



# 这届年轻人，七夕也能过 成单身狂欢

## 2021当代青年婚恋状态研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年7月



# 极光观点



单身万岁：当代年轻人超过一半没有男/女朋友，三分之一是从未谈过恋爱的“母胎solo”，他们享受单身，更愿意搞钱搞事业，通过丰富的爱好取悦自己



两性观念反转：男性择偶更喜欢女生家境好，女性则希望在恋爱关系中占据上风，可以自己买房和出钱约会，也憧憬和“年下男”来一场姐弟恋



互联网成新相亲场：男性和面临婚姻压力的80后90后喜欢用陌陌、连信等认识陌生女性，直接解决问题；女性和Z世代追求灵魂社交，有共同兴趣才能聊下去



七夕也成“单身节”：除了情侣的浪漫消费，单身族也在这一天通过独自吃饭、看电影、出游和剁手来刷存在感和宠爱自己；恋爱中的人却有甜蜜的烦恼，八成男性需要为节日耗费金钱和精力



相信爱情的Z世代：Z世代的恋爱出于爱情，只因缘分到了遇上对的人；恋爱路上他们比90后更向往婚姻，也期待组建家庭生育孩子



多元化的恋爱关系：当下恋爱模式更加自由，可以是挂名情侣，也可以把伴侣处成兄弟，还有人选择周末夫妻、两头婚、纸性恋等亲密关系，应对这个“内卷”的时代

# 目录

# CONTENTS

## 01 单身篇

---

## 02 恋爱&婚姻篇

---

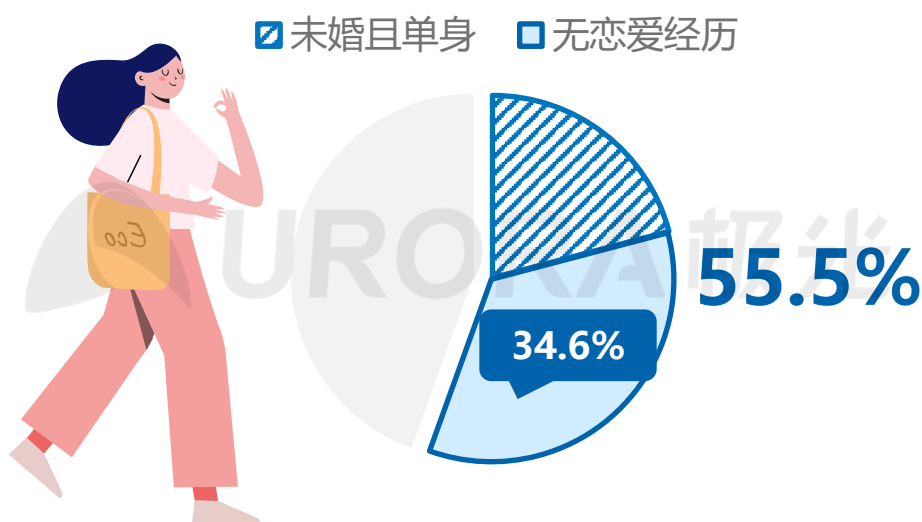
# PART 01

## 单身篇

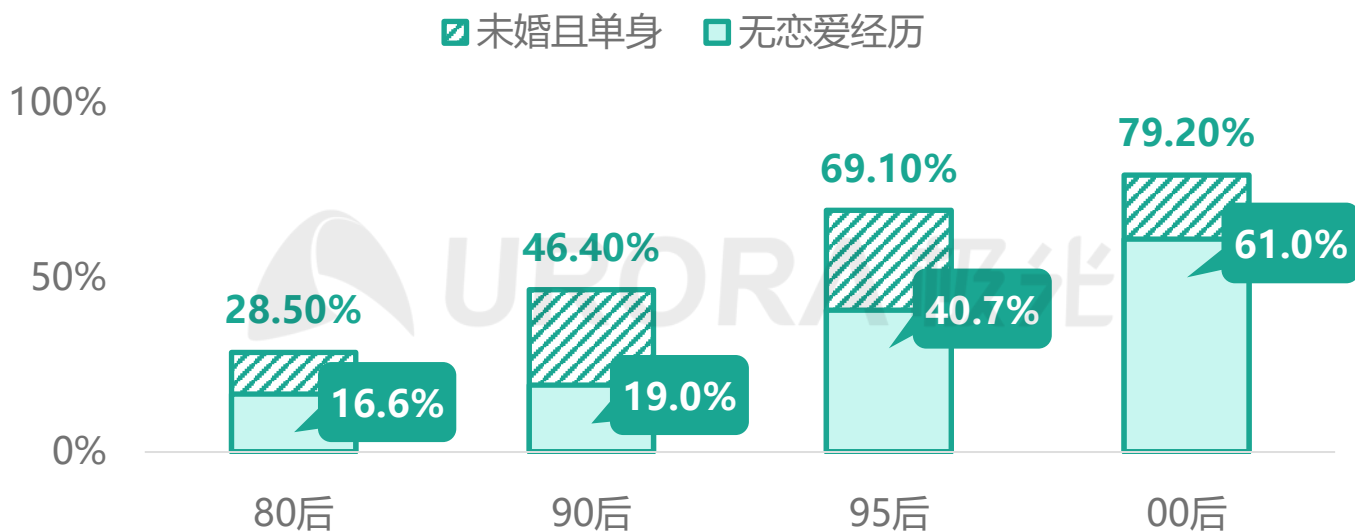
# 当代青年每两人中就有一人是单身狗，还有三分之一是“母胎solo”

- 极光调研结果显示，处于适婚年龄（20-40岁）的人群中，有55.5%的人目前为单身状态，其中有34.6%的人从未谈过恋爱
- 分代际来看，已经在“奔三”路上的90后，有46.4%的人目前仍为单身状态，且“母胎solo”的占比有19.0%

## 20-40岁人群单身且无恋爱经历的比例



## 不同代际人群单身且无恋爱经历的比例



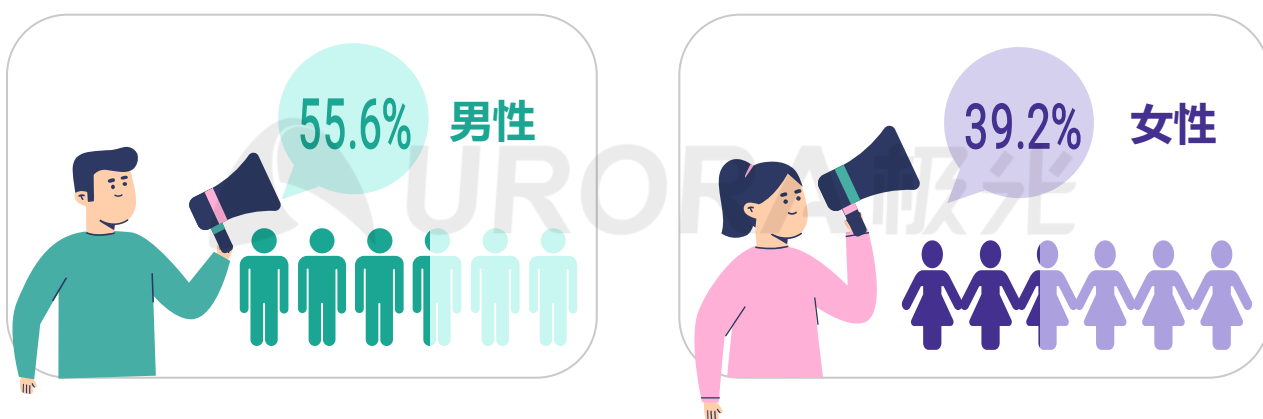
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

\*本报告中80后指出生年份在1980-1989的人群，90后指出生年份在1990-1994的人群，95后指出生年份在1995-1999的人群，00后指出生年份在2000-2003的人群

# 男性、高线城市人群更容易单身

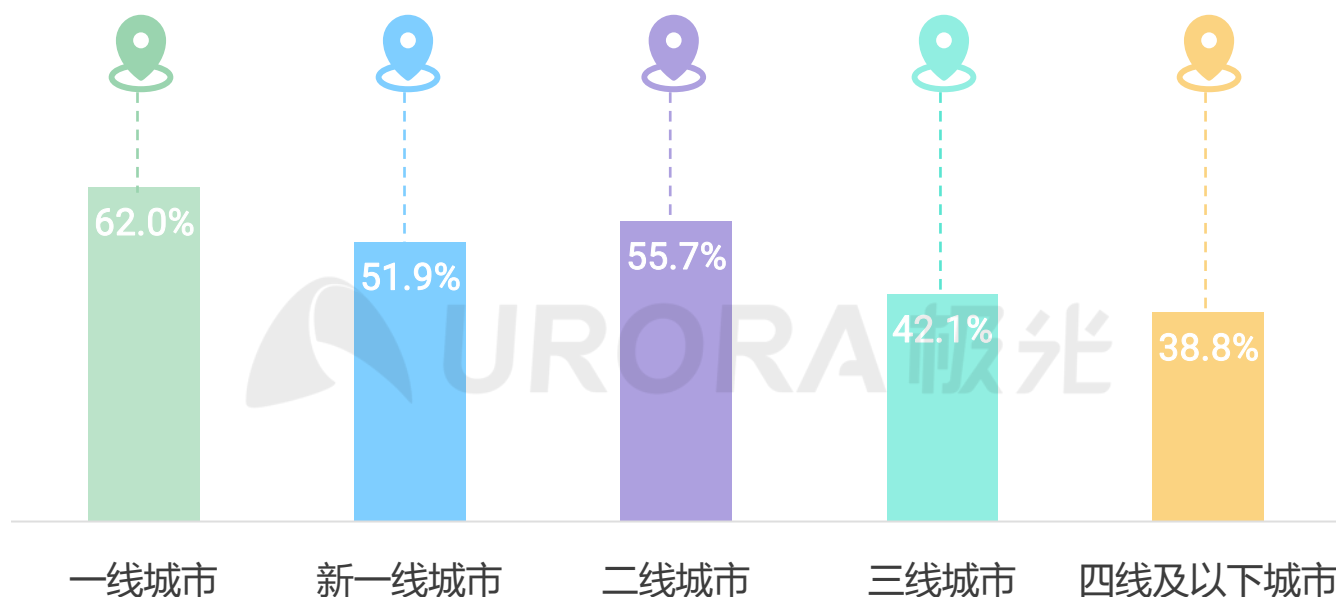
- 男性群体中，处于未婚且单身状态的比例达55.6%，而女性的比例为39.2%；男性单身人群比例更高，也许与我国人口男女比例失衡有所关联
- 从城市等级来看，常住在高线城市的人群中未婚且单身状态的比例高于低线城市，其中一线城市的单身人群比例高达62.0%，这与高线城市年轻人口更密集的因素有关

## 不同性别人群未婚单身的比例



2020年第七次人口普查结果显示，全国人口中，男性人口占51.24%，女性人口占48.76%，我国男多女少的情况仍在持续

## 不同城市线人群未婚单身的比例

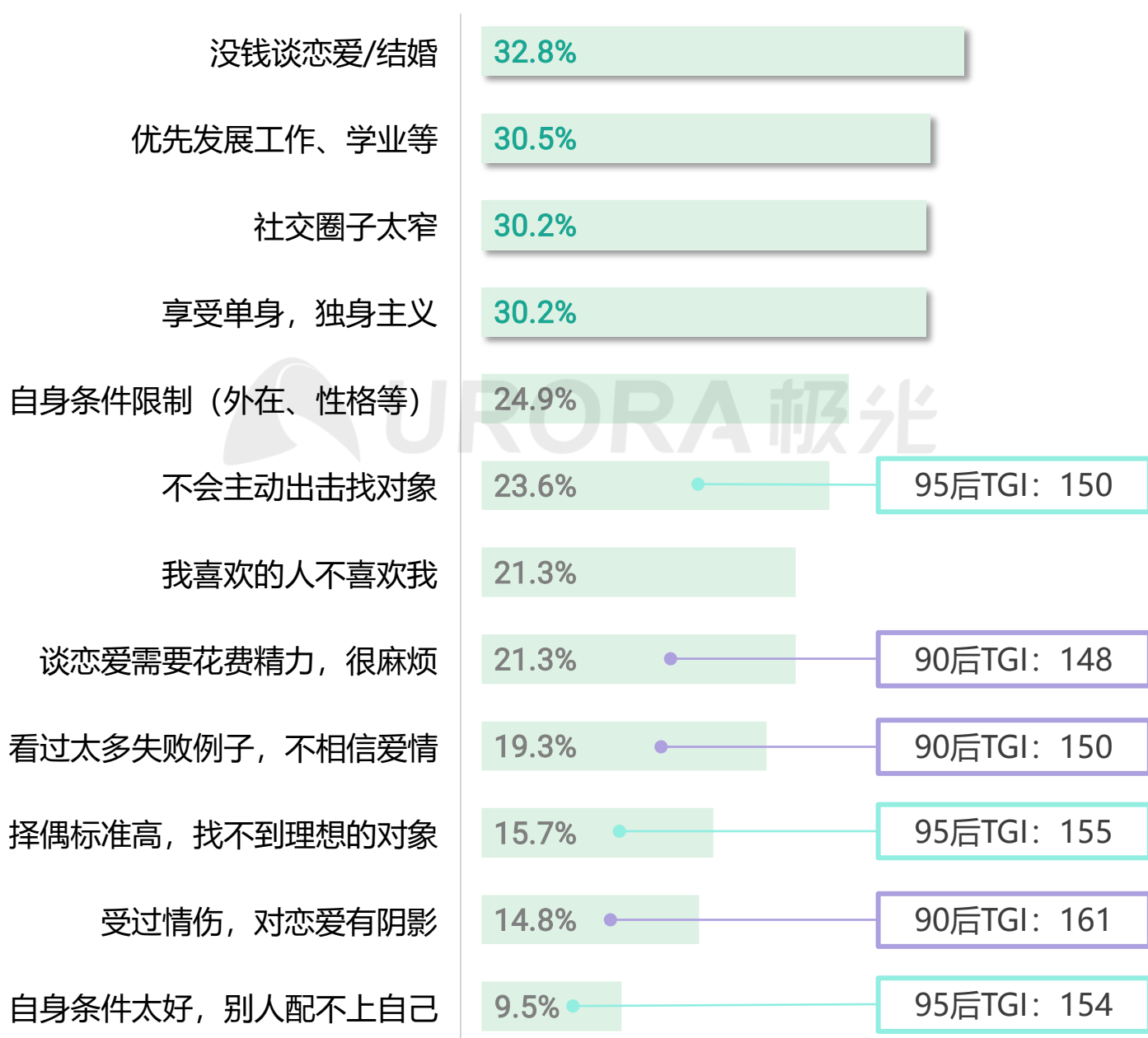


数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

# 单身原因千千万，“搞钱”和“搞事业”是首要

- 总体来看，婚恋经济门槛变高、职场和学业内卷、社交圈子变窄、享受单身生活是这一代青年选择单身的主要原因；除此之外，90后和95后两个代际青年的单身原因表现出较明显的特征性：前者是因为怕麻烦以及害怕受伤而选择单身；后者对待爱情则很佛系，既不主动出击，也认为别人配不上自己

## 单身人群认为自己单身的原因

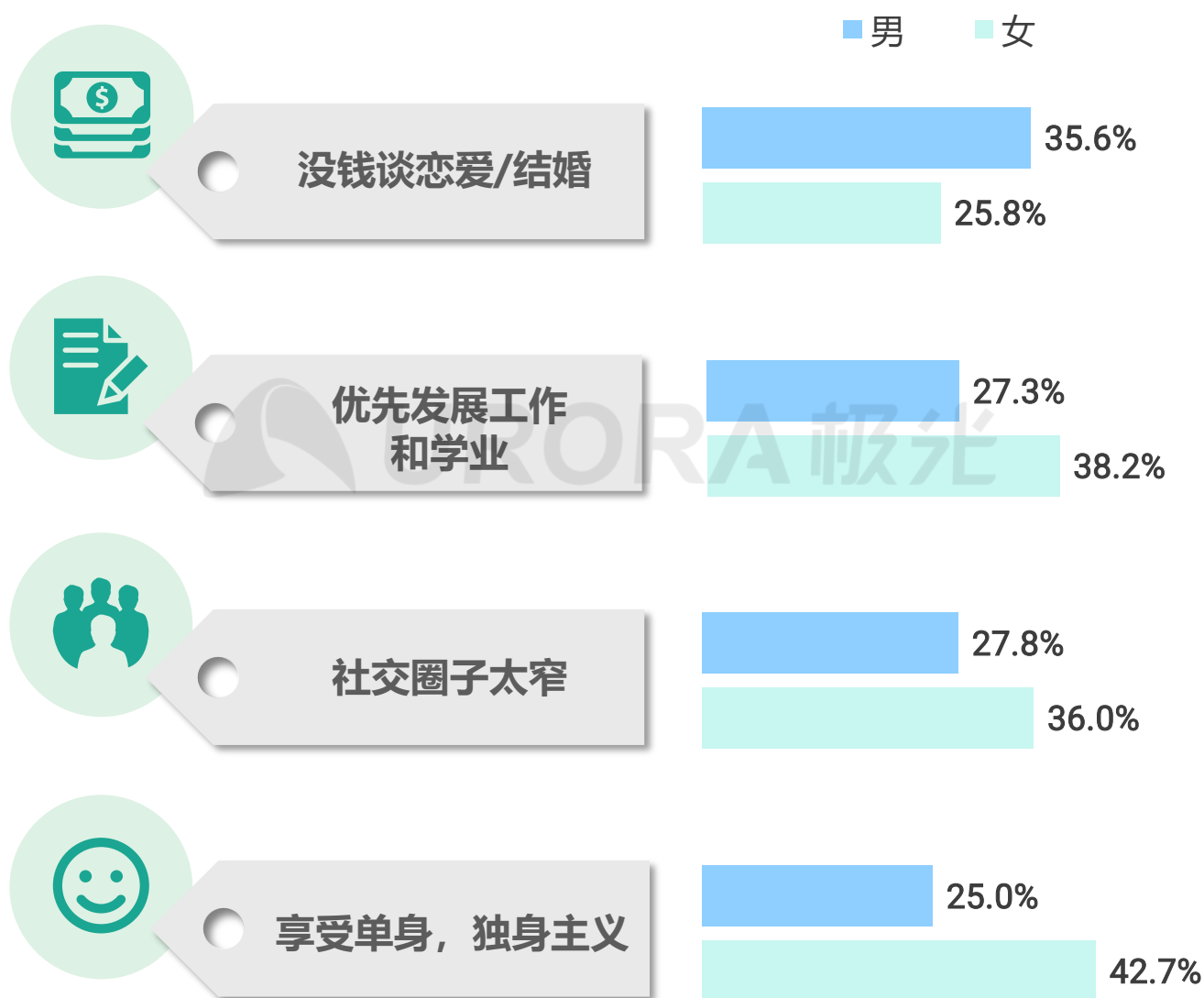


数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

# 当代年轻女性独立意识渐强，更会享受单身状态

- 对比不同性别人群来看，女性选择单身的原因相对男性来说更“复杂”：男性单身的最主要原因是考虑到自身的经济状态，而女性则更多的是纯粹享受单身状态，还有近四成的单身女性已经把恋爱排在了工作和学习后面；说明面对爱情，大部分的女性并没有大众“刻板印象”中的那么“恋爱脑”

## 男性 vs 女性选择单身的主要原因



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.06



# 单身不孤单，生活和灵魂都能自我取悦

- 尽管一个人，但单身人士的物质和精神生活都特别丰富，相比其他人，单身人群最喜欢的活动是追星，TGI达到119，其次是打游戏和泡吧蹦迪，TGI分别是114和113
- 嗑CP能带给当代年轻人精神上的愉悦，满足幻想的快乐，因此超过7成单身人士喜欢嗑CP

## 单身人群爱好活动TGI



## 单身人群嗑CP比例和原因



- “能给我更多幻想
- “向往美好的事物和情感
- “令我感到愉悦

数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI：单身人群选择此项的占比/全体人群选择此项的占比\*100

# 物质条件和精神世界的丰富，让年轻人脱单意愿下降

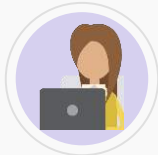
- 当今生活条件的改善，为年轻人的物质生活和精神世界都带来极大丰富，生活上更加充实有趣，心理上也可自我满足，让单身年轻人自我取悦的同时，也降低了脱单的必要性和主观意愿

## 单身受访者不想恋爱的原因



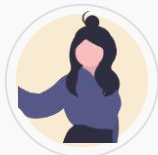
**黄先生，33岁，外企白领**

“感累不爱，单身万岁！有过多次恋爱也是相亲局常客，我深知爱情的快乐敌不过它的心累，独处的时候反而更能全身心放松，有猫万事足，知己常在旁，一个人可以“为所欲为”你不知道是有多爽……”



**刘小姐，25岁，民企管培生**

“既然母胎单身，何必强求伴侣……在赚钱面前，恋爱太费劲了，事业上升期每分钟都是钱，与其花时间维系感情，还不如多搞钱更有安全感。”



**王小姐，20岁，在读大学生**

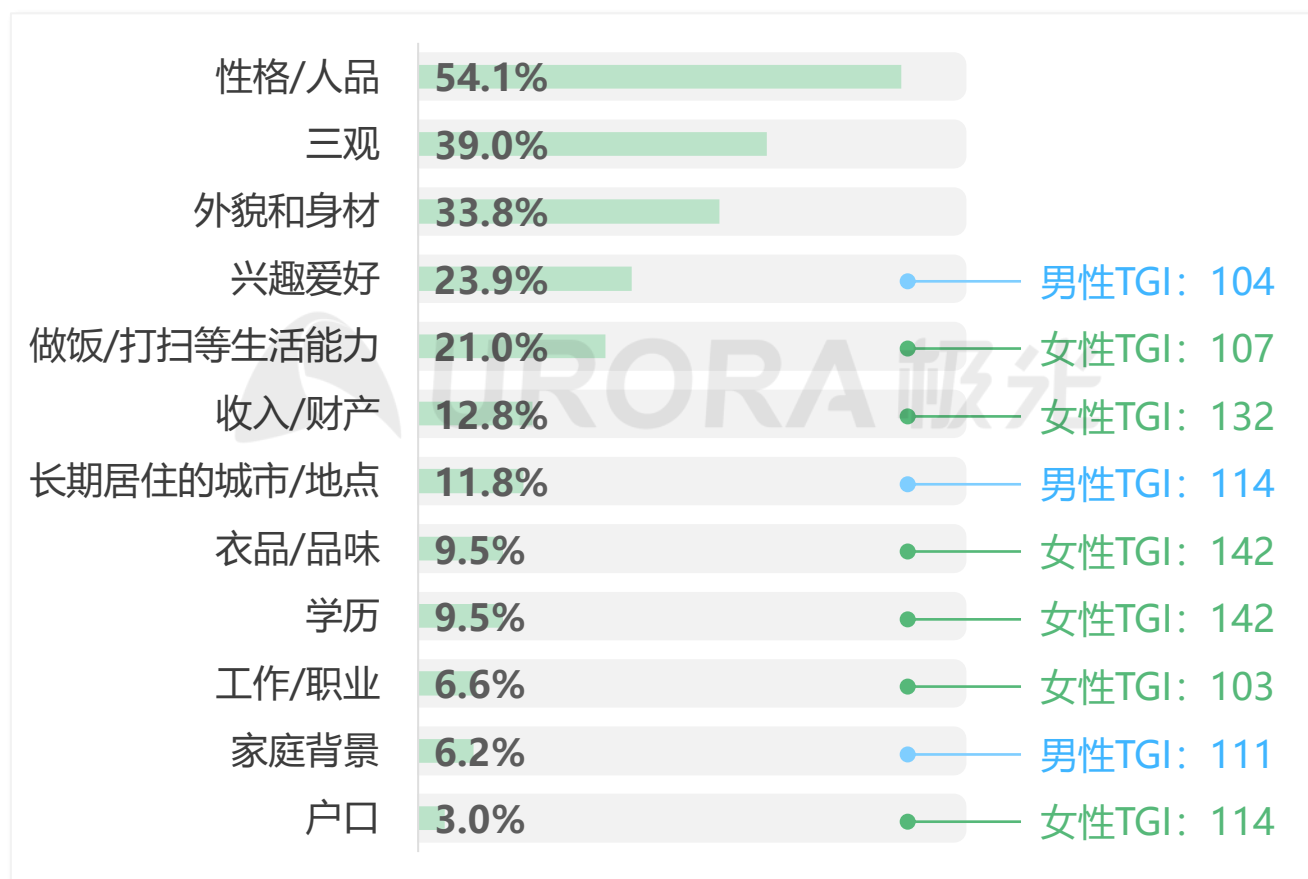
“谈恋爱不麻烦吗？男朋友再帅有我giegie帅？我追星它不香吗？！虽然也有人追，但他跟我聊不到一块去啊，与其两人勉强找话题，还不如嗑CP，看他们撒糖派狗粮，爱情还是理想的样子最好看！”

数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

# 婚姻是两家人的事，男性和大城市人群择偶看重家境好

- 对于恋爱对象，男性及女性单身青年均会首先考虑对方的性格和人品，其次是三观和颜值；在这基础上，男性会更关注对方的兴趣爱好、所在城市和家庭背景，女性择偶的要求相对更高，除了学历、收入、工作、户口，还会关注到对方的穿着打扮、生活能力等方面的加分项
- 分地域来看，一线和新一线城市的单身青年会更多地关注对方的家庭背景，二线和三线城市看工作，四线及以下城市则更看重收入

## 单身人群选择恋爱对象的考虑因素



### 一线&新一线城市

- 家庭背景 TGI: 122
- 学历 TGI: 120
- 户口 TGI: 117

### 二线&三线城市

- 工作 TGI: 118
- 性格 TGI: 114
- 衣品 TGI: 112

### 四线及以下城市

- 收入 TGI: 130
- 衣品 TGI: 129
- 居住地 TGI: 119

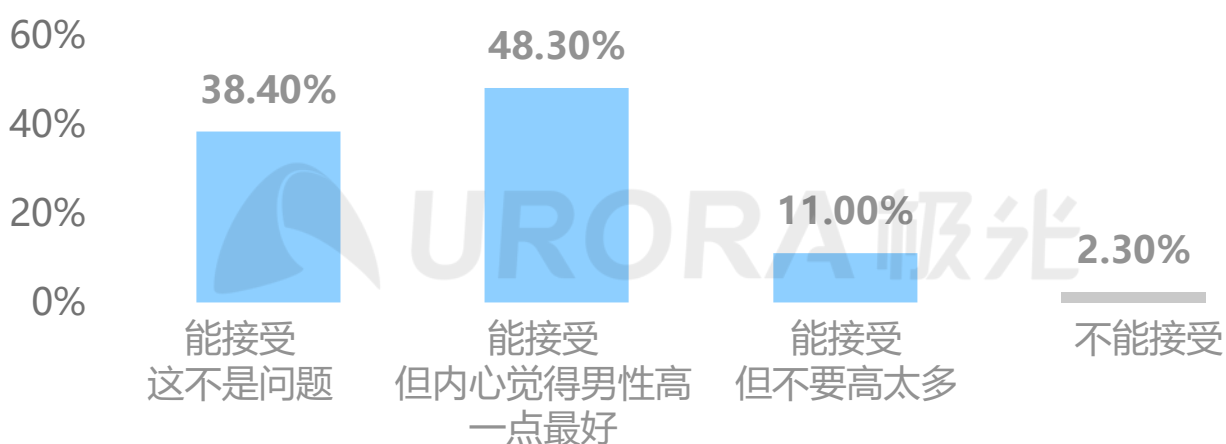
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI: 不同标签的单身人群选择此项的占比/全体单身人群选择此项的占比\*100

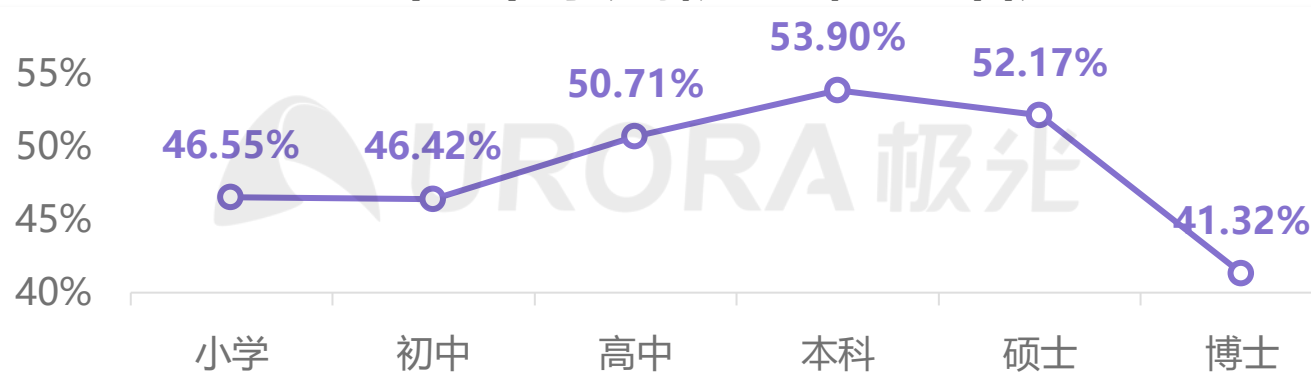
# “男强女弱”已过时，当代男性不再执着于地位问题

- 当下年轻男性的择偶观念较以往产生明显转变，女方收入更高不再是影响择偶的因素，97.7%的男性能接受女方收入比自己高
- 我国高中、本科及硕士教育中女性比例高于男性，女性将成为高学历人才的优势群体，而男性在选择伴侣的时候也表示，高学历往往代表更高的能力和素养，是女性的加分项

## 男性选择恋爱/婚姻对象时能否接受女方收入高



## 2019年中国不同教育阶段女性学生占比



### 择偶梯度效应

过去择偶崇尚“男高女低”，男性“向下”选择各方面条件比自己低的女性，而女性“向上”寻求比自己优秀的男性



### 高学历圈层相亲

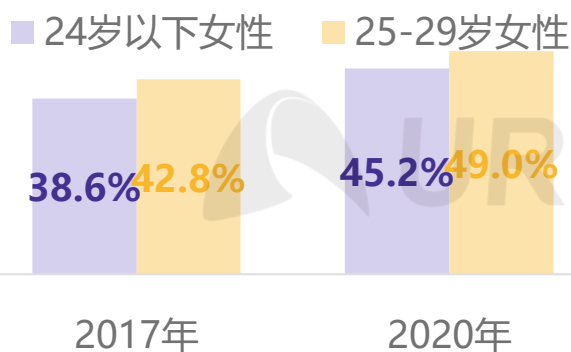
如今学历成为相亲场上的量化标准之一，收入稳定的男性，更加青睐名校毕业、海外留学的高学历女性

数据来源：教育部，探探大数据研究院《探探社交报告：北上广深单身女性在线社交洞察》及其他公开资料整理

# 年轻女性越发占据上风，学历越高越能接受姐弟恋

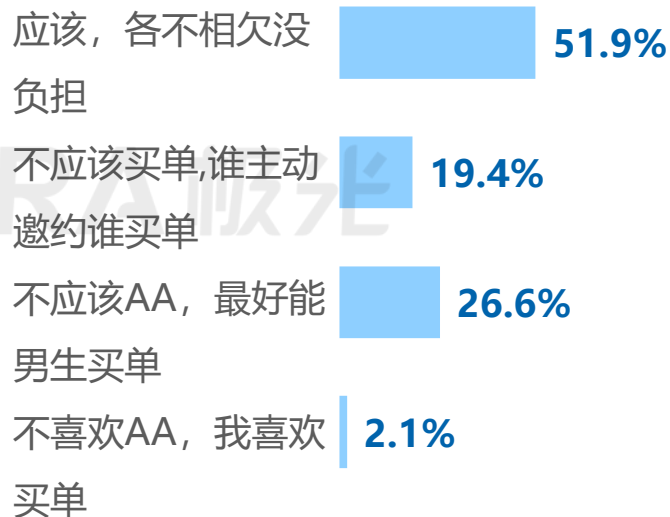
- 相关数据显示，年轻女性购房的比例逐渐升高，进入适婚年龄的90后女性成为购房主力军，其中超过四成表示赞同女性在婚前买房，过半单身女性认为首次约会时应该AA制，女性在经济实力上与男性势均力敌
- 超过四成女性接受“姐弟恋”，31.2%的女性表示男友可比自己小5岁，女性学历越高，对“姐弟恋”的接受程度越高

## 女性购房客群比例

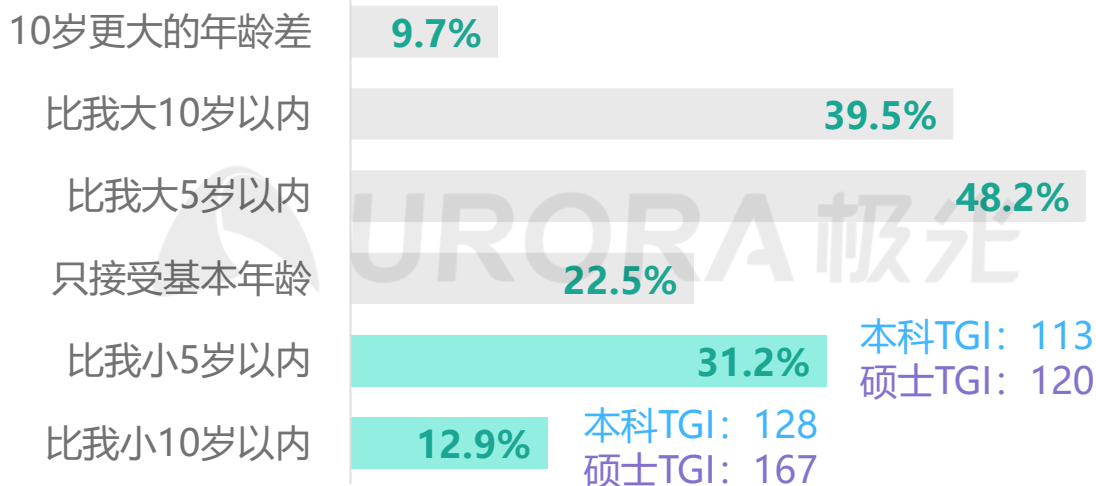


**40.1%**的Z世代女青年非常赞同女性婚前买房

## 单身女性首次约会AA制的看法



## 单身女性对男友年龄差的接受程度

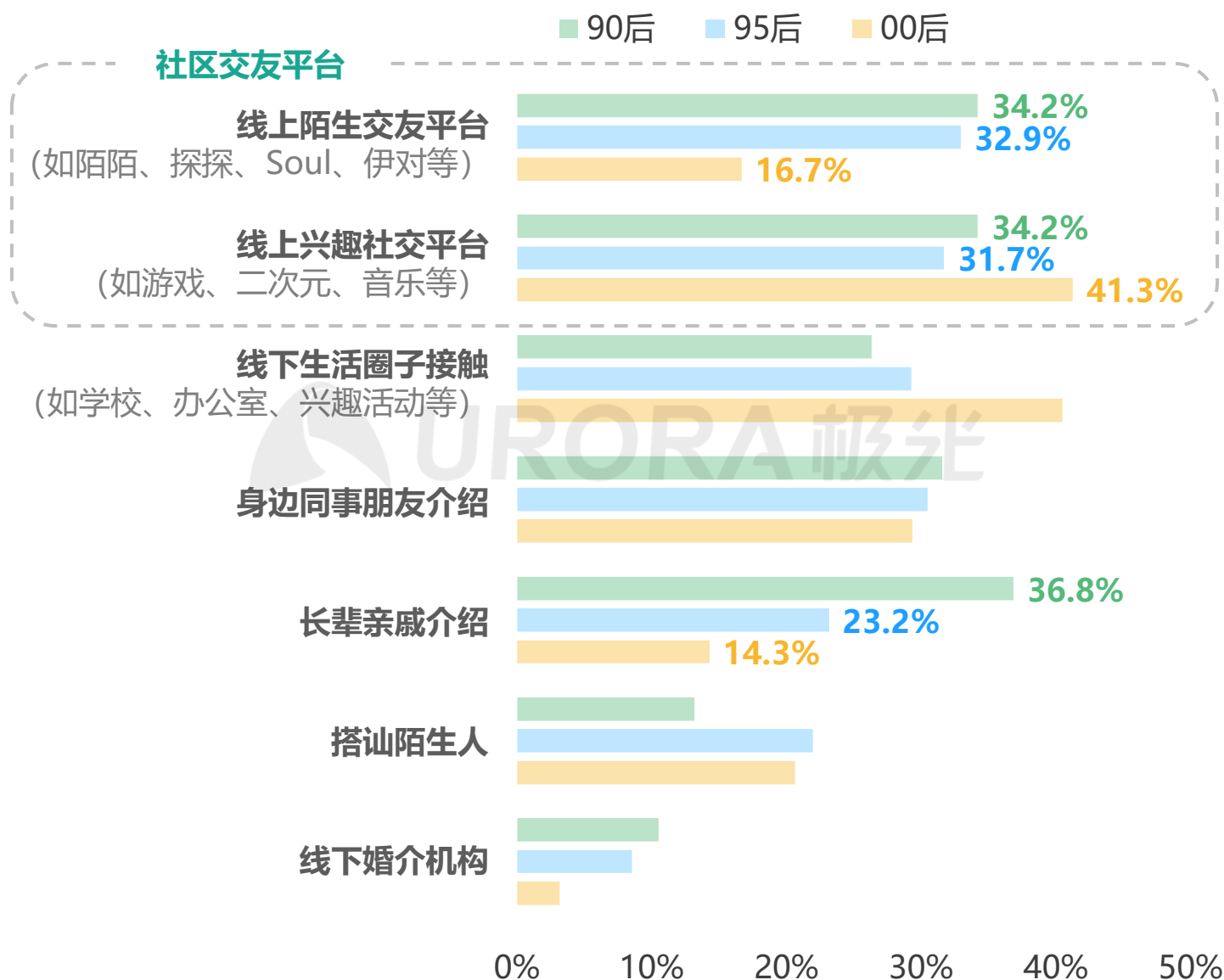


数据来源：贝壳研究院《女性居住现状调查报告（2021年）》；探探大数据研究院《探探社交报告：北上广深单身女性在线社交洞察》

# 年轻人交友主要在线上，90后难逃亲戚介绍

- 线上社区交友平台（包括陌生交友及兴趣社交平台）已成为当代年轻人接触潜在婚恋对象的主流渠道，其中超30%的90/95后会通过陌生交友平台和兴趣社交平台来找对象，而00后对于“兴趣交友”的偏好度明显更高，占比超40%
- 但值得注意的是，随着年纪的增长，单身人群还是逃不掉被长辈安排相亲；90后单身群体中有36.8%的人会通过长辈或亲戚来认识潜在婚恋对象，而95后和00后的比例分别为23.2%和14.3%

## 不同代际单身人群接触潜在婚恋对象的渠道



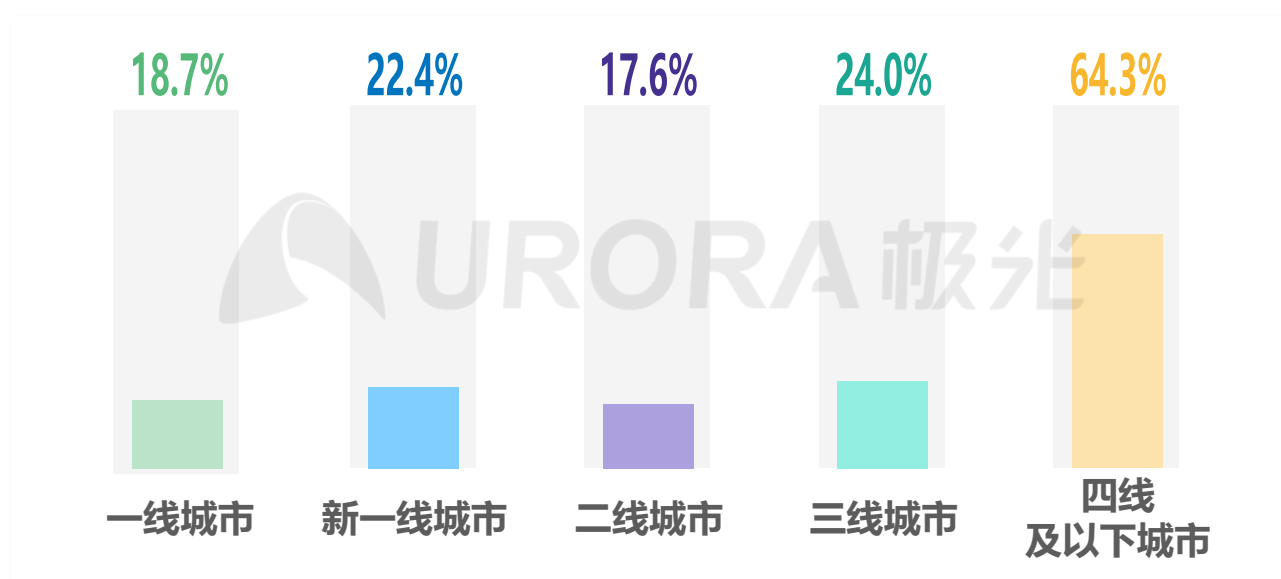
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06



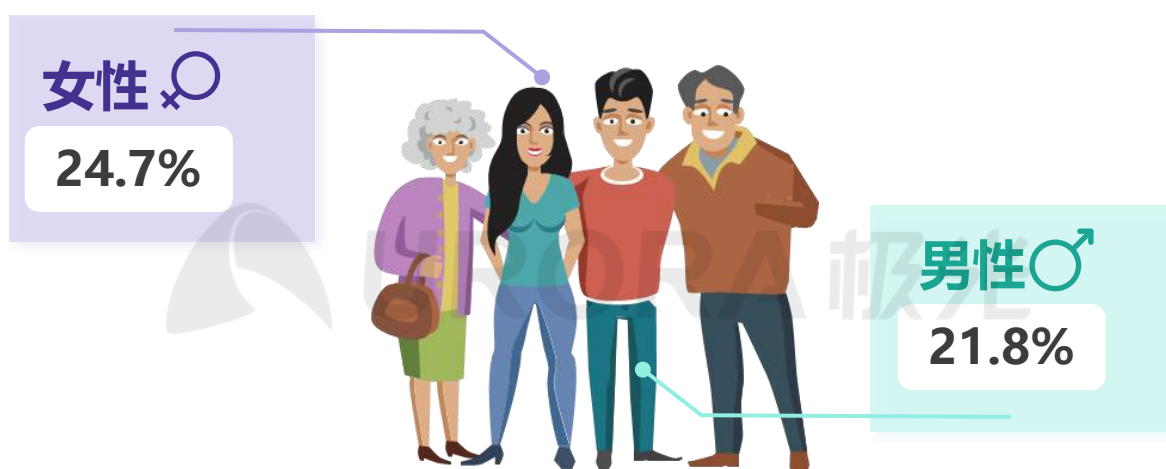
# 离家近容易被父母催婚，单身女性受催婚的压力更大

- 从不同城市线来看，生活在四线及以下城市的单身人群中高达64.3%的人会通过长辈亲戚给自己介绍朋友，定居在低线城市的年轻人放弃到大城市打拼，选择留在父母家庭身边，因此时常被父母催婚
- 单身女性中，曾被亲戚长辈介绍朋友的比例为24.7%，高于单身男性，出于传统观念及生育年龄限制，女性面临着更大的催婚压力

## 不同城市线单身人群通过长辈亲戚介绍朋友的比例



## 不同性别单身人群通过长辈亲戚介绍朋友的比例

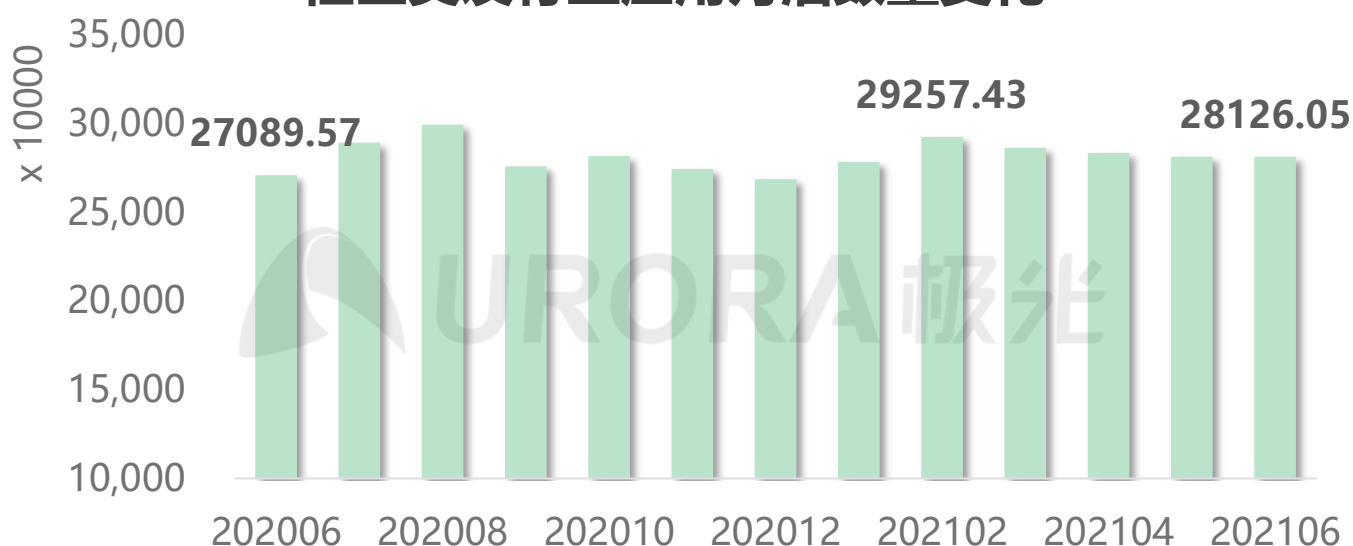


数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

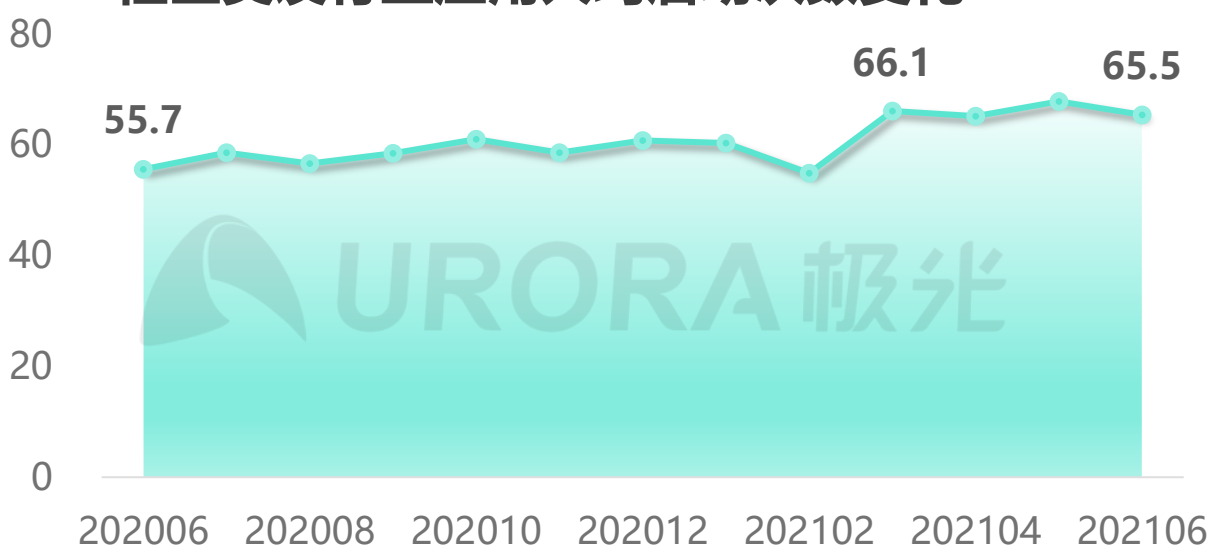
# 近三成网友的生活日常离不开线上社区交友

- 根据极光大数据，社区交友平台的月活数量超过2.8亿，接近全国手机网民的三成。逢年过节放假回家，用户更加活跃于线上交友平台，不忘完成“婚恋”KPI
- 作为当代年轻人主流的交友渠道，社区交友平台深受用户青睐，用户一个月打开app可达65.5次，平均每天要打开app两次以上，线上交友成为了一种高效可行的社交模式

## 社区交友行业应用月活数量变化



## 社区交友行业应用人均启动次数变化



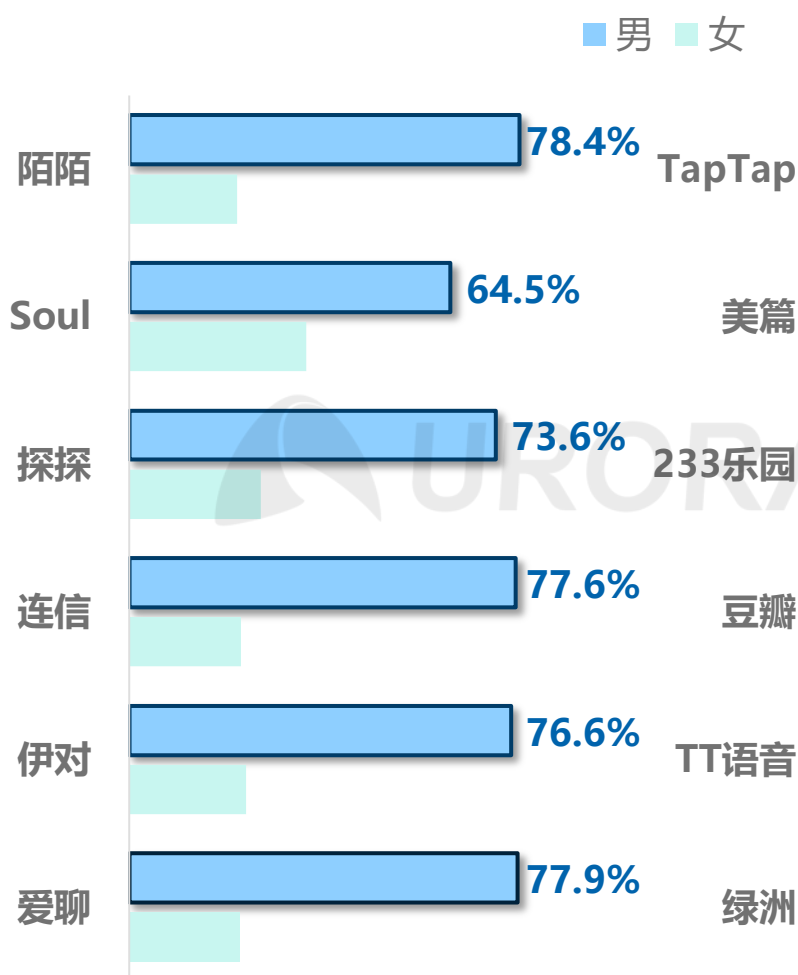
数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，数据周期：2020.06 – 2021.06



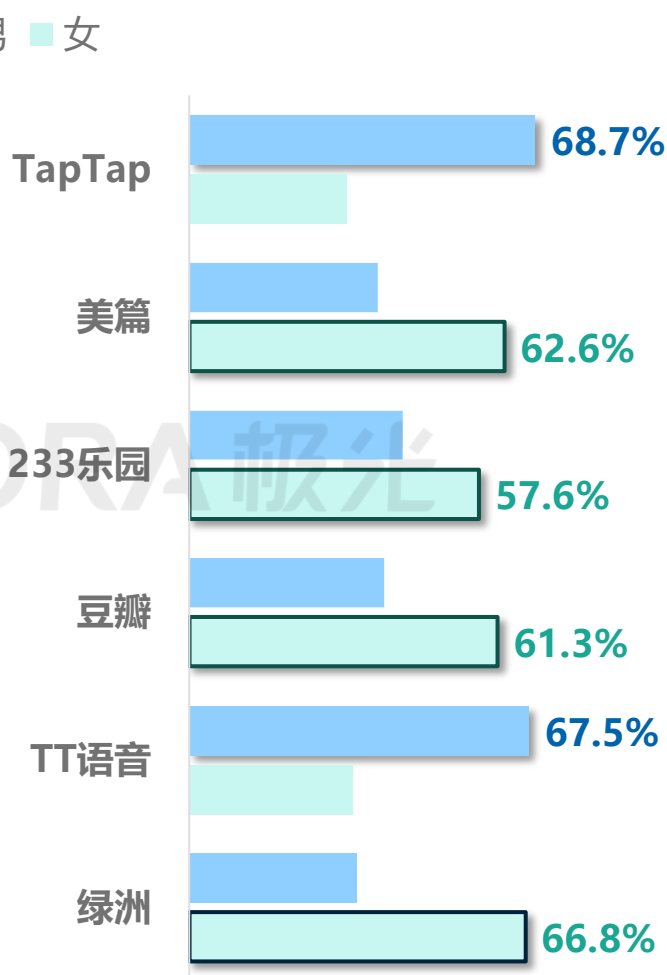
# 男性更渴望认识陌生女性，女性则希望有共同兴趣再交流

- 从性别分布来看，陌生人交友平台男性是主力用户，基于位置匹配交友的产品男性占比可达7成以上；同时男性普遍乐于进行游戏交友，寻找志同道合的玩家
- 相比之下，女性用户更喜欢泛娱乐化的内容，绿洲、豆瓣等围绕图片、书影音的兴趣交流平台女性是主流，占比超过6成，成为一股女性向的清流

## 陌生人交友平台性别分布



## 兴趣社交平台性别分布



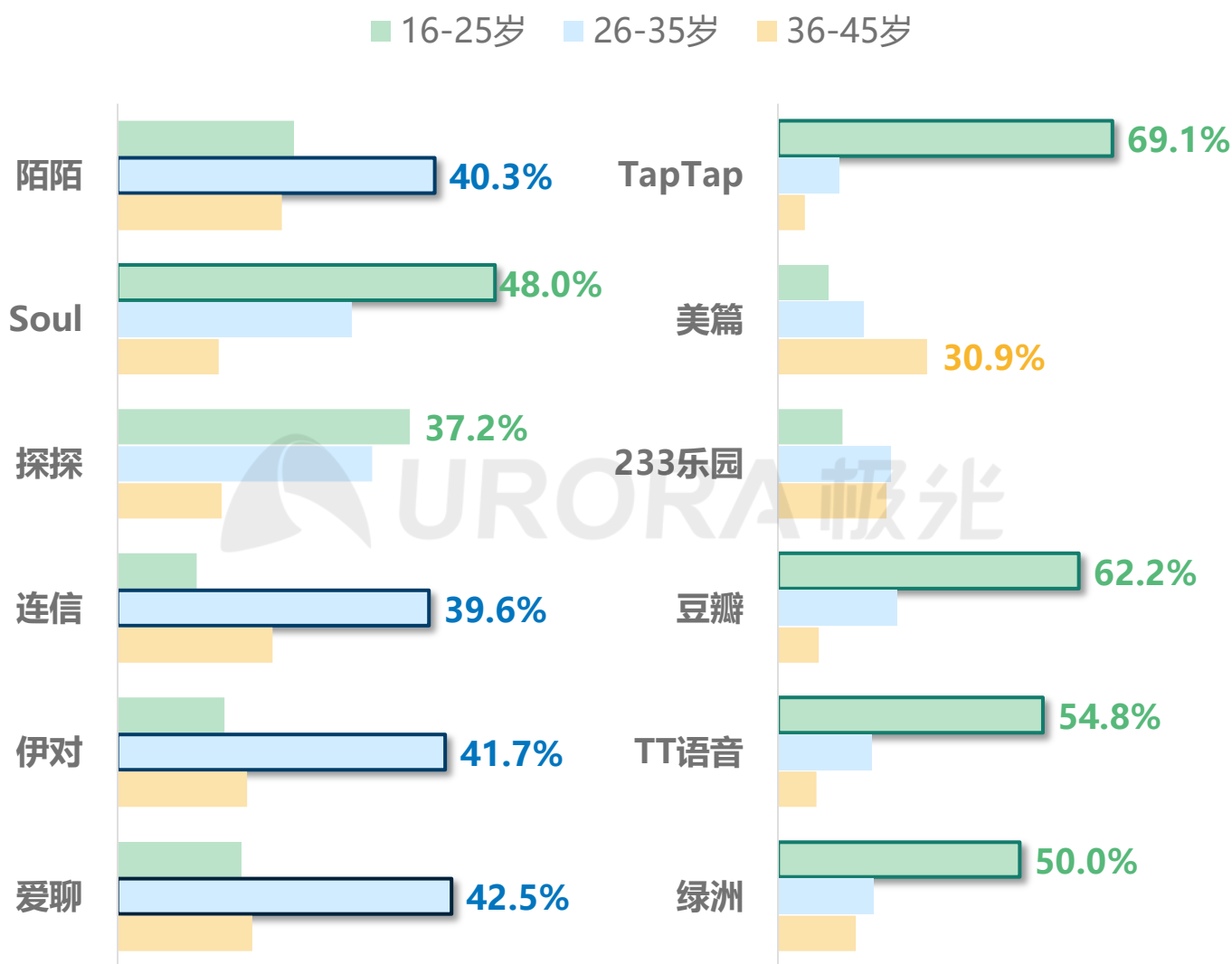
数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，数据周期：2021.06

# Z世代还在追求灵魂社交的路上，90后80后直奔配对目的

- 不同年龄层的网友对线上社交有明显不同的偏好。16-25岁的Z世代用户注重兴趣爱好交流，Soul、绿洲、豆瓣及游戏交友类app更能让他们获得精神共鸣
- 26-35岁的80后、90后用户正值适婚年龄，寻找伴侣的需求迫切，喜欢使用陌陌、连信等基于距离和视频实时配对的交友软件，效率更高

## 陌生人交友平台年龄分布

## 兴趣社交平台年龄分布



数据来源：极光iAPP(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，数据周期：2021.06

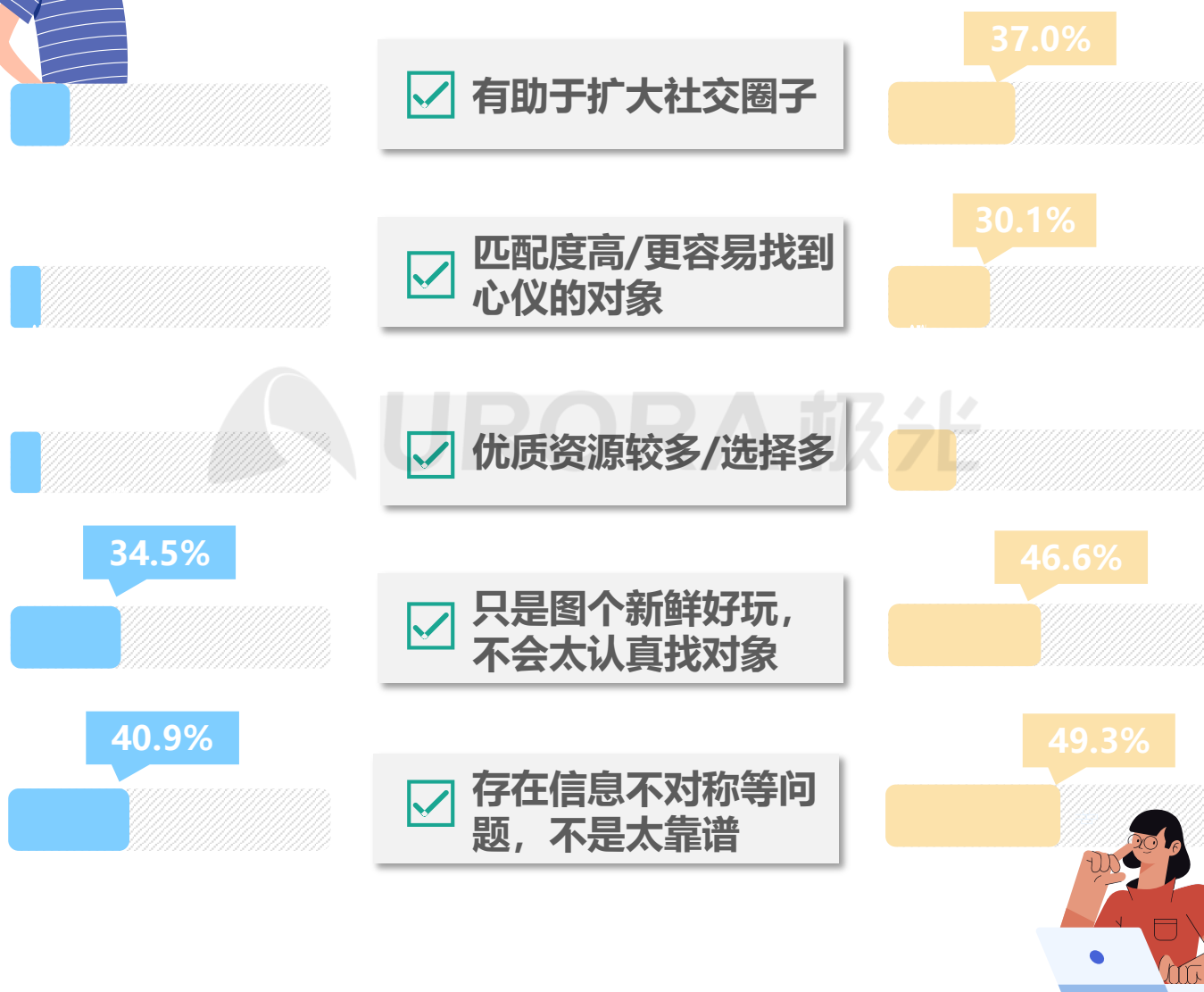
# 大多网友能客观看待线上交友，保持人间清醒

- 当下单身青年对使用陌生交友平台的态度相对理智和谨慎，无论是否使用过平台，认为平台存在信息不对称等弊端的比例都是最高的，分别占49.3%和40.9%，大部分人也觉得平台交友不能过分当真，主要是为了好玩
- 使用过平台的用户看法会更加正面，他们认可平台的作用，认为能帮助他们扩大社交圈子，提高匹配对象的成功率



## 用户对陌生交友平台的看法

■ 非交友平台用户 ■ 交友平台用户

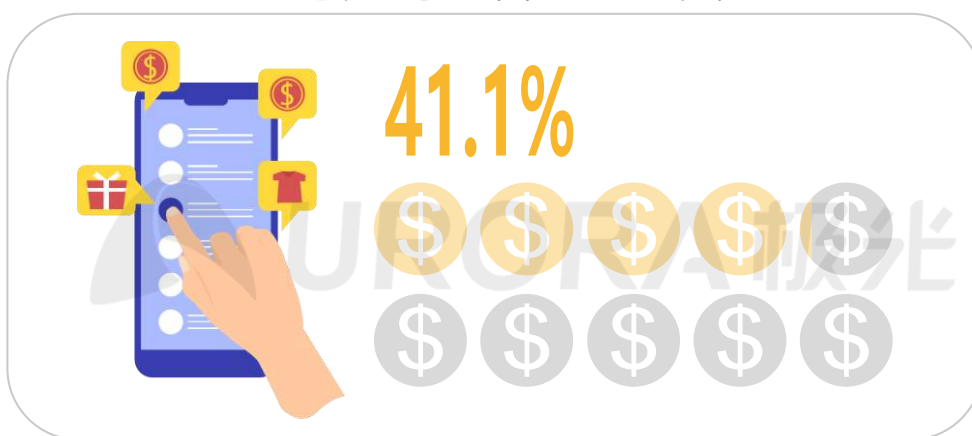


数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

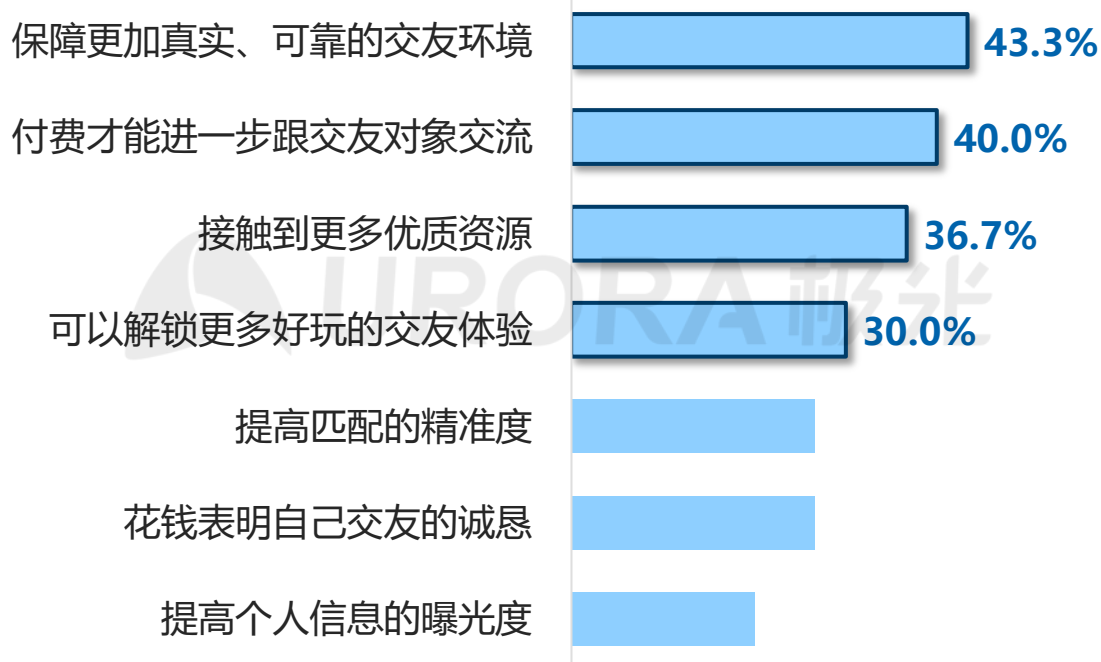
# 脱单是一门生意，四成单身用户曾为寂寞付费

- 使用过在线交友平台的单身用户中有超过四成表示，曾付费购买增值服务。通过付费，用户可以提高信息审核和对象筛选的门槛，或者增加和潜在对象互动的机会
- 用户付费的主要目的是保障真实可靠的交友环境，以及接触更多优质的交友对象和资源。为了脱单，这届年轻人非常认真，不惜付出财力

## 单身人群交友平台付费率



## 单身人群交友平台付费原因



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

# 七夕不仅是情侣的节日，更是单身族的狂欢

- 从往年七夕期间各大平台的数据来看，这种浪漫节日在刺激“浪漫经济”的同时，也引爆单身人群的过节热潮，单身族网购、出游以及餐饮观影消费的比例均比平日上涨，他们似乎以行动表明一种态度：单身无畏，快乐万岁！

## 携程

2019年单身男女七夕  
出游同比增长

**+48%**



独自  
出游

一个人吃  
饭观影

买单身  
商品

七夕虽是情侣的节日，但倔强的单身族也在这一天通过各种有仪式感的方式表达自己的存在，显示自己的人生态度，证明一个人也可宠爱自己

## 美团&大众点评

2019年七夕期间通过“订座”功能  
一人单独就餐

**3%**

电影订单中单人观影

**15%**

## 淘宝

2019年七夕当天“单身”  
商品**成交额**环比上涨

**382%**

## 美团

2017年七夕前“单身”  
商品**搜索量**环比上涨

**108%**

数据来源：公开资料整理

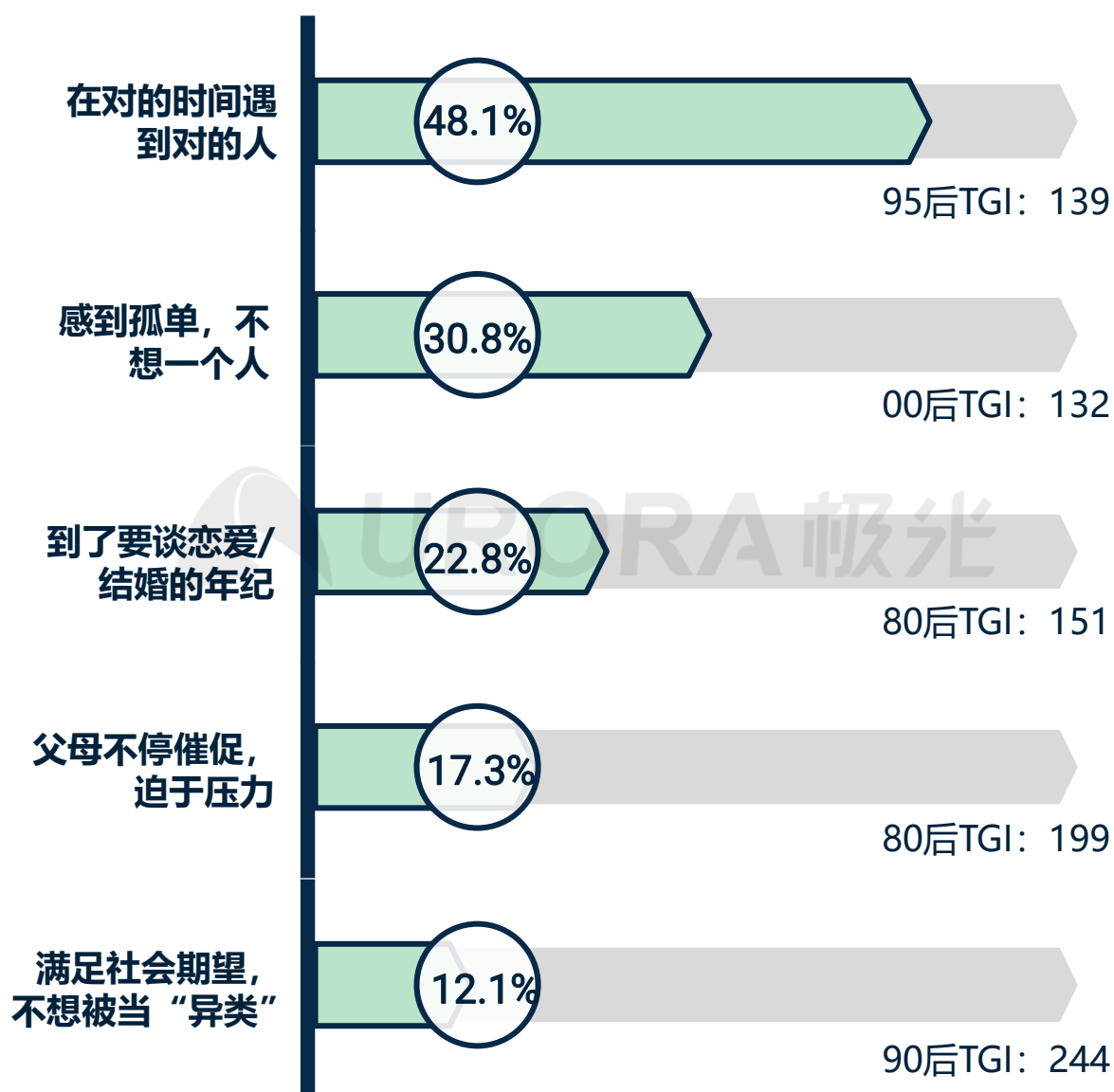
# PART 02

## 恋爱&婚姻篇

# 当代婚恋观：80后90后为完成任务，Z世代还相信爱情

- 总体来看，当代青年开始恋爱或结婚的最主要原因是“遇到了那个对的人”，95后在这一点上最纯粹，其次是为了“减少孤独感”
- 除此之外，还有不少80后表示谈恋爱或者结婚是因为“年纪不小了”，以及“不停被父母催婚”；部分90后则更多是为了“满足社会的期望”

## 婚恋状态人群开始一段恋爱或婚姻的动机



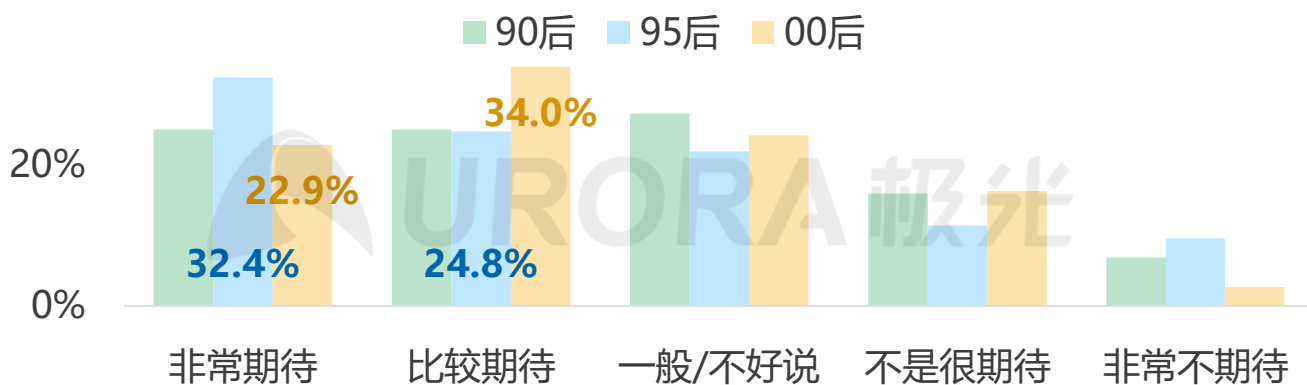
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI：不同标签的婚恋状态人群选择此项的占比/全体婚恋状态人群选择此项的占比\*100

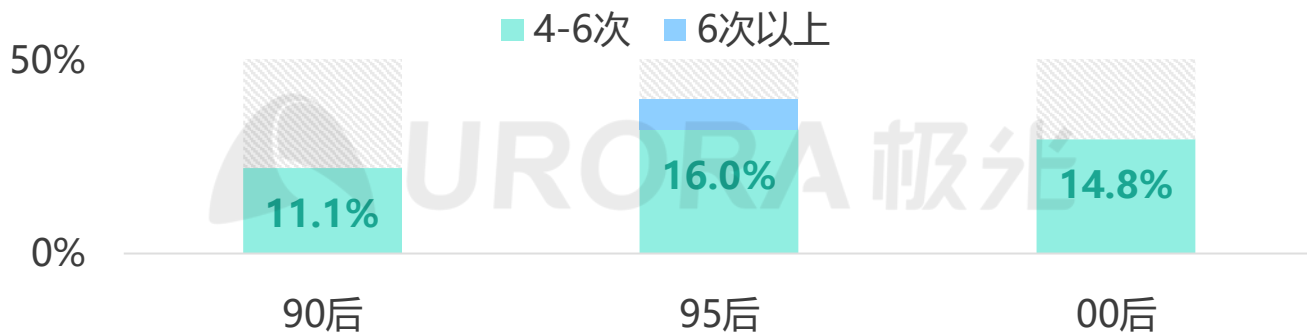
# Z世代比90后更向往婚姻，享受恋爱经历

- Z世代对婚姻的期待值更高，接近六成95后和00后对婚姻持有期待态度。他们投入恋爱的目的是为了结婚，受父母正面价值观的灌输和经济条件的改善，Z世代愿意相信和追求美好的婚姻关系
- 95后及00后有过多次恋爱经历的占比更多，达到4-6次的分别占16%和14.8%，相比之下，面临婚姻压力的90后显得佛系，没有积极采取行动

## 不同代际人群对婚姻的期待值



## 不同代际人群有过多次恋爱的比例



Q

谈这么多次恋爱，是因为不想结婚吗？

恰恰相反，是因为一直在尝试和寻找合适的终身伴侣，目的是结婚。小时候父母告诉我，组建家庭是一件幸福的事情，结婚不一定要有房有事业，两个人在一起过得不差就可以。虽然还年轻，但我相信可以先成家再立业！

Z

数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06



# 五分之一的情侣仅维持着挂名关系， 恋爱模式更加开放自由

- 谈及与伴侣的相处状态，除了主流的“养成型”和“共生型”，20.1%的已脱单人士仅仅是“挂名”伴侣，维持着形式上的关系
- 随着95后、00后进入婚恋年龄，一些更加开放的恋爱关系也被接纳，比如把伴侣当成兄弟处，甚至保持开放式关系

## 婚恋人群的恋爱模式



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.06

# 周末夫妻、两头婚、纸性恋，新型亲密关系更多元

- 男女地位越来越平等，女性更加独立，更多新型和多元化两性关系出现并被接纳。周末夫妻、两头婚等相处模式是年轻一代应对工作压力、高昂房价以及原生家庭赡养问题的一种处理方法，而选择“纸性恋”的年轻人也许认为“不婚不育保平安”

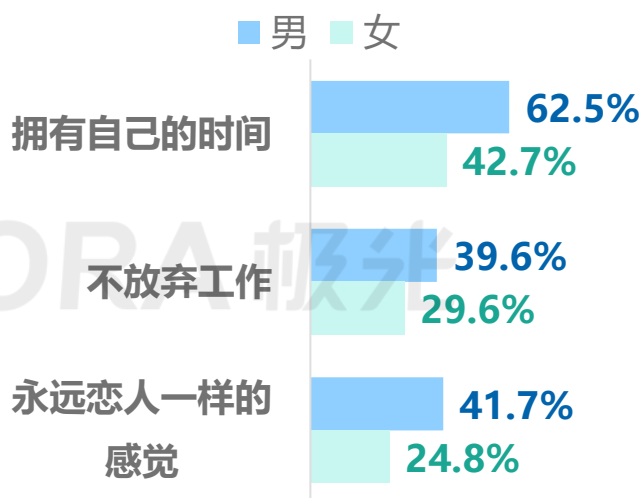
## 周末夫妻

“平时分开住，周末一起过，闲时约会”

- 利于感情升温
- 保持新鲜感
- 自我意识的觉醒
- 应对工作压力



## 选择周末夫妻的原因



## 两头婚



“男不出彩礼，女不陪嫁妆，婚后两边父母家轮流住”

- 独生子女与原家庭黏性大，可兼顾对原家庭的照顾
- 两性关系更加平等，婚姻生活允许协商和让步
- 父母一代传统观念的进步
- 省去购置新房的压力

## 纸性恋

“在社交平台或游戏中对AI或二次元寄托感情”

- 男性是纸性恋的主要人群
- 年轻一代去婚育化倾向加重
- 应对恐婚焦虑和高昂生育成本
- 社交的现实边界模糊

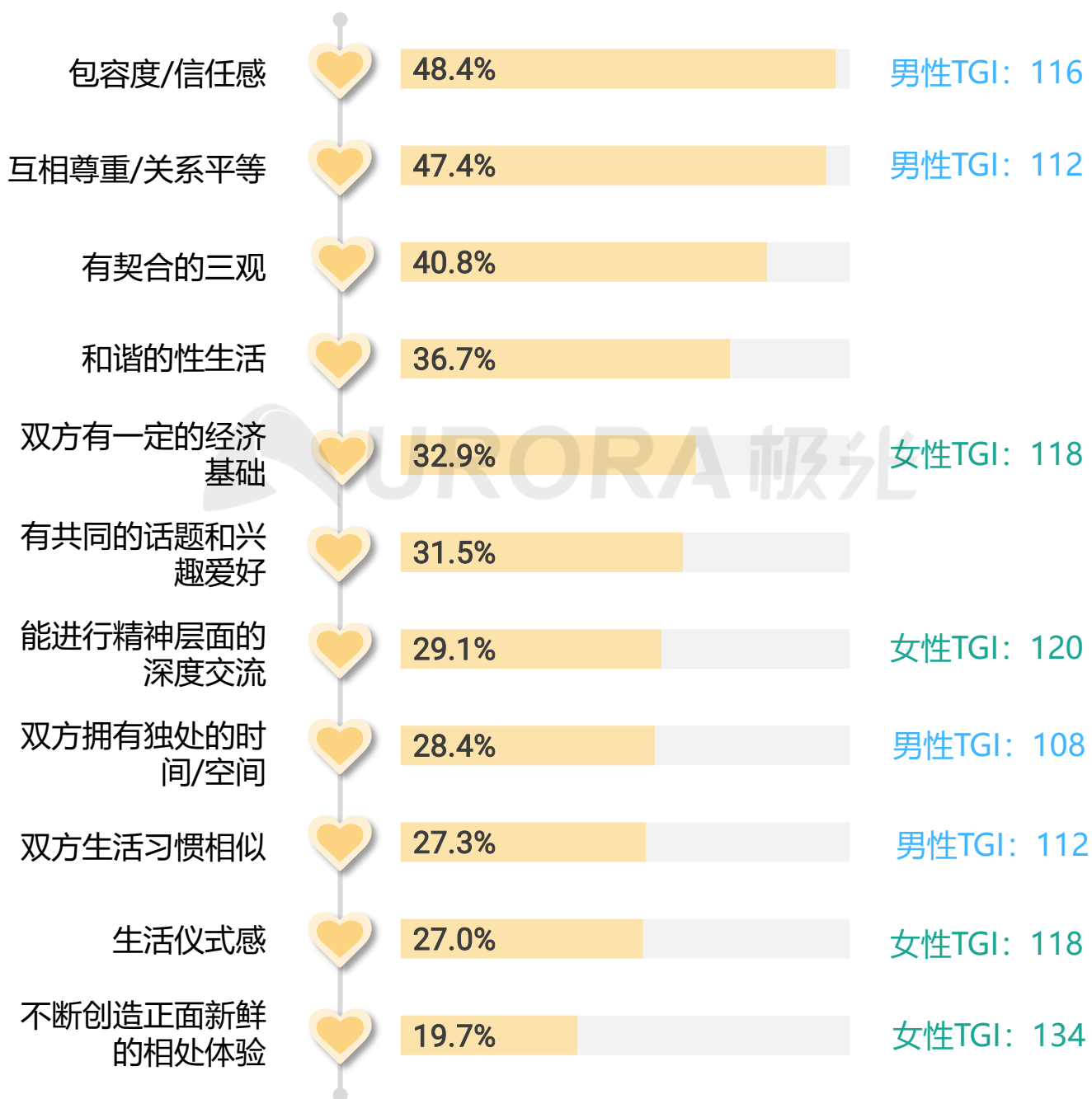


数据来源：根据公开资料整理

# 曾经理性的男性也希望通过信任和尊重维系爱情

- 维系一段成功的恋爱或婚姻，恋人们认为最重要的前三个因素都来自于精神层面，包括包容信任、尊重以及三观契合
- 女性一如既往地感性，重视精神交流以及生活中的仪式感和小浪漫，但当代独立女性也比男性更加看重经济基础等物质因素；相对理性的男性要求被信任和被尊重，同时也希望有私人空间

## 恋爱/婚姻关系的主要维系因素



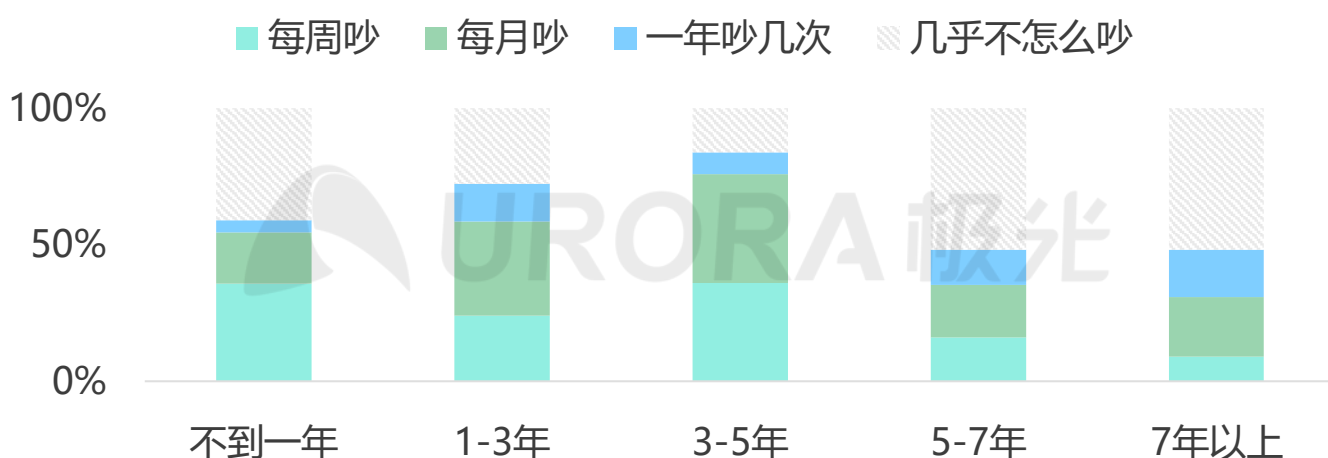
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI: 不同标签的婚恋状态人群选择此项的占比/全体婚恋状态人群选择此项的占比\*100

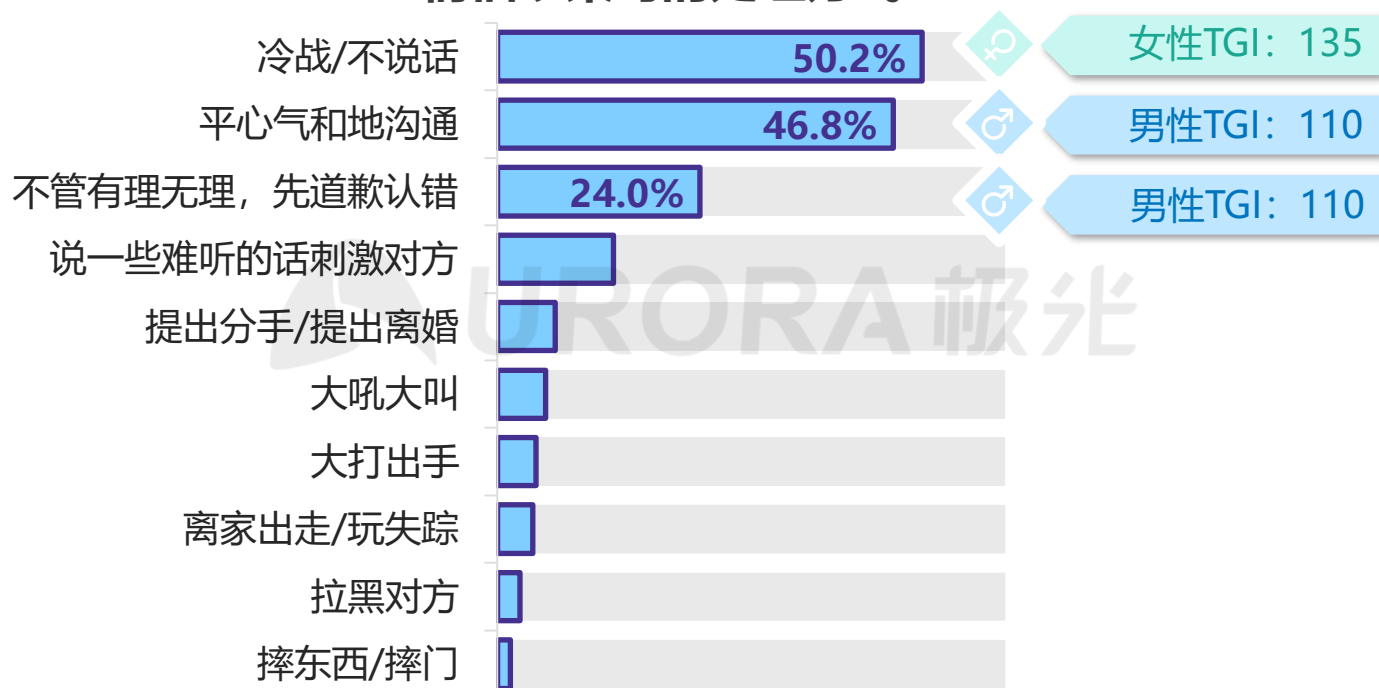
# 女性喜欢通过冷战应对吵架，男性则先解释和道歉“保命”

- 热恋中的情侣，要么不吵，要么每周吵一次；随着相处时间增长，吵架的频率会相对增加，并在3-5年时达到吵架“高峰”；但撑过了5年之后，情侣的吵架频率会明显减少
- 应对吵架，男女的处理方式有所偏差，女性更喜欢冷战，男性则更倾向于通过主动道歉或跟对方讲道理的方式来解决

## 不同相处年限的情侣/夫妻日常吵架的频率



## 情侣吵架时的处理方式



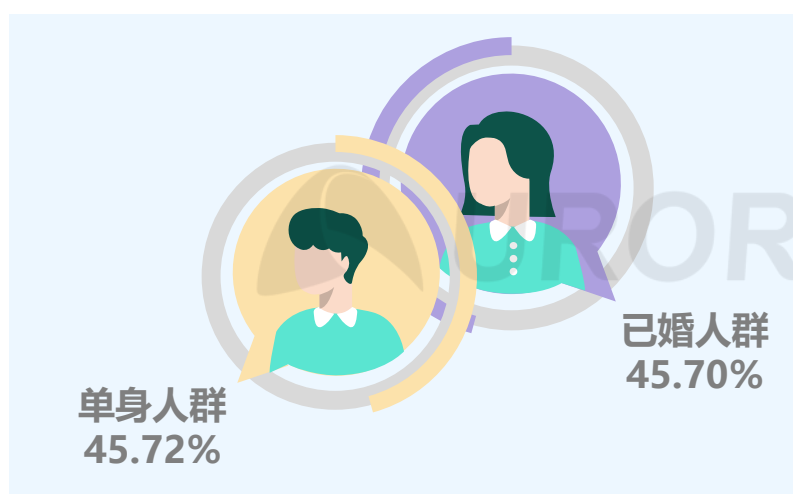
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI：不同标签的婚恋状态人群选择此项的占比/全体婚恋状态人群选择此项的占比\*100

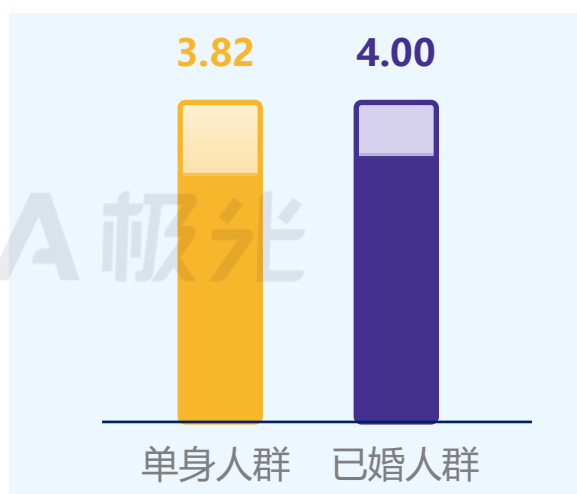
# 已婚人士并不能比单身人士收获更多幸福感

- 相关研究显示，单身人群感到幸福的比例以及对幸福程度的评分与已婚人士没有明显差距，拥有婚姻不能必然为人生带来幸福
- 婚姻仅仅是影响幸福感受的第五大因素，比婚姻更能影响幸福感的是健康、收入、家庭关系和社会保障。对已婚人士来说，他们需要保持稳定的工作，负担家庭支出，因此时常承受来自于工作、社会人际关系和情感方面的压力

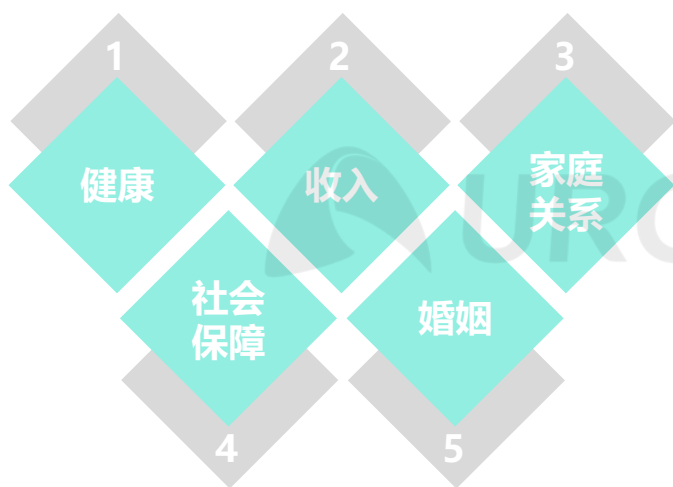
## 单身vs已婚人群幸福感的比例



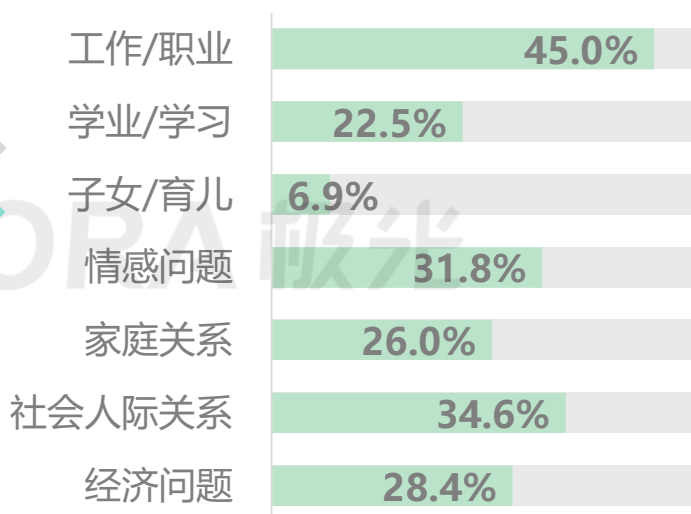
## 幸福感评分（满分5分）



## 对幸福感受影响最大的因素排名



## 已婚人士情绪压力来源



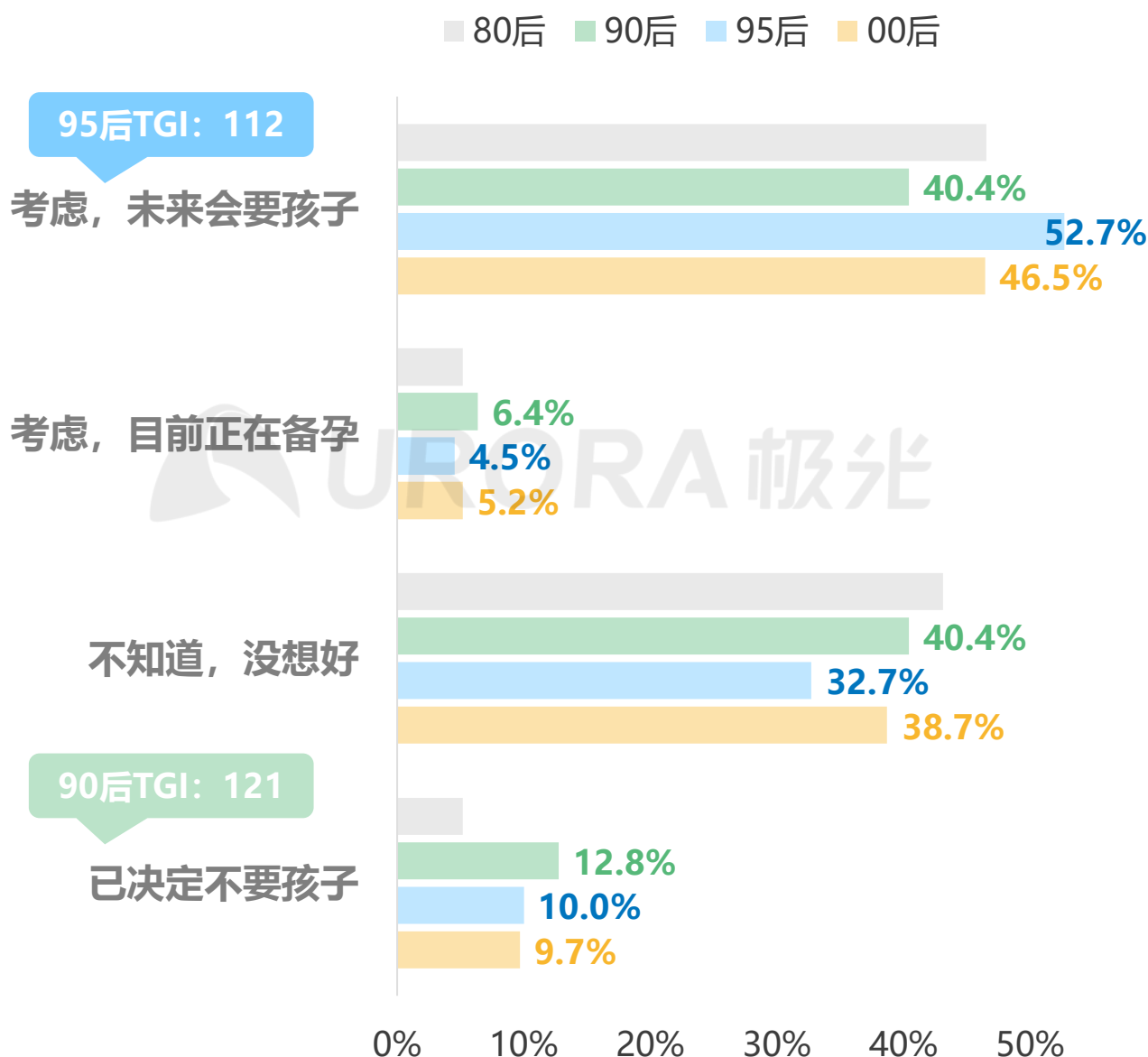
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

央视财经《中国美好生活大调查》，The Journal of Positive Psychology期刊及其他公开资料整理

# 关于生娃，还年轻的Z世代表示憧憬，90后丁克率更高

- 在生娃这件事上，95后和00后觉得未来会要孩子的比例最高，高于备受催婚催生压力的90后；正值黄金生育年龄的95后，生育热情高涨
- 由于适育年龄的限制，一部分90后正抓紧备孕，但其中也有相当一部分已经想明白决定做丁克一族，不生孩子的比例还高于95后和00后

## 不同代际人群的生育意愿

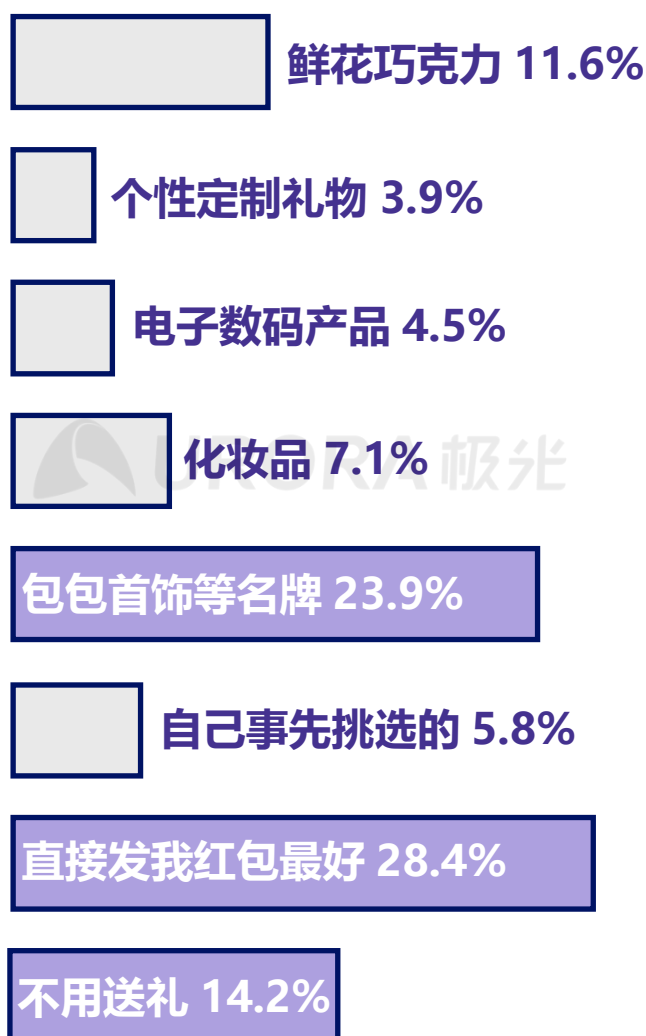


数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

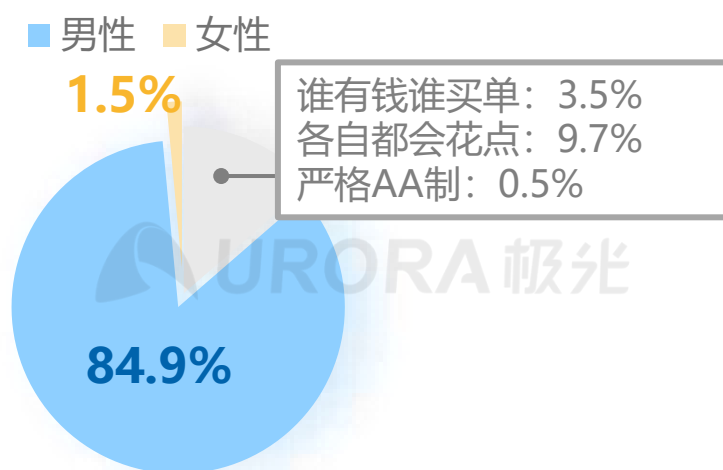
# 浪漫节日八成男性需要耗费金钱精力，高昂消费无法避免

- 以情人节为例，每逢浪漫节日，出于传统观念和宠爱女生，男性总是“为爱买单”的一方，占比达85%
- 为女性挑选礼物是耗费男性金钱和精力的一个重要事项，礼物开销在1000元以上的，占比超过三成；女性对礼物的要求较多，除了常规的包包首饰，不少女性希望男性能花心思挑选、个性化定制

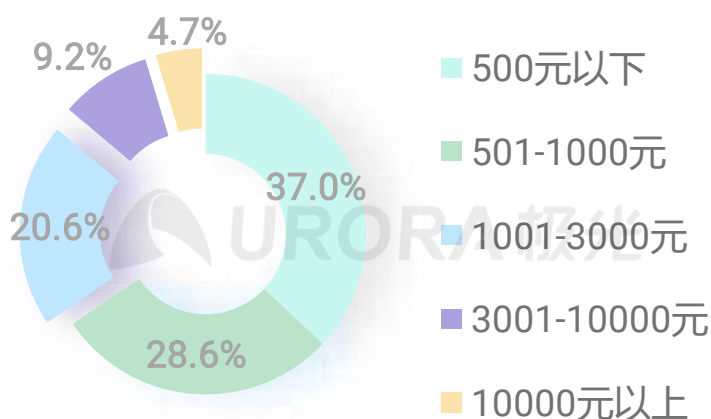
## 女性希望收到的情人节礼物



## 情人节当天消费的买单方



## 情人节礼物花费



数据来源：《维度》&腾讯理财联合调查，2019



# 为提高年轻人结婚意愿，社会需从生活和心理层面提供支持

- 正值适婚年龄的年轻人大多是独生子女，也是从互联网中成长起来的一代，特殊的成长环境让他们喜欢独处，当今高昂的房价和高强度的工作节奏，也劝退不少年轻人结婚的考虑
- 为提高婚姻率，需要从法律、社会保障及个人心理层面为年轻人提供支持，特别是保障女性怀孕后的职场权益，减轻生育焦虑

## 房价高，工作太忙

高企的房价让打工族难以购置婚房，正在996的打工人更没有时间谈恋爱

- 限购、提高贷款利率冷却房市
- 引入住宅配给制
- 开始取消大小周
- 将加班带来的新型职业伤害纳入名录

## 社交恐惧，恋爱太累

年轻一代习惯独居，追求个性化生活，回避社交场合

- 关注青少年心理健康，为学生减负，从小培养社交能力
- 提供适合当代年轻人的社交环境和活动
- 父母和社会给予更多理解，鼓励开展真实的亲密关系

## 结婚繁琐，养娃太难

传统的结婚仪式费钱费力，劝退年轻一代；女性压力大，生娃后要承担高额医疗和教育费用

- 社会倡导摒弃婚姻陋习，简化婚礼仪式
- 法律上保护孕妇和女性的职场权益，提高女性社会地位
- 提供生育补贴及配套措施，降低教育成本，放宽医疗政策

数据来源：公开资料整理



# 报告说明

## 1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研, 共回收答卷631份, 男性和女性占比分别为63.2%和36.8%, 年龄分布为18-20岁12.8%, 21-30岁42.6%, 31-40岁23.8%, 41岁及以上20.8%; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

## 2. 数据周期

报告整体时间段: 2017年8月-2021年6月。

## 3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

## 4. 免责声明

极光JIGUANG所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光JIGUANG不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光JIGUANG无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

## 5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力, 对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察, 敬请期待。

## 6. 版权声明

本报告为极光JIGUANG所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 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》和其他法律法规的规定。

# 关于极光

极光 (Aurora Mobile, 纳斯达克股票代码: JG) 成立于2011年, 是中国领先的开发者服务提供商, 专注于为开发者提供稳定高效的消息推送、一键认证以及流量变现等服务, 助力开发者的运营、增长与变现。同时, 极光的行业应用已经拓展至市场洞察、金融风控与商业地理服务, 助力各行各业优化决策、提升效率。



**数据需求请联系**  
**data@jiguang.cn**



**For developers , by developers**