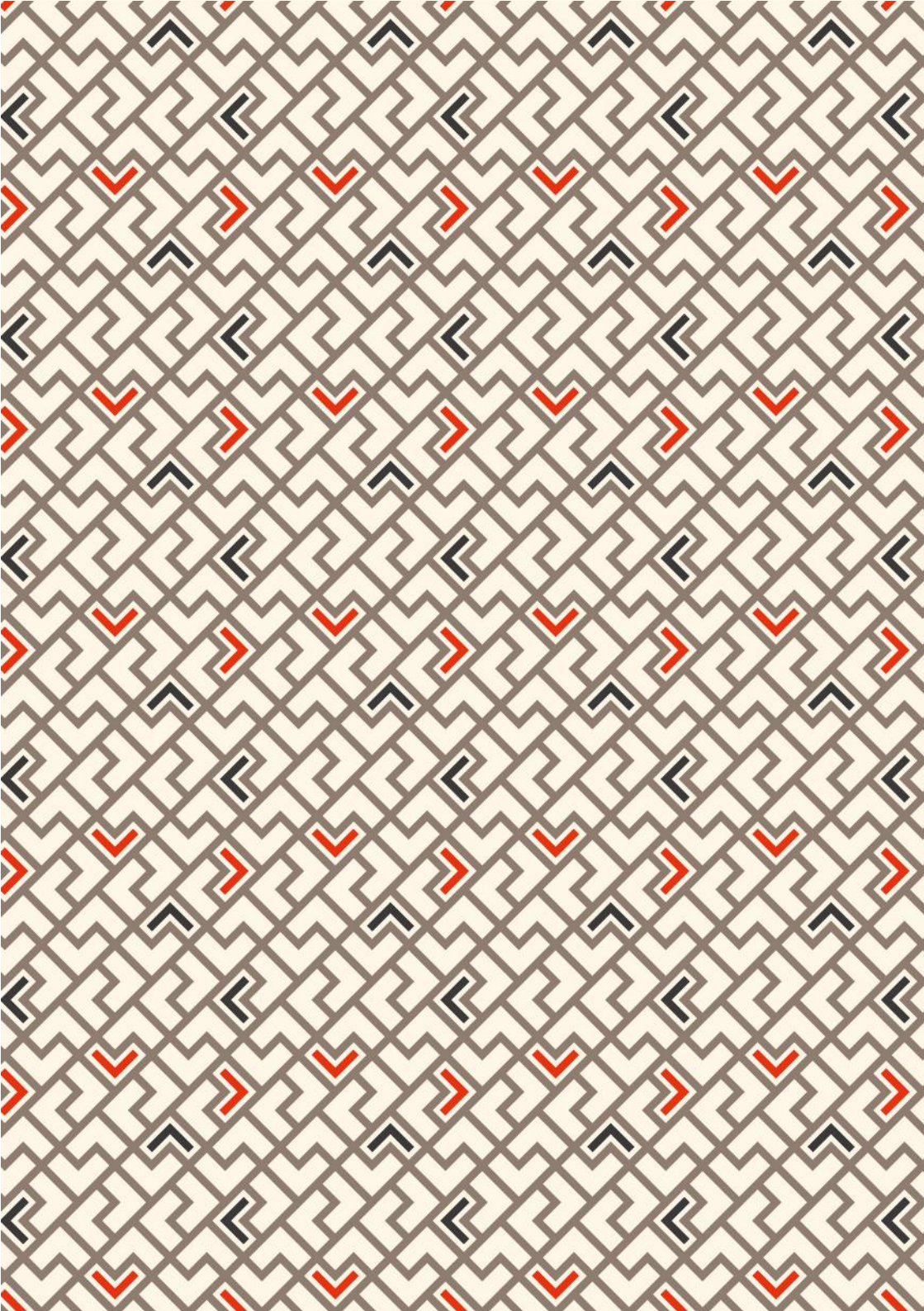


# نمای نزدیک ۱۴۰۰

## پلتفرم موبایل



دانش  
هدایتگر  
تفاوتهاست



۲	مقدمه
۳	وضعیت بازی‌های موبایلی در جهان
۴	تعداد بازیکنان بازی‌های موبایلی در ایران
۵	سهم بازیکنان موبایلی از بازیکنان ایرانی
۶	وضعیت بازیکنان موبایلی به تفکیک دسته‌ها
۷	ترکیب سنی بازیکنان موبایلی
۸	میانگین سنی بازیکنان موبایلی
۹	میانگین سنی بازیکنان موبایلی برحسب محل سکونت
۱۰	میانگین سنی بازیکنان موبایلی به تفکیک دسته‌بندی بازیکنان
۱۱	توزیع بازیکنان موبایلی برحسب نوع محل سکونت
۱۲	نرخ نفوذ موبایل برحسب نوع محل سکونت در بین کل بازیکنان
۱۳	نسبت بازیکنان موبایلی برحسب استان محل سکونت
۱۴	توزیع جنسیت در بازیکنان موبایلی
۱۵	وضعیت زمان بازی در بین بازیکنان موبایلی
۱۶	متوسط زمان بازی بازیکنان موبایلی (برحسب دقیقه)
۱۷	میزان بازی با موبایل (در هفته)
۱۸	وضعیت ابزارها و پلتفرم‌های بازی موبایلی در ایران
۱۹	نسبت بازیکنان موبایلی برخط
۲۰	میزان تمایل به تماشای بازی دیگران در بازیکنان موبایلی
۲۱	روش تماشای بازی دیگران در بازیکنان موبایلی
۲۲	میزان توجه بازیکنان موبایلی به نظام رده‌بندی سنی
۲۳	میزان توجه بازیکنان موبایلی به نظام رده‌بندی سنی (به تفکیک جنسیت)
۲۴	میزان توجه بازیکنان موبایلی به نظام رده‌بندی سنی (به تفکیک گروه‌های سنی)
۲۵	وضعیت هزینه‌کرد در بین بازیکنان موبایلی
۲۶	شخصیت‌های موردعلاقه بازیکنان موبایلی
۲۷	سبک‌های موردعلاقه بازیکنان موبایلی
۲۸	بازی‌های موردعلاقه بازیکنان موبایلی
۳۰	رو به جلو
۳۲	منابع
۳۳	همکاران این گزارش

## مقدمه

صنعت بازی‌های موبایل در سال‌های اخیر رشد فوق‌العاده‌ای داشته است، به طوری که افراد بیشتری به بازی با تلفن و تبلت‌های خود می‌پردازند. این رشد با افزایش در دسترس بودن دستگاه‌های تلفن همراه، افزایش پلتفرم‌های بازی سازگار با موبایل و محبوبیت فزاینده بازی‌های تلفن همراه انجام شده است.

پیش‌بینی می‌شود درآمد بخش بازی‌های موبایلی از ۳۱۵/۹۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ به ۴۱۹/۷۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۷ افزایش یابد و تعداد کاربران به ۲/۳۲ میلیارد نفر و ضریب نفوذ کاربران از ۲۵/۱ درصد به ۲۹/۲ درصد افزایش یابد. تخمین زده می‌شود که بازار تبلیغات درون بازی با نرخ رشد مرکب سالانه<sup>۱</sup> ۷/۰۸ درصد رشد کند و تا سال ۲۰۲۷ به ۲۲۱/۵۱۱ میلیارد دلار برسد.<sup>۲</sup>

1 - CAGR (Compound annual growth rate)  
2 - Gitnux.com

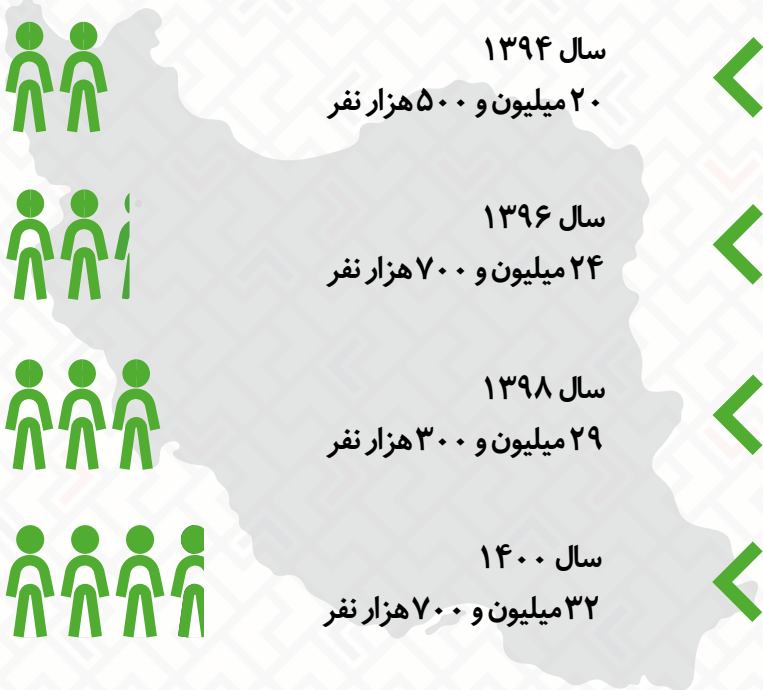
## وضعیت بازی‌های موبایلی در جهان

باید توجه داشت بازی‌های موبایلی اکنون ۵۱ درصد از درآمد جهانی را در صنعت بازی به خود اختصاص می‌دهند و پس از آن بازی‌های کنسولی (۲۵ درصد) و رایانه‌های شخصی (۲۴ درصد) قرار دارند. ۶۲ درصد از دارندگان گوشی‌های هوشمند یک بازی را در عرض یک هفته پس از دریافت گوشی خود نصب می‌کنند و بازی‌های موبایل اکنون بیش از ۴۳ درصد از کل زمان صرف شده برای گوشی‌های هوشمند را تشکیل می‌دهند.<sup>۱</sup>

در ادامه این گزارش به بررسی آمارهای استخراج شده از نتایج آخرین پیمایش مصرف بازی‌های دیجیتال در سال ۱۴۰۰ در سکوی موبایل می‌پردازیم.

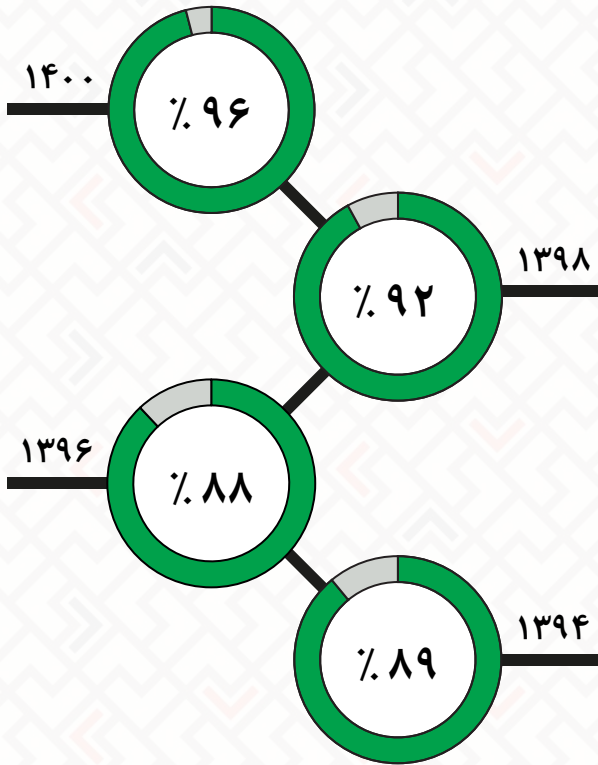
## تعداد بازیکنان بازی‌های موبایلی در ایران

بر اساس نتایج آخرین پیمایش نرخ رشد مرکب سالانه تعداد بازیکنان موبایلی در ایران بین سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰، برابر با ۸/۱۱ درصد بوده است.



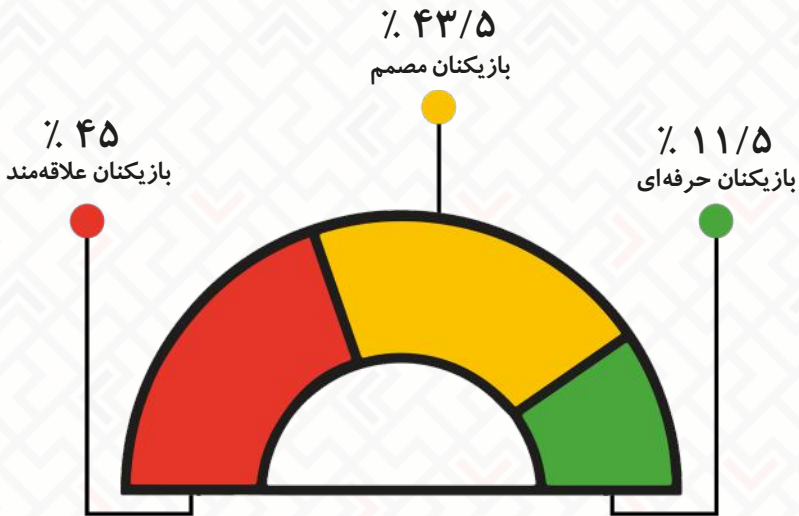
## سهم بازیکنان موبایلی از بازیکنان ایرانی

بررسی سهم بازیکنان در سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ نشان از رشد این بازیکنان در پلتفرم موبایل دارد، تا جایی که در سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۹۶ درصد از بازیکنان که شامل ۳۲،۷۳۶،۸۵۳ نفر هستند اعلام داشته‌اند که از این پلتفرم برای بازی استفاده می‌کنند.



## وضعیت بازیکنان موبایلی به تفکیک دسته‌ها

لازم به ذکر است در این گزارش با توجه به یافته‌های گزارش نمای نزدیک بازیکنان، ۳ دسته از بازیکنان شناسایی شده‌اند که شامل بازیکنان مصمم، بازیکنان علاقه‌مند و بازیکنان حرفه‌ای بوده‌اند و همان‌گونه که در نمودار زیر قابل مشاهده است. در بین بازیکنان موبایلی علاقه‌مندان بیشترین نسبت را به خود اختصاص داده‌اند و تنها ۱۱/۵ درصد از آن‌ها را بازیکنان حرفه‌ای تشکیل می‌دهند. به این معنا که غالباً بازیکنان حرفه‌ای از بازیکن موبایلی بودن فاصله می‌گیرند و از سایر ابزارها برای بازی کردن استفاده می‌کنند.





## ترکیب سنی بازیکنان موبایلی

از مقایسه ترکیب سنی بازیکنان موبایلی و کل بازیکنان دیجیتالی در ایران مشخص شد که نسبت بازیکنان موبایلی در گروه‌های سنی خردسال، جوان و میانسال بیش از نسبت این گروه‌های سنی در مجموع بازیکنان ایرانی است. یکی از دلایل این موضوع به ویژه در خردسالان محدودیت دسترسی به رایانه و کنسول است.

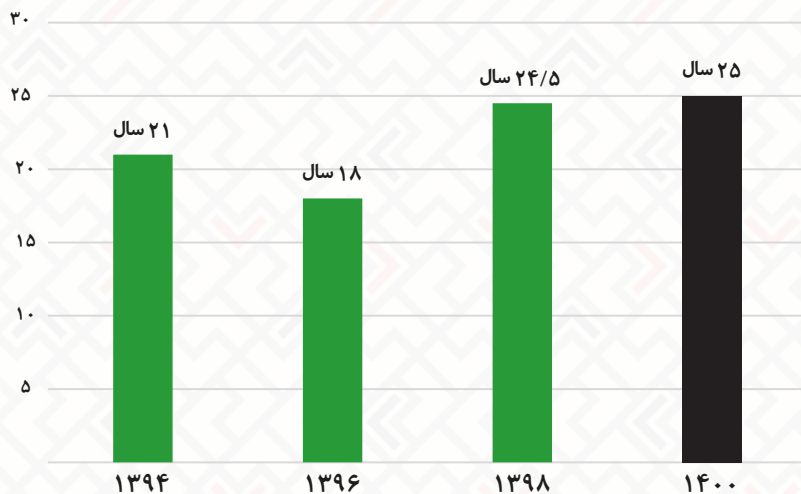
بازیکنان موبایلی

کل بازیکنان



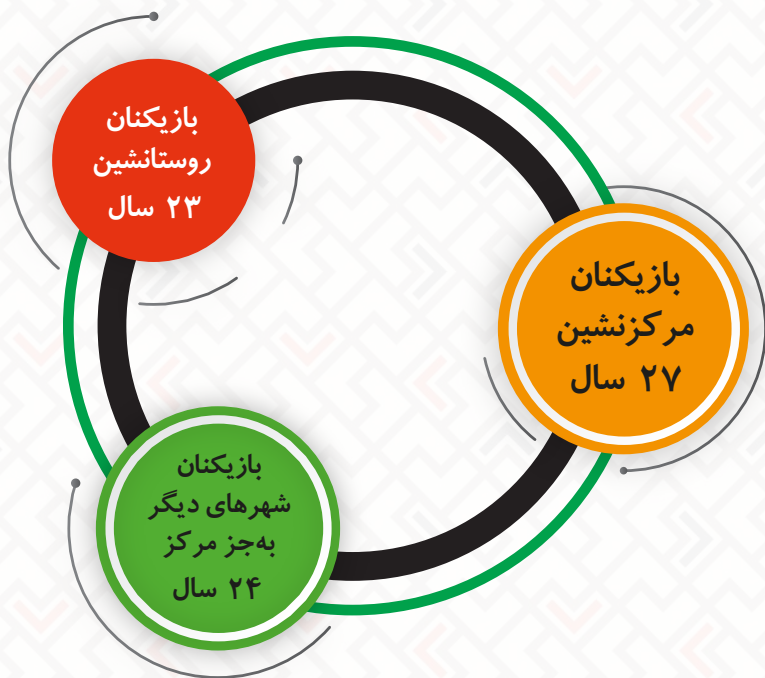
## میانگین سنی بازیکنان موبایلی

بررسی میانگین سنی بازیکنان موبایلی در سال‌های اخیر نشان از افزایش این شاخص در بین بازیکنان ایرانی دارد تا جایی که این عدد از سن ۲۱ سال در سال ۱۳۹۴ به سن ۲۵ سال در نتایج آخرین پیمایش ۱۴۰۰ افزایش یافته است. علاوه بر این، بالاتر رفتن این عدد می‌تواند نشان از استقبال از بازی‌ها به عنوان یک سرگرمی در بین گروه‌های سنی بالاتر باشد.



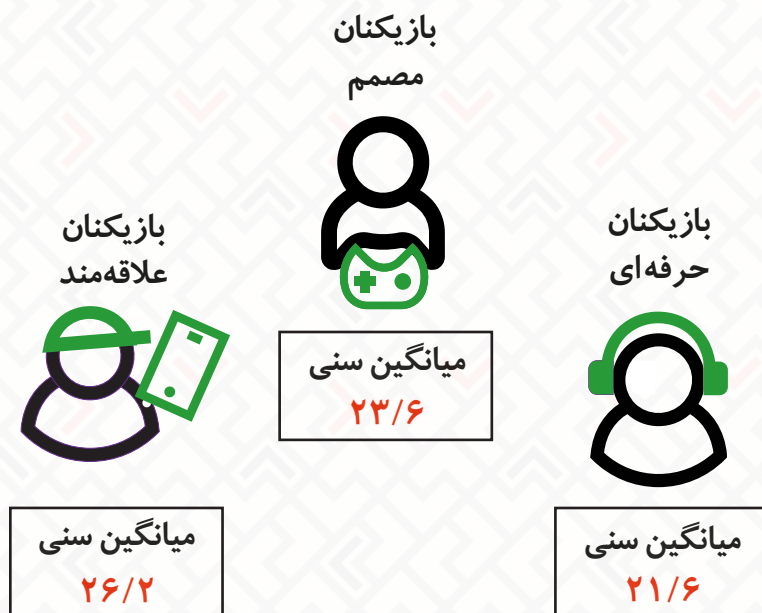
## میانگین سنی بازیکنان موبایلی برحسب منطقه سکونت

بررسی میانگین سنی بازیکنان موبایلی بر حسب مناطق سکونت نشان می‌دهد که در مناطق مرکز نشین بازی‌های موبایلی توانسته گروه‌های سنی بالاتر را درگیر نماید، در حالی که در مناطق روستا نشین میانگین سنی برابر با ۲۳ سال می‌باشد و نشان از استقبال از بازی‌های موبایلی در جوانان مناطق روستایی دارد. بر این اساس می‌توان بازی‌های موبایلی را شکلی از مصرف فرهنگی جدید در مناطق روستایی دانست.



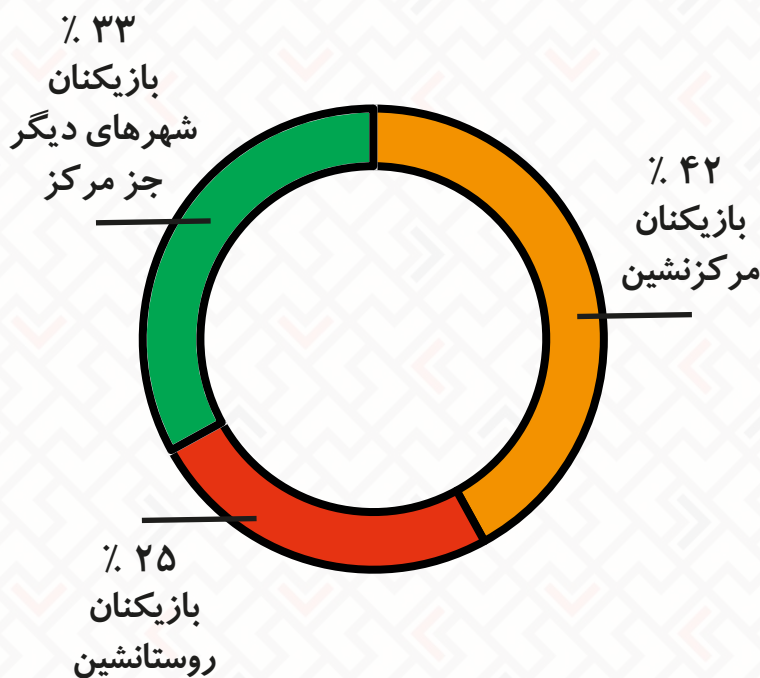
## میانگین سنی بازیکنان موبایلی به تفکیک دسته بندی بازیکنان

بررسی میانگین سنی بازیکنان موبایلی در دسته‌های بازیکنان نشان می‌دهد که در بین بازیکنان حرفه‌ای میانگین سنی پایین‌تر است و در بین بازیکنان علاقه‌مند شاهد میانگین سنی بالاتری هستیم که نشان از درگیری بیشتر گروه‌های سنی بالاتر با بازی‌های موبایلی دارد.



## توزیع بازیکنان موبایلی بر حسب نوع محل سکونت

بررسی توزیع بازیکنان موبایلی بر اساس محل سکونت نیز نشان می‌دهد که بازیکنان مرکز نشین بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند البته باید توجه داشت یکی از دلایل این موضوع، فراوانی بیشتر افراد مرکز نشین از سایر گروه‌ها بوده است. در نمودار بعدی اما نرخ نفوذ پلتفرم موبایل به تفکیک مناطق قابل مشاهده است که نشان از پر کاربرد بودن این پلتفرم در بین بازیکنان روستانشین دارد.



## نرخ نفوذ موبایل برحسب نوع محل سکونت در بین کل بازیکنان

یکی از نکات قابل تامل در این گزارش، نرخ نفوذ موبایل است که بر اساس آن در کل بازیکنان مورد بررسی، موبایل بیشترین نفوذ را در بین ساکنان مناطق روستایی داشته است که عدم دسترسی به سایر پلتفرم‌های بازی می‌تواند یکی از دلایل کاربرد بیشتر این پلتفرم باشد. کمترین میزان نرخ نفوذ نیز مربوط به مناطق مرکز نشین بوده است.

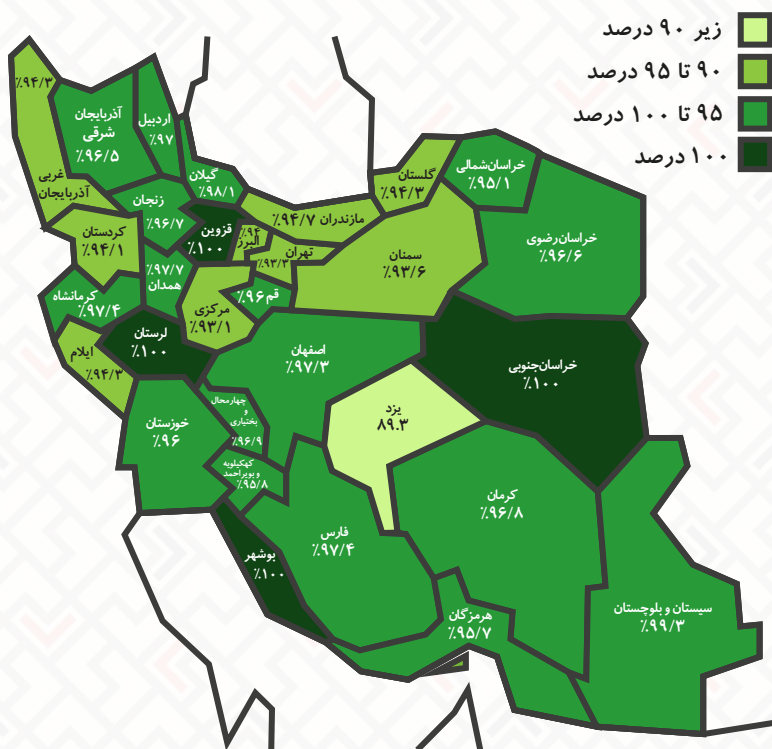


۱- مقصود از نرخ نفوذ در این گزارش میزان پراکندگی مصرف پلتفرم‌ها در میان بازیکنان است.

## نسبت بازیکنان موبایلی برحسب استان محل سکونت

همان گونه که در تصویر پایین قابل مشاهده است، کمترین نسبت بازیکنان موبایلی در بین بازیکنان در هر استان مربوط به استان های یزد، مرکزی و تهران بوده است.

همچنین در بین بازیکنان استان های بوشهر، لرستان، قزوین و خراسان جنوبی نسبت بازیکنان موبایلی برابر با ۱۰۰ بوده است، به این معنا که همه بازیکنان در این استان ها از موبایل برای بازی استفاده می کرده اند.



## توزیع جنسیت در بازیکنان موبایلی

نتایج پژوهش انجام شده نشان می‌دهد که در بین بازیکنان موبایلی مردان ۶۲ درصد و زنان ۳۷ درصد را به خود اختصاص داده‌اند، در این بین باید توجه داشت که جمعیت مردان بازیکن بیش از زنان است بر همین مبنا در بین بازیکنان موبایلی درصد مردان بیش از زنان بوده است. اما باید توجه داشت با بررسی نسبت بازیکنان موبایلی در هر دو جنس مشخص می‌شود که در بین مردان ۹۴ درصد و در بین زنان ۹۹ درصد بازیکن موبایلی بوده‌اند.

نسبت بازیکنان موبایلی در مردان

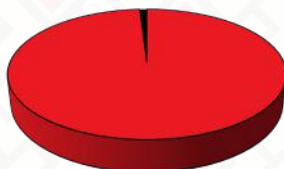


۹۴٪



♂ ۶۲٪/۵

نسبت بازیکنان موبایلی در زنان



۹۹٪



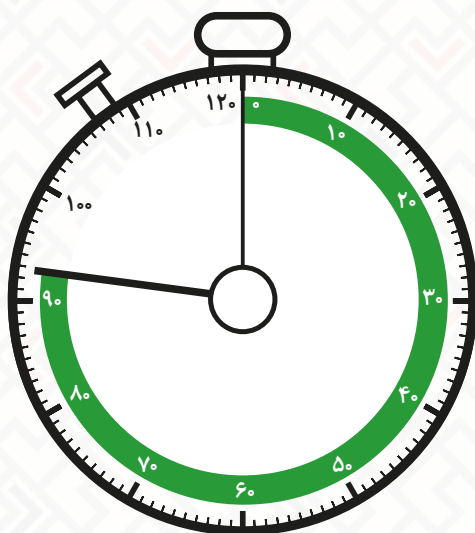
♀ ۳۷٪/۵



## وضعیت زمان بازی در بین بازیکنان موبایلی

بازیکنان موبایلی حداقل ۱ ساعت در هفته بازی می‌کنند، علاوه بر این باید توجه داشت این بازیکنان به طور میانگین ۷۱ دقیقه در روز تنها با پلتفرم موبایل بازی می‌کنند.

میانگین بازی در روز **۹۳** دقیقه



میانگین بازی در هفته **۶۵۴** دقیقه

## متوسط زمان بازی بازیکنان موبایلی (بر حسب دقیقه)

بررسی میانگین زمان بازی در بازیکنان موبایلی نشان می‌دهد که مردان بیش از زنان و بازیکنان حرفه‌ای بیش از سایر گروه‌ها برای بازی‌های موبایلی زمان صرف می‌کنند.

زنان

۵۵ دقیقه



مردان

۸۱ دقیقه



بازیکنان علاقه‌مند

۲۰ دقیقه



بازیکنان مصمم

۷۹ دقیقه

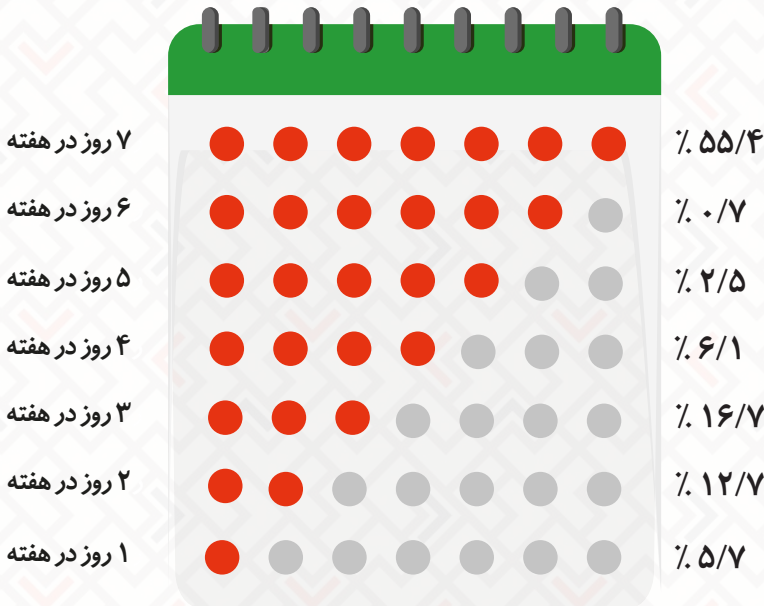


بازیکنان حرفه‌ای

۲۴۳ دقیقه

## میزان بازی با موبایل (در هفته)

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ۵۵/۴ درصد از بازیکنان موبایلی هر روز با این پلتفرم بازی می‌کنند، ۳۸/۷ درصد از آن‌ها نیز بیش از ۱ روز در هفته بازی می‌کنند و تنها ۵/۷ درصد از بازیکنان فقط ۱ روز در هفته مشغول بازی با موبایل هستند که این موضوع نشان از درگیری زیاد مخاطبان و همچنین دسترسی روزانه به بازی‌های موبایلی در جامعه ایران است.



## وضعیت ابزارهای و پلتفرم‌های بازی موبایلی در ایران



تبلت

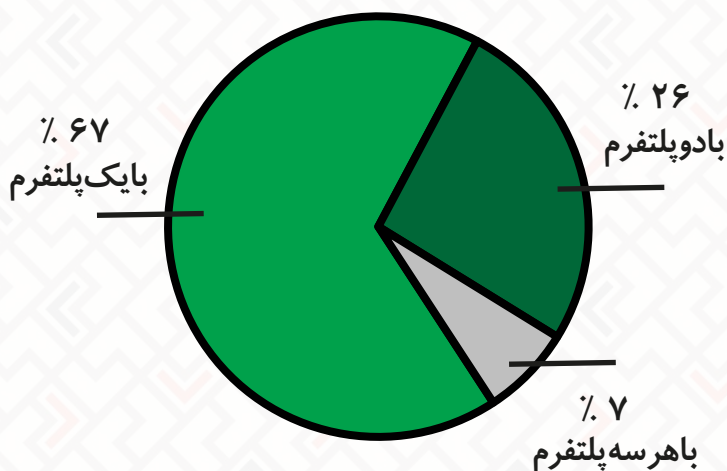
٪ ۱۳/۶



گوشی هوشمند

٪ ۹۵/۸

وضعیت ابزارهای بازی در بین بازیکنان موبایلی نشان می‌دهد که ۹۵/۸ درصد بازیکنان از گوشی هوشمند و ۱۳/۶ درصد از تبلت استفاده می‌کنند. همچنین وضعیت پلتفرم‌های بازی نشان می‌دهد که ۶۷ درصد از بازیکنان موبایلی تنها بایک پلتفرم بازی می‌کنند.



## نسبت بازیکنان موبایلی برخط

یکی دیگر از شاخص‌های مورد بررسی در این گزارش وضعیت بازی برخط بوده است، که در بین بازیکنان موبایلی بالغ بر ۵۶ درصد آن‌ها به صورت برخط بازی می‌کردند که لازم به ذکر است، به دلیل حجم عظیم بازیکنان موبایلی این عدد به درصد کل بازیکنان برخط بسیار نزدیک است.



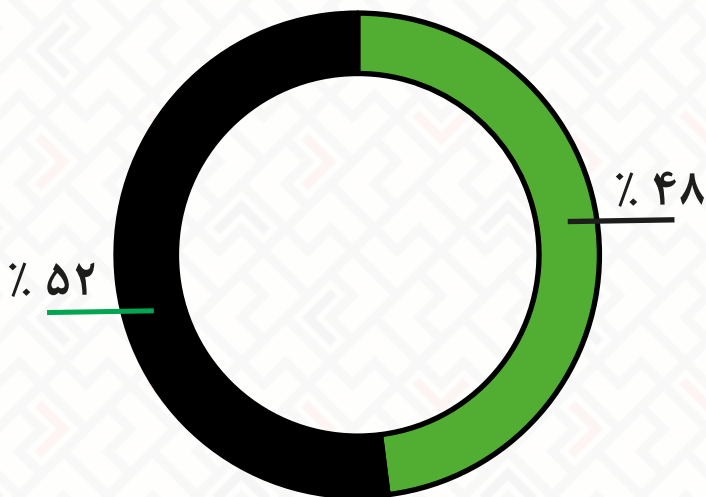
کل بازیکنان



بازیکنان موبایلی

## میزان علاقه به تماشای محتوای بازی کردن دیگران در بازیکنان موبایلی

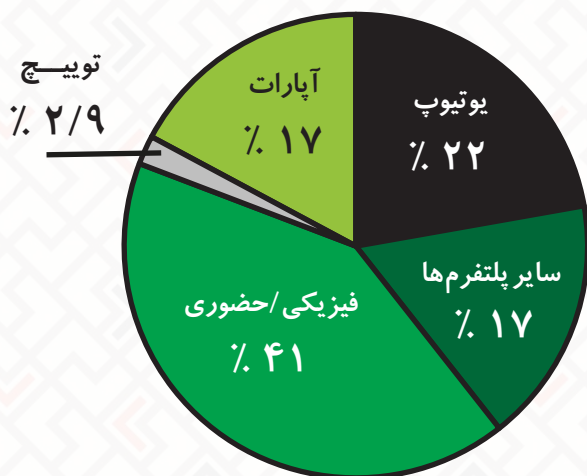
یکی از شاخص‌های مورد بررسی در این پژوهش میزان تمایل بازیکنان موبایلی به تماشای بازی دیگران بر روی موبایل، کنسول یا رایانه بوده است، که نتایج این مطالعه نشان داد، نزدیک به نیمی از بازیکنان موبایلی علاقه‌مند به تماشای بازی دیگران هستند.



خیر ■  
بله ■

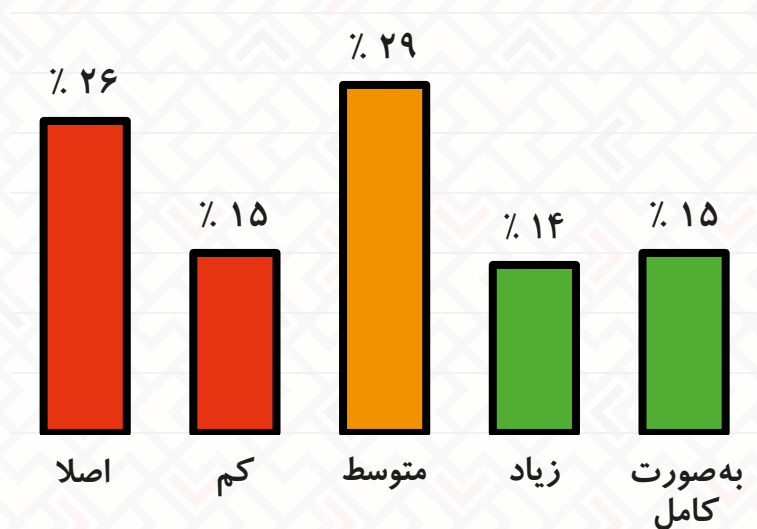
## روش تماشای بازی دیگران در بازیکنان موبایلی

با بررسی روش تماشای بازی در بازیکنان موبایلی روشن شد که بالغ بر ۱۷ درصد از بازیکنان با استفاده از پلتفرم‌های داخلی نظیر آپارات به تماشای بازی دیگران پرداخته‌اند که این موضوع به ویژه در گروه‌های سنی کودک و نوجوان بسیار حائز توجه است و نشان از ظرفیت‌های داخلی برای توسعه صنعت بازی دارد، که با بررسی رده سنی ۲ تا ۱۸ سال مشخص شد ۵۰ درصد از مخاطبان آپارات را این گروه تشکیل می‌دهند که بر همین اساس می‌توان گفت فراغت زمانی در بین این گروه، تماشای بازی را به شکل جدید مصرف فرهنگی در کودکان و نوجوانان ایرانی بدل کرده است. همچنین نزدیک به نیمی از بازیکنان نیز به صورت فیزیکی و حضوری به تماشای بازی دیگران پرداخته‌اند.



## میزان توجه بازیکنان موبایلی به نظام رده‌بندی سنی

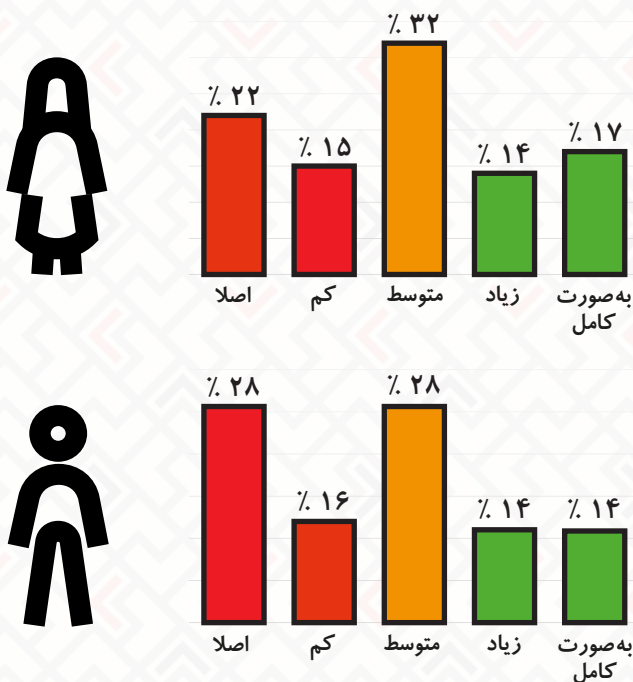
بررسی میزان توجه بازیکنان موبایلی به نظام رده‌بندی سنی در مجموع نشان می‌دهد که بالغ بر ۲۹ درصد از بازیکنان موبایلی تا حد زیادی به این موضوع توجه دارند و بیش از ۴۰ درصد از بازیکنان در این زمینه بی‌توجه یا کم‌توجه هستند. توجه به این شاخص از آن جایی حائز اهمیت است که ۹۶ درصد از بازیکنان ایرانی بر روی این پلتفرم بازی می‌کنند و بالغ بر ۴۰ درصد از بازیکنان این پلتفرم را گروه‌های سنی زیر ۱۸ سال تشکیل می‌دهند.





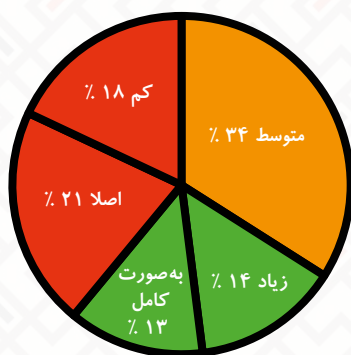
## میزان توجه بازیکنان موبایلی به نظام رده‌بندی سنی به تفکیک جنسیت

بررسی میزان توجه بازیکنان موبایلی نشان می‌دهد که زنان در مجموع بیش از مردان به رده‌بندی سنی توجه دارند، شاید یکی از مهم‌ترین دلایل این موضوع را بتوان مسئولیت‌های مادران در هنگام بازی کودکان دانست که توجه بیشتر آن‌ها را طلب می‌کند که بر همین اساس نیز نتایج بررسی نشان می‌دهد ۶۳ درصد از زنان به طور متوسط و بیش از آن به این مسئله توجه دارند. این در حالی است که ۴۴ درصد از مردان بیان داشته‌اند که کمترین توجهی به این موضوع ندارند.

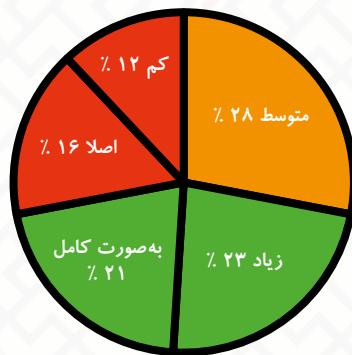


## میزان توجه بازیکنان موبایلی به رده بندی سنی به تفکیک گروه های سنی

بررسی میزان توجه به رده بندی سنی در بین گروه های سنی نیز نشان می دهد که بازیکنان خردسال در گروه سنی ۲ تا ۷ سال تا ۴۴ درصد به صورت زیاد به رده بندی سنی بازی ها توجه دارند، لازم به ذکر است که پاسخ های مربوط به این گروه سنی از سوی والدین یا سایر اعضای خانواده عنوان شده است و بر همین اساس بار دیگر میزان توجه زنان به این موضوع حقیقی تر به نظر می رسد. در بین گروه های سنی ۸ تا ۱۸ سال نیز بیش از ۶۰ درصد از بازیکنان به طور متوسط و بیش از آن به رده بندی سنی توجه دارند.



بازیکنان ۸ تا ۱۸ سال



بازیکنان ۲ تا ۷ سال



بازیکنان موبایلی

در بین بازیکنان موبایلی

بالغ بر **۱۰ درصد** از بازیکنان خریدار هستند

در کل بازیکنان ایرانی

بالغ بر **۲۳ درصد** از بازیکنان خریدار هستند

کل بازیکنان



## شخصیت‌های موردعلاقه بازیکنان موبایلی

- ۱ رونالدو 
- ۲ گوست 
- ۳ لیونل مسی 
- ۴ گربه سخنگو 
- ۵ مرد عنکبوتی 
- ۶ ویکتور 
- ۷ مایکل 
- ۸ کریتوس 
- ۹ دختر کفشدوزکی 
- ۱۰ اسکایلر 

## سبک‌های موردعلاقه بازیکنان موبایلی



۱- معمایی / فکری



۲- بتل رویال



۳- تفننی / امتیازی



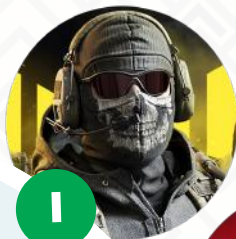
۴- استراتژی



۵- ورزشی



## بازی‌های مورد علاقه بازیکنان موبایلی



۱ کال آف دیوتی

۱



۲ کلش آف کلنز

۲



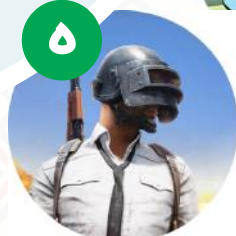
۳ فوتبال موبایل

۳



۴ آمیرزا

۴

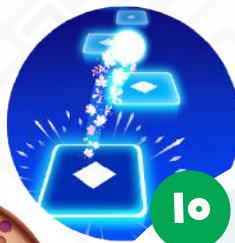


۵ پابجی موبایل

۵

## بازی‌های موردعلاقه بازیکنان موبایلی

بازی باتوپ



منج و منچرز



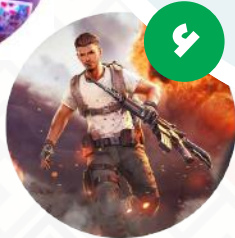
کلاج



بازی‌های فکری



فری فایر



بازار بازی‌های موبایلی یک صنعت به سرعت در حال رشد است که انتظار می‌رود در سال‌های آینده به رشد خود ادامه دهد. با افزایش تعداد کاربران گوشی‌های هوشمند، ظهور فناوری‌های جدید مانند بازی‌های ابری و واقعیت افزوده، بازی‌های موبایلی به شکل محبوبی از سرگرمی در سراسر جهان تبدیل شده است.

به‌طور کلی می‌توان گفت آینده بازی‌های موبایلی درخشان و رو به رشد به نظر می‌رسد. چرا که توسعه‌دهندگان می‌توانند از ظرفیت‌های جدیدی نظیر بلاکچین و متاورس بهره بگیرند. در حقیقت می‌توان گفت امروزه بازیکنان انتخاب‌های بیشتری نسبت به فضای بازی‌های موبایلی دارند.

علاوه بر آن چه ذکر شد توسعه‌دهندگان بازی‌های موبایلی با دسترسی گسترده به اینترنت در کاربران موبایلی فرصت‌های خوبی را برای تبلیغات بازی‌های خود دارند و می‌توانند رقابت‌پذیری و میزان موفقیت خود را افزایش دهند.

در کنار آن چه ذکر شد، در گذشته اغلب این فرض وجود داشت که بازی عمدتاً برای مردان است. امروزه دیگر این‌طور نیست، زیرا بازی همچنان در بین زنان محبوبیت پیدا می‌کند. طبق نتایج این گزارش نیز نزدیک به ۴۰ درصد از بازیکنان در پلتفرم موبایل زنان هستند. این فرصت بزرگی را برای توسعه‌دهندگان بازی فراهم می‌کند.



## رو به جلو

در کنار آنچه گفته شد، با افزایش محبوبیت بازی‌های موبایل، توسعه‌دهندگان بازی‌های چندپلتفرمی<sup>۱</sup> را ایجاد می‌کنند که می‌توان آن‌ها را بر روی چندین دستگاه از جمله موبایل، رایانه شخصی و کنسول‌ها بازی کرد. انتظار می‌رود این روند در سال‌های آینده نیز ادامه پیدا کند، زیرا بازیکنان بیشتری ترجیح می‌دهند بازی‌ها را روی چندین دستگاه بازی کنند.

همچنین باید توجه داشت واقعیت افزوده (VR) به طور فزاینده‌ای در توسعه بازی‌های موبایل در حال محبوب‌شدن است. بازی‌هایی مانند **Pokemon Go** و **Harry Potter: Wizards Unite** پتانسیل واقعیت افزوده در بازی‌های موبایل را نشان داده‌اند و انتظار می‌رود بازی‌های بیشتری در آینده از این فناوری استفاده کنند.

بازی‌های اجتماعی نیز به طور فزاینده‌ای در حال محبوب‌شدن هستند. بازی‌هایی مانند **Among Us** و **Fortnite** که به بازیکنان اجازه می‌دهند با دوستان و سایر بازیکنان از سراسر جهان بازی کنند. انتظار می‌رود این روند ادامه یابد، زیرا بازیکنان بیشتری ترجیح می‌دهند با دوستان خود بازی کنند.

## منابع

- <https://go-globe.com>
- <https://statista.com>
- <https://cnbc.com>
- <https://fungies.io>
- <https://forbes.com>
- <https://makeuseof.com>
- <https://pocketgamer.com>
- <https://go-globe.biz>
- <https://sdlccorp.com>
- <https://medium.com>
- <https://influencermarketinghub.com>

## همکاران این گزارش



فرزانه شریفی  
ناظر و سرپرست پروژه

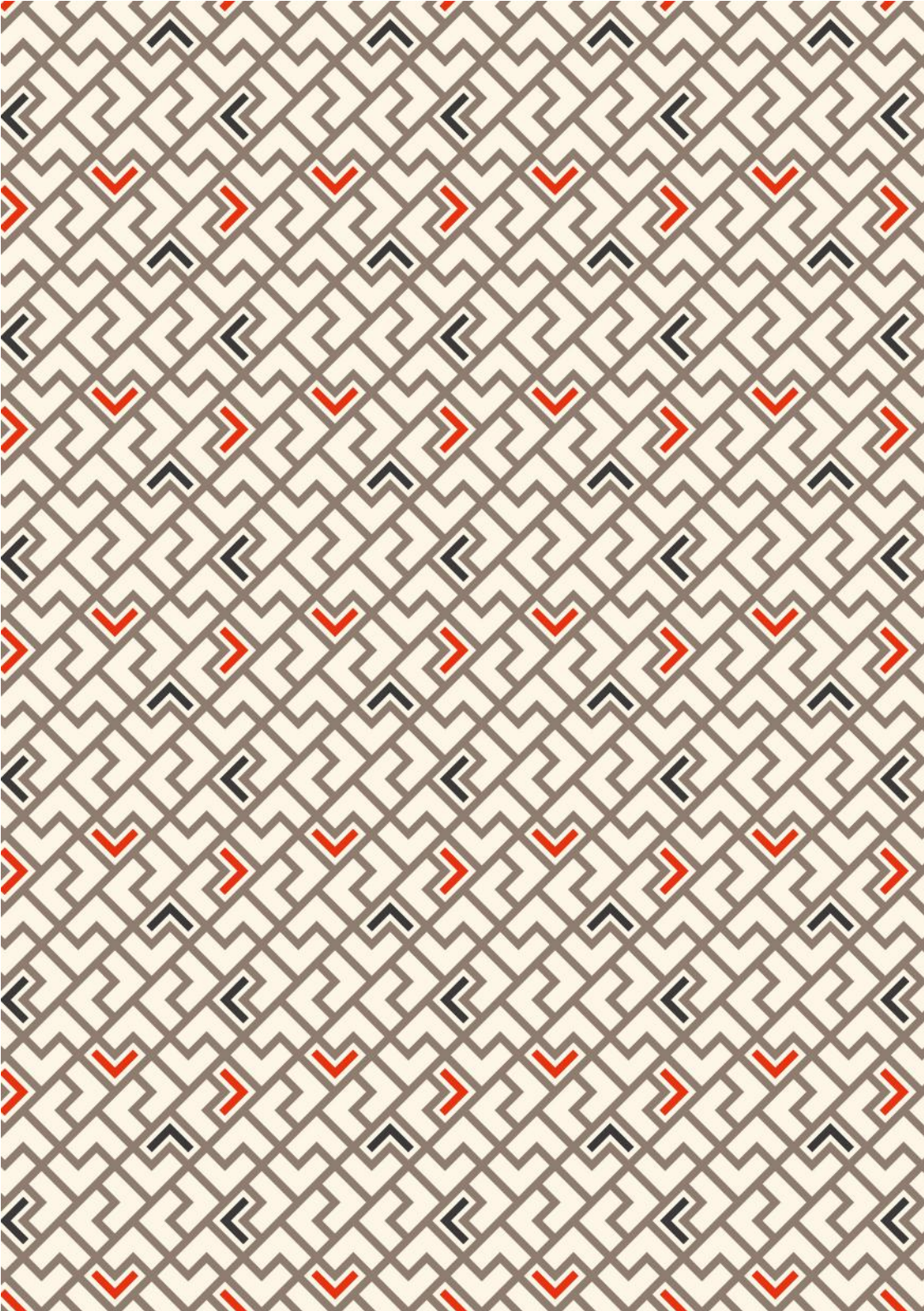


علیرضا کبورانی  
استخراج و تنظیم داده‌ها



مهشید شهیدی  
نگارش، تحلیل و تنظیم گزارش





# دانش هدایتگر تفاوتهاست

