

编“神奇公式”吹“一眼诊断” 相亲分析师靠什么“拿捏”你

5条相亲对象的信息、一共50字上下……一个20岁出头的相亲分析师，就能在3分钟时间内，判断出对象值不值得嫁或者娶。

网络上出现了许多“相亲分析师”，号称掌握“神奇公式”，还能一眼诊断精神疾病，常常语出惊人。这让他们视频广受关注，粉丝数万到数百万不等。但当您深信他们的逻辑，成为粉丝，收割的镰刀就已经落下。

“过5减4、低5归0”算身高

记者在社交媒体上，搜索到不同分析师的短视频。这类视频的模式基本相同，一个分析师，一块白板或黑板。白板上写着相亲对象信息，一般包括年龄、身高、体重、工作、家庭状况等，50字左右。

视频的开头通常都是一句话：“这个男人能嫁吗？”接下来，分析师会在2到7分钟的时间内，对这个相亲对象做出拆解和判断。

“来，老师教大家一点，怎么判断男方的身高。”短视频里，年轻的相亲分析师站在白板前，手拿黑色签字笔写写画画，口中念念有词：“身高170厘米，按照公式，过5减4、低5归0。身高末位数超过5的，包括5、6、7、8、9、0，都减4。低于5的，1、2、3、4，直接归0。那么他的真实身高应该是170-4-166（厘米），甚至更矮。”

类似的神奇推导，在相亲分

析短视频中广泛存在。

比如关于体重的表述。一个分析师说：“体重没写，没写就是比较胖，甚至肥胖。”另一个分析师说：“体重写偏瘦，那可能就是非常瘦。”

还有长相，有分析师说：“只写浓眉大眼，可能整张脸上，只



有眼睛能看。”

关于收入，有分析师说：“我们说过收入区间取下限，年收入10万元到15万元，就是10万元。可能他同组的同事收入最高能到15万元，不是他。”

号称3分钟判断精神疾病

相亲分析师们还有更高阶的“技能”，就是诊断出相亲对象的性格、精神状态甚至精神疾病。一段3分48秒的视频中，分析师开场白非常直接：“这是我

评论区粉丝朋友的投稿。我跟她说，这个男人整体条件还不错。但你能接受他有阿斯伯格综合征吗？并且伴有一点轻度抑郁。”

接下来，分析师对该男子基本信息逐条分析。24岁，很少流入相亲市场，判断出两点：男子家庭条件不错，只对找对象有要

求；或者男子身体有问题、精神有问题，着急找一个人接盘。

偏瘦，判断很瘦；985本科毕业，判断智商高；男子在大学工作，父亲是大学校长，母亲是律师——分析师判断：“在这种高学历家庭，怎么可能不让他读研。只能证明他本科毕业非常艰难，极有可能出现精神问题，轻度抑郁。大学工作，没写大学老师，哪怕是辅导员，都会写成大学老师，证明是闲职，极有可能跟他父亲在同一个学校，带在身边。”

市中心有房，300平方米。

“精明到房产面积都写上去的父母，却没有把独立婚房写上去。我判断女方嫁进来是要跟父母一起住，男方没有独自生活的能力。”

连麦、收徒、派对一条龙挣钱

相亲分析师有时会在视频里介绍自己，结合公开信息，能看到他们的年龄通常不大。他们此前的从业经历也比较丰富，有的是时尚博主，有的做婚介机构。记者发现，反差越大的视频——明明相亲者条件很好，最后分析出条条是坑——播放量越高。

在记者调研的视频中，分析“能不能嫁”和“能不能娶”的比例大概是9比1。从评论区可以看出，这类视频受众的女性比例也在九成以上。记者蹲守了几个分析师的直播，发现连麦的也几乎全部是女性。

当粉丝黏性达到一定程度，分析师就开始将流量变现。最直接的变现路径是直播，有分析师在页面上提示：“谁的时间都有限，分析不能免费。”连麦费用一般不贵，有的一次10分钟10元，但直播收入大头是粉丝刷礼物。

还有分析师“收徒”，教授相亲技巧，每次100元以上。另有学习群和课程书籍销售，费用也在100元左右，甚至有包年服务，几千元到上万元不等。

另外，有些分析师将生意从线上做到线下，组织“爱情必修

营”或者“单身相亲派对”。这类分析师多数有相亲平台背景，活动的收费因城市消费水平存在差别，从几百元到几千元不等。

相亲分析不科学、不负责

北京安定医院临床心理病房主治医师李亚琼在看完相亲分析视频后表示，在相亲过程中想要深入了解对方的情况是很正常的，但应基于相互尊重和诚信的原则，通过正常的交流和相处来逐渐了解对方，而不是依赖非科学的判断和标签。

对性格的评估，需要借助一些被广泛认可的性格测验和分析工具，比如迈尔斯·布里格斯类型指标等。这些工具各有特点，适用于不同的目的和场合。在使用这些工具时，应该由专业的心理学家或经过培训的咨询师进行解读和指导，以确保结果的准确性和应用的有效性。

阿斯伯格综合征、抑郁症和孤独症等精神健康问题的诊断更是一个复杂的过程。这种相亲分析视频，首先信息有限，其次缺乏验证，而且充满主观性，很可能涉及隐私和伦理问题。“通过简单的文字信息来对一个人的精神健康状况、心理状况、性格特点进行判断或直接给出诊断，非常不严谨，不科学，也是不负责任的。”

据《北京晚报》

“囤旅游”真能任君选择？

“真香”背后恐有陷阱

“我的购物车里有两张券，一张是旅游的，另一张也是旅游的。”

家住北京市朝阳区的柳舒（化名）喜欢在商家做促销时囤货，以前囤化妆品、囤卫生纸、囤洗发水……但刚过去不久的“6·18”电商促销节，在囤生活用品之余，柳舒又囤了两件旅游产品。“至于为什么囤了两张，是因为我还没想好去泉州簪花还是去阿勒泰骑马，趁现在优惠就先囤下来，等作了决定再把另一张退了。”

“囤旅游”，顾名思义就是将机票酒店、目的地门票等旅游产品像日常消费品那样“囤起来”，先买了放着，想用再用，不想用或没有条件用就取消。价格优惠、有效期长、随时可退，种种优势让越来越多的人直呼“真香”。

看到这里就已经准备下单了？先别急，“真香”背后可能存在陷阱，相关的法律问题还是要提前明晰。

购物车里的“诗和远方”

“全国16座城市18家门店，自由入住1晚含双人早餐通兑套餐699元，部分门店还赠送游轮票、景区门票。”

北京某互联网公司的程序员王迪（化名）向记者展示了自己的囤货清单：“未来3个月内

我肯定会把出游计划安排上，但是目前还没想好去哪里玩，不过预订的这家酒店性价比，有效期可以到明年，而且可选择入住的地区包括大理、苏州、青岛、长沙等不少热门城市，到时候可以根据目的地再安排。”

“机票+酒店、酒店+门票”等优惠套餐产品应有尽有，“避暑游”“生态游”等各种主题类型丰富。此外，还有“冬游四川1元购”“0.1元抢购188元出行券包”“66元特价机票随心飞全国”等“秒杀”项目供消费者抢购。而有些“囤旅游”的产品则类似于开盲盒，虽然不确定能去哪儿、何时去，但不妨碍消费者先把羊毛薅下来，让向往远方的心有个寄托。

王迪告诉记者，许多旅游爱好者不仅有专属的社群，还有专门的APP，遇上性价比高的旅游产品大家都会及时分享。“这两天高考和中考都结束了，其他年级的学生也快放假了，好多群里面就被‘研学游’‘亲子游’这些产品刷屏了，有点类似健身、瑜伽的会员卡，什么时候想去都可以。”

明天和“意外”哪个先来

“一直在关注秒杀活动，终于抢到了去日本的超低价机票。”“买了一堆的券，不知道这

次能否摆脱超时退款的宿命。”……

打开各类社交平台，这样的文字随处可见。事实上，虽然不少企业都承诺可以无忧退改，但是仍然有消费者遇到烦心事。

“本来订了6月1号出去玩，出发前一天脚崴了，医生建议不要到处走动，但是平台却不同意退款。”李琳（化名）在某出行App上购买了一张游乐套票，其首页广告上宣传称先囤券不去可退，但当打算退款时却发现订单显示已完成，且客服表示过期



便不可退款。此后，经过多方调解，虽然接受了扣除部分款项的退款方式，但李琳表示对此结果并不满意。

而且，“囤旅游”可能带来的纠纷远不止于此：购买后预约难或者兑换门槛高、节假日需要加价兑换、商家为涨价擅自退单退

款、线上承诺一价全包线下实际需要补差价或买保险、“随心买”之后不能“随心退”、各种标识和提示在购买时不醒目不规范；实际服务项目、质量与购买承诺货不对板等问题，都会让消费者“囤旅游”的兴致和体验大打折扣。

厘清权责方能行止由心

“‘囤旅游’的模式并非仅给了消费者方便和实惠，也有利于

是该产品本身固有的重要考量因素。“在此前提下，商家承诺‘退改无忧’属于打消消费者购买顾虑的营销手段，如果在消费者无法出行时拒绝退改，或者以各种理由收取高额的退改手续费，就破坏了‘囤旅游’模式的底层商业逻辑；如果没有跟消费者明确说明需要收取手续费且得到消费者同意的话，也可能构成消费欺诈。”

对于有些商家在旅游旺季为了涨价擅自退单退款的问题，马丽红表示，无论是否存在合同依据，商家该行为都是不诚信的。遇到这种问题，首先看合同条款中是否有相应的违约赔偿条款。如果有，可以要求商家依据合同进行赔偿。如果没有合同依据，也可以向商家主张资金占用成本损失。

“任何时候，大平台、大品牌的售后保障也会相对好一些，其赔偿能力也更强。”在马丽红看来，消费者始终是自身权益维护的第一责任人，应谨慎选择平台和商家。同时，购买“囤旅游”产品时要仔细阅读使用产品的条件和退改规则，避免落入消费陷阱，给自己美好的旅行安排带来阴影。最后，要及时保存证据，遇到问题要及时与商家协商沟通，向平台反映，或向市场监督管理部门进行投诉，切实维护自身权益不受侵害。

据《法治日报》