

2022

# 约会交友 移动应用报告



在移动应用中发现真爱

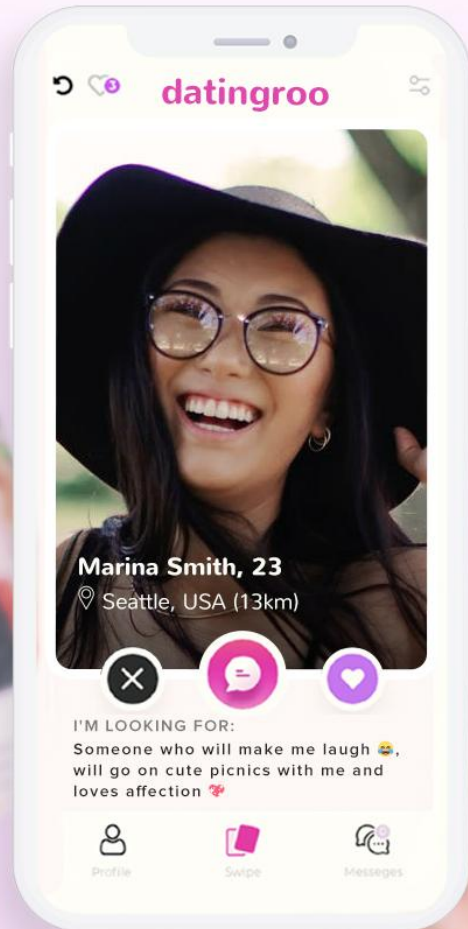


LIFTOFF

+



Vungle



# 目录



UA 基准

5



地区和国家趋势

17



平台趋势

8



爱心之作

21



月度趋势

13



报告注释

23

## 概述

约会交友应用诞生于 2010 年代初，如今已经改变了人们婚恋交友的方式。尽管近期控制新冠疫情的措施影响了人们的约会交友习惯，但公众对应用的兴趣却始终不减。在疫情期间，约会交友应用程序在全球估计有 2.7 亿 用户。随着移动设备的使用和互联网连接的不断普及，这个数字预计只会不断增加。分析师预测，到 2024 年，全球约会交友应用市场将超过 \$84 亿。

随着约会交友应用越来越受欢迎，营销业者也不可避免地面临新挑战。约会交友应用想要保持竞争力，就像相亲一样，必须具备脱颖而出的特征。但想要达到这个目的并非易事：大多数约会交友应用都有着雷同的功能，很难与其他同类产品之间实现差异化。变现也比较困难。大多数用户只是喜欢免费滑滑屏幕，查看其他会员的资料，很多用户都没有进行应用内购买的欲望。

想要实现增长，营销业者需要创新策略。想要找到这些策略，首先要获得正确的洞见。Liftoff 对最热门移动应用的 290 亿次展示和 1300 万次安装数据进行深入分析，挖掘热门约会交友类移动应用内产生的成本和参与度。由此产生的洞见，将有助于营销业者改进表现，充分利用这个市场的迅猛发展趋势。

# 报告亮点



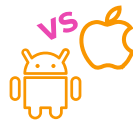
## 用户获取

在所有地区，平均每次安装成本（CPI）为 \$2.65，平均应用内购买成本为 \$49.93。从安装到注册的参与度下降了 50%。



## 月度趋势

2020 年 11 月到 2021 年 10 月，CPI 增长幅度超过一倍，从 \$2.21 增至 \$4.57。购买率在 2021 年 5 月降至 3.13% 的年度低点，但到 10 月稳步上升至 9.58%。



## Android vs iOS

虽然 iOS 用户的购买成本更高，但购买潜力是 Android 用户的 2 倍。iOS (\$5.26) 和 Android (\$5.29) 的注册费用大致相同。iOS 用户更有可能进行注册。



## 各地区和国家

在 EMEA、NAR 和 APAC 地区，欧洲用户的每次安装成本最低 (\$2.02)，但每次购买的成本最高 (\$116.51)。美国用户的购买价格更高 (2.17%)，成本更低 (\$35.93)。

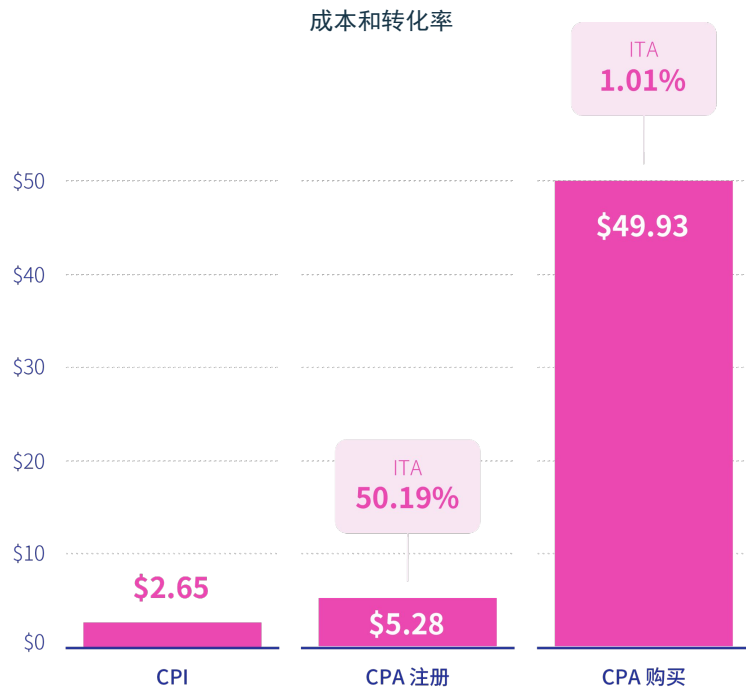


# 用户获取 基准

你相信一“滑”钟情吗？



在平均注册率为 50% 的情况下，若营销业者可以引导用户从安装顺利过度到注册成为会员，将会实现可观的收益。



“

在使用移动应用时，创意素材应该发挥主导作用来吸引用户，或帮助他们达成最终目标。在约会交友的过程中，人们寻求的是建立人际关系。因此平台如果围绕“幸福伴侣”或“成功约会”为创意主题，效果会好于以用户界面为主题。

Solange Baki  
高级增长营销经理



查看完整访谈





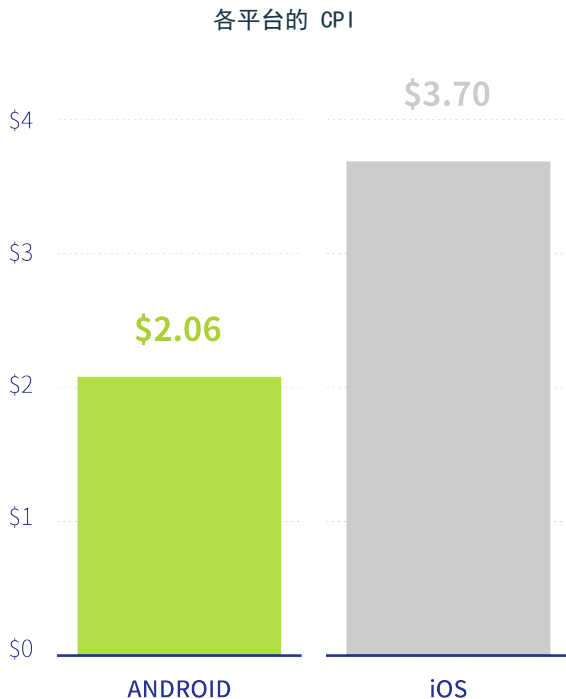
# Android vs iOS

两个平台不分伯仲





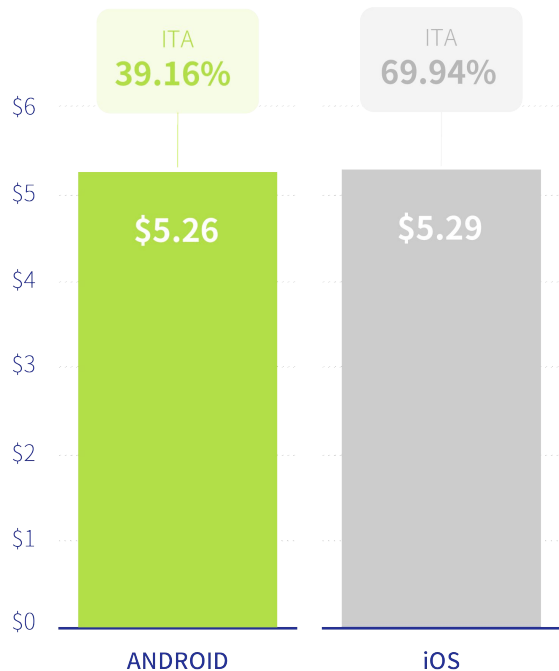
对于渴望拓展人际关系的 Android 用户而言，安装成本为 \$2.06，几乎是 iOS 用户 (\$3.70) 的一半。





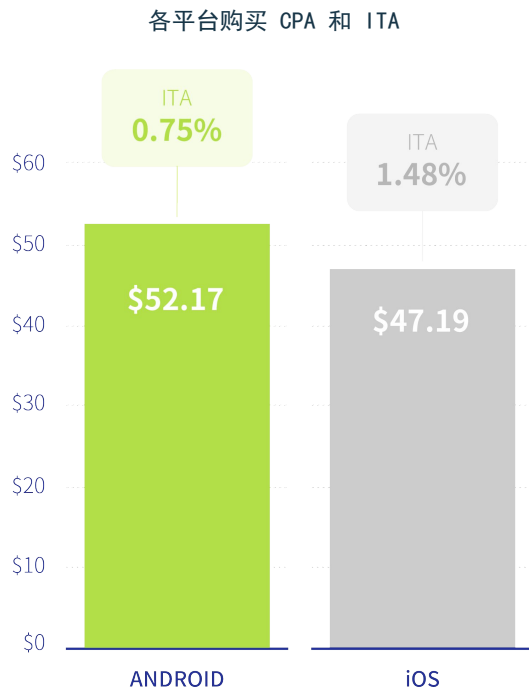
iOS 用户的注册率（超过 79%）高于 Android 用户。注册成本近乎相似。

各平台注册 CPA 和 ITA





iOS 用户进行购买的可能性是 Android 用户的 2 倍。  
Android 用户的每次购买费用也更高 (\$52.17 vs. \$47.19)。



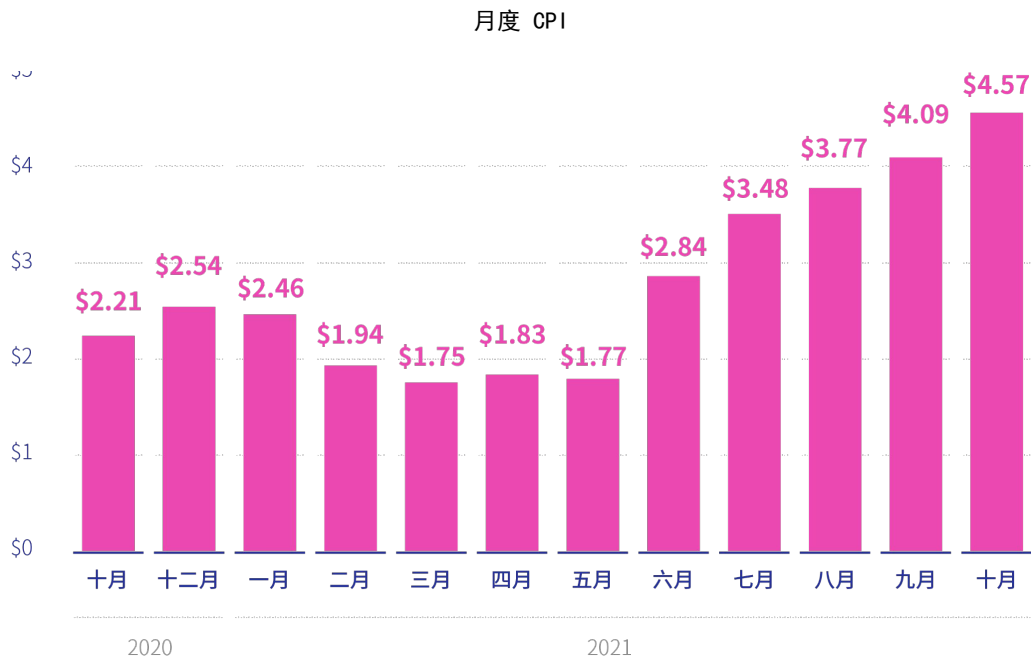


# 月度趋势

寻找另一半，携手人生四季



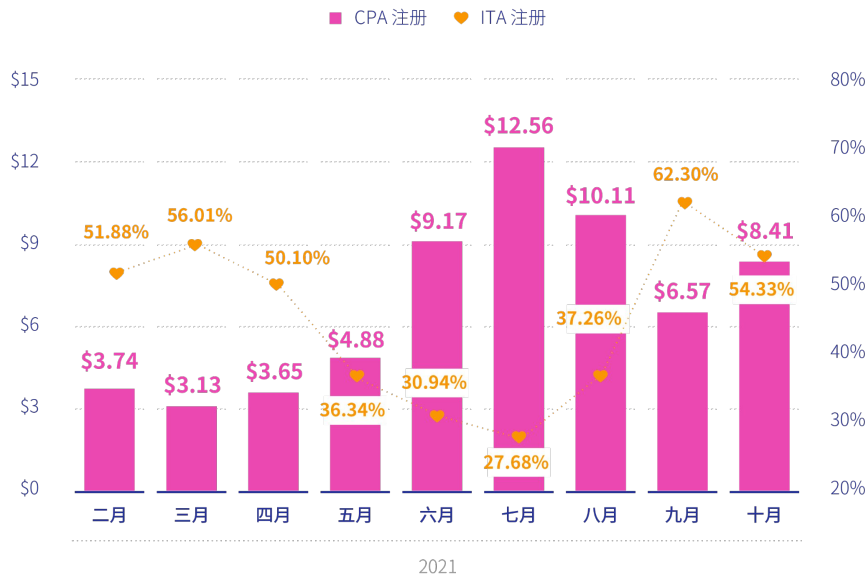
2020 年到 2021 年，CPI 增长幅度超过一倍，从 \$2.21 到 \$4.57。2021 年 6 月至 10 月，这些数据又以 12.8% 的月度幅度稳定增长。





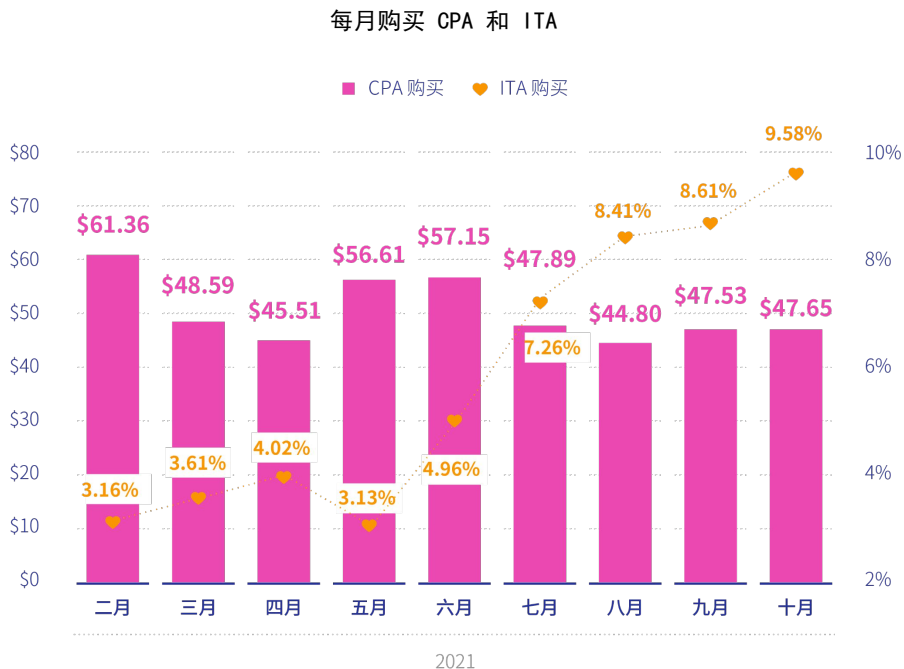
移动应用的注册率在 3 月到 7 月之间有所下降，但在 9 月反弹并达到顶峰（62.30%）。注册成本在 7 月达到巅峰（\$12.56）。


每月注册 CPA 和 ITA





每次购买的成本全年都在下降，10 月份为 \$47.65。这与不断上升的购买率相吻合，购买率在 10 月份达到近 10% 的峰值。





# 地区和国家 趋势

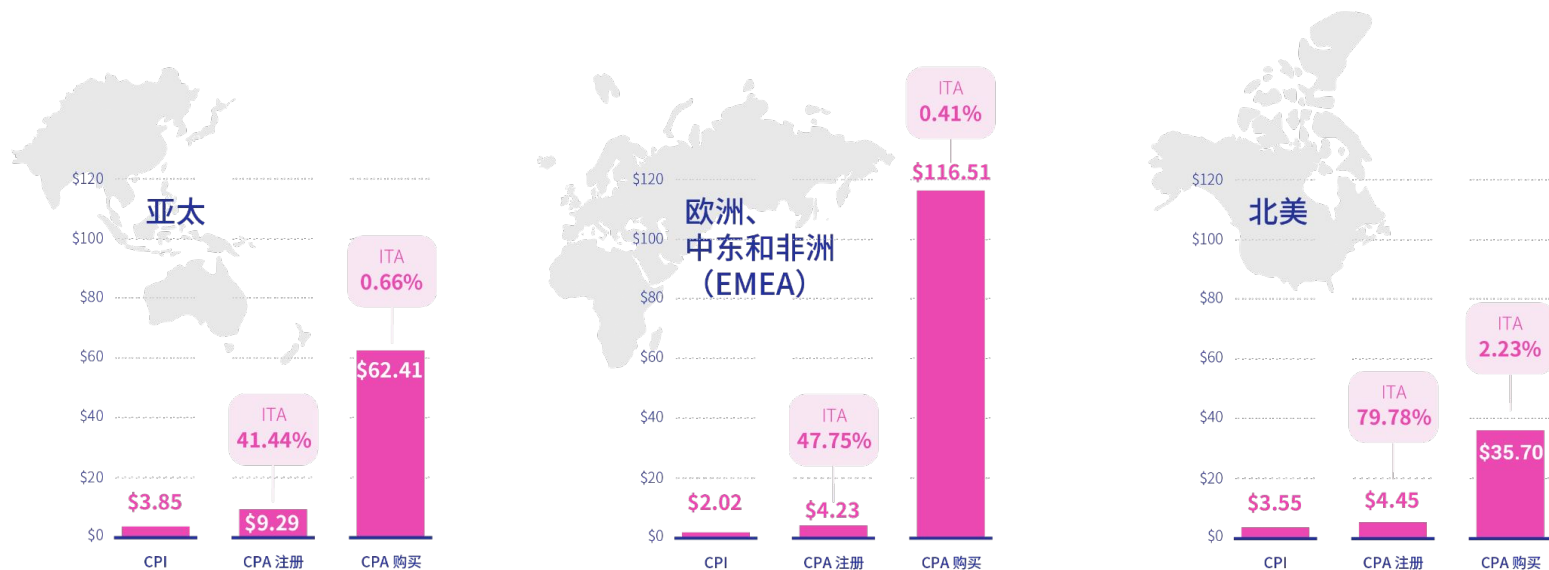
爱是一种无国界的语言





欧洲用户每次安装的成本最低 (\$2.02)，但每次购买的成本最高 (\$116.51)。北美安装成本更高 (\$3.55)，但用户更有可能注册 (80%) 和购买 (2.33%)。

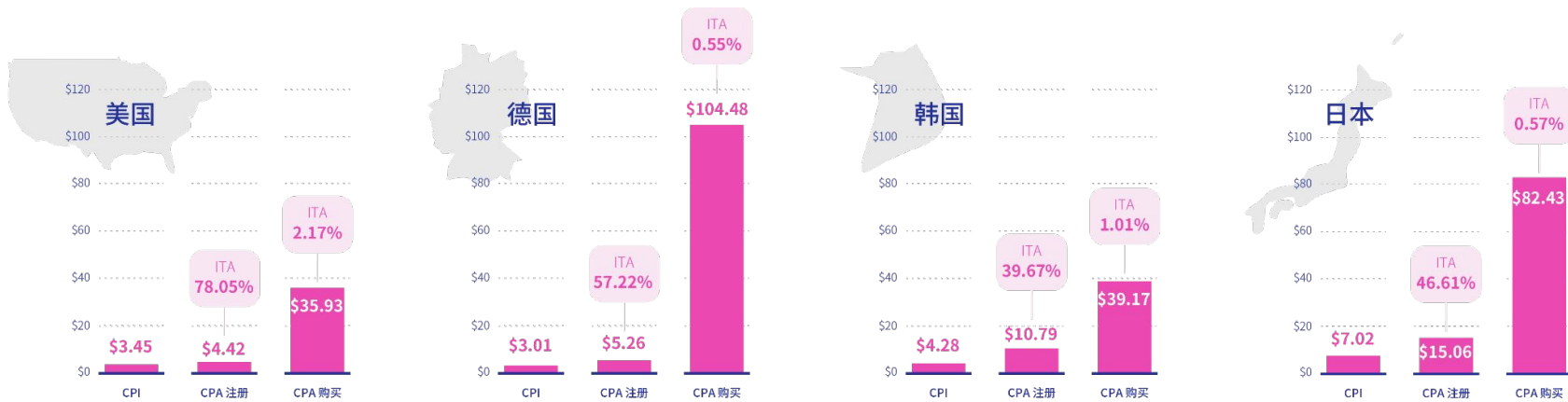
各地区的成本和转化情况





德国和日本用户的 ITA 购买率相近 (0.55% vs 0.57%)，但日本用户每次安装的成本要高得多 (\$7.02 vs \$3.01)。

各国的成本和转换情况





“

移动约会交友应用是一个竞争激烈的市场，任何策略在出现后就会被快速模仿。确保您所传递的信息，真正侧重于受众群体的独特价值主张。

---

Takahiro Motegi  
首席营销官

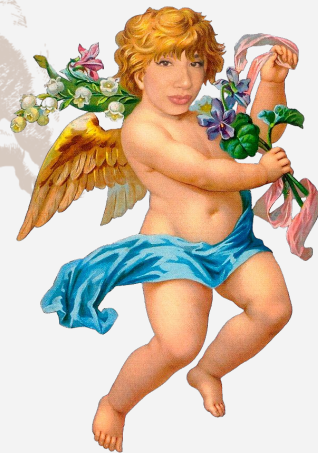
diverse

查看完整访谈



# 爱心之作

*Made with love by the  
Liftoff-Vungle Marketing team*



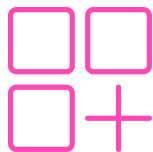


# 报告注释



# 研究方法

日期范围：2020 年 11 月 1 日 至 2021 年 11 月 1 日



79

移动应用



290 亿

展示量



2.01 亿

点击量



1370 万

安装



650 万

事件



## 关于 LIFTOFF

Liftoff是一家综合性的移动应用营销平台，专注于帮助企业大规模获取和保留高质量的移动应用用户。Liftoff 凭借预测智能和客观的机器学习为移动应用营销业者广泛寻找优质用户，通过创新测试提供最具参与性的广告体验，采用独特的价格模型优化 LTV 目标。

自 2012 年以来，Liftoff 已成为众多领先品牌广告商和应用程序发行商的长期合作伙伴。Liftoff 总部位于美国加州红木城，在纽约、旧金山、西雅图、柏林、伦敦、巴黎、新加坡、首尔、东京设有办事处，业务遍及全球。

[liftoffchina.com](http://liftoffchina.com)



## 关于 VUNGLE

也致力于改变用户获取和应用内广告体验的方式。开发者借助 Vungle 独特新颖的广告形式，实现在应用内流量变现的最大化。广告主通过 Vungle 平台，在全球范围展示广告来获取用户和提升高价值用户的留存。

Vungle 一直以数据为导向，并基于用户体验，不断创造新颖的广告模式、广告素材以及优化工具等产品。目前为止，Vungle 广告创意已覆盖超过 10 亿台移动设备，帮助广告主和开发者提高互动和回报，其中包括 Rovio、Pandora、微软等游戏行业知名公司和独立游戏工作室。Vungle 总部位于美国旧金山，并在全球范围包括洛杉矶、伦敦、柏林、北京、东京、首尔和新加坡设有分公司。

[vungle.com](http://vungle.com)

