

# 第3季度在线婚恋交友市场增长平稳

中国互联网婚恋交友市场季度监测分析2016年第3季度



Analysys 易观  
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



# 目录

## CONTENTS

---

01  中国互联网婚恋交友市场分析

02  中国互联网婚恋交友市场主要厂商分析

03  中国互联网婚恋交友市场主要动态

# PART 1



## 中国互联网婚恋交友市场分析

© Analysis 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 第3季度中国互联网婚恋交友市场规模保持平稳

## 2015Q3-2016Q3中国互联网婚恋交友市场规模



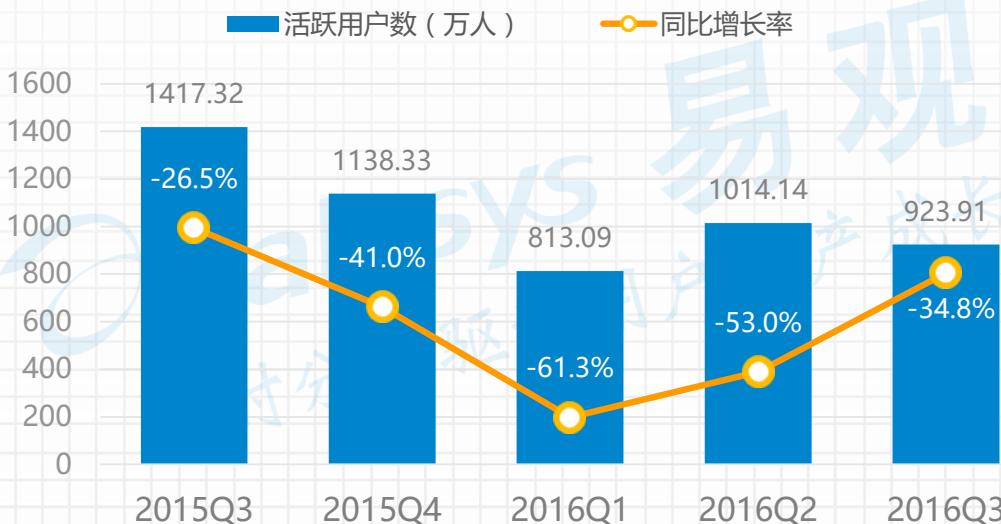
数据来源：2016年第3季度婚恋交友市场营收出现较大增幅主要源于之前对线下红娘服务营收的调整，本季度在线婚恋市场主要厂商营收数据分别通过企业审计报告，企业财报、高管访谈、公开信息结合易观方法论获得。

据Analysys易观数据显示，2016年第3季度，中国互联网婚恋交友市场规模达8.82亿元人民币，同比增长30.7%，环比增长1.7%。第3季度线上用户活跃度的小幅减少对营收带来了一定影响，但整体而言，市场规模仍比上季度有小幅提升。

# 婚恋交友PC端活跃用户数环比减少，同比降幅趋缓

## 2015Q3-2016Q3中国互联网婚恋交友市场

### PC端活跃用户数



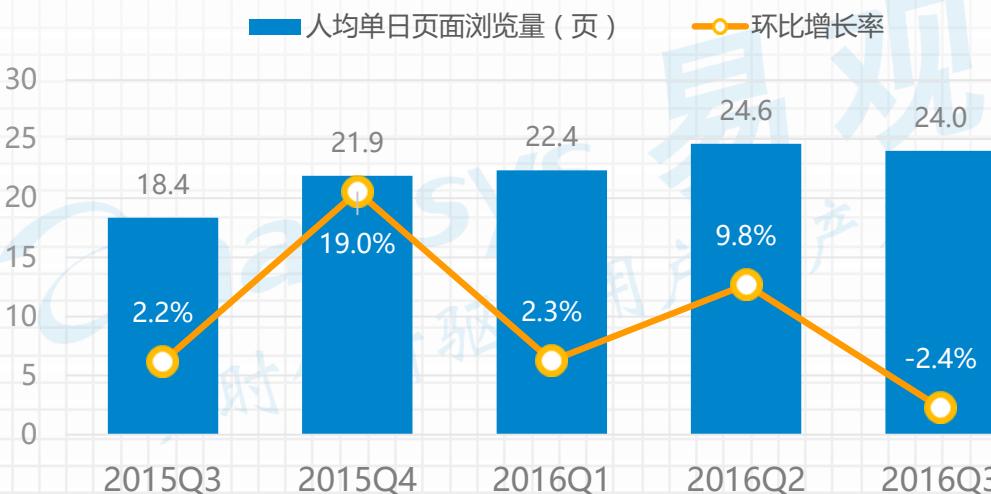
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

据Analysys易观千帆数据显示，2016年第3季度，中国互联网婚恋交友市场PC端活跃用户数达923.91万，较上一季度下降8.9%，同比下降34.8%。环比下降的主要原因是已过第2季度婚恋交友通常的高峰需求，除七夕节日前后用户活跃度小幅回升外，第3季度PC端婚恋交友用户的活跃度和消费行为均有所减少。与去年活跃用户情况相比较整体上看虽然同比仍有较大程度的下降，但趋势已有所减缓，婚恋交友PC端活跃用户数将逐步维持稳定。

# 婚恋交友PC端人均单日页面浏览量季节性下降，但受产品升级 诸因素推动，同比仍处增势

## 2015Q3-2016Q3中国互联网婚恋交友市场

### PC端人均单日页面浏览量



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

据Analysys易观千帆数据显示，2016年第3季度，中国互联网婚恋交友市场人均单日页面浏览量达24.0页，环比减少2.4%，同比增加30.4%。环比减少的主要原因是婚恋需求高峰期后所带来的用户使用行为的下降。同比增加主要受婚恋网站不断升级产品、增加更多年轻用户喜欢的玩法推动。

# 婚恋交友PC端用户使用行为已明显加深且相当稳定

## 2015Q3-2016Q3中国互联网婚恋交友市场

### PC端人均单日访问次数



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

## 2015Q3-2016Q3中国互联网婚恋交友市场

### PC端人均单日使用时长



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

2016年第3季度，中国互联网婚恋交友市场PC端人均单日访问次数为1.92次，人均单日有效使用时长为10.90分钟。婚恋交友PC端人均单日使用时长较上一季度小幅下降主要受婚恋行业季节性影响。对比2015年婚恋用户在PC端的使用行为，无论是人均单日访问次数或是人均单日使用时长，2016年婚恋用户整体的使用行为已明显加深且相当稳定。

# 婚恋交友移动端活跃用户数现季节性下降；七夕移动端活跃用户数增长明显

## 2016Q2-2016Q3中国互联网婚恋交友市场 移动端活跃用户数



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

据Analysys易观千帆数据显示，2016年第3季度，中国互联网婚恋交友市场移动端活跃用户数达3794.03万人，较上一季度下降26.9%。婚恋行业季节性因素是活跃用户数环比下降的主要原因。8月，中国传统七夕情人节约会交友与表白需求，加上直播交友这类更活泼的形式，当月移动端婚恋交友活跃用户数增长明显。但受制于婚恋需求高峰期已过，9月活跃用户数大幅回落，致使第3季度移动端整体活跃用户数并未比第2季度有更好表现。

# 第3季度婚恋交友移动端用户使用行为有所减少

## 2016Q2-2016Q3中国互联网婚恋交友市场 移动端人均单日启动次数



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

## 2016Q2-2016Q3中国互联网婚恋交友市场 移动端人均单日使用时长



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

以婚恋为目的的交友形式需要交友双方做出即时的沟通，这促使婚恋目标用户的登录和使用行为更多发生在移动端，因而从数据看，婚恋用户在移动端的访问频次和使用深度明显优于PC。第3季度，在婚恋行业季节性因素的影响下，中国互联网婚恋交友市场移动端人均单日启动次数和人均单日使用时长出现一定程度的下降。这其中是否还有其他因素对移动端婚恋用户的使用行为造成影响，有待后续观察。

## PART 2



### 中国互联网婚恋交友市场主要厂商分析

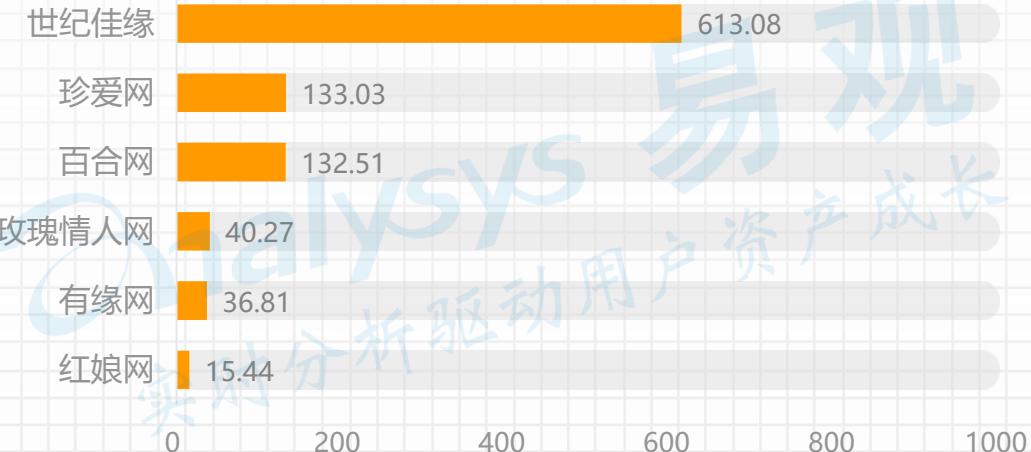
© Analysis 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 世纪佳缘PC端活跃用户数继续稳居市场首位

## 2016年第3季度中国互联网婚恋交友市场 主要厂商PC端活跃用户数

(单位 : 万人)



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

在线上PC端婚恋交友服务领域，世纪佳缘是名副其实的领军者，活跃用户规模数长期保持在500万以上，遥遥领先于其他友商。据Analysys易观千帆数据显示，2016年第3季度，世纪佳缘PC端活跃用户数为613.08万人，继续稳居市场首位。位列第二梯队的珍爱网和百合网，活跃用户数分别为133.03万人和132.51万人。玫瑰情人网、有缘网、红娘网位列第三梯队。这一排位次序与第2季度相一致。

# 世纪佳缘PC端日均页面浏览量保持绝对领先

## 2016年第3季度中国互联网婚恋交友市场 主要厂商PC端日均页面浏览量

(单位：万页)



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

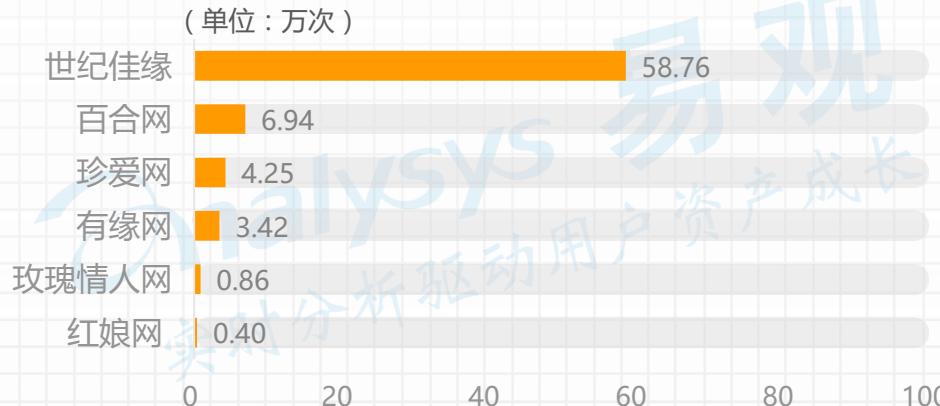
[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

中国互联网婚恋交友市场主要厂商PC端日均页面浏览量呈三级阶梯分布：位于第一阶梯的世纪佳缘，PC端季度日均页面浏览量达到数百万量级，位列第二阶梯的有缘网、百合网和珍爱网，PC端季度日均页面浏览量在十万量级。玫瑰情人节网和红娘网PC端季度日均页面浏览量则只有几万的量级甚至更少。据Analysys易观千帆数据显示，第3季度，世纪佳缘PC端日均有效浏览量为797.08万页，仍保持第一位的领先优势。位列第二阶梯排名靠前的有缘网在PC端的日均页面浏览量仅为48.17万页。

# 大部分婚恋交友厂商PC端日均使用行为出现不同程度下降

## 2016年第3季度中国互联网婚恋交友市场

### 主要厂商PC端日均访问次数



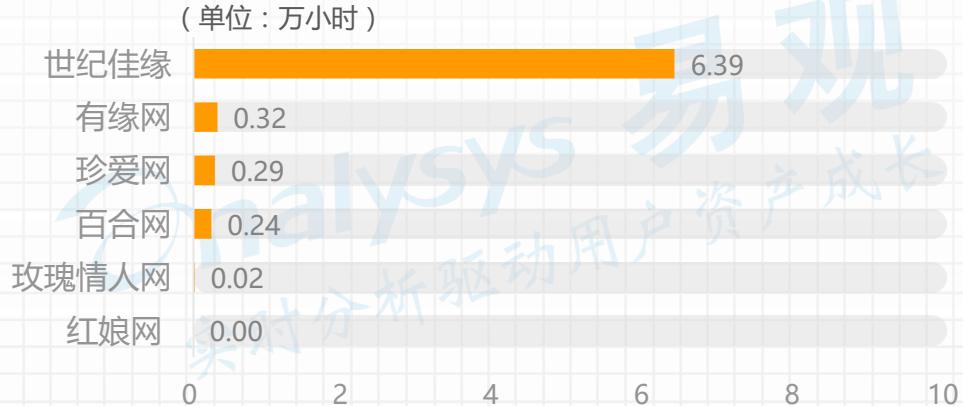
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

## 2016年第3季度中国互联网婚恋交友市场

### 主要厂商PC端日均使用时长



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

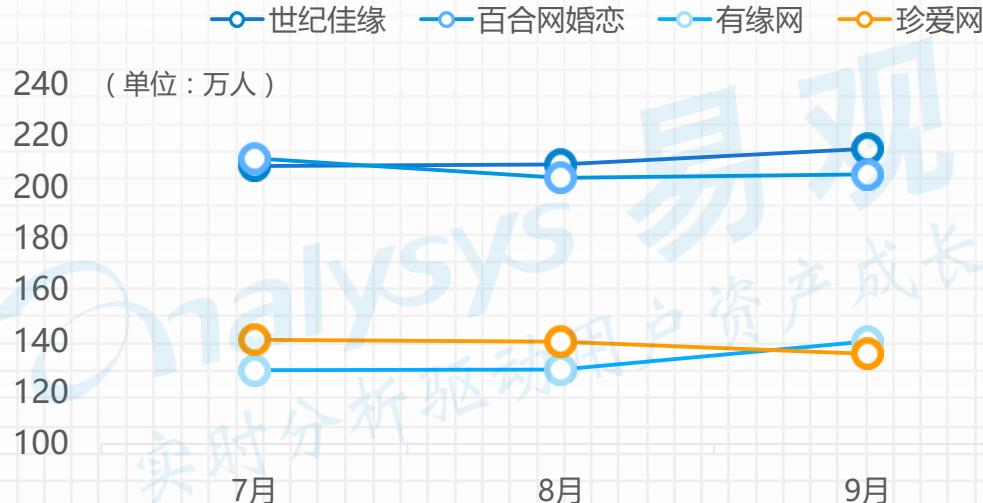
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

2016年第3季度，受婚恋行业季节性因素影响，大部分婚恋交友厂商PC端日均访问次数和日均使用时长指标均出现不同程度的降低。即便如此，世纪佳缘仍然以PC端的用户规模优势及良好的产品体验，在婚恋交友用户的日均行为指标上保持第一。第3季度世纪佳缘日均访问次数达58.76万次，日均访问时长在6.39万小时。百合网在PC端日均访问次数上位列第二名，而在日均使用时长上，位列第二的为有缘网。

# 婚恋交友移动端活跃用户数的两极梯队格局稳固

## 2016年7-9月中国互联网婚恋交友市场 主要厂商移动端活跃用户数



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

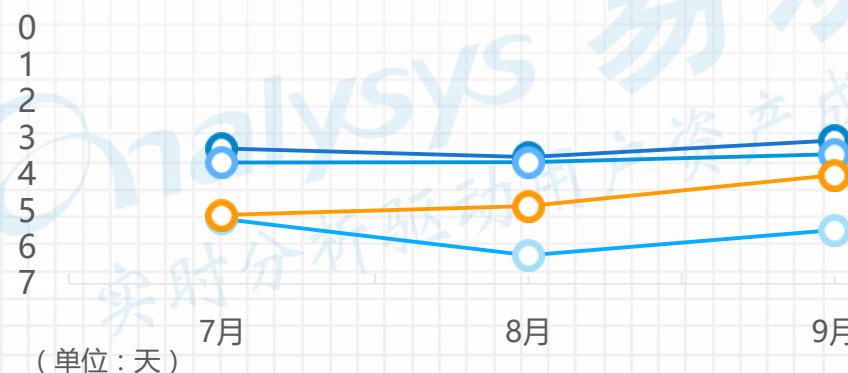
[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

中国互联网婚恋交友市场4大主要厂商移动端活跃用户的两极梯队基本确定，以世纪佳缘、百合网的第一梯队和以珍爱网、有缘网的第二梯队格局稳固。据Analysys易观千帆数据显示，2016年7-9月，位列第一梯队的世纪佳缘、百合网移动端活跃用户数基本维持稳定上涨态势，其中世纪佳缘增幅明显。9月世纪佳缘移动端活跃用户数已达214.98万人。而位列第二梯队的有缘网在9月超过一度领先的珍爱网，移动端活跃用户数达到139.87万人。

# 第3季度世纪佳缘移动端用户活跃度最高

## 2016年7-9月中国互联网婚恋交友市场 主要厂商移动端用户活跃度

—○— 世纪佳缘 —○— 百合网婚恋 —○— 有缘网 —○— 珍爱网



数据说明：纵坐标数值代表用户平均几天使用一次，数值越接近1表示用户活跃度越大

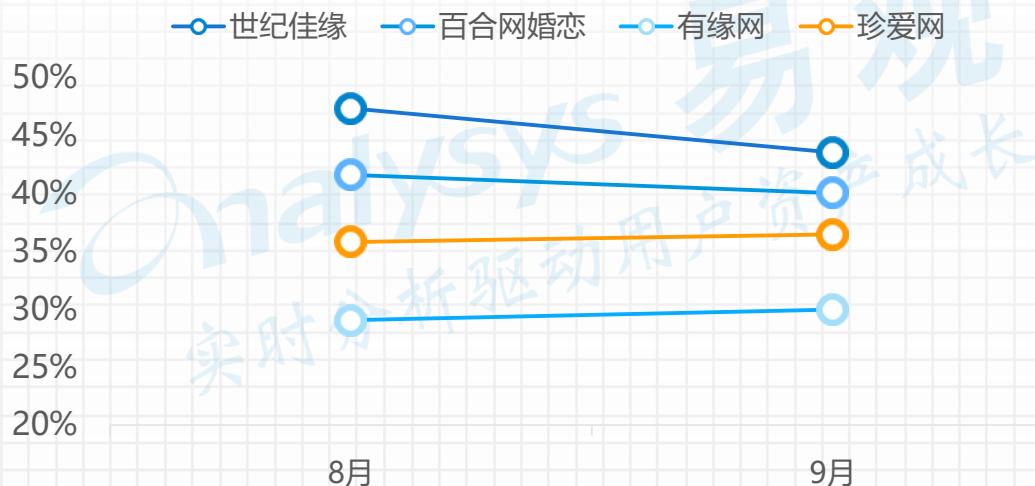
数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

根据Analysys易观千帆数据，对比2016年7-9月中国互联网婚恋交友市场4大主要婚恋交友厂商移动端用户平均几天使用一次APP的频率，发现世纪佳缘移动端用户活跃度相对最高。9月世纪佳缘用户平均每3.06天会使用一次APP，用户活跃度排首位。用户活跃度排名第二的为百合网婚恋，用户平均每3.44天会使用一次。珍爱网、有缘网依次位列第三、四位。

# 世纪佳缘以高于40%的次月留存率，保持最高的用户黏性

## 2016年8-9月中国互联网婚恋交友市场

### 主要厂商移动端次月留存率



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

如何发现产品的运营成果，留存率是一个很重要的指标。通过留存率发现当前产品的用户黏性，可以有效指导厂商在用户流失前，采取相应的策略，激励用户继续使用。根据Analysys易观千帆4家主要婚恋交友厂商2016年8月、9月移动端次月留存率的数据显示，次月留存率最高的为世纪佳缘，8月、9月移动端次月留存率分别为47.3%和43.5%。其次为百合网婚恋，次月留存率大约为40%。有缘网次月留存率约为30%相对最低。

# PART 3



## 中国互联网婚恋交友市场主要动态

© Analysis 易观

[www.analysis.cn](http://www.analysis.cn)

# 2016年第3季度中国主要婚恋交友厂商市场动态

婚恋厂商	2016年第3季度主要动态	线下相亲服务场所建设进度	Analysys易观发现
世纪佳缘	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 宣布加入中国互联网金融协会</li> <li>✓ 上线聊天机器人开发平台“一个AI”</li> <li>✓ 么么答产品上线</li> <li>✓ 视频约会产品上线</li> <li>✓ 七夕推出VR相亲体验</li> <li>✓ 与中国电信合作，实现天翼账号与世纪佳缘平台打通</li> <li>✓ 启动“N+X优企精英联谊”计划</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 全国已拥有105家线下一对一红娘服务中心，红娘经纪人项目覆盖其中17个线下中心</li> <li>✓ 约会吧会员实体店遍布北京、深圳、南京等8个主要城市，并开启加盟模式加速扩张</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 累计注册用户超过1.7亿的世纪佳缘已开启产品精细化运营思路，不断通过更为新颖、趣味的婚恋交友模式，为用户创造更为真实、活泼的婚恋交友环境，在有效提升平台用户使用频次的前提下、以内容沉淀用户，以技术更新体验</li> </ul>
百合网	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 升级付费会员支付方式，包括支付宝支付SDK升级，联通API升级，H5支付简化等</li> <li>✓ 线上产品新增学历、金融认证方式，实名认证与芝麻信用认证比例有效提升</li> <li>✓ 线下VIP实体店与第三方银行合作推会员签约付费无息分期服务，单量提升明显</li> <li>✓ 婚礼业务迅速推进，包括选择重点城市试水婚礼联盟模式、推进合伙人模式落地及旅拍业务上线</li> <li>✓ 百合情感医院势头良好</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 目前在全国50余城市拥有72家线下红娘实体店，通过直营和加盟形式提供婚配服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 在婚恋交友服务领域，百合网在婚恋产业生态建设的推进上更为亮眼，包括婚礼、情感服务的进一步挖掘，形成了对其免费沟通模式下的婚恋交友服务的有效补充</li> </ul>
珍爱网	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 选择粉丝群体贴合的微信号合作</li> <li>✓ 与腾讯云合作，升级语音质检业务</li> <li>✓ 联合南山区民政局开展军地联谊活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 截至目前珍爱网直营相亲店已开至37家，遍布全国28个一、二线城市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 相亲直营店是珍爱网营收的重要支撑，但线上产品的优化也是珍爱在持续关注的内容</li> </ul>
有缘网	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 产品端优化产品功能和系统性能、强化诚信体系</li> <li>✓ 与恒业影业达成年度合作，助力影片联合推广</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 没有线下相亲服务门店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 虽不及世纪佳缘丰富的各种交友形式、互动内容，屌丝聚集的人群属性使有缘网在产品开发上主要以简单实用的特点去覆盖到更广大的较低层次的大众婚恋社交人群，并通过多品牌产品线满足他们不同婚恋交友需求</li> </ul>

# 实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

