益的影響更大，另一方面也將影響男女在家庭和事業上的權衡

內地男女婚戀調查排行榜

黑龍江	最看重家庭背景
河北	最看重長相、身高
重慶、廣東	最看重經濟收入
北京、上海	見面約會最喜歡看影劇
廣東	見面約會最喜歡戶外運動
浙江	「拜金女」接受度最高
江蘇	認為經濟原因最易導致伴侶出軌
黑龍江	最不能忍受「花心」
河北	最不能忍受虛榮
廣東	最無法忍受沒有上進心
湖南、重慶	最不能忍受缺乏責任感
山東、河北	最不能忍受不孝順
北京、上海	最不能忍受無房無車無財
四川	最不能忍受不真誠
福建	最不能接受「丁克族」
陝西	最不能接受精神出軌

資料來源：世紀佳緣（2010-2011）

「光棍節」帶來新商機

經濟觀察

【本報訊】新華網長春消息：11月，在中國本是消費淡季，近年來卻因為11日「光棍節」而帶來市場上的「熱鬧」。為了確保自己的五星洗車行能在「光棍節」當天開業，張鵬最近幾天一直在忙忙碌碌。「我的洗車行接待的主要群體是對車高標準、高要求的年輕人，所以特意選擇「光棍節」當天開業，希望借此能夠吸引一些車主的目光。」張鵬說。

張鵬向記者透露，「光棍節」當天他會推出一些「別具一格」的優惠方式：車尾號是「1」的車主可以享受洗車打蠟、汽車美容優惠。尾號是「11」的車主則享受更大的優惠額度。「我們這一代青年人娛樂精神比較強，我這也是自娛自樂。」張鵬笑道。

宣傳造勢「來勢洶洶」

「光棍節」在中國興起於上世紀90年代初的大學校園。經過十幾年的演變，單身男女把這個原本用來自我安慰的日子過得越來越熱鬧。「光棍節」蘊涵的消費市場，讓張鵬這樣的商家嗅到了商機。記者在長春市街頭發現，一些百貨商場掛上了「光棍節」活動海報，內容五花八門：打折促銷、舉辦單身派對、相親活動、炒熱了「單身經濟」。「今年「光棍節」的特殊性，格外吸引年輕人

的眼球。」長春某大型百貨企業副部長趙易表示，由於今年日期上會出現六個「1」，又被戲稱為「世紀光棍節」。這種百年一遇的噱頭，商家們絕不會放過。趙易表示，商場準備了一些符合單身消費需求的個性化商品在11日當天銷售，「按照以往的經驗，消費額肯定會有所提高」。

網絡銷售商家對「光棍節」的宣傳造勢更是「來勢洶洶」。淘寶網推出「五折搶購狂歡節」，世紀佳緣等各類相親網站也推出了不同的主題派對、大型現場相親活動。

個性「光棍節」禮物也受到年輕人的歡迎。勵志「脫光」（脫離光棍狀態）的明信片、「不孤單系列」短袖T恤，以及各種以「光棍節」為名義的促銷禮物在網上熱賣。

「一心一意一生一世」

「光棍節」商機似乎無處不在。打着「專門為光棍節量身定做」為口號的電影《失戀33天》未上畫先轟動，已經有不少年輕人準備與朋友相約11日當天撲飛入場。

吉林大學商學院副院長金曉彤表示，「光棍節」很大程度是商家炒作出的「單身經濟效應」，商家利用一個特殊的時段，例如情人節、七夕節、母親節等節日進行有效營銷，從而獲得更大的市場利益。「站在企業的角度，這是一個完全可行的營銷

策略。」

然而，「單身經濟」卻不只面向單身族。不少飯店推出「光棍節」情侶燭光晚餐。而長春不少酒店「光棍節」中午的婚宴已經預訂一空。原因是情侶們認為，11月11日也有「一心一意、一生一世」的含義，在這天跟戀人慶祝挺有意義。

對此，金曉彤表示，商家通過宣傳誘導，可以發掘消費者的潛在消費需求，並使這種需求顯像化，順應企業的營銷策略。「站在消費者的角度，應該倡導他們理性消費，不要一味追隨商家的營銷，以免造成衝動消費。」（新華網）



「光棍節，求包養」

今年的光棍節更特別，因六個「1」字連在一起，被網民稱為百年一遇的「世紀光棍節」。一張寫着「光棍節，求包養」的海報10日出現在南京一所高校校園內，吸引了不少眼球。中新社



▲最新一期「中國戀愛指數」調查稱，目前中國未婚青年男女的戀愛指數僅98.1，環比下降了3.8 本報攝

「脫光團」出征海南碰運氣

【本報訊】新華社石家莊10日消息：從8月份開始，河北康輝國際旅行社就在策劃組織一個「脫光團」（意即脫離光棍生活的旅遊團），到海南國際旅遊島參加11月11日舉辦的「第二屆國際旅遊島相親節」，並從10月份起正式接受報名。

「近幾年網絡上的節日越來越多，「光棍節」也受到更多關注，我們推出專門旅遊項目，也是看準了這一商機。」康輝旅行社企劃宣傳部經理梁船說。

旅行社的宣傳冊上提示，「脫光團」適宜人群：願意在11月11日這天擺脫單身的所有人。「這個團計劃發送34人，很快就報滿了。」梁船說，「報名旅客多集中在25歲至35歲之間，其中30歲以上的遊客女性居多，30歲以下的男性居多。」

梁船說，全國多家旅行社都在組織大齡未婚者去海南參加「相親節」，到海南後我們會和其他旅行團會合，然後一起參加活動，預計到時參加的遊客料近千人。

儘管不一定能從「脫光團」中收穫愛情，報名參加這個旅遊團的33歲遊客王海明（化名）還是願意去「碰碰運氣」。他說：「如果待在家裡肯定找不着對象，真能在「光棍節」期間找到愛情的話，這個日子對我來說將十分有紀念意義。」

河北省民俗協會會長袁學駿認為，「光棍節」的出現是社會多元化的反映，也是社會評價體系的轉變，年輕人的戀愛觀、婚姻觀、價值觀都發生了變化，「光棍」已不再是個人生活失敗的代名詞，而成為一種快樂和享受的理由。雖然「光棍節」的叫法帶有一定的戲謔性，但體現了新一代年輕人個性的張揚和解放。

「世紀光棍節」九大必聽歌曲

歌手	歌曲	適合人群
林志炫	《單身情歌》	越挫越勇型光棍
陳小春	《神啊救救我》	求神拜佛型光棍
司文	《光棍快樂》	豁達開朗型光棍
陳奕迅	《K歌之王》	極度鬱悶型光棍
蕭亞軒	《一個人的精采》	自我我秀型光棍
劉德華、周俊偉	《你別傻了》	對話性光棍
周華健	《孤枕難眠》	自戀型光棍
李宗盛	《給所有單身女子》	引以為戒型光棍
劉若英	《一輩子的孤單》	自暴自棄型光棍

（製表：倪巍晨）

邂逅人民公園「相親角」

本報實習記者 葉維



▲上海人民公園內，四處可見密密麻麻的微婚啟事 葉維攝

特稿

「姑娘，儂是來找對象的伐？」在鋪天蓋地的微婚介紹，成群結隊的家長簇擁下，記者步履維艱……作為土生土長的上海人，久聞人民公園「相親角」之盛名，此行來一窺究竟，即時被蔚為壯觀的相親大軍所「秒殺」。

漫步「相親角」，滿眼望去皆是為子女婚姻而奔忙的父母，細聽後才恍然大悟。原來這些父母在挨個詢問對方家中是「女兒？兒子？」，一旦「我家是兒子」或「阿拉有女兒」的暗號對上，兩人立馬駐足開聊。

事實上，從1993年開始，「相親角」已從「小角落」，發展成今天的千人互動場，人民公園亦因此漸成爲滬上炙手可熱的相親聖地。每逢雙休日，家長們就攜着孩子的親朋從坊間各地湧來，並冀再次爲兒女們尋覓到姻緣。

牆上、樹間、花壇邊，走進「相親角」便能看到各類微婚啟事，雨傘、蒲扇、紙袋無所不用其極。由於「僧多粥少」，家長們往往早晨七、八點就要趕來，他們坐在矮凳上，左手報紙、右手水杯宛若繁華都市的另一道特殊風景。一位好奇的印尼遊客在相親角了解到「真相」後大呼：「Funny！」

在「70後」、「80後」茫茫信息中，一份寫着：「女，89年10月生，1.73米，現國企工作，尋男……」的相親簡介引起了記者的關注。「爲何這麼小年紀就來相親？」望着一臉茫然的記者，對方回答，「先找起來呀，不然再過幾年肯定來不及。」這名爲女兒尋愛的母親說，女兒22歲了，但至今從未談過戀愛，「我前後共來過三次，女兒也與幾位男士見了面，可惜雙方沒感覺，所以只能再來碰碰運氣。」

除了父母，一些婚介機構也在此地找到了商機。在相親角「業餘紅娘區」，女方掛牌需花費90元，而男方則完全免費。有趣的是，這裡所有的男青年簡歷，在女方爸媽眼中都是「香饃饃」。

一名沈姓「資深紅娘」說，相親角的男女比例約爲1：10，「過去我們結婚只要情投意合就可以了，如今女孩們的要求越來越高，從家世、學歷、身高，到工作、收入、住宅、汽車，這樣東挑西挑能不剩嘛。」

【本報上海十日電】