

2020-2025年中国网络婚恋交友市场供需格局及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国网络婚恋交友市场供需格局及未来发展趋势报告》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：<https://www.huaon.com/detail/487939.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

我国庞大的单身人口数量为我国婚恋交友行业奠定了市场基础。数据显示，2013-2018年，我国单身人口数量逐年增长，至2018年，我国单身人口数量已达到约2.4亿人，占全国总人口比重的17.3%。可见，行业主力消费人群基础庞大。

同时，我国离婚率的高涨也给我国婚恋交友行业创造需求。自2010年开始，中国结婚率不断下降而离婚率持续走高已是不争的事实。具体数据显示，中国结婚率已从2010年的9.3%下降至2018年的7.3%，离婚率则由2010年的2.0‰上升至2018年的2.7‰。

2010-2018年中国离婚率和结婚率情况

伴随着年轻一代的崛起，80后、90后逐渐成为婚恋市场上的主力军。相比于70后、60后，作为互联网原住民的他们更倾向于利用互联网平台交友，而网络婚恋交友可以拓宽交友范围，降低交友成本，助于不断释放网络婚恋产业市场潜力。随着我国移动网民规模不断上升，我国网络婚恋渗透率也逐渐提高，至2018年已经达到49.10%。

2014-2018年我国网络婚恋渗透率情况

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。

报告目录：

第一章 网络婚恋交友行业发展综述

1.1 网络婚恋交友行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 网络婚恋交友行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 网络婚恋交友行业在国民经济中的地位

1.2.3 网络婚恋交友行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 网络婚恋交友行业生命周期

1.3 2015-2019年中国网络婚恋交友行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 网络婚恋交友行业运行环境分析

- 2.1 网络婚恋交友行业政治法律环境分析
 - 2.1.1 行业管理体制分析
 - 2.1.2 行业主要法律法规
 - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 网络婚恋交友行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 网络婚恋交友行业社会环境分析
 - 2.3.1 网络婚恋交友产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 网络婚恋交友产业发展对社会发展的影响
- 2.4 网络婚恋交友行业技术环境分析
 - 2.4.1 网络婚恋交友技术分析
 - 2.4.2 网络婚恋交友技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势预测分析

第三章 我国网络婚恋交友行业运行分析

- 3.1 我国网络婚恋交友行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国网络婚恋交友行业发展阶段
 - 3.1.2 我国网络婚恋交友行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国网络婚恋交友行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年网络婚恋交友行业发展现状调研
 - 3.2.1 2015-2019年我国网络婚恋交友行业市场规模

在多因素的共同作用下，我国网络婚恋交友行业规模稳步增长。2014年行业市场规模为26.9亿元，至2018年达到49.9亿元，较2017年增长了24.9%，5年年均复合增长率达到16.7%。未来，随着网络婚恋核心企业的不断深耕，行业将继续保持稳定增长。

2014-2018年中国网络婚恋交友行业市场规模及增速

3.2.2 2015-2019年我国网络婚恋交友行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国网络婚恋交友企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体状况分析

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 网络婚恋交友细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测分析

3.5 网络婚恋交友产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年网络婚恋交友价格走势

3.5.2 影响网络婚恋交友价格的关键因素分析

3.5.3 2020-2025年网络婚恋交友产品/服务价格变化趋势预测分析

3.5.4 主要网络婚恋交友企业价位及价格策略

第四章 我国网络婚恋交友所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国网络婚恋交友所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国网络婚恋交友所属行业产销情况分析

4.2.1 我国网络婚恋交友所属行业工业总产值

4.2.2 我国网络婚恋交友所属行业工业销售产值

4.2.3 我国网络婚恋交友所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国网络婚恋交友所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国网络婚恋交友行业供需形势分析

5.1 网络婚恋交友行业供给分析

5.1.1 2015-2019年网络婚恋交友行业供给分析

5.1.2 2020-2025年网络婚恋交友行业供给变化趋势预测分析

5.1.3 网络婚恋交友行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国网络婚恋交友行业需求状况分析

5.2.1 网络婚恋交友行业需求市场

5.2.2 网络婚恋交友行业客户结构

5.2.3 网络婚恋交友行业需求的地区差异

5.3 网络婚恋交友市场应用及需求预测分析

5.3.1 网络婚恋交友应用市场总体需求分析

(1) 网络婚恋交友应用市场需求特征

(2) 网络婚恋交友应用市场需求总规模

5.3.2 2020-2025年网络婚恋交友行业领域需求量预测分析

(1) 2020-2025年网络婚恋交友行业领域需求产品/服务功能预测分析

(2) 2020-2025年网络婚恋交友行业领域需求产品/服务市场格局预测分析

5.3.3 重点行业网络婚恋交友产品/服务需求分析预测

第六章 网络婚恋交友行业产业结构分析

6.1 网络婚恋交友产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测分析

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国网络婚恋交友行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国网络婚恋交友行业产业链分析

7.1 网络婚恋交友行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 网络婚恋交友上游行业分析

7.2.1 网络婚恋交友产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状调研

7.2.3 2020-2025年上游行业发展趋势预测分析

7.2.4 上游供给对网络婚恋交友行业的影响

7.3 网络婚恋交友下游行业分析

7.3.1 网络婚恋交友下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状调研

7.3.3 2020-2025年下游行业发展趋势预测分析

7.3.4 下游需求对网络婚恋交友行业的影响

第八章 我国网络婚恋交友行业渠道分析及策略

8.1 网络婚恋交友行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对网络婚恋交友行业的影响

8.1.3 主要网络婚恋交友企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商状况分析

8.2 网络婚恋交友行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 网络婚恋交友行业营销策略分析

8.3.1 中国网络婚恋交友营销概况

8.3.2 网络婚恋交友营销策略探讨

8.3.3 网络婚恋交友营销发展趋势预测分析

第九章 我国网络婚恋交友行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 网络婚恋交友行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

- 9.1.2 网络婚恋交友行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 网络婚恋交友行业集中度分析
- 9.1.4 网络婚恋交友行业SWOT分析
- 9.2 中国网络婚恋交友行业竞争格局综述
 - 9.2.1 网络婚恋交友行业竞争概况
 - (1) 中国网络婚恋交友行业竞争格局
 - (2) 网络婚恋交友行业未来竞争格局和特点
 - (3) 网络婚恋交友市场进入及竞争对手分析
 - 9.2.2 中国网络婚恋交友行业竞争力分析
 - (1) 我国网络婚恋交友行业竞争力剖析
 - (2) 我国网络婚恋交友企业市场竞争的优势
 - (3) 国内网络婚恋交友企业竞争能力提升途径
 - 9.2.3 网络婚恋交友市场竞争策略分析

第十章 网络婚恋交友行业领先企业经营形势分析

- 10.1 世纪佳缘
 - 10.1.1 企业发展基本状况分析
 - 10.1.2 企业主营业务分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营情况分析
- 10.2 珍爱网
 - 10.2.1 企业发展基本状况分析
 - 10.2.2 企业主营业务分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营情况分析
- 10.3 百合网
 - 10.3.1 企业发展基本状况分析
 - 10.3.2 企业主营业务分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营情况分析
- 10.4 有缘网
 - 10.4.1 企业发展基本状况分析
 - 10.4.2 企业主营业务分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营情况分析

10.5 玫瑰情人网

10.5.1 企业发展基本状况分析

10.5.2 企业主营业务分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营情况分析

10.6 红娘网

10.6.1 企业发展基本状况分析

10.6.2 企业主营业务分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营情况分析

第十一章 2020-2025年网络婚恋交友行业投资前景

11.1 2020-2025年网络婚恋交友市场发展前景

11.1.1 2020-2025年网络婚恋交友市场发展潜力

11.1.2 2020-2025年网络婚恋交友市场发展前景展望

11.1.3 2020-2025年网络婚恋交友细分行业发展前景预测

11.2 2020-2025年网络婚恋交友市场发展趋势预测分析

11.2.1 2020-2025年网络婚恋交友行业发展趋势预测分析

11.2.2 2020-2025年网络婚恋交友市场规模预测分析

11.2.3 2020-2025年网络婚恋交友行业应用趋势预测分析

11.2.4 2020-2025年细分市场发展趋势预测分析

11.3 2020-2025年中国网络婚恋交友行业供需预测分析

11.3.1 2020-2025年中国网络婚恋交友行业供给预测分析

11.3.2 2020-2025年中国网络婚恋交友行业需求预测分析

11.3.3 2020-2025年中国网络婚恋交友供需平衡预测分析

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势预测分析

11.4.1 (HJ 327) 市场整合成长趋势预测分析

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测分析

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势预测分析

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析

第十二章 2020-2025年网络婚恋交友行业投资机会与风险

12.1 网络婚恋交友行业投融资状况分析

12.1.1 行业资金渠道分析

- 12.1.2 固定资产投资分析
- 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2020-2025年网络婚恋交友行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2020-2025年网络婚恋交友行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范

第十三章 网络婚恋交友行业投资战略研究

- 13.1 网络婚恋交友行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国网络婚恋交友品牌的战略思考
 - 13.2.1 网络婚恋交友品牌的重要性
 - 13.2.2 网络婚恋交友实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 网络婚恋交友企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国网络婚恋交友企业的品牌战略
 - 13.2.5 网络婚恋交友品牌战略管理的策略
- 13.3 网络婚恋交友经营策略分析
 - 13.3.1 网络婚恋交友市场细分策略
 - 13.3.2 网络婚恋交友市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 网络婚恋交友新产品差异化战略
- 13.4 网络婚恋交友行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019 年网络婚恋交友行业投资战略
 - 13.4.2 2020-2025年网络婚恋交友行业投资战略

13.4.3 2020-2025年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 网络婚恋交友行业研究结论（AK LT）

14.2 网络婚恋交友行业投资价值评估

14.3 网络婚恋交友行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表 网络婚恋交友行业生命周期

图表 网络婚恋交友行业产业链结构

图表 2015-2019年全球网络婚恋交友行业市场规模

图表 2015-2019年中国网络婚恋交友行业市场规模

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业重要数据指标比较

图表 2015-2019年中国网络婚恋交友市场占全球份额比较

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业销售费用分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业管理费用分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业财务费用分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业销售毛利率分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业销售利润率分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业成本费用利润率分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业总资产利润率分析

图表 2015-2019年网络婚恋交友行业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/487939.html>