

2017-2022年中国电子竞技行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电子竞技行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/312188.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

电子竞技（Electronic Sports）就是电子游戏比赛达到“竞技”层面的活动。电子竞技运动就是利用电子设备作为运动器械进行的、人与人之间的智力对抗运动。通过运动，可以锻炼和提高参与者的思维能力、反应能力、心眼四肢协调能力和意志力，培养团队精神。电子竞技也是一种职业，和棋艺等非电子游戏比赛类似，2003年11月18日,国家体育总局正式批准,将电子竞技列为第99个正式体育竞赛项。2011年,国家体育总局将电子竞技改批为第78个正式体育竞赛项。

2015年全球电竞行业收入为3.25亿美元（包括游戏开发投资、赞助费、在线广告收入、赛事门票等），全球电竞产业的广义产值（包括上游游戏销售、中游赛事和俱乐部运营以及下游粉丝经济）则已达到500亿美元左右。

2014-2016年全球电子竞技市场规模

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电子竞技行业发展背景 1

1.1 电子竞技行业概述 1

1.1.1 电子竞技的定义及分类 1

1、电子竞技的定义 1

2、电子竞技的分类 1

1.1.2 电子竞技行业的特点 1

1.1.3 电子竞技与网络游戏的对比分析 2

1.1.4 电子竞技与体育项目的关联分析 3

1.2 电子竞技行业产业链分析 5

1.2.1 电子竞技产业链结构 5

1.2.2 产业链主要环节分析 5

1、游戏运营环节分析 5

2、赛事运营环节分析 7

3、平台及媒体环节分析 9

4、电子竞技受众分析 10

1.3 电子竞技行业发展环境分析	11
1.3.1 行业宏观环境分析	11
1、行业政策环境	11
2、行业经济环境	12
3、行业社会环境	12
4、行业技术环境	14
1.3.2 行业竞争环境分析	15
1、现有企业的竞争	15
2、供应商议价能力	15
3、下游客户议价能力	15
4、行业竞争情况总结	15
1.3.3 行业关联产业分析	16
1、中国游戏行业发展历程	16
2、中国游戏行业市场规模	17
(1) 游戏行业营收规模	17
(2) 游戏行业用户规模	17
3、游戏行业生态结构的变化	18
第二章 国外电子竞技行业商业模式及经验借鉴	19
2.1 国外电子竞技行业发展现状及发展趋势	19
2.1.1 全球电子竞技行业发展历程分析	19
2.1.2 全球电子竞技行业市场规模分析	20
1、全球电子竞技赛事奖金池规模分析	20
2、全球电子竞技赛事观众规模分析	20
3、全球电子竞技行业收入规模分析	21
2.1.3 国外电竞赛事与传统体育赛事的对比	23
2.1.4 国外电子竞技行业商业模式分析	23
1、欧美电子竞技行业商业模式分析	23
2、韩国电子竞技行业商业模式分析	24
2.1.5 全球电子竞技行业发展规模预测	25
2.2 主要国家电子竞技行业发展状况及经验借鉴	26
2.2.1 美国电子竞技行业发展状况及经验借鉴	26
1、美国电子竞技行业发展现状	26
2、美国电子竞技行业发展规模	26
2.2.2 法国电子竞技行业发展状况及经验借鉴	26

- 1、法国电子竞技行业发展现状 26
- 3、法国电子竞技行业扶持政策 26
- 4、法国电子竞技运动员培育策略 27
- 2.2.3 韩国电子竞技行业发展状况及经验借鉴 28
 - 1、韩国电子竞技行业发展历程 28
 - 2、韩国电子竞技行业发展规模 29
 - 3、韩国电子竞技行业扶持政策 29
 - 4、韩国电子竞技运动员培育策略 30
 - 5、韩国电子竞技行业经验借鉴 30
- 2.3 国外重点电子竞技赛事商业模式及经验借鉴 31
 - 2.3.1 法国电子竞技世界杯 (ESWC) 商业模式分析 31
 - 1、赛事基本信息分析 31
 - 2、赛事运营主体分析 31
 - 3、赛事竞赛项目分析 31
 - 4、赛事合作伙伴分析 31
 - 2.3.2 韩国世界电子竞技大赛 (WCG) 商业模式分析 32
 - 1、赛事基本信息分析 32
 - 2、赛事运营主体分析 32
 - 3、赛事竞赛项目分析 32
 - 4、赛事合作伙伴分析 34
 - 5、赛事盈利模式分析 35
 - 6、赛事成本结构分析 36
 - 7、2016年赛事安排 37
 - 2.3.3 美国DOTA2国际邀请赛商业模式分析 37
 - 1、赛事基本信息分析 37
 - 2、赛事运营主体分析 38
 - 3、赛事竞赛项目分析 39
 - 4、赛事合作伙伴分析 39
 - 5、赛事盈利模式分析 39
 - 7、2016年赛事安排 40
 - 2.3.4 美国MLG联赛商业模式分析 40
 - 1、赛事基本信息分析 40
 - 2、赛事运营主体分析 41
 - 3、赛事竞赛项目分析 41
 - 4、赛事合作伙伴分析 41

- 5、赛事盈利模式分析 42
- 6、2016年赛事安排 42
- 2.4 美国Twitch电子竞技直播平台商业模式及经验借鉴 42
 - 2.4.1 Twitch基本信息分析 42
 - 2.4.2 Twitch运营模式分析 42
 - 2.4.3 Twitch成本结构分析 43
 - 2.4.4 Twitch盈利模式分析 44
 - 2.4.5 Twitch融资情况分析 45
 - 2.4.6 Twitch发展经验借鉴 45

- 第三章 中国电子竞技行业发展现状及未来趋势 46
 - 3.1 中国电子竞技行业市场总体分析 46
 - 3.1.1 行业发展历程分析 46
 - 1、行业发展历程分析 46
 - 2、行业泡沫战争历史分析 47
 - 3.1.2 行业市场规模分析 48
 - 3.1.3 行业盈利情况分析 49
 - 3.2 中国电子竞技行业用户情况分析 50
 - 2014-2018年我国电子竞技用户规模

 - 3.2.1 电子竞技用户性别分布 50
 - 3.2.2 电子竞技用户年龄分布 51
 - 3.2.3 电子竞技用户收入情况 52
 - 3.2.4 电子竞技用户学历分布 53
 - 3.3 中国电子竞技行业SWOT分析 53
 - 3.3.1 行业发展的优势分析 53
 - 1、政策扶持优势分析 53
 - 2、用户规模优势分析 54
 - 3、市场容量优势分析 54
 - 3.3.2 行业发展的劣势分析 54
 - 1、社会舆论压力上的劣势 54
 - 2、知识产权保护上的劣势 54
 - 3、产品开发上的劣势分析 54
 - 4、从业人员管理上的劣势 55
 - 5、企业盈利模式上的劣势 55

3.3.3 行业发展的机会分析 55

- 1、行业全球化发展带来的机会 55
- 2、行业俱乐部模式出现带来的机会 55

3.3.4 行业发展的威胁分析 56

3.3.5 行业SWOT分析总结 56

3.4 中国电子竞技行业发展趋势及前景 57

3.4.1 中国电子竞技行业发展趋势分析 57

3.4.2 中国电子竞技行业发展前景预测 64

3.4.3 关于电子竞技行业发展策略的建议 64

- 1、关于电子竞技行业政府管理策略的建议 64
- 2、关于电子竞技行业传媒驱动策略的建议 65
- 3、关于电子竞技行业企业战略合作的建议 65
- 4、关于电子竞技行业运动员培育策略的建议 65

第四章 中国电子竞技行业细分领域市场发展状况 66

4.1 中国电子竞技游戏市场发展状况 66

4.1.1 电子竞技游戏的生命周期分析 66

4.1.2 电子竞技游戏市场规模分析 70

4.1.3 电子竞技游戏主流类别市场发展状况 70

- 1、FPS类电子竞技游戏市场发展状况 70
- 2、RTS类电子竞技游戏市场发展状况 73
- 3、MOBA类电子竞技游戏市场发展状况 80
- 4、其他类型电子竞技游戏市场发展状况 82

4.1.4 电子竞技游戏市场发展趋势分析 82

4.2 中国电子竞技赛事市场发展状况 85

4.2.1 电子竞技赛事市场发展概述 85

4.2.2 电子竞技赛事市场规模分析 86

- 1、电子竞技赛事资金池规模分析 86
- 2、电子竞技赛事观众规模分析 88

4.2.3 电子竞技赛事相关从业人员分析 89

- 1、电子竞技运动员分析 89
- 2、电子竞技教练员分析 91
- 3、电子竞技裁判员分析 92
- 4、电子竞技解说员分析 92
- 5、电子竞技其他从业人员分析 92

4.2.4 电子竞技赛事市场发展趋势分析	93
4.3 中国电子竞技直播平台市场发展状况	97
4.3.1 电子竞技直播平台市场发展概述	97
4.3.2 电子竞技直播平台市场规模分析	98
4.3.3 电子竞技直播平台市场收入情况分析	98
4.3.4 电子竞技直播平台市场竞争状况分析	100
4.3.5 电子竞技直播平台市场发展趋势分析	101
第五章 中国电子竞技行业商业模式的构建分析	104
5.1 中国电子竞技行业商业模式总体分析	104
5.1.1 商业模式的定义及构成要素	104
1、商业模式的定义	104
2、商业模式的构成要素	105
5.1.2 商业模式构建的基本流程	108
5.1.3 电子竞技行业商业模式影响因素	109
1、电子竞技行业商业模式影响的外部因素	109
(1) 政策法规的限制与引导	109
(2) 社会经济文化因素的影响	109
(3) 技术环境进步的驱动	111
(4) 行业竞争压力的驱动	114
2、电子竞技行业商业模式影响的内部因素	119
(1) 自主研发重要性凸显	119
(2) 渠道建设日趋重要	119
(3) 模式创新日渐频繁	121
5.1.4 电子竞技行业商业模式分类	123
5.2 中国电子竞技游戏商业模式的构建	125
5.2.1 电子竞技游戏运营模式的定义及特点	125
5.2.2 中国电子竞技游戏市场定位分析	126
1、电子竞技游戏价值主张分析	126
2、电子竞技游戏用户细分分析	128
3、电子竞技游戏市场定位分析	129
5.2.3 中国电子竞技游戏运营渠道通路分析	130
5.2.4 中国电子竞技游戏盈利模式分析	130
5.2.5 中国电子竞技游戏成本结构分析	132
5.2.6 中国电子竞技行业重要合作伙伴分析	135

5.2.7 中国电子竞技游戏运营关键成功要素	135
5.3 中国电子竞技赛事商业模式的构建	138
5.3.1 电子竞技游戏运营模式的定义及特点	138
5.3.2 中国电子竞技赛事市场定位分析	142
1、电子竞技赛事价值主张分析	142
2、电子竞技赛事用户细分分析	144
3、电子竞技赛事市场定位分析	145
5.3.3 中国电子竞技赛事运营渠道通路分析	146
5.3.4 中国电子竞技赛事运营盈利模式分析	148
5.3.5 中国电子竞技赛事运营成本结构分析	149
5.3.6 中国电子竞技赛事运营合作伙伴分析	150
5.3.7 中国电子竞技赛事运营关键成功要素	152
5.4 中国电子竞技直播平台商业模式的构建	153
5.4.1 电子竞技直播平台主要运营模式	153
5.4.2 中国电子竞技直播平台渠道通路分析	153
5.4.3 中国电子竞技直播平台盈利模式分析	156
5.4.4 中国电子竞技直播平台成本结构分析	157
5.4.5 中国电子竞技直播平台合作伙伴分析	158
5.4.6 中国电子竞技直播平台关键成功要素	159
第六章 电子竞技行业商业模式构建成功案例解析	162
6.1 电子竞技游戏运营商业模式成功案例解析	162
6.1.1 《反恐精英》商业模式深度剖析	162
1、游戏基本信息分析	162
2、游戏发展历程分析	162
3、游戏市场定位分析	163
4、游戏盈利模式分析	163
5、游戏渠道通路分析	163
6、游戏主要赛事分析	164
7、游戏商业模式点评	164
6.1.2 《魔兽争霸》商业模式深度剖析	164
1、游戏基本信息分析	164
2、游戏发展历程分析	165
3、游戏市场定位分析	167
4、游戏盈利模式分析	167

- 5、游戏渠道通路分析 168
- 6.1.3 《DOTA2》商业模式深度剖析 169
 - 1、游戏基本信息分析 169
 - 2、游戏发展历程分析 170
 - 3、游戏市场定位分析 170
 - 4、游戏盈利模式分析 171
 - 5、游戏主要赛事分析 171
 - 6、游戏商业模式点评 171
- 6.1.4 《英雄联盟》商业模式深度剖析 172
 - 1、游戏基本信息分析 172
 - 2、游戏发展历程分析 172
 - 3、游戏市场定位分析 174
 - 4、游戏盈利模式分析 174
 - 5、游戏渠道通路分析 174
 - 6、游戏主要赛事分析 175
 - 7、游戏商业模式点评 175
- 6.1.5 《地下城与勇士》商业模式深度剖析 176
 - 1、游戏基本信息分析 176
 - 2、游戏发展历程分析 176
 - 3、游戏市场定位分析 176
 - 4、游戏盈利模式分析 176
 - 5、游戏主要赛事分析 176
- 6.1.6 《坦克世界》商业模式深度剖析 177
 - 1、游戏基本信息分析 177
 - 2、游戏发展历程分析 177
 - 3、游戏市场定位分析 177
 - 4、游戏盈利模式分析 177
 - 5、游戏主要赛事分析 178
 - 6、游戏商业模式点评 178
- 6.1.7 《使命召唤》商业模式深度剖析 178
 - 1、游戏基本信息分析 178
 - 2、游戏发展历程分析 179
 - 3、游戏市场定位分析 180
 - 4、游戏盈利模式分析 180
 - 5、游戏主要赛事分析 180

- 6、游戏商业模式点评 180
- 6.1.8 《三国争霸》商业模式深度剖析 180
 - 1、游戏基本信息分析 180
 - 2、游戏市场定位分析 181
 - 3、游戏主要赛事分析 181
 - 4、游戏商业模式点评 181
- 6.1.9 《群雄逐鹿》商业模式深度剖析 181
 - 1、游戏基本信息分析 181
 - 2、游戏发展历程分析 181
 - 3、游戏市场定位分析 182
 - 4、游戏盈利模式分析 182
 - 5、游戏主要赛事分析 182
 - 6、游戏商业模式点评 183
- 6.1.10 《梦三国》商业模式深度剖析 183
 - 1、游戏基本信息分析 183
 - 2、游戏发展历程分析 183
 - 3、游戏市场定位分析 184
 - 4、游戏盈利模式分析 185
 - 5、游戏主要赛事分析 185
 - 8、游戏商业模式点评 186
- 6.2 电子竞技赛事运营商业模式成功案例解析 186
 - 6.2.1 WCA（世界电子竞技大赛）商业模式深度剖析 186
 - 1、赛事基本信息分析 186
 - 2、赛事竞赛项目分析 186
 - 3、赛事合作伙伴分析 187
 - 4、赛事盈利模式分析 187
 - 5、赛事成本构成分析 187
 - 6、赛事市场关注度分析 188
 - 7、2016年赛事安排 188
 - 8、赛事商业模式点评 188
 - 6.2.2 IET（义乌国际电子竞技大赛）商业模式深度剖析 188
 - 1、赛事基本信息分析 188
 - 2、赛事竞赛项目分析 189
 - 3、赛事盈利模式分析 189
 - 4、2016年赛事安排 189

- 5、赛事商业模式点评 189
- 6.2.3 WEC（世界电子竞技嘉年华）商业模式深度剖析 189
 - 1、赛事基本信息分析 189
 - 2、赛事竞赛项目分析 190
 - 3、赛事合作伙伴分析 190
 - 4、赛事盈利模式分析 190
 - 5、赛事商业模式点评 190
- 6.2.4 NEST（全国电子竞技大赛）商业模式深度剖析 191
 - 1、赛事基本信息分析 191
 - 2、赛事竞赛项目分析 191
 - 3、赛事合作伙伴分析 191
 - 4、赛事市场关注度分析 191
 - 5、2016年赛事安排 192
- 6.2.5 NESO（全国电子竞技公开赛）商业模式深度剖析 193
 - 1、赛事基本信息分析 193
 - 2、赛事竞赛项目分析 193
 - 3、赛事合作伙伴分析 193
 - 4、赛事盈利模式分析 193
- 6.2.6 WPC（世界电子竞技职业精英赛）商业模式深度剖析 194
 - 1、赛事基本信息分析 194
 - 2、赛事竞赛项目分析 194
 - 3、赛事合作伙伴分析 194
 - 4、赛事盈利模式分析 194
 - 5、赛事市场关注度分析 195
- 6.2.7 ECL（电子竞技冠军联赛）商业模式深度剖析 195
 - 1、赛事基本信息分析 195
 - 2、赛事竞赛项目分析 195
 - 3、赛事合作伙伴分析 195
 - 4、赛事盈利模式分析 195
 - 5、2016年赛事安排 196
- 6.2.8 G联赛（全国电子竞技电视联赛）商业模式深度剖析 196
 - 1、赛事基本信息分析 196
 - 2、赛事竞赛项目分析 196
 - 3、赛事合作伙伴分析 196
 - 4、赛事市场关注度分析 196

- 5、2016年赛事安排 196
- 6.3 电子竞技游戏直播平台商业模式成功案例解析 197
 - 6.3.1 虎牙直播商业模式深度剖析 197
 - 1、平台基本信息分析 197
 - 2、平台运营模式分析 198
 - 3、平台主要业务分析 199
 - 4、平台盈利模式分析 199
 - 5、平台渠道通路分析 199
 - 6、平台合作伙伴分析 199
 - 7、平台投融资分析 199
 - 8、平台商业模式点评 200
 - 6.3.2 斗鱼TV商业模式深度剖析 200
 - 1、平台基本信息分析 200
 - 2、平台运营模式分析 201
 - 3、平台主要业务分析 201
 - 4、平台盈利模式分析 202
 - 5、平台渠道通路分析 202
 - 6、平台合作伙伴分析 203
 - 7、平台投融资分析 203
 - 8、平台商业模式点评 204
 - 6.3.3 战旗TV商业模式深度剖析 204
 - 1、平台基本信息分析 204
 - 2、平台运营模式分析 205
 - 3、平台主要业务分析 205
 - 4、平台盈利模式分析 206
 - 5、平台渠道通路分析 206
 - 6、平台合作伙伴分析 206
 - 7、平台投融资分析 207
 - 8、平台商业模式点评 207
 - 6.3.4 TGA (龙珠直播) 商业模式深度剖析 207
 - 1、平台基本信息分析 207
 - 2、平台运营模式分析 208
 - 3、平台主要业务分析 208
 - 4、平台盈利模式分析 208
 - 5、平台渠道通路分析 208

- 6、平台合作伙伴分析 208
- 7、平台投融资分析 208
- 8、平台商业模式点评 208
- 6.3.5 MarsTV商业模式深度剖析 209
 - 1、平台基本信息分析 209
 - 2、平台运营模式分析 209
 - 3、平台主要业务分析 209
 - 4、平台盈利模式分析 209
 - 5、平台渠道通路分析 209
 - 6、平台合作伙伴分析 209
 - 7、平台投融资分析 210
 - 8、平台商业模式点评 210
- 6.3.6 起凡游戏商业模式深度剖析 210
 - 1、平台基本信息分析 210
 - 2、平台运营模式分析 211
 - 3、平台主要业务分析 211
 - 4、平台盈利模式分析 211
 - 5、平台渠道通路分析 211
 - 6、平台合作伙伴分析 211
 - 7、平台投融资分析 211
 - 8、平台商业模式点评 212
- 6.3.7 ImbaTV商业模式深度剖析 212
 - 1、平台基本信息分析 212
 - 2、平台运营模式分析 212
 - 3、平台主要业务分析 212
 - 4、平台盈利模式分析 212
 - 5、平台渠道通路分析 212
 - 6、平台合作伙伴分析 212
 - 7、平台投融资分析 213
 - 8、平台商业模式点评 213
- 6.3.8 顺网游戏平台商业模式深度剖析 213
 - 1、平台基本信息分析 213
 - 2、平台运营模式分析 213
 - 3、平台主要业务分析 213
 - 4、平台盈利模式分析 213

- 5、平台渠道通路分析 214
- 6、平台合作伙伴分析 214
- 7、平台投融资分析 214
- 8、平台商业模式点评 214

第七章 中国电子竞技行业领先企业经营分析 215

7.1 中国电子竞技行业企业整体分析 215

7.2 中国电子竞技行业领先企业经营分析 215

7.2.1 广州欢聚传媒有限公司经营分析 215

- 1、公司基本信息分析 215
- 2、公司经营状况分析 216
 - (1) 主要经济指标分析 216
 - (2) 企业盈利能力分析 216
 - (3) 企业运营能力分析 217
 - (4) 企业偿债能力分析 217
 - (5) 企业发展能力分析 218
- 3、公司电子竞技业务布局 218
- 4、公司渠道通路分析 219
- 5、公司经营优劣势分析 221
- 6、公司发展最新动向 222

7.2.2 盛大游戏有限公司经营分析 222

- 1、公司基本信息分析 222
- 2、公司经营状况分析 223
- 3、公司电子竞技业务布局 225
- 4、公司渠道通路分析 225
- 5、公司经营优劣势分析 225
- 6、公司发展最新动向 226

7.2.3 金亚科技股份有限公司经营分析 226

- 1、公司基本信息分析 226
- 2、公司经营状况分析 227
 - (1) 主要经济指标分析 227
 - (2) 企业盈利能力分析 228
 - (3) 企业运营能力分析 228
 - (4) 企业偿债能力分析 229
 - (5) 企业发展能力分析 229

- 3、公司电子竞技业务布局 229
- 4、公司渠道通路分析 230
- 5、公司经营优劣势分析 230
- 6、公司发展最新动向 231
- 7.2.4 北京掌趣科技股份有限公司经营分析 231
 - 1、公司基本信息分析 231
 - 2、公司经营状况分析 232
 - (1) 主要经济指标分析 232
 - (2) 企业盈利能力分析 233
 - (3) 企业运营能力分析 233
 - (4) 企业偿债能力分析 233
 - (5) 企业发展能力分析 234
 - 3、公司电子竞技业务布局 234
 - 4、公司渠道通路分析 234
 - 5、公司经营优劣势分析 235
 - 6、公司发展最新动向 235
- 7.2.5 游族网络股份有限公司经营分析 236
 - 1、公司基本信息分析 236
 - 2、公司经营状况分析 237
 - (1) 主要经济指标分析 237
 - (2) 企业盈利能力分析 238
 - (3) 企业运营能力分析 238
 - (4) 企业偿债能力分析 238
 - (5) 企业发展能力分析 239
 - 3、公司电子竞技业务布局 239
 - 4、公司渠道通路分析 239
 - 5、公司经营优劣势分析 240
 - 6、公司发展最新动向 241
- 7.2.6 杭州顺网科技股份有限公司经营分析 241
 - 1、公司基本信息分析 241
 - 2、公司经营状况分析 242
 - (1) 主要经济指标分析 242
 - (2) 企业盈利能力分析 243
 - (3) 企业运营能力分析 244
 - (4) 企业偿债能力分析 244

- (5) 企业发展能力分析 244
- 3、公司电子竞技业务布局 245
- 4、公司渠道通路分析 245
- 5、公司经营优劣势分析 245
- 6、公司发展最新动向 246
- 7.2.7 完美世界(北京)网络技术有限公司经营分析 246
- 1、公司基本信息分析 246
- 2、公司经营状况分析 247
- 3、公司电子竞技业务布局 249
- 4、公司渠道通路分析 250
- 5、公司经营优劣势分析 250
- 6、公司发展最新动向 251
- 7.2.8 成都天象互动科技有限公司经营分析 251
- 1、公司基本信息分析 251
- 2、公司经营状况分析 251
- 3、公司电子竞技业务布局 251
- 4、公司渠道通路分析 252
- 5、公司经营优劣势分析 252
- 6、公司发展最新动向 252
- 7.2.9 广州西山居世游网络科技有限公司经营分析 253
- 1、公司基本信息分析 253
- 2、公司经营状况分析 253
- 3、公司电子竞技业务布局 253
- 4、公司渠道通路分析 253
- 5、公司经营优劣势分析 253
- 6、公司发展最新动向 254
- 7.2.10 广州网易互动娱乐有限公司经营分析 254
- 1、公司基本信息分析 254
- 2、公司经营状况分析 255
- 3、公司电子竞技业务布局 256
- 4、公司渠道通路分析 256
- 5、公司经营优劣势分析 257
- 6、公司发展最新动向 257
- 7.2.11 软星科技(北京)有限公司经营分析 257
- 1、公司基本信息分析 257

- 2、公司经营状况分析 258
- 3、公司电子竞技业务布局 258
- 4、公司渠道通路分析 258
- 5、公司经营优劣势分析 258
- 6、公司发展最新动向 259
- 7.2.12 上海久游网络科技有限公司经营分析 259
 - 1、公司基本信息分析 259
 - 2、公司经营状况分析 259
 - 3、公司电子竞技业务布局 259
 - 4、公司渠道通路分析 260
 - 5、公司经营优劣势分析 260
 - 6、公司发展最新动向 260
- 7.2.13 北京目标在线科技有限公司经营分析 260
 - 1、公司基本信息分析 260
 - 2、公司经营状况分析 261
 - 3、公司电子竞技业务布局 261
 - 4、公司渠道通路分析 261
 - 5、公司经营优劣势分析 261
 - 6、公司发展最新动向 262
- 7.2.14 广东奥飞动漫文化股份有限公司经营分析 262
 - 1、公司基本信息分析 262
 - 2、公司经营状况分析 263
 - 3、公司电子竞技业务布局 265
 - 4、公司渠道通路分析 265
 - 5、公司经营优劣势分析 265
 - 6、公司发展最新动向 266
- 7.2.15 浙报传媒集团股份有限公司经营分析 266
 - 1、公司基本信息分析 266
 - 2、公司经营状况分析 267
 - 3、公司电子竞技业务布局 269
 - 4、公司渠道通路分析 269
 - 5、公司经营优劣势分析 270
 - 6、公司发展最新动向 270

8.1 中国电子竞技行业投资特性分析	271
8.1.1 行业进入壁垒分析	271
8.1.2 行业盈利模式分析	272
8.1.3 行业盈利影响因素分析	272
8.2 中国电子竞技行业投资风险分析	273
8.2.1 行业政策风险	273
8.2.2 宏观经济波动风险	273
8.2.3 关联产业风险	273
8.2.4 其他风险分析	274
8.3 中国电子竞技行业投资现状分析	274
8.3.1 中国电子竞技行业投资环境分析	274
8.3.2 中国电子竞技行业投资主体构成	275
8.3.3 中国电子竞技行业投资现状分析	275
8.4 中国电子竞技行业投资规划与建议	275
8.4.1 中国电子竞技行业投资机会分析	275
8.4.2 2017-2022年中国电子竞技行业投资规划	276
8.4.3 关于中国电子竞技行业投资的建议	276

图表目录：

图表：从游戏到竞技体育的演化过程	3
图表：传统体育VS电竞人数对比	4
图表：单项体育活动VS电竞人数对比	4
图表：电子竞技产业链结构	5
图表：游戏环节电竞产业链图	7
图表：电子竞技赛事运营涉及主体	8
图表：电竞赛事与广告赞助商关系	8
图表：电子竞技赛事运营商收支图	9
图表：国内电竞直播用户数量及市场规模	10
图表：电子竞技行业相关政策	12
图表：星际争霸&炉石传说对比	14
图表：国内网游用户规模	18
图表：2016年国内各类别游戏产品批准出版数量分布	18
图表：全球赛事奖金池总额	20
图表：2013-2016年全球电竞行业收入规模分析	22
图表：2016年国外电竞、体育赛事观看人数	23

- 图表：全球电竞观众数及增长 25
- 图表：全球电竞市场规模 25
- 图表：韩国电子竞技发展历程 29
- 图表：WCA2016赛程安排 33
- 图表：2016年WCA赛区安排 34
- 图表：WCA2016部分转播渠道列表 34
- 图表：WCA2016收入来源结构 36
- 图表：WCA2016主要成本组成 36
- 图表：通过内购道具提升等级，等级越高获得的奖励越多 37
- 图表：2011-2016年DOTA国际邀请赛总奖金 38
- 图表：DOTA2赛事众筹模式情况 39
- 图表：小紫本与小绿本的对比 40
- 图表：MLG哥伦布major赛事2016分组信息公布 42
- 图表：Twitch盈利模式 44
- 图表：Twitch近年游戏直播受众月覆盖人数情况与融资情况 45
- 图表：中国电子竞技行业自2014年起进入爆发期 47
- 图表：中国电竞行业未来市场容量有望超500亿 49
- 图表：2016年中国电子竞技用户性别分布 50
- 图表：2016年中国电子竞技用户年龄分布 51
- 图表：我国电竞参与人群收入情况 52
- 图表：2016年中国电子竞技用户学历分布 53
- 图表：整体电竞市场的良性发展分析 57
- 图表：电竞娱乐化 58
- 图表：2016年中国电竞用户手游用户群参与竞技赛事意愿分析 59
- 图表：厂商布局移动电竞游戏及其赛事情况 60
- 图表：2016年6月中国移动网游游戏类型 61
- 图表：移动电竞的知名代言人 62
- 图表：国内电竞行业全民化发展 63
- 图表：VR电竞发展方向图 63
- 图表：2017-2022年中国电子竞技用户规模 64
- 图表：中国电竞行业生命周期分析 66
- 图表：电子竞技游戏生命周期分析 69
- 图表：2013-2016年我国电竞游戏市场规模分析 70
- 图表：《武装突袭2》游戏界面 71
- 图表：2013-2016年我国电子竞技市场规模分析 83

- 图表：我国电竞爱好者年龄结构分析 89
- 图表：2017-2022年我国移动电竞市场规模预测 96
- 图表：2013-2016年我国电竞直播平台市场规模分析 98
- 图表：2016年网吧游戏排行榜分析 99
- 图表：电子竞技商业模式比较——欧美模式VS韩国模式 126
- 图表：电竞游戏用户行为分析 128
- 图表：2016年中国电竞用户获取电竞比赛信息来源 129
- 图表：电子竞技渠道通路分析 130
- 图表：国内三大电竞直播平台分析 131
- 图表：电竞俱乐部运营成本不断增加 133
- 图表：电竞运营收入、成本分析 134
- 图表：LOL选手魏汉冬工资变动分析 134
- 图表：2016年中国用户观看电竞比赛渠道分析 144
- 图表：2016年中国电子竞技用户在线观看赛事平台选择 145
- 图表：电子竞技赛事商业运行模式分析 147
- 图表：电子竞技直播平台主要运营模式分析 153
- 图表：电竞游戏直播平台结构分析 154
- 图表：游戏直播平台推广手法 155
- 图表：职业电竞选手与电竞主播收入分析 155
- 图表：Twitch的收入模式 157
- 图表：电子竞技直播平台游戏成本分析 158
- 图表：DOTA2的发展历程 170
- 图表：DOTA2目标市场情况 171
- 图表：NESO（全国电子竞技公开赛）赛事合作伙伴 193
- 图表：ECL（电子竞技冠军联赛）赛事合作伙伴 195
- 图表：虎牙直播结构图 198
- 图表：斗鱼TV结构图 201
- 图表：斗鱼TV合作伙伴 203
- 图表：斗鱼TV融资情况 203
- 图表：战旗TV结构图 205
- 图表：2013-2016年广州欢聚传媒有限公司主要经济指标分析 216
- 图表：2013-2016年广州欢聚传媒有限公司盈利能力分析 216
- 图表：2013-2016年广州欢聚传媒有限公司运营能力分析 217
- 图表：2013-2016年广州欢聚传媒有限公司偿债能力分析 217
- 图表：2013-2016年广州欢聚传媒有限公司发展能力分析 218

图表：广州欢聚传媒有限公司业务体系	218
图表：2013-2016年盛大游戏有限公司主要经济指标分析	223
图表：2013-2016年盛大游戏有限公司盈利能力分析	223
图表：2013-2016年盛大游戏有限公司运营能力分析	224
图表：2013-2016年盛大游戏有限公司偿债能力分析	224
图表：2013-2016年盛大游戏有限公司发展能力分析	225
图表：2016年金亚科技股份有限公司主营业务构成	227
图表：2014年金亚科技股份有限公司主营业务构成	227
图表：2013年金亚科技股份有限公司主营业务构成	228
图表：2013-2016年金亚科技股份有限公司主营业务构成	228
图表：2013-2016年金亚科技股份有限公司主营业务构成	228
图表：2013-2016年金亚科技股份有限公司主营业务构成	229
图表：2013-2016年金亚科技股份有限公司主营业务构成	229
图表：2016年北京掌趣科技股份有限公司主营业务构成	232
图表：2014年北京掌趣科技股份有限公司主营业务构成	232
图表：2013年北京掌趣科技股份有限公司主营业务构成	232
图表：2013-2016年北京掌趣科技股份有限公司盈利能力分析	233
图表：2013-2016年北京掌趣科技股份有限公司运营能力分析	233
图表：2013-2016年北京掌趣科技股份有限公司偿债能力分析	233
图表：2013-2016年北京掌趣科技股份有限公司发展能力分析	234
图表：2016年游族网络股份有限公司主营业务构成分析	237
图表：2014年游族网络股份有限公司主营业务构成分析	237
图表：2013年游族网络股份有限公司主营业务构成分析	237
图表：2013-2016年游族网络股份有限公司盈利能力分析	238
图表：2013-2016年游族网络股份有限公司运营能力分析	238
图表：2013-2016年游族网络股份有限公司偿债能力分析	238
图表：2013-2016年游族网络股份有限公司发展能力分析	239
图表：2016年杭州顺网科技股份有限公司主营业务构成分析	242
图表：2014年杭州顺网科技股份有限公司主营业务构成分析	243
图表：2013年杭州顺网科技股份有限公司主营业务构成分析	243
图表：2013-2016年杭州顺网科技股份有限公司盈利能力分析	243
图表：2013-2016年杭州顺网科技股份有限公司运营能力分析	244
图表：2013-2016年杭州顺网科技股份有限公司偿债能力分析	244
图表：2013-2016年杭州顺网科技股份有限公司发展能力分析	244
图表：2013-2016年完美世界(北京)网络技术有限公司主要经济指标分析	247

图表：2013-2016年完美世界(北京)网络技术有限公司主要盈利能力分析 247

图表：2013-2016年完美世界(北京)网络技术有限公司主要运营能力分析 248

图表：2013-2016年完美世界(北京)网络技术有限公司偿债能力分析 248

图表：2013-2016年完美世界(北京)网络技术有限公司发展能力分析 249

图表：完美世界(北京)网络技术有限公司渠道通路分析 250

图表：2013-2016年广州网易互动娱乐有限公司盈利能力分析 255

图表：2013-2016年广州网易互动娱乐有限公司偿债能力分析 255

图表：2013-2016年广州网易互动娱乐有限公司运营能力分析 255

图表：2013-2016年广州网易互动娱乐有限公司发展能力分析 256

图表：上海久游网络科技有限公司渠道通路分析 260

图表：2016年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务构成分析 263

图表：2014广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务构成分析 263

图表：2013广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务构成分析 263

图表：2013-2016广东奥飞动漫文化股份有限公司盈利能力分析 264

图表：2013-2016广东奥飞动漫文化股份有限公司偿债能力分析 264

图表：2013-2016广东奥飞动漫文化股份有限公司运营能力分析 264

图表：2013-2016广东奥飞动漫文化股份有限公司发展能力分析 264

图表：2016年浙报传媒集团股份有限公司主营业务构成分析 267

图表：2014年浙报传媒集团股份有限公司主营业务构成分析 267

图表：2013年浙报传媒集团股份有限公司主营业务构成分析 268

图表：2013-2016年浙报传媒集团股份有限公司盈利能力分析 268

图表：2013-2016年浙报传媒集团股份有限公司偿债能力分析 268

图表：2013-2016年浙报传媒集团股份有限公司运营能力分析 269

图表：2013-2016年浙报传媒集团股份有限公司发展能力分析 269

图表：中国电子竞技行业盈利模式 272

图表：2017-2022年中国电子竞技行业投资规划 276

略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/312188.html>