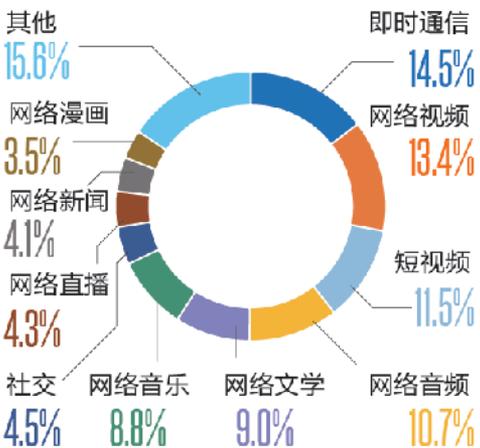


“云相亲”成 90 后适婚男女刚需

自嘲为“懒癌”“社恐”“肥宅”的年轻人对此交友模式表示欢迎

即时通信 + 社交是上网最主要的需求

即时通信 APP 使用时长为 14.5%，是各类 APP 之冠，社交 APP 使用时长也占据 4.5%。



去年，共有 50+ 款移动社交 APP 面世

2019 年，腾讯密集推出猫呼、回音、轻聊、有记、朋友、灯遇、欢遇、轻缘、卡嘣 9 款社交 APP，并上线“和群”小程序



2019 年 1 月，旗下抖音发布多闪；4 月，字节跳动参投社交产品“Summer”A 轮融资；5 月，上线飞聊 APP；9 月，旗下今日头条收购校园社交产品“Biu 校园”



2019 年 6 月，阿里文娱上线唱鸭 APP；7 月，阿里巴巴继续上线汉服场景社交产品古桃 APP；9 月，旗下钉钉上线校园社交产品“real 如我”



2019 年 1 月，快播创始人新公司云歌发布马桶 MT；快如科技上线聊天宝

2019 年 6 月，搜狐社交产品狐友 APP 正式上线；8 月，陌陌推出 ZAO

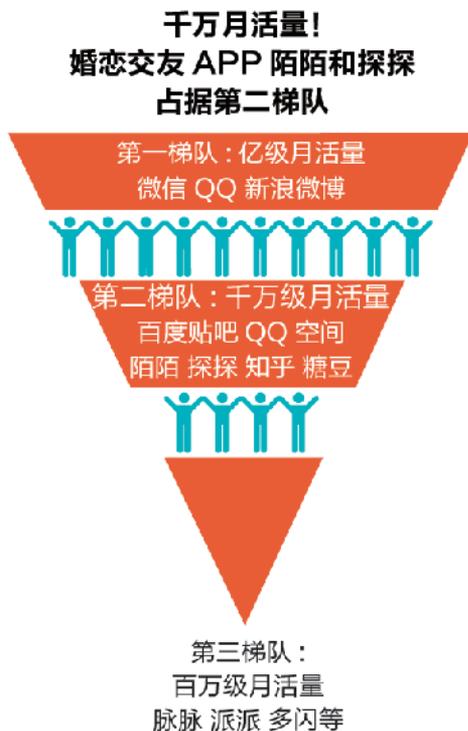


2019 年 9 月，京东推出梨喔喔，新浪推出绿洲；YY 上线追呀



2019 年 10 月，新浪上线 ADA 社区；2019 年 11 月，网易上线声波

百度推出听筒和番乐；探探新推“牵手恋爱”平台；12 月，虎牙上线花夏



在爱情观和择偶标准上 90 后相亲“没那么现实”

在珍爱网旗下的珍爱 APP 中，用户可以注册账号开启直播，展示自己的形象和日常生活。用户看到心仪的直播者，便可申请与其连麦，不限时间地点实现多人在线云视频、云互动，既具备线上聊天的便利优势，又具备线下聊天的真实感和趣味性。APP 内还设有短视频、动态、兴趣小组等创新功能，帮助用户打开社交圈，寻找共同兴趣话题以及维护社交关系。

从直接的婚恋促成，到打造兴趣社交、熟人社交、情侣互动等全新的社交理念，增强泛社交属性，并通过引入多屏直播、红娘直播，推动婚恋交友多元化场景发展，以更多元的维度描摹用户画像，进一步计算出其更精准的需求及使用习惯，形成高度的用户匹配，实现精准交友——实际上，这是传统媒人模式与智能大数据的碰撞和融合。相比传统媒妁之言的婚恋模式，现代婚恋的智能“红娘”依托互联网的后台数据进行精准匹配，在地球村范围内服务牵线，切中年轻人对婚恋的新需求。

吴琳光说，新时代的单身男女与以往的用户需求完全不一样。“以前 70 后和 80 后的婚恋用户的目的性很强，目标是奔着结婚。但现在对于 90 后，尤其是 95 后，他们的心态就发生了很大的变化，用户的需求是‘处对象’，更年轻的 00 后叫此为‘组 CP’。相较于过去的婚恋观念来说，90 后的年轻人更愿意追求思想、性格、观念都更加平等匹配的自由恋爱，结识新朋友也更加倾向于有趣、高效、志同道合等观念上的投缘。在爱情观和择偶的标准上，90 后非常注重自我，并不是那么‘现实’。”

“奔三”前鸭梨最大！



20-29 岁的年轻人 成为这波相亲潮的适龄“主力军”

虽然被封印在家，相亲依然是春节的刚需，比起网络上层出不穷的催婚吐槽段子，年轻人也许并不那么反感“云相亲”，由于今年春节期间出行和娱乐活动的种种限制，年轻单身群体的情感需求反而更加渴望释放。

据北京青年报发布的《2020 青年脱单调查报告》，宅家期间 50% 的单身男性会感觉到孤单，女性有 33%。长期的独处，激发了不少宅男宅女对“奔现”的渴望。有将近 45.66% 的单身汪们表示可以试试“云相亲”。相较传统相亲费时低效、相亲双方见面难、吃饭难、聊天难、埋单难的问题，线上相亲互动性、趣味性更强，相亲双方也更容易产生话题和好感。

百度搜索大数据显示，春节期间对“相亲”一词的搜索人群分布中，20-29 岁的年轻人占比 58.73%。这群移动互联网冲浪的十级选手，正是相亲潮中的适龄“主力军”。经常在网上自嘲为“懒癌”、“社恐”和“肥宅”的他们，“云相亲”成了正好对症的良药——既避免了传统线下相亲容易引发的冷场和“尬聊”，节省了出门前精心打扮的时间精力化妆品，还不受时间和空间的限制，足不出户躺在沙发上也能交友，以直播、语音为代表的移动社交为用户构建沉浸式碎片化婚恋交友场景，更符合年轻人“生活一切都在网上”的习惯。

想啥搜啥……男性好像更急着脱单？



移动数据分析平台 APP Annie 的数据显示，从 2017 年到 2019 年，中国 iOS 市场约会交友 APP 的下载量呈现逐年攀升的态势，涨幅接近 40%。这意味着越来越多的人开始尝试使用 APP 寻找真爱：探探和陌陌稳居约会交友 APP 下载和收入排行榜榜首；老牌相亲网站珍爱网、百合网、世纪佳缘网也仍焕发着生机，高居收入排行榜第三位、第六位和第七位；与此同时，主打“灵魂匹配”的 Soul 以及设计漫画式地图交友模式的 Spot 戳戳等小众 APP 也在排行榜中拥有一席之地，吸引着更加细分的受众群体。

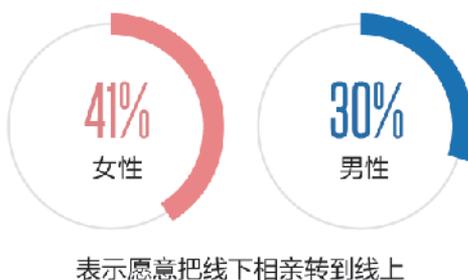
映客旗下的视频恋爱交友 APP 对缘也公布称，春节期间用户暴涨 300%。

据百合佳缘数据，今年春节期间视频交友的用户在线总时长，较去年春节假期同比增长约 29.8%；用户平均使用时间较 2019 年同期增长近 93%。2020 年 1 月份，百合佳缘集团旗下视频交友的用户在线总时长，较去年同期增长约 801%。

据珍爱网数据，今年除夕至大年初七春节期间珍爱 APP 活跃人数达 1000 万，同比增长达到 39.3%，参与视频聊天的人数较 2019 年同期增长 37.8%，总连麦时长超 18 万小时，打招呼互动人数较 2019 年增长 197.1%。从 2020 年除夕至今，超过 10300 对男女在该 APP“云相亲”成功。

善用“云相亲”工具脱单之余，需要知道“网恋”也有可能藏着隐患。据天眼查提供的《天眼查 315》案例显示，在互联网时代，“网恋”成为年轻人交友的新时尚，但是往往因为见不到面，给了别有用心之人更多表演的机会。用爱情作为诱饵，给自己立一个或精英或有趣的人设，每天聊天骗取信任，等受害者好感度上升以后，慢慢暴露自己的目的，比如引诱受害者投资等等。

女性更欢迎“云相亲”



■参考数据：艾媒咨询《2019-2020 年中国移动社交行业年度研究报告》、《Quest Mobile 2020 中国移动互联网春季大报告》、北京青年报《2020 青年脱单调查报告》、百合佳缘《单身男女宅家实录》、《中国统计年鉴 2019》、中国互联网络信息中心第 44 次《中国互联网络发展状况统计报告》、易观数据《2020 年 2 月移动 APP TOP 1000 排行榜》、APP Annie、天眼查、艾瑞数据



在云等你