

中国游戏用户行为研究报告简版

(电子竞技/客户端游戏/移动游戏)

2015年

www.iresearch.com.cn

iResearch

艾 瑞 咨 询

研究背景

电竞化时代，游戏何去何从？！

中国电子游戏发展至今，经历了单机游戏、MMO端游、网页游戏、移动游戏等多种形态的游戏类型，已经积累了大量忠实的游戏用户，游戏作为中国网民日常娱乐生活的重要环节，也在不断地变革与发展。

电子竞技迎来传播新渠道

电子竞技早在上世纪90年代便已创立，并且在全球范围内发展迅速，但是由于当时主流的媒体渠道——电视对电子竞技进行禁播，导致电子竞技产业迟迟未能在中国大陆上发展壮大。

随着互联网技术的发展，电竞赛事在网络上直播成为可能，Amazon收购Twitch让游戏直播成为一时热议，此时互联网平台的传播量已高于电视媒体，电竞赛事终于找到了新的传播途径。

游戏用户在电竞时代下的新去向

对于电竞产业而言，核心的游戏主要是MOBA、FPS等产品，而随着品类的不断扩充，未来在电视游戏、移动游戏等领域都会出现广受用户喜爱的电竞游戏产品。

因此，研究现有端游、手游用户的基本属性特征及游戏行为，理解用户对于游戏的诉求，以及电竞用户的行为特征及偏好，寻找他们的契合点，对于走在电竞化之路上的各类产品、企业而言，将有一定的借鉴意义。

电子竞技

用户分类：**电竞观众**数量众多，超过电竞玩家
信息获取：**资讯网站、游戏自有渠道**是用户获知赛事信息的主要途径等
赛事观看：**线上观赛**为主流，**赛后点播**不可忽视
现场观赛：用户更注重客观因素，接受**100元以下**的门票价格
付费意愿：为赛事付费的意愿高、**赛事竞猜**潜力巨大

客户端 游戏

用户游龄：**10以上**老玩家为主，新玩家逐渐加入
精力投入：用户在游戏中投入的精力整体**略有下降**
偏爱类型：**即时制角色扮演**和**竞技类**游戏最受欢迎
流失原因：男性重**社交和安全**，女性更关注**可玩性**
交叉用户：**97%**端游用户同时是手游用户
手游偏好：47.7%端游用户喜欢玩**端游移植**版手游
手游场景：移动游戏填充客户端游戏的**间隙时间**

移动游戏

用户游龄：**65%以上**用户首次手游经历在3年内
消费金额和态度：**iOS**用户更土豪
消费内容：**新内容吸引和增强角色实力**是最主要诉求
下载平台诉求：**功能性**是用户下载平台最大诉求
下载游戏条件：用户最看重**类型和评价**
偏爱题材：**经典游戏**最受青睐

1

中国电子竞技用户行为分析

2

中国客户端游戏用户行为分析

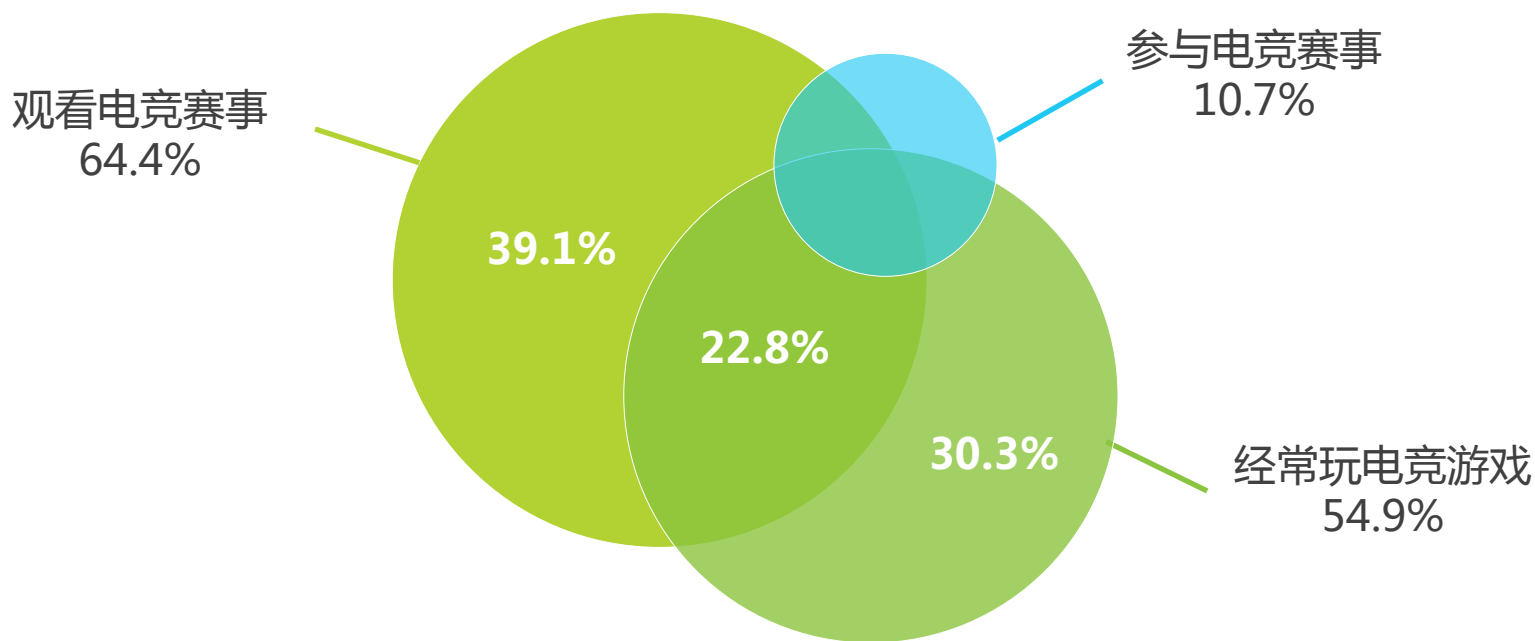
3

中国移动游戏用户行为分析

中国电子竞技用户分类

观众>玩家>选手

- **观看电竞赛事**：电竞赛事作为一种体育赛事具备高度的观赏性，根据艾瑞咨询调研数据显示，有39.1%电竞用户尽管不经常玩电竞游戏但是会观看电竞赛事。
- **参与电竞赛事**：由于电竞游戏的操作难度，能直接参与电竞赛事的用户较少，只占10.7%。
- **经常玩电竞游戏**：有30.3%的电竞用户经常玩电竞游戏但并不观看或参与赛事，他们将成为电竞赛事发展的潜在用户。



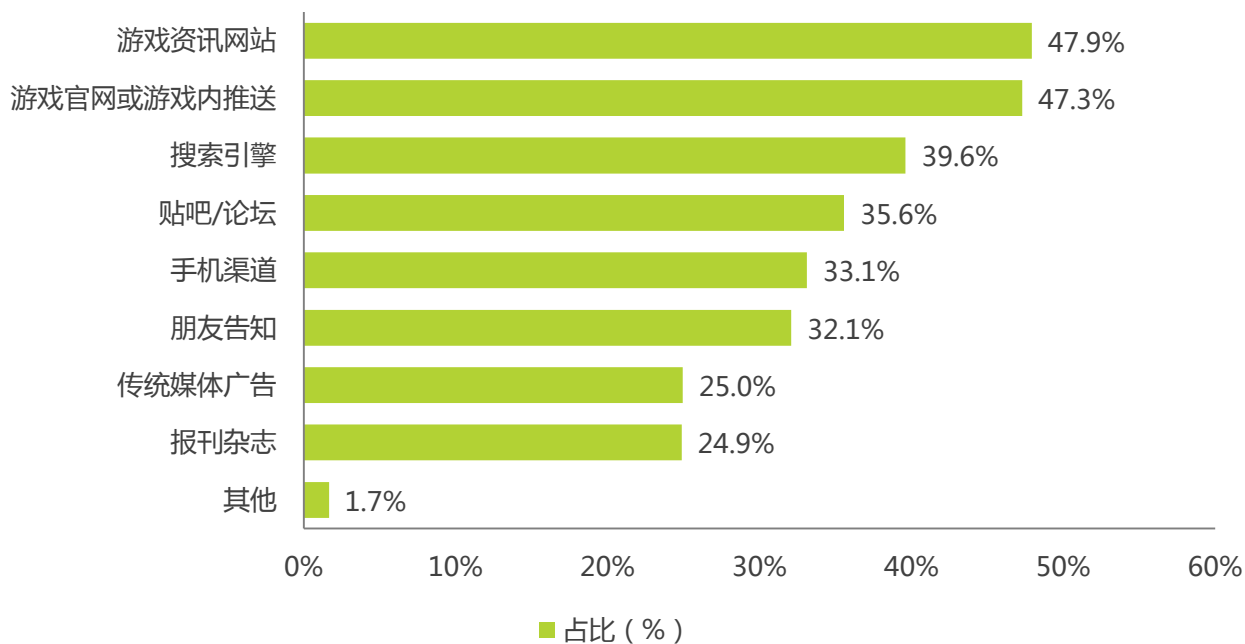
注释：[Q10_01]您在最近一年内，是否关注过电子竞技游戏？
样本：N=1961；于2014年12月-2015年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

中国电子竞技用户信息获取渠道

资讯网站、游戏自有渠道是用户获知赛事信息的主要途径

艾瑞咨询调研数据显示，用户最常通过游戏资讯网站和游戏自有的宣传渠道获取电竞赛事的消息，占比达到47.9%和47.3%。同时由于电竞用户较为核心，对信息获取的主动性和需求性高，有39.6%的用户会通过搜索引擎主动去搜索赛事相关信息。

2015年中国电子竞技用户获知电竞比赛信息的渠道



注释：[A10_02]您主要通过什么途径了解电子竞技比赛信息？
样本：N=1262；于2014年12月-2015年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

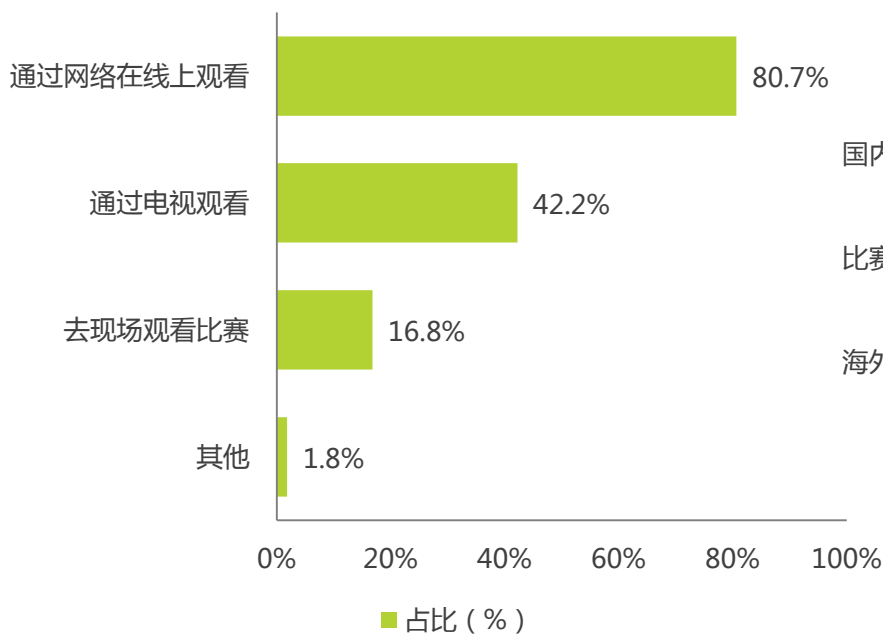
中国电子竞技用户观赛方式

线上观赛为主流，赛后点播不可忽视

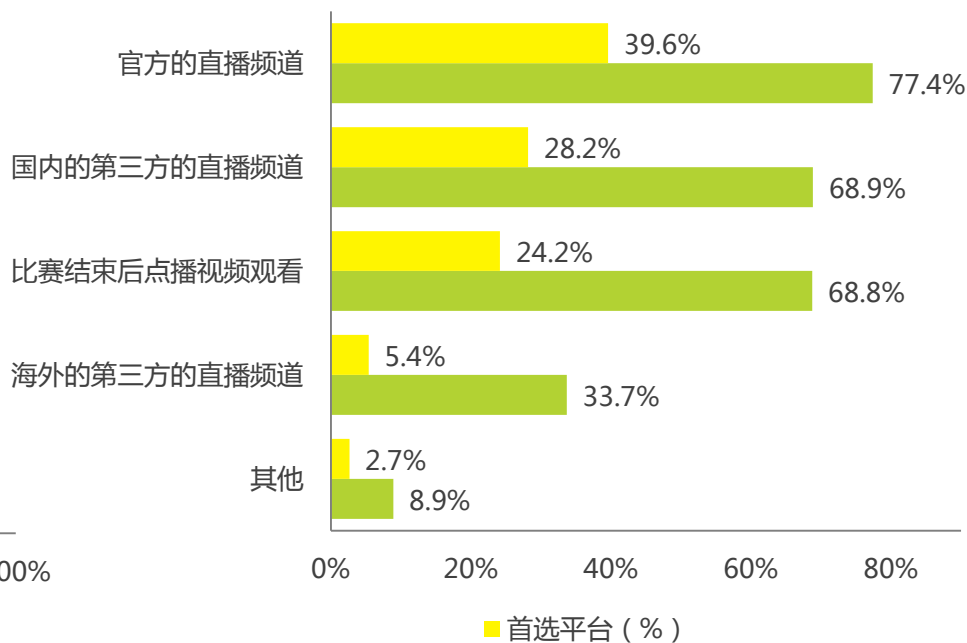
由于网络观看的便利性，80.7%的电竞用户会在线上观看比赛。同时有多达42.2%的用户会通过游戏风云等电视频道观看赛事，艾瑞分析认为，尽管此前电竞在电视平台上颇受限制，但电视平台由于其大屏幕观赏性和节目制作的专业性受到用户喜爱。

因为赛事直播时间等关系，选择在赛后观看点播的观众数量也不少，艾瑞分析认为，赛后的视频点播提供不可忽视，而通过精彩镜头集锦、采访花絮等视频制作，可以加强赛后点播的视频种类同时有助于赛事的宣传。

2015年中国电子竞技用户观看的电竞比赛的方式



2015年中国电子竞技用户在线上观看赛事的平台选择



注释：[A10_03]您在过去一年通过何种方式观看过电子竞技赛事？
样本：N=1262；于2014年12月-2015年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

1

中国电子竞技用户行为分析

2

中国客户端游戏用户行为分析

3

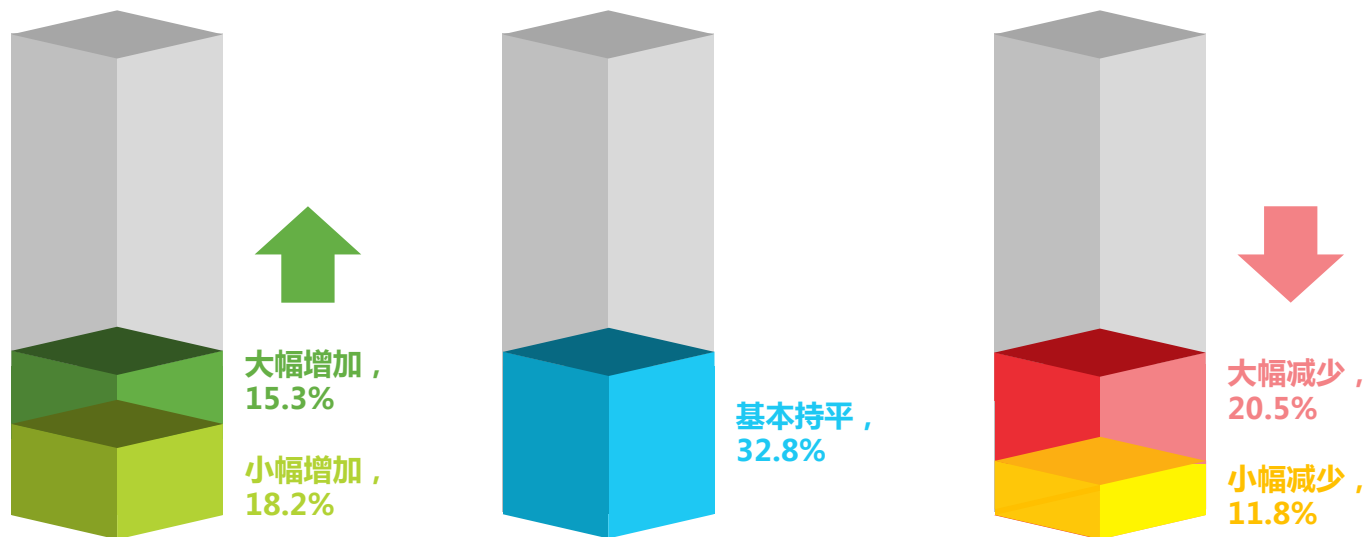
中国移动游戏用户行为分析

中国客户端游戏用户玩端游的时长变化

用户在游戏中投入的精力整体略有下降

中国客户端游戏用户最近一年玩端游的时长增加、持平、减少的比例均占三成左右。32.8%的用户表示投入精力基本持平，20.5%的用户表示所花时间大幅减少，位居第二。整体而言，用户玩客户端游戏的时长有所下降。

2015年中国客户端游戏用户最近一年玩端游的时长变化



注释：[A9_03]您最近一年玩客户端游戏的时间和过去一年相比？
样本：N=1029；于2014年通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

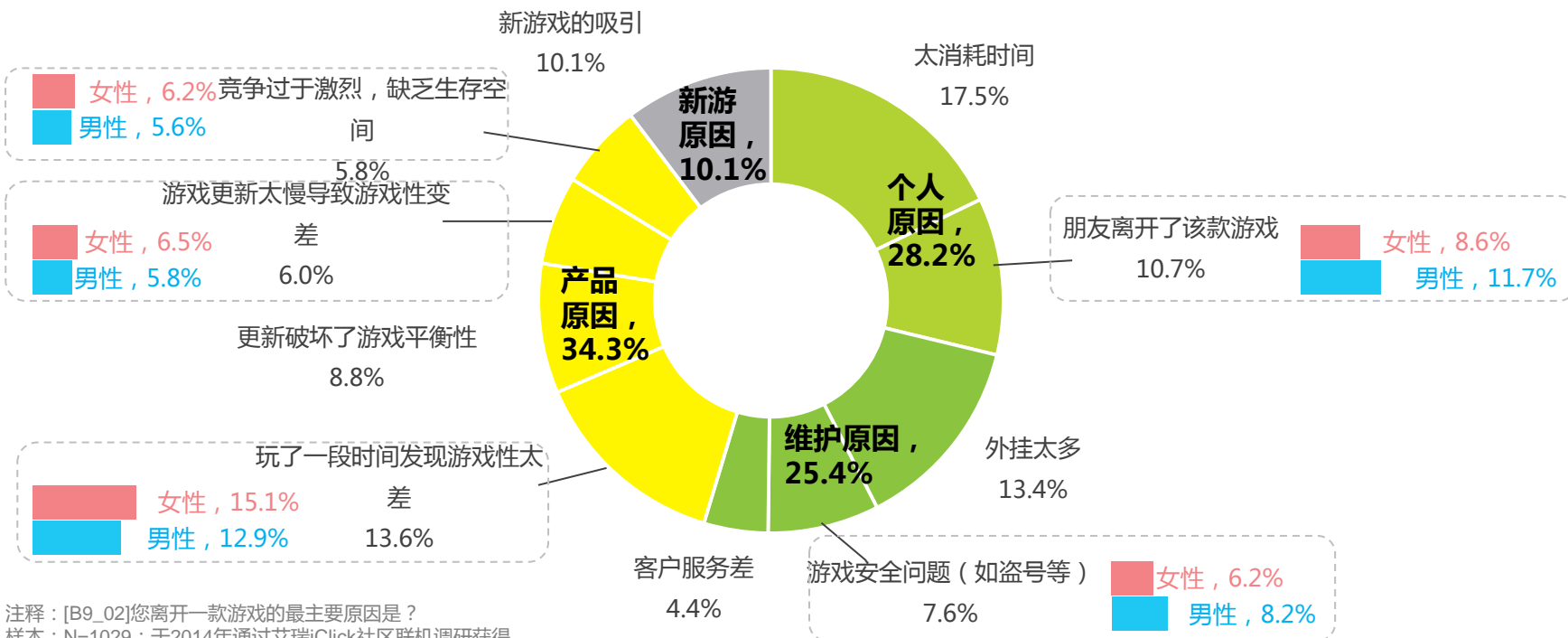
中国客户端游戏用户流失原因

男性重社交和安全，女性更关注可玩性

中国客户端游戏用户离开一款游戏的最主要原因是产品原因（34.3%）和个人原因（28.2%），其中男性对于社交和安全的诉求更高，而女性对于游戏本身的可玩性更看重。艾瑞分析认为改变产品本身的玩法较难做到，可以从其他几个方面入手留住用户：

- ✓ 开发短频快的游戏模式，以适应越来越快的生活节奏；
- ✓ 鼓励核心用户拉动周围朋友，从群体视角留住用户；
- ✓ 做好安全、防外挂、客服等维护性工作；
- ✓ 慎重对待游戏更新。

2015年中国客户端游戏用户流失的最主要原因



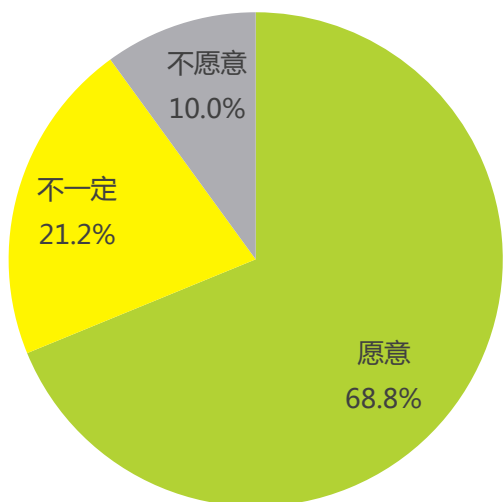
注释：[B9_02]您离开一款游戏的最主要原因是？
样本：N=1029；于2014年通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

中国客户端游戏用户的新游选择

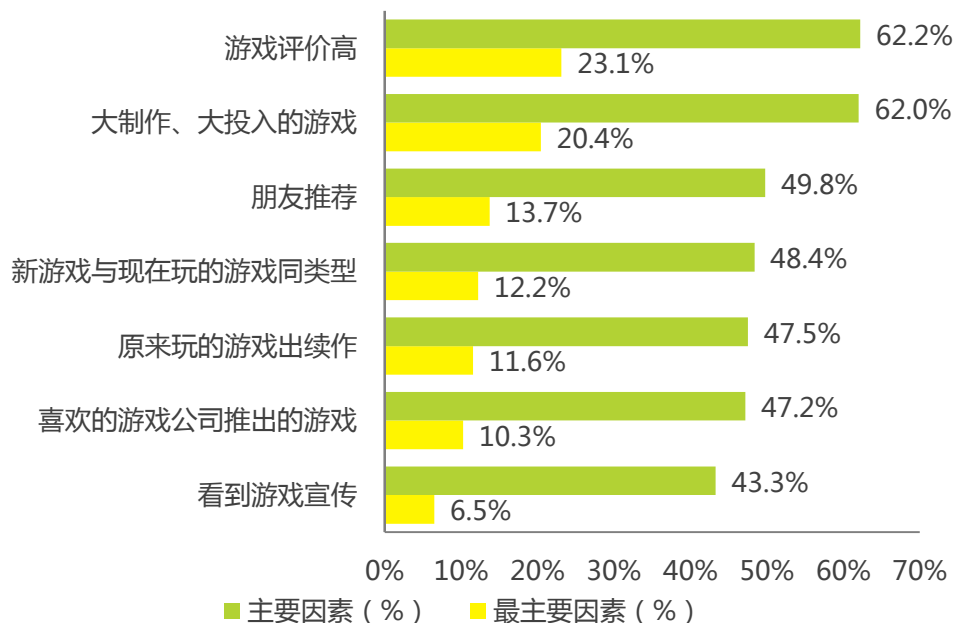
用户期待新游戏，最看重新游戏的评价

近七成的中国客户端游戏用户愿意玩一款新游戏，不愿意玩的比例仅为10%。在影响用户选择新游戏的因素中，游戏评价高以及制作投入大获得了最多的用户关注，均超过60%，也是最主要的两大因素。

2015年中国客户端游戏用户玩新游戏的意愿



2015年中国客户端游戏用户玩新游戏的看重因素



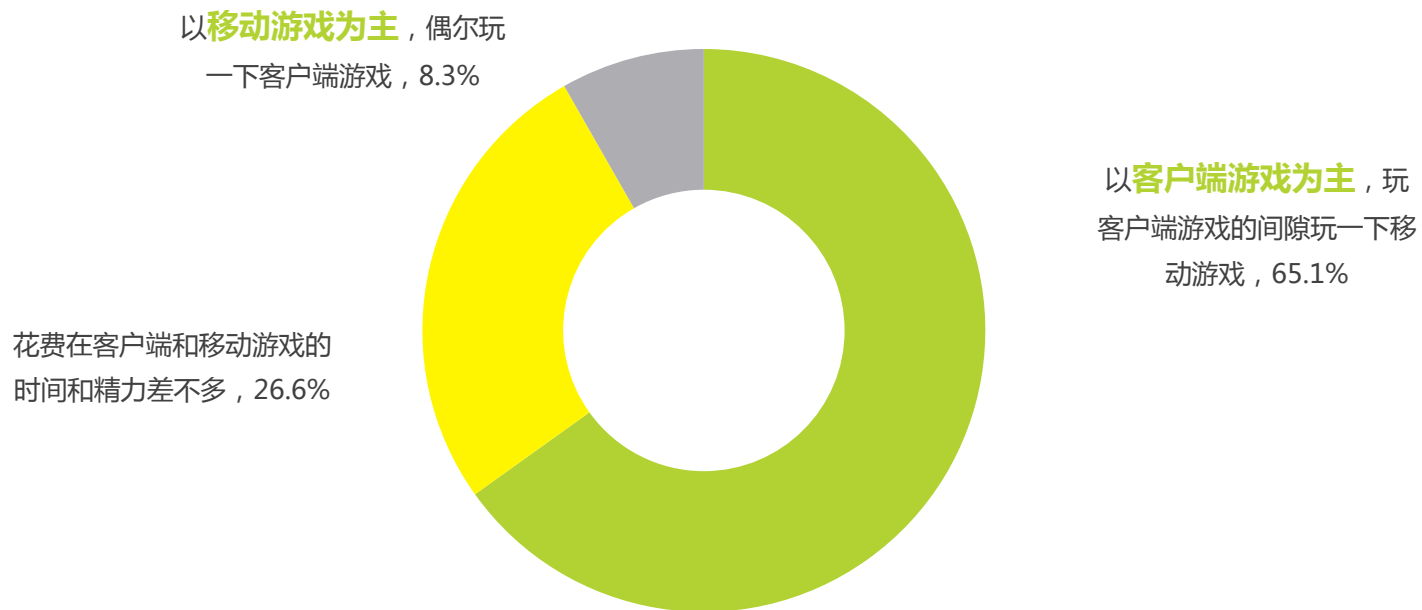
注释：[B9_03]您是否有玩一款新游戏的意愿？[B9_04]什么情况下您会玩一款新游戏？
样本：N=1029，有意向N=929；于2014年通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

中国客户端游戏用户玩游戏的精力分配

移动游戏填充客户端游戏的间隙时间

中国客户端游戏用户的精力主要放在端游上，65.1%的用户只是在玩端游的间隙玩一下移动游戏，而主要玩移动游戏的用户仅8.3%。

2015年中国客户端游戏用户玩游戏的精力分配



注释：[A9_11]您玩移动游戏和客户端游戏的主次情况是？
样本：N=1029；于2015年通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

1

中国电子竞技用户行为分析

2

中国客户端游戏用户行为分析

3

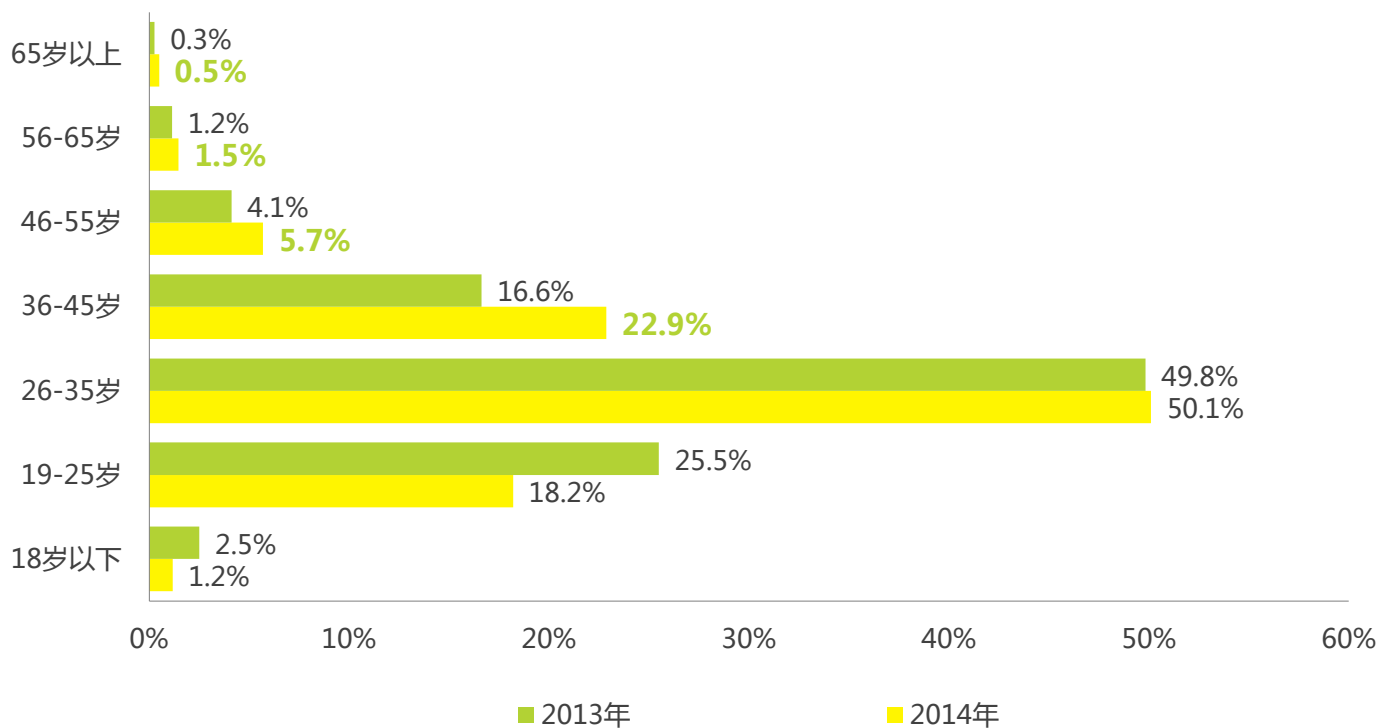
中国移动游戏用户行为分析

中国移动游戏用户年龄

高龄用户加入手游大军

36岁以上移动游戏用户比例都有不同程度的增加，相应的，25岁以下年轻群体的游戏用户比例减少。高龄用户的加入使得移动游戏消费群体更加庞大，他们稳定的收入来源使得生活压力带来的潜在需求都可以通过游戏这一途径获得一定程度满足。

2014-2015年中国移动游戏用户年龄分布



注释：[A1_03]请问您的年龄？

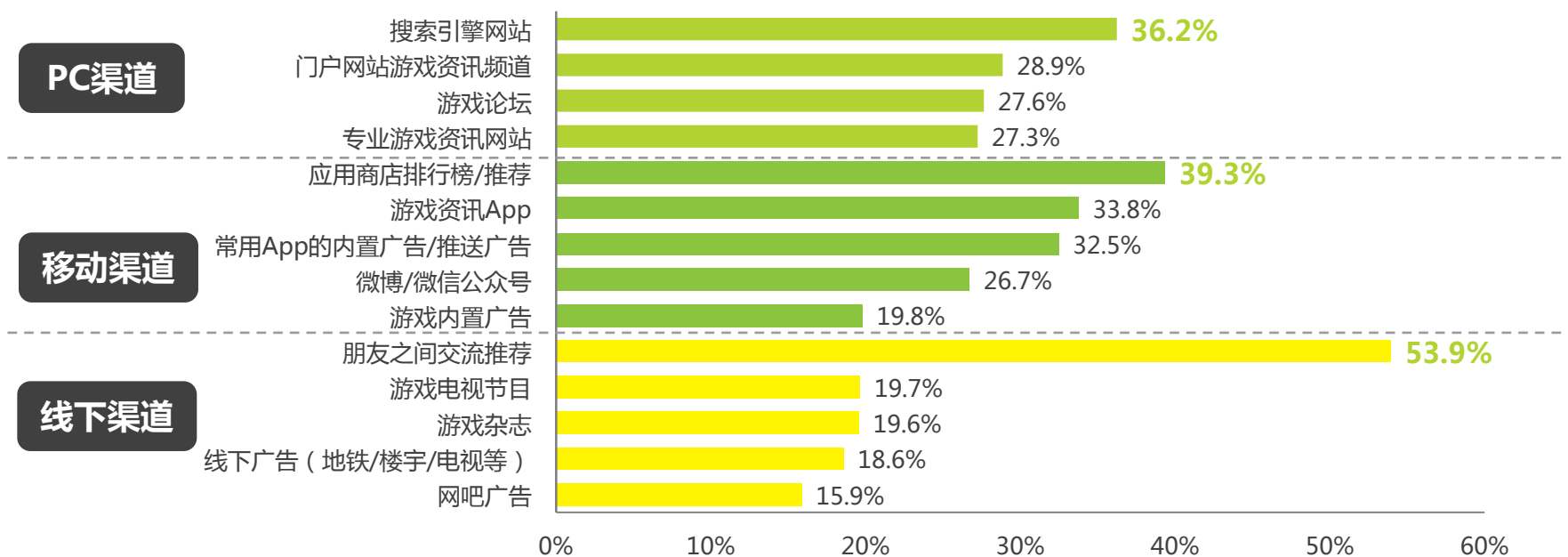
样本：N=2840；于2015年通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

中国移动游戏用户信息渠道

朋友交流推荐是获知游戏信息最重要渠道

朋友的交流推荐是用户获知移动游戏信息最主要的渠道，远超其他渠道，游戏中的社交因素和游戏的口碑传播对用户获知游戏信息起至关重要的作用。总体来看，移动渠道的影响力要高于PC渠道和线下渠道。

2015年中国移动游戏用户获知移动游戏信息渠道



注释：[A8_06]请问您通常是通过什么渠道获知移动游戏的？

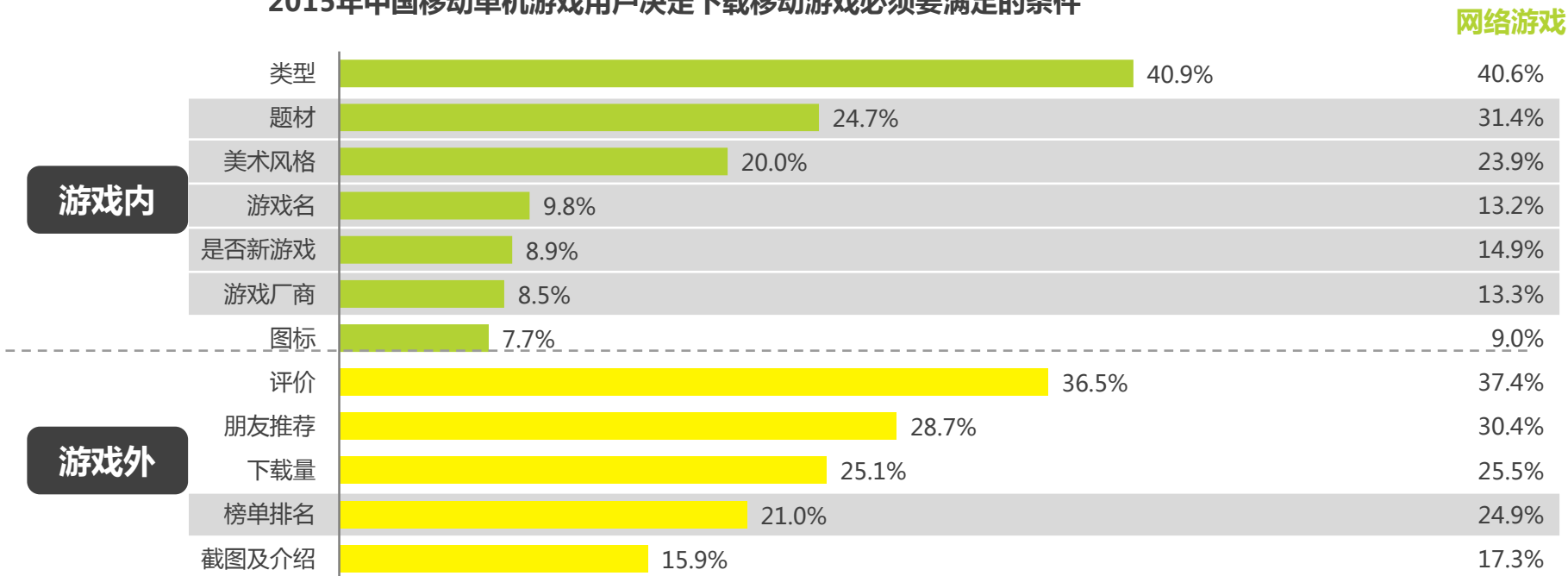
样本：N=2840；于2015年通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

中国移动单机游戏用户下载游戏条件

网游用户更多考虑游戏内因素

网游用户比单机游戏用户的下载必备考量更多，下载游戏更谨慎，题材、是否新游、游戏厂商等游戏内部因素都是网游用户比单机游戏用户更关心的问题，而其他因素则相差无几。

2015年中国移动单机游戏用户决定下载移动游戏必须要满足的条件



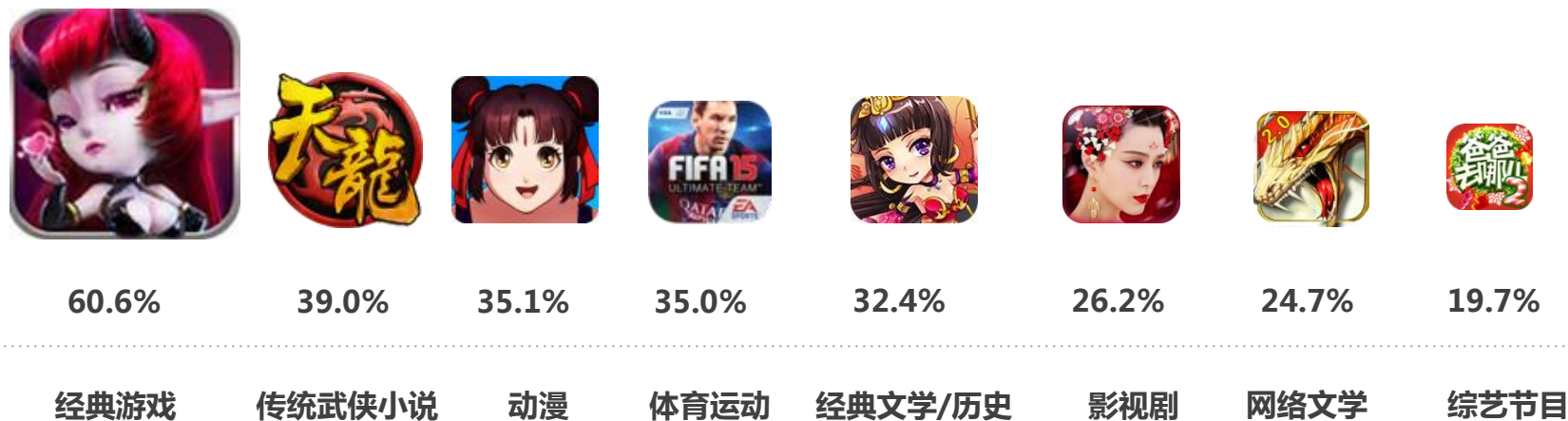
注释：[B8_02]请问您在决定下载移动游戏时，必须要满足的条件是什么？
样本：N=2840；于2015年通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

中国移动游戏用户偏好题材

经典游戏是用户最喜爱题材

经典游戏遥遥领先于其他题材，成为用户最喜欢的游戏题材，近来越来越多的端游、页游移植到移动端推出手游版，取得了不错的反响，此外传统武侠小说、动漫、体育等也是用户关系的游戏题材。

2015年中国移动游戏用户游戏题材偏好



注释：[B8_04]请问您喜欢的移动游戏题材有哪些？
样本：N=2840；于2015年通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET



艾 瑞 咨 询