

# Z 世代婚恋社交下室内公共空间设计

徐静

扬州大学，江苏扬州，225001；

**摘要：**对传统婚恋社交空间的设计更新不仅是对现有社交环境的改善，更是对城市文化和社会文明的有效提升。本文以 Z 世代婚恋心理为视角，通过文献分析、调查研究和归类总结等方法，总结传统婚恋社交空间的功能特性与局限性，并探讨适合未来婚恋社交空间的设计策略。研究旨在构建既能满足私密性需求又促进深度情感联结的新型社交空间，为室内公共空间设计提供理论与实践参考，推动婚恋社交空间的创新与优化。

**关键词：**Z 世代；婚恋心理；室内公共空间；虚实融合；用户体验；互动仪式链

**DOI:**10.69979/3041-0673.25.02.068

## 引言

随着 Z 世代成为婚恋社交主体，其独特的心理和行为模式对传统婚恋社交空间提出了新挑战。作为数字时代的“原住民”，Z 世代的生活和社交方式深受数字技术影响，他们对个性化表达、情感共鸣和隐私保护有更高要求，对线上线下融合的社交体验表现出浓厚兴趣。然而，传统婚恋社交空间如相亲角、婚介所和婚恋公司等，普遍存在信息过载、隐私缺失、功能单一和商业化等问题，难以满足 Z 世代的需求。婚恋社交空间不仅是情感交流的重要场所，也是城市文化和社会文明的体现。因此，如何通过空间设计满足 Z 世代的婚恋心理需求，提升其社交体验，成为室内公共空间设计的重要课题。本文通过分析 Z 世代婚恋心理，结合社会学、环境心理学和交互设计理论，提出“空间—情感—技术”三位一体的设计策略，并归纳出“场景弹性化”“虚实共生”“情感仪式感强化”三大设计原则，旨在满足 Z 世代对个性化、情感化和文化认同的需求，为未来婚恋社交空间的创新设计提供理论与实践参考。

## 1 婚恋社交相关概念

### 1.1 Z 世代婚恋社交的独特性

作为数字时代的原生代际，Z 世代（1995-2010 年出生群体）在婚恋社交领域展现出显著的时代特征与行为范式。首先，Z 世代高度重视个性化表达与自我价值实现，在婚恋互动中追求独特的社交体验与身份认同，这种倾向深刻影响了其对婚恋场景的功能需求与审美偏好。其次，作为技术赋能的受益者，Z 世代对数字化工具具有天然的依赖性与适应性，线上社交平台不仅成为其拓展社交网络的主要渠道，更塑造了其对虚实融合场景的高度接纳与期待。最后，区别于传统婚恋观中对

物质条件与社会地位的过度关注，Z 世代将情感共鸣与心理舒适度置于优先地位，这种价值取向折射出这一代际对婚恋关系质量与精神契合度的深层诉求。这些特征共同构成了 Z 世代婚恋社交行为的独特性，也为相关理论研究与实践探索提供了重要的时代注解。

### 1.2 婚恋社交的演变与特征

婚恋社交是以缔结婚恋关系为目标的社会互动行为，旨在促进个体间的深度了解与情感联结，涵盖传统相亲、婚介服务等线下模式以及依托数字技术的线上交友平台。从发展脉络来看，传统婚恋社交主要依托熟人网络、公共相亲角及专业婚介机构，其优势在于面对面对互动的真实性与即时性，但囿于信息传播范围有限、匹配效率低下以及隐私保护机制不完善等结构性缺陷。随着互联网技术与移动终端的快速发展，婚恋社交呈现出显著的数字化转型特征，依托大数据算法的智能匹配机制与虚拟互动模式极大地拓展了用户的社交边界，但同时也带来了线上关系向线下转移的断层问题。值得注意的是，作为数字原住民的 Z 世代在婚恋社交中展现出独特的线上线下融合特征。他们一方面高度依赖数字平台进行信息筛选与初步互动，另一方面又强调线下场景中的情感体验与真实连接，这种“混合式”社交模式对婚恋社交空间的设计提出了新的挑战与机遇。

## 2 传统婚恋社交空间的功能特性与局限

### 2.1 相亲角的功能特性与局限

作为长期存在的婚恋社交场所，相亲角凭借其低成本、高参与度以及信息流通效率高的优势，成为众多家长和年轻人的选择。以上海人民公园和深圳莲花山相亲角为例，这些免费开放的公益平台通过直观展示年龄、身高、学历、工作等基本信息，为参与者提供了快速筛

选和匹配的便利条件。但其局限性包括信息过载、隐私保护不足和功能单一,仅限于信息展示和初步交流,缺乏深度互动和情感体验,难以满足 Z 世代的个性化和情感共鸣需求。

## 2.2 婚介所的服务模式与局限

婚介所作为一种专业化的婚恋服务场所,通过专业化服务和私密化空间设计,有效弥补了相亲角在隐私保护和精准匹配方面的不足。以南京幸福之家婚介所为例,其配备专业红娘团队,利用心理学知识提供一对一精准匹配服务,并通过线下活动丰富客户体验。同时,其分区设计的空间布局注重隐私保护与个性化匹配,优化了用户体验的连贯性。然而,婚介所面临高成本、商业化特征明显和服务模式固定等问题,限制了普惠性和灵活性,难以满足 Z 世代对个性化和情感共鸣的需求。这种模式虽然在一定程度上满足了中高端用户的需求,但对于注重情感体验和个性化服务的 Z 世代来说,其服务模式的适应性仍有待提升。

## 2.3 婚恋公司的技术赋能与挑战

婚恋公司凭借数字化匹配技术和创新互动体验为婚恋社交注入新活力。以南京唯婚婚恋交友公司为例,其通过虚拟现实技术构建沉浸式场景,增强情感共鸣,并利用大数据精准推荐潜在伴侣,提升匹配效率。然而,该模式存在线上与线下场景割裂、情感联结薄弱以及信息真实性难以验证等问题,导致用户体验碎片化和信任危机。南京市中级人民法院曾因婚介平台信息审核不严判决其赔偿用户损失,凸显信任机制的重要性。婚恋公司需在用户体验和信任机制方面优化,以实现技术与情感的深度融合。

# 3 Z 世代婚恋心理与空间需求映射

## 3.1 Z 世代婚恋观特征

Z 世代的婚恋观呈现出理性化与多元化的特征。他们在恋爱目的上更加理性,注重长期关系的情感价值与现实意义。在择偶标准上,Z 世代表现出双重考量:既看重人品、性格等内在品质,又对外貌、气质等外在条件有较高要求。同时,他们明确区分恋爱与婚姻的概念,认为恋爱是情感体验的过程,而婚姻则是需要慎重考虑的人生选择。对于婚姻质量,Z 世代有着高标准的要求,期望婚姻关系能够满足情感、经济与个人发展的多重需求。此外,Z 世代的性观念更加开放,强调个体的自主选择与平等尊重。这些特征共同塑造了 Z 世代独特的婚恋观,反映了他们对情感关系的高期待与对自我价值的

重视

## 3.2 心理特征分析

Z 世代的婚恋社交行为表现出显著的社交焦虑、“轻压力”需求以及线上线下融合的社交习惯。一方面,Z 世代倾向于在低压力的环境中互动,以减少心理负担并提升社交体验质量,这要求婚恋社交空间设计注重营造轻松、舒适的氛围。另一方面,作为数字原住民,Z 世代习惯于在虚拟与现实之间切换,对数字化工具与实体空间的结合有着天然需求,不仅依赖线上社交平台,也重视线下社交活动。例如,Z 世代在 Soul 等平台上积极参与“无声连麦”等语音互动形式,同时对线下聚会、脱口秀等活动也表现出浓厚的兴趣。因此,空间设计需营造轻松氛围,增强线下互动的趣味性和沉浸感,同时为线上交流提供线下延伸的可能性,满足其“轻压力”需求和线上线下融合的社交体验。

## 3.3 需求导向的空间设计原则

对于 Z 世代婚恋社交空间的设计而言,需求导向原则的核心在于模块化分区和氛围营造。首先,模块化分区通过灵活布局,将传统“信息展示”拓展为多元“互动体验”,如多功能厅可根据需求切换为活动区、休息区或互动区,提升空间利用率并丰富社交体验。其次,氛围营造则通过色彩、灯光和材料的情绪引导,创造舒适、有吸引力的环境,如柔和灯光和温暖色调缓解社交焦虑,而自然材料和绿植的运用则进一步增强了空间的亲和力和自然感,使用户在社交过程中感受到更多的舒适与放松。这两项设计原则共同作用,为 Z 世代提供了一个既能满足功能需求,又能契合其心理特征的婚恋社交空间。

# 4 未来婚恋交友室内空间设计策略

## 4.1 场景弹性化设计

为满足 Z 世代婚恋社交的多样化需求,场景弹性化设计成为未来婚恋交友空间的关键策略。模块化空间布局是实现这一目标的重要手段,通过将空间划分为可切换的功能区域,如相亲角、独处区和互动区,空间能够根据不同的使用场景灵活调整。例如,多功能厅可根据活动需求快速转换为讲座区、休息区或互动游戏区,极大地提升了空间的利用率和灵活性。此外,动态氛围调节技术的应用进一步增强了空间的适应性。通过光线、声音的个性化控制,空间能够营造出不同的情感氛围。例如,利用智能灯光系统和环境音效,可以根据用户的情绪或活动类型调整氛围,从而为用户提供更加沉浸式

的体验。

## 4.2 虚实共生交互系统

虚实共生交互系统是未来婚恋交友空间的重要发展方向。AR/VR 技术增强线下场景叙事，为用户提供沉浸式的互动体验。例如，通过“记忆地图”投影技术，用户可以在虚拟环境中重温共同经历的场景，增强情感共鸣。这种技术不仅打破了时间和空间的限制，还为用户提供了更加真实、直观的婚恋体验。同时，数字身份与实体行为的无缝衔接是实现虚实融合的关键。通过线上数据生成线下互动线索，用户可以在虚拟世界中建立的联系自然延伸到现实场景中。例如，婚恋交友 APP 可以通过数据分析为用户提供线下约会的建议和活动安排，从而促进线上线下的互动。

## 4.3 隐私-开放梯度设计

在婚恋交友空间中，隐私保护与开放性之间的平衡至关重要。物理隔断与数字屏障的双重保护是实现这一目标的有效手段。例如，智能雾化玻璃可以根据用户需求快速切换透明度，提供即时的隐私保护。同时，通过临时匿名 ID 等数字技术，用户可以在保护隐私的前提下进行互动，从而减少社交压力。此外，用户自主权强化是隐私-开放梯度设计的核心。通过空间权限分级设置，用户可以根据自己的需求和舒适度调整隐私级别。例如，用户可以选择在特定区域内完全匿名，或在信任的社交圈内分享个人信息，从而增强对社交环境的控制感。

## 4.4 情感仪式感营造

情感仪式感的营造是提升婚恋交友空间吸引力和用户归属感的重要策略。交互式纪念装置为用户提供了独特的互动体验。例如，通过双人协作解锁场景内容，用户可以在互动中加深情感连接。这种装置不仅增强了用户的参与感，还为他们的关系留下了独特的纪念。同时，社群化仪式空间的设置进一步强化了情感仪式感。例如，“关系成长树”集体创作墙允许用户在社群中共同创作和记录他们的关系历程。这种设计不仅为用户提供了情感表达的平台，还通过集体参与增强了社群的凝聚力和归属感。

通过以上设计策略的综合应用，未来婚恋交友空间将能够更好地满足 Z 世代对个性化、情感共鸣和隐私保

护的需求，为他们提供更加丰富和沉浸式的婚恋体验。

## 5 结语

通过对 Z 世代婚恋社交空间的深入研究，本研究明确了未来婚恋社交空间设计的核心方向——实现“功能—情感—文化”的三维整合。这一整合不仅是对 Z 世代个性化、情感化和文化认同需求的回应，也是对当前婚恋社交空间功能单一、情感体验不足和文化内涵缺失等问题的系统性优化。具体而言，功能层面的模块化与弹性设计、情感体验的优化以及文化元素的融入，共同构建了一个既能满足私密性需求又促进深度情感联结的新型婚恋社交空间。这种设计策略不仅提升了空间的使用效率，还为 Z 世代提供了一个更具认同感和归属感的社交环境。

## 参考文献

- [1] 聂妞妞. 社交媒体使用对 Z 世代人群婚恋观的影响机制及优化策略研究[D]. 湖北大学, 2024. DOI: 10. 27130/d. cnki. ghbu. 2024. 000542.
- [2] 贾志科, 沙迪, 风笑天. 城市在职青年择偶模式的行业差异研究[J]. 青年探索, 2018 (05): 67-79.
- [3] 刘美忆. Z 世代媒介使用的自我表达与群体认同——以 B 站为例[J]. 青年记者, 2021(17): 57-58.
- [4] 刘帆. 当前中国新型婚姻登记处建筑设计探究[D]. 西安建筑科技大学, 2019. DOI: 10. 27393/d. cnki. gxazu. 2019. 000317.
- [5] 李彪. 中国婚礼仪式的变迁与国家在场[J]. 社科纵横(新理论版), 2013, 28(04): 202-204.
- [6] 王海军. 南京唯婚婚恋交友公司差异化竞争战略研究[D]. 南京林业大学, 2022. DOI: 10. 27242/d. cnki. gnjlu. 2022. 000843.
- [7] 顾颖. 中国现代婚介服务研究[D]. 南京理工大学, 2014.
- [8] 田宇同. 网络婚恋平台诈骗犯罪侦查研究[D]. 中南财经政法大学, 2022. DOI: 10. 27660/d. cnki. gzczu. 2022. 000483.

作者简介：徐静（2000—），女，汉族，江苏省兴化市人，艺术硕士，单位：扬州大学美术与设计学院艺术设计专业，研究方向：艺术设计