

نمای ۱۴۰۱ نزدیک

پلتفرم
کنسول



تناسنامه گزارش

عنوان: نمای نزدیک ۱۴۰۲: پلتفرم کنسول

پدیدآورنده: بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای

زیرنظر: معاونت پژوهش - مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)

تاریخ انتشار: بهار ۱۴۰۵

شمارگان: محدود

نشانی: تهران، میدان هفت تیر، خیابان مفتاح شمالی، کوچه گلزار غربی،

نبش کوچه شهید زیرک‌زاده، پلاک ۳۲- کدپستی: ۱۵۷۵۷۴۵۳۱۱

۸۸۳۱۰۳۷۰-۷۵ 

 ircg.ir

 @iranvideogames

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست

۱.....	مقدمه
۳.....	وضعیت بازی‌های کنسولی در جهان
۵.....	تعداد بازیکنان بازی‌های کنسولی در ایران
۶.....	سهم بازیکنان کنسولی از بازیکنان ایرانی
۷.....	وضعیت بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته‌ها
۸.....	ترکیب سنی بازیکنان کنسولی
۹.....	میانگین سنی بازیکنان کنسولی
۱۰.....	میانگین سنی بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته بندی بازیکنان
۱۱.....	میانگین سنی بازیکنان کنسولی برحسب منطقه سکونت
۱۲.....	توزیع بازیکنان کنسولی برحسب نوع محل سکونت
۱۳.....	نرخ نفوذ کنسول برحسب نوع محل سکونت در بین بازیکنان
۱۴.....	نسبت بازیکنان کنسولی برحسب استان محل سکونت
۱۵.....	توزیع جنسیت در بازیکنان کنسولی
۱۶.....	وضعیت زمان بازی در بین بازیکنان کنسولی
۱۷.....	میانگین زمان روزانه بازی در بازیکنان کنسولی (برحسب دقیقه)
۱۸.....	متوسط زمان بازی روزانه با کنسول (برحسب دقیقه) بر حسب نوع بازیکنان
۱۹.....	میزان بازی با کنسول (در هفته)
۲۰.....	وضعیت ابزارها و پلتفرم‌های بازی کنسولی در ایران
۲۱.....	وضعیت مالکیت ابزار بازی (کنسول)
۲۲.....	وضعیت مالکیت ابزار بازی (کنسول) به تفکیک جنسیت
۲۳.....	نسبت بازیکنان کنسولی برخط
۲۴.....	بازیکنان کنسولی برخط به تفکیک جنسیت
۲۵.....	میزان علاقه به تماشای محتوای بازی کردن دیگران در بازیکنان کنسولی
۲۶.....	روش تماشای بازی دیگران در بازیکنان کنسولی
۲۷.....	میزان توجه بازیکنان کنسولی به نظام رده بندی سنی
۲۸.....	وضعیت هزینه کرد در بین بازیکنان کنسولی
۲۹.....	شخصیت‌های مورد علاقه بازیکنان کنسولی
۳۰.....	سبک‌های مورد علاقه بازیکنان کنسولی
۳۰.....	بازی‌های مورد علاقه بازیکنان کنسولی
۳۱.....	رو به جلو



مقدمه

بازی‌های کنسولی یکی از ارکان اصلی صنعت سرگرمی جهانی محسوب می‌شوند؛ صنعتی که بر پایه‌ی اجرای بازی‌های ویدئویی بر روی سخت‌افزارهای اختصاصی مانند پلی‌استیشن، ایکس‌باکس و کنسول‌های نینتندو شکل گرفته است. این بازار در سال‌های اخیر دگرگونی چشمگیری را تجربه کرده و از الگوی سنتی مبتنی بر نسخه‌های فیزیکی و دیسکی به یک اکوسیستم دیجیتال پویا با جریان‌های متنوع درآمدی تحول یافته است.

بازار جهانی بازی‌های کنسولی صنعتی عظیم و رو به رشد است، به گونه‌ای که پیش‌بینی می‌شود درآمد آن تا سال ۲۰۳۳ به بازه‌ای بین ۴۲ تا ۶۱/۲ میلیارد دلار برسد. این رشد به واسطه‌ی پایگاه گسترده‌ی بازیکنان، با برآوردی حدود ۳/۳۲ میلیارد گیمر در سراسر جهان، تقویت می‌شود. یکی از محرک‌های اصلی این گسترش مالی، گذار بنیادین از نسخه‌های فیزیکی به دانلودهای دیجیتال است. بر اساس پیش‌بینی‌ها، فروش دیجیتال از فروش فیزیکی پیشی گرفته و بیش از ۷۰ درصد کل فروش بازی‌های کنسولی را به خود اختصاص خواهد داد.

این تحول دیجیتال زمینه‌ساز شکل‌گیری الگوهای درآمدی نوین و بسیار سودآور بوده است. در حالی که خرید کامل بازی همچنان رکن اساسی به شمار می‌رود، خریدهای درون‌بازی - شامل محتوای قابل دانلود (DLC)، ریزپرداخت‌ها و اقلام تزئینی - به منبع اصلی درآمد بدل شده‌اند.



این «محتوای افزوده» برای برخی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان کنسول، بزرگ‌ترین عامل سودآوری محسوب می‌شود. در کنار آن، رشد انفجاری خدمات اشتراکی مانند Xbox Game Pass و PlayStation Plus قرار دارد.

این خدمات با ارائه‌ی کتابخانه‌ای گسترده از بازی‌ها در برابر پرداخت ماهانه، جریان درآمدی پایدار و قابل پیش‌بینی ایجاد کرده و هم‌زمان موجب افزایش تعامل و هزینه‌کرد بازیکنان در اکوسیستم بازی‌ها می‌شوند.

از منظر جمعیت‌شناختی، جامعه‌ی بازیکنان کنسول دیگر یک گروه محدود و خاص به حساب نمی‌آید. اکثریت گیمرهای کنسولی بزرگسالان هستند، به‌طوری‌که حدود ۸۰ درصد آنان بالای ۱۸ سال دارند و بزرگ‌ترین بخش این جامعه را افراد ۱۸ تا ۳۴ ساله تشکیل می‌دهند. شکاف جنسیتی نیز به‌سرعت در حال کاهش است و زنان اکنون نزدیک به ۴۵ درصد از کل جمعیت گیمرهای جهان را تشکیل می‌دهند. رفتار بازیکنان نیز در حال تغییر است؛ به‌ویژه با گسترش بازی‌های میان‌پلتفرمی که امکان بازی مشترک افراد بر روی کنسول‌های مختلف را فراهم می‌سازد. این روند که بیش از ۵۰ درصد بازیکنان در آن مشارکت دارند، مرزهای سنتی میان اکوسیستم‌های کنسولی را در هم شکسته و به عاملی کلیدی برای تقویت جامعه‌ی بازی و افزایش ماندگاری بازیکنان تبدیل شده است.



وضعیت بازی‌های کنسولی در جهان

بازار جهانی کنسول‌ها عرصه‌ای به شدت رقابتی است که توسط سه غول اصلی - سونی، مایکروسافت و نینتندو هدایت می‌شود. هر سه این شرکت‌ها برای کسب سهم بیشتر از بازار تلاش می‌کنند، اما هر یک با راهبردهایی بنیادین و متفاوت بیانگر ورود به عصر تازه‌ای از صنعت بازی هستند.

بازار کنونی بازی‌های کنسولی پویا و در حال تحول است. هرچند داده‌های فروش مادام‌العمر پلی‌استیشن ۲ را به عنوان پرفروش‌ترین کنسول تاریخ معرفی می‌کنند، نینتندو سوییچ سریع‌ترین رشد فروش در نسل خود را به ثبت رسانده است.

در مجموع و از منظر جهانی، پلی‌استیشن بیشترین سهم بازار را در اختیار دارد و پس از آن نینتندو و مایکروسافت قرار می‌گیرند. با این حال، این الگو در مناطق مختلف متفاوت است: پلی‌استیشن در آمریکای شمالی و اروپا یک‌ه‌تاز است، در حالی که نینتندو در منطقه آسیا-اقیانوسیه پیش‌تاز محسوب می‌شود. مایکروسافت تمرکز خود را از راهبرد سخت‌افزار محور به سمت خدمات تغییر داده است. هرچند ایکس‌باکس سری X/S از نظر سخت‌افزاری قدرتمند هستند، استراتژی اصلی شرکت بر سرویس اشتراکی Xbox Game Pass بنا شده است.



وضعیت بازی‌های کنسولی در جهان

افزایش بی‌سابقه در آمد Game Pass در برابر کاهش فروش سخت‌افزار، نشانگر موفقیت این تغییر جهت به مدل خدمات‌محور است. استراتژی سونی همچنان بر سخت‌افزار قدرتمند و مجموعه‌ای از عناوین انحصاری بزرگ مانند God of War و The Last of Us استوار است. با این حال، این مدل در حال تحول است. هرچند سونی هنوز بر محوریت سخت‌افزار تکیه دارد، اما موفقیت مالی‌اش بیش از پیش به حفظ کاربران وفادار و پرسود بستگی پیدا کرده است. راهبرد نینتندو بر پایه دارایی‌های فکری محبوبش، مانند ماریو و افسانه زلدا بنا شده است. سخت‌افزار این شرکت، یعنی سویچ، یک کنسول ترکیبی از خانگی و قابل حمل است که نقشی کلیدی در موفقیت آن ایفا کرده است.

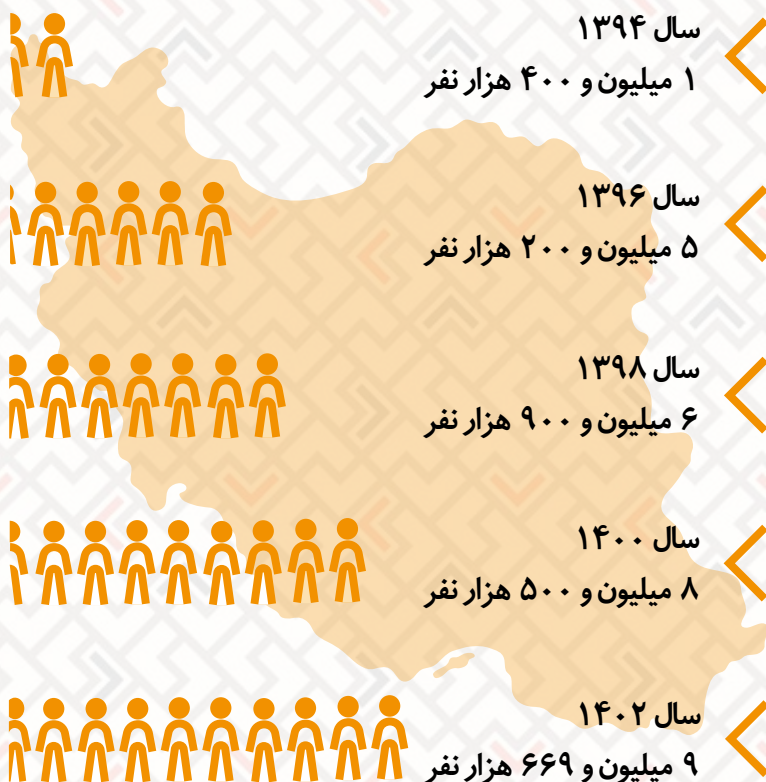
یکی از چالش‌های روبه‌رشد صنعت، مسئله پایداری است. «چالش سبز بازی‌ها»^۱ شامل مصرف بالای انرژی، ردپای کربنی تولید سخت‌افزار و مشکل پسماندهای الکترونیکی ناشی از دورریختن کنسول‌هاست. در واکنش به این چالش، شرکت‌های بزرگ در حال گنجاندن اصول پایداری در طراحی‌های خود هستند؛ از استفاده بیشتر از مواد بازیافتی گرفته تا بهینه‌سازی مصرف انرژی، تا اطمینان حاصل کنند رشد صنعت با مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی همراه باشد.

1 - the green gaming dilemma

تعداد بازیکنان بازی‌های کنسولی در ایران



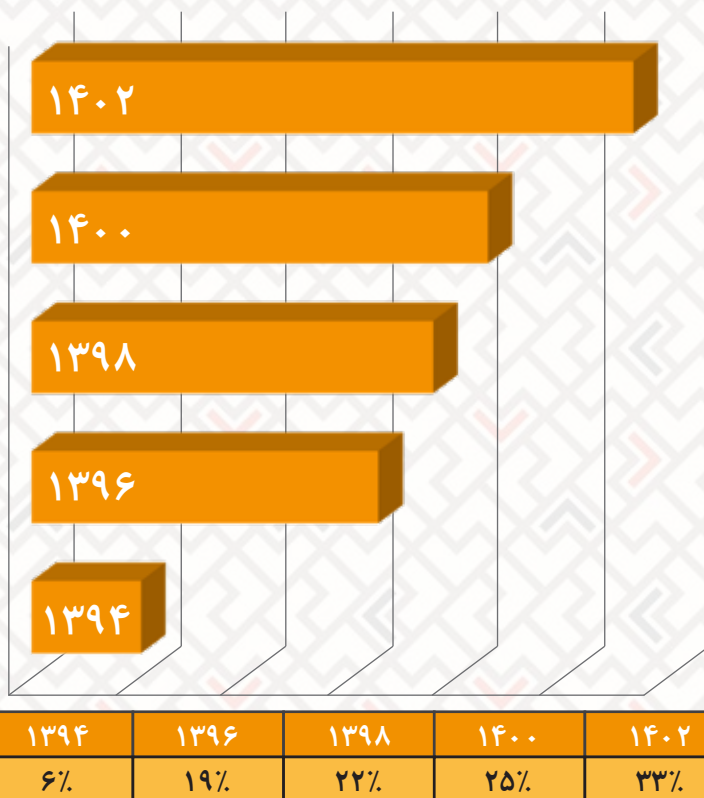
براساس نتایج آخرین پیمایش، نرخ رشد مرکب سالانه (CAGR) تعداد بازیکنان کنسولی در ایران بین سال ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ برابر با ۲۷ درصد بوده است.





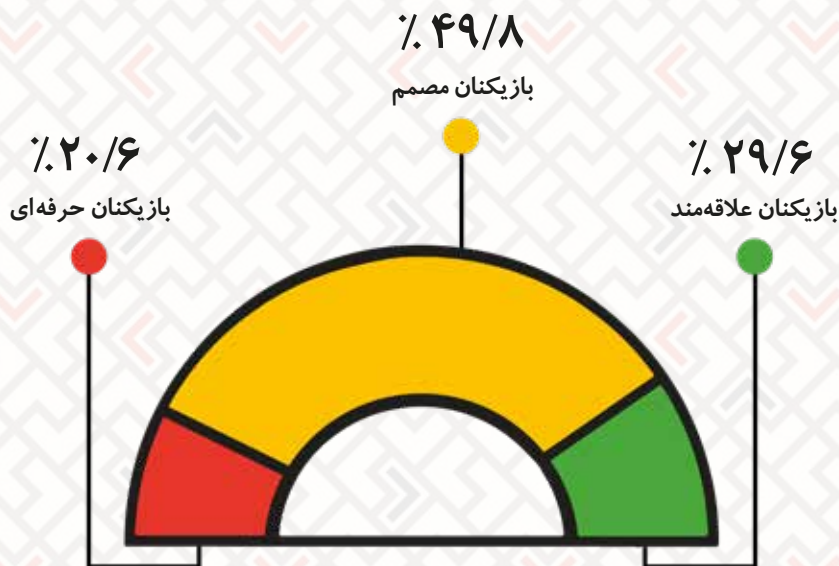
سهم بازیکنان کنسولی از بازیکنان ایرانی

بررسی سهم بازیکنان در سالهای ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ نشان از کاهش این بازیکنان در پلتفرم کنسول دارد، تا جایی که در سال ۱۴۰۲ بالغ بر ۳۳ درصد از بازیکنان که شامل ۹ میلیون و ۶۶۹ هزار نفر هستند اعلام داشته اند که از این پلتفرم برای بازی استفاده میکنند، این عدد بیشترین درصد بازیکنان کنسولی را از سال ۱۳۹۴ نشان می دهد.





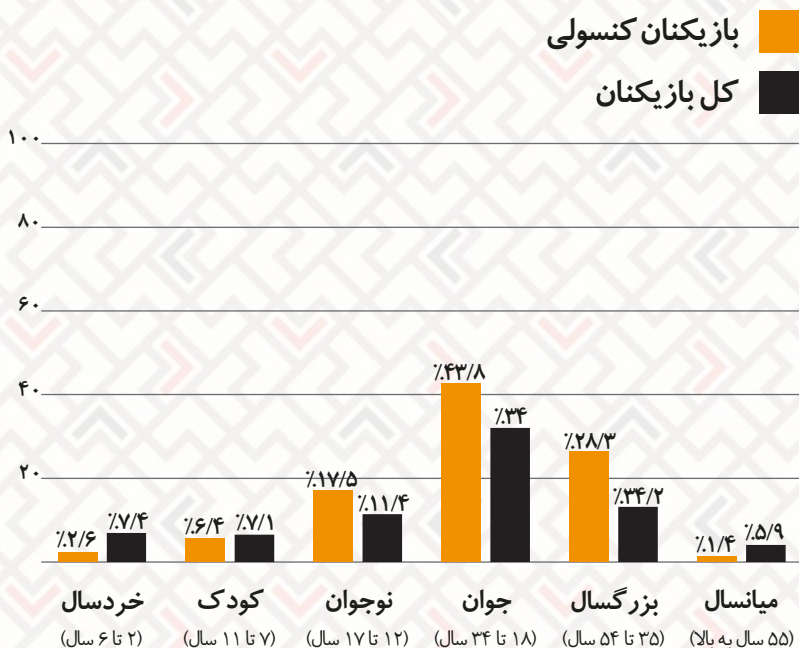
در این گزارش با توجه به یافته‌های گزارش نمای نزدیک بازیکنان، سه دسته از بازیکنان شناسایی شده‌اند که شامل بازیکنان مصمم، بازیکنان علاقه مند و بازیکنان حرفه‌ای بوده‌اند و همانگونه که در نمودار زیر قابل مشاهده است. در بین بازیکنان کنسولی، مصمم‌ها بیشترین نسبت را به خود اختصاص داده‌اند و ۲۰/۶ درصد از آن‌ها را بازیکنان حرفه‌ای تشکیل می‌دهند.





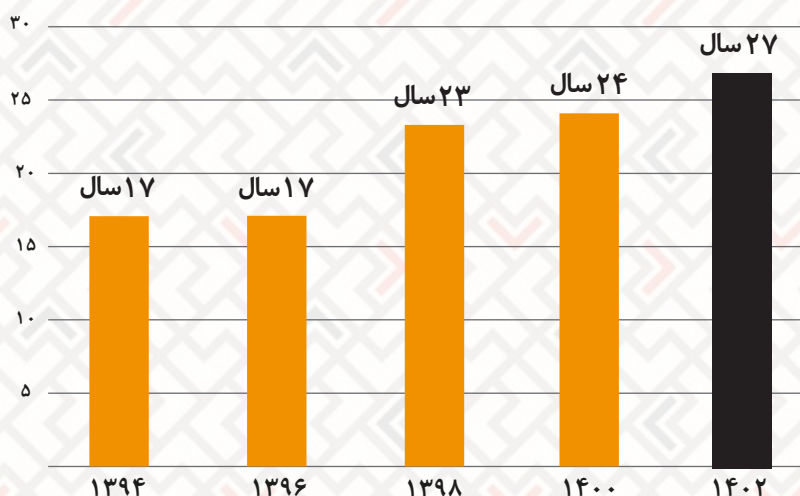
ترکیب سنی بازیکنان کنسولی

از مقایسه‌ی ترکیب سنی بازیکنان کنسولی با کل بازیکنان در ایران مشخص می‌شود که نسبت بازیکنان کنسولی در گروه‌های سنی نوجوان و جوان بیشتر از سهم این گروه‌ها در میان کل بازیکنان ایرانی است. سهم بالای جوانان و بزرگسالان ترکیبی از قدرت خرید، تجربه قبلی و وفاداری به رایانه به‌عنوان پلتفرم اصلی بازی است. به ویژه در بین جوانان نسبت بازیکنان کنسولی ۱۰ درصد بیش از کل بازیکنان است.





بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که این شاخص در میان بازیکنان ایرانی روندی افزایشی داشته است. میانگین سن بازیکنان که در سال ۱۳۹۴ حدود ۱۷ سال بود، در نتایج آخرین پیمایش سال ۱۴۰۲ به ۲۷ سال رسیده است. این افزایش می‌تواند بیانگر آن باشد که بازی‌های کنسولی تنها یک سرگرمی مختص نسل نوجوان نیستند، بلکه در میان گروه‌های سنی بالاتر نیز با استقبال بیشتری مواجه شده‌اند.





میانگین سنی بازیکنان کنسولی به تفکیک دسته‌بندی بازیکنان

بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی در میان دسته‌های مختلف نشان می‌دهد که در بازیکنان حرفه‌ای میانگین سن پایین‌تر است، در حالی که در میان بازیکنان علاقه‌مند این میانگین بالاتر گزارش شده است. این تفاوت نشان می‌دهد که گروه‌های سنی بالاتر، به‌ویژه جوانان، در قالب بازیکنان علاقه‌مند حضور دارند و بیش از گذشته درگیر بازی‌های رایانه‌ای شده‌اند.

بازیکنان

مصمم

(۵ تا ۲۱ ساعت در هفته)

بازیکنان

علاقه‌مند

(۱ تا ۵ ساعت در هفته)



بازیکنان

حرفه‌ای

(بیش از ۲۱ ساعت در هفته)



میانگین سنی

۲۶/۱ سال



میانگین سنی

۳۰ سال

میانگین سنی

۲۳/۷ سال



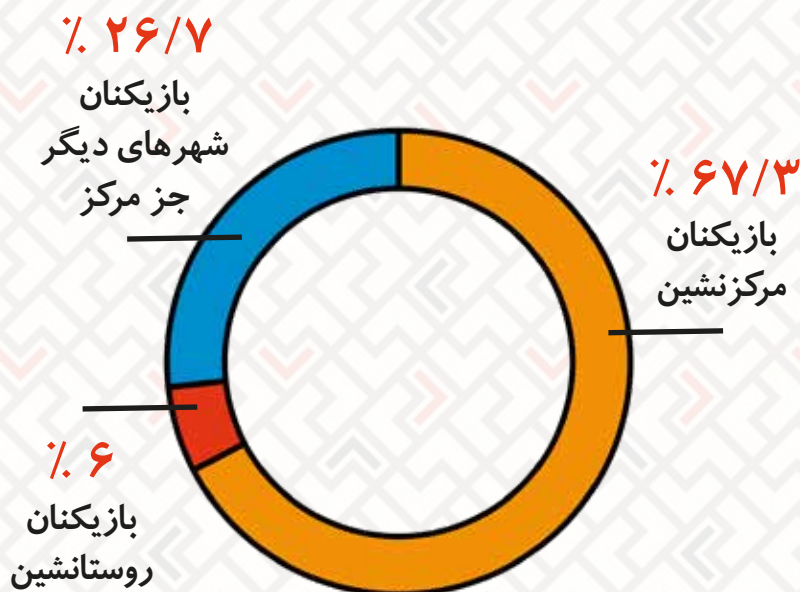
بررسی میانگین سنی بازیکنان کنسولی بر اساس مناطق سکونت نشان می‌دهد که در مناطق مرکز نشین، بازی‌های کنسولی توانسته‌اند گروه‌های سنی بالاتر را بیشتر درگیر کنند. در حالیکه در مناطق روستایی میانگین سنی بازیکنان به پایین‌ترین حد (۲۳ سال) می‌رسد.





توزیع بازیکنان کنسولی بر حسب نوع محل سکونت

بررسی توزیع بازیکنان رایانه‌ای بر اساس محل سکونت نشان می‌دهد که بازیکنان مرکز نشین بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. البته باید توجه داشت که یکی از دلایل این موضوع، جمعیت بالاتر مناطق مرکز نشین در مقایسه با سایر گروه‌هاست. پس از این دسته، بازیکنان ساکن سایر شهرها (غیر مرکز) در رتبه دوم قرار دارند.





یکی از نکات قابل تأمل در این گزارش، نرخ نفوذ کنسول است. نتایج نشان می‌دهد که در میان کل بازیکنان مورد بررسی، کنسول بیشترین میزان نفوذ را در بین ساکنان مناطق مرکز نشین داشته است. یکی از دلایل این موضوع می‌تواند دسترسی محدودتر به کنسول در سایر مناطق، به‌ویژه مناطق روستایی باشد.

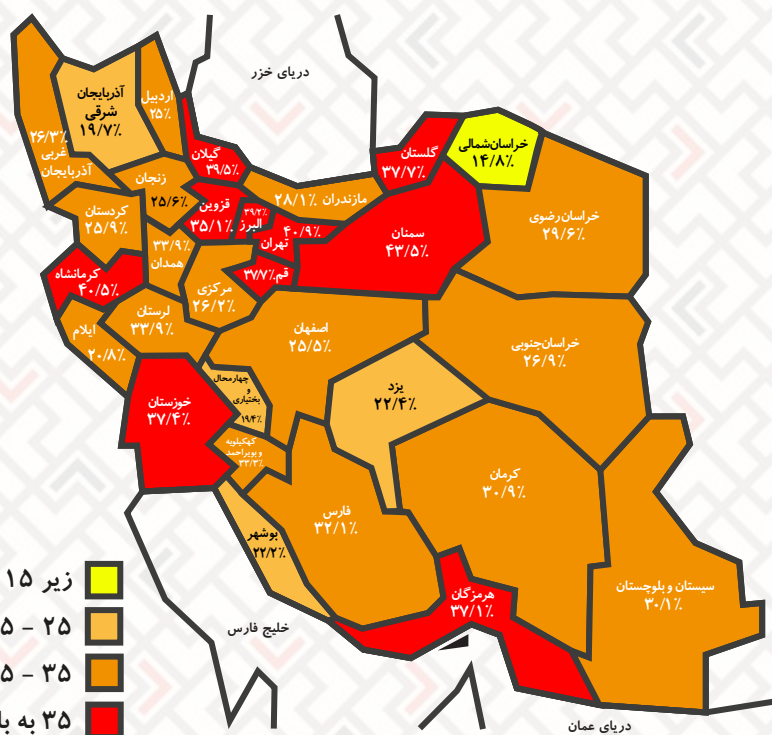


۱- مقصود از نرخ نفوذ در این گزارش میزان پراکندگی مصرف پلتفرم‌ها در میان بازیکنان است.



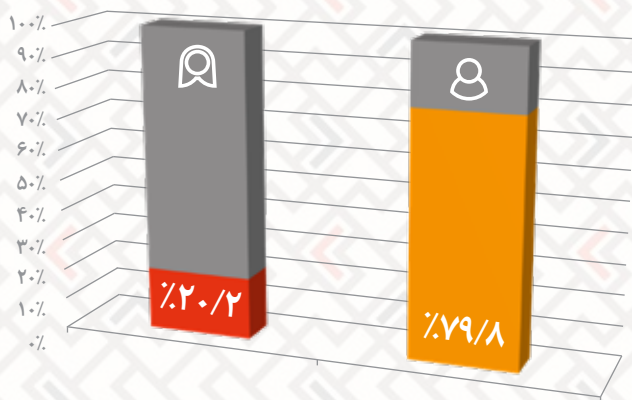
نسبت بازیکنان کنسولی برحسب استان محل سکونت

در نمودار زیر، نسبت بازیکنان کنسولی به کل جمعیت بازیکنان در هر استان نشان داده شده است. نتایج بیانگر آن است که کمترین سهم بازیکنان کنسولی به ترتیب در استان‌های خراسان شمالی، چهارمحال و بختیاری و آذربایجان شرقی مشاهده شده است. در مقابل، استان‌های سمنان، تهران و کرمانشاه بالاترین نسبت بازیکنان کنسولی را در میان سایر استان‌ها به خود اختصاص داده‌اند.





در میان بازیکنان کنسولی، مردان ۷۹/۸ درصد و زنان ۲۰/۶ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. این اختلاف تا حدی به دلیل جمعیت بیشتر بازیکنان مرد نسبت به زنان است. بر همین اساس، سهم مردان در میان بازیکنان کنسولی به طور قابل توجهی بالاتر از زنان گزارش شده است.



با بررسی نسبت بازیکنان کنسولی نیز در هر دو جنس مشخص می‌شود که در بین مردان ۴۲/۴ درصد و در بین زنان ۱۷/۳ درصد بازیکن کنسولی بوده‌اند.



٪۱۷/۳

نسبت بازیکنان کنسولی در زنان



٪۴۲/۴

نسبت بازیکنان کنسولی در مردان



وضعیت زمان بازی در بین بازیکنان کنسولی

بازیکنان کنسولی به طور میانگین ۱۲۳ دقیقه در روز بازی می‌کنند.
بازیکنان کنسولی به طور میانگین ۴۸ دقیقه در روز تنها با پلتفرم کنسول بازی می‌کنند.

میانگین بازی بازیکنان کنسولی تنها در پلتفرم کنسول

۴۸ دقیقه



میانگین بازی بازیکنان کنسولی در روز در مجموع پلتفرم‌ها

۱۲۳ دقیقه





میانگین زمان روزانه بازی در بازیکنان کنسولی

(بر حسب دقیقه)

بررسی میانگین زمان بازی در بازیکنان کنسولی نشان می دهد که مردان بیش از زنان و بازیکنان مرکز نشین، بیش از سایر گروهها برای بازی های کنسولی زمان صرف می کنند.

میانگین استفاده روزانه از کنسول

زنان

۳۳ دقیقه



مردان

۵۱ دقیقه

بازیکنان
مرکز نشین

۴۸ دقیقه

بازیکنان
شهرهای
دیگر به جز
مرکز

۴۹ دقیقه

بازیکنان
روستائین

۳۹ دقیقه



متوسط زمان بازی روزانه با کنسول بر حسب نوع بازیکنان

(بر حسب دقیقه)

بررسی متوسط زمان صرف شده برای بازی‌های کنسولی نشان می‌دهد که بازیکنان حرفه‌ای بیش از سایر گروه‌ها برای این نوع بازی‌ها زمان اختصاص می‌دهند. در مقابل، بازیکنان علاقه‌مند به‌طور متوسط کمتر از ۲ ساعت در هفته را به بازی‌های کنسولی اختصاص داده‌اند.

بازیکنان مصمم



بازیکنان حرفه‌ای



۳۴ دقیقه

۱۲۷ دقیقه

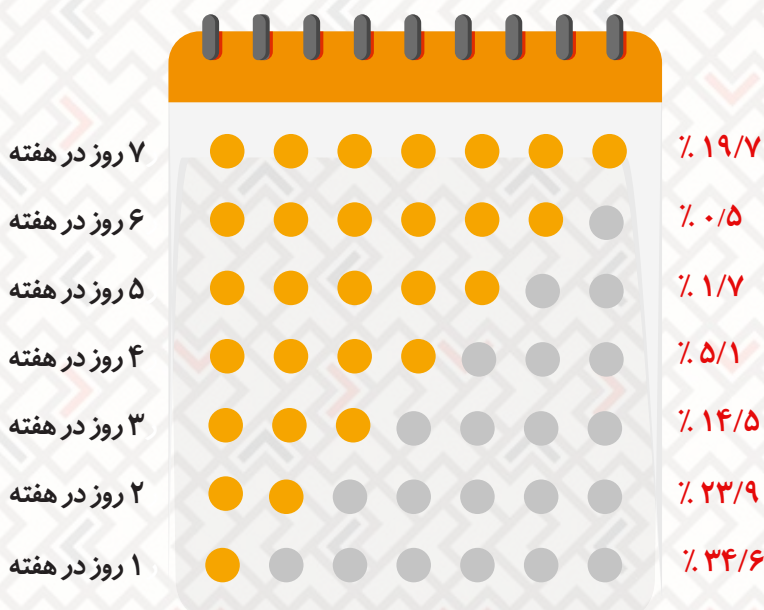
بازیکنان علاقه‌مند



۱۱ دقیقه



نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بیش از ۲۰ درصد از بازیکنان کنسولی هر روز با این پلتفرم بازی می‌کنند. همچنین ۶۷ درصد از آن‌ها در طول هفته بیش از یک روز به انجام بازی کنسولی می‌پردازند، در حالی که ۳۲ درصد از بازیکنان تنها یک روز در هفته وقت خود را صرف بازی با کنسول می‌کنند.





وضعیت ابزارها و پلتفرم‌های بازی‌های کنسولی در ایران



کنسول خانگی

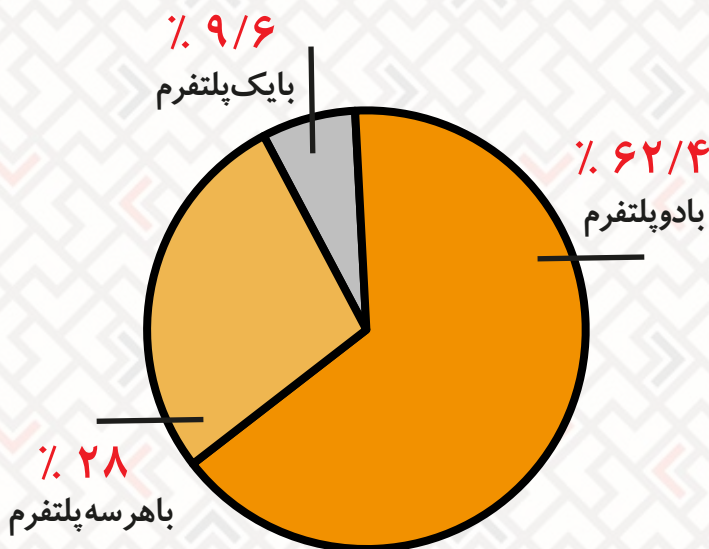
٪ ۸۵/۱



کنسول دستی

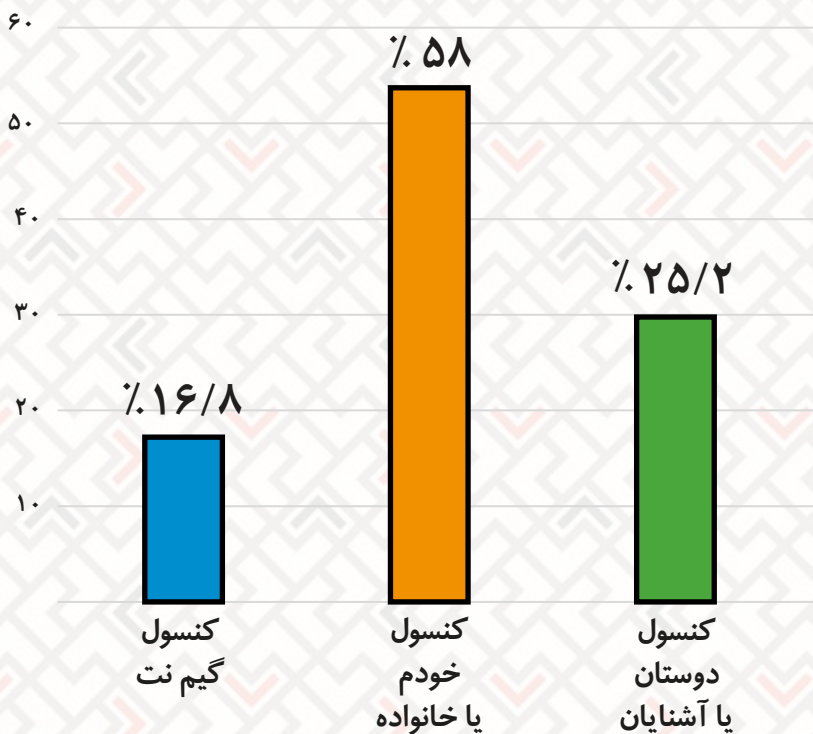
٪ ۷/۷

بررسی وضعیت ابزارهای بازی در میان بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که حدود ۷۷ درصد از آن‌ها از کنسول دستی و حدود ۸۵/۱ درصد از کنسول خانگی برای انجام بازی استفاده می‌کنند. همچنین نتایج مربوط به وضعیت پلتفرم‌ها بیانگر آن است که ۹۰/۴ درصد از بازیکنان کنسولی بیش از یک پلتفرم برای بازی بهره می‌برند.





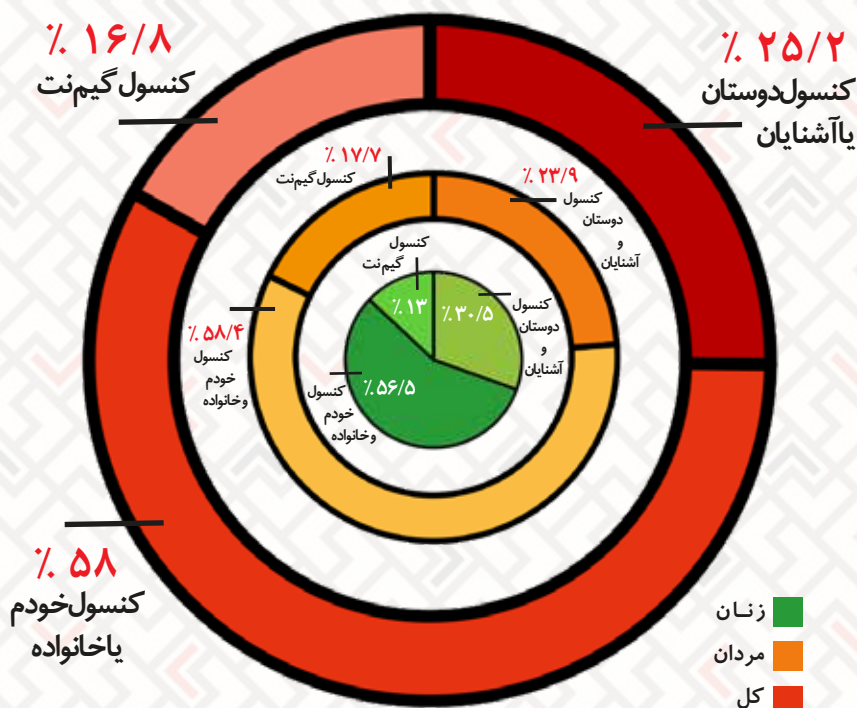
یکی از شاخص‌های تعیین کننده در میزان علاقه مندی و درگیری بازیکنان میزان مالکیت ابزار بازی است، به ویژه کنسول به دلیل کاربرد تخصصی در حوزه بازی بسیار با اهمیت است. نتایج این پژوهش نشان داد بیش از نیمی از بازیکنان با کنسولی که متعلق به خودشان است بازی می‌کنند.





وضعیت مالکیت ابزار بازی (کنسول) به تفکیک جنسیت

بررسی وضعیت مالکیت کنسول در بین بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که زنان بیش از مردان اعلام کرده‌اند که با کنسول خود یا اعضای خانواده بازی می‌کنند و میزان مالکیت آن‌ها بر این ابزار بیشتر است، همچنین بررسی بازی با کنسول دوستان و آشنایان در زنان بیش از مردان است و این در حالی است که بازی در گیم‌نت و با استفاده از کنسول گیم‌نت در مردان ۳ برابر بیش از زنان است.





بررسی شاخص وضعیت بازی برخط نشان می‌دهد که در میان بازیکنان کنسولی، حدود ۶۶/۴ درصد آن‌ها در مجموع از طریق یکی از پلتفرم‌های بازی دیجیتال به صورت برخط بازی می‌کنند. همچنین ۱۷/۷ درصد از بازیکنان کنسولی صرفاً از پلتفرم کنسول برای انجام بازی‌های برخط استفاده می‌کنند.



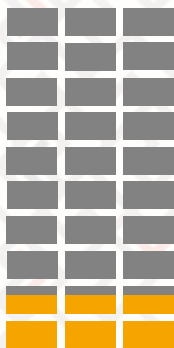
بازیکنان کنسولی
با پلتفرم کنسول



بازیکنان کنسولی
با حداقل یک پلتفرم

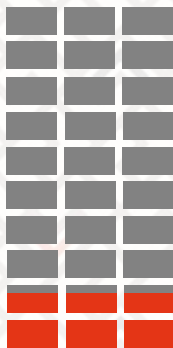


بازیکنان کنسولی برخط به تفکیک جنسیت



مردان

٪۱۷/۱



زنان

٪۱۷/۸





بررسی شاخص تمایل به تماشای بازی دیگران در بین بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که ۵۲/۲ درصد از بازیکنان کنسولی علاقه‌مند به تماشای بازی دیگران بوده‌اند.

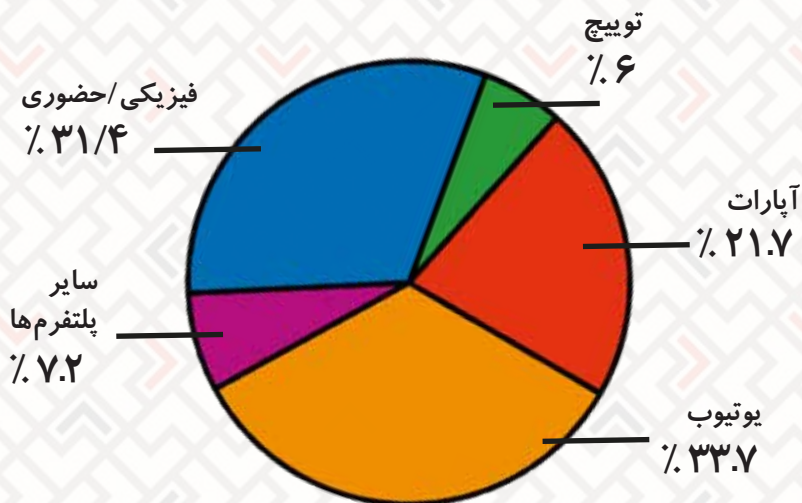
خیر ■
بله ■





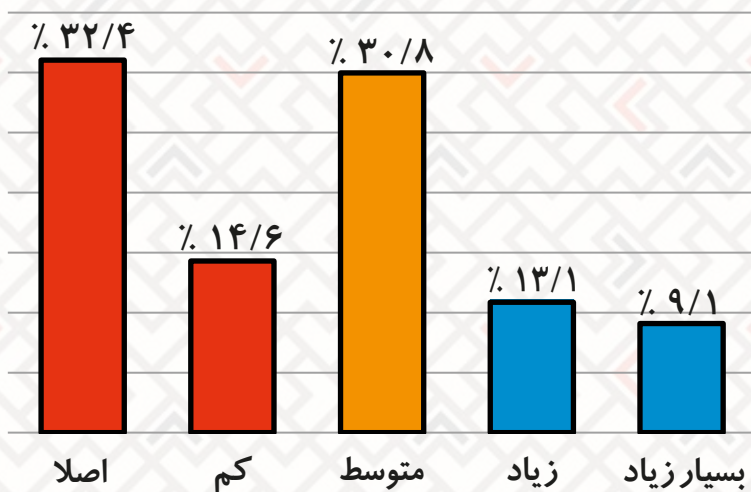
روش تماشای بازی دیگران در بازیکنان کنسولی

بررسی روش‌های تماشای بازی در میان بازیکنان کنسولی نشان می‌دهد که یوتیوب مهم‌ترین بستر برای این فعالیت بوده و حدود ۳۳/۷ درصد از بازیکنان از آن برای تماشای بازی دیگران استفاده کرده‌اند. همچنین بیش از ۴۱/۱ درصد از بازیکنان به صورت فیزیکی و حضوری به تماشای بازی پرداخته‌اند.





بررسی میزان توجه بازیکنان کنسولی به نظام رده‌بندی سنی بازی‌ها نشان می‌دهد که تنها ۲۲/۲ درصد از آن‌ها توجه زیادی به این موضوع دارند. در مقابل، بیش از ۴۷ درصد از بازیکنان در این زمینه بی‌توجه یا کم‌توجه هستند





وضعیت هزینه کرد در بین بازیکنان کنسولی

در سال ۱۴۰۲، بازیکنان کنسول در مجموع حدود ۶۴۹۹ میلیارد تومان برای خرید نرم افزارهای بازی هزینه کرده‌اند.

از این رقم، تنها ۱۲۷ میلیارد تومان به بازی‌های کنسولی بومی (بازی‌های توسعه یافته یا بومی سازی شده توسط شرکت‌های داخلی) اختصاص یافته است.

۲۱ درصد بازیکنان کنسولی اقدام به خرید لوازم جانبی داشته‌اند و ۲۹/۵ درصد نیز برای خرید بازی (نسخه فیزیکی یا آنلاین، خرید اکانت و...) هزینه کرده‌اند.



در بین بازیکنان کنسولی

بالغ بر **۵۳ درصد** از بازیکنان خریدار هستند

در کل بازیکنان ایرانی

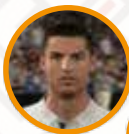
بالغ بر **۲۹/۲ درصد** از بازیکنان خریدار هستند





شخصیت‌های مورد علاقه بازیکنان کنسولی

۱- کریستین رونالدو



۲- لیونل مسی



۳- گوست



۴- آرتور مورگان



۵- گاد آف وار



۶- کاپیتان پرایس



۷- مرد عنکبوتی



۸- فوتبال



۹- کریتوس



۱۰- جی تی ای



۱۱- نیمار



۱۲- امباپه



۱۳- کال آف دیوتی



۱۴- کریتور





سبک‌های مورد علاقه بازیکنان کنسولی



بازی‌های مورد علاقه بازیکنان کنسولی





آینده‌ی بازی‌های کنسولی نشانگر یک تغییر بنیادین است؛ فاصله گرفتن از مدل صرفاً سخت‌افزارمحور و حرکت به سوی یک اکوسیستم پیچیده‌تر مبتنی بر خدمات، محتوا و نوآوری‌های فناورانه. صنعت بازی اکنون در نقطه‌عطفی قرار دارد و سه بازیگر اصلی، راهبردهای متفاوتی را دنبال می‌کنند.

راهبرد سه غول اصلی:

سونی همچنان بر مدل سخت‌افزار قدرتمند و اجرای محلی متمرکز است؛ رویکردی که با موفقیت پلی‌استیشن ۵ و عرضه بیش از ۸۰/۳ میلیون دستگاه تا میانه ۲۰۲۵ تأیید شده است.

نینتندو با عرضه موفق «نینتندو سویچ ۲» جایگاه منحصر به فرد خود را تثبیت کرده است؛ کنسولی که تنها در ماه نخست ۵/۸ میلیون دستگاه فروخت و رکورد جدیدی در ایالات متحده ثبت کرد.

مایکروسافت برخلاف دو رقیب، به‌طور آگاهانه به سمت آینده‌ای «بی‌نیاز از سخت‌افزار» و «ابرمحور» حرکت می‌کند؛ موفقیت آن دیگر براساس فروش کنسول، بلکه بر گستردگی خدماتش سنجیده می‌شود. این تغییر رویکرد در عملکرد ضعیف‌تر ایکس‌باکس سری X/S نسبت به ایکس‌باکس وان در دوره مشابه مشهود است.



نسل بعدی کنسول‌ها:

شایعات حاکی از آن است که نسل بعدی کنسول‌ها حوالی سال‌های ۲۰۲۷-۲۰۲۸ عرضه شوند. گفته می‌شود سونی در حال کار روی پلی‌استیشن ۶ است که تمرکز بیشتری بر سخت‌افزار محلی خواهد داشت و احتمالاً یک دستگاه دستی جدید نیز معرفی می‌کند که قابلیت اجرای بومی بازی‌های PS5 را خواهد داشت. در مقابل، نسل بعدی ایکس‌باکس به‌عنوان یک مدل «ترکیبی ابری و بومی» معرفی می‌شود که شامل نوآوری‌هایی نظیر تراشه‌های اختصاصی هوش مصنوعی برای ارتقای گرافیک است.

فشارهای اقتصادی و زنجیره تأمین:

افزایش هزینه‌های سخت‌افزار، ناشی از سودآوری عظیم بازار مراکز داده‌ی هوش مصنوعی، فشارهای تازه‌ای بر زنجیره تأمین قطعات مصرفی وارد کرده است. این شرایط می‌تواند روند حرکت به سمت بازی‌های ابری و خدمات اشتراکی را تسریع کند؛ مدلی که امکان دسترسی به بازی‌های سطح بالا را بدون نیاز به خرید سخت‌افزار گران قیمت برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌سازد.



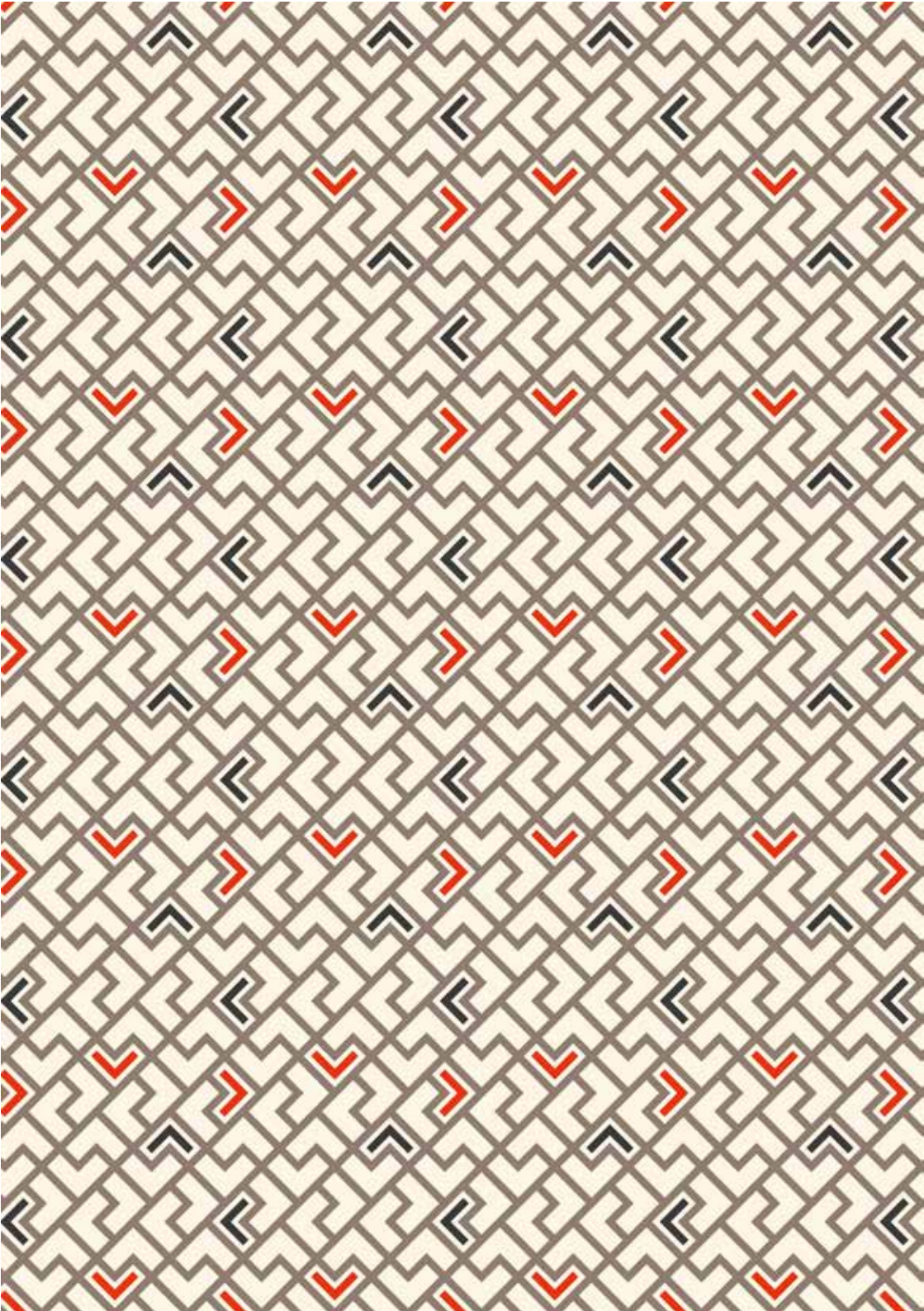


فناوری‌های نوظهور و آینده تجربه بازی:

تحولات فناورانه نویدبخش دگرگونی تجربه‌ی بازیکنان هستند. هوش مصنوعی با تولید رویه‌ای محتوا (PCG) در طراحی دنیاهای وسیع و ساخت شخصیت‌های غیرقابل‌بازی (NPC) پویا و باورپذیر، یک «تغییر پارادایم» در طراحی بازی‌ها ایجاد می‌کند. هم‌زمان، بازی ابری نیز با رفع چالش اصلی خود یعنی تأخیر، به بلوغ نزدیک می‌شود؛ موضوعی که بازیرساخت‌های مجهز به هوش مصنوعی و ظهور شبکه‌های نسل ششم (G6) به‌طور جدی تسهیل خواهد شد.

ترکیب این نوآوری‌ها - از گذار به خدمات و محتوا، تا ادغام فناوری‌های نوین و ایجاد اکوسیستم‌های میان‌پلتفرمی - مسیر صنعت بازی‌های کنسولی در دهه‌ی آینده را تعیین خواهد کرد.





دانش هدایتگر تفاوتهاست

