

你在看球的时候，我们在看你

中国足球资讯APP用户特征分析2017

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



分析对象及数据来源

- 分析对象：主要分析足球类相关APP、足球资讯APP市场盘点与用户特征分析。
- 数据来源及说明：
 - 易观千帆：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
 - 易观万像：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观万像基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
 - A3算法：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整
 - 数据说明：对17赛季足球球迷数量的估算方法：2016年中超赛季电视收视规模、2017中超收视率、人均观看场次、2017其他足球赛事（世预赛、亚冠、足协杯、英超、欧冠、西甲、意甲、法甲等）收视率、中超与其他赛事球迷标签占比、电视渠道占比等公开数据信息指标建模推演计算。其他数据来自易观自有监测数据和易观研究模型估算获得。

目录

CONTENTS

01  | 足球类APP现状概述

02  | 足球资讯产品用户特征与需求偏好

03  | 代表厂商用户扫描

04  | 足球资讯行业一点思考

PART 1

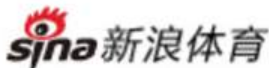
足球类APP现状概述



足球相关APP的主要细分与切入痛点分析



赛事直播



- 满足观看球赛的需求
- 版权成为厂商进入的门槛
- 多为综合性视频网站的体育频道



资讯社区



- 满足快速接收资讯的需求
- 满足球迷的情感需求
- 创业企业更容易选择从该角度切入
- 赛道中头部企业已经形成



足球彩票



- 满足对金钱的需求
- 灰色地带较多
- 多与资讯、分析预测等相结合，最易变现



球队、俱乐部



- 深度垂直，满足球迷的情感需求
- 更加聚焦，多以售票实现变现
- 多为官方运营

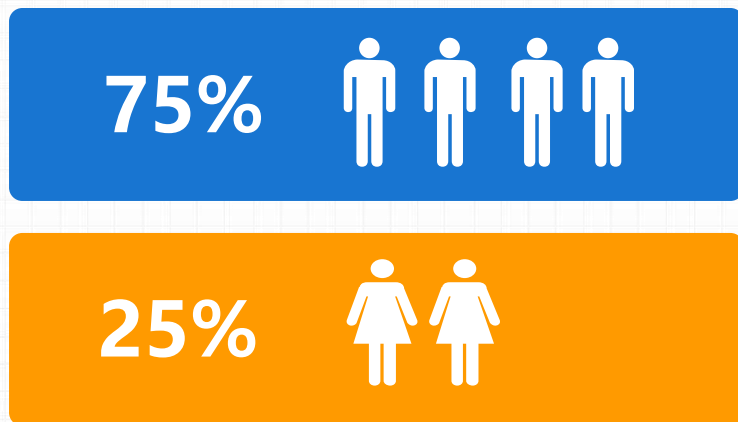
PART 2



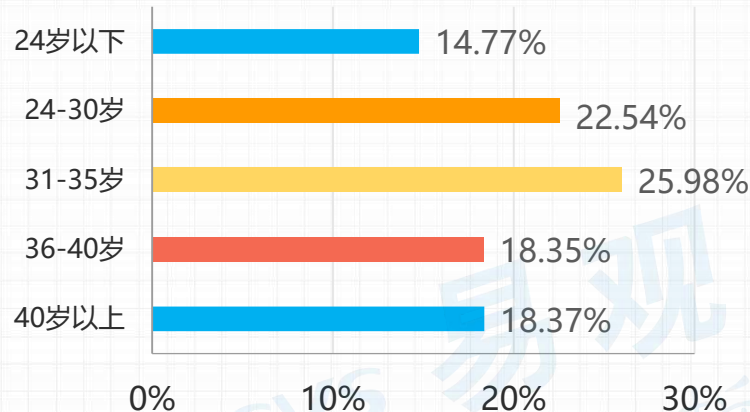
足球资讯产品用户特征与需求偏好

足球资讯产品用户多以男性为主，北上广占比最高

足球资讯用户性别分布



足球资讯用户年龄分布



足球资讯用户地域分布



数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观万像基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

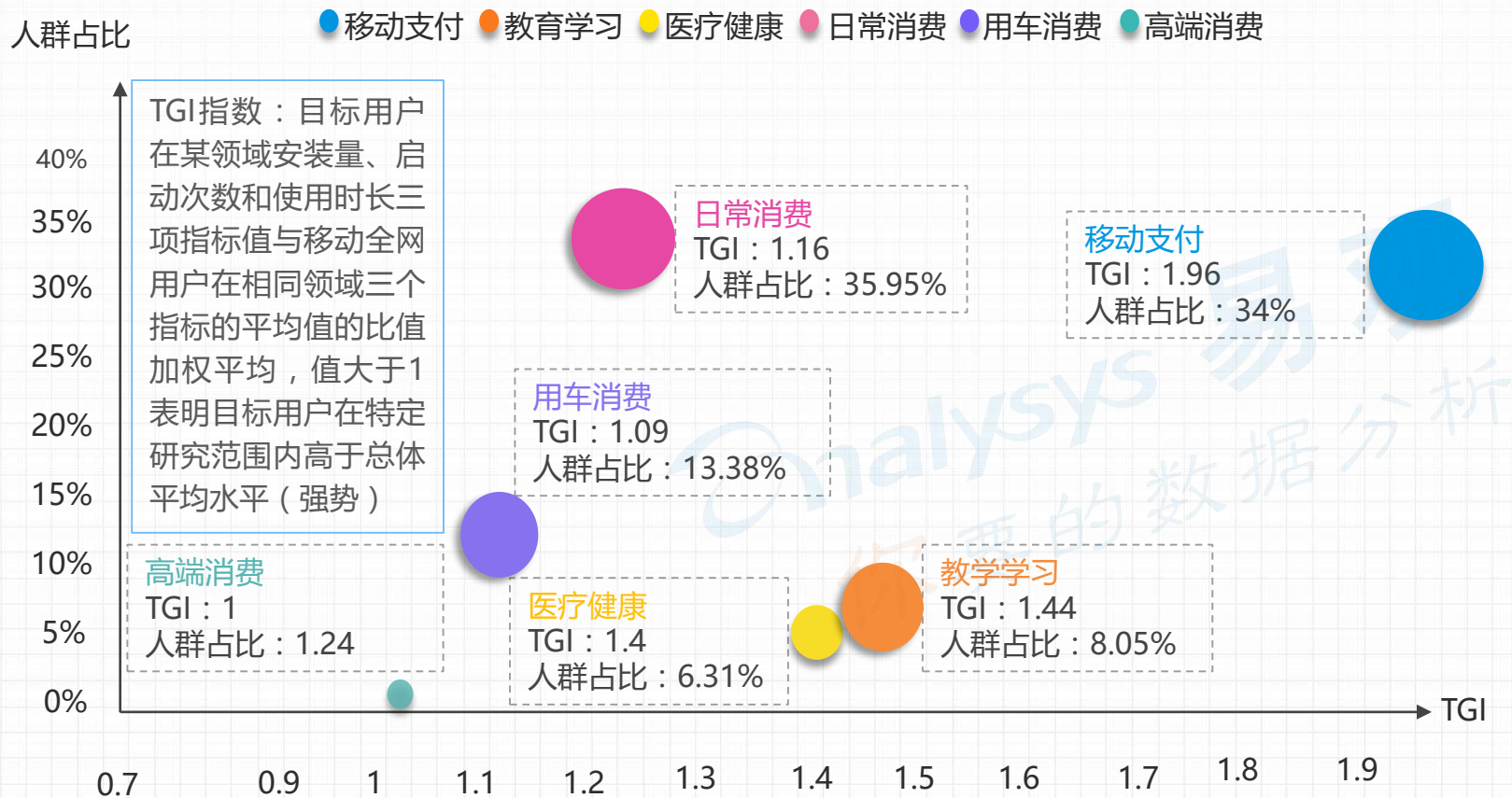
© Analysys 易观 · 易观万像 · A3

www.analysys.cn

- 足球资讯产品的用户男性占到75%，少数女性关注该类型APP。
- 足球资讯产品的用户年龄分布集中于30岁左右，24-35岁占比接近5成。该部分群体多为上班族，养成了一定的兴趣习惯，对于球赛、社区的需求较大。
- 地域分布上，活跃用户较多的城市多数经济发达、足球文化浓郁、该地区的足球代表队或俱乐部成绩优异。占比最高的三个城市分别为：广州（7.73%）、上海（4.71%）、广州（3.51%），天津、武汉、沈阳、重庆、济南、深圳、杭州分列4-10位。

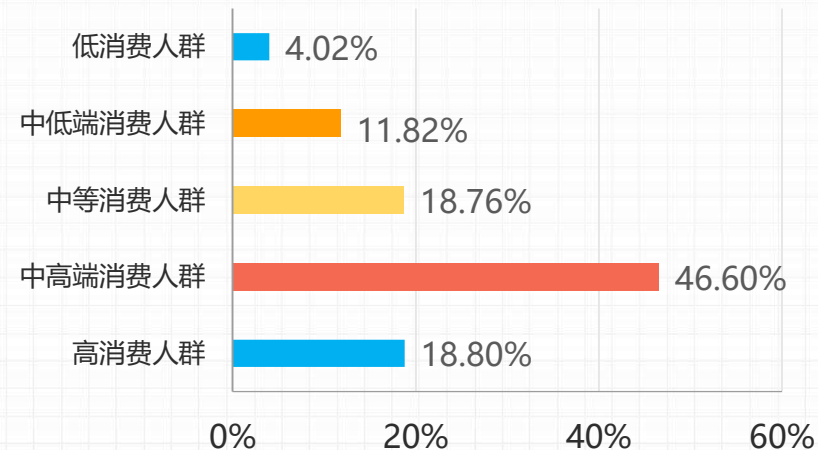
足球资讯产品用户中高端消费人群占比最高，偏好移动支付

足球资讯APP用户消费画像概览



数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观万像基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

足球资讯APP用户消费能力分布



- 根据易观万像数据显示，足球资讯APP的用户更多集中在中高消费人群上。该部分用户具有购买能力。
- 同时该部分用户的移动支付偏好明显，日常消费人群占比最高。
- 综上所述足球资讯APP用户消费能力强，支付意愿高。可针对该部分用户的偏好设计更多消费场景实现变现。

PART 3



代表厂商扫描

懂球帝:以内容社区为核心，依托巨大流量依靠广告、电商等实现变现

数据榜单

数据榜单是快速了解球队实力的工具，数据结合论坛结合专家预测，也是分析基础。作为球迷会对数据榜单存在关注

自定义标签与圈子

足球联赛众多，球迷细分领域众多。要做到有针对性的推送、形成基于共同爱好的社群圈子，就需要结合自定义标签与浏览习惯形成的数据进行综合判断

视频集锦

足球比赛赛时较长，单次进攻耗时较长，进球频率低。视频集锦可以高效传播精彩画面，并有效规避版权问题

资讯头条

在懂球帝的内容版块中，资讯头条占据重要地位。快速传递的新闻资讯也会吸引巨大流量



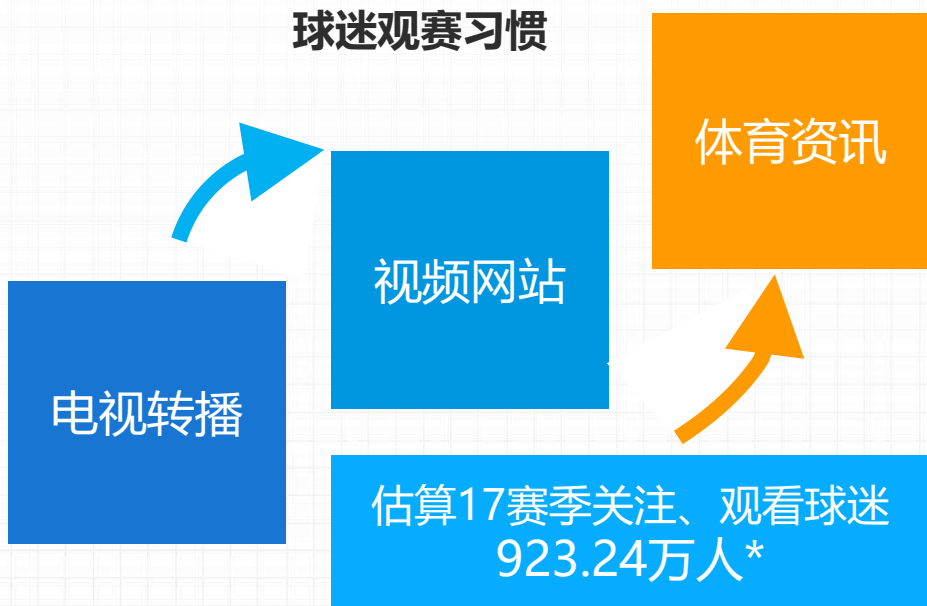
内容引流，平台广告、电商变现

懂球帝深耕足球这一垂直领域，在足球领域的内容社区方面处于领导地位。版块中最重要的三个部分：社区、电商、游戏，其中社区以内容引流，兼顾球迷情感需求，足球游戏也会吸引巨大流量，带来平台广告价值、以及流量导向电商实现变现



懂球帝:活跃用户数量领域TOP1，多为24-40岁男性

球迷观赛习惯



*以2016年中超赛季电视收视规模、2017中超收视率、人均观看场次、2017其他足球赛事（世预赛、亚冠、足协杯、英超、欧冠、西甲、意甲、法甲等）收视率、中超与其他赛事球迷标签比例、电视渠道占比等数据指标建模推演计算

懂球帝

懂球帝2017前三季度累积活跃人数（去重）：

740.71万

截止2017年第三季度懂球帝活跃球迷用户
占关注、观看球迷总数：

80.23%

数据说明：根据公开信息和易观千帆整理得出

懂球帝用户性别分布



67.58%

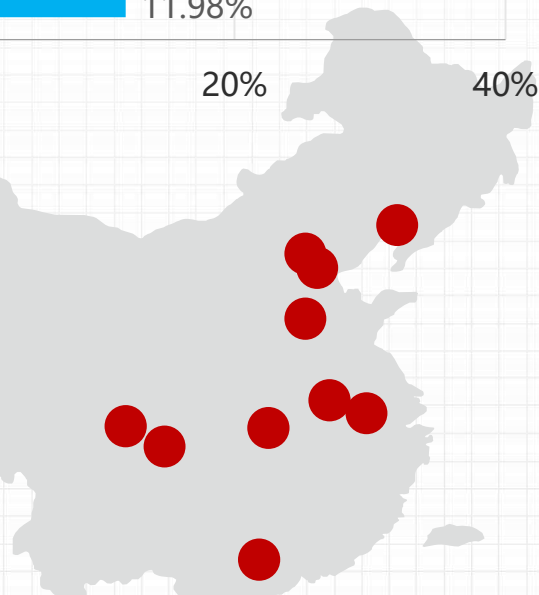
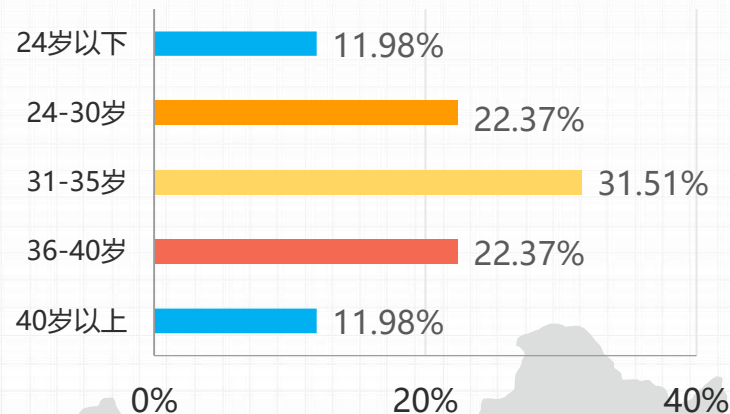


32.42%

- 懂球帝的用户性别分布与领域情况保持一致呈现男多女少的局面，相比之下懂球帝的女性占比更高，这与普及度高、界面设计等均有关系。
- 懂球帝用户年纪集中于24-40岁，产品设计与服务，均可以更偏向该年龄层的审美。
- 懂球帝的用户更多集中于超一线及一线城市，占比最高的三个城市分别为天津、广州和上海。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

懂球帝用户年龄分布



虎扑足球：虎扑足球业务分立，从大体育深入垂直行业

虎扑的业务布局



虎扑社区

虎扑篮球

虎扑足球

识货

2004

CEO程杭在芝加哥创建虎扑前身 hoopCHINA篮球论坛



资讯、社区

2012

虎扑体育Android、iPhone手机客户端正式上线，进军移动互联网领域



资讯、社区

2017

虎扑足球App正式上线，虎扑APP中仍保留相关足球资讯。虎扑开始向移动端垂直领域进军

体育+社交+潮流

垂直领域纵深

多业务拓展



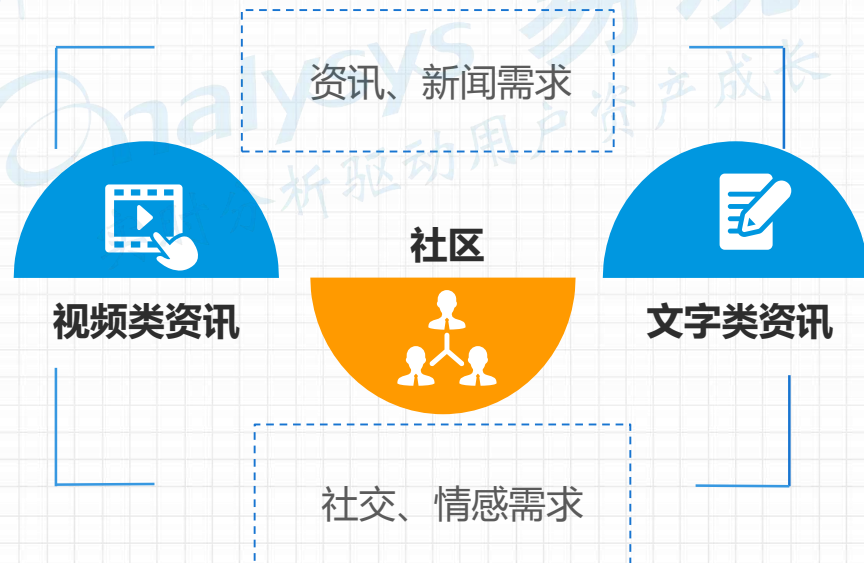
导购



社交

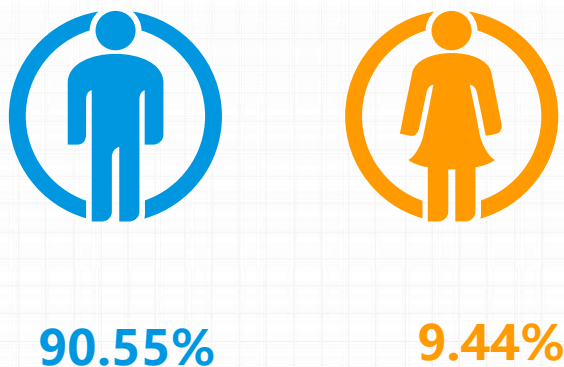
优质内容是社区形成和稳定运营的关键

- 球迷是具有强烈情感归属的一群人，以社区的方式打造足球资讯平台是很好的切入点。优质的内容是维持社区热度的重要保证，高质量、高频率的输出是社区类产品的重要投入
- 虎扑足球从虎扑APP分离，可以使用同一账号，保留曾经关注的小组信息。长远看，虎扑足球一定要有别于虎扑的足球版面进行更垂直的探索才能找到更有利于自身发展的道路

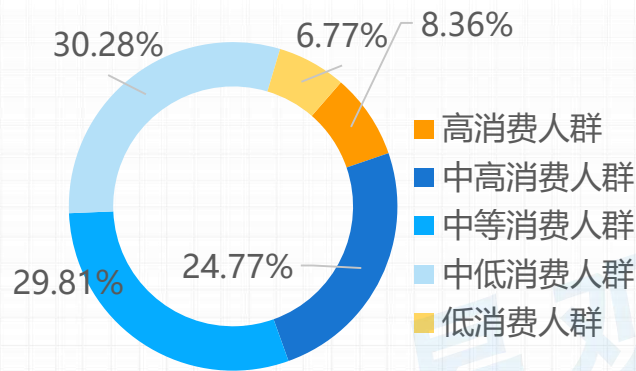


虎扑足球：男性占比极高，消费能力中等偏下，仍在用户培养阶段

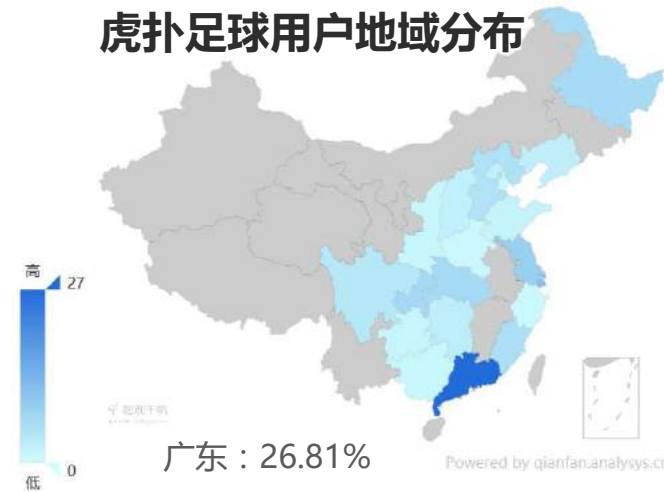
虎扑足球用户性别分布



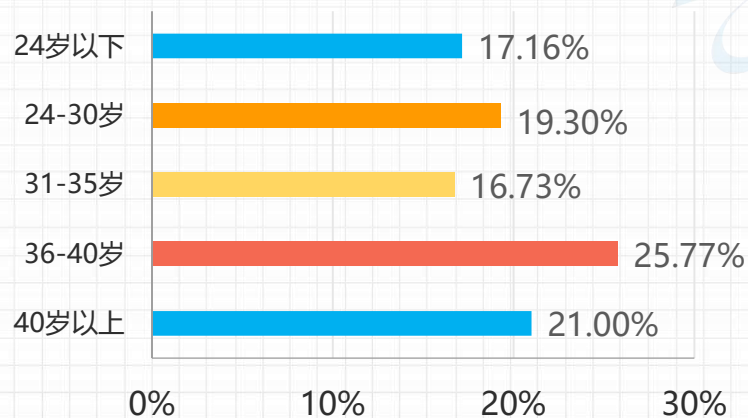
虎扑足球用户消费能力分布



虎扑足球用户地域分布



虎扑足球用户年龄分布



- 虎扑足球活跃用户的男性占比极高，年龄与领域活跃用户整体相比偏大。
- 目前虎扑足球用户地域分布相对集中，广东省的占比更是高达26.81%，占比前三名的城市分别是广州市、上海市和重庆市。
- 用户年龄属性偏大，但是消费能力却并没有呈现出递增，一方面可能是年长者的移动端消费喜欢还未培养好，另一方面可能是虎扑足球的优质用户仍有待培养。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

粉丝经济

- 以球队作为切入，受众更加垂直。作为兴趣爱好极度相似的社群，具有高凝聚力、高忠诚度的特点。
- 基于垂直的粉丝群体建立的官方平台，拥有官方背书。
- 内容上具有版权优势，且用户需求与主题更为切合，容易收到良好反馈。
- IP对于粉丝具有强吸引力，粉丝的付费意愿更强。在商业化变现的过程中，精准营销的推送也更易在粉丝群体中传达。
- 对粉丝以外的群体较难产生吸引。足球领域联赛众多，多数球迷不止喜欢单一队伍。如何在保持特色的同时增加多元化内容也会成为球队型APP的方向。

基于球队粉丝进行更为精细的运作

票务功能属于特色功能



实时赛事

直播、视频、新闻

- 聚焦球队赛事
- 直播、转播版权具有优势
- 赛事新闻送达效率高



官方票务

主场、客场、官方售票

- 天然的变现渠道
- 便于针对球迷、球队粉丝群体做更精细化的营销



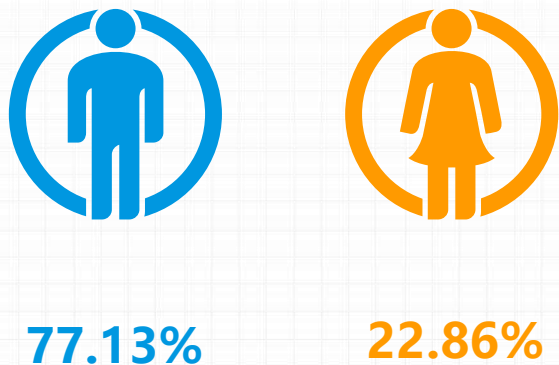
活动周边

游戏、赠票、周边

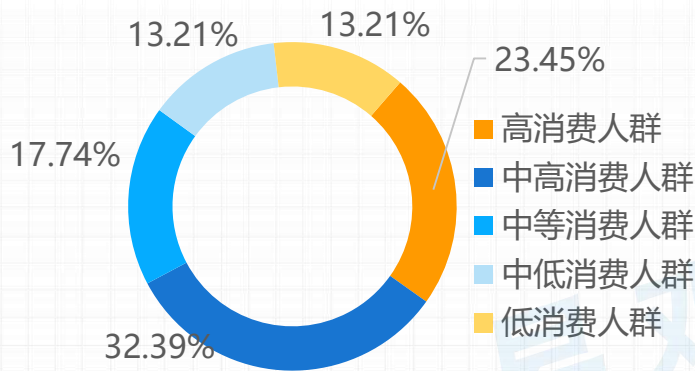
- 目标客群具有强一致性，便于进行促达
- 具有明显的地域分布特征，有利于举办线下活动

北京国安：31-35岁用户占比最高，地域分布非常集中

北京国安用户性别分布



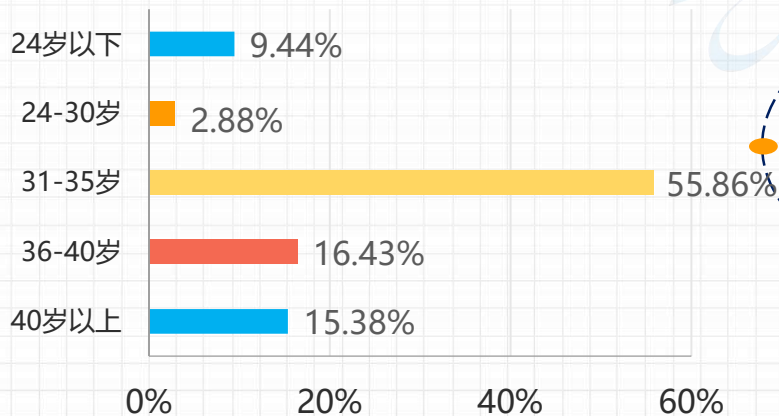
北京国安用户消费能力分布



北京国安用户地域分布



北京国安用户年龄分布



- 北京国安APP的活跃用户中，31-35岁的占比非常高，这部分用户恰好处于事业上升阶段，消费意愿和能力均处于较高水平。消费能力分布也可佐证，北京国安APP的活跃用户具有较高的消费能力。
- 北京国安APP的活跃用户地域分布非常集中，北京市与河北省的比例约为7：3。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

PART 4



足球资讯行业一点思考

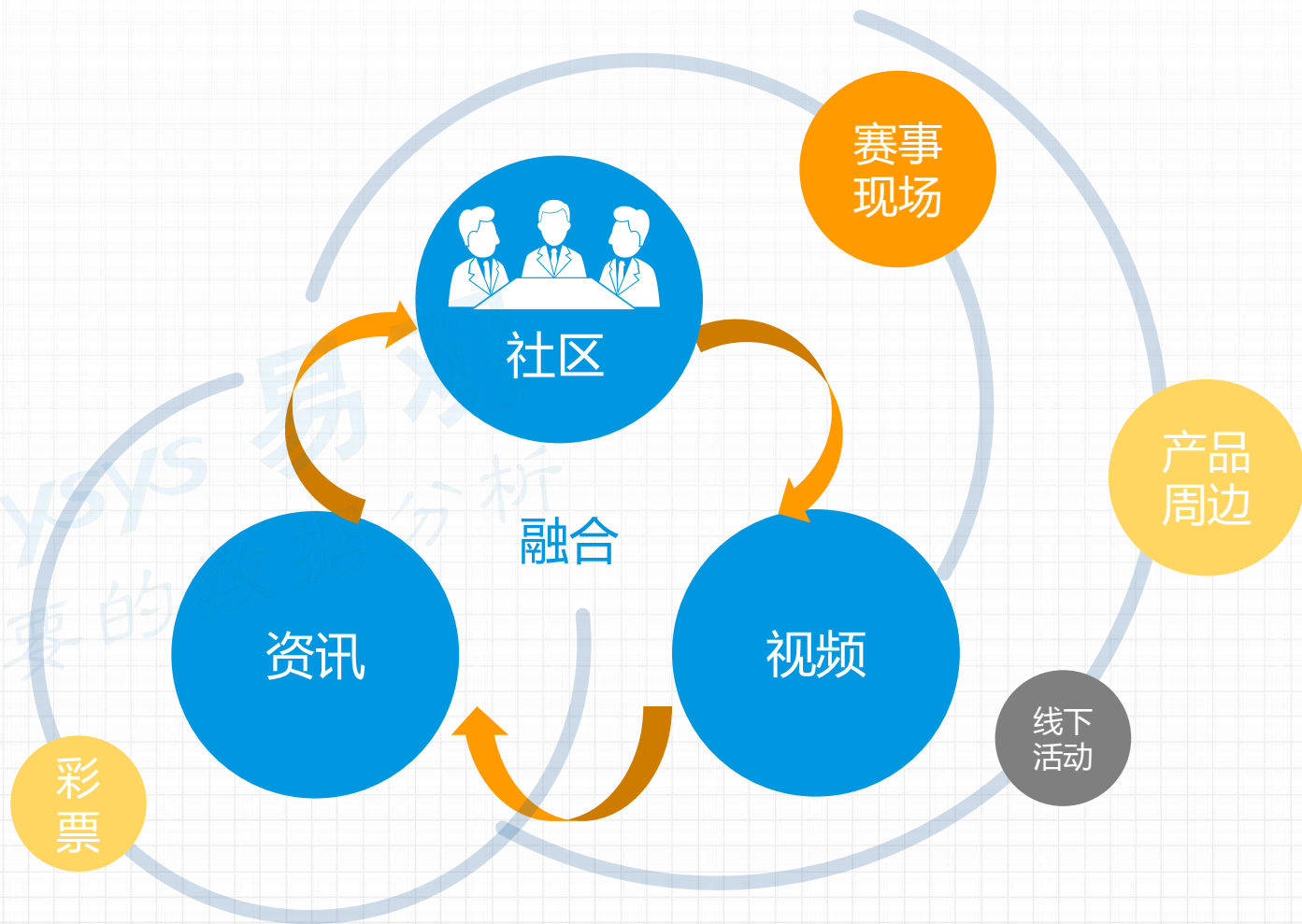
足球资讯APP形成产品特色找到有效变现途径成为关键

产品特色与变现模式有机结合

- 足球资讯产品为融合多种需求，多数将视频、资讯、社区功能融为一体，功能同质化严重
- 下一阶段寻找产品特色将成为关键，突出单一功能，逐渐分化出更为细致的领域
- 各厂商有必要结合领域内活跃用户特征，以及自身产品定位与用户特征，制定出合适的商业化道路

关注少数人群，挖掘新需求痛点

- 政策推进青少年足球事业发展，关注青少年群体、足球教学或成新方向
- 从领域活跃用户和厂商活跃用户分析来看，男性是足球资讯APP使用的主要人群。但是，女性的占比在逐渐增加，挖掘女性市场，轻科普、球员推送等板块不失为新的尝试



数据分析驱动变革

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用