



从最初的婚恋平台，到社交平台，再到交友软件，“线上社交”俨然成了年轻人寻找恋爱的主流赛道。

休干部。

之后节目改在黄金时间段播放，工人、售货员、司机……逐渐地，各行各业的嘉宾开始丰富起来，很多人开口的第一句是：“感谢单位领导给了我这次上电视征婚的机会。”与当时登征婚还得到单位开证明不无关系。

据悉，《今晚我们相识》促成佳偶千余对，不少国外媒体也对这档节目颇为关注，认为是了解中国改革开放的一个窗口。

可惜开播之后的第十年，也就是2000年的情人节当天，《今晚我们相识》被“毙”，理由是气氛平淡，无法同湖南台的《玫瑰之约》相比。

《玫瑰之约》的嘉宾都是经过精心挑选、形象好气质佳的单身男女。每期选出的六男六女相对而坐，看起来就四个字：赏心悦目。另外，主持人还不时让好看的嘉宾们展示

自己的才艺，有人唱歌，有人跳舞。而该节目的形式正是效仿了此前台湾中视的《非常男女》，并加以优化。

同时期电视上的相亲节目，还有辽宁卫视的《一见倾心》、陕西卫视的《好男好女》、山东齐鲁台的《今日有约》、东方卫视的《相约星期六》等。

2005年7月，为了照顾电视剧《大长今》的播出，《玫瑰之约》迎来了自己的大结局。它的停播标志着上世纪90年代延续到21世纪初的“相亲节目”热潮的彻底消退。

万变不离其宗：“非诚勿扰”

如果说《玫瑰之约》只是加了一点元素，那么《非诚勿扰》则是义无反顾地加入了真人秀的阵营。2010年1月，由江苏卫视打造的《非


诚勿扰》开播，相亲节目再次回到大众视线，1个男生和24个女生的设定迅速成为观众热议的话题。也是从《非诚勿扰》开始，“灯亮灯灭”的相亲模式，开始被之后的相亲节目所效仿。

嘉宾的麻辣言语、唇枪舌剑让节目变得热闹，也引发了观众对于节目内容不断的热议。其中最著名的当属“宝马女”马诺。当时，一个爱骑自行车的无业男嘉宾问马诺：“你愿意和我一起骑自行车逛街吗？”马诺回答：“我更喜欢坐在宝马里哭泣。”

此言一出，马诺红了，《非诚勿扰》也跟着收视率高居不下，稳坐国内综艺节目前几把交椅。

再之后的相亲节目，相亲对象不仅是男女双方，更成了“一人相亲，全家动员”。比如，东方卫视的《中国式相亲》，江苏卫视的《新相亲时代》，开启了电视相亲的3.0模式，主打“代际相亲”，父母全家齐上阵。节目中，不管是其背后的两个家庭，还是闺蜜亲朋都会给相亲主体，提出婚姻的建议。对于观众来说，这类节目在舞台上呈现出两代人的沟通模式，也更能反映当下中国人的婚恋观，并带给普通观众更多的参考价值。

伴随着互联网的飞速发展，人们相亲交友的平台也从电视转移到了网络。从最初的婚恋平台，到社交平台，再到交友软件，“线上社交”俨然成了年轻人寻找恋爱的主流赛道。

或许年轻人对爱情的渴望从来都没有减弱过，只不过缺乏合适的方式邂逅爱情，他们想要的从来都是“非诚勿扰”。

下图：江苏卫视的《非诚勿扰》更像真人秀。

