



# 2018年平昌冬奥会 用户关注及媒体传播效果研究



清研灵智信息咨询（北京）有限公司

# 研究方法

## 问卷调查

通过“问卷吧”执行在线调研

冬奥会开幕式问卷

投放时间：2018年2月9日

回收时间：2018年2月10日

有效样本：747

冬奥会中国首金问卷

投放时间：2018年2月22日

回收时间：2018年2月23日

有效样本：916

冬奥会总体调研问卷

投放时间：2018年2月19日

回收时间：2018年2月22日

有效样本：1764

## 数据监测

通过数太奇大数据平台对微博、微信、新闻APP等渠道进行数据监测

# 大数据监测指标说明

指标	指标解释	指标计算（来源）	指标意义
微博声量	某一关键词全部原发提及和转发提及频次之和	原发提及量+转发提及量	反映目标对象的微博平台的用户主动传播水平
微博互动量	某一部剧目全部原发及转发微博的互动总量	评论+点赞	反映目标剧目的微博用户深度关注水平（水军转发、评论、点赞会对指标数据造成一定干扰）
微博曝光量	某一部剧目提及关键词的全部微博的粉丝覆盖量	$\sum$ （每一个提及剧目关键词的微博的粉丝量）	反映目标剧目的微博用户信息覆盖水平（僵尸粉会对指标数据造成一定干扰）
微信文章量	含有某一关键词的微信文章数之和	文章量	反映目标对象在微信公众号的主动传播水平
微信阅读量	含有某一关键词在微信文章的总阅读量	阅读量	反映目标对象的微信公众号的用户传播水平
微信点赞量	含有某一关键词在微信文章的总点赞量	点赞量	反映目标对象的微信公众号的用户喜爱水平
百度指数	外部数据	index.baidu.com	反映目标剧目的网民主动搜索水平



# 冬奥内容关注情况

# 01 目前大众对冬奥会关注度与夏季奥运会关注仍存差距

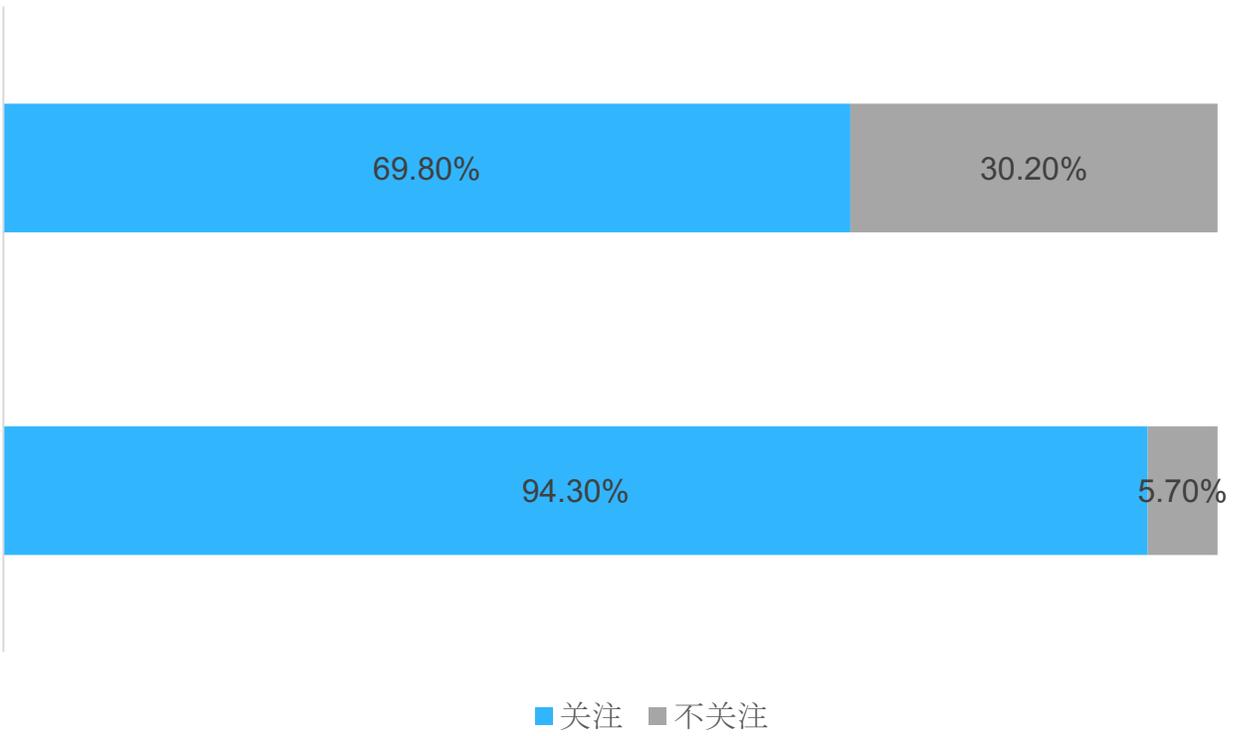
平昌冬奥会VS里约奥运会关注程度



平昌冬奥会



里约奥运会



请问您是否关注过2018平昌冬奥会？【N=4300】  
请问您是否关注过2016里约奥运会？【N=1857】

# 01 微博平台声量高点聚焦中国队相关内容，2022北京冬奥热度可期

- ◆ 平昌冬奥会赛期日均声量159.2万；
- ◆ 微博声量高点主要与中国队犯规取消成绩、羽生结弦自由滑夺冠、闭幕式及北京8分钟有关，其中2月22号武大靖夺得中国冬奥首金推动微博声量达到峰值。

### 平昌冬奥会微博传播表现

名称	赛期	日均声量 (万)	日均互动量 (万)	日均曝光量 (亿)
平昌冬奥会	总体	64.5	232.3	73.8
平昌冬奥会	赛期	159.2	606.3	136.8

### 平昌冬奥会微博声量分天趋势



注：平昌冬奥会数据监测时间：2018.01.09-2018.02.28  
平昌冬奥会赛期监测时间：2018.02.09-2018.02.25

# 01 微信平台阅读量高点同样聚焦中国队相关内容

- ◆ 平昌冬奥会期间微信文章日均阅读量19939.4万；
- ◆ 阅读量高点聚焦中国队参赛项目等内容，2月25号冬奥会闭幕式及北京8分钟表演，微信文章阅读量达到峰值4.1亿。

### 平昌冬奥会微信传播表现

名称	时段	日均阅读量(万)	日均点赞量(万)
平昌冬奥会	总体	12557.3	238.6
平昌冬奥会	赛期	19939.4	394.6

### 平昌冬奥会微信阅读量分天趋势



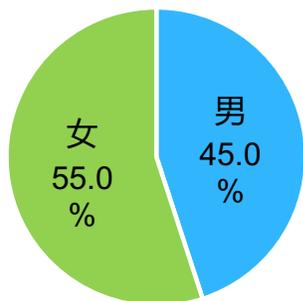
注：平昌冬奥会数据监测时间：2018.01.09-2018.02.28  
平昌冬奥会赛期监测时间：2018.02.09-2018.02.25



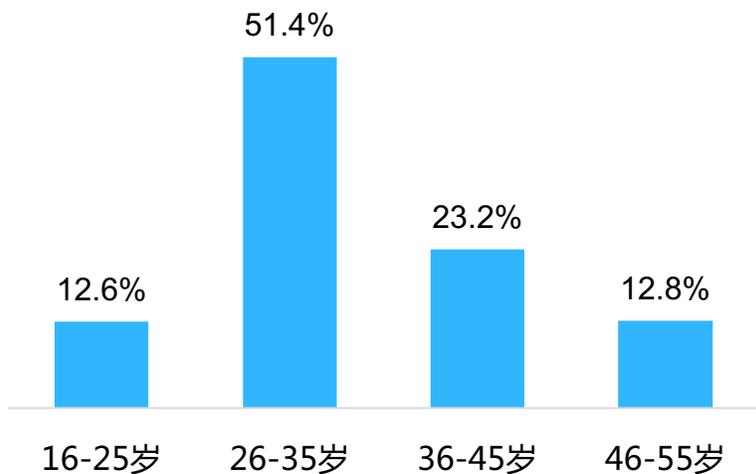
# 冬奥用户结构

# 02 用户结构：女性、青年（≤35岁）、高学历（本科以上）、中高端收入（≥3000元）用户占比较高

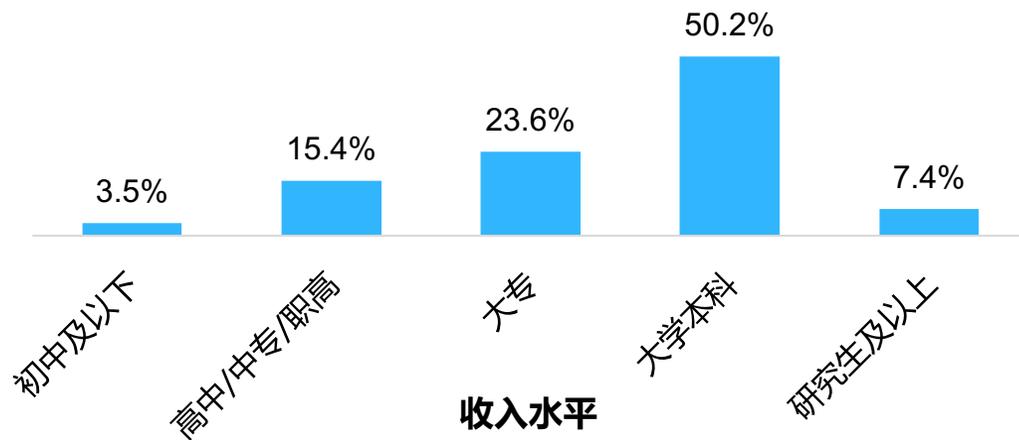
### 性别



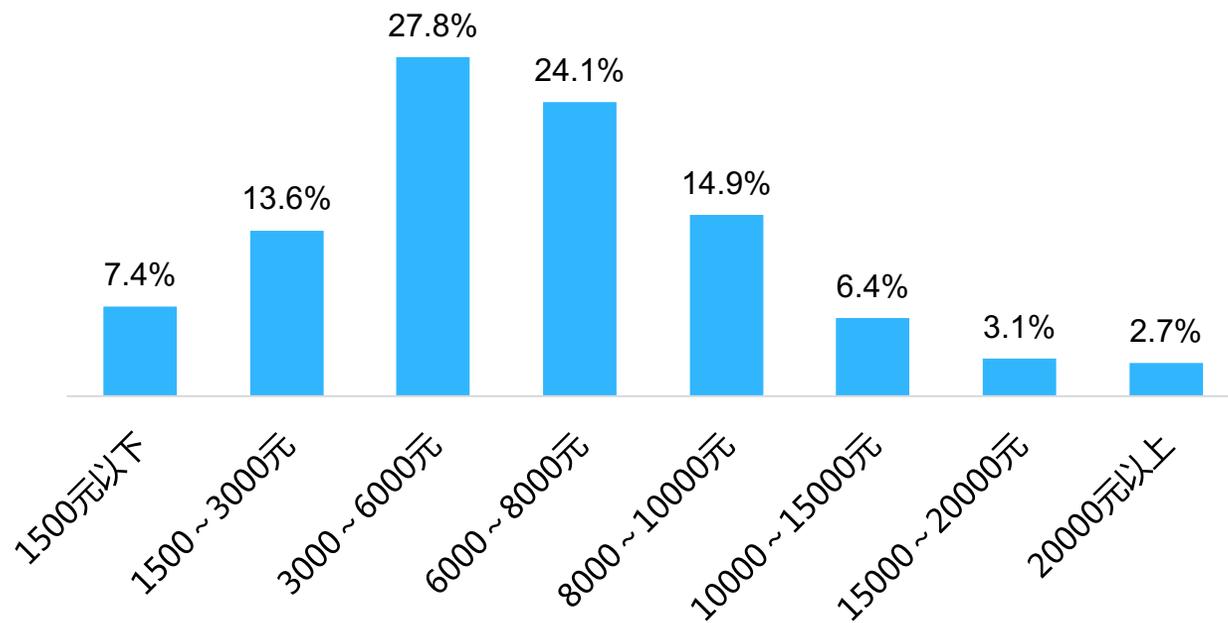
### 年龄



### 学历



### 收入水平



E1.请问您的性别是？(N=1764)

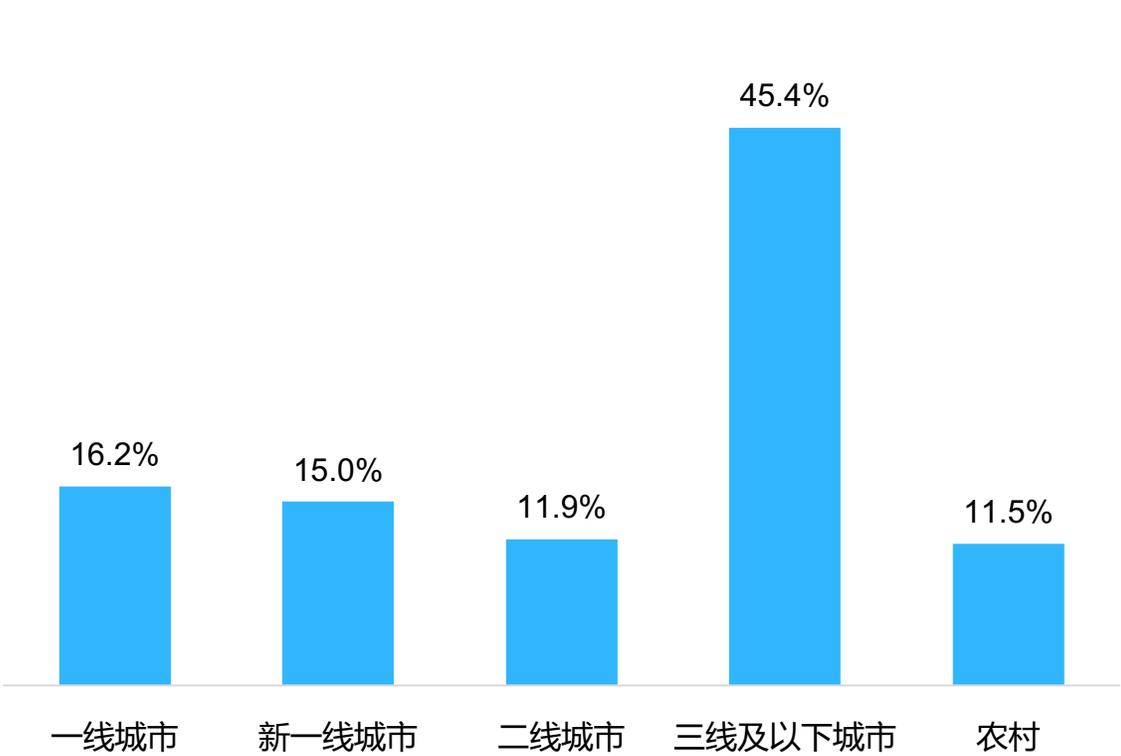
S2.请问您的年龄是？(N=1764)

E2.请问您的最高学历是 (N=1764)

E4.近三个月，您的月平均收入是？(N=1764)

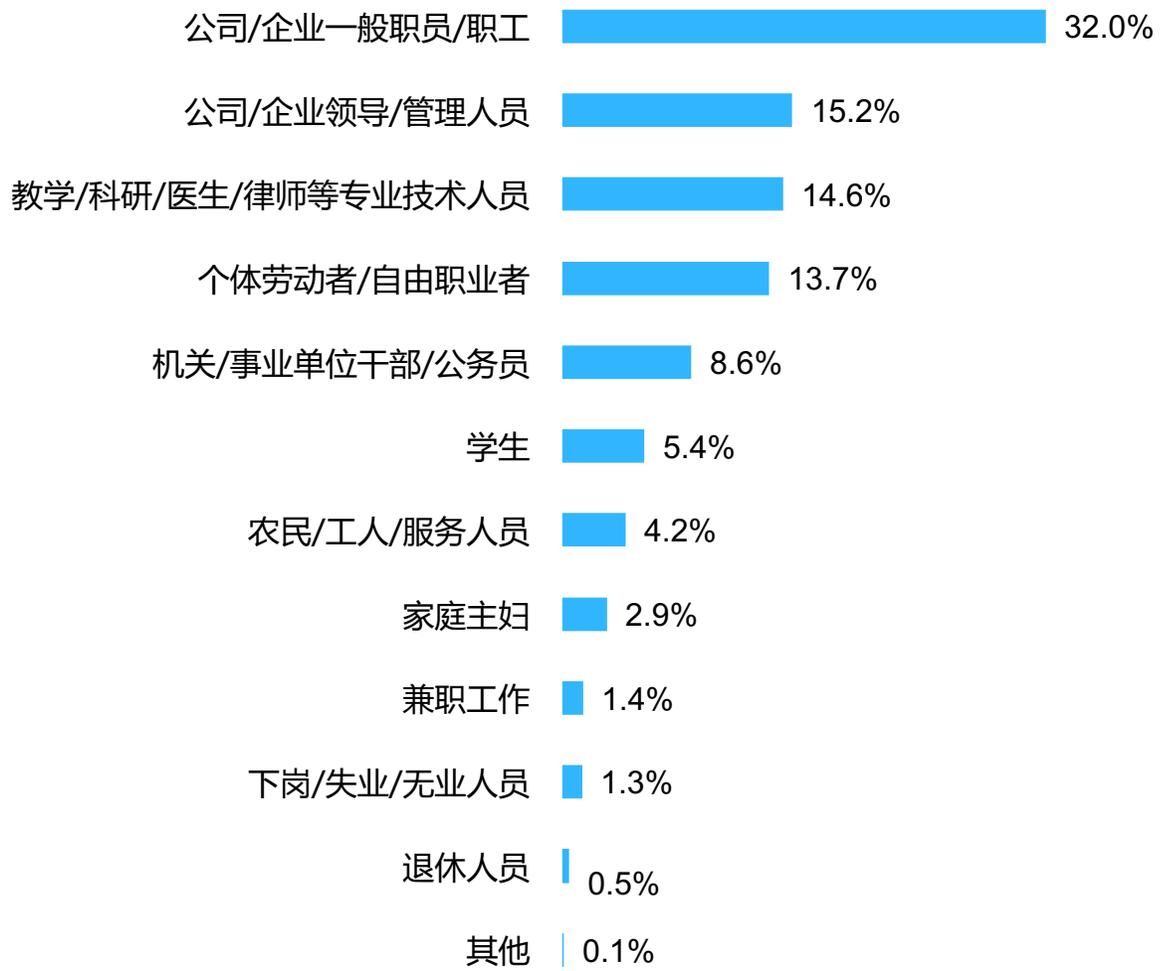
# 02 用户结构：城市用户占比极高，二线及以上、三线及以下城市用户基本持平，公司员工用户占比较高

地区



城市等级划分标准：按照第一财经·新一线城市研究所2017年5月25日发布的最新一期的城市商业魅力榜单，一线城市（4个）、新一线城市（15个）、二线城市（30个）

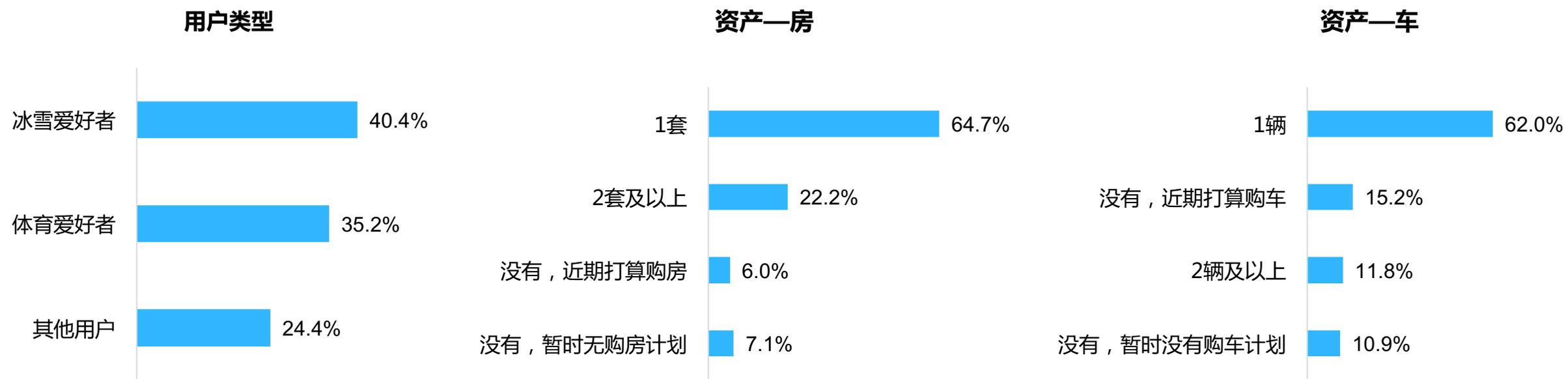
职业



E9.请问您所在的省份/城市？请问您居住在？（样本 1764）

E3.请问您的职业是？（样本 1764）

## 02 用户结构：冰雪/体育爱好者占比较高，大多数用户拥有房、车资产



E8.对于冰雪运动，请问您平时一般持有什么态度？【单选】（N=1764）

E7.请问您或您的家庭是否有住房？（N=1764）

E6.请问您或您的家庭是否有车？（N=1764）

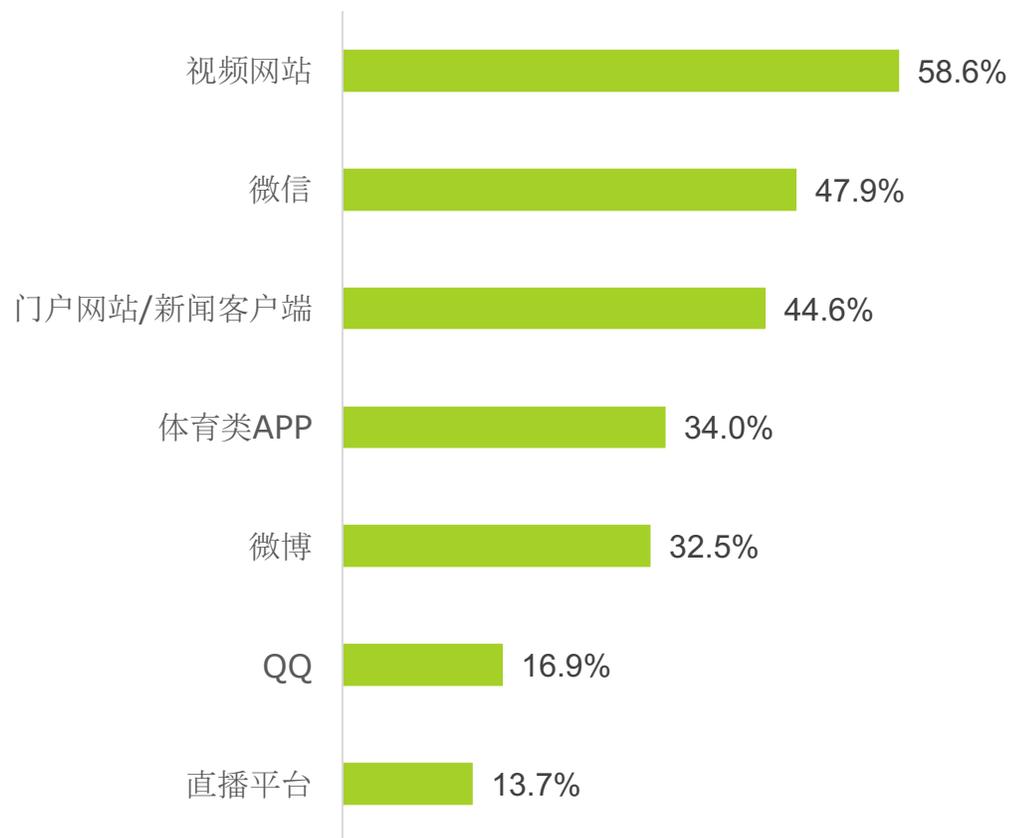


# 冬奥用户关注行为

# 01 关注渠道：视频网站是最主要互联网渠道，微信排名第二

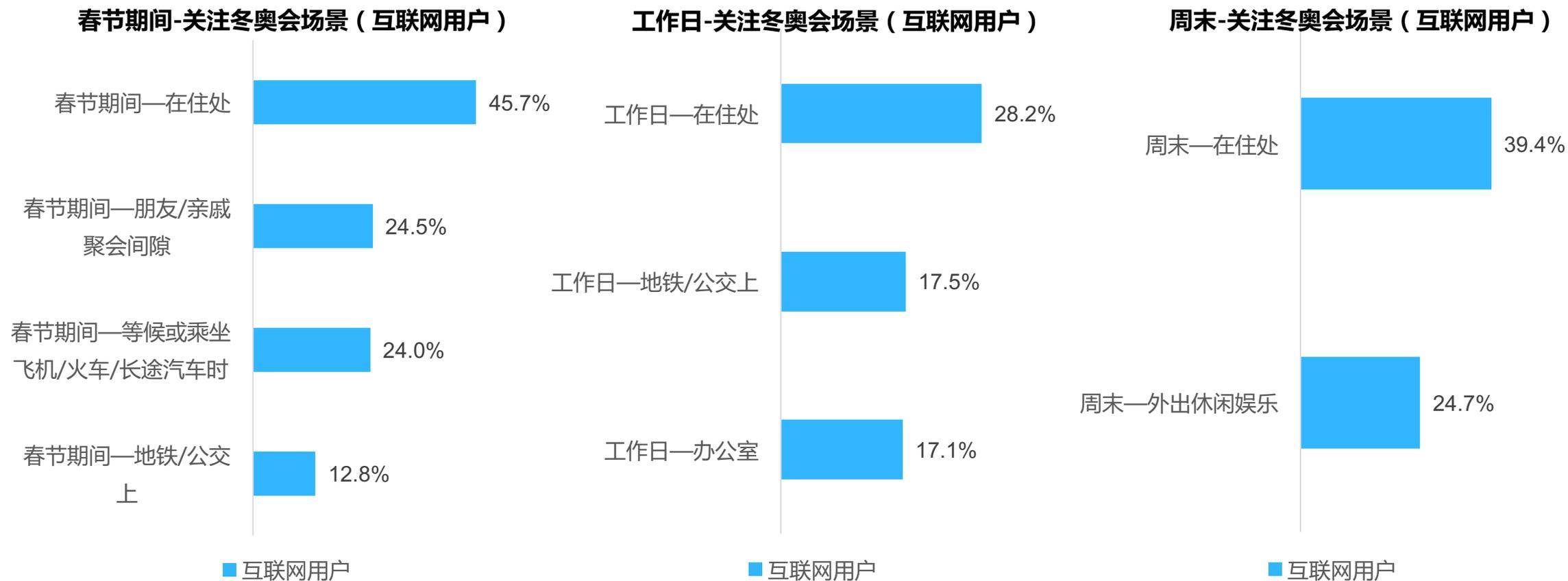
◆ 视频网站是用户获取冬奥会信息的第一互联网渠道，占比58.6%，微信排名第二，占比47.9%。

冬奥会互联网用户关注渠道



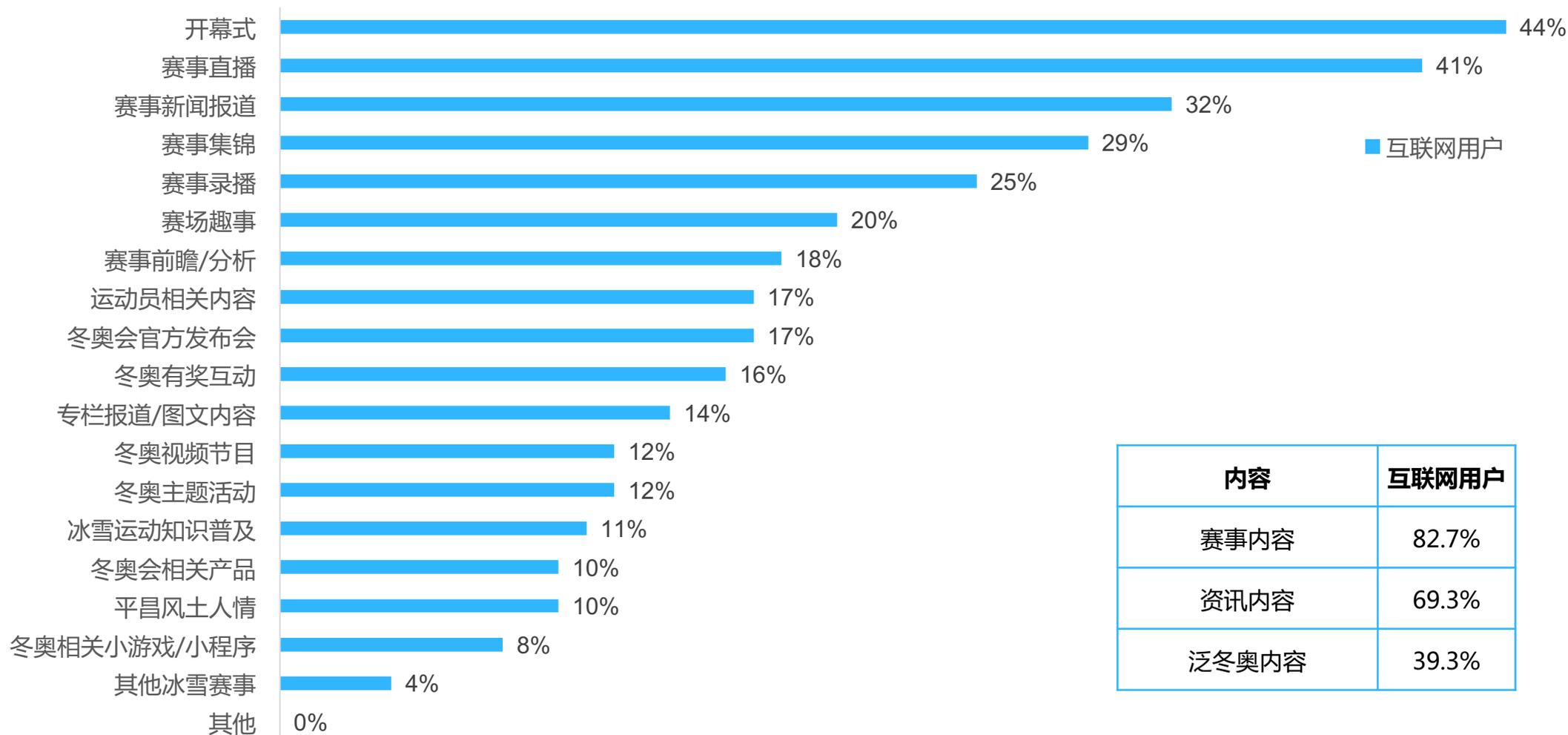
# 01 用户关注场景：“在住处”是冬奥互联网用户最主要的关注场景

◆ “在住处”是冬奥互联网用户最主要的关注场景。



# 01 关注的内容：赛事内容最受关注，用户占比达82.7%

## 冬奥会互联网用户关注内容



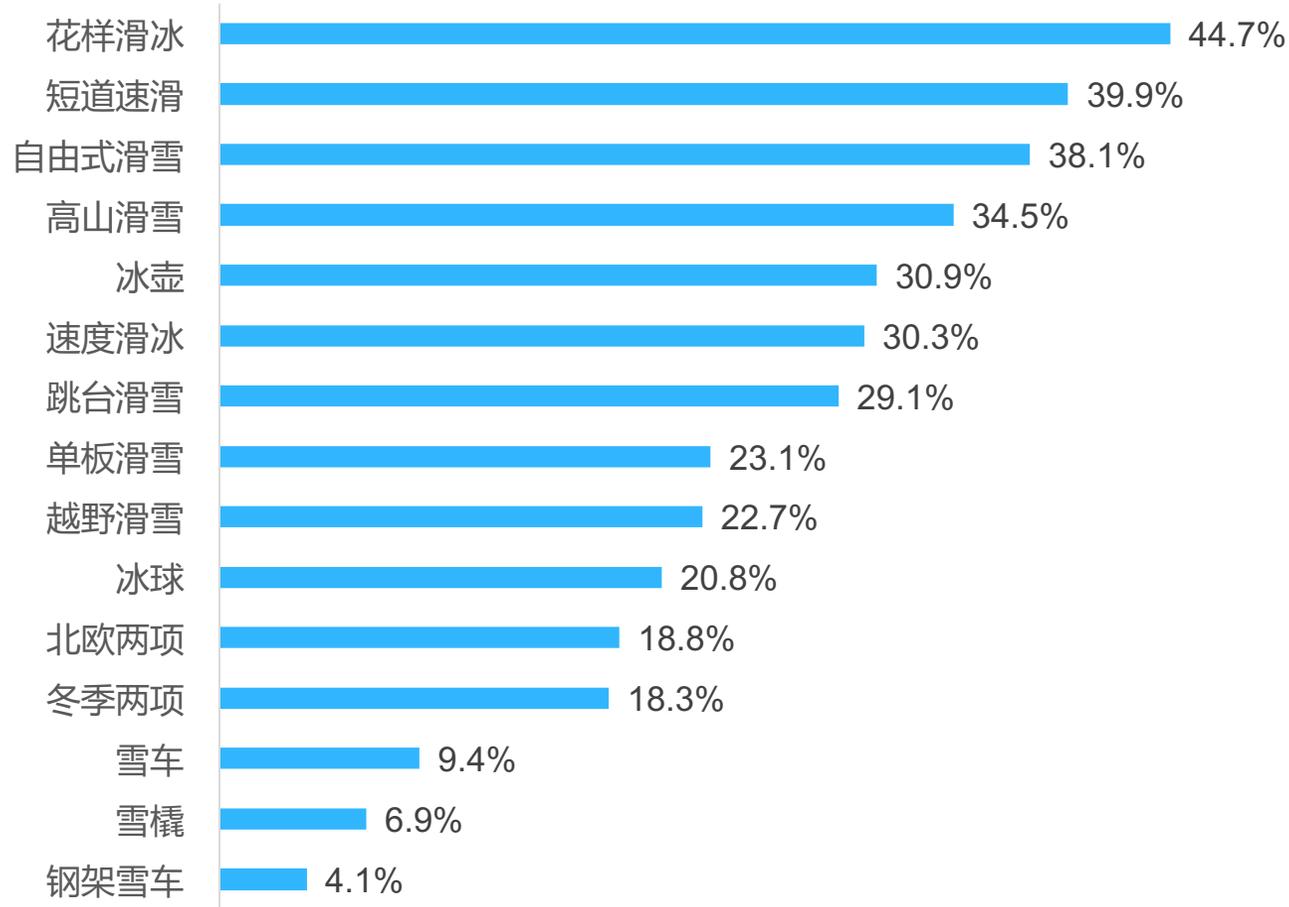
内容	互联网用户
赛事内容	82.7%
资讯内容	69.3%
泛冬奥内容	39.3%

B1-2. 【针对A1选中4-10的被访者】关于2018年平昌冬奥会，您通过网络平台，关注过以下哪些内容？【多选】【N=1552】

# 01 关注的赛事：中国队优势项目受关注度高，短道速滑因判罚而引发微博热议

- ◆ 用户关注度较高的冬奥赛事主要以中国队的优势项目为主，其中“花样滑冰”“自由式滑雪”“短道速滑”关注度最高；
- ◆ 从微博社交监测来看，由于中国短道速滑队连续被判罚犯规出局，所以导致该项目在微博上的热议度最高。

赛事关注度



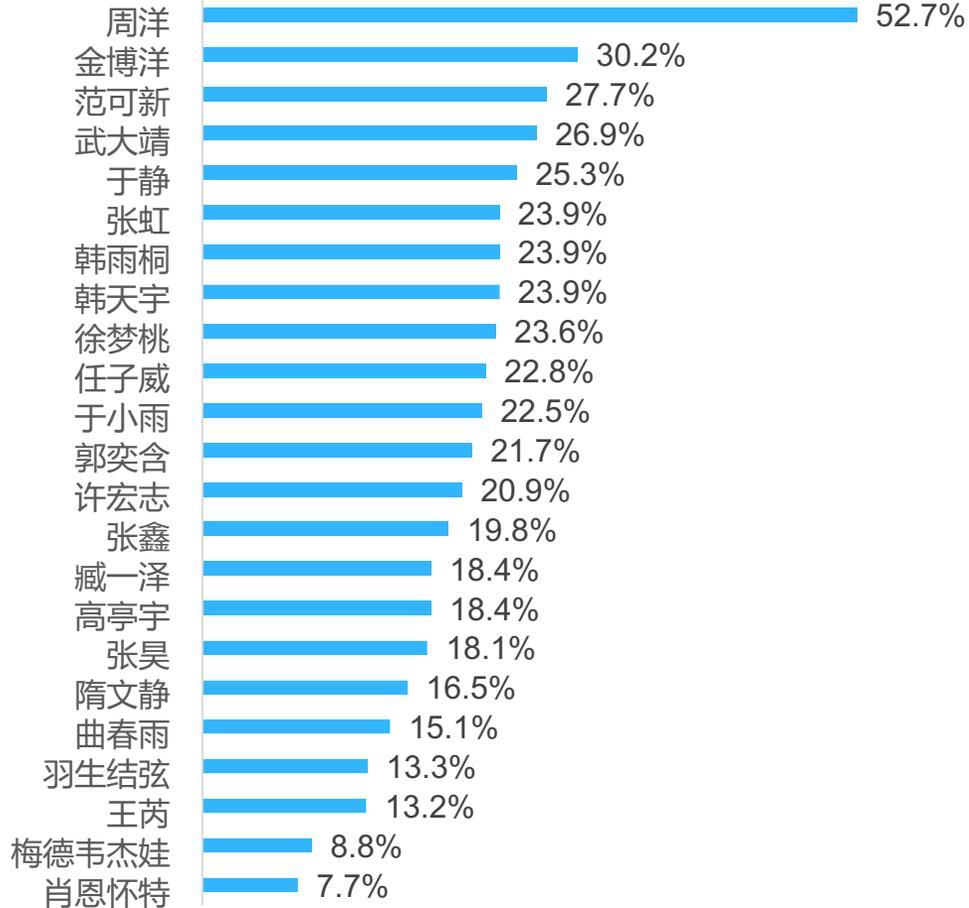
赛事社交声量 (数据监测)

赛事名称	社交声量
短道速滑	11,401,284
花样滑冰	4,225,786
冰球	1,104,962
冰壶	797,366
单板滑雪	393,051
速度滑冰	292,631
自由式滑雪	283,907
跳台滑雪	151,606
高山滑雪	121,464
雪车	107,548
越野滑雪	73,263
钢架雪车	69,891
雪橇	31,902
冬季两项	25,188
北欧两项	6,630

# 01 关注的运动员：周洋受关注度最高，羽生结弦引爆微博平台，比赛成绩是用户关注重点

- ◆ 周洋受关注度最高；
- ◆ 羽生结弦微博声量排名第一，其带伤卫冕冠军受媒体关注，粉丝、二次元受众转发积极，微博娱乐属性进一步放大社交热度；
- ◆ 用户对运动员关注点主要集中在赛事成绩，其中对奖牌数关注度最高。

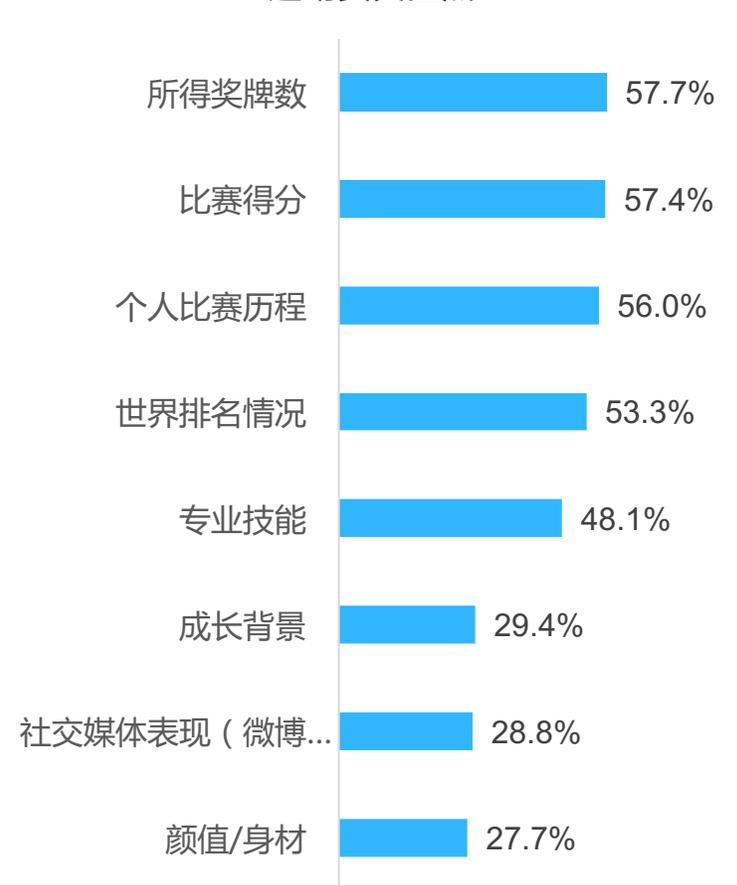
运动员关注度



运动员社交声量 (数据监测)

运动员	社交声量
羽生结弦	11,177,950
武大靖	7,828,841
于小雨	5,243,980
周洋	2,915,668
金博洋	2,445,518
韩天宇	2,365,442
范可新	1,614,856
于静	1,567,069
任子威	1,326,925
曲春雨	1,322,280
许宏志	586,656
隋文静	523,893
梅德韦杰娃	411,525
韩雨桐	368,300
张昊	184,281
张鑫	155,804
肖恩怀特	106,026
徐梦桃	95,604
高亭宇	91,472
王芮	59,690
张虹	40,546
郭奕含	2,466
臧一泽	2,300

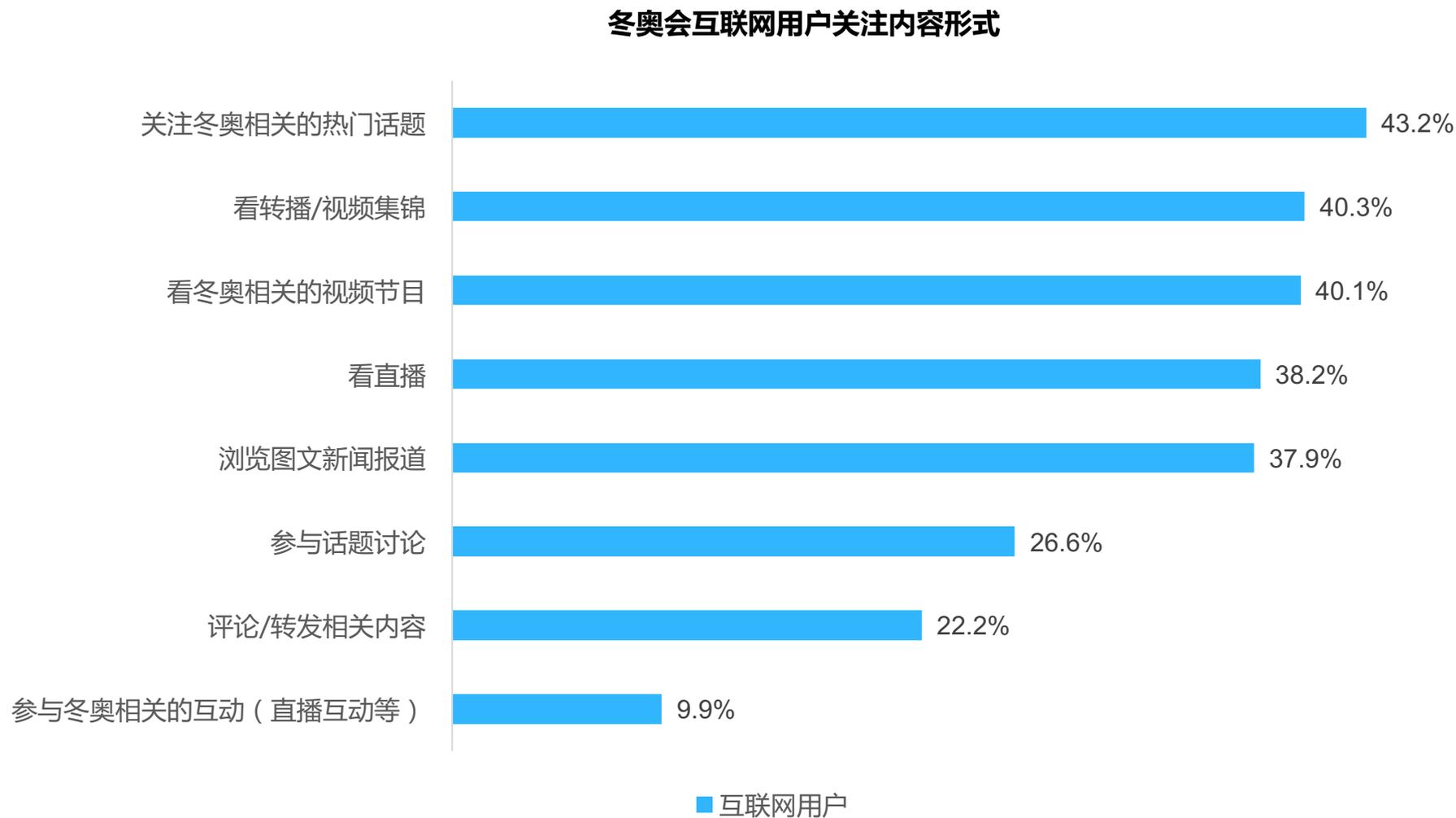
运动员关注点



B8. 【针对B1-1或B1-2选中13的被访者】冬奥会期间，请问您主要关注以下哪些运动员？【多选】【N=364】

数据监测时间：2018.01.09-2018.02.28

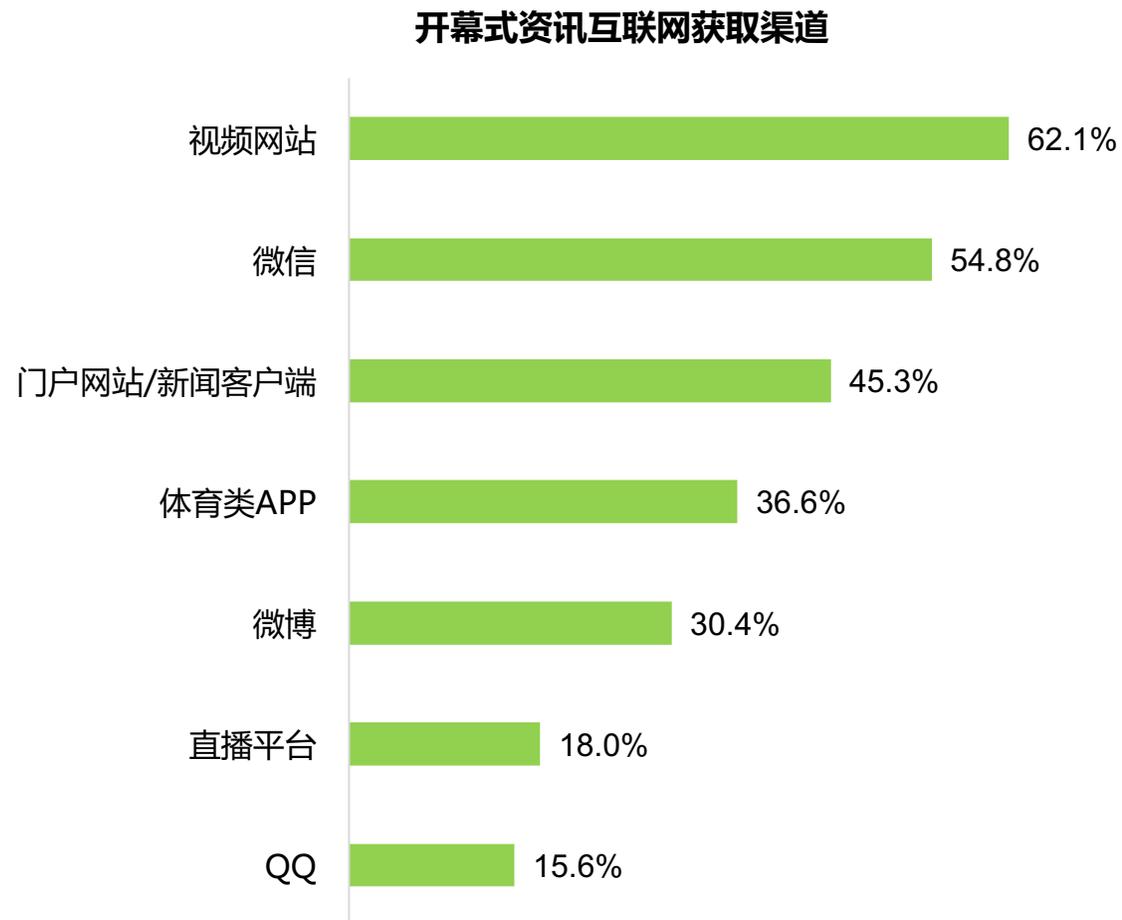
# 01 关注的内容形式：互联网用户关注形式丰富，冬奥相关热门话题是最受关注的内容形式



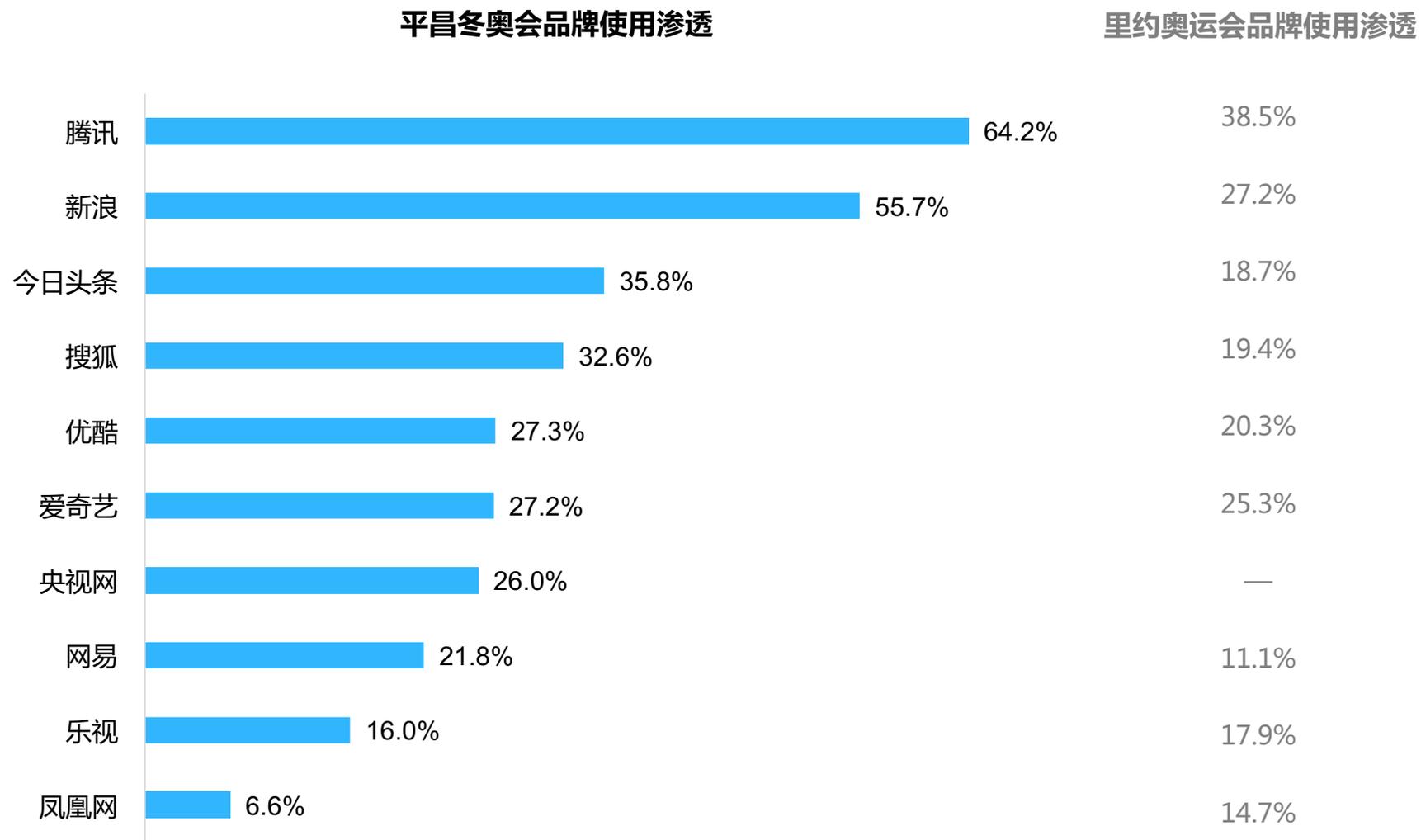
B6【针对A1选中4-10的被访者】请问您在网络上通过哪些方式关注或参与过冬奥相关的内容【多选】【N=1552】

# 01 开幕式：视频网站是第一互联网渠道，微信是第一互联网社交渠道

◆ 视频网站是用户获取冬奥会开幕式的第一互联网渠道，占比62.1%，微信排名第二，占比54.8%。



# 01 开幕式：通过腾讯平台了解冬奥会开幕式及相关报道的用户占比最多，达64.2%



6.请问您主要通过以下哪些平台了解冬奥会开幕式及相关报道？【多选】（N=662）

# 01 开幕式：腾讯各平台内容报道的及时性、丰富性、喜爱度均排名第一

## 平台内容报道及时性（比较好+非常好）

类别	品牌	较好+非常好
门户网站/新闻客户端	腾讯新闻	82.0%
	新浪新闻	78.0%
	网易新闻	74.7%
	今日头条	74.7%
	搜狐新闻	73.7%
	凤凰新闻	70.0%
	天天快报	69.0%
视频网站	腾讯视频	84.2%
	央视网	79.6%
	优酷	75.9%
	爱奇艺	74.5%
	搜狐视频	69.8%
体育类APP	腾讯体育	81.4%
	新浪体育	78.1%
	PP体育	66.1%
	虎扑体育	65.3%

## 平台内容报道丰富性（比较好+非常好）

类别	品牌	较好+非常好
门户网站/新闻客户端	腾讯新闻	85.3%
	新浪新闻	80.0%
	网易新闻	76.7%
	凤凰新闻	74.3%
	今日头条	73.3%
	天天快报	71.0%
	搜狐新闻	69.3%
	腾讯视频	86.6%
视频网站	央视网	80.8%
	优酷	74.7%
	爱奇艺	74.5%
	搜狐视频	73.2%
	腾讯体育	85.5%
体育类APP	新浪体育	81.8%
	pp体育	69.8%
	虎扑体育	65.7%

## 平台内容报道喜爱度（喜欢+非常喜欢）

类别	品牌	喜欢+非常喜欢
门户网站/新闻客户端	腾讯新闻	83.3%
	新浪新闻	80.0%
	今日头条	72.0%
	网易新闻	71.7%
	凤凰新闻	68.7%
	天天快报	67.3%
	搜狐新闻	66.7%
	腾讯视频	85.9%
视频网站	央视网	80.0%
	爱奇艺	72.5%
	搜狐视频	71.5%
	优酷	71.0%
	腾讯体育	84.3%
体育类APP	新浪体育	76.4%
	PP体育	66.9%
	虎扑体育	61.2%

8.请您对以下平台关于冬奥会开幕式报道的及时性做出评价。【每行单选】（样本量：视频网站N=411,门户网站/新闻客户端N=300，体育类APP N=242）

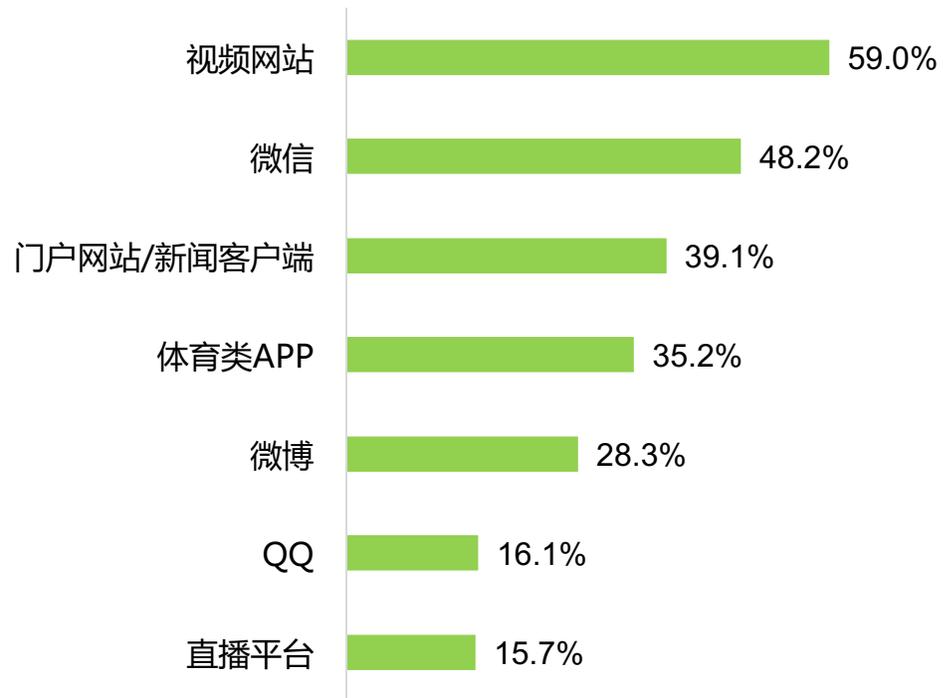
9.请您针对以下平台关于冬奥会开幕式报道的丰富性做出评价。【每行单选】（样本量：视频网站N=411,门户网站/新闻客户端N=300，体育类APP N=242）

10.请问您是否喜欢以下平台关于冬奥会开幕式的报道？【每行单选】（样本量：视频网站N=411,门户网站/新闻客户端N=300，体育类APP N=242）

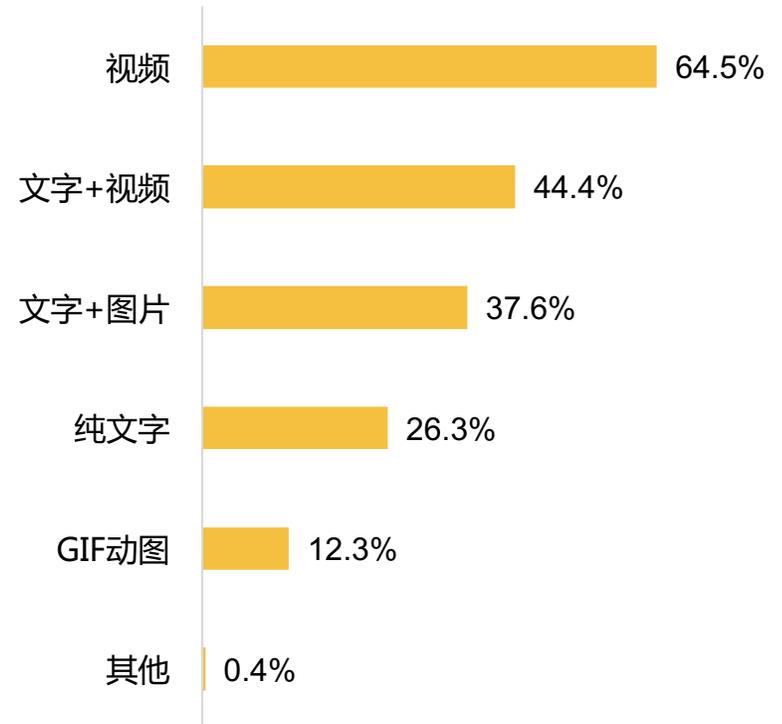
# 01 中国首金：视频网站、微信是最常获取信息渠道，视频为用户关注内容的主要形式

- ◆ 视频网站、微信是冬奥用户关注中国首金信息的主要互联网渠道，占比分别达59%、48.2%；
- ◆ 视频、文字+视频、文字+图片为冬奥用户关注中国首金信息报道的主要形式，其中视频形式占比最高，为64.5%。

### 中国首金关注渠道



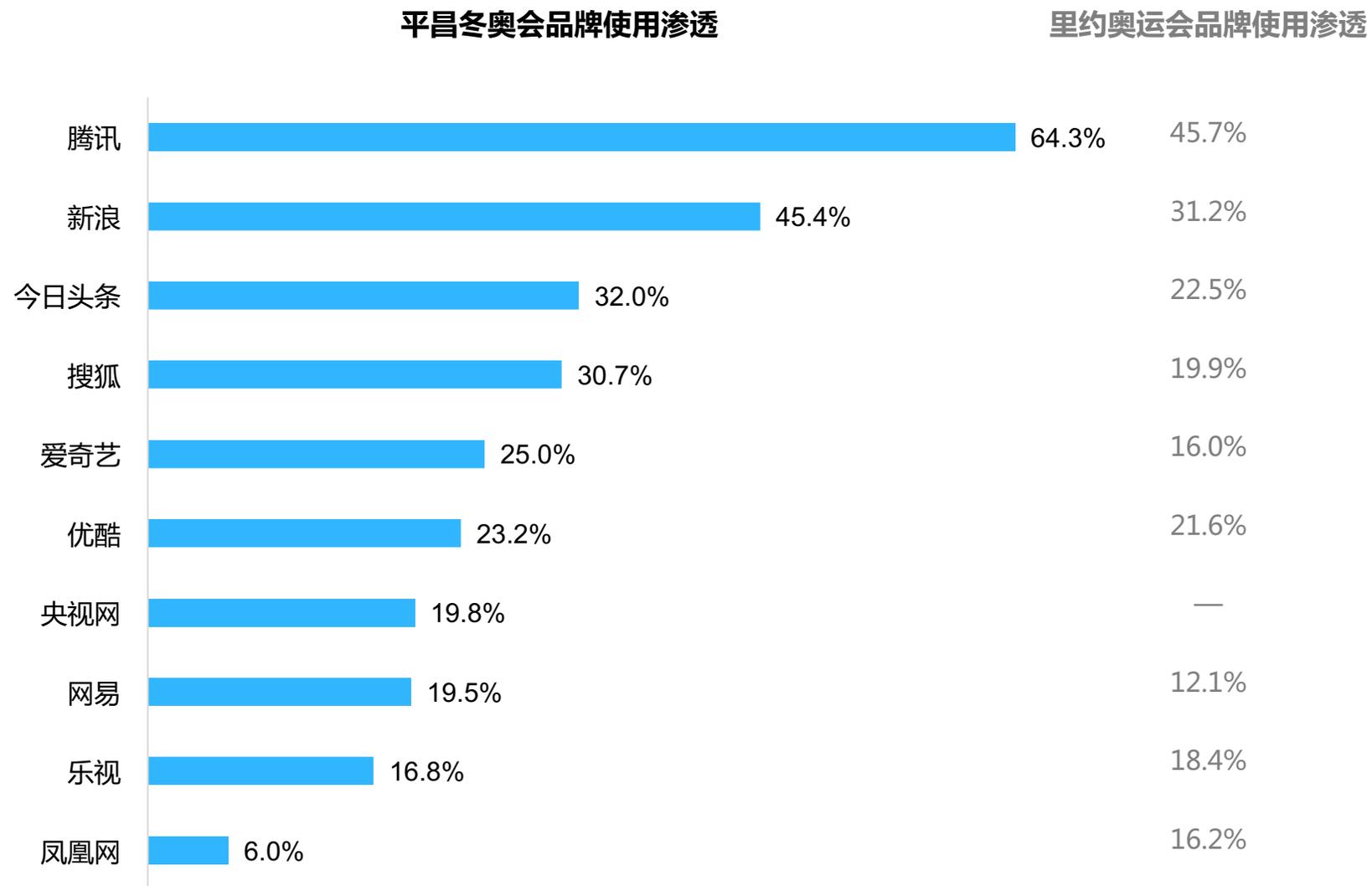
### 中国首金关注形式



2. 请问您主要通过以下哪些渠道了解中国队获得第一枚冬奥会金牌的相关内容的？【多选】【互联网渠道N=788】

1. 请问您是通过以下哪些形式了解到中国队获得第一枚冬奥会金牌的信息？【多选】（N=916）

# 01 中国首金：通过腾讯平台了解中国首金资讯的用户占比最多，达64.3%



4.请问您主要通过以下哪些平台了解中国队获得第一枚冬奥会金牌的相关报道？【多选】（N=788）

平台内容报道及时性（比较好+非常好）

类别	品牌	较好+非常好
门户网站/新闻客户端	腾讯新闻	85.4%
	新浪新闻	83.8%
	搜狐新闻	77.3%
	今日头条	76.9%
	凤凰新闻	75.0%
	网易新闻	74.7%
	天天快报	74.4%
视频网站	腾讯视频	85.8%
	央视网	83.0%
	优酷	83.0%
	爱奇艺	77.8%
	搜狐视频	76.3%
体育类APP	腾讯体育	87.0%
	新浪体育	84.5%
	PP体育	80.1%
	虎扑体育	76.9%

平台内容报道丰富性（比较好+非常好）

类别	品牌	较好+非常好
门户网站/新闻客户端	腾讯新闻	88.0%
	新浪新闻	82.5%
	搜狐新闻	80.5%
	网易新闻	76.0%
	今日头条	73.4%
	天天快报	72.1%
	凤凰新闻	72.1%
视频网站	腾讯视频	87.5%
	央视网	86.2%
	优酷	81.3%
	搜狐视频	80.4%
	爱奇艺	79.6%
体育类APP	腾讯体育	83.8%
	新浪体育	82.7%
	PP体育	81.2%
	虎扑体育	76.2%

平台内容报道喜爱度（喜欢+非常喜欢）

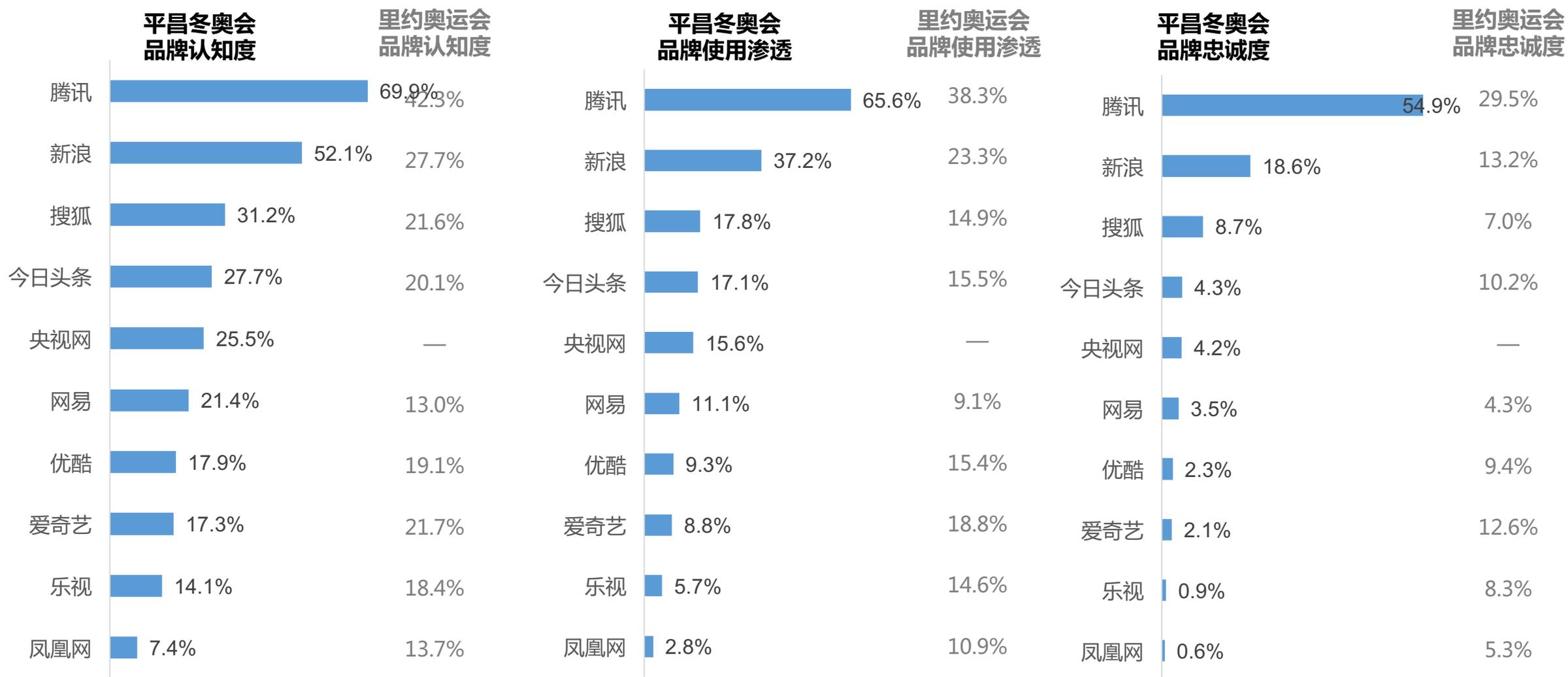
类别	品牌	较好+非常好
门户网站/新闻客户端	腾讯新闻	86.7%
	新浪新闻	84.7%
	搜狐新闻	80.8%
	网易新闻	78.6%
	今日头条	77.6%
	凤凰新闻	76.3%
	天天快报	72.7%
视频网站	腾讯视频	87.5%
	爱奇艺	81.5%
	央视网	81.1%
	优酷	78.7%
	搜狐视频	77.6%
体育类APP	腾讯体育	88.8%
	新浪体育	84.1%
	PP体育	79.4%
	虎扑体育	76.9%

10.请您对以下平台关于中国队获得第一枚冬奥会金牌报道的及时性做出评价。【每行单选】（样本量：门户网站/新闻客户端N=308，视频网站N=465，体育类APP N=277）

11.请您针对以下平台关于中国队获得第一枚冬奥会金牌报道的丰富性做出评价。【每行单选】（样本量：门户网站/新闻客户端N=308，视频网站N=465，体育类APP N=277）

12.请问您喜欢以下哪些平台关于中国队获得第一枚冬奥会金牌的报道？【每行单选】（样本量：门户网站/新闻客户端N=308，视频网站N=465，体育类APP N=277）

# 网络资讯品牌表现：腾讯品牌认知、使用渗透及忠诚度均排名第一，新浪其次



A14. 【针对A1选中4-10的被访者】请问您知道以下哪些网络平台有关于冬奥会的相关报道？【多选】【N=1552】

A15. 【只显示A14被选中选项】请问您通过以下哪些网络平台获取过冬奥会相关信息？【多选】【N=1552】

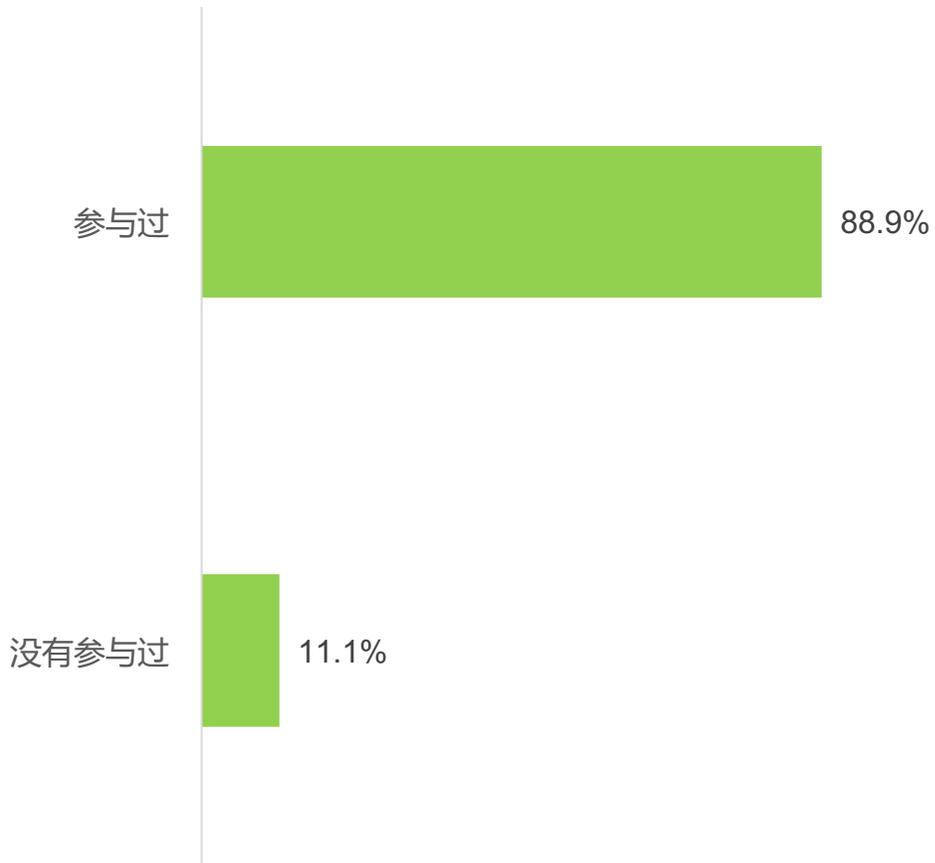
A16. 【只显示A15被选中选项】在以下平台中，请问您最常使用哪一个平台关注冬奥会相关信息？【单选】【N=1552】



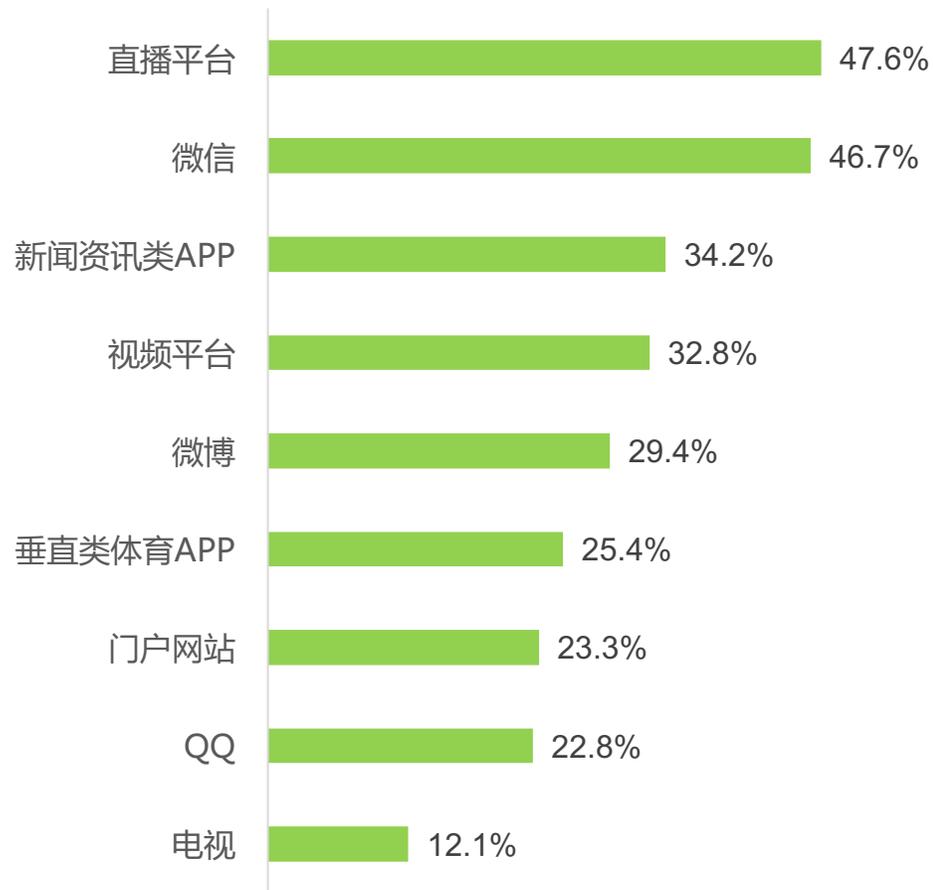
# 冬奥互动参与情况

# 用户互动：88.9%的用户参与了冬奥会互动，直播平台和微信是主要的互动参与渠道

### 冬奥会用户互动参与情况



### 冬奥会用户互动参与渠道



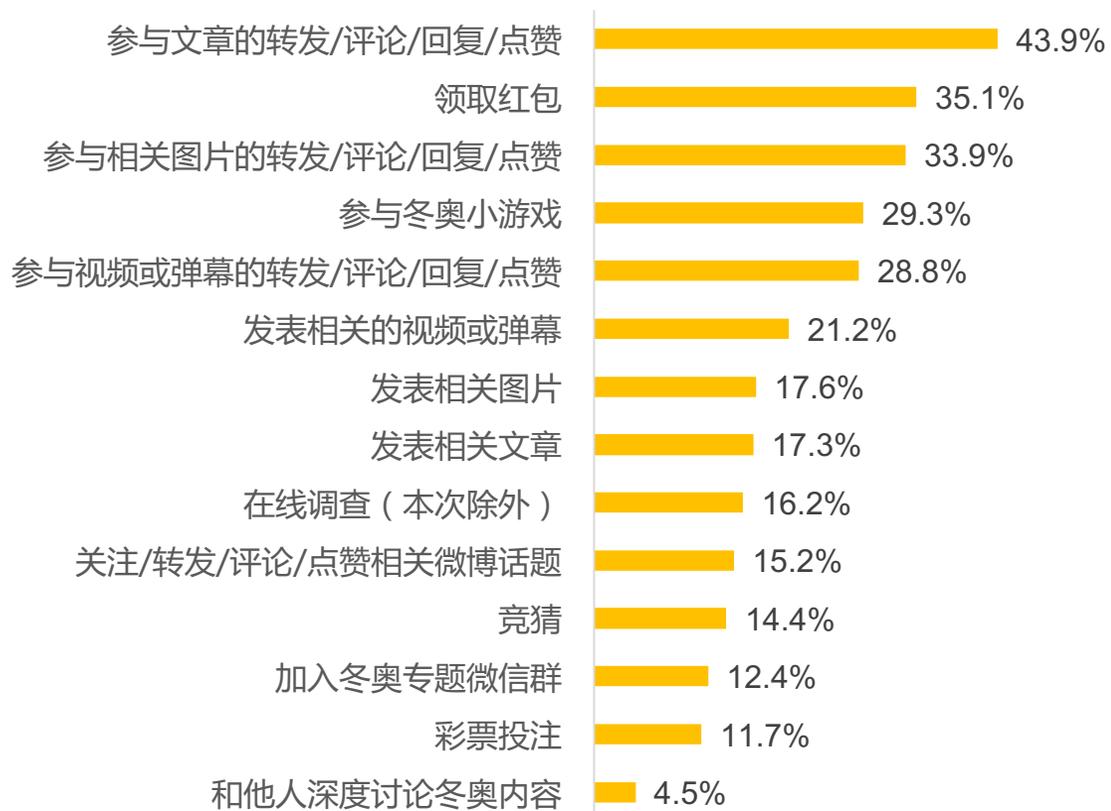
C2.您在以下哪些渠道参与过冬奥互动（相关文字/图片/视频的发布、评论、转发、回复、弹幕、点赞，手机直播互动等）？【多选】【N=1568】

C1.您在浏览/观看冬奥会相关内容时，是否会参与互动（相关文字/图片/视频的发布、评论、转发、回复、弹幕、点赞，手机直播互动等）？【单选】【N=1764】

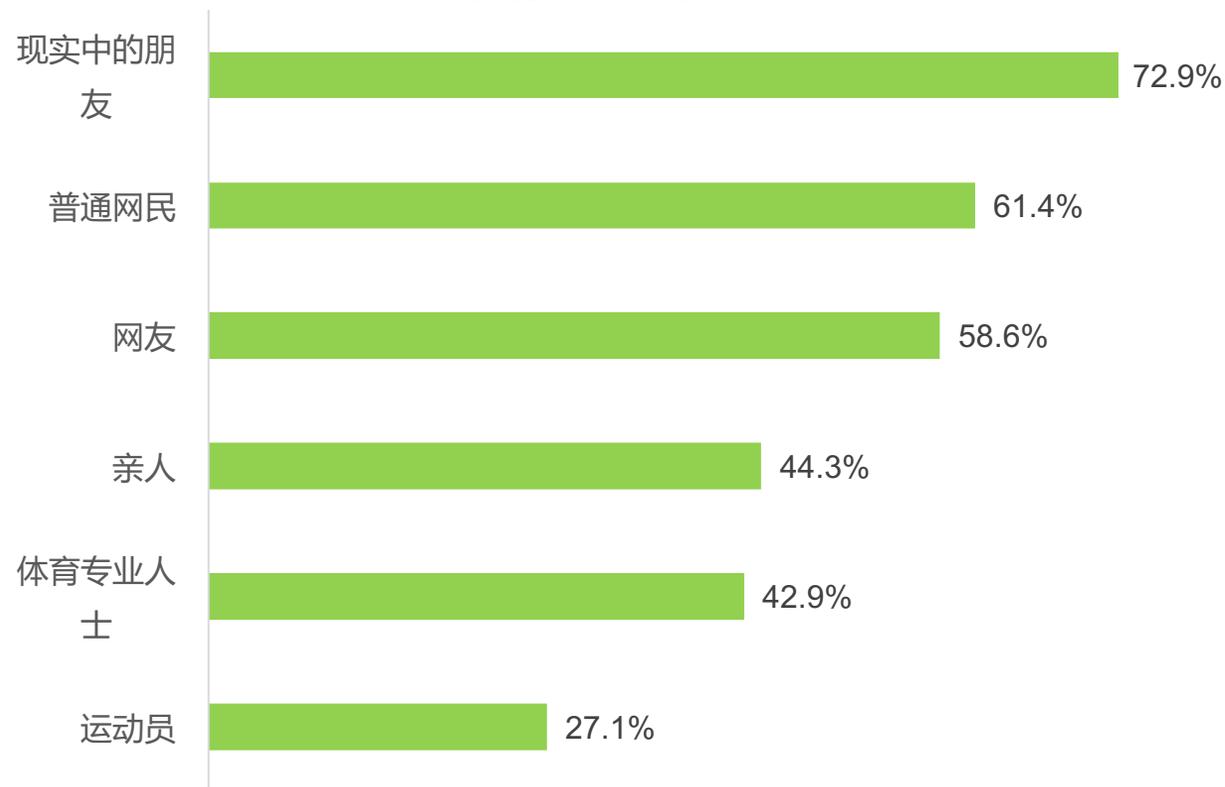
## 用户互动：文章/图片转评赞、领红包是主要参与互动形式

- ◆ 冬奥会用户形式以参与文章/图片转评赞、领红包形式为主，其中参与文章/图片转评赞的占比分别是43.9%和33.9%，领红包活动占比35.1%。
- ◆ 冬奥会用户选择互动对象中，熟人好友占比最高，为72.9%，普通网民和网友占比分别为61.4%和58.6%。

### 冬奥会用户互动形式



### 冬奥会用户互动对象



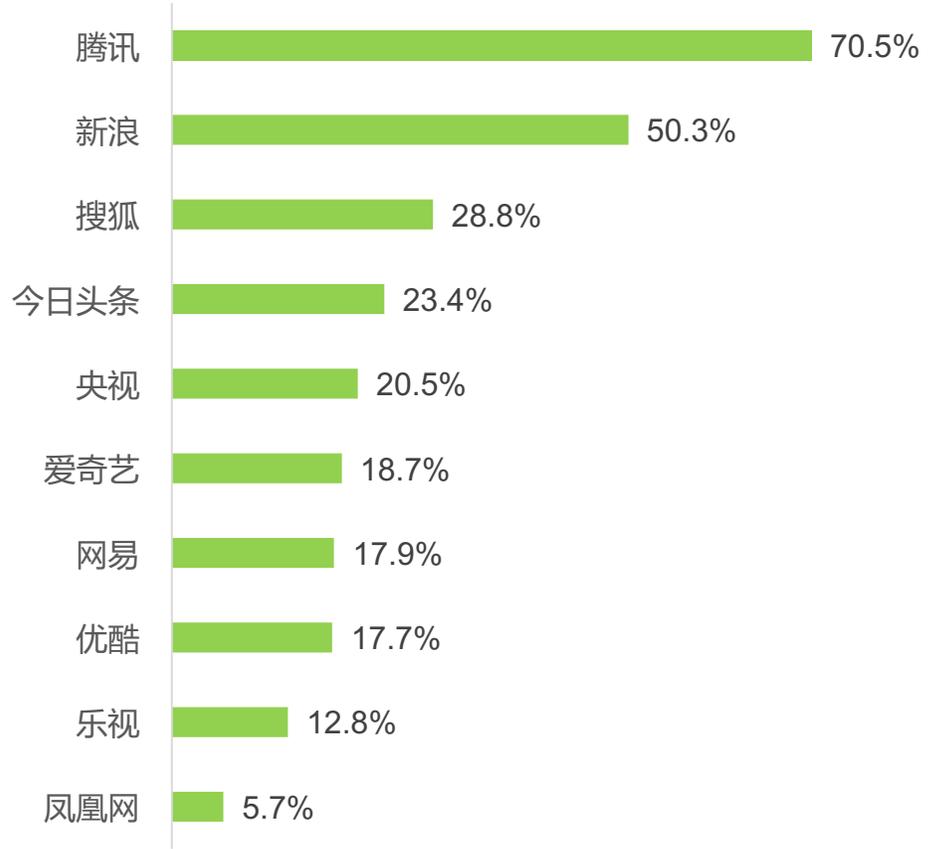
C5.您参与过哪些形式的冬奥互动？【多选】【N=1568】

C6.【针对C5选中14的被访者】您的互动对象包括哪些人？【多选】【N=70】

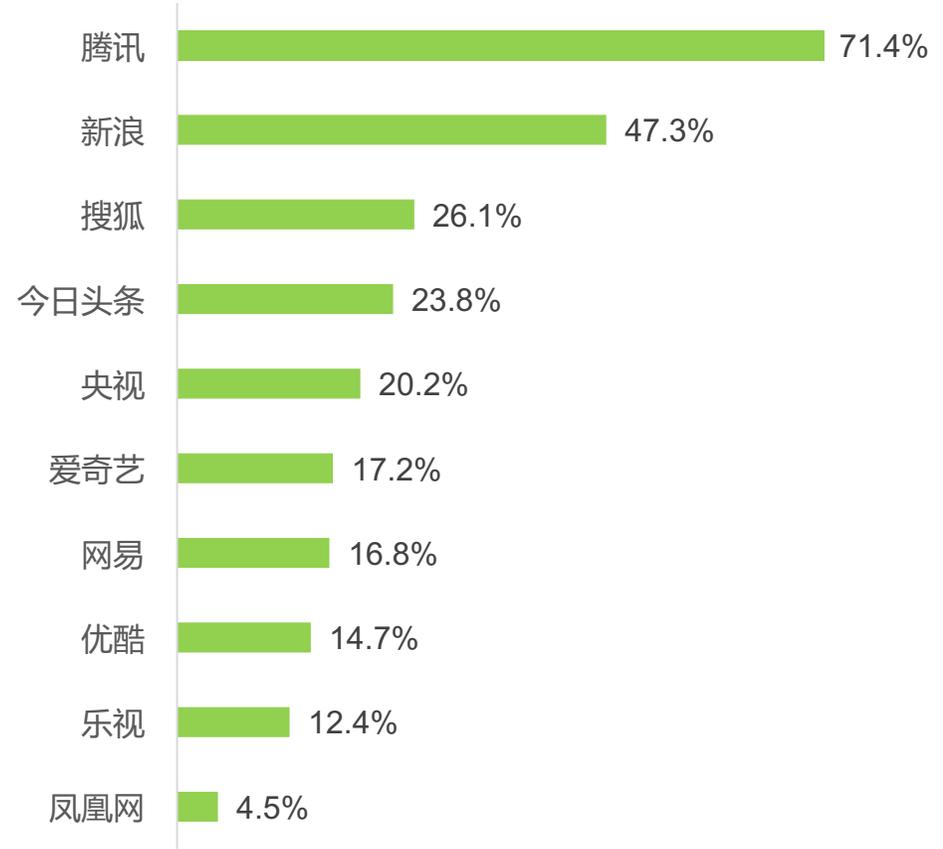
# 03 用户互动：腾讯互动知晓率、参与度最高，新浪次之

- ◆ 腾讯品牌互动知晓率最高，占比为70.5%，其次为新浪，占比为50.3%；
- ◆ 腾讯品牌参与度最高，占比为71.4%，其次为新浪，占比为47.3%。

### 冬奥会用户互动平台知晓率



### 冬奥会用户互动平台参与度



C3.您知道哪些平台发起过冬奥互动（相关文字/图片/视频的发布、评论、转发、回复、弹幕、点赞，手机直播互动等）？【多选】【N=1568】  
C4.您在以下哪些平台上参与过冬奥互动（相关文字/图片/视频的发布、评论、转发、回复、弹幕、点赞，手机直播互动等）？【多选】【N=1568】



# Thanks



大数据支持



在线调研支持

