



東華理工大學
EAST CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

腾讯游戏《元梦之星》

——12月15日正式上线网络广告效果评估方案

学 院： 文法与艺术学院

专 业： 广告学

课程名称： 广告效果评估

姓 名： 王佳怡

学 号： 2022215322

教师评语、评分：

评 分：

教师签名：

一、项目背景

（一）测量广告的相关背景介绍

1. 关于腾讯游戏的品牌介绍

（1）走进腾讯游戏

腾讯游戏成立于 2003 年，是全球领先的游戏研发和运营商。作为“超级数字场景”理念的倡导者和实践者，腾讯游戏高度关注和重视未成年人的健康发展，并致力于通过技术创新、创意激发、产学研结合、全球化布局，以及公益实践等方式，推动游戏成为助推前沿科技发展、优秀文化弘扬、创新人才孵化、社会公益增效的重要驱动力，为产业和社会的发展创造更多突破性与建设性的价值。同时，腾讯游戏也积极推动电子竞技产业的发展，与全球合作伙伴一起共同构建开放、协同、共荣共生的产业生态，为用户创造高品质数字生活体验^[1]。

（2）腾讯游戏旗下游戏研运团队

天美工作室群，光子工作室群，魔方工作室群，北极光工作室群

2. 选择腾讯游戏天美工作室群旗下作品《元梦之星》时代少年团代言的网络广告作为研究的原因

（1）腾讯游戏现状

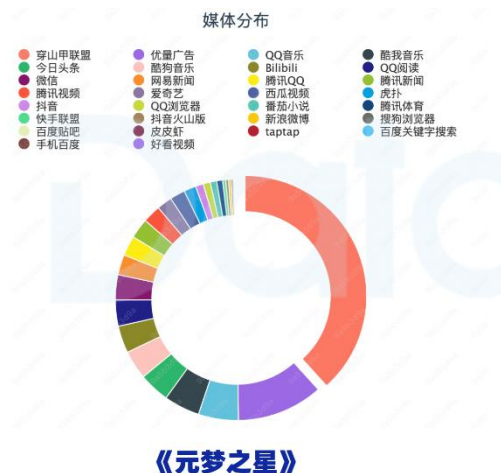
财报显示，2023 年腾讯本土游戏市场收入在 Q1 为 351 亿元，增长 6%，到了 Q2 下降为 318 亿元，与去年持平，Q3 则收入为 327 亿元，同比增长 5%。而伽马数据发布的《2023 年 1-6 月中国游戏产业报告》显示，2023 年 Q2，中国移动游戏市场实际销售收入 580.11 亿元，同比上升 15.92%。本土游戏大盘已经飞起，竞对大厂纷纷业绩回升，只有腾讯的收入增长缓慢^[2]。

（2）选择其作为研究对象的原因概述

对于我自己而言，选择腾讯游戏《元梦之星》网络广告作为研究对象的原因，归结有以下几点：首先，《元梦之星》12 月 15 日才正式上线，数据新颖；第二，《元梦》上线当天各式广告无孔不入；第三，《元梦》与对家网易旗下的《蛋仔派对》打得火热，派对游戏大战，所以《元梦》如何在《蛋仔》站稳了本土派对游戏市场的情况下冲出一片天地，它的营销值得研究。

3. 腾讯游戏《元梦之星》网络广告的投放情况

根据调查，《元梦之星》的广告投放渠道有，见图 1-1。



数据来源: DataEye-ADX

图 1-1 广告投放渠道

DataEye-ADX 显示，近 30 天，《元梦之星》投放渠道中，穿山甲联盟占比较多，约为 38%，其次则是优量广告接近 12% 的占比，整体渠道投放分布较为均匀。推广形式多样，在微信、QQ 这些聊天软件中，会通过弹窗、和派对游戏关键词形成的红包雨触达用户；B 站、微博、贴吧这些社交媒体，往往是以开屏广告，或者是顶部广告的形式展现；其他的应用，往往会以推送（PUSH）的形式触达用户^[4]。

4. 相关数据

《元梦之星》上线当天拿下 iOS 免费榜榜首，位居 iOS 畅销榜第三，如图 1-2 所示。次日到 17 号都位于畅销榜第二^[3]。



图 1-2 排名趋势

《元梦》上线当天，大幅增加素材投放量，达到了单日 2.7 万组素材的投放量^[4]，如图 1-3。



图 1-3 素材投放量趋势图

用户属性方面，巨量算数统计，近 30 天，《元梦之星》抖音关联用户中，其中 18-23 岁用户占比较多，接近 30%。其次则是 31-40 岁的用户，占比约为 25%^[4]。

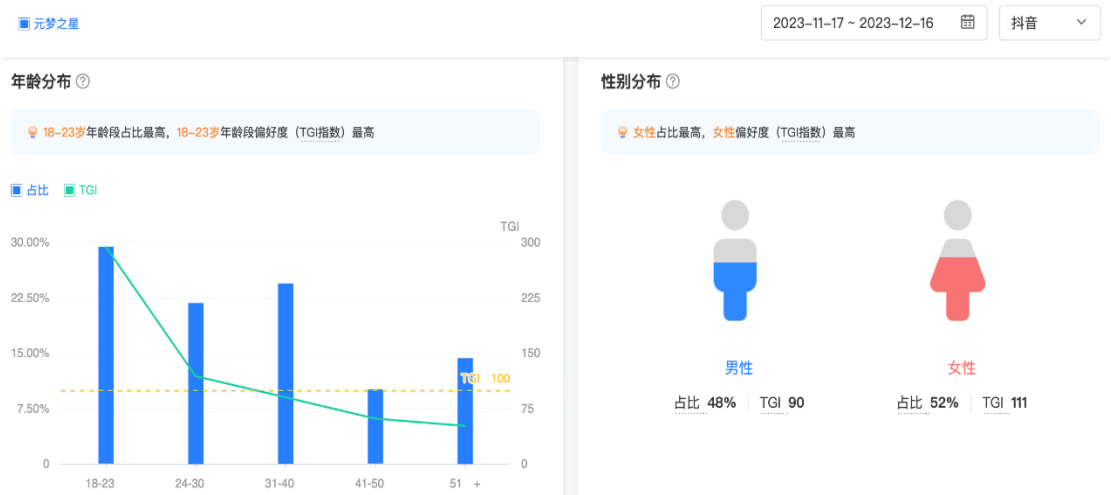


图 1-4 用户属性分布图

二、项目研究的基本内容

本研究采用问卷调查法，

（一）项目研究方法简介

问卷设计主要采用问卷星平台。

1. 调查对象

本次问卷在进行发放时主要侧重于看过《元梦之星》上线当天广告的被调查者进行问卷填写。

2. 问题设计

问题主要围绕品牌联想、测定《元梦之星》品牌和广告的印象、形象。根据李克特 5 级量表，每个问题对应 5 个选项，程度由低到高分别为没有，较少，一般，较多，很多，对应得分分别为 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。

3. 问卷发放

在微信朋友圈进行问卷发放回收。

三、测评目标

结合资料分析，主要对广告素材本身进行问卷测量期望，通过对《元梦之星》的网络广告效果的测量，研究分析受众对广告各部分素材的认知、理解和记忆，并进而分析广告对游戏用户（下载量）的影响。

四、优化问卷

以下是李克特量表优化步骤。

1. 进行问卷筛选

在收集到 26 份内测问卷后，使用问卷星的查看下载答卷功能，将问卷量表分数题下载为 xlsx 格式，用 Excel 打开，采用筛选功能对问卷进行筛选，筛选原则见表 2-1。筛选后得到 25 份内测问卷。

表 2-1 问卷筛选原则

筛选方法	筛选题干	筛选题目
问卷筛选法	3、您是否看过这个广告？	看过
	17、从 12 月 15 日发布这个广告以来，您是否有下载玩过“元梦之星”？	有
作答筛选法——指定选项题目	16、为了提高问卷质量，此题请您选择“了解”选项进行作答！	了解

2. 挑选被试者分数

根据一群被调查者对量表回答所得到的总分数，挑选出总分最高和最低的25%的被调查者。

$$25 \text{ 份} \times 25\% = 6.25 \approx 6 \text{ 份}$$

对总分最高的前 13 份与总分最低的后 13 份进行挑选。

表 2-2 总分数示例

最高分问卷序号	总分	最低分问卷序号	总分
22	56	8	1
18	56	1	-3
4	54	11	-4
25	53	17	-5
16	45	5	-6
23	34	9	-9

3. 计算二者平均分

针对每一个陈述，分别计算得分最高人群和最低人群在该项目上的平均分，两个平均分之差越大，表明该陈述越能测量变量的特征。

4. 制作李克特量表

通过选出若干条在高分组和低分组之间有较大区分能力的项目，在进行正式调查时，将那些平均分之差最小的几个陈述项删除，以构成一个李克特量表^[5]。

序号	二者平均数之差
19、您玩过这个游戏后，您觉得该游戏内容和广告中的描述一致吗？	2.833333333
20、您体验后对这个游戏感觉如何？	2.833333333
15、这个广告容易引起您对该游戏的兴趣？	1.5
13、您喜欢这个代言人吗？	1.166666667
8、您喜欢这个广告的色调吗？	0.166666667
10、您觉得这个广告的音效如何？	-0.166666667
7、您喜欢这个广告的画面场景吗？	-0.5
9、您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？	-0.666666667
22、您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？	-1.166666667

图 2-1 部分平均数之差展示

在正式发放问卷时，如图，应对题项 9、22 进行剔除。根据实际结果来看确实应该剔除问题 9，但是第 22 个问题“您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？”不可以删除，此问卷调查的主要目的是为了了解受众的下载意愿，导致这样的结果出现的原因是由于样本量少，以及抽样对象过于局限。

五、测评结果

（一）问卷结果分析

网易的《蛋仔派对》在 2022 年 5 月 27 日公测，尽管其刚上线时并不被外界在意，但在经过了一段时间玩家产出的 UGC 内容以及主播的带动下，《蛋仔派对》在去年春节档迅速成为了爆款，成为现在国内游戏中为数不多的爆款派对游戏，知名度高。而《元梦之星》的印象度不高，但作为刚上线不到一个月的派对游戏排名仅在蛋仔派对之后一名。

28%的人看过《元梦之星》的广告，其中 50%到 64%的受众看过三次及三次以上并且能准确说出品牌的名字，这说明该广告的到达率处于一个还可以的水准。对于广告中的其元素如游戏名称“正版合家欢派对游戏”，上线时间和游戏名称都有一定的认知率，说明要充分利用符号来加深受众印象。52%的人比较喜欢广告的色调，56%的人喜欢广告的音效，说明广告这方面做得还是不错的。但是有 44%的人觉得广告中的游戏角色一般，所以在游戏角色设计者方面还有很大的进步空间。对于游戏名称人们是最印象深刻的，占有 48%，游戏介绍“正版合家欢派对游戏”也有 28%的比例。在引起受众对游戏的兴趣方面大多数人对此广告没有兴趣，非常难引起，比较难引起，比较容易引起的人各有 16%，认为一般的人有 44%，非常容易引起的有 12%，说明该广告还是有很大的进步空间。

在看过该广告的受众中，下载过和没下载的受访者比例大致为 1: 5。下载过游戏的受访对象的下载原因中，明星效应，对派对游戏有兴趣和朋友的邀请占了较高的比率，说明受众除了对于游戏本身考虑之外，明星效应对下载量有很大的影响。

玩家在体验过游戏后，有 75%和 25%的人认为游戏和广告非常一致和比较一致，体验感觉都满意，但还是有 25%的人表示不会继续玩这个游戏，说明游戏实际效果还存在着不足。

1. 数据录入

使用问卷星平台的查看下载答卷-下载答卷数据-按选项序号下载，导出 xlsx 文件，在 Excel 中进行问卷筛选，建立字典表，将处理后的数据导入 Spss. 26。在 Spss 变量视图中对数据进行赋值，对问卷题干名称进行量表维度命名。

2. 描述性统计分析

通过描述性统计分析来进一步检查问卷数据是否出现异常值、缺失值。对数据进行分析-描述统计-交叉表的步骤，表 3-1 为 Spss 描述统计结果图，可以发现问卷数据并没有出现异常值和缺失值，量表最大值为 5，符合李克特五点量表的要求。

表 3-1 描述统计结果

题项	N	最小值	最大值	合计	均值	标准 偏差
1、说到派对游戏，您第一个想到的手机游戏是？	25	1	10	68	2.72	2.701
2、除了第一个手游，你还能想到哪个游戏？	25	1	10	136	5.44	2.647
3、您是否看过这个广告？	25	1	3	54	2.16	.850
4、过去半个月 内，您看到这个广 告的次数是？	14	1	2	21	1.50	.519
5、您能说出这个 手机游戏的名字 吗？	25	-3	3	-11	-.44	2.399
6、请您回忆一下 这则广告都有什 么内容呢？(游戏名 称（元梦之星）)	14	0	1	11	.79	.426
6、(全平台正式上 线时间（12月15日 正式上线）)	14	0	1	4	.29	.469
6、(广告设计（包 括画面颜色、构 图、音效）)	14	0	1	7	.50	.519

表 3-1 描述统计结果（续）

题项	N	最小值	最大值	合计	均值	标准 偏差
----	---	-----	-----	----	----	-------

6、(游戏介绍（正 版合家欢派对游 戏）)	14	0	1	5	.36	.497
6、(游戏角色外观 时装（蘑菇咕、好 好鸭、易斑斑 等）)	14	0	1	5	.36	.497
6、(其他（请注 明）)	14	0	1	1	.07	.267
7、您喜欢这个广 告的画面场景吗？	25	1	5	61	2.44	.961
8、您喜欢这个广 告的色调吗？	25	1	5	57	2.28	.936
9、您喜欢这个广 告里的游戏角色时 装吗？	25	1	5	68	2.72	1.061
10、您觉得这个广 告的音效如何？	25	1	5	58	2.32	.900
11、您对这则广告 印象最深的是什 么？	25	2	5	97	3.88	1.013
12、您知道这个游 戏的代言人是谁 吗？	25	1	3	60	2.40	.866
13、您喜欢这个代 言人吗？	25	1	5	81	3.24	1.012
14、对于代言人推 荐的这个产品，您 会下载去体验吗？	25	1	3	59	2.36	.638
15、这个广告容易 引起您对该游戏的 兴趣？	25	1	5	73	2.92	1.222

表 3-1 描述统计结果（续）

题项	N	最小值	最大值	合计	均值	标准 偏差
16、为了提高问卷质量，此题请您选择“了解”选项进行作答！	25	2	2	50	2.00	.000
17、从12月15日发布这个广告以来，您是否有下载玩过“元梦之星”？	25	1	2	46	1.84	.374
18、您下载这个游戏是因为（多选） （好多明星，游戏主播在玩，我也想尝试）	4	0	1	2	.50	.577
18、（对派对游戏感兴趣）	4	0	1	2	.50	.577
18、（身边朋友邀请）	4	0	1	2	.50	.577
18、（因为代言人（时代少年团））	4	0	1	2	.50	.577
18、（被福利吸引（瓜分万元礼包等））	4	0	0	0	.00	.000
18、（其他）	4	0	0	0	.00	.000
19、您玩过这个游戏后，您觉得该游戏内容和广告中的描述一致吗？	4	1	2	5	1.25	.500
20、您体验后对这个游戏感觉如何？	4	1	2	5	1.25	.500
21、您还会继续玩这个游戏吗？	4	1	2	5	1.25	.500

表 3-1 描述统计结果（续）

题项	N	最小值	最大值	合计	均值	标准 偏差
22、您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？	25	1	5	86	3.44	1.356
23、您的性别：	25	1	2	48	1.92	.277
25、您的年龄段：	25	1	6	52	2.08	.862
26、您的学历：	25	1	5	89	3.56	.961
有效个案数（成列）	4					

3. 信度检验

信度检验（reliability test）也称为数据可靠性检验，是指不同测量者使用同一测量工具额一致性水平，用以反映相同条件下重复测量结果的近似程度，即一组项目是否在测量同一概念。本研究主要通过 Cronbach' s alpha 来检验测量工具的内部一致性，该指标已经被证实是检验多维度量表可靠性的有效指标^[6]。

①操作步骤

分析-刻度-可靠性分析-项的选择-Alpha 模型-统计-项目-删除项后的标度-霍特林 T 平方

②量表各维度信度分析整理

学者 Devellis 认为，信度系数在 0.60~0.65 之间最好不要；在 0.65~0.70 之间属于最小可接受者，在 0.70~0.80 之间属于相当好，在 0.80~0.90 之间属于非常好^[7]。因此，一份信度系数好的量表或问卷，最好在 0.80 以上，0.70~0.80 之间还算是可以接受的范围；分量表最好在 0.70 以上，0.60 至 0.70 之间可以接受^[8]。因此说明本研究调查问卷信度较好。

表 3-2 可靠性统计结果

维度	克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
广告内容形象	.933	.933	4
用户的游戏情感	1.000	1.000	2

4. 效度检验

效度检验即检验问卷有效性，确定设计的题项是否合理，是否能有效反应研究人员的研究目标，主要针对问卷中的量表题，效度检验分为内容效度、校标效度、结构效度。本研究主要采用 KMO 检验与 Bartlett 球形检验，碎石图与特征值、方差解释量，因子载荷量进行结构效度检验和探索性因素分析^[9]。

探索性因素分析是对通过项目分析后保留的项目进行考察，从而探索出问卷的潜在结构。要保证因素分析的结果可靠，首先要保证具有一定量的样本容量^[10]。依据学者 Spielberger 的观点，项目数与被试数比要达到 1:5 以上；被试者最少不能低于 100 人^[11]。

①KMO 和 Bartlett 球形检验

样本是否适合进行因素分析还需要考察 KMO 统计量的大小和通过 Bartlett 球形检验考察显著性。因素分析需要问卷项目间具有共同因素且越多越好，没有共同因素或因素过少则无法提取公因子，就不适合做因素分析。KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 是取样适切性量数，它反映了变量间共同因素的多少。KMO 值位于 0.5 以下应该放弃，0.5~0.6 之间表示差，0.6~0.7 之间尚可；0.7~0.8 之间适合，0.8~0.9 之间最为适合进行因子分析。Bartlett 球形检验卡方值不止达到显著性水平，也说明母群体的相关矩阵间有共同因素存在，可以进行因素分析^[9]。本问卷因素分析可行性检验结果显示 KMO 值为 0.702，Bartlett's 球形检验达到显著水平 ($p < 0.001$)，说明样本数据一定程度上适合进行探索性因素分析。

表 3-3 KMO 和巴特利特检验

KMO 取样适切性量数		.816
巴特利特球形度检验	近似卡方	122.979
	自由度	15
	显著性	.000

②问卷题项优化

通过逐步降维找出可以表示原来变量主要信息的公共因子。采用主成分分析法中的相关性矩阵抽取共同因素，特征值为 1。然后选用正交旋转法中的最大变异法完成因素旋转，从而使每个题项在尽可能少的因子上拥有相对较高的负荷。最后筛选题项，使问卷结构能够更加符合理论设计^[10]。具体删选过程如下：

(1) 依据共同度进行筛选

删除共同度低于 0.3 的项目，保证每个项目对于提取的共同因素具有明显贡献。具体见表

表 3-4 公因子方差

问题	初始	提取
----	----	----

7、您喜欢这个广告的画面场景吗？	1.000	.764
8、您喜欢这个广告的色调吗？	1.000	.741
9、您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？	1.000	.886
10、您觉得这个广告的音效如何？	1.000	.744
15、这个广告容易引起您对该游戏的兴趣？	1.000	.661
22、您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？	1.000	.645
提取方法：主成分分析法		

（2）根据项目的负荷值进行筛选

负荷值高说明该项目与该共同因素间联系密切。本研究保留了负荷值大于 0.5 的项目。

（3）交叉负荷值

如果一个项目在两个或两个以上的因素都存在较高的负荷值，那么这个项目就很难归属于哪一个因素，因此应当删除交叉负荷值较大的项目。

（4）组成每个因素的项目数要求

组成每个因素的项目数不低于 3 个。（但是自己的问卷中的量表分析下来只有一个项目，可能是问卷量表设计问题不多，或者样本数不够，问卷质量低的问题导致的，所以接下来的操作无法进行）

（5）归类不当或无法解释的项目也应删除

每删除一个题项，都应按规范重新做一次探索性因素分析，通常从负荷量最低的题项开始删起。

依据上述步骤对没达到指标的项目进行删除。

表 3-5 总方差解释

成分	初始特征值			提取载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	4.441	74.014	74.014	4.441	74.014	74.014

表 3-5 总方差解释（续）

成分	初始特征值			提取载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
2	.745	12.423	86.437			
3	.379	6.314	92.751			
4	.227	3.778	96.529			
5	.121	2.024	98.553			
6	.087	1.447	100.000			

提取方法：主成分分析法

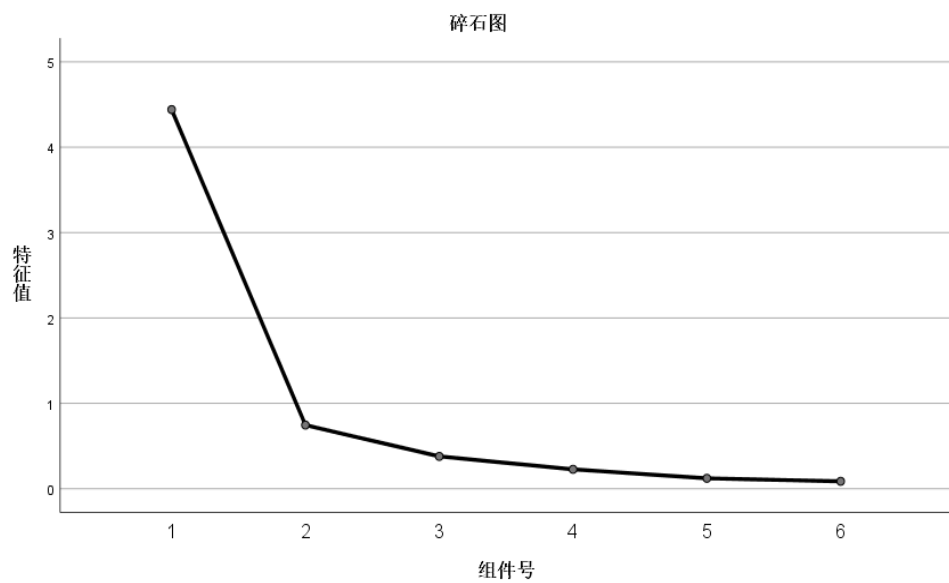


表 3-6 成分矩阵^a

	成分 1
9、您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？	.941
7、您喜欢这个广告的画面场景吗？	.874
10、您觉得这个广告的音效如何？	.863
8、您喜欢这个广告的色调吗？	.861

表 3-6 成分矩阵^a（续）

	成分
	1
15、这个广告容易引起您对该游戏的兴趣？	-.813
22、您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？	.803
提取方法：主成分分析法。	
a. 提取了 1 个成分。	

旋转后的成分矩阵^a

a. 仅提取了一个成分。无法旋转此解。

参考文献

- [1] 腾讯游戏. Spark More! 去发现, 无限可能——腾讯游戏官方网站[EB/OL]. (2024-01-03)[2024-01-03]. <https://game.qq.com/>.
- [2] AI 蓝媒汇. 《元梦之星》C 位出道, 身价 14 亿的腾讯“小公主”能走多远? [EB/OL]. (2024-01-02)[2024-01-02]. <https://mp.weixin.qq.com/s/rKvIAco59eeaHSVBNafHew>.
- [3] 运营研究社. 腾讯《元梦之星》狂撒 14 亿, 又一波赚钱机会来了? [EB/OL]. (2024-01-02)[2024-01-02]. https://mp.weixin.qq.com/s/Z1MBdzwiBQaxh_lhEvINA.
- [4] DataEye 游戏观察. 今年最巅峰对决!《元梦》VS《蛋仔》独家数据公布! 全网最详细! [EB/OL]. (2024-01-02)[2024-01-02]. <https://mp.weixin.qq.com/s/0e8Ga601WgNp6Yc7JwpBIA>.
- [5] 张菁菁.SPSS 软件在高中生能力素质及其对成绩影响领域的应用分析[J]. 科技创新导报, 2014, 11(6): 255-256.
- [6] 葛宝山, 孟宣宇, 张兰, 等. 创业者领导行为、组织学习能力与新创企业竞争优势的实证研究[C]// 中国创新与企业成长(CI&G)2013 年度会议. 2013: 53-73.
- [7] DeVellis R F, Thorpe C T. Scale development: Theory and applications[M]. Sage Publications, 2021.
- [8] 韦家村. 马拉松参与者的体育休闲需求等级研究[D]. 广西师范大学, 2018.
- [9] 杨德生, 程慧, 叶绮娜. 重大突发事件对群体情绪的影响测度及预警干预研究——以新冠肺炎疫情为例[C]// 2020 年(第七届)全国大学生统计建模大赛. 北京, 2020.
- [10] 徐伟. 初中生学习投入问卷编制及初步应用[D]. 浙江师范大学, 2018.
- [11] Spielberger C, Gorsuch R, Lushene R, et al. Manual for the State-Trait Anxiety Inventory[M]Palo Alto, CA: Spielberger, 1983.

附录

一、问卷

关于腾讯游戏“元梦之星”网络广告效果分析调查问卷
亲爱的受访者：

您好！感谢您抽出宝贵的时间参与此次调查！本次调查主要针对腾讯游戏“元梦之星”线上广告效果的评估研究工作。真诚期待您的真实回答，此次调查结果只用于课程学术研究，不作任何商用目的。为了保护您的隐私，本次调查是匿名的，并且您的个人信息将被严格保密。整个问卷预计耗时约 3~5 分钟，请您在方便的时候完成。再次感谢您的参与！

1. 说到派对游戏，您第一个想到的手机游戏是？[单选题]*

- ☐ 蛋仔派对 ☐ 派对之星 ☐ 香肠派对
- ☐ 元梦之星 ☐ 派对之夜 ☐ 会玩
- ☐ 糖豆人 ☐ 动物派对 ☐ 人类一败涂地
- ☐ 其他（请注明） _____ *

2. 除了第一个手游，你还能想到哪个游戏？[单选题]*

- ☐ 蛋仔派对 ☐ 派对之星 ☐ 香肠派对
- ☐ 元梦之星 ☐ 派对之夜 ☐ 会玩
- ☐ 糖豆人 ☐ 动物派对 ☐ 人类一败涂地
- ☐ 其他（请注明） _____ *

3. 您是否看过这个广告？[单选题]*



- ☐ 看过

- 好像看过
 - 没注意，基本不认得（请跳至第 7 题）
4. 过去半个月內，您看到这个广告的次数是？[单选题] *
- 3 次以下
 - 3 次以上（含 3 次）
5. 您能说出这个手机游戏的名字吗？[单选题] *
- 能够准确说出（元梦之星）
 - 差不多，但不够准确（说不全，元**星/元梦**/**之星）
 - 说不出来（****）
6. 请您回忆一下这则广告都有什么内容呢？[多选题] *
- ☐ 游戏名称（元梦之星）
 - ☐ 全平台正式上线时间（12 月 15 日正式上线）
 - ☐ 广告设计（包括画面颜色、构图、音效）
 - ☐ 游戏介绍（正版合家欢派对游戏）
 - ☐ 游戏角色外观时装（蘑咕咕、好好鸭、易斑斑等）
 - ☐ 其他（请注明） _____ *
- <https://video.weibo.com/show?fid=1034:4978850929770568> 请看完整支视频广告，对于看过与否都要再看视频，广告的在认过程
7. 您喜欢这个广告的画面场景吗？[单选题] *
- 很喜欢
 - 比较喜欢
 - 一般
 - 不太喜欢
 - 很不喜欢
8. 您喜欢这个广告的色调吗？[单选题] *
- 很喜欢
 - 比较喜欢
 - 一般
 - 不太喜欢
 - 很不喜欢
9. 您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？[单选题] *
- 很喜欢
 - 比较喜欢
 - 一般
 - 不太喜欢
 - 很不喜欢
10. 您觉得这个广告的音效如何？[单选题] *
- 非常好
 - 比较好
 - 普通
 - 比较差
 - 非常差
11. 您对这则广告印象最深的是什么？[单选题] *
- 游戏角色时装
 - 游戏场景
 - 广告音效
 - 广告名称“元梦之星”
 - 游戏介绍（正版合家欢派对游戏）
 - 其他（请注明） _____ *
12. 您知道这个游戏的代言人是谁吗？[单选题] *
- 知道，并且可以说出他的名字（时代少年团）

- ☐ 好像知道，可是记不清名字（时代***/时**/**少年团）
 - ☐ 完全不知道（*****）
- 13. 您喜欢这个代言人吗？[单选题] *
 - ☐ 非常不喜欢 ☐ 比较不喜欢 ☐ 一般 ☐ 比较喜欢 ☐ 非常喜欢
- 14. 对于代言人推荐的这个产品，您会下载去体验吗？[单选题] *
 - ☐ 会
 - ☐ 看情况（无所谓）
 - ☐ 不会
- 15. 这个广告容易引起您对该游戏的兴趣？[单选题] *
 - ☐ 非常难引起 ☐ 比较难引起 ☐ 一般 ☐ 比较容易引起 ☐ 非常容易引起
- 16. 为了提高问卷质量，此题请您选择“了解”选项进行作答！[单选题] *
 - ☐ 好的
 - ☐ 了解
 - ☐ 明白
- 17. 从 12 月 15 日发布这个广告以来，您是否有下载玩过“元梦之星”？[单选题] *
 - ☐ 有 ☐ 没有（请跳至第 22 题）
- 18. 您下载这个游戏是因为 [多选题] *
 - ☐ 好多明星，游戏主播在玩，我也想尝试
 - ☐ 对派对游戏感兴趣
 - ☐ 身边朋友邀请
 - ☐ 因为代言人（时代少年团）
 - ☐ 被福利吸引（瓜分万元礼包等）
 - ☐ 其他 _____ *
- 19. 您玩过这个游戏后，您觉得该游戏内容和广告中的描述一致吗？[单选题] *
 - ☐ 非常一致 ☐ 比较一致 ☐ 一般 ☐ 比较不一致 ☐ 非常不一致
- 20. 您体验后对这个游戏感觉如何？[单选题] *
 - ☐ 非常满意 ☐ 比较满意 ☐ 一般 ☐ 比较不满意 ☐ 非常不满意
- 21. 您还会继续玩这个游戏吗？[单选题] *
 - ☐ 会 ☐ 不会 ☐ 无所谓
- 22. 您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？[单选题] *

- ☐ 一定会 ☐ 可能会 ☐ 无所谓（说不好） ☐ 可能不会
☐ 一定不会
23. 您的性别：[单选题] *
- ☐ 男 ☐ 女
24. 您的年龄段：[单选题] *
- ☐ 18 岁以下 ☐ 18~25 ☐ 26~30 ☐ 31~40
☐ 41~50 ☐ 51~60 ☐ 60 以上
25. 您的学历：[单选题] *
- ☐ 初中及以下 ☐ 高中/中专 ☐ 大学专科 ☐ 大学本科 ☐ 研究生及以上

二、SPSS 操作报告

RELIABILITY

```
/VARIABLES=@7、形象 1 @8、形象 2 @9、形象 3 @10、形象 4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=HOTELLING
/SUMMARY=TOTAL.
```

可靠性

		备注
已创建输出		05-JAN-2024 00:30:22
注释		
输入	活动数据集	数据集 1
	过滤器	<无>
	权重	<无>
	拆分文件	<无>
	工作数据文件中的 行数	25
	矩阵输入	
缺失值处理	对缺失的定义	将用户定义的缺失值 视为缺失。
	使用的个案数	统计基于所有那些对于 过程中的所有变量 都具有有效数据的个 案。

语法		RELIABILITY /VARIABLES=@7、 形象 1 @8、形象 2 @9、 形象 3 @10、形象 4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=HOTEL LING /SUMMARY=TOTAL.
资源	处理程序时间	00:00:00.00
	耗用时间	00:00:00.01

标度：所有变量

个案处理摘要			
		个案数	%
个案	有效	25	100.0
	排除 ^a	0	.0
	总计	25	100.0

a. 基于过程中所有变量的成列删除。

可靠性统计			
		基于标准化 项的克隆巴 赫 Alpha	项数
克隆巴赫 Alpha			

.933	.933	4
------	------	---

项总计统计					
	删除项后的 标度平 均值	删除项后的 标度方 差	修正后的 项与总计 相关性	平方多重 相关性	
7、您喜欢这个广告的画面场景吗？	7.32	7.227	.830	.795	
8、您喜欢这个广告的色调吗？	7.48	7.177	.874	.814	
9、您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？	7.04	6.540	.879	.801	
10、您觉得这个广告的音效如何？	7.44	7.673	.794	.726	

霍特林 T 方检验				
霍特林 T 方	F	自由度 1	自由度 2	显著性
16.959	5.182	3	22	.007

RELIABILITY

/VARIABLES=@19、游戏情感1 @20、游戏情感2

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=HOTELLING

/SUMMARY=TOTAL.

可靠性

		备注
已创建输出		05-JAN-2024 00:27:59
注释		
输入	活动数据集	数据集1
	过滤器	<无>
	权重	<无>
	拆分文件	<无>
	工作数据文件中的 行数	25
	矩阵输入	
缺失值处理	对缺失的定义	将用户定义的缺失值 视为缺失。
	使用的个案数	统计基于所有那些对于 过程中的所有变量都具有有效数据的 个案。
语法		RELIABILITY /VARIABLES=@19、 游戏情感1 @20、游戏 情感2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=HOTEL LING /SUMMARY=TOTAL.
资源	处理程序时间	00:00:00.00
	耗用时间	00:00:00.01

警告

协方差矩阵的决定因子为零或近似于零。无法计算基于其逆矩阵的统计，这些统计将显示为系统缺失值。

协方差矩阵的决定因子为零或近似于零。无法计算基于其逆矩阵的统计，这些统计将显示为系统缺失值。

标度：所有变量

个案处理摘要

		个案数	%
个案	有效	4	16.0
	排除 ^a	21	84.0
	总计	25	100.0

a. 基于过程中所有变量的成列删除。

可靠性统计

克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
1.000	1.000	2

项总计统计

删除项后的标度平均值	删除项后的标度方差	修正后的项与总计相关性	平方多重相关性	

19、您玩过这个游戏后，您觉得该游戏内容和广告中的描述一致吗？	1.25	.250	1.000	.	
20、您体验后对这个游戏感觉如何？	1.25	.250	1.000	.	

霍特林 T 方检验

霍特林 T 方	F	自由度 1	自由度 2	显著性
.000 ^a	.	.	.	.

a. 由于协方差矩阵为奇异矩阵，因此无法计算霍特林 T 方。

FACTOR

/VARIABLES @7、形象1 @8、形象2 @9、形象3 @10、形象4 @15、广告倾向 @22、倾向2

/MISSING LISTWISE

/ANALYSIS @7、形象1 @8、形象2 @9、形象3 @10、形象4 @15、广告倾向 @22、倾向2

/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION ROTATION

/FORMAT SORT BLANK(0.5)

/PLOT EIGEN

/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)

/EXTRACTION PC

/CRITERIA ITERATE(25)

/ROTATION VARIMAX

/METHOD=CORRELATION.

因子分析

		备注
已创建输出		05-JAN-2024 01:53:10
注释		
输入	活动数据集	数据集1
	过滤器	<无>
	权重	<无>
	拆分文件	<无>
	工作数据文件中的 行数	25
缺失值处 理	对缺失的定义	MISSING=EXCLUDE ：将用户定义的缺失 值视为缺失。
	使用的个案数	LISTWISE：统计基于 那些对于任何所用变 量都不具有缺失值的 个案。

语法		FACTOR /VARIABLES @7、 形象1 @8、形象2 @9、形象3 @10、形 象4 @15、广告倾向 @22、倾向2 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS @7、形 象1 @8、形象2 @9、 形象3 @10、形象4 @15、广告倾向 @22、倾向2 /PRINT INITIAL KMO EXTRACTION ROTATION /FORMAT SORT BLANK(0.5) /PLOT EIGEN /CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25) /EXTRACTION PC /CRITERIA ITERATE(25) /ROTATION VARIMAX /METHOD=CORRELA TION.
资源	处理程序时间	00:00:00.03
	耗用时间	00:00:00.07
	所需的最大内存量	5704 (5.570K) 字节

KMO 和巴特利特检验

KMO 取样适切性量数。		.816
巴特利特球形度 检验	近似卡方	122.979
	自由度	15
	显著性	.000

公因子方差

	初始	提取
7、您喜欢这个广告的画面场景吗？	1.000	.764
8、您喜欢这个广告的色调吗？	1.000	.741
9、您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？	1.000	.886
10、您觉得这个广告的音效如何？	1.000	.744
15、这个广告容易引起您对该游戏的兴趣？	1.000	.661
22、您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？	1.000	.645

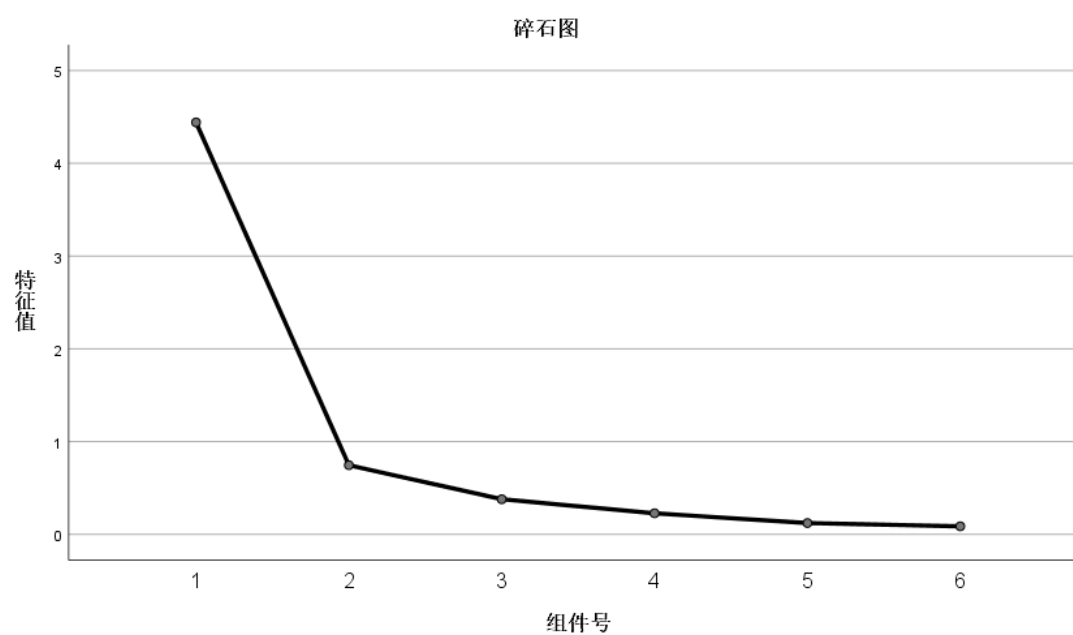
提取方法：主成分分析法。

总方差解释

成分	总计	初始特征值		总计	提取载荷平方和	
		方差百分 比	累积 %		方差百分 比	累积 %
1	4.441	74.014	74.014	4.441	74.014	74.014
2	.745	12.423	86.437			
3	.379	6.314	92.751			

4	.227	3.778	96.529			
5	.121	2.024	98.553			
6	.087	1.447	100.000			

提取方法：主成分分析法。



成分矩阵^a

	成分 1
9、您喜欢这个广告里的游戏角色时装吗？	.941
7、您喜欢这个广告的画面场景吗？	.874
10、您觉得这个广告的音效如何？	.863
8、您喜欢这个广告的色调吗？	.861

15、这个广告容易引起您对该游戏的兴趣？	-.813
22、您看了这个广告后，会主动下载该游戏吗？	.803

提取方法：主成分分析法。^a

a. 提取了 1 个成分。

旋转后的成分矩阵^a

a. 仅提取了一个成分。无法旋转此解。