

# 2019年 陌生人社交行业洞察



# 目录 ▶

- ▶ **01 陌生人社交行业概览**
- ▶ **02 头部应用对比分析**
- ▶ **03 头部应用用户洞察**
- ▶ **04 行业未来发展趋势**

# 01

## 陌生人社交行业概览

# 行业界定：弱关系链或无关系链用户之间的社交

社交是关系链+信息传递+互动的结合，而陌生人社交则与熟人社交相对，是弱关系链或无关系链用户之间从匹配、筛选、社交破冰到关系建立的行为链条

## 社交三要素



关系链



信息传递



互动

## 陌生人社交行为链条



匹配



筛选



社交破冰



关系建立

# 发展历程：野蛮生长之后，陌生人社交归于沉淀

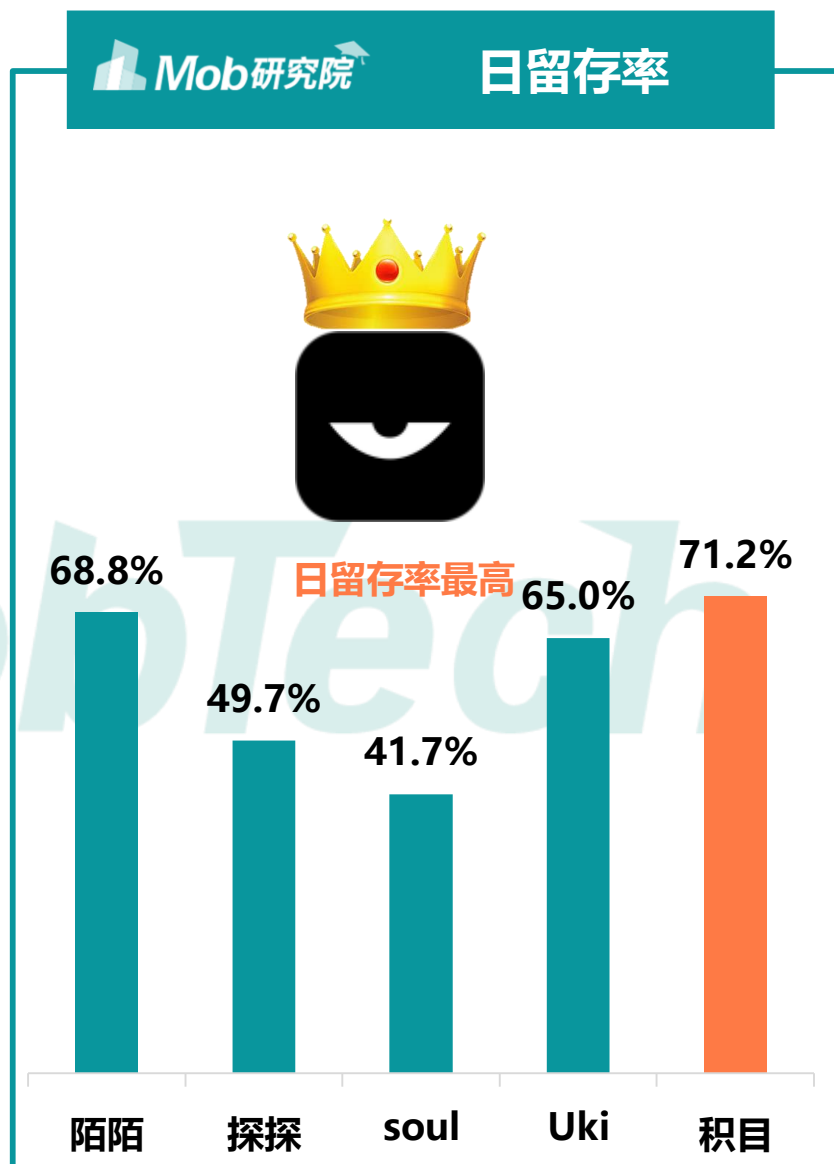
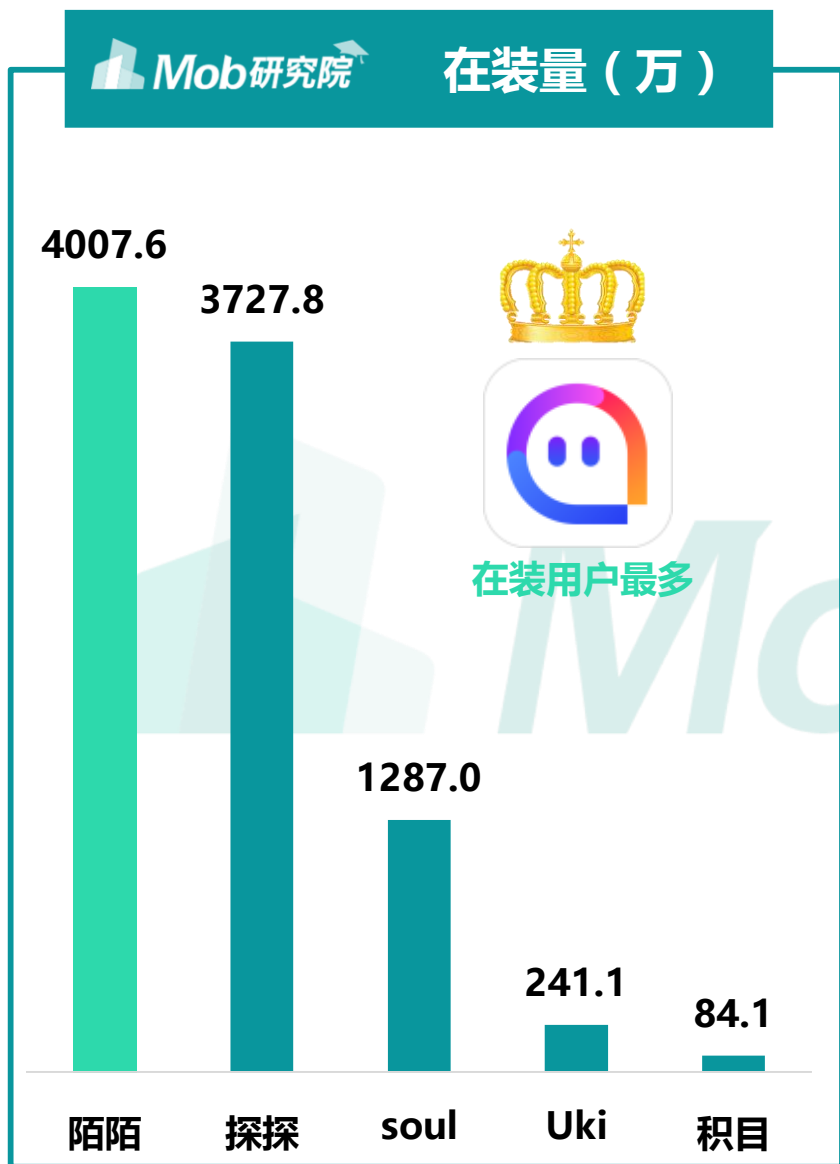
LBS社交、软色情内容使得陌生人社交软件高速发展，而场景化社交则让产品找到了商业化方向，最终，行业在监管趋严的大环境下归于沉淀



注：LBS ( Location-based service )：基于位置提供服务  
 Source：Mob研究整理分析

# 竞争格局：陌陌系头部效应显著，积目日留存率登顶

陌陌、探探在装量分列第一第二，在装量遥遥领先，而积目有较多的如嘻哈、滑板、二次元等垂直细分用户群体，日留存率高达71.2%



Source：陌陌系指陌陌科技控股的陌陌、探探，MobTech,2019.06

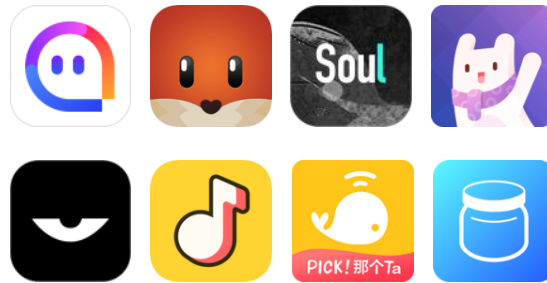
# 商业模式：多环节多变现方式，直播成变现主流

以商业化最成功的陌陌为例，其19年一季度财报显示，差异化服务及付费礼物等增值服务提供了24.3%的营收，而直播则提供了72.2%的营收，成为变现主流



# 行业痛点：内容低俗化、破冰体验差

陌生人社交容易打色情擦边球，过多低俗内容容易影响平台质量。其次，用户匹配之后缺乏有效的沟通推进方法，社交破冰的体验较差



从“约炮神器”到“灵魂社交”，陌生人社交产品前期易靠擦边球迅速爆火，但也易因过多的低俗内容影响平台质量



在用户匹配之后，如何解决社交破冰问题，避免用户缺乏沟通推进方式从而尬聊等问题是提高交友效率需要关注的一点

# 行业机会：精准用户匹配从而垂直化运营

细分用户需求、提供更为精准的用户匹配来进行垂直化运营，是进入陌生人社交行业较好的切入点之一



产品需要能够精准定位用户需求，从而进行高效的匹配，提升用户体验



# 政策影响：监管趋严，多款产品下架整改

陌生人社交产品在爆火之后常会面临内容低俗化，不法分子将其用作违规活动等问题，随着监管趋严，自管自查不严的产品下架频繁

## 小众即时通信工具专项整治

针对即时通信工具传播违法违规信息、匿名注册、欺诈诱骗、为线下违法违规活动提供平台服务等行业乱象

19年3月23日主打幽默搞笑话题的**最右**因内容下架

19年4月16日关停**比邻、密语、聊聊**等九款app

19年4月20日**音遇**因内容审核问题而下架处理

19年4月29日**探探**因内容违规而下架处理



从内容上看，陌生人社交产品需要加强自管自查，减少低俗内容和软色情内容



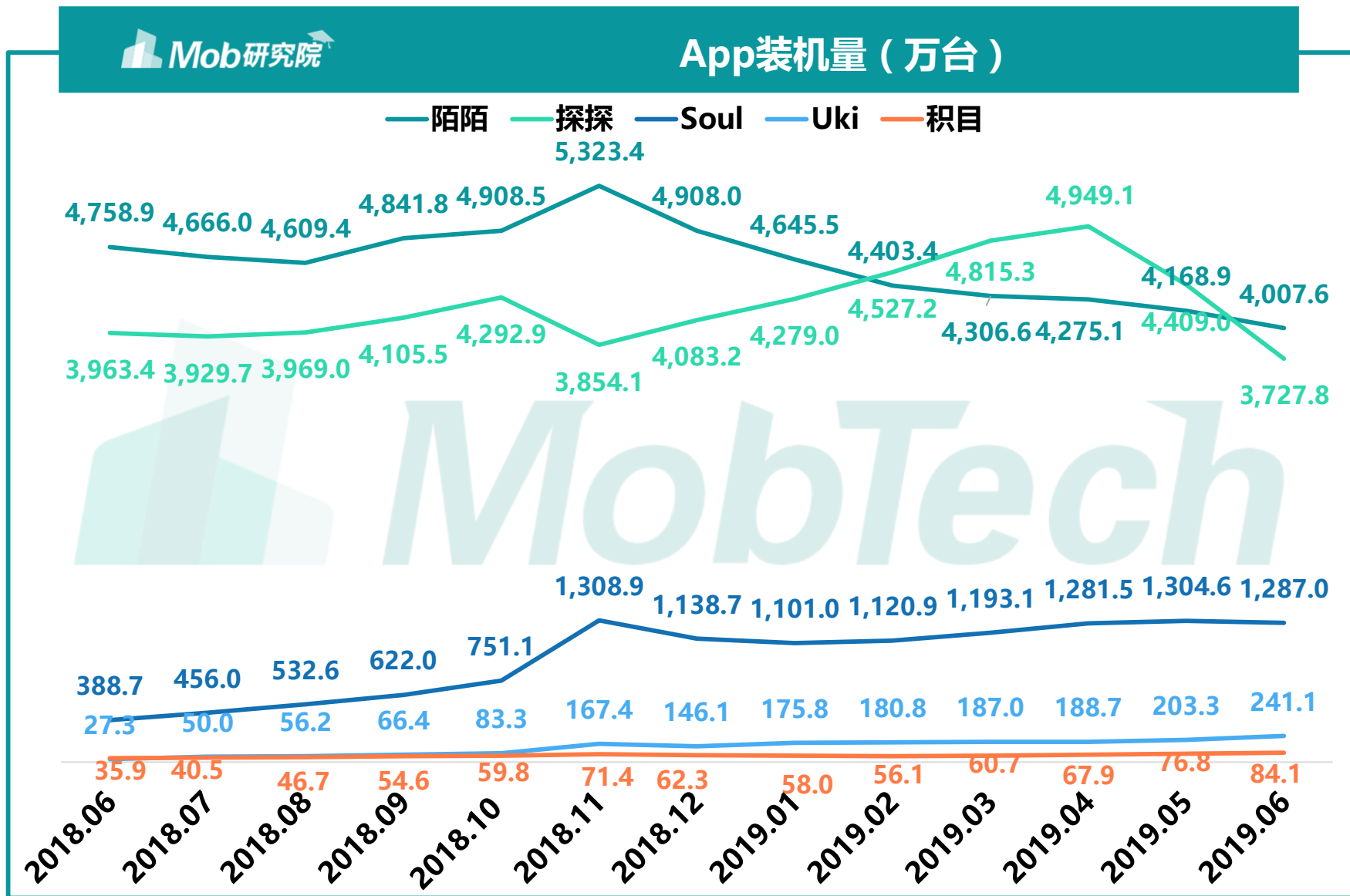
从运营来看，陌生人社交产品需要改善用户体验，及时封停进行违法违规活动的账号

# 02

## 行业头部产品对比分析

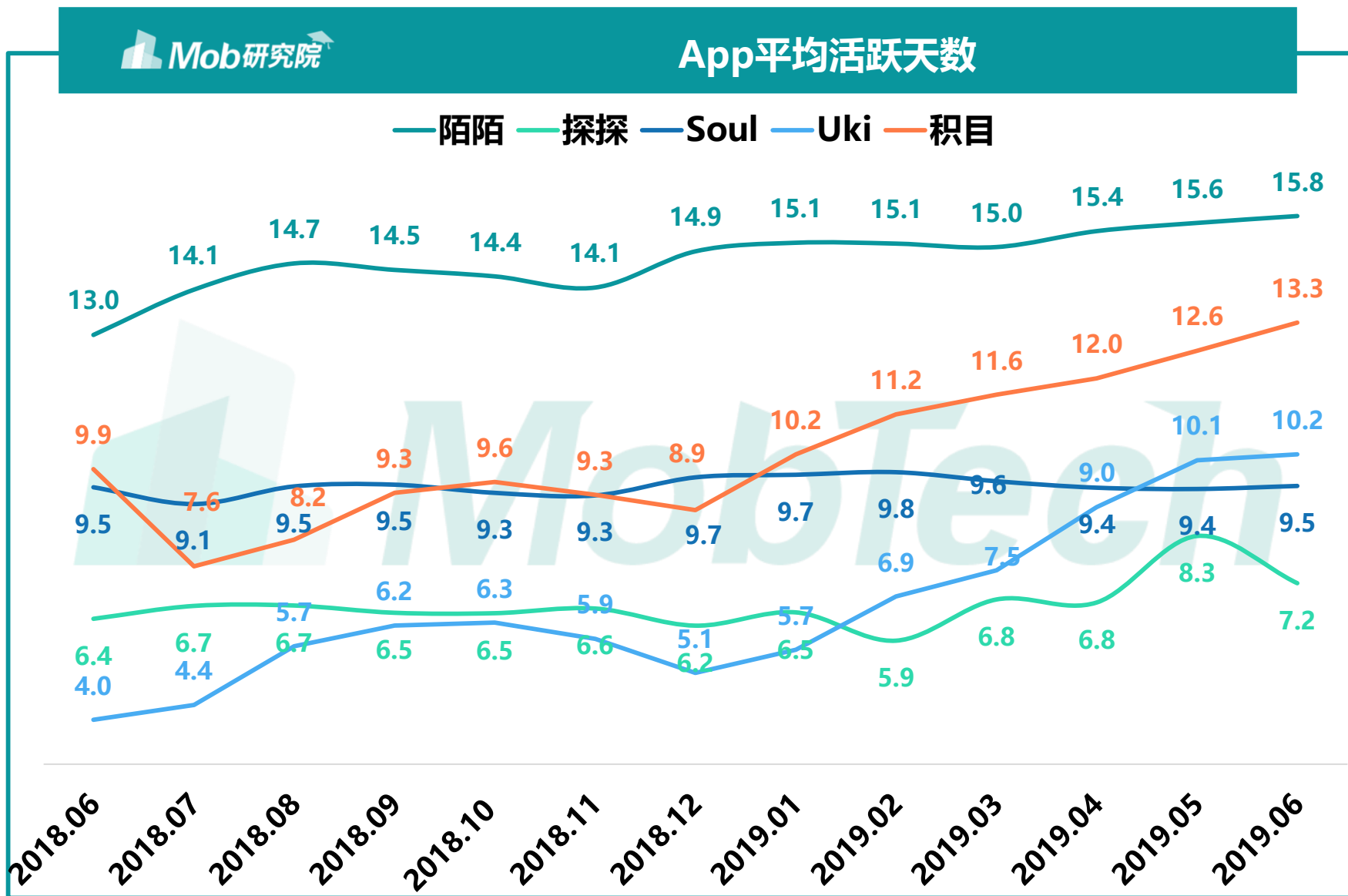
# 装机量分析：陌陌探探遥遥领先，用户基础难以撼动

从装机量来看，陌陌探探的领先地位短期内难以动摇，Soul作为后起之秀增长迅速，装机量超千万台



# 平均活跃天数：积目后起之秀，直追陌陌

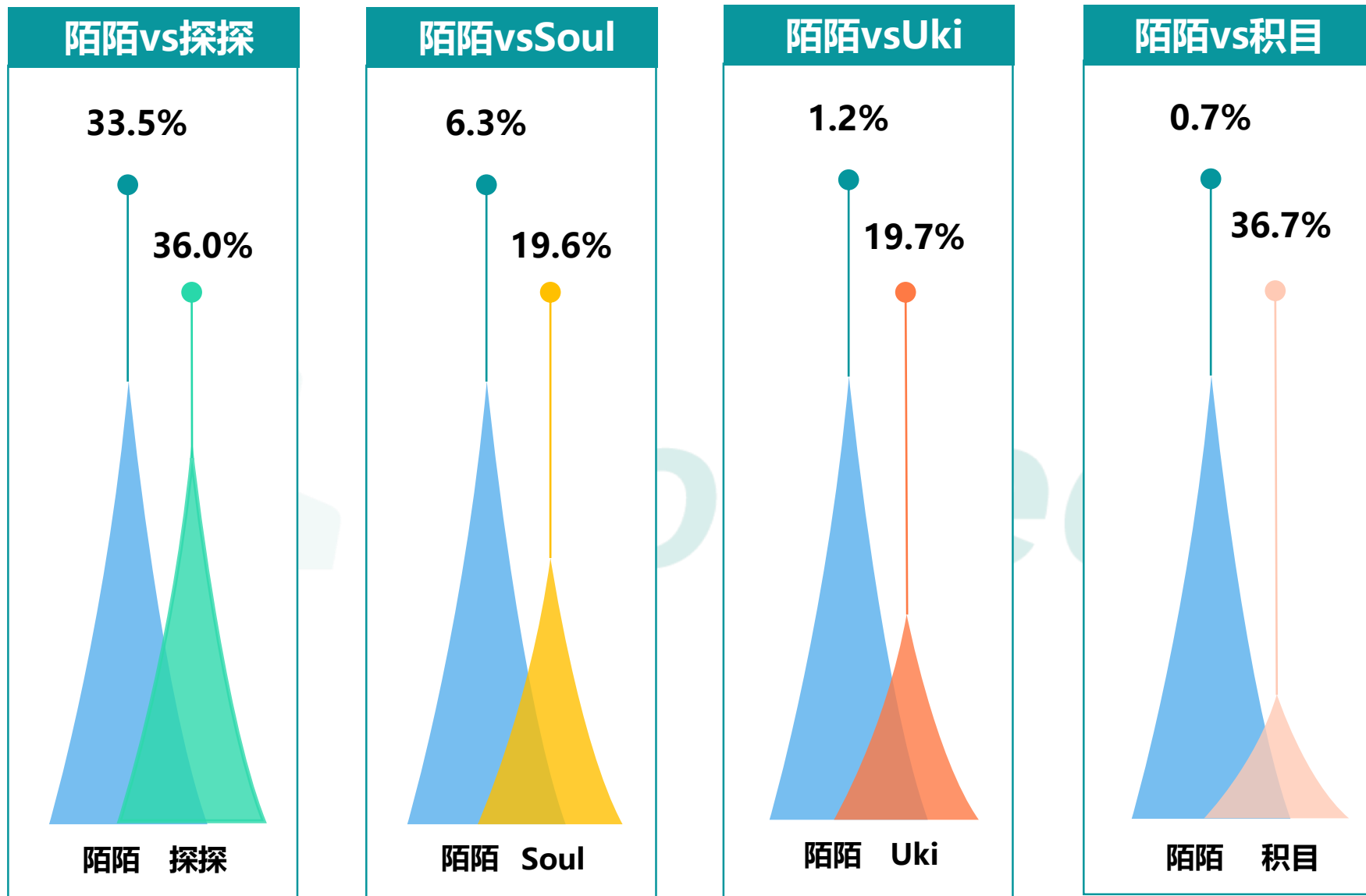
从平均活跃天数来看，陌陌的活跃用户一个月半数时间会打开App，积目和Uki的平均活跃天数增速较快，其中积目的数据已经直追陌陌



注：平均活跃天数：在统计周期内，该App活跃用户每月使用该App的平均天数  
 Source：MobTech，2018.06-2019.06

# 内部竞争：陌陌与Soul、Uki在装重合度较低

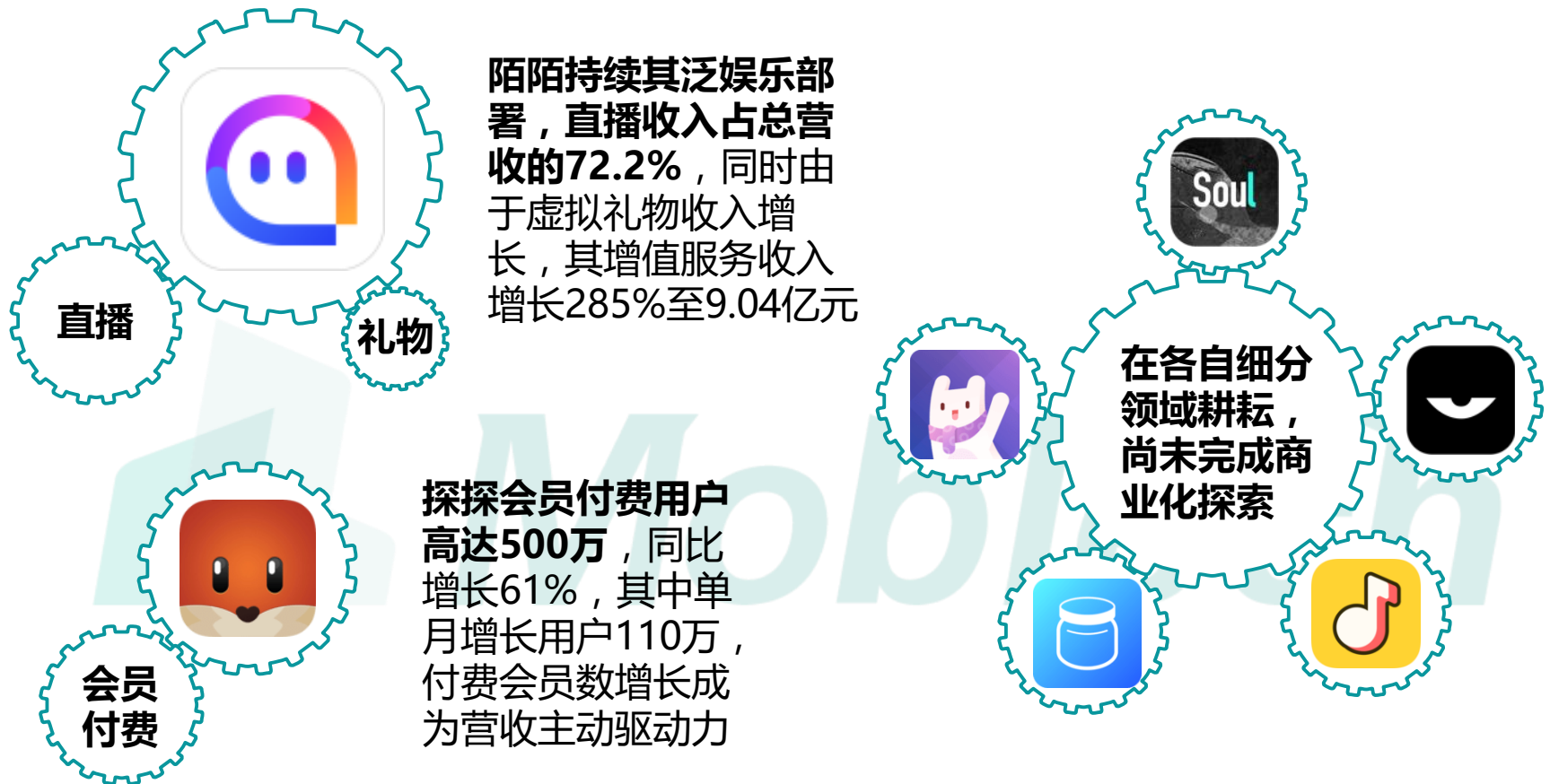
陌陌与Soul、Uki的在装重合度均低于20%，针对不同人群与需求的陌生人社交App已走出差异化路线



注：在装重合度=交叉用户在装设备量/某类App在装设备量\*100%  
 Source：MobTech，2019.06

# 运营比较：陌陌泛娱乐部署，探探着眼付费用户

目前，陌生人社交产品已完成功能差异化以及运营差异化，陌陌主打泛娱乐平台，探探深耕付费用户，Soul等其他产品还未完成商业化探索



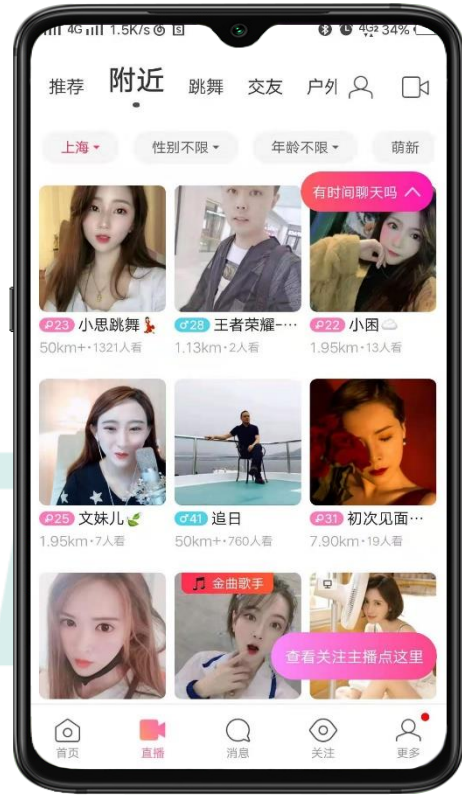
陌生人社交产品已被验证的成熟模式有场景化社交，付费会员制，虚拟礼物等，其中，以直播为主的场景化社交因能**沉淀关系链、提高留存率**而受到追捧

## 陌陌：陌生人社交下的泛娱乐帝国

从LBS到视频社交，陌陌涵盖了陌生人社交包括匹配、群组、派对、游戏社交、视频社交等几乎所有玩法，打造了其泛娱乐帝国



陌陌包罗万象，其中点点的“翻牌子”制度，游戏等场景化社交方式、群组等垂直兴趣社交方式均是当下主流陌生人社交玩法



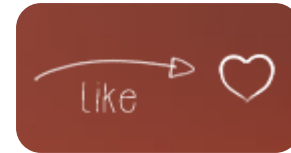
陌陌从LBS起家，因此应用中处处有位置信息的痕迹，陌生人通过地理位置连接，实现信息传递与社交互动。此类打法需要较大的用户基数，避免出现周围不见一人的情况

## 探探：左划无感右划喜欢，谁又pick了谁

探探主打左划无感右划喜欢的快速匹配机制，双方互相喜欢才可以聊天，即是“颜值社交”，虽避免了骚扰信息，但也提高了社交门槛



探探，带你找到生命中的那个人



左划无感右划喜欢，探探简单粗暴的筛选机制是快速浏览大量陌生人信息的方式之一，**只有互相喜欢的人才能聊天的机制一定程度上避免了陌生人的骚扰信息，但也提高了社交门槛**，例如只有高颜值异性才会受到最多的喜欢，“颜值社交”较为严重



# Soul : 陌生人星球上，如何连接你我？

Soul主打陌生人星球上的“灵魂社交”，弱化颜值、地理位置等信息，通过性格测试等标签实现精准匹配

Soul包含广场、星球、聊天三个功能，其中广场和知乎、豆瓣类似，是一个UGC社区，星球是Soul最具特色的匹配机制，通过性格、星座等标签实现精准匹配



广场中的信息来自于陌生人，类似陌生人版“朋友圈”，鼓励用户结交新朋友

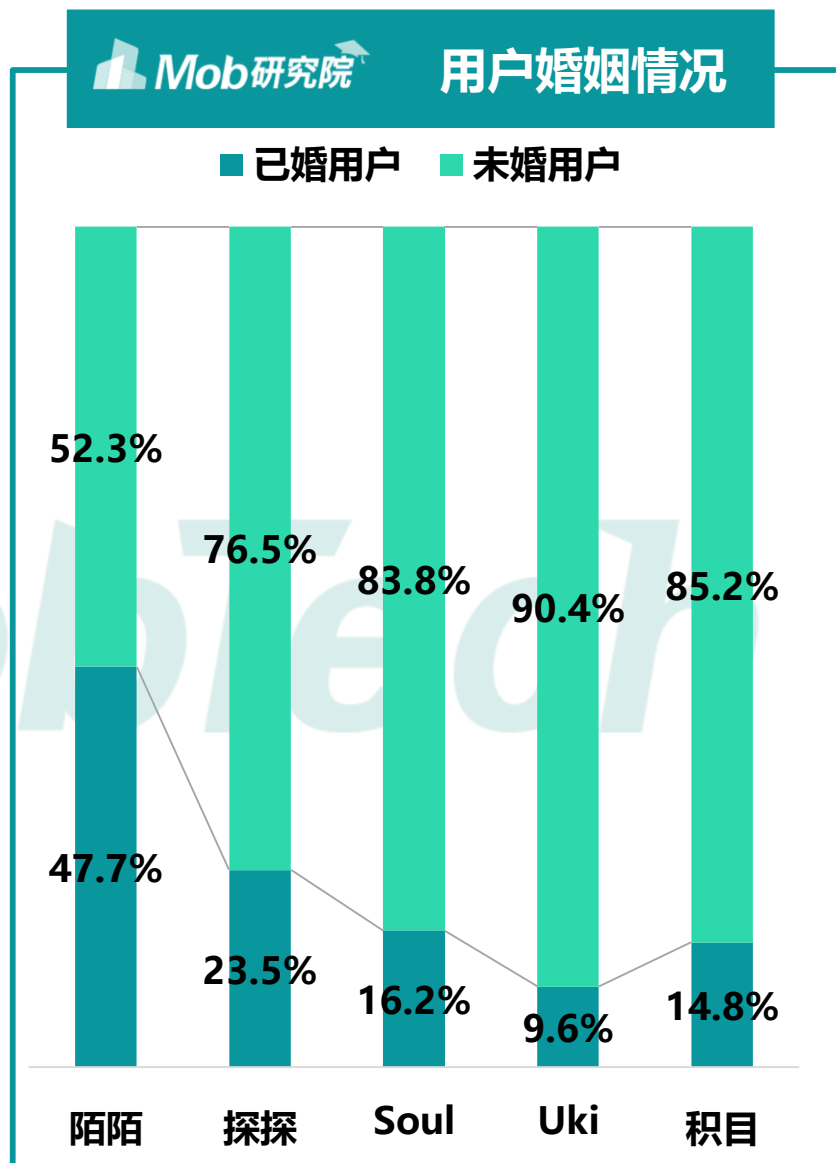
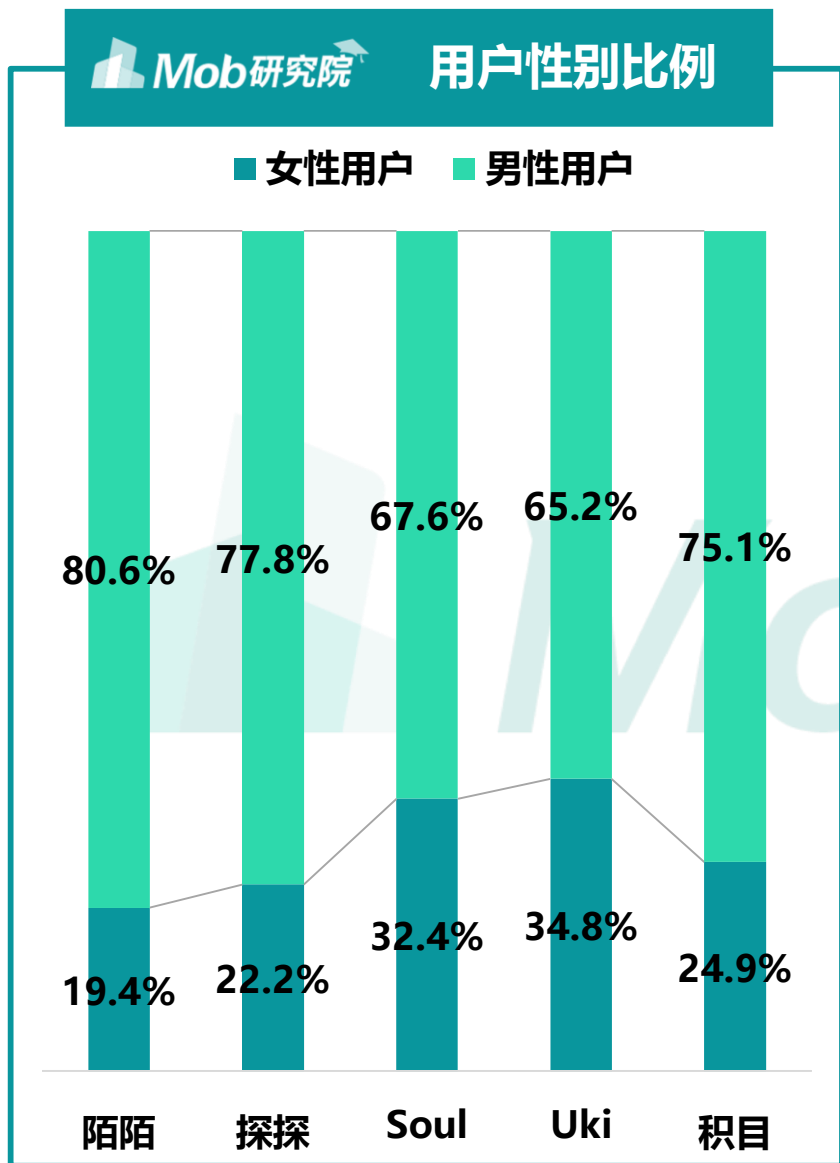
灵魂匹配作为Soul的主要玩法，有助于用户最快找到soulmate

# 03

## 头部产品用户画像分析

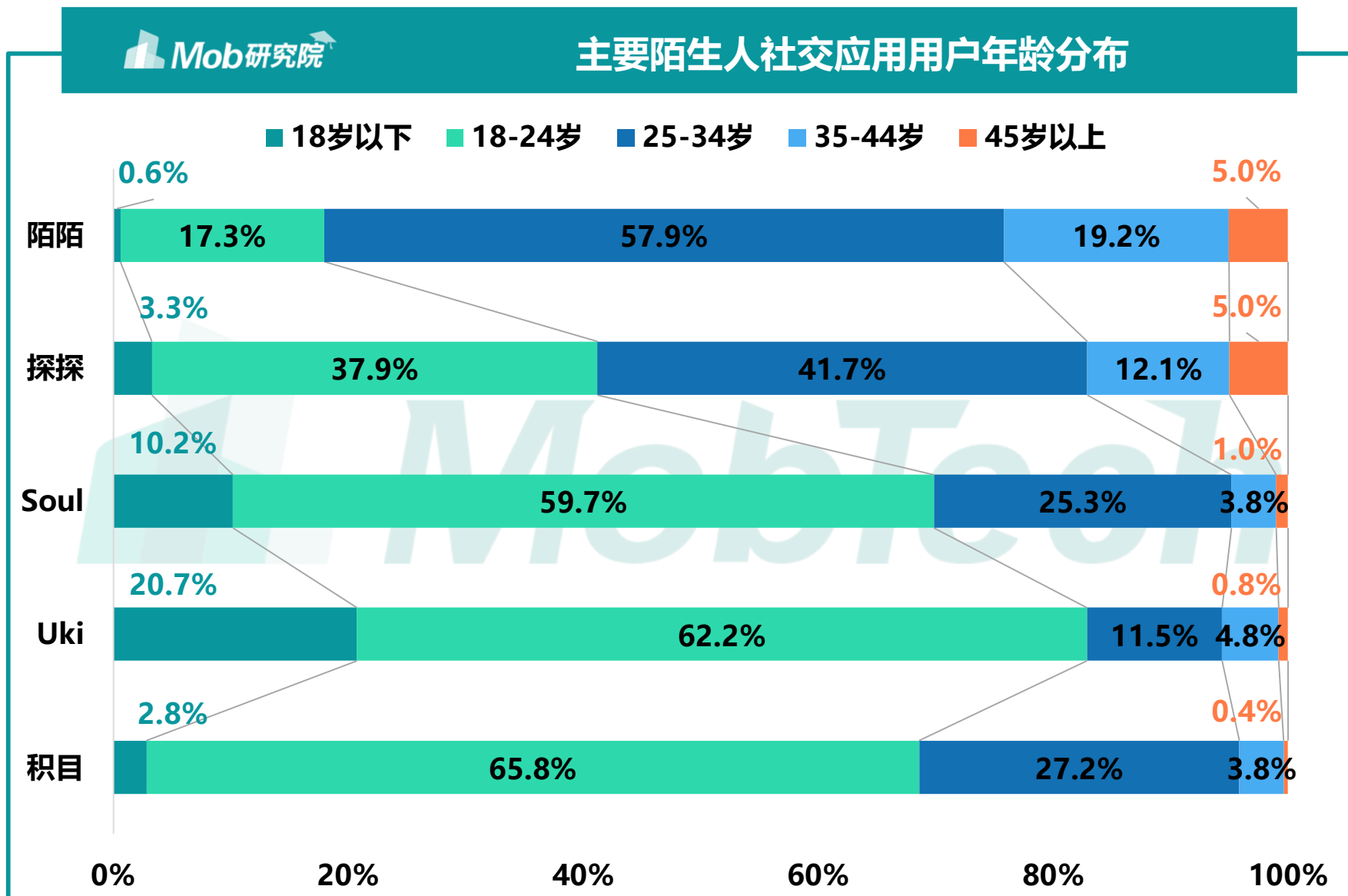
# 性别、婚姻情况：用户男性居多，陌陌已婚比例较高

陌生人社交应用都以男性用户为主，Uki的女性用户最多，婚姻情况以未婚为主，其中陌陌已婚比例较高



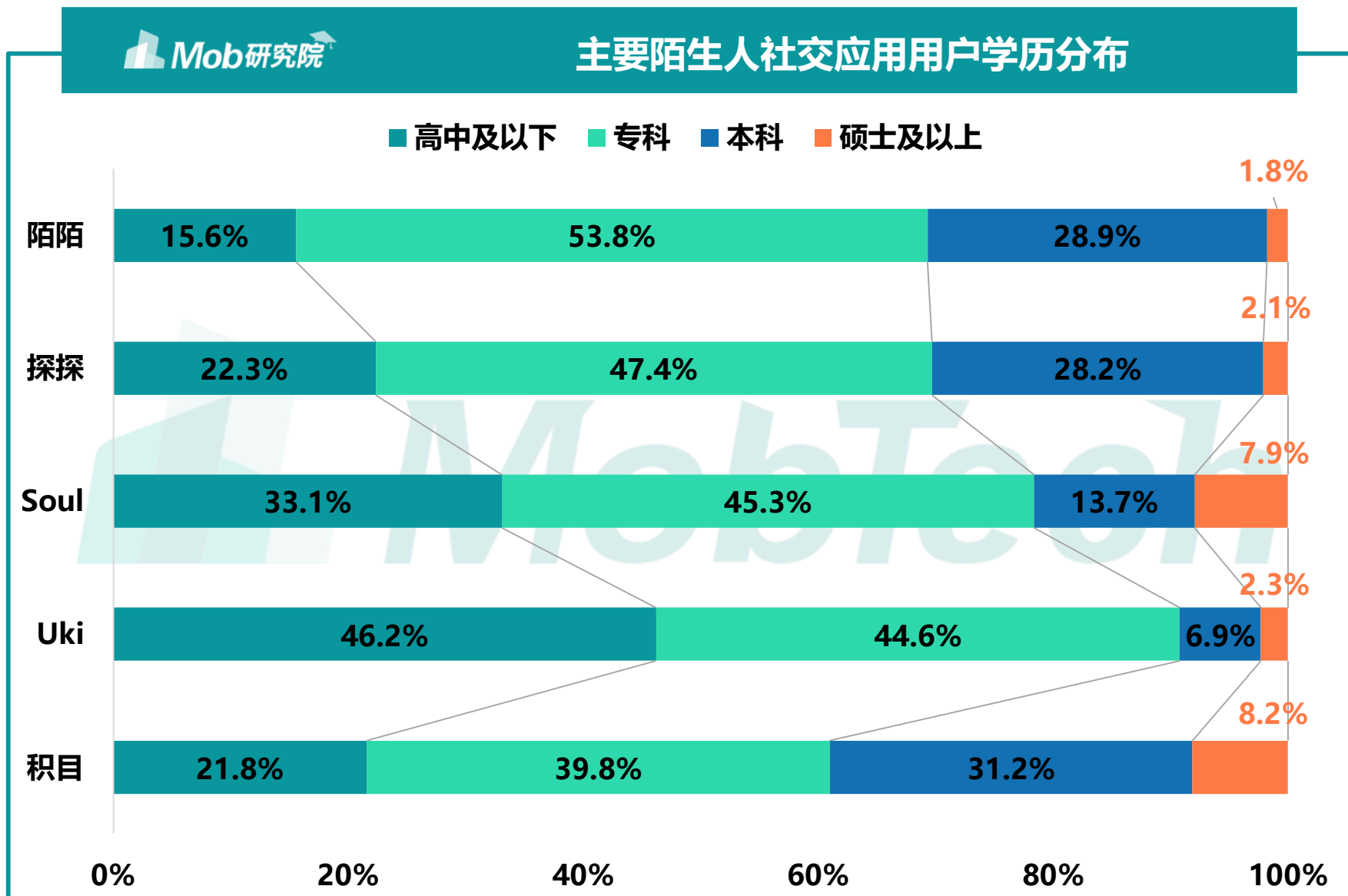
# 年龄分布：陌陌18岁以下用户较少，积目多为年轻人

从年龄分布来看，陌陌18岁以下用户较少，积目18-24岁用户超过65%，是名副其实的“年轻人社区”



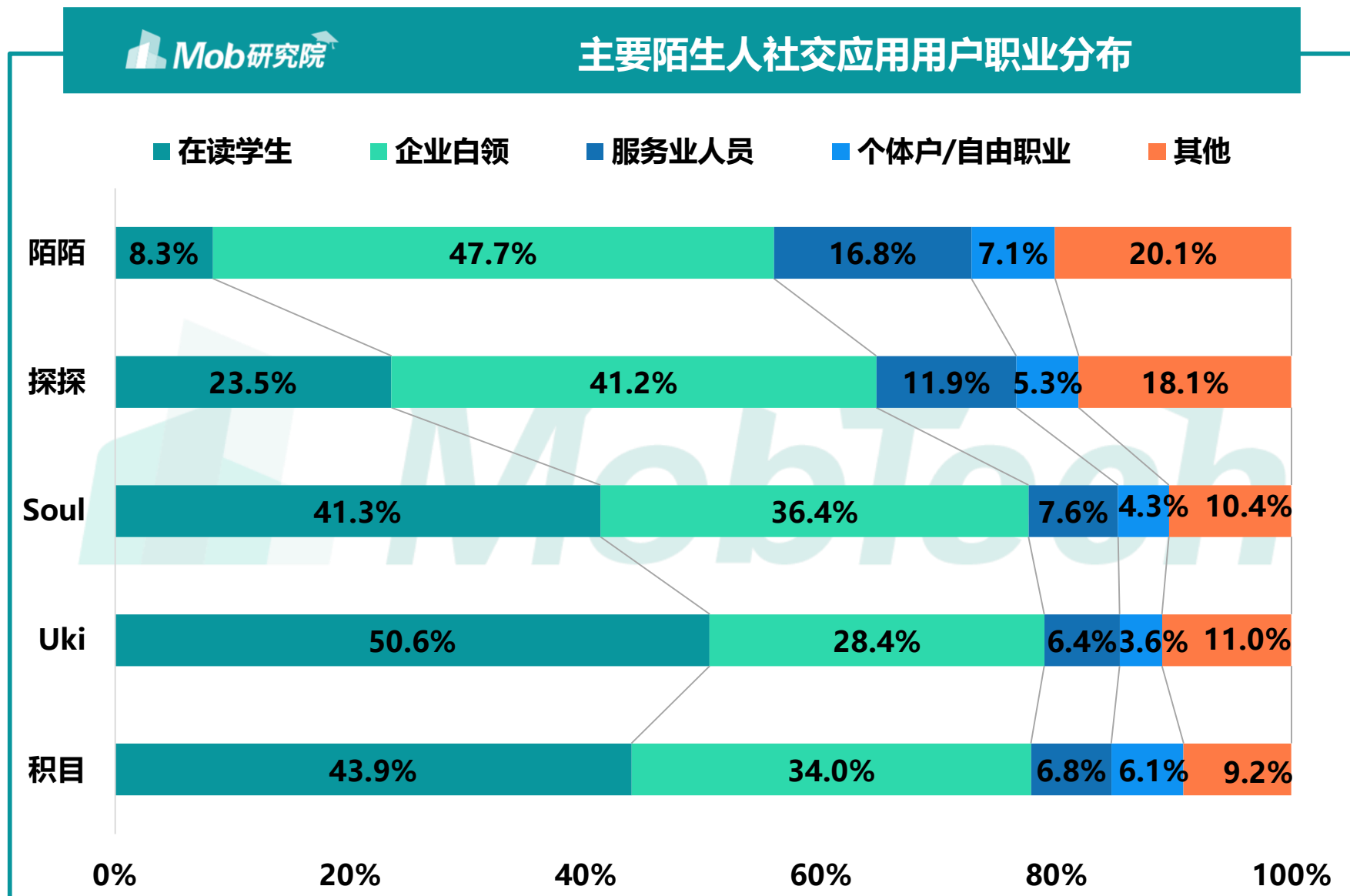
# 学历分布：积目高学历用户较多，Uki学生用户较多

从学历分布来看，积目近40%的用户学历在本科及以上，Uki近半用户学历在高中及以下，多为在校学生



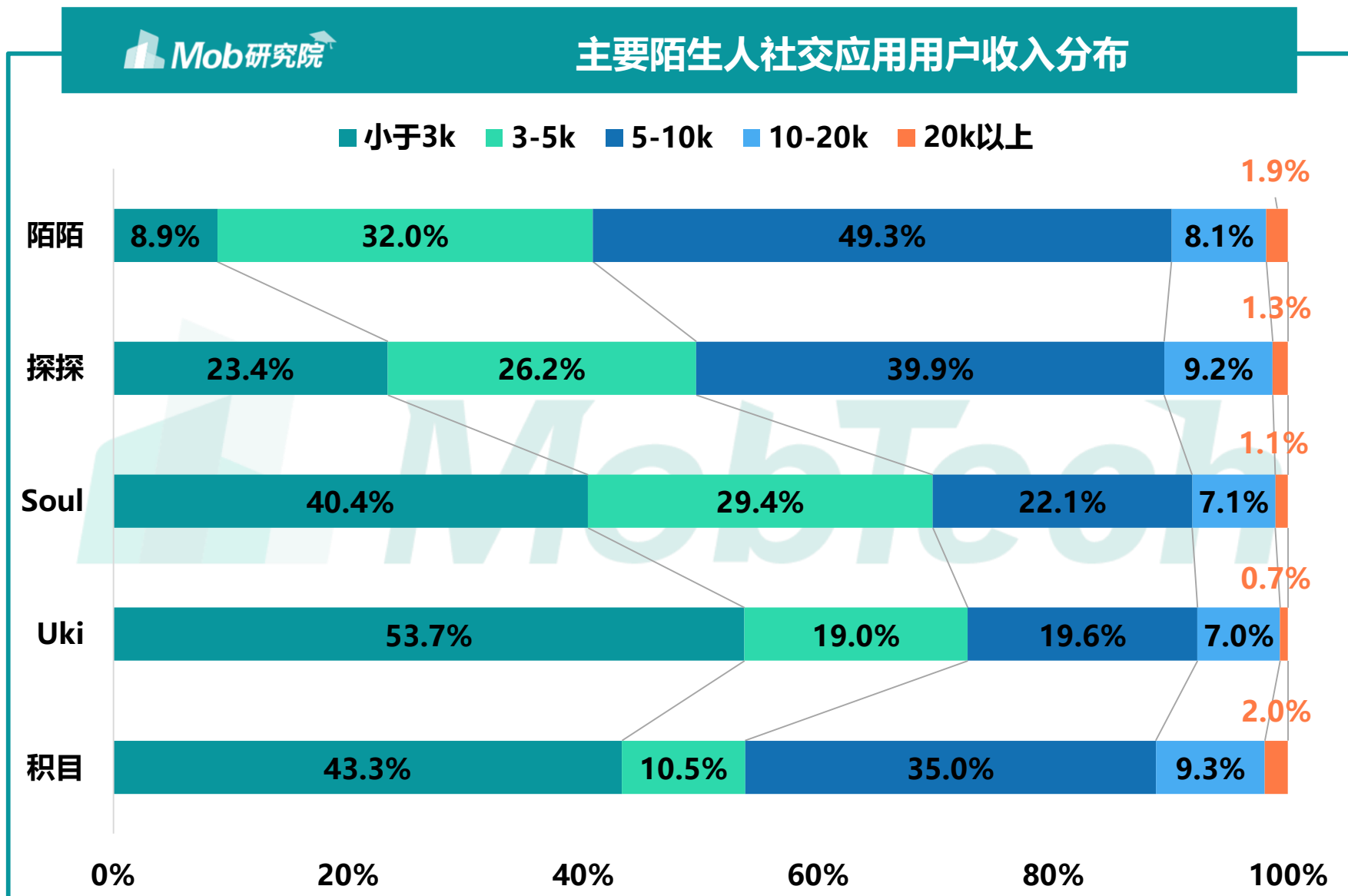
# 职业分布：陌陌多白领，Soul、Uki、积目多学生

从职业分布来看，陌陌用户多为企业白领和服务业人员，而Soul、Uki、积目则以学生用户为主



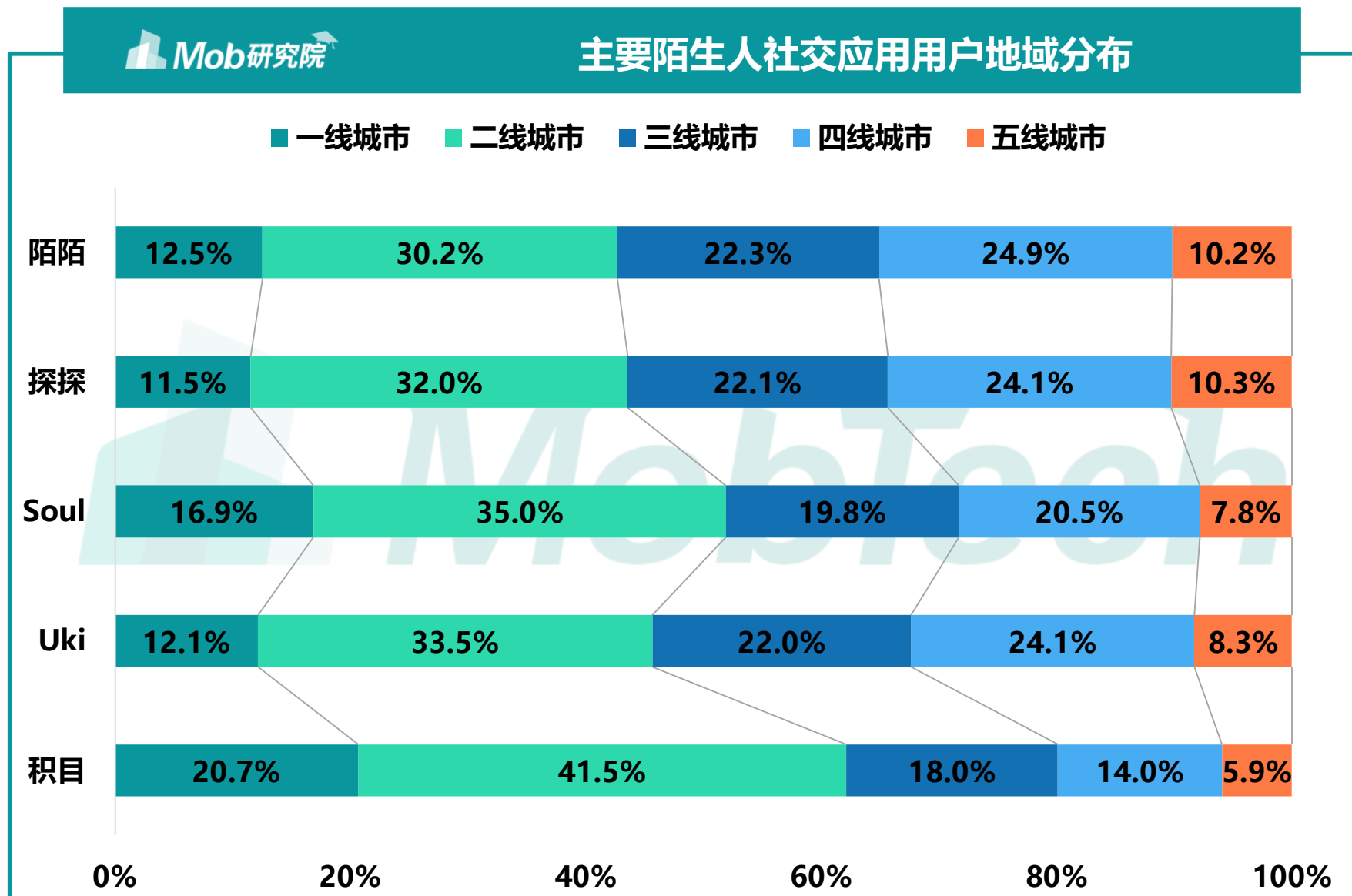
# 收入分布：陌陌探探高收入人群较多，消费能力较强

从收入分布来看，陌陌、探探大部分用户收入在5-10k，消费能力较强，积目用户收入在20k以上部分相较其他应用最多，与其特定潮流文化圈用户相关



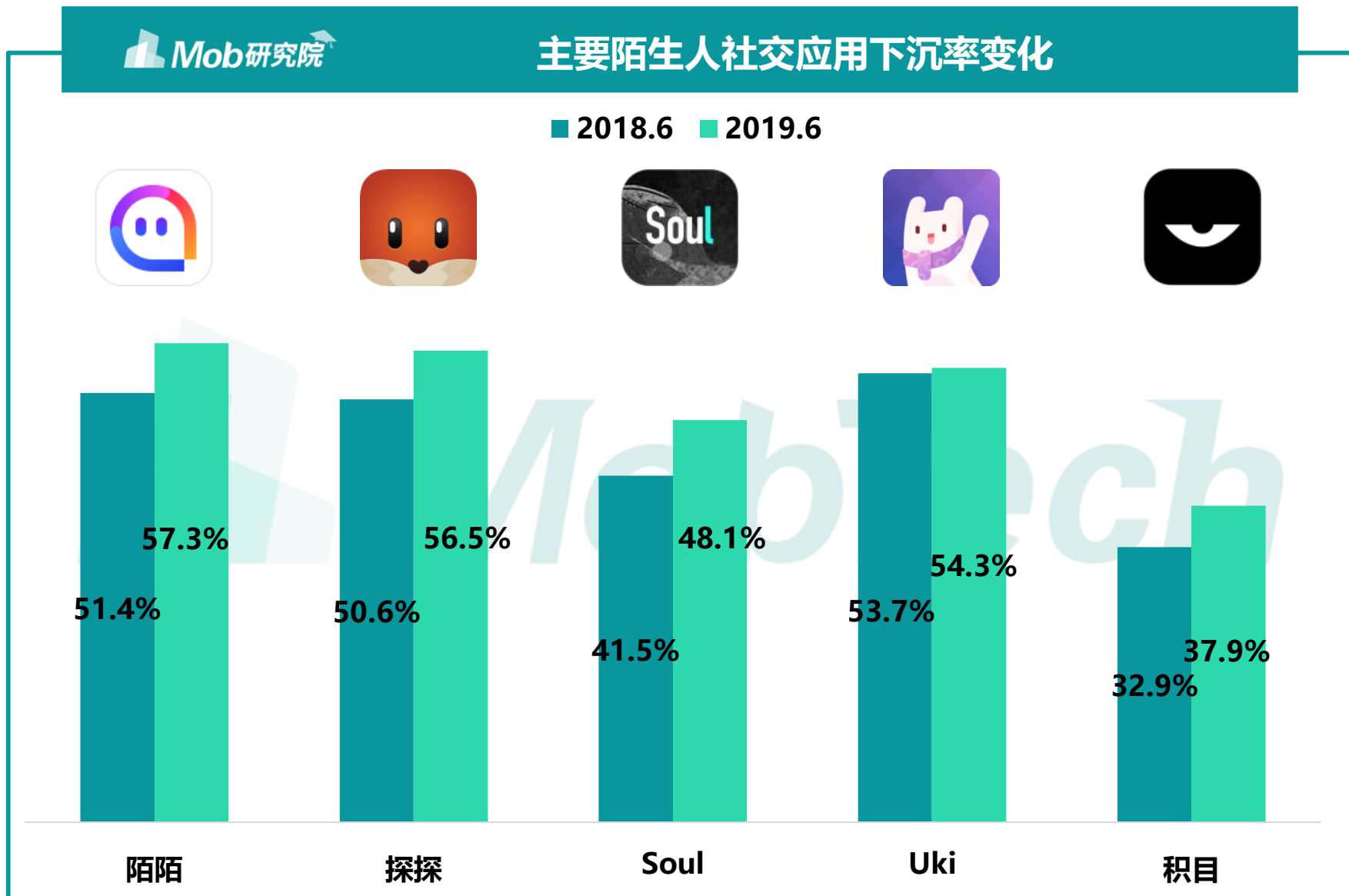
# 地域分布：Soul、积目在一二线城市更受欢迎

从城市分布来看，积目的一二线用户超过60%，Soul的一二线用户超过50%，远高于同类型的陌陌、探探、Uki等应用



# 地域分布：各应用下沉率上升，下沉市场用户成主流

从城市分布的纵向比较来看，各应用的下沉率都同比上升，下沉市场用户正在成为陌生人社交应用主要使用者



注：下沉率=三、四、五线用户数/总用户数\*100%

Source：MobTech，2019.06

# 用户画像：陌陌探探多高收入白领，积目多潮流学生

从用户画像TGI来看，陌陌探探多高薪白领，其余三款以学生用户为主，积目学历最高，Uki多为高中及以下在读学生



- 25-34岁
- 已婚
- 五线城市
- 企业白领

陌陌  
小镇已婚青年



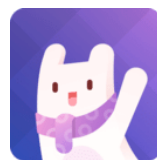
- 25-34岁
- 专科学历
- 企业白领
- 10k-20k

探探  
多金稳重大叔



- 18-24岁
- 专科学历
- 在读学生
- 小于3k

Soul  
奶萌学生党



- 18-24岁
- 高中及以下
- 五线城市
- 在读学生

Uki  
留守高中生



- 18-24岁
- 本科
- 一线城市
- 在读学生

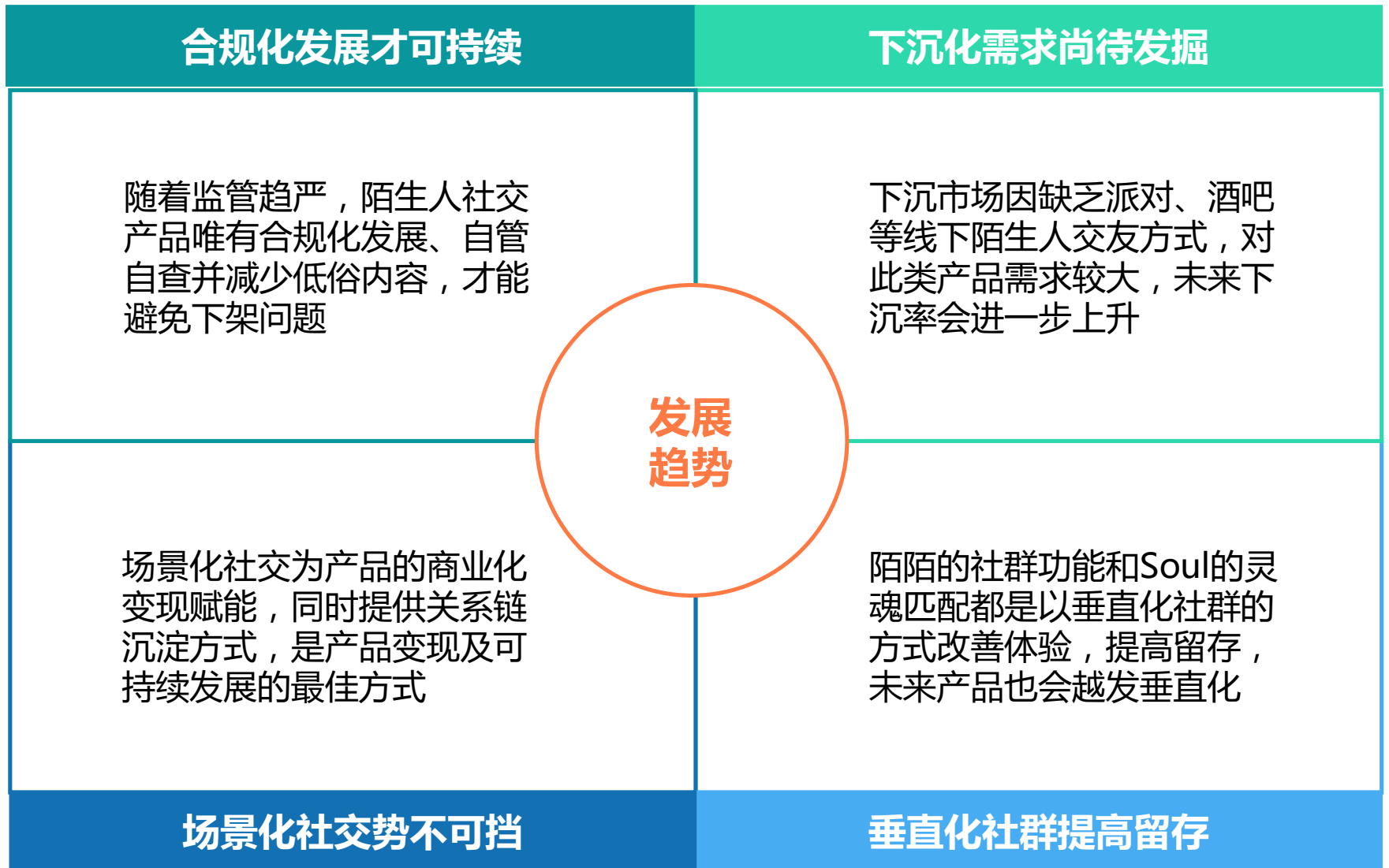
积目  
一线潮流男

# 04

## 行业未来发展趋势

# 未来发展趋势：合规化、下沉化、场景化、垂直化

政策影响决定产品生死，合规化是陌生人社交产品的必然发展方向。另外，社交产品的下沉化、场景化、垂直化也是在陌陌探探两大巨头中寻求生存的最佳方法



# 报告说明

## 1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

## 2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2018.06-2019.06

具体数据指标请参考各页标注

## 3.版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。