



●消費者前來購買脫單便利店門票。

「脫單漂流瓶多少錢一個呢？怎樣填寫呀？」在上海脫單便利店內，時不時有單身人士前來詢問入店脫單流程，有的單身人士專程趕來希望為自己的愛情贏得機遇，還有兩兩結伴的朋友攜手，共同寫下脫單祝福。香港文匯報記者在現場看到，不大的店舖內，脫單便利貼貼滿了一面牆壁，在專門放置脫單漂流瓶的櫃檯中，放滿了填寫着單身人士資料信息的漂流瓶。「希望找到自己的另一半」、「有緣人千里來相會」……店家根據星座分類，而每個漂流瓶的外瓶上，都有簡單的年齡與身份信息，方便脫單者前來查看，如果脫單者想要填寫資料或者取得心儀的異性脫單者信息，便需要購買相應的服務。

脫單門檻低 消費者願買單

簡單的瓶子裏裝載的，則是希望脫單人留下的邂逅小紙條，包含姓名、生日、身高、生活/工作區域、微信號、QQ號、驗證暗號等信息，消費者還可以留下自我介紹，讓取得信息者進一步了解自己的愛好、生活等其他信息。不過，由於漂流瓶也存在一定的空間局限性，除了基本信息外，消費者留下的也僅僅是初步愛情宣言等信息。

至於收費，脫單便利店亦沒有設置「高門檻」，如上海這家便有多種套餐可供選擇：50元可以遊覽脫單便利店及失戀博物館；80元的更可在脫單漂流瓶中留下自己的信息，等待有緣人前來，即是用30元買一個被約會的機會，而開一個漂流瓶則需付3元。

「我是抱着試試看的心態來的，幾十塊錢買一個希望，我覺得也挺好的。」消費者楊先生這樣表示，他告訴香港文匯報記者，互聯網上的網站信息過多且複雜，既然自己選擇在上海發展，那麼在類似脫單便利店內留下信息至少增加同城交友的可能性，「很多大型網站交友太貴了，最終也不一定成功，這裏花幾十元便可以留下信息，這個消費水平是我願意去承受的。」

而在某點評網站上，不少消費者則對這種脫單模式表達了認可，認為是一種新穎的交流交友方式。消費者劉女士便表示，這種新穎的交友模式很適合年輕人，給他們提供了更多的渠道去拓寬交友圈，為更多的單身男女帶來了溝通的橋樑。

開業一年撮合逾百對情侶

上海脫單便利店創始人張先生還告訴香港文匯報記者，儘管營業僅僅一年時間，但通過脫單便利店連同失戀博物館的模式，店舖平日裏每天可以吸引約200人到場參觀，節假日客流則更多。開業至今，他的店子已成功撮合了逾百對情侶。

失戀博物館裏，收集了有關戀愛的回憶。在這裏，成百上千條的情感語錄，或許能夠撥開單身人士曾經的記憶，館內還陳列着上百件「愛情遺物」，講述着一段段感情背後的酸甜苦辣。而在互動區，參觀者還可以把對未來的幻想，對現在的傾訴以及對過往的回憶留下，從此開啟新的生活。

對於該種展覽館的盈利模式，張先生坦言目前依然在市場探索階段，「盈利狀況還好，目前階段我們不指望能賺多少錢，而是想要試探一下市場，我們希望未來能夠在更多的一二線城市布局脫單便利店這種模式，上海店舖現在是我們的戰略發展其中一環，我們希望逐漸擴大相關的市場。」



●脫單便利店採取和失戀博物館聯動售票模式。



●店內也售賣一些脫單周邊產品。

交友模式新穎 脫單便利店吸引年輕人

無視私隱外洩 30塊錢換一次邂逅



用30塊錢(人民幣，下同)兌換一次邂逅的機會，會有多少單身青年們願意為此買單？最近，以「脫單」為主題的新消費業態在中國一些大城市悄然崛起，超過2億的單身人群為「脫單經濟」帶來無限可能。近日，記者在位於上海南京東路的一家脫單便利店了解到，開業一年來，該店已成功促成百餘對情侶，每日客流量亦達到約200人次。脫單便利店、失戀博物館等等一系列展覽興起，也讓龐大的單身群體成為頗受關注的消費新受眾，當然個人私隱外洩、甚至人身安全等風險也是讓人擔心的話題，有經濟學者直言，單身人士應該通過門檻較高的正規途徑尋找人生伴侶。

●圖/文：香港文匯報記者 倪夢璟 上海報道



●消費者在脫單便利店內，留下包含姓名、生日、身高等其他信息的邂逅小紙條。



●客人在脫單便利店內，挑選心儀的脫單漂流瓶。

單身經濟消費規模或高達萬億

據清暉智庫統計，目前中國成年單身人口規模已經達到2.5億，其蘊含的市場消費規模高達萬億級。此前淘寶發布的《中國空巢青年圖鑑》則顯示，孤獨人群多分布於高薪職業，這些人不僅具有較高的消費能力，而且消費觀念也更為開放、消費行為更加果決。數據顯示，57.69%的空巢青年會為了排解孤獨而進行消費，超過40%的人每個月大概花費1,000到3,000元(人民幣，下同)，而有34%的人會花費3,000到5,000元。

盈利模式尚處探索階段

面對如此龐大的市場，著名經濟學家宋清輝在接受香港文匯報記者採訪時表示，脫單便利店的盈利模式尚處於早期的探索階段，現階段，其盈利主要依靠年輕人將個人信息留在店內以及到訪者拆開信息所要支付的服務費。除此之外，暫無其他明確的盈利模

式，所以短期內來看，行業可能難以行穩致遠。但未來，宋清輝直言，隨著單身人群數量的增加，單身經濟將會進一步向前蓬勃發展，為了迎合單身人士日益增長的消費需求，已有越來越多的相關市場主體開始深度挖掘「單身經濟」這一特別群體所蘊藏的大量商機，例如單人健身館、AI伴侶機器人、成人用品等。探究脫單便利店的發展，記者搜索發現，包括上海、杭州、廣州、成都等地區，都已經有了類似如脫單便利店、脫單漂流瓶等商業發展，張先生告訴記者，此前有在上海通過脫單便利店成功牽手的一對情侶，如今也在蘭州開設了屬於自己的脫單便利店。「其實根據我們的調查，國內現在缺少這種脫單等主題的IP，所以我們現在在做更多屬於我們自己中國人的一些展示，接下來也會在全國各大省會城市，布局更多戀愛服務的商業遊玩綜合體。」張先生這樣說道。

新交友平台用戶破億 擬赴美上市

已成平台活躍用戶主要組成，2021年3月其日活躍用戶數量的73.9%來自於「90後」。公開數據顯示，目前該平台累計註冊用戶已超過1億。

大量的用戶似乎顯示出交友市場的活躍，亦有眾多「脫單群」和「交友群」提供交友配對機會，一些來自國外的交友新方式也結合本土特色，演變成本地版「八分鐘約會」等模式。

交友約會模式五花八門

「我的朋友就是在八分鐘約會場合遇到了另一半。」單身女士露露說，身邊朋友的成功也讓她對這樣的模式有了嚮往，「據我的了解，這種相親模式可以先在相關平台報名，平台方會根據你個人的條件，給你匹配差不多類型的對象，大家就很有可能更有共同話題，也更聊得來，就算不行也可以交個朋友，我覺得這種模式還比較可靠的。」

不過，越來越多相親平台的出現也引起了網友的熱議。此前，「985相親平台」的話題登上熱搜，原來有平台管理方建立起只為名校畢業生提供服務的相親平台，應徵者需要為985以及以上名校畢業。「這種模式可能會引起爭議，但畢竟市場很大，肯定有人有這樣的需求，我覺得可以理解，畢竟兩個人在一起需要考慮很多因素，這樣的平台肯定會吸引重視學歷的交友人士進來，並不是什麼稀奇事。」露露說道。

用戶需警惕信息洩露等風險



性別、身高、學歷、愛好……在脫單漂流瓶中，不少單身人士留下了自己的信息，希望尋找到心儀的另一半。不過，這些信息是否存在真實性不可靠、信息洩露等風險？

提高自我安全防範意識

上海脫單便利店工作人員告訴香港文匯報記者，在運行一年來，公司也在不斷提升相應的服務，包括開設了相關App，需要留下信息人士進行實名註冊，「我們現場工作人員也會幫忙核實信息的真實性，包括我們接下來也會和一些婚戀網站進行合作，推廣更多的線下交友活動，幫助年輕人牽線搭橋。」

北京煒衡(上海)律師事務所合夥人鞠泰儀律師認為，脫單便利店作為一種新型商業形態，之所以火爆是因為確實正切中了當下年輕人社交面臨的痛點和難處，未來有很大的發展前景和空間。從法律風險來看，經營方首先要注意用戶個人信息保護，對於用戶自願提供的信息要在其授權範圍內使用，不能集中收集信息尤其是涉及個人隱私的信息進行統一出售；其次應當提示用戶在通過這種形式直接進行陌生人社交時提高自身安全防範意識，注意甄別；此外，還應

當盡量避免未成年人涉及到其中。

創新模式有待加強監管

著名經濟學家宋清輝則指出，脫單便利店可以看作是一種商業模式微創新，值得進一步探討，但與此同時，脫單便利店這種模式也存在信息洩露、交友不慎帶來人身安全等方面的問題，例如隱私信息一旦被有心之人利用，可能給相關「脫單」人士帶來人身傷害，嚴重者甚至還有生命危險。他建議，欲尋求脫單者，還是通過門檻較高的正規途徑去尋找人生伴侶，而不是通過這種網紅脫單便利店簡單方式。「實際上，我認為『脫單便利店』固然新奇，但其高風險亦不能忽視。」宋清輝直言，脫單便利店這種新模式雖然值得鼓勵，但風險必須引起我們的高度警惕，首先必須要大力完善「脫單便利店」的經營秩序，務必確保提供給顧客的信息是真實、安全、有效的；其次是進一步加強監管，不能只圖便利而忽略了安全，只有這樣才有望保障行業長遠穩定發展，行穩致遠。

●香港文匯報記者 倪夢璟

青年熱捧

脫單模式推陳出新，越來越多的新奇體驗讓年輕人有了更多交友渠道。不再局限於親朋好友介紹相親，互聯網的發展不僅出現了專業的交友網站，也讓更多的「脫單群」、「交友軟件」成為不少年輕人的交友選擇。早在2014年，就有中國交友平台陌陌赴美上市，之後江山代有人才出，交友App層出不窮。

逾73%活躍用戶為「90後」

儘管今年6月底宣布暫停赴美IPO，但中國一款主打陌生人社交、「靈魂交友」，名為Soul的軟件依然讓市場看到了交友平台的廣闊發展空間。

此前，社交平台Soul向美國證券交易委員會(SEC)遞交招股書，申請在納斯達克上市，招股書顯示，截至2021年第一季度，Soul App手機移動端月活躍用戶已達到3,320萬，日活躍用戶910萬，同比分別增109%和94.4%。同時，「90後」