

2018年游戏互动桌需求调研报告

2019年3月

CONTENTS

- 1 / 研究概况
- 2 / 游戏互动桌行业总体概况
- 3 / 中国游戏互动桌行业发展现状及趋势研究
- 4 / 游戏互动桌消费者市场调研调查分析
- 5 / 研究结论及开发建议

CONTENTS

1 / 研究概况

1.1 研究背景

1.2 研究目的

1.3 研究内容

1.4 研究方法

1.1研究背景

4

互动多媒体游戏成主流趋势



- ★ 中国游戏市场自20世纪80年代起经历了多个时代的发展与转型，从80年代的红白机时代，90年代的PC时代，到后来的互联网时代，移动互联网时代，以及未来的VR/AR时代，可谓发展迅速。
- ★ 随着80,90后消费者逐渐成为社会主要消费人群，游戏市场逐渐被大众所接受，市场发展得到了一定的肯定。同时，消费观念的改变也使得游戏公司的盈利性相比20世纪90年代得到了大幅的提升。中国互联网与移动网络的迅速发展，为游戏产业提供良好的发展基础。



- ★ 随着VR、AR等新技术的发展，游戏的沉浸感越来越强，游戏不再局限于现实空间，而是更多的处于虚拟世界当中。近几年，互动多媒体游戏成主流趋势，人们不再需要控制器及沉重的电脑，一切都是高科技的体感互动系统，给游戏产业带来新的发展。
- ★ 未来，随着人工智能、大数据、虚拟现实、增强现实等技术时代的到来，将会极大地改变游戏产业，游戏互动成未来的大趋势。

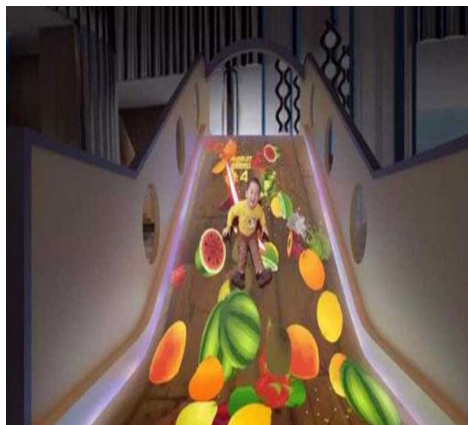
1.1研究背景

5

儿童消费市场呈爆发式增长



- ★ 当前，中国的家庭结构决定了中国儿童消费市场的庞大，在消费人口同等条件下，中国的**儿童消费指数居全球最高位**。儿童娱乐消费是我国近年来迅速升温的消费热点。



- ★ 我国是人口大国，同时也是人口生育大国，截止2017年底我国0~15岁人口约为2.47亿人，约占总人口的17.8%；每年新生人口数量保持在1600万人~1800万人之间。以平均每个孩子年花销5000元进行概算，这一市场规模已超过**万千亿元**。



- ★ 另外，随着**二胎政策的放开**，使得儿童消费呈现出更加旺盛的的劲头，在这种情况下，儿童业态在消费娱乐的比重也呈现爆发式增长，直接拉升儿童娱乐消费市场的快速增长。

1.2研究目的



★ 通过对受访者线上或线下问卷调研，梳理消费者对游戏互动桌需求、产品功能、规格期望等信息，为企业产品开发提供信息参考。

项目研究指标	
指标	说明
调研产品	游戏互动桌
调研区域	中国大陆（不含港澳台），以北上广为主；
调研样本量	220个
调研对象	受访者为3-15岁孩子父母 受访者及其亲属、朋友没有从事行业研究或市场调研的人员 三个月之内未参加过调研访问

1.3研究内容

7

针对本次项目的背景、目的、研究内容、调研范围与对象、调研方法和研究结论进行阐述

项目概况

针对项目产品定义、应用及发展特点进行概述

行业总体概况

针对当前游戏互动桌市场现状、趋势、问题进行数据整理与分析，使委托方能够全面了解市场情况；

行业发展现状及趋势研究

针对消费者特征、心理、需求等变量进行数据整理与分析，使委托方能够全面了解消费需求情况；

消费者研究

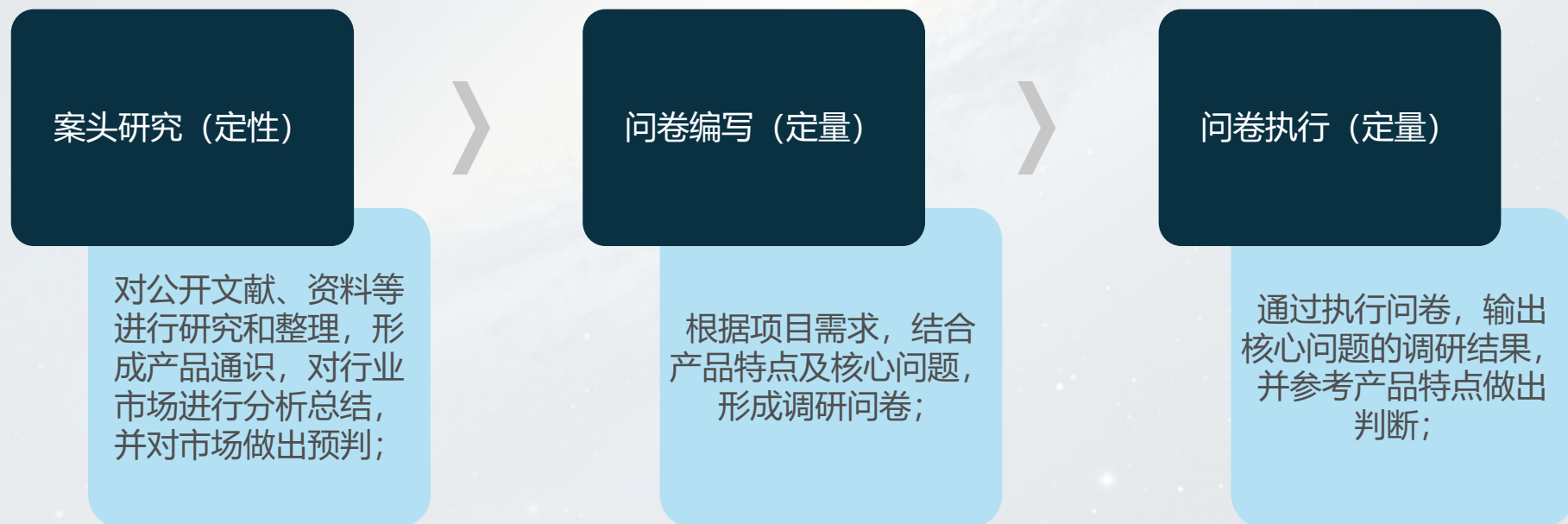
针对本次项目的调研内容及研究内容做出总结，并对产品开发提出针对性建议，为企业产品开发提供信息参考；

总结及建议

1.4研究方法

8

项目采用定性研究和定量研究相结合，以定量研究为主；主要分为三个阶段，具体如下所示：



CONTENTS

2 / 游戏互动桌行业总体概况

2.1 产品概述

2.2 产品应用分析

2.3 行业发展特点

2.1产品概述

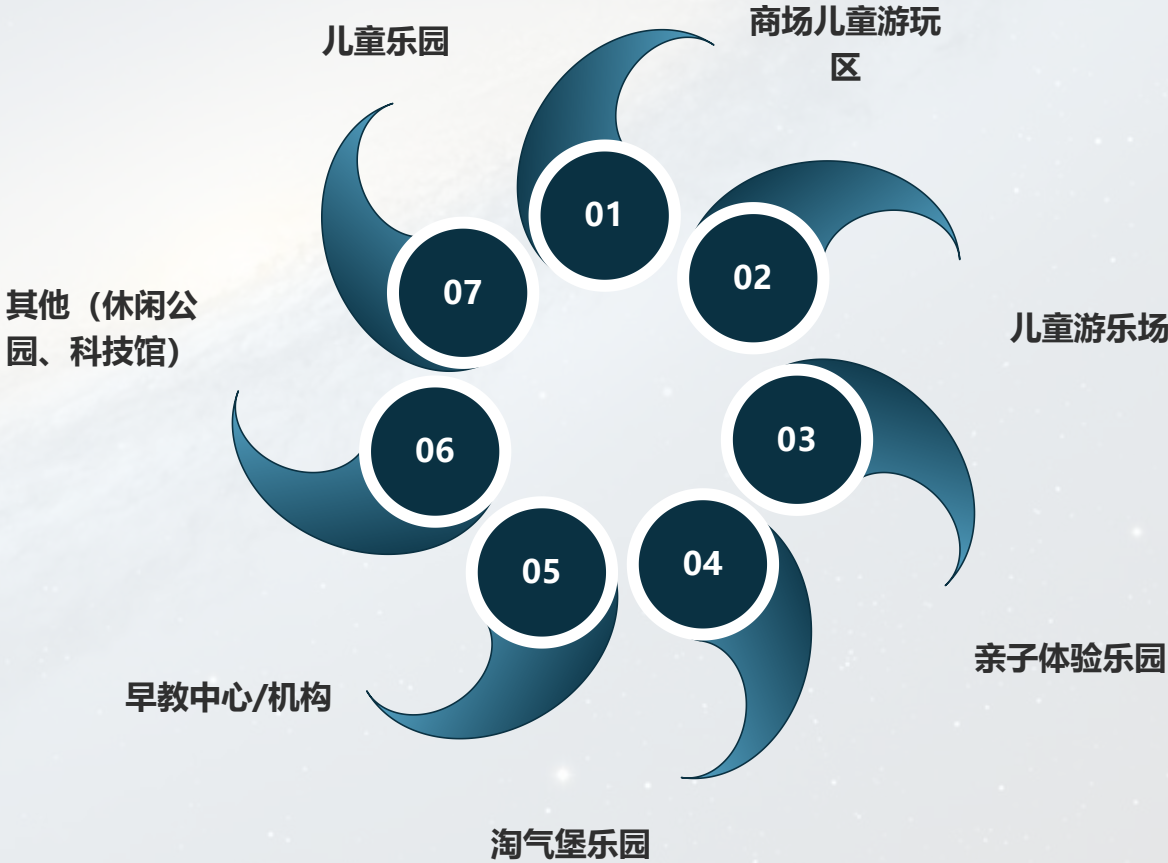
10

- ★ 游戏互动桌是指基于互动多媒体投影、AR、VR等新兴技术，打造出来的集游戏娱乐、学习教育等功能于一体，给人以互动体验感的集成系统产品。
- ★ 目前，市场中没有游戏互动桌这一产品专业定义，类似功能的产品为桌面互动系统，目前市场上已出现的类似功能的桌面互动系统有AR互动沙桌、魔幻沙桌、互动沙桌、桌面iPlay电子书、桌面互动积木、桌面互动涂鸦等，主要是针对儿童消费群体。



2.2产品应用分析

- ★ 目前，针对儿童消费群体的桌面互动系统主要是应用于**公共场所**，如儿童乐园、儿童游乐场、早教中心、亲子体验乐园等。



CONTENTS

4 / 游戏互动桌消费者市场调研调查分析

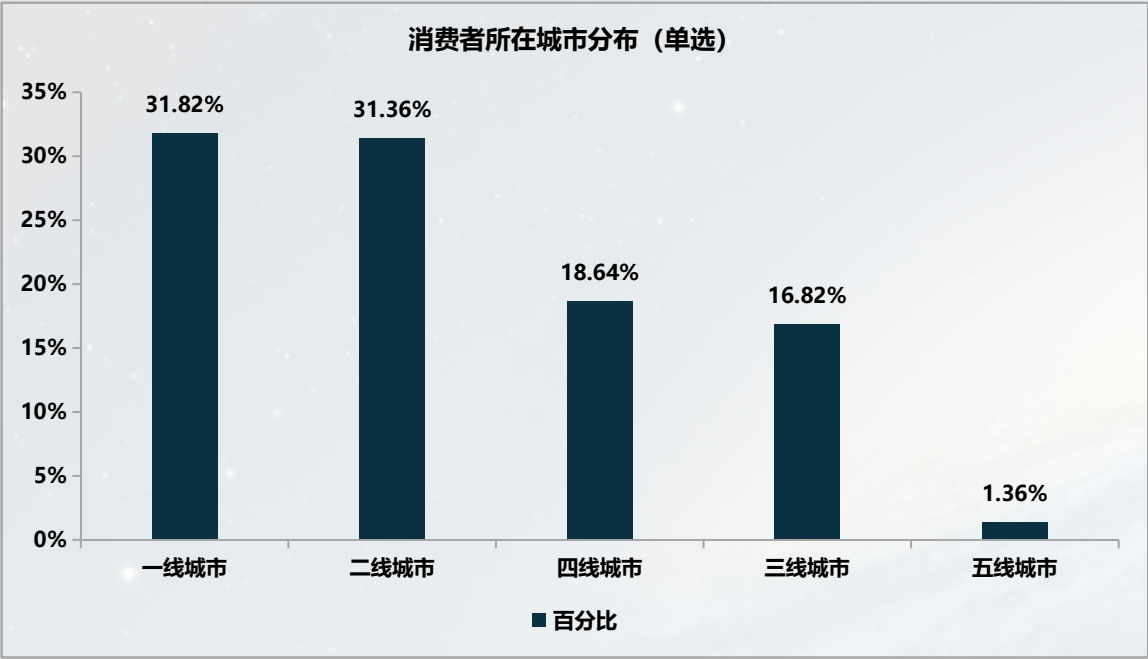
4.1 消费者调查特征分析

4.2 消费者心理变量分析

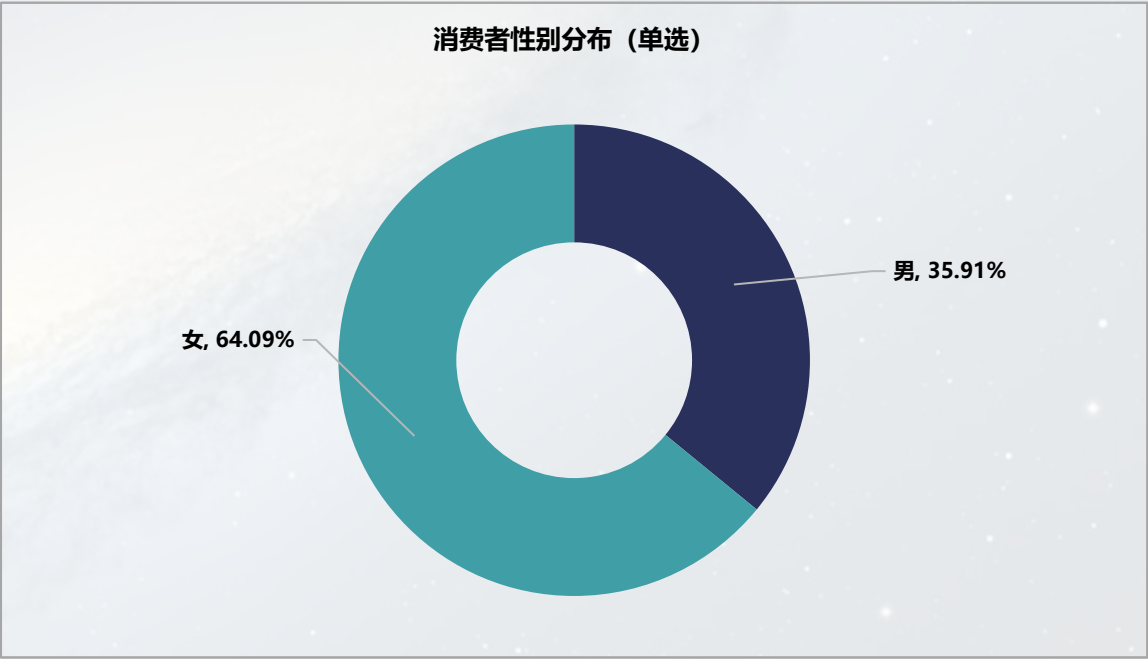
4.3 消费者需求变量分析

4.1消费者调查特征分析

1、地区及性别分布



数据来源：项目组调研整理

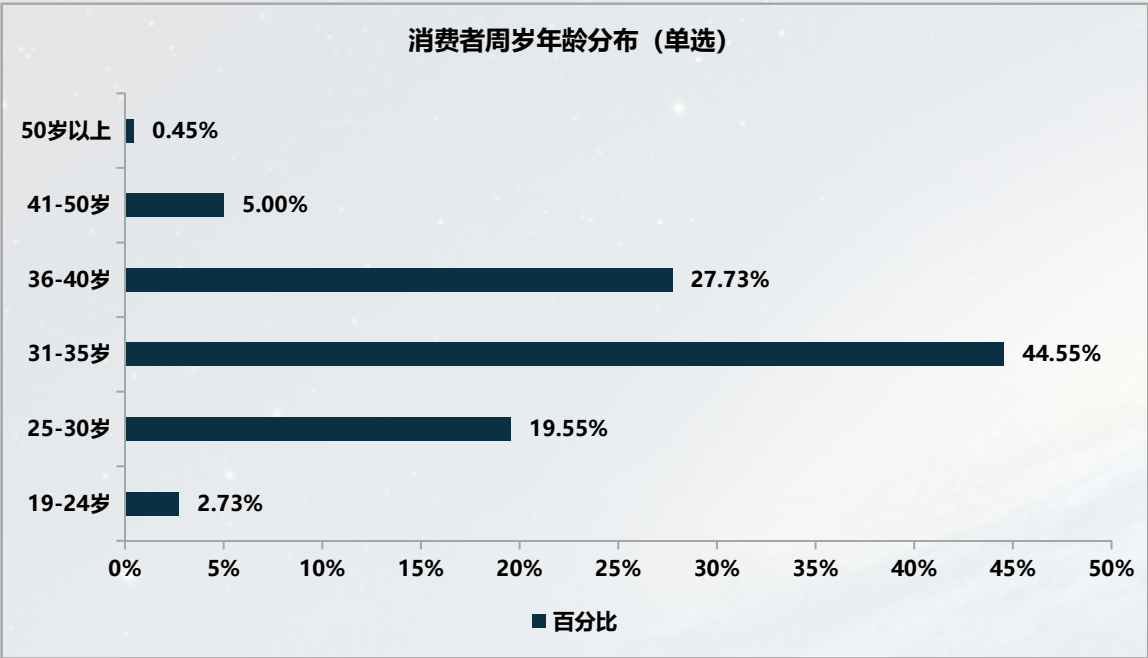


数据来源：项目组调研整理

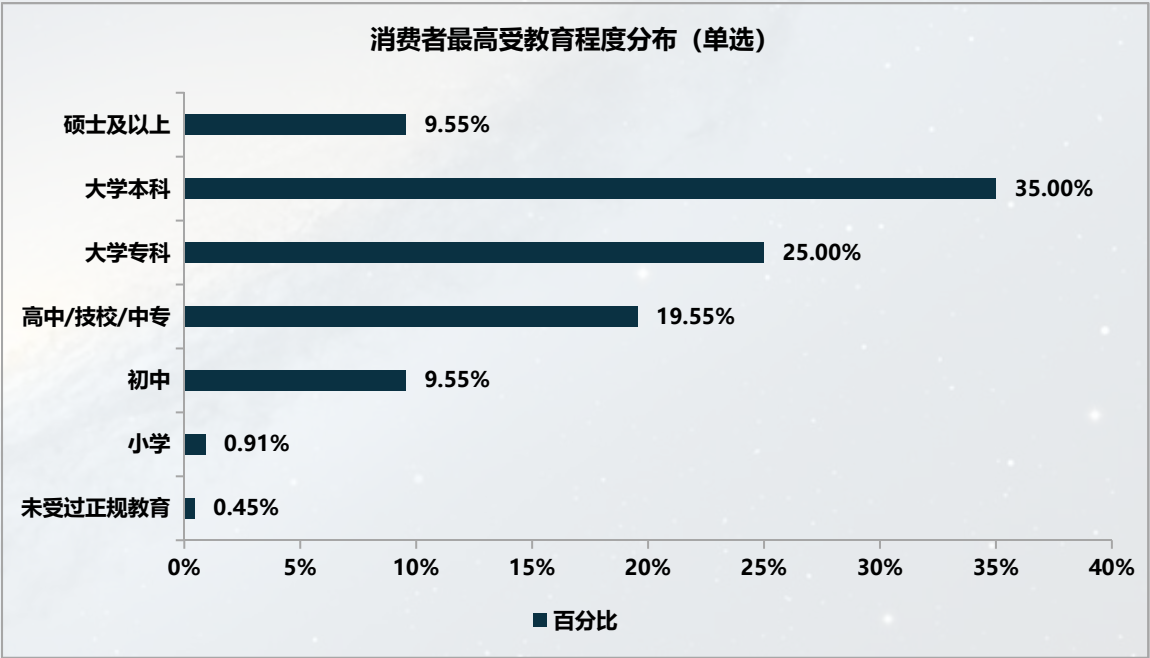
- ★ 从消费者样本来看，本次调查选取了国内一线、二线、三线、四线和五线城市，其中以一二线城市为主，三四线城市为辅，以及少量的五线城市样本，样本分布均匀，具有很好的参考性。
- ★ 从消费者性别来看，女性占比64.09%，男性占比为35.91%。同时也反映出来，在家庭生活抚养教育方面，女性还是占主导。

4.1消费者调查特征分析

2、年龄及学历分布



数据来源：项目组调研整理



数据来源：项目组调研整理

- ★ 从消费者年龄来看，31-35岁年龄段占主力，占比为44.55%；其次为36-40岁年龄段，占比为27.73%；25-30岁年龄段占比也不小，在19.55%。在调查样本中，80后为家庭生育的主力军，90后开始成为一支不可忽视的重要力量。
- ★ 从消费者最高受教育程度来看，大学本科及以上学历群体占比44.55%，大学专科群体占比25%，高中/技校/中专群体占比19.55%，初中及以下学历群体占比10.91%。



谢谢观赏

Thank You