

單身經濟：一個人的精彩

03-11

不久以前，20 歲尾巴 30 幾歲的單身貴族給人的刻板印象不外乎是每晚守在電視機前的孤家寡人，哀聲載道怎麼還是遇不到自己的真命天子（女）。社會大眾假定這些沒結婚的人一定是古怪、孤僻的人。一般人對「定下來」的那份渴望，在他們眼中就像童話故事一樣。

近幾十年來，這種既定印象也慢慢在改變，由《六人行》、《慾望城市》等熱門電視節目可見一斑。單身一族多為常識豐富、事業心強的專職人士，擁有羨煞眾人的特徵——多金。此外，這個族群的人通常沒有小孩、無貸款的負擔，而且交友廣闊常結伴出遊。由於他們人生的優先考量與其條件相當的已婚人士有別，又擁有大筆可自由支配的收入，因此「單身經濟」正蒸蒸日上。台灣有四分之一的人口可被歸類為單身，單身人士早期給人的刻板印象已有所改變。喜歡玩樂、崇尚流行，有大把的鈔票可花，也有閒暇時間消費，這個社群簡直就是所有商家的終極夢想。

向手頭闊綽的商業人士推銷蘋果 iPhone 手機或名牌鞋子並非難事。但部分非主流市場企圖要拿到單身族群的鈔票。忙得不可開交的生活，連做飯都嫌麻煩，於是單人份的微波電視餐銷售量有上升趨勢。日本公司還想出了一些搶攻單身族荷包의 創意點子。商場的貨架上陳列單人份包裝的商品，旅行業者也推出單人度假行程，就連餐廳也推出單人套餐，有時候這些優惠還是獨家的呢。不僅於此，KTV 還提供單獨前來唱歌的人私人包廂，而且還是單人的喔！

由於不願意或想要延緩結婚成家的人口越來越多，單身族群的勢力不容小覷：他們的購買力無庸置疑，且時尚都市新貴的購買選擇往往還會影響其他族群的消費傾向。難怪腦筋動得快的業者都想單挑這塊市場。