

2023游戏人群 洞察报告



相关报告显示，2023年预计全球将有近33.8亿人玩游戏，其中付费玩家增长至14.7亿人。到2026年底付费玩家将会达到16.6亿人。在2023年上半年，中国游戏用户规模为6.68亿，达到历史新高点。

年轻人群作为游戏市场的主力军，这些玩家们打游戏有哪些讲究？对于“氪金”是什么看法？他们的梦中情游要符合哪些标准？对于不同性别、不同年龄的玩家都有什么差异化标签？@微博校园 @00后观察室 @微博游戏 发布《2023游戏人群洞察报告》，一起看看游戏玩家的差异标签！



2023年9月，@微博校园 @00后观察室 @微博游戏 联合采用随机发放问卷的形式，面向全国发起《你的游戏人设是什么》调查，截至统计（2023年10月），调查共收到来自1552名游戏玩家的有效作答问卷。本报告相关分析仅针对本次统计回收的数据。

男生相较女生游戏时间更长

整体来看，在游戏时长上，男生投入的时间精力更多。近六成的女生表示平均每天在游戏上仅投入半小时的精力，男生多数在半小时至三小时之间。



超9成的玩家在手机和电脑上玩游戏



便携性、灵敏性、清晰度、显色度等因素决定着游戏玩家对游戏设备的选择。目前，手机和电脑已经占据90%的玩家市场份额。在更高的游戏体感及独家游戏的优势上，任天堂Switch、PlayStation、VR设备也备受游戏玩家青睐。

你的游戏人设是什么

游戏玩得不多，但是人设一个不少！玩的同一个游戏，但是人设却各有天地。大多数男生的人设是“硬核者”，极限操作，只为能够slay全场。近30%的女生追求佛系，可以不开局打把游戏，但一定不能忘记领取每日金币。

值得一提的是，女性玩家的“装扮者”人设较男性也更加突出：不管游戏打的咋样，我的游戏页面必须最漂亮。而“氪金者”相对较少，除非忍不住。

男性玩家通常在游戏中扮演“硬核者”



你玩游戏的原因是什么

超60%的玩家表示玩游戏是为了打发时间和缓解压力，沉浸投入游戏世界，暂时和外界屏蔽，一把游戏下来，酣畅淋漓，彻底放松。还有部分人是因为被游戏设计所吸引，在游戏中收获满足感、愉悦感和刺激感。

从年龄来看，18岁以下的用户更多的被游戏的故事线和世界观吸引，25岁以上的用户则更倾向通过游戏获得直接感受。

近4成的人玩游戏是为了打发时间



游戏类型五花八门，究竟哪种才是游戏玩家的取向狙击？哪些类型又不小心踩入“冷门”。整体来看，LOL、王者荣耀等多人在线战术竞技游戏，玩法不难，但需讲究策略，是较热门的游戏类型。

MOBA类、休闲类、二次元类游戏更受游戏玩家的喜爱，超40%的游戏玩家有明显倾向。MMORPG类和SLG战争策略类与之相反，受众群体小，玩家较少。

无论什么年龄段，男生始终更偏向MOBA类和二次元类，更喜欢有剧情、够热血、有竞技的游戏！对于竞速类、密室解密类、沙盒类保持“不感冒状态”，稳定高冷人设。女生则不同年龄段间的差异较大，随着年龄的增加，游戏偏好从休闲类、二次元类逐渐变成MOBA类、休闲益智类，主打风格突破，每次都尝试点新鲜类型！

MOBA类游戏最受玩家欢迎

MOBA类(如LOL、王者荣耀等)



17.73%

休闲类(如双人成行、蛋仔派对、胡闹厨房等)



15.06%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 23.40%	男 30.65%	男 8.23%
女 14.18%	女 14.61%	女 22.22%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.13%	男 5.73%	男 0.23%
女 17.28%	女 17.82%	女 7.41%

二次元类(如原神、崩坏星穹铁道、阴阳师等)



10.64%

休闲益智类(如消消乐、棋牌、麻将等)



9.77%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 31.91%	男 10.96%	男 20.23%
女 17.28%	女 9.72%	女 3.70%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 4.26%	男 3.47%	男 8.23%
女 7.21%	女 11.48%	女 22.22%

女性向/乙女游戏类(如闪耀暖暖、恋与制作人、光与夜之恋等)



8.86%

射击类(如和平精英、穿越火线、使命召唤等)

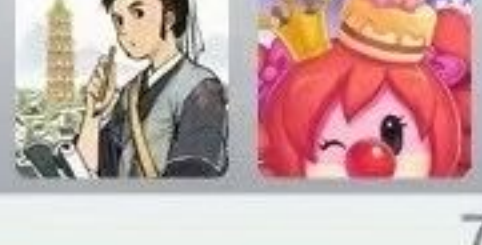


7.85%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.13%	男 0.51%	男 4.23%
女 11.08%	女 11.04%	女 7.41%

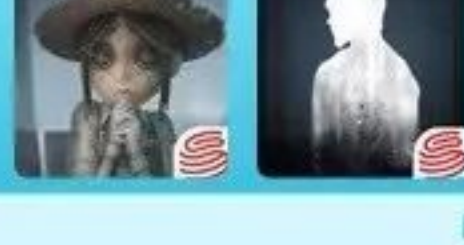
18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 8.51%	男 16.01%	男 12.23%
女 3.33%	女 6.03%	女 3.70%

经营管理类(如江南百景图、摩尔庄园、梦想城镇等)



7.81%

生存类(如第五人格、明日之后等)



5.28%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.13%	男 2.25%	男 12.23%
女 4.11%	女 9.54%	女 3.70%

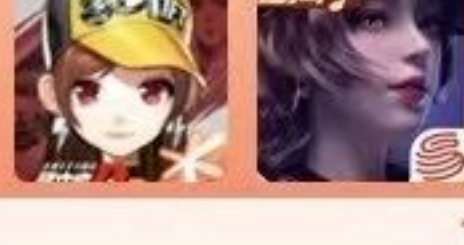
18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 8.51%	男 6.42%	男 12.23%
女 7.98%	女 4.66%	女 7.41%

音乐舞蹈类(如节奏大师、QQ炫舞等)



3.72%

竞速类(如QQ飞车、王牌竞速等)



2.58%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.13%	男 1.37%	男 0.24%
女 4.11%	女 4.22%	女 14.82%

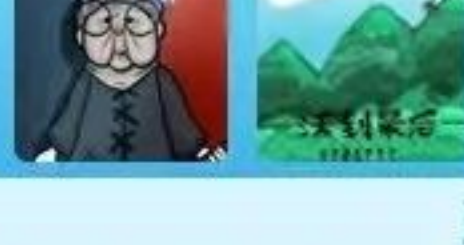
18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.00%	男 1.90%	男 0.24%
女 4.11%	女 2.77%	女 0.00%

动作角色扮演/ARPG类(如DNF、刺客信条等)



2.13%

密室解谜类(如恐怖老奶奶、活到最后等)



1.95%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.11%	男 3.11%	男 8.24%
女 3.33%	女 1.76%	女 0.00%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.00%	男 1.03%	男 0.24%
女 0.23%	女 2.38%	女 0.00%

沙盒类(如我的世界、泰瑞拉亚等)



1.76%

卡牌类(如炉石传说、月圆之夜等)



1.63%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 4.26%	男 3.11%	男 0.24%
女 1.77%	女 1.23%	女 0.00%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.13%	男 4.85%	男 4.24%
女 1.77%	女 0.62%	女 0.00%

动作格斗类(如拳皇、火影忍者等)



1.50%

MMORPG类(如最终幻想14、天涯明月刀、魔兽世界等)

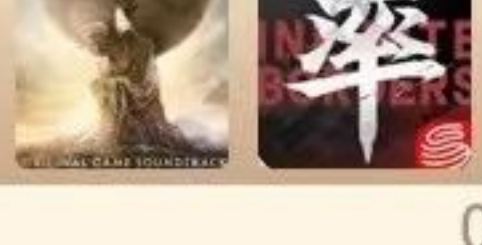


0.95%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.00%	男 3.81%	男 0.24%
女 0.23%	女 1.41%	女 0.00%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.13%	男 2.41%	男 4.24%
女 1.77%	女 0.40%	女 7.41%

SLG战争策略类(如文明、率土之滨等)



0.78%

18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 4.26%	男 2.41%	男 4.24%
女 0.23%	女 0.31%	女 0.00%

游戏玩家最PICK哪款游戏？

谁才是大家心中的游戏界大热门？从公测至今将近8年的竞技游戏《王者荣耀》高票胜出！作为典型糖豆人like（类糖豆人）游戏的《蛋仔派对》，因其具有可爱的画风，并主打弱竞技，部分玩法上更强调其组队社交的属性，裂变传播效应很快显现，一度席卷00后，成功俘获一大批游戏玩家的喜爱。

分年龄和性别来看，《王者荣耀》在各群体中有着极高的喜爱度。《蛋仔派对》在18-25岁的女性群体中，热度居高不下。原神凭借其庞大的世界观、丰富的故事线和精美的游戏画面，在25岁以上的男性群体中备受关注。

玩家最喜欢的游戏



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 12.95%	男 22.97%	男 19.35%
女 24.98%	女 23.44%	女 23.45%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 7.82%	男 3.94%	男 6.85%
女 18.12%	女 18.32%	女 8.06%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 7.82%	男 8.57%	男 19.35%
女 6.35%	女 6.58%	女 4.22%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.69%	男 4.15%	男 6.85%
女 3.41%	女 7.66%	女 4.22%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 20.64%	男 15.65%	男 13.10%
女 4.39%	女 3.75%	女 4.22%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.69%	男 0.61%	男 0.59%
女 5.37%	女 6.05%	女 8.05%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 7.81%	男 9.68%	男 0.60%
女 2.43%	女 3.51%	女 4.22%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.68%	男 0.83%	男 0.60%
女 4.39%	女 5.92%	女 0.37%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 1.05%	男 0.60%
女 2.43%	女 4.05%	女 4.21%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 1.94%	男 0.60%
女 7.33%	女 3.21%	女 4.22%



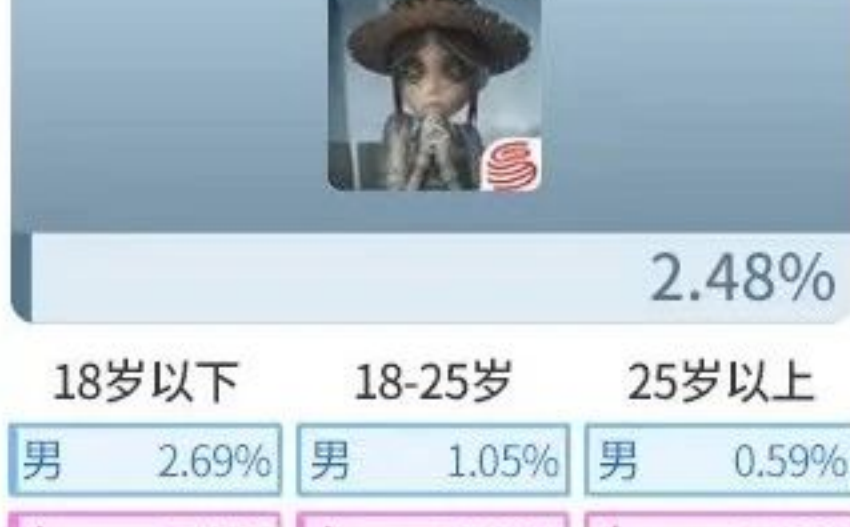
18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 7.81%	男 4.15%	男 13.10%
女 3.41%	女 2.06%	女 0.37%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 7.81%	男 6.14%	男 0.60%
女 0.47%	女 1.70%	女 8.06%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 1.72%	男 0.59%
女 0.47%	女 2.91%	女 0.36%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 2.69%	男 1.05%	男 0.59%
女 3.42%	女 2.44%	女 0.36%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 5.25%	男 3.49%	男 0.59%
女 2.43%	女 1.40%	女 0.36%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 1.94%	男 0.59%
女 4.38%	女 1.40%	女 4.21%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 5.25%	男 2.60%	男 0.59%
女 1.44%	女 1.34%	女 0.36%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 4.15%	男 0.59%
女 1.44%	女 0.86%	女 4.21%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 2.60%	男 6.84%
女 0.46%	女 1.15%	女 11.90%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 5.25%	男 1.94%	男 6.84%
女 1.44%	女 1.10%	女 0.36%



18岁以下	18-25岁	25岁以上
男 0.12%	男 0.83%	男 0.59%
女 1.44%	女 1.15%	女 4.21%

游戏玩家被这些细节拿捏住了

糟糕，玩家一不小心就被游戏的这点小细节拿捏的死的！整体来看，多数玩家容易被华丽的游戏美术/特效、有趣且有特色的玩法所吸引，更加追求画面的精美度及游戏本身的玩法。相反的，对于电脑手机多端账号互通、游戏福利等不太看重。果然，游戏实力才是硬道理！

一款游戏最吸引玩家的地方



648的皮肤 VS 648的衣服



全款拿下

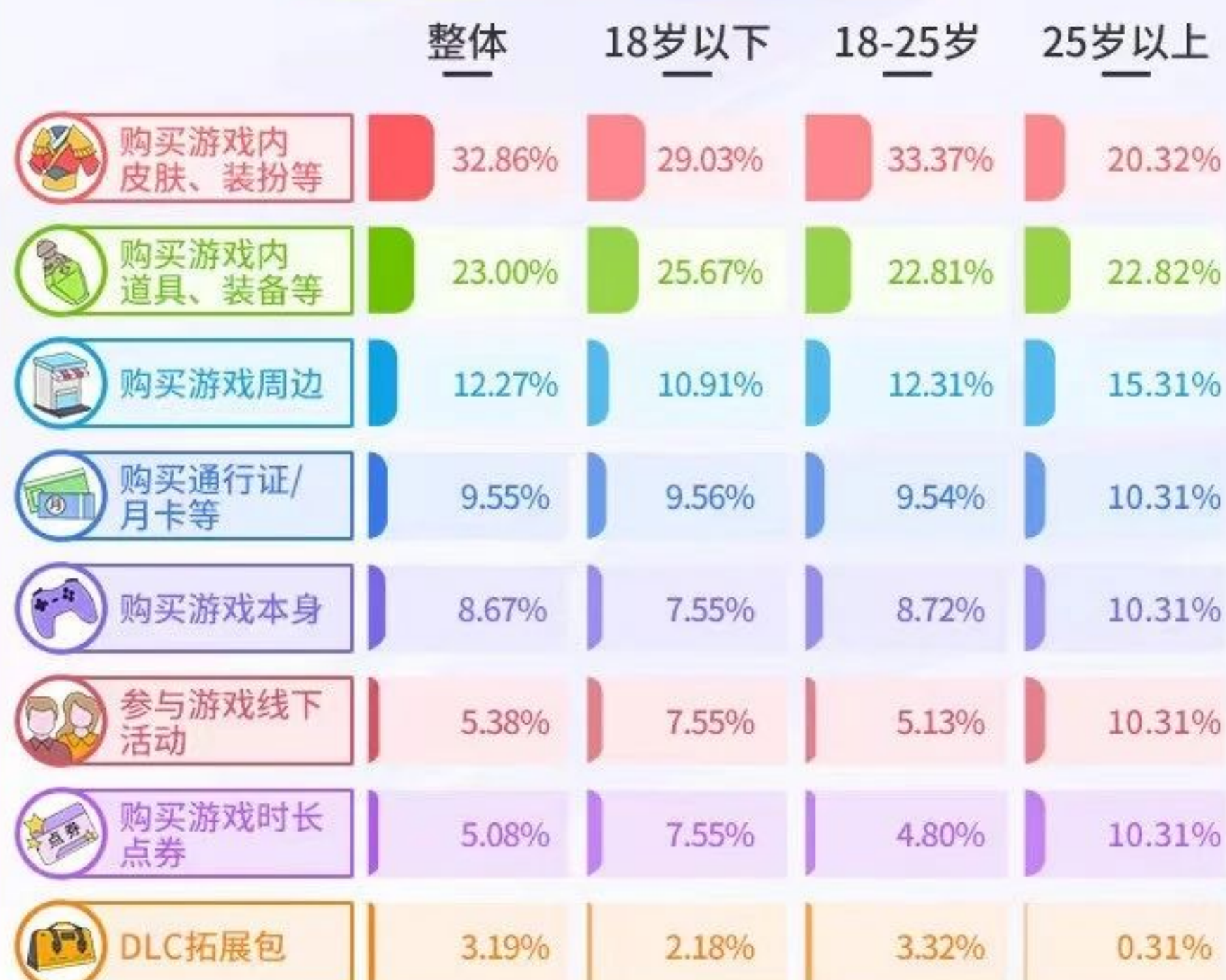
你去抢吧!

我在游戏的消费观VS我在现实的消费观

整体来看，超60%的游戏玩家愿意为了游戏皮肤、道具及周边付费。也有近10%的玩家会购买通行证或月卡以便获得更多福利。

调查发现，25岁以上的游戏玩家可能达成了“血脉大觉醒”。与18岁以下、18-25岁的游戏玩家最喜欢购买游戏内皮肤、装扮等不同，25岁以上的游戏玩家更喜欢在游戏内道具、装备等方面付费。随着年龄增长，游戏玩家在游戏消费方面从炫酷装扮转为追求内核。

你会在游戏的哪一方面付费



氪金真的能提高游戏体验感吗?

调查发现，对于“氪金能够提高游戏体验感”的说法，33.38%的游戏玩家认为“这是游戏商家的骗氪套路，我才不会上当”，也有32.37%的游戏玩家认为“适当氪金能够提高体验感”。

不可否认，氪金可以让玩家解锁更多的游戏内容，更多的选择和挑战，也可以获得更强的装备和技能。但氪金也会让游戏变得更加昂贵，让玩家之间变得实力不均衡。在游戏内氪金是否能提高游戏体验感，这因人而异。可以选择通过氪金获得更好的游戏体验，但不氪金也可以享受游戏带来的乐趣。

如何看待“氪金能够提高游戏体验感”的说法?



这是游戏商家的骗氪套路，我不会上当



适当的氪金能够提高体验感



只有技术好才能够提高游戏体验感



氪金提高的应是心理优越感



氪金得到的奖励与服务是最香的



只有花了钱才会更专注投入游戏中

官博是获取游戏最新资讯的首选途径

在游戏出圈、赛事运营及游戏热点上，微博都在发挥着“杠杆效应”，正因如此，微博也是玩家获取游戏信息的首选平台。小红书、游戏端内公告、游戏搭子等也是游戏玩家获取游戏最新消息的常用途径。

分年龄来看，除了微博在各年龄段都保持着游戏信息获取首选路径的强势地位外，25岁以下的玩家的第二选择是游戏在抖音、B站、小红书等平台的官方账号，而25岁以上的玩家则更倾向在关注的游戏博主处获取游戏信息。

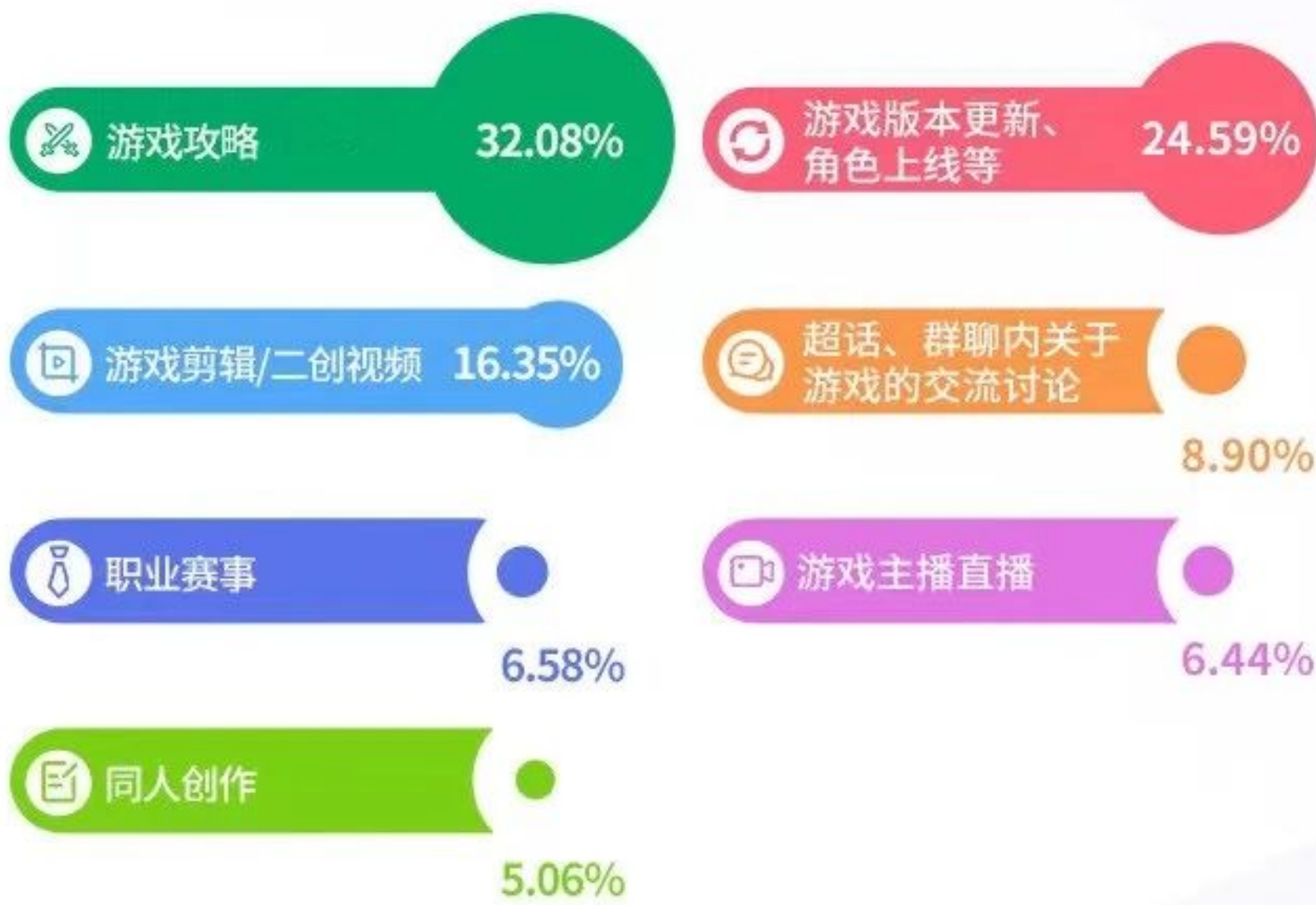
获取游戏最新消息的途径



人生没有攻略，但游戏有！

整体来看，在浏览游戏相关内容时，超30%的玩家会看游戏攻略，近25%的玩家关注游戏版本更新、角色上线等内容。此外，游戏二创视频、超话内的交流讨论及赛事、主播直播等也是他们浏览较多的内容。

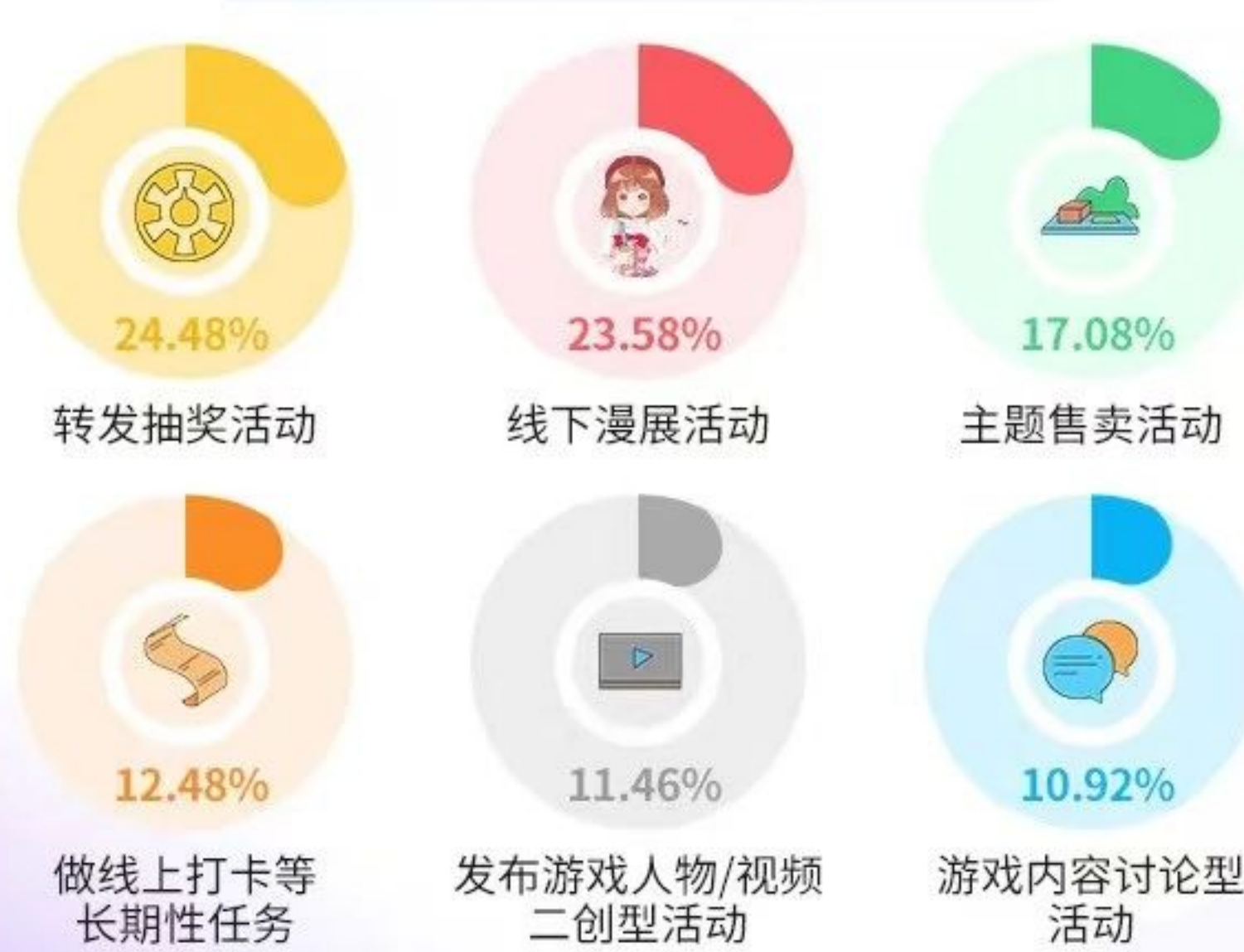
游戏攻略是玩家最多浏览的内容



哪种活动最能吸引游戏玩家？

游戏衍生活动多种多样，无论是线上还是线下，都对游戏玩家有着强大的吸引力。24.18%的游戏玩家表示自己偏向参与动动手指就能参加的转发抽奖，主打一个相信好运降临；也有23.28%的游戏玩家偏向于参与体验感超强的线下漫展，与游戏人物来个面对面。

玩家偏向参与的游戏衍生活动



游戏奖励各处薅，装饰硬货我都要！

当代玩家，主打一个“勤俭持家”！在游戏宣传中，不少厂商都会拿出丰厚的游戏奖励刺激玩家的关注，从吸引力看，近三成游戏玩家认为游戏内皮肤、装扮、坐骑等装饰性奖励最吸引自己参加游戏相关活动，其次是游戏内经验卡、金币等“硬货”，而游戏内成就荣誉及联名皮肤等，也是玩家的心之所向。

玩家最容易被游戏内皮肤及装扮等奖励吸引



游戏 X？，联名打破次元壁！

在当下万物皆可联名的大IP时代，各大游戏也在积极打破次元壁。整体来看，自己喜欢的游戏和喜羊羊与灰太狼、虹猫蓝兔七侠传等童年动画联名，玩家的激动程度简直是“超级加倍”！喜茶、茶百道、肯德基等餐饮和游戏联名的热度也持续升温，直接就是“公主请下单”。此外，新潮玩、历史文创、影剧综也是游戏玩家十分期待与游戏联名的IP类型。

玩家最希望看到的IP联名



除了修复BUG，游戏玩家还有这些诉求…

虽然游戏玩家们时常喊话自己玩的游戏：能不能修你的BUG！但是玩家对游戏的要求远不止这些，近三成的游戏玩家认为市场内游戏在游戏美术设计、画面精致程度上需要优化，其次需要优化的是游戏剧情、人物设计。而游戏界面的氪金引导过多、游戏流畅度及操作体验感等问题，也是玩家建议优化迭代之处。

市场上游戏还有哪些部分是需要优化的



玩家最喜欢的游戏人物竟然是TA！



对游戏主题的线下活动体验感受

- 印象深刻的是济南520云海誓盟国乙Only，体验感超棒，都是漂亮姐姐，大家也很开心很和谐🥰~
- 参加过金铲铲之战的活动，感觉不错，还拿到了铲子周边🥳！
- 王者荣耀的职业联赛线下观赛，现场很热血很沉浸🥳。
- 参加过学校社团举办的蛋仔派对线下活动，发了小蛋仔玩偶超喜欢，还组织了线上游戏🥳。
- 参加过第五人格和原神的漫展，Coser好美我好爱🥰
- 肯德基与原神联名的线下游戏活动，体验感不错🥳
- 恋与制作人线下联动的活动，有很多新的周边，设置了打卡拍照的地方，并且还会有男主的语音电话，体验感不错🥳~
- 上海的一次江南百景图线下活动很有趣，完成任务还可以得到周边卡片，去游戏里领取奖励🥳。
- 参加过同人展、餐饮联动，也去过线下周边快闪店，体验感都不怎么样，主要是人太多了，不适合社恐🥳
- 王者荣耀动漫游戏展，coser很热情漂亮，活动很热闹有趣，体验感很好🥳。
- 之前在学校看了英雄联盟全球总决赛观赛，氛围很好，体会到了电子竞技的魅力🥳
- 未定事件簿的线下活动挺好的，活动里有安排游戏角色的Q版大头套，套在人身上挺可爱的🥳

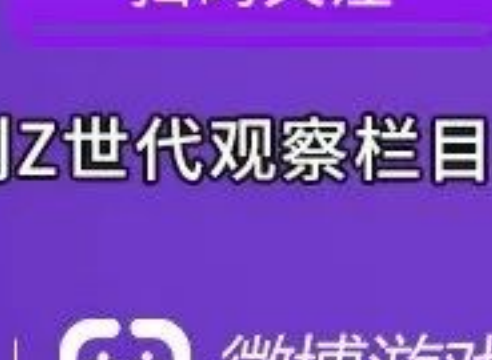
部分文字引用

中国音数协游戏工委&中国游戏产业研究院：《2023年1-6月中国游戏产业报告》

游戏市场调研机构NEWZOO：《2023年全球游戏市场报告》

请保持一路升级

人生精彩刺激！



扫码关注

微博校园原创Z世代观察栏目@00后观察室