

他在等不在意外表的那个她



31岁的李君(化名)有房有车、工作稳定、品性靠谱,满心盼着能寻得一位性情温和的女生组建家庭。可这份朴素的心愿,却屡屡因长相偏成熟而受阻——红娘多次牵线,女生们初闻条件无不满意,可看到照片或见面后,均因他的长相显老而婉拒。

■记者 杨天娇

李君身高1.74米、体重73公斤,微胖的身形搭配偏成熟的五官,初见时总被人误认成四十五六岁,很难看出他才刚满而立之年。他大专学历,在十堰一家公司担任工程师,从业多年,工作踏实,月薪稳定在1万元至2万元,凭借自身努力,已在上海路全款购置了新房,还添置了中档代步车,经济基础扎实。

李君的父亲从事室内装修工作,母亲操持家务,两位老人均居住在郧阳区老家,身体健康、性格和善,养老无压力;姐姐早已成家,家庭关系和睦。生活中的李君性格沉稳、做事利落,工地上的大小事宜交给他负责,同事和领导都十分放心。他生活简单纯粹,每天两点一线往返于家和工地,无不良嗜好、社交圈子干净,三观端正,虽不善言辞、不会说情话,却懂得用行动表达真诚。

李君一直对爱情充满期待。他告诉晚报红娘,每到节假日,看着姐姐带着孩子陪父母团聚、家里欢声笑语的场景,心中总会泛起羡慕。“我就想找比我小、身高1.60米以上、大专学历的十堰本地女生,性格稳重、脾气好就行,没别的复杂要求,希望一年内能结婚。”李君语气坦诚地

说。如今31岁的他,身边同龄人大多已成家生子,父母每次打电话虽会念叨,却从不多加催促,只是默默托人帮忙留意合适的女生,这份牵挂,更让他渴望早日找到归宿。

红娘了解情况后,当即着手为李君筛选符合要求的女生。女生们听闻他的条件后,均表现出浓厚兴趣,不少性子爽朗的女生还主动催促红娘尽快安排见面。可每次当红娘将李君的照片发给女生后,原本热烈的反馈便会变得微妙起来。

起初,红娘为他介绍了一位26岁的女生,对方看到照片后,犹豫许久回复:“他条件不错,但长相看着太成熟了,和年龄不太匹配,我还是喜欢显年轻些的,怕相处有代沟,不好意思。”之后,红娘又介绍了一位27岁的女生,该女生择偶时格外看重“有上进心”,对李君的家庭和工作条件也十分认可,可收到照片后,该女生委婉拒绝了见面:“我有点颜控,他的长相不是我喜欢的类型,虽然条件不错,但感情还是要讲眼缘,不想勉强自己。”

这样的情况,一年内发生了好几次。有两位女生抱着试一试的心态同意见面,李君特意收拾一番,换上

新买的休闲装,提前抵达约定餐厅,主动为女生拉椅子、点菜品,全程细心照料,话虽不多却句句真诚。可见面后,女生们的反馈依旧大同小异:“他人真的很靠谱,做事也周到,但长相显老,没办法产生心动的感觉,只能做朋友。”每次相亲结束,李君都会显得有些落寞,他并非不懂外在形象在相亲中的分量,也清楚自己长相不算出众,却没料到这会成为阻碍缘分的最大阻碍。

如今,李君依旧怀着期待奔走在相亲路上。他每天认真工作、努力提升自己,把日子过得充实而安稳。他始终相信,总有一位女生不在意外表、只注重真心,能看见他的踏实可靠,愿意和他一起,把平淡的日子过出温暖滋味。属于他的缘分,或许只是需要多一点时间,慢慢到来。



一时的眼缘不如可靠的内在

当下很多单身者都有这样的择偶困惑:过于执着于第一眼的颜值,却忽略了感情最本真的模样。李君用努力攒下安稳的生活,用真诚对待每一次相遇,这份踏实可靠,本就是感情中最珍贵的筹码,却被一张偏成熟的外貌,轻易掩盖了自身光芒。他经济条件不错,为人上进,品行端正,这些藏在外貌之下的闪光点,比一时的眼缘更能支撑一段感情走得长远。他渴望的不是轰轰烈烈的爱情,只是一份简单安稳的陪伴,这份心愿,纯粹而动人。

成年人的感情,从来不是只靠颜值维系的童话,而是日复一日的陪伴与担当。惊艳的外表终会老去,唯有真诚可靠的内在,能在柴米油盐的琐碎中,给予彼此最坚实的依靠。李君或许不懂浪漫的话术,却能在生活的细节里,给对方稳稳的安全感,这才恰恰是很多人苦苦寻觅的幸福。

愿每一个在相亲中执着于颜值的人,都能拨开表象看见本质;愿像李君一样踏实真诚的人,都能遇见懂得欣赏内在的伴侣。红娘也会继续坚守,为他牵线搭桥,静待那个不在意外表、只注重真心的女生,奔赴这场属于他的踏实缘分。

“爱你老己”背后的消费密码

悦己消费的多元打开方式

记者调查发现,年轻人的悦己消费早已跳出传统购物范畴,转向以情绪价值为核心的多元体验。北京五棵松万达广场暖宠家内,年轻顾客与萌宠亲密互动;朗园内,中医把脉定制香囊、“颂钵音乐会”等项目,成为都市人情绪释放的载体。山东美术馆“马彪彪”凭借呆萌形象契合年轻人松弛感追求走红,抖音“拼豆”话题播放量突破96亿次,治愈系手作成新宠,部分手作店周末甚至需要排队。

马年春节临近,悦己消费更融入年货采购。市民小关添置马年金饰坦言,金价虽涨,但吊坠既喜庆又能当作给自己的新年礼物。这股为情绪买单的热潮已非小众,艾媒咨询数据显示,2024年中国情绪经济市场规模达2.3万亿元,预计2029年将突破4.5万亿元。

相较于传统消费,悦己消费场景更广、形式更活,覆盖潮玩、宠物、情绪健康等多个领域。值得买科技集团赵一鹤表示,2025年兴趣消费从“横向探索”转向“纵向深潜”,“编织手作”“赛博养生”等成为年轻人的精神归属。经济学家盘和林指出,随着居民收入提升、消费观念迭代,情绪价值已成为消费决策核心,推动消费市场高质量发展。

厂商与消费者“情绪共振”

从炫耀性消费转向“心价比”,消费者更看重情感共鸣与精神满足,这一需求倒逼供给侧向“情感共鸣”转型。美容个护领域,薇诺娜聚焦情绪压力引发的皮肤问题,研发细分产品提供情绪疗愈;潮玩赛道,泡泡玛特LABUBU、名创优品YOYO IP爆火,上海MINISO LAND壹号店开业9个月销售额破亿。

饮品行业也精准对接需求,金星啤酒将信阳毛尖等东方元素融入酿造,中式精酿成增长亮点;劲酒2025年预计增幅达20%,两年新增年轻用户900万,兼顾健康与情绪价值。技术更打破体验边界,AR试妆、AI情感陪护等广泛应用,京东京造AI毛绒玩具上线即售罄,实现体验升级。

浙江工商大学潘可文分析,悦己消费催生新品牌、新业态,推动劳动力向现代服务业转型。业内人士强调,供给侧需跳出噱头炒作,实现从“表面治愈”到“深度赋能”的升级,才能持续点燃消费热情。

避免掉入情绪消费陷阱

2025年,《上海市提振消费专项行动方案》将“丰富悦己消费”纳入举措,释放政策支持信号。但热潮背后,冲

动消费、定价混乱等问题凸显,中消协数据显示,情绪消费已成投诉热点,商品粗制滥造、诱导消费、退费困难等问题突出。

二手平台上,某隐藏款潮玩被炒至原价10倍,部分“情绪疗愈课程”借“自我成长”名义制造焦虑、诱导消费;“解压捏捏乐”推出后半年内冒出200多个仿品,同质化严重、质量参差不齐。杭州某潮玩店老板坦言,不少商家跟风做“情绪产品”,却未真正理解用户需求。

潘可文指出,部分商家过度营销的短视行为,既伤害消费者权益,也会透支行业潜力。规范悦己消费需多方发力:中消协建议出台指导意见明确监管标准,对网络情感服务设立“打赏限额”等防范措施;潘可文提出,需强化监管,打击虚假宣传等行为,同时倡导理性悦己、拒绝跟风。

对企业而言,深耕悦己市场需精准对接真实需求。赵一鹤建议,企业应将实用性、情绪体验融入产品设计,通过文化叙事构建情感联结,从“商品提供者”转变为“生活方式共建者”。

对新一代消费者而言,稀缺的不是物质,而是真诚的情感连接。唯有实现需求牵引供给、供给创造需求的双向奔赴,才能让悦己消费持续释放活力,为经济增长注入温暖动能,让每一份对生活的热爱都能收获回响。

■新华社电