



智能电视全场景 月度洞察

2019年3月



报告相关说明

- 数据覆盖：市场上80%的电视终端品牌，集成超10亿用户KID
- 直播关注度：指某频道/节目在某一时段内收看用户数占累计直播用户数的百分比，用以反映频道/节目的影响力
- 市占率：指某频道/节目在某一时段内收看用户数占正在收看节目用户总数的百分比，用以反映频道/节目在该时段的市场竞争力
- 点播关注度：指某节目在某一时段内收看用户数占累计点播用户数的百分比，用以反映节目的影响力
- TGI：即Target Group Index（目标群体指数），可反映目标群体在特定研究范围内（如地理区域，产品消费者）的强势或弱势。其数额越大，就表明目标群体吻合度就越高。TGI指数表征不同特征用户关注问题的差异情况，其中TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平
- 人数占比：用户中具有某画像标签的用户占具有该类别标签用户的百分比



01 智能电视活跃性分析

- 1.1 智能电视开机率趋势
- 1.2 智能电视使用时长趋势
- 1.3 智能电视在线天数趋势

02 智能电视全场景用户行为分析

- 2.1 全场景时长分布
- 2.2 直播场景用户行为分析
- 2.3 点播场景用户行为分析
- 2.4 电视剧&综艺预告

03 智能电视用户营销价值分析

- 3.1 热门剧目《芝麻胡同》用户营销价值分析
- 3.2 热门综艺《歌手2019》软性广告植入洞察

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于抄袭！

邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：[《企业家第一课》](#)、[《企业家功成堂》](#)

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

01

智能电视活跃性分析

- 1.1 智能电视开机率趋势
- 1.2 智能电视使用时长趋势
- 1.3 智能电视在线天数趋势





假期结束，三月又开始新一轮学习、工作，电视开机率小幅下降

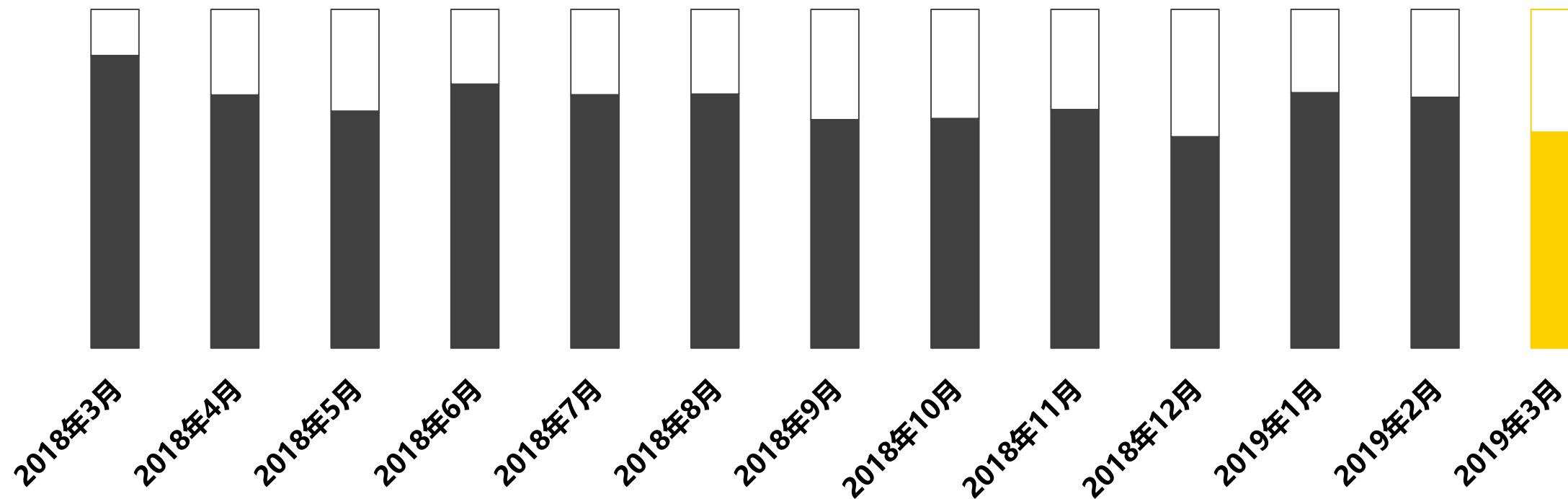
近一年智能电视日均开机率50%以上，但整体呈现下降趋势，3月开机率同比下降3.6个百分点、环比下降1.6个百分点

↓ 同比2018年3月
下降3.6个百分点

日均开机率

↓ 环比2019年2月
下降1.6个百分点

53.8% 52.0% 51.2% 52.5% 52.0% 52.0% 50.8% 50.8% 51.3% 50.0% 52.1% 51.8% 50.2%



数据来源：酷云大数据，2018年3月1日-2019年3月31日



日均观看时长整体呈上升趋势，春节结束环比下降46分钟

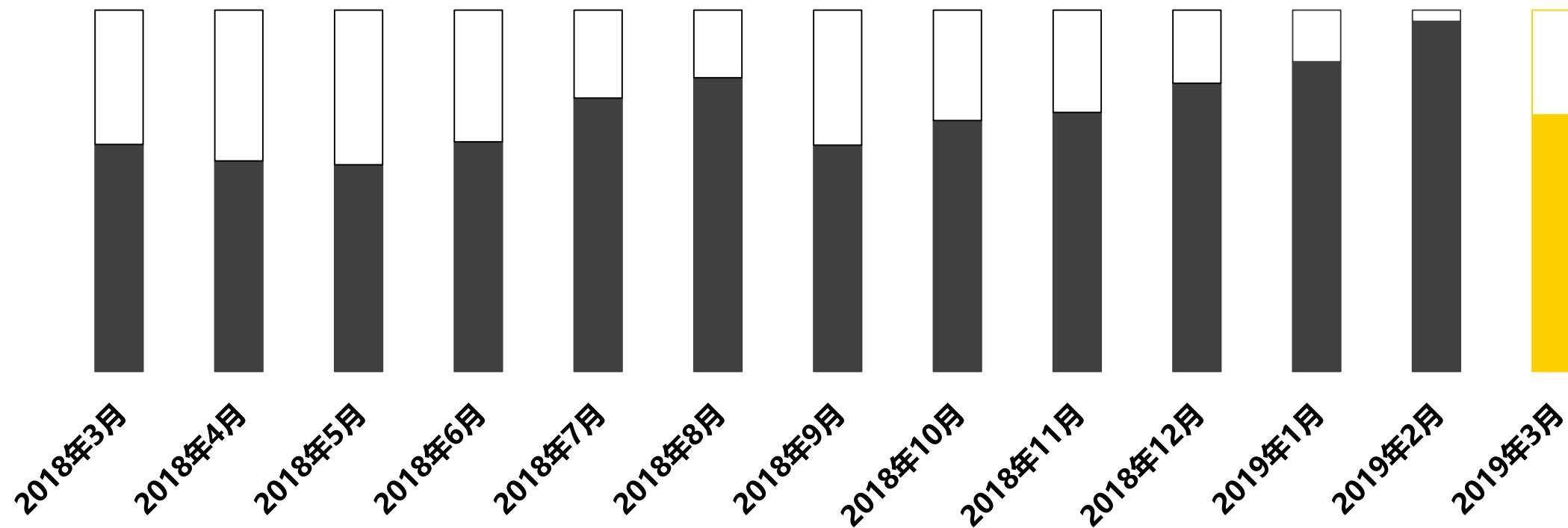
近一年智能电视日均观看时长300分钟以上，呈上升趋势，3月观看时长同比增加14分钟，春节结束环比下降46分钟

↑ 同比2018年3月
增加14分钟

日均观看时长（分钟）

↓ 环比2019年2月
下降46分钟

310 302 300 311 332 342 310 322 325 340 350 370 324

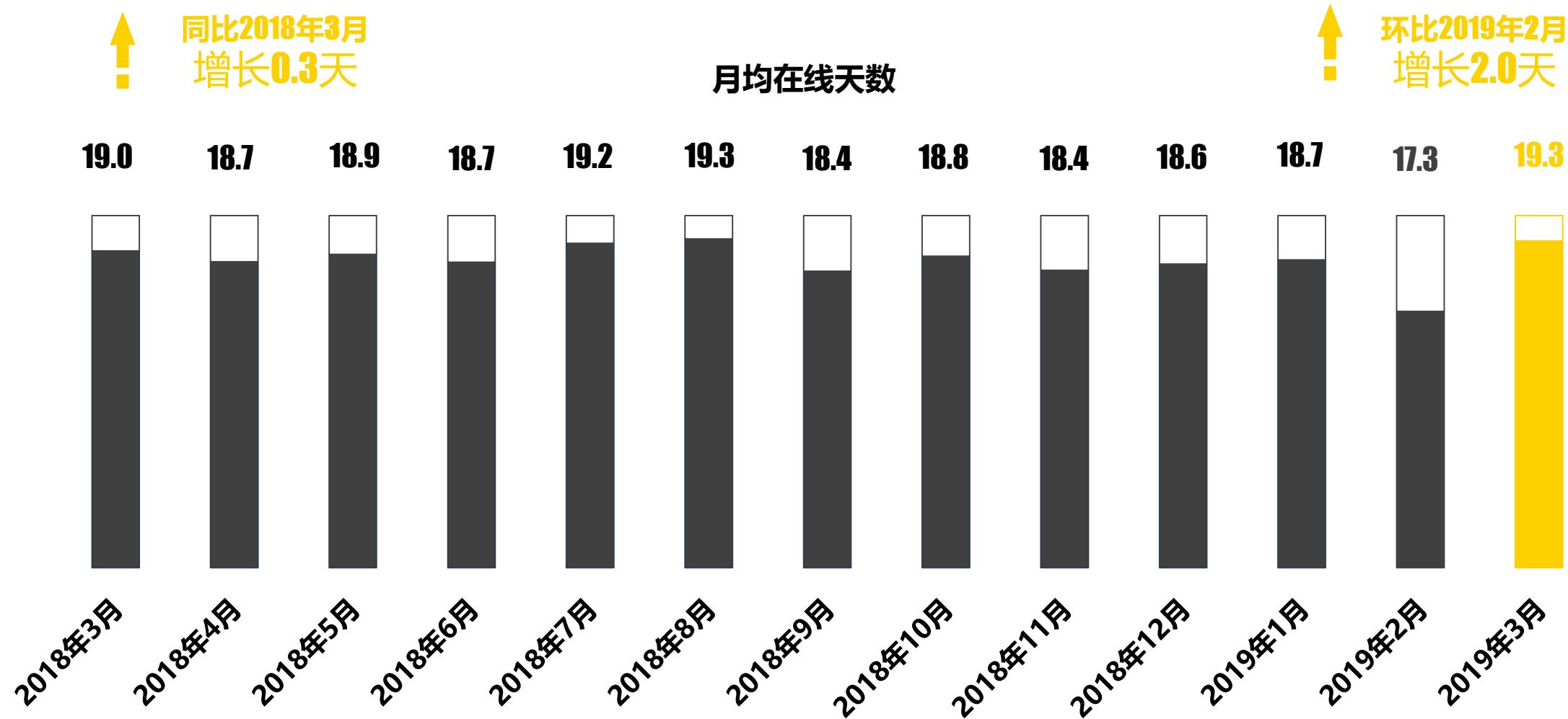


数据来源：酷云大数据，2018年3月1日-2019年3月31日



智能电视月均在线17天以上，春节全年最低

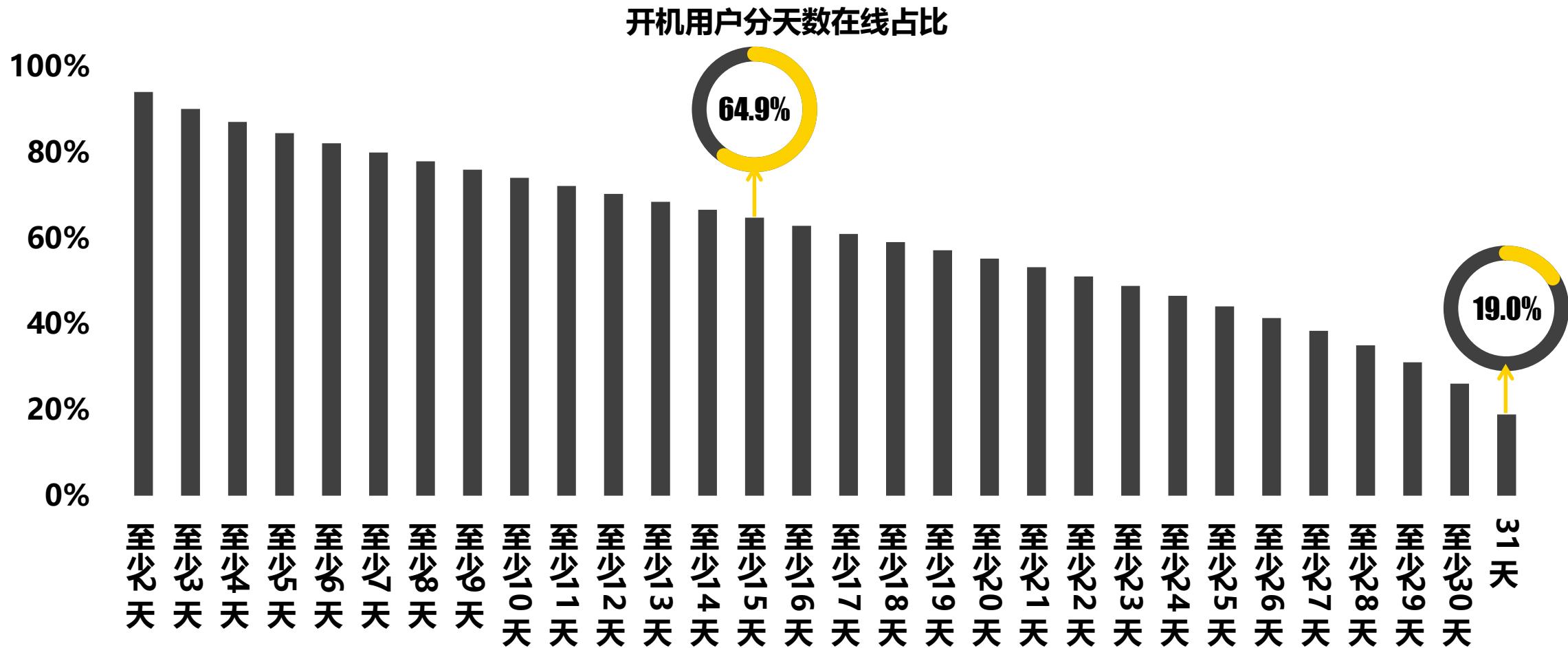
智能电视月均在线天数17天以上，2月受春节人口流动及当月天数仅28天影响，全年最低，3月春节结束人口趋于稳定，环比增长2天





近五分之一开机用户都要每天开机看一看

智能电视开机用户中，月开机天数至少15天用户占比64.9%，月开机31天比例为19.0%



数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日

02

智能电视全场景用户行为分析

- 2.1 全场景时长分布
- 2.2 直播场景用户行为分析
- 2.3 点播场景用户行为分析
- 2.4 电视剧&综艺预告

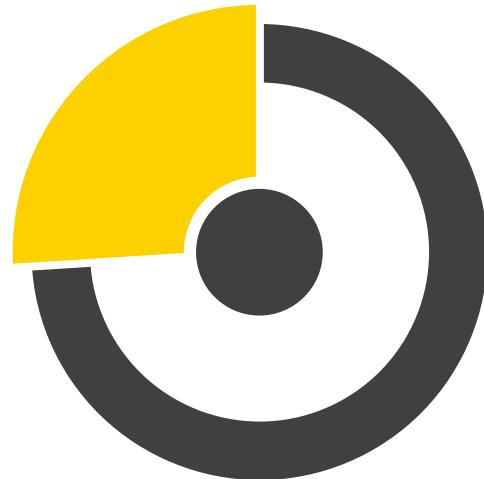




点播才是我的菜

三大场景中，内容丰富多元的点播场景更受用户喜爱，收视时长占比过半，直播场景收视时长占比26%

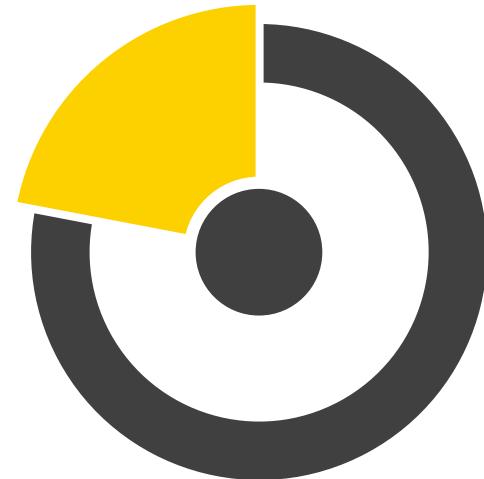
智能电视全场景时长分布



直播
26%



点播
52%



应用
22%

注：直播场景包括信号源直播等，点播场景包括回看、launcher页面点播、投屏点播等，应用场景包括第三方APP应用、系统应用等

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



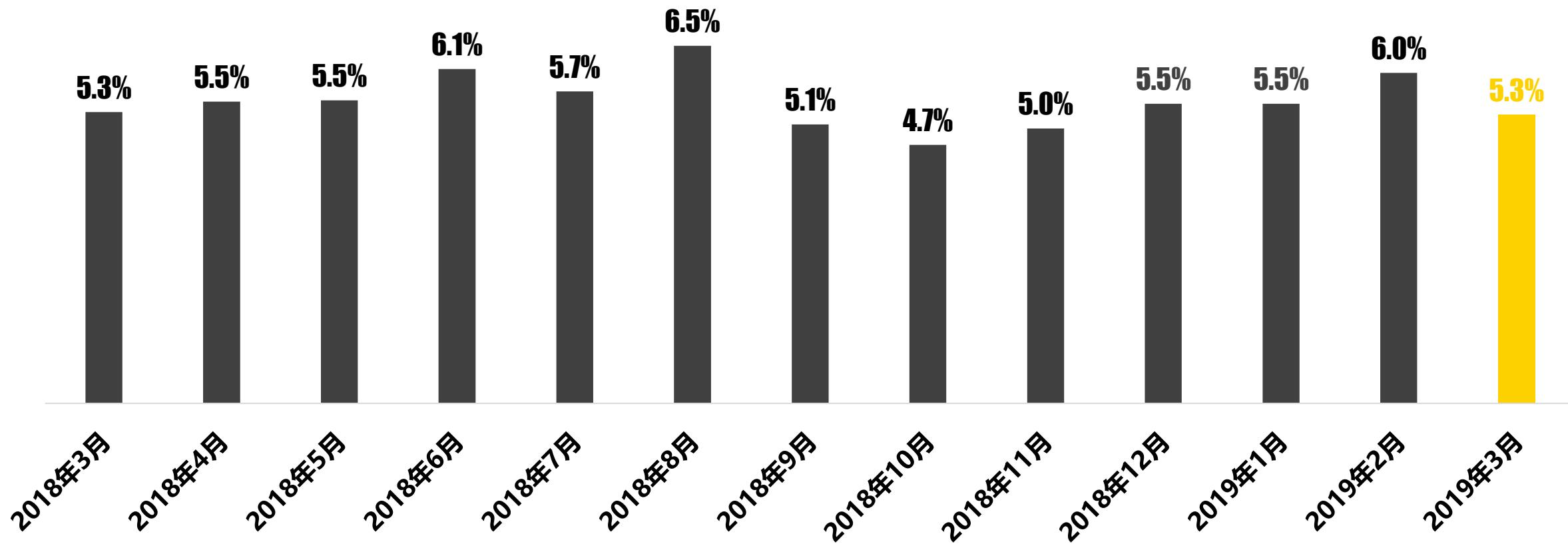
假期结束，央卫视频道整体关注度环比下降

央卫视整体直播关注度总量与去年同期相比无变化，环比上月下降12.7%

同比2018年3月
无变化

频道平均直播关注度总量趋势

环比2019年2月
下降12.7%



注：直播关注度总量 = 全部频道月平均直播关注度求和

数据来源：酷云大数据，2018年3月1日-2019年3月31日



央视频道市场占有率达到春节结束小幅下降，卫视奋起直追

卫视组整体市占率总量同比、环比均上涨；央视组则相反

同比2018年3月

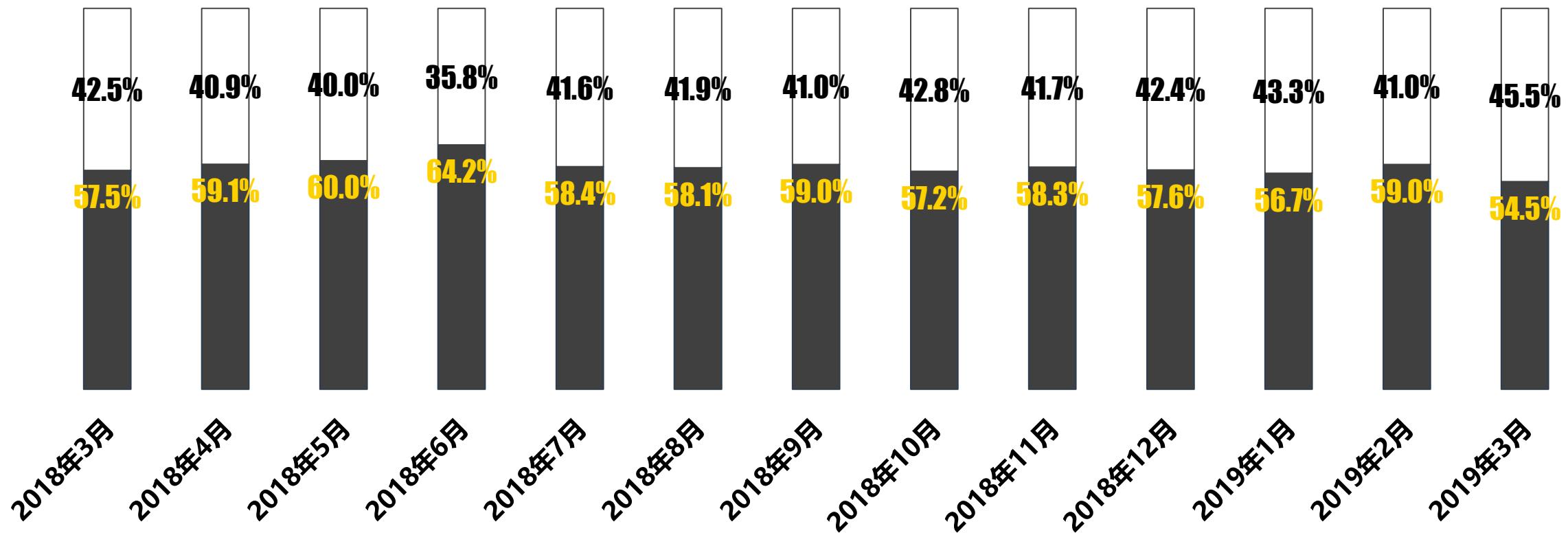
央视：-5.09%
卫视：+6.88%

央卫视市占率变化趋势

■ 央视组 □ 卫视组

环比2019年2月

央视：-7.55%
卫视：+10.86%



数据来源：酷云大数据，2018年3月1日-2019年3月31日



春节结束多个央视频道市占率呈降势，CCTV-1降幅超30%

随着春节假期结束，央视频道市占率普遍下降，CCTV-1市占率大幅下降达33%，CCTV-12上涨明显，冲进前十

央视频道直播关注度TOP10

排名	频道	直播关注度	市占率	排名变化	市占率环比变化
1	CCTV-1	0.51%	8.09%	-	 -33.39%
2	CCTV-4	0.31%	4.92%	-	 -6.26%
3	CCTV-8	0.29%	4.61%	-	 -6.26%
4	CCTV-新闻	0.29%	4.52%	+2	 +12.75%
5	CCTV-6	0.28%	4.34%	-1	 -10.90%
6	CCTV-3	0.24%	3.71%	-1	 -21.46%
7	CCTV-5	0.17%	2.70%	+1	 +14.80%
8	CCTV-少儿	0.14%	2.22%	-1	 -12.11%
9	CCTV-2	0.12%	1.84%	-	 -16.35%
10	CCTV-12	0.10%	1.63%	+3	 +16.10%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



多个卫视频道市占率均呈现增长趋势，浙江、江苏卫视增幅过半

3月多个卫视频道市占率上升，《都挺好》带动浙江卫视、江苏卫视市占率增幅超50%，广东卫视提升3名位居第8

省级卫视频道直播关注度TOP10

排名	频道	直播关注度	市占率	排名变化	市占率环比变化
1	湖南卫视	0.32%	5.04%	-	 -26.68%
2	浙江卫视	0.30%	4.69%	-	 +52.86%
3	江苏卫视	0.27%	4.32%	-	 +60.70%
4	东方卫视	0.16%	2.58%	-	 -2.38%
5	北京卫视	0.14%	2.16%	-	 +21.90%
6	山东卫视	0.09%	1.37%	+1	 +0.68%
7	安徽卫视	0.07%	1.18%	+1	 +2.66%
8	广东卫视	0.07%	1.15%	+3	 +16.64%
9	江西卫视	0.07%	1.11%	-	 +8.10%
10	黑龙江卫视	0.06%	0.91%	-	 -3.22%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



头部剧都市题材过半，《都挺好》直播关注度破2%居首位

3月播出剧目中当代都市类型独占五席，《都挺好》引发收视狂潮，关注度高达2.40%

3月播出剧目TOP10

排名	剧目名称	频道	剧目类型	直播关注度
1	都挺好	浙江卫视/江苏卫视	当代都市	2.40%
2	老中医	CCTV-1	近代其它	1.88%
3	推手	浙江卫视/江苏卫视	当代都市	1.33%
4	逆流而上的你	湖南卫视	当代都市	1.21%
5	芝麻胡同	北京卫视/东方卫视	现代都市	1.17%
6	共产党人刘少奇	CCTV-1	重大革命	1.09%
7	只为遇见你	湖南卫视	当代都市	0.88%
8	有个地方叫马兰	CCTV-8	现代青少	0.72%
9	青春斗	北京卫视/东方卫视	当代都市	0.72%
10	让我听懂你的语言	CCTV-8	当代其它	0.61%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



3档婚恋交友类综艺登榜，《新相亲大会》排名稳增跃居榜首

新综艺TOP10

排名	节目	频道	节目类型	直播关注度
1	新相亲大会	江苏卫视	婚恋交友	1.22%
2	我家那闺女	湖南卫视	亲子类真人秀	1.08%
3	我们的师父	湖南卫视	体验类真人秀	0.93%
4	大城晓聚	江苏卫视	旅游类真人秀	0.62%
5	智造将来	浙江卫视	综艺其他	0.62%
6	大冰小将	浙江卫视	竞技类真人秀	0.53%
7	遇见你真好	浙江卫视	婚恋交友	0.41%
8	恋梦空间	湖南卫视	婚恋交友	0.41%
9	少年国学派	浙江卫视	现场娱乐互动	0.40%
10	乡村合伙人	湖南卫视	生活服务类真人秀	0.32%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



《快乐大本营》稳居榜首，火爆程度有增无减

周播综艺TOP10中现场娱乐互动类型独占6席，《快乐大本营》稳居榜首；独档婚恋交友类综艺《非诚勿扰》排行前三

周播综艺TOP10

排名	节目	频道	节目类型	直播关注度
1	快乐大本营	湖南卫视	现场娱乐互动	1.52%
2	越战越勇	CCTV-3	歌唱类真人秀	1.01%
3	非诚勿扰	江苏卫视	婚恋交友	1.01%
4	星光大道	CCTV-3	综艺其它	0.91%
5	向幸福出发	CCTV-3	歌唱类真人秀	0.87%
6	回声嘹亮	CCTV-3	现场娱乐互动	0.81%
7	黄金100秒	CCTV-3	现场娱乐互动	0.80%
8	开门大吉	CCTV-3	现场娱乐互动	0.79%
9	一站到底	江苏卫视	现场娱乐互动	0.69%
10	幸福账单	CCTV-3	现场娱乐互动	0.57%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



季播综艺真人秀题材居多，竞技、表演、歌唱、生活服务类型丰富多彩

季播综艺TOP10

排名	节目	频道	节目类型	直播关注度
1	挑战不可能第四季	CCTV-1	竞技类真人秀	1.32%
2	王牌对王牌第四季	浙江卫视	竞技类真人秀	1.29%
3	声临其境第二季	湖南卫视	表演类真人秀	1.18%
4	歌手2019	湖南卫视	歌唱类真人秀	0.88%
5	等着我	CCTV-1	生活服务类真人秀	0.80%
6	最强大脑之燃烧吧大脑第二季	江苏卫视	竞技类真人秀	0.76%
7	欢乐喜剧人第五季	东方卫视	表演类真人秀	0.66%
8	少年说第三季	湖南卫视	综艺其他	0.51%
9	中国新相亲第二季	东方卫视	婚恋交友	0.49%
10	妈妈咪呀第六季	东方卫视	歌唱类真人秀	0.45%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



《都挺好》台网联动，点播表现遥居榜首

点播剧目TOP10

排名	剧目名称	播出方式	剧目类型	累计点播关注度
1	都挺好	台网联动	当代都市	10.49%
2	倚天屠龙记	网络独播	古代武打	2.60%
3	逆流而上的你	台网联动	当代都市	2.36%
4	独孤皇后	网络独播	古代传奇	2.16%
5	老中医	台网联动	近代其它	2.07%
6	黄金瞳	网络独播	当代其它	1.64%
7	芝麻胡同	台网联动	现代都市	1.56%
8	小女花不弃	台网联动	近代其他	0.86%
9	冷案	网络独播	当代涉案	0.80%
10	刘家媳妇	台网联动	当代农村	0.56%

数据来源：酷云大数据，2019年2月1日-2月28日



竞技类真人秀题材更受点播观众喜爱，《王牌对王牌第四季》荣登榜首

点播综艺TOP10中竞技类真人秀贡献6席，《王牌对王牌第四季》自2月开播后热度不减持续占据点播榜首

点播综艺TOP10

排名	节目名称	播出方式	节目类型	累计点播关注度
1	王牌对王牌第四季	台网联动	竞技类真人秀	1.21%
2	最强大脑之燃烧吧大脑第二季	台网联动	竞技类真人秀	0.27%
3	王牌对王牌	台网联动	竞技类真人秀	0.27%
4	遇见你真好	台网联动	婚恋交友	0.09%
5	中国新相亲第二季	台网联动	婚恋交友	0.07%
6	奔跑吧兄弟第四季	台网联动	竞技类真人秀	0.05%
7	王牌对王牌第二季	台网联动	竞技类真人秀	0.04%
8	奔跑吧兄弟	台网联动	竞技类真人秀	0.03%
9	妈妈咪呀第六季	台网联动	歌唱类真人秀	0.03%
10	爱情保卫战	台网联动	生活服务类真人秀	0.03%

数据来源：酷云大数据，2019年3月1日-3月31日



4月份你想看的新上电视剧都在这

《封神演义》呈现了姜子牙、妲己、姜王后、申公豹之间的斗争；《如果可以这样爱》讲述了一个国际钢琴家和电台主播之间的爱恨情仇；《因法之名》描述了一个错案、两代检察官的故事；《趁我们还年轻》围绕几个初入社会的几个大学好友，展现了他们起起伏伏的事业及迷茫困惑的情感；《一场遇见爱情的旅行》由一幅名画牵扯出一桩跨国案件，一场惊险旅途就此展开



封神演义

播出平台：湖南卫视
播出剧场：青春进行时
首播日期：2019.04.08
剧目类型：古代神话
主要演员：罗晋、王丽坤等



如果可以这样爱

播出平台：湖南卫视
播出剧场：金鹰独播剧场
首播日期：2019.04.09
剧目类型：当代都市
主要演员：佟大为、刘诗诗等



因法之名

播出平台：北京卫视
播出剧场：品质剧场
首播日期：2019.04.13
剧目类型：当代涉案
主要演员：李幼斌，李小冉等



趁我们还年轻

播出平台：东方卫视
播出剧场：东方剧场
首播日期：2019.04.13
剧目类型：当代都市
主要演员：张云龙、乔欣等



一场遇见爱情的旅行

播出平台：浙江+江苏
播出剧场：中国蓝剧场
幸福剧场
首播日期：2019.04.20
剧目类型：当代涉案
主要演员：陈晓，景甜等

数据来源：二手资料



4月新综哪个更得你心

《百变达人》将普通匠心打磨了无数次的能力绽放于舞台，形成一个惊心动魄的作品，用百变百达向时代致敬；《我们仨》第二季着眼于“孕期”这一切口，传递孕期知识，解决孕期困惑，兼具了亲子类节目的温馨和慢综艺风格的细腻



百变达人

播出平台：江苏卫视
播出时间：每周日21:10
首播日期：2019.04.21
节目类型：表演类真人秀
主要嘉宾：潘玮柏、侯佩岑等



我们仨第二季

播出平台：江苏卫视
播出时间：每周四22:00
首播日期：2019.04.25
节目类型：生活服务类真人秀
主要嘉宾：田亮、叶一茜等

数据来源：二手资料

03

智能电视用户营销价值分析

- 3.1 热门剧目《芝麻胡同》用户营销价值分析
- 3.2 热门综艺《歌手2019》软性广告植入洞察





热门剧目《芝麻胡同》用户基础属性

节目深受女性、18-54岁、高学历、高消费水平用户喜爱，营销价值突出

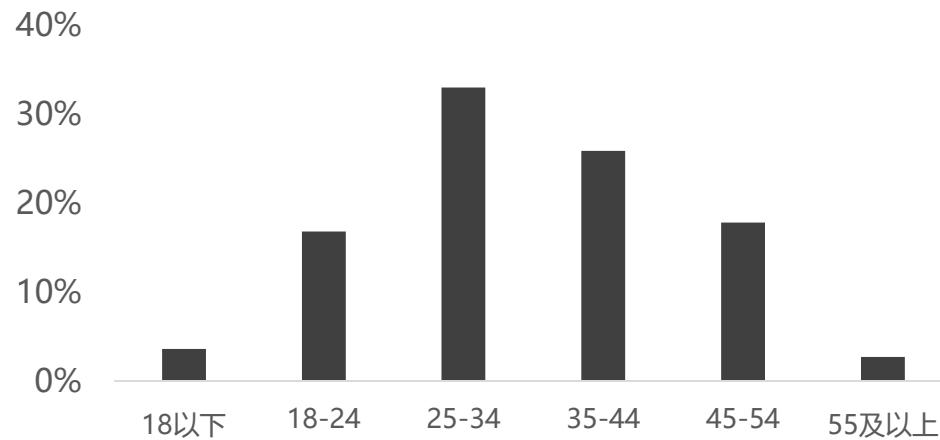
性别



女性占比

51.5%

年龄占比



教育水平



本科及以上

222

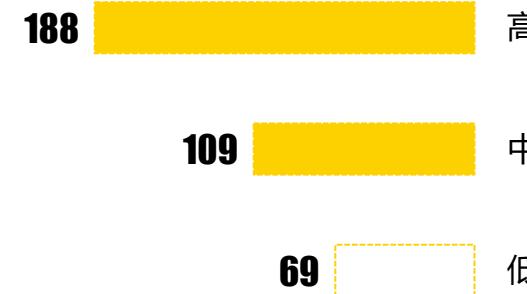
大专

132

高中及以下

83

消费水平





热门剧目《芝麻胡同》用户营销价值分析

用户母婴亲子类别关注孕婴保健、母婴社区、宝宝玩乐等，乐高、积木宝贝、邦宝占据母婴总榜前三，妈妈网、妈妈帮、摇篮网母婴社区榜上有名，纸尿裤品牌更为关注花王、凯儿得乐、尤妮佳

用户关注母婴亲子类别占比TOP5

孕婴保健  30.4%

母婴社区  29.3%

宝宝玩乐  20.8%

早教  7.5%

奶粉辅食  4.7%

关注母婴品牌占比TOP3



母婴榜



1



2



3

乐高
87

积木宝贝
147

邦宝
112

TGI



母婴社区

妈妈网
95

妈妈帮
111

摇篮网
96

TGI



纸尿裤

花王
80

凯儿得乐
267

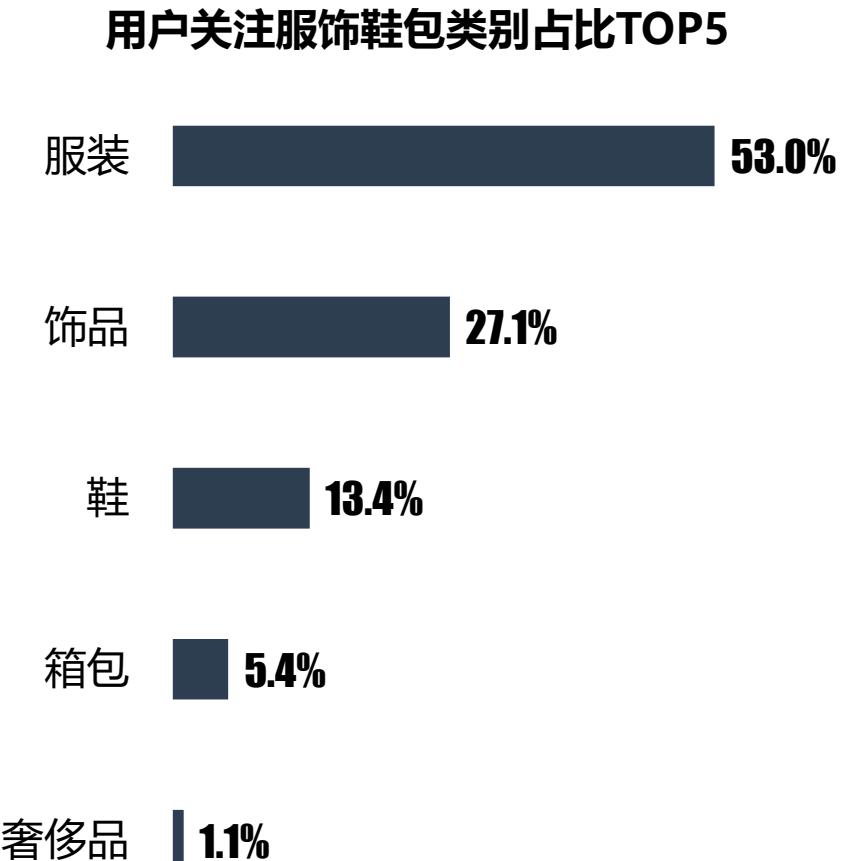
尤妮佳
187

TGI

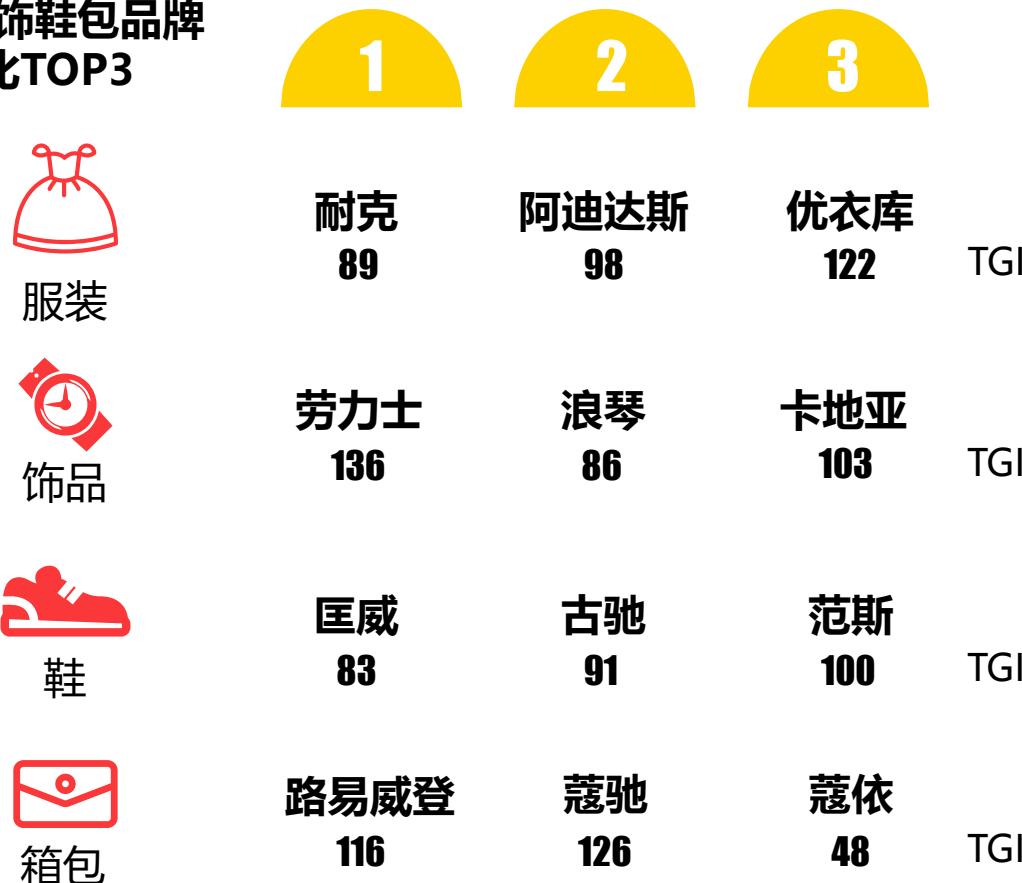


热门剧目《芝麻胡同》用户营销价值分析

用户关注服装占比过半，耐克、阿迪达斯、优衣库占据服装品牌榜前三



关注服饰鞋包品牌占比TOP3



数据来源：酷云大数据，北京卫视《芝麻胡同》



热门综艺《歌手2019》植入品牌TOP10

排名	品牌名称	类型数量	曝光时长 (秒)	曝光频次 (次)	平均关注度
1	伊利	20	21533	2459	0.93%
2	华为	12	1514	481	0.84%
3	拼多多	11	1145	270	0.91%
4	腾讯	10	992	258	0.88%
5	百岁山	7	601	216	0.65%
6	三千文化旅游	7	523	56	0.70%
7	长安马自达	7	515	84	0.92%
8	美颜秘笈	8	280	74	0.88%
9	芒果	4	172	10	0.66%
10	酷狗	3	73	15	0.82%

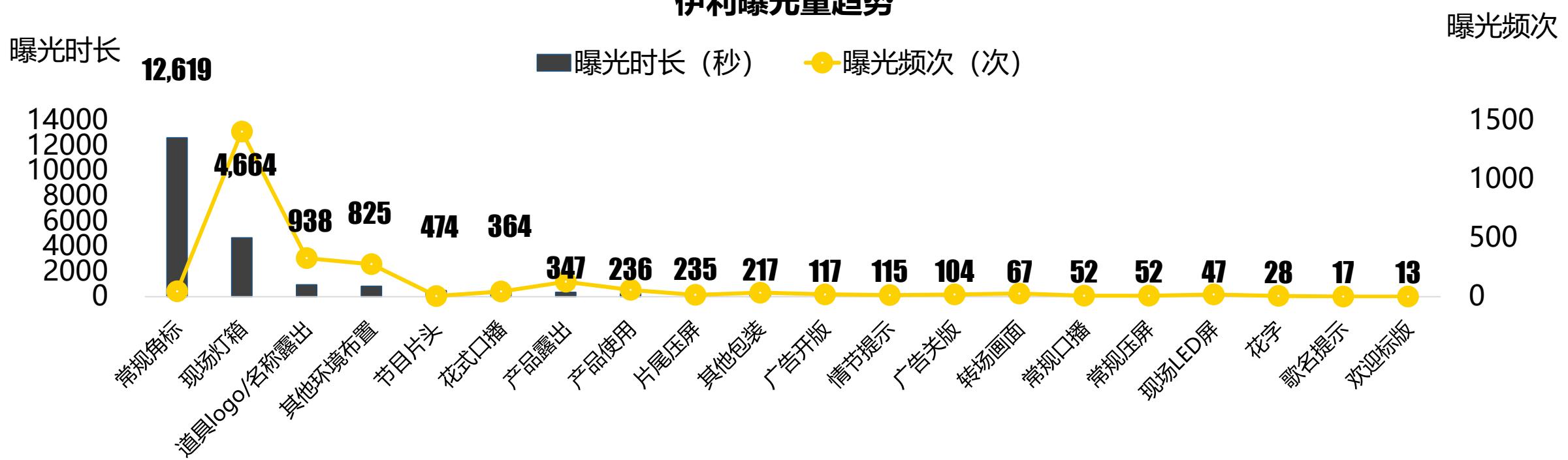
数据来源：酷云大数据



热门综艺《歌手2019》冠名商伊利曝光形式概览



伊利曝光量趋势



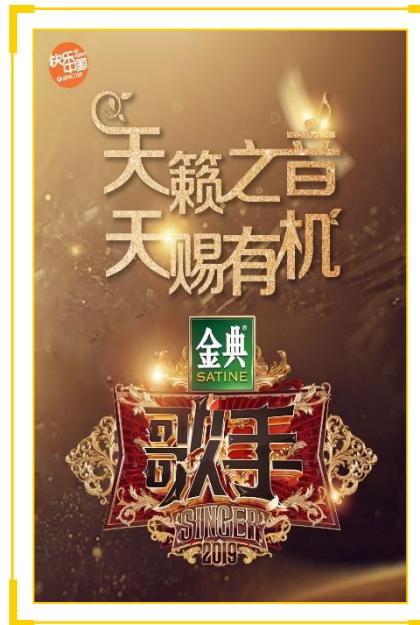
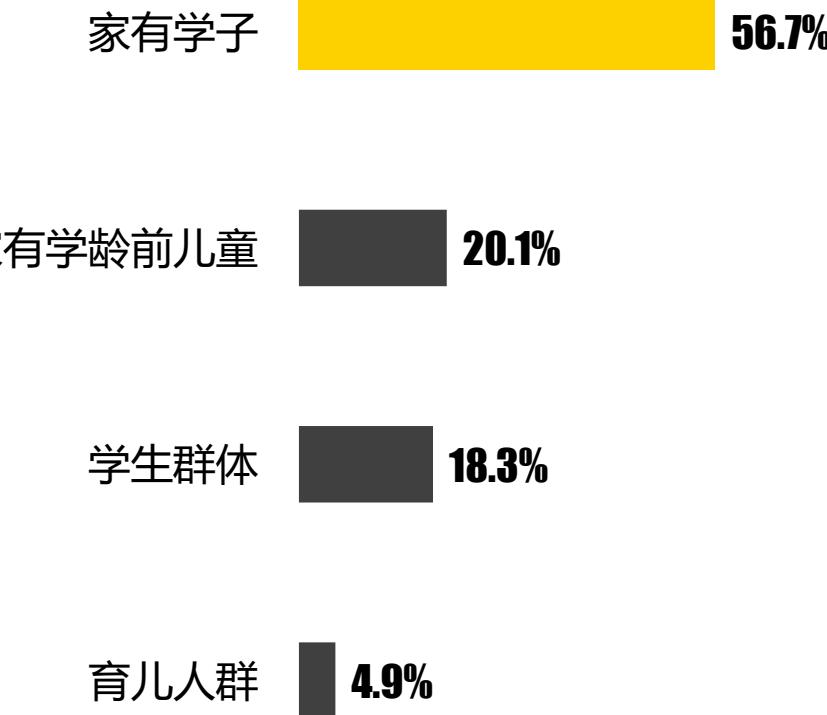
数据来源：酷云大数据



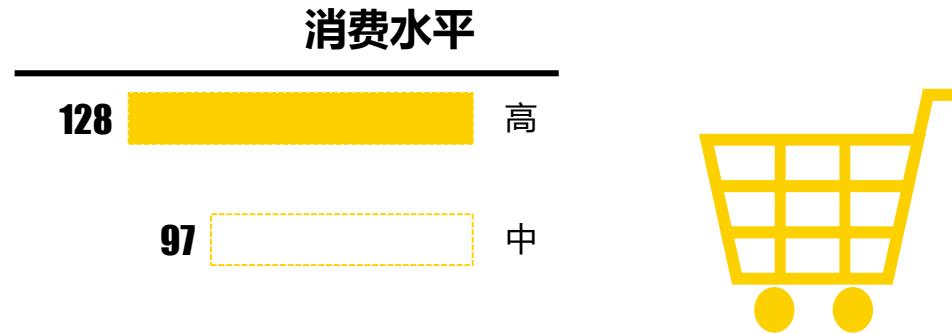
热门综艺《歌手2019》精准迎合伊利品牌诉求

《歌手2019》节目用户偏高消费人群，家有学子用户占比最大，契合金典高端有机奶定位。《歌手2019》观众相比于智能电视整体更加关注伊利，伊利品牌关注占比提升高达56%

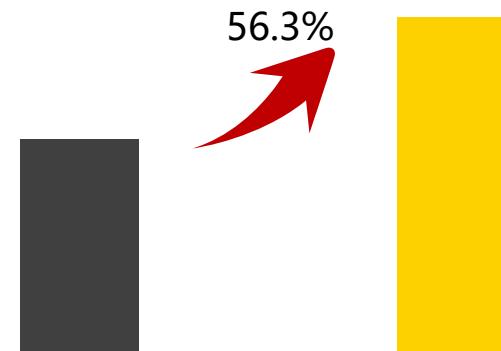
人生阶段占比



消费水平



伊利关注度对比



智能电视整体观众 歌手2019观众

数据来源：酷云大数据

Thanks



x

