

因疫情被“封印”在家

相亲活动从线下转移到线上，

我住长江头，君住长江尾——这句传唱甚广的宋词名句，可以表达 2020 年春节期间单身男女的心情，他们之间相隔的不是长江，而是一根网线。根据《中国统计年鉴 2019》，2018 年为止，中国单身成年人口已超 2.4 亿，独居成年人口超过 7700 万。

每逢佳节必相亲，隔离疫情不隔离爱，无论是父母的殷切期盼，还是“社恐”的自己想要脱单，当 90 后乃至 95 后这批“互联网原住民”已经成长为适婚人群的主力军，“云相亲”无疑“解救”了过年被“封印”在家的单身男女。

■策划：新快报记者 罗韵 ■统筹：新快报记者 梁彧 ■采写：新快报记者 罗韵 ■制图：廖木兴

线下玩法转移到线上，直播视频网聊助力脱单

云相亲，在百度百科词条里，指的是在线上进行的相亲社交活动。来源于 2020 年初，由于疫情，线上婚恋交友平台适时地弥补了线下活动缺失的社交需求，以满足被迫“宅家”的单身用户情感需要，“云相亲”成为这一特殊时期主流的脱单方式，主要形式包括线上聊天、直播、视频等新形态。

百合佳缘近日发布的《单身男女宅家实录》显示，30%男性和 41%女性受访者表示过年期间把相亲活动从线下转移到线上；34%男性和 28%女性受访者表示疫情期间更愿意网上交友。

在年纪稍长的 70、80 后看来，网上交友奔现并不是新鲜事。毕竟上个世纪末就有了痞子蔡和轻舞飞扬的《第一次的亲密接触》，以及许许多多通过聊天室、论坛 BBS、贴吧博客、即时通信软件、网络游戏甚至是二手闲置交易 APP 线上邂逅、线下修成正果的普通情侣。

随着互联网的高速发展，娱乐形态的多种多样，不同年代人生活社交习惯的改变，大家交友的渠道正在变宽。进入移动互联网时代之后，寻求邂逅的方式也就更加多样。大量的移动社交 APP 涌现，有陌陌、探探等主打陌生人社交，“左滑右滑，互相喜欢才能聊天”，有专门主打视频相亲 APP，比如对缘、腾讯推出的“欢遇”“轻缘”和花椒等，还有相亲行业的老牌选手珍爱网、百合佳缘等，都争先恐后地扮演着新时代“月老”的角色。

艾瑞数据显示，2018 年全国网络婚恋交友行业市场营收为 49.9 亿元，网络婚恋行业在整体婚恋市场中渗透率为 54.4%，预计到 2021 年网络婚恋市场将保持稳定增长总营收超 70 亿。

2019 年，腾讯、字节跳动、阿里巴巴、新浪、网易、YY、京东和搜狐等企业累计上线了 50 多款移动社交 APP。在亿级月活量的第一梯队微信、QQ 和新浪微博之下，主打婚恋交友的陌陌、探探也占据了千万月活量的成绩占据第二梯队，头部地位明显。

基础设施对加速这一切的到来功不可没，移动宽带“提速降费”以后只需通过手机屏幕，用户便能直接与对方互动，看到对方在视频里的真容，突破时间和空间的局

限，摒弃以“媒人”为媒介的撮合方式，大大缩短了时间、人力等成本，使相亲交友变得更加直接、便捷以及独立自主。

中国互联网络信息中心发布的第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，跟五年前相比，移动宽带平均下载速率提升约 6 倍，手机上网流量资费水平降幅超 90%。“提速降费”推动移动互联网流量大幅增长，用户月均使用移动流量达 7.2GB，是全球平均水平的 1.2 倍，移动互联网接入流量消费达 553.9 亿 GB，同比增长 107.3%。

社交是中国网民上网冲浪的主要需求。根据中国电信全量手机用户 2019 年 6 月份上网日志数据和电信 APP 标签数据显示，在手机网民较长使用的几类 APP 中，即时通信类和社交类占比总共在 29%，领先于网络视频、音乐和文学等成为六个主要类别的“大头”。

互联网交友行业走过接近 20 年的发展历程，从传统线下相亲转移至互联网 PC 端，再经历移动互联网浪潮的洗礼，迈入视频相亲、直播交友的“云相亲”时代，每一次行业发展和服务升级，实则都依托技术创新以及模式探索的支撑。

婚恋社交网站的从业者、百合佳缘集团 CEO 吴琳光说，早在 2015 年，他们就已经开始试水“云相亲”业务。“在未来 2-3 年内，集团的所有线上交友产品将完全转化为视频直播类产品，为 5G 时代的到来做好准备。”

“交友线上化会成为未来大趋势，这次疫情加速了这个趋势的发展，越来越多的人会转移到互联网端，越来越多的线下玩法也会挪到线上。”

艾媒咨询分析师在《2019-2020 年中国移动社交行业年度研究报告》中表示，5G、人工智能、VR 等技术的发展协同移动社交产品生态发展，与此同时 95 后 00 后社交人群开始崛起，他们呈现出新的社交需求：趣味性、便捷性、场景化，必然带动整个行业产生一番变革。

中国移动社交应用行业图谱



预计到 2020 年末

9 亿人在使用 APP 交友



2016-2020 年中国移动社交行业用户规模及预测

