

七夕节,这些人还单着呢

高学历、高收入,“剩男”“剩女”中不乏优秀者

又是一年七夕节,在有人成双成对地浪漫过节时,还有大批剩男剩女在苦苦寻觅自己的有缘人。记者调查发现,省城剩女总体上多过剩男,而且,无论剩男剩女,往往都很优秀。业内人士分析,“剩下”的原因主要在于择偶标准上的不对称。

本报记者 万兵 实习生 韩美惠

♥ 省城剩女多过剩男

所谓剩男、剩女,其实没有严格意义上的年龄界限。济南泉城之恋婚介所的工作人员董女士告诉记者,按照传统观念来说,在二十七岁还没有对象的,就差不多算是大龄未婚青年了。而且,这几年济南大龄未婚青年人数逐年增多,总体上女性略多于男性。

记者随后在济南几个婚介公司网站上进行了搜索,也发现了这一规律。以一家名为“舜华缘”的婚恋网站为例,济南地区28-35岁的女会员有285名,男会员则有270名,女性数量略多。济南我主良缘婚介中心的工作人员也表示,在大龄男女比例上,最近几年一直是女多男少。

在高收入、高学历人群中,这种差距似乎更加明显。根据某省直机关交友活动提供的一份数据,截止到今年6月30日,在报名参加交友活动的500余人中,男女比例为3:7,差距悬殊。而从年龄上看,无论是男性还是女性,“85后”都能占到半数以上。

♥ “剩下”的都挺优质

在董女士看来,所谓的剩男剩女里,优质是一大特点。“女的一般都学历高、能力强,大多从事医生、教师等工作,或者是金融等领域的白领。”董女士说,男性也不差,一般经济条件较好,拥有高学历、高收入和稳定的工作。

上随机抽取了部分28-35岁青年的个人资料统计发现,约七成的女性是大学本科及以上学历,有的还是硕士、博士学历,她们一般在事业单位或国营单位工作,有稳定的收入。

相同年龄段的男性学历有八成在本科以上,硕士居多,多拥有一份高薪职业,从事工程

师、IT技术员等工作。从事工程规划的韩毅(化名)今年27岁了,他表示,周围像自己一样拥有本科以上学历、月收入上万的男同事有很多,但做他们这行的交际圈相对封闭,加班也比较多,很难有机会认识女性朋友,渐渐就成了众人眼中的“黄金剩男”。

♥ 或因择偶标准不对称

都很优秀的两群人却落了单,究其原因,董女士分析可能在于择偶要求上的不对称。董女士说,大龄未婚女性在择偶方面对男士的学历和工作要求比较高,最近几年女性群体文化水平的提高,无形中抬高了择偶标准。

提高了。在她看来,30多岁的男性理应有房有车、有较高的收入。

男性的关注点则不同。“对外形看得比较重,其次就是工作和年龄,一般都想找比自己年龄稍小点的女性为伴。”董女士说,男性中其实也有高收入人群,但相比女性来说,他们往往不太在意对方的学历和收入,甚至出于自尊心等原因不太愿意找比自己年龄大或学历比自己高的女性。

综合来讲,男性更在意女性

的年龄和外貌,而女性更在意男性的学历和收入,无形中就产生了择偶标准上的不对称。

对此,作为业内人士的董女士也觉得既困惑又惋惜。“这些女孩子工作好,性格好,长相也不差,可就是找不到合适的对象。”董女士告诉记者,从她自身接触的一些大龄女性来看,她们往往都有很多理由不找对象,例如以工作为重,自己还小等等。

有此一说

七夕本非情人节

民俗专家:应多挖掘中国味节日载体

本报记者 喻雯 实习生 张子慧 宁书文

8月2日是传统的七夕节。记者近日走访发现,省城各大商场造势“中国情人节”,七夕节变身成了促销节,情侣之间热衷的也是巧克力、红酒、西餐等洋礼品。“中国的情人节为何找不到中国特色的东西?”不少市民对此产生疑问。

1日,记者走访省城购物餐饮场所发现,针对七夕节,各大商家推出各种洋味十足的促销。一家西餐厅推出了“微信扫一扫,发张照片打折”的西式浪漫活动吸引消费者眼球。也有影院推出了七夕情侣座优惠,有餐厅推出了七夕情侣套餐来吸引消费者。

除了商家借节发挥外,记者在走访中发现,年轻情侣之间送的礼物也多热衷于玫瑰花、巧克力等一些在西方情人节中出现的“洋味”商品。当记者询问是否了解巧果、木梳、香

囊等传统礼品时,多数人表示不知情。对于节日本身的意义,也很少有人能说出。

山东省民俗学会副秘书长、民俗学家李浩说,早期的七夕节并非“情人节”,随着社会和时代的变化,每个节日都会被赋予新的内涵。

“这其实是个很正常的过程,在现代社会完全保留古代七夕节的传统是几乎不可能的。当然,如果想让七夕节受到年轻人的宠爱,其内容就需要做一些改进。”李浩认为,未来可以在挖掘传统特色的节日载体上多下功夫。

山东大学民俗研究所教授刘宗迪说,七夕故事和风俗的时间性,表明它原本只是一个秋天的农时节日,尽管牛郎织女隔河相望,演绎出凄婉动人的爱情故事,但七夕起初却与爱情无关。“有人愿意在七夕过情人节,那是他们自己的事。我的本意是,把七夕当作情人节来过并不合乎传统”。



七夕逛街

卖场邀情侣晒幸福赚人气

针对七夕节,线上线下商家招数频出

针对七夕节,线上线下商家各自使尽了招数。除了适逢季末打价格战外,各大电商一周前就开推七夕购物主题,省城各大商场也普遍推出了现场情侣活动。

本报记者 王皇 实习生 齐琳琇 赵洋

招数1 “露骨”促销

1日,记者登录各大电商网站发现,网上七夕打起了语言激情战,各种产品被包装在露骨字眼的活动专题下,网友调侃“节操掉了一地”。

淘宝旅游推出了“翻滚吧骚年”专题,可以秒抢1元酒店入住即送杜蕾斯,“车震停不下来”专题则选出了最适合车震的车型。

京东商城“表白结束,直接堵住她的嘴”卖的是巧克力和甜食,“现在衣着得体,未来才能赤裸相见”卖的则是服饰内衣。

招数2 热吻赢大奖

各大商场七夕专属活动多是情侣现场亲密互动。世纪缘珠宝“KISS大作战,免费拿美钻”的热吻活动最开放。情人节当天,情侣到现场亲吻即可获得高级定制马克杯一个,更设有“无敌吻霸”、“模范吻霸”、“情深吻霸”和“人气吻霸”四个大奖。

中海环宇城则推出了“私人订制”表白求婚,为求婚者营造一场“惊天动地”的爱的礼物。据介绍,在环宇城求婚的情侣已有数十对,“几乎是百分之百的成功率”。

招数3 汉服穿越秀

“8月2日七夕当天,在我店一楼上演一场穿越秀,身穿汉服的男女,进行汉家文化表演和七夕歌舞表演,现场还准备了服饰供顾客免费穿着拍照。”银座一店的七夕活动更回归传统。

根据七夕乞巧学习针线活的传统,冻源大街银座商城则推出了情侣“穿针引线”活动,该商场活动负责人介绍,活动的主要内容是男士拿针,女士拿线穿针,共同合作完成。“能把情侣活动和传统习俗结合起来。”



“小丑送花” 受热捧

1日,在和平路上的一家小丑鲜花店里,挂满了由老板扮演的小丑和顾客的合照。七夕来临,不少花店推出了“小丑送花”服务,由送花员打扮成小丑把鲜花送到顾客手中,并现场表演变气球等小魔术,受到许多年轻人的欢迎。

本报见习记者 王晓莹 摄