



نمای بازی عمر ۱۳ و ۴۴

تتباخص ترین اطالعات مصرف بازیهای دیجیتال در ایران

دانش مدا ابتگر تفا وتهماست

گزارش رایگان

*-who play at least one hour per week

”بازی‌های‌دیجیتال‌را‌می‌توان‌چه‌به‌لحاظ‌شیوع‌و‌چه‌به‌لحاظ‌تاثیرگذاری‌،‌جزء‌سه‌ رسانه‌برترقرن‌۲۱‌به‌حساب‌آورد.‌رسانه‌ای‌که‌مرزهای‌بازار‌صنایع‌سرگرمی‌را‌پیموده‌و‌ پیشتاز‌نوآوری‌های‌عظیمی‌در‌فناوری‌های‌رسانه‌ای‌است.‌مفهوم‌سرگرمی‌دیگر‌قادر‌به‌ توصیف‌آن‌نیست‌بلکه‌این‌رسانه‌به‌عمق‌مفاهیمی‌نظیر‌آموزش‌،‌هنر‌و‌فرهنگ‌ورود‌کرده‌ است‌و‌پیش‌بینی‌می‌شود‌که‌در‌آینده‌ای‌نه‌چندان‌دور‌،‌موجب‌تحول‌بنیادین‌در‌ مفاهیمی‌از‌قبیل‌تبلیغات‌،‌پژوهش‌و‌ارتباطات‌شود.‌چنین‌رسانه‌ای‌را‌باید‌شایسته‌ توجهی‌استراتژیک‌دانست.“

سید محمد علی سید حسینی، مدیر دایرک

درباره این گزارش

گزارش سالیانه نمای باز، اولین گزارش آماری منتشر شده توسط دایرک در مورد وضعیت مصرف و بازیکنان در کشور ایران است که شناختن‌ترین اطلاعات را در این زمینه ارائه می‌دهد. داده‌های این گزارش با تلاش بیش از ۱۰۰ پژوهشگر در کلانشهرها، شهرها و روستاهای سراسر کشور و با مد نظر قرار دادن بیش از ۱۵۰۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری گردآوری شده و سپس در هسته مرکزی دایرک مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. اگرچه بخش اعظمی از اطلاعات مصرف، در گزارش‌های آتی منتشر خواهند شد، «نمای باز» از این جهت حائز اهمیت است که اعداد مهم و کلانی را در مورد بازیهای دیجیتال ارائه می‌دهد و مسیر را برای درک بهتری از گزارش‌های تخصصی بعدی هموار می‌نماید.

چگونه پرداخت می‌کنند؟

صفحات ۹ و ۱۰



چه کسانی بازی می‌کنند؟

صفحات ۴ و ۵



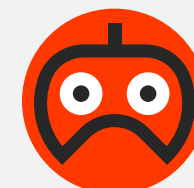
ما چه کسانی هستیم؟

صفحه ۱۱



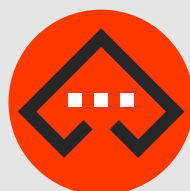
چگونه بازی می‌کنند؟

صفحات ۶ و ۷



به زودی منتشر می‌شود...

صفحه ۱۲



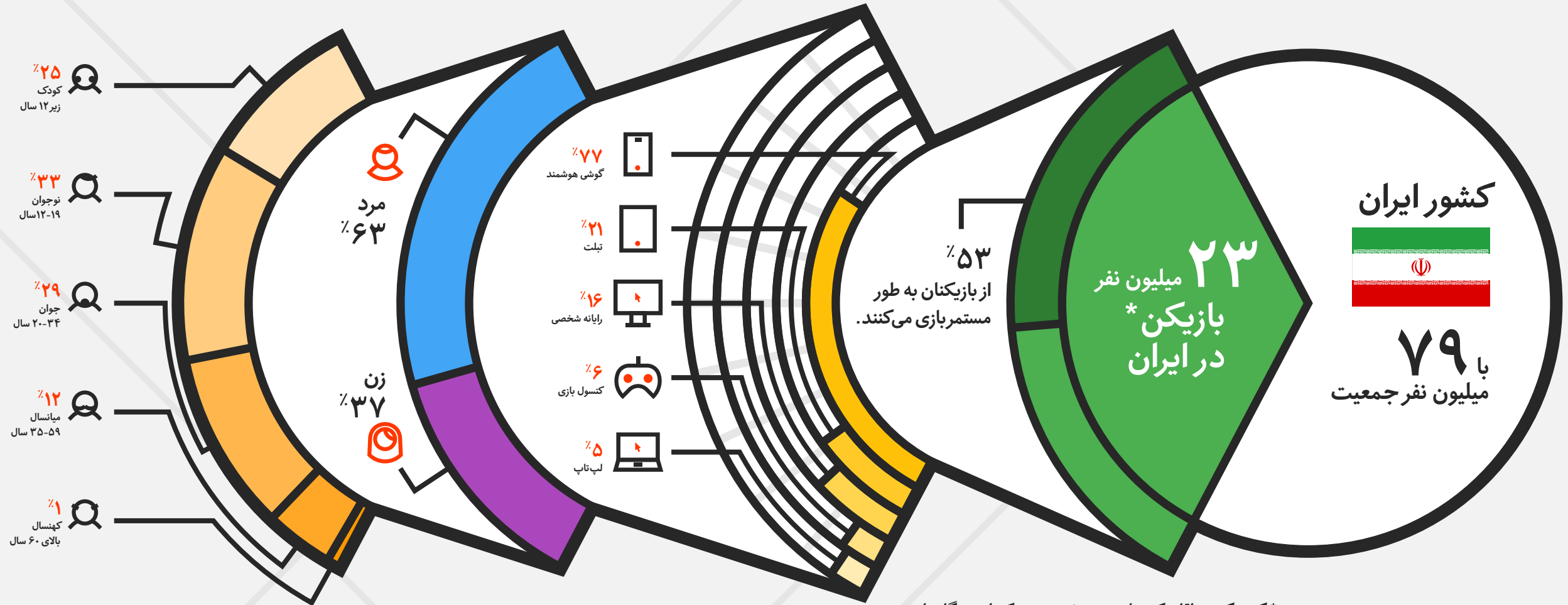
چه بازی‌هایی می‌کنند؟

صفحه ۸





چه کسانی بازی می کنند؟



*کسی که حداقل یک ساعت در هفته بر روی یکی از دستگاه های رایانه شخصی، لپ تاپ، گوشی هوشمند، کنسول بازی و یا تبلت بازی کند.



چه کسانی بازی می‌کنند؟

از هر خانوار ایرانی به طور متوسط **یک نفر** بازی دیجیتال انجام می‌دهد.

از هر ۵ خانوار، **۴ خانوار** حداقل یک دستگاه برای بازی کردن در اختیار دارند.

متوسط سن بازیکنان ایرانی **۲۱ سال** است.

بازیکنان در ایران به طور متوسط از **۶ سال** پیش بازی کردن را شروع کرده‌اند.

۵ تفریح پر طرفدار بازیکنان ایرانی



سفرهای
داخل کشور



خرید کردن
و پاساژگردی



تفریحات ورزشی

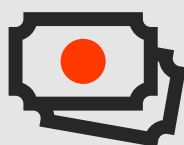


رفتن به اماکن
تفریحی عمومی



رفتن به مهمانی

۵ رسانه پر طرفدار در بین بازیکنان ایرانی



رفتن به سینما



مطالعه کتاب



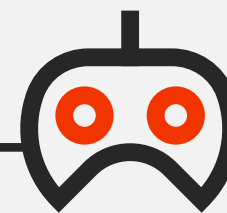
بازی دیجیتال



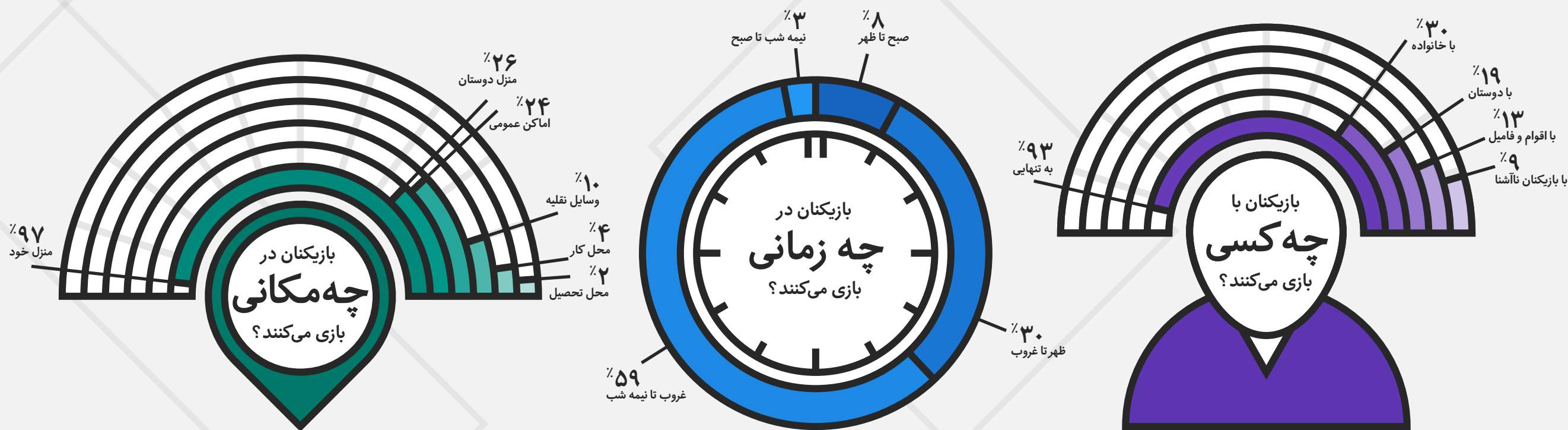
گوش دادن
به موسیقی



تماشای تلویزیون



چگونه بازی می‌کنند؟



۶۹٪ از بازیکنان ایرانی به اینترنت دسترسی دارند ولی تنها ۳۹٪ درصد از بازیکنان به صورت آنلاین بازی می‌کنند.

میانگین روزانه بازی کردن در بین بازیکنان ایرانی

۷۹ دقیقه



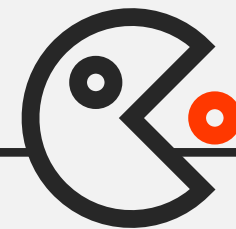
چگونه بازی می‌کنند؟

۵ دلیل اصلی بازی کردن بازیکنان

- چون بازی کردن برایم لذت بخش است.
- چون بازی دیجیتالی فرصتی را برای پر کردن اوقات تنهایی من به وجود می‌آورد.
- چون بازی دیجیتالی نسبت به سایر تفریحات جدیدتر و متفاوت‌تر است.
- چون بازی دیجیتالی نسبت به سایر تفریحات ارزان‌تر است.
- چون در بازی دیجیتالی می‌شود کارهایی کرد که در زندگی واقعی انجام دادنشان پرهزینه است.

۵ روش پر طرفدار به اشتراک‌گذاری اطلاعات بازی

- گپ زدن با دوستان
- صحبت با خانواده
- نظردهی در شبکه‌های اجتماعی
- نظردهی در فروشگاه‌های توزیع دیجیتال بازی
- نظردهی در انجمن‌ها و سایت‌های اینترنتی مرتبط با بازی

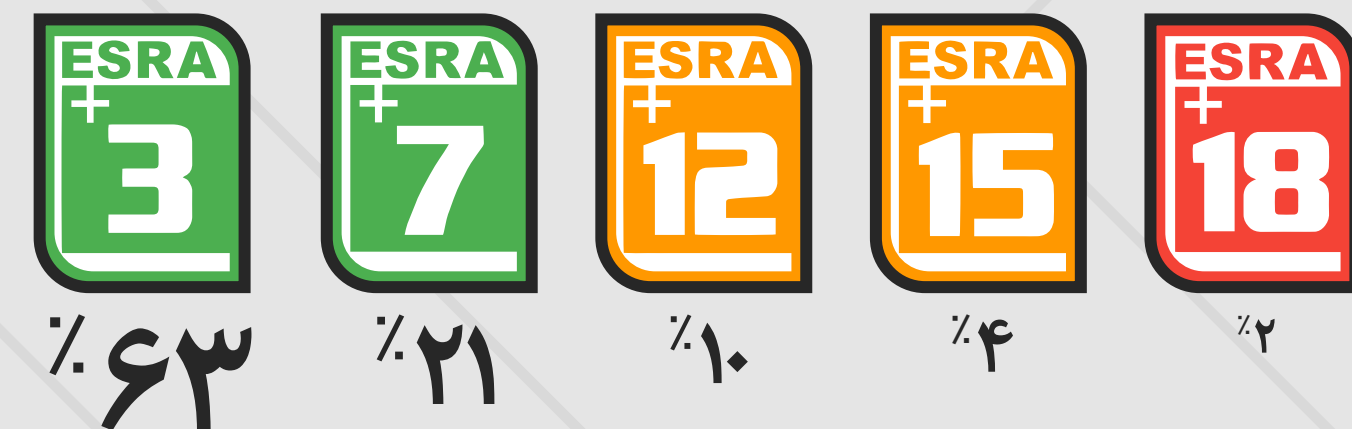


چه بازی‌هایی می‌کنند؟

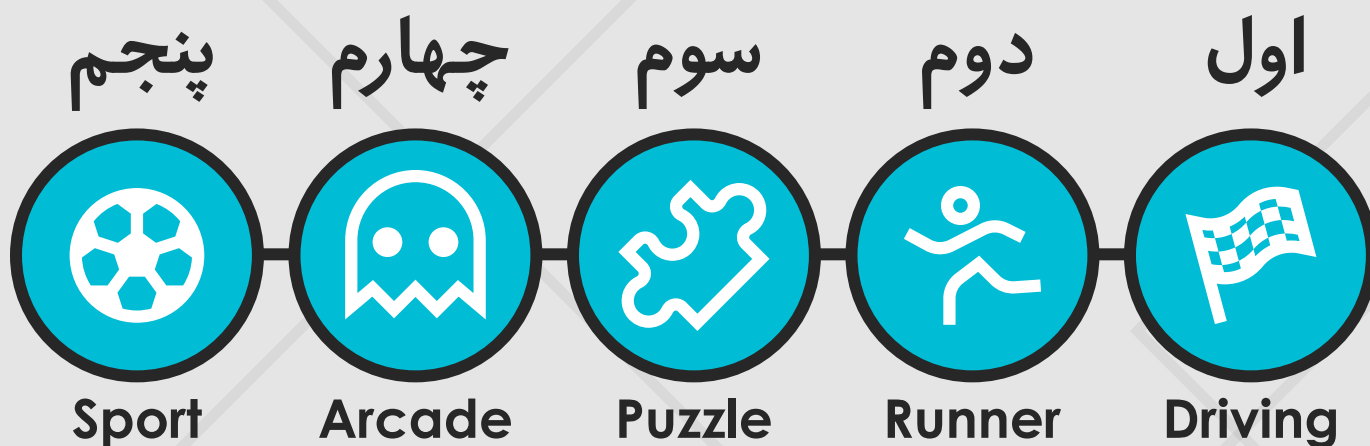
بازیکنان چقدر به رده‌بندی سنی بازی‌ها توجه می‌کنند؟



سهم رده سنی بازی‌های رده‌بندی شده توسط ESRA



۵ ژانر پرطرفدار بازی





چگونه پرداخت می‌کنند؟

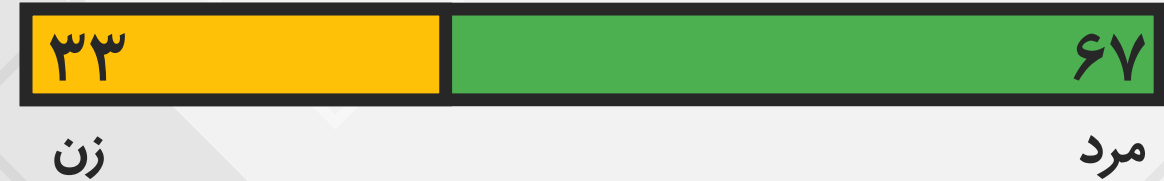
درآمد بازی‌های دیجیتال ۴,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

(این مبلغ مشتمل بر خرید بازی و سخت افزارهای مخصوص بازی می‌شود)

۳۰٪ از بازیکنان پرداخت می‌کنند و ۲۵ سال متوسط سن پرداخت کنندگان است.



جنسیت پرداخت کنندگان بازی‌های دیجیتال



تنها ۵٪ از بازار بازی‌های دیجیتال در ایران متعلق به بازی‌های ایرانی است.



سهم خرده فروشی دیجیتال و فیزیکی بازی در ایران



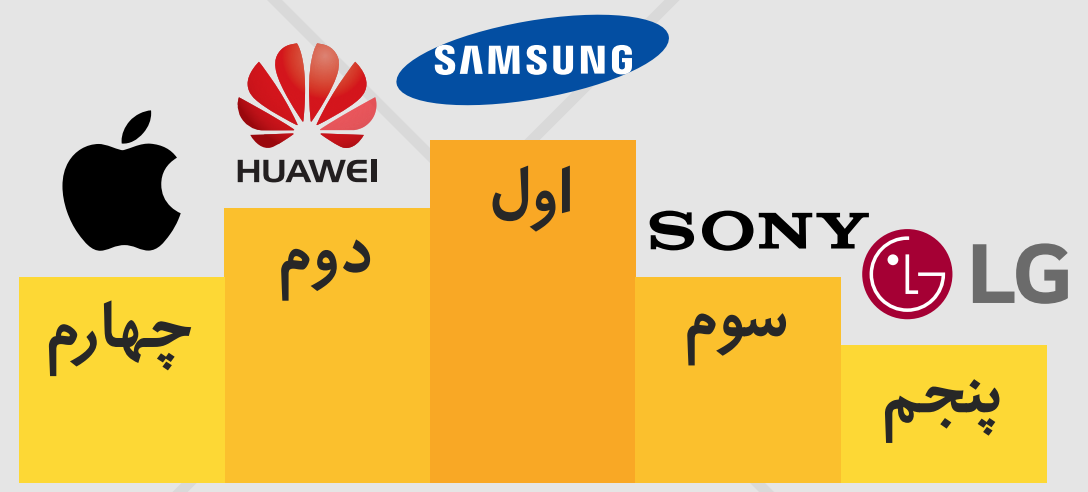


چگونه پرداخت می کنند؟

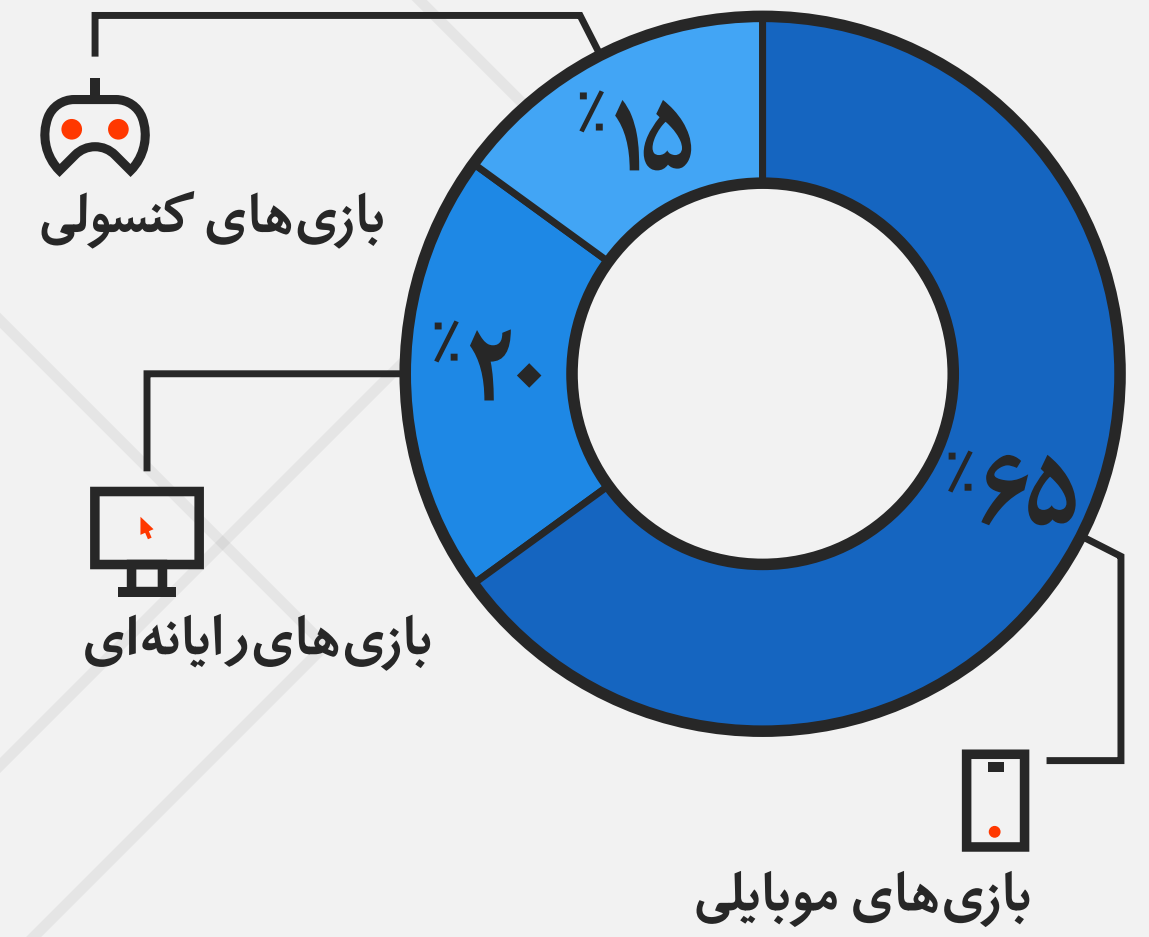
میزان استفاده از بازی های موبایلی براساس سیستم عامل



۵ برند سخت افزاری پرطرفدار در بین بازیکنان موبایلی



درآمد بازی های دیجیتال براساس نوع پلتفرم





ما چه کسانی هستیم؟

داستان دایرک

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک)، به عنوان یک شرکت زایشی (Spinoff) از بنیاد ملی بازیهای رایانه‌ای در سال ۱۳۹۴ تاسیس شد تا فضایی را برای گرد هم آمدن هسته‌های پژوهشی متشکل از دانش‌آموختگان بهترین دانشگاه‌های کشور و همچنین متخصصین و صاحب نظران در حوزه‌های مختلف مرتبط با صنعت بازیهای دیجیتال فراهم آورده و با تعریف و عملیاتی ساختن پروژه‌های متعدد تحقیقاتی با تمرکز بر مطالعات رفتاری و تحقیقات بازار، در جهت پیشبرد اهداف عالی پژوهشی خود که عمدتاً بر روی حوزه‌های بازرگانی، ارتباطات، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی متمرکز است، گام بردارد.

گزارش‌های دایرک

نمونه‌ای از مهم‌ترین گزارش‌های دایرک در صنعت بازی‌های دیجیتال، به شرح زیر است:

- گزارش نمای باز صنعت بازیهای دیجیتال ایران (اطلاعات مهم و کلیدی صنعت)
- گزارش‌های سه‌گانه پلتفرم‌های بازی موبایلی، بازی کامپیوتری و بازی کنسولی
- گزارش اطلاعات بازار (بازی‌های محبوب، برندهای پر فروش، سخت‌افزارهای پر کاربرد و...)
- گزارش خوشه‌بندی رفتار بازیکنان
- گزارش فضای آنلاین
- گزارش اختصاصی شهر تهران
- گزارش مقایسه ۱۱ کلانشهر اصلی ایران

سایر خدمات دایرک

- علاوه بر گزارش‌های تولید شده، دایرک خدمات تکمیلی دیگری را نیز ارائه می‌دهد. برخی از این خدمات در زیر قابل ملاحظه هستند:
- مشاوره اطلاعاتی به شرکت‌های داخلی و خارجی به منظور گسترش فعالیت در صنعت
 - اجرای پروژه‌های تحقیقاتی سفارشی مرتبط
 - دایرکتوری اطلاعات صنعت (شامل اطلاعات مرتبط با تولید، همچون اطلاعات تولیدکنندگان، ناشران و...)
 - جمع‌آوری منابع علمی مطالعات بازی‌های دیجیتالی

مشتریان دایرک

با توجه به نوع فعالیت‌های دایرک، طیف وسیعی از افراد و شرکت‌ها مشتری مرکز تحقیقات محسوب می‌شوند:

- سیاستگذاران و مدیران عالی
- بازی‌سازان، ناشران و توزیع‌کنندگان داخلی و خارجی
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر داخلی و خارجی
- صنایع مکمل
- شرکت‌های علاقمند به تبلیغات در صنعت
- پژوهشگران و دانشگاهیان

مزیت‌های دایرک

دایرک، بزرگترین و قدرتمندترین مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتالی در کشور است و برای تهیه دانش این حوزه حساسیت بسیار بالایی دارد. در زیر، مهمترین مزایای استفاده از خدمات دایرک قابل ملاحظه است:

- هسته مرکزی تحقیقاتی متخصص در حوزه‌های بازرگانی، ارتباطات، جامعه‌شناسی و آمار
- همکاری مشترک با «بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای»
- استفاده از نمونه‌های آماری بیش از ۱۵۰۰۰ نفری در سراسر کشور
- همکاری با بیش از ۱۰۰ نفر پرسشگر در سراسر کشور
- پوشش اطلاعات تمام کشور شامل کلانشهرها، شهرستان‌ها و مناطق روستائی
- قابلیت تعمیم بالای اطلاعات (پژوهش‌های کمی با سطح اطمینان بین ۹۵ تا ۹۷ درصد و پژوهش‌های کیفی تا سطح اشباع نظری علمی)
- امکان تحلیل و بررسی عمیق گزارشها توسط خبرگان حوزه
- همکاری با دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های برتر کشور
- همکاری با سازمان‌های تحقیقات بازار جهانی در حوزه صنعت بازی‌های دیجیتال و دیگر صنایع وابسته



به زودی منتشر می شود...

گزارش پدیده سال: **کلش آو کلنز**

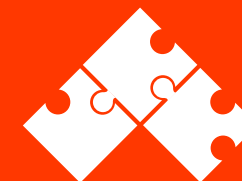
این گزارش به بررسی یک بازی پر مخاطب در هر سال می پردازد. سال ۱۳۹۴، نوبت به بازی پر حاشیه "کلش آو کلنز" رسید. در این گزارش با مطالعه عادات رفتاری نمونه ۱۰۰۰ نفری از بازیکنان این بازی، به بررسی دلایل بازی کردن با این بازی خاص پرداخته شده است. از سوی دیگر با استفاده از داده های پیمایش کشوری، ویژگی های جمعیت شناختی بازیکنان، نرخ شیوع بازی در بازیکنان و درآمد آن از بازار ایران برآورد شده است.

گزارش پلتفرم رایانه شخصی و لپ تاپ:

گزارش اختصاصی پلتفرم رایانه و لپ تاپ، اولین گزارش از مجموعه گزارش های سه گانه پلتفرم ها محسوب می شود. در این گزارش اطلاعات دقیقی از شاخص های مرتبط با این پلتفرم از قبیل اطلاعات بازار این پلتفرم همچون برندها و دستگاه های پرطرفدار و متغیرهای جمعیت شناختی بازیکنان و عادات رفتاری آنان مثل میزان بازی کردن و نرخ نفوذ آن در میان بازیکنان ایرانی مورد بررسی قرار می گیرد.

سوالات و پیشنهادات خود را از راه های زیر به ما برسانید:
تلفن تماس: ۰۲۱-۸۸۳۴۵۵۹۱ داخلی ۴۱۲
Info@direc.ir

همچنین می توانید نظرتان را راجع به این گزارش با ما در میان بگذارید www.direc.ir



DIREC
Digital games Research Center

