



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America
pr@adjust.com, www.adjust.com

Trong đại dịch, stream trên thiết bị di động nhanh chóng trở thành xu hướng chính, mở ra nhiều cơ hội marketing độc đáo

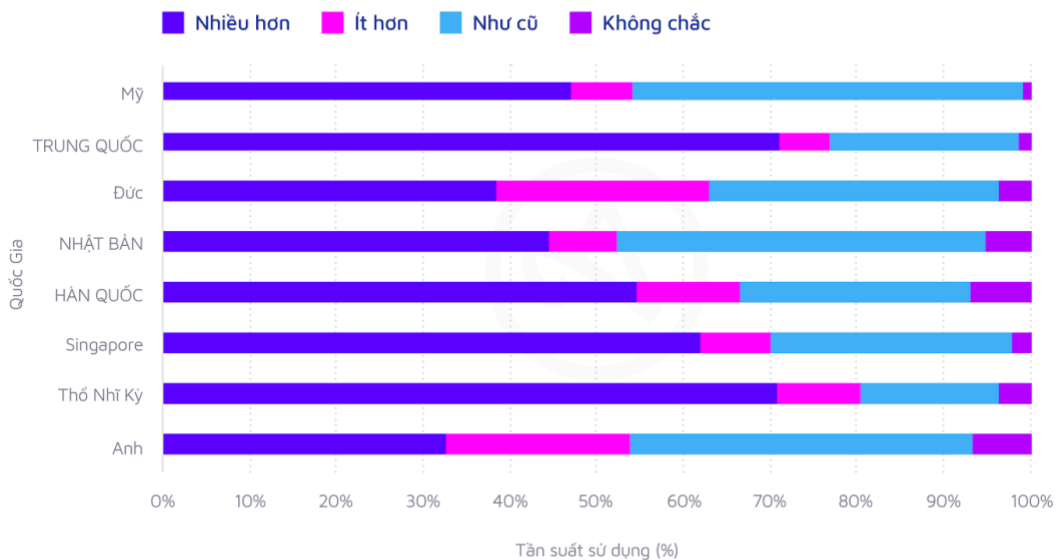
Trong báo cáo mới nhất về ngành stream trên thiết bị di động, Adjust nhận thấy 52,5% người dùng toàn cầu stream nhiều nội dung hơn trên điện thoại kể từ khi đại dịch COVID-19 bùng phát

Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 02 năm 2021 — Trong báo cáo mới nhất, nền tảng phân tích marketing ứng dụng toàn cầu Adjust ghi nhận lượng người stream trên Over The Top (OTT) tăng mạnh trong đại dịch, và xu hướng tiêu dùng đang dịch chuyển sang thiết bị di động. Với việc phá vỡ lầm tưởng rằng phần lớn người dùng chỉ lấy điện thoại ra stream khi đang trên đường đi làm, báo cáo cho thấy 84% người dùng tại các quốc gia được khảo sát stream trên điện thoại cùng một lượng nội dung, hay thậm chí còn nhiều hơn, kể từ khi đại dịch bùng phát.

Xét trung bình, hơn một nửa lượng người dùng (52,5%) stream nhiều video hơn kể từ khi lệnh phong tỏa được công bố. Chỉ có 12% stream ít lại, tức là số lượng người sử dụng điện thoại để stream video cao gấp 4 lần.

Tần suất stream trên điện thoại thông minh kể từ khi giãn cách xã hội

Xét trung bình, 52,5% người dùng stream nhiều video hơn



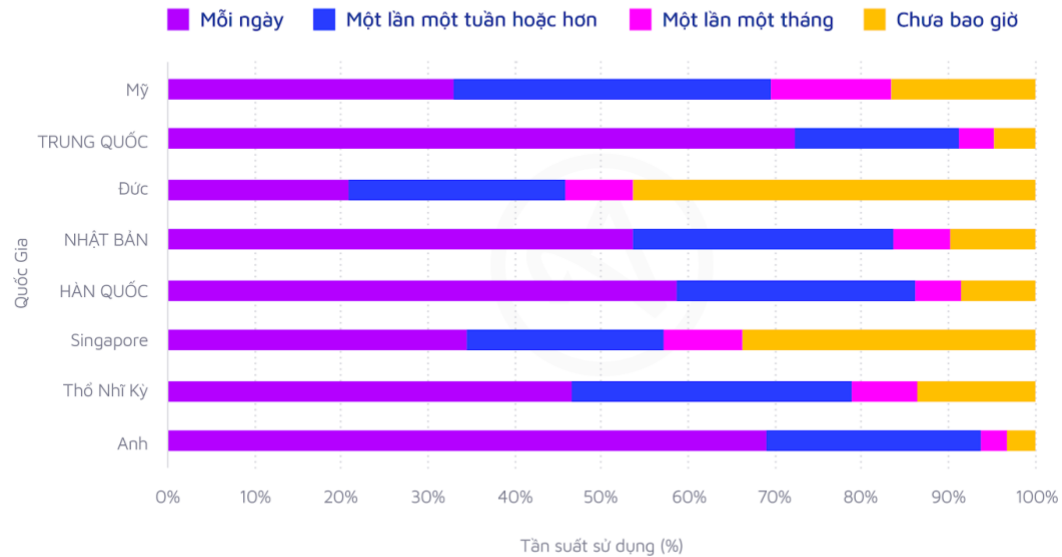
Dựa trên nghiên cứu hơn 8.000 người dùng đến từ Mỹ, Anh, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, và Trung Quốc



tuần — so với 69,4% tại Mỹ, 57,2% tại Nhật Bản, và 45,7% tại Anh.

Tần suất stream trên điện thoại thông minh

Đứng đầu là Trung Quốc (93,8%) và Thổ Nhĩ Kỳ (91,9%), theo sau là Hàn Quốc (86,2%) và Singapore (83,7%)



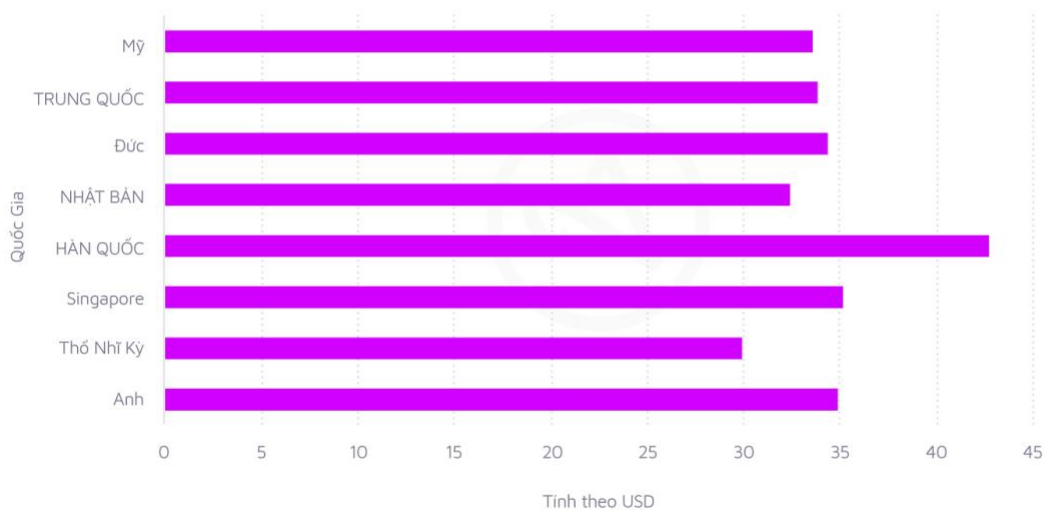
Dựa trên nghiên cứu hơn 8.000 người dùng đến từ Mỹ, Anh, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, và Trung Quốc



- **Người dùng ở mọi thế hệ và mọi khu vực stream ít nhất một tiếng mỗi lần truy cập, cho thấy họ không còn chỉ xem các nội dung ngắn — và đã bắt đầu cày đến cuối tập phim hay cả một bộ phim dài.**
 - Millennials là thế hệ stream nhiều nhất trên thiết bị di động, cũng là thế hệ xem stream lâu nhất. Mỗi lần truy cập, họ xem trung bình hơn 90 phút (94,2). Ngay sau là Gen Z, với thời lượng xem chỉ ít hơn 90 phút đôi chút (87,6).
 - Người dùng trên 55 tuổi không xem stream nhiều bằng, nhưng với trung bình 65 phút mỗi phiên truy cập, thì nhóm này còn rất nhiều tiềm năng phát triển trong tương lai.
- **Người dùng chi một số tiền khá lớn cho các dịch vụ stream và giải trí theo yêu cầu (on-demand).** Hàn Quốc là quốc gia có mức chi cao nhất, 42,68 USD mỗi tháng, so với 33,58 USD của Mỹ và 34,82 USD của Anh.

Chi phí trung bình người dùng trả cho các dịch vụ stream hàng tháng

Hàn Quốc là quốc gia có mức chi cao nhất, 42,68 USD mỗi tháng, so với 33,58 USD của Mỹ.



Dựa trên nghiên cứu hơn 8.000 người dùng đến từ Mỹ, Anh, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, và Trung Quốc

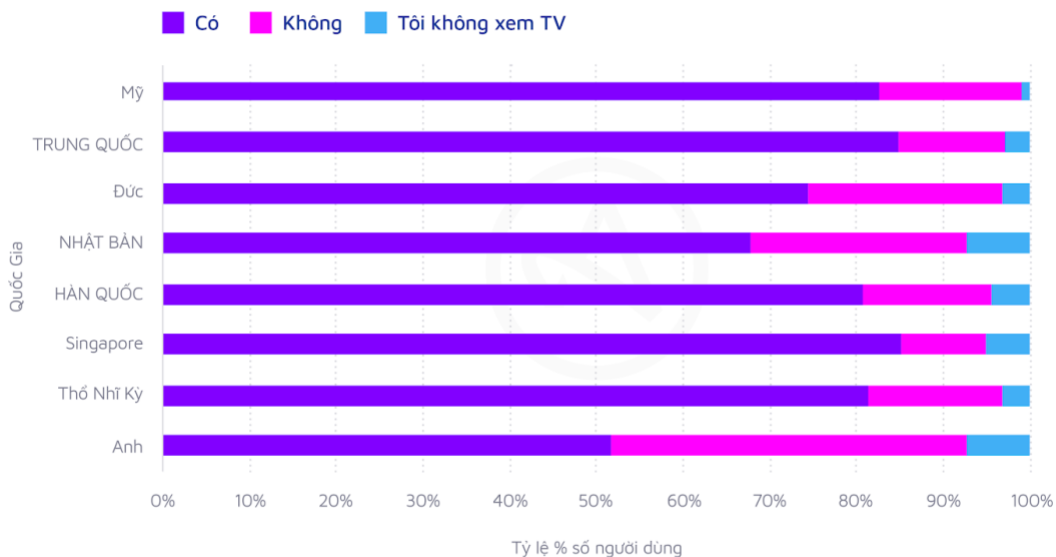


Truyền hình kết nối (CTV) tận dụng tốt xu hướng sử dụng màn hình thứ hai

Adjust còn xem xét xu hướng sử dụng màn hình thứ hai (second-screening, vừa xem TV vừa sử dụng điện thoại), xu hướng hiện đang bùng nổ trên toàn cầu, cũng như sự phát triển của truyền hình kết nối (CTV). Xét trung bình, hơn 3/4 (76%) tổng số người được hỏi cho biết, họ sử dụng điện thoại khi đang xem TV. Xu hướng này nổi bật nhất tại Singapore và Trung Quốc (cả hai đều 85%), theo ngay sau là Mỹ (83%).

Bạn có sử dụng điện thoại trong lúc xem TV không?

Trung bình 76% người được khảo sát cho biết họ dùng điện thoại khi đang xem TV



Dựa trên nghiên cứu hơn 8.000 người dùng đến từ Mỹ, Anh, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, và Trung Quốc



Xét trung bình, 65,4% người dùng xem mạng xã hội, biến ứng dụng này thành lựa chọn hàng đầu của những người có thói quen sử dụng màn hình thứ hai, theo sau là ứng dụng ngân hàng (54,9%) và game (44,9%). Người dùng tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương chuộng ứng dụng giao đồ ăn hơn, và các thị trường sử dụng tích cực nhất lần lượt là Trung Quốc (65,2%), Hàn Quốc (36,6%) và Singapore (48,2%).

Để khai thác xu hướng này, các nhà quảng cáo có thể đặt lời kêu gọi hành động (CTA) ngay tại quảng cáo trên TV, ví dụ tải ứng dụng điện thoại qua mã QR. Điều này mang đến trải nghiệm thương hiệu hoàn toàn mới và có tính tương tác cao, khi sử dụng kết hợp cả hai thiết bị.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng tải đầy đủ báo cáo [tại đây](#).

###

Phương pháp

Báo cáo Streaming trên thiết bị di động năm 2021 dựa trên nghiên cứu người tiêu dùng do Censuswide thực hiện cho Adjust bằng một cuộc khảo sát toàn cầu với 8.000 người tiêu dùng sử dụng TV/video streaming từ 16 tuổi trở lên. Nghiên cứu sử dụng các đại diện trên toàn cầu bao gồm 1.000 người tiêu dùng sử dụng TV/video streaming ở các quốc gia sau: Vương quốc Anh, Đức, Thổ Nhĩ Kỳ, Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc và Trung Quốc trong khoảng thời gian từ ngày 6 tháng 11 năm 2020 đến ngày 10 tháng 11 năm 2020 và Hoa Kỳ trong khoảng thời gian từ 23/09 và 29/09/2020.

Giới thiệu về Adjust

Adjust là nền tảng phân tích marketing ứng dụng toàn cầu luôn cam kết mang đến tiêu chuẩn cao nhất về quyền riêng tư và hiệu quả hoạt động. Giải pháp Adjust bao gồm phân bổ và đo lường dữ liệu, phòng chống gian lận, an ninh mạng, và tự động hóa. Adjust mang sứ mệnh giúp marketing trở nên đơn giản hơn, thông minh hơn, và an toàn hơn cho hơn 50.000 ứng dụng hiện đang hợp tác với Adjust.