



# 2016 “欧洲杯” 人群画像 &

## 6 大营销洞察解读

UEFA Euro 2016 T.A Online Behavior Analysis  
& 6 Implications on Social Marketing







## PART 1. 数据分析背景及分析方法

### Data Background and Methodology



UEFA  
**EURO2016**  
FRANCE



# 分析背景及方法

- 研究背景及定义人群画像：2016欧洲杯是今夏最火爆的赛事之一，本报告应用蓝标Blueview营销分析平台，挖掘关注欧洲杯的T.A目标人群，尤其是活跃在社交平台上的“欧洲杯粉丝”，清晰地了解他们的在线日常生活，为市场营销人员更好地定位目标人群，了解他们的“在线网络”行为。
- 研究方法：通过分析研究“谁在社交平台上讨论2016欧洲杯”，“他们都在讨论哪些有趣的话题”，描绘出一个完整的人群画像，包括：“T.A基本信息”，“T.A喜欢什么，关心什么”，“T.A在聊与欧洲杯相关的哪些话题点”。此报告首先提出关于T.A在社交平台上的深度行为分析，进一步总结到有价值的人群洞察为品牌营销提供建议。

# 分析流程

## BlueView 数据抓取

1. 数据抓取平台：  
新浪微博
2. 数据抓取工具：  
蓝标 BlueView 营销平台

## 数据时间及处理

1. 数据抓取时间：  
2016.03.01~  
2016.06.01
2. 数据总量：  
讨论：N=389,213  
抽样分析：  
N=2100

## 关键词

1. 2016法国欧洲杯；
2. 欧洲杯竞猜；
3. 欧洲杯预测；
4. 欧洲杯分组；
5. 欧洲杯观赛；
6. 欧洲杯赛程；
7. 欧洲杯时间；
8. 欧洲杯品牌；
9. 欧洲杯营销；
10. 欧洲杯明星；

## 洞察挖掘及产出

1. T.A 人口属性
2. T.A 是谁，说什么，  
喜欢什么，关心什么
3. T.A 洞察挖掘
4. 2016欧洲杯目标受众研究报告





## PART 2. 欧洲杯观赛者和营销粉丝对比分析

### Comparison Analysis of 2016 EURO CUP Loyal Fans VS Marketing Followers



UEFA  
**EURO2016**  
FRANCE



# 分析研究目录

## ▶ WHO “谁” 在讨论2016欧洲杯？

This section aims to identify two different types of Fans: Loyal Fans and Marketing Followers

## ▶ WHEN “活跃时间” active time

This section aims to understand the different active time and habits of T.A

## ▶ WHAT “他们” 的兴趣和爱好

This section aims to understand the different T.A' s Preference

## ▶ WHAT “他们” 的职业标签

This section aims to separate their Career Tag Identity

## ▶ WHAT “他们讨论” 关于2016 欧洲杯

This section aims to clarify what different they are talking about 2016 EURO CUP

## ► 1. WHO “谁” 在讨论2016欧洲杯？

This section aims to identify two different types of Fans:

“Loyal Fans” and “Marketing Followers”



UEFA  
**EURO2016**  
FRANCE



# WHO 他们是谁？：欧洲杯赛事“观赛者” - Loyal Fans



- **77%** 粉丝 are “男性” and 23% are “女性”
- **61%** are “80s后”
- **31%** are 来自 “北京” and 27% 来自 “广东”
- 活跃时间 **10 am, 4-5 pm, 19-24 pm**
- 标签 **Football, Finance and Gambling**

数据量: 106,720

数据源: Sina Weibo

时间段: 2016.3.1-2016.6.1



# WHO 他们是谁? : 欧洲杯营销 “粉丝” - Marketing Followers



- **87%** 粉丝 are “男性” and 13% are “女性”

---

- **52%** are “95s”

---

- **24%** are 来自 “北京” and 11% 来自 “广东”

---

- 活跃时间 **8-10 am, 8 pm, 24 pm**

---

- 标签 **Football, Social, IT, Sports Brand**

---

## ► 2. WHEN “活跃时间” active time ?

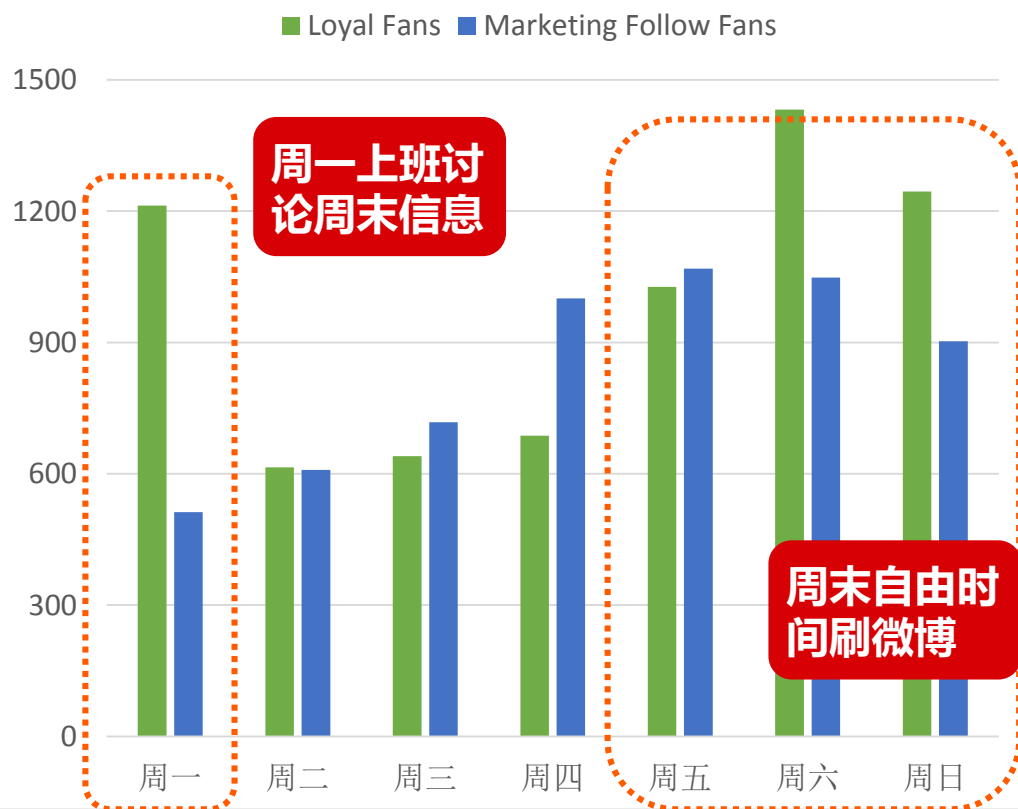
This section aims to understand the different active time and habits of T.A



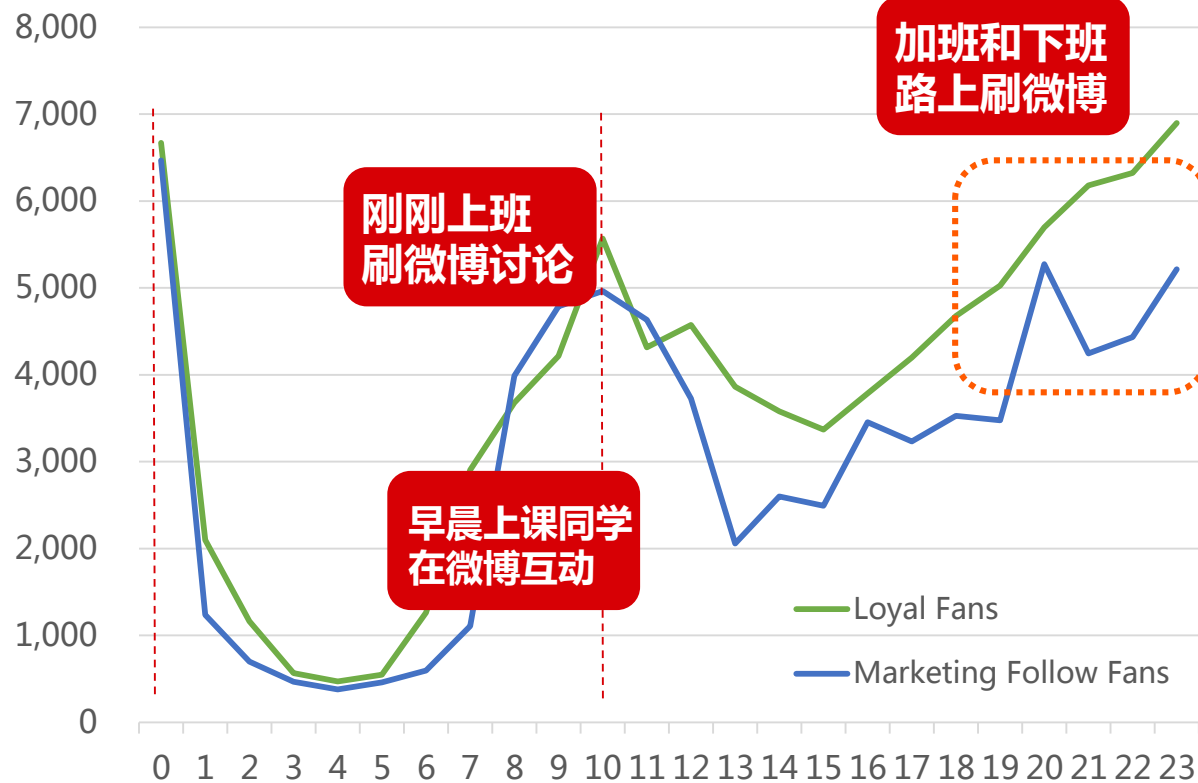
# WHEN 活跃时间？：Loyal Fans VS Marketing Followers

□ **Loyal Fans** 的活跃时间多为早上10点，下午4-5点，晚上19-24点，在24点达到最大值；而**Marketing Followers** 更喜欢在早上8-10点活跃。

## 微博活跃日期分布



## 微博活跃小时分布





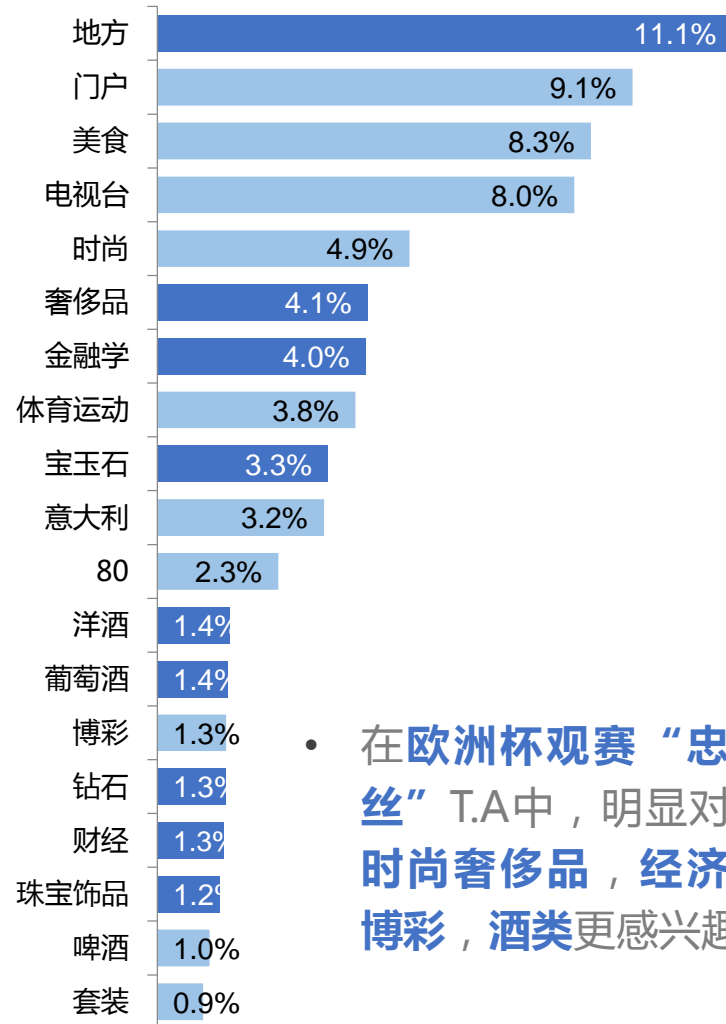
### ► 3. WHAT “他们” 的兴趣和爱好

This section aims to understand the different T.A' s Preference



# 欧洲杯赛事“观赛者” VS 欧洲杯营销“粉丝” 兴趣标签对比

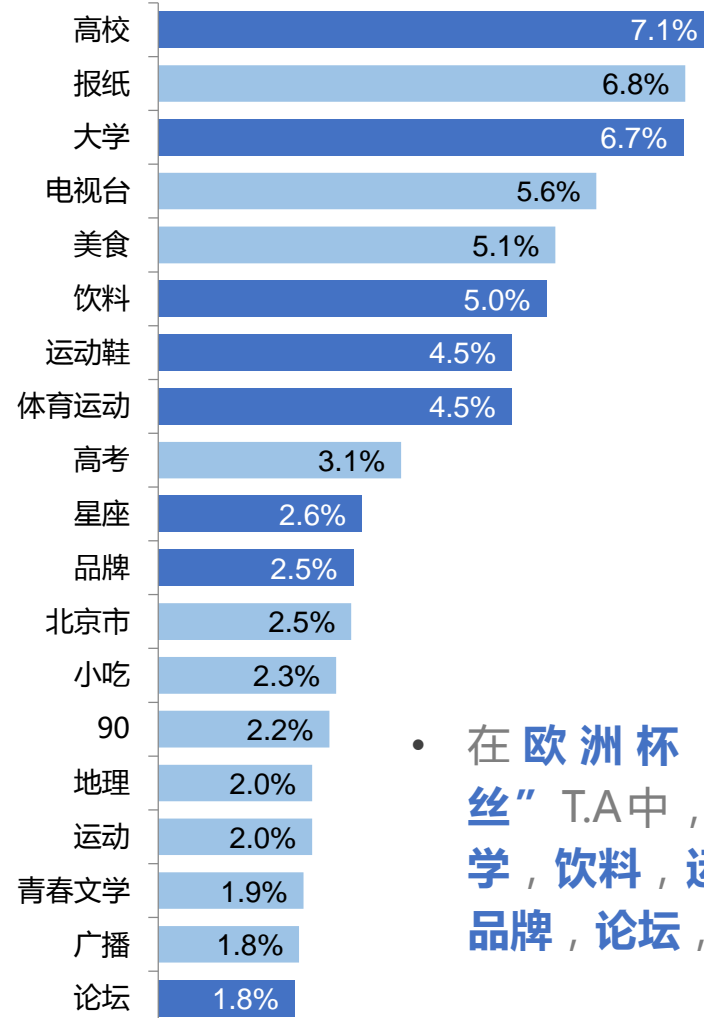
## LOYAL FANS “观赛者” INTEREST TAG ANALYSIS



- 在欧洲杯观赛“忠实粉丝” T.A 中，明显对地方，时尚奢侈品，经济金融博彩，酒类更感兴趣



## Marketing Followers “粉丝” INTEREST TAG ANALYSIS



- 在欧洲杯“营销粉丝” T.A 中，明显对大学，饮料，运动，星座，品牌，论坛，更感兴趣

# What are 欧洲杯赛事“观赛者” Loyal Fans Like

## ▶ 金融博彩相关

他们对金融经济类相关内容感兴趣，在欧洲杯期间，尤其关注赛事博彩，竞猜信息。主动参与线上，例如微博：欧洲杯竞猜，赢大奖活动。

欧洲杯观赛行为，“一边关注赛事，一边进行竞猜投资”已经在他们中成为必不可少的习惯。

## ▶ 轻奢品和时尚概念

他们追求时尚，喜欢套装

对珠宝，钻石饰品等感兴趣。

反应出其“轻奢”感念生活的理念，是对生活品质有更高要求的群体。

## ▶ 丰富的多种酒类

对于他们而言，欧洲杯期间，看比赛喝酒是必然搭配，

对于酒的品类有丰富的选择，

啤酒不是唯一的选择，

洋酒，葡萄酒更受欢迎，并且显示出其对生活品质的要求





# What are 欧洲杯营销 “粉丝” Marketing Followers Like

## ▶ 校园生活相关

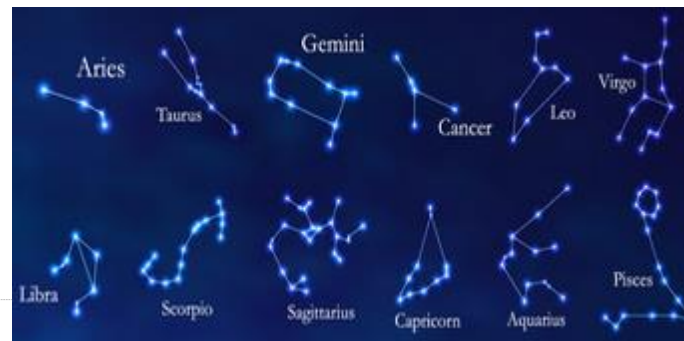
欧洲杯 “营销” follow人群，年龄多为90,95s  
在校学生居多，他们主要偏好在校园生活相关标签，  
高校，美食，饮料，同时2016欧洲杯将在高考之后开赛，  
参加高考学生也是重点T.A 人群

## ▶ 赛事热门赞助品牌营销

他们关注欧洲杯 “营销” 大于 “赛事” 本身，  
本次欧洲杯热门赞助营销品牌是谈论的重点

## ▶ 喜欢星座，爱泡论坛，爱发表言论

他们喜欢星座，研究每一个星座特点，  
爱泡论坛，自由抒发言论，  
在微博等社交平台上，表达对本次欧洲杯的看法



## ► 4. WHAT “他们” 的职业标签

This section aims to separate their Career Tag Identity

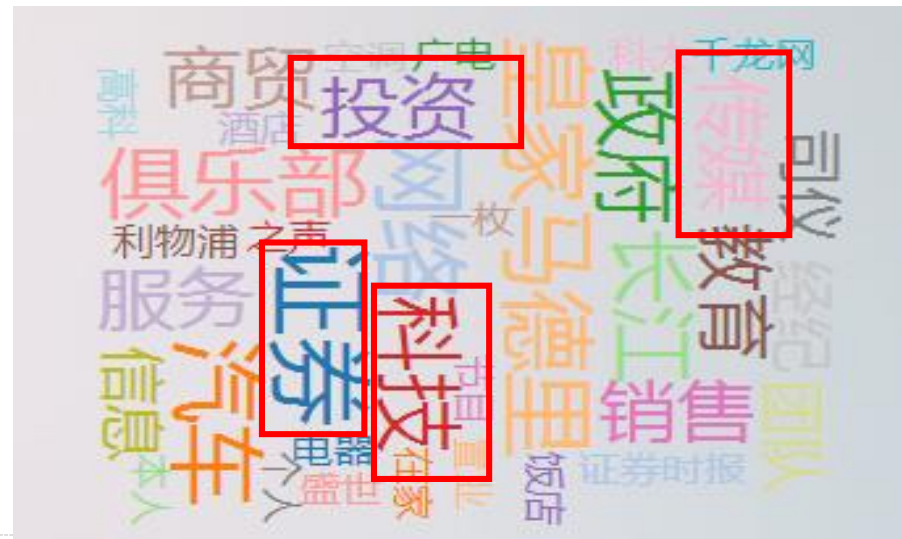


# 职业标签对比 — LOYAL FANS VS Marketing Followers

## ► Loyal Fans : 传媒 & 金融

根据“职业”标签，欧洲杯的“Loyal Fans”他们多从事传媒，投资，证券，科技类相关的职业工作。

他们在社会劳动中处于中坚力量，在职场中多属于中层级别的职位，传媒圈子和金融圈子居多。



## ► Marketing Followers : 体育运动 & 学生

同时，可以看出，欧洲杯的“Marketing Follow Fans”以学生居多，标签更多涉及大学，中等专业学校，教育等词语。

而专业方面多侧重传播，通信，体育；这也突出反应其关注“欧洲杯营销”的专业特点和要求。



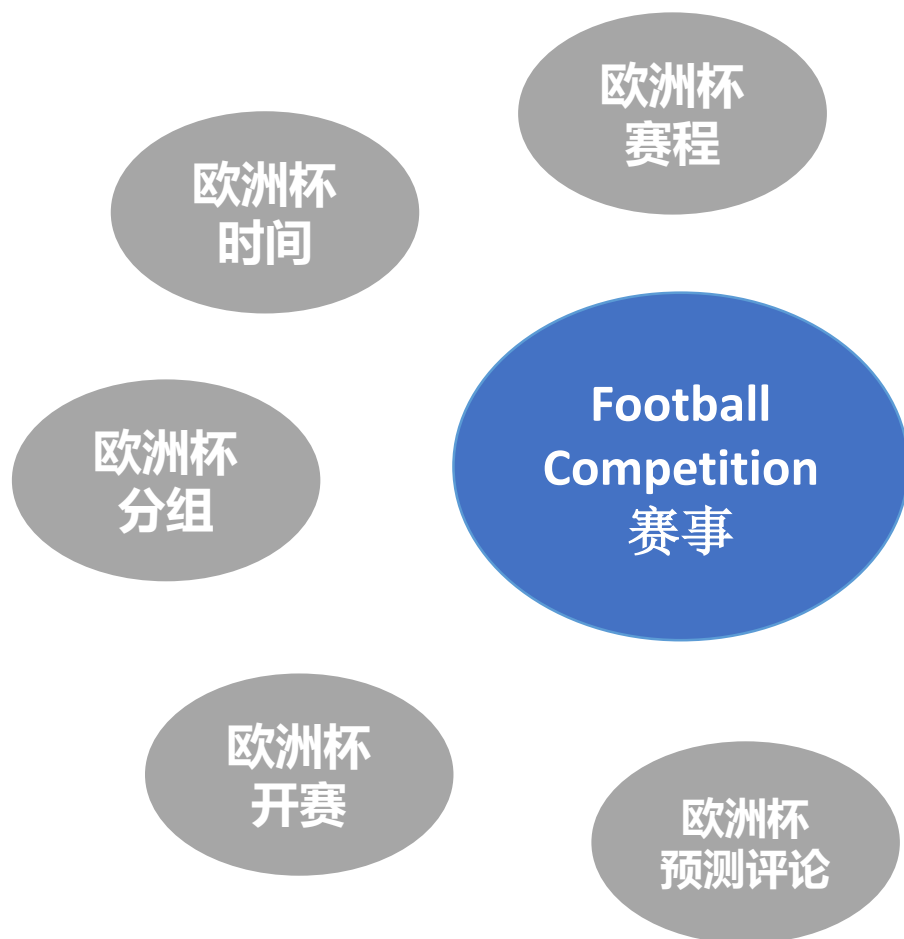
## ► 5. WHAT “他们讨论” 关于 2016 欧洲杯

This section aims to clarify what different they are talking about 2016 EURO CUP

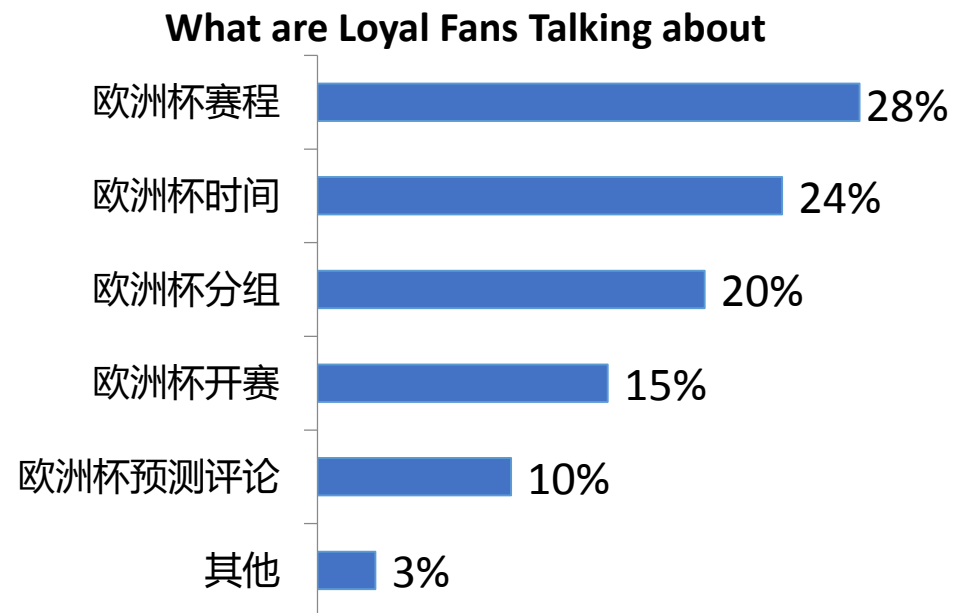


# “WHAT” 他们讨论 – 欧洲杯赛事 “观赛者” LOYAL FANS

□ Loyal Fans 更多的关注欧洲杯赛事本身, 其中 28% Loyal Fans 讨论欧洲杯的相关赛程, 小组赛以及半决赛的信息。



| 小组赛              |      |             |                  |      |               |
|------------------|------|-------------|------------------|------|---------------|
| 比赛时间(北京时间)       | 比赛地点 | 交战对手        |                  |      |               |
| 2016.06.11/03:00 | 圣丹尼斯 | 法国 VS 罗马尼亚  | 2016.06.18/00:00 | 圣埃蒂安 | 捷克 VS 克罗地亚    |
| 2016.06.11/21:00 | 朗斯   | 阿尔巴尼亚 VS 瑞士 | 2016.06.18/03:00 | 尼斯   | 西班牙 VS 土耳其    |
| 2016.06.12/00:00 | 波尔多  | 威尔士 VS 斯洛伐克 | 2016.06.18/21:00 | 波尔多  | 比利时 VS 爱尔兰    |
| 2016.06.12/03:00 | 马赛   | 英格兰 VS 俄罗斯  | 2016.06.19/00:00 | 马赛   | 冰岛 VS 匈牙利     |
| 2016.06.12/21:00 | 巴黎   | 土耳其 VS 克罗地亚 | 2016.06.19/03:00 | 巴黎   | 葡萄牙 VS 奥地利    |
| 2016.06.13/00:00 | 尼斯   | 波兰 VS 北爱尔兰  | 2016.06.20/03:00 | 里昂   | 罗马尼亚 VS 阿尔巴尼亚 |
| 2016.06.13/03:00 | 里尔   | 德国 VS 乌克兰   | 2016.06.20/03:00 | 里尔   | 瑞士 VS 法国      |
| 2016.06.13/21:00 | 图卢兹  | 西班牙 VS 捷克   | 2016.06.21/03:00 | 图卢兹  | 俄罗斯 VS 瑞典     |
| 2016.06.14/00:00 | 圣丹尼斯 | 爱尔兰 VS 瑞典   | 2016.06.21/03:00 | 圣埃蒂安 | 捷克 VS 克罗地亚    |
| 2016.06.14/03:00 | 里昂   | 比利时 VS 意大利  | 2016.06.22/00:00 | 马赛   | 乌克兰 VS 波兰     |
| 2016.06.15/00:00 | 波尔多  | 奥地利 VS 匈牙利  | 2016.06.22/00:00 | 巴黎   | 北爱尔兰 VS 德国    |
| 2016.06.15/03:00 | 圣埃蒂安 | 葡萄牙 VS 冰岛   | 2016.06.22/03:00 | 朗斯   | 捷克 VS 土耳其     |
| 2016.06.16/00:00 | 巴黎   | 罗马尼亚 VS 瑞士  | 2016.06.22/03:00 | 波尔多  | 克罗地亚 VS 西班牙   |
| 2016.06.16/03:00 | 马赛   | 法国 VS 阿尔巴尼亚 | 2016.06.23/00:00 | 圣丹尼斯 | 冰岛 VS 奥地利     |
| 2016.06.16/21:00 | 朗斯   | 英格兰 VS 威尔士  | 2016.06.23/00:00 | 里昂   | 匈牙利 VS 葡萄牙    |
| 2016.06.17/00:00 | 里昂   | 乌克兰 VS 北爱尔兰 | 2016.06.23/03:00 | 里尔   | 意大利 VS 爱尔兰    |
| 2016.06.17/03:00 | 圣丹尼斯 | 德国 VS 波兰    | 2016.06.23/03:00 | 尼斯   | 瑞典 VS 比利时     |
| 2016.06.17/21:00 | 图卢兹  | 意大利 VS 瑞典   |                  |      |               |

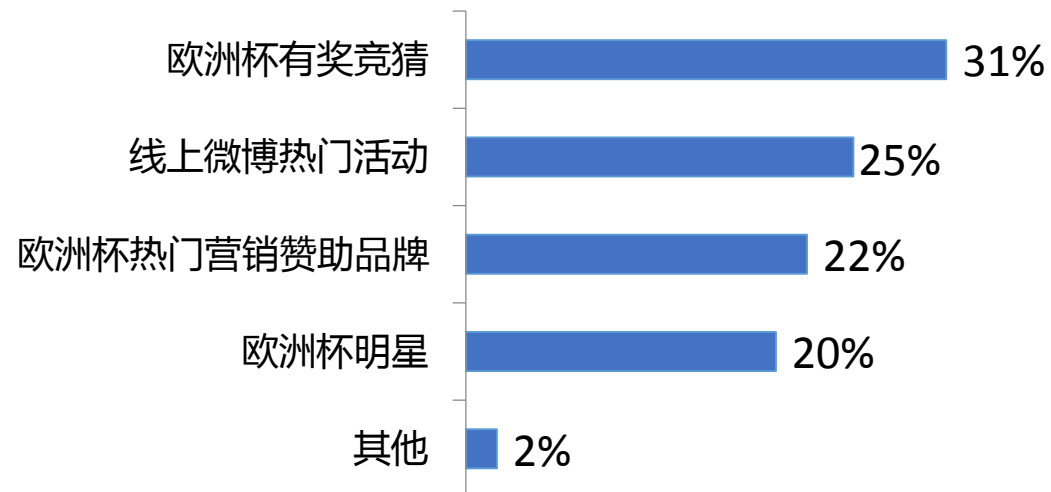


# “WHAT” 他们讨论 –欧洲杯营销 “粉丝” Marketing Followers

- **Marketing Followers** 更多的关注欧洲杯相关的活动, 其中  
**31% Fans** 讨论参与欧洲杯有奖竞猜活动, 其他线上微博热门活动也是讨论热点, 占比**25%**



What are Marketing Followers Talking about





# 总结 – “错位” 粉丝，“对症” 营销



## 总结：

- 欧洲杯的观赛者是**80后**，更关注赛事赛况足球运动本身。
- 欧洲杯的营销者是**95后**；更关注把欧洲作为一个热点，与“娱乐节目”并行。

## 营销建议：

- **80后**更关注赛事体验、赛果信息；适合于**品牌价值**的体现。
- **95后**更关注赛事热点活动、热门赞助品牌、球星帅哥、与娱乐话题的结合；关注参与和热点，适合于**品牌热点事件营销**。



## PART 3. 欧洲杯6大社会化营销洞察

### 6 findings on Social Marketing Story Telling



UEFA  
**EURO2016**  
FRANCE

# 社会化营销 “6” 大发现

- T.A人群存在差异化，“错位营销”需关注
- #看热闹#，#追热点#，体育营销逐步“娱乐化”
- 啤酒是欧洲杯必备套餐，但已不再是唯一选择
- “汽车”品牌依旧大动作，但轻奢生活正当时
- #谁陪我一起看欧洲杯#，社交平台求陪同，社群营销正当时
- 女性观众潜力大，或是下一个机会点







#1

Differentiation  
“差异化”

- #观众不是唯一营销人群#

# 欧洲杯“人群画像”分析，营销“错位”现象凸显

我们通过研究发现：

欧洲杯赛事的“观赛者”  $\neq$  欧洲杯营销的“粉丝”

“Loyal Fans”



“Marketing Followers”



存在差异！

# 2016欧洲杯粉丝“错位”对比

## 2016 EURO CUP Loyal Fans

- **年龄:** 80s
- **性别:** More Male
- **偏好:** Finance, Stock, Lottery, Football, Sports
- **地域:** Beijing, Shanghai, Guangzhou, 1<sup>st</sup> tier cities.
- **活跃时间:** 10 am, 4-5 pm, 7-24 pm, 0 pm is the peak.
- **职业标签:** Media & Finance
- **兴趣标签:** Wine, Jewelry, Luxury Accessories



VS



## 2016 EURO CUP Marketing Followers

- **年龄:** 95s
- **性别:** More Male
- **偏好:** Football, Basketball, Sports Brand
- **地域:** Beijing, Shanghai, Guangzhou, 1<sup>st</sup> tier cities.
- **活跃时间:** 8-10 am, 8 pm, 0 pm is the peak.
- **职业标签:** Sports & Student
- **兴趣标签:** Beverage, Sneakers, Sportswear



# 总结 – “错位营销”



总结：

- 作为T.A，欧洲杯赛事忠实粉丝人群 “**Loyal Fans**” 与欧洲杯营销热点关注人群 “**Marketing Followers**” 表现出画像 “**错位**”
- 我们一般认为的传统赛事营销中 “**观赛者**” 及 “**被营销者**” 是相同的一类人群，然而，随着“媒介技术的发展”，体育赛事的“参与”和“观赛”方式都有极大的延伸，所以，“观赛者”和“被营销者” **产生人群“错位”** 的现象。

营销建议：

- 关注人群 “错位” 现象，提升社交化营销推广的 “**品效**” 合一。



Sport Marketing

#2

- #看热闹#

# WHAT are “粉丝” 讨论关注于 #看热闹# ?

## □ 欧洲杯竞猜 Football Quiz:

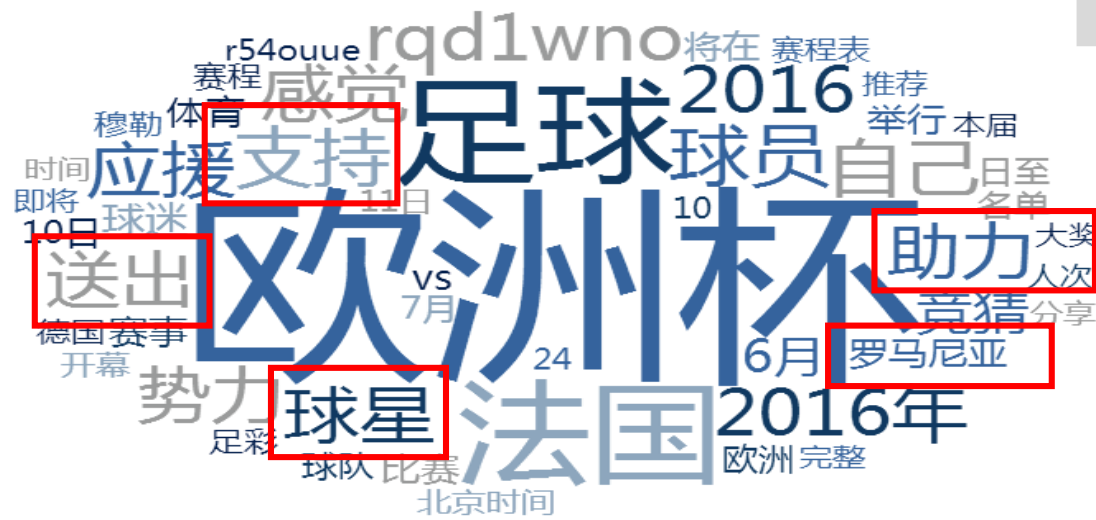
根据“分组”和“球队表现”，对赛事进行预测分析，小组前16名排名预测；中奖奖品和奖励。

## □ 品牌营销相关话题 Marketing Topics :

讨论欧洲杯赞助的热门营销品牌及活动；  
#微营销，大英雄#，#零距离足球# 等社交平台热门话题。

## □ 娱乐活动及明星球员 Entertainment & Star Player:

讨论欧洲杯相关娱乐活动，例如【沸腾时刻】，  
【法兰西“欧洲杯”来啦】，【优酷土豆即将开启】等；谈论和支持明星球员。





# WHAT are “粉丝” 讨论关注于 #看热闹# ?

## 欧洲杯竞猜 Football Quiz

- #欧洲杯 法国VS罗马尼亚竞猜#转发的意义在于拿大奖啊拿大奖！别说我小气，有奖品这件事我可告诉你了！还不来参加“竞猜欧洲杯赛事，赢取官方正版奖品”活动，你想后悔一辈子吗？ <http://t.cn/R54oUuE>
- #竞猜欧洲杯赛事，赢取官方正版奖品#继续支持期待收获的喜悦！



## 品牌营销相关话题 Marketing Topics

- #欧洲杯# 还有一个半月欧洲杯就要开始了，嘉士伯做了个搞怪的营销。他们让英国足球名人 Chris Kamara (前足球运动员，现 Sky Sports 解说员) 扮成老人，如果有人地铁里给他让座了，他就送对方一张欧洲杯门票。你可以看下视频，气氛还是挺欢乐的：<http://t.cn/RqHd8xk>



## 娱乐活动及明星球员 Entertainment & Star Player

- #欧洲杯#我向鲁尼送出一个足球，感觉自己萌萌哒！爱足球的亲们，快来送球应援你所支持的球星，助力球员势力榜吧！<http://t.cn/RqD1WnO>
- 出生牛犊不怕猫.....战斗民族欧洲杯24强主帅球员时代形象一览 <http://t.cn/R5t3euq>



# 总结 – 爱看热闹，追逐热点，体育运动的“娱乐化营销”



## 总结：

- 看热闹，追逐热点逐渐成为体育运动，体育赛事的营销主题。这也是体育赛事“粉丝化”的一种表现。
- 年轻一代的粉丝不局限于关注比赛本身，其更侧重比赛相关的营销热点，追逐流行，彰显个性。

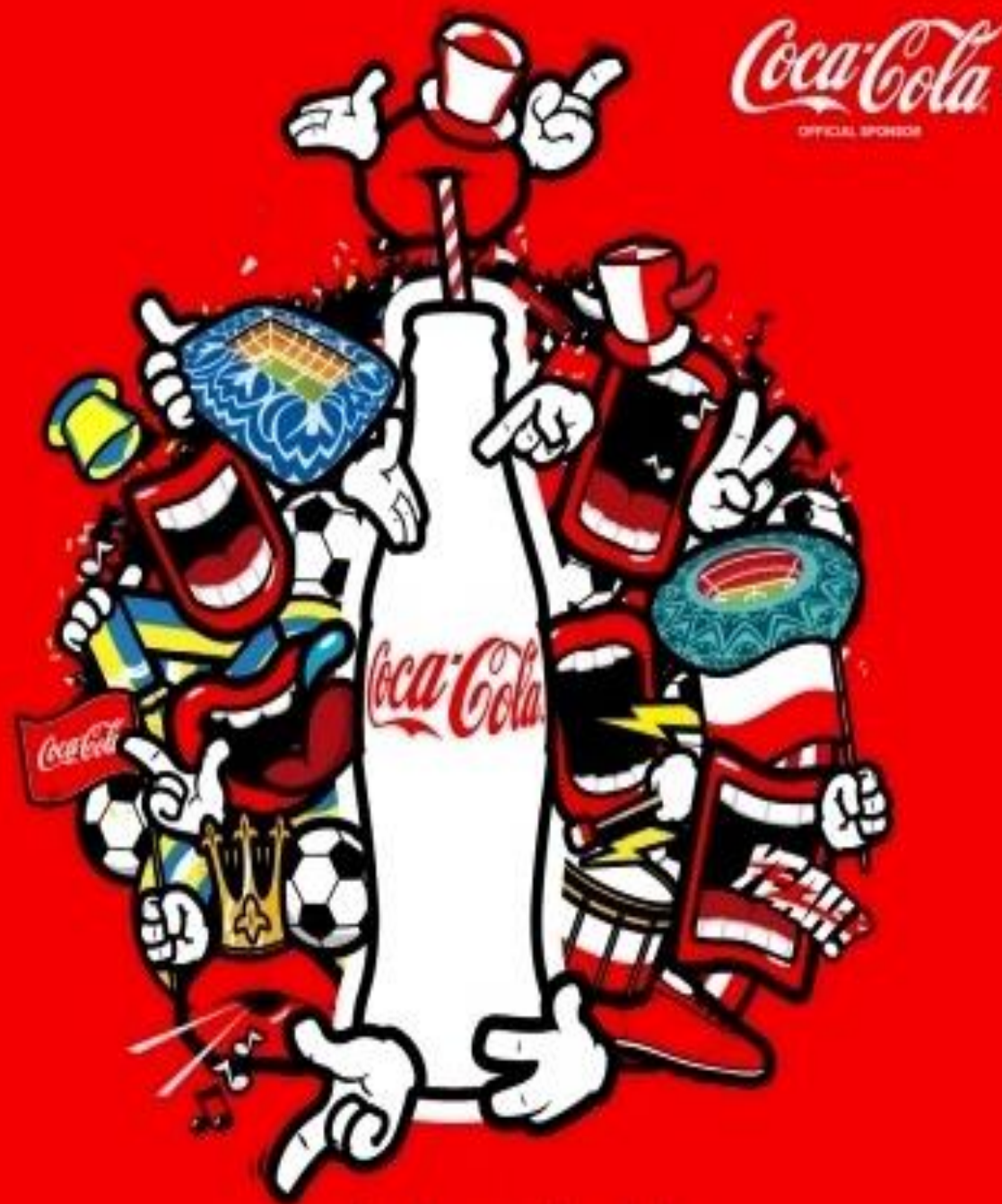
## 营销建议：

- 将“体育营销娱乐化”作为主题，深入渗透到品牌在欧洲杯类体育赛事期间的营销活动中，紧追热点，迅速反应，满足粉丝的追逐流行，猎奇的心理。

#3

Beverage is a  
good Choice

- #啤酒不再是唯一#

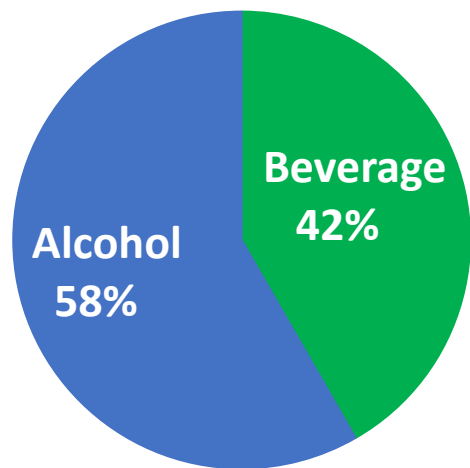




# 在观看欧洲杯比赛期间，粉丝们都选择“喝什么”？

- 当粉丝观看欧洲杯比赛时，**酒类 Alcohol** 依旧是首要选择，占比58%；但已经不是唯一选择，**软饮 Beverage** 也是一个不错的选择，得到42%的支持。

Drinks when watching the game



## Alcohol

No. 1 Beer  
86%

No. 2 White  
10%

No. 3 Wine  
4%



## Beverage

No. 1 Carbohydrate: Coca-Cola  
92%

No. 2 Sports Beverage  
8%



# 酒类 Alcohol 对于 Loyal Fans来说，是看比赛必不可缺的搭配

啤酒 Beer – Top Choice, Drink Beer and Eat Snacks is happy hour with football game



## 1# EURO CUP is a Habit



0083零式 ★

上届世界杯，和同事喝完白酒又烧烤摊喝啤酒，晕得揭幕战都没看清球在哪；上届欧洲杯，和@繁星一粒在青岛喝完后在厕所吐了半宿，吐完了揭幕战也打完了。...这届世界杯即将开打，目前晚上九点半，有请我喝酒的没？



芬达醒目\_1986LCFC

欧洲杯快到了，不记得倒计时还有多少天了！但是内心依然有一种想熬夜看球的冲动。说到欧洲杯看球，当然少不了饮料和啤酒。一边喝一边看，爽歪歪。我会一如既往的支持我的法国和西班牙，A组的法国，D组的西班牙，你们一定要力争会师到最后的决赛啊！加油，fighting。我会做你们最忠实的第12人。晚安世界

白酒和红酒 White and Wine – As second choice more discussed for Marketing



## 1# New Marketing Idea



栏里栅人

全靠一帮充满正义的广告，我等才能从可恶的天盛手中得以解放，恢复了免费看球的基本权利。欧洲杯的广告，自然不少，估计也不便宜。但对其中两个洋酒的广告辩证地想了很久：她们怎么会在这里卖广告呢？看来喝得起这酒的人们肯定也在熬夜看球~~！



望春風zzz

目前最稳的是白酒，稀土也可以关注。一般逢赛必软，欧洲杯来了行情如何？这波反弹究竟到哪？拭目以待。  
6月3日09:51 来自 iPhone 6

# 年轻的 Marketing Followers 更喜欢选择 “Beverage” 软饮

碳酸饮料 可乐 Carbohydrate: Coca-Cola – a Lot of Fun for Younger Generation Fans



## 1# Younger Generation Priority Choice and for Fun



绿油的沙漠

大学第一次看足球，抽着烟，喝着可乐，和小杨，看欧洲杯！

东大街



胖小鹏z

可乐，乐事，麦当劳，走到全球都是一个味道🐱...已经坐等欧洲杯了，毕竟梭了尤文虽然我爱着巴萨（其实只是个想趁机喝点酒的伪球迷😁）

运动饮料 Sports Beverage – Pass on “healthy” idea for Football Game Fans



## 1# Special for EURP CUP – Follow Trend



JAYMI-墨吟轻歌 ★

!! OVO欧洲杯专用饮料



## 2# More Healthy after Sports



frank\_place ✓

#cityfitness欧洲杯足球# 足球运动由于跑动较多，技术动作幅度以及出汗量都较大，因此，在运动间歇要适当补充水分。正确的补水方法是少量多次，可每5分钟左右补一次水，每次不超过100毫升。不要在感到口渴时再饮水。运动后可以喝少量的运动饮料或淡盐开水，以多次少饮逐渐补充为宜，切莫一次大量饮水



# 总结 – 啤酒是欧洲杯必备套餐，但已不再是唯一选择



## 总结：

- 在Loyal Fans的习惯，酒是看欧洲杯必不可缺的搭配，尤其是啤酒，也是欧洲杯营销的一大主力。
- 而更年轻的Marketing Followers则更侧重选择饮料，碳酸饮料可乐是其第一选择，运动饮料也很受欢迎。

## 营销建议：

- “喝啤酒”作为观看欧洲杯传统的习俗，还是必不可缺，但在欧洲杯营销方面，品牌众多，竞争激烈；根据目前粉丝的偏好，饮料品类会因为推出特别的概念，觉得更流行，更时尚，更加受到粉丝们的追捧。

“轻奢” Affordable luxury  
属于我的生活态度

#4

Car is not the key  
Marketing on EURO Fans  
all the time

- #轻奢生活正当时#

# “汽车品牌” 依旧是每届欧洲杯的代表营销形象，主打多种大型营销活动



1

## 明星球员代言 Star Player Endorsement

启用非常有名和当下正流行的足球明星代言，去创造汽车品牌和欧洲杯热门明星和热点话题的紧密联系，提高曝光热度，赢得粉丝口碑。

## MUTIPLE MARKETING ACTIONS

2

## 欧洲杯汽车主题公园 AUTO Fans theme Park



汽车品牌创建以“欧洲杯”为主题的露天公园，为给球迷提供一个一起观看比赛的场所，以此更提高品牌知名度。

## WERE PLANNED WITH CAR ADVERTISERS



邀请车主组团，现场观看欧洲杯比赛  
Invite Car Owner Visit EURO CUP

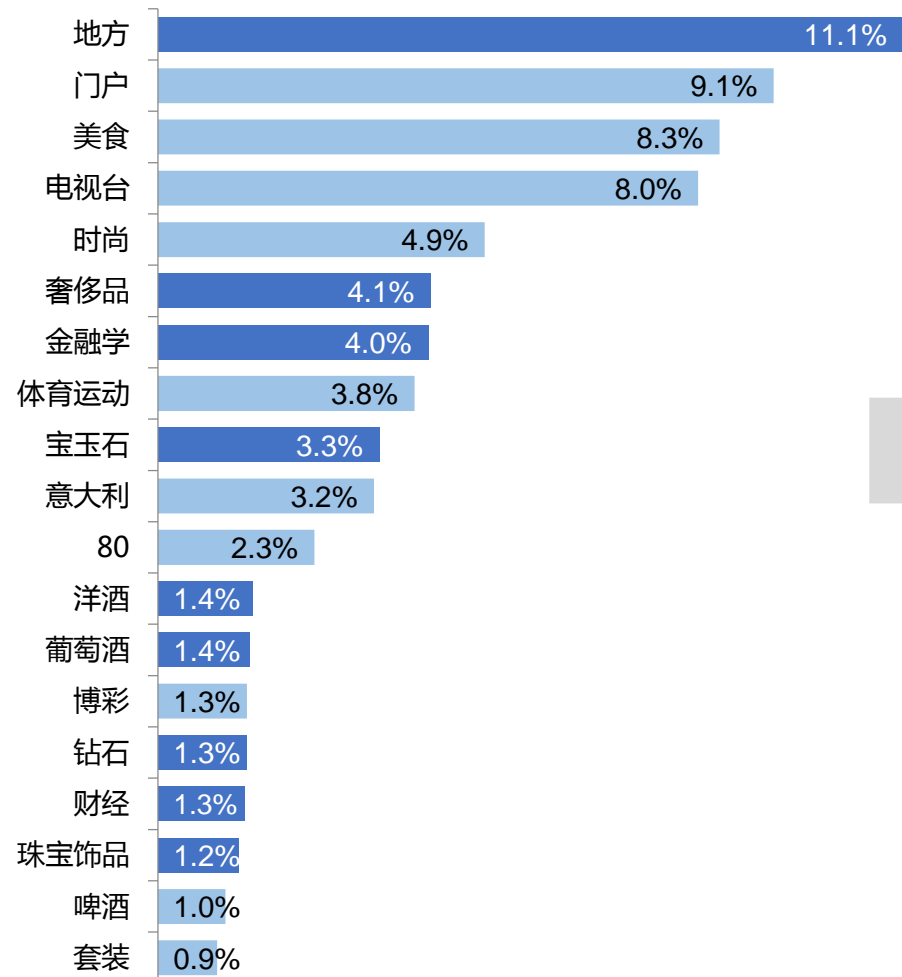
特别邀请汽车车主组团前往欧洲现场观看比赛，提高不一样的用户体验。

3



# 目前“80s”欧洲杯观赛者更多关注“轻奢生活”作为新兴趣标签

## INTEREST TAG ANALYSIS



□ “80s” Loyal Fans pay more attention on affordable luxury Life Style according to their Weibo Tag



## 总结 – “汽车” 品牌依旧大动作，但轻奢生活正当时



### 总结：

- 汽车品牌一直是欧洲杯营销的重点品类，为赢得粉丝的眼球和口碑，大手笔投入，竞争激烈。
- 根据微博兴趣标签发现，目前欧洲杯的观赛T.A对“轻奢生活”理念更偏重，更感兴趣。

### 营销建议：

- “轻奢生活”作为新的营销理念提出，对于欧洲杯类体育赛事，是一个新的营销点。对比在汽车类品牌频频举行大量活动，粉丝易产生审美疲劳情况下，“轻奢生活”新概念，更加吸引眼球。

A French football fan is shown in the foreground, wearing a blue Adidas jersey with the number 12 and the French national team crest. He is holding a large French flag (blue, white, and red) high above his head with his right arm. He has a joyful expression, looking upwards. In the background, other fans are visible, some also holding flags, and the scene is illuminated by warm, yellow lights, suggesting a night-time celebration in a public square or stadium.

#5

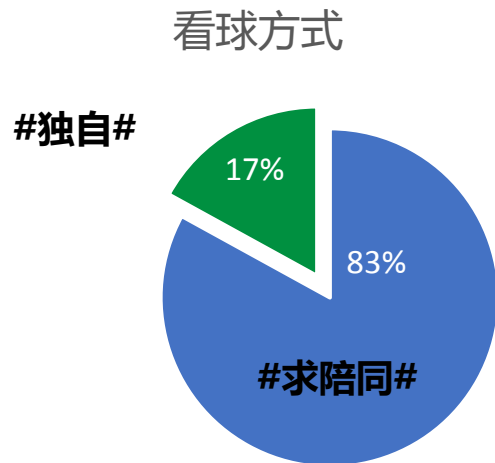
A Good Place for Fans to  
watch the Game?

- #一起看球新方式#



# #求陪同#，#谁陪我一起看欧洲杯#：在线寻求热门KOL一起看球

- **欧洲杯粉丝**主要还是寻求他人一起陪同看球为主，占比**83%**，看球依旧是一项群体活动，是聚会的好“噱头”。



1# APP and Weibo Topics (#一起来看欧洲杯#) to 寻找网络热门KOL，甚至网红，跟随社交平台邀请活动，网络互动看球



#秒拍APP和足球宝贝视频#



## 3# 汽车旅馆，以及小酒吧足球狂欢Party Motel and Bars for Football Party



六星汽车宾馆

+ 关注

6月3日 11:54 来自 360安全浏览器

【#首闻#】时隔四年，欧洲杯再次来袭。2016年6月11日，欧洲豪强相聚法国，足球与女朋友是世仇？啤酒和加油让你和老婆反目成仇？还记得4年前的那个夏天相约@六星汽车宾馆 的激情足球派对么？这个夏天，我们一起为主队加油！六星总统套房派对新空间，娱乐元素全聚集，把欧洲杯升级成朋友聚会、家庭娱乐的狂欢派对!! #欧洲杯# #Hello六月# #深圳吃货# #深圳吃货# #深圳生活# #深圳城事# 罗湖订房：0755-25126666 龙岗订房：0755-89725566 相约六星激情足球派对，这个夏天我们一起为欧...

## 2# 邀请朋友，网友到访欧洲，现场观看比赛 Visit and Watch Game together at the stadium



# #谁陪我一起看欧洲杯#，社交平台求陪同，社交营销



## 总结：

- 欧洲杯看球依旧是一项群体活动，是朋友聚会，娱乐放松，开Party的好“噱头”。
- 观看粉丝在社交平台求陪同，网络互动，KOL火热受追捧。

## 营销建议：

- “网红”在社交平台拥有大量忠实的粉丝群体，在欧洲杯这一重要吸粉赛事中，“网红”也要表现一把，紧跟潮流，和粉丝就欧洲杯在社交平台火热互动。品牌可就此与“网红”尝试结合，推出选拔“足球宝贝”等有内容的娱乐活动，主打内容为王。



Female Fans ?

#6

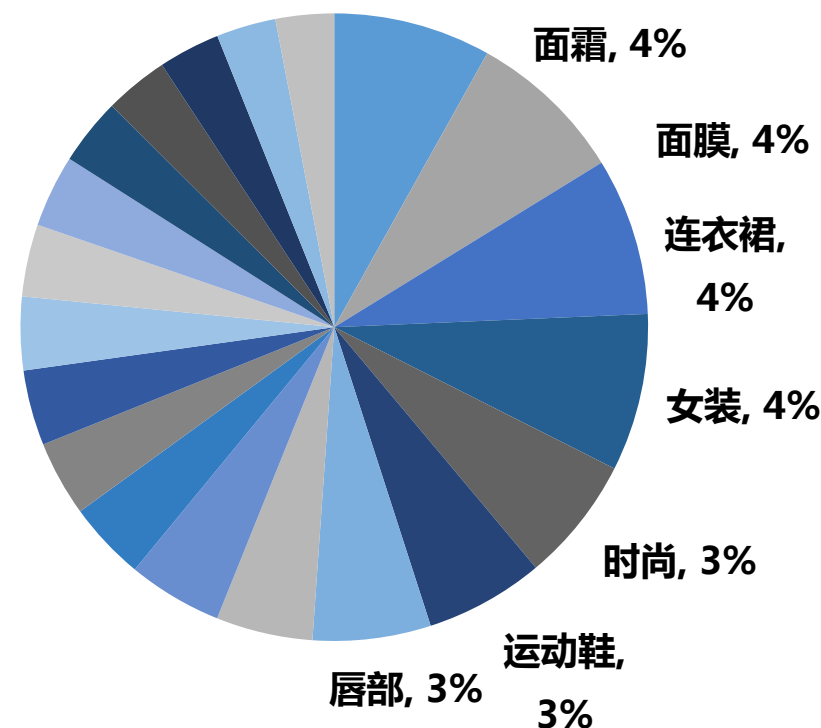
#女性观众潜力大，  
或是下一个机会点？#



# 熬夜看欧洲杯，女性粉丝标签分析：看球，也要补水养颜

- 在熬夜观看欧洲杯比赛的女性粉丝T.A中，兴趣标签：**面霜/面膜**最多，占比**4%**，连衣裙，女装紧随其后，不同于男性粉丝，女性观众即使熬夜看欧洲杯，也要做“女神”美美的，面膜和面霜是必不可少的神器。

欧洲杯女性粉丝兴趣标签分布



宝玉石 服饰 运动 鞋 内衣 运动 鞋 服饰 面膜 连衣裙 精华 地理 小吃 烹饪 女装 金融学 去角质 紧身裤 衬衫 针织衫 门户 报纸 眼部 毛衣 面霜 地方 时尚 运动 出版社 app 蔬菜 唇部 美食 奢侈品 水果 饰品

凡茜品牌  
最近很多女孩子都在熬夜，可能是看欧洲杯？或是准备考试？或是.....熬夜对我们的肌肤会有一些的伤害，美女@KitTen\_Ho 分享说熬夜后在睡前敷上一层凡茜的芦荟面膜，第二天就不会很憔悴。你有什么熬夜护肤法宝呢，一起来聊聊吧！<http://t.cn/SV35X0>

LX-婷儿  
今晚朋友又叫我出去，果断拒绝.....今天天气凉凉的，最适合睡觉了！敷个面膜，然后睡觉去.....熬夜看欧洲杯的朋友晚安啦。



## 总结 – 女性观众潜力大，或是下一个机会点



### 总结：

- 虽然欧洲杯的主要观众是男性，女性粉丝的关注热度也不低。
- 陪同老公，男朋友看球是主要观看方式，熬夜看球的同时，为保持“女神”面容，更容易产生购买需求。

### 营销建议：

- 于品牌而言，欧洲杯期间，在基本主打男性粉丝的“营销战场”是一片红海，不如多关注女性粉丝需求，与帅哥球星，热门综艺节目相结合，吸引女性眼球，潜力大，竞争较小，寻找新机会。



