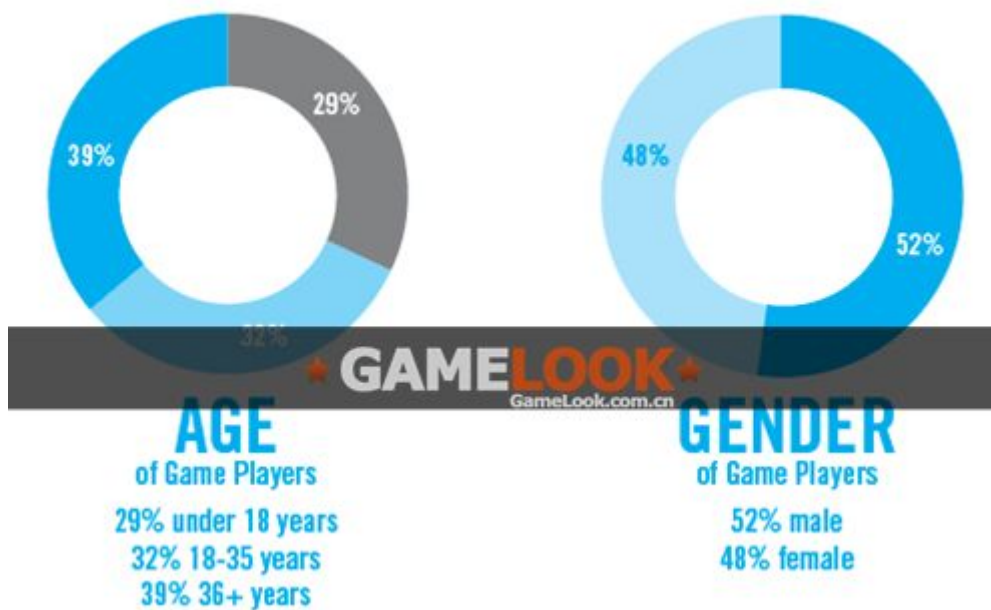


## ESA: 美国2013年游戏业数据报告

在美国游戏玩家当中，男性依然占据大多数，不过女性玩家数量也在大幅增长，据娱乐软件协会（ESA）最近的报告透露，美国玩家女性占48%，男性为52%。

这是在过去十年中，美国男女玩家比例最接近的一次，该报告还发现18岁以上女性占总玩家数的36%，而18岁以下男性只占17%。



2013年美国玩家年龄和性别比例分布图

以下是报告详细内容：

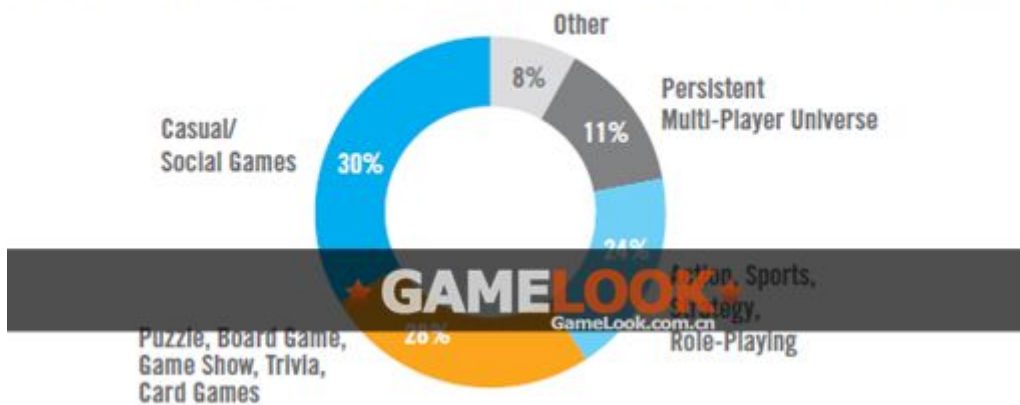
娱乐软件协会（ESA）CEO 兼总裁 Michael D. Gallagher 说，“我们的行业出现了非常明显的增长趋势，游戏是娱乐形式的一种，全球有越来越多的用户开始对游戏感兴趣。随着新一代硬件、软件以

及创意、技术和内容的出现，游戏业在未来几年内将继续快速增长”。

该报告显示，59%的美国人玩游戏，美国玩游戏的家庭当中，平均每家有两个成员是游戏玩家，美国家庭平均每家至少玩过一款主机、PC 或者智能机游戏。

北卡罗来纳州立大学心理学副教授兼 Gains Through Gaming Lab 联合主任 Jason Allaire 说，“游戏玩家跨越各种年龄，人们不再对玩游戏抱有成见，你的爷爷、老板甚至教授都可能是游戏玩家。”

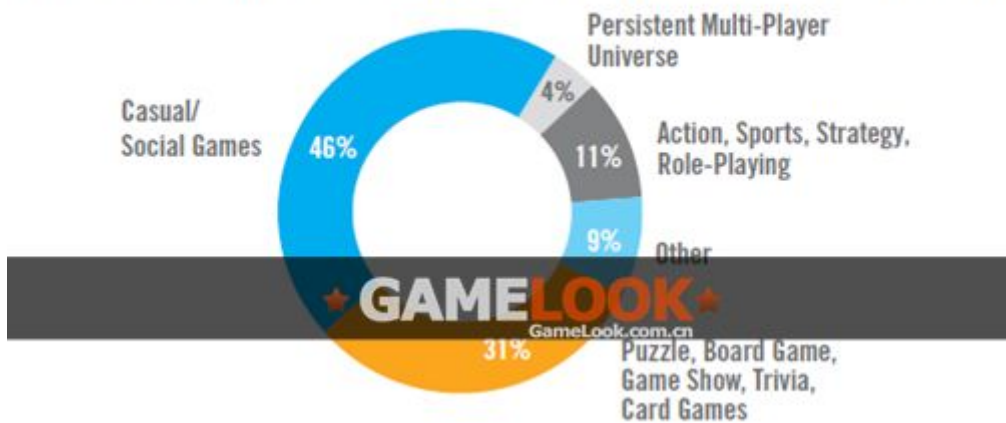
## TYPES OF ONLINE GAMES PLAYED MOST OFTEN:



最受玩家喜欢的在线游戏类型比例分布

51%的美国家庭都有游戏主机，而且拥有主机的家庭平均每家有2台。在美国拥有游戏设备的家庭当中，68%的在主机上玩游戏，53%的家庭使用智能机玩游戏，41%的家庭使用无线设备玩游戏。智能机和无线设备玩游戏比例同比分别增长了22%和37%。

## TYPES OF MOBILE GAMES PLAYED MOST OFTEN:



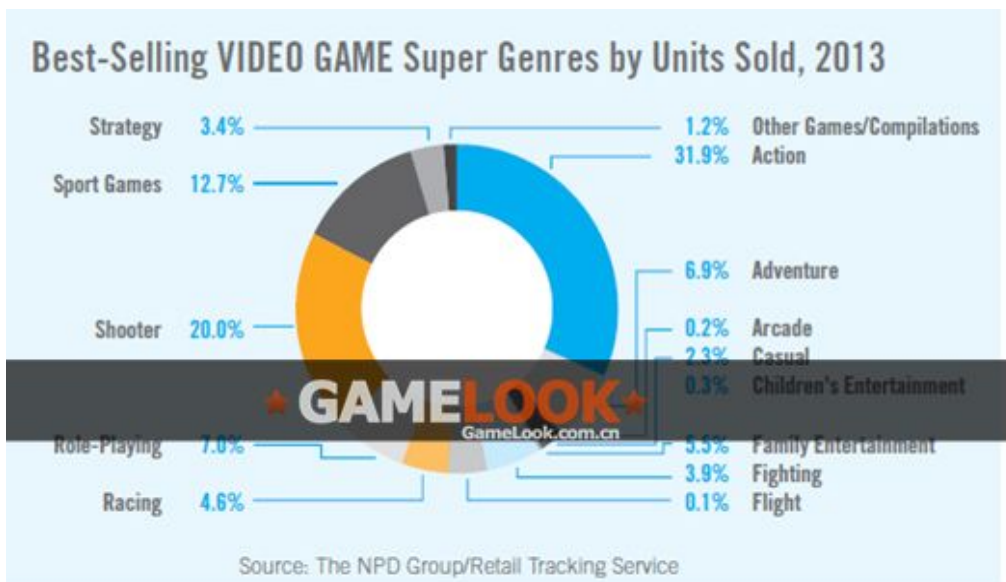
最受玩家喜欢的手游类型比例分布

玩家的平均年龄为31岁，女性18岁以上的人群占总玩家的36%，而男性18岁以下占总玩家比例的17%，50岁以上的女性玩家同比增长了32%。

平均玩家游戏年龄为14年，成年玩家的游戏年龄平均在16年，其中成年男性游戏年龄平均18年，而成年女性平均13年。

### 游戏消费

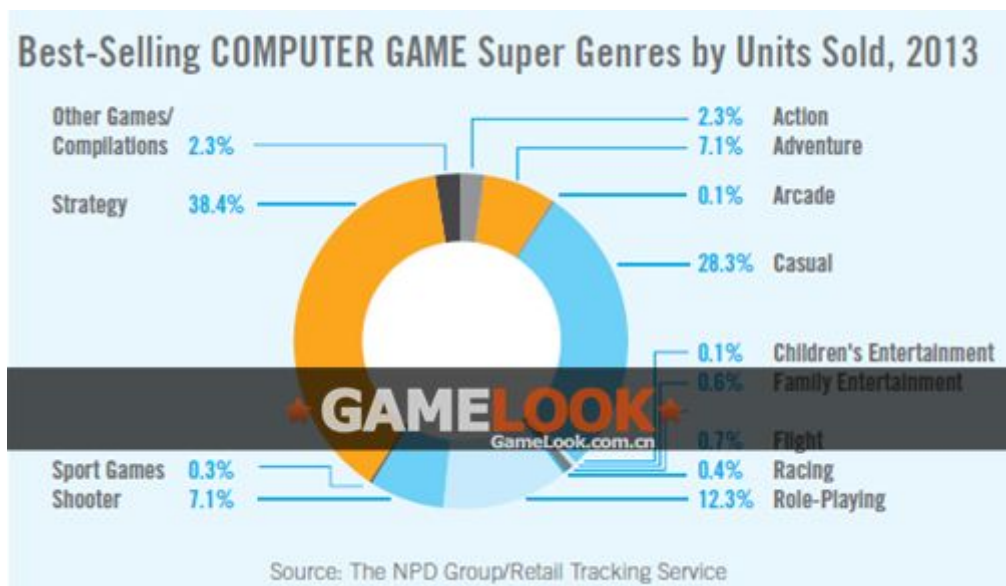
游戏消费最频繁的玩家平均年龄为35岁，44%的玩家称游戏消费比DVD，音乐和去电影院更有价值。48%的玩家称，影响他们购买游戏的重要因素分别是游戏画面质量、故事情节、游戏品牌、口碑传播，21%的玩家称游戏价格是他们购买游戏时考虑的最主要因素。



2013年美国电视游戏畅销类别分布

## 游戏分类

移动设备的休闲/社交游戏和在线游戏在过去一年增长迅速，在玩家最受欢迎的内容当中，社交游戏同比增长了**55%**。**44%**的玩家通过智能机玩游戏，**33%**的玩家使用无线设备。



2013年美国电脑游戏畅销类别分布

和三年前相比游戏时间增多的玩家当中，48%的玩家减少了看电视时间，47%的玩家去电影院的时间减少了，47%的人在家看电影的时间变少了，50%拥有主机设备的玩家同时用主机来看电影。

## TOP 20 SELLING VIDEO GAMES OF 2013 BY UNITS SOLD

RANK	TITLE	ESRB RATING
1	GRAND THEFT AUTO V	MATURE
2	CALL OF DUTY: GHOSTS	MATURE
3	MADDEN NFL 25	EVERYONE
4	BATTLEFIELD 4	MATURE
5	ASSASSIN'S CREED IV: BLACK FLAG	MATURE
6	NBA 2K14	EVERYONE
7	CALL OF DUTY: BLACK OPS II	MATURE
8	JUST DANCE 2014	EVERYONE 10+
9	MINECRAFT	EVERYONE 10+
10	DISNEY INFINITY	EVERYONE 10+
11	FIFA 14	EVERYONE
12	INJUSTICE: GODS AMONG US	TEEN
13	SKYLANDERS SWAP FORCE	EVERYONE 10+
14	POKEMON X	EVERYONE
15	THE LAST OF US	MATURE
16	POKEMON Y	EVERYONE
17	NBA 2K13	EVERYONE
18	BIOSHOCK INFINITE	MATURE
19	LEGO MARVEL SUPER HEROES	EVERYONE 10+
20	BATMAN: ARKHAM ORIGINS	TEEN

Source: The NPD Group/Retail Tracking Service

2013美国电视游戏畅销榜

62%的玩家和其他人一起玩游戏，77%的玩家每周至少和其他玩家一起玩游戏时间在一小时以上，47%的用户玩社交游戏。在和其他人共同玩游戏的玩家当中，比例最多的分别是朋友（42%）、家人（32%）、父母（18%）以及另一半（14%）。



# TOP 20 SELLING **COMPUTER** GAMES OF 2013

BY UNITS SOLD

RANK	TITLE	ESRB RATING
1	STARCRRAFT II: HEART OF THE SWARM EXPANSION PACK	TEEN
2	SIM CITY 2013	EVERYONE 10+
3	THE SIMS 3: UNIVERSITY LIFE EXPANSION PACK	TEEN
4	THE SIMS 3: STARTER PACK	TEEN
5	THE SIMS 3	TEEN
6	THE SIMS 3: ISLAND PARADISE EXPANSION PACK	TEEN
7	STARCRRAFT II: WINGS OF LIBERTY	TEEN
8	WORLD OF WARCRRAFT: MISTS OF PANDARIA EXPANSION PACK	TEEN
9	DIABLO III	MATURE
10	THE SIMS 3: SUPERNATURAL EXPANSION PACK	TEEN
11	THE SIMS 3 SEASONS EXPANSION PACK	TEEN
12	THE SIMS 3: PETS	TEEN
13	ELDER SCROLLS V: SKYRIM	MATURE
14	CIVILIZATION V	EVERYONE 10+
15	BATTLEFIELD 4	MATURE
16	FINAL FANTASY XIV ONLINE: A REALM REBORN	TEEN
17	GUILD WARS 2	TEEN
18	AGE OF EMPIRES 2	TEEN
19	WORLD OF WARCRRAFT: BATTLE CHEST	TEEN
20	AMAZING HIDDEN OBJECT GAMES 3 PACK	EVERYONE 10+

Source: The NPD Group/Retail Tracking Service

## 2013美国电脑游戏畅销榜

88%的游戏儿童家长认为 ESRB 分级对于给孩子挑选游戏是有帮助的，85%的家长认可 ESRB 游戏分级系统。87%的家长认为新游戏主机当中的家长控制是有帮助的，83%的家长为孩子设置游戏时间限制，80%的家长为儿童设置上网时间限制，76%的家长限制孩子看电视的时间，70%的家长则限制孩子看电影的时间。

在2013美国游戏 ESRB 分级当中，46%获得了 E(所有人)，19%评分是 E10+ (10岁以上所有人)，23%的游戏获得了 T 评级 (青少年)，只有12%的评级是 M (成熟年龄人群)。

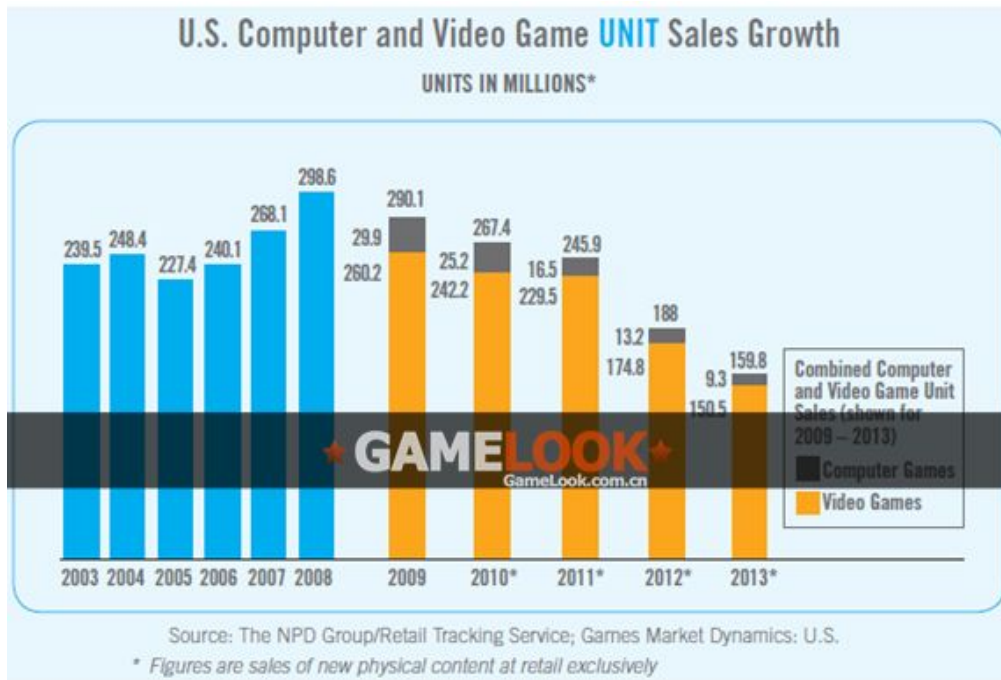
91%的家长在孩子购买或者租借游戏的时候是在场的，82%的儿童在进行游戏消费或者租借游戏之前需要获得家长同意，95%的家长

对孩子的游戏内容表示关注，56%的家长认为游戏对孩子们的生活是有积极作用的。68%有18岁以下成员的家庭认为玩游戏是对学习有益的。



2003-2013美国电视和电脑游戏销售额增长

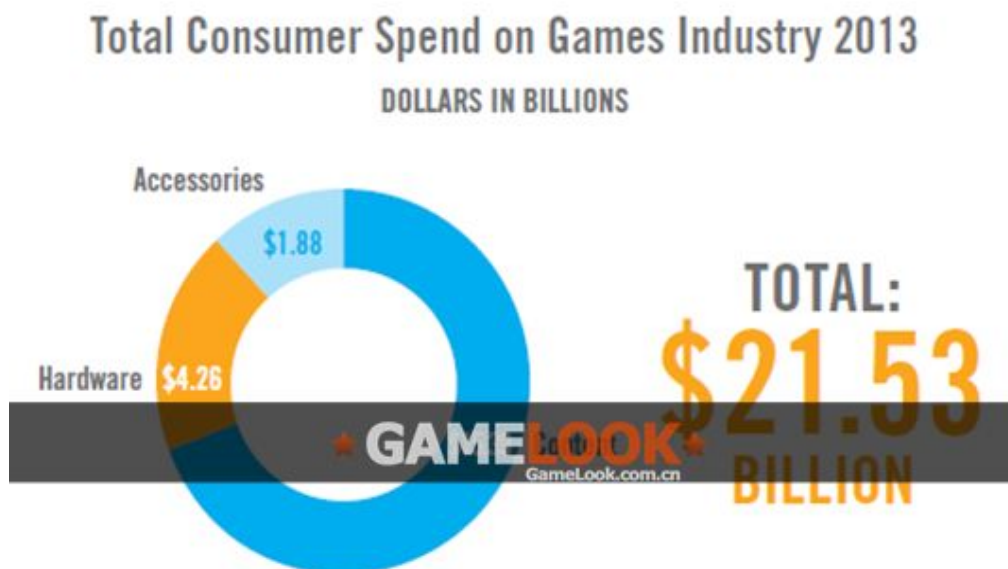
42%游戏玩家的家长至少每周都和他们一起游戏，58%的玩家的家长每个月至少陪孩子玩游戏一次。家长们陪孩子玩游戏的原因包括：游戏对整个家庭来说都很有趣（88%），应孩子要求（84%），是与孩子进行交流的机会（75%），可以监管孩子们的游戏内容（61%），和孩子一样喜欢玩游戏（47%）。



2003-20

13年美国电视和电脑游戏销量增长图

Institute of Play 执行总监 Katie Salen 说，“游戏是两代人之间娱乐和学习最好的平台，孩子们通常比家长们更能够适应游戏，他们在游戏中通常是专家级的，可以教家长怎么玩游戏，这为家长和孩子提供了互动和交流的机会，从研发的角度来讲，这也是很有益的”。

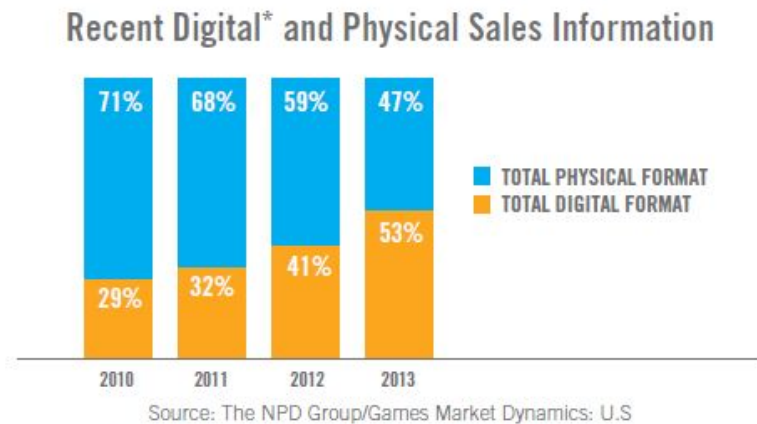


美国

2013游戏业销售比例分布



美国2013年主机游戏销售最佳的是动作类内容（31.9%）其次分别是射击（20%）、体育（12.7%）RPG（7%）以及冒险游戏（6.9%）等内容。PC 游戏销售最佳的内容分别是策略（38.4%）、休闲（28.3%）、RPG（7.1%）、射击（7.1%）等。



\*Digital format sales include subscriptions, digital full games, digital add-on content, mobile apps and social network gaming 2010-20

13年美国数字游戏销售和实体游戏销售收入比例

美国2013年游戏销售额达到154亿美元，游戏行业消费额达到215.3亿美元，数字游戏销售比例首次突破实体游戏销售，占53%。