

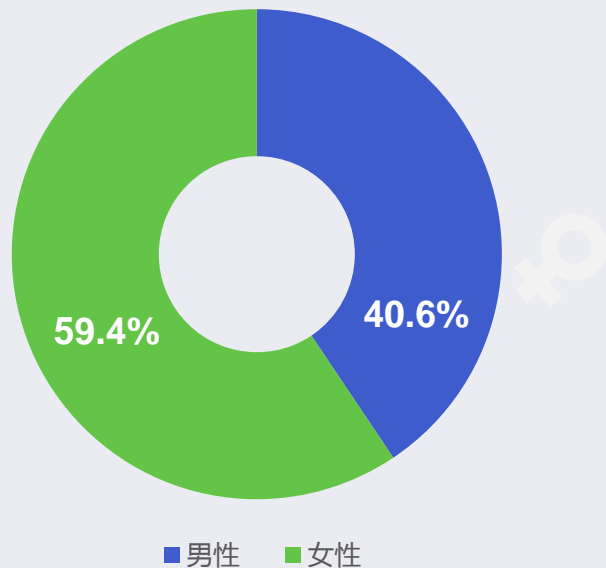
2015

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看人群 用户画像报告

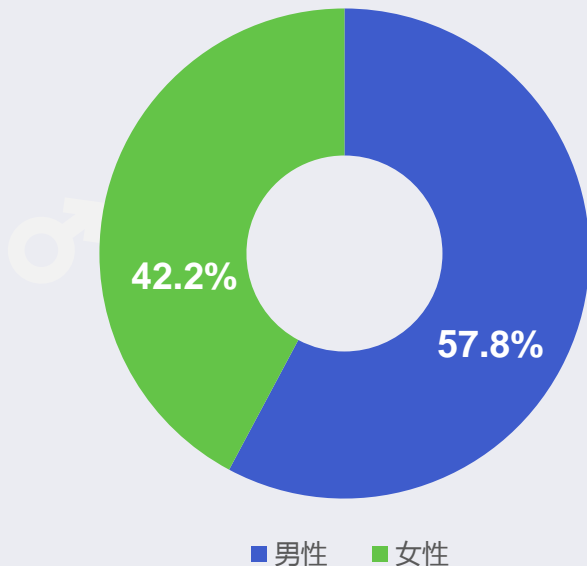
TalkingData移动数据研究中心 2015年7月

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户以女性为主，其中，女性用户占比59.4%，男性用户占比40.6%；而移动互联网整体用户男性用户居多，占比达到57.8%

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户性别分布

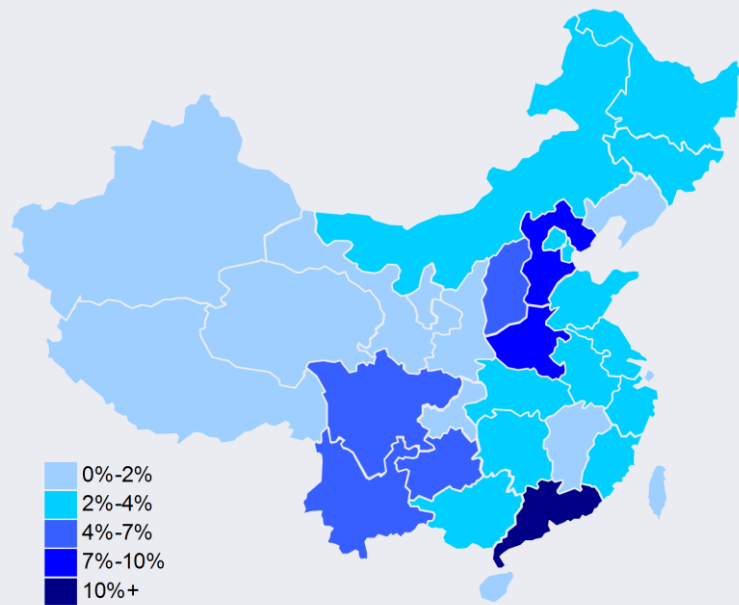


移动互联网整体用户性别分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 广东人最爱看《奔跑吧兄弟2》电视直播节目，此外，河南、四川、贵州等内陆省份亦有较多用户喜爱《奔跑吧兄弟2》



《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户
省份分布Top10

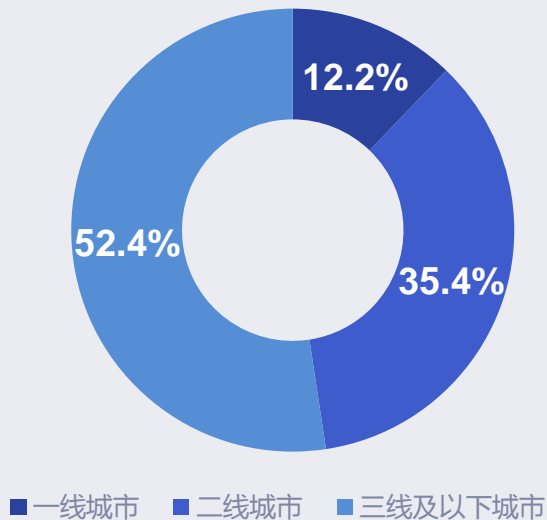
排名	省份	占比
1	广东	17.5%
2	河南	9.9%
3	河北	7.1%
4	四川	6.9%
5	贵州	6.1%
6	山西	4.2%
7	云南	4.2%
8	北京	3.8%
9	湖南	3.6%
10	广西	3.1%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

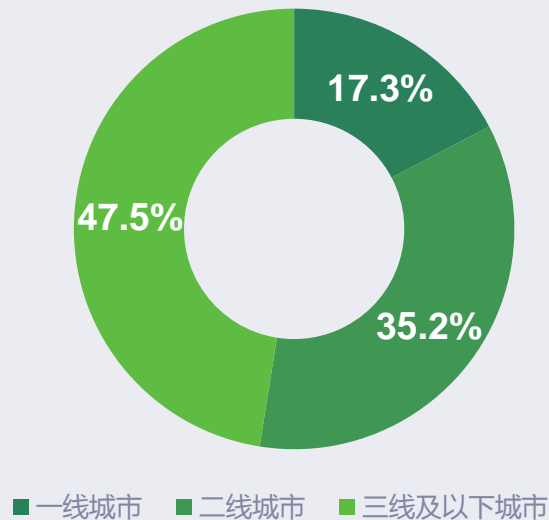
《奔跑吧兄弟2》电视直播观看人群用户画像

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户的城市分布中，三线及以下城市用户占比为52.4%，高于移动互联网整体用户，用户下沉趋势更加明显

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户各级城市分布



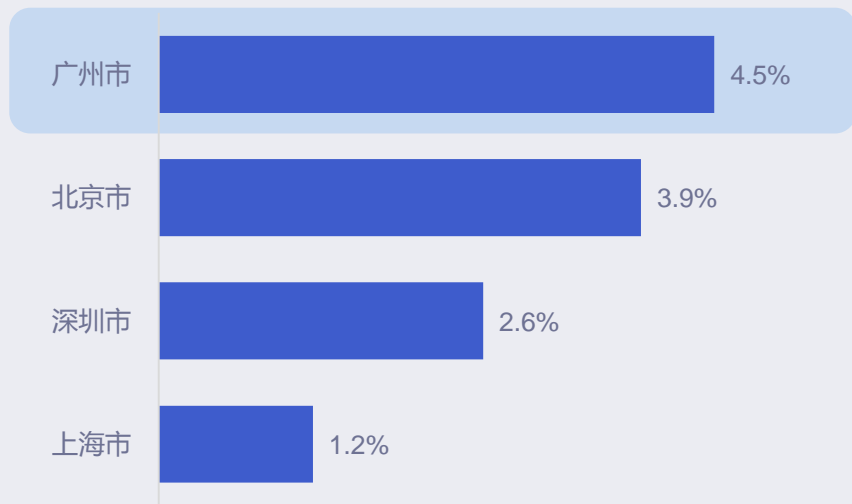
移动互联网整体用户各级城市分布



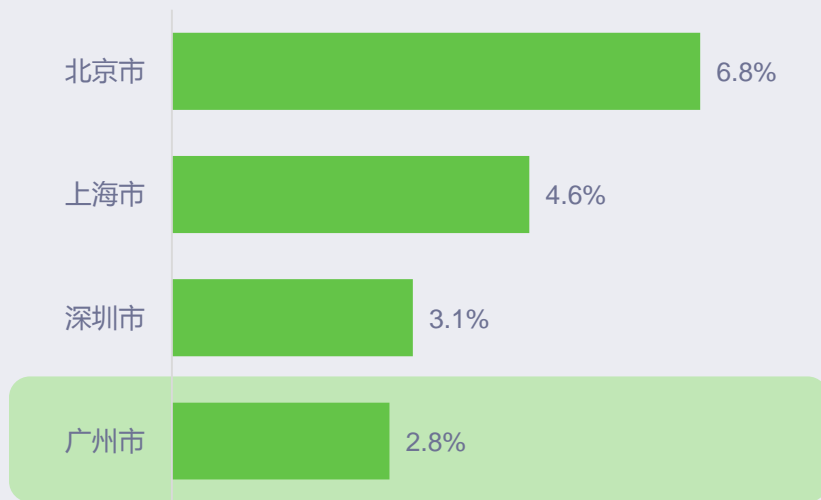
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户在广州的比例高于移动互联网整体用户，广州人更爱《奔跑吧兄弟2》

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户一线城市分布



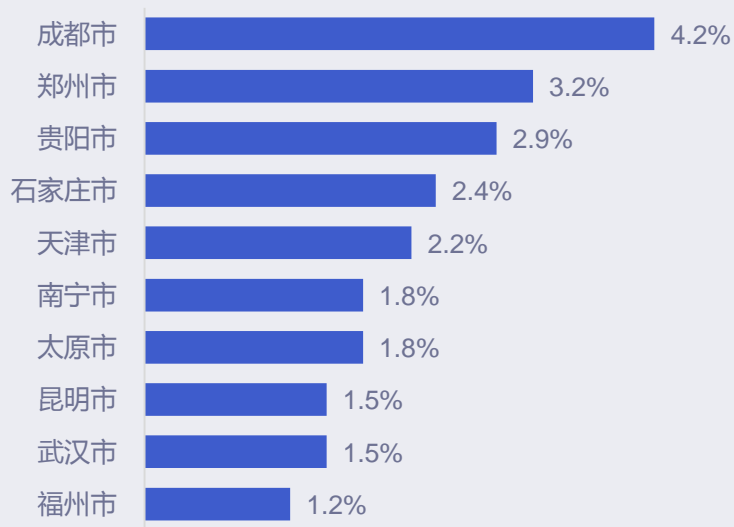
移动互联网整体用户一线城市分布



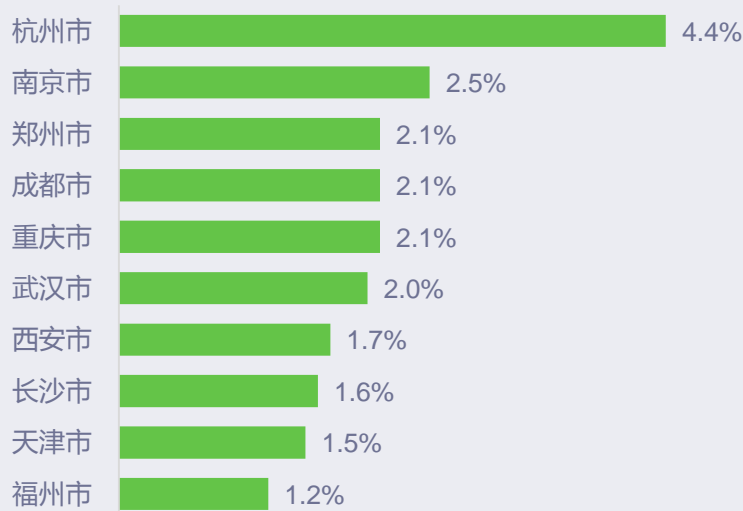
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户比例较高的二线城市以内陆省会城市为主，而移动互联网整体用户在东部发达省会城市比例较高

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户二线城市分布TOP10



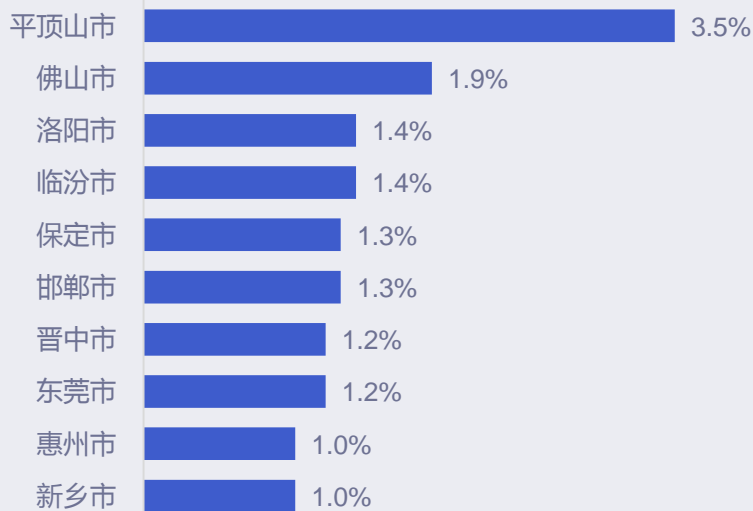
移动互联网整体用户二线城市分布TOP10



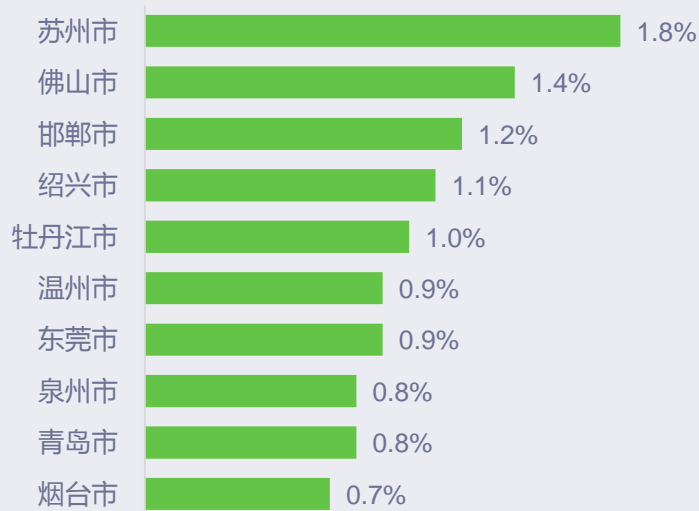
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户比例较高的三线城市多为内陆城市，而移动互联网整体用户比例较高的城市以沿海经济发达城市为主

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户三线城市分布TOP10



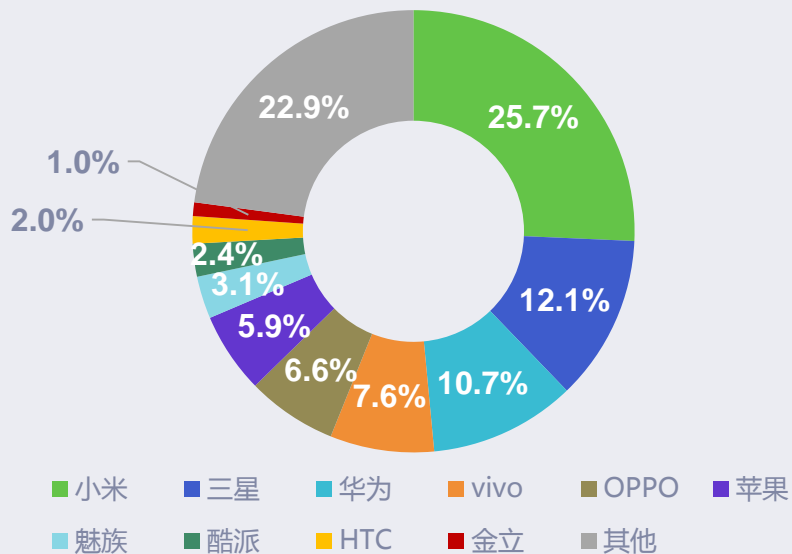
移动互联网整体用户三线城市分布TOP10



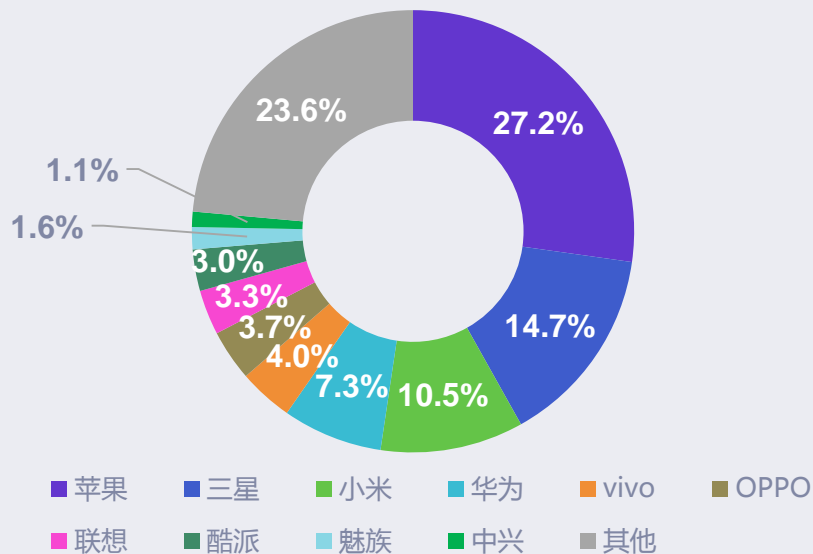
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户使用的设备品牌以国产为主，而移动互联网整体用户的设备品牌中，苹果和三星的占比和达到41.9%，《奔跑吧兄弟2》用户的设备品牌相对较为低端

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户使用移动设备品牌分布



移动互联网整体用户使用移动设备品牌分布



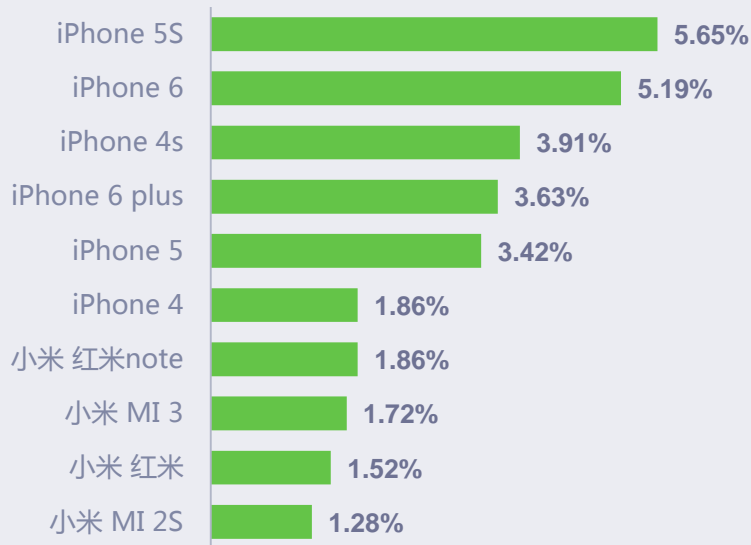
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户最爱使用的机型以小米为主，而移动互联网整体用户则最爱iPhone，《奔跑吧兄弟2》用户爱国产、对价格更敏感

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户使用移动设备机型分布Top10



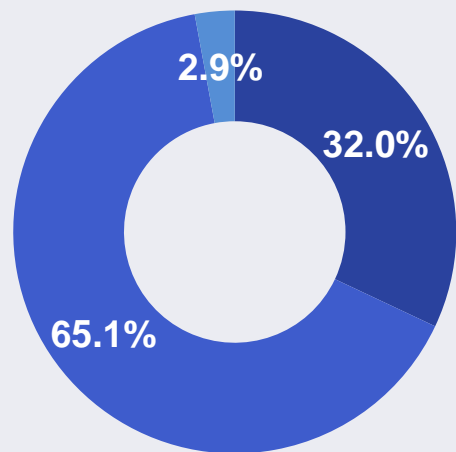
移动互联网整体用户使用移动设备机型分布Top10



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

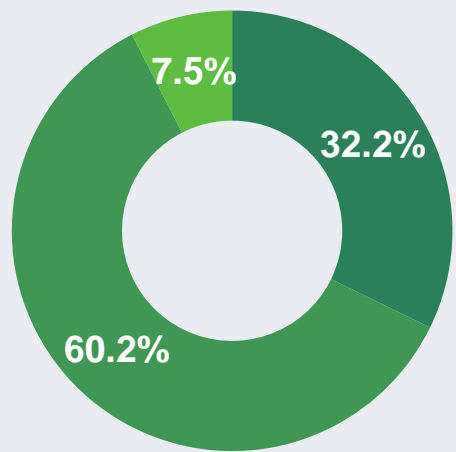
- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户使用的移动设备屏幕尺寸以4.5-5寸为主，占比65.1%，高于移动互联网整体用户，而使用5寸以上屏幕的用户较少，仅为2.9%

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户移动设备屏幕尺寸分布



■ 4.5寸以下 ■ 4.5-5寸 ■ 5寸以上

移动互联网整体用户移动设备屏幕尺寸分布

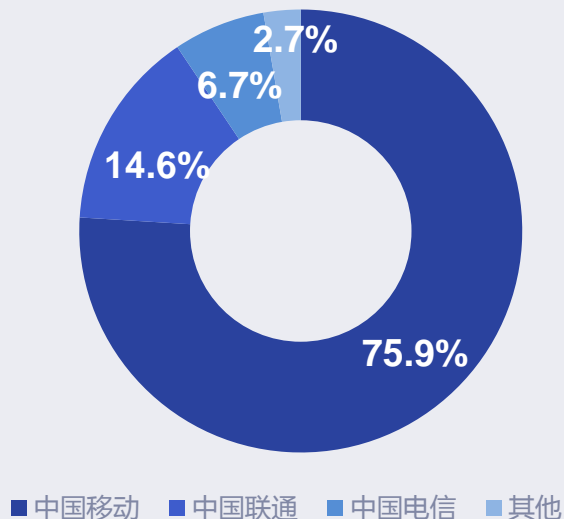


■ 4.5英寸及以下 ■ 4.5-5英寸 ■ 5英寸以上

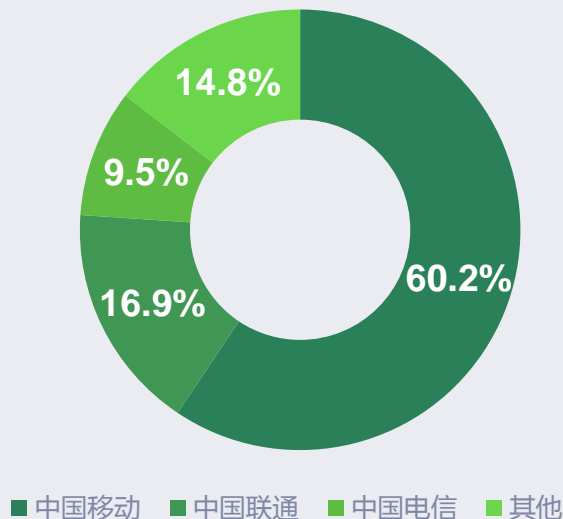
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户选择中国移动的比例为75.9%，高于移动互联网整体用户，而移动互联网整体用户选择中国联通和中国电信的比例高于《奔跑吧兄弟2》用户

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户使用运营商分布



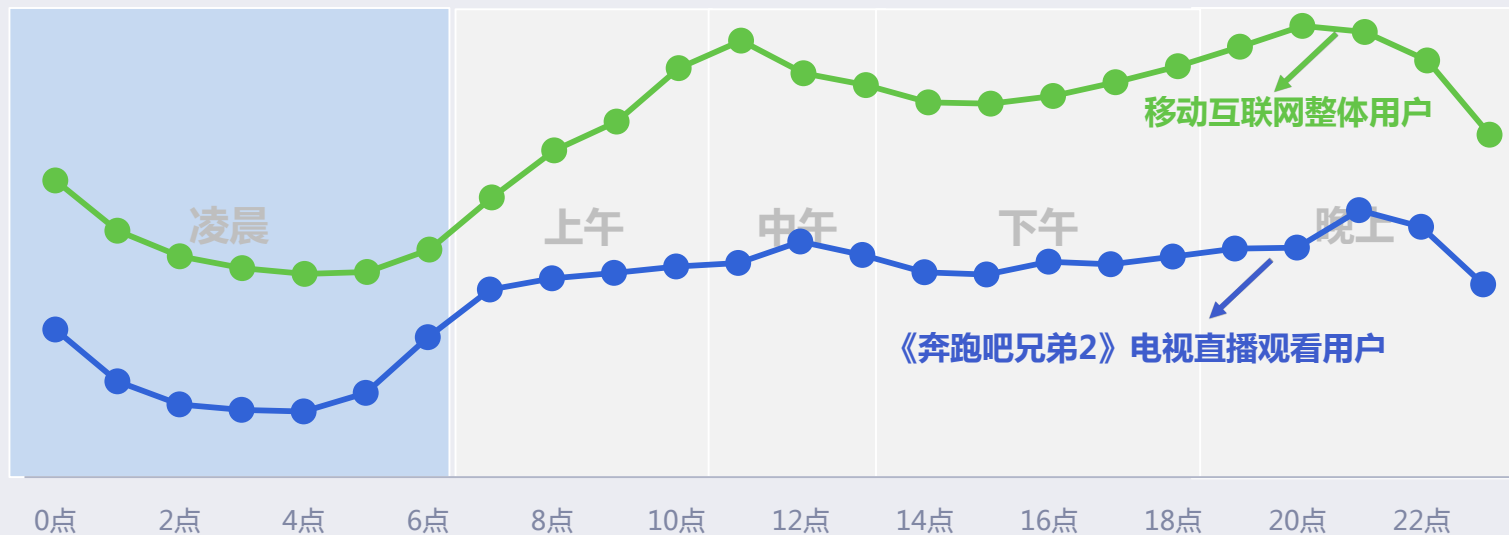
移动互联网整体用户使用运营商分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户的活跃度曲线与移动互联网整体用户略有差别，在凌晨活跃度最低，日间活跃度走势较为平缓，均处于较高水平，在中午和晚上各出现一个使用峰值

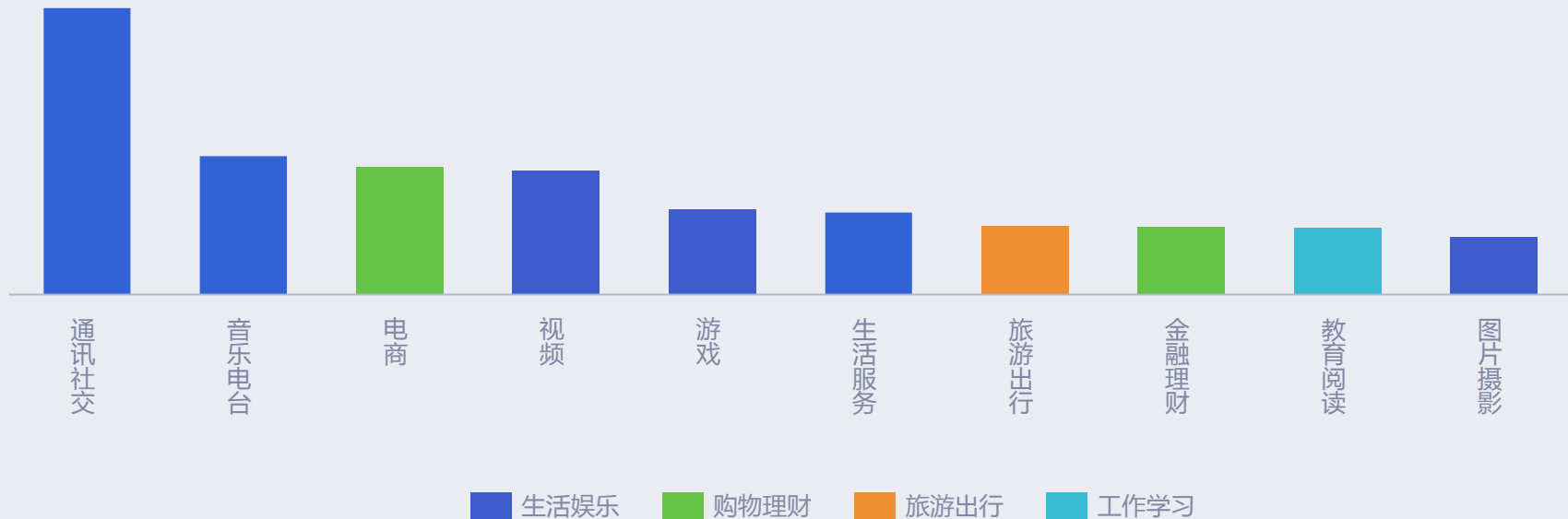
《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户移动设备使用时段变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户与通讯社交类应用关联度最高，其次是音乐电台、电商和视频，可见爱娱乐、爱购物是该用户群的两大特性

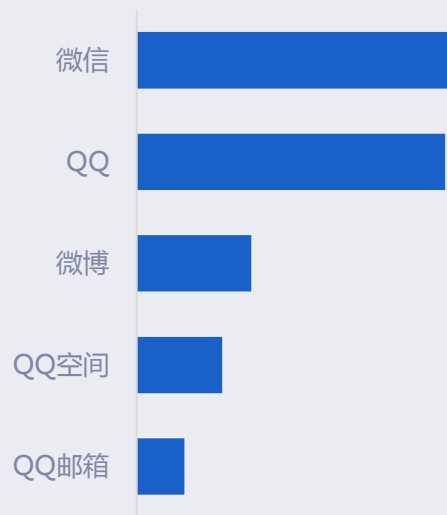
《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户移动设备关联应用类型分布Top10



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，系统应用、实用工具、应用商店类应用除外

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户的通讯社交类关联应用中，微信、QQ、微博分列前三；音乐电台类应用中，酷狗音乐的关联度最高；视频类应用中，腾讯视频的关联度排在首位

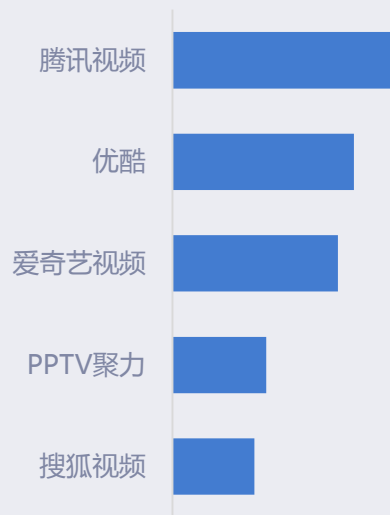
通讯社交类关联应用Top5



音乐电台类关联应用Top5



视频类关联应用Top5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户的电商类关联应用中，手机淘宝关联度排在第一，其他应用与其差距较大；游戏类中，开心消消乐关联度最高；旅游出行类中，滴滴打车关联度最高

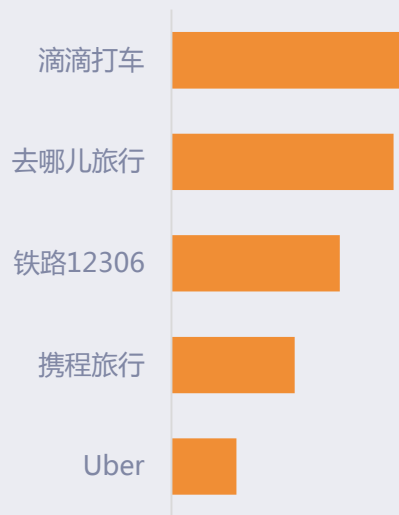
电商类关联应用Top5



游戏类关联应用Top5



旅游出行类关联应用Top5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户的线下消费品类偏好中，服饰鞋帽最受欢迎，其次是餐饮和家具电器

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户线下消费品类偏好



数据来源：WIFIPIX基于地理位置的数据

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看人群用户画像

- 《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户的品牌偏好中，服饰鞋帽类以潮流女装、运动户外和童装为主，餐饮类以快餐简餐和咖啡水吧为主

《奔跑吧兄弟2》电视直播观看用户品牌偏好



整体品牌



服饰鞋帽类



餐饮类

数据来源：WIFIPIX基于地理位置的数据

研究报告说明

● 数据来源

- ✓ 1) TalkingData 移动数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成；
 - ✓ 2) WIFIPIX基于地理位置的数据；
 - ✓ 3) 广州欢网科技有限责任公司提供直播收视相关数据。
-

● 数据周期

- ✓ 2015年6月

ABOUT US

关于我们

- ▶ TalkingData (北京腾云天下科技有限公司) 成立于2011年9月, 2013年完成千万美元A轮融资 (北极光领投), 2014年完成数千万美元的B轮融资 (MileStone和软银领投), 总部位于北京, 在美国硅谷, 日本东京, 上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展, TalkingData逐步打造了由开发者服务平台, 数据服务平台, 数据商业化平台为中心的数据生态体系, 覆盖超过16亿独立智能设备, 服务超过8万款移动应用, 以及6万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如: 腾讯, 百度, 网易, 搜狐, 360, Google, Yahoo, Zynga, 宝开, 聚美, 唯品会, 滴滴打车等知名互联网企业, 又有中国银联, 招商银行, 兴业银行, 中信银行, 平安集团, 国信证券, 海通证券, Ochirly, 碧桂园, 亨得利, 全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值, 并帮助传统行业积极拥抱未来。



Thanks!



关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com