

本
期
导
读

B2 朝核问题困境及解决途径

B3 摩萨德新任“掌门”科亨

B4 日本“妈妈友”的以强欺弱

新民环球

本报国际新闻部主编 | 第 636 期 | 2016 年 1 月 14 日 星期四 责任编辑:丁珏华 编辑邮箱:xmhw@xmwb.com.cn

热点锁定



朝鲜 6 日宣布成功进行氢弹试验,国际社会表示谴责。图为平壤民众观看关于氢弹试验的电视新闻

互联网时代让“谈恋爱”变得无比便捷——“滑”钟情 约会软件靠谱吗?

文 / 沈敏

互联网时代,找对象有什么难?美国最为热门的约会软件 Tinder,根据你登记的个人条件,向你推荐成千上万个潜在对象。如果喜欢对方的照片,手指在手机屏幕上往右一滑,表示“喜欢”,便可以聊天及见面;不喜欢则往左一滑,让对方“消失”。

约会软件层出不穷,让“谈恋爱”变得无比便捷。但,这样靠谱吗?



各种约会软件让「谈恋爱」变得无比便捷

图

“爱”得快分手也快

莎莉通过 Tinder 遇到的第一个对象最初看起来挺靠谱,他们你来我往地聊得挺痛快。后来约会了两次,网聊也没断,总共交换了大约 80 条信息。

然后,毫无征兆地,对方给她发了一条信息宣布分手。“这家伙在现实中跟我没有任何关系,所以就能这么粗暴对待我。”莎莉说。

莎莉 30 岁,住在伦敦,是一名化妆师,两年前注册了 Tinder 账号,当时她刚结束一段感情,处于疗伤期。最近她又注册了一个 Happn 账号,这是另一款约会软件,特色是为现实中有过交集的用户“配对”。

不过,莎莉表示已经开始厌倦约会软件,“这种一见钟情的把戏已经毁了整个一代女性的情爱体验”。

英国杂志《鼓声》报道,通过 Tinder 联系上的约会已经有 80 亿次,覆盖 190 多个国家,是全世界人气最旺的手机软件。Tinder 用户每分钟使用“指滑”操作筛选对象达 9.72 万次,平均每人每天花费 11 分钟浏览推荐对象的个人档案。

但选择多并不意味着更容易找到心仪对象。莎莉说:“选择琳琅满目,感觉上就像站在酒吧里,成百上千个男人都来告诉你他们多么喜欢你。但是只要有个更漂亮的女孩走进来,他们立马和你擦身而过。”

然而对很多男性来说,这正是约会软件的优点。在现实生活中,普通男人在酒吧里搭讪女孩常常遭到拒绝。对那些个性内向、不善交际的男性来说,约会软件更是福音:只要照片拍得好,就有可能约会。而对女性来说,这可能意味着

见到更多其实不该见的人。不少年轻女性抱怨说,注册约会软件后,邮箱里就塞满了陌生人发来的各种不雅照。一些媒体评论和情感专家也说,传统约会文化被约会软件败坏了,用户得到的是短暂、肤浅的体验,很难发展出深刻的情感关系。

尽管如此,约会软件依然红火。约会网站 eHarmony 拥有超过 6600 万用户,而每天通过约会软件 OKCupid 发送的信息有 730 万条。

“看图识人”很危险

纽约爱因斯丹医学院临床教授露西·布朗曾与人合著数篇论文,阐述与爱情相关的神经生物学原理。她说,看照片选择伴侣并不新鲜,古人就干过这件事:英国国王亨利八世曾命人远赴克莱沃公国为第四任王后的两位候选人安妮及其妹妹画像,凭画像选定了安妮。

布朗指出,现实中选择婚恋对象,“看图识人”是很危险的。像约会软件这样,仅靠静态照片和屏幕上的文字信息,很难得出合理判断。人类的大脑设置,更擅长通过观察一个人的动态来判断是否喜欢对方,比如走动的姿态、微笑的样子等。因此她建议,在网上建立联系后,应该尽快见面。

而如果意在发展持久的恋爱关系,“速成”的线下约会也不靠谱。据布朗研究,平均来说要在同居 3 年后,一个人才会全面地展露真实个性,Tinder 和 Happn 之类约会软件促成的大多只能是露水姻缘。

在布朗看来,感情“三分钟热度”、“来得快去得也快”可能是个人性格特征所致,约会软件不是罪魁祸首,但它们的罪过是为这种个性提供了

更多发挥空间。

她提醒说,第一次约会后感觉非常兴奋的时候,反而是应该提醒自己保持冷静谨慎的时候,以避免被恋爱初期体内化学物质的变化“冲昏了头脑”。因为通过约会软件认识的对象,很可能同时约会三四个人,或者刚见过你,下一秒又对另一张照片见异思迁。

距离盈利还遥远

用户们想的是“爱”,软件开发商想的是“钱”。约会软件层出不穷、人气正旺,但大多数盈利目标还很远。“你够规模吗?有很棒的创意、时髦的名字,但有没有足够的用户数量呢?”约会软件领域鼻祖级人物山姆·亚甘说,这才是成功关键。

亚甘 2003 年创立 OkCupid,如今它是美国约会网站中的佼佼者,但也整整用了 7 年才实现盈利。美国 IAC 互联网公司 2011 年用 9000 万美元收购 OkCupid,就是看中这家网站当时拥有 1500 万活跃用户。

OkCupid 被收购后,与另两大约会软件 Match.com 和 Tinder 一起成为 IAC 旗下的 Match 集团,由亚甘领导。他深知将产品人气变现有多难。“现在做一个又酷又时髦的手机软件容易多了,只要界面漂亮,就能受到关注。但如果你要问到今天有多少人登录嘛……”

有一些网站,如“咖啡遇上面包圈”,采用的是所谓“免费增值”模式:基本服务免费,以此吸引足够多用户后,推出一些收费的特色服务。一部分高端客户会愿意为此掏钱,成为服务商主要收入来源,理想情况下也能覆盖免费服务的成本。近年大热却没赚钱的 Tinder

也走了这条路,去年 12 月刚刚推出付费升级版 Tinder Plus,美国 30 岁以下用户购买要花 9.99 美元,30 岁以上还要多付 10 美元。付费版新功能包括允许客户“反悔”、找回被划掉对象的“撤销”、寻找其他国家用户的“护照”、去广告功能等。

市场价值待提升

在风险投资家眼里,新上线的约会软件不是可以任性撒钱的对象。统计数据显示,2014 年针对约会软件的投资总量比前一年有所增加,但每一轮融资的规模实际上在逐步下降。

投资人“小气”,而约会软件发展初期急需扩展用户规模,必须舍得砸钱搞营销,所以难免入不敷出。2014 年底 Hinge 获得 1300 万美元融资,融资总额达到 2000 万美元,但它的平台仍未有实质收入。

“我想每周都会出现 10 到 15 款新应用,到了年底,大概只有一两款还能留在线上并维持运营。”约会软件分析师戴维·埃文斯指出残酷的现实,“推出一款新软件很容易,整个市场充斥着 Tinder 的克隆品,并没出现什么革新性的创意。”

在移动应用领域,做游戏软件一向是最赚钱的,约会软件虽然离普遍盈利还遥远,但有一个优势:不用操心紧跟潮流更新内容,只要用户的婚恋状态有所变更,就等于完成了自动更新。

所以移动应用市场分析机构 App Annie 通信业务副总裁马科斯·桑切斯认为,约会软件的市场价值仍有提升空间,“它们带来的价值和与线下世界的关联性,使它们有抬高估价的可能”。

相关链接

先行者已盈利

目前除 2003 年创立的约会网站 OkCupid 外,另一个已成功实现盈利的是 SNAP 互动集团旗下的“你有兴趣吗”(AYI)约会软件。

AYI 创立于 2007 年,目标客户是 45 岁以上的单身男女。公司一开始想靠广告收入维持,但头 3 年一直在亏钱,于是在 2010 年推出了付费会员制。

目前 AYI 拥有 10 万付费会员,占有所有用户的 5%,虽然每月付费仅约 12 美元,但已足以让公司扭亏为盈。2014 年,光是使用 AYI 付费服务的“脸书”用户就为 AYI 贡献了 1500 万美元收入。

后来者变现难

对约会软件的后来者如“咖啡遇上面包圈”、Happn、Tinder、Hinge 等,即使发展迅猛,要将人气变现却是难题。

“咖啡遇上面包圈”虽然声称它的“配对”服务已经撮合了 1 万对情侣,其中至少 80 对订婚,但对投资者来说,配对成功率并不总是等于收益率。

自 2012 年上线后,“咖啡遇上面包圈”已融资 280 万美元。著名投资人马克·库班也看上了这家新创企业,曾开价 3000 万美元收购。但网站的两位创始人拒绝了,他们认为公司有望实现一年 8 亿美元收入,和美国规模数一数二的约会网站 Match.com 一个量级。但一年后,它仍未实现盈利。

2014 年推出的 JSwipe 也吸引了投资人的眼光,它有清晰的目标用户群——犹太人,发展不到一年已在全球吸引了 20 万用户。28 岁的创始人戴维·雅鲁斯声明他永远不会对用户收费,因为“爱情应该是免费的,一想到人们居然想兜售爱情我就觉得生气”。

至于怎么让公司赚钱,雅鲁斯说有一大堆想法,但都不是近期可以实现的。

2014 年 12 月,JSwipe 公司结束了一轮不公开融资。雅鲁斯说:“投资人理解我们现在的核心目标是增长用户量,现在不管赚钱。”

(本刊除“论坛”及本报记者署名文章外,均由新华社供稿)