

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



海量行研报告免费读

iResearch

艾 瑞 咨 询

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

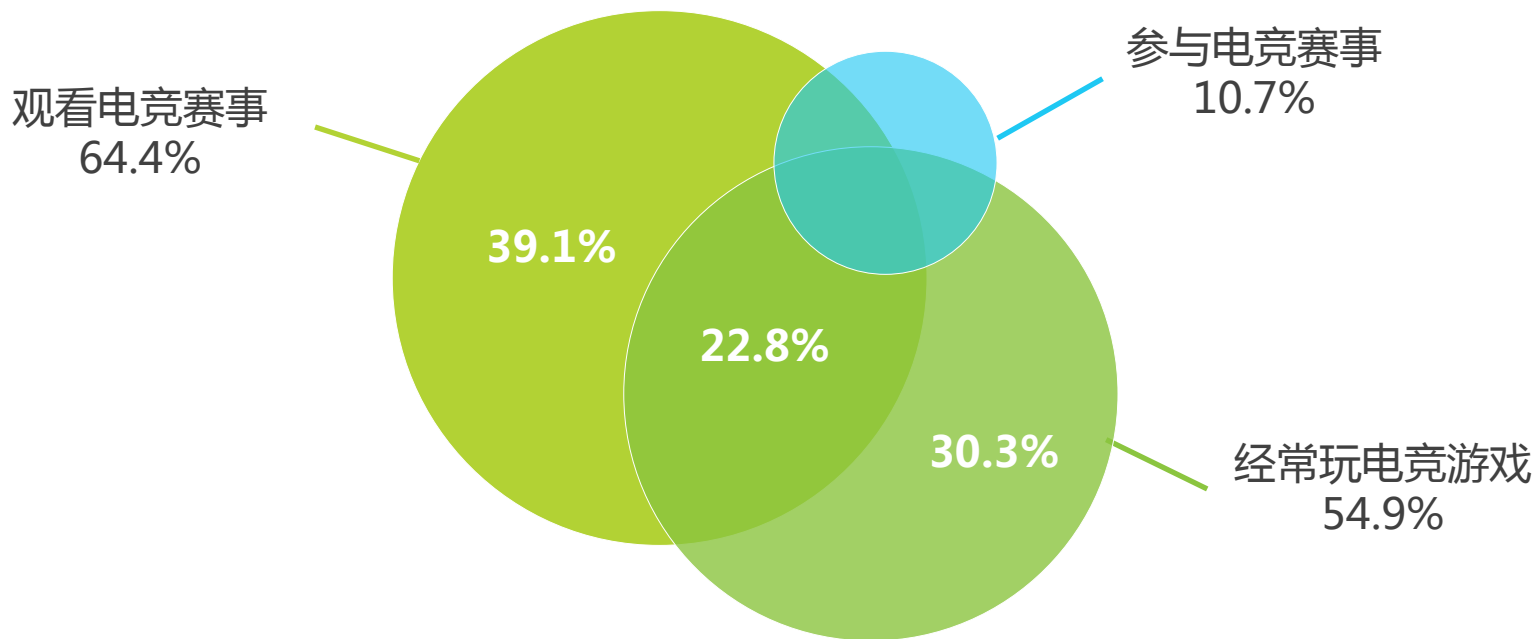
3

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？

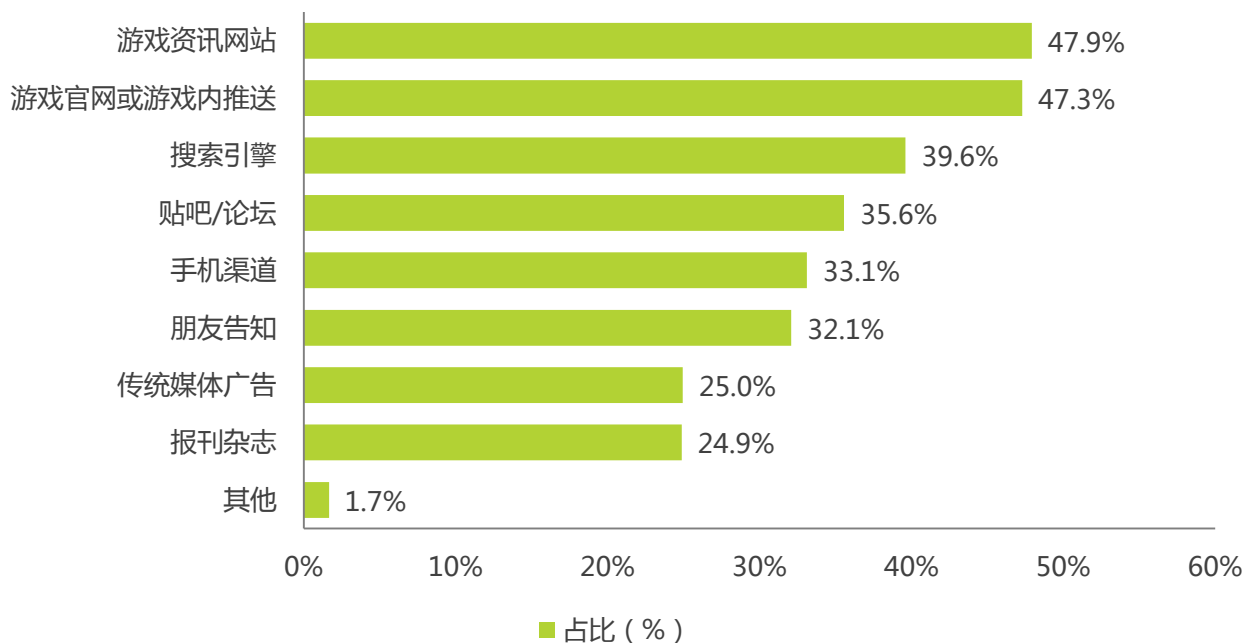
样本：N=1961；于2014年12月-2015年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

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。

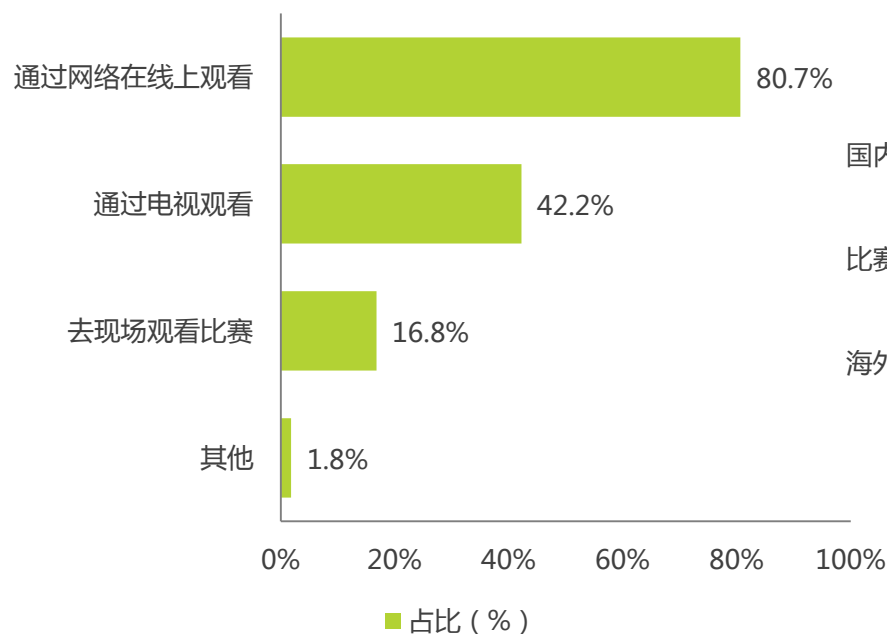
中国电子竞技用户观赛方式

线上观赛为主流，赛后点播不可忽视

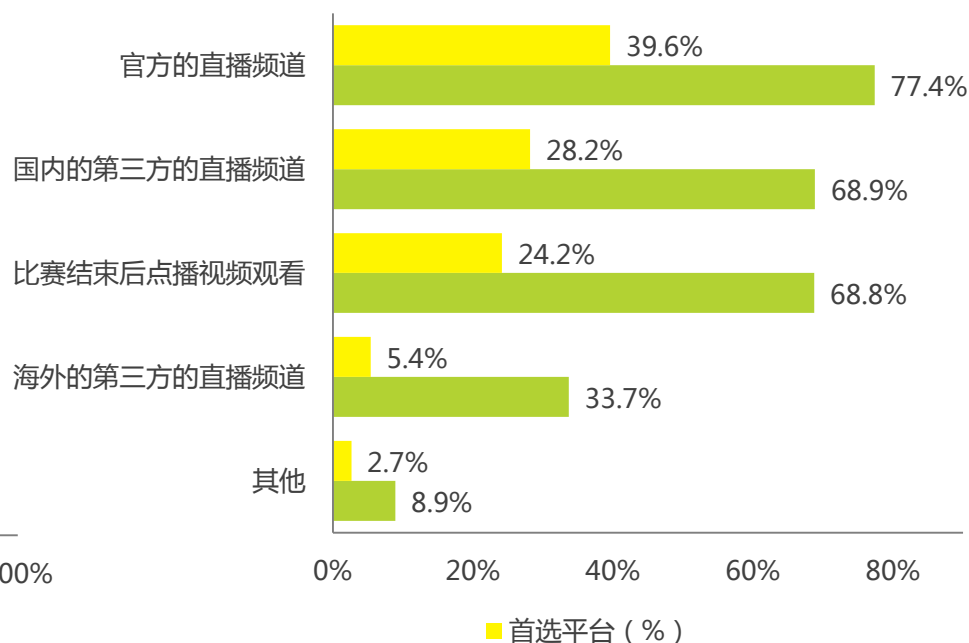
由于网络观看的便利性，80.7%的电竞用户会在线上观看比赛。同时有多达42.2%的用户会通过游戏风云等电视频道观看赛事，艾瑞分析认为，尽管此前电竞在电视平台上颇受限制，但电视平台由于其大屏幕观赏性和节目制作的专业性受到用户喜爱。

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

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21778

