

中国网络婚恋交友行业监测季报

2016Q2

中国网络婚恋交友市场核心企业季度热点	1
--------------------	---

中国网络婚恋交友市场PC端用户行为	2
-------------------	---

中国网络婚恋交友市场移动端用户行为	3
-------------------	---

中国网络婚恋交友市场下季度趋势展望	4
-------------------	---

中国网络婚恋交友服务核心企业介绍



世纪佳缘

2003年，世纪佳缘成立，以互联网婚恋平台模式为主，2009年推出高端猎婚服务，2011年5月11日晚，世纪佳缘成为唯一在美国纳斯达克成功上市的婚恋网站。

2013年开始扩大高端猎婚服务，为精英阶层提供定制化、高效的婚恋服务，并开创婚恋交友网站按效果付费盈利新模式。

截止到2016年8月，世纪佳缘主站注册用户突破1.7亿，增长迅速，主要的特色服务为在线自助婚恋服务、个性化匹配和一对一红娘服务。



百合网

2005年5月，百合网正式发布“心灵匹配，成就幸福婚姻”的独特婚恋服务模式。2007年3月，百合网成为第一个采用公安部身份认证系统的婚恋网站，率先实行实名制。

2015年4月20日，百合网获两上市公司参股，增资规模14.83亿元。2015年5月22日起，百合网宣布将正式进入免费沟通时代。

截止到2016年8月，百合网主站会员总数超1亿。主要特色服务为心灵匹配服务和线下相亲店。



珍爱网

珍爱网是国内唯一完全以征婚服务为核心的专业人工红娘网站。运营模式是“网络征选+红娘电话”，通过电话为注册会员牵线做媒，并具有多项身份诚信认证。

珍爱网创始于2005年，截止2016年8月，珍爱网注册会员达9000万。主要特色服务为网络甄别和电话红娘，并有3000人的专业红娘团队。

2016Q2中国网络婚恋行业季度热点

2016Q2中国网络婚恋行业市场规模为6.52亿元

世纪佳缘

- ◆ 2016年4月，世纪佳缘高级副总裁司暘在接受腾讯科技专访时表示，世纪佳缘正在探索VR在社交和婚恋领域的应用。目前主要体现在三个方面：一是将要推出VR版的“非诚勿扰”，全景还原整个节目流程，用户甚至可以体验作为男女嘉宾在台上的感觉和氛围；二是把线下的相亲活动做成VR直播；三是在一对一红娘方面，通过VR展示用户的全景照片等。
- ◆ 2016年4月27日，世纪佳缘宣布即将在全国范围内启动全新的“城市合伙人”计划，根据计划世纪佳缘将从全国现有的各合作伙伴中寻找第一批“城市合伙人”，进一步强化线下布局。

百合网

- ◆ 2016年6月，百合网与花椒直播达成合作，花椒直播成为百合网签约的首家直播平台。与此同时，百合网旗下，百合情感学院创制的情感交流互动社区“百合密语”升级。在以前的图文基础上，百合密语增加了视频直播节目。
- ◆ 2016年4月19日，百合网宣布，公司将以3.15亿元 / 股定向发行股份数量不超过2.8亿，预计募集资金总额不超过8.82亿元。对于此次募资的目的，该公司称，主要出于战略发展考虑，本次股票发行募集的资金主要用于公司投资、战略收购及日常经营发展。

珍爱网

- ◆ 2016年6月1日，珍爱网在杭州江干区和西湖区新增两家直营店，珍爱网线下直营店已遍及北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、厦门、南京、重庆、苏州等全国28个重点城市，

中国网络婚恋交友市场核心企业季度热点

1

中国网络婚恋交友市场PC端用户行为

2

中国网络婚恋交友市场移动端用户行为

3

中国网络婚恋交友市场下季度趋势展望

4

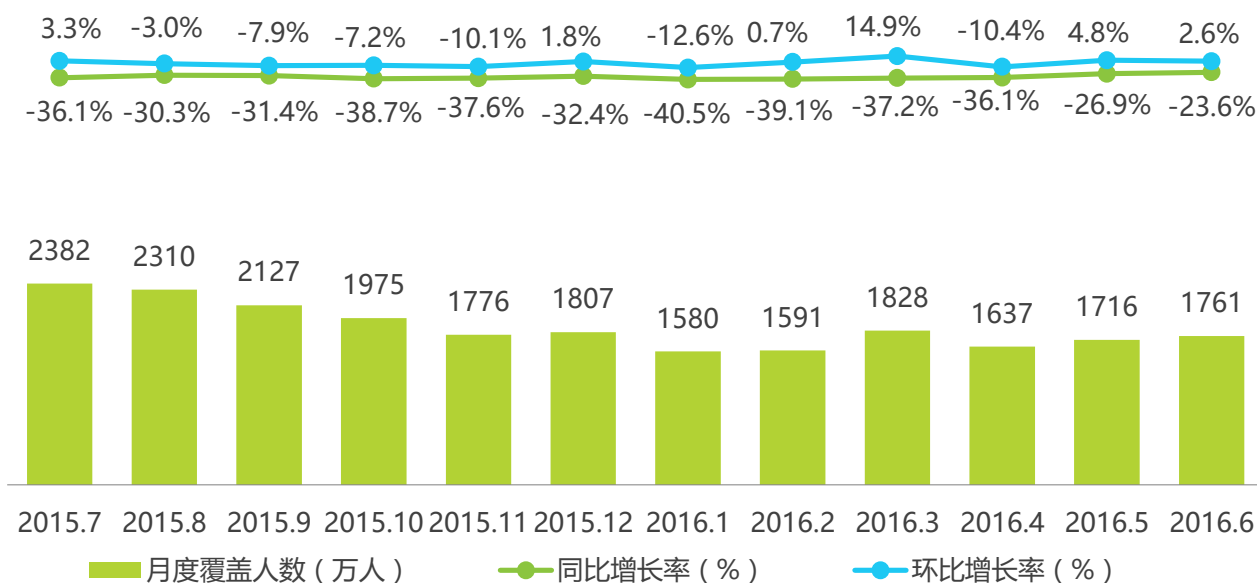
网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度覆盖人数基本保持稳定

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2中国网络婚恋交友服务PC端月度覆盖人数依次为1637万人、1716万人和1761万人，保持小幅增长。从整体来看，网络婚恋交友PC端月度覆盖人数基本保持稳定。

艾瑞分析认为：在移动互联网初期发展阶段，网民不断从PC端向移动端倾斜，但随着用户使用习惯的逐渐稳定，PC端用户规模逐渐趋于稳定。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端月度覆盖人数增长趋势



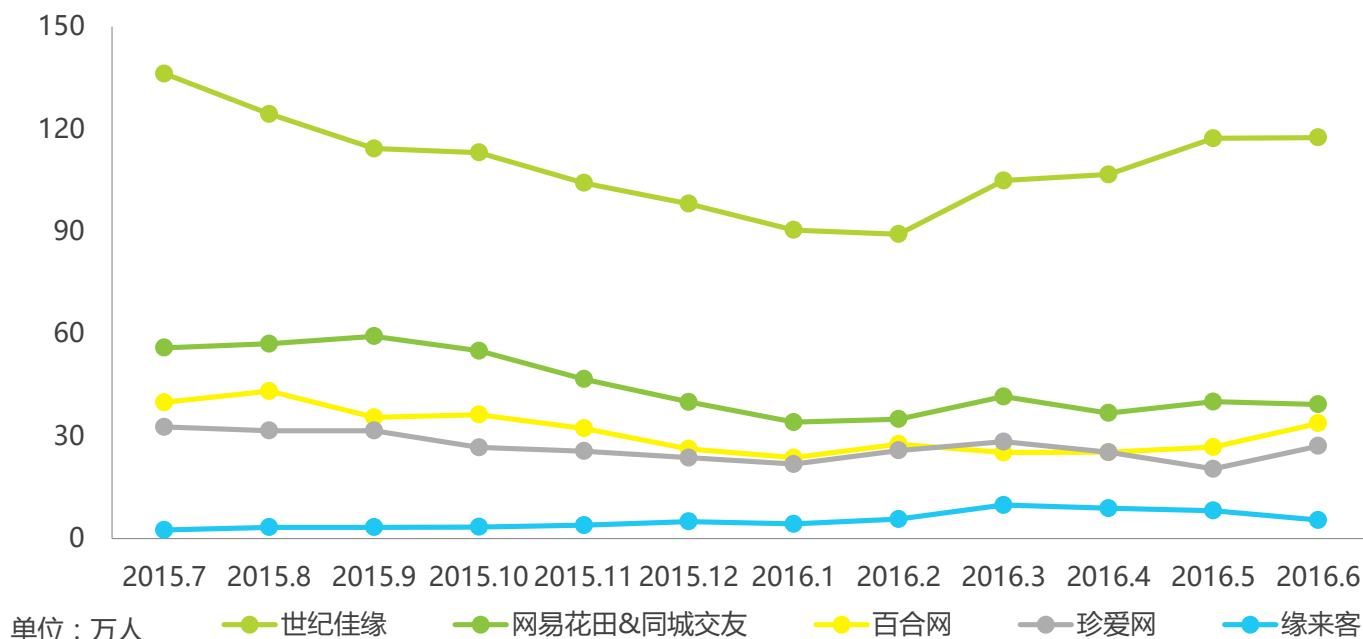
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2日均覆盖人数Top5世纪佳缘大幅增长

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2世纪佳缘在婚恋交友服务PC端日均覆盖人数Top5企业中持续领跑，经Q1节日因素影响后Q2恢复增长，其余Top5企业依次为网易花田&同城交友、百合网、珍爱网和缘来客。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端日均覆盖人数Top5



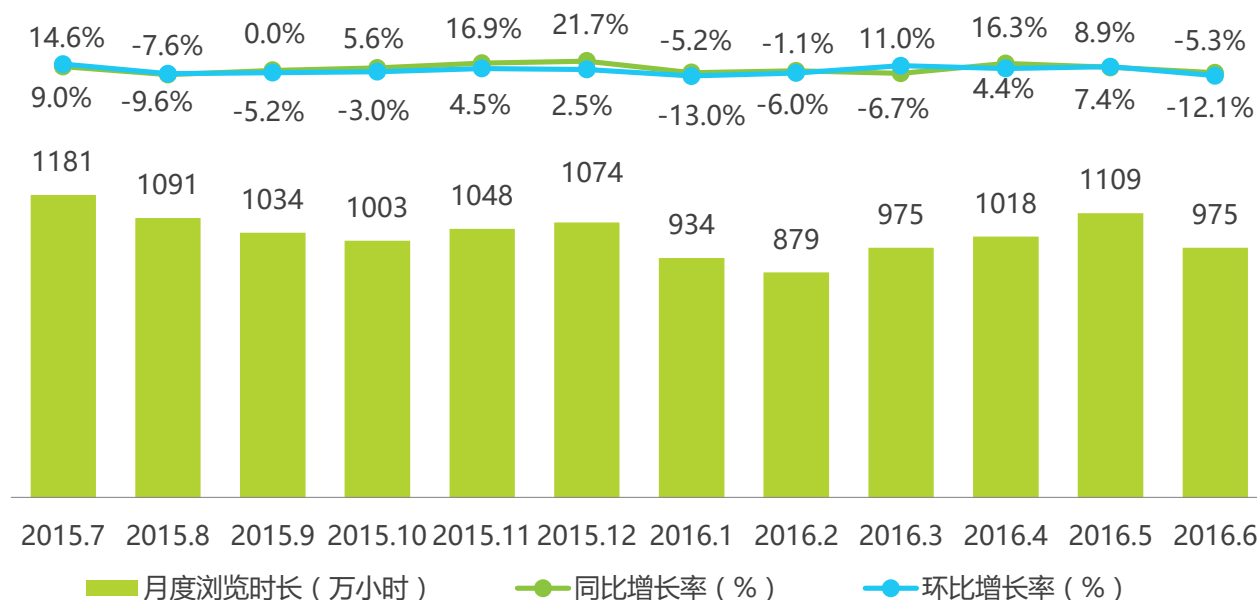
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度浏览总时长整体呈波动上升

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2婚恋交友服务PC端月度浏览时长依次为1018万小时、1109万小时和975万小时，2016Q2相较于Q1有所增长。从整体来看，网络婚恋交友服务PC端月度浏览时长由于收到春节投放广告的刺激，呈波动增长趋势。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端月度浏览时长增长趋势



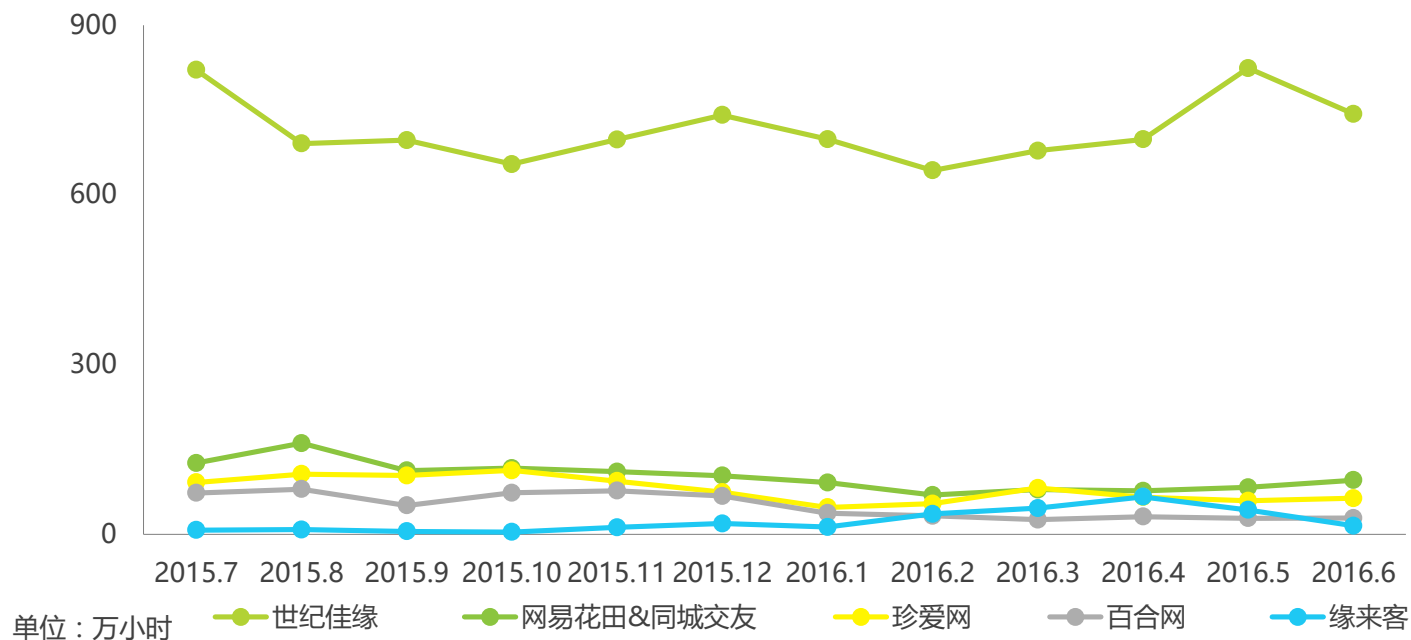
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度浏览时长Top5两梯队差距加大，佳缘优势明显

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，婚恋交友服务PC端Top5企业月度浏览时长呈两梯队，世纪佳缘为第一梯队优势明显，珍爱网、网易花田&同城交友、缘来客、百合网为第二梯队。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端月度浏览时长Top5

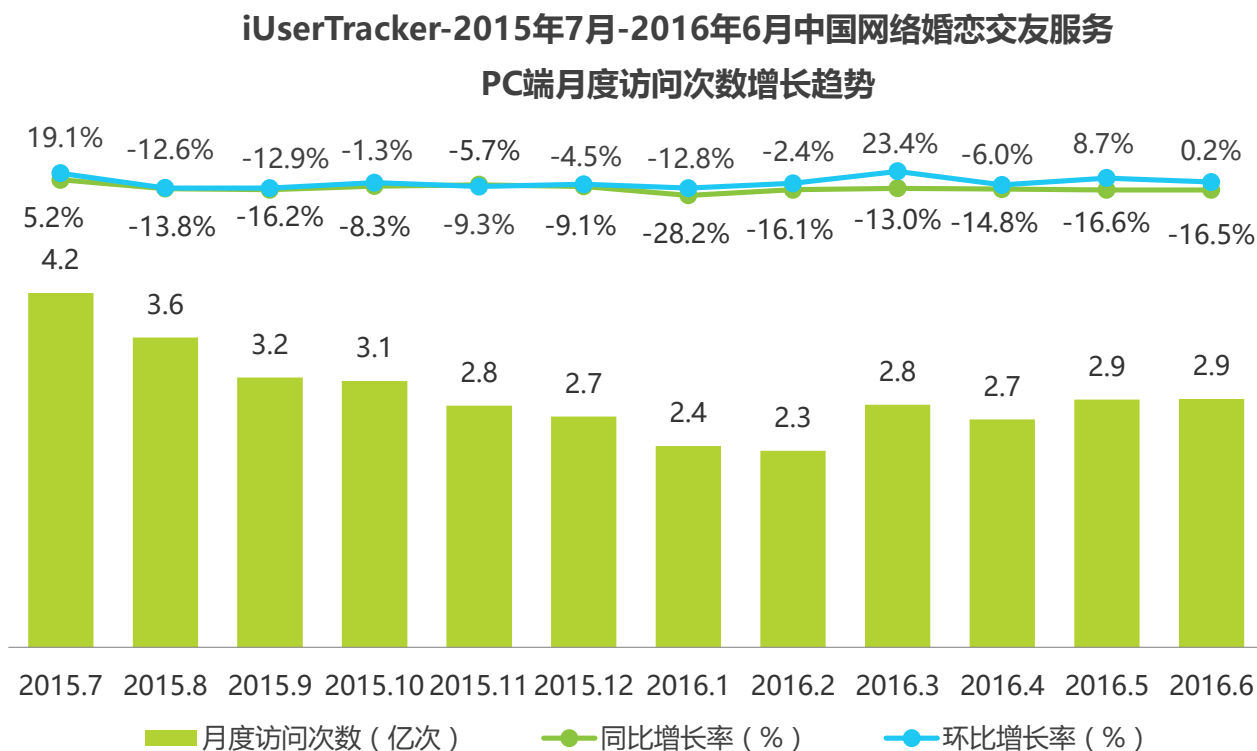


来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度访问次数恢复增长

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2的月度访问次数分别为2.7亿次、2.9亿次和2.9亿次。从整体来看，相较于受节日影响有所下降的Q1，2016Q2总月度访问次数较高，恢复增长。



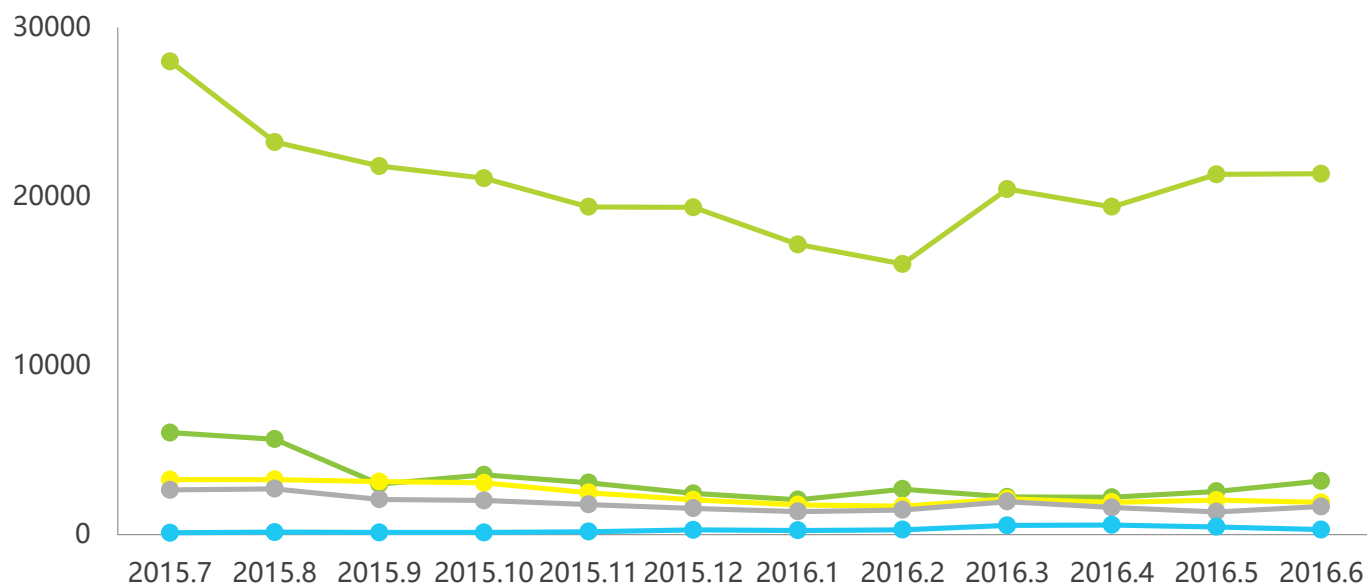
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度访问次数Top5基本保持稳定

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2中国网络婚恋交友行业月度访问次数Top5企业依次为世纪佳缘、百合网、网易花田&同城交友、珍爱网和缘来客，从整体来看Top5企业月度访问次数基本保持稳定。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端月度访问次数Top5



单位：万次 ● 世纪佳缘 ● 百合网 ● 网易花田&同城交友 ● 珍爱网 ● 缘来客

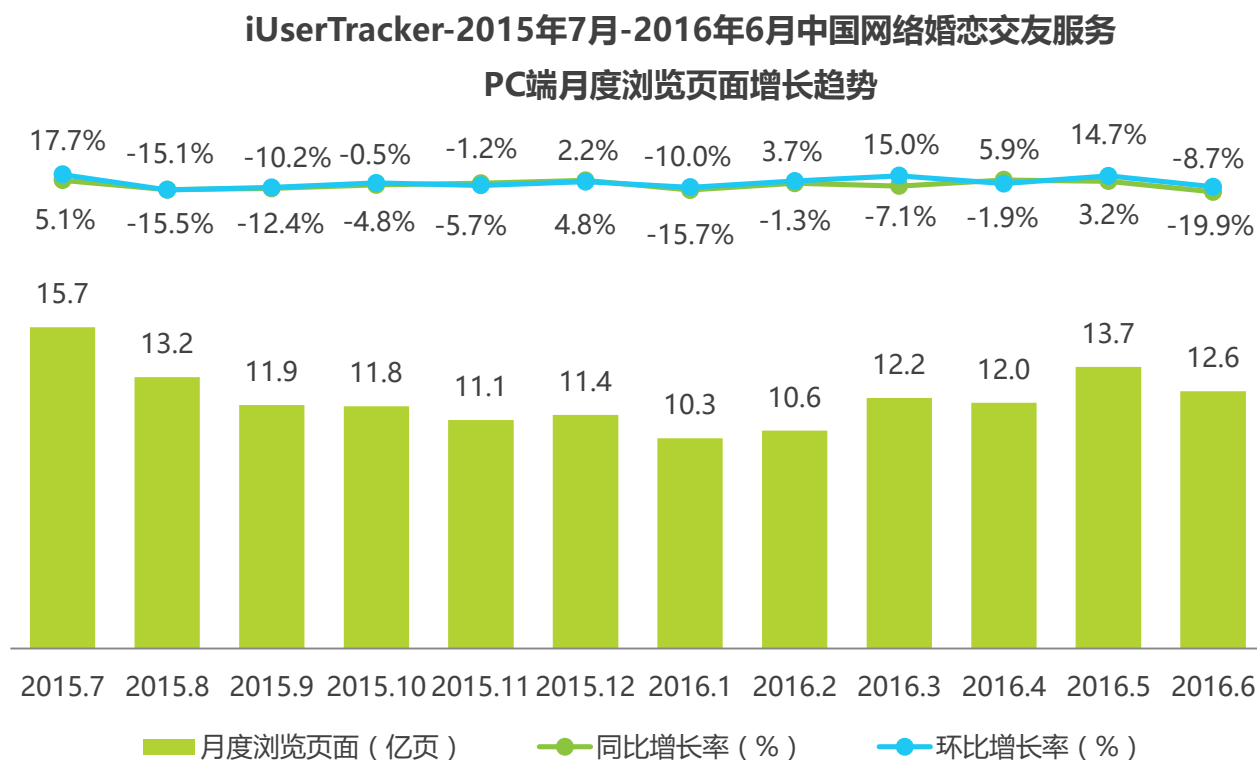
注释：网易旗下婚恋交友服务包括同城交友与网易花田。

来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度浏览页面呈上升态势

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2，网络婚恋交友服务PC端月度浏览页面为12.0亿页、13.7亿页和12.6亿页。经过网络婚恋交友服务的传统淡季（第四季度），2016年连续两个季度持续保持增长。



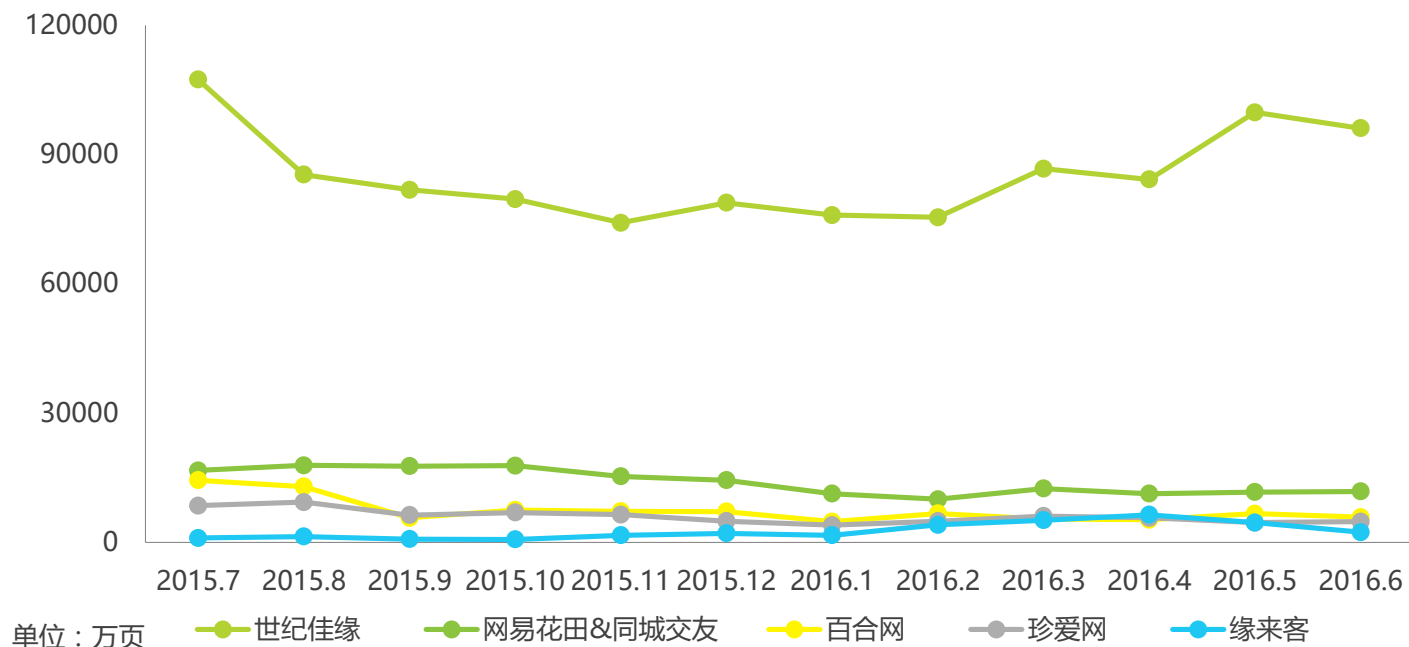
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2月度浏览页面Top5世纪佳缘大幅增长，表现突出

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016年6月婚恋交友服务在PC端月度浏览页面Top5的网站分别为世纪佳缘、网易花田&同城交友、百合网、珍爱网和缘来客，从Top5企业2016Q2增长趋势来看，除世纪佳缘大幅增长外，其余企业均保持平稳。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端月度浏览页面Top5



注释：网易旗下婚恋交友服务包括同城交友与网易花田。

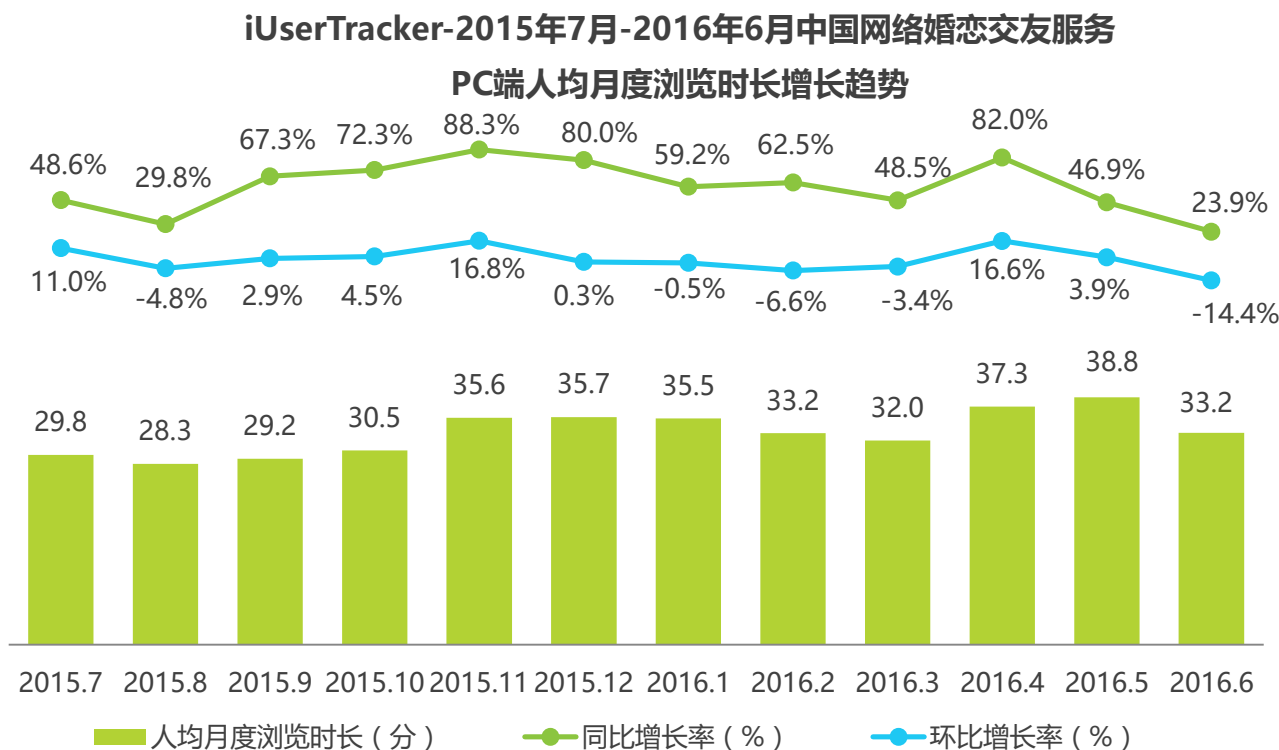
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2人均月度有效浏览时长同比持续增长

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2PC端婚恋交友服务的人均月度有效浏览时长分别为37.3分钟、38.8分钟和33.2分钟，其中5月达1年内峰值，同比增长率分别为82.0%、46.9%和23.9%，整体持续大幅增长。

艾瑞分析认为：网络婚恋PC端产品已经比较成熟，而在此基础上，各企业不断创新VR+婚恋等新服务，对于用户的吸引力提高，用户满意度也随之增加，人均月度浏览时长持续大幅增长。



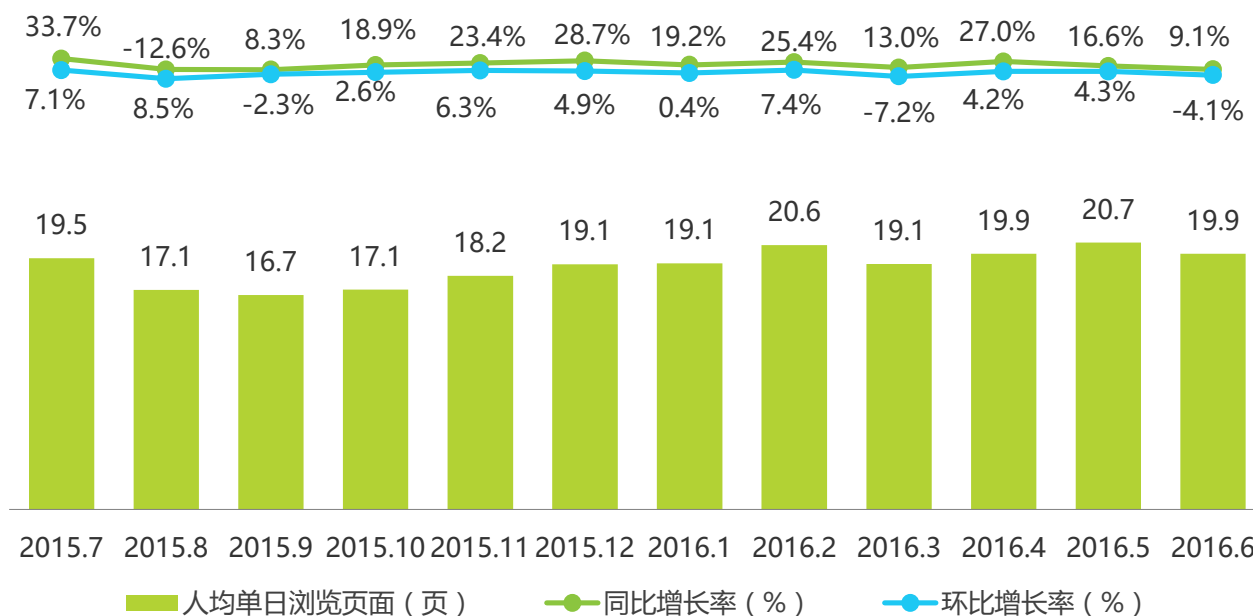
来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2人均单日浏览页面数小幅增长，5月达峰值

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2网络婚恋交友服务PC端人均单日浏览页面同比增长率分别为27.0%、16.6%和9.1%，环比增长率分别为4.2%、4.3%和-4.1%，各月人均单日浏览页面数分别为19.9页、20.7页和19.9页，2016年5月又创一年内峰值。

iUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务
PC端人均单日浏览页面增长趋势

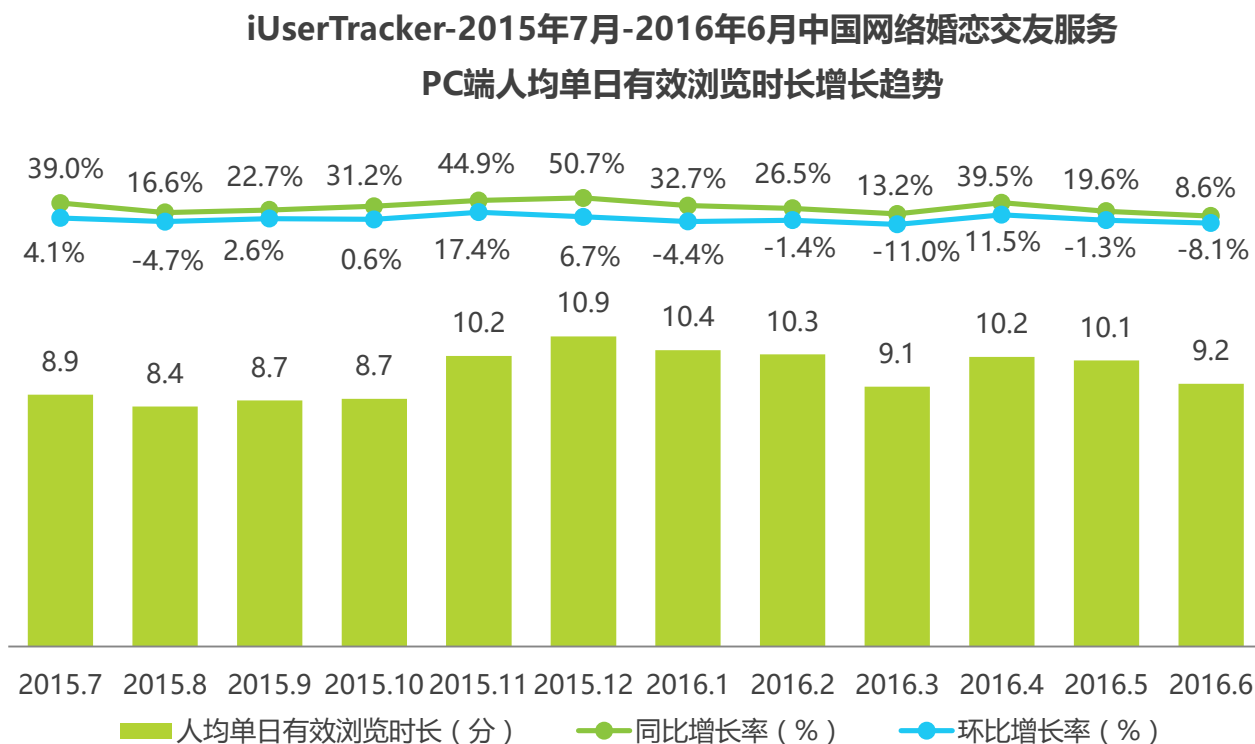


来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2人均单日有效浏览时长同比持续增长

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2婚恋交友服务PC端人均单日有效浏览时长同比持续增长，分别为10.2分钟、10.1分钟与9.2分钟，同比持续增长。

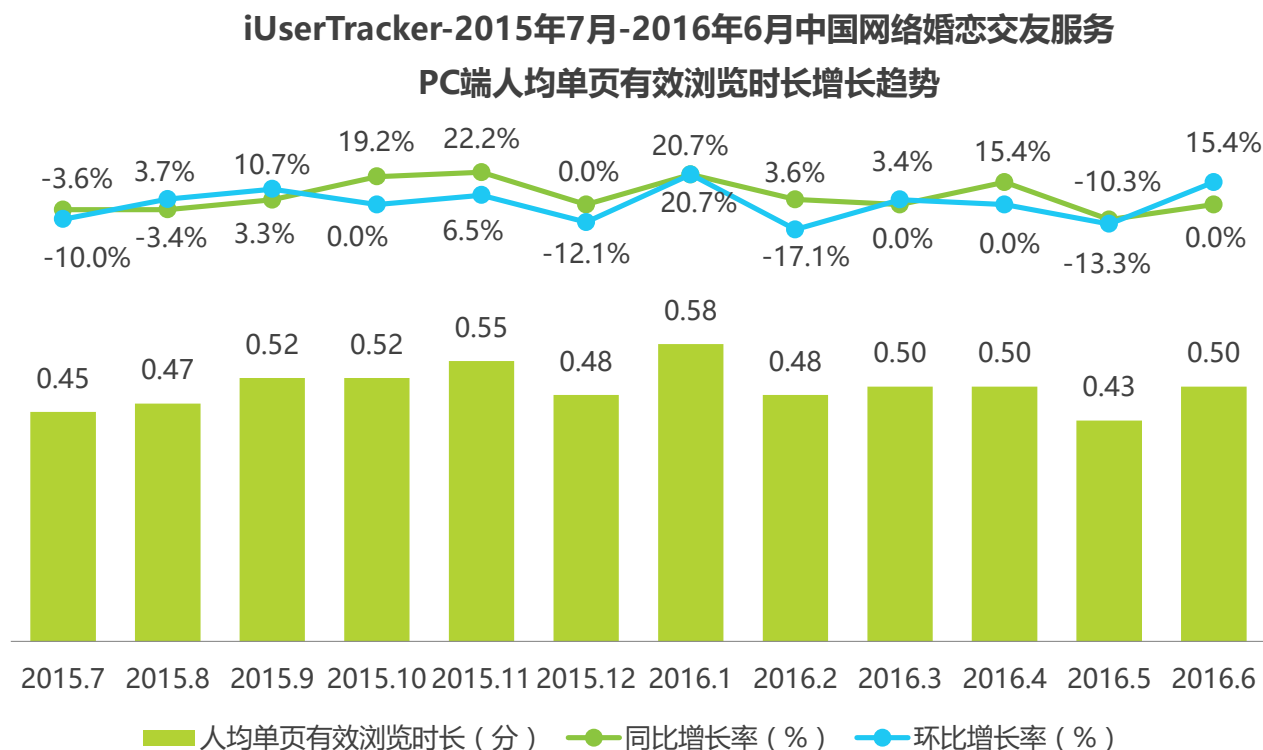


来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友PC端网民规模及行为

2016Q2人均单页有效浏览时长相较Q1整体下降

根据艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2016Q2网络婚恋交友服务PC端人均单页有效浏览时长分别为0.50分钟、0.43分钟、0.50分钟，相较于Q1整体有所下降。随着互联网信息的大量积累，用户注意力被不断吸引，人均花费在单页阅读时间减少。



来源：iUserTracker. 家庭办公版2016.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

中国网络婚恋交友市场核心企业季度热点

1

中国网络婚恋交友市场PC端用户行为

2

中国网络婚恋交友市场移动端用户行为

3

中国网络婚恋交友市场下季度趋势展望

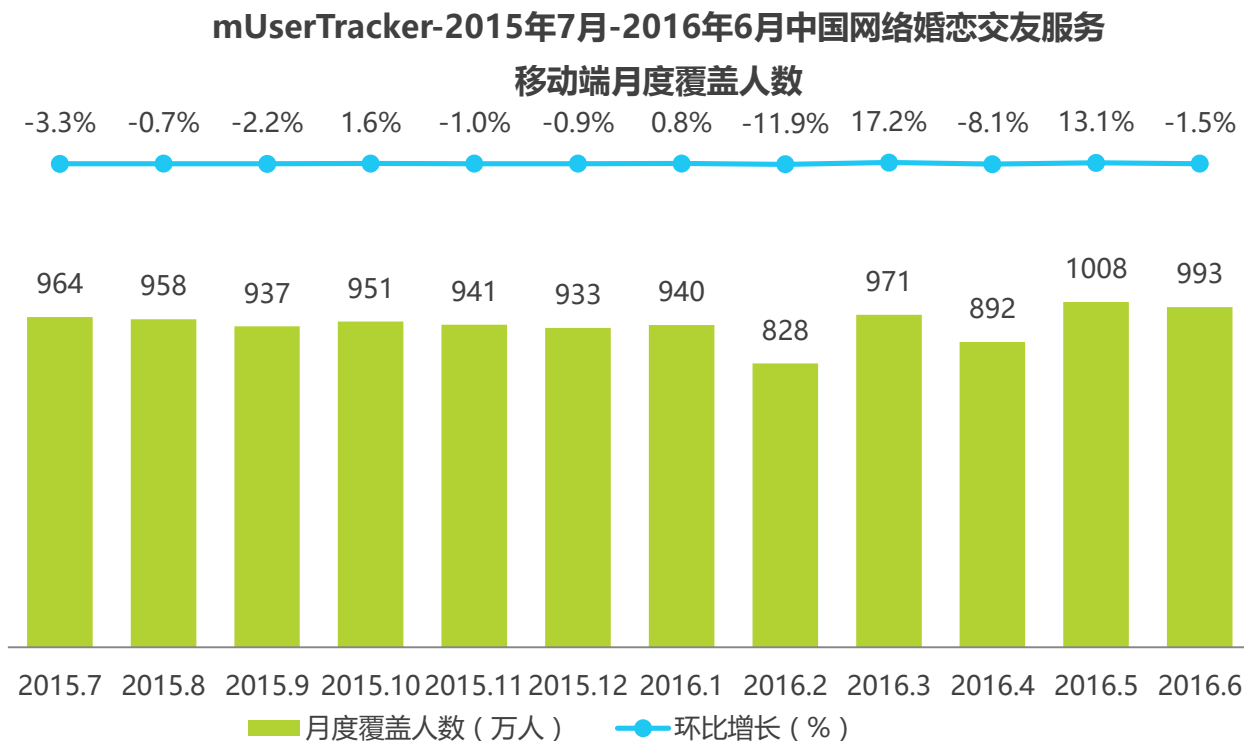
4

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2月度总覆盖人数波动增长，5月达峰值

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016年1月至6月婚恋交友服务移动端月度覆盖人数整体呈波动变化，2016Q2婚恋交友服务移动端月度覆盖人数依次为892万人、1008万人和993万人。

艾瑞分析认为：网络婚恋交友移动端月度总覆盖人数的增长，一方面是由于春节后老用户逐渐回归，另一方面是春季期间核心企业投放的广告推动了新用户增长。

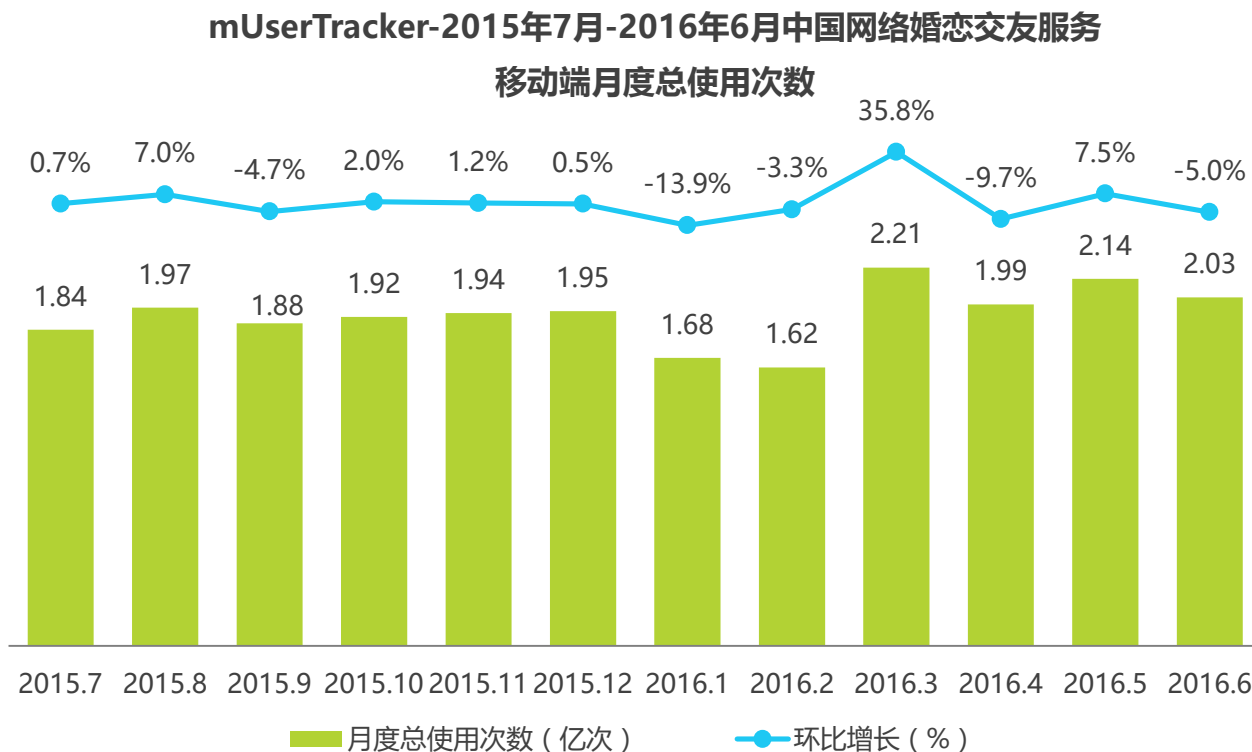


来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2月度总使用次数不断提高

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016Q1受春节影响月度总使用时间整体降低后，2016Q2恢复增长且基本保持稳定，各月依次为1.99亿次、2.14亿次和2.03亿次。

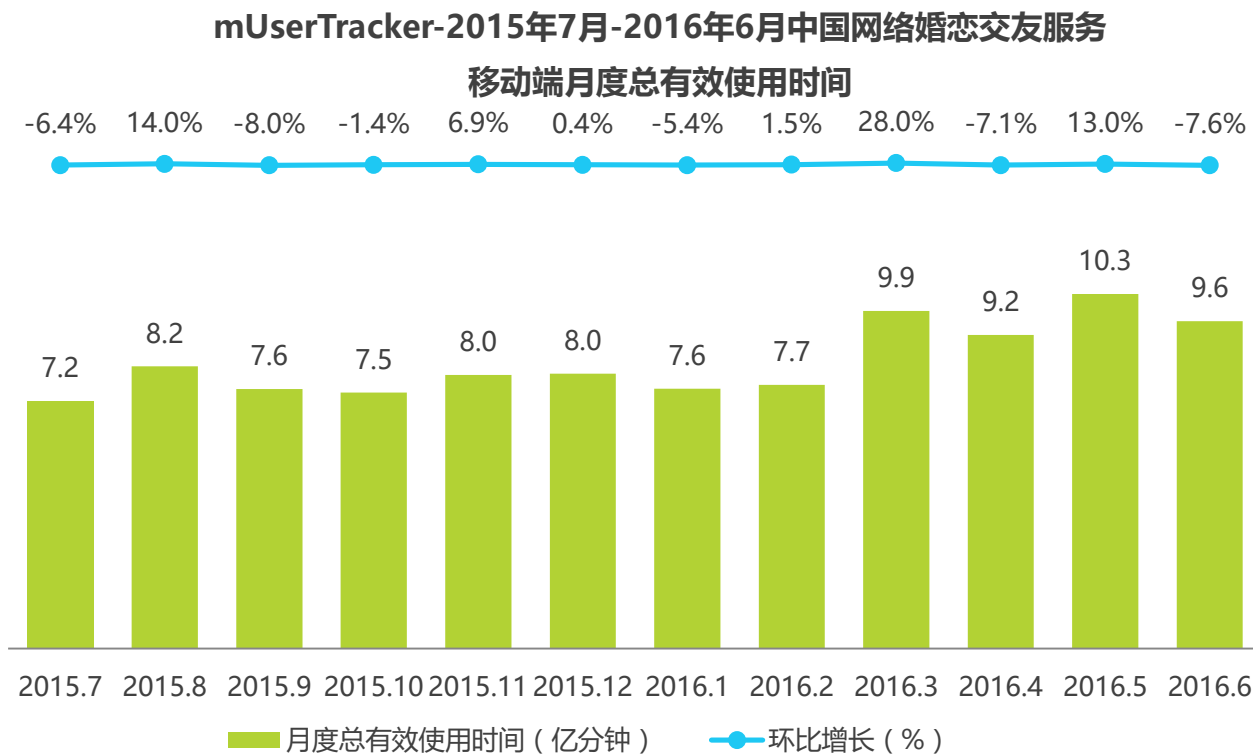


来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2月度总有效使用时间整体保持增长

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016Q1网络婚恋交友服务移动端月度总有效使用时间相较Q1，整体保持增长，5月达到峰值，各月依次为9.2亿分钟、10.3亿分钟和9.6亿分钟。

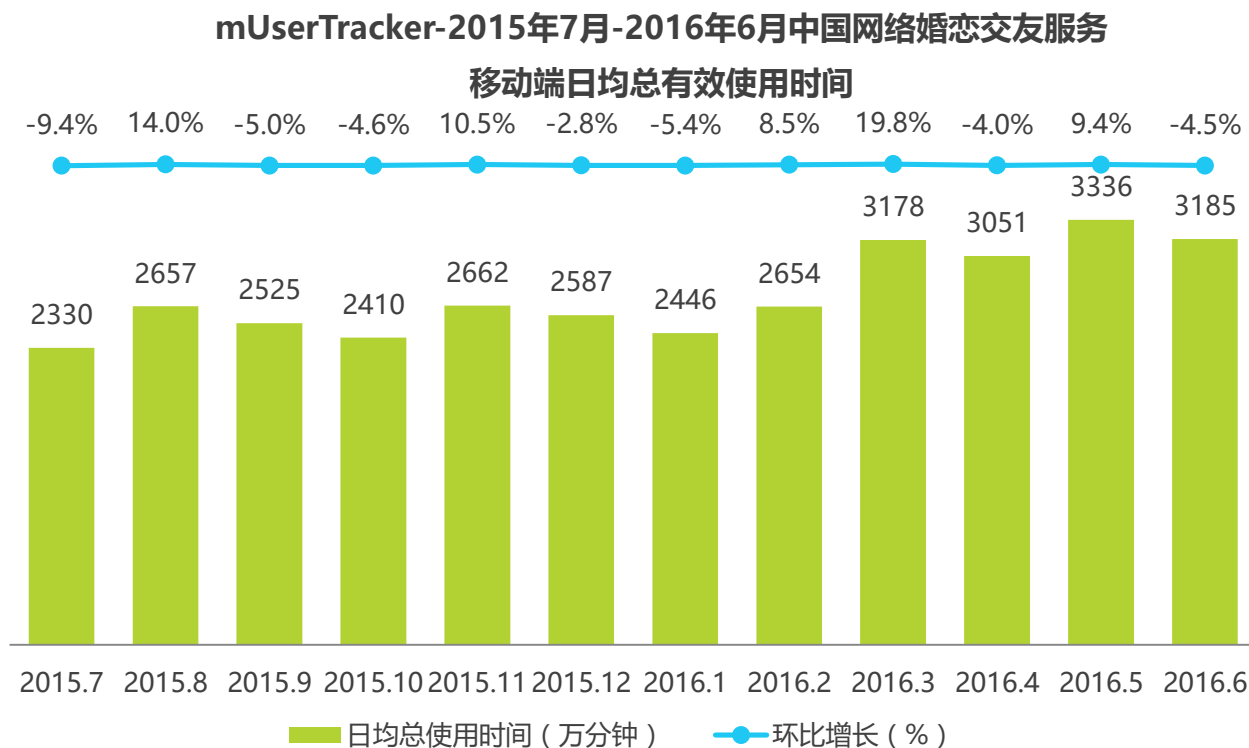


来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2日均有效使用时间保持增长

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016Q2中国网络婚恋交友移动端日均有效使用时间相较于Q1保持增长，5月达到1年内峰值3336万分钟，整体保持增长，各月依次为4月3051万分钟和6月3185万分钟。

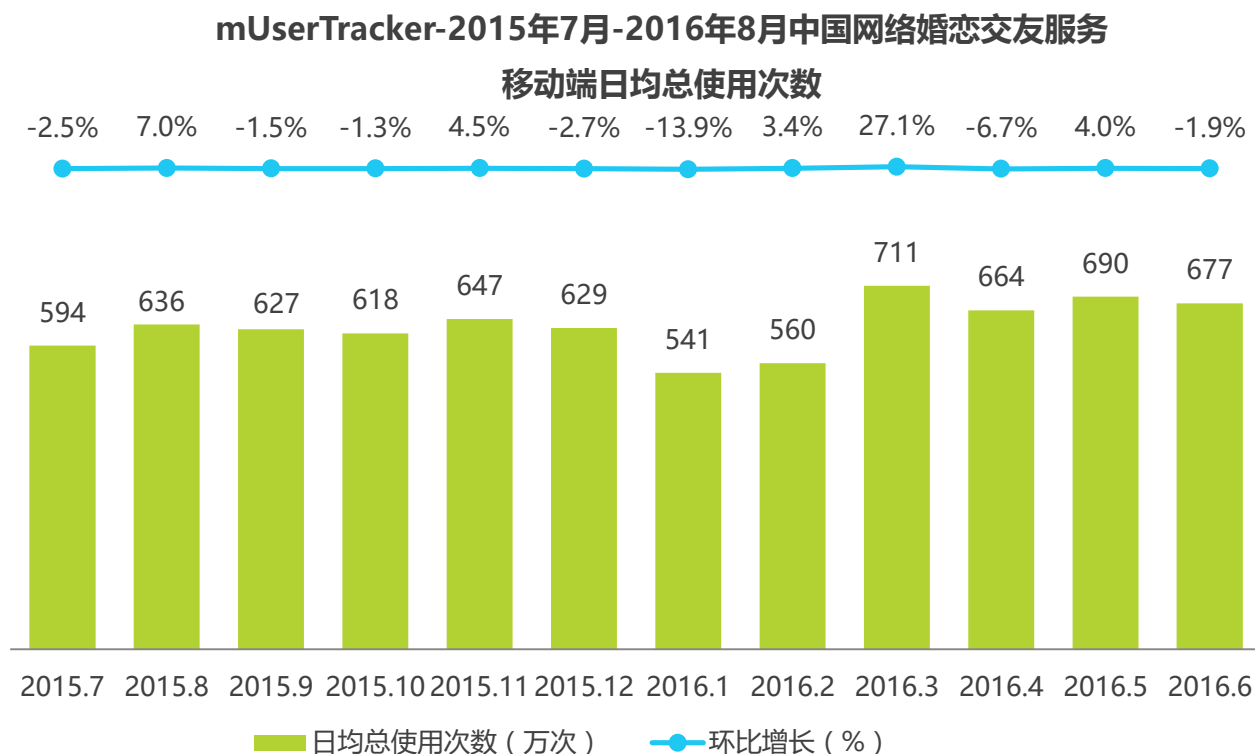


来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2日均总使用次数基本保持稳定

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016Q2中国网络婚恋交友移动端日均总使用次数分别为664万次、690万次和677万次，从整体趋势来看，基本保持稳定。



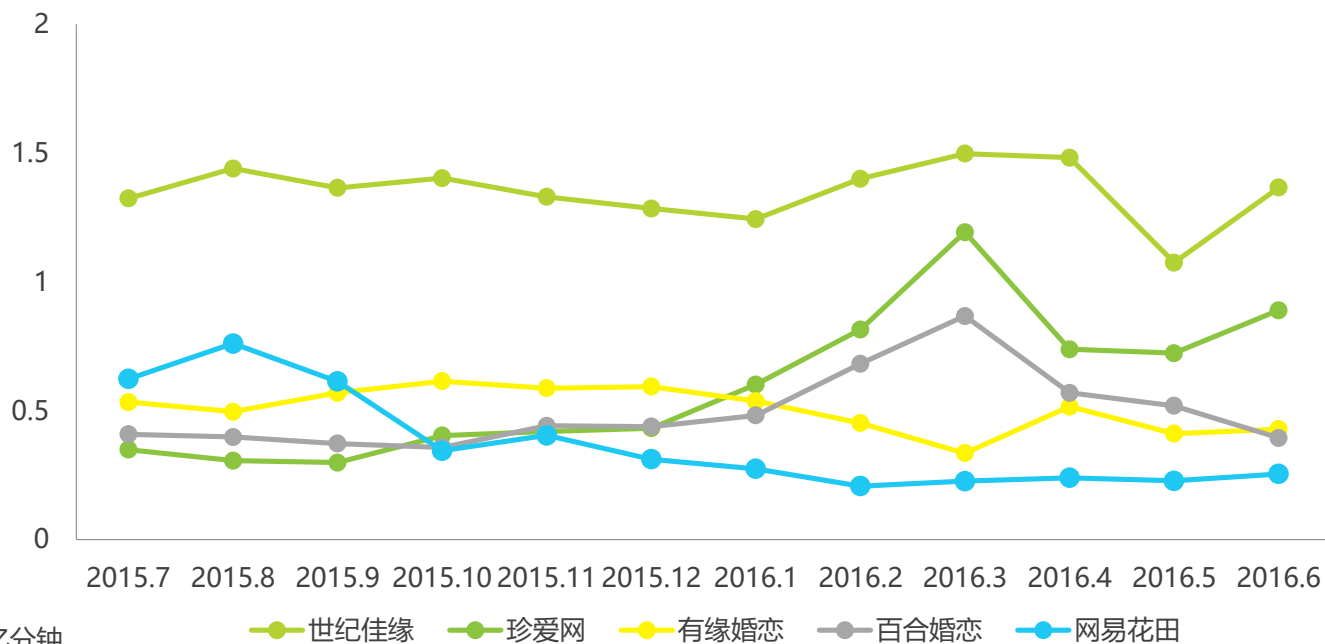
来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2核心企业月度总有效使用时长世纪佳缘领跑

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016Q2网络婚恋交友服务核心企业移动端月度总使用时间珍爱网、有缘婚恋和百合婚恋、网易花田相对保持平稳，世纪佳缘波动较大，但保持持续领跑。各核心企业6月月度总使用时长依次为世纪佳缘1.37亿分钟、珍爱网0.89亿分钟、有缘婚恋0.43亿分钟、百合婚恋0.39亿分钟和网易花田0.26亿分钟。

mUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务核心企业
移动端月度总有效使用时间



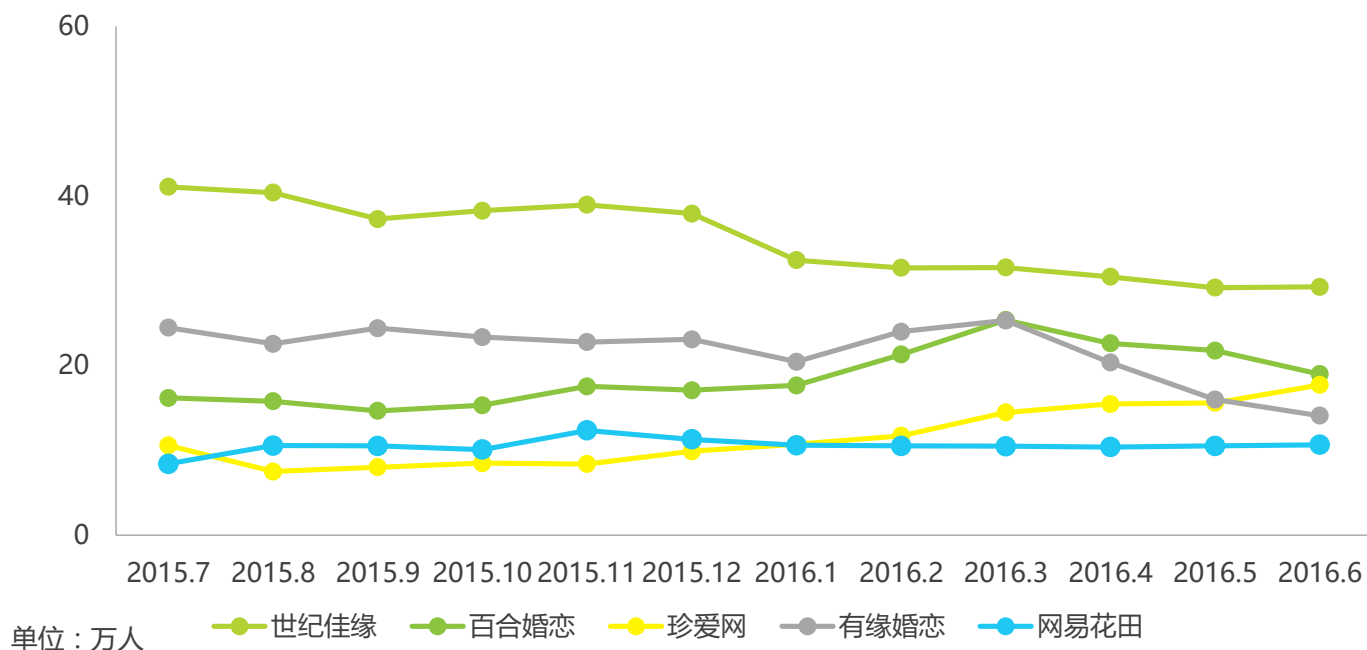
来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2核心企业日均覆盖人数佳缘领跑

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016Q1网络婚恋交友各核心企业日均覆盖人数世纪佳缘领跑为29.3万人、百合婚恋19.0万人、有缘婚恋17.7万人、珍爱网14.1万人和网易花田10.7万人。

mUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务核心企业
移动端日均覆盖人数



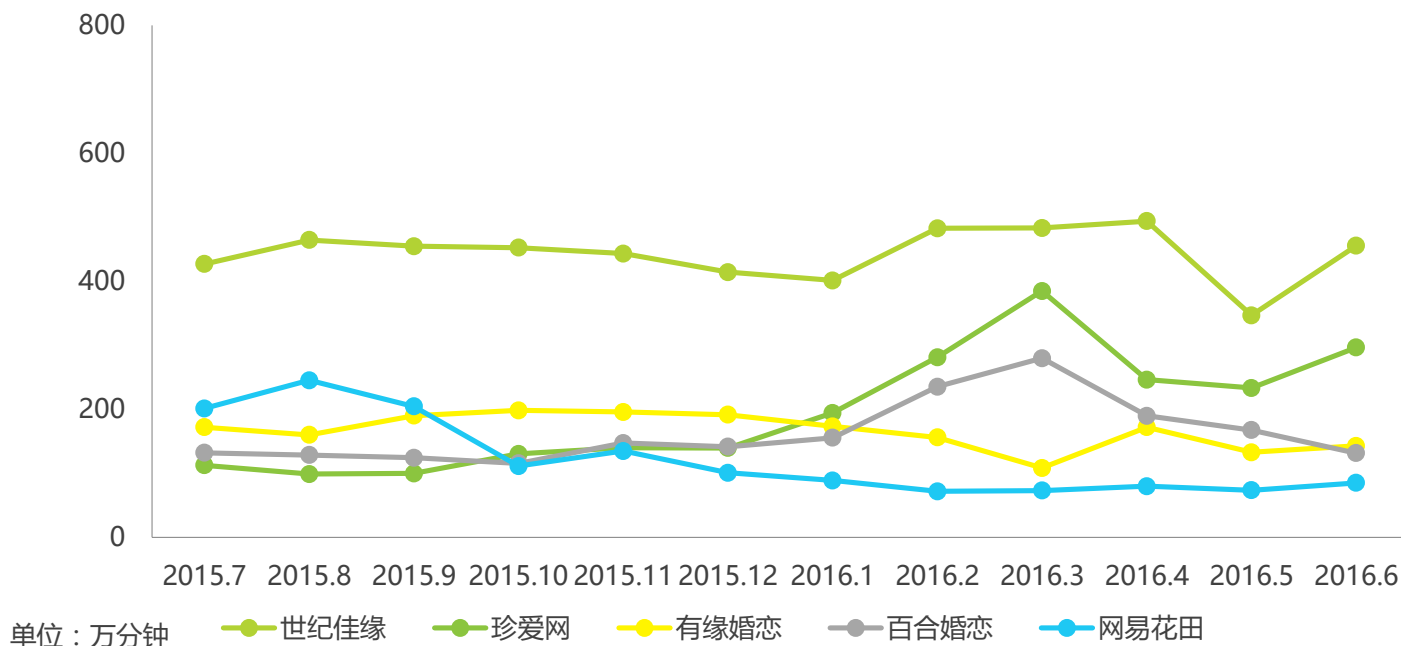
来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

网络婚恋交友移动端网民规模及行为

2016Q2核心企业日均总有效使用时间世纪佳缘领跑

根据艾瑞咨询mUserTracker监测数据显示，2016年6月核心企业移动端日均有效使用时间依次为世纪佳缘455.5万分钟、珍爱网296.6万分钟、有缘婚恋142.9万分钟、百合婚恋131.5万分钟、和网易花田85.1万分钟。核心企业中，世纪佳缘持续领跑，5月波动较大，其它企业基本保持稳定。

mUserTracker-2015年7月-2016年6月中国网络婚恋交友服务核心企业
移动端日均总有效使用时间



来源：mUserTracker. 2016.8，基于对100万名移动互联网智能终端同源样本使用行为的长期监测数据获得。

中国网络婚恋交友市场核心企业季度热点

1

中国网络婚恋交友市场PC端用户行为

2

中国网络婚恋交友市场移动端用户行为

3

中国网络婚恋交友市场下季度趋势展望

4

中国网络婚恋交友市场发展趋势



持续改善移动端用户体验是企业发展重心

随着移动互联网的不断发展，大量细分网络交友移动端App出现分流了部分目标用户，且随着移动端服务的逐渐完善，企业间对于用户的争夺逐渐加剧。在这样的移动互联网竞争背景之中，网络婚恋交友企业需要通过持续发力移动端，提高移动端用户粘性，从而提高竞争力。从企业发展趋势来看，持续改善移动端用户体验是企业发展重心。

通过跨界合作不断升级企业营销模式

2016年，以世纪佳缘、百合网为代表的网络婚恋交友企业不断进行跨界合作，包括推出理财产品、构建婚恋直播平台和探索VR在婚恋领域的应用等方式升级企业营销模式。随着移动互联网的快速发展和年轻群体沟通方式的不断变化，网络婚恋企业将会进一步通过尝试更多的跨界合作，来升级企业营销模式。



公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询