

# 中国手机游戏用户行为研究报告 简版

iResearch China Mobile Game Players' Behaviour Research  
2011-2012年

北京·上海·广州·深圳·东京·硅谷·香港

- 手机游戏用户女性比例迅速上升，2011年手机游戏女性用户占**18.4%**，而到了2012年女性用户份额上升到**35.9%**。
- 手机游戏用户低学历、低收入、低年龄，三低用户特征显现。  
“24岁以下”用户占**64.9%**，“高中及高中以下学历”占**65.2%**，月收入“1501-3000元”用户占**53.9%**。
- 2008-2010年成为手机游戏用户高速增长期，有接近**50%**的用户在这段时间内接触手机游戏。
- 塞班、Java平台操作系统依然是手机游戏用户主要平台，塞班占据**39.7%**，Java平台用户**21.3%**。
- 手机游戏用户行为，高频率、短时长特性显现，符合碎片化特征，每天都玩手机游戏的用户占到**47.6%**，平均持续时间10-30分钟的用户占到**33.8%**。
- WAP依然是手机游戏用户获取手机游戏的主要渠道，从WAP综合门户网站下载游戏的用户达到**43.3%**。

## 1、2011-2012年中国手机游戏用户基本属性

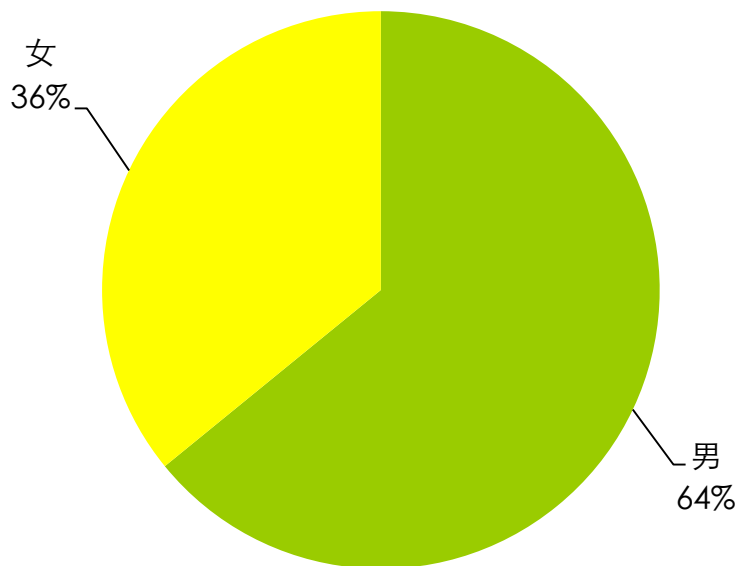
## 2、2011-2012年中国手机游戏用户上网分析

## 3、2011-2012年中国手机游戏用户行为分析

- 1 • 2011-2012年中国手机游戏用户性别分布
- 2 • 2011-2012年中国手机游戏用户年龄分布
- 3 • 2011-2012年中国手机游戏用户学历分布

# 女性手机游戏用户比例上升

## 2011-2012年中国手机游戏用户男女比例

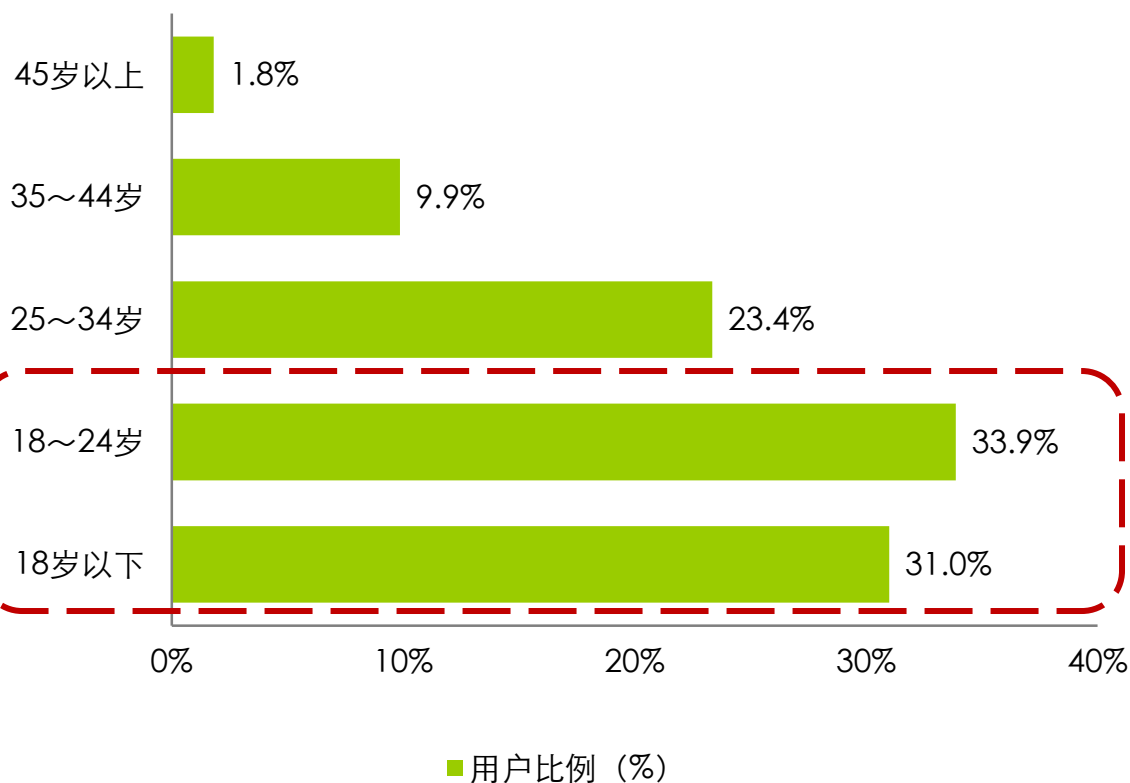


■艾瑞发现：与网游发展初期相似，游戏用户一开始以男性居多，而随后女性用户数份额逐渐上升。

■艾瑞分析认为，手机游戏以休闲娱乐性为主，卡通风格的休闲类游戏是吸引女性用户的重要因素，手机游戏用户男女比例中女性用户数份额将进一步上升。

# 25岁以下用户居多，年轻化现象明显

## 2011-2012年中国手机游戏用户年龄分布情况

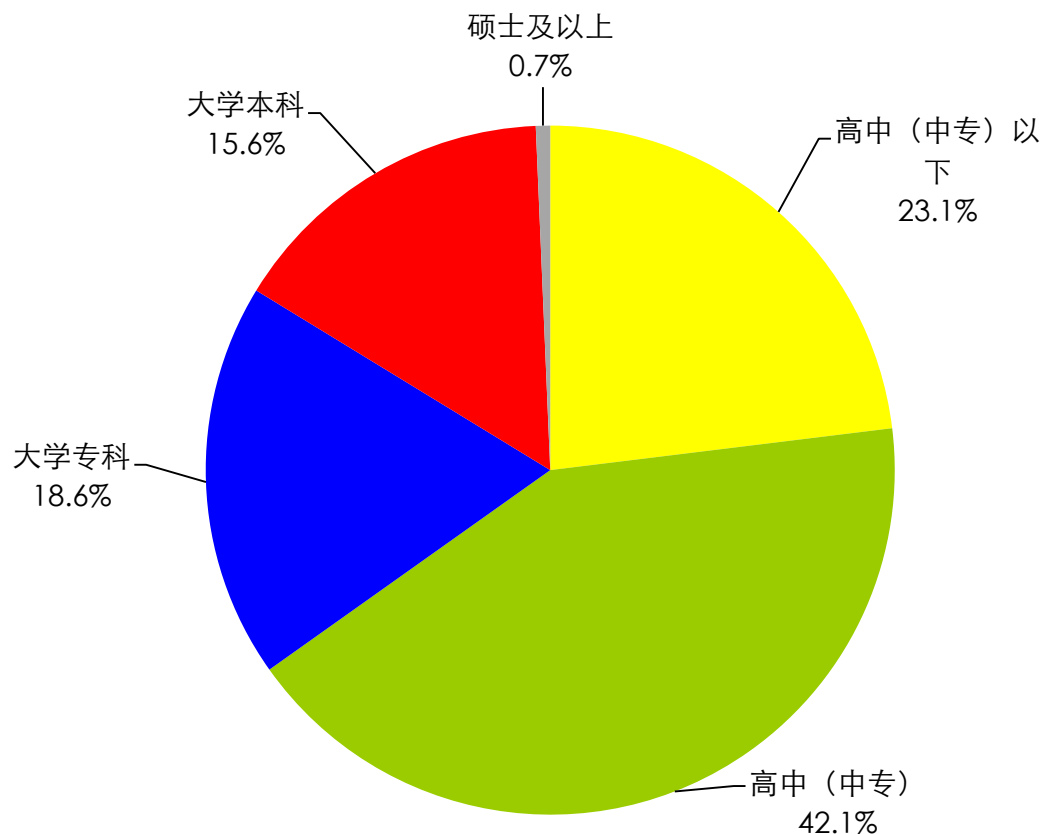


根据艾瑞调研结果，25岁以下的青年用户占比接近65%。25~34岁用户占比23.4%，35岁以上用户占11.7%。

### 年轻化现象明显

艾瑞咨询分析认为，手机游戏低价定位是吸引大量青年用户的主要原因之一，相比于主机游戏、网络游戏等，手机游戏门槛更低，更适合消费能力稍弱的年轻用户。

## 2011-2012年中国手机游戏用户学历分布情况



根据艾瑞调研结果，高中及高中以下用户占据绝大部分，共占65.2%。大学专科占18.6%，大学本科占15.6%，硕士学历以上仅为0.7%。

### 低学历用户居多

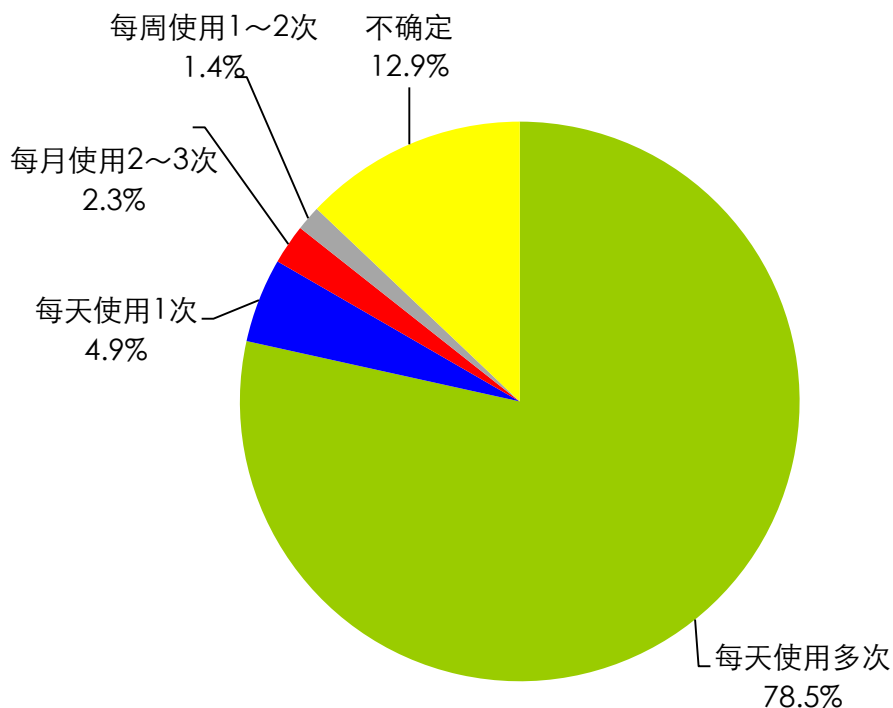
艾瑞咨询分析认为，学历符合年龄调研结果，低学历用户平时闲暇时间较多，且业余娱乐方式较少，手机游戏对于这部分人群有优势。而高学历用户的生活娱乐方式更丰富，手机游戏不具备优势。

- ◆ 1、2011-2012年中国手机游戏用户基本属性
- ◆ 2、2011-2012年中国手机游戏用户上网分析
- ◆ 3、2011-2012年中国手机游戏用户行为分析



- 1 • 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网频次
- 2 • 2011-2012年中国手机游戏用户手机终端系统分布

## 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网频次情况

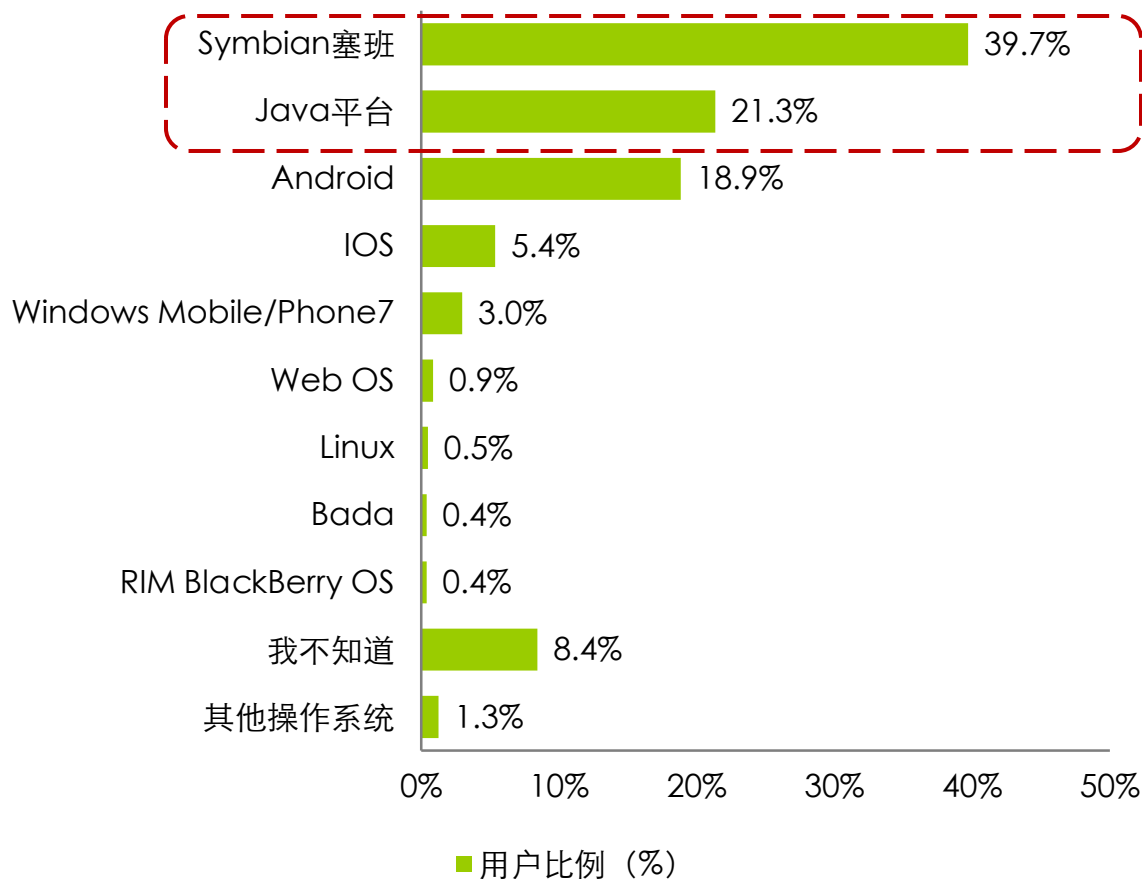


根据艾瑞调研结果，“每天使用多次”占78.5%，国内手机游戏用户上网频次极高，“每天使用1次”用户占4.9%，“每月使用2~3次”占2.3%

### 高上网频率催生 移动网游市场

艾瑞咨询分析认为，手机游戏用户手机上网的黏度非常高，每日使用多次的用户占约80%左右，这显示出手机游戏用户已经养成了手机上网的日常习惯，对于手机上网的接受度很高，这为移动网络游戏的发展奠定了基础，手机游戏的行业前景明朗。

## 2011-2012年中国手机游戏用户最常使用手机终端系统分布情况



□ Symbian市场占有率接近40%，排名第一，Java平台排名第二，达到21.3%。

### 非智能机依然主导市场

□ 根据调研结果显示，手机游戏用户手机操作系统中，Symbian和Java依然占据市场前两位，非智能机仍旧主导中国市场。

□ 智能操作系统方面，Android的市场占有率达到18.9%，IOS的市场占有率达到5.4%，Windows Mobile/Phone7、WebOS、Bada、BlackBerry仍是小众市场。秉持着开放态度的Android系统被大部分手机终端方案公司采用，随着2012年千元智能机普及，Android在国内的市场份额将继续上升。

1、2011-2012年中国手机游戏用户基本属性



2、2011-2012年中国手机游戏用户上网分析



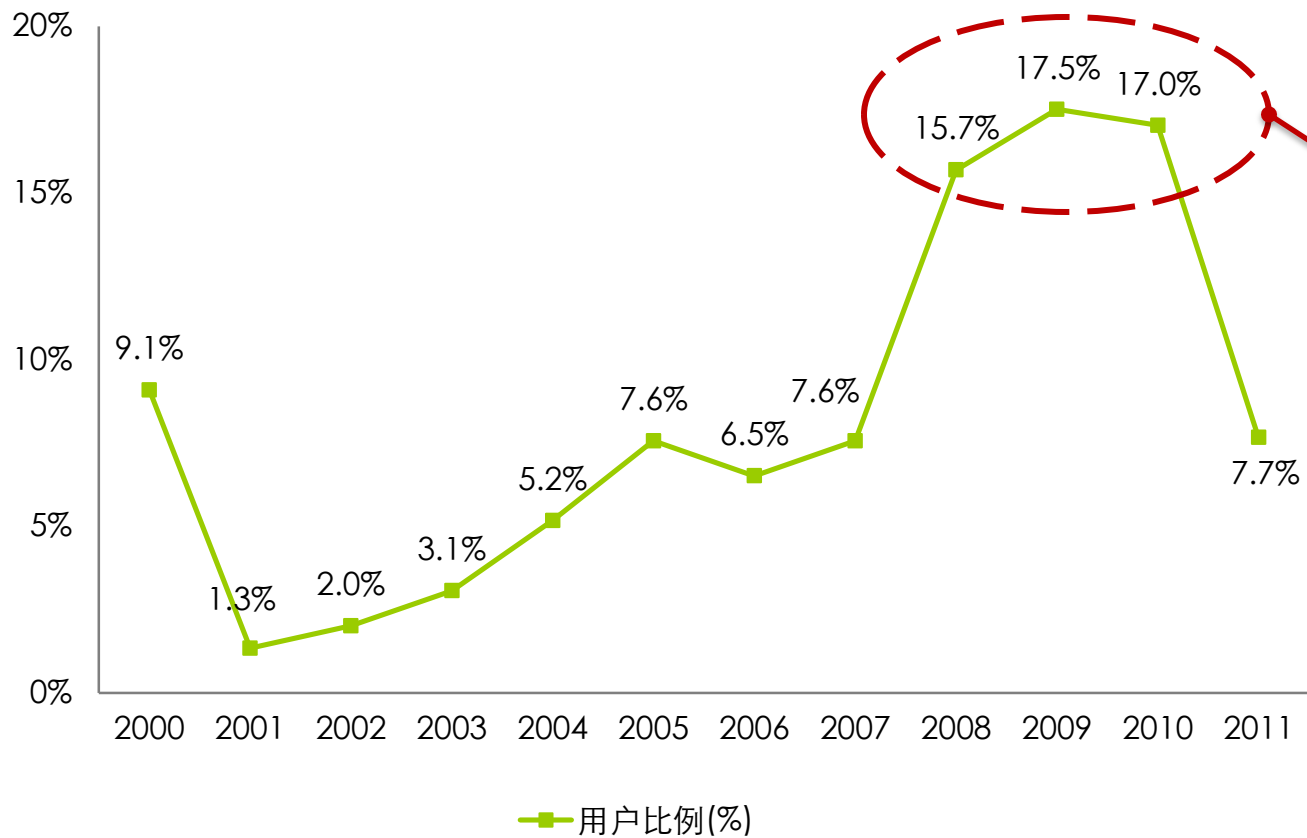
3、2011-2012年中国手机游戏用户行为分析



- 1 • 2011-2012年中国手机游戏用户开始玩游戏时间
- 2 • 2011-2012年中国手机游戏用户除手机外选择终端

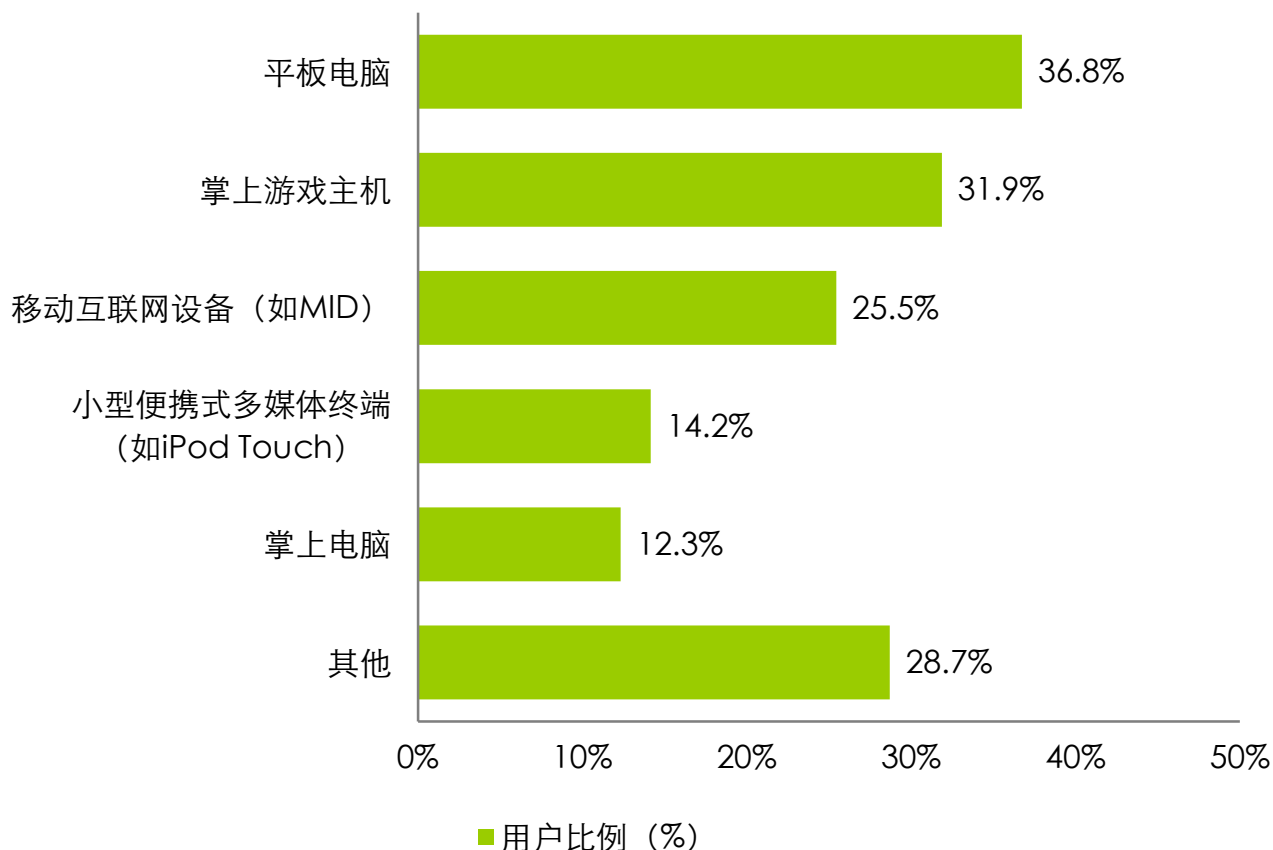
# 2008-2010年为手机游戏用户导入期

## 2011-2012年中国手机游戏用户开始玩游戏时间



智能终端推动手机游戏用户爆发上涨。

## 2011-2012年中国手机游戏用户玩手机游戏除手机外选择终端情况



### 平板电脑超越掌机

根据艾瑞调研结果，中国手机游戏用户在除手机外选择终端情况中，平板电脑成为用户第一选择目标，达到36.8%，而掌上游戏主机排名第二，达到31.9%。

艾瑞咨询分析认为，平板电脑超越掌机成为最受用户青睐的原因主要有三点：

- 1、硬件配置全面超越
- 2、开放环境，游戏数量更多
- 3、更丰富的多媒体功能

此外，掌机游戏用户定位于游戏发烧友，相比于平板电脑游戏用户，受众群体更小。

中国手机游戏行业已经发展了接近10年，在国内红火的网络游戏背景下，手机游戏产业一直未引起行业广泛的注意，但2007年之后，智能终端时代的来临彻底改变了手机游戏产业格局，更强的图形处理能力、更健康的产业环境、更完善的支付渠道使得手机游戏发生了质变。

智能终端改变了手机游戏的产业链、商业模式、盈利模式以及用户行为，手机游戏用户行为对从业企业的重要性不言而喻，研发商、发行商、平台运营商等需要根据用户行为习惯制定相应的游戏内容、游戏形式、推广方式等。

在此背景下，艾瑞推出了《2011-2012年中国手机游戏用户行为研究报告》，该份报告主要通过对中国手机游戏用户行为进行分析，研究各种因素对于手机游戏用户游戏行为的影响，希望此份报告能够为市场各方提供参考！



## 艾瑞网络调研（手机网民用户）说明

### 1、调研方法；

依据统计学理论和国际惯例，本次调查主要采用了手机网站联机调查方法进行，在8家主流手机网站及客户端投放调查问卷，于2011年12月—2012年2月期间通过这些手机网站投放图形广告和文字链广告，由用户主动参与填写问卷的方式来获取信息。本次调研共回收1.69万份问卷，经处理排除无效问卷，并根据手机网民的性别和年龄进行配比加权，本次调研最终得到有效问卷8059份。

### 2、关于手机网民样本配额；

根据CNNIC于2012年1月公布的手机网民性别分布和年龄分布进行配比加权。

### 3、数据的代表性与限制性：

参加艾瑞手机用户行为调研的8家主流手机网站及客户端并不能完全代表中国所有手机网站，即基于上述主流网站的调研结果不能完全代表中国手机用户的整体情况。鉴于对移动互联网发展的跟踪和研究，艾瑞咨询认为本次调研结果涉及的数据和分析，对解读移动互联网市场和把握手机用户行为特征具有参考价值，建议各界人士选择使用。

- **移动互联网：**  
就是将移动通信和互联网结合起来形成一体。是指用户利用智能手机和平板电脑等移动终端，通过移动网络获取通信服务和网络服务。
- **手机游戏：**  
指在手机终端运行的所有联网或单机的游戏产品。
- **智能手机：**  
是一种具有独立的操作系统，用户可以自行安装软件等程序，并通过移动通讯实现无线网络接入的一种手机，与之对应的是功能手机。
- **手机网站：**  
是指基于WAP等协议和技术，专门适配于手机终端的移动互联网网站。
- **手机游戏用户：**  
指一年中平均每半年至少通过手机终端进行过一次手机游戏的用户。

## 报告摘要

1. 2011-2012年中国手机游戏用户基本属性
  - 1.1. 2011-2012年中国手机游戏用户性别分布
  - 1.2. 2011-2012年中国手机游戏用户年龄分布
  - 1.3. 2011-2012年中国手机游戏用户学历分布
  - 1.4. 2011-2012年中国手机游戏用户月收入分布
  - 1.5. 2011-2012年中国手机游戏用户就业情况分布
  - 1.6. 2011-2012年中国手机游戏用户可支配收入分布
2. 2011-2012年中国手机游戏用户上网分析
  - 2.1. 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网频次
  - 2.2. 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网最先进行的活动
  - 2.3. 2011-2012年中国手机游戏用户打开浏览器最先进行活动
  - 2.4. 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网主要活动
  - 2.5. 2011-2012年中国手机游戏用户手机终端品牌分布
  - 2.6. 2011-2012年中国手机游戏用户手机终端系统分布
  - 2.7. 2011-2012年中国手机游戏用户选择电信运营商

3. 2011-2012年中国手机游戏用户行为分析
  - 3.1. 2011-2012年中国手机游戏用户开始玩游戏时间
  - 3.2. 2011-2012年中国手机游戏用户除手机外选择终端
  - 3.3. 2011-2012年中国手机游戏用户最近一年中玩游戏频率
  - 3.4. 2011-2012年中国手机游戏用户平均持续时长
  - 3.5. 2011-2012年中国手机游戏用户玩游戏时间段
  - 3.6. 2011-2012年中国手机游戏用户玩游戏类型
  - 3.7. 2011-2012年中国手机游戏用户下载手机游戏途径
  - 3.8. 2011-2012年中国手机游戏用户平均月话费
  - 3.9. 2011-2012年中国手机游戏用户付费途径
  - 3.10. 2011-2012年中国手机游戏用户放弃一款游戏主因

研究背景

研究方法

概念定义

法律声明

图1-1 2011-2012年中国手机游戏用户男女比例

图1-2 2011-2012年中国手机游戏用户年龄分布情况

图1-3 2011-2012年中国手机游戏用户学历分布情况

图1-4 2011-2012年中国手机游戏用户月收入情况

图1-5 2011-2012年中国手机游戏用户职业分布情况

图1-6 2011-2012年中国手机游戏用户月可支配费用情况

图2-1 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网频次情况

图2-2 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网时最先进行的活动情况

图2-3 2011-2012年中国手机游戏用户打开浏览器最先进行的活动

图2-4 2011-2012年中国手机游戏用户最先登陆软件客户端情况

图2-5 2011-2012年中国手机游戏用户手机上网时主要活动

图2-6 2011-2012年中国手机游戏用户手机终端品牌分布情况

图2-7 2011-2012年中国手机游戏用户最常使用手机终端系统分布情况

图2-8 2011-2012年中国手机游戏用户选择电信运营商情况

图3-1 2011-2012年中国手机游戏用户开始玩游戏时间

图3-2 2011-2012年中国手机游戏用户玩手机游戏除手机外选择终端情况

图3-3 2011-2012年中国手机游戏用户最近一年中玩游戏频率

图3-4 2011-2012年中国手机游戏用户玩手机游戏平均持续时间

图3-5 2011-2012年中国手机游戏用户经常玩游戏的时间段

图3-6 2011-2012年中国手机游戏用户通常玩手机游戏类型

图3-7 2011-2012年中国手机游戏用户下载手机游戏选择途径

图3-8 2011-2012年中国手机游戏用户平均月花费情况

图3-9 2011-2012年中国手机游戏用户付费途径

图3-10 2011-2012年中国手机游戏用户放弃一款游戏的主因

本报告为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。

## 公司服务介绍：

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>

## 报告购买/咨询：

艾瑞市场咨询有限公司 北京

地址：北京市朝阳区金桐西路10号远洋光华国际AB座A501室，100020

电话：010-51283899-209

艾瑞市场咨询有限公司 上海

地址：上海市徐汇区漕溪北路333号中金大厦B幢701室，200030

电话：021-51082699-业务部

艾瑞市场咨询有限公司 广州

地址：广州市天河区林和西路3-15号耀中广场B座707室，510620

电话：020-38010229

## 报告总顾问：

杨伟庆iResearch总裁

Email: [henry@iresearch.com.cn](mailto:henry@iresearch.com.cn)