

艾普思咨询

2022 网络游戏消费投诉及舆情分析 报告

导 读

中国音数协游戏工委发布的《2021 年中国游戏产业报告》显示，2021 年中国游戏市场实际销售收入 2965.13 亿元，同比 2011 年增长 5 倍有余；过去十年中国游戏市场发展迅猛，2021 年游戏用户规模已达 6.66 亿人。

用户规模庞大，网络游戏相关问题也日益凸显，据中消协数据，2022 年上半年全国消协受理网络游戏投诉同比增长约 22.26%。

为洞察我国网络游戏问题现状，我们分析了国内主流投诉平台的游戏投诉数据，从投诉缘由、涉诉金额、被诉商家、舆情事件等多个方面进行解读。

数据源	黑猫投诉、网络搜索（艾普思自建搜索引擎）
数据周期	截至 2022 年 9 月 21 日
数据说明	<p>1、本报告分析样本为以“游戏”、“手游”、“网游”等关键词获取的 10.1 万余条投诉数据；因关键字及平台限制，获取数据量或与实际数据量有出入。</p> <p>2、本次统计数据为不完全统计，所涉类别以关键词划分，分析结果仅供参考。</p>

目 录

一、 网络游戏投诉数据分析	1
1.1 投诉缘由：退款问题引发过半投诉，未成年误充现象突出	1
1.2 其他典型投诉：哈利波特魔法觉醒辱女等	2
1.3 涉诉商家：交易猫近 30 天被诉量最多	3
1.4 涉诉金额：超千元投诉占比逾三成，心动网络等涉诉金额较高	3
1.5 投诉要求：退款要求近八成	4
1.6 处理进度：整体结案率不足两成，过半消费者放弃线上投诉	5
1.7 处理满意度：亟待提升，腾讯、网易游戏等满意度较低	6
二、 网络游戏舆情数据分析	7
2.1 舆情趋势：日均声量超 10 万，“羊了个羊”助推声量增长	7
2.2 “羊了个羊”相关舆情站点分布：新浪微博、抖音系是主要传播阵地	8
2.3 “羊了个羊”相关热门微博话题：负面话题占一半	9
2.4 “羊了个羊”官博评论主要观点：吐槽游戏易崩、修复时间长	9
2.5 “羊了个羊”相关舆情主体人群画像	10
性别/年龄：女性、90 后用户占比高	10
地域/学历：广东、大学用户居多	11
粉丝规模：集中在 0-500	12
共同关注：爱情主题的音乐电影居多，关注书籍类别较丰富	12
结 语	14

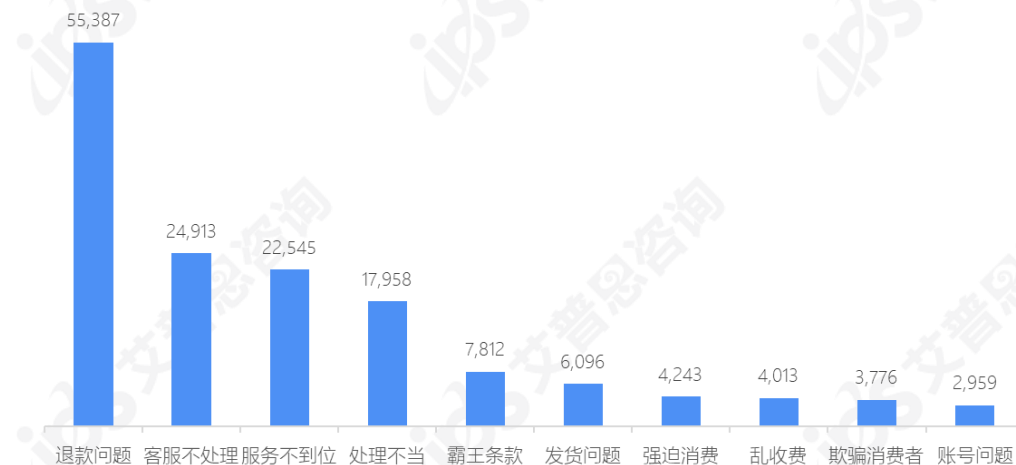
一、网络游戏投诉数据分析

1.1 投诉缘由：退款问题引发过半投诉，未成年误充现象突出

从投诉缘由来看，退款问题排行第一，投诉量达 55,387 起，占比 55.02%；退款引发的投诉中，因未成年误充导致的占比 51.51%，因申请退款不到账导致的占比 12.97%。未成年误充问题严重，一方面需要家长加强监护，另一方面也需要游戏经营者在要求实名认证的同时，通过游戏语音、聊天记录和作息时间等多种手段加强识别，以避免因此类纠纷过多影响品牌声誉。

客服不处理、服务不到位、客服处理不当相关的投诉分别为 24,913 起、22,545 起、17,958 起；客服问题引发的投诉主要表现为部分游戏经营者不提供人工客服、客服不作为、客服处理结果达不到消费者预期等。售后服务难以保障消费者权益必将导致消费者信任的丧失，游戏经营者当引起重视。

游戏投诉缘由top10



数据来源：艾普思咨询

数据说明：本次数据为按关键词获取的不完全统计，分析结果仅供参考

图 1：网络游戏投诉缘由 top10

1.2 其他典型投诉：哈利波特魔法觉醒辱女等

分析不同商家被诉缘由发现，有五大网络游戏的被诉缘由与其他商家呈现明显差异：

哈利波特魔法觉醒侮辱女性问题占比最高（25.82%），该游戏从去年 11 月 15 日开始被玩家投诉“女性角色在被雪球砸中时，会面部泛红、吐出舌头，质疑游戏辱女”，事后游戏官方虽做出解释并道歉，但仍导致不少玩家流失。

穿越火线被诉的账号问题最多，主要表现为无故被封号；**交易猫**被诉的服务不到位、欺骗消费者问题较多，主要表现为买家购买游戏账号后被找回，平台售后不作为；卖家卖号需交保证金，且后续卖号费和保证金都未收到；买家购买‘召回理赔保险’不赔付。

DD373 被诉缘由中欺骗消费者排第一，主要表现为买到魔兽世界黑金，被系统收回，申请退款后不处理；**梦想庄园**被诉的诱导消费问题最多，主要表现为在儿童手表小天才应用中心以数学语文会员课程的形式诱导未成年消费。

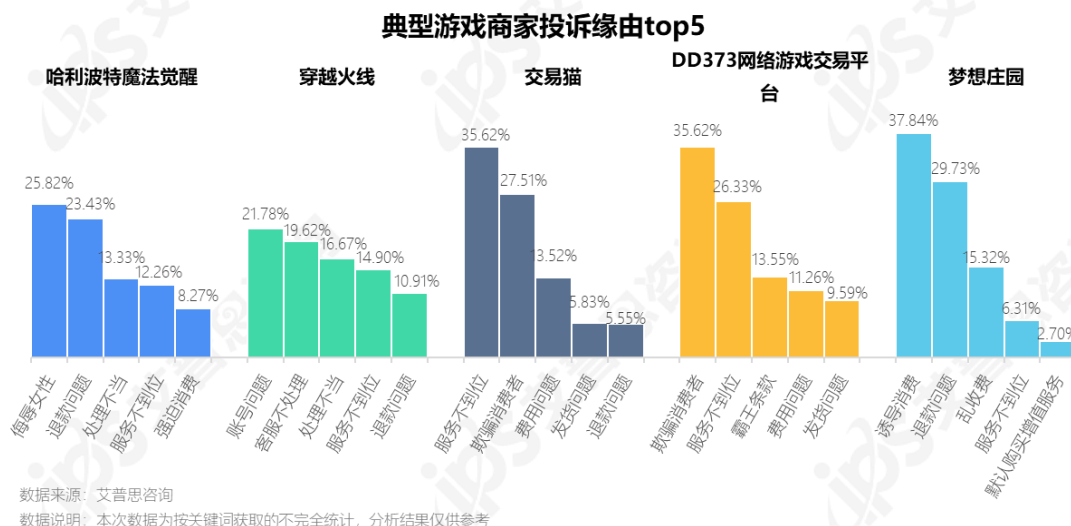


图2：典型网络游戏商家投诉缘由 top5

1.3 涉诉商家：交易猫近 30 天被诉量最多

近 30 天投诉量最多的前十游戏商家中，**交易猫**的投诉量最高（1,823 起）；**腾讯游戏**（763 起）和**心动网络**（301 起）分别排行第二、第三；**地铁跑酷**（211 起）8 月因“不吃金币”新玩法翻红后，投诉量增加，排行第八；**天剑奇缘**（201 起）因在快手直播间宣传“充值 88 元就能获得 300 元红包”涉嫌诱导消费，投诉量排行第九。



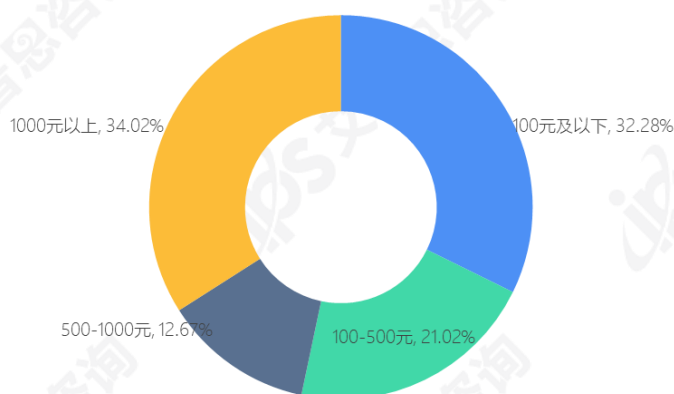
图 3：网络游戏投诉量 top10 商家

1.4 涉诉金额：超千元投诉占比逾三成，心动网络等涉诉金额较高

网络游戏相关投诉中，涉诉金额在 1000 元以上的投诉量占比 34.02%，其次是金额在 100 元以下的投诉量，占比 32.28%。

从不同商家的涉诉金额来看，**心动网络**、**TelCheer 广东天宸**和**欢太官方**涉诉金额在 1000 元以上的投诉较多，占比均超过 50%；**地铁跑酷**和**天剑奇缘** 100 元以下的投诉占比较高，分别为 77.11%、53.22%。

游戏投诉所涉金额分布

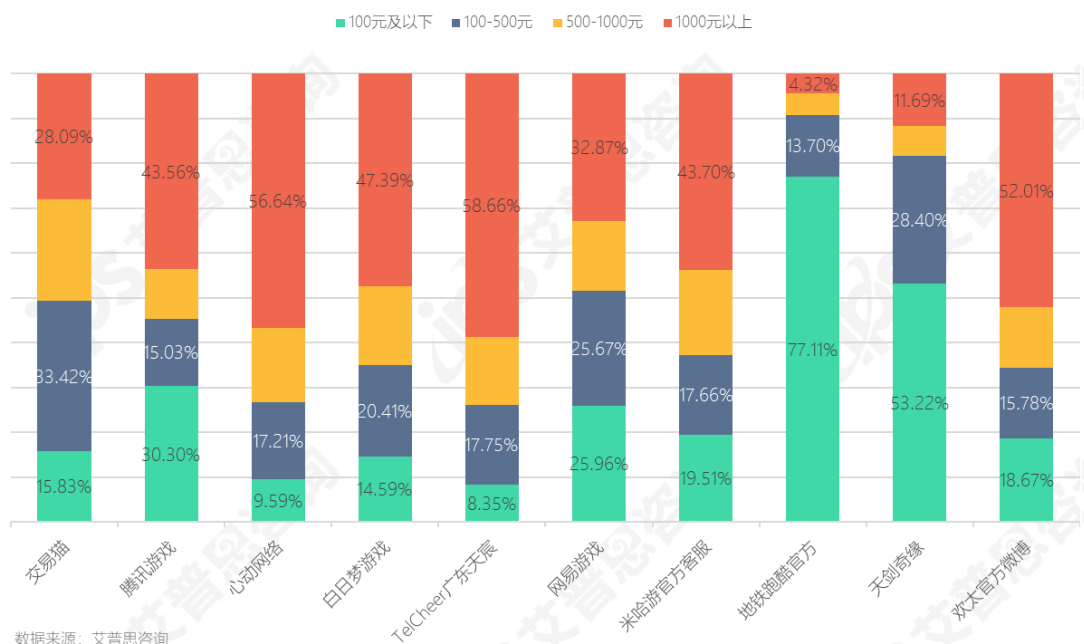


数据来源：艾普思咨询

数据说明：本次数据为按关键词获取的不完全统计，分析结果仅供参考

图 4：网络游戏投诉所涉金额分布

主要游戏投诉对象所涉金额分布



数据来源：艾普思咨询

数据说明：本次数据为按关键词获取的不完全统计，分析结果仅供参考

图 5：主要网络游戏投诉对象所涉金额分布

1.5 投诉要求：退款要求近八成

网络游戏消费者的投诉要求主要包含退款、赔偿、道歉、恢复账号、解释、

作出处罚等；其中要求**退款**的投诉高达 78,570 起，占比 78.04%。

消费者要求**道歉**和**作出处罚**的投诉中，**哈利波特魔法觉醒**辱女事件引发的较多，占比均超 20%；消费者要求**恢复账号**的投诉中，因**腾讯游戏**信用分被恶意扣除的占比 16.72%，请求恢复**穿越火线**账号的占比 11.75%。

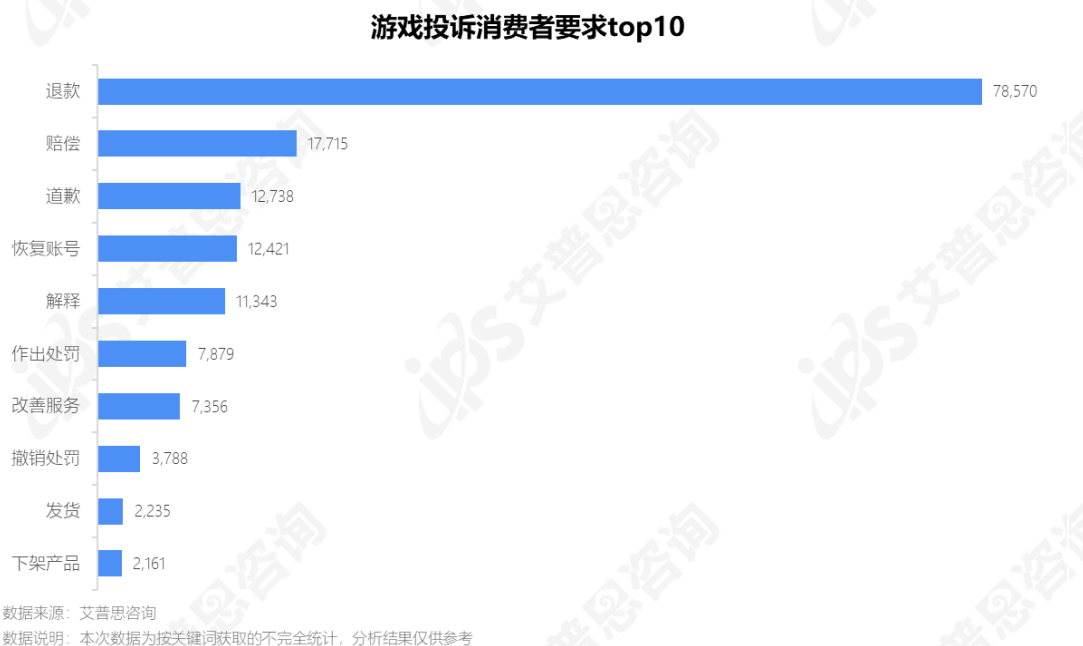


图 6：网络游戏消费者投诉要求 top10

1.6 处理进度:整体结案率不足两成，过半消费者放弃线上投诉

数据显示，从行业整体情况来看，网络游戏投诉处理完成率为 12.81%，**实际结案率不足两成**；游戏投诉自动完成率高达 51.03%，超一半消费者转而寻求其他解决渠道，或者因游戏商家态度过于消极而放弃投诉。

从被诉商家来看，**TelCheer 广东天宸**的投诉处理完成率最高，为 25.11%；**天剑奇缘**和**地铁跑酷**的未回复率（处理中）较高，分别为 92.84%、65.48%。

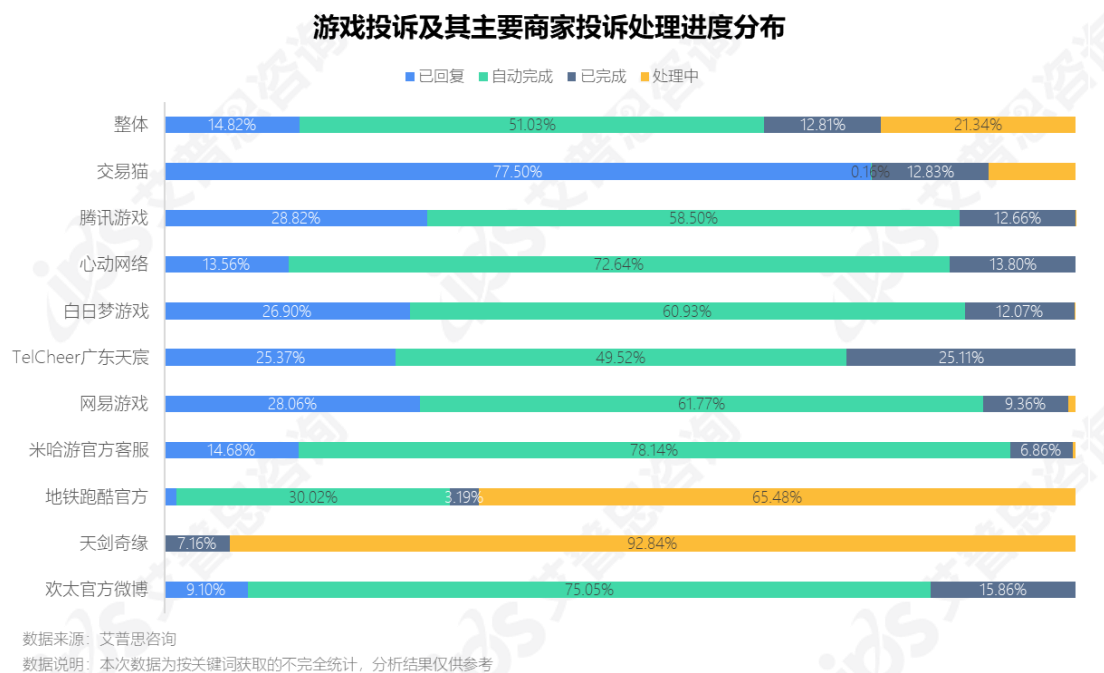


图 7：网络游戏投诉及其主要商家投诉处理进度分布

1.7 处理满意度：亟待提升，腾讯、网易游戏等满意度较低

网络游戏行业的投诉处理满意度仅为 3.05 分，平均处理时长为 8.79 天；主要商家中，**地铁跑酷**的处理满意度最高(3.71 分)，投诉处理时长较短(4.66 天)；**米哈游官方**的投诉处理时长最长，为 22.40 天；**腾讯游戏**（2.12 分）、**网易游戏**（2.28 分）和**天剑奇缘**（1.87 分）的处理满意度均未超过 2.5 分。

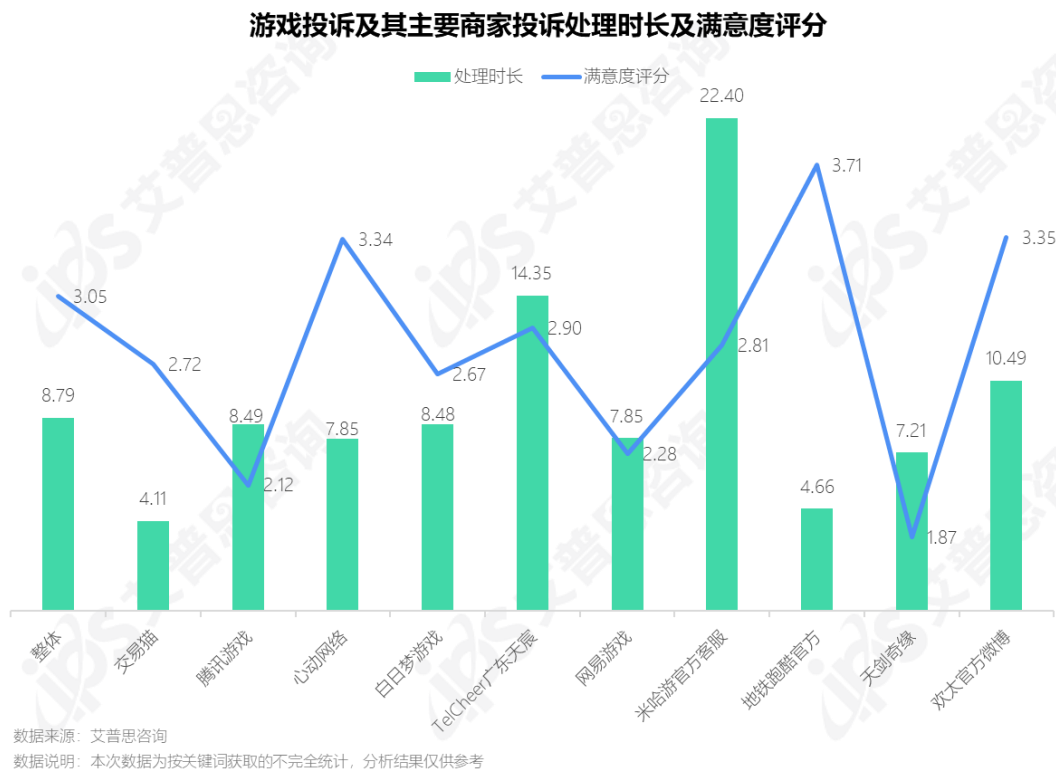


图 8：网络游戏投诉及其主要商家投诉处理时长及满意度评分

二、网络游戏舆情数据分析

2.1 舆情趋势：日均声量超 10 万，“羊了个羊”助推声量增长

据艾普思自建搜索引擎抓取数据，2022 年 8 月 31 日至 9 月 29 日，与网络游戏相关的舆情声量约 373 万条，监测期内，舆情声量起初趋势平稳，从 9 月 13 日开始迅速增长，到 9 月 15 日到达峰值（21 万余条），这一趋势主要受网络游戏“羊了个羊”相关舆情影响。

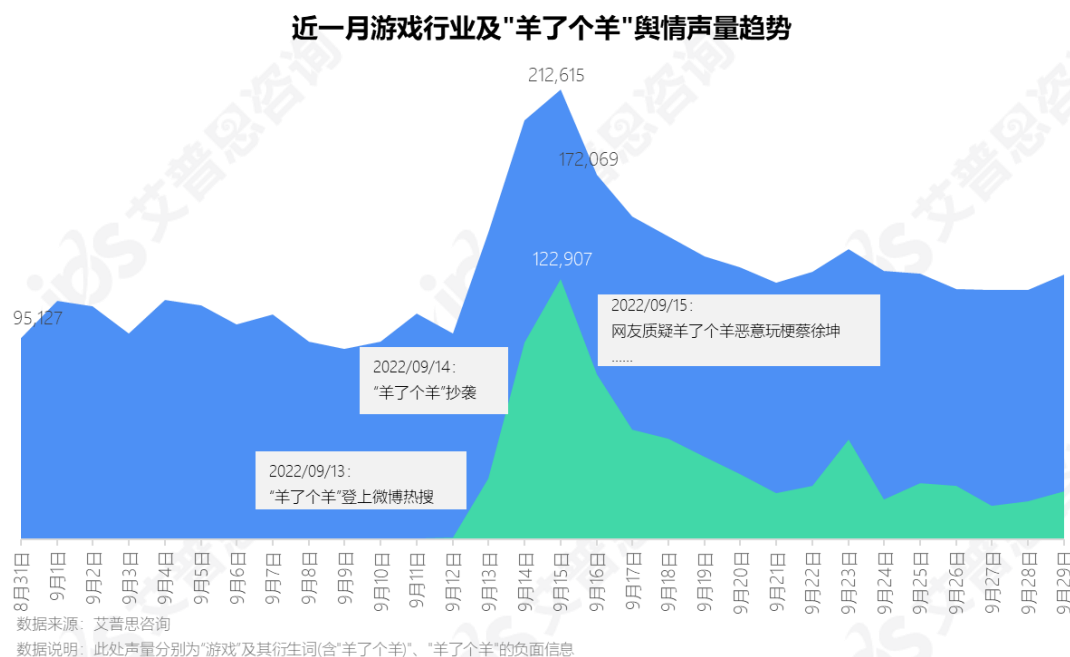


图 9：近一月网络游戏行业及“羊了个羊”舆情声量趋势

2.2 “羊了个羊”相关舆情站点分布：新浪微博、抖音系是主要传播阵地

同时段内，**羊了个羊**相关的舆情声量约 72 万条，其中**新浪微博**声量占比过半，**抖音**、**今日头条**、**火山**、**西瓜视频**声量共计占比 35.47%。

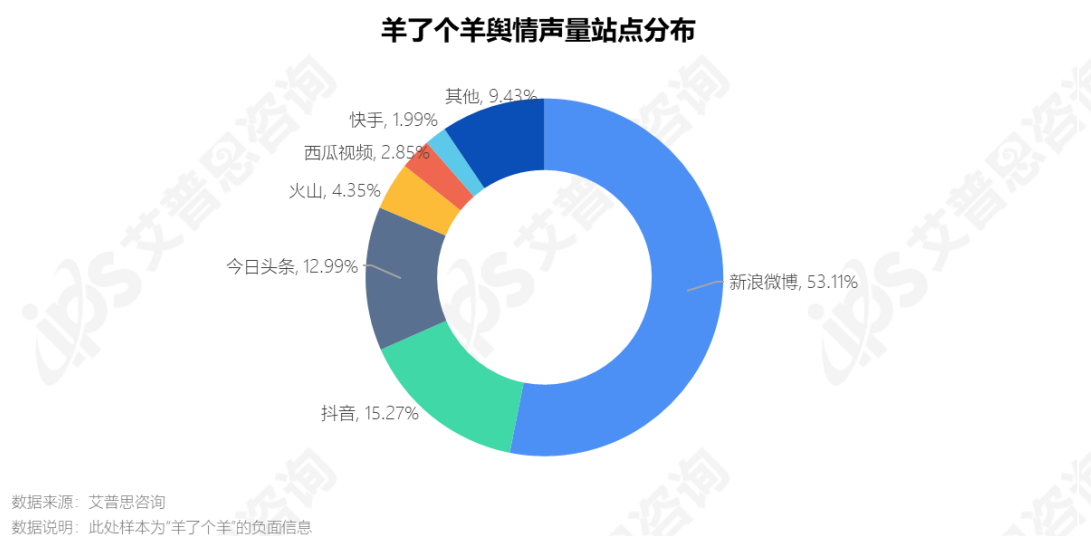


图 10：羊了个羊舆情声量站点分布

2.3 “羊了个羊”相关热门微博话题：负面话题占一半

微博作为羊了个羊舆情主要传播平台，在监测期内，共产生相关话题 400 余个，累计阅读量超 106.98 亿，网民参与讨论 102.15 万余次，其中阅读量破 1 亿的话题达 19 个。前十热门话题中，有一半为负面话题，主要涉及“因玩羊了个羊被骗”、“恶意玩梗蔡徐坤”、“bug 多”、“被质疑抄袭”等。

羊了个羊相关热度排行前十微博话题				
标题	热度指数	阅读量(万)	讨论量	主持人
#央视揭秘羊了个羊通关诈骗陷阱#	887	113000	4.5万	央视财经
#网友质疑羊了个羊恶意玩梗蔡徐坤#	868	36000	5.5万	林黛玉正拔垂杨柳
#羊了个羊创始人被母校制展牌宣传#	850	76000	2.2万	白鹿视频
#羊了个羊 bug#	849	31000	3.6万	新浪游戏
#女子为玩羊了个羊看广告被骗9万元#	844	59000	2.2万	江苏新闻
#羊了个羊 驴了个驴#	842	23000	3.6万	禾子玩游戏
#羊了个羊 抄袭#	836	35000	2.4万	--
#羊了个羊第三关#	833	43000	2万	游戏少女里里酱
#羊了个羊第二关#	811	16000	2万	新浪游戏
#羊了个羊通关率不到0.1%#	801	25000	1.2万	财经网科技

数据来源：艾普思咨询

数据说明：此处话题关键词为“羊了个羊”，#羊了个羊#综合话题未纳入计算

图 11：羊了个羊相关热度排行前十微博话题

2.4 “羊了个羊”官博评论主要观点：吐槽游戏易崩、修复时间长

我们随机抽取羊了个羊官方微博下的 3.2 万余条评论进行观点分析，结果显示，有 75.93% 的评论吐槽“羊了个羊游戏服务器易崩，且修复时间过长”，这部分网友属于深度玩家，难度陡增的第二关激发了其胜负欲，大多表达的是等待游戏修复的焦虑情绪；6.57% 的评论希望“降低第二关难度，否则弃游”；3.34% 的评论质疑“第二关根本过不了，高难度就是为了骗人看广告赚取收益”；其他观点中，网友还表达了“删掉第一关”、“建议增设存档功能”、“旁边显示剩余牌数”等游戏整改建议。

羊了个羊作为突然爆红的休闲小游戏，不仅因硬件问题、开发维护人员配备不足影响玩家体验，还遭遇“抄袭”、“有被骗风险”等舆论风波，玩家评论趋于消极；再加上其上手容易，玩法单一，可能面临“速生速死”的结局，制作团队需思考如何延续其生命力。

值得一提的是，上文提及的**地铁跑酷** 8 月霸榜 iOS 游戏免费榜第一，DAU、付费率、内购流水均创 2019 年以来的历史新高，其再次走红得益于核心玩家对游戏内容的二次创作、传播和发酵；可见**用户共创**是保持热度和新鲜感的一大利器，值得借鉴。

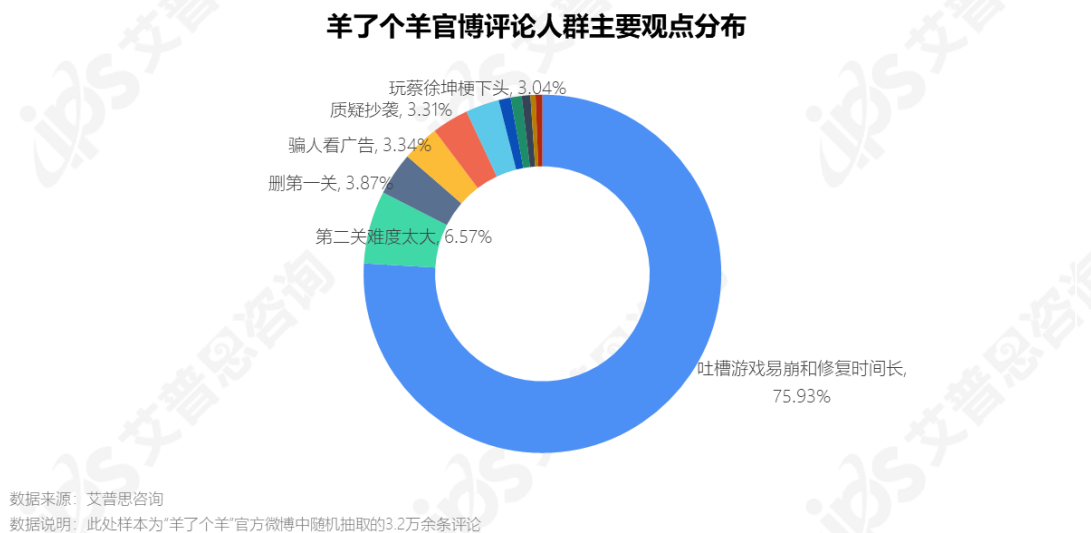


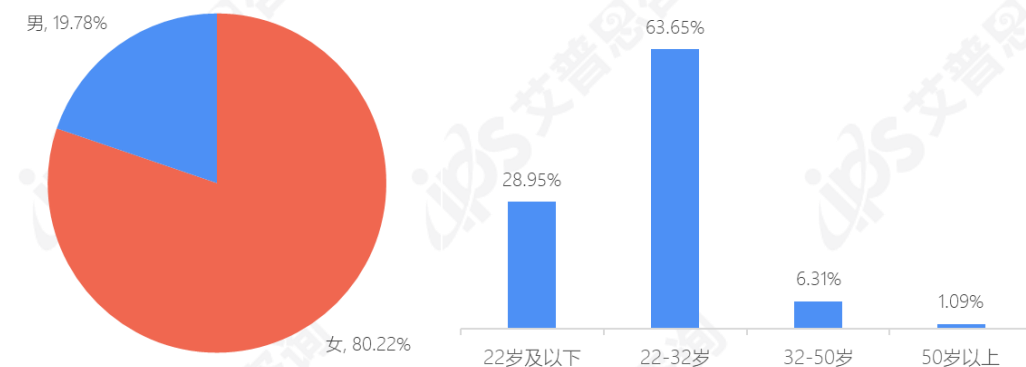
图 12：羊了个羊官博评论人群主要观点分布

2.5 “羊了个羊”相关舆情主体人群画像

性别/年龄：女性、90 后用户占比高

游戏经营者要想实现用户共创，既需要提供更多精准的互动渠道，也需要更深入地研究核心玩家的人群特征。报告抽取参与**羊了个羊**官博评论的 2.5 万余网民进行样本分析，结果显示，**女性占比 80.22%**，00 后占比 28.95%，90 后占比 63.65%。

羊了个羊官博评论人群性别及年龄分布



数据来源：艾普思咨询

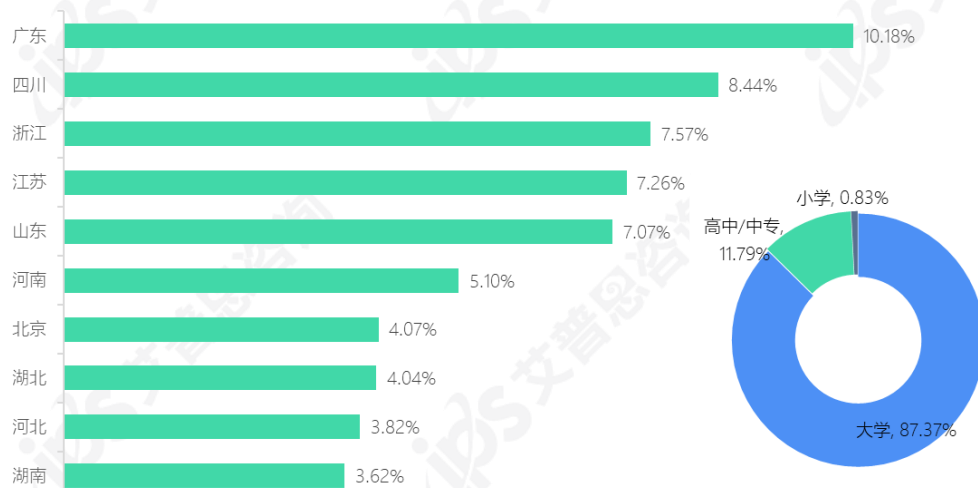
数据说明：此处样本为参与“羊了个羊”官方微博评论的2.5万余人，已剔除蔡徐坤粉丝

图 13: 羊了个羊官博评论人群性别及年龄分布

地域/学历：广东、大学用户居多

羊了个羊官博评论人群中，位于广东的最多，其次是四川和浙江；学历为大学的用户最多，占比 87.37%。

羊了个羊官博评论人群地域及学历分布



数据来源：艾普思咨询

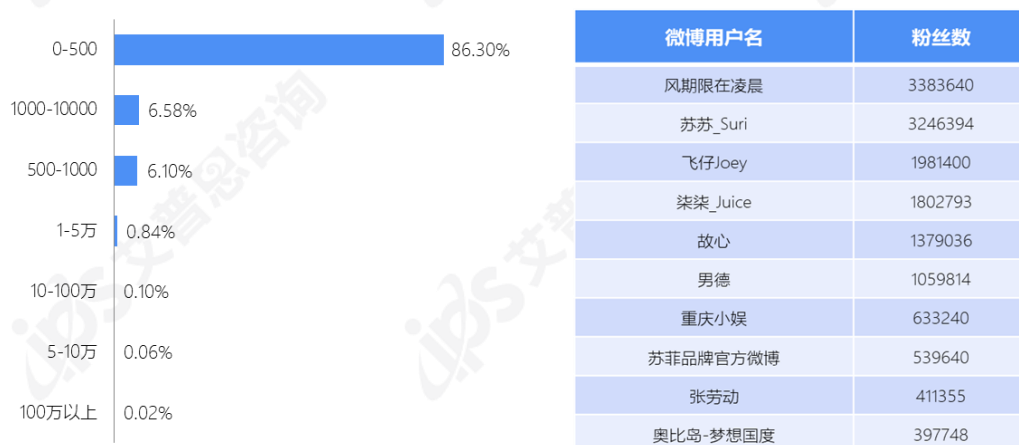
数据说明：此处样本为参与“羊了个羊”官方微博评论的2.5万余人，已剔除蔡徐坤粉丝

图 14: 羊了个羊官博评论人群地域及学历分布

粉丝规模：集中在 0-500

从粉丝规模来看，粉丝数集中在 0-500 的用户占比 86.30%；粉丝数排行前十的用户中，“风期限在凌晨”、“苏苏_Suri”粉丝规模超过 300 万。

羊了个羊官博评论人群粉丝数分布及KOL排行



数据来源：艾普思咨询

数据说明：此处样本为参与“羊了个羊”官方微博评论的2.5万余人，已剔除蔡徐坤粉丝

图 15： 羊了个羊官博评论人群粉丝数分布及 KOL 排行

共同关注：爱情主题的音乐电影居多，关注书籍类别较丰富

评论用户共同关注最多的音乐、电影、书籍分别是邓紫棋的泡沫、周星驰执导的美人鱼、余华的活着。

羊了个羊官博评论人群共同关注音乐top10

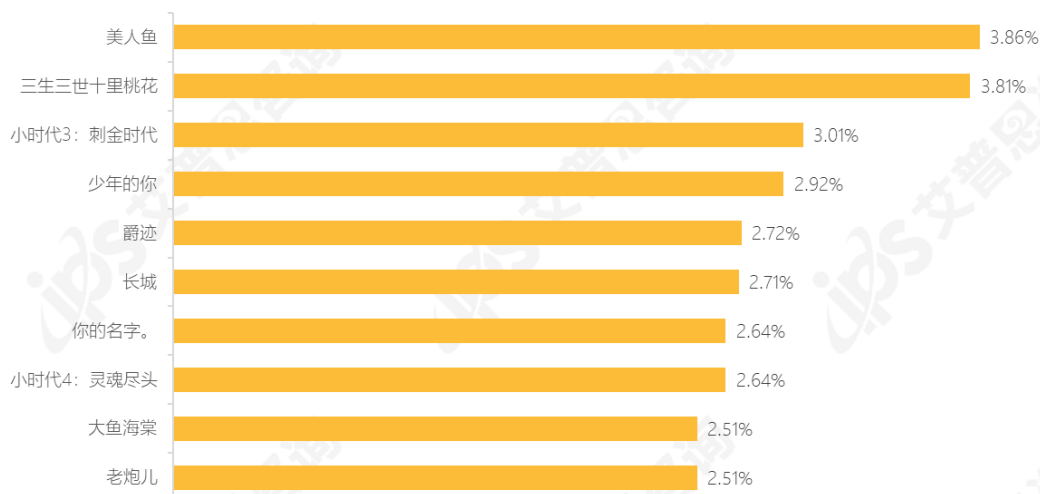


数据来源：艾普思咨询

数据说明：此处样本为参与“羊了个羊”官方微博评论的2.5万余人，已剔除蔡徐坤粉丝

图 16：羊了个羊官博评论人群共同关注音乐 top10

羊了个羊官博评论人群共同关注电影top10

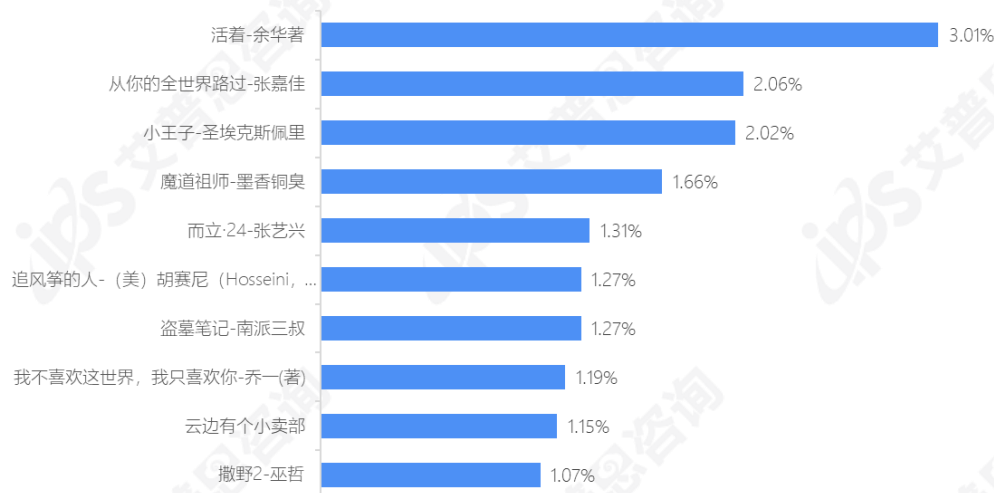


数据来源：艾普思咨询

数据说明：此处样本为参与“羊了个羊”官方微博评论的2.5万余人，已剔除蔡徐坤粉丝

图 17：羊了个羊官博评论人群共同关注电影 top10

羊了个羊官博评论人群共同关注书籍top10



数据来源: 艾普思咨询

数据说明: 此处样本为参与“羊了个羊”官方微博评论的2.5万余人, 已剔除蔡徐坤粉丝

图 18: 羊了个羊官博评论人群共同关注书籍 top10

结 语

针对 10 万余条网络游戏消费者投诉的分析显示, 未成年误充、游戏虚拟产品(账号、装备、加速器等)交易纠纷、售后服务差等问题突出, 游戏业整体投诉结案率不足 20%, 投诉处理满意度仅 3.05 分, 说明不管是在**游戏内容和规则**, 还是**交易环境和服务质量**方面, 游戏行业现状都与消费者需求还有较大差距。

舆情话题中, 羊了个羊因卡顿易崩、修复时间长、抄袭、玩梗等问题口碑下滑, 同时随着玩家新鲜感下降, 游戏热度不再。结合地铁跑酷翻红案例, 可见打造更多共创元素、合理引入核心玩家设计有利于游戏的自发传播、发挥长尾效应, 是延续游戏生命力的有力方式。