



电视用户洞察的探索

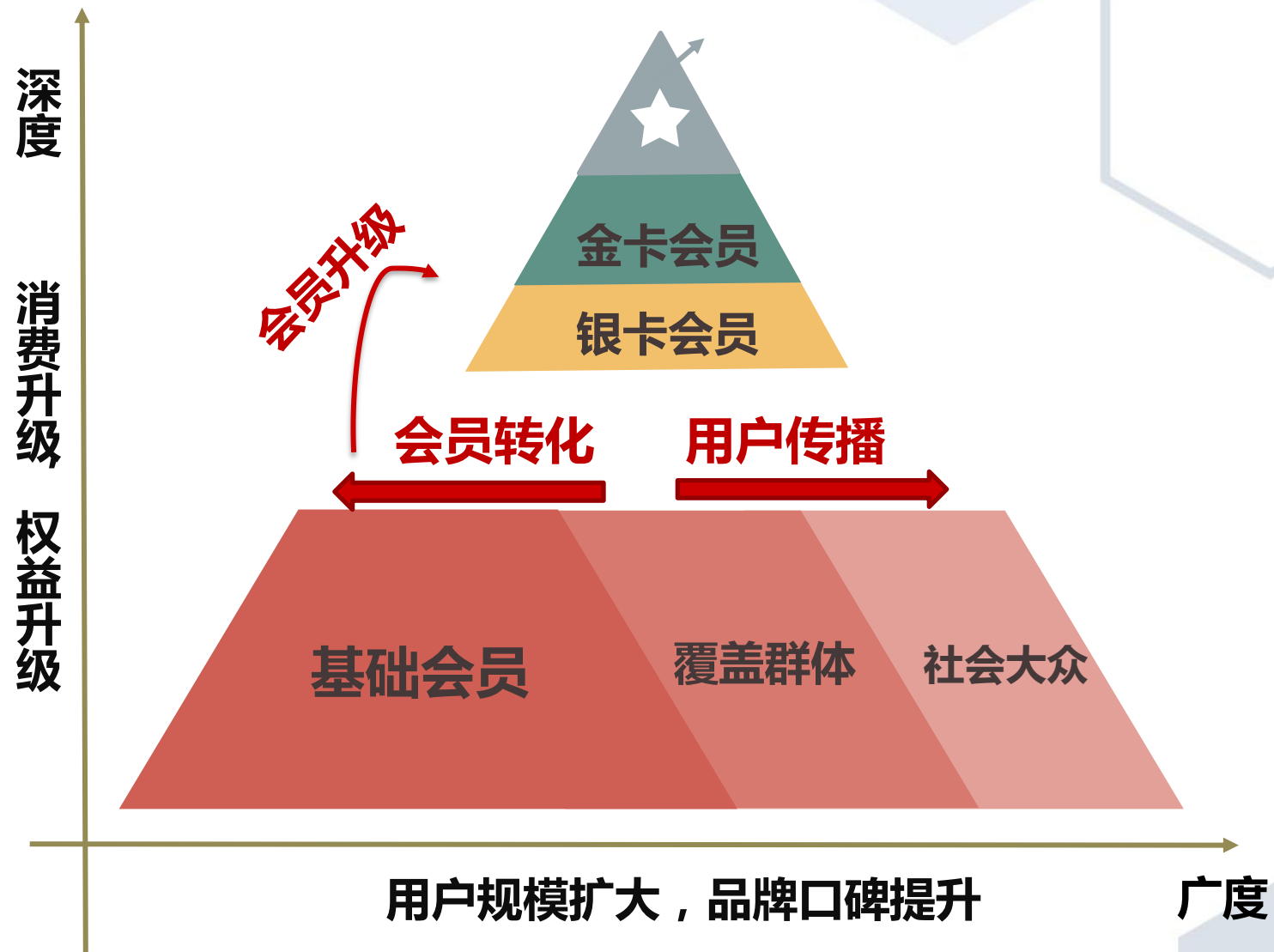
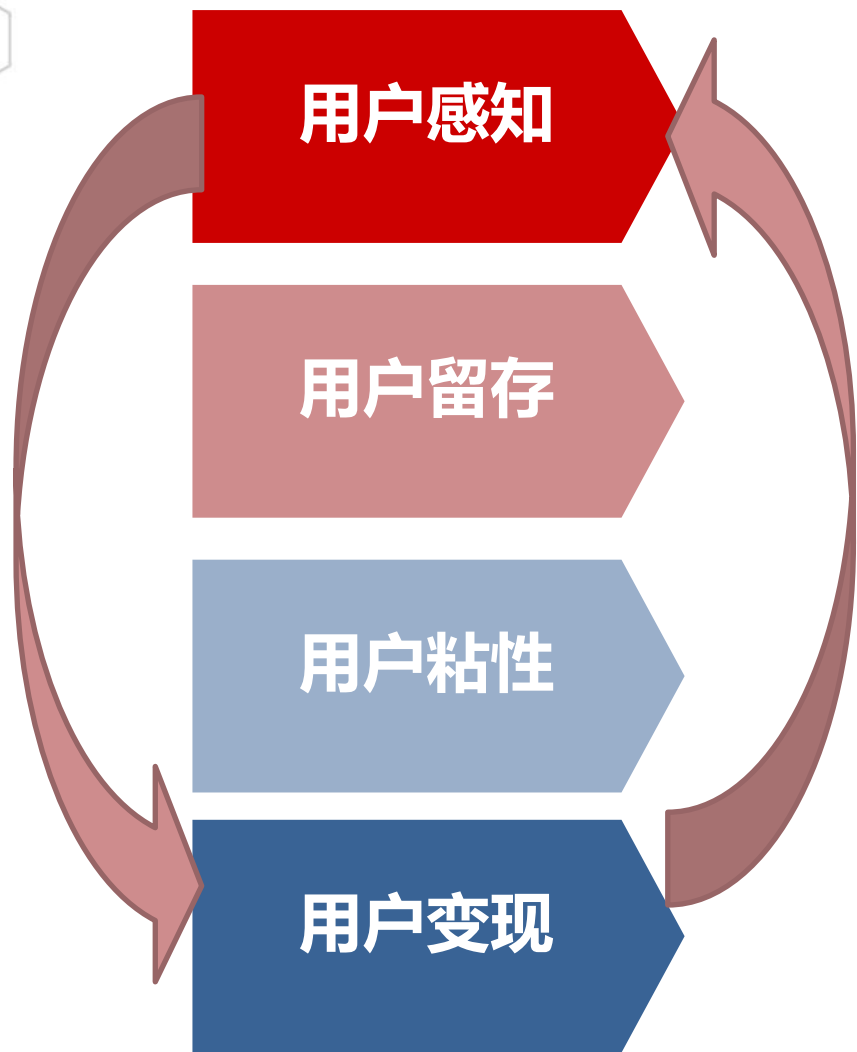
范若晗 OPG 研究院
2017年5月

A low-angle, upward-looking photograph of a diverse group of people holding hands in a circle. The hands are the central focus, with various skin tones and accessories like watches and bracelets visible. The background is a bright, clear blue sky with some light clouds. The overall mood is positive and collaborative.

**互联网+时代商业价值
的必要前提:**

用户规模

何为用户



互联网技术



移动互联网及相关技术 (如: LBS)



数字化技术



大数据技术



制播模式在变

以前

现在

制作

依赖经验



结合用户分析和经验

传播

单向广播、固定时空



互动、随时随地

用户需求在变

80/90后甚至00后成为
媒体娱乐的消费主体

- 偏好个性化、差异化
- 不要被动接受, 要求主动选择
- 喜爱互动/社交
- 习惯线上线下融合 (O2O) 的消费模式
-

竞争格局在变

以前: 传统媒体的竞争



现在: 跨界互联网公司的
生态竞争



用户感知？

- 用户ID确认打通
- 行为标签化

用户留存？

- 用户画像
- 用户定义内容

用户粘性？

- 线上线下互动
- 会员进阶体系
- 刚需：看电视→上电视

用户变现？

- 精准广告
- 差异化内容付费
- 线下转化 交叉变现



谢谢！

