



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年中国网络交友市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006-2007年中国网络交友市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/69352.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

Page4	I. 第四届中国网民网络消费行为大调研背景
Page5	II. 研究方法
Page7	III. 研究背景
Page8	IV 概念定义
Page9	V. 报告摘要
Page9	（一）中国网上交友总体发展情况
Page9	（二）中国网上交友细分市场发展情况
Page11	VI. 报告正文
Page11	1. 网上交友的发展阶段
Page11	1.1 网上交友的分类
Page12	1.2 中国网上交友的发展阶段
Page13	1.3 中国网上交友市场的发展状况
Page14	1.4 互联网发展历程及WEB2.0对交友网站的影响
Page15	1.4.1 六度分隔理论与“朋友圈”交友模式
Page16	1.4.2 社会化网络软件和交友网站
Page17	1.4.3 交友网站的核心功能
Page18	2. 全球网上交友市场状况分析
Page19	2.1 2006-2010年美国网络交友网站广告市场规模
Page20	2.2 2004-2010年美国网上交友市场规模现状及预测
Page21	2.3 2004-2009年欧洲网上交友市场规模现状及预测
Page22	3 中国网上交友市场发展状况分析
Page22	3.1 中国网上交友发展因素分析
Page22	3.1.1 网上交友发展内部因素
Page23	3.1.2 网上交友发展外部因素
Page24	3.1.3 中国网上交友运营商投融资情况
Page25	4 . 中国网上交友发展分析
Page25	4.1 2004-2010年中国互联网用户规模
Page26	4.2 中国网上交友用户规模及预测
Page27	4.3 中国交友网站细分市场用户规模及预测
Page28	4.4 中国交友网站细分市场付费用户规模及预测

Page29	——4.5 中国网上交友付费用户占交友用户的比重
Page30	——4.6 中国交友网站的市场规模及预测
Page31	——5 中国各细分交友市场分析
Page31	——5.1中国网上交友细分市场用户访问使用情况综述
Page31	——5.1.1中国网上交友细分市场月度覆盖数情况
Page32	——5.1.2中国网上交友网站细分市场月度总访问次数
Page33	——5.1.3中国网上交友网站细分市场人均月度有效浏览时间
Page34	——5.1.4中国主要网上交友运营商分类分析
Page35	——5.2中国休闲交友市场的发展
Page35	——5.2.1 中国休闲交友市场发展概况
Page36	——5.2.2中国休闲交友用户规模分析
Page37	——6.5.3中国休闲交友付费用户规模
Page38	——5.2.4中国休闲交友市场前景分析
Page39	——5.2.5中国综合性交友门户与垂直休闲门户优劣势分析
Page40	——5.2.6中国主要网上休闲交友运营商分析
Page41	——QQ交友中心
Page43	——亿友
Page45	——5.3中国网上婚恋交友网站的发展
Page46	——5.3.1 中国网民中适婚人口规模情况
Page47	——5.3.2 中国婚恋交友网站的用户规模情况
Page48	——5.3.3 中国网上婚恋交友市场收入规模情况及预测
Page49	——5.3.4中网上婚恋交友同其他婚恋交友形式优劣势分析
Page50	——5.3.5中国婚恋交友网站月度访问次数分析
Page51	——5.3.6中国主要网上休闲交友运营商发展情况
Page53	——珍爱网
Page55	——百合网
Page57	——世纪佳缘
Page59	——嫁我网
Page61	——5.4 中国商务交友网站的发展
Page61	——5.4.1 中国商务网站发展概况
Page62	——5.4.2 中国商务网站的用户规模
Page63	——5.4.3商务交友网站市场发展前景预测

Page64	——5.4.4中国主要商务交友网站分析
Page65	——联络家
Page66	——若邻网络
Page67	——天际网
Page68	——XING
Page69	——5.5.中国网上交友运营商的营销策略分析
Page70	——（二）用户分析
Page70	——6.1网上交友用户行为分析
Page70	——6.1.1用户选择网上交友原因
Page71	——6.1.2用户选择网上交友目的
Page72	——6.1.3用户了解网上交友网站/频道渠道
Page73	——6.1.4用户不使用网上交友原因
Page74	——6.1.5用户网上交友提供个人资料真实度
Page75	——6.1.6不同交友目的用户，提供个人资料真实度
Page76	——6.1.7用户离开交友网站/频道原因
Page77	——6.1.8未来一年打算参加的交友类型
Page78	——6.2用户使用网上交友网站/频道分析
Page78	——6.2.1用户使用过和最常使用婚恋交友网站分析
Page79	——6.2.2用户对使用过婚恋交友网站满意度分析
Page80	——6.2.3用户对婚恋交友网站服务满意度
Page81	——6.2.4用户使用休闲交友网站/频道情况
Page82	——6.2.5用户对使用过休闲交友网站满意度分析
Page83	——6.2.6用户对休闲交友网站/频道服务满意度分析
Page84	——6.2.7用户使用商务交友网站情况
Page85	——6.2.8用户对商务交友网站满意度分析
Page86	——6.2.9用户对商务交友网站服务满意度分析
Page87	——6.3网上交友用户的消费行为分析
Page87	——6.3.1用户付费使用网上交友意愿
Page88	——6.3.2用户每月使用交友服务愿意支付费用情况
Page89	——6.3.3用户最喜欢的付费方式
Page90	——6.4网上交友用户的线下交流行为分析
Page90	——6.4.1用户喜爱的线下交友活动类型

Page91——6.4.2用户参加线下交友活动类型

Page92——6.4.3 用户不参加线下交友原因

Page93——6.4.4网上交友用户对网恋的态度

Page94——6.4.5网民认为网上交友相比传统交友优势

Page95——7.建议

Page96——附录：调研方法及调研流程

Page100——法律声明：

报告图表目录

Page11表——中国网上交友网站类别

Page18图——全球网络交友网站广告收入

Page19图——美国网络交友网站广告收入

Page20图——美国网上交友市场规模及预测

Page21图——欧洲网上交友市场规模及预测

Page22表——中国网上交友发展内部因素

Page23表——中国网上交友发展外部因素

Page24表——中国网上交友运营商投融资情况

Page25图——中国互联网用户规模及预测

Page26图——中国网上交友用户规模及预测

Page27图——中国交友网站细分市场用户规模及预测

Page28图——中国交友网站细分市场付费用户规模及预测

Page29图——中国网上交友付费用户占交友用户的比重

Page30图——中国网上交友网站的市场规模及预测

Page31图——中国网上交友细分市场月度覆盖数情况

Page32图——中国网上交友网站细分市场月度总访问次数

Page33图——中国网上交友网站细分市场人均月度有效浏览时间

Page33表——中国网上交友运营商分类

Page36图——中国休闲交友活跃用户规模及预测

Page37图——中国休闲交友付费用户规模

Page38图——中国休闲交友市场规模及预测

Page39表——中国综合性交友门户与垂直休闲门户优劣势分析

Page40表——中国主要网上休闲交友运营商评价情况

Page41表——QQ交友中心基本信息

Page42图——QQ交友中心月度覆盖数情况

Page43表——亿友网站基本信息

Page44图——亿友网站月均覆盖量情况

Page46图——中国网民中适婚人口规模情况

Page47图——中国婚恋交友网站活跃用户及付费用户规模及预测

Page48图——中国网上婚恋交友市场规模及预测

Page49图——网上婚恋交友同其他婚恋交友形式优劣势分析

Page50图——中国婚恋交友网站月度访问次数分析

Page51表——中国主要网上休闲交友运营商评价情况

Page51表——中国主要网上休闲交友运营商评价情况（二）

Page54图——珍爱网网站月均覆盖量情况

Page56图——百合网月均覆盖量情况

Page58图——世纪佳缘网站月均覆盖量情况

Page60图——嫁我网网站月均覆盖量情况

Page62图——中国商务交友用户规模及预测

Page63图——中国商务交友市场规模及预测

Page64表——中国主要网上商务交友运营商评价情况

Page65表——联络家公司基本信息

Page66表——若邻网络公司基本信息

Page67表——天际网公司基本信息

Page68表——XING网基本信息

Page69图——用户选择网上交友原因

Page70图——用户选择网上交友目的

Page71图——用户了解网上交友网站/频道渠道

Page72图——用户不使用网上交友原因

Page73图——用户网上交友提供个人资料真实度

Page74图——不同交友目的用户，提供个人资料情况

Page75图——用户离开交友网站/频道原因

Page76图——未来一年打算参加的交友类型

Page77图——用户使用过和最常使用婚恋交友网站分析

Page78图——用户对使用过婚恋交友网站满意度情况

Page79图——用户对婚恋交友网站服务满意度

Page80表——用户对婚恋交友网站服务满意度分析
Page81图——用户使用休闲交友网站/频道情况
Page82图——用户对使用过休闲交友网站满意度分析
Page83图——用户对休闲交友网站/频道服务满意度分析
Page84图——用户使用商务交友网站情况
Page85图——用户对商务交友网站满意度分析
Page86图——用户对商务交友网站服务满意度分析
Page87图——用户使用网上交友服务付费意愿
Page88图——用户每月使用交友服务愿意支付费用情况
Page89图——网上交友用户喜欢的支付方式
Page90图——不同交友目的用户，参加线下活动类型
Page91图——网上用户参加线下交友活动类型
Page92图——用户不参加线下交友原因
Page93图——网上交友用户对网恋的态度
Page94图——用户认为网上交友相比传统交友优势
B005

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69352.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。