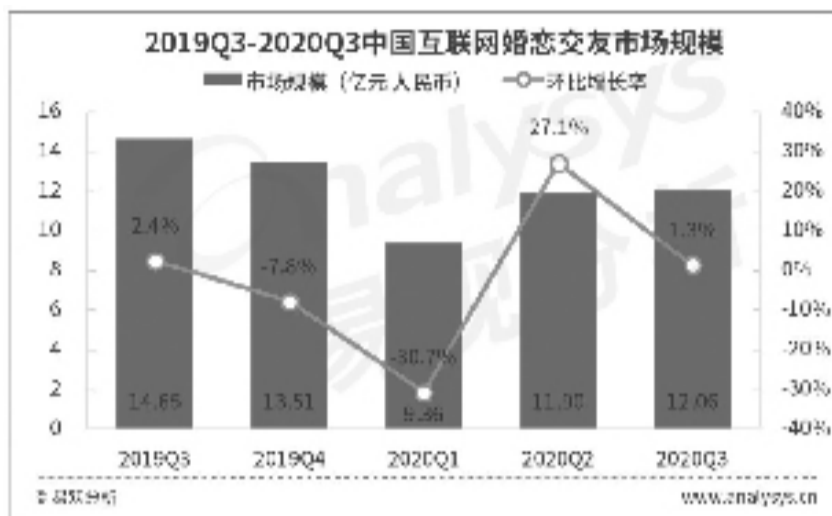


易观发布2020年第3季度互联网婚恋交友市场报告

珍爱网用户活跃环比增长7.3%

近日,易观发布了《2020年第3季度中国互联网婚恋交友市场报告》,报告指出:2020年第3季度,中国互联网婚恋交友市场规模以1.3%的环比增速达到12.06亿元,而七夕等节日对婚恋需求的拉动,让以珍爱网为代表的婚恋品牌通过线上线下融合的经营模式,有效促进了婚恋市场的进一步复苏和发展。



图易观发布的《2020年第3季度中国互联网婚恋交友市场报告》截图

后疫情时代“云相亲”常态化, 线下交友活动有序开展



图为珍爱网《2020年单身男女云相亲行为图鉴》

报告指出,进入后疫情时期,线上云相亲形式趋于常态化,在线婚恋交友行业继续深耕直播,通过“直播+婚恋报告发布”“直播+会员服务销售”等更多新玩法,不断创新服务模式。

珍爱网于第三季度发布的《2020年单身男女云相亲行为图鉴》显示,上半年通过珍爱App云相亲成功牵手人数超3万人,且95后成为增速最快的群体,“云相亲”形式被越来越多的年轻群体欢迎和接纳。

25岁的王小姐是珍爱App的会员,她表示今年因为疫情长期待在家中,处于好奇的目的,开始尝试线上直播相亲寻找爱情,“我和我男朋友是在珍爱直播间里认识的,这种线上聊天的方式不尴尬比较轻松,不想聊了就可以下

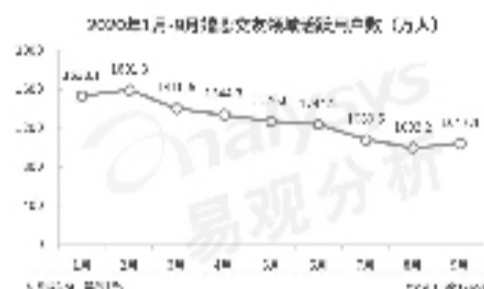
线,遇到他之后我们每天都在线上聊,感觉挺投缘就在一起了。”珍爱网情感专家张莎莎老师表示,如年轻人追爱方式越来越多样化,而“云相亲”既能够打破传统相亲见面的尴尬,又能让年轻群体利用熟悉的线上社交方式认识新异性,已然成为年轻人脱单的又一主流选择。

在2020年七夕节,全国各地都在举办线下相亲活动,为线下婚恋交友市场复苏带来契机。据了解,珍爱网在七夕当天联合广州、深圳、北京、上海多地门店举办了各类具有特色的线下相亲活动,同时还联合百度百家开展情感专场直播,发起“我喜欢两个人”七夕主题活动,通过直播间交流、原创内容征集等方式加深用户沟通、建立情感联结,曝光量超2500万,助力传达品牌理念,实现品牌营销曝光。

通过线上线下互相引流的打法,助力婚恋平台有效提升了整体平台用户活跃度和粘性,易观报告显示,9月婚恋交友领域活跃用户数达1047.4万人,其中,珍爱网9月活跃用户环比增速7.3%,人均单日使用时长同比增速17.5%,涨幅显著。



图为珍爱网发起“我喜欢两个人”七夕主题活动海报



图为易观发布的《中国互联网婚恋交友市场报告》截图

行业直播化、年轻化趋势明显, 珍爱网打造高效趣味的婚恋交友服务体验



图为珍爱网App功能页面截图

报告中还提到,随着90、95后成为婚恋市场的主力军,在线婚恋交友服务互动化、娱乐化、

个性化发展将成为必然趋势。

珍爱网发布的《95后单身人群白皮书》显示,95后单身的原因主要在于:没遇到合适的人、社交圈小且宅、工作忙,为了解决新单身群体的脱单难题,头部婚恋社交平台也在持续地迭代产品功能,以满足他们的婚恋需求。

以珍爱网为例,7月份珍爱App推出7.0全新版本,针对多项功能和界面做出调整,比如针对“推荐”页面化繁为简,并加强了精准度和匹配度,还创新了“装扮商城”版块,用户可以打造专属的“直播装扮”和“时装形象”,增加用户在社交展示中的魅力值和吸睛值,以更好地贴合年轻用户追求高颜值、多元化、趣味化社交体验的需求。

同时,珍爱网也持续深耕线下直营店,在全国40个城市开设52家直营店,打造沉浸式约会体验,持续提高全国相亲服务店的服务标准化、提高服务效率。9月深圳市消委会公布婚恋行业

消费评价指数排行榜,珍爱网位居第一,足以证明消费者对珍爱网专业程度和服务品质的认可。

后疫情时期,随着单身群体逐渐年轻化,以及个性化、直播化婚恋需求的出现,头部婚恋品牌需要积极推动线上线下融合发展,构建全方位的婚恋服务与产品,才能有效提高服务效率与用户体验,为婚恋行业持续发展注入新活力。

排名	品牌名称	消费评价指数
1	珍爱网(深圳珍爱网信息技术有限公司)	5.14
2	百合网(百合网信息技术有限公司)	4.18
3	世纪佳缘(世纪佳缘信息技术有限公司)	3.97
4	缘来网(缘来网信息技术有限公司)	3.86
5	北京世纪佳缘(北京世纪佳缘信息技术有限公司)	3.05
6	百合网(北京世纪佳缘信息技术有限公司)	3.04

图为深圳市消委会公布婚恋行业消费评价指数排行榜