

游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“2020年6月，中国网络游戏玩家规模达到5.4亿人，并有望继续增长。疫情下，网络游戏作为一种线上娱乐/活动越来越被人们接受。网络游戏的积极作用，如解压、从游戏设计中获得灵感、获得成就感以及与他人相连接的感觉，正吸引更多的人，无论男女老少，来成为网络游戏玩家。”

— 甘倩，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠疫情对游戏玩家生活方式的影响，以及疫情后的关键趋势
- 游戏设备和游戏类型
- 在网络游戏上投入的时间和网络游戏的相关花费
- 玩网络游戏的原因和信息渠道
- 偏好的游戏题材
- 进一步参与的意愿

玩网络游戏带来的积极作用，如解压、培养协调能力和有助于社交等越来越受到认可。尤其是随着疫情对体育运动、展会活动和休闲活动造成沉重打击，消费者已将注意力更多地转向线上娱乐。

网络游戏的重要性不仅体现在游戏玩家的规模上，也反映在玩家日益高涨的热情上。消费者越来越愿意为各种游戏相关的产品/服务付费，以获得更好的游戏体验和更身临其境的享受。如何通过品牌合作和游戏内置广告来对接数字游戏元素，已成为所有品牌，尤其是针对年轻消费者的品牌所面临的重要战略问题。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告关键议题

定义

综述

新冠疫情对游戏玩家生活方式的影响

疫情后，网络游戏消费支出延伸到生活中的各个领域

数据1: 新冠疫情对游戏玩家生活方式的短期、中期和长期影响，2020年10月

市场

丰富多样的游戏类型和题材不断吸引新玩家加入

数据2: 网络游戏用户规模和增长率，2016年6月-2020年6月

游戏市场细分揭示跨界机遇

对更好游戏体验的追求促使在网速和游戏设备上的升级

数据3: 玩游戏的设备，2019vs2020年

线下活动为游戏相关消费带来巨大潜力

数据4: 最终幻想14》(FINAL FANTASY XIV) 2019年上海粉丝节

消费者

在台式电脑和平板电脑上玩游戏正在兴起

数据5: 玩游戏的设备，2019vs2020年

游戏时长上的性别差异确实存在，但女性玩家不容忽视

数据6: 玩网络游戏投入的时间(按性别区分)，2020年8月

玩家的消费支出延伸到游戏外的多元领域

数据7: 网络游戏相关花费，2020年8月

游戏体验比结果更重要

数据8: 玩网络游戏的原因，2020年8月

视频平台最能有效地吸引玩家

数据9: 信息渠道，2020年8月

探险和科幻是最受欢迎的游戏题材

数据10: 偏好的游戏题材，2020年8月

品牌合作以外，游戏玩家想要探索更多的线下活动

数据11: 进一步参与的意愿，2020年8月

我们的观点

新冠疫情对游戏玩家生活方式的影响

数据12: 新冠疫情对游戏玩家生活方式的短期、中期和长期影响，2020年10月

新冠疫情后的关键趋势/变化

趋势1: 有助于身心健康的游戏极具吸引力

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据13: 《集合啦！动物森友会》(Animal Crossing)

趋势2: 逾半数消费者保持甚至增加了玩网络游戏的花费

数据14: 网络游戏相关行为的变化, 2020年10月

趋势3: 玩游戏是90后解压的第二大热门选择

数据15: 减压活动(按代际区分), 2020年9月

趋势4: 女性玩家变得更专注于网络游戏

数据16: 网络游戏相关行为的变化(按性别区分), 2020年10月

对市场营销组合的影响

创新游戏的社交功能

探索线上活动以吸引更多玩家

数据17: ChinaJoy Plus

宣传企业社会责任的道德考量

数据18: 剑网3》为支援武汉的医务工作者提供永久免费游戏时间

议题与洞察

强调游戏设计和拓展营销渠道

现状

启示

释放女性游戏玩家的消费潜力

现状

启示

数据19: 豆瓣上的女性玩家联合会

围绕吸引人的线下活动开展创新以吸引更多游戏玩家

现状

启示

数据20: 江南百景图》的拓印体验活动

数据21: 一梦江湖》主题奶茶店以及游戏道具兑换活动

市场——您所需要了解的

丰富多样的游戏类型和题材吸引新玩家

数据22: 网络游戏用户规模和增长率, 2016年6月-2020年6月

游戏市场细分揭示跨界机遇

对更好游戏体验的追求促使在网速和游戏设备上的升级

数据23: 玩游戏的设备, 2019vs2020年

线下活动为游戏相关消费带来巨大潜力

数据24: 《最终幻想14》(FINAL FANTASY XIV) 2019年上海粉丝节

消费者——您所需要了解的

在台式电脑和平板电脑上玩游戏正在兴起

游戏时长上的性别差异确实存在, 但女性玩家不容忽视

玩家的消费支出延伸到游戏外的多元领域

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

游戏体验比结果更重要

视频平台最能有效地吸引玩家

探险和科幻是最受欢迎的游戏题材

品牌合作以外，游戏玩家想要探索更多的线下活动

游戏设备和游戏类型

在台式电脑和平板电脑上玩游戏正在兴起

数据25: 玩网络游戏的设备，2019vs2020年

角色扮演游戏是唯一在电脑上玩的比例超过手机/平板电脑的游戏类型

数据26: 游戏类型（按游戏设备区分），2020年8月

男性和女性玩家共同推高了在台式电脑和平板电脑上玩游戏的比例

数据27: 玩网络游戏的设备（按性别区分），2019vs2020年

女性玩家更青睐休闲类游戏

数据28: 在手机/平板电脑上玩的游戏类型（按性别区分），2020年8月

MOBA普遍受欢迎，而角色扮演类游戏留住了80后的忠实玩家

数据29: 在不同游戏设备上玩的部分游戏类型（按代际区分），2020年8月

玩网络游戏投入的时间

游戏时长上的性别差异确实存在，但女性玩家正在崛起

数据30: 玩网络游戏投入的时间（按性别区分），2020年8月

80后玩家更沉迷于网络游戏

数据31: 玩网络游戏投入的时间（按代际区分），2020年8月

在台式电脑上玩游戏投入的时间差距最大

数据32: 游戏设备（按每周玩网络游戏投入的时间区分），2020年8月

网络游戏的相关花费

玩家的消费支出延伸到游戏外的多元领域

数据33: 网络游戏相关花费，2020年8月

内容相关的创作受到80后欢迎

数据34: 网络游戏相关花费（按代际区分），2020年8月

女性和较低线城市玩家在游戏的联名合作产品上花费更多

数据35: 其他花费（按城市线级区分），2020年8月

数据36: 其他花费（按性别区分），2020年8月

数据37: 《王者荣耀》与魅可合作推出的美妆产品

数据38: 《剑网3》与花西子联名推出的限量雕花口红

玩网络游戏的原因

游戏体验比结果更重要

数据39: 玩网络游戏的原因，2020年8月

一线城市游戏玩家更追求创造性和设计，而三线或以下城市玩家更实际

数据40: 玩网络游戏的部分原因（按城市线级区分），2020年8月

数据41: 《王者荣耀》游戏编辑器

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

90后寻求与朋友的归属感，而80后重视成就感

数据42: 玩网络游戏的部分原因（按代际区分），2020年8月

相比女性游戏玩家，男性更多地为社交目的玩游戏

数据43: 玩网络游戏的部分原因（按性别区分），2020年8月

信息渠道

视频平台最有效地吸引玩家

数据44: 信息渠道，2020年8月

游戏内容相关信息：90后青睐整合度更高的信息，而80后倾向于使用综合性网站

数据45: 获取游戏相关信息的信息平台（按代际区分），2020年8月

官方周边产品信息：80后更依赖短视频平台

数据46: 获取官方游戏周边产品信息的信息平台（按代际区分），2020年8月

衍生作品信息：男性要求深度内容，而女性追求高效和社交性

数据47: 获取游戏的线上衍生作品信息的信息平台（按性别区分），2020年8月

偏好的游戏题材

探险和科幻是最受欢迎的游戏题材

数据48: 偏好的游戏题材，2020年8月

数据49: 《人类一败涂地》（Human: Fall Flat）

数据50: 《糖豆人终极淘汰赛》（Fall Guys: Ultimate Knockout）

80后最追求未来主义幻想

数据51: 偏好的部分游戏题材（按代际区分），2020年8月

数据52: 《星战前夜：晨曦》

贴近现实的主题更吸引男性，而女性对想象元素更感兴趣

数据53: 偏好的部分游戏题材（按性别区分），2020年8月

数据54: 《三国志战略版》

数据55: 《逆水寒》

进一步参与的意愿

品牌合作以外，游戏玩家想要探索更多的线下活动

数据56: 进一步参与的意愿，2020年8月

数据57: 《阴阳师》音乐剧

数据58: 无限王者团

80后玩家对品牌/产品植入表现出兴趣

数据59: 进一步参与的意愿（按代际区分），2020年8月

数据60: 《王者荣耀》中的雪碧标志

数据61: 《王者荣耀》中的必胜客标志

数据62: 《死亡搁浅》（Death Stranding）产品植入

适合玩家及其家人共同参与的线下活动

数据63: 进一步参与的意愿（按家庭构成区分），2020年8月

数据64: 南京大报恩寺琉璃宝塔旅游活动和游戏内场景

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

游戏玩家的生活方式 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

收入较高的玩家寻求更具创造力的活动

数据65: 进一步参与的意愿 (按家庭月收入区分), 2020年8月

附录一—研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com