



MLP:FIM

第2届汉语圈马迷情况调查

2017/8/17

隐私保护声明

我们将调查报告中设计的隐私的保密工作放在第一位，对于资料以最谨慎的态度进行管理。对于资料来源的个人信息保护，将遵守个人隐私权的保护法则、依托腾讯平台进行 SSL 加密保存，请您放心，数据托管方腾讯承诺遵守相关业界行为等相关规范，严格遵守市场调查行业个人资料保护守则，您的隐私资料只会整合至不会与您关联的整体报告中，感谢您的参与。

版权及免责声明

发布本文章的所有者确信，用于个人学习和科学研究范围内使用受到版权保护的内容属于合理使用，故本次调查使用并演绎了部分马迷大调查的文本，本文章剩余部分以 CC BY NC 3.0 协议共享，使用本调查报告需承诺遵守著作权保护的相关法律规定，遵守关于合理使用的用途、数量等的规定，相关条款适用。

本研究报告由小马中国撰写，研究报告中所提供的信息仅供参考。报告以合法渠道获得这些信息，尽可能保证可靠、准确和完整，但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不能作为研究决策的依据，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证，无论是否已经明示或者暗示。小马中国将随时补充、更正和修订有关信息，但不保证及时发布。

对于本报告所提供信息所导致的任何直接的或者间接的后果不承担任何责任。小马中国对于本免责声明条款具有修改权和最终解释权。

免责声明：我们不是您的律师，此处提供的信息并非法律建议，仅供参考，如果您超出合理范围使用，则可能被判定侵犯了著作权人权益，需要自行承担相应的法律责任。

目录

隐私保护声明.....	2
基本数据	3
第一章 马迷规模与结构.....	5
一、马迷规模.....	5
第二章 马迷群体行为状况.....	7
一、构成.....	7
二、行为状况.....	8
第三章 马迷群体心理状况.....	9
一、总体心理情况分析.....	9

二、详细心理情况分析.....	10
第四章 马迷付费行为.....	11

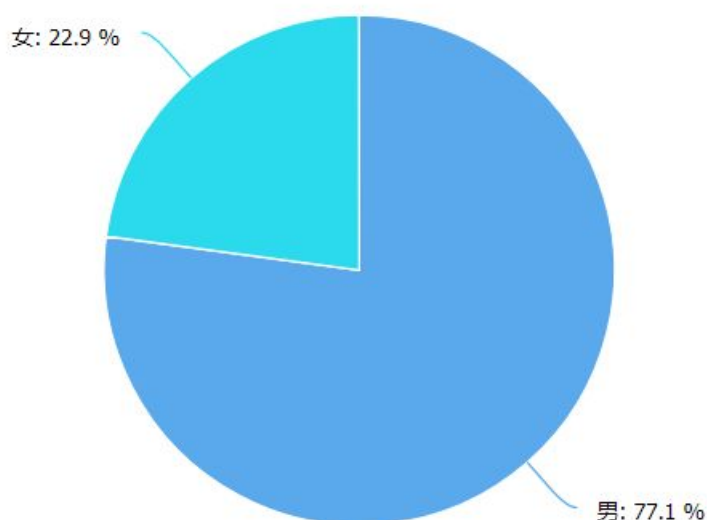
前言

本次报告共收获了大约 1300+ 的有效问卷，感谢大家的参与，感谢协助传播改善本问卷的各位，没有你们这次调查就无法成功，同时，感谢各位人员的辛勤劳动。

我是 ytytyt，那么我们就由基本数据开始吧。

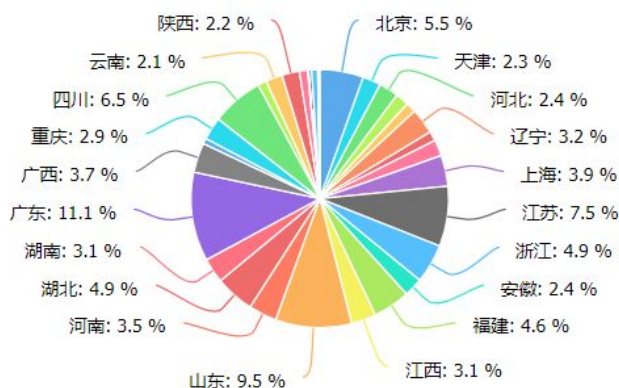
基本数据

本次调查中，男性居多，男性受访者为 77.1%，女性 22.9%。



这一数据与去年相当。

而按照地域分布，TOP10 省份及直辖市是广东、山东、江苏、四川、北京、浙江、湖北、福建、上海、关系，

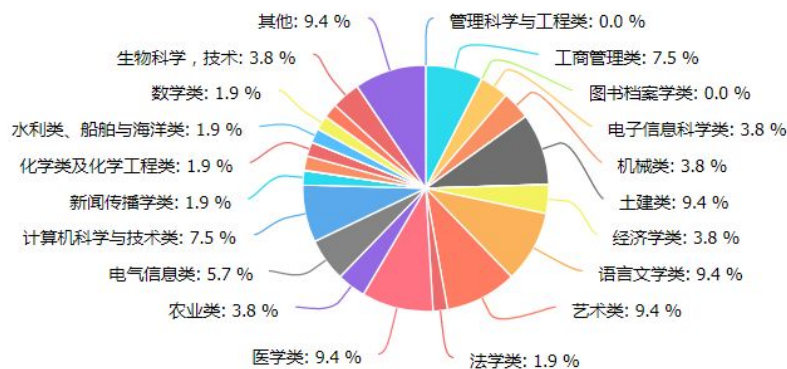


而海外分布中，分布最多的地区是日本、澳门、台湾,而亚洲中，日本占 57%，其他占 42.9%.

本次调查中，分布最多的 2000 年及以后出生的群体（也即不超过 16 岁），18 岁以内的群体占 70%的多数，下文会就各个因素分析这一数据.

本次调查中，98.9%的受访者未婚，45.8%的受访者就读高中或中专，相对去年增高，33.7%的受访者就读初中及以下，大学及大专以上学历占 19%.

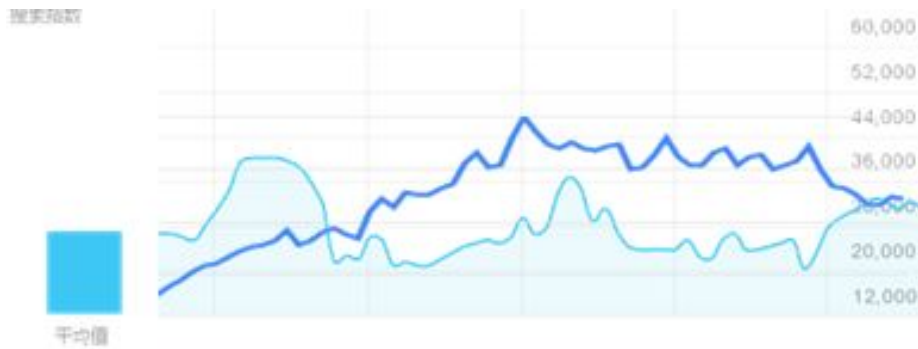
大学生中，TOP5 专业为土建类、语言文学类、艺术类、医学类、其他、工商管理类



第一章 马迷规模与结构

一、马迷规模

截止 2017 年，全球马迷总数约使用互联网的总美国人口的 4.2% 左右（即约 11 million）⁸，而这里可以预计中国圈马迷可达约 43 万，现在可能已经有部分中国圈老马迷流失，新老马迷的交替可能会发生，中国圈可能已经经过了第一个爆发增长期，因此中国圈马迷总数近期可能会相对持平，但可以预计的是直到大电影前马迷这一群体的活跃度会保持在一个相对活跃的水平上。



二、网民结构

（一）性别结构

本次调查中，男女比例为 77:22，同期全国人口男女比例为 51.2:48.8，但因本问卷的调查对象未涉及本来的面对群体——低龄幼童，故认为女性比例可能较低，但同时，成年或青少年中，马迷男性占 80%，符合同期调查结果的数据。

（二）年龄结构

2000 年以后出生的马迷占多数，马迷平均年龄 16 岁，职业除学生外主要是程序员和白领，青年马迷的传播和制作能力不容小视，绝大多数的同人作品的翻译及制作由青年马迷完成。

(三) 职业结构

不出意料的，92.3%的受访者是学生、普通职员占 1.1，专业人员占 1.7%，值得注意的是专业人员



专业人员指的是飞行员、医生等职业，成年马迷平均收入超过了 6000，同比上升 20%.

(五) 收入结构⁸

月收入在 0-500 元及 500-1000 元的群体占比较高,分别为 58.3%和 16.9%,排除学生群体后，收入 3000-6000 元最多，相对总体网民而言较高。

第二章 马迷群体行为状况

一、构成

(一) 社交

大多数的马迷宣称自己“希望和其他马迷见面”并“参与马展”，今年约 35% 超的马迷进行过该类行为，同比上升 6%，相对的，虽然大家或多或少都进行过传教，但 COS、见面会等行为也相对少见，根据<通用中国心理测试>，总体而言马迷群体相对内向，此外，尽管社会群体对“二次元”、“动漫”等了解有所加深，但对马迷认知仍然是“小众”和“低龄化”，但有所好转。

(二) 忠诚度及活跃创造者

尽管剧集已经经过了很长时间，但可以看出实际上观看同人作品以及新动画的人群在不断增加，实际上，MLP 是相对较高持续度和活跃度的动画剧集，今年平均观看时长约 4 小时，同比上升约 1.2 小时。

然而，尽管大家对 MLP 的忠诚度很高，但资源贡献者（上传、搬运、翻译、原创），今年 20% 的人曾经仅参与过一两次，同比下降 3%，而为大家辛勤劳作、辛辛苦苦的活跃创作者们，大约总人数的 3%，大多数人没有更深的表达喜好的方式。

(三) 喜爱角色与剧集

不出意外，第一仍然是 TS，国内外最受欢迎的小马，而第二是 RD，飞得最快的飞马，第三名是 PP，可以破墙的粉色小马，FS 和 AJ 位居第四第五，luna 仍

是最受到欢迎的公主，而 RR 仍然不幸继续在 M7 中垫底，且票数相对下降。

二、行为状况

（一）观看方式

绝大多数用户仍然表示他们使用弹幕视频网进行观看新的剧集，如哔哩哔哩和 acfun,这一结果并不意外,因为弹幕视频网与马迷群体重合很多,且由于大多数马迷是学生，最方便快捷的观看中文翻译的渠道就是弹幕视频网了,由于政策等原因，在中国大陆很难实现的在 YouTube 或电视台观看在海外党内是常见的。

（二）捐献与志愿者

平均约 103 人民币的捐款仍然被绝大多数马迷认为是应该的，金额同比上升约 16%，大多数马迷经常奉献自己的爱心，而 7%的马迷常常参加志愿者及募捐活动，同比上升 1%，根据<通用中国心理测试>,马迷相对来说是一群更加赞同热情、关怀、爱的群体,绝对多数的马迷认为男女在各个方面都是平等的，反对性别成见，反对大男子主义.

（四）身体健康

绝大多数马迷仍认为健康协调的身体是最重要的，其次是协调的身体以及相貌，力量相对的不是那么重要，但绝大多数马迷仍表示自己不常锻炼，且相对去年上升 10%，马迷群体相对运动更少，因此可能导致贫血、记忆衰退、胃下垂、早衰等.

第三章 马迷群体心理状况

一、总体心理情况分析

(一) 外向与内向并存

总体而言，与去年结果相似，马迷中大部分都表现出热情、开放、外向。但是，有相当一部分马迷的热情、开放、能言善辩是在熟悉的人或者朋友面前，在陌生人面前他们表现的比较沉默，不善言辞。实际上马迷群体中表现出的孤独感和抑郁倾向较多，实际上有些认为评价自己为“外向”、“健康”的人而或多或少表现出了上述的倾向。

(二) 独立性和依赖性并存

与去年结果相似，大多数马迷有强烈的独立意识，不希望别人打扰，讨厌他人过多的管自己的事情，但与此同时，由于马迷中独生子女比较多，从小到大很多事情都是父母包办，很少自己洗衣服、做家务，因此在日常事务和经济依赖上对父母的依赖非常大。另外，由于同一原因，与人分享的能力、合作的能力相对较差，对父母存在很强烈的情感依赖，但同时又不愿意和父母做深入的交流，时刻存在矛盾心理。

(三) 追求新鲜感

与去年结果相似，大多数马迷对新事物的接受能力非常强，喜欢寻求刺激、追求

新鲜感，学习能力也很强，思维活跃、创造性强。经常求新、求变，不能安于现状。并且善于从网络上接受新信息、学习新东西。

（四）心理承受力不强，缺乏责任感与外交能力

与去年结果相似，大多数马迷的性格主要表现在：缺乏自信心、在社交场合十分拘谨,过多地考虑自己的形象、以自我为中心,过分地苛求别人。对他人的言行吹毛求疵、挑剔、猜疑,缺乏理解、尊重、同情心;不懂宽容,不会设身处地为别人着想;过分固执、任性、偏激甚至喜怒无常等等。无聊、空虚、渴望交朋友，却不主动或者不知道如何与别人交朋友，如何经营友谊。

二、详细心理情况分析

（一）角色与自身

与去年结果相似，喜欢 FS 的马迷孤独感和抑郁倾向更强，但最乐于帮助他人，而喜欢 RD 的相对乐观和外向，但最不在意他人的感受，因此马迷的一些特性与其喜爱的角色有很大关系，马迷可能在看 MLP 的过程中对角色进行了自我代入，因此会更加认同与自己更加相似的角色,角色与抑郁度关系有显著关系

（二）剧集与自身

与去年结果相似，绝大多数马迷表示，在观看了 MLP 系列之后，自己的的生活变的有意义了，相应的相对积极向上的活动也有所增多，这可能是由于 MLP 系列本身的定位：寓教于乐,剧集中的正能量给予了马迷很大的动力.

第四章 马迷付费行为

（一）付费意愿

绝大多数马迷表示，他们购买了玩偶等同人作品，但对官方手办付费意愿较低，大约 50%的马迷曾经为周边付费，同比上升 10%，大多数马迷很乐于参加马聚等相应的活动，以及购买 DVD 等，但绝大多数马迷仍偏向与虚拟物品，如在官方游戏 APP 中充值，为作品充电等相对便宜的方式。

（二）慈善类捐款

马迷的平均捐赠金额为 103.00（每次），同比上升 10%，相对的，马迷比较感性，因此对募捐等有较高的青睐，而这个数字远高于我国网民的平均付费意愿。