青年青睐“轻相亲” 73.9%受访者表示周围有人尝试过

参加相亲活动，74.2%受访者提醒注意个人信息安全和隐私保护

中青报·中青网记者 王品芝
实习生 李斯宇

“恋综式旅行”、线上打卡、线下社群聚会……当下，一些基于兴趣互动的相亲形式受到年轻人欢迎。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对1339名受访者进行的一项调查显示，73.9%的受访者表示周围有青年尝试过兴趣互动式的“轻相亲”活动，74.2%的受访者提醒，参加相亲活动时注意个人信息安全和隐私保护。

“轻相亲”受欢迎，62.2%受访者认为是因为氛围轻松，减少了尴尬

来自河北石家庄的白领姚瑶今年27岁，但身边男性太少，网恋又觉得太危险，目前还是单身。前不久，在身边朋友的邀请下，她参加了交友活动。“虽说有想谈恋爱的想法，但是也较为随缘，如果是周末玩一玩放松一下心情、交朋友，会比较想参与。”

调查中，53.2%的受访者参加过相亲活动，46.8%的受访者没参加过。

姚瑶参加的是一个轰趴馆举办的交友派对，“整个过程很放松，先是自我介绍，然后看电影，自由结组玩游戏，还可以打台球、唱歌、玩桌游等，也可以坐着聊天。除了自由结组时间，领队也会组织玩游戏”。

调查中，73.9%的受访者表示周围有尝试兴趣互动式“轻相亲”的青年，其中16.5%的受访者表示有很多。

北京理工大学硕士生陈熙参加过某个公众号举办的“一周CP”活动，并且成功在今年元旦脱单了。“之前一直单身，比较想收获一段合拍的感情，但是我在线下不太敢主动跟人搭话，看到‘一周CP’这种线上交友的活动时，我就第一时间报名了。”

陈熙介绍，参加“一周CP”活动的人需要先填写基本资料以及对匹配的另一半的要求，如年龄范围、是否要求在同一所学校等。之后，系统会把参与活动的男生和女生进行一对一匹配，然后两个人就可以加微信开始合作完成任务了，“以前有专门的‘小月老’拉群聊，督促两个人完成任务，现在改成小程序打卡了，两人需要连续7天做任务打卡。任务包括自我介绍、一起打游戏、一起听音乐、打电话、制作拼图（午饭拼图、爱心拼图）、写情书、见面等”。

调查显示，大家感兴趣的“轻相亲”形式主要有：线上配对完成打卡任务后“奔现”（54.0%）、读书/美食/运动等兴趣社群交友（52.7%）、“恋综式旅行”等主题旅行合作任务（52.4%），其他还有：线下游戏/社交专场活动（37.0%）、脱口秀“说媒”相亲（35.6%）、直播相亲大会（28.5%）、通过有匹配功能的社交软件聊天（14.7%）。

姚瑶比较期待旅游形式的相亲，“我感觉在旅行中能真正看出一个人平时生活的样子，而且旅行最容易出现矛盾，过程中也能看出来这个人可不可靠、人品怎么样，相比于见一面只待几个小时的相亲，这种方式对一个人的了解能更加深入”。

“轻相亲”为什么受到青年欢迎？62.2%的受访者认为是由于氛围轻松，减少了尴尬；52.9%的受访者认为是顺应了年轻人数字化社交偏好；50.9%的受访者喜欢其自主性强，干预少；47.8%的受访者认为通过兴趣筛选“同好”，匹配度高。

陈熙觉得先线上再线下的形式很好，他感觉“轻相亲”给人带来的就是这种形式简单、压力小，“我了解过其他的线下交友活动，也是氛围比较轻松，大家可以聊到一起去”。

“我性格有些内向，一开始还有点拘谨。但后来发现大家都保持着恰当的社交距离，像是在社团聚会，慢慢地就不怎么戒备了。游戏也是根据兴趣爱好凑在一块玩的，所以很好融入，没有‘冒犯’感。”姚瑶很喜欢这类兴趣导向的活动。

此外，46.5%的受访者觉得“轻相亲”可扩展社交圈，满足社交需求，40.8%的受访者认为“轻相亲”淡化了“相亲”目的，接触更自然，17.7%的受访者觉得时间灵活效率高。

“正式的相亲因为目的性太强，让人不容易放得开。”浙江省心理健康促进会成员、杭州市总工会特聘婚恋专家凌子觉得，现在的一些相亲形式有趣、多元，给了大家轻松相处的机会，让大家愿意迈出寻找幸福的第一步。但凌子认为，形式不是最重要的。现在一些年轻人不愿意花时间去深入了解对方，一味看物质条件、看学历，这样很容易错过对的人。应该像认识一个新朋友一样，去跟对方交流沟通，先彼此了解再建立情感，这样才有可能长久地走下去。

参加相亲活动时，74.2%受访者提醒注意个人信息安全和隐私保护

“相亲活动中，可能会有不太正规的组织，也可能会有人动机不纯，骗感情骗钱。所以我觉得首先要甄别活动是哪里主办的，是不是正规，最好向之前参加过的人打听下感觉怎么样，包括活动场馆合不合规、安不安全，以及搜集的个人信息合不合理，涉不涉及隐私泄露的问题。”姚瑶提醒，在活动中跟人相处时也要保持适度警惕，察觉到有不对的地方就赶紧离开。

参加相亲活动时，74.2%的受访者提醒注意个人信息安全和隐私保护，67.4%的受访者建议关注主办方资质和信誉，61.7%的受访者建议对参与者身份真实性进行审核，43.4%的受访者建议关注活动和相关场地的安全性。

凌子提醒，谈好恋爱也要注重个人自我能力的提升，如果语言沟通能力不好，需求定位不准，与人建立关系的能力不强，其实也很难进入一段好的恋爱关系。只有自己先作好准备，遇到对的人才能抓住机会。

受访者中，男性占40.6%，女性占59.4%。单身未婚的占41.3%，恋爱中未婚的占15.4%，已婚的占42.3%，其他的占1.0%。20岁以下的占0.8%，21-25岁的占24.7%，26-30岁的占40.3%，31-35岁的占24.9%，36岁以上的占9.3%。

（应受访者要求，陈熙为化名）

扫一扫 看视频

愿为养生买单 66.2%受访青年看好健康消费新潮流

近八成受访青年曾为健康产品付费

中青报·中青网记者 王志伟
实习生 梁子祺

艾灸、拔罐、按摩等中式养生疗法预约火爆，零糖零卡零添加的食品饮料深受欢迎，购买运动装备、健身课程愈发普遍，为健康买单成为不少年轻人的消费新“刚需”。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对1336名青年进行的一项调查显示，78.2%的受访青年为健康产品付过费，运动健身和中式养生是受访青年更乐意付费的类型。

受访青年更乐意为运动健身和中式养生付费

江苏南京的95后李成是乒乓球爱好者，平时下班后会找“球搭子”到附近的场馆约一场球，两个小时的运动让他感到身体很放松，心情也更愉悦。“白天上班坐在工位上的时间很长，忙起来总是忘记起身活动。培养一项自己喜欢的运动并坚持下去，对身体会有好处。”

在北京工作的95后刘羽菲对中式养生比较青睐，之前不敢尝试的针灸、拔火罐，这两年她也进行了尝试。中医按摩、艾灸成了她放松身心的方式之一。

调查显示，78.2%的受访青年为健康产品付过费，运动健身和中式养生是受访青年更乐意付费的类型。具体来看，56.2%的受访青年会购买运动鞋服、运动器材，51.1%的受访青年会为室内外各类运动付费，50.2%的受访青年会为药膳、养生火锅、中药茶饮等食品买单，42.2%的受访青年会尝试艾灸拔罐等中医药理疗。

“我会购买一些维生素片以及营养补液之类的产品。”在北京一所高校读大三的陈柏彤对身体健康比较关注，除了营养保健品外，还购置了电子秤、智能手表等健康监测设备。

受访青年愿意付费的健康产品还有：零糖零卡零添加的食品饮料（35.3%），体重管理、身材管理等课程（35.0%），体脂秤、智能穿戴设备等（31.8%），鱼油钙片等健康保健品（30.0%），空气净化器、除螨仪等健康家居产品（28.3%），AI问诊、智能中医等健康管理服务（14.0%），冥想、芳香疗法等养生疗愈（12.5%）。

健康养生产品为何成年轻人消费新宠

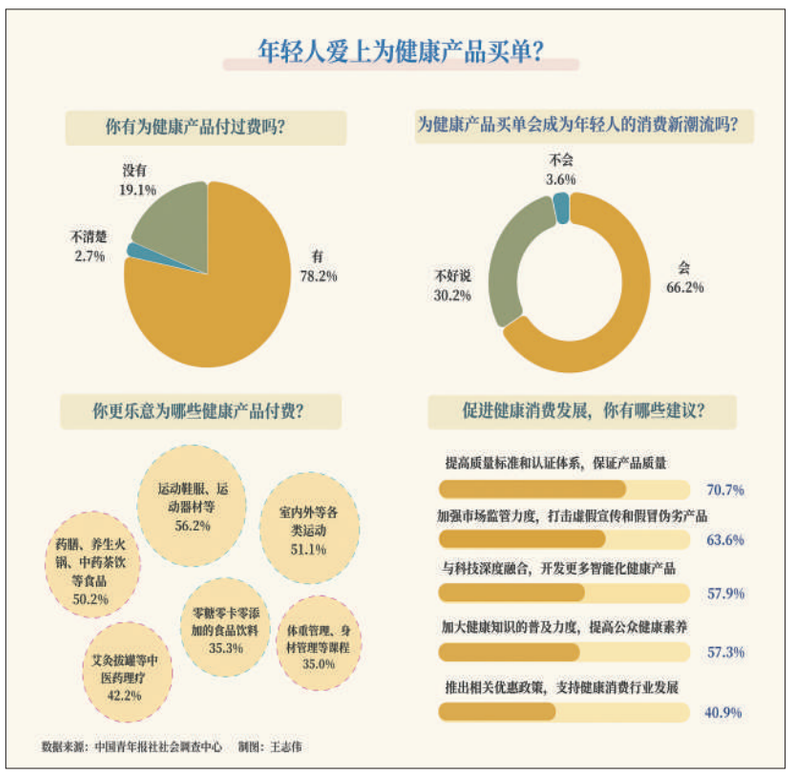
李成最近在减重，买食品时，他会格外关注能量表和配料表，尤其是含糖量、碳水化合物含量等指标。“现在很多零糖零卡零添加的食品很火，这迎合了大家对健康更加重视的消费心态，大家也愿意为了健康花钱。”

调查显示，66.2%的受访青年认可为健康产品买单会成为年轻人消费新潮流。

健康消费为何走红？本次调查显示，65.6%的受访青年认为是年轻人希望有疗愈身心、缓解压力的途径，65.3%的受访青年认为是大众健康意识提升，更注重身心健康。

其他还有：健康产品种类丰富，选择更多样（52.7%）；中医药、新中式养生等传统养生理念深入人心（50.2%）；价格适中，能买得起（37.9%）；社交媒体传播和商家宣传（18.1%）；一部分人跟风盲目消费（17.1%）。

“一方面是年轻人更注重自己的健康状态，另一方面与年轻人的消费习惯有关。”刘羽菲觉得，现在大家的健康意识更强了，比如注重日常饮食摄入的能量，关注体重体脂等数值，但同时由于工作生活节奏较快，稍不注意可能会忽视健康管理，所以希望通过理疗、购买健康产品等方式，帮助自己保持健康。



七成受访青年建议提高健康产品质量标准和认证体系

福建泉州的00后杨馨仪认为，对健康产品的功效和适用人群的认定要更加清晰，比如对于钙片之类的保健品，是否对不同的人群均适用，不同的剂量效果有何差异，需要在产品使用说明上作出明确标识。“之前有一款褪黑素，我妈妈使用后效果不错，就拿给我外婆用了，但我比较担心是否适合外婆的体质。我觉得要针对不同年龄层、不同健康状态的群体，设计更精细化、更有针对性的健康产品，同时对适用人群、适用剂量作出明确界定。”

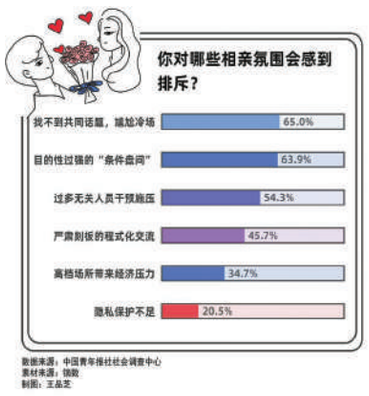
另外，杨馨仪还希望加强健康知识普及，让更多人了解到科学的健康知识，对各类健康产品有正确的认识。

刘羽菲觉得，现在市场上的健康产品，尤其是各类保健品还存在着鱼龙混杂的情况，希望加强监管，让消费者更安心。

促进健康消费发展，70.7%的受访青年建议提高质量标准和认证体系，保证产品质量；63.6%的受访青年认为要加强市场监管力度，打击虚假宣传和假冒伪劣产品；57.9%的受访青年期待与科技深度融合，开发更多智能化健康产品；57.3%的受访青年希望加大健康知识的普及力度，提高公众健康素养；40.9%的受访青年建议推出税收优惠、补贴等相关政策，支持健康消费行业发展；24.7%的受访青年希望健全售后服务体系，保障消费者权益。

参与此次调查的受访者中，男性占36.7%，女性占63.3%；00后占12.6%，95后占26.6%，90后占40.4%，85后占20.4%；来自一线城市的占38.6%，二线城市的占37.0%，三四线城市的占20.2%，县城或城镇的占3.4%，农村的占0.8%。

扫一扫 看视频



相亲最怕啥 65.0%受访者担心尴尬冷场

六成多受访者不喜欢目的性过强的“条件盘问”

中青报·中青网记者 王品芝
实习生 李斯宇

相亲时怎么才能不尴尬？什么样的相亲氛围更舒适？近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对1339名受访者进行的一项调查显示，相亲时65.0%的受访者怕找不到共同话题，尴尬冷场，63.9%的受访者不喜欢目的性过强的“条件盘问”。

河北石家庄的白领姚瑶讨厌流程式相亲，“上来就介绍自己的姓名、收入、籍贯、家庭情况，有点像面试。这种时候我会感觉很尴尬，不知道用一种什么心态跟对方相处”。

其他让大家感到排斥的相亲氛围还有：过多无关人员干预施压（54.3%），严肃刻板的程式化交流（45.7%），高档场所带来经济压力（34.7%），隐私保护不足（20.5%）等。

“如果经人介绍相亲，两个人没话硬说、没缘硬凑，目的性太强了，很多甚至都是奔着结婚去的，让人感觉压力很大，会产生抵触情绪。线上进行的活动，最后见不见面其实是可以自己选择的，对内向一些的人很友好，而且线上聊天有缓冲时间，不会很尴尬，彼此有好感了才会考虑线下进一步发展，比如约着一起吃饭看电影等。”北京理工大学硕士生陈熙喜欢线上交友，“没什么心理压力，如果最后没在一起，大家过几天也就彼此忘了”。

理想的相亲环境是什么样的？调查中，68.1%的受访者希望是基于共同兴趣的自然互动，60.3%的受访者喜欢轻松自由，没有强制社交压力的环境，54.2%的受访者希望环境私密且有安全感，52.7%的受访者希望活动设计新颖有趣，32.0%的受访者希望双方了解与隐私保护兼顾。

姚瑶喜欢自然、轻松的氛围，最好大家是基于共同兴趣一起玩的，不需要刻意找话题。“爱打球的就在球馆组织活动，喜欢音乐的就一起唱歌跳舞，借助兴趣爱好破冰，进而有深入的了解。”

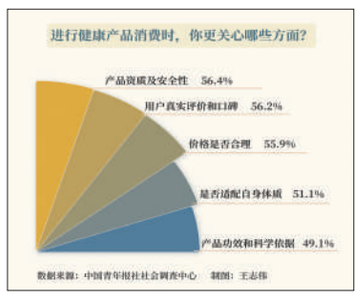
参加线上“一周CP”打卡活动后，陈熙感受很好，“每天打卡做任务，保证两个人每天都有互动，用一种不那么尴尬的方式促进两个人感情升温。而且任务很简单，几分钟就做完了，不会喧宾夺主，也不会给人造成很大的压力”。

姚瑶希望相亲活动能像是在大学参加社团一样，因为兴趣爱好认识一个人，有好感了，再一步一步循序渐进，慢慢确定关系，进入恋爱状态。“大家都比较随缘，目的性没那么明确。”

“我参加的活动是免费的，所以匹配比较粗糙，随机性很大，遇到志同道合的人几率有些低。”陈熙希望添加兴趣爱好、性格等维度的匹配，这样在一定程度上也可以提高脱单成功率。

受访者中，男性占40.6%，女性占59.4%。20岁以下的占0.8%，21-25岁的占24.7%，26-30岁的占40.3%，31-35岁的占24.9%，36岁以上的占9.3%。

（应受访者要求，陈熙为化名）



选购健康产品 受访青年最关心产品资质及安全性

中青报·中青网记者 王志伟
实习生 梁子祺

如今，零添加食品、中医理疗、智能穿戴等一系列健康产品受到不少年轻人青睐。在选购健康产品时，年轻人看重哪些方面？近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对1336名青年进行的一项调查显示，56.4%的受访青年关心产品资质及安全性，56.2%的受访青年关心用户真实评价和口碑。

“如果是食品类产品，我最看重它的安全性，比如成分是否健康，其次才是功效。”在北京读大学的00后陈柏彤购买过维生素片之类的保健品，也购买过电子秤和智能手表等健康监测产品，对于后者这类的产品，她在购买时会更加理性，只有真正用得上才会下单。

选购健康产品时，北京的95后刘羽菲比较在意是否适合自身体质，其次是价格。“我之前购买过肩颈按摩仪，但使用后感觉效果并不理想，就放在一旁‘吃灰’了。现在我更喜欢做按摩、艾灸之类的中医理疗，但会提前跟医生沟通我的身体状况，避免出现不适的情况，而且每次理疗的费用不算太高，挺有性价比。”

调查中，55.9%的受访青年关心价格是否合理，51.1%的受访青年关心是否适合自身体质。其他还有：产品功效和科学依据（49.1%）、品牌知名度和信誉（48.6%）、健康数据安全和隐私保护（33.8%）、售后服务保障（16.8%）。

趁着这轮“国补”政策，南京的95后李成购买了一款智能手表，用来监测运动和睡眠方面的数据。“每次运动完，我都会看一下数据情况，比如消耗了多少卡路里，燃脂情况等，看着完成的数据很有成就感。”李成认为，现在智能穿戴设备很发达，也很普遍，各大产品公司要做好用户的数据安全工作，保护好用户的个人隐私。“身体健康与否不能只看数据指标，还要找到适合自己的生活习惯，规律作息，保持适当的运动。”

最近气温回升，刘羽菲开启了运动健身计划，平时常出门散步，周末去爬山，在与自然的亲近中，让身心更愉悦。

为保持健康，大家在日常生活中会如何做？调查显示，65.9%的受访青年注重日常的饮食营养均衡，60.8%的受访青年会保持规律作息，早睡早起，60.7%的受访青年会进行运动锻炼，如健身、跑步等，46.0%的受访青年购买食品时会关注配料表和能量表，42.3%的受访青年会使用电子秤、智能穿戴设备等监测健康，36.4%的受访青年会定期进行体检，关注身体各项指标，25.7%的受访青年会尝试中医养生方法，如艾灸、茶饮等。

参与此次调查的受访者中，男性占36.7%，女性占63.3%；00后占12.6%，95后占26.6%，90后占40.4%，85后占20.4%。

《哪吒2》热映引热议

超六成受访者相信国产动画行业前景广阔

中青报·中青网记者 吴欣宇
实习生 张馨月

动画电影《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）以现代视角重构传统神话，通过讲述哪吒对抗命运、追寻自我认同的故事，引发跨年龄层观众的深度共鸣。上周，中国青年报社社会调查中心联合问卷网（wenjuan.com），对1335名受访者进行的一项调查显示，61.1%的受访者表示《哪吒2》带给自己的思考是“国产动画行业的发展前景广阔”，55.7%的受访者认为《哪吒2》带动了“哪吒”周边旅游业发展。

动画专业学生：《哪吒2》让我们对国漫未来发展更有信心

《哪吒2》爆火后，来自江苏的动画专业学生何晚瑜发现，很多老师在上课时会提及相关案例，也有不少博主对电影中的内容进行二创。

“《哪吒2》让更多人关注到我国的动画行业，也让我们专业的学生对国漫未来发展更有信心。”何晚瑜觉得，《哪吒2》给了动画爱好者和相关专业的学生一个勇敢追梦的机会。但作为一名正在找实习的大三学生，何晚瑜也意识到，想在动画行业获得不错的发展，仅凭一腔热血是不够的。“企业更看重我们的实践作品，但我感觉目前在学校学的内容还比较基础，希望学校和社会能多给我们动画专业的学生一些实践机会。”

《哪吒2》不仅让动画专业成为大家关注的焦点，影片中关于亲情的内容也成为很多人热议的话题。看完《哪吒2》后，来自北京的小学生家长张秩开始重新思考自己对儿子的教育方式。影片中李靖夫妇对哪吒的无条件支持和信任让他深受触动，这种“严厉但不失温情”的教育方式，让他觉得很值得借鉴。“让孩子感受到被尊重和理解，这对他们的成长非常重要。”

《哪吒2》引起了观众对哪些议题的思考？调查中，61.1%的受访者认为国产动画行业的发展前景广阔，60.5%的受访者重新思考了传统神话故事的现代化表达，57.8%的受访者反思了亲子关系与教育方式。此外还有：个体如何面对偏见和“标签化”评价（49.6%）、国漫文化的国内外影响力（41.9%）等。

青年美术教师：《哪吒2》为学生了解传统文化打开新方式

“我觉得《哪吒2》极大地增强了大众的文化自信！”来自浙江的00后大学生殷立青发现，《哪吒2》带动了周边文创产品的发展。作为《哪吒2》的忠实观众，她会通过购买一些周边产品来支持这部作品，身边有相同爱好的朋友购买文创的热情也很高。“中华元素、中国故事、中国叙事等，也提振了大家对我国电影市场的信心。”

张秩也觉得，《哪吒2》让更多人关注到中国传统文化，如神话故事、古典美学等，电影里的国风元素也在一定程度上带动了国潮消费，不仅周边盲盒成为“新宠”，带有国潮元素的服饰也深受孩子们喜爱。

张秩还发现，电影中玉虚宫、海底炼狱这些场景，既有古典美，又有科技感，视觉效果特别震撼。“我觉得这部电影提升了国民审美，让更多人感受到中华优秀传统文化的魅力。”

“这部电影比较契合当代审美和价值观。”来自江苏南京的80后美术教师王摩蹉（化名）觉得，《哪吒2》的创作很贴近当下年轻人的状态，作品也很有现实意义。此外王摩蹉表示，这部电影给学生了解中华文化、传统美学提供了一种新方式，她就尝试把电影中的一些青铜器作为课堂的教学素材。“电影将课本中、博物馆里的传统文化变得生动有趣了，能引起大家的兴趣，也会激发一些人加入保护和传承传统文化的行列中。”

《哪吒2》有哪些文化影响力？数据显示，55.7%的受访者认为带动了“哪吒”周边旅游业发展，52.1%的受访者觉得激起了新一轮国潮消费热，52.1%的受访者表示能促进青年在动画行业就业创业。其他还有：扩大了国风华服的关注度和影响力（47.7%）、激励年轻人奋斗与“逆袭”（47.3%）、引导文化作品注重现实关怀（44.2%）、重构亲子教育范式（32.0%）、提升全民国风审美能力（26.5%）等。

《哪吒2》给何晚瑜带来许多创作启示。她觉得，虽然《哪吒2》运用了许多动画制作新技术且效果不错，但对于动画创作而言，内容更为重要。“要让技术服务内容，将更多中国优秀的故事通过动画这个载体讲给全世界听。”

受访者中，00后占18.6%，90后占50.3%，80后占26.9%，70后占3.9%，其他占0.3%。来自一线城市的占41.1%，二线城市的占35.9%，三四线城市的占18.8%，县城或城镇的占3.5%，农村的占0.7%。

扫一扫 看视频