

# 大数据时代的 欧洲杯

移动时代的球迷生活

2016欧洲杯热点报告

TalkingData数据研究中心 2016年7月



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# 大数据下的欧洲杯

6

法国队共射中6次门柱/门框，是本届大赛幸运值最低的球队

5

淘汰赛阶段比赛结束后的凌晨5时是球迷微信、微博交流比赛的高峰期

20.8

英格兰队场均射门20.8次，是本届大赛最喜欢浪射的球队

21

小组赛首场比赛开赛的21时是球迷点外卖、聊球的高峰时段

24.6

匈牙利队平均射门距离为24.6m，是本届大赛最喜欢远射的球队

56.1

80后球迷占比为56.1%，是本届欧洲杯看球的主力

607

德国队场均成功传球607次，是本届大赛最擅长传球的球队

129

广州市的德国队FCI指数为129，是北上广深里最肯为德意志战车熬夜的城市

起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：足球魔方数据研究院；TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月1日-7月13日Android平台数据



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# 目录

## CONTENTS

Part 01

- 欧洲杯比赛数据盘点

Part 02

- 移动应用的欧洲杯效应

Part 03

- 移动应用上的球迷生活

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# Part 01

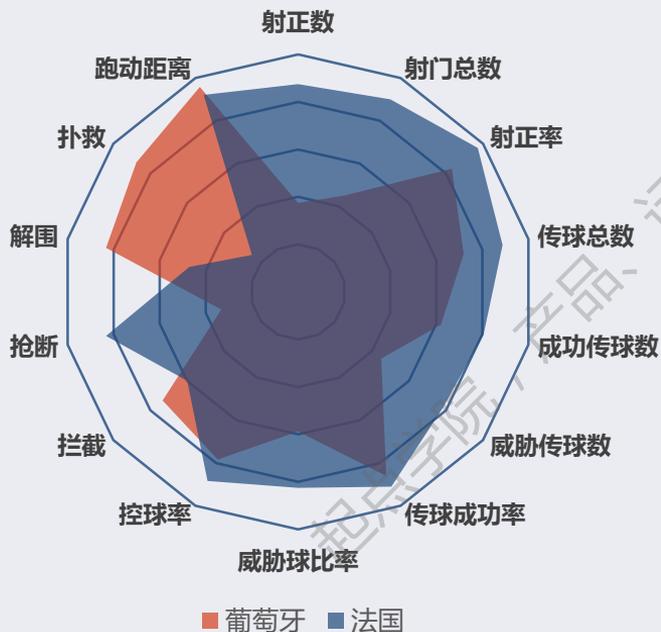
## 欧洲杯比赛数据盘点



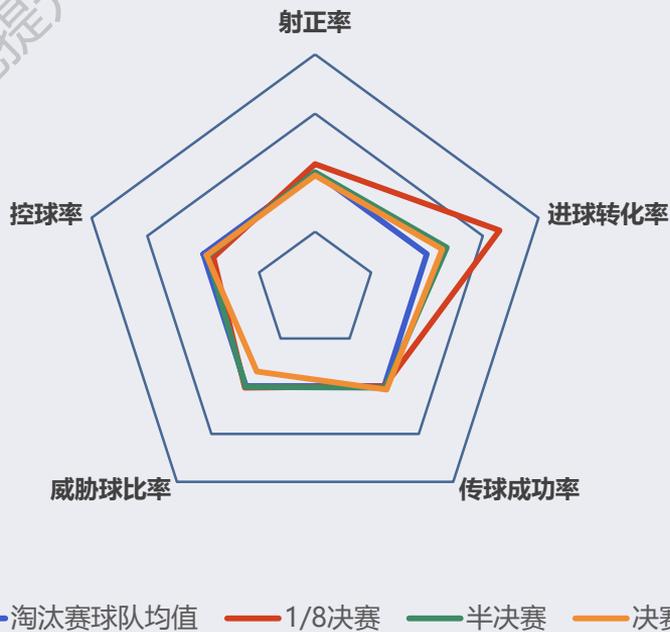
起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

## 虽然决赛中在场面上处于劣势，但从小组赛勉强出线到最终夺冠，葡萄牙凭借的正是放弃控球的防守反击战术以及关键场次的机会把握能力

### 葡萄牙-法国决赛数据对比



### 葡萄牙队淘汰赛阶段比赛数据对比



## 拥有绝对传控优势的德国队止步四强，完全放弃控球的冰岛队却闯入8强，本届欧洲杯传控打法开始走下神坛，防守反击战术重新抬头

### 欧洲杯各球队传控数据排名



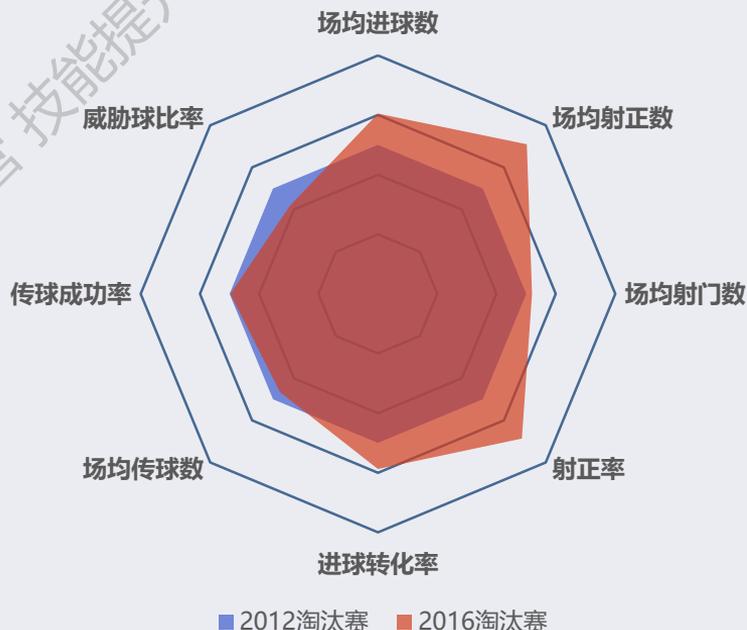
起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

## 本届欧洲杯扩军为24支球队，赛事改制让各队在小组赛阶段踢得更加保守，进入淘汰赛后比赛进攻质量得到改观，场均进球数超过2012年欧洲杯同期

### 小组赛阶段比赛数据对比



### 淘汰赛阶段比赛数据对比

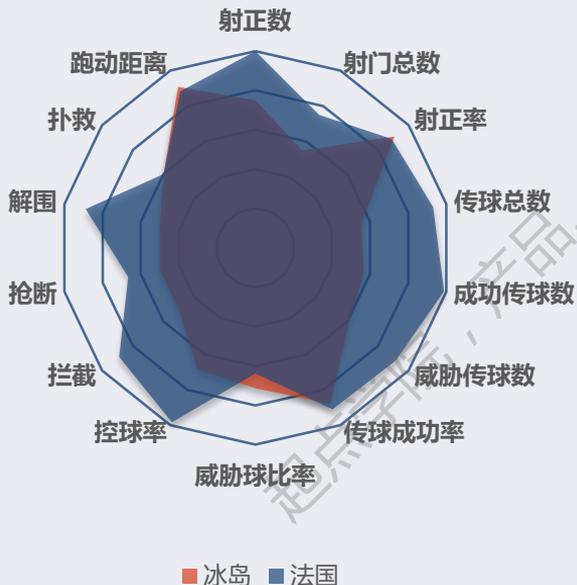


起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

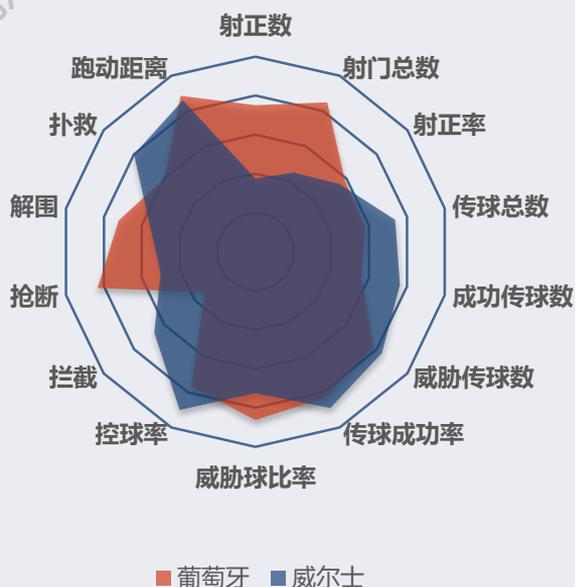
数据来源：足球魔方数据研究院；数据经与参考值对比进行加工

## 赛事扩军让威尔士、冰岛这两只首次参加欧洲杯决赛圈比赛的球队成为了本届大赛的最大“黑马”，最终分别负于冠亚军球队足以让他们昂首退场

### 冰岛-法国比赛数据对比



### 葡萄牙-威尔士比赛数据对比



## 帮助葡萄牙首夺欧洲杯的C·罗纳尔多无愧于巨星身价，而西班牙队过早出局降低了阵中球星的评价，科克成为身价TOP30中表现与身价最不相符的球星

### 欧洲杯身价TOP30球星表现排名



起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# Part 02

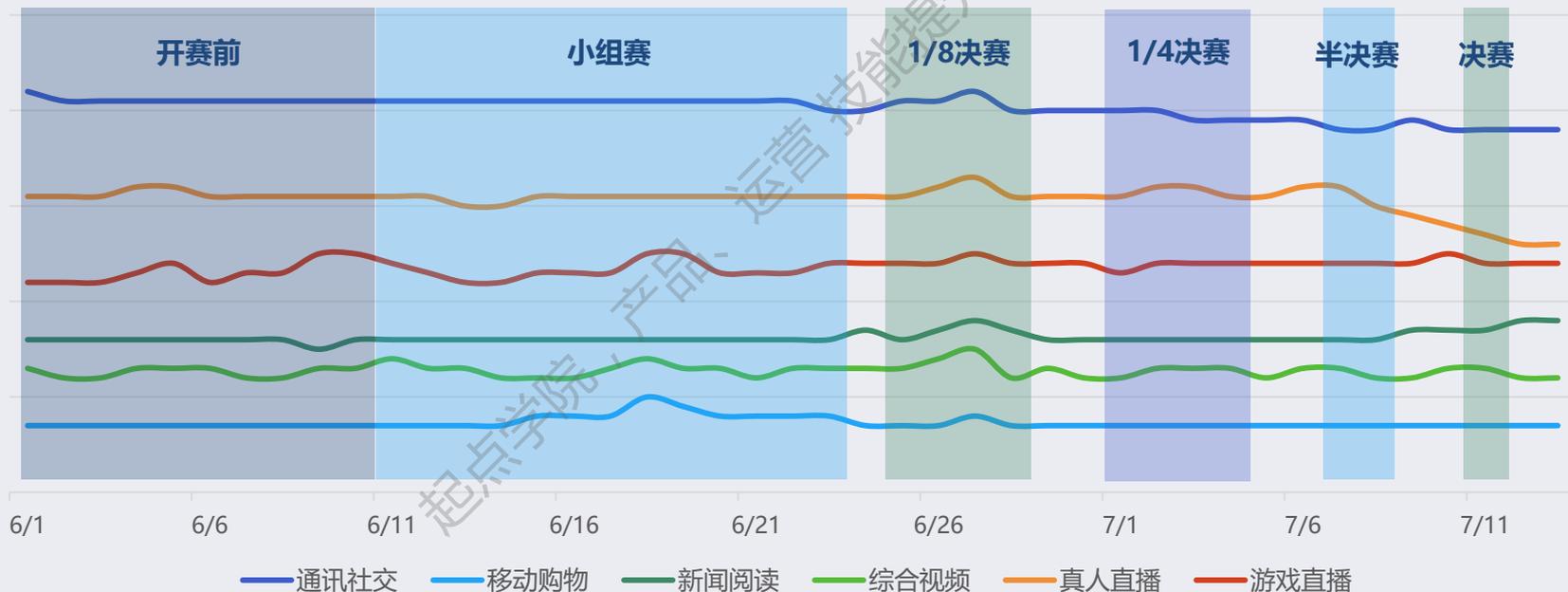
## 移动应用的欧洲杯效应



起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

## 欧洲杯期间，通讯社交、移动购物、新闻阅读等面向大众用户的应用活跃度基本不受赛事推进影响，欧洲杯的话题性难以影响普通人群的日常生活

### 欧洲杯期间不同类型应用活跃度



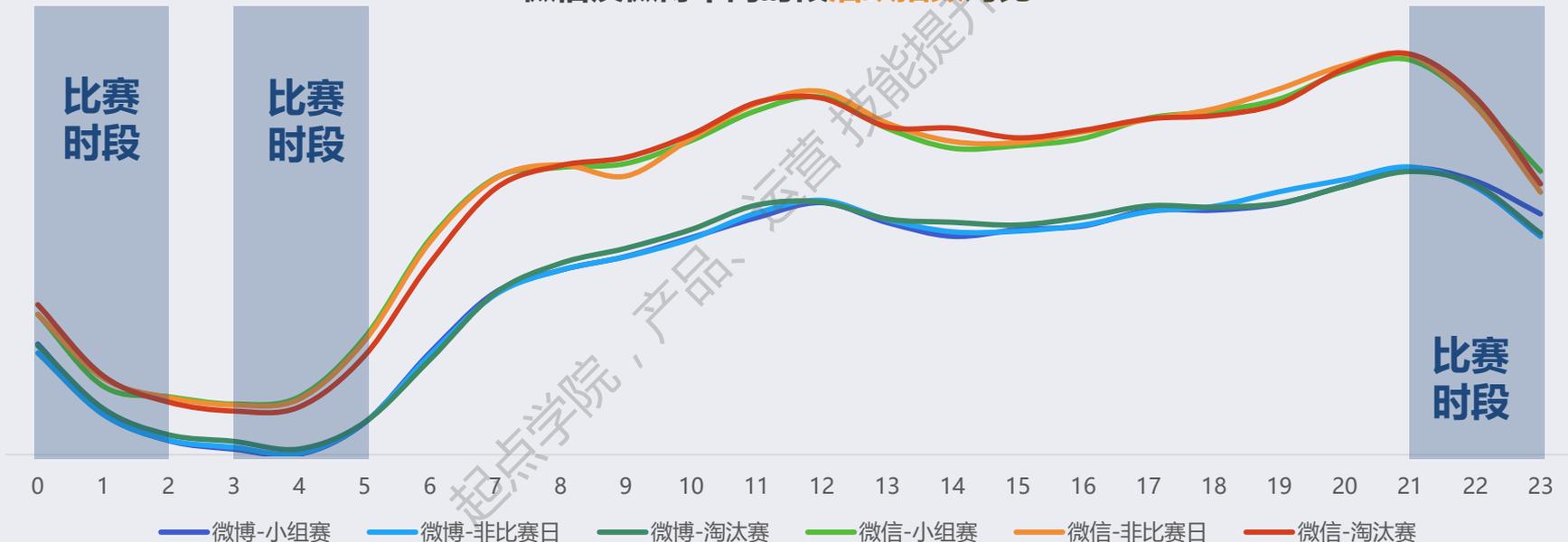
起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月1日-7月13日Android平台数据

数据说明：某类型应用活跃指数取本类别内具有代表性的3款应用每日活跃度的平均值，只代表本类应用的活跃变化趋势

通过微信、微博交流球赛是球迷群体的常规项目，但是欧洲杯期间微信、微博比赛时段的活跃指数只有细微提升，肯在工作日为赛事熬夜的球迷还是少数

微信及微博不同时段活跃指数对比



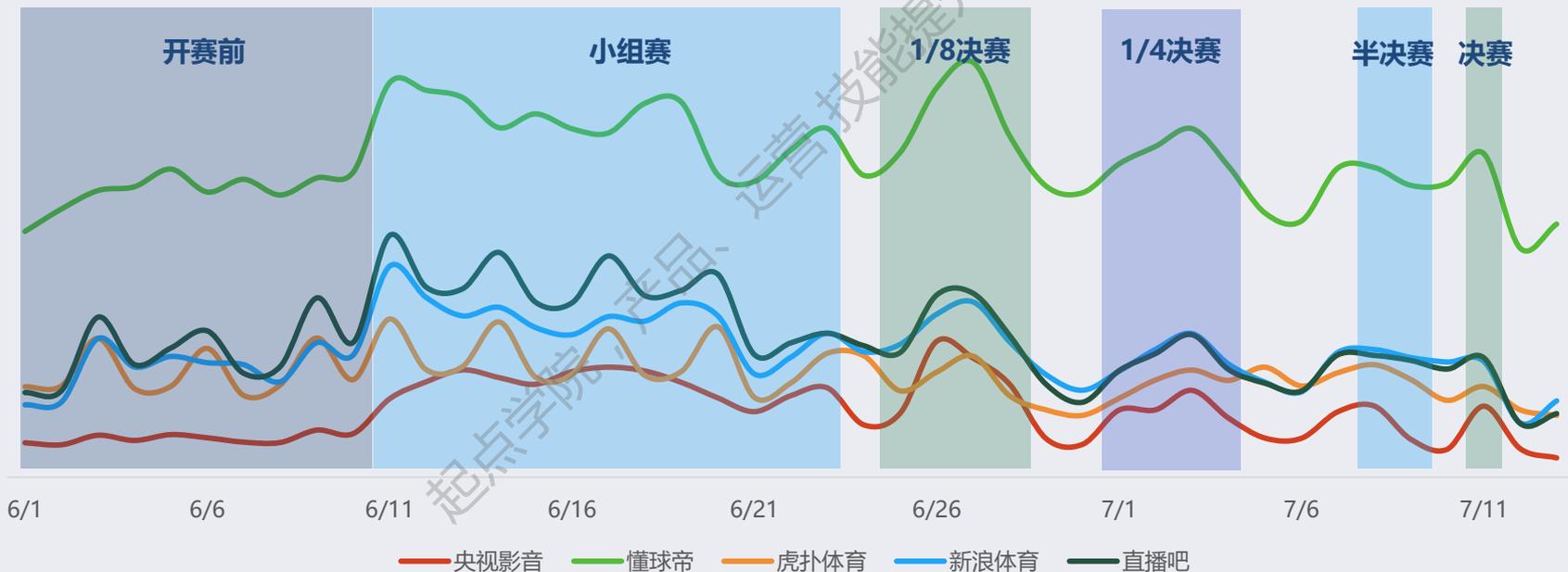
起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月1日-7月13日Android平台数据，小组赛比赛日选用6月17日数据，非比赛日选用6月24日数据，淘汰赛选用7月8日数据，以上时间皆为周五，降低其他周期因素影响。

备注：起点学院学员收集资料来源于网络，版权为原作者所有。

央视虽然独占本届欧洲杯转播权，但受用户体验影响，央视影音并没有迎来爆发式增长，电视看直播、体育应用看回顾是更多球迷的选择。

欧洲杯期间体育应用活跃度



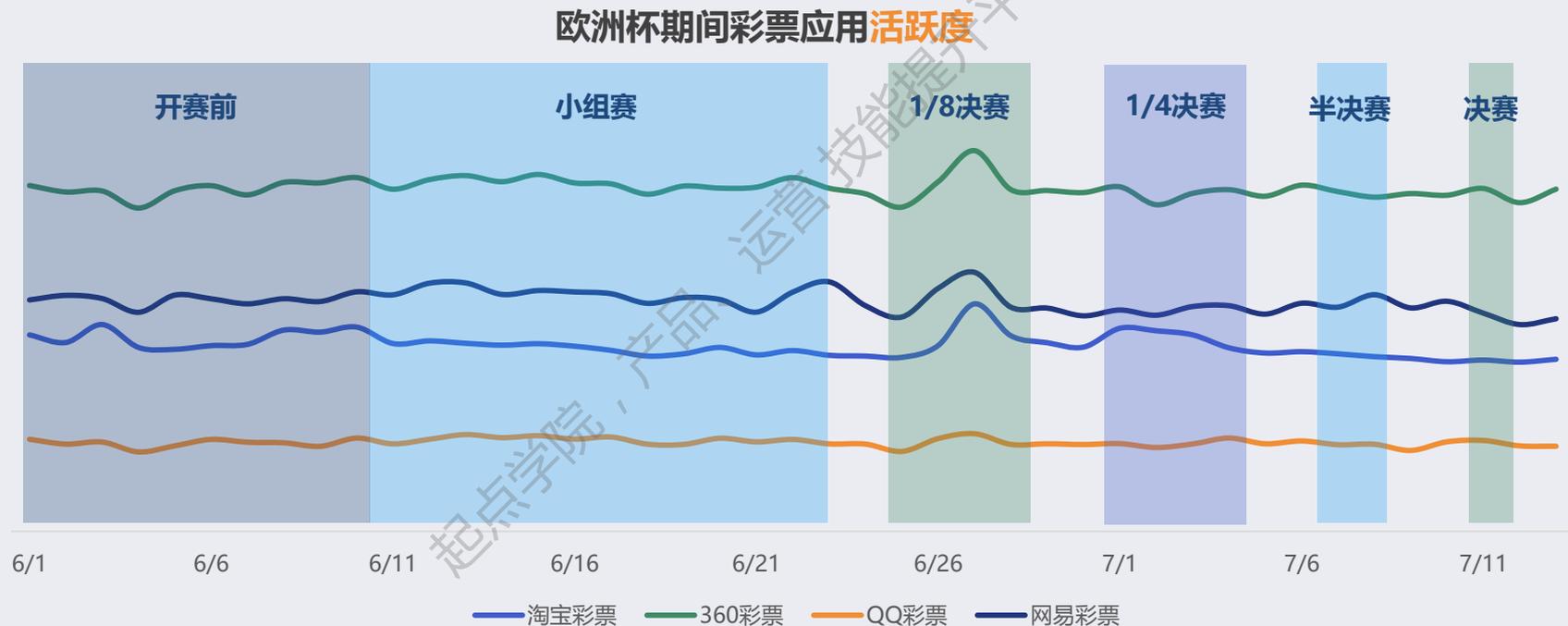
数据来源：TalkingData 移动数据实验室 2020年6月1日-7月11日 应用为TalkingData数据  
数据说明：应用活跃度=本日应用活跃量/本日应用覆盖量

起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)。人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程



备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

欧洲杯本是彩民们的投注热点，但是受互联网彩票停售影响，彩票应用在欧洲杯期间整体表现平静，与线下体彩的火爆销售形成鲜明对比。

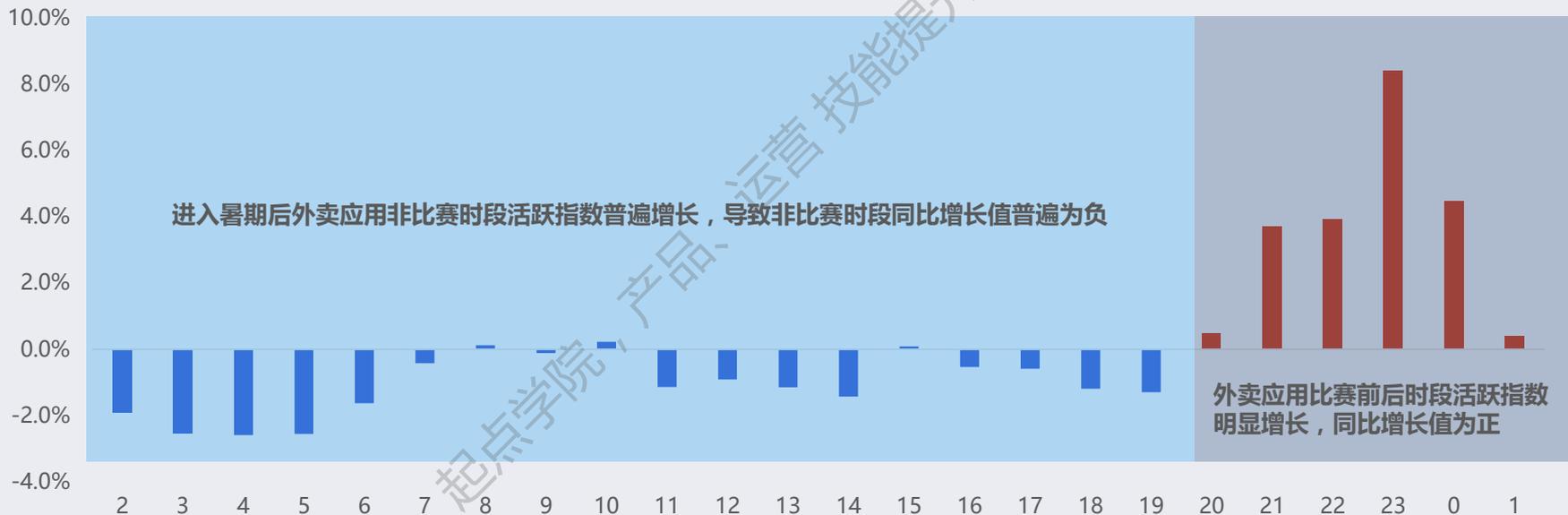


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月1日-7月11日，iOS+Android+PC数据  
数据说明：应用活跃度=本日应用活跃量/本日应用覆盖量



## 欧洲杯小组赛阶段比赛对外卖应用不同时段活跃指数影响最为明显，比赛前后的21时-次日0时是球迷点外卖的高峰时段

### 小组赛比赛日-非比赛日外卖应用不同时段活跃指数同比增长



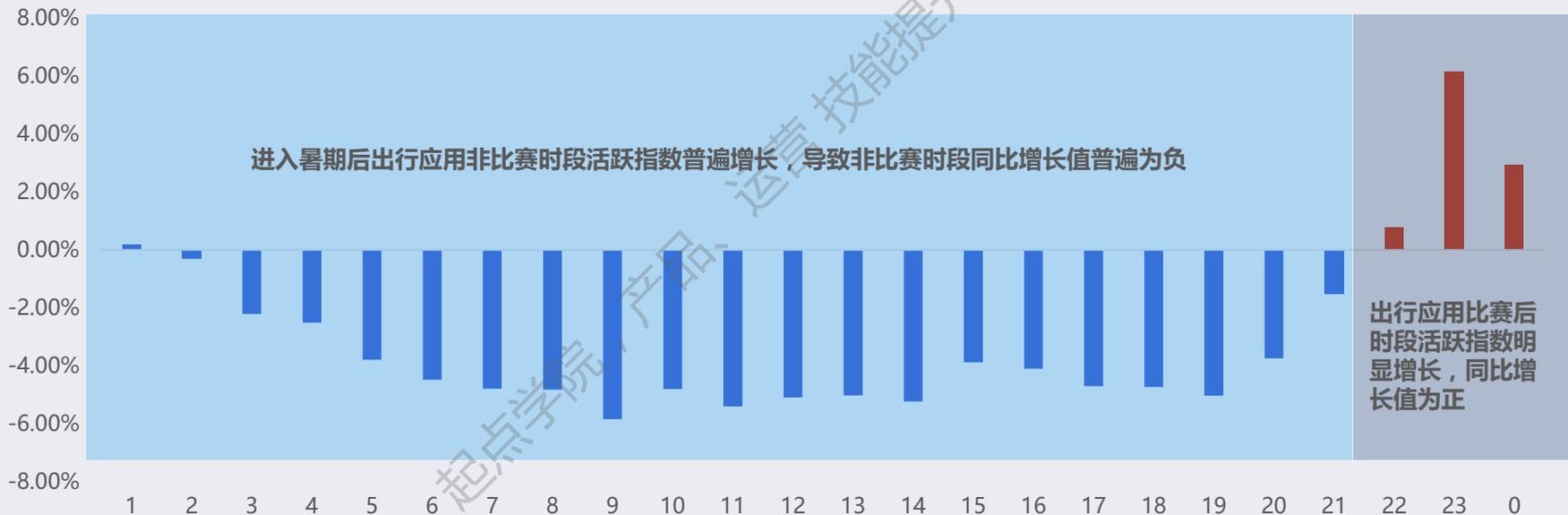
数据来源：TalkingData数据研究院，2016年6月欧洲杯期间，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据说明：外卖应用时段活跃指数为百度外卖、饿了么、美团外卖三款应用某小时活跃指数平均值

活跃指数同比增长 = (A日某应用c时活跃指数/B日某应用c时活跃指数-1) \* 100%

## 外出聚会看球带动了球迷出行，小组赛比赛日23时至次日1时内出行类应用活跃度提升最为明显，大多数球迷选择在观看完首场比赛后回家

### 小组赛比赛日-非比赛日出行应用不同时段活跃指数同比增长



数据来源：TalkingData数据研究院，2016年6月1日-6月10日

数据说明：出行应用活跃时段指数为滴滴出行、Uber两款应用某小时活跃指数平均值

活跃时段比例同比增长 = (A日某应用c时活跃时段指数/B日某应用c时活跃时段指数-1) \* 100%

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# Part 03

## 移动应用上的球迷生活

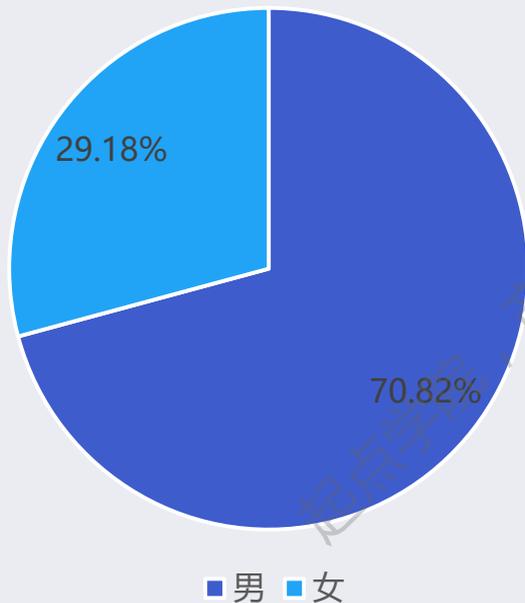


起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

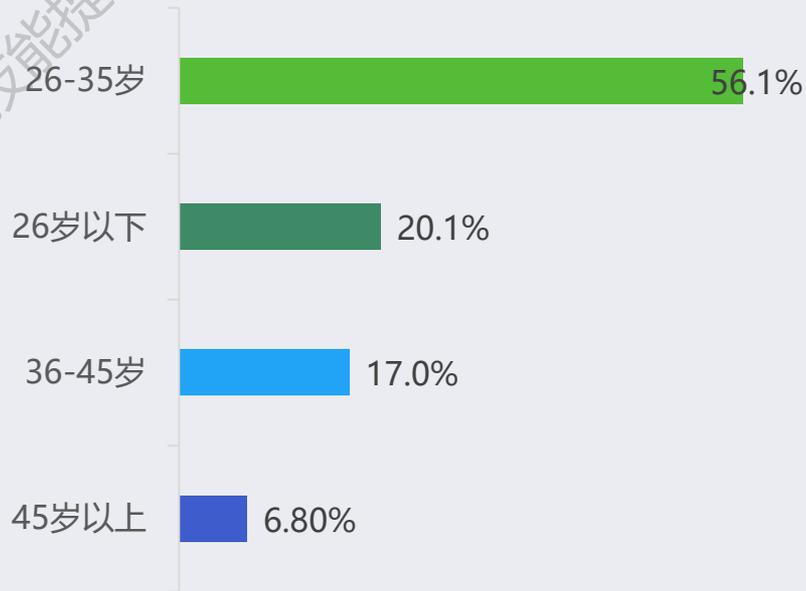
备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

## 肯为德意大战牺牲美容觉的女球迷不在少数，但欧洲杯的看球主力还是80后的男球迷，70后球迷正在退场，90后球迷有待培养

### 球迷性别比例



### 球迷年龄段比例

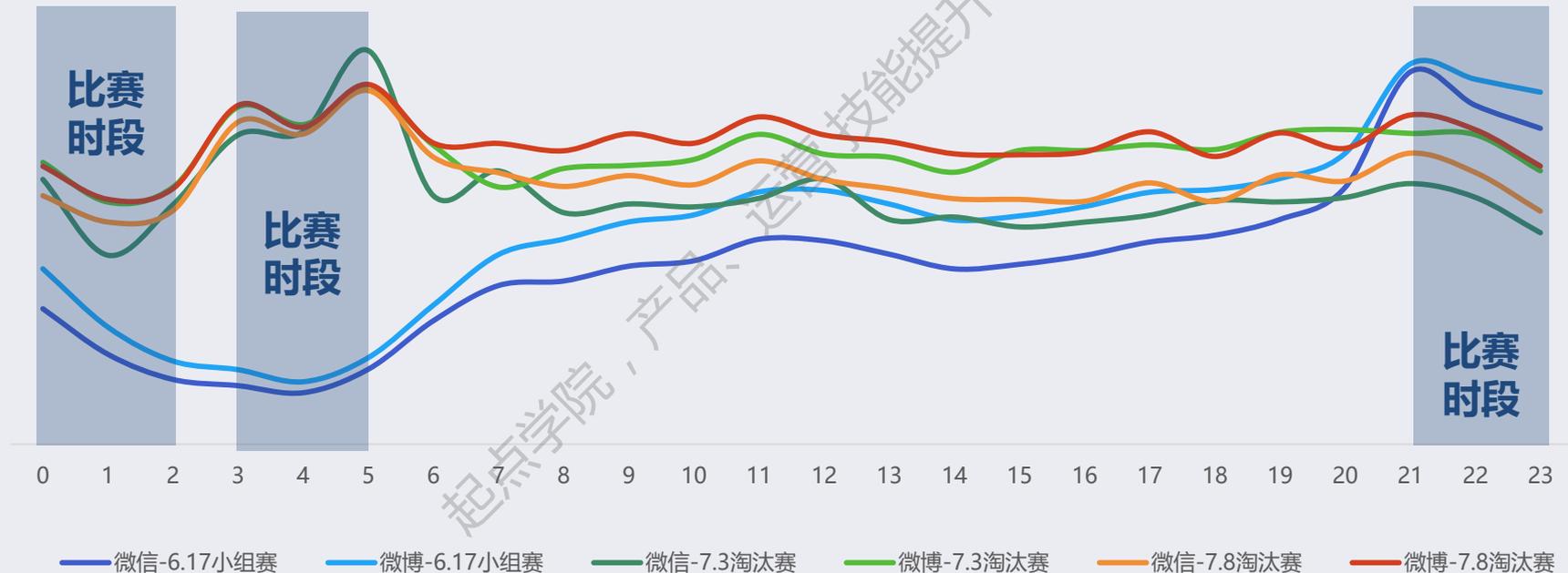


起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年7月3日Android平台数据；铁杆球迷群体选用典型球迷应用（懂球帝、央视影音、直播吧、新浪体育、乐视体育、虎扑体育）在德国与意大利比赛时段（凌晨2点-5点）的活跃用户群体作为分析样本

## 小组赛阶段球迷大多只观关注首场比赛，上半场时段是球迷社交互动的高峰期，而淘汰赛阶段的激烈对决让球迷更多的选择在比赛结束后的凌晨5时进行交流

### 球迷群体微信及微博不同时段活跃指数对比



起点学院 [www.gidianla.com](http://www.gidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

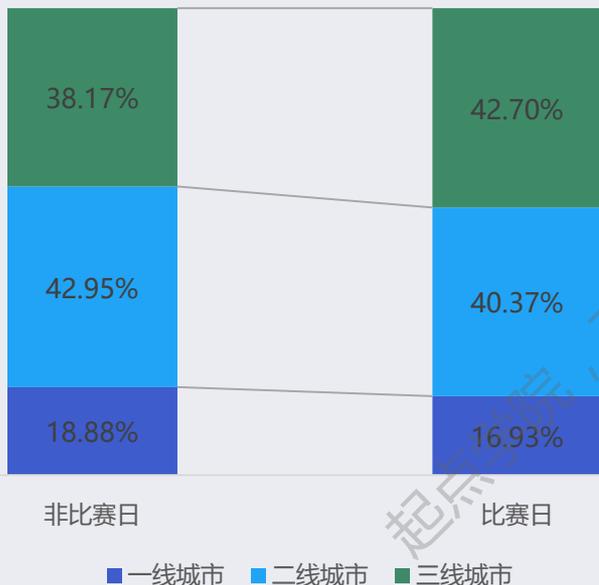
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月11日-7月13日Android平台数据

时段活跃指数=目标小时应用活跃终端数量/当日应用活跃终端总量\*100%

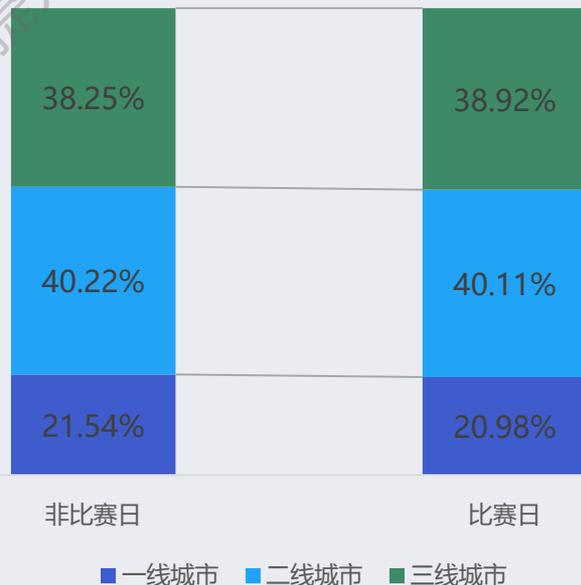
备注：起点学院学员收集资料于网络，版权属于原作者所有。

## 三线城市用户更喜欢在比赛后点一份外卖当宵夜，而对于去酒吧、大排档等场所聚会看球，全国各城市是一样的热情

### 欧洲杯赛后外卖应用用户群体城市层级比例



### 欧洲杯赛后出行应用用户群体城市层级比例



起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月1日-7月13日Android平台数据，比赛日选用6月17日数据，非比赛日选用6月24日数据  
分析样本：在23点使用了典型外卖应用（百度外卖、饿了么、美团外卖）及典型出行应用（滴滴出行、Uber、e代驾）的用户群体



## 北京球迷更关注三狮军团，上海球迷更关注蓝衣军团，天津球迷更关注高卢雄鸡，最愿为日耳曼战车熬夜的是广州与深圳的球迷

### 2016欧洲杯主要城市球迷关注指数 ( FCI )



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2016年6月1日-7月13日Android平台数据

分析说明：关注球队的球迷群体选取在比赛期间典型球迷应用的活跃用户作为样本，根据收视率、比赛时段分别选择西班牙1:0捷克、英格兰2:1威尔士、意大利1:0瑞典、法国2:1波兰、德国1:0葡萄牙的比赛进行球迷关注指数分析

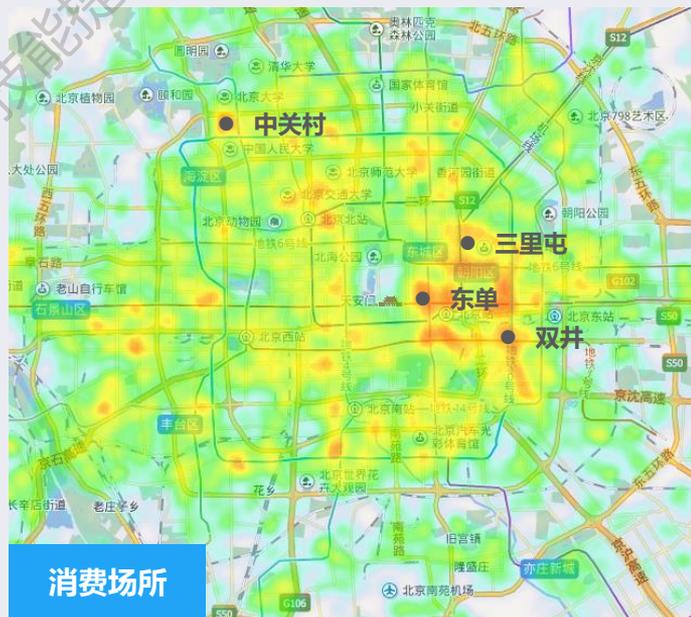
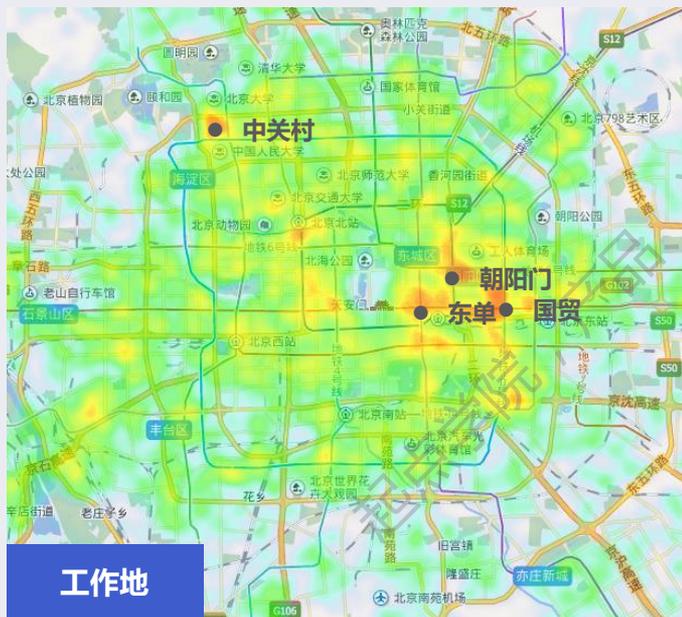
数据说明：FCI即Fan Concern Index (球迷关注指数)，反映球迷对球队比赛的关注程度；

计算公式：FCI=[单场比赛目标城市用户球迷应用活跃量占比/5场比赛目标城市用户球迷应用活跃量占比平均值]\*标准数100

备注：移动起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

## 北京球迷上班多聚集在国贸、朝阳门、中关村一带，周末喜欢去三里屯、东单、双井等场所休闲消费

### 2016欧洲杯北京球迷活动区域热力图



起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

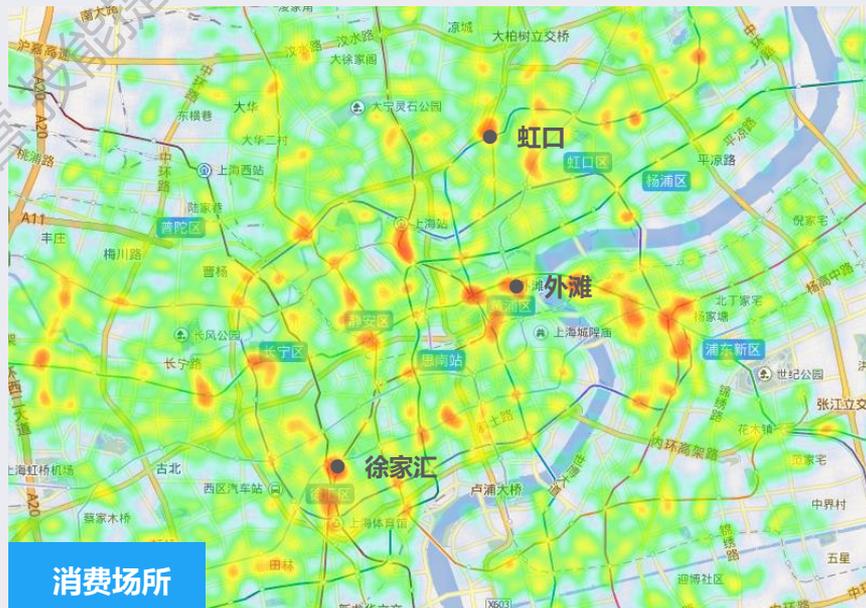
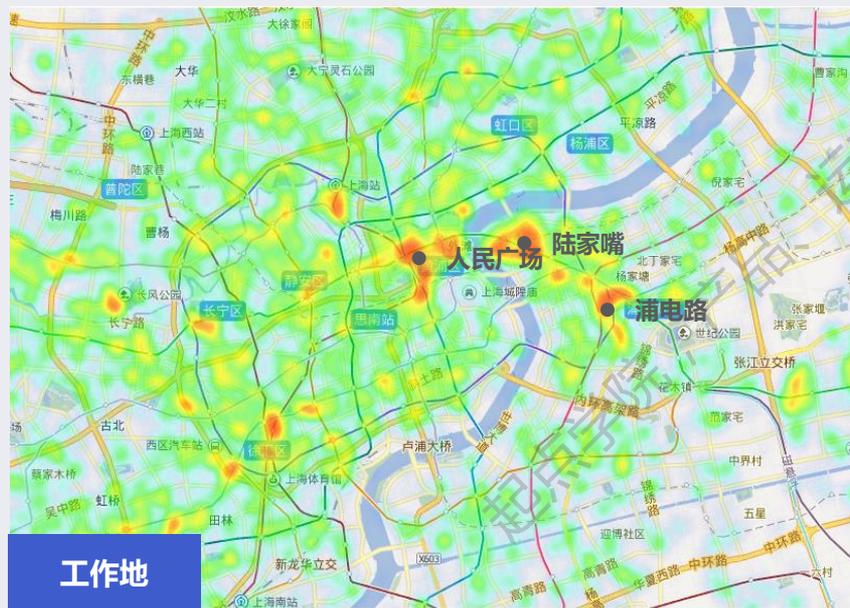
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，球迷群体选取欧洲杯比赛期间典型球迷应用比赛时段活跃用户群体作为分析样本



备注：移动数据由起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

## 上海球迷上班多聚集在陆家嘴、人民广场、浦电路一带，周末喜欢去徐家汇、虹口、外滩等场所休闲消费

### 2016欧洲杯上海球迷活动区域热力图



起点学院 [www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，球迷群体选取欧洲杯比赛期间典型球迷应用比赛时段活跃用户群体作为分析样本



备注：报告数据由起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

## ● 数据来源

- ✓ TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成。
- ✓ 报告中有明确注明数据来源的，均由足球大数据平台足球魔方提供

## ● 数据周期

- ✓ 2016年6月1日-2016年7月13日

## ● 概念定义

- ✓ 时段活跃指数： $\text{目标小时应用活跃终端数量} / \text{当日应用活跃终端量总量} * 100\%$
  - ✓ 应用活跃度： $\text{使用应用的终端数量} / \text{当日应用覆盖终端数量}$
  - ✓ 目标城市用户球迷应用活跃量占比= $[\text{目标城市用户球迷应用活跃量} / \text{所有统计城市用户球迷应用活跃量}] * 100\%$
  - ✓ 典型球迷应用：包括乐视体育、懂球帝、央视影音、直播吧、新浪体育、虎扑体育6款应用
- 起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# ABOUT TD

## 关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过20亿独立智能设备，服务超过10万款移动应用，以及8万多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

# 观数据星象

移动观象台

# 解移动风云



[www.talkingdata.com](http://www.talkingdata.com)

扫二维码立即访问



起点学院 [www.qidiania.com](http://www.qidiania.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



# Thanks!

关注TalkingData和足球魔法官方微信获取最新移动数据资讯

[www.talkingdata.com](http://www.talkingdata.com) [www.huanhuba.com](http://www.huanhuba.com)

起点学院[www.qidianla.com](http://www.qidianla.com)，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程