

# 2016 欧洲杯白皮书



UEFA  
EURO2016  
FRANCE



新浪微博数据中心  
Sina & Weibo Data Center



体育产业现状

1

微博平台

2

展望

3

研究说明

4



# PART

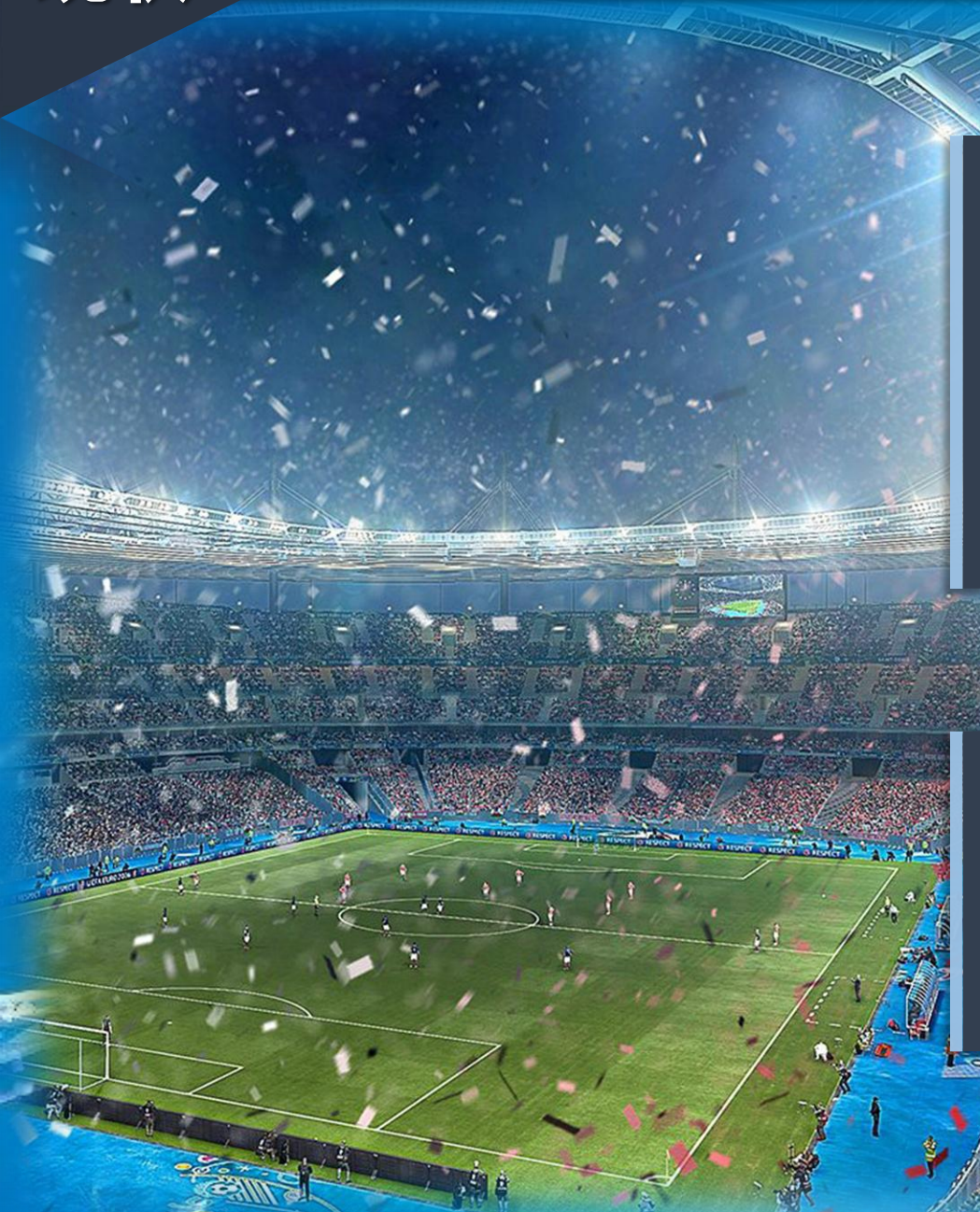
# 1

## 竞技体育产业现状

---

- 体育产业链现状
- 媒体平台投放趋势
- 新媒体平台





纵观体育产业链，赛事IP处于上游，是整个体育产业链的基础，能形成一个品牌化的资源。中国的体育产业最缺的是上游，最缺的也最容易产生，最值得期待。平台中游是媒体和社区，在整个链条中起到衔接作用，且依托人口红利有着庞大的受众，下游属于消费品和体育场馆，整个产业包含实物性、观赏性、参与性消费，横跨平台、服务、用品等行业。

高端赛事是体育产业发展的核心内容，体育产业发展离不开高端赛事。顶级赛事和超级明星，从世界杯到英超，从世界杯、欧洲杯到中国CSL等，以IP版权为核心的商业模式日臻成熟，重资本、重版权、重运营、重传播，是产业利润的集中区。



# 现状

## 体育产业链

欧洲杯足球锦标赛累计可达近70亿观看人次、覆盖230多个国家和地区的世界级体育赛事。相对其他运动而言，足球运动受众更加广泛，传播范围也更加广阔，在营销上也获得了诸多大众品牌的青睐。

赞助体育赛事已经不再是单纯的公关活动，通过体育赞助和体育营销有机结合，能够快速树立企业形象的营销战略。

媒体平台在体育赛事中的地位越发突显，这种趋势愈发明显强劲。球迷的社交媒体分享行为，正在凸现着社交媒体在体育赛事中的作用。

新媒体平台使得与消费者沟通的互动性增强，有利于取得更有效的传播效果，让品牌融于消费者的互动活动当中，融于口碑当中，形成另一种传播源，不断向下扩散。

赛事IP

品牌

媒体平台

用户服务



# 现状

## 体育产业链



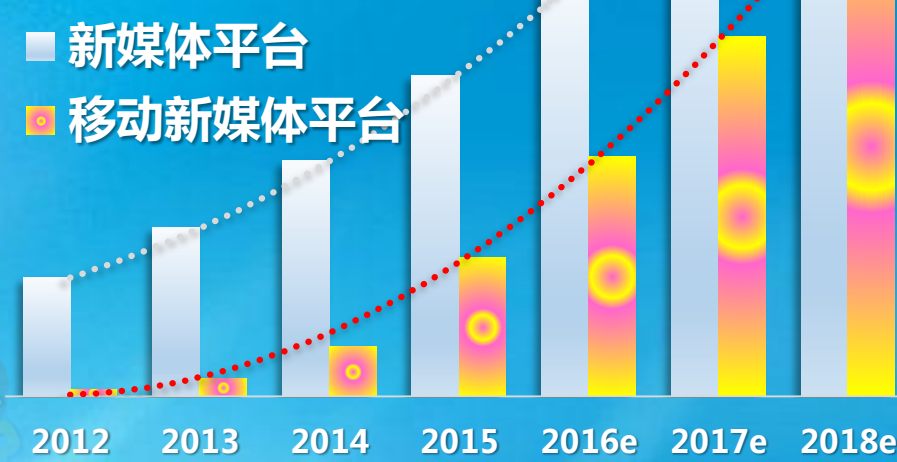
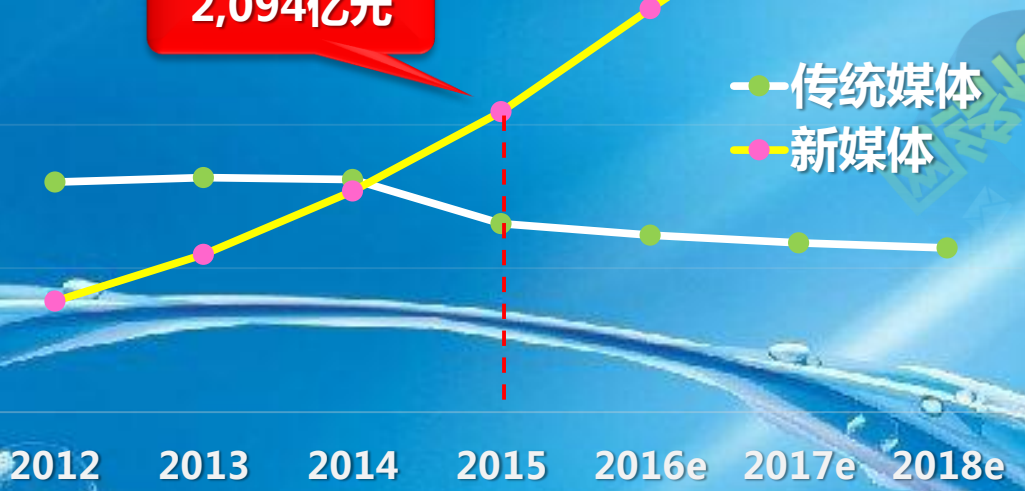


2015年中国社交广告规模为138.2亿元，中国及全球的社交网络营销整体均呈现快速增长的趋势，广告价值不断凸显。

2015年中国网络营销收入突破2000亿元，同期电视广告收入1060亿元，2015年网络营销收入接近电视广告的2倍。未来几年，报纸、杂志、电视广告收入将继续下滑，而网络营销收入增长空间仍较大。



2,094亿元



2015年移动广告市场规模超过900亿元。移动端广告增速远超网络广告增速，在整体互联网广告中的占比将持续增大，网络广告将继续向移动端迁移。

注：数据摘自艾瑞咨询2016中国社交网络创新营销报告



# 新媒体

## 新媒体平台

根据艾瑞调研数据显示，在观看视频的同时，互联网用户会用其他设备进行在社交网络交流等行为。60.8%的新媒体用户将微博，微信等社交媒体作为近三个月中获取新闻资讯的主要方式，相比传统的单向传播媒体，社交网络信息的碎片化，海量，速度快，互动强等特点，更适合资讯的流通。

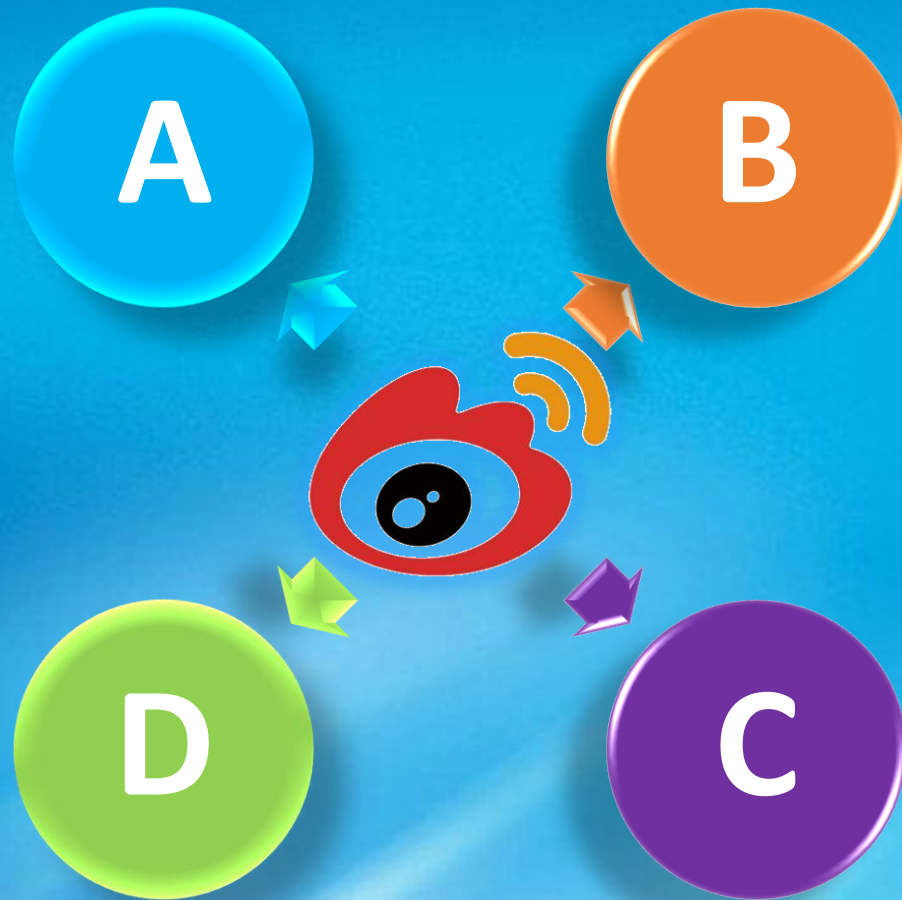


### 原创性

新媒体的内容，很多都是用户所见所闻所想的及时分享，有文字、照片、视频等多种形式，具有极强的原创性。用户对于原创的渴望和诉求也是新媒体广泛转播的重要基石。

### 互动性及广泛参与

新媒体一个重要的特征就是互动和广泛参与。传统媒体对于受众来说只是被动接受各种信息，没有表达自己想法的平台，同时也无法满足随时随地地互动性表达、娱乐与信息需要。互动与广泛参与让原来的受众也成为了新媒体内容的生产者。



### 个性化及多样性

创作源来自于每个参与的用户个体，个体都有不同的成长环境、文化环境、语言环境及工作环境，所以必然会使内容表现出个性化，多元化，表现手法上也异常丰富多彩。

### 时效性

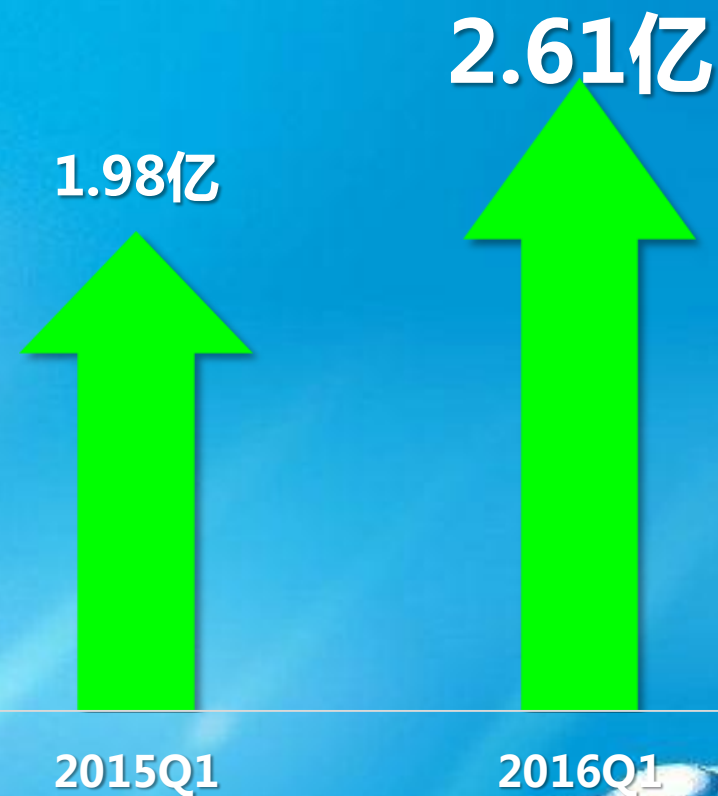
与传统媒体相比，新媒体具备无时间限制的特点。独特的网络介质使得信息传播者与接受者的关系走向平等，受众不再轻易受媒体摆布，通过平台的互动，发出更多的声音，影响信息传播者。



- 庞大的活跃用户规模，支撑大规模的用户获取和传播触及。
- 微博这种更具公开传播属性的平台，提供了更好的品牌和影响力价值提升。
- 微博多样化的变现通道，帮助品牌积累社交资产，发展粉丝经济。



### 微博月活跃人数(MAU)增长



# PART

# 2

## 微博平台

---

- 概述
- 内容
- 用户
- 账号

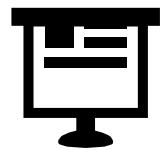


200亿



欧洲杯相关  
话题阅读量

264万



欧洲杯相关  
话题讨论量





2.4亿  
欧洲杯相关  
博文量

142.5亿博文阅读量

博文阅读总量

133,975,946次被转发

博文被转发总量

博文被评论总量

108,264,864次被评论

博文被点赞总量

227,975,228次被点赞





# 概述

## 用户



902,270

欧洲杯相关提及认证用户

1,936万

欧洲杯相关提及达人用户

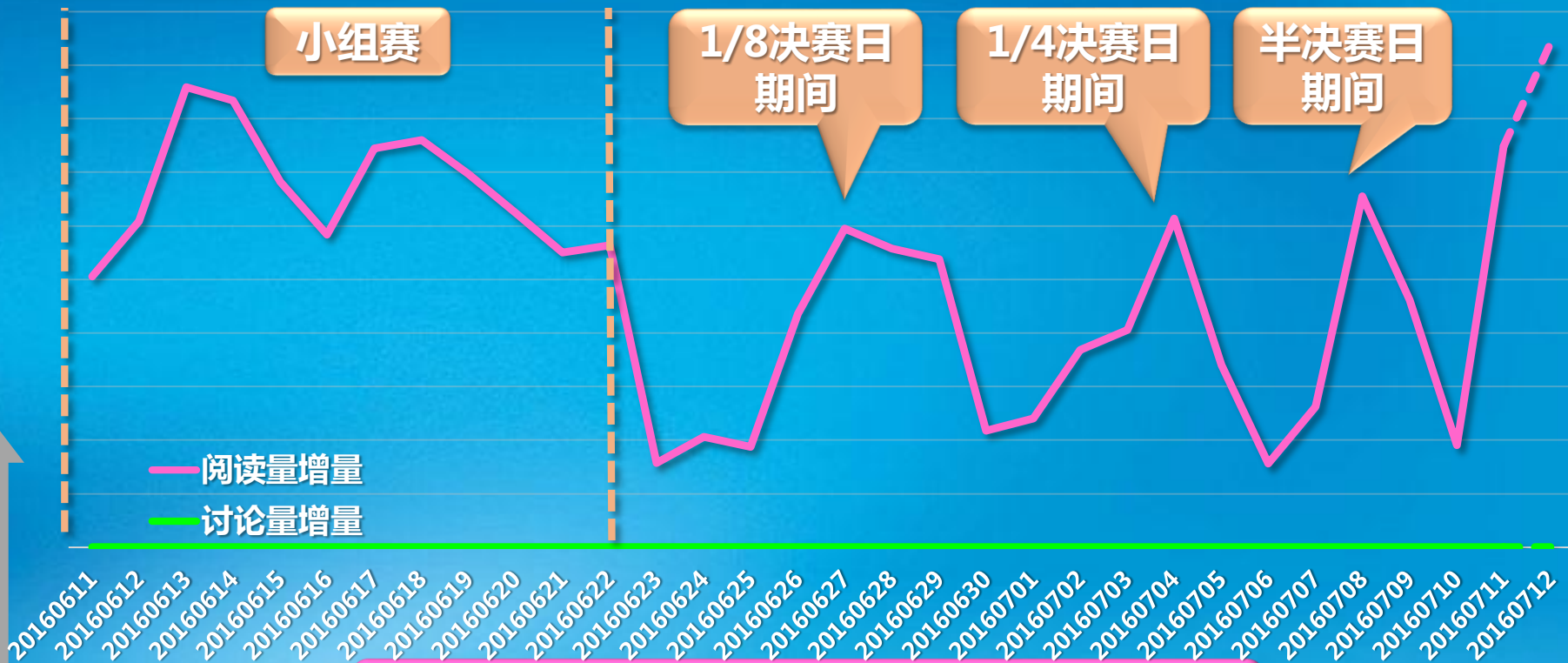
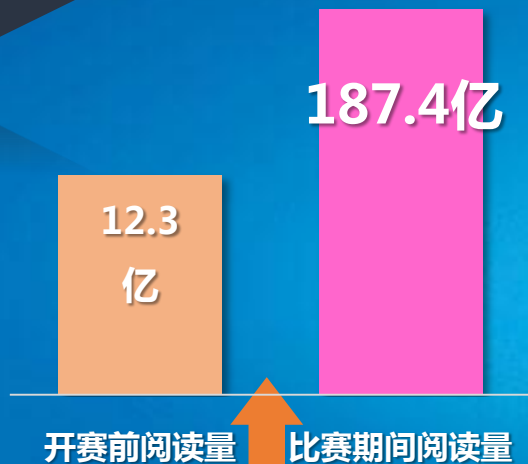
1.7亿

欧洲杯相关提及用户

超过3,000万

足球兴趣用户





**187.4亿**  
欧洲杯相关话题阅读增量

**238万**  
欧洲杯相关话题讨论增量

### 话题相关博文互动量及转评赞

**9,006,271**  
次话题互动量

4,469,392次被转发

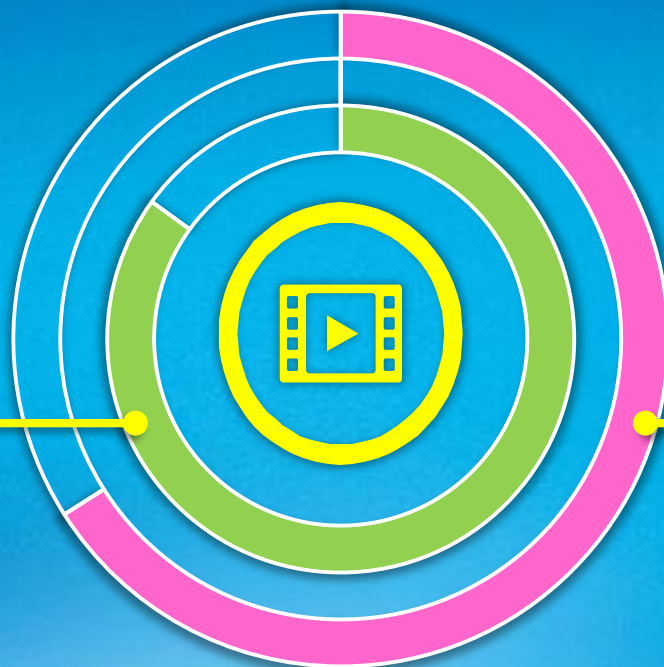
1,892,604次被评论

2,644,275次被点赞



39.6亿

视频博文阅读量



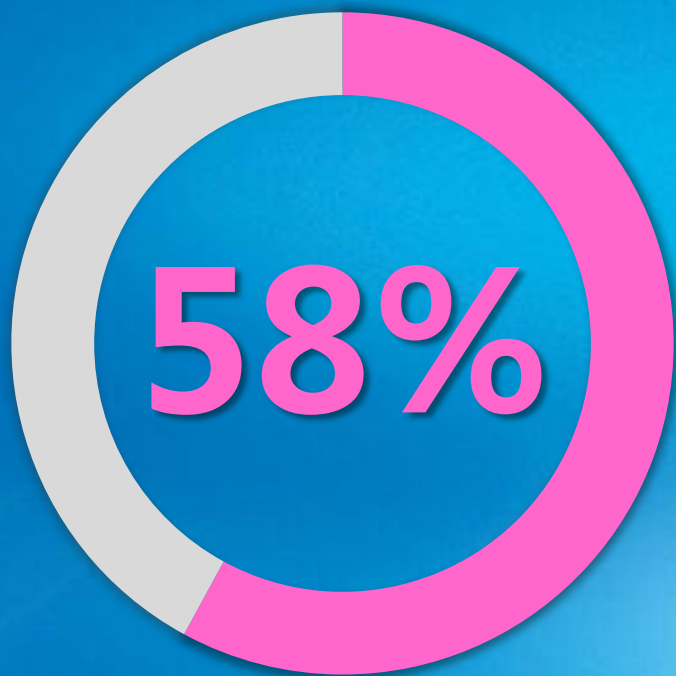
7,882,113

视频博文总量

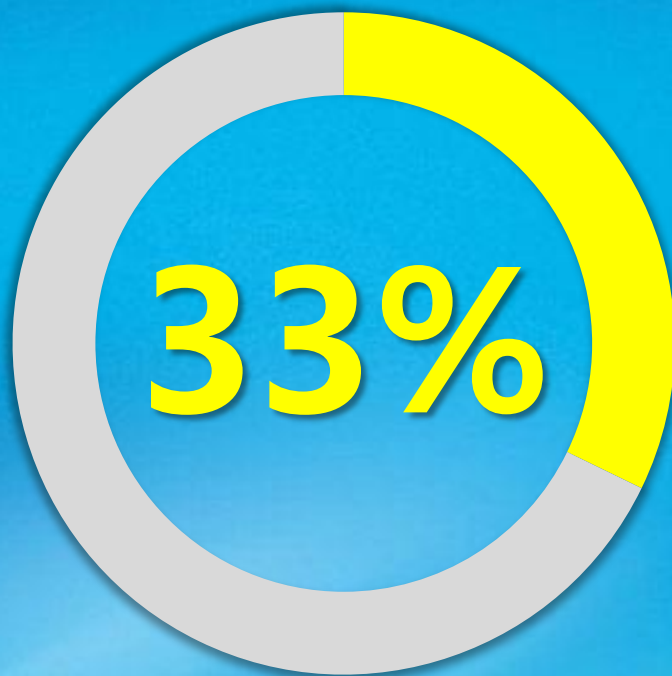
2.5亿  
视频播放量

视频博文播放量

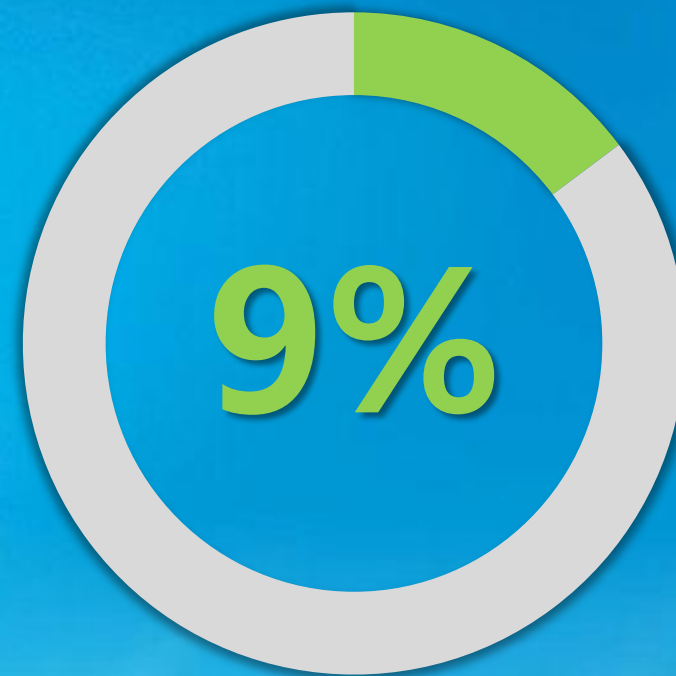




正面口碑



中性口碑





负面口碑









24强	热议度
德国 	9.9
威尔士 	9.1
英格兰 	9.0
西班牙 	8.8
法国 	8.8
意大利 	8.6
克罗地亚 	8.6
土耳其 	8.6
瑞士 	8.5
瑞典 	8.2
葡萄牙 	8.1
比利时 	7.7

24强	热议度
北爱尔兰 	7.7
爱尔兰 	7.6
阿尔巴尼亚 	7.5
捷克 	7.2
波兰 	7.0
奥地利 	6.8
冰岛 	6.4
斯洛伐克 	6.4
匈牙利 	6.3
乌克兰 	6.2
俄罗斯 	6.1
罗马尼亚 	6.0



球员	国家	热议度
C罗	 葡萄牙	9.3
贝尔	 威尔士	8.8
格列兹曼	 法国	8.7
布冯	 意大利	8.6
穆勒	 德国	8.6
伊布	 瑞典	8.5
皮克	 西班牙	8.4
诺伊尔	 德国	8.4
厄齐尔	 德国	8.3
佩佩	 葡萄牙	8.1

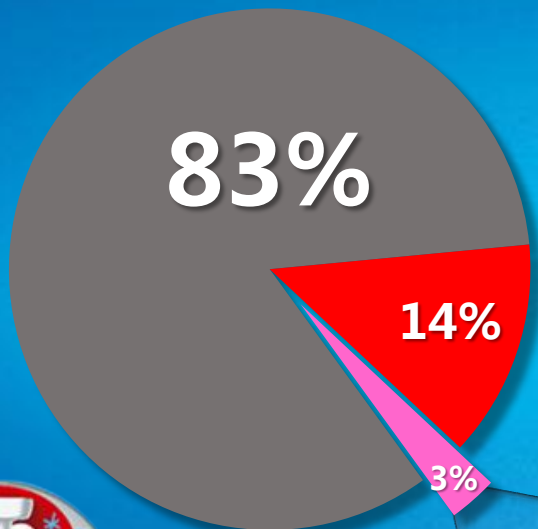


球员	国家	热议度
瓦尔迪	 英格兰	8.1
德赫亚	 西班牙	8.1
吉鲁	 法国	8.0
克罗斯	 德国	8.0
拉莫斯	 西班牙	8.0
博格巴	 法国	7.9
帕耶	 法国	7.9
莫德里奇	 克罗地亚	7.8
罗伊斯	 德国	7.8
莫拉塔	 西班牙	7.8





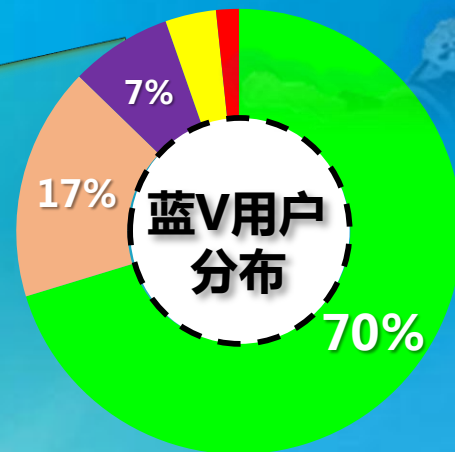
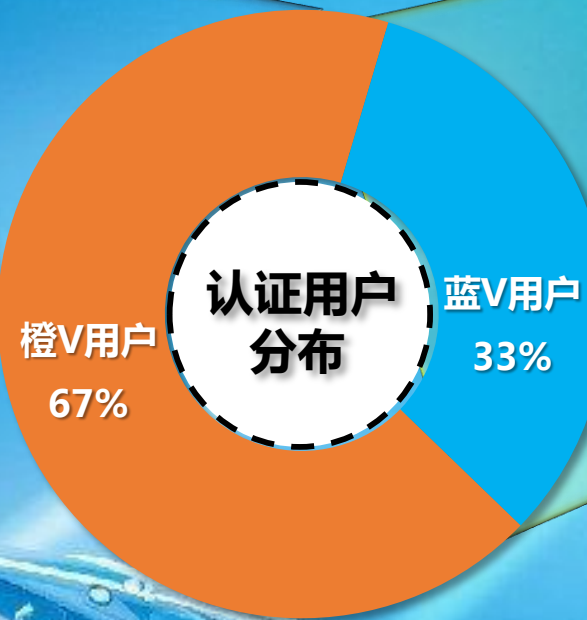
- 普通用户
- 达人用户
- 认证用户



- 欧洲杯及各国家队提及用户中主要以普通用户为主。
- 蓝V用户中企业账号对欧洲杯度较高，账号占比高达**70%**。

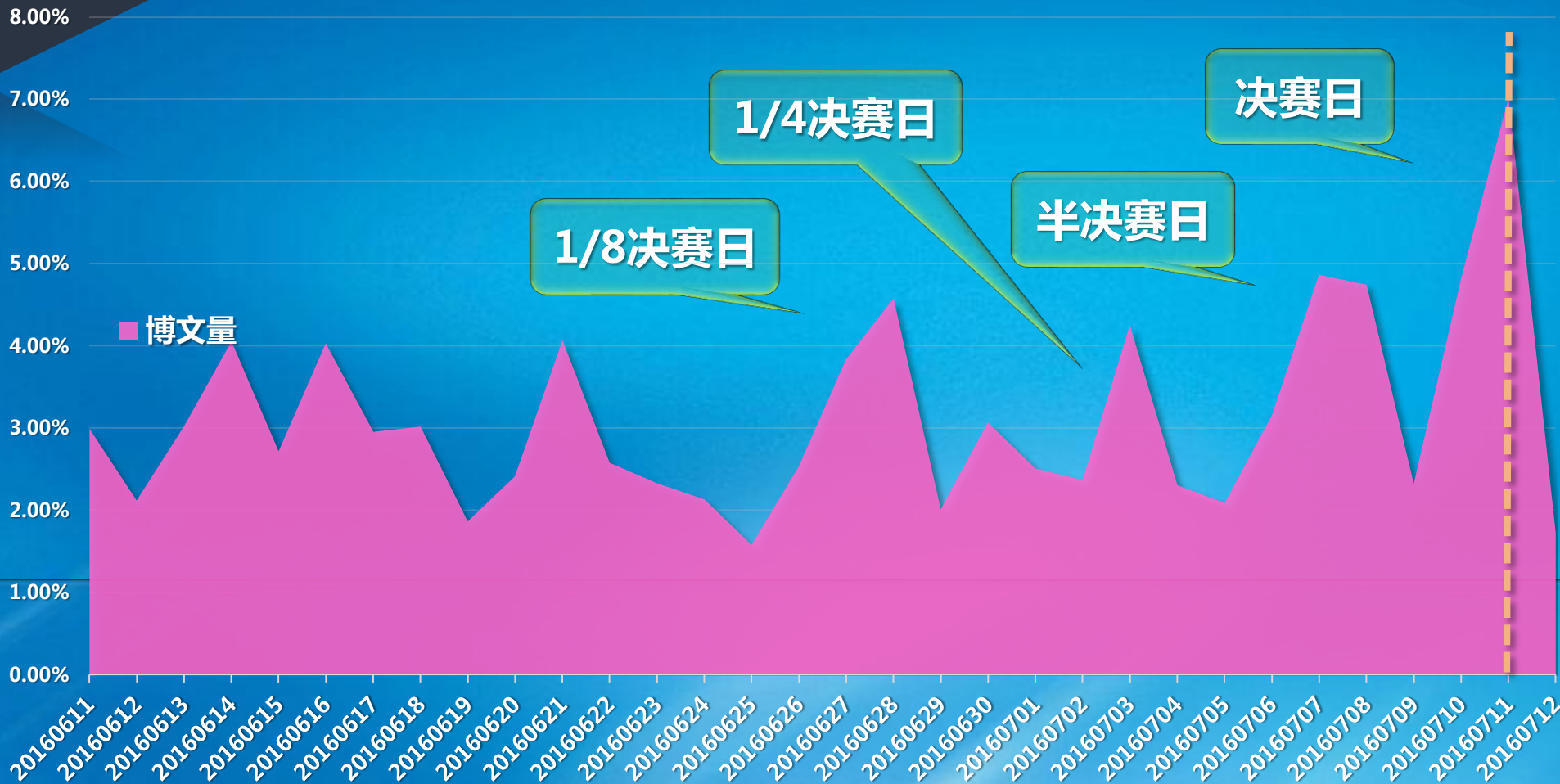


UEFA  
EURO2016  
FRANCE



- 企业账号
- 政府账号
- 媒体账号
- 校园账号
- 机构账号

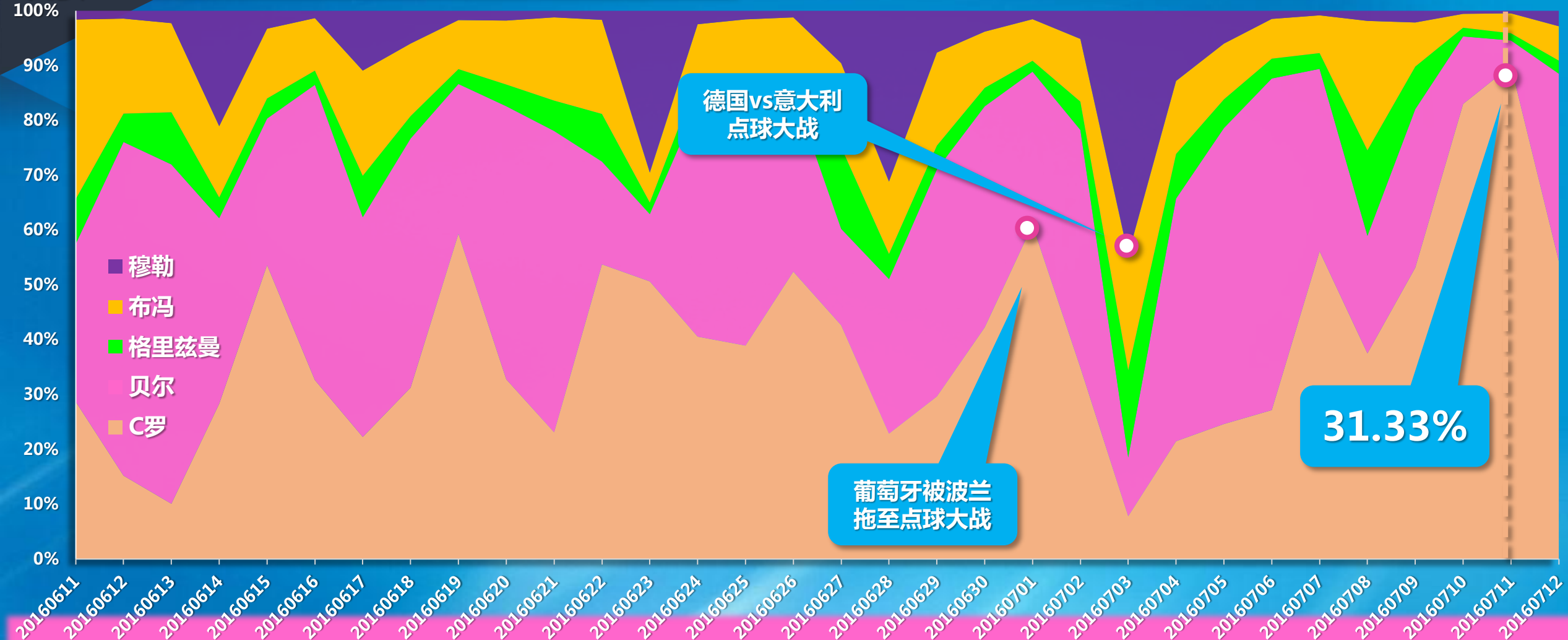




微博平台是用户讨论欧洲杯赛事的主要平台，声量随着比赛的重要程度出现上下波动。

# 7.02%

微博用户对欧洲杯赛事的声量随着比赛的进行持续走高，决赛日达到峰值，比例高达7.02%，半决赛日分别为4.95%、4.82%。

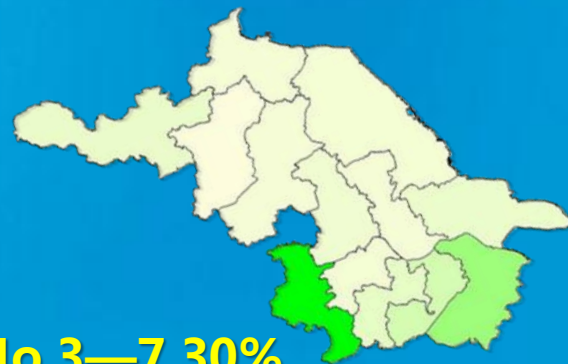


- 微博球员声量份额随着球队的淘汰而减少，决赛日葡萄牙队队长C罗在决赛日前后微博声量份额达到峰值31.33%。
- 德国队与意大利队四分之一决赛前后，意大利队门将布冯微博声量份额亦达到峰值23.89%。

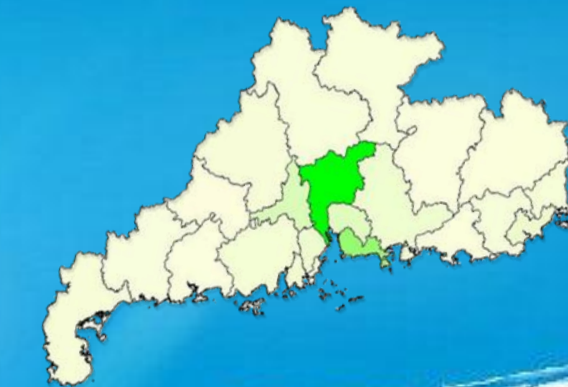




No.2—7.50%  
北京 BEIJING



No.3—7.30%  
江苏 JIANGSU

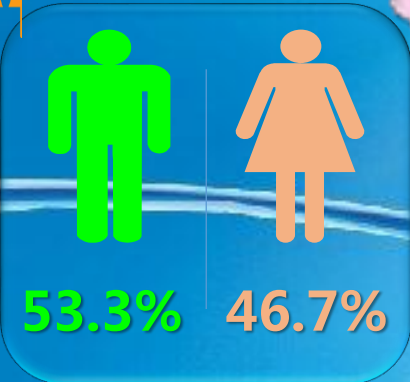
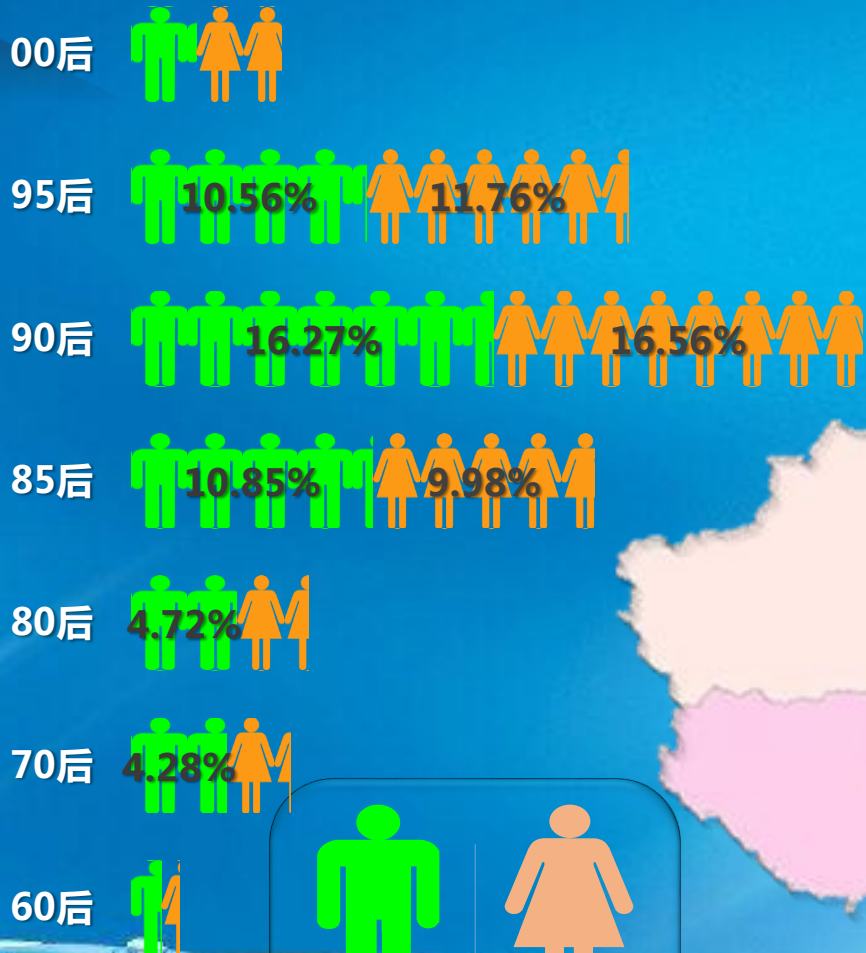


No.1—13.70%  
广东 GUANGDONG

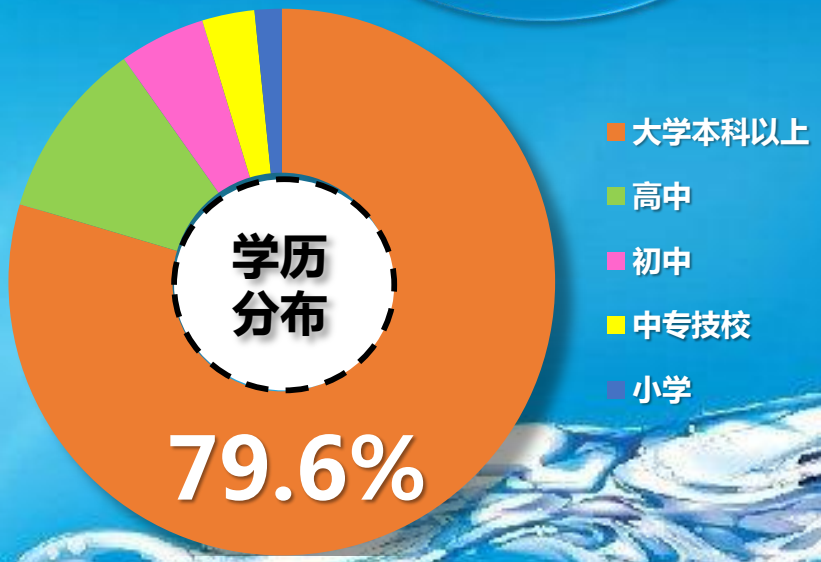
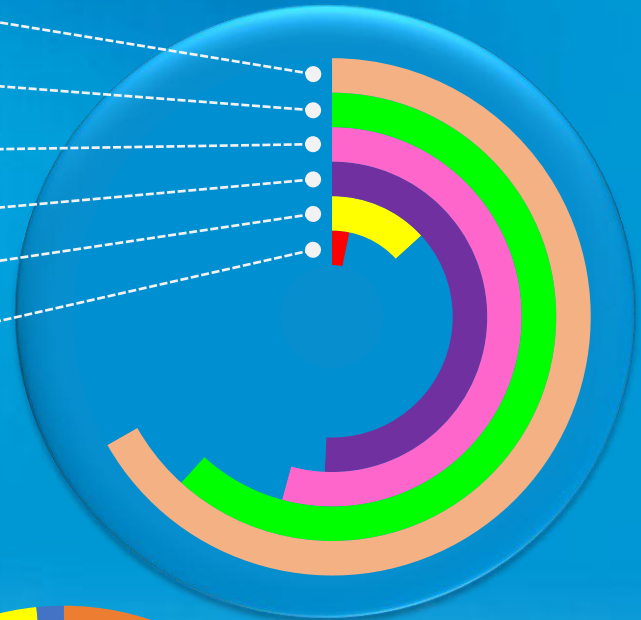
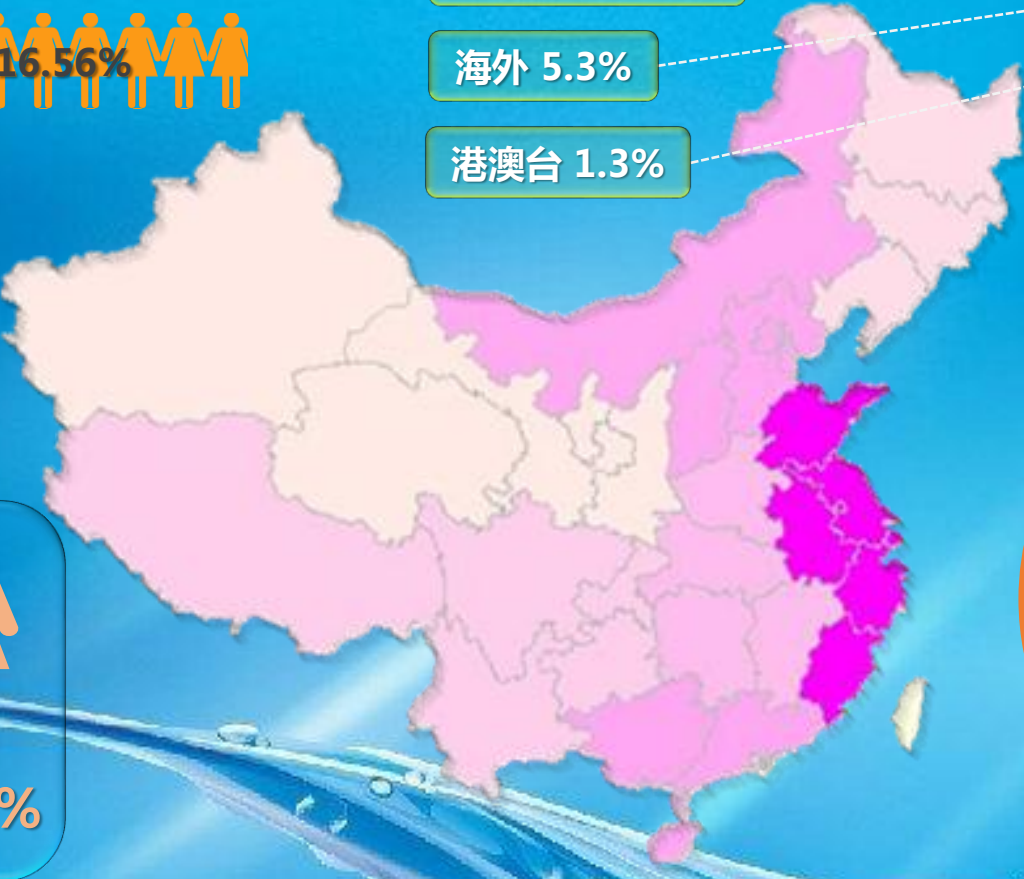


# 用户

## 画像



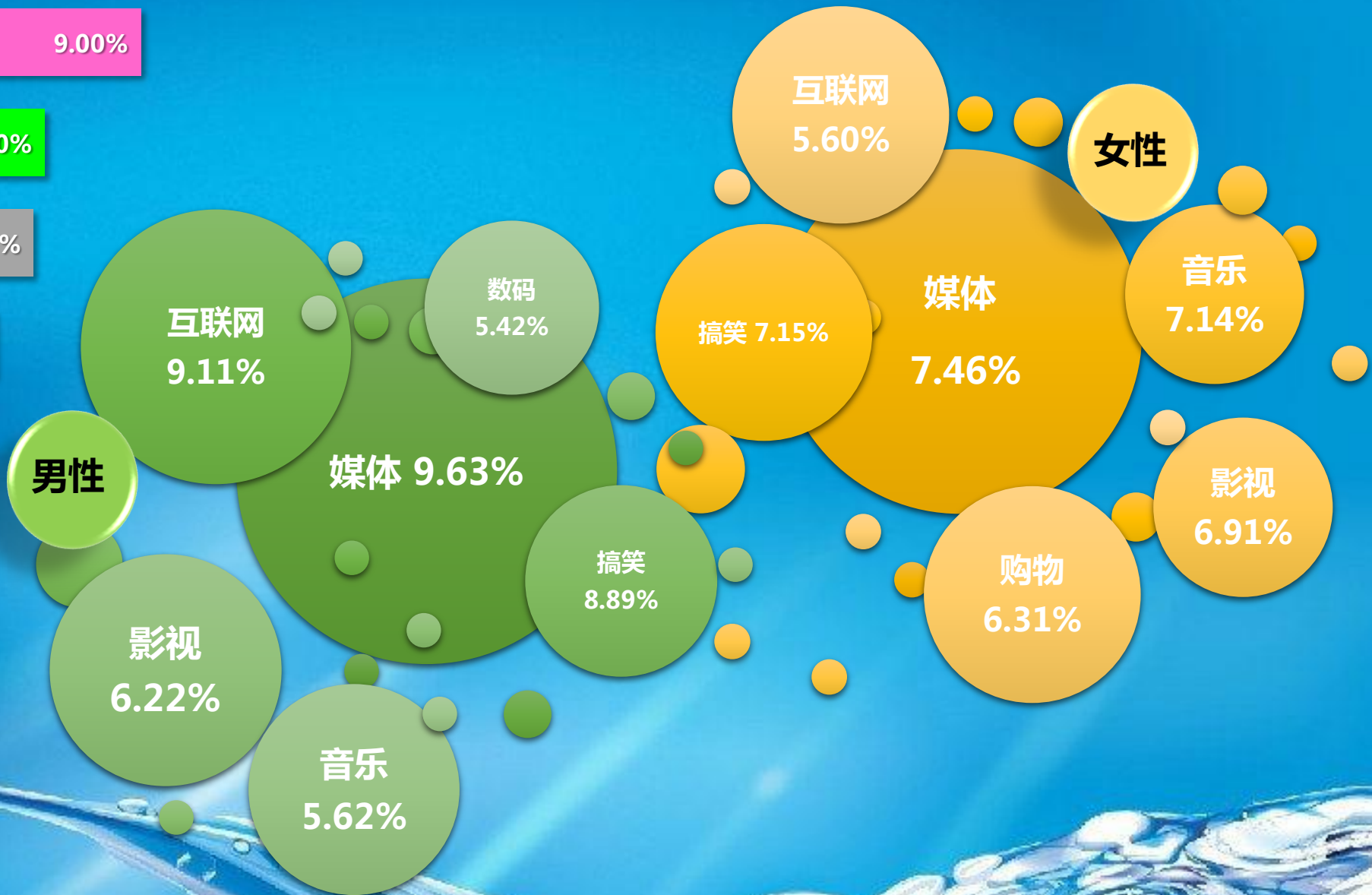
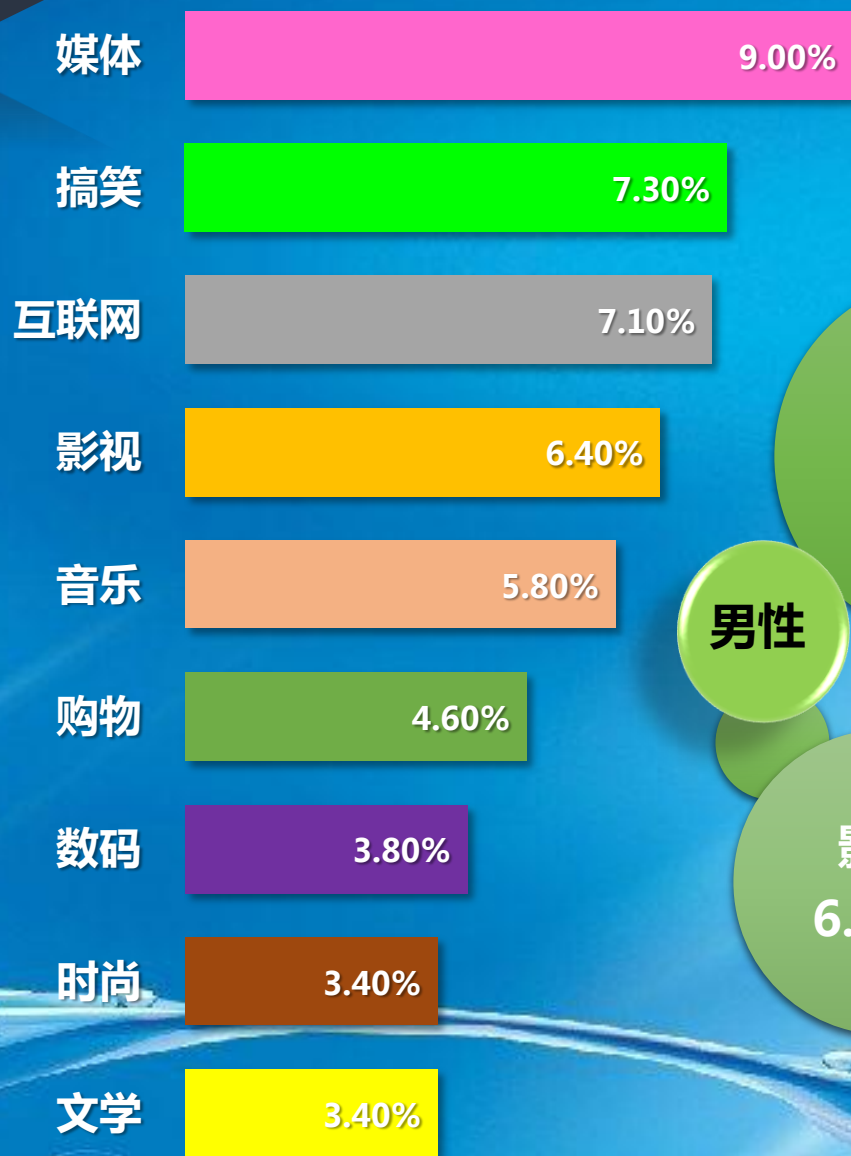
- 2线城市 26.3%
- 4线及以下城市 24.7%
- 1线城市 22.1%
- 3线城市 20.3%
- 海外 5.3%
- 港澳台 1.3%





# 用户

## 画像



# 用户



## 葡萄牙



7,406万次



60,246次



42,753次



127,751次

## 法国



25,109万次



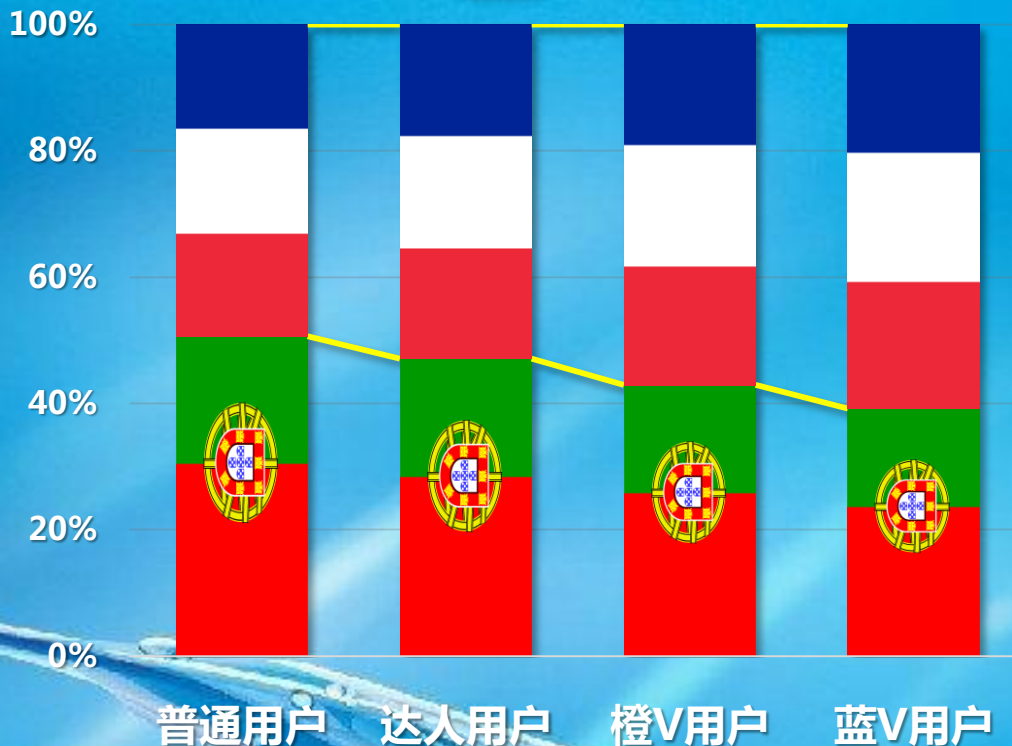
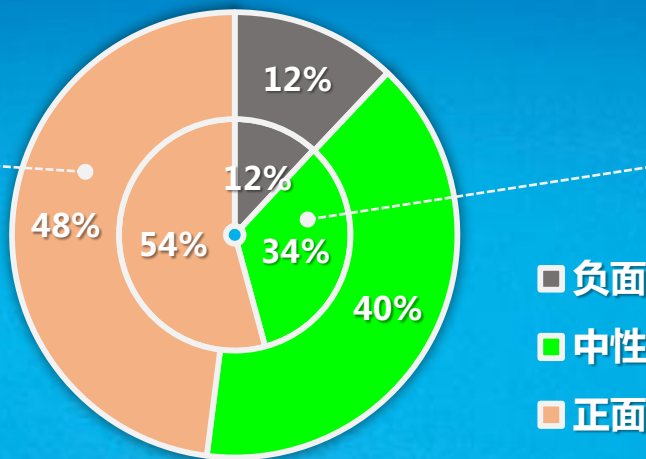
229,453次



147,720次

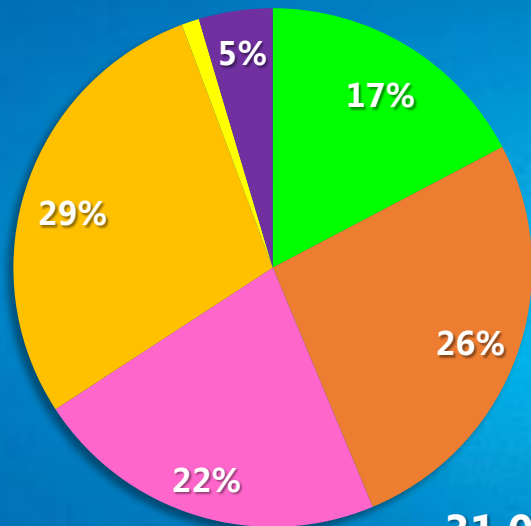


226,458次

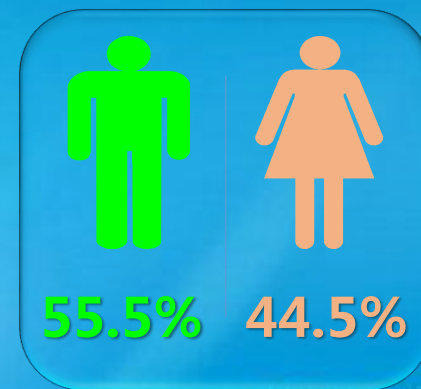
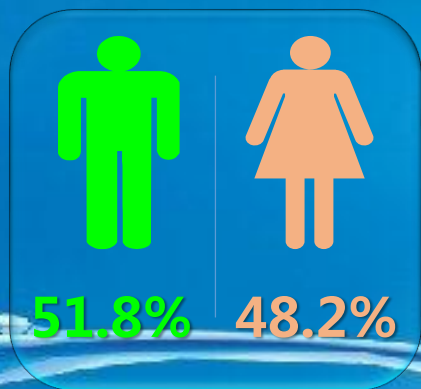
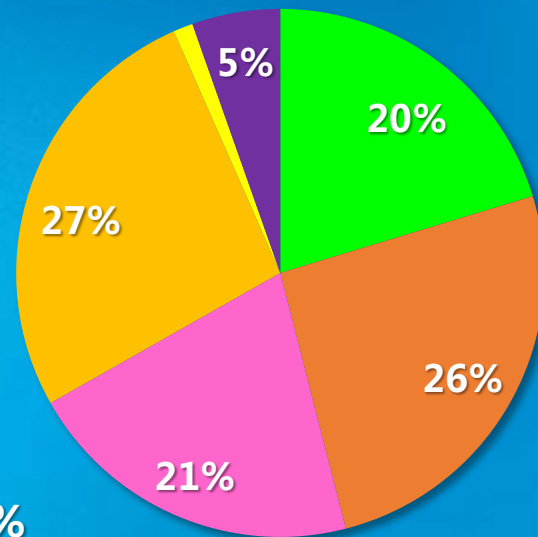




# 用户



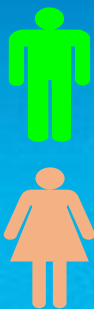
- 90后为代表的年轻球迷用户数量葡萄牙队多于法国队，80后为代表的资深球迷用户数量法国队要多于葡萄牙队。
- 一线城市球迷更支持法国队，而3、4线城市球迷更喜欢葡萄牙队。



- 90后为代表的年青一代球迷显然更喜欢格列兹曼。
- 作为新一代法国球星，同样也吸引了蓝V用户的广泛关注。

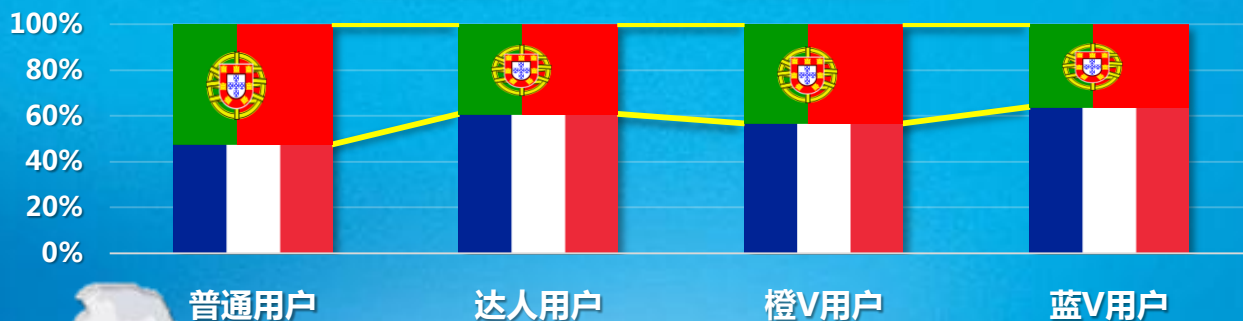
66.5%

33.5%

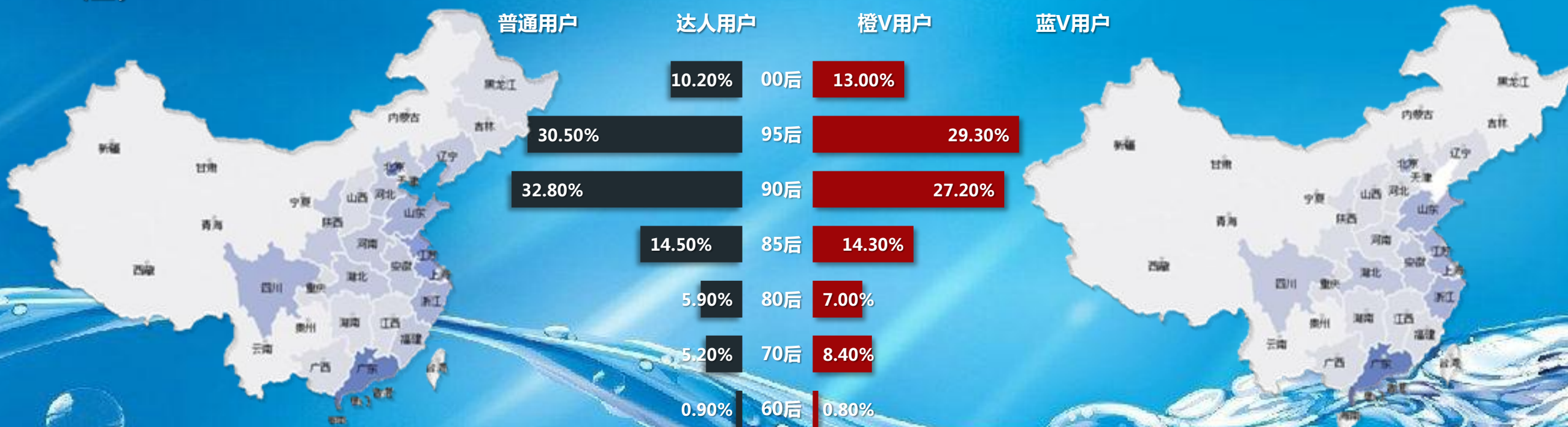


63.2%

36.8%



- C罗本身颇具娱乐气质，加上高潮的球技以及葡萄牙队精神领袖的角色还是吸引了以80后为代表的资深球迷的广泛关注。





排名	媒体昵称	影响力	活跃度	传播力	覆盖度
No.1	新浪体育	933.995	473.011	51.829	409.155
No.2	CCTV5	829.669	405.441	42.673	381.556
No.3	皇马新闻	756.386	371.571	46.527	338.289
No.4	搜达足球	718.561	357.204	32.989	328.367
No.5	SOLE官方微博	698.430	287.259	31.435	379.736
No.6	虎扑足球	696.158	322.201	40.344	333.614
No.7	CCTV5体育新闻	667.068	287.364	28.529	351.176
No.8	乐视足球	661.408	340.591	21.854	298.963
No.9	巴萨新闻	645.898	273.110	49.167	323.621
No.10	曼联新闻	615.127	253.442	43.343	318.342

排名	自媒体昵称	影响力	活跃度	传播力	覆盖度
No.1	董路	699.536	312.583	44.540	342.414
No.2	评述员詹俊	695.351	275.326	62.217	357.808
No.3	苏群	632.067	233.273	49.310	349.485
No.4	黄健翔	623.129	193.415	34.353	395.361
No.5	杨毅	610.091	210.689	48.691	350.712
No.6	朱彦硕	561.271	253.924	27.195	280.152
No.7	于嘉	542.102	154.259	35.940	351.903
No.8	柯凡	524.140	166.604	33.604	323.931
No.9	贺炜	521.652	141.547	43.040	337.063
No.10	Asaikana	516.266	231.127	24.777	260.363

# PART

# 3

## 展望

---

- 新媒体趋势展望
- 体育产业趋势展望



互联网和移动互联下消费者变化的一个重要方面就是媒体接触时间与方式的变化，80后和90后群体的生活形态日益多元化，日常的生活方式被各种各样的屏幕所包围，手机更是24小时都伴随的媒体。由于消费者行为变化导致品牌营销传播模式也随之改变，新媒体已经改变甚至颠覆原有的广告投放模式、媒体策略和传播策略。

5亿

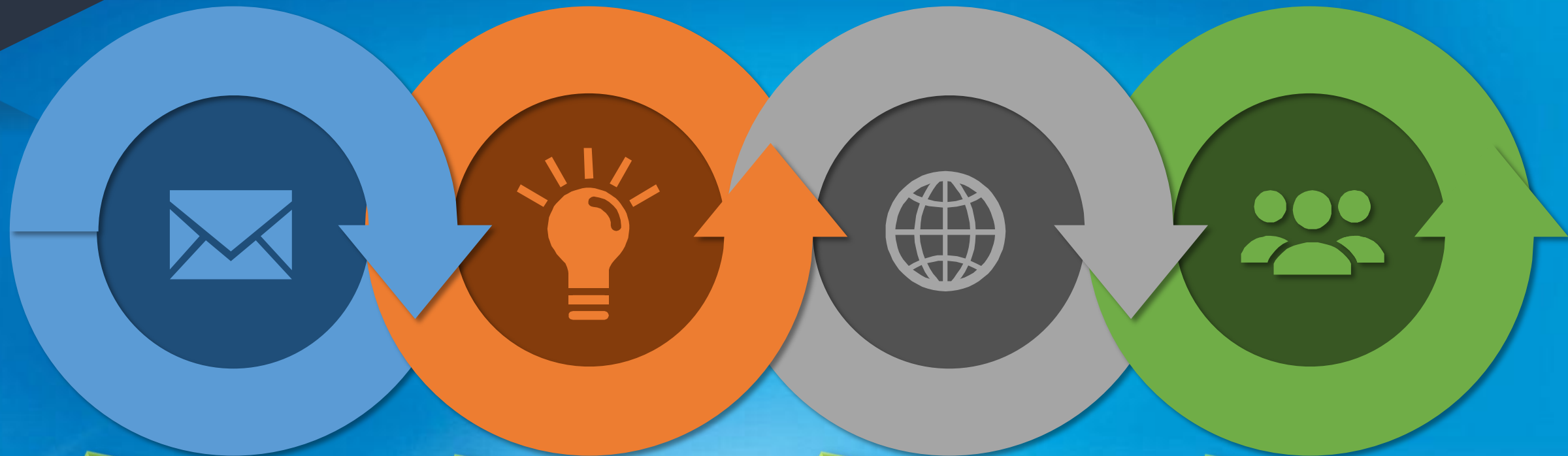
未来10年中国消费者结构正在发生巨大变化，中国的主流消费群体将是80后、90后甚至是00后，这个群体在中国大约有超过5亿人。抓住了这一消费族群，可以说就是抓住了未来10年最重要的消费力量。

24小时



90%

据《2015年中国大学生媒体使用习惯调查报告》显示，超过90%的人使用互联网时长超过两小时。近七成大学生每日接触电视时间在半小时以上，过半数大学生不接触报纸。每日接触互联网超过8小时以上的大学生占12.2%，远超前每日接触报纸（0.4%）、广播（0.5%）、电视（0.9%）、杂志（0.7%）达8小时以上的大学生。



### 有效降低营销成本

新媒体平台不仅使企业宣传品牌的方式多元化，而且更好的降低了营销的成本。在社会化媒体的推波助澜下，传播的速度令人惊讶-几乎达到了一夜之间传遍天下的地步。

### 提升广告创意空间

新媒体平台的发展使病毒营销、社区营销、数据库营销、反向沟通、互动体验、口碑传播、精准营销、焦点渗透、事件营销等各种新的广告形式和营销方法不断出现。通过平台载体，将更多创造性的元素融入整合营销传播当中。

### 自主选择&有效互动

企业能够与受众实现更多的互动，也可以收集到更多的反馈信息。新媒体平台让消费者占据了主导的地位，在这个崇尚体验、参与和个性化的时代，消费者的个性化需求更容易得到满足。

### 引导用户创造产品

新媒体平台能引导用户创造产品，并分享利润。让用户创造内容或产品，企业提供销售平台，与用户共同分享利润，在保证产品的多元化和创造力的同时，也拥有了大量忠实可靠的宣传者。



- ◆ 智能手机的普及正逐渐形成形成摄像头+视频录制+内容创作+消息共享的视频内容制作模式，这种模式正在影响着众多品牌广告主.....
- ◆ 体育直播已具备社交因素，但这只是个开始，未来流媒体直播与社交工具的结合，将会让流媒体直播成为现实.....



海信 7-11 来自秒拍网页版

#海信欧洲杯# 之 #海信微评球# 决赛视频上传! 平心而论, 葡萄牙是本场比赛踢得更好的一方, 他们配得上胜利! C罗在国家的努力终于有了结果, 今年的金球奖没跑了估计! (来自海信评球狮)



Houson猴姆 7-11 来自微博 weibo.com

【猴姆独家】好感动! 今晨欧洲杯决赛法国0:1不敌葡萄牙痛失冠军, 一名法国球迷伤心得捂住眼睛痛哭, 这时过来一个小葡萄牙球迷, 拉住他的手安慰他。法国球迷对他竖起了大拇指, 并吻了小盆友, 随后俩人相互拥抱。这一幕被记录下来感动网友。真心有爱~~

秒拍视频

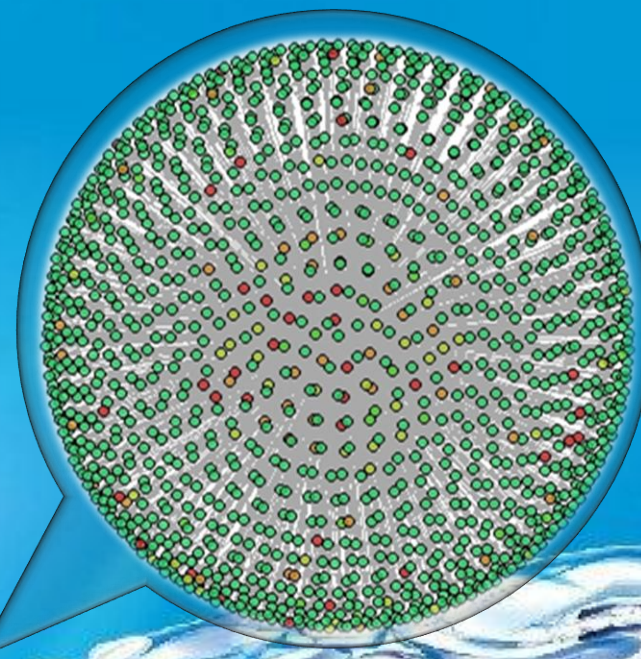


50万次播放

泰勒席琳的女朋友: 这才是体育精神 小孩子家教很好

亚瑟Ray: 评论说钱包不见了的是什么鬼

1988 518 3989





未来体育产业将形成集体育赛事运营、体育主题地产内容服务、体育数据科技、体育投资、体育定制旅游、体育文娱于一体的全体育产业链商业生态圈。

美国体育产业年产值约占GDP的3%，而我国这一指标仅为0.6%，表明我国体育产业发展空间巨大。如今体育产业作为国家发展战略，随着经济发展，消费模式变化，体育产业未来发展机会巨大。





PART

4

研究说明

---

- **影响力**：影响力来源于新浪微博数据中心的“微数据”产品，是根据活跃粉丝数、发布博文数、被转发数、被评论数等关键指标经过一些列计算得出的数值，是用来反映单个账号运营水平及用户反响的指标。关于更详细的影响力指标请点击：<http://mydata.weibo.com/>
  - **热议度**：是指搜索量、提及量按照一定权重之和，用来衡量热议度情况。
  - **热议数**：也称为提及度，是指某个关键词在原创博文和转发博文中的提及次数。
  - **国家队热议度**：是指搜索量、提及量按照国家队及国家队所有球员聚合数据的一定权重之和，用来衡量热议度情况。
  - **欧洲杯相关用户**：一定时间段内，在博文中提及“欧洲杯”及其他相关关键词的用户人群。
  - **足球兴趣用户**：在微博中自定义标签和微博数据挖掘标签中包含足球以及其他相关标签的真实用户人群。
- 
- 本报告用于统计2016年相关信息的取样时间范围为2016年5月1日至2016年7月11日。
  - 为保证研究的有效性和完整性，具体的博文取样时间范围参考其所在分析页面的所示范围。
  - 报告中的数据全部来源于新浪微博数据中心，并经过层层筛选。





微报告是微博官方报告权威发布的集散地，还有公开、信息图展示。

微报告地址：<http://data.weibo.com>



微指数可以帮助我们了解微博舆情以及讨论人群的属性，快速分享。

微指数地址：<http://index.weibo.com>



新浪数据官方微信公众号定期发布与数据相关的内容，包括热点事件的数据解读、行业内优质报告分析等，是热爱数据的人不可或缺的订阅号。

新浪数据微信号：weiboreport





UEFA  
**EURO2016**  
FRANCE