



艾 瑞 咨 询

# 2018年世界杯盘点

## —球迷的理性与狂欢

艾瑞与咪咕联合发布

2018年



## 观众观赛体验较上届世界杯发生较大提升

- 世界杯为观众最关注赛事，国内联赛跻身前五
- 移动设备成为用户观赛主要方式，具有转播权的视频平台用户得到较大增长
- 观赛场景、观赛地点随之革新，全天候多地点观赛成为主流
- 新技术基于平台全面展现，解说、观赛角度均可自主选择



## 观众观看内容及互动方式更加多元，观赛伙伴、赛间活动更加丰富

- 视频内容仍最吸引观众，播放流畅度为观众首要在意体验
- 多种互动方式激发球迷观赛热情，竞猜成为最受欢迎方式
- 同家人共同观看比赛仍是球迷主要选择，与同球队球迷集体观看成为观众新选择
- 社交平台与直播弹幕共用，球迷观赛交流“0时差”
- 中场休息精彩不停，烧烤啤酒成为观赛最佳拍档



## 世界杯为观众最关注赛事，世界杯观众更加热爱体育运动

- 世界杯观众年龄分布广泛，西藏4G用户观赛热情最高
- 男女生观赛特点差异多，观赛原因不谋而合
- 世界杯年带来大量新球迷，优秀表现吸引大量新粉丝

世界杯观众观赛体验提升

1

世界杯观众观赛方式对比

2

咪咕视频世界杯观赛人群画像

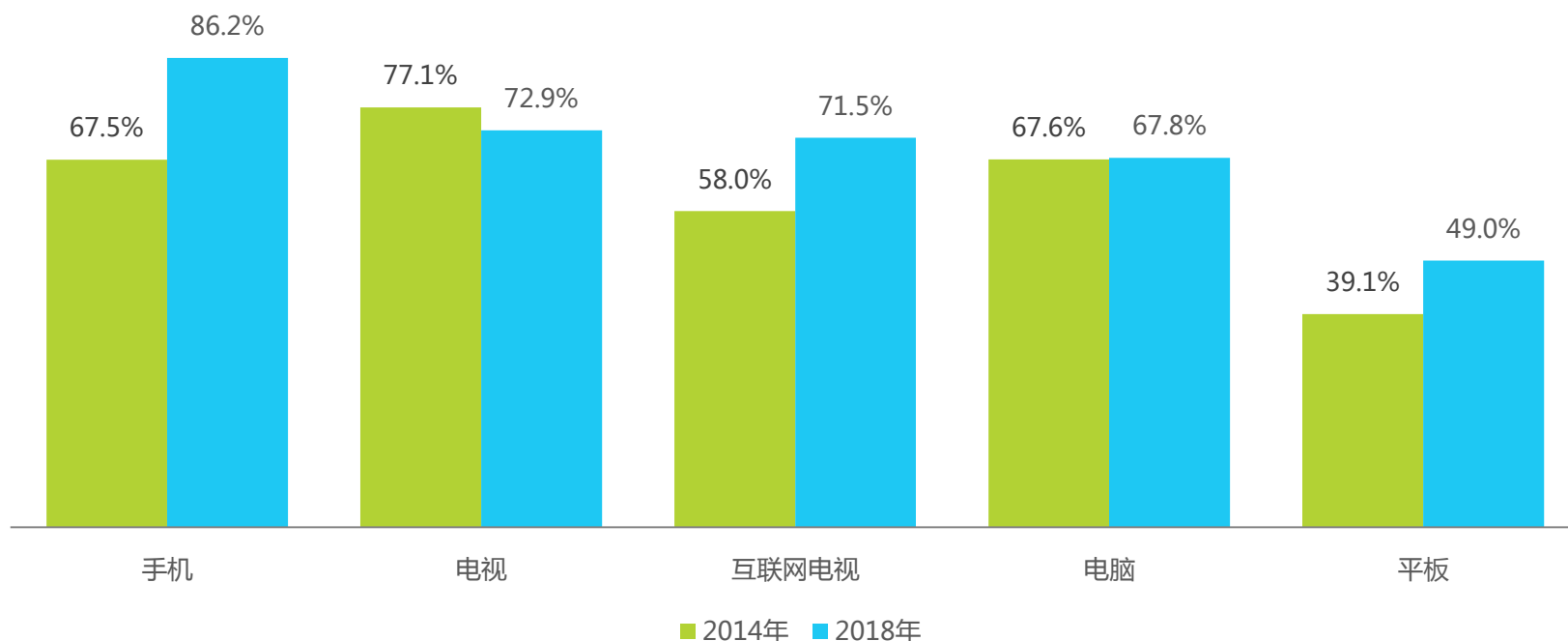
3

# 观众观赛设备有所转变

## 战火重燃，移动设备成为主要观战平台

作为全世界球迷四年一次的狂欢节，世界杯是每个球迷都翘首以盼的赛事。今年的世界杯不仅仅可以通过电视转播观看，咪咕和优酷视频及旗下APP都获得了赛事的直播权。正是如此，越来越多的球迷愿意通过手机和平板等移动设备观看比赛，相比上次世界杯，这次会通过平板观看的观众达到了49%，较上次世界杯增长接近10%。而会通过手机观看赛事的观众更是达到了86.2%，比上届世界杯时增长18.7%。

### 2014年&2018年咪咕世界杯观众观赛设备选择占比



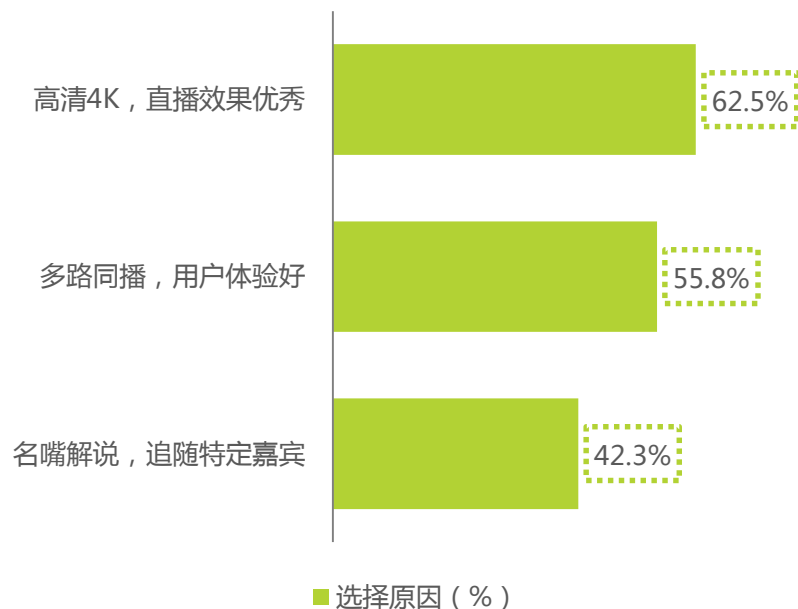
样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

# 世界杯期间视频平台使用情况

## 官方版权吸引球迷涌入，“黑科技”为观众选择关键

智能设备的普及和网络传输速度的提升等原因让通过移动设备观看赛事的体验不断提升，因此在世界杯开赛之后，大量球迷纷纷涌入了拥有比赛转播权的视频APP。其中，咪咕视频的“高清4K”、“50帧原画”、“多路同看”等“黑科技”以及诸多名嘴解说的加盟大大提高了比赛的观赏性，吸引了大量球迷使用。

### 2018年咪咕世界杯观众选择咪咕作为 观赛平台主要原因



### 2018年咪咕视频直播高科技展示



样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

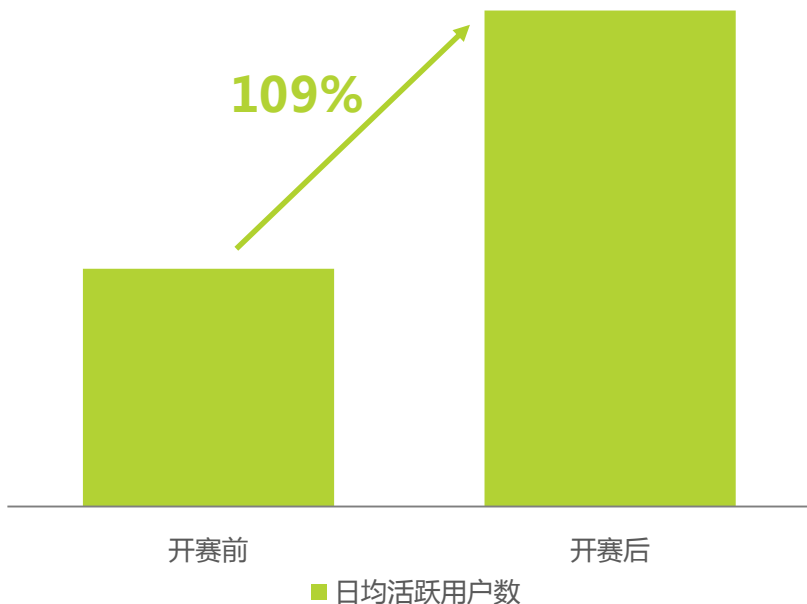
# 咪咕视频世界杯期间使用情况

## 精彩赛事让人上瘾，重度用户直线上升

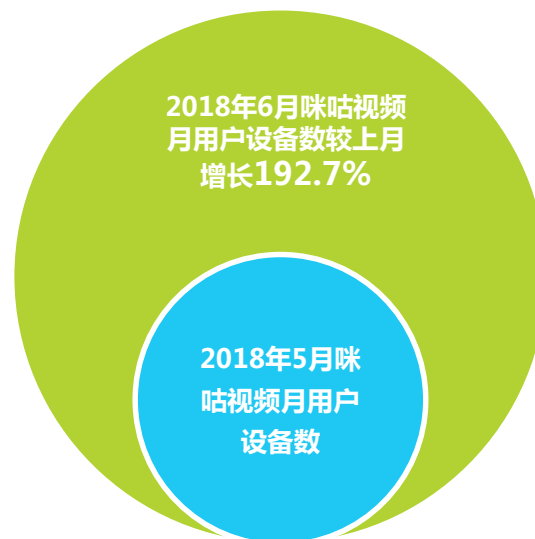
在获得世界杯的转播权之后，各大视频平台纷纷发挥自身优势，为观众全天候的提供世界杯相关的精彩内容。因版权利好的原因，咪咕视频用户在大赛开始后的增长速度令人侧目。在世界杯开赛当日，咪咕视频的日活跃用户较月初增长了109%。

世界杯开赛后，咪咕视频的月用户设备数相比5月也有着大幅度的增长。在6月，咪咕视频的月用户设备数较5月的增长接近200%，达到192.7%。

mUserTracker-2018年6月咪咕视频世界杯开赛前后日均活跃用户数



mUserTracker-2018年5-6月咪咕视频月用户设备数增长情况



来源：艾瑞移动用户行为监测产品mUserTracker。

来源：艾瑞移动用户行为监测产品mUserTracker。

# 观赛场景观赛地点更加丰富

## 摆脱场地束缚，随时随地看比赛

技术的进步在改变了人们观赛设备的同时也丰富了观众们的观赛场景。通过手机等各式移动设备，无论是在上班的路上，还是在出游时，观众们都可以观看自己喜爱的节目。与观赛场景一同改变的还有观赛地点，尽管家仍然是观看世界杯的首选，但是本届世界杯，越来越多的观众选择走出家门，与自己的好朋友，甚至是陌生人，一起在酒吧、餐厅和户外享受比赛的乐趣。

### 2018年咪咕世界杯观众观看世界杯内容时段分析



### 2018年咪咕世界杯观众观看世界杯内容场景选择



样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

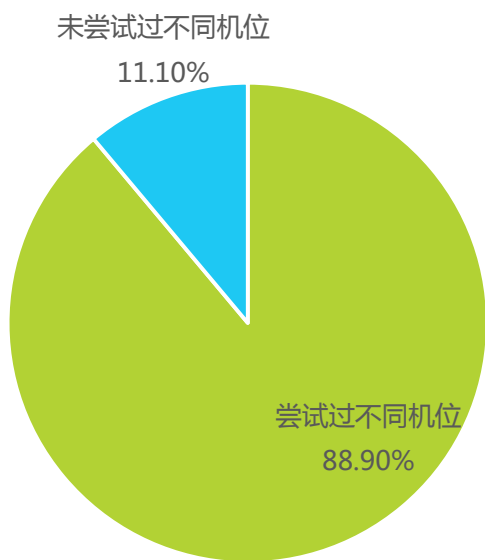
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 观赛技术与观赛选择更加多元

## 我的解说我选择，我的视角我决定

移动端设备观赛的普及为新技术的应用提供了平台，曾经在电视上收看比赛时，所看到的角度完全由转播方决定，且每场比赛的解说也相对固定。而现在包括咪咕视频在内的各视频平台在转播本届世界杯的比赛时，为观众提供了多角度不同机位的选择，可以让观众根据自己的喜好从各个视角观看比赛，同时一场比赛也不再仅有一组解说团队，丰富的解说嘉宾搭配也为各视频平台吸引了大量慕名而来的用户。

### 2018年咪咕世界杯观众使用不同机位观赛占比



来源：相关数据来自咪咕视频大数据统计。

### 咪咕视频中不同机位观赛事例



作为本次世界杯的一大亮点，多机位选择为观众带来了多元化的观赛体验。球迷可以随心所欲的切换至自己想看的画面：上帝视角俯瞰全场、“饮水机守护者”观察替补席的一举一动等等。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



世界杯观众观赛体验提升

1

世界杯观众观赛方式对比

2

咪咕视频世界杯观赛人群画像

3

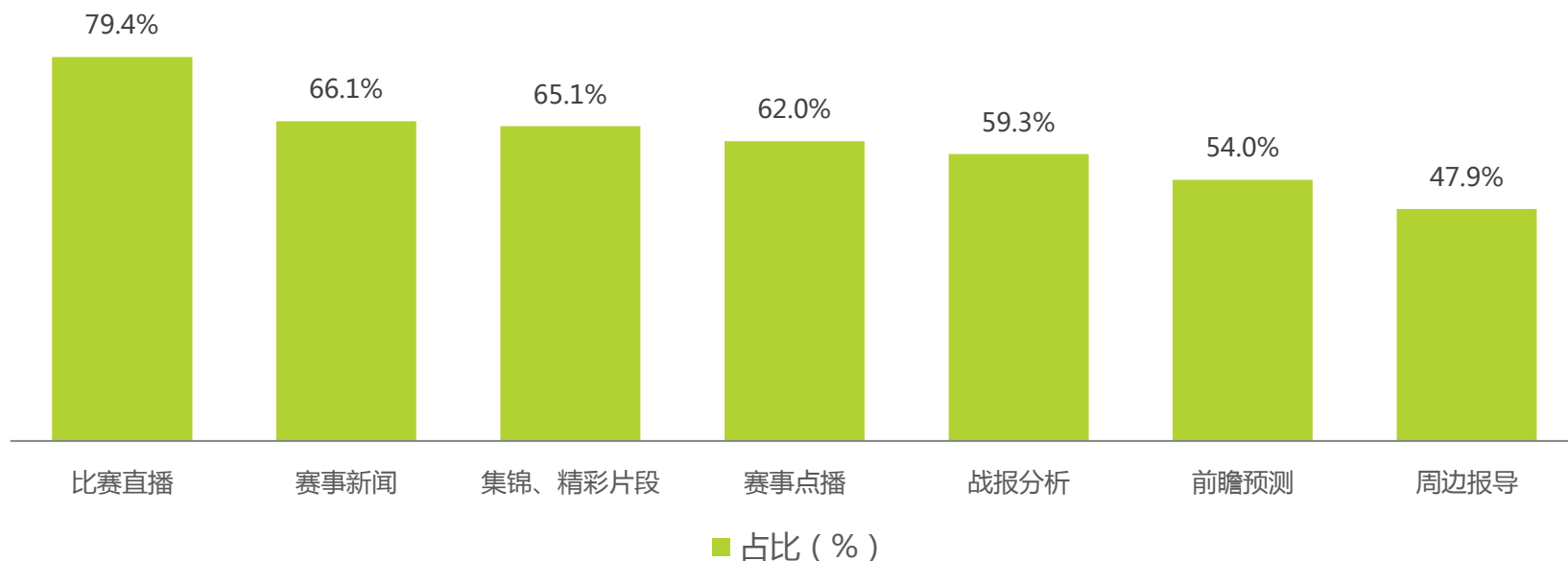
# 观众观赛内容分析

## 直播战报全收看，精彩集锦不错过

相较于传统的电视转播，APP内具有更多的内容形式。从传统的赛事直播、精彩视频点播，到周边新闻、互动精彩和图文点评，多样化的内容满足了具有不同爱好的每一位球迷。

以咪咕视频为例，在各领域中，直播以及赛事相关新闻、视频点播仍占观众选择观看内容大部分比例，而其中精彩集锦、搞笑花絮等视频内容更是占总内容65.1%，位居第三名。

### 2018年咪咕世界杯观众观看世界杯相关内容占比



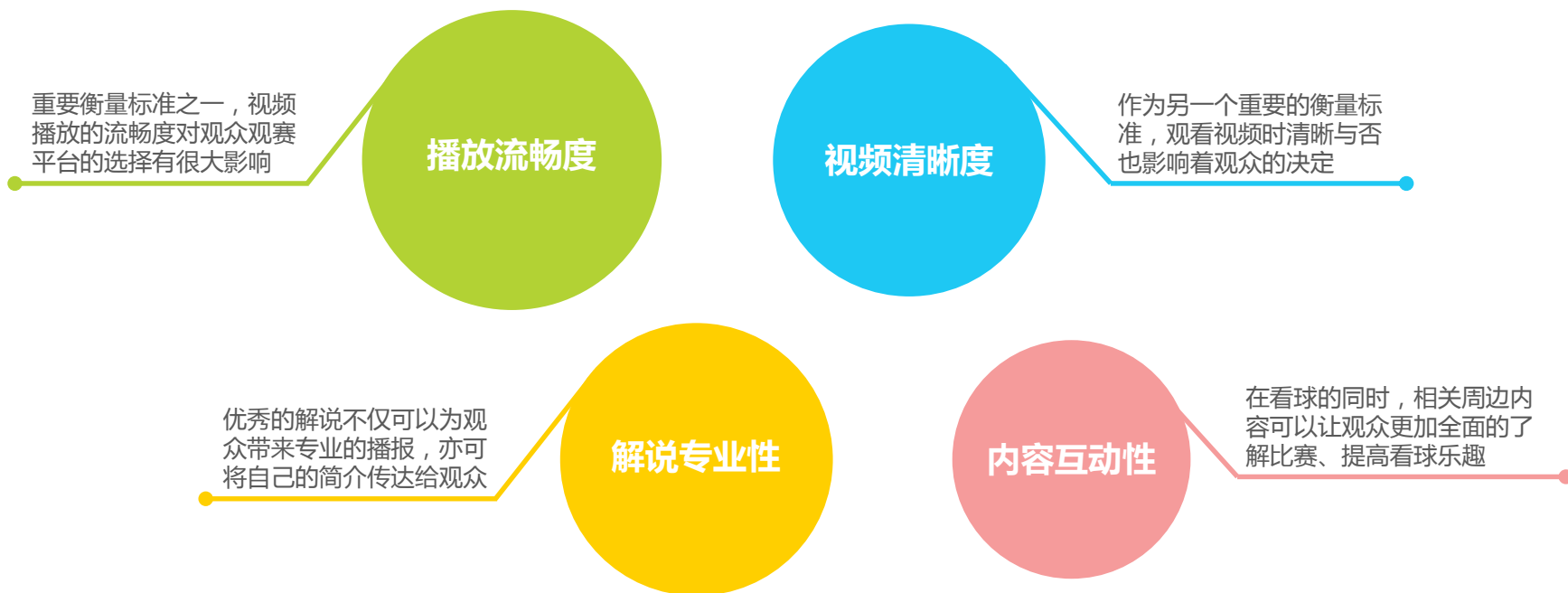
样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

# 观众观赛体验偏好

## 视频质量至关重要，相关报道、评论吸引眼球

随着科技的进步，观众对于在APP上的观赛等内容方面的体验要求也越来越高。世界杯期间，最重要的莫过于赛事本身，因此观众们也最为注重与赛事相关内容的体验，而其中，播放的流畅度以及视频的清晰度是观众最在意的两个方面。同时许多用户愿意通过阅读赛事相关新闻以及专业人士点评加深自己对于赛事的理解，所以对于这部分内容的专业性和延展性也有很高的要求。

### 2018年咪咕世界杯观众观赛体验分析



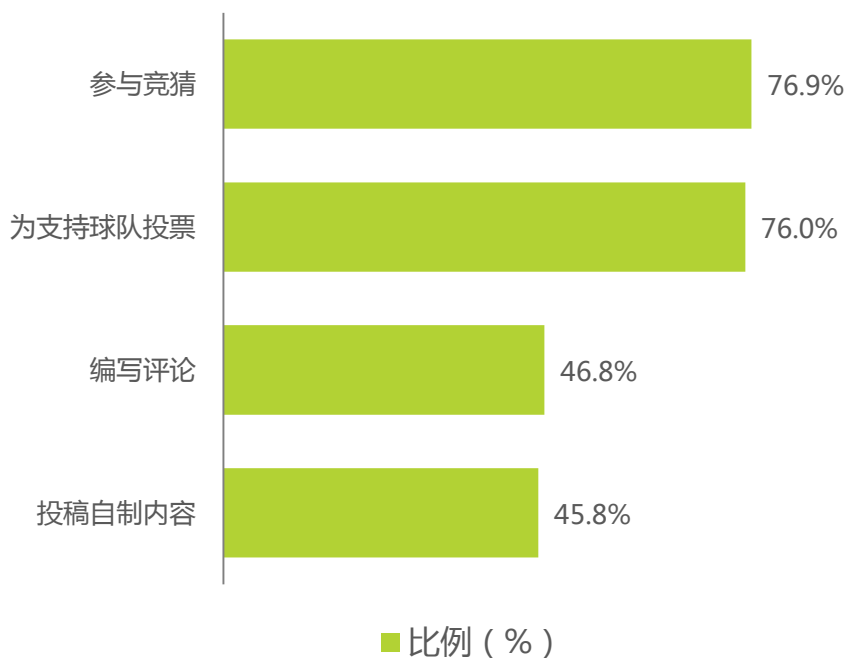
# 世界杯观众互动方式分析

## 竞猜投票表支持、投稿评论两不误

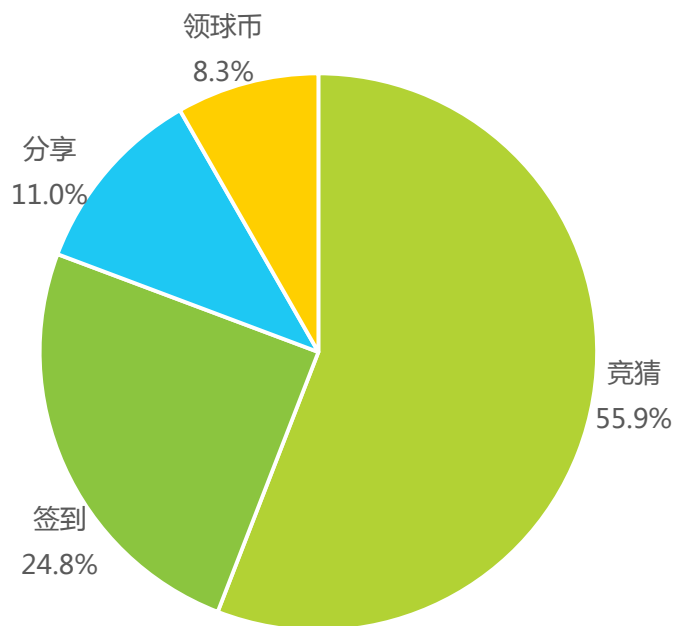
在本届世界杯期间，观众除了观看比赛之外，还通过多种多样有趣的方式加入与世界杯有关的互动。在各互动方式中，参与比赛胜负的竞猜成为最受观众欢迎的互动方式。同时球迷也通过投票的方式pick自己喜欢的球队。

为了满足用户的参与感，咪咕视频也同样上线了丰富的互动形式。让用户在观看比赛的同时可以签到领积分、领球币，更可以与好友分享自己喜欢的内容。

### 2018年咪咕世界杯观众喜爱的互动方式分析



### 2018年咪咕视频各互动类型互动量占比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：相关数据来自咪咕视频大数据统计。

# 世界杯竞猜情况分析

## 竞猜热情高涨，结果频频爆冷

在观看精彩纷呈的比赛同时，世界杯观众们也通过使用免费领取的球币参与竞猜。本届世界杯小组赛期间，球迷在咪咕视频上以竞猜的方式进行互动的热情大大高于其他互动形式。从队伍方面，韩国队比赛时观众参与竞猜的热程度最高。而竞猜成功率最高的队伍为俄罗斯队，其参加的三场比赛的竞猜成功率平均为70%。最让人猜不透比赛结果的队伍当属日本队，由于其频频爆冷，导致相关竞猜总成功率仅有50%。在单场比赛方面，西班牙和摩洛哥的平局以2%的成功率创造了本届最低。

### 世界杯竞猜情况分析

#### 不负众望奖



作为东道主的俄罗斯队在本届世界杯凭借主场优势发挥抢眼。小组赛两胜一负，虽然最后一轮输给了实力强劲的乌拉圭，但是仍以小组第二的名次杀进淘汰赛

#### 始料未及奖



在小组赛期间，日本队的发挥可谓又是惊喜。首战便战胜了南美劲旅哥伦比亚，接下来却急转直下，最后一轮更是输给了提前出局的波兰，整体表现让人大跌眼镜

#### 最受欢迎奖



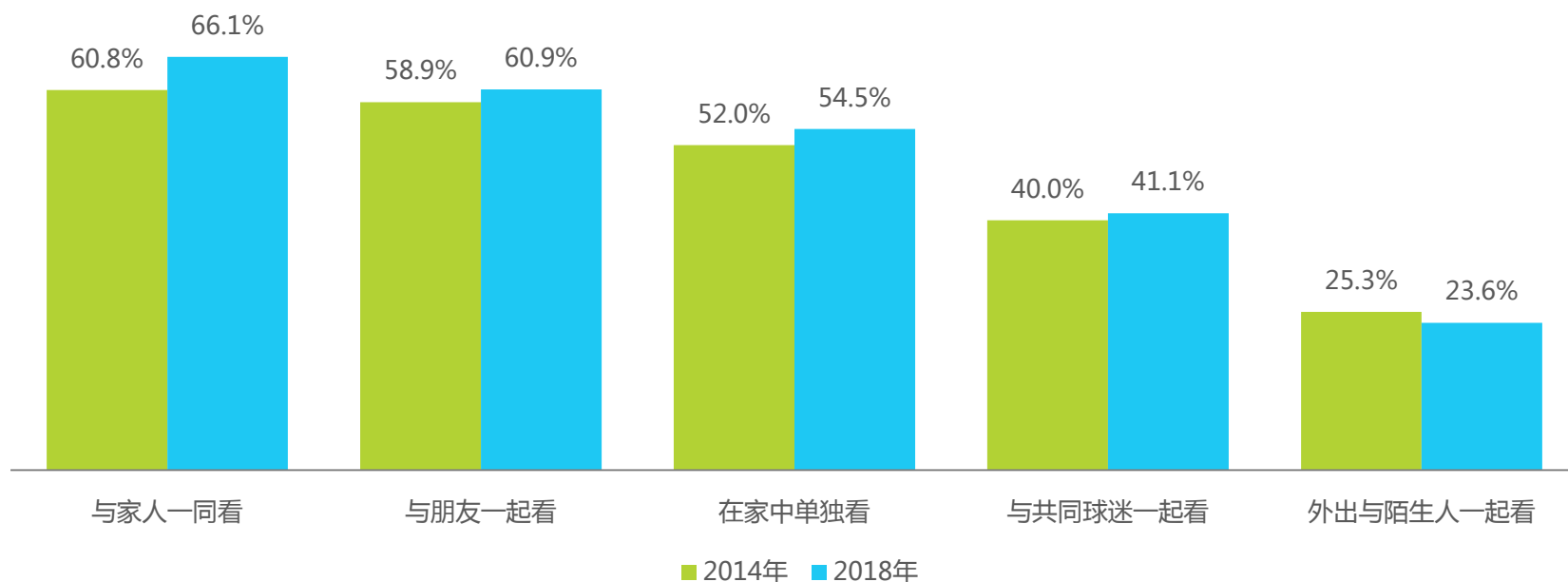
有着太极虎之称的韩国队在本届世界杯上有着最高的竞猜热情度。而除最后一轮战胜卫冕冠军德国之外，剩下两场比赛并无特殊表现。稳定的发挥也是众多观众竞猜相关比赛的重要原因

# 观赛同伴选择

## 共同观赛更受青睐，合家共赏仍是主流

在本次世界杯期间，观众与他人共同观赛的次数较上届世界杯时有着较大的提升，同时与各个不同人群集体观看的次数也均有提升。在各项选择中，家人仍是共同观赛的首选伙伴。在本届世界杯上，与家人共同观赛过的观众占比达到了66.1%。其主要原因为绝大部分世界杯比赛时间多在晚上甚至深夜开始，此时大部分观众都已回到家中。同时，大部分球迷所支持的队伍多受家中长辈影响，往往会出现全家支持同一队伍的情况，因此和家人一起看球会有更多的共同语言。然而如今我们可以自主接触到更多的比赛，支持的队伍也与家人越来越不同，所以与同球队球迷们在酒吧等地共同看球也成为了现在球迷们的新选择。

### 2014年&2018年咪咕世界杯观众观赛同伴选择



样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

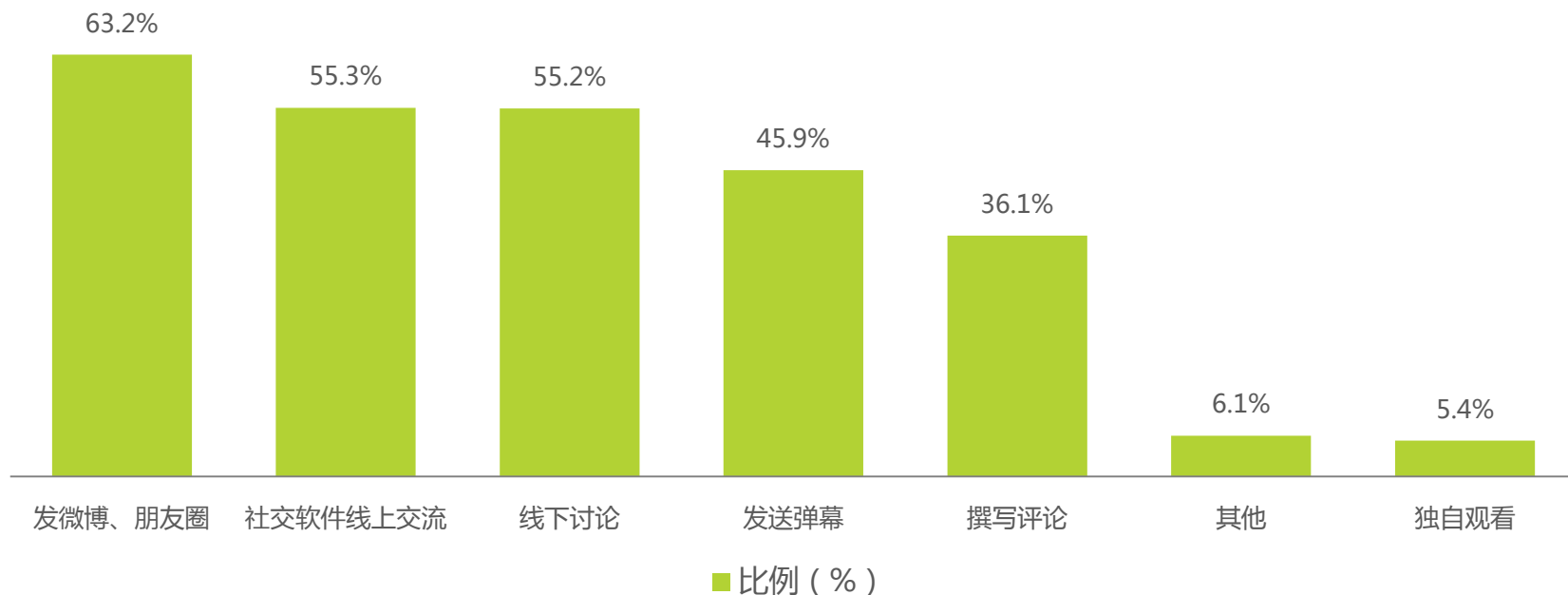
# 观赛期间交流方式选择

## 线上线下同步交流分享，弹幕微博随时上传感受

在线下与同伴、支持同一球队的球迷一起观看比赛的同时，越来越多的观众选择在社交平台上同时分享自己观赛的实时感受。在世界杯观众中，会通过发微博、朋友圈分享自己对比赛看法的人占63.2%。

在通过视频平台观看赛事直播的同时发送弹幕也成为了本届世界杯观众之间互动的重要方式，在观看比赛的同时通过弹幕表达自己的看法可以让用户体验到如在线下同伙伴一起观看比赛的感受，做到真正的“0时差”交流。在本次世界杯中，通过发送弹幕进行交流的观众达到了46%。

### 2018年咪咕世界杯观众交流方式选择



样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

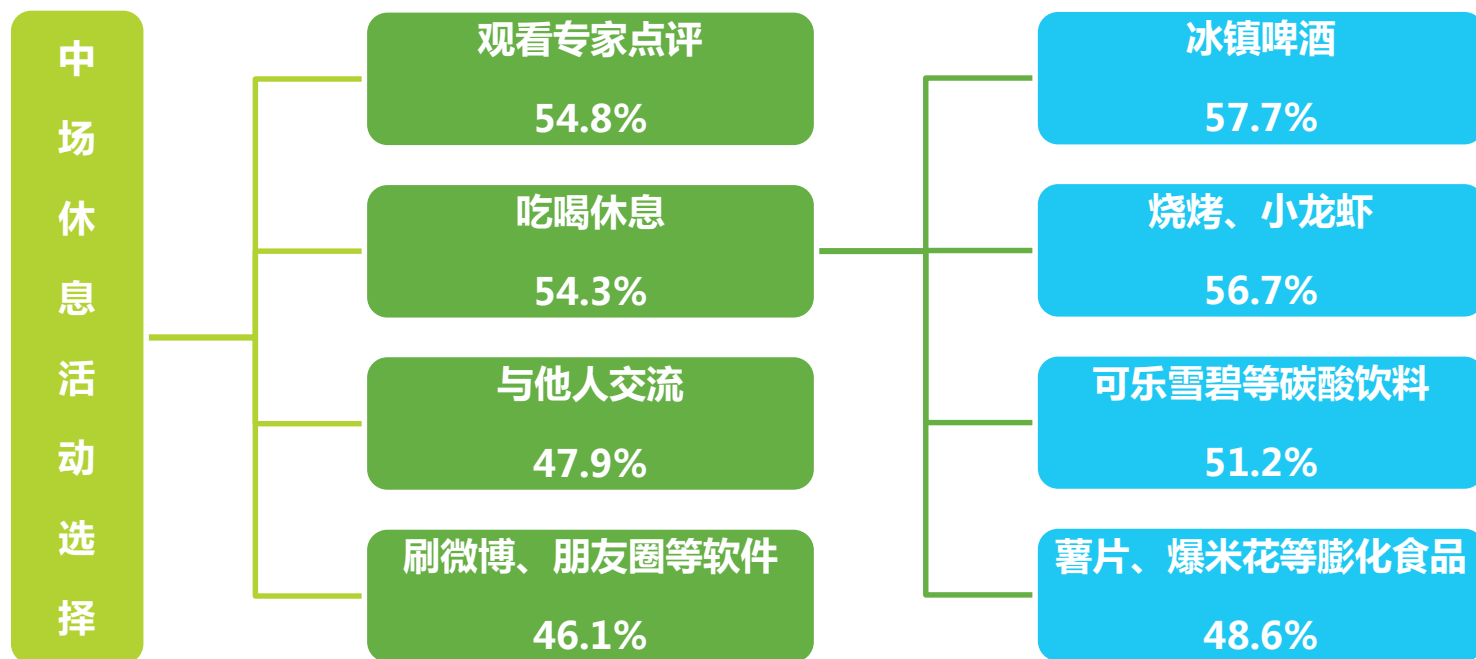
# 观赛期间活动及饮食选择

## 休息点评不可少，啤酒烧烤跑不了

漫长的世界杯比赛可谓是一场“持久战”。对于广大足球拥趸来说，熬夜观赛成为了必然的选择。因此中场休息时宝贵的15分钟不仅成为了场上球员、教练调整的时间，也给观众们带来了难得的休息的时机。在中场休息期间，许多观众都会选择趁机休息一下，同时观看解说及嘉宾对半场比赛的分析 and 点评。

而深夜看球更免不了宵夜的陪伴。无论是在家还是在户外看球，烧烤和啤酒可以称之为这场足球盛宴的最佳伴侣，伴随着重口味和冰凉的双重加持，球迷的观赛热情也达到了顶峰。

### 中场休息时咪咕世界杯观众主要活动选择及主要零食饮料



样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。



世界杯观众观赛体验提升

1

世界杯观众观赛方式对比

2

咪咕视频世界杯观赛人群画像

3

# 观众关注赛事偏好

## 世界杯收获最多关注，欧罗巴赛场更具吸引力

作为与奥运会并称为全球体育两大最顶级赛事，世界杯受到的关注度在足球赛事中位居榜首。本届世界杯观众中，对世界杯有所关注的观众占比高达91%。

在观众关注的体育赛事中，欧洲的赛事因为水平更高、对抗性更强而对球迷具有更大的吸引力，在关注赛事前五中有四名来自欧洲。而作为我国自己的联赛，中超受到的关注度超过了德甲、意甲等知名欧洲联赛，以53.8%的关注度在总体排名中位列第四

### 2018年咪咕世界杯观众关注赛事排名



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

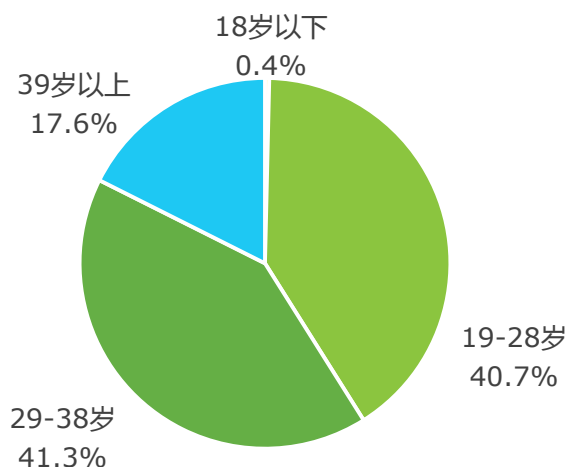
# 2018年世界杯观众画像

## 80、90后成观赛主力，全国球迷观赛热情高涨

本届世界杯的观众中，观看世界杯赛事的人群年龄在不断地分散化，30-40岁的观众数量占比达到41.3%。而随着年龄的增长，90后们也逐渐体会到了足球这项运动的魅力，加入了看球大军。在全部观赛人群当中90后占总体的40.7%。

地域方面，经济发展较好的江浙和广东、作为人口大省的山东和河南位列咪咕4G用户数量前五，北京、上海身居前10。

### 2018年咪咕世界杯观众年龄分布



### 各省咪咕4G用户数量排名



样本：N=1091；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

来源：相关数据来自咪咕视频大数据统计。

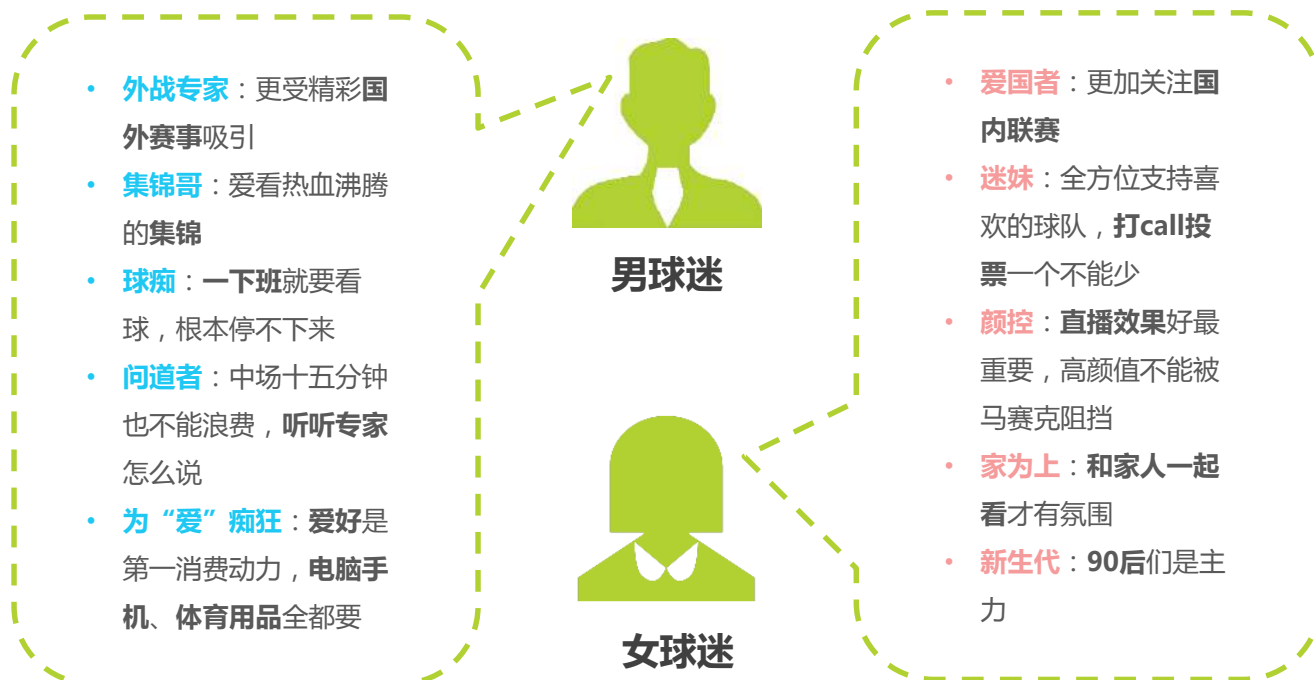
# 不同性别观众观赛原因分析

## 女性也爱看球赛，个人爱好为球迷观赛主要原因

足球早已不在是男生们的特有喜好，女生也从一个“局外人”的形象逐渐转变成为这项体育赛事的参与者。今年世界杯小组赛期间，女性观众在整体观众群体中占31.1%。

尽管男女世界杯观众的比例仍有差距，但在观赛原因方面却保持了一致。对于大部分球迷而言，其收看赛事的初衷均为个人爱好，在男女球迷中因个人爱好所以观赛的人数占比分别达到68.4%和61.1%。

### 咪咕世界杯男女观众特征分析

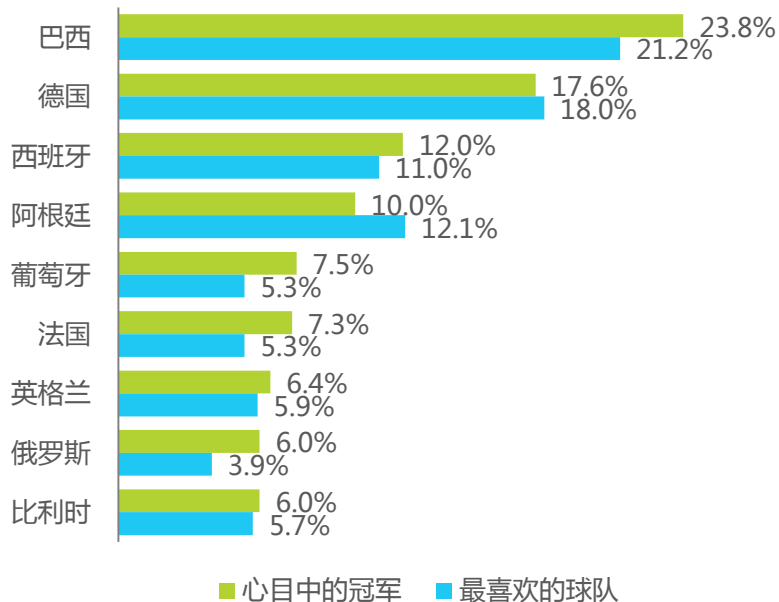


# 世界杯观众球队偏好

## 世界杯年诞生更多新球迷，传统强队球迷更多

每逢世界杯，各传统豪强与闪耀的新贵们同台竞技，为观众带来四年一度的足球视听盛宴。各队优秀的表现为自己的球队扎实的圈了一波粉。据统计，在世界杯年份开始关注、喜欢球队的人数高于非世界杯年，从2008年到2017年间，**2010年**南非世界杯和**2014年**巴西世界杯**共同贡献**了这十年内**22.7%**的新球迷。同时巴西、德国等传统足球大国因其优秀的表现获得了最多的球迷支持，也在本次世界杯冠军预测的得票中遥遥领先。

### 球迷最支持的球队及心目中的冠军



### 2010、2014世界杯年涨粉最多球队



#### 2014年：比利时

作为“欧洲红魔”，2014年是比利时国家队参加的第12届世界杯，当年众多新生代球员的崛起为这支老牌劲旅注入了新的活力，也在取得优异成绩的同时吸了一波粉

#### 2010年：德国

有着“战车”之称的德国国家队，在2010年世界杯的表现不可谓不优秀，虽然在半决赛输给了当届冠军西班牙，但在1/4决赛是大比分战胜阿根廷和全队优秀的颜值为他们带来了许多的新球迷



样本：N=1500；于2018年6月通过iClick社区调研获得。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 用户体育运动热爱程度及项目偏好

## 世界杯观众对体育更有热情，足球仍为用户最爱

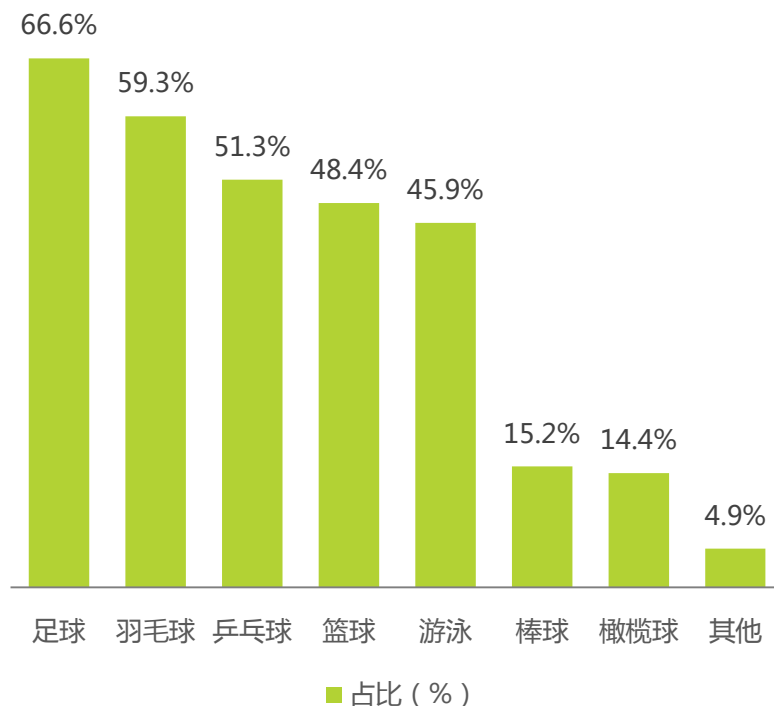
在用户中，世界杯观众对体育运动的热爱程度明显高于非世界杯观众，与此同时世界杯观众群体也具有更高的人均参与项目数，在参与体育项目的数目方面，世界杯观众平均每人会参与3.5项体育运动，而非世界杯观众则只有2.7。

然而无论用户是否观看世界杯赛事，足球作为世界第一大运动，仍收获着最高的关注度和喜爱程度。在咪咕用户中，热爱足球的用户数目占总体用户的66.6%，高于第二名羽毛球59.3%。

### 2018年咪咕世界杯用户与非世界杯用户热爱体育人数占比



### 咪咕用户对不同体育项目热爱程度

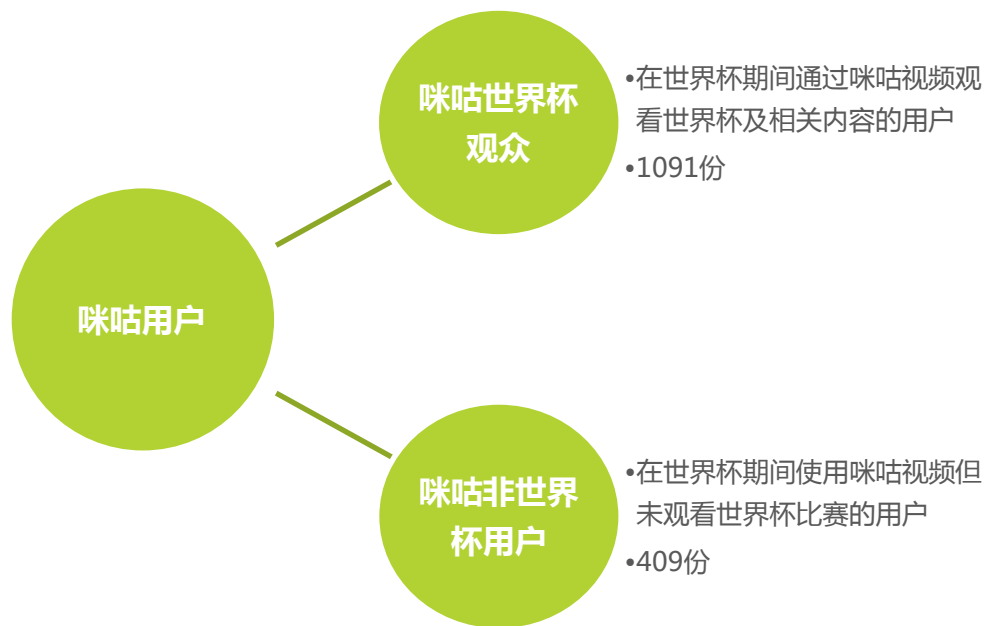


# 咪咕世界杯用户研究目的

## 了解用户特征，洞悉用户偏好

为了在更好的获取咪咕用户画像，同时也为了了解使用咪咕视频观看本届世界杯的观众在观赛方式以及观赛体验方面的转变，本报告通过艾瑞自主调研平台iclick社区投放在线调研问卷的方式进行调研，并结合咪咕大数据进行分析、总结。最终收获有效问卷1500份，其中咪咕世界杯观众1091份，咪咕非世界杯用户409份。

### 调研样本与样本结构说明



# 关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

扫描二维码  
读懂全行业



# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

