

她消费

从事游戏行业的女性群体比例变高为开发贴合女性需求的游戏产品提供更多可能性;当女性玩家不再满足于“市场给予”和“附属满足”,无论从技术力、游戏性、内容品质还是品类,女性网游都将延伸出更多有待探索的未知空间

女性网游展现“她娱乐”新生态

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

9月,各游戏行业上市公司半年报披露数据显示,26家上市公司中,17家实现盈利,占比近七成,行业整体保持稳健发展态势。在这样的成绩背景下,随着AI应用的落地以及女性玩家的增加,上市公司以AI降本提质、掘金“她经济”赛道的趋势成为行业新亮点。

顶起游戏行业“半边天”

近年来,女性游戏在全球掀起起粉浪潮,分析机构Niko Partners在2023年指出,亚洲的女性游戏玩家群体在过去五年中经历了显著增长,占亚洲地区游戏玩家总数的37%,同时还在以每年11%的速度增长,增长速度几乎是男性游戏玩家的两倍。

在国内,“女性向游戏”既是专属名词,也是产品分类,指面向女性玩家研发,适合于女性的庞大游戏分类,包含了乙女(以恋爱内容为主打)游戏、公主系、萌向游戏等不同分支。其共性是拥有精致细腻的游戏画面及唯美的情绪体验。

随着男性游戏用户的渗透率触顶,女性玩家成为“掘金点”,比重逐年递增。根据中研普华产业研究院发布的相关数据,2019年中国女性游戏用户数量已突破3亿人,占中国游戏用户规模的46.2%。2022年女性向游戏市场规模达到了166.2亿元,同比增长12.8%。

“女性游戏兴起时间短暂却势头强劲,促成因素复杂,既有数码文化的深入人心,如影视、图画、数字AI在游戏内容生产上的变革,也有女性视角作为内容增量,在游戏产品上的创新。”中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端在接受中国妇女报全媒体记者采访时指出,女性网游主打高黏度、沉浸式传播,恰好顺应了AI娱乐时代的特性,借助“她经济”,带来了整体市场的繁荣。

洞察女性网游新风貌

今年8月,女性卡牌手游《如鸢》宣布公测定档引起热议。《如鸢》的横空出世,又将女性网游的创新推向新高潮。网友认为:“女性



八月六日,某游戏女子赛正式开赛。

网游,要么换装,要么乙游。女性玩家们还有别的胃口——权谋!”资深玩家指出:“相比于一部分乙游还停留在遇到困难等待开‘金手指’,等待男主来救的阶段,玩家们更期待真正可以决定自己命运的大女主故事。”

《如鸢》的游戏制作人小萌告诉中国妇女报全媒体记者,从消除、家园类到音游、剧情文字类,女性游戏需求已从“被给予”转变为“我想要”,女性游戏在社群中生长出强烈的表达欲望。

“我们需要在休闲、好玩的基础上,打造共情能力更强、沉浸感和剧情品质更高的产品。”小萌还提到,这一变化不仅仅体现在玩家端,从事游戏行业的女性整体比例也在变高,这为开发贴合女性需求的游戏产品提供更多可能。

“玩家们希望女主角是独立承担事业且勇敢的。”陈端看到了网游市场中女性娱乐新生态。她表示,近年来女性主义在影视、动漫和游戏市场受到青睐,不再止步于被欣赏、被看见,或将女性美与“美术付费”画上等号,偏重于商业化美术、剧情、声音,现在



用户扩展规模空前。不同于传统网游盈利模式,女性向游戏赛道用户的消费力不全部体现在游戏内氪金,还包括游戏外的周边“金矿”。

最显著的一点是,女性向游戏的商业化比传统游戏维度更广,受益于女性群体的消费力的强势,线下商业化模式包括IP衍生、IP联动等,一些联动对带动实体经济行业也有很好的效果。

这方面成功的例子不少。《恋与制作人》频频与浪琴(嘉人)杂志合作打造跨次元大片;米哈游旗下的《未定事件簿》与格力高合作推出联名礼盒,创收一度高达260万元;《劲舞团》作为最早以女性游戏玩家为主的一款标志性产品,女性玩家占比为60%,上线近20年,整个产品系列每月依然总体保持5000万元至6000万元的流水……

此外,近期一些以女性为主要群体的游戏与快消品界联名,也加速了游戏上市公司在“她经济”赛道的布局。例如,某快餐连锁品牌与一款手游推出的20份联名套餐,在活动推出当日0点便被一扫而光。

“女性手游广告和品牌植入的空间很大,涉及时尚、衣食住行等各种消费细节,具备天然的变现生态,因此一旦有明晰的市场经营主体对其进行周边开拓,阶段性爆发是必然的结果。”陈端认为,女性网游的造血及良性循环能力越来越强,从游戏内的服装道具、广告植入、会员管理、社区运营等都是行业模式的突破点,这些端口也将反向输入,加速上市公司对该类游戏的孵化。

小萌坚信女性向游戏是新的“蓝海赛道”。“女性玩家对满足自身情感需求和针对性体验设计更为热衷,现在入局厂商少,优质产品少,用户需求缺口大。”她认为,当女性玩家不再满足于“市场给予”和“附属满足”,无论从技术力、游戏性、内容品质还是品类上,女性网游都将延伸出更多有待探索的未知空间。

女性游戏角色有了清晰的自主人格、自我发展和内心期待。

比如,在《恋与深空》游戏中,女主与男主并肩战斗,体现了“战友情”引申的羁绊,主角间不再是讨好和被讨好、保护和被保护的关系;《无限暖暖》一改过去去动手指就是全部操作的女性向游戏思路,加入了开放世界冒险要素,体现了更强的剧情性;《旅行青蛙》的“回家”设计,戳中了学生群体、家庭主妇、上班族等细分群体的情感诉求。

相反,《花间绘颜》《璀璨星途》《钟之境》等更多套路化乙游陆续宣布停止运营,在逐渐拥挤的女性网游赛道上,越来越多的开发团队意识到,山呼海啸般的精美感、仪式感固然重要,但竞技、对抗带来的成就感以及情感的呵护是留住新一代女性玩家的关键。

女性游戏产业蓄势待发

近年来我国大力推进文化数字化战略,游戏产业作为数字产业不可或缺的组成部分,2024年上半年总产值超过1400亿元,

一线见闻

人气回暖 市场信心有所恢复

——国庆假期多地楼市探访



国庆期间,“重庆品质楼盘国庆展销会”在重庆市江北区观音桥举行。 新华社记者周凯摄

新华社记者 王浩明 赵瑞希 郑钧天

国庆假期,记者在广州、深圳、上海、武汉、重庆等地走访发现,在节前多重利好政策推动下,多地楼市人气开始回暖,不少楼盘到访客户增多,成交活跃度提升,市场信心有所恢复。

人气开始回暖:一些楼盘到访客户明显增多

刚刚过去的国庆假期,楼市迎来久违的人气回暖。记者在广州的越秀天河和樾府看到,售楼处人头攒动,几乎每个销售人员都有多批客户要接待,销售中心的咖啡机都已经达到出杯的上限,只能关机。

国庆节前,北上广深四个一线城市调整住房限购等政策。重庆、四川、广东、湖北、云南等10余个省(自治区、直辖市)出台了省级层面促进房地产市场健康发展的政

策文件。武汉、南昌、合肥、广元等50余个城市出台了本市房地产市场优化政策。

10月7日下午4时许,记者来到位于上海外环线区域的保利光合跃城项目。售楼处已被“挤”得满满当当。该楼盘平时周末来访量70至80组,成交5至6套;国庆期间,每天来访量都超过百组,单日成交超10套。项目营销负责人说:“新政出台后,最显著的变化是置业者的信心回来了。前5天,我们以之前积累的客户出手成交为主;后2天,新来访客户成交占比达一半。有的客户上午来,晚上就定下来了。新政策加速了购房者的决策。”

一线城市火热的同时,二三线城市的楼市也迎来了回暖。10月1日下午,“重庆品质楼盘国庆展销会”在江北区观音桥步行街举行,不少市民前来咨询了解。

今年国庆假期,重庆多个楼盘加大促销

展销力度,除国庆专属折扣1%外,参加重庆秋季房交会团购节的购房者还可额外优惠1%。

成交逐步活跃:一些城市甚至翻倍增长

记者采访了解到,这个国庆假期,不少地区楼市既赚了人气也挣到了“票房”。

记者从深圳市住房和城乡建设局获悉,10月1日至7日,深圳新建商品住宅认购销售1841套,合计19.18万平方米,认购量较去年同期增长664.1%;二手房方面,全市头部中介机构带看量、成交量分别为24620人次、1314套,日均值较2023年国庆假期分别增长22%、339%。

贝壳数据显示,从10月1日到10月7日,广州市新房认购超过3000套,比去年同期增长两倍以上。10月1日至6日,珠海新房认购265套,环比9月1日至6日增长超过10倍,比去年同期增长139%。

不只是广深,中西部地区商品房销售也出现不同程度增长。据湖北省住建厅统计,10月1日至7日,该省新建商品房销售面积67.6万平方米,同比增长43.1%,环比增长150.1%。

来自重庆市住房和城乡建设委员会的数据显示,10月1日到7日,重庆中心城区商品房网签成交面积15.93万平方米,同比增长55.7%;成交金额16.04亿元,同比增长47.1%。不少项目销售负责人反映,国庆假期,楼盘的成交转化率大幅提升。

保利发展相关负责人介绍,保利发展旗下全国楼盘10月1日到7日累计成交逾260亿元,较2023年同期提升超40%。广州保利天瑞国庆首日即成交9套,每10组到访客户中就有1组出手。

深圳房产中介乐有家相关负责人介绍,深圳门店9月30日到10月6日之间的新房成交量比去年同期大涨979%,成交转化率由2%提升至12%,即100批看房客户中有12批客户成交。

信心有所恢复:让政策效应更充分、可持续

不少购房者表示,稳定的政策预期是他们“不再犹豫”,选择出手购房的重要原因。

9月份以来,各地陆续出台促进房地产市场平稳健康发展的政策措施。特别是9月29日,金融管理部门此前宣布的一揽子房地产金融举措落地,包括批量调整存量房贷利率、优化个人住房贷款最低首付比例、完善商业性个人住房贷款利率定价机制、延长部分房地产金融政策期限、优化保障性住房再贷款有关要求等举措,都给行业发展带来实实在在的资金支持。

记者了解到,部分地区还有新政策“在路上”。湖北省住建厅相关负责人介绍,在已出台促进房地产市场平稳健康发展十条措施的基础上,该省正研究制定进一步促进房地产市场止跌回稳政策举措,指导各州市因地制宜施策,优化房地产政策。

在主管部门和行业自身的积极行动上,之前不少城市楼市的“价格战”和“内卷”现象也有所改变,部分购房者不再担心房价“跌跌不休”。

9月30日,中房协发出“百城千企商品房促销”倡议书,倡议“销售价格合理,决不随意哄抬价格扰乱市场,也不过度降价搞恶性竞争,做市场止跌回稳的促进者,市场稳健的维护者”。

近日,保利发展旗下多个城市项目公布了“保价计划”,楼盘在后期销售折扣低于买方现有折扣,可无理由退房。

“自己有需求,政府和开发商又给了‘定心丸’,所以决定不再等了。”国庆期间买房的广州市民陈先生表示。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,随着短期需求被市场集中消化,之后楼市的接续力量将非常关键。“一是政策不能停,可进一步降低二手房交易成本;二是目前不少城市库存仍在高位,需创新思路去库存,促进供求关系平衡。”李宇嘉说。

呼和浩特

内蒙古呼和浩特市儒科家政服务服务有限公司(下称儒科家政)总经理刘晓春作为家政行业人才队伍建设中涌现的优秀带头人,在各级妇联的工作指导下,以坚定的信念和不懈的努力,在促进家政服务业提质扩容的道路上取得了显著成绩。

让需要工作的人成为工作需要的人

创业初始,刘晓春就把公益理念融入家政服务工作中。以“让需要工作的人成为需要的人”为目标,依托儒科职业培训学校完善的培训体系,大力开展家政服务人员职业技能培训和提升培训。一方面加大力度建设线上网校,积极探索互联网+的创新培训模式,另一方面积极关注行业中的新职业、新需求,不断开发、完善培训课程。

刘晓春带领团队成功搭建了“儒科家政妇女之家——服务人员绿色就业通道”,并开展实施家政从业人员的岗前培训、技能等级认定、诚信评价管理、就业帮扶、创业孵化工作,积极探索“基地培训+服务考核+员工队伍建设+连锁化服务+品牌经营”的新运营模式。

通过提高家政服务人员职业技能归属感和荣誉感,刘晓春积极推进成立呼和浩特市家政服务行业协会,与工会合力成立工会联合会,引导服务人员加入工会,不仅保障了家庭服务企业和从业人员的合法权益,维护了全行业的从业秩序,也推进了家政服务业健康有序发展。

协会定期举办职业技能竞赛,“以赛促学”,给服务人员提供切磋技艺、展示水平、自我完善的平台,引导和激励更多家政服务人员提高职业技能和综合素质,有效培养和发现技能型人才。

建设家政服务标准化体系

为了使家政服务体系趋于标准化,刘晓春根据市场调研反馈,制定儒科家政服务项目的服务标准,确保所有参加培训的妇女能够实现服务人员的“五有四统一”,即有身份证、有健康证、有职业资格证书、有诚信上门服务证、有保险及统一的服务理念、统一的服务标准和统一的服务流程。她还参与制定自治区地方标准,包括《家政服务企业培训基本要求》《居家保洁服务规范》《母婴护理服务规范》《居家照护服务规范》四项标准。

同时,在为户主提供高质量、高品质的优质服务的同时,刘晓春还为家政服务人员制订了完善的职业发展规划,使家政服务人员能长期安心从事家政服务工作,逐步走向职业化。并通过“家政信用查”帮助消费者实现知情消费、放心消费,保障消费者合法权益,推动家政服务业专业化、规模化、规范化建设。

在各级妇联的指导下,刘晓春带领儒科家政大力开展“家政进社区”工作,和妇联共建“家政进社区”服务网点孵化基地。一方面通过招募社区合伙人的形式与公司共同建设社区服务网点,另一方面将统一、规范、标准的家政便民服务站迅速在各社区进行布局和建设,在解决社区居民需求,为社区居民提供便捷、安全、规范服务的同时,通过实施培训和赋能,以灵活的就业形式帮助更多女性实现“家门口”就业,带动广大妇女创业。



刘晓春(右二)在工作中。

高质量巾帼家政服务温暖千万家