

“相亲游”火爆中原的台前幕后

对很多年轻人来说，“相亲游”已不是个新鲜词儿了，但“相亲游”火爆中原、一次活动就受到近万人热捧，却是近两年才发生的事儿。

近日，记者专程走访了有关方面专家及业内人士，试图解读“相亲游”火爆中原的奥秘。
晚报记者 郑学春

现象——万人热捧“相亲游”

今年4月18日，由中原大型旅游门户网站——雅旅网、郑州金太阳旅行社等共同承办的“相约皇城相府，情定珏山月老”万人相亲大会中，首批报名参与者多达2000人。此次活动开创了中原地区同类活动的先河，并受到了省内外众多媒体的关注，在业内被誉为“雅旅模式”。

郑州雅旅网络文化有限公司总经理苏峰告诉记者，雅旅网多年来一直致力于旅游行业的营销推广工作，积累了丰富的旅游营销工作经验。从去年以来，他们更是摸索出了一套将社会活动与旅游营销相结合的新型旅游营销模式。“我们把活动的社会属性与旅游行业的营销推广行为巧妙地结合起来，打造出一项年轻人普遍乐于接受的‘相亲+旅游’式的大型户外活动，深受男女青年尤其是都市白领的欢迎与好评。”苏峰说。

据了解，从去年五一至今，我省郑州、洛阳、许昌、济源等市举办的相亲游活动不下十余次，洛阳鸡冠洞、新乡八里沟、关山，开封清明上河园等景区景点也都举办有类似活动。其中，郑州雅旅网、郑州金太阳旅行社等与皇城相府、珏山景区联手举办的万人相亲大会，则创下了参与人数最多、社会影响最大的跨省相亲游纪录，这也从另一个方面印证了相亲游模式的火爆和成功。

调查——“相亲游”火爆有缘由

相亲，是传统婚恋习俗中的重要一环，至今已流行了千百年，但有组织地举行大型集体相亲活动，尤其是将相亲与旅游结合起来形成的相亲游，则是近年来才出现的新鲜事儿。记者通过百度搜索发现，上海、浙江、福建、吉林等地近年来都组织过类似相亲游活动，我省各地举办的相亲游活动也很火爆。

长期关注相亲游现象并曾直接参与活动组织的王女士告诉记者，随着社会生活节奏加快和竞争压力不断增大，都市年轻人的活动圈子变得越来越小，大量适龄单身青年成了婚“难”一族。而“相亲+旅游”这种活动正好给这些年轻人创造相识、相恋的机会。从目前情况看，“三高”白领是相亲游的主力军。“即使相亲不成，也可以多个交友、交流的机会，至少是一次旅途不寂寞的消闲之旅”。

此前，有媒体报道称，一项专门针对参与相亲游活动的白领人士所作的调查显示，46.4%的白领倾向于选择户外旅游交友的形式。以郑州市区人口400多万人，适婚人群10%，其中一到两成适婚青年一年选择一次相亲游，每次费用按500元计，一年婚恋市场的蛋糕至少在数千万元以上。

“传统相亲套路的性非常强，形式单调、拘谨，有时候让人很尴尬。因此，很多人不适应以往由中间人‘牵线搭桥’相亲的老方式。相比而言，旅游相亲可以接触的异性朋友范围广，旅途中的美好景色也有利于大家放松身心，让每个人真正地展示自我，并给双方创造更多的交流机会。”在省会某媒体工作的小贾说，自己带着想体验和采访的想法，先后参加过两次大型相亲游活动，“尽管目前还没有找到真正的意中人，但相亲游给人的感觉还真不错”。

“形式新颖、经济合算以及年轻人择偶方式变化等，是其热捧相亲游的社会基础。”苏峰说，相亲游的优势在于把传统风俗与现代生活方式有机地结合起来，让大家各取所需，在轻松愉快的旅途中结识人生另一半，同时也给一部分因“面子”而不愿参加传统相亲的人带来了机会。“同时也给景区营销、旅游服务等机构提供了新的模式和平台”。



说法——合力打造“相亲经济”

据旅游业内人士分析，相亲游规模目前已越做越大，参与人数少则数百，多则上千甚至近万人，收费标准从100多元到数千元不等，加上由此带来的其他相关收益等，相亲游已成为一块巨大的市场蛋糕。

与此同时，面对汹涌而来的相亲经济大潮，各方利益群体都在寻找自己的“提振点”，景区、旅行社、婚纱摄影、旅游服务等机构闻风而至，开始了一轮相亲经济的市场争夺战。

对此，苏峰说，仅以“相约皇城相府，情定珏山月老”万人相亲大会为例，活动的成功举办就在业界链条上取得了多方共赢的

局面，皇城相府、珏山景区的市场知名度和品牌形象得到了空前提升；旅行社在组织游客时获得了经济效益；而参与游客则在旅游相亲活动中享受到一定的价格优惠；雅旅网、合作媒体等也都“各取所需”，展示了自身形象并吸引了受众。“相亲游也带动了市民出游的积极性和原动力，为活跃市场、扩大内需做出了贡献，实在是一个一举多得、多方互赢的创新举措”。说起自己的“杰作”，苏峰显得颇为得意。

某媒体界人士张先生表示，在相亲游活动中，媒体也是一支不容忽视的力量。相亲

经济的潮起潮落，已牵动了维系各方利益的敏感神经。

河南省旅游经济研究所所长、河南财经学院旅游与会展学院副院长吕绍斌教授说，如同“素食游”“写真游”一样，近年来兴起的“相亲游”也是一种创意旅游，也可以说是一种新的旅游营销方式。它把传统的相亲与现代旅游巧妙地结合到了一起，既可以谈情说爱，又可以实现沿途旅游观光休闲、享受身心愉快的目的。即使是恋爱不成，也可实现广交朋友的目标。这也是相亲游被众多市民尤其都市白领热捧的原因之一。

揭秘——幕后推手“瞄准”共赢

目认真审核，看是否能够最大限度地满足旅游者的需要，如旅游线路的设计、产品价格、相关活动以及游客参与的互动性能否令其满意等。其次，相亲游作为旅游营销的一个创意举措，能否发展成相亲经济，旅行社、旅游景区、婚介机构、新闻媒体及政府职能部门等都起着至关重要的作用，各个部门应协同作战，要学会制造“热点”、把握“重点”、营销“卖点”。最后要注意搞相亲游不要一哄而上，每次活动一定要有鲜明的个性及特色。此外，还要遵纪守法，避免落入俗套和违规经营等。

而作为中原相亲游活动的幕后“推手”之一，苏峰认为，相亲游不仅是景区、婚恋机构等进行市场推广及吸收客源的良好平台，而且对业界各利益链条也提

供了一个共同合作的好机会，可谓于国于民皆有利。

同时，苏峰也坦承，任何一项社会活动在推行时，都不免会有不同的声音。对于“相约皇城相府，情定珏山月老”万人相亲大会这样一个得到业界首肯、市民欢迎的活动，同时也有批评的声音存在。比如有人说“活动商业味儿较浓”、“相亲还要跑很远，是否瞎折腾”等。但他认为，尽管这次活动与上海等地相亲游的规模和档次还有一定差距，但自己与合作伙伴对活动效果还是相当满意的，自己非常看好这种模式，并会继续推广和创新。“希望在以后举办的类似活动中，能有更多的完善与创新，让参与机构与人数都能达到一个新的水平，从而把活动做得更加完美”。

推荐——哪些景区更宜“相亲游”

峨苍翠，宛若一对碧玉镶嵌在太行山上。珏山月老亭古来有之，这里曾演绎了一段动人的爱情故事，成为男女相爱百年好合、永结同心的真情见证。

“更为重要的是，这两大景区距郑州远近适中，只需要两个小时的车程，非常适合平时工作繁忙的都市白领周末出游。而相亲游元素的加入，让活动更具人情味和吸引力，这是活动成功的两个重要因素。”苏峰说。

河南省旅游发展研究所研究员、郑州市旅游协会副会长、郑州金辉旅行社总经理孙艳说，相亲游之所以会被很多人接受，是因

为旅游本身是一种轻松愉快的过程，在这样的氛围下，陌生人之间的接触、交流会比较容易。

她表示，适合相亲游的线路很多，但最好是安排成两日游产品，这样就可以给相亲者更多的时间和机会去了解对方。

业内人士推荐的省内相亲游适宜线路有：洛阳白云山、重渡沟、鸡冠洞、养子沟、伏牛山滑雪场、新乡八里沟、万仙山、关山、南阳宝天曼、开封清明上河园等；邻省景区除了皇城相府、珏山景区外，湖北洪湖、蓝田两日游，河北白洋淀等也都是不错的选择。