



中国足球球迷画像洞察

艾瑞和懂球帝联合发布

2017年



海量行研报告免费读

中国足球球迷调研说明

01研究目的

本次报告中，艾瑞以懂球帝的用户作为样本，研究足球球迷和细分球迷人群特征、生活方式、足球相关行为和消费价值等内容，刻画足球球迷特征，展示球迷风采。

02研究方法

2017年6月，艾瑞iClick调研社区和懂球帝平台共同收取。
全体网民有效样本N=2848，球迷有效样本N=1250。

懂球帝作为垂直的足球传媒平台，在综合体育资讯平台中用户流量位于Top5之内，在足球垂直领域平台中具有代表性。

03TGI说明

TGI=某指标在细分人群的占比/该指标在总体人群的占比*100，
TGI>100则说明该指标在细分人群的表现高于总体水平，反之则低于总体水平。
TGI≥105时，表示某指标具有明显优势。TGI越高，优势越明显。



- 中国足球球迷人群特质：高价值潜力股
- 人群两极化-单身贵族 vs 社会精英
 - 收入高，拥有强购买力



- 中国足球球迷消费力旺盛，重品质追潮流
- 汽车和数码3C需求更旺
 - “我喜欢为某些品类付出更多”



- 中重度球迷特征突出
- 爱看球深受“文化”和“偶像”影响
 - 对西甲、欧冠和英超的关注度更高
 - 球衣(73.7%)最畅销，球鞋、周边产品也必不可少

核心观点

细分球迷与各联赛球迷画像

细分球迷

资深球迷：事业稳定重品质

平均球龄13.5年
一线城市高收入
公务员、高管更多
热爱足球文化，关注技术分析、
球员数据与技术装备



女球迷：迷妹爱大牌

平均球龄8.2年
20岁以下比例更高
因为球星爱上足球
最爱明星八卦、足球竞猜与精彩镜头



年轻球迷：青春奋斗更理性

平均球龄3.2年
未婚男性为主
多为三线城市
对赛事本身关注度高



联赛球迷

英超球迷：看球游戏技术控

平均球龄11.2年
21-25岁比例大
一线白领更多
偏爱激烈比赛与足球文化，关注技术分析与
球员数据



中超球迷：支持主队爱旅游

平均球龄11.1年
21-30岁比重大
东部沿海白领、技术人员、中层管理者居多
因亲朋影响和比赛时间方便收看赛事
主队参与度高



西甲球迷：宅系少年手机控

平均球龄10.7年
17-25岁在校学生多
最受球星效应吸引
关注微博与论坛



德甲球迷：两极分化弄潮儿

平均球龄10.5年
人群两极化：30岁以上的中高层管理、技术
人员&17-20岁在校学生
二三线城市更多



足球球迷：潜在的消费战斗机

1

细分球迷：男女老少大不同

2

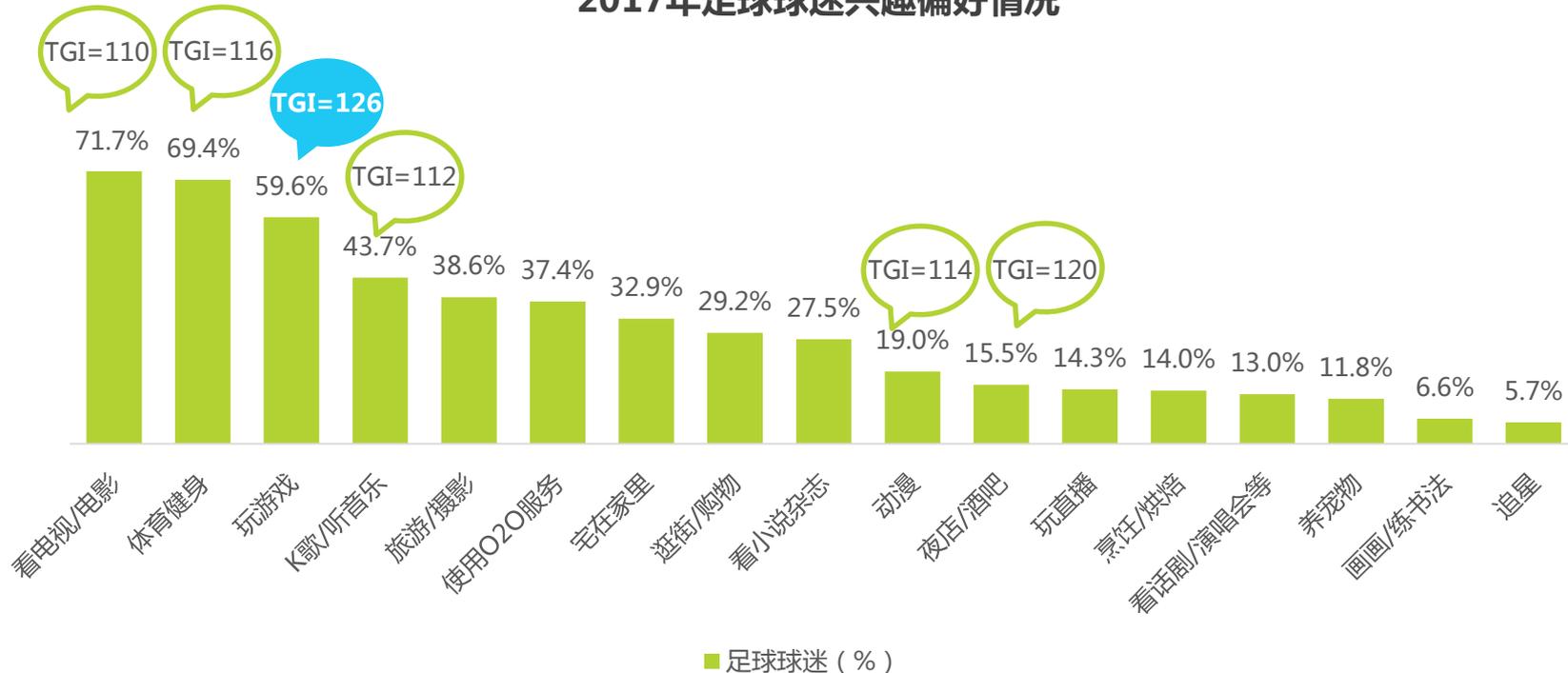
联赛球迷：我的联赛我做主

3

追剧、健身、二次元，我的爱好多到你想不到

除了体育达人的特质外，在球迷社交兴趣中，精神内核的共鸣更为重要，游戏、动漫和音乐（酒吧）的TGI均大于110，每个人内心都有自己的小小世界。

2017年足球球迷兴趣偏好情况

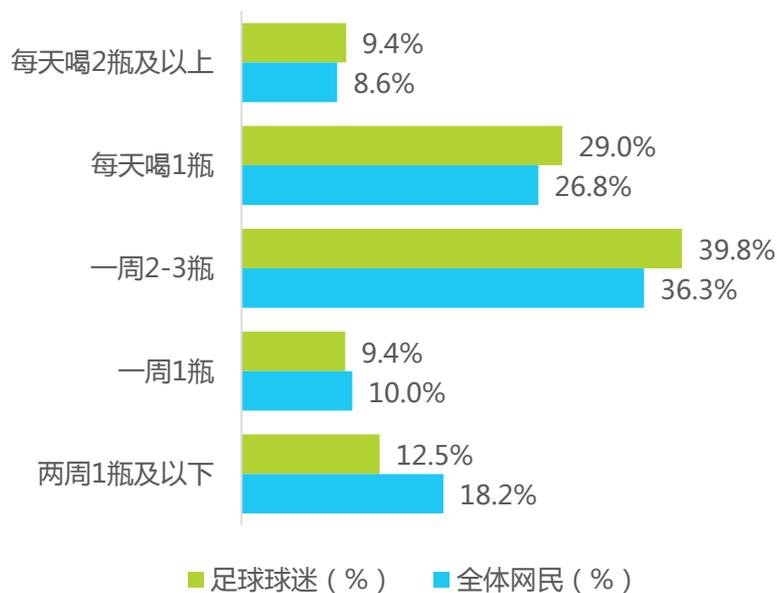


样本：N=1250；于2017年6月通过调研获得。

看球那么high，来罐饮料爽一爽

相比全体网民，球迷更爱健身运动，因此在饮料品类上的购买频率更高，月消费金额集中在100-300元。

2017年足球球迷和全体网民 饮料消费频次对比



2017年足球球迷饮料消费金额比例



要想球赛看得爽，还得家电高质量

球迷在家电品类的消费相对大众化，但各品类的平均预算均高于全体网民的预算。

2017年足球球迷计划购买 家电品类比例



2017年足球球迷和全体网民 家电平均预算对比



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21403

