

# 游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 关于游戏设备与热门游戏种类的网络游戏行为分析
- 基于玩网络游戏目的的玩家类型分析
- 对卸载网络游戏的原因的解读
- 游戏的跨品类合作中潜在的市场机会
- 游戏联名营销的新兴趋势
- 游戏玩家对游戏圈、游戏主播和游戏相关的社交联系的态度

VR（虚拟现实）与AI（人工智能）技术不断升级带来刺激的体验，新一波有关元宇宙的热门话题也来袭，这些都激发了游戏玩家的热情，使他们愿意花更多时间在虚拟世界里。涉及锻炼与学习的网络游戏也越来越受各年龄段游戏玩家欢迎。

同时，围绕新冠疫情的不确定性持续，这依然影响游戏玩家的生活方式，促使品牌关注自身的产品与市场营销，以挖掘居家娱乐的潜在需求。由此，网络游戏正在发展为品牌可以和目标玩家进行沟通的、讲故事的关键平台。

话虽如此，政府针对青少年游戏时间更严格的规范提高了大众对健康生活方式的意识，这为想要维持网络游戏使用率的游戏品牌带来了巨大的挑战。另一方面，许多非传统游戏行业的企业已开始自己开发游戏来吸引年轻消费者，使竞争愈发激烈。

毋庸置疑，在数字化时代，网络游戏可以发挥更重要的作用，通过自我创造与自我探索吸引消费者。对品牌而言，将网络游戏融入其商业模式很有必要，更多地了解游戏玩家对娱乐、社交、学习或甚至购物等虚拟体验不断变化的期待。



“新技术与激烈的竞争正在催动网络游戏行业领域的创新和发展。随着其他文化元素与商业场景的不断融合和参与，玩网络游戏不再只是“不务正业”和打发时间，而是游戏玩家创造、探索和表达自己的方式。同时，出于身心健康目的，游戏玩家更加关注健康的游戏环境。游戏玩家的偏好不断变化，当瞄准这一群体时，通过道德考量等有意义的生活方式话题吸引消费者，并鼓励和谐的游戏环境对品牌而言至关重要。”

— 甘倩，研究分析师

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

## 目录

### 概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

### 综述

- 市场
- 对健康的担忧及更严格的规范影响一般网络游戏的使用率  
数据1: 网络游戏用户数量和使用率，2015年6月-2021年6月
- **VR与AI**的应用升级商业体验  
数据2: AYAYI在天猫推广博柏利的NFT产品，2021年
- 网络游戏改进精神健康的益处获认可，尤其对老年人而言
- 奢侈品牌自己推出游戏，吸引年轻消费者  
数据3: LOUIS : THE GAME》，2021年
- 游戏平台鼓励合作与自我创造
- 消费者
- 在电视和游戏机上玩游戏等居家娱乐不断兴起  
数据4: 玩网络游戏的设备，2019年 vs 2020年 vs 2021年
- 超过一半的游戏玩家每天玩网络游戏，**MOBA**游戏最令人欲罢不能  
数据5: 常玩的游戏种类，2021年
- 除了休闲目的，半数游戏玩家期望能获得更深层次的满足  
数据6: 根据首个提及的游戏目的而区分的游戏玩家类型，2021年  
数据7: 玩网络游戏的目的
- 持续参与成为首要议题  
数据8: 卸载网络游戏的原因，2021年
- 对与游戏相关合作的兴趣从产品拓展至体验  
数据9: 感兴趣的游戏联名产品品类，2021年
- 品牌游戏的原创性备受欢迎  
数据10: 感兴趣的游戏联名合作方式，2021年
- 游戏环境的开放性与道德是游戏玩家的首要期望  
数据11: 对玩网络游戏的态度，2021年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 通过跨品类创新，探索居家娱乐场景的商机
- 现状
- 启示  
数据12: 百威淡啤游戏机BL6，2020年
- 通过结合游戏与文化参与，延伸品牌内涵
- 现状

## 报告内容

### 综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 启示  
数据13: 《王者荣耀》6周年庆典演出，2021年
- 通过提出道德与健康生活方式的话题，持续吸引游戏玩家
- 现状
- 启示  
数据14: 《剑网3》与北京中医药大学的推广活动，2021年

### 市场因素

- 对健康的担忧及更严格的规范影响一般网络游戏的使用率  
数据15: 网络游戏用户数量和使用率，2015年6月-2021年6月
- 居家娱乐需求推动了体感游戏设备的使用率  
数据16: 玩网络游戏的设备，2019年 vs 2020年 vs 2021年
- VR与AI的应用升级商业体验  
数据17: AYA1在天猫推广博柏利的NFT产品，2021年
- 网络游戏提升精神健康的益处获认可，尤其对老年人而言

### 营销活动

- 奢侈品牌推出自己的游戏，吸引年轻消费者  
数据18: LOUIS : THE GAME》，2021年
- Tim Hortons与腾讯合作，推出瞄准年轻消费者的电竞咖啡店  
数据19: Tim Hortons与腾讯电竞合作推出的电竞咖啡店，2021年
- 腾讯将游戏场景带到旅游景点，探索文化旅游的商机  
数据20: 《天涯明月刀》× 芙蓉镇，2021年
- 与不同的游戏风格合作可创造新鲜话题，并结合双方用户  
数据21: 《使命召唤：手游》× 《少女前线》联名活动，2021年

### 新产品趋势

- 游戏平台鼓励合作与自我创造  
数据22: 罗布乐思 × 《凹凸世界》活动及其教育项目，2021年
- 游戏与电影、小说和动漫IP合作的潜力  
数据23: 《哈利波特：魔法觉醒》，2021年
- 中华武术元素应用于电竞  
数据24: 《永劫无间》，2021年

### 游戏设备与种类的使用情况

- 在电视和游戏机上玩游戏等居家娱乐不断崛起  
数据25: 玩网络游戏的设备，2019年 vs 2020年 vs 2021年
- 超过一半的游戏玩家每天玩网络游戏，MOBA游戏大多令人上瘾  
数据26: 常玩的游戏种类，2021年
- 超过三分之一的年轻玩家每天都玩MOBA游戏  
数据27: 常玩的游戏种类（按年龄区分），2021年

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

### 玩网络游戏的目的

- 除了休闲目的，半数玩家期望获得更深层次的满足感  
数据28: 根据首个提及的游戏目的而区分的游戏玩家类型，2021年  
数据29: 玩网络游戏的目的，2021年
- 对**40**多岁的玩家而言，通过游戏进行锻炼更加重要  
数据30: 玩网络游戏的目的（按年龄区分），2021年
- 更多三线城市的玩家期待沉浸式游戏体验  
数据31: 城市线级（按首个提及的游戏目的区分），2021年

### 卸载的原因

- 持续参与成为首要议题  
数据32: 卸载网络游戏的原因，2021年
- 沉浸式玩法推动玩家对质量和沟通的期待  
数据33: 卸载网络游戏的原因（按玩家类型区分），2021年
- 年轻一代更意识到互动问题  
数据34: 卸载网络游戏的原因（按性别与年龄区分），2021年

### 对跨品类合作的兴趣

- 对与游戏相关合作的兴趣从产品拓展至体验  
数据35: 感兴趣的联名产品品类，2021年
- 体验式合作最能吸引创意玩家  
数据36: 感兴趣的联名产品品类（按玩家类型区分），2021年
- 与护肤和彩妆产品合作是触达女性玩家的有力要素  
数据37: 感兴趣的联名产品品类（按性别区分），2021年

### 感兴趣的联名

- 品牌游戏的原创性备受欢迎  
数据38: 感兴趣的联名合作方式，2021年
- 品牌标识的植入使游戏成为沉浸玩家的“第二人生”  
数据39: 感兴趣的联名合作方式（按玩家类型区分），2021年
- 18-29**岁玩家寻求情感连接，**40-49**岁玩家则追求探索性的生活方式  
数据40: 感兴趣的联名合作方式（按年龄区分），2021年

### 对网络游戏的态度

- 游戏环境的开放性与道德性引领游戏玩家期望  
数据41: 对玩网络游戏的态度，2021年
- 18-39**岁的游戏玩家认可游戏博主的生活方式价值观  
数据42: 游戏博主的影响力（按年龄区分），2021年
- 一线城市的游戏玩家更积极与游戏伙伴社交  
数据43: 与游戏相关的社交联系（按城市线级区分），2021年

### 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

### 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

## 附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

**MINTEL**

## 关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。