

نمای نزدیک ۱۳۹۸

پلتفرم موبایل:
نیروی پیشران

Mobile Platform:
Driving Force



دانستن
هدایتگر
تفاوت‌هاست

۲



مقدمه

۳



این پژوهش چگونه انجام شده است؟

۴



در یک نگاه

۵



بازیکنان موبایلی چه کسانی هستند؟

۷



بازیکنان موبایلی چگونه بازی می کنند؟

۱۲



بازیکنان موبایلی چقدر هزینه می کنند؟

۱۳



رو به جلو

۱۴



ما چه کسانی هستیم؟

بازی‌های موبایلی اکنون بیش از همیشه با نرخ نفوذی بیشتر در میان ایرانیان و گردش مالی بیشتر در میان بازیکنان موجب زنده ماندن اکوسیستم بازی هستند. اگرچه در نظر سنجی‌هایی از بازی‌سازان همچون پیمایش GDC، در مورد پلتفرم موردعلاقه برای توسعه بازی، پلتفرم رایانه برای بازی‌سازی محبوب‌تر است، اما این رشد و استقبال کاربران از پلتفرم موبایل موجب شده تا تولید بازی‌های موبایلی نرخ فزاینده داشته باشد. در عین حال که دو پلتفرم کنسول و رایانه فرصت‌های ویژه‌تری برای خلاقیت و نوآوری در طراحی بازی عرضه می‌کنند، باید در نظر داشت که پلتفرم موبایل دروازه ورود کاربران جدید به دنیای بازی و در موارد متعددی حتی دروازه ورود کارآفرینان جدید به دنیای بازی‌سازی بوده و از این حیث می‌توان آن را «نیروی پیشران» رشد اکوسیستم بازی در نظر گرفت.

برای سومین دوره متوالی پس از سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶ در گزارش نمای نزدیک موبایل تلاش کردیم تا تصویری کلان از بازیکنان موبایلی در ایران ارائه دهیم. مثل همیشه لازم به تاکید است که اطلاعات این گزارش نمی‌تواند پایه تحلیل‌های موردنیاز برای طراحی مکانیک‌های بازی یا توجیه تجاری یک محصول خاص باشد؛ بلکه هدف از انتشار آن ایجاد یک بینش و چشم‌انداز کلی از وضعیت این حوزه در کشور و خصوصا برجسته‌سازی بخش‌هایی از بازار است که شاید کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند.



حامد نصیری

معاون پژوهش
بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای



این پژوهش چگونه انجام شده است؟

گزارش نمای نزدیک پلتفرم موبایل سال ۱۳۹۸، از سری گزارش‌های به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌های پیمایش ملی مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) در سال ۱۳۹۸ است. این پیمایش برای نخستین بار به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا به صورت تلفنی اجرا شد. از سوی دیگر لازم به ذکر است که در این پیمایش از روش نمونه‌گیری تلفیقی (طبقه‌ای-خوشه‌ای) که در تمامی استان‌ها، خوشه‌ها شامل مراکز استان، شهرهای غیرمرکزی و روستاها هستند استفاده و اطلاعات بیش از ۹۲۰۰ خانوار جمع‌آوری شده است. همچنین، با بیش از ۳۰۰۰ بازیکن مصاحبه صورت گرفته است.

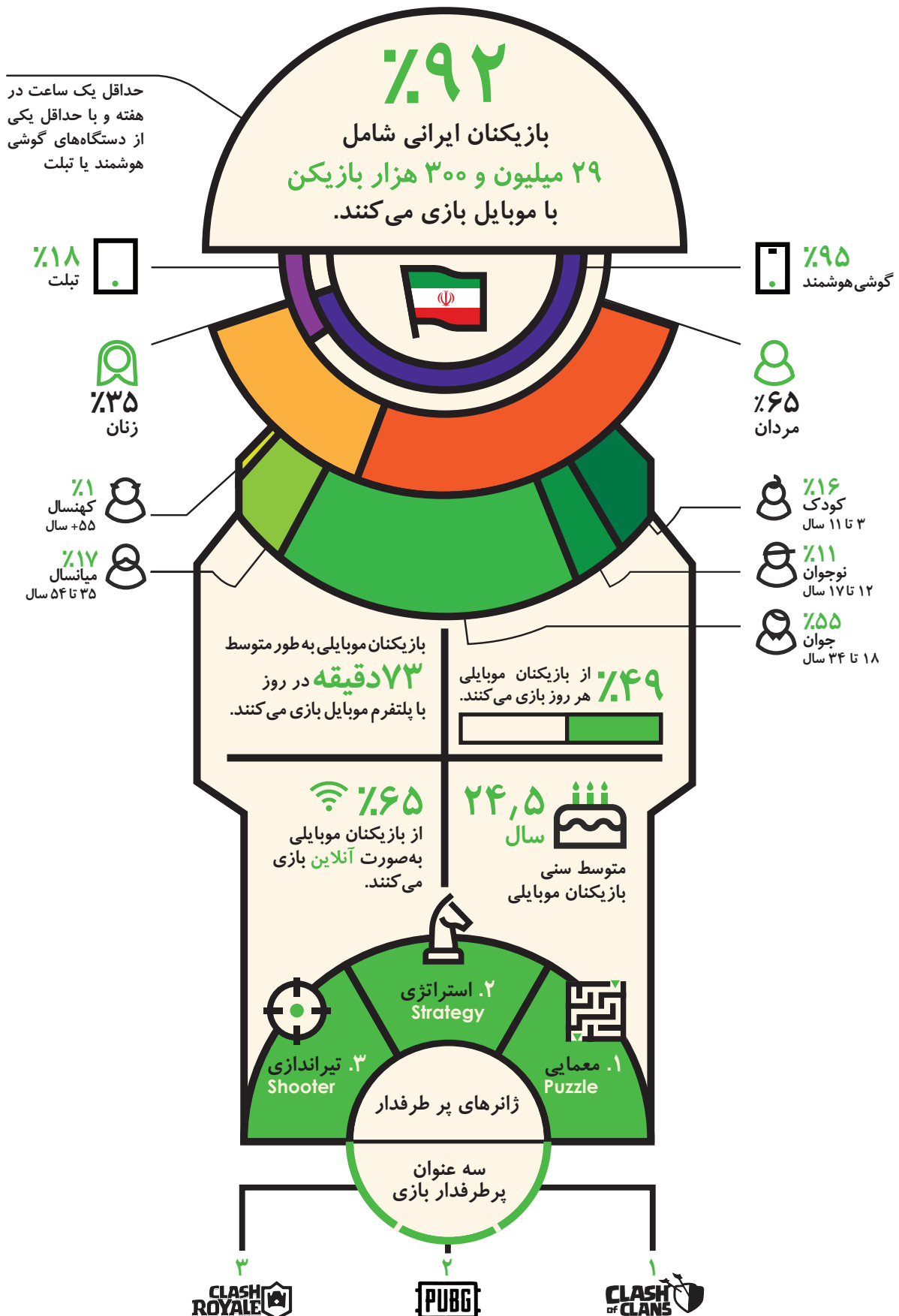
در مطالعه‌ی این گزارش، توجه به نکات زیر ضروری است:

- بازیکن بازی دیجیتال، فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با حداقل یکی از پلتفرم‌های اصلی بازی دیجیتال بازی می‌کند و به همین ترتیب بازیکن موبایل نیز فردی است که حداقل یک ساعت در هفته با یکی از دستگاه‌های گوشی هوشمند و یا تبلت بازی می‌کند.
- با هدف تسهیل در خواندن گزارش، ارقام تا حد امکان بدون اعشار به اصطلاح گرد و در صورت لزوم تا دو رقم اعشار نمایش داده شده‌اند.
- با توجه به کوچک بودن نمونه آماری در بعضی از زیر نمونه‌ها، تمرکز گزارش به انتشار اطلاعات معنادار از لحاظ آماری بوده است و از گزارش آمارهای جزئی‌تر به همین دلیل صرف‌نظر شده است.
- با توجه به اینکه در مواردی، داده‌های پرت و دور افتاده در میان اطلاعات جمع‌آوری شده وجود داشته است، برای گزارش آن دسته از اطلاعات از روش‌های استوار در محاسبه استفاده شده است.



محمد رضا صیدی

سرپرست تجزیه و تحلیل آماری



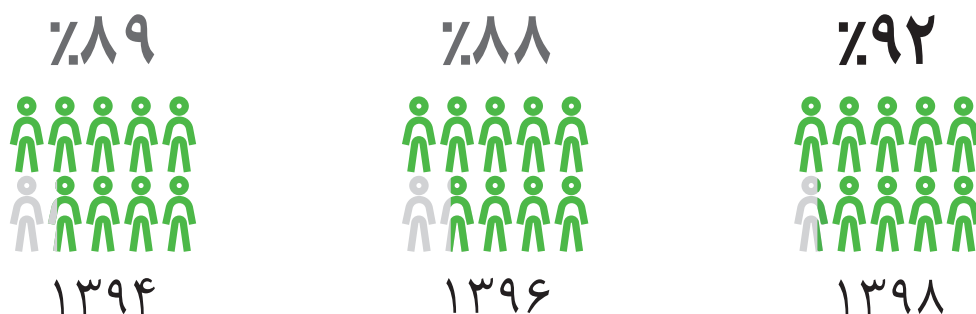


بازیکنان موبایلی چه کسانی هستند؟

در سال ۱۳۹۴
تعداد بازیکنان موبایلی در ایران ۲۰ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر
و در سال ۱۳۹۶، ۲۴ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر بوده است.

تعداد بازیکنان موبایلی ایران
۲۹,۳۰۰,۰۰۰ نفر است.

سهم بازیکنان موبایلی از بازیکنان ایرانی



نرخ رشد مرکب سالانه تعداد بازیکنان موبایلی در ایران بین سالهای ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸، ۹,۳۴ درصد بوده است.

این رشد هم‌نوا با رشد تعداد کل بازیکنان دیجیتال در ایران بوده است (نرخ رشد مرکب سالانه تعداد بازیکنان دیجیتال در ایران ۹٪ است).

در این تحلیل و برای رسیدن به درک دقیق‌تری از رفتار کاربری بازیکنان، سه دسته بازیکن از یکدیگر تفکیک شده‌اند:

بازیکن موبایلی: بازیکنی که حداقل یک ساعت در هفته با پلتفرم موبایل بازی می‌کند. این دسته، عام‌ترین دسته در میان سه دسته مذکور است.

بازی‌باز موبایلی: بازیکنانی که با پلتفرم‌های مختلفی بازی می‌کنند، اما بازی با پلتفرم موبایل را (به لحاظ زمان صرف‌شده برای بازی) به بازی با سایر پلتفرم‌ها ترجیح می‌دهند. ۸۹٪ بازیکنان موبایلی را این گروه تشکیل می‌دهد.

موبایل‌باز: بازیکنانی که تنها و تنها با پلتفرم موبایل بازی می‌کنند. ۱۳٪ بازیکنان موبایلی، موبایل‌باز هستند.

میانگین سنی بازیکنان موبایلی در ایران
در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶ به ترتیب
۲۱ و ۱۸ سال بوده است.

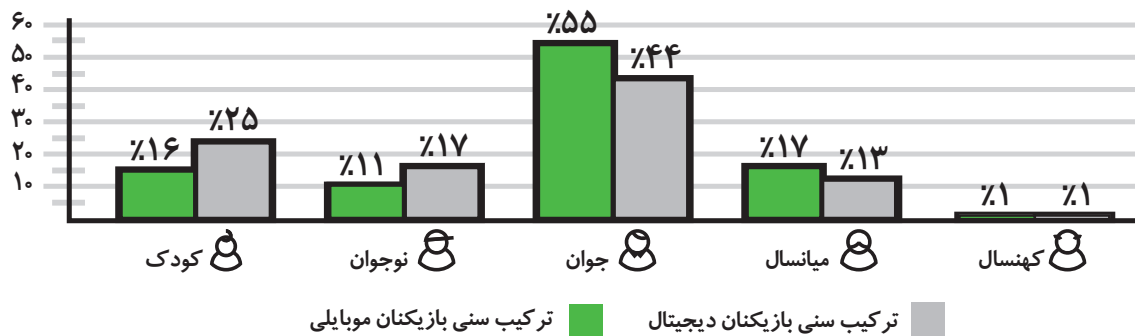
متوسط سن بازیکنان موبایل در ایران
۲۴,۵ سال

پیش‌تر در گزارش نمای نزدیک ۱۳۹۶ مطرح شده بود که علت این کاهش میانگین سنی به صورت مقطعی، به دلیل ورود جمع کثیری از بازیکنان کودک در حوالی نیمه دهه ۱۳۹۰ بوده است.

این در حالی است که توزیع سنی بازیکنان موبایلی در مقایسه با بازیکنان بازی‌های دیجیتال به سوی گروه‌های سنی بالاتر متمایل شده است. نقش کودکان و نوجوانان کمتر شده و بر تعداد بازیکنان جوان و میانسال افزوده شده است.

بازیکنان موبایلی چه کسانی هستند؟

ترکیب سنی بازیکنان موبایل



همچنین میانگین سنی گروه موبایل‌بازان و بازی‌بازان موبایل با یکدیگر اختلاف اندکی دارند: به ترتیب ۲۵٫۱ و ۲۵٫۴ سال.

نسبت بازیکنان موبایلی به بازیکنان کل بر حسب منطقه محل سکونت حاکی از آن است که محبوبیت بازی‌های موبایلی در میان بازیکنان ساکن روستا اندکی بیش از سایرین است.

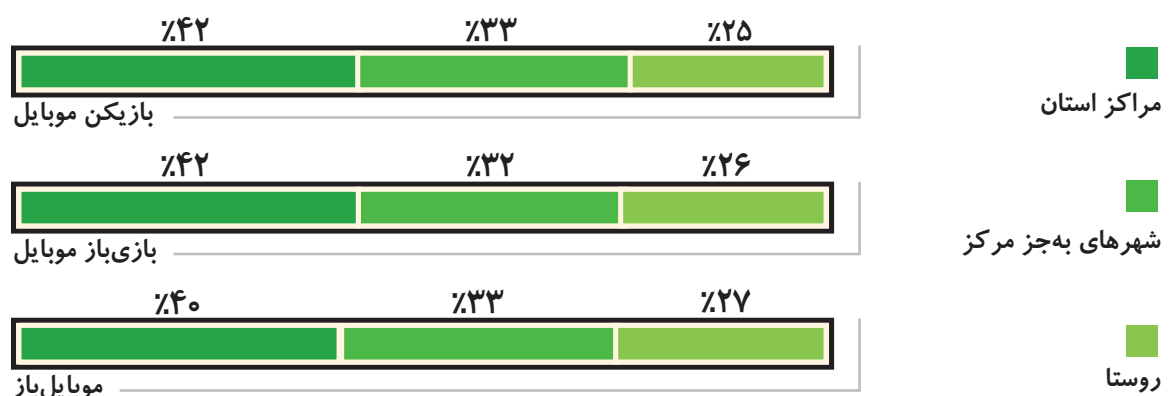
نرخ نفوذ موبایل بر حسب محل سکونت



میانگین سنی بازیکنان موبایلی بر حسب منطقه سکونت نیز نشان از تفاوت‌هایی دارد. میانگین سنی بازیکنان موبایلی ساکن روستا ۲۳٫۵ است، در حالی که این عدد در مورد بازیکنان شهرهای غیر مرکز و مراکز استان به ترتیب عبارت از ۲۴ و ۲۶ سال است.

پراکندگی بازیکنان موبایل، موبایل‌بازان و بازی‌بازان موبایل به لحاظ جغرافیایی حاکی از تفاوت آشکاری میان این دسته‌ها نیست.

پراکندگی بازیکنان بر حسب محل سکونت



بازیکنان موبایلی چگونه بازی می‌کنند؟

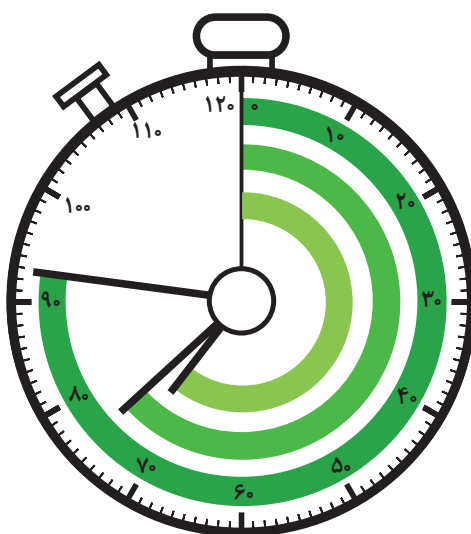
بازیکنان موبایلی به طور متوسط ۷۳ دقیقه در روز با این پلتفرم بازی می‌کنند. این عدد نسبت به سال‌های گذشته تغییر چندانی نداشته است. در پیمایش سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶ این اعداد ۷۴ و ۷۳ دقیقه بوده است.

میانگین بازی روزانه (بر حسب دقیقه) برای سه دسته بازیکن موبایلی، بازی‌باز موبایلی و موبایل‌باز به شرح زیر است.

متوسط زمان بازی بر حسب دقیقه در روز

۷۶ دقیقه
بازی‌باز موبایلی

۷۳ دقیقه
بازیکن موبایلی



۹۳ دقیقه
موبایل‌باز

میانگین استفاده روزانه از موبایل بین زنان و مردان تفاوت قابل توجهی دارد (مردان ۷۷ دقیقه و زنان ۶۴ دقیقه در روز). جالب اینکه متوسط بازی بازیکنان موبایلی که در روستاها زندگی می‌کنند، بیشتر از بازیکنان سایر مناطق است.

میانگین مدت زمان بازی در روز

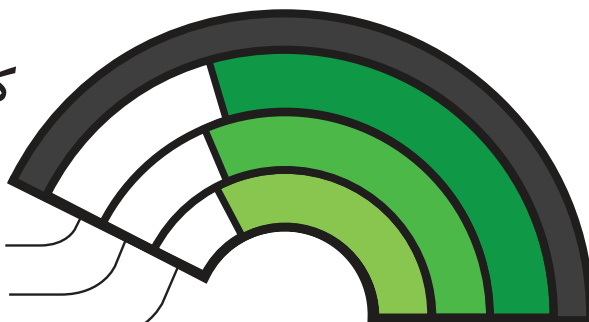
کل: ۷۳ دقیقه

بازیکنان ساکن

۷۰ دقیقه شهرهای کوچک

۷۴ دقیقه مراکز استان

۷۷ دقیقه مناطق روستایی



۶۴ دقیقه
زنان

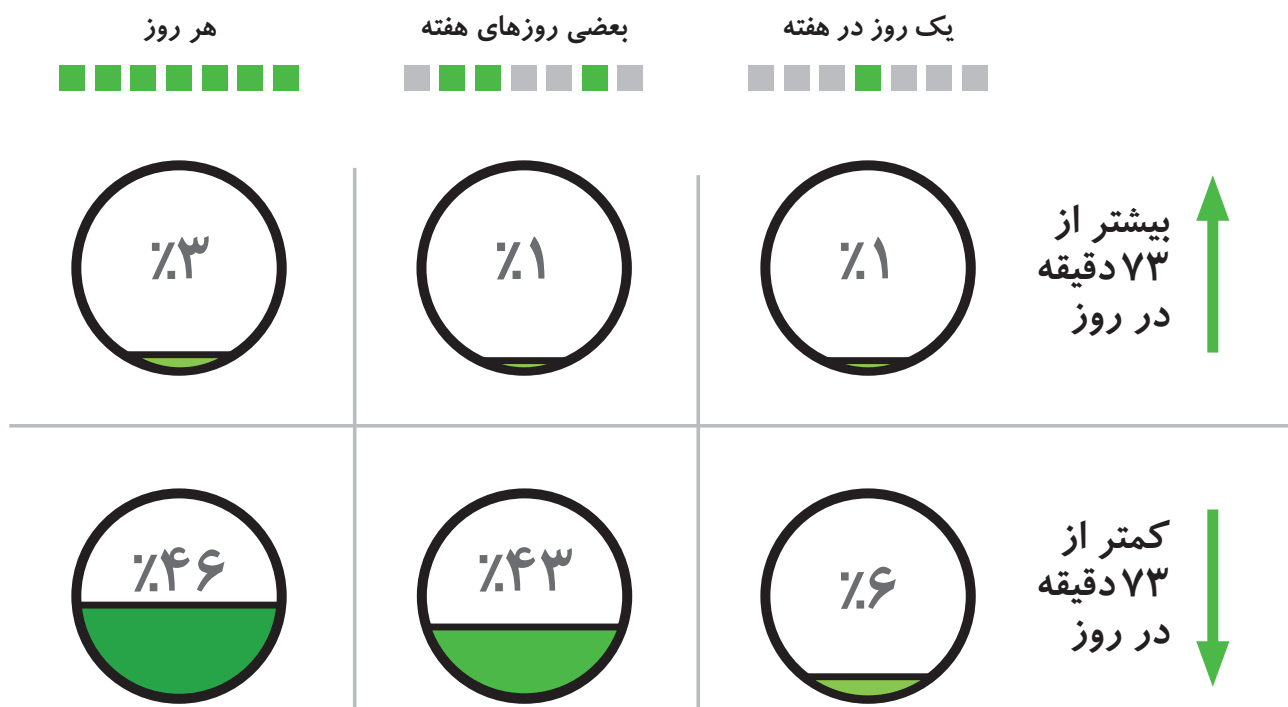


۷۷ دقیقه
مردان

بازیکنان موبایلی چگونه بازی می‌کنند؟ —

حدود نیمی از بازیکنان موبایلی هر روز با این پلتفرم بازی می‌کنند و در مقابل کمتر از ده درصد ایشان تنها یک بار در هفته بازی می‌کنند.

بازیکنان موبایلی چند روز در هفته بازی می‌کنند؟



چیزی که از نمودار بالا آشکار می‌شود، این واقعیت است که بازیکنانی که بیشتر از ۷۳ دقیقه در روز بازی می‌کنند، تعداد دقایق بسیار بیشتری را بازی می‌کنند، چرا که طبق تعریف میانگین یک آماره مرکزی است و ۵ درصد بازیکنی که بیش از ۷۳ دقیقه در روز بازی می‌کنند، می‌بایست آنقدر زیاد بازی کنند که کفه ترازو را با ۹۵ درصد دیگر متوازن نگه دارند.

بازیکنان موبایلی چگونه بازی می‌کنند؟

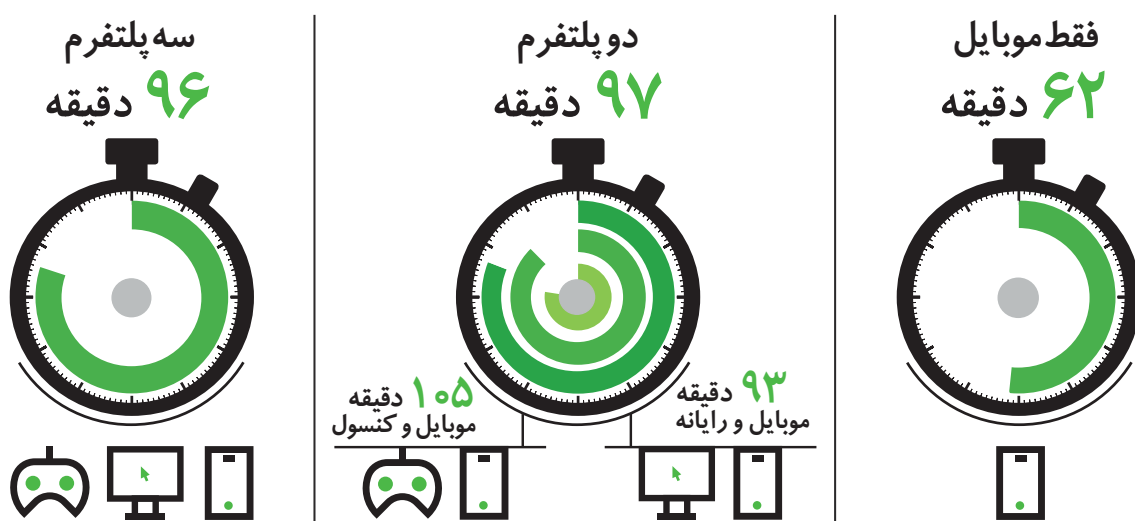
۶۵ درصد بازیکنان موبایلی به صورت **آنلاین** بازی می‌کنند که با توجه به حجم عظیم بازیکنان موبایلی این عدد به تعداد کل بازیکنان آنلاین بسیار نزدیک است. بیش از دو سوم بازیکنان موبایلی، تنها از این پلتفرم برای بازی استفاده می‌کنند.

استفاده‌ی بازیکنان موبایلی با سایر پلتفرم‌ها



همان‌طور که پیش از این گفته شد، میانگین پرداختن به بازی‌های موبایلی در روز ۷۳ دقیقه است. شکل زیر میانگین مدت‌زمان روزانه بازی کردن با پلتفرم موبایل برای دسته‌های مختلف بازیکنان را نشان می‌دهد. مشخص است که بازی کردن با پلتفرم‌های دیگر، روی حجم درگیری بازیکنان موبایلی با پلتفرم موبایل تاثیر مستقیم دارد.

مدت‌زمان بازی با پلتفرم موبایل بر حسب بازی با پلتفرم‌های مختلف

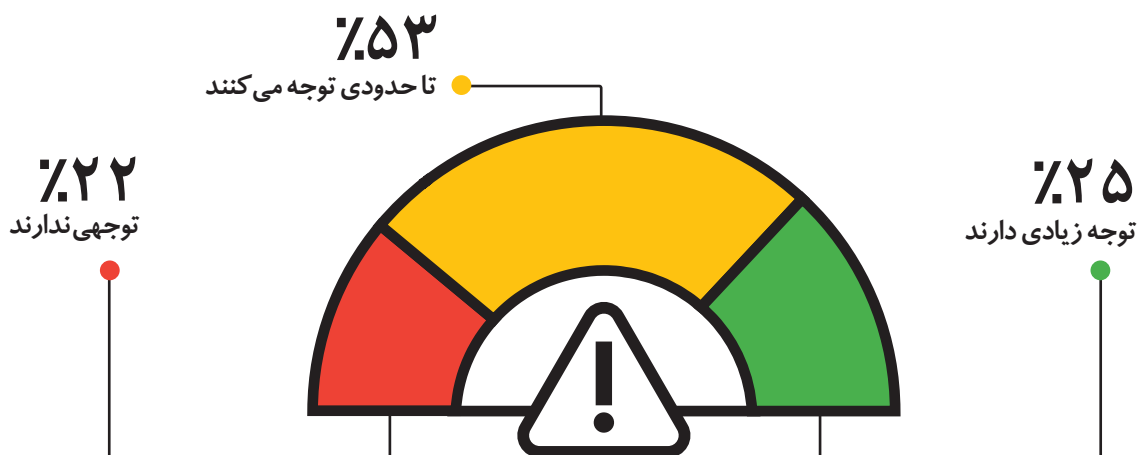


بازیکنان موبایلی چگونه بازی می‌کنند؟

بازیکنان موبایلی نزدیک به میانگین کلی بازیکنان به رده‌بندی سنی بازی‌ها توجه می‌کنند.

توجه به رده‌بندی سنی

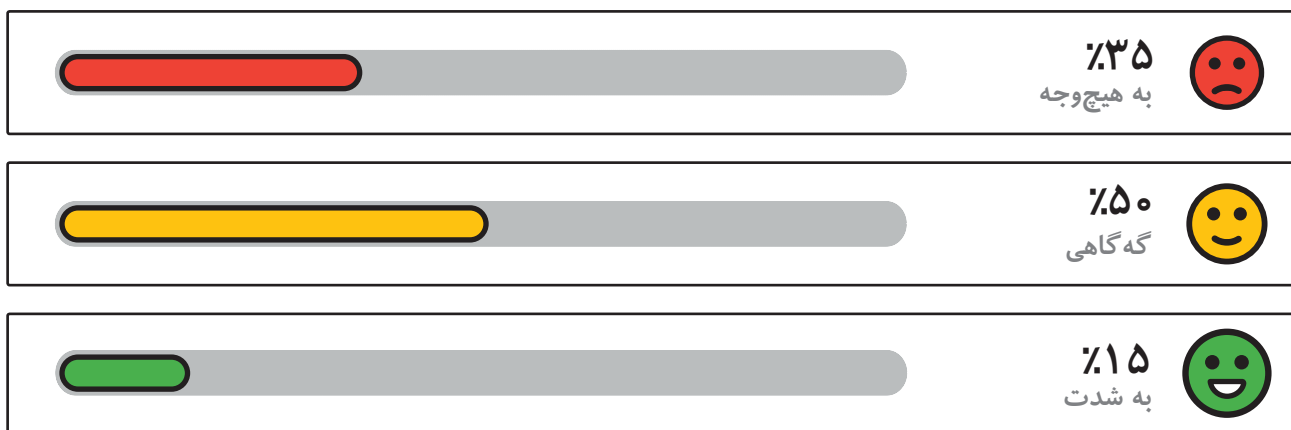
بازیکنان چقدر به رده‌بندی سنی بازی‌ها توجه می‌کنند؟



به طور کلی کم‌توجهی بازیکنان مرد به رده‌بندی سنی بیش از کم‌توجهی بازیکنان زن است: ۱۵ درصد زنان در برابر ۴۸ درصد مردان به رده‌بندی سنی بی‌توجه هستند.

۱۵ درصد بازیکنان موبایلی علاقه زیادی به تماشای بازی کردن دیگران دارند و از این حیث بازیکنان موبایلی به نسبت بازیکنان بازی‌های دیجیتال تمایل کمتری از خود نشان می‌دهند.

آیا علاقه دارید بازی کردن دیگران را تماشا کنید؟



بازیکنان موبایلی چگونه بازی می‌کنند؟

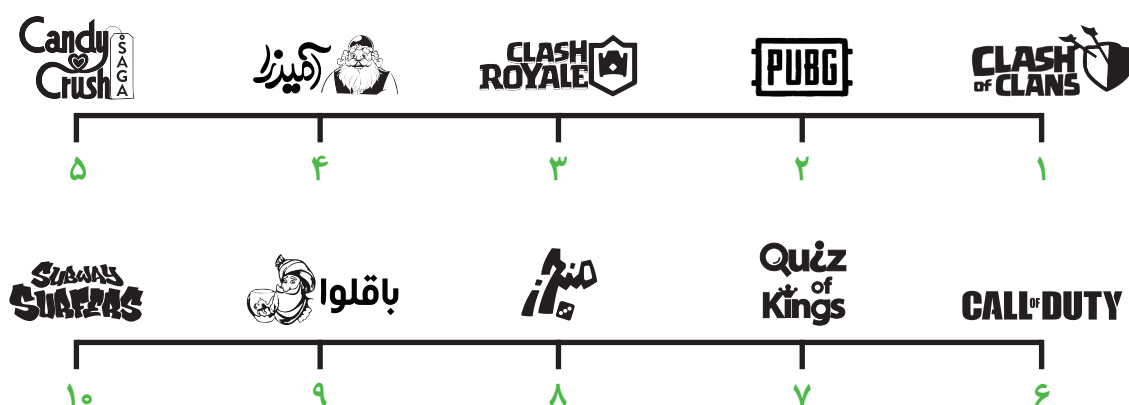
پنج ژانر پرطرفدار در میان بازیکنان موبایل



ژانر معمایی و استراتژی فاصله بسیار کمی با یکدیگر دارند. اگر رده‌بندی ژانرهای برتر را بر حسب جنسیت بررسی کنیم، متوجه می‌شویم که محبوبیت ژانر استراتژی در میان مردان بیش از معمایی است و ژانر تیراندازی نیز در میان انتخاب‌های برتر بازیکنان زن قرار ندارد. همین‌طور بازیکنان ساکن شهرها ژانر استراتژی را بر ژانر معمایی ترجیح می‌دهند.

عناوین بازی پرطرفدار در میان بازیکنان موبایلی به شرح زیر است. نکته جالب در فهرست ۱۰ عنوان پرطرفدار، حضور چهار بازی ایرانی است. البته از کنار این موضوع هم نباید به سادگی گذشت که تعداد قابل توجهی از بازیکنان موبایلی از عناوین کلی مانند شطرنج یا ماشین‌بازی برای اشاره به بازی مورد علاقه خود استفاده کرده‌اند.

ده عنوان پرطرفدار بازی در میان بازیکنان موبایل



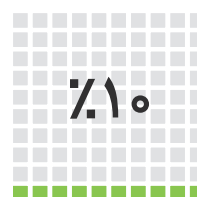
نکته جالب اینکه اگرچه عناوین مرجح بازیکنان مرد تا حد زیادی با فهرست بالا مطابقت دارد، اما بازیکنان زن بازی ایرانی آمیرزا و بازی کندی‌کراش را بر بازی کلش آوکلنز ترجیح می‌دهند.



حدود **۲۸ درصد** از این مبلغ، یعنی **۸۰ میلیارد تومان** به بازی‌های موبایلی بومی (بازی‌های توسعه یافته یا بومی‌سازی شده توسط استودیوهای داخلی) اختصاص یافته است که نشان از افزایش قابل توجه سهم بازی‌سازان بومی است. سهم بازی‌سازان بومی از این بازار در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶ به ترتیب **۱۳٪** و **۱۸٪** بوده است.

نسبت خریداران به بازیکنان در میان کل بازیکنان موبایلی **۱۱٫۵ درصد** است. این نسبت در روستاها بیش از سایر مناطق بوده است. البته باید توجه داشت که هزینه کرد بازیکنان شامل مواردی مانند هزینه نصب بازی نیز می‌شود.

مراکز استان



موبایل بازها



جدول زیر تجزیه هزینه کرد بازیکنان بر حسب گروه‌های مختلف را نشان می‌دهد:

۱۱ میلیارد

بازی‌های موبایلی اگرچه به نسبت دو پلتفرم دیگر سهم کمتری از هزینه‌کرد کاربران را به خود اختصاص داده‌اند، اما به دلیل حجم عظیم بازیکنان موبایلی، روندهای غیرمالي صنعت همگی تحت تأثیر و حتی تسلط آن‌ها قرار دارند: از موضوعات فرمی گرفته (مانند افزایش میانگین سنی بازیکنان و ساعات بازی) تا موضوعات محتوایی (مانند ژانرهای محبوب و توجه به رده‌بندی سنی) همگی متأثر از روندهای داخلی بازی‌های موبایل قرار دارند. البته نباید این نکته را فراموش کرد که افزایش سهم بازی‌های پلتفرم رایانه و کنسول نیز به دلیل افزایش ناگهانی قیمت دلار و افزایش قیمت سخت‌افزار و نرم‌افزار وارداتی بوده است و اگر روند سال‌های پیش ادامه پیدا می‌کرد، سهم بازی‌های موبایل از هزینه‌کرد بازیکنان از یک‌سوم فراتر می‌رفت.

با همه این تفاسیر این بخش از اکوسیستم از جهات مختلف مهم‌ترین بخش اکوسیستم ایران است. پلتفرم موبایل ساده‌تر از دو پلتفرم دیگر در دسترس اقشار مختلف قرار می‌گیرد و به همین دلیل شاهد حضور طیف‌های اجتماعی گسترده‌تری، از روستاییان و زنان و کودکان، در میان کاربران آن هستیم. دلیل مهم‌تر، توانمندی استودیوهای ایرانی در توسعه و نشر بازی‌های محبوب روی این پلتفرم است که سهم قابل توجه ۲۸ درصدی را تصاحب کرده‌اند و شاهد استقبال خوب از بازی‌های این استودیوها در بازارهای منطقه خاورمیانه و بازارهای جهانی نیز هستیم.

تولید و ارائه ابزارهای XR برای پلتفرم موبایل و گسترش فناوری‌های ابری و پلتفرم‌زدایی از بازی‌ها هم باعث می‌شوند که توجه به پلتفرم موبایل به عنوان ارزان‌ترین پلتفرم بازی‌های دیجیتال چه در ایران و چه در جهان روندی افزایشی را طی کند. ستاره اقبال بازی‌های موبایلی که دیرتر از دو پلتفرم دیگر ظهور کرد، در سال‌های آینده همچنان با فروغ و درخشان می‌تابد و به این زودی رو به افول نمی‌گذارد.



محمدصادق طلوع برکاتی

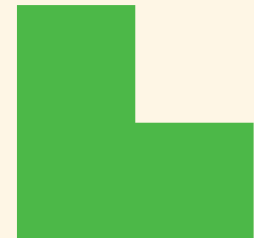
سرپرست پیمایش ملی مصرف
بازی‌های دیجیتال در ایران

ما چه کسانی هستیم؟

امروزه بازی‌های دیجیتال به عنوان محصولاتی هنری و تجاری واجد تأثیرات گسترده فرهنگی و اقتصادی هستند؛ به این ترتیب توجه به این حوزه و تنظیم مجموعه‌ای از اهداف و وظایف برای دستگاه‌های عالی کشور در این بخش ضروری به نظر می‌رسد.

بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای متولی صنعت بازی‌های دیجیتال کشور به‌عنوان زیرمجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که به‌منظور برنامه‌ریزی و حمایت از مجموعه فعالیت‌های مرتبط با هنر-صنعت بازی‌های دیجیتال، تقویت مبانی آموزشی و نظارت بر امور این حوزه تاسیس شده و به فعالیت می‌پردازد.

عمده وظایف و اهداف بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در کنار سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی را می‌توان در قالب یک تقسیم‌بندی کلی در چهار حوزه حمایت، آموزش، نظارت و پژوهش معرفی کرد.



درباره بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای



ما چه کسانی هستیم؟

در محیط رو به رشد بازار و صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران و جهان، وجود اطلاعات و دانش دقیق برای تجزیه و تحلیل مقررات، سیاست‌ها، شرایط صنعت، فضای رقابت، تمایلات مصرف‌کنندگان و سایر شاخص‌های توسعه کسب و کار در زمینه بازی‌های دیجیتال، بسیار حیاتی است.

معاونت پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با نام مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) از سال ۱۳۹۴ با این هدف اصلی تاسیس شد تا سهم تحقیقات را در صنعت بازی‌های دیجیتال افزایش دهد. در این راستا دایرک ارتباطی تعاملی با فعالان صنعت، شامل شرکت‌های توسعه‌دهنده بازی، ناشران، رسانه‌ها، دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران برقرار نموده و با اجرای پیمایش‌های دوره‌ای مطالعه رفتار مصرف‌کننده در سراسر کشور، به حجم قابل توجهی از داده و اطلاعات دسترسی دارد.

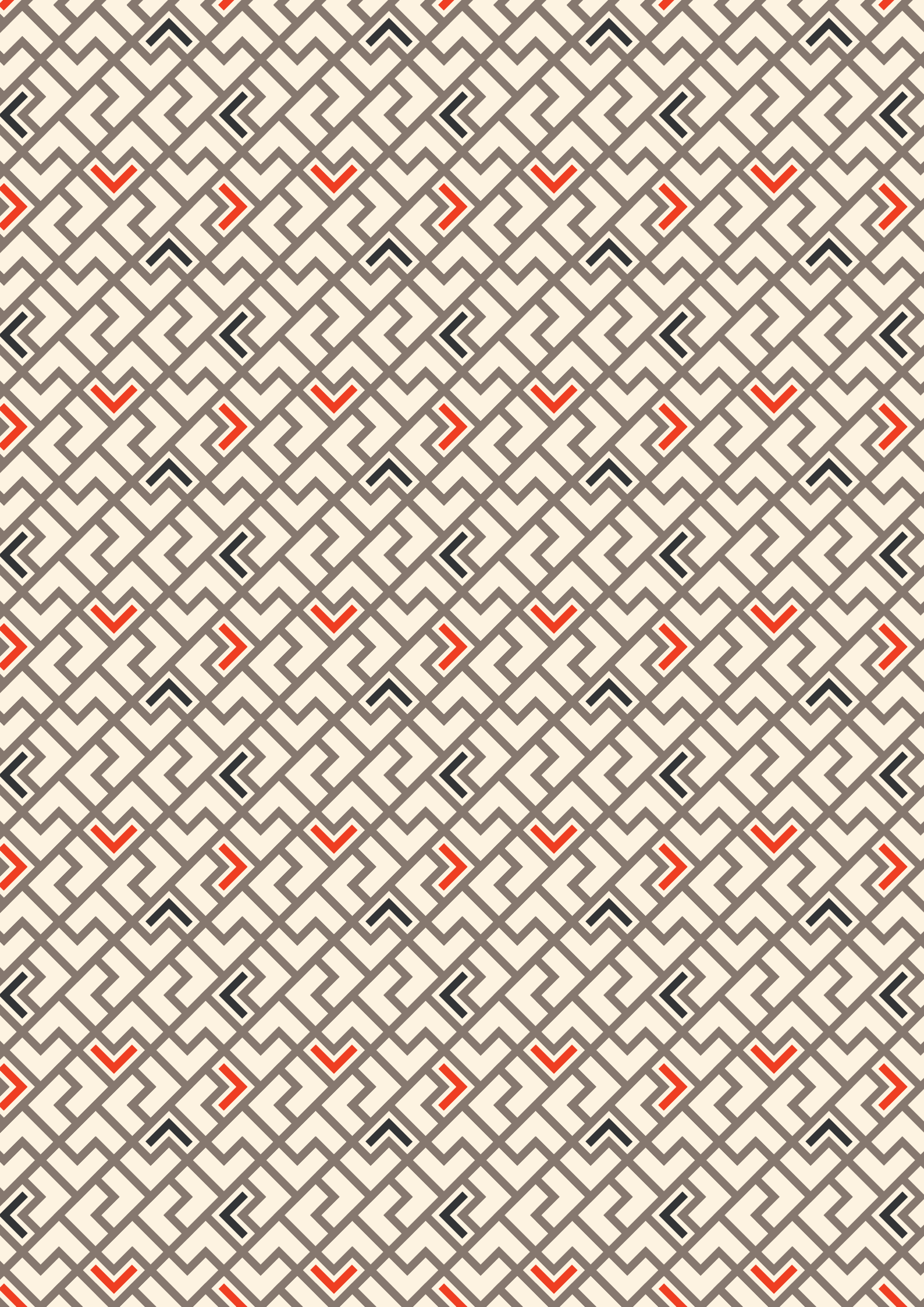
دایرک، مرجع رسمی انتشار گزارش‌های آماری و تقویت مبانی نظری صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران محسوب می‌شود و به شکل کلی در چهار حوزه زیر به فعالیت می‌پردازد:

- انجام تحقیقات حوزه سیاست‌گذاری کلان اکوسیستم بازی‌های دیجیتال
- افزایش هوشمندی اکوسیستم با انتشار گزارش‌های آماری و تحلیلی
- تقویت مبانی نظری حوزه مطالعات بازی و اتصال دانشگاه به صنعت
- حمایت از تحقیق، تولید و ترویج بازی‌های جدی در کشور

درباره دایرک

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال





دانش هدایتگر تفاوتهاست

معاونت پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با نام مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)، مرجع رسمی انتشار گزارش‌های آماری و تقویت مبانی نظری صنعت بازی‌های دیجیتال در ایران است. دایرک در روزهای کاری آمادگی پاسخگویی به نظرات، پیشنهادات و انتقادات مخاطبان محترم خود را دارد.

نشانی: ایران، تهران، خیابان مفتح شمالی، خیابان گلزار، تقاطع زیرک‌زاده، پلاک ۳۲، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، طبقه ۴، معاونت پژوهش.

تلفن: ۰۲۲-۸۸۳۱۰۲۲۲ (داخلی ۴۱۳)

نشانی وبسایت: www.direc.ir

نشانی ایمیل: research@ircg.ir

