

单身经济学

SINGLES
ECONOMICS

目前,中国有近2亿的单身人士,

他们已成为消费的风向标和主力军



不管是家电、住宅,

还是快消品、化妆品、餐饮市场,

都瞄准了单身群体

何红旗
著



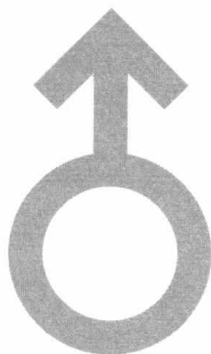
他们是有着“好看皮囊+有趣灵魂”的贵族,谁抓住了这股消费群体,谁就能稳做时代的赢家

电商、实体店、创业者、学者、产品经理、销售员,
值得看、值得研究的一本书。

单身群体拥有更强的购买力和消费意愿,研究透他们的兴趣爱好及消费心理,产品就能爆卖。

天津出版传媒集团

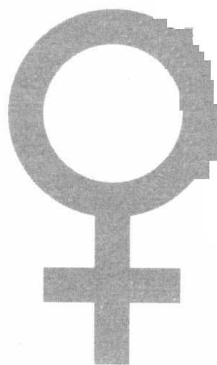
天津科学技术出版社



单身经济学

SINGLES
ECONOMICS

何红旗
著



天津出版传媒集团



天津科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

单身经济学 / 何红旗著. — 天津 : 天津科学技术出版社, 2019. 6

ISBN 978-7-5576-6303-2

I. ①单… II. ①何… III. ①消费经济学—研究
IV. ①F014. 5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第070924号

单身经济学

DANSHEN JINGJIXUE

责任编辑: 布亚楠

出 版: 天津出版传媒集团
天津科学技术出版社

地 址: 天津市西康路35号

邮 编: 300051

电 话: (022) 23332695

网 址: www.tjkjcb.com.cn

发 行: 新华书店经销

印 刷: 北京中振源印务有限公司

开本 880 × 1230 1/32 印张 7 字数 120 000

2019年6月第1版第1次印刷

定价: 42.00元

单身经济崛起

目前，中国单身人口已达到2亿，虽然在人口比例上只占我国总人口的14%，但是因为总量大，仍然成为一股不可忽视的力量。调查数据显示，在我国单身群体中，10%以上的人每月可支配收入在8000元以上，其中，7%以上的单身女性年收入超过20万元，是典型的单身贵族。

与家庭消费结构不同，单身一族的储蓄意愿相对偏低，其消费能力较强。随着单身人群逐年壮大，市场中形成了一部分相对固定、有相同特征的消费群体，这促进了相关产业及服务行业的发展，由此催生了单身经济迅速崛起。

事实上，“单身经济”这一概念，最早由西方经济学家F.T.麦卡锡在《经济学人》中提出，主要针对在广告业、出版业、娱乐业和媒体业工作以及消费其产品的单身女性。不同于

传统的被动单身者，她们在思想观念上发生了颠覆性的变化——为了享受生活而主动选择单身。这些单身女性具有强烈的自我意识，收入不菲，比其他阶层更愿意消费，对时髦、新奇的产品和服务一掷千金。

当下，新时代单身女性的崛起则得益于社会进步和女性地位的提升。与男士相比，女士更感性，因此在购物中会听从感觉或在情绪的驱使下超前消费、额外消费。单身女性更懂得爱自己，也更心疼自己，加上青春消逝带来的恐惧感，促使她们毫不吝啬地购买昂贵的化妆品、时装。

单身经济催生了巨大的消费，刺激着更多的商人加入这块“蛋糕”的争抢中来。在北京、上海、深圳、广州等大城市，单身经济已在消费、投资、文化等领域全面开花。

2016年，中国外卖行业销售额增长44%，其中65%的订单来自未婚的顾客。而来自美团外卖的数据显示，2017年上半年，北京、杭州、南京、上海和深圳的外卖单身用户数量占比超过60%，其中，北京的单身用户数量占比高达73%。

2017年5月，天猫发布的《2016年消费报告》显示，天猫平台上的单人份商品市场供应同比增加5.6倍，消费增加2.2倍。其中，迷你洗衣机的成交总额约10亿元，迷你榨汁机的成交总额约1.9亿元。

在休闲活动中，国内超过50%的单身男女最爱旅行。与已

婚人士相比，单身人士更喜欢观光并体验旅游目的地的文化。这或许可以解释为，保持单身的人有更多自由时间，能够真正来一场“说走就走”的旅行。

没有人会忘记，2009年11月11日，淘宝商城（天猫）恰恰是用“光棍节”作为营销噱头，开启了“双十一”这个震撼全球零售业的网络购物大狂欢。在中国，单身经济方兴未艾，蕴藏着无限商机。比如，商家可以聚焦垂直领域，像一人游、一人KTV等，可以瞄准针对单身人群的服务类别与服务岗位，也可以抓住单身经济中的需求变化满足特定需要……

本书不仅聚焦单身经济蕴藏着哪些商机，生产者与服务者应该从哪些方面淘金，而且从经济学角度剖析了单身男女为何选择单身，有哪些独特的消费行为，以及如何投资理财才能避免因为过度消费而导致财务赤字等内容。

可以肯定的是，在今后很长一段时期里，单身的人数会越来越多。究竟是单身潮流改变了商业，还是商业的丰富、便利促成了单身的流行？翻开本书，相信你一定可以在趣味阅读中找到想要的答案。

第一章

效用最大化：单身是理性经济人的选择

从万元一只的手袋说起——奢侈品	002
婚姻需要很大的投入——交易费用	006
婚姻之外的预期回报——机会成本	009
独立女性更愿意为自己埋单——财务自由	013
单身时期是一个人最好的增值期——跳蚤效应	017
努力成就更好的自己——贸易壁垒	022
提升爱情市盈率——资源配置	027

第二章

路径依赖：单身男女事业向左，婚姻向右

谁在对婚姻挑三拣四——选择成本	032
工作彻底解放了女性——囚徒困境	037
单身女性中的女强人——路径依赖	041
事业有成才是最好的保障——道德风险	045

选择了事业的单身女子——沉没成本	049
爱情不是男人的避难所——买方垄断	053

第三章

非价格竞争：单身男女是这样炼成的

当穷小子爱上拜金女——资源禀赋	058
迟婚的男士：没面包就要挨饿——销售费用	062
大龄单身女：追求爱情也看重物质——风险厌恶者	065
投资心态错位才不肯出手——规模收益递减	069
婚恋进程受家庭的影响——捆绑销售	073
高举“非诚勿扰”的大旗——垄断的无谓损失	077
最好的伴侣是自己——边际效应	081
错估形势导致情路坎坷——谈判经济学	085
那些与婚姻割裂的人——产品生命周期	089

第四章

资本收益：单身是贵族，也是生意

赚钱要懂“单身经济学”——经济利润	094
“买买买”，消费成为孤独新解药——冲动型消费	098
婚恋网站成为风投“香饽饽”——信息不对称	103
针对单身男女开发的网络游戏——比较优势	108

小户型房子更受单身人士青睐——消费偏好	112
谁是小型家电的消费者——性价比	117
不孤独的食物美学——供需机制	121
有情侣衫，就有光棍衫——扩张路径	125
把单身腕链变成恋爱通行证——预期利润	129

第五章

消费层级：在花钱中实现个人保值增值

单身族更热衷参加培训——价值投资	134
单身女性喜欢美容、健身——保值增值	139
聚会场合是单身者的天堂——规模收益递增	142
玩具、宠物商店火爆——需求定律	146
男人喜欢买车，女人喜欢买房——保障投资	150
只有AA制是不够的——经济规则	154
让每一分钱都发挥最大效用——新节俭主义	157

第六章

博弈论——三十不嫁，不婚族的经济看板

三十岁，获得持续赚钱的能力——财富状况	162
为什么一线城市单身的人越来越多——看不见的手	167
择偶也要看“本钱”——效用曲线	171



“钻石王老五”为何做不婚族——逆向选择	175
找个对象，还是养条狗——替代品	180
那些独身者的价值观——最优决策	184
离婚可怕，没安全感更可怕——隐成本	188
别让虚荣心吃光了你的口袋——财政赤字	192
年纪越大，结婚压力越大——边际递减	196
单身是不愿将就的结果——雷布森选择	200

附录

单身消费的四大趋势	204
-----------	-----



第一章

效用最大化：单身是理性 经济人的选择

个体消费与家庭消费决策逻辑不同，因此带来的生存体验、商业结果也不同。在家庭中，消费决策基本需要各方妥协，无法在最大限度上满足个体需求；而单身人士则无须受到这样的限制，如何消费完全由自己决策。

从万元一只的手袋说起——奢侈品

消费的一个重要目的是给他人留下印象，也称之为“炫耀性消费”。也就是说，消费者花钱是为了让他们的朋友及邻居嫉妒。此外，消费者花钱还有一个目的——跟上其朋友及邻居的消费水平。

有人花一万元钱只为买一只名贵的手袋。在普通人看来，这种做法的确很奢侈。要知道，性价比和品位不输的可替代产品有很多。

看着有钱人轻描淡写地把奢侈品^①买回家，难免让人心生嫉妒。其实再深入地想想，你也许会恍然大悟：这种生活，其实就是拥有比别人成本更高的生活，前提是这种消费水平在你的承受范围内。

丹妮结婚两年了，每月近万元的家庭收入足够支撑她与丈夫的

① 奢侈品，在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。



生活。但是，每次与单身闺蜜蓝莓逛街购物的时候，她都忍不住斥责对方花钱太厉害。

比如，蓝莓一件上衣的价格相当于丹妮家里那台彩电的价格，这让丹妮有点无法接受。不过蓝莓从来都不会觉得价格贵，她甚至抱怨自己的衣服太少了。

有一次，蓝莓疯狂采购，从衣服到首饰，再到化妆品，总怕亏待了自己。而丹妮则在旁边不停地抱怨，把每一件奢侈品与家里的实用器物进行价格换算与类比：微波炉、烤箱、沙发、冰箱……她可以想象，当自己提了一只限量版的路易·威登走在路上，相当于提了一台液晶电视的时候，很难不产生罪恶感。

蓝莓可不这么看，她有自己的想法：“把钱花在自己身上，总是让人高兴的事情。一个女人，要善待自己，尤其是单身的时候。”

这时候，丹妮总会以过来人的身份教训说：“钱还是省着点花吧，赶快把自己嫁了，学会精打细算地过日子。”

然后，蓝莓开始发表自己的高论：“一个人的生活也挺好，华服美食，想买什么都可以；夏威夷、普吉岛，想去哪里即刻动身；亲朋好友众多，自然也可以欢歌载舞；如果嫌无聊，还有大把的好书、音乐会、电影随时可以去看……我为什么非要选择嫁人呢？”

一位情感坎坷的独身者说过这样一段话：“在这个世界上，我们会有许多爱的人，也有许多爱自己的人。但是，真正懂得你的内心并善待你的人，只有你自己。换句话说，对你最好的人，只能是你自己。”

许多年轻人和蓝莓一样，每天辛苦打拼，同时追求美好而精致的生活。在财务自由的基础上，他们更懂得对自己好一点，呈现出高收入、高消费等特征。在美好的青春时光里，这些单身者拥有更大的身心与财务自由，在某种程度上实现了经济学上的效用最大化。

在物质上犒劳自己，毫不吝啬地花一万元买一只手袋，说到底还是善待自己的表现。毫无疑问，奢侈品无论从经济、品位、个性上，都能最大限度地带来身心的愉悦。

从珠宝品牌卡地亚、蒂芙尼、恩佐、欧克塞特到皮具品牌路易·威登、香奈尔、迪奥、古驰，从名表品牌欧米茄、积家、伯爵、江诗丹顿到化妆品牌娇兰、兰蔻、娇韵诗、雅诗兰黛，许多高收入单身人士毫不犹豫地物质上给予自己最好的享受。

由此不难理解，为什么不少在城市里拥有高收入、高学历的男女，宁肯做孤独的夜归人，也不急于给自己找另一半，把自己锁进“围城”里。经济效益的最大化，生活空间上的自由化，以及由此带来的人生乐趣，才是他们选择单身的根本原因。

对已婚者来说，财务、空间上的自由是昂贵而奢侈的。一个普通的家庭主妇，不会把一个月的家庭开支费用拿来购买法国香水；与之相反，单身者恰恰有这样的自由。

从经济学的角度分析，单身是一种奢侈的追求。这种选择主要基于以下几种因素。

◎条件优秀的人更容易选择单身

一项婚介调查报告显示，条件普通的女子往往早早地出嫁，为的是共同地面对生活。大龄单身女子往往是“三高人群”——学历



高、素质高、工资高，所以并不急于靠婚姻改变生活状况。因此，条件优秀的人更容易选择单身，这对男女都适合。

◎保持单身是为了体现绩优股的价值

如果把婚姻当作股份制公司，结婚就是资产重组的过程。两个并不强大的公司可能会选择合并，谋求在稳定中发展的道路。而优秀的单身男士或女士是绩优股，一枝独大的现实让他们觉得不急于寻找合作伙伴，还有的人担心重组之后优良资产会被剥离。

◎为了享受更美好的生活而单身

毫无疑问，婚姻生活需要更多的投入。一个人毕业后经过几年奋斗，刚有点财务自由就结束单身生活，意味着要承担更多的家庭责任，要扮演父亲、母亲的角色。这会让许多人感觉被束缚或太累。为了追求个人生活空间的自由，为了享受更多物质生活的奢华，他们暂时选择了单身。比如，有的女性不想过早卷进平庸主妇的琐碎生活，于是推迟了结婚年龄。

经济学解读

单身的男女，常常被冠以“单身贵族”的称号，在今天，恐怕用“奢侈品”这个经济学词汇来形容才更合适。

那些到了结婚年龄，而且物质条件不错的男女，仍然维持单身生活，在他人看来这是在追求一种奢侈品：奢华的物质享受，自由的个人空间。



婚姻需要很大的投入——交易费用

我们在享受灯光、安全、教育、阅读的时候，没有意识到别人为此而付出，就是无知。

如果把男女之间的感情交往比喻成购买日用消费品，那么婚姻就是购买耐用消费品。显然，后者需要更多资金的投入，成本也更大。为此，当事人在进行选择或做决策的时候会更慎重。

婚姻生活需要很大的投入，包括时间投入、资金投入以及丧失某些个人自由。而且，单身男女在茫茫人海中搜寻中意的另一方，还要付出必要的搜寻费用；找到合适的交往对象之后还要支付交往费用。相比单身的财务自由、个人空间大，有的人会在婚姻门前犹豫不决。

◎结婚成本偏高，推迟了一些人的结婚年龄

传统婚姻讲究门当户对，有钱有势的人家一般不娶穷人家的女子为妻。并且，这种指令型婚姻的交易费用主要是彩礼^①。对女方来说，拒绝彩礼意味着自降身价，会有失颜面；站在男方的角度来看，彩礼的高低显示着一定的诚意。这种心理契约与婚姻风俗流传

① 彩礼，中国旧时婚礼程序之一，又称定亲财礼、聘礼、聘财等。

至今，无疑增大了普通家庭的结婚成本。

生活中，尽管一些年轻男女以两情相悦为婚姻基础，因爱成婚也极大地提高了婚姻生活的幸福指数，但是，双方在心理上仍然会将物质条件作为重要的参考指标，即便当事人不放在心上，背后的两个家庭也会十分看重。

显然，金钱能够在关键时刻为爱情加分，制造浪漫和快乐，让双方的关系更进一步。但是，金钱也有着冰冷的外表，让爱情和婚姻变得有点功利。对男方来说，如果经济实力不足，或者短期内的财力无法有较大提升，无论是与心爱的人步入婚姻的殿堂，还是展开一段恋情，都会显得心有余而力不足。受此影响，那些财力匮乏的男性因为婚恋的交易费用高昂而进入单身的行列，这其实是一种无奈的选择。

经济学之父亚当·斯密^①指出，市场是一只看不见的手。理性人决定是否恋爱、结婚时，都会衡量机会成本，比如投入的时间、精力以及财力等。当恋爱、婚姻成本过高时，人们大多会选择放弃婚姻，当然也有勇敢的人把爱情放在第一位，把面包放在第二位。

◎家庭生产失去成本优势，导致现代婚姻变得越来越脆弱

从经济学角度分析，婚姻无非是两家公司合并，从而让资源得到更合理的配置，产生更大的收益。通过优势互补，或者强强联合，一段婚姻让双方实现利益最大化，可以有效降低各种交易费用。

在婚姻中，男女双方扮演着多种角色——厨师、护士、采购

① 亚当·斯密（1723年6月5日—1790年7月17日），经济学的主要创立者。他出生在苏格兰法夫郡（County Fife）的寇克卡迪（Kirkcaldy），是一个遗腹子。亚当·斯密终身未娶，一生与母亲相依为命。