



▶▶▶

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

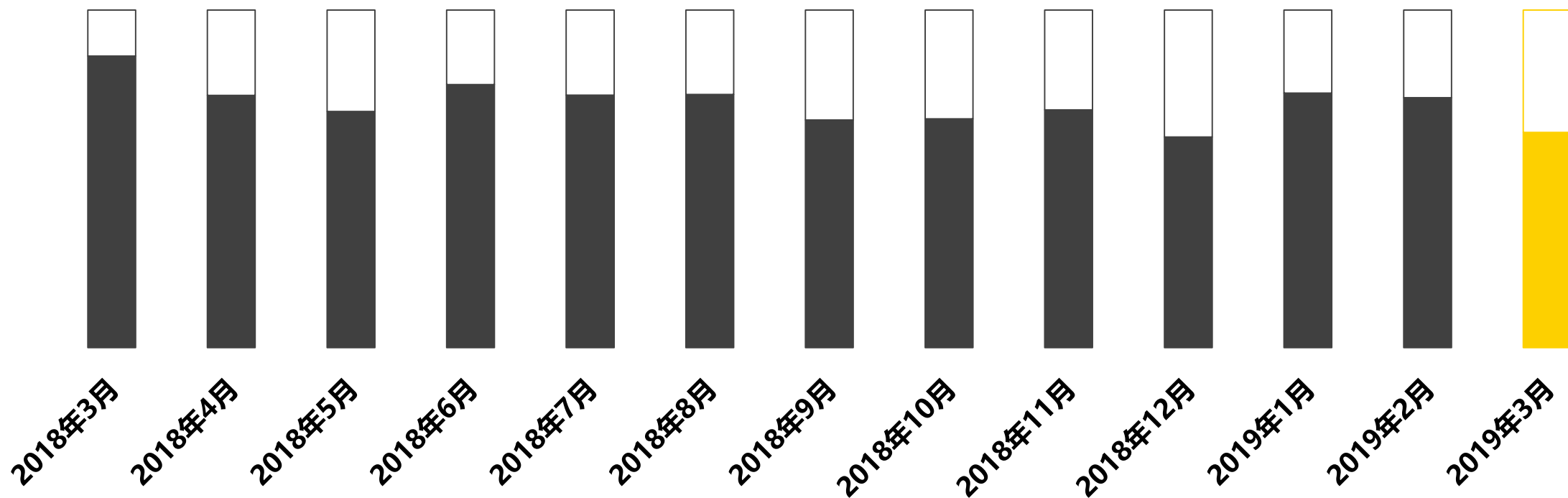
近一年智能电视日均开机率50%以上，但整体呈现下降趋势，3月开机率同比下降3.6个百分点、环比下降1.6个百分点

↓ 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

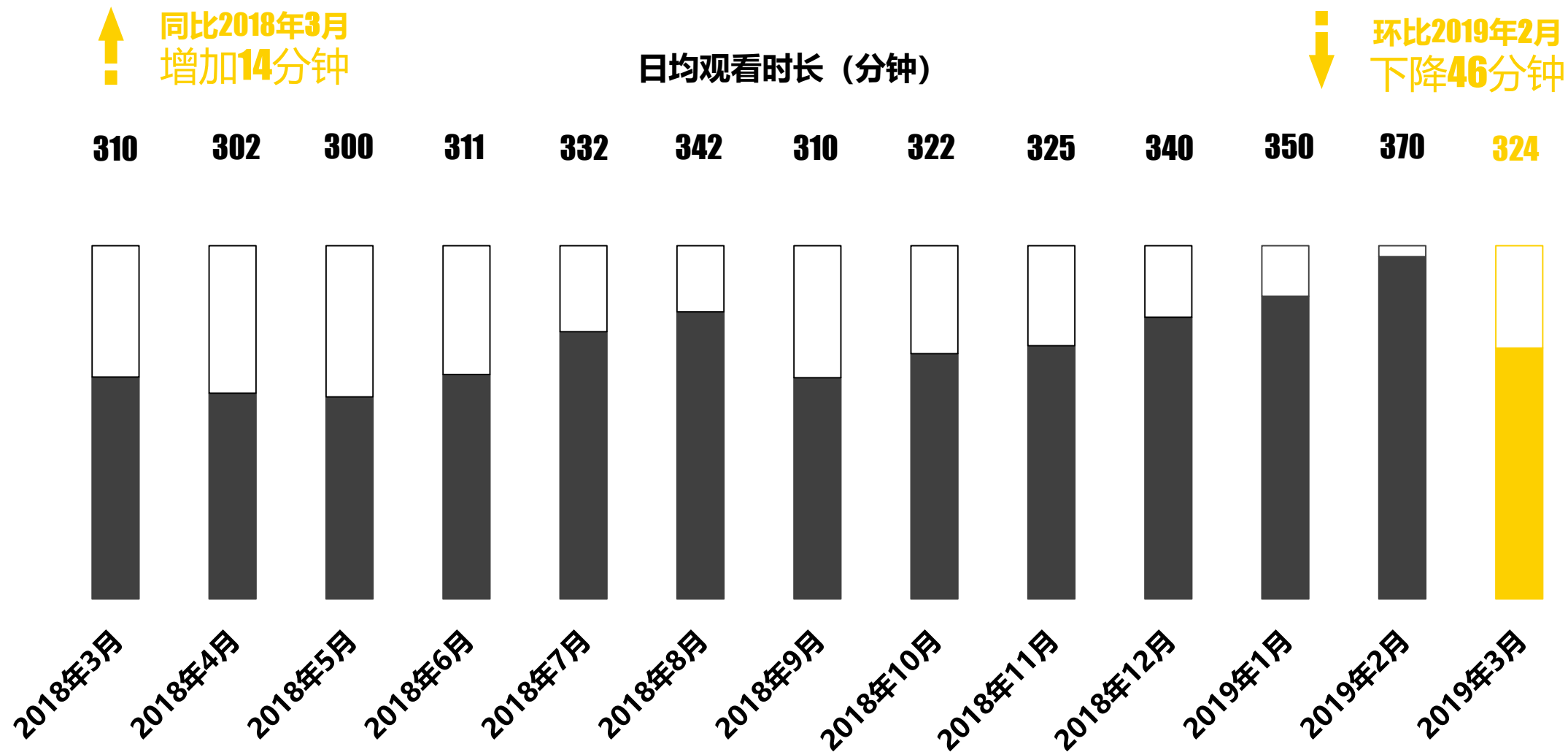
53.8% 52.0% 51.2% 52.5% 52.0% 52.0% 50.8% 50.8% 51.3% 50.0% 52.1% 51.8% 50.2%



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



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

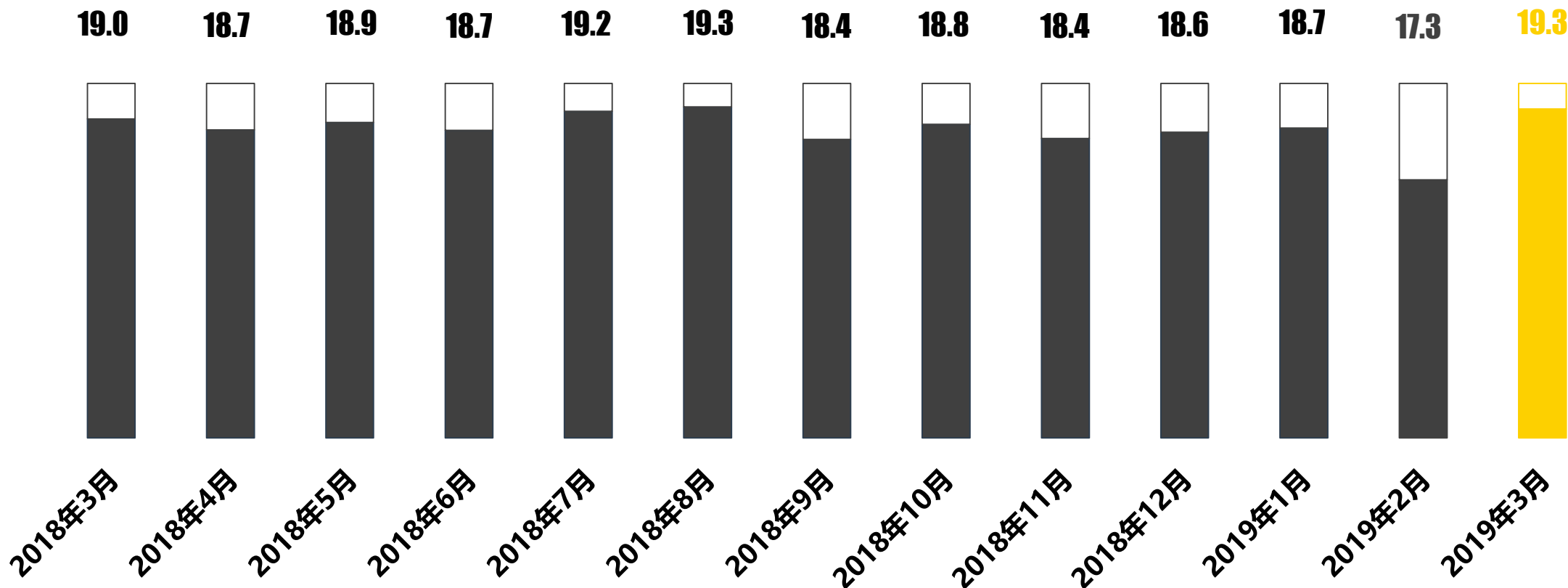


同比2018年3月
增长0.3天



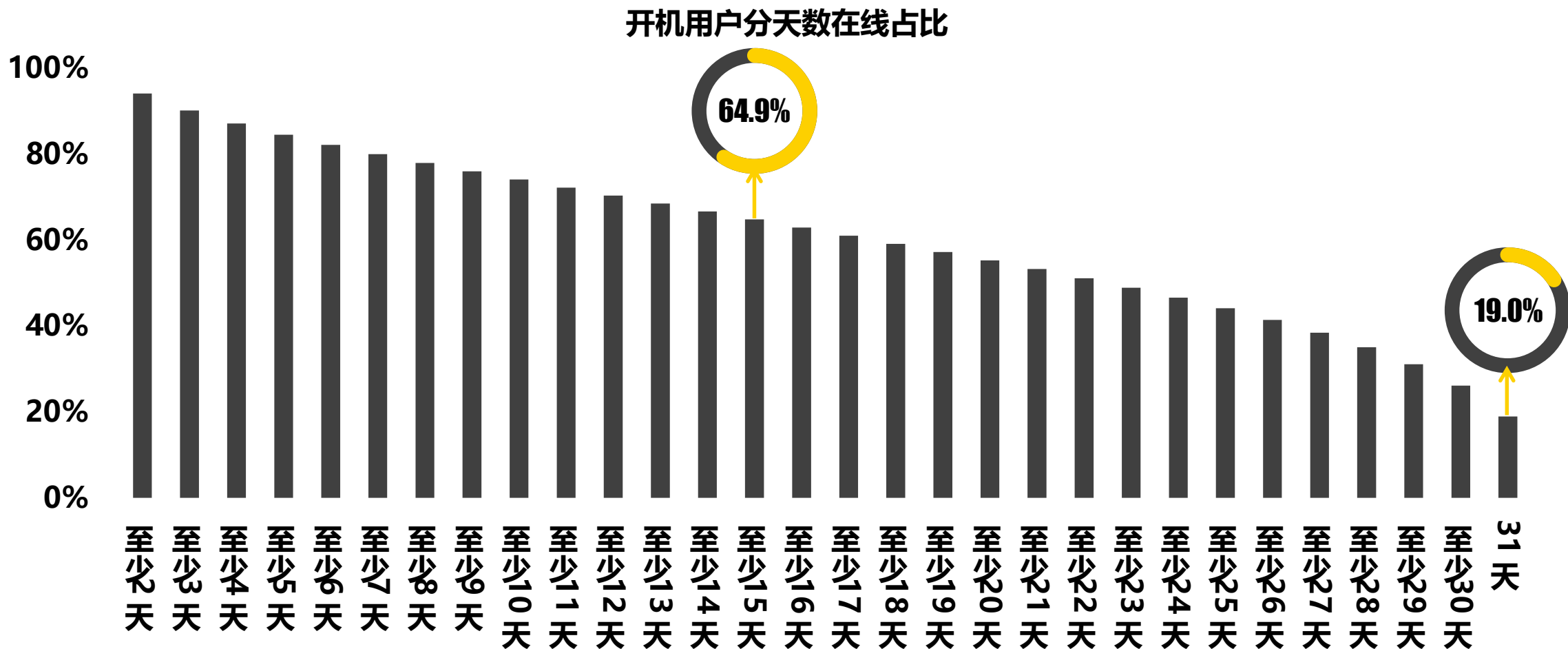
环比2019年2月
增长2.0天

月均在线天数



▶ 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%

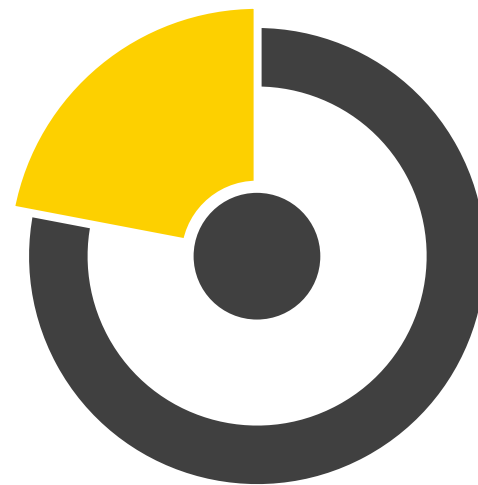
智能电视全场景时长分布



直播
26%



点播
52%



应用
22%

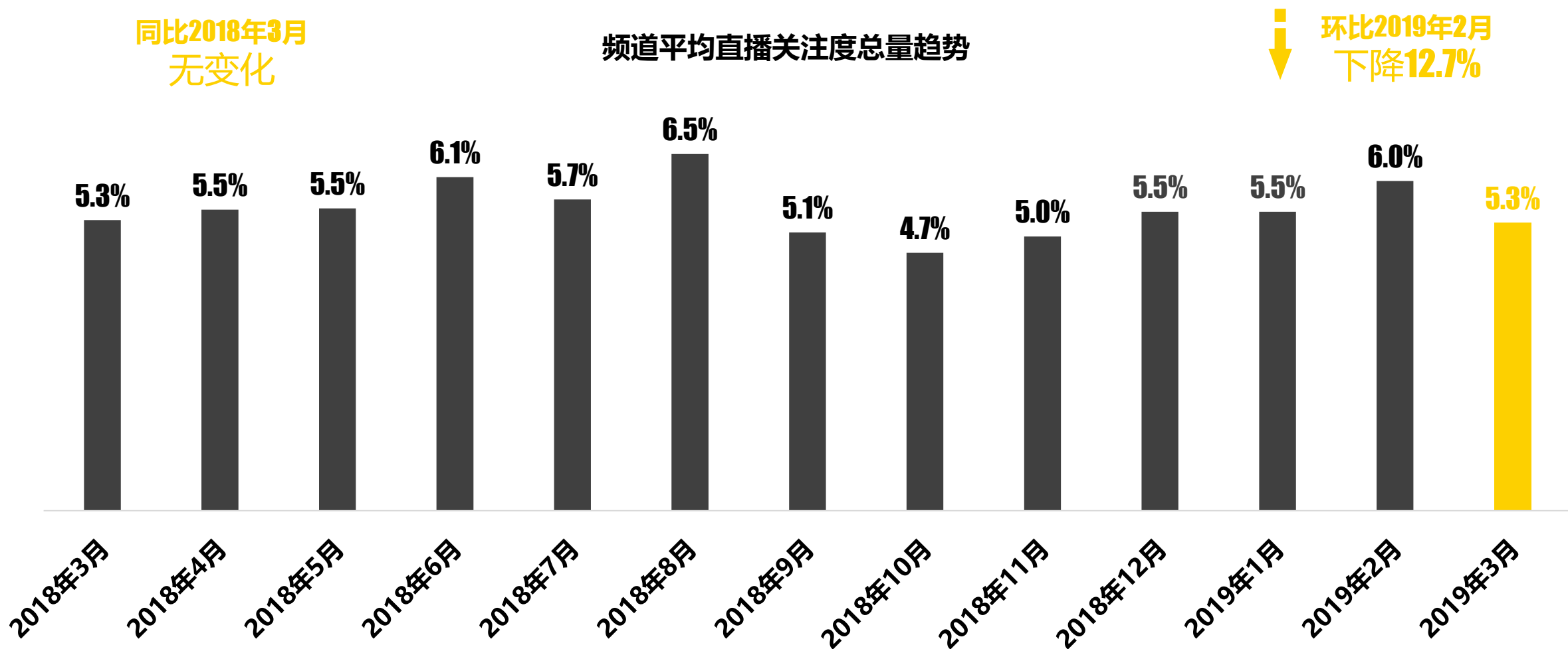
注：直播场景包括信号源直播等，点播场景包括回看、launcher页面点播、投屏点播等，应用场景包括第三方APP应用、系统应用等

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%

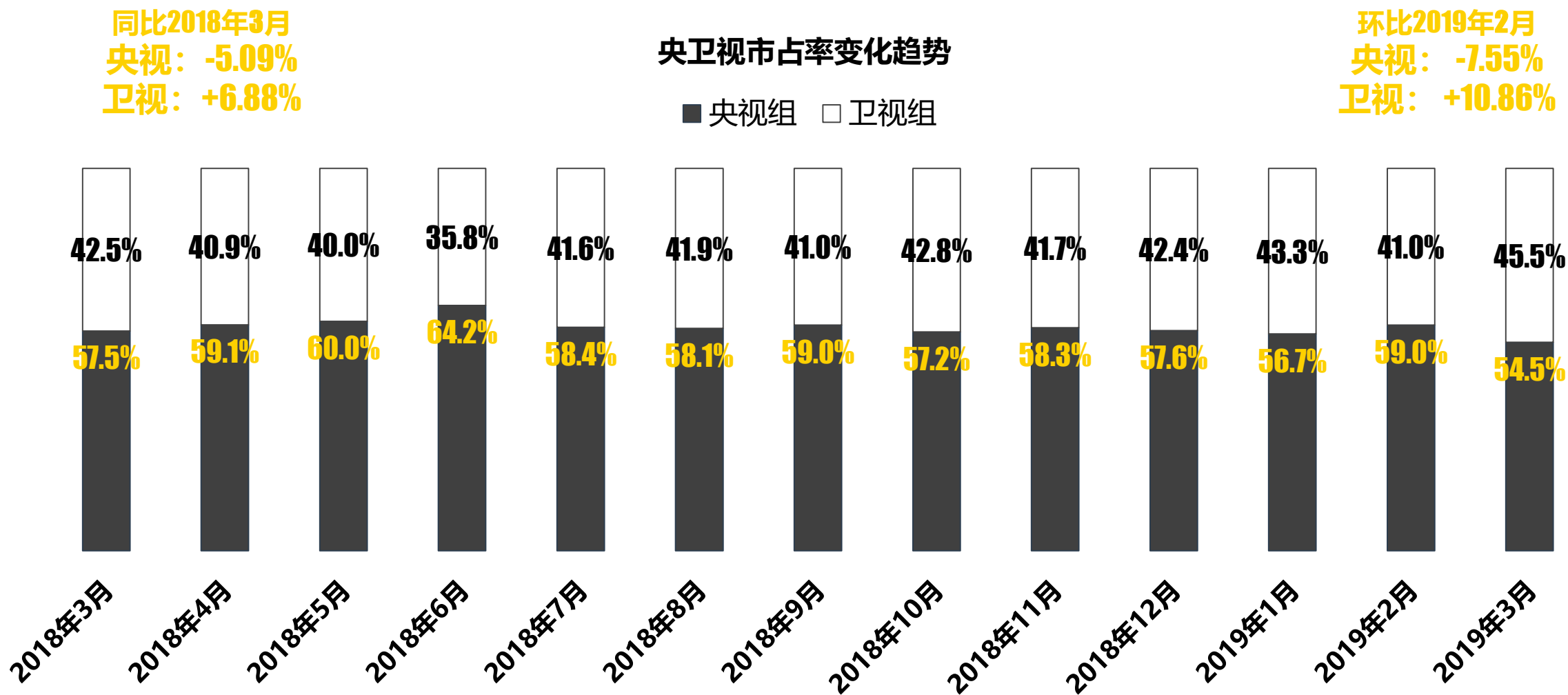


注：直播关注度总量 = 全部频道月平均直播关注度求和

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伴随春节结束小幅下降，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













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%

▶ 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%	-	<div></div>	-26.68%
2	浙江卫视	0.30%	4.69%	-	<div></div>	+52.86%
3	江苏卫视	0.27%	4.32%	-	<div></div>	+60.70%
4	东方卫视	0.16%	2.58%	-	<div></div>	-2.38%
5	北京卫视	0.14%	2.16%	-	<div></div>	+21.90%
6	山东卫视	0.09%	1.37%	+1	<div></div>	+0.68%
7	安徽卫视	0.07%	1.18%	+1	<div></div>	+2.66%
8	广东卫视	0.07%	1.15%	+3	<div></div>	+16.64%
9	江西卫视	0.07%	1.11%	-	<div></div>	+8.10%
10	黑龙江卫视	0.06%	0.91%	-	<div></div>	-3.22%

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	推拿	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%

▶ 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%



《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%



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%



《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%



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%

▶ 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



4月新综哪个更得你心

《百变达人》将普通人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

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

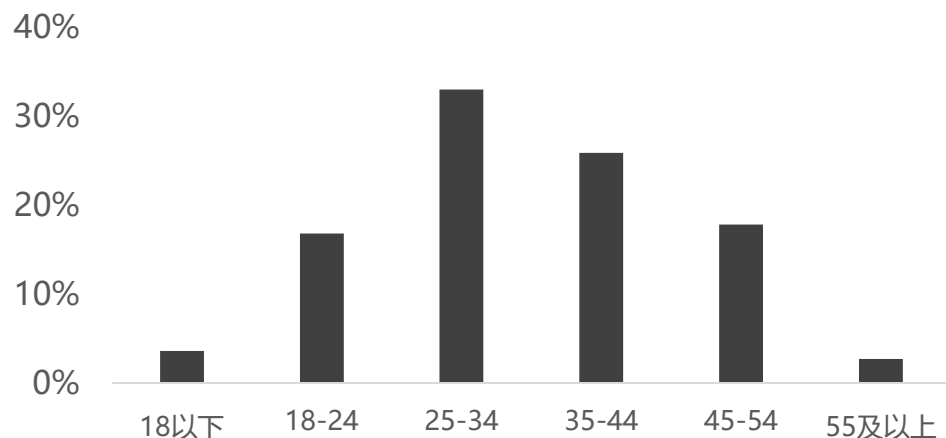
性别



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

188 高

109 中

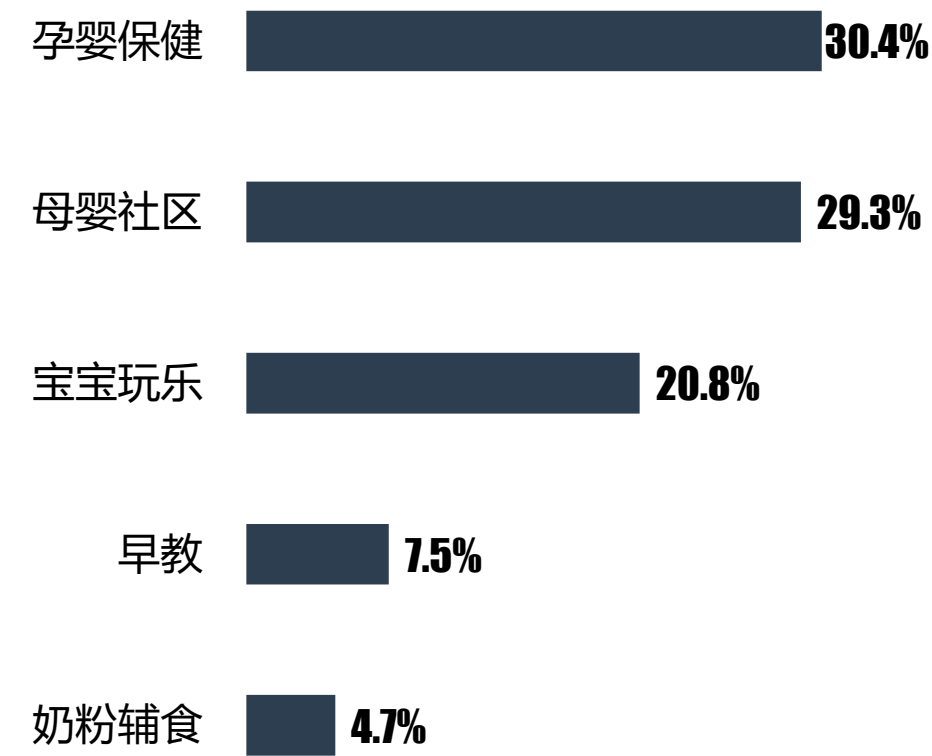
69 低



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



关注母婴品牌占比TOP3



母婴总榜



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

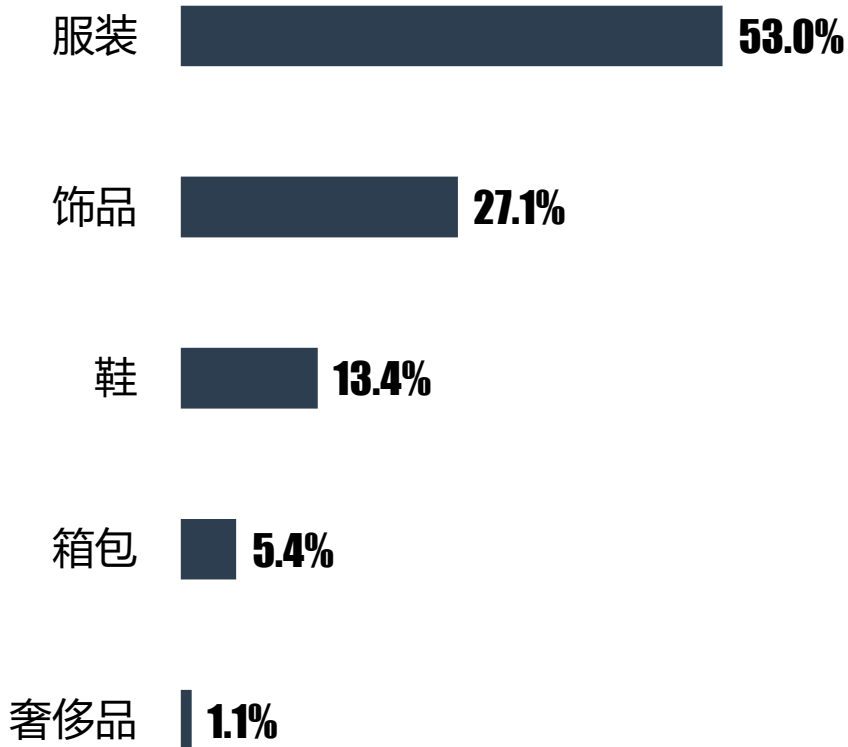
尤妮佳
187

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

用户关注服饰鞋包类别占比TOP5



关注服饰鞋包品牌占比TOP3



服装



饰品



鞋



箱包



耐克
89



阿迪达斯
98



优衣库
122

TGI

劳力士
136

浪琴
86

卡地亚
103

TGI

匡威
83

古驰
91

范斯
100

TGI

路易威登
116

蔻驰
126

蔻依
48

TGI

数据来源：酷云大数据，北京卫视《芝麻胡同》

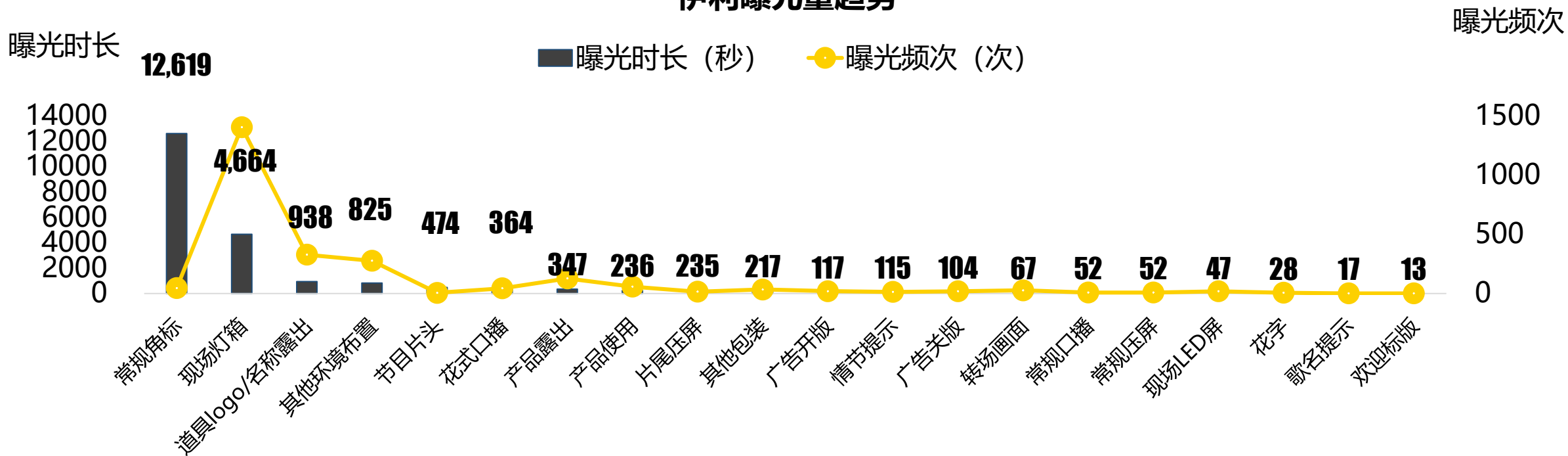
▶ 热门综艺《歌手2019》植入品牌TOP10

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%

热门综艺《歌手2019》冠名商伊利曝光形式概览



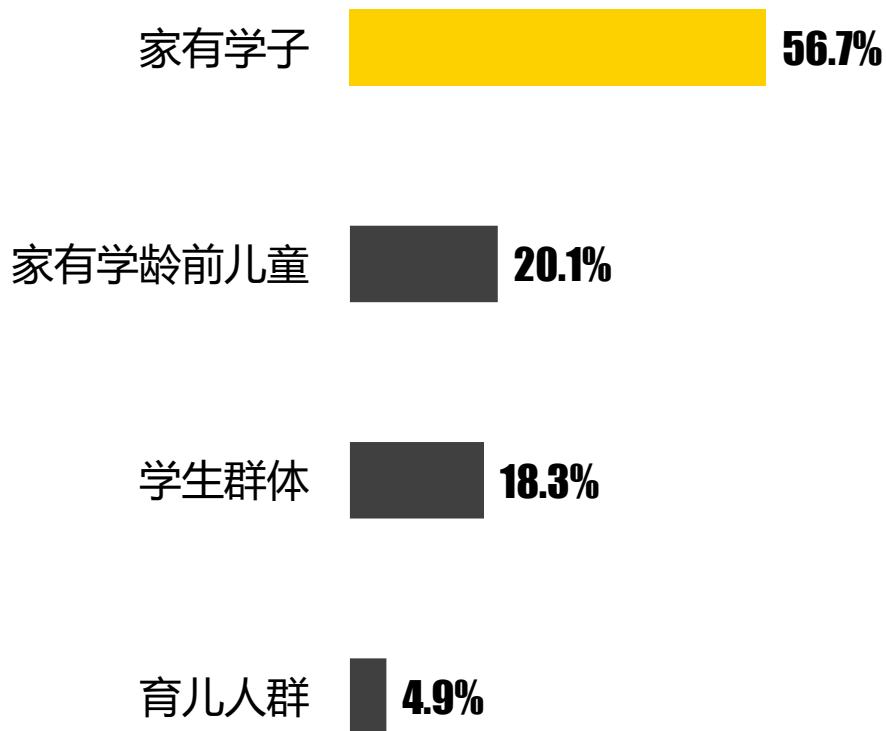
伊利曝光量趋势



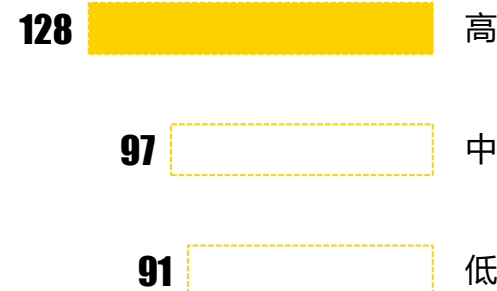
▶ 热门综艺《歌手2019》精准迎合伊利品牌诉求

《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%

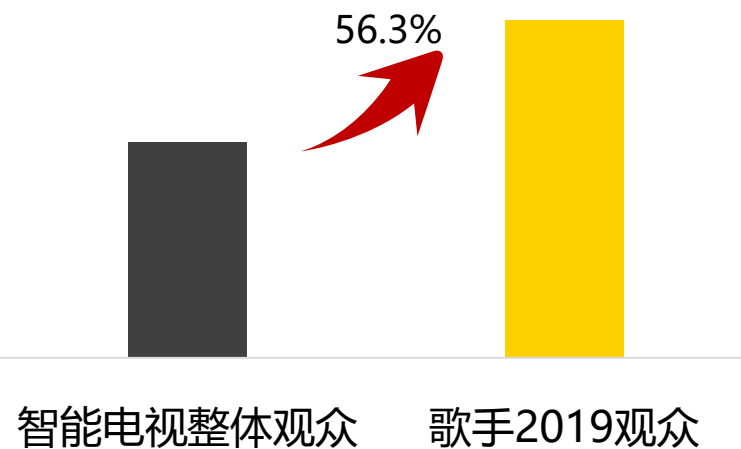
人生阶段占比



消费水平



伊利关注度对比



Thanks

