

2020年中国在线婚恋交友市场分析报告- 行业深度分析与未来规划分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国在线婚恋交友市场分析报告-行业深度分析与未来规划分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehunqing/519831519831.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

在线婚恋交友是指单身用户之间通过在线婚恋平台进行沟通、了解、恋爱的过程。我国在线婚恋交友行业始于1998年，距今已有22年发展历史，根据时代特征，在线婚恋交友行业的发展历程可以分为1998-2009年的探索发展期、2009-2012年的成熟期和2012年至今的快速发展期。

在线婚恋交友发展历程

数据来源：公开资料整理

在线婚恋交友模式的出现是传统媒介与互联网的较量形势之一。与传统婚恋交友模式相比，在线婚恋交友模式顺应互联网+时代的潮流，成为网络行业中新兴的服务业类型。

在线婚恋交友模式与传统婚恋交友模式优劣势对比

模式

优势

劣势

传统婚恋交友

可以提供一对一对面的服务，沟通充分，对见面双方比较了解，保证高成功率。

是大部分婚介所没有现代化的推广手段，会员相对匮乏，迫于服务会员的压力，“被婚托”的现象容易产生。典型的代表是各地的婚介所或者婚介公司。

在线婚恋交友

婚恋交友平台自助快捷，费用低，选择面广，以婚恋为导向兼顾顾问咨询服务。

是通常需要支付大量时间成本去甄别另一半，并且网站顾问干涉过多，会导致无法和会员有充分交流。数据来源：公开资料整理

21世纪初以来，随着网络科技的迅猛发展，网络交流模式以其众多的特点逐步进入普通百姓日常生活中，并逐渐代替了其他的交流方式，而不可避免的导致了普通人群，特别是有固定生活作息规律的人群生活交际圈缩小，由此引发此类人群婚姻家庭的获得渠道变窄的问题。

根据数据显示，2019年上半年我国互联网普及率为61.2%，2020年上半年我国互联网普及率为67%。

2017-2020年H1我国互联网普及率

数据来源：公开资料整理

在这样的背景下，近年来，我国单身人口数量规模持续扩大，加之逐年递增的离婚率也为婚恋交友添加压力，致使婚介这类本来存在于普通交流中的服务类型，出现在网络平台上。

根据数据显示，2018年全国单身人口总数约为2.4亿人，2019年全国单身人口总数突破2.6亿人。

2015-2019年我国单身人口数量及增速

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年国内离婚率为3.2‰，2019年国内离婚率为3.4‰。

2015-2019年国内离婚率

数据来源：公开资料整理

在多种因素驱动下，我国在线婚恋交友行业快速发展。2018年我国在线婚恋交友行业市场规模为50亿元，较上年同比增长25%；2019年我国在线婚恋交友行业市场规模为57亿元，较上年同比增长14%。

2015-2019年我国在线婚恋交友行业市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

随着行业的发展，当前我国在线婚恋交友市场已经形成相对成熟稳定的五种盈利模式，包括会员费、增值服务、线下交友服务、线下服务和网络广告。其中最主要的盈利模式是会员费，目前国内婚恋网站收费模式有年度、半年、季度、月度之分，部分也有提供7日短期会员服务；其次增值服务包括发信看信权限、首页显示、检索有限、精准匹配、线上送礼物等PC端和无线端增值服务；就线下交友服务而言，目前国内多数婚恋网站组织的线下活动均采用收费模式，费用在几十到几百不等；线下服务指提供场所和红娘进行一对一服务，主要针对支付能力较强的客户；网络广告则是采用网络营销的收益模式。

在线婚恋交友行业五大盈利模式优劣势对比

序号

模式

优势

劣势

1

会员费

增加用户粘性，延长用户使用周期。

用户绑定性强，没有按具体服务灵活收费，用户体验不佳。

2

增值服务

产品线丰富，在细分领域给客户更多选择，并且符合用户小额消费习惯。

获利能力不足。

3

线下交友活动

较强的用户参与性，能够加深用户对婚恋网站品牌的认知。

受气候、场地、人数和规模的影响。

4

线下服务

有专业红娘指导，用户需求明确。

红娘培训等人力成本高，收费高阻挡低端客户。

5

网络广告

基于婚恋网站庞大的基数，便于相关广告精准投放。

用户对其他链接注意度不高。数据来源：公开资料整理

近年来，我国越来越多的在线婚恋交友平台涌入行业竞争。许多在线婚恋交友平台发挥自身优势，占据市场的一席之地。目前较为活跃的平台有百合网、世纪佳缘、有缘网、珍爱网、花田及我主良缘等。

我国主要在线婚恋交友平台情况

平台

目标人群

主要产品

突出特点

百合网

一二三线城市中高收入人群

线上婚恋服务：高级/水晶/至尊/金至尊会员、排名优先、聚光灯、直播、百合相亲等

全方位婚恋服务

线下婚恋服务：直营+加盟线下一对一红娘门店

商务合作服务：线上广告业务、线下相亲活动

情感咨询业务：百合情感医院

婚礼业务：婚庆服务、婚宴预订、婚礼堂

世纪佳缘

一二三线城市中高收入人群

线上婚恋服务：看信包月、VIP/钻石会员、聚光灯、排名优先、佳缘宝充值、直播、约会吧等

用户规模庞大、细致的产品设计

线下婚恋服务：直营+加盟线下一对一红娘门店

商务合作服务：线上广告业务、线下相亲活动

珍爱网

一二三线城市中高收入人群

线上婚恋服务：珍心会员（每日免费看信发信/尊贵身份标志/每日魅力值/专属装扮）、电话红娘

电话红娘、全直营线下门店

线下婚恋服务：全直营线下红娘一对一门店

商务合作服务：线上广告业务、线下相亲活动

有缘网

三四线城市及农村务工人员等中低收入人群

线上婚恋服务：写信服务/收信宝（仅男性）、红娘服务（仅针对女性）、VIP会员（信件置顶/最近登录时间/专属装扮/搜索排名优先）、豆币充值

有针对性的目标人群定位及产品结构

商务合作服务：线上广告业务、线下相亲活动数据来源：公开资料整理

在快速发展的过程中，在线婚恋交友市场也存在着许多行业乱象。在线婚恋交友平台用户实名认证审核不严、诱导消费、套路多、依托情感进行诈骗等问题屡见不鲜。2019年10月24日，为规范行业市场，北京市朝阳区市场监管局组织4家婚恋交友网站陌陌、探探、百合佳缘、友缘在线正式发布了《互联网婚恋交友行业自律公约》。公约对在线婚恋交友平台用户实名制认证、违法骚扰信息的审查监管、未成年人保护等方面进行强化和规范。

在线婚恋交友平台乱象 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国在线婚恋交友市场分析报告-行业深度分析与未来规划分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国在线婚恋交友行业发展概述

第一节 在线婚恋交友行业发展情况概述

- 一、在线婚恋交友行业相关定义
- 二、在线婚恋交友行业基本情况介绍
- 三、在线婚恋交友行业发展特点分析

第二节 中国在线婚恋交友行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、在线婚恋交友行业产业链条分析
- 三、中国在线婚恋交友行业上游环节分析
- 四、中国在线婚恋交友行业下游环节分析

第三节 中国在线婚恋交友行业生命周期分析

- 一、在线婚恋交友行业生命周期理论概述
- 二、在线婚恋交友行业所属的生命周期分析

第四节 在线婚恋交友行业经济指标分析

- 一、在线婚恋交友行业的赢利性分析
- 二、在线婚恋交友行业的经济周期分析
- 三、在线婚恋交友行业附加值的提升空间分析

第五节 中国在线婚恋交友行业进入壁垒分析

- 一、在线婚恋交友行业资金壁垒分析
- 二、在线婚恋交友行业技术壁垒分析
- 三、在线婚恋交友行业人才壁垒分析
- 四、在线婚恋交友行业品牌壁垒分析
- 五、在线婚恋交友行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球在线婚恋交友行业市场发展现状分析

第一节 全球在线婚恋交友行业发展历程回顾

第二节 全球在线婚恋交友行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线婚恋交友行业地区市场分析

- 一、亚洲在线婚恋交友行业市场现状分析
- 二、亚洲在线婚恋交友行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲在线婚恋交友行业市场前景分析

第四节 北美在线婚恋交友行业地区市场分析

- 一、北美在线婚恋交友行业市场现状分析
- 二、北美在线婚恋交友行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美在线婚恋交友行业市场前景分析

第五节 欧盟在线婚恋交友行业地区市场分析

- 一、欧盟在线婚恋交友行业市场现状分析
- 二、欧盟在线婚恋交友行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟在线婚恋交友行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界在线婚恋交友行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球在线婚恋交友行业市场规模预测

第三章 中国在线婚恋交友产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品在线婚恋交友总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国在线婚恋交友行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国在线婚恋交友产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国在线婚恋交友行业运行情况

第一节 中国在线婚恋交友行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

四、行业发展动态

第二节 中国在线婚恋交友行业市场规模分析

第三节 中国在线婚恋交友行业供应情况分析

第四节 中国在线婚恋交友行业需求情况分析

第五节 中国在线婚恋交友行业供需平衡分析

第六节 中国在线婚恋交友行业发展趋势分析

第五章 中国在线婚恋交友所属行业运行数据监测

第一节 中国在线婚恋交友所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国在线婚恋交友所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国在线婚恋交友所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国在线婚恋交友市场格局分析

第一节 中国在线婚恋交友行业竞争现状分析

一、中国在线婚恋交友行业竞争情况分析

二、中国在线婚恋交友行业主要品牌分析

第二节 中国在线婚恋交友行业集中度分析

一、中国在线婚恋交友行业市场集中度分析

二、中国在线婚恋交友行业企业集中度分析

第三节 中国在线婚恋交友行业存在的问题

第四节 中国在线婚恋交友行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线婚恋交友行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国在线婚恋交友行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国在线婚恋交友行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线婚恋交友行业消费者基本情况

第二节 中国在线婚恋交友行业消费者属性及偏好调查

第三节 在线婚恋交友行业成本分析

第四节 在线婚恋交友行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国在线婚恋交友行业价格现状分析

第六节 中国在线婚恋交友行业平均价格走势预测

一、中国在线婚恋交友行业价格影响因素

二、中国在线婚恋交友行业平均价格走势预测

三、中国在线婚恋交友行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国在线婚恋交友行业区域市场现状分析

第一节 中国在线婚恋交友行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区在线婚恋交友市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线婚恋交友市场规模分析

四、华东地区在线婚恋交友市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区在线婚恋交友市场规模分析

四、华北地区在线婚恋交友市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区在线婚恋交友市场规模分析
- 四、华南地区在线婚恋交友市场规模预测

第九章 2017-2020年中国在线婚恋交友行业竞争情况

第一节 中国在线婚恋交友行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国在线婚恋交友行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国在线婚恋交友行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 在线婚恋交友行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国在线婚恋交友行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线婚恋交友行业未来发展前景分析

- 一、在线婚恋交友行业国内投资环境分析
- 二、中国在线婚恋交友行业市场机会分析
- 三、中国在线婚恋交友行业投资增速预测

第二节 中国在线婚恋交友行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线婚恋交友行业市场发展预测

- 一、中国在线婚恋交友行业市场规模预测
- 二、中国在线婚恋交友行业市场规模增速预测
- 三、中国在线婚恋交友行业产值规模预测
- 四、中国在线婚恋交友行业产值增速预测
- 五、中国在线婚恋交友行业供需情况预测

第四节 中国在线婚恋交友行业盈利走势预测

- 一、中国在线婚恋交友行业毛利润同比增速预测
- 二、中国在线婚恋交友行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国在线婚恋交友行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 在线婚恋交友产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

第二节 在线婚恋交友行业投资风险分析

- 一、在线婚恋交友行业政策风险分析
- 二、在线婚恋交友行业技术风险分析
- 三、在线婚恋交友行业竞争风险分析
- 四、在线婚恋交友行业其他风险分析

第三节 在线婚恋交友行业企业经营发展分析及建议

- 一、在线婚恋交友行业经营模式

二、在线婚恋交友行业销售模式

三、在线婚恋交友行业创新方向

第四节 在线婚恋交友行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国在线婚恋交友行业发展战略及规划建议

第一节 中国在线婚恋交友行业品牌战略分析

一、在线婚恋交友企业品牌的重要性

二、在线婚恋交友企业实施品牌战略的意义

三、在线婚恋交友企业品牌的现状分析

四、在线婚恋交友企业的品牌战略

五、在线婚恋交友品牌战略管理的策略

第二节 中国在线婚恋交友行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国在线婚恋交友行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国在线婚恋交友行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线婚恋交友行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国在线婚恋交友行业定价策略分析

第三节 中国在线婚恋交友行业营销渠道策略

一、在线婚恋交友行业渠道选择策略

二、在线婚恋交友行业营销策略

第四节 中国在线婚恋交友行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国在线婚恋交友行业重点投资区域分析

二、中国在线婚恋交友行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hunjiehunqing/519831519831.html>