



# 2016上半年中国陌生人社交 市场研究报告

2016H1 China Stranger Social Application  
Research Report

( 内部精简版 )



# 研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与陌生人社交用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。



# 目录

1

2016上半年中国陌生人社交市场整体情况分析

2

2016上半年中国陌生人社交应用视频功能解析

3

2016上半年中国陌生人社交经典案例解析

4

2016年中国陌生人社交市场趋势分析



# 2016上半年中国陌生人社交 市场整体情况分析

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

# 陌生人社交平台生态图谱





1

### 探探完成千万美元C轮融资

随着互联网的发展，网络社交成为大多数用户的刚性需求。近几年在线网络社交用户活跃度飙升，即时通讯行业资本关注度也逐渐提升。5月17日，探探宣布完成3200万美元C轮融资，DST、元璟资本和LB共同领投。

2

### 友加进军直播社交，跨界合作推广品牌

2016年5月，友加APP直播功能正式杀入直播圈。友加强调垂直领域的兴趣挖掘与社群建立，主张抛开颜值与低俗。推出直播功能后，友加跨界大力寻求合作。目前，友加已携手天天果园，推出首档跨境生鲜直播，脱离传统商业营销模式，为用户提供耳目一新的产品体验；并植入《我去上学了》等网络综艺节目，挖掘95后年轻人市场。

3

### 对面跨界加强影视合作，扩大品牌影响力

对面APP作为游戏化陌生人社交软件，跨界与影视合作，将品牌融入到影视作品中，凸显品牌特点，使品牌形象更贴近用户生活，通过影视领域提升对面品牌影响力。6月6日，对面联合出品青春悬疑电影《深夜咖啡馆之失踪少女》。此外，对面与电影《我要再来一次》、《干掉前男友》以及其他网络影视也达成联合出品合作。

4

### Tiki开创实时视频社交新模式

2016年7月26日主打实时同步视频社交的新产品Tiki正式上架。Tiki打破传统的异步社交，即必须等待申请通过和等待对方消息回复，通过同步视频交流，使社交变得更高效，并且更具有趣味性。随着移动互联网的发展，用户对于高效的实时同步社交的需求将会更加强烈，Tiki的模式创新将为自己打造差异化的核心竞争优势。

5

### 最新社交应用“如故”上线，基于心理测试匹配用户

当前主流陌生人社交应用大都基于GPS定位和标签相似度进行陌生人的匹配，而2016年8月推出的如故App推出新玩法。如故团队研发一套能有效匹配三观和性格的测试题和匹配算法，初步解决用户匹配效率低的问题，以此优化用户体验。

6

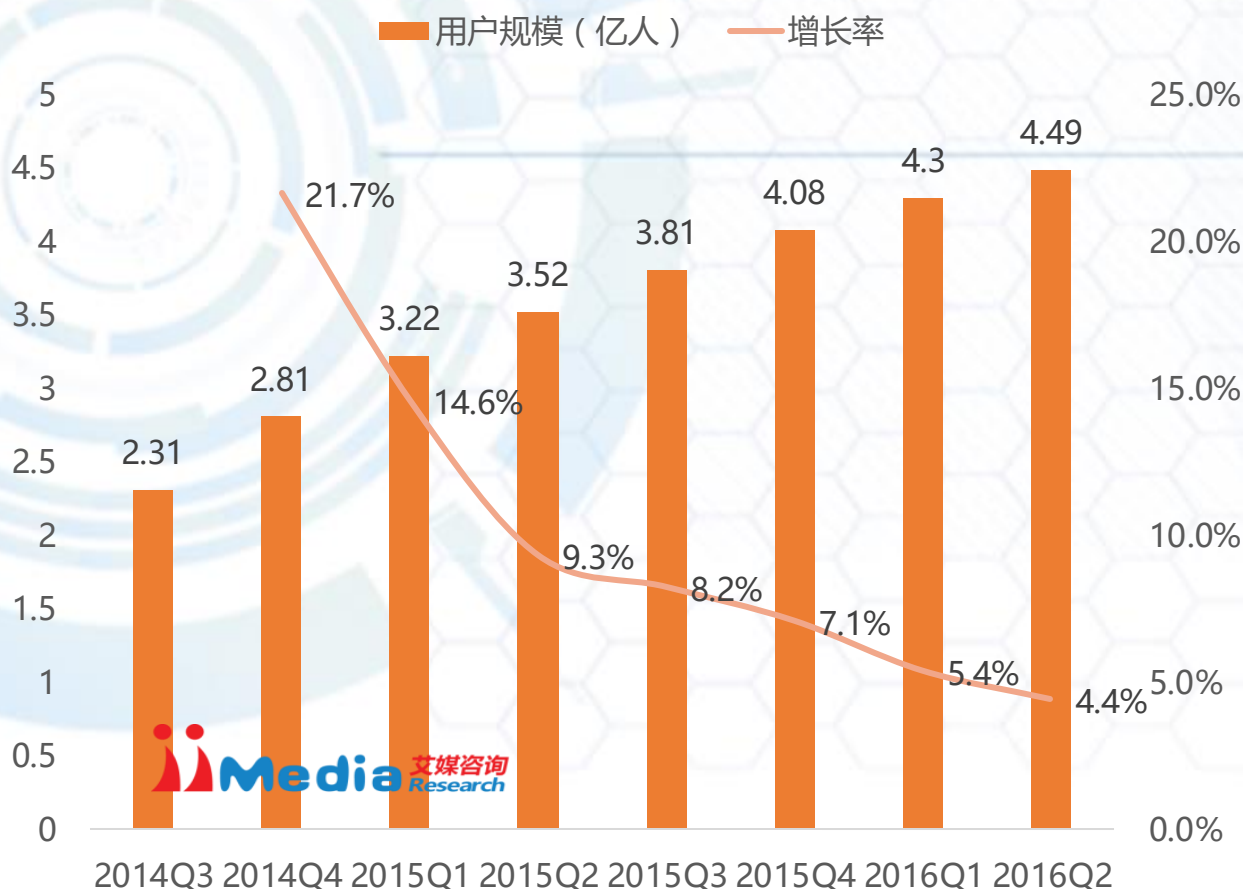
### 陌陌第二季度创高营收，直播成主要营收来源

陌陌8月16日公布2016年第二季度及上半年未经审计的财务业绩。财报显示，2016年第二季度，陌陌净营收达9900万美元，同比增长222%，而上线不到一年时间的直播服务就创5790万美元营收。直播商业模式和变现能力较社交软件其他功能强度大，尤其当在线直播正达互联网风口之上时，在社交软件上另辟蹊径进行直播或其他视频社交，对用户的吸引力更大。

# 2016Q2陌生人社交应用用户数达4.49亿人

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 截止2016Q2, 陌生人社交应用用户规模达4.49亿人, 增长4.4%, 整体增速减缓。艾媒咨询分析师认为, 当前各陌生人社交应用厂商在在功能差异化竞争上已展开激烈较量。在创新成果的持续刺激以及带动下, 陌生人社交市场将逐渐迎来行业的发展升级。

## 2014Q3-2016Q2中国陌生人社交应用用户规模



数据来源: iiMedia Research

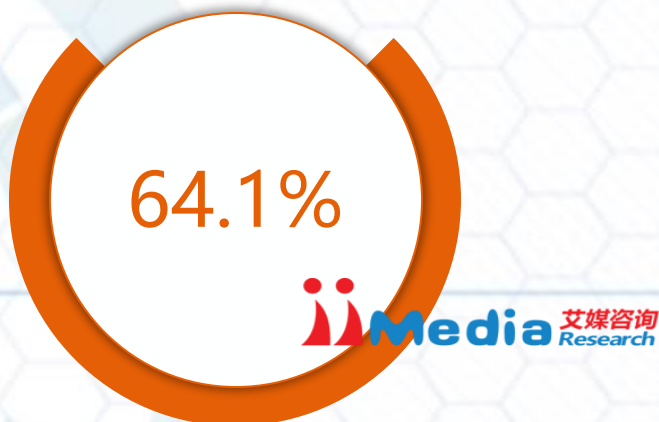
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



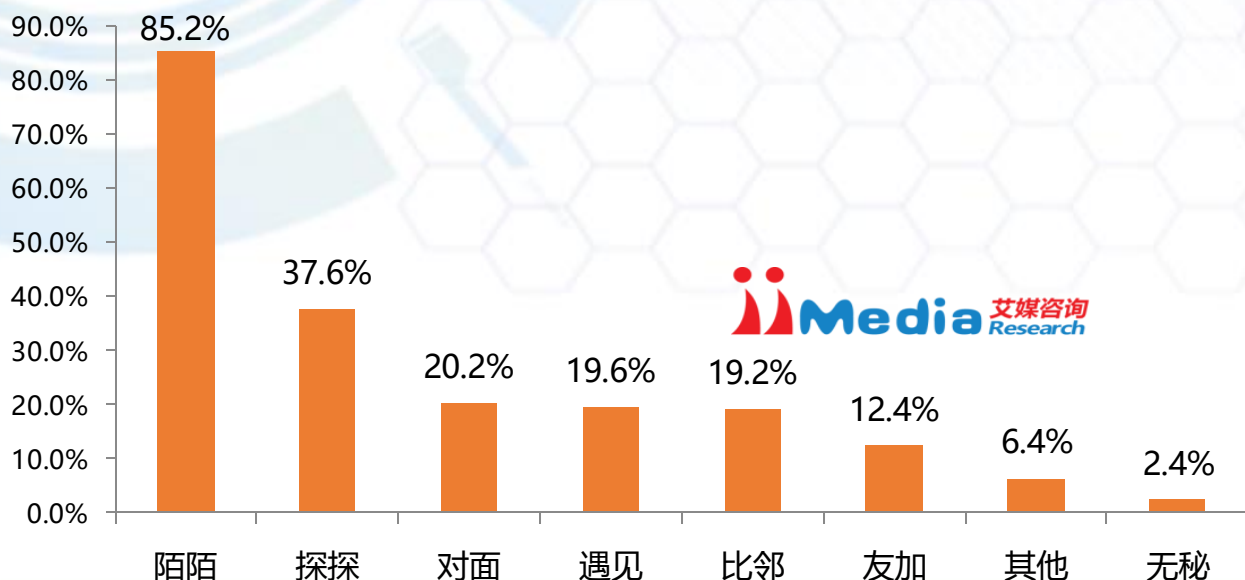
# 陌陌知名度高居陌生人社交软件榜首

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016上半年陌生人社交软件用户渗透率达64.1%。在用户知名度上, 陌陌高居榜首, 以91.2%的占比遥遥领先其他应用; 探探占比37.8%, 位列第二; 其余陌生人社交软件的知名度则较低。艾媒咨询分析师认为, 目前陌生人社交在手机网民中渗透率较高, 但关注度仅集中于少数几款软件, 如陌陌和探探, 市场知名度差异明显。

## 2016上半年中国陌生人社交软件用户渗透率分布



## 2016上半年中国陌生人社交软件用户知名度分布



## 陌陌和探探分列活跃用户分布一二位

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年上半年, 陌陌活跃用户分布最高, 占4.36%, 其次为探探, 占比0.81%, 而其他应用活跃用户分布都较低。艾媒咨询分析师认为, 陌陌在领域内知名度较高, 用户基础也较深厚, 是用户首选的陌生人社交软件。而探探在品牌宣传推广上发力, 曾在《火星情报局》、《老九门》等综艺节目和影视作品中强势植入品牌广告, 影响力也在逐步提升。

2016上半年中国陌生人社交软件活跃用户分布

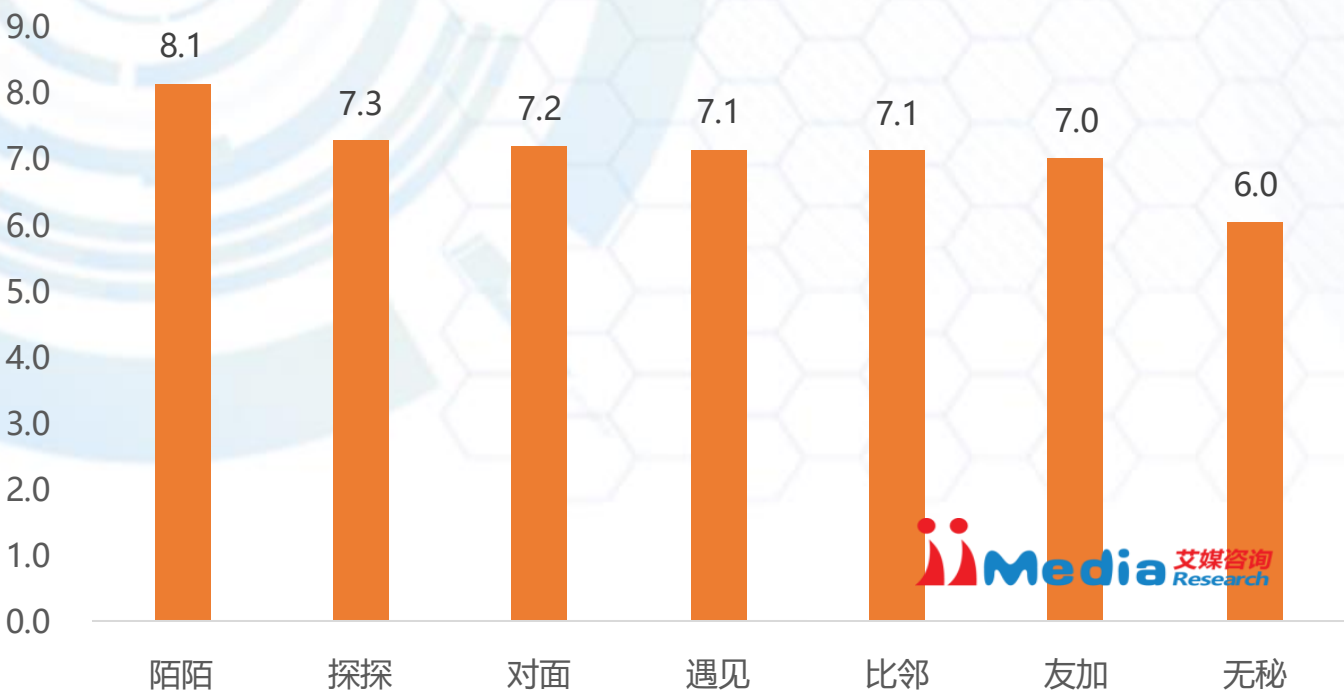


# 陌生人社交软件满意度势均力敌，陌陌居首位

在满意度方面，iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，用户对各类陌生人社交软件的满意度普遍较高，不同软件之间差别不大。其中，陌陌以8.1分位列第一，无秘获得6.0分排在最后，其余软件满意度评分均在7分左右。

艾媒咨询分析师认为，评分差距甚微反映了陌生人社交软件的同质化。尽管陌生人社交软件各有自己的特色功能和定位，但目前市场用户并未形成明显分群。多数用户只使用陌生人社交软件中常见的功能，导致对各软件的评价差异不显著。而陌陌长期深耕陌生人社交领域，在功能的成熟度和创新性上都较有优势，用户好感度相对较高。

2016上半年中国受访用户对陌生人社交软件的满意度分布



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

# 陌生人社交用户普遍痛点

01

## 孤独

孤独心理促使用户对陌生人社交有强烈需求，渴望与别人交往排解孤独感。

02

## 交际圈受限

用户社交受时间和地域限制，熟人社交圈基本成熟，渴望进一步拓展社交范围。

03

## 炫耀

通过赠送礼物等方式从虚拟世界中获取存在感。

04

## 美色诱惑

陌生人社交软件男性用户相对较多，看美色找异性的动机相对较强。

05

## 释放真实情感

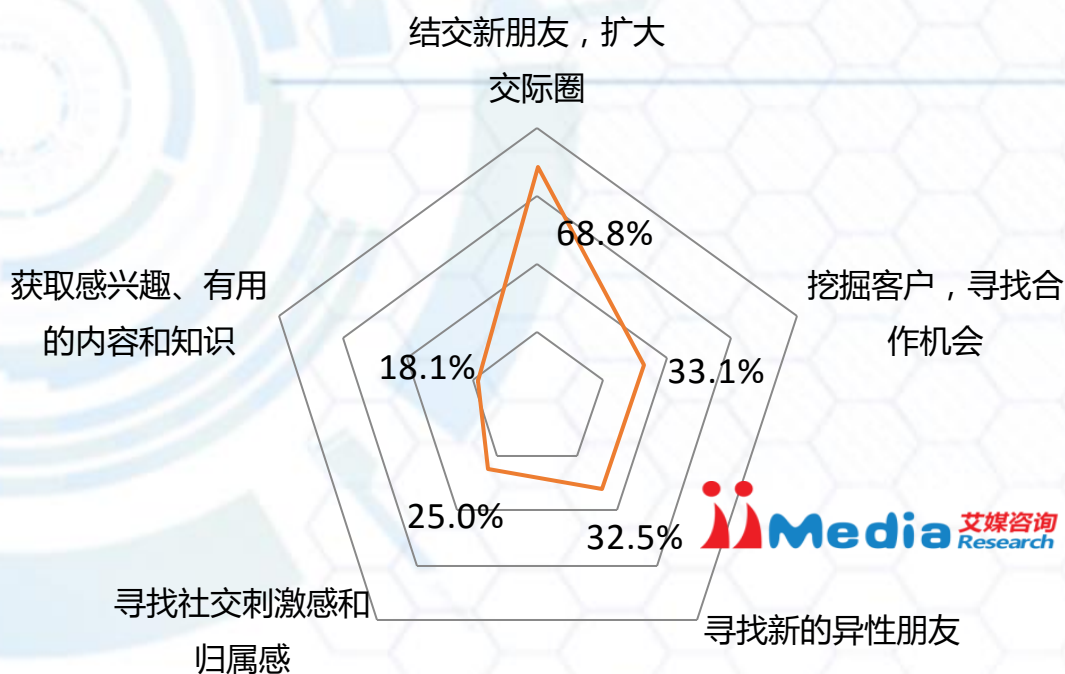
基于隐私保护，部分用户会避免在熟人圈中表达真实的想法，期待在陌生人社交应用中释放真实的情绪。



# 陌生人社交以拓展交际圈为重点目的

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 68.8%的用户使用陌生人社交软件的主要目的是结交新朋友, 扩大交际圈, 此外, 约三分之一的受访用户目的是挖掘客户和寻找异性朋友。**艾媒咨询分析师认为, 陌生人社交软件虽然被贴上“约炮”的标签, 但大多数用户使用动机主要还是集中在拓展交际圈和人脉方面。**

## 2016上半年中国受访用户使用陌生人社交软件的动机分布



# 陌生人社交应用发展的利好环境

## A 陌生人社交需求旺盛

- ◆ 猎奇心理促使人们在陌生人间寻找新的社交刺激。
- ◆ 开辟陌生人领域，扩大人际圈。
- ◆ 隐私保护的本能心理让用户更倾向于与陌生人展开短时间和隐秘性互动。
- ◆ 陌生人社交软件垂直领域话题更广、主题更深入，不同兴趣主题刺激用户陌生人社交需求。

## B 技术升级加持功能优化

- ◆ 功能升级，陌生人匹配、发现附近的人、直播、视频等功能优化用户体验。
- ◆ 网络环境渐入佳境，4G以及WIFI普及度较高。

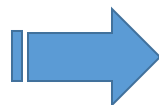
## C 娱乐需求增加

- ◆ 随着国民经济和生活水平的提高，多元化娱乐生活方式成为人们的追求，陌生人社交软件可发起或组织各式各样活动，对用户娱乐需求有较大满足。

## D 移动端用户规模增长

- ◆ 在移动互联网浪潮推动下，移动端用户迅速增长，用户基础庞大，潜在的市场空间较大。

# 2016陌生人社交市场格局



## 融资格局



## 2016上半年陌生人社交平台融资大事件

友加在商业模式上做出变革，多领域跨界合作，在直播上重点发力。2016年2月获得1500万美元B+轮融资。

探探在交互方式上创新，推出左右滑双向选择机制。2016年5月获得3200万美元C轮融资，由DST、元璟资本、LB领投。

陌陌为陌生人社交市场唯一上市的公司，在功能和商业模式上较为成熟。2016上半年，探探和友加获得千万级别融资。**艾媒咨询分析师认为，陌生人社交整个市场在交互方式上创新性不足，用户体验难达最佳状态，各平台用户存留率不高，市场竞争依然非常激烈。在陌生人社交软件功能高度同质化、市场活力普遍偏低的情况下，交互方式和商业模式上创新将为品牌带来更多机会，获得更高资本关注度。**



# 2016上半年中国陌生人 社交应用视频功能解析

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved



# 社交形式变革迅速，视频功能发力迅猛

## 陌生人社交形式发展历程



近几年，陌生人社交应用技术水平升级优化，功能不断突破，交流形式上也发生较大的变革，从最初以简单的文字聊天发展到通过个性化的表情包等图片形式进行交流，随着技术水平的提高，逐渐采用便捷的语音交流方式。目前，具有更强互动性和传播性的视频交流方式被大众青睐，随着未来随着网络环境的优化，网络资费的进一步下降，视频交流方式或将得到更大范围普及，强势改变用户传统的交流方式。

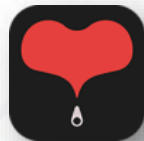
## 陌生人社交应用视频功能渐成标配

目前，陌生人社交视频化主要以**发送录像视频、视频直播间和短视频共享**等形式为主。发送录像视频功能最为基础，大多数软件均具备，视频直播间和短视频共享等视频社交功能推广程度有限，仅软件具备。

录像视频



对面



遇见



摩擦



探探

录像视频、直播间

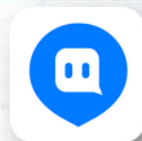


比邻



友加

录像视频、直播间、短视频分享

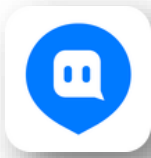


陌陌

当前热门的陌生人社交软件中，陌陌的视频功能最为多样，陌陌7.0版本已具有发送视频录像、在陌陌“时刻”中限时共享短视频和开通视频直播间等功能。比邻和友加两款陌生人社交软件具有视频直播间功能。其他陌生人社交软件只具备发送录像视频功能。

艾媒咨询分析师认为，**目前陌生人视频社交正处于起步阶段，若陌陌视频社交功能在市场试验中取得成功，未来越来越多的陌生人社交软件将会逐渐跟进，在视频社交领域重点发力。**

# 视频社交新时代——陌陌直播与“时刻”



随着视频社交时代的到来，陌陌迎合趋势，先后推出陌陌直播与短视频分享功能“时刻”。陌陌直播在新版本中不断降低主播进入门槛，基于社交平台，开启全民直播时代的大门。“时刻”功能的推出，使用户能够分享可编辑的10秒短视频，并能对彼此的视频相互打赏虚拟礼物或直接消息交流，提高了陌生人社交的互动性，优化用户体验。



## 陌陌直播

基于陌生人社交平台，陌陌直播拥有更多元的用户场景和兴趣群体，有利于彼此之间进行互动。

## 陌陌视频功能

## “时刻”

基于陌生人社交圈进行分享，“时刻”具有开放性传播平台。同时具有限时功能，并引入打赏机制，“限时+打赏”的模式大大提高了陌生人的互动性。

艾媒咨询分析师认为，移动互联网大潮将推动移动视频社交的迅速发展，社交方式正从文字社交、图片社交向视频社交过渡。陌陌在视频功能领域重点发力，产品的交互性逐渐增强，用户粘性和品牌影响力逐渐提升。

# 视频社交新时代——Tiki推出实时视频社交



Tiki于2016年7月底上线，避开熟人关系链，主打陌生人实时视频社交，通过上下滑动的方式选择聊天对象，聊天限时60S，聊天过程中还可以使用美颜功能，并且可互赠礼物，模式上类似直播。Tiki另辟蹊径开创差异化社交模式，使陌生人社交更高效，并且更有趣味性。**艾媒咨询分析师认为，随着移动互联网的发展，用户对于及时同步的高效视频社交需求或将会逐渐加大，异步社交迎来新的挑战。**

快速进入聊天模式

自由选择视频对象

回避熟人关系链

Tiki功  
能特色

叠加动态效果和贴纸

3D礼物特效

60秒限时聊天

直接

实时

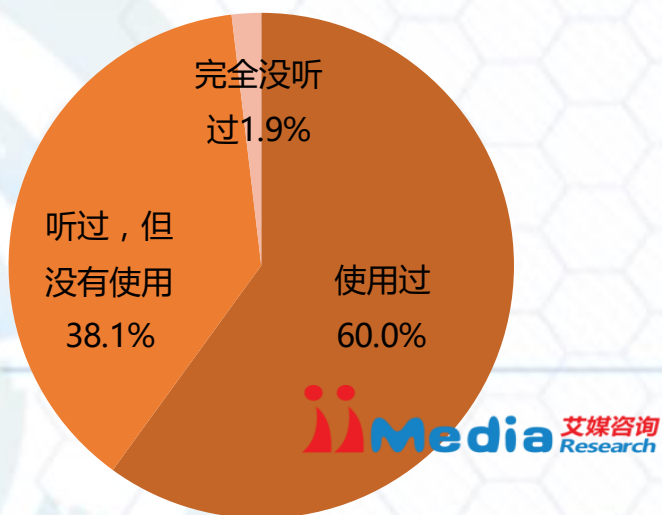
高效



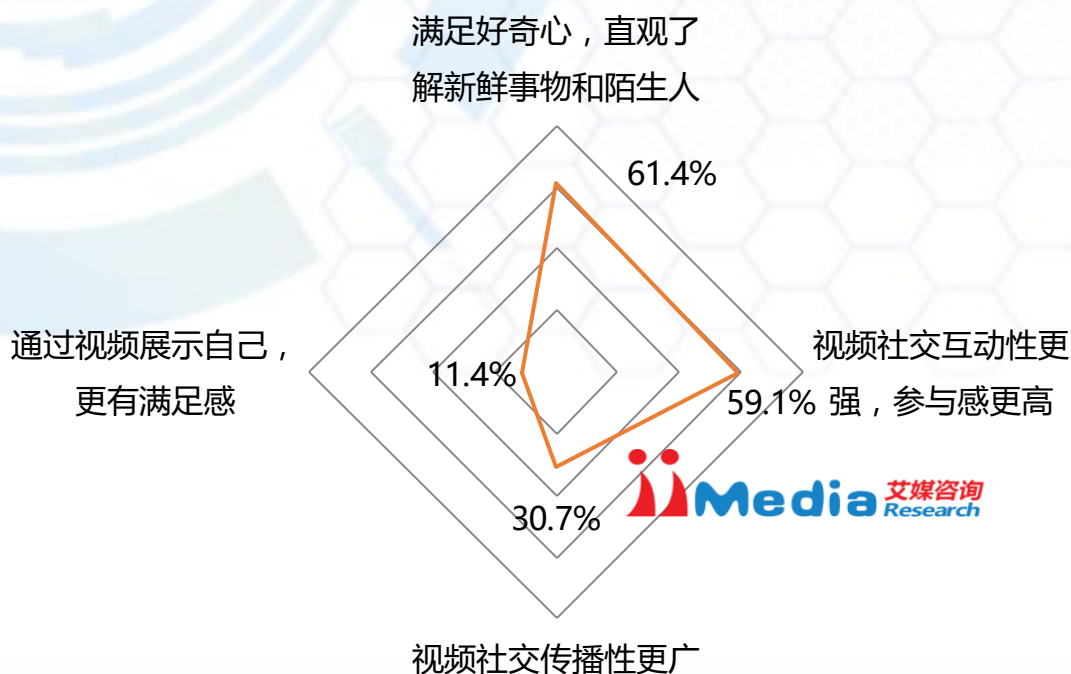
## 视频功能用户知名度较高，直观性和交互性优势明显

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，98.1%的受访陌生人社交用户听说过陌生人社交软件的视频功能，而使用过该功能的用户比例达60%。可见，陌生人社交视频功能的用户知名度比较高，仍有较大市场机会。在使用动机上，61.4%的受访用户认为视频功能更能直观地了解陌生人和新鲜事物，59.1%的用户认为交互性更强。艾媒咨询分析师认为，视频社交功能的可视化和可交互性成为视频社交的核心优势，用户对该功能的认可度较高，用户渗透率有望进一步提升。

### 2016上半年陌生人社交软件视频社交功能普及度调查



### 2016上半年陌生人社交受访用户视频社交功能使用原因分布



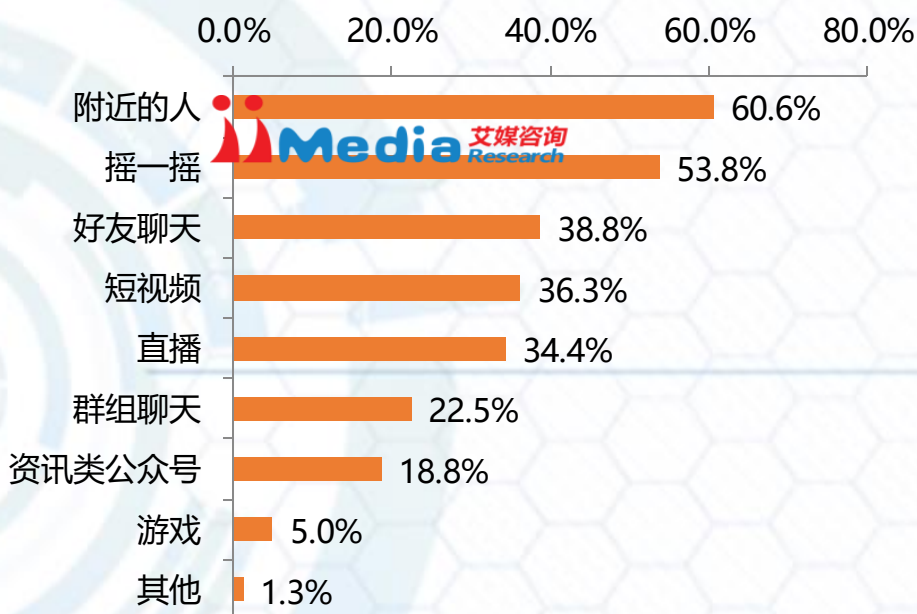
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

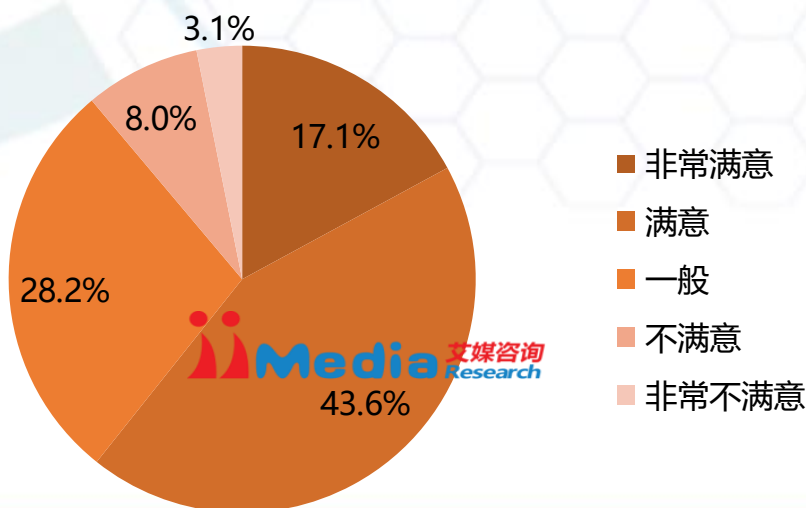
## 视频功能优化用户体验，满意度较高

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在陌生人社交软件的功能使用中，“附近的人”、“摇一摇”被频繁使用，而短视频与直播功能使用频率居中等水平，比例分别为36.3%和34.4%。视频功能的整体满意度较高，过半用户视频功能体验表示满意以及非常满意。艾媒咨询分析师认为，视频功能对网络的要求较高，受网络的限制较大。视频社交功能的逐步完善及用户习惯的培养，预期视频社交功能的使用频率和满意度会逐步提高。

### 2016上半年中国受访用户对陌生人社交软件功能使用情况调查



### 2016上半年中国陌生人社交软件视频社交功能用户满意度调查



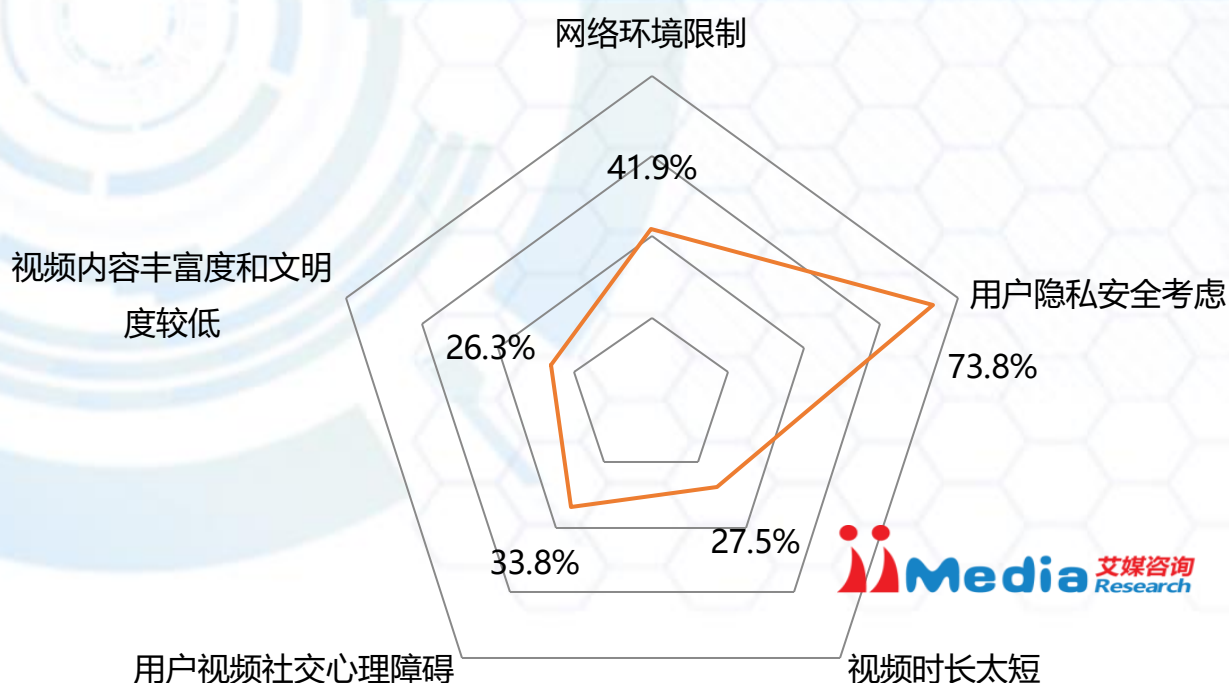
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved

# 隐私安全和网络环境是视频功能的最大限制

在陌生人社交软件视频功能发展受限影响因素上，iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超七成受访用户认为隐私安全问题是主要发展障碍，其次是网络环境和用户心理障碍。艾媒咨询分析师认为，视频社交曝光程度较文字图片等形式高，用户基于个人隐私安全在选择使用时会有所顾忌。尽管视频社交用户体验较佳，但是受网络的限制加大，用户在WIFI场景下使用视频功能的情况较多，流量资费成为用户最大的负担。

## 2016上半年中国受访用户针对陌生人社交软件视频功能限制因素看法调查





# 2016中国陌生人社交经典 案例解析

数据来源：iiMedia Research

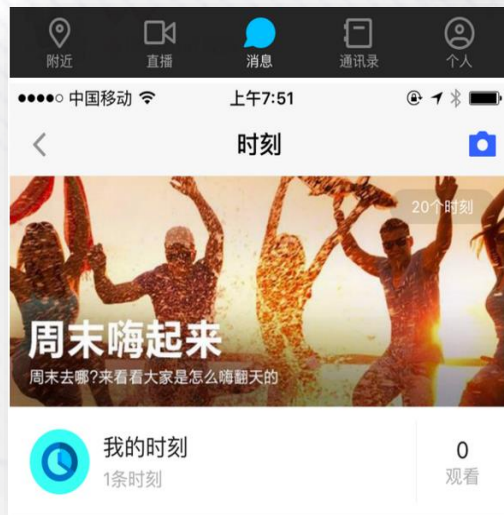
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



# 陌陌——发力视频化社交



视频+社交的模式越来越受用户青睐，各大社交软件纷纷试水视频社交领域。在进军直播市场后，社交软件开始发力短视频社交。**8月，陌陌更新了7.0新版本，推出短视频分享功能“时刻”，通过短视频个人展示促进陌生人间更深入的了解，也提高社区活跃度。**



用户自定义视频露出时间，24小时内逾期下架，一方面提高社交实时性，另一方面可刺激产品的用户活跃度。

用户拍摄的视频限时10s，降低拍摄的时间精力等成本，并且可减少用户的心理负担。

用户点击查看时刻中短视频后，会自动焚毁，保护用户隐私。



用户根据自己的喜好给喜欢的视频赠送小红花、送上掌声和皇冠等礼物，互动性更强，增强用户粘性。

在视频中可进行简单编辑，添加表情、图片、文字等美化效果，增加产品趣味性。

## 对面——致力于游戏化社交



对面成立于2013年，是一款新型移动社交应用，突出游戏化社交特色，通过打造游戏化社交，让用户在虚拟游戏过程中交友互动。通过把社交APP游戏化，以游戏任务的形式来交友，打破了传统的交友模式，提高了用户参与度和用户粘性。**艾媒咨询分析师认为，将社交与其他活动内容如游戏相结合，有效地避免了纯陌生人社交粘性弱的缺点，是维持陌生人社交平台持续发展的重要突破口。**



**游戏化社交** 摆脱单纯的人际交流和动态分享的传统社交应用模式，通过升级游戏设计，提高用户游戏体验为网友提供游戏化的在线社交平台，强化陌生人社交粘性。



**娱乐化元素** 对面在游戏化社交的基础上，添加了许多娱乐化元素，打通了游戏化社交线上与线下的壁垒，注重与用户互动，在站内游戏、交友之余，对面同时举办各种互动活动，增强用户体验。



**物质化奖励** 对面在游戏中设置了积分环节。用户在“对面”线上赚得的虚拟积分能够转化为线下真实奖品，大大地提高用户在玩游戏过程中的社交积极性和参与度。



探探在打造陌生人社交平台过程中，强调净化陌生人社交平台，注重女性用户体验，并建立人工客服干预和照片滑动双向选择机制，反“约炮”反骚扰，致力于服务具有异性交友需求的中青年群体。**艾媒咨询分析师认为，在当前陌生人社交平台普遍污化的环境下，突出平台净化，注重女性体验，将有助于吸引高质量用户，促进平台的生态循环，成为陌生人社交平台的一股清流。**

A

## 人工客服反“约炮”

探探致力于塑造健康干净的陌生人社交平台，谨慎避免被贴上“约炮”的标签。利用机器识别和人工客服干预的方式，筛选和剔除不良用户。

B

## 划动照片，双向选择

探探的独特功能在于用户需要通过对照片的双向选择，才能进行聊天互动。通过建立双向选择机制，减少骚扰，帮助两性用户平等沟通。

C

## 女性导向，维护性别平衡

探探的服务理念是“女性体验优先”，通过优化女性用户在陌生人社交平台的体验，减少性别失衡的弊端。除了反“约炮”外，探探优化算法，帮助女生找到更愿意认识的人，同时上线共同联系人功能，让女生更有安全感。



# 2016年中国陌生人社交 市场趋势分析

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved





# 陌生人社交市场趋势分析

## A >> 视频功能或将成为陌生人社交应用标配，交互方式升级

随着移动互联网时代的到来，4G网络和wifi逐渐普及，网络不再成为视频功能发展的主要限制因素，视频直播和短视频等视频功能的用户渗透率提高。随着直播等视频社交形式不断推进，商业变现模式逐渐成熟，陌生人社交市场也将瞄准视频社交市场重点发力多样化的视频功能。

## B >> 社交主题细分化、内容深度化

陌生人社交的核心在于社交主题和内容。随着不同垂直领域内容的深度挖掘，陌生人社交平台或将逐渐引入教育、户外旅游、摄影、音乐等话题，吸引有不同需求的用户，维持平台用户活跃度。陌生人社交平台基于用户吸引力和存留率问题考虑，未来在社交主题的细分化和深度化或将是一个重要趋势。

## C >> 用户信息标准化，社交群体标签化，匹配精准度提升

社交平台用户众多，信息冗杂，将用户群体有效划分，避免因信息冗杂带来的干扰，提升用户体验。通过标准化用户信息，为社交群体贴上相应标签，有利于社交平台高效划分群体，构建多个相应的社交场景，实现多场景高效管理。

# 陌生人社交市场趋势分析

D



## 陌生人社交应用或将成为营销的重要渠道

陌生人社交平台对于地理距离有较强的依赖性，如陌陌、遇见等应用大多基于地理位置进行用户匹配，本地化较为明显。当前商家强调场景化营销，可以利用陌生人社交定位附近的人等功能，获取用户信息，基于用户标签属性，精准定位目标受众，为用户提供相应地区的购物信息、派发优惠券等。

E



## 逐渐褪去“约炮”标签，净化社交环境

由于陌陌等陌生人社交平台在发展初期被贴上“约炮”标签，部分平台用户素质低劣，导致平台用户特别是女性用户受到骚扰，进而引发用户流失率增加、用户性别比失衡、社交平台污化等问题。以“探探”为代表的陌生人社交平台致力于改善陌生人社交环境，以此提高用户留存率和吸引力。

北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先的第三方数据研究机构艾媒咨询独家开发，系统通过科学客观的数据跟踪，创新反作弊算法，结合用户行为大数据分析，为客户提供一套的数字营销全流程服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效地监测、评估和优化数据、利用数据分析提升营销效果和投资回报。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[mwj@iimedia.cn](mailto:mwj@iimedia.cn)



围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。

- 大数据驱动企业价值链重构
- 大数据驱动组织创新

企业  
“互联网+”  
转型顾问

- 大数据驱动营销创新
- 大数据驱动产品创新

大数据驱动  
企业转型

互联网  
投融资顾问

- 创业项目商业模式分析
- 创业项目未来市场评估
- 创业资源对接

行业  
解决方案

- 电子政务+智慧园区
- 智能制造+智能物流
- 共享金融+电子商务



本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

「因为专注，所以专业！」  
Since 2010, We focus on mobile Internet!」

