

Маркетинговое исследование

Тема: Рынок портативных игровых консолей

Период: Январь — Июнь 2025

Цель: выявить целевую аудиторию, ценовые ожидания, факторы принятия решений и барьеры покупки.

1. Целевая аудитория

Параметр	Значение
Возраст	20–40 лет
Пол	91% мужчины, 9% женщины
Локация	США, Европа, Азия
Доход	Средний и выше
Хобби	Игры, технологии, путешествия

Устройства до этого ПК-геймеры (73%), консоли (25%)

Источник: Опросы на Reddit (r/SteamDeck, r/HandheldGaming), анкеты в Discord-сообществах

2. Основные мотиваторы покупки

- Мобильность — возможность играть в дороге, в кровати, в командировках.
- AAA-гейминг вне дома — запуск PC-игр, совместимость с Steam/EA/GoG.
- Эксперименты — кастомизация, эмуляторы, Linux/Windows.
- Новизна — технологические энтузиасты, early adopters.

3. Основные барьеры

- Цена — высокая стоимость и быстрое устаревание.

- Тепловыделение и шум — пользователи жалуются на перегрев (особенно у ROG Ally).
- Низкая автономность — 1.5–2.5 часа в тяжёлых играх.
- Нестабильность Windows — драйверы, обновления, BIOS.
- Порог входа — настройка эмуляторов, Steam OS, игр.

4. Анализ конкурентов (цены и восприятие)

Устройство	Средняя цена	Восприятие ЦА
Steam Deck	\$450	Надёжно, дешево, просто
ROG Ally	\$699	Мощно, горячо, шумно
Legion Go	\$799	Экран супер, неудобен в руках
GPD Win 4	\$850	Профессионально, но дорого
Ayn Loki Max	\$599	Неопределённость, но дешево

5. Каналы продаж и информирования

- Основные площадки: Amazon, Best Buy, AliExpress, Steam
- Источники влияния:

YouTube (Linus Tech Tips, ETA Prime, The Phawx)

Reddit (r/SteamDeck, r/HandheldGaming)

Discord-сообщества

Telegram-каналы и чаты по эмуляторам и Steam Deck

6. Потенциальные УТП для выхода на рынок

- 5G-модуль для игры на стриминге без Wi-Fi
- OLED-дисплей или E-Ink для чтения/казуального гейминга
- Пассивное охлаждение

- ИИ-помощник: настройка игры/графики/BIOS под конкретного пользователя
- Модульная конструкция — смена контроллеров, апгрейд накопителя

7. Рекомендации

- Разработать прототип < \$500 с хорошим охлаждением и стабильной ОС.
- Сегментировать рынок: не бороться с ROG, а занять нишу между Steam Deck и GPD.
- Фокус на сообществе: упор на удобство эмуляции, открытость, поддержку пользователей.
- Партнёрства с платформами: GoG, Indie-магазины, ProtonDB.

8. Выводы

Рынок не перегрет, но насыщен. Покупатель ищет не **“максимальную мощность”**, а **баланс между удобством, стабильностью и ценой**. Продукт без чёткого позиционирования быстро теряется на фоне ROG/Deck.