

2020-2025年中国电子竞技行业竞争格局分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国电子竞技行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》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/518756.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”层面的体育项目。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。

电竞赛事是电竞产业的核心，不同的电竞赛事对应着不同的赛事运营商。按照主办方类别区分，电竞赛事分为第一方赛事和第三方赛事。

第一方赛事是由游戏厂商主办的赛事，代表赛事为腾讯主办的LOL赛事、Valve主办的Ti赛事等。对于第一方赛事运营商来说，由于承办业务模式相对简单，而且作为赛事服务方，因此在承办费上厂商并不会过多让利，而目前电竞赛事的广告赞助与其他场馆收入、活动收入也还没有深度挖掘，所以整体来看，第一方赛事运营业务利润率较薄。

第三方赛事是由除游戏厂商以外的其他机构主导赛事，代表赛事如NEST，i联赛等。除了与第一方赛事运营商面临同样的营收困境外，即广告赞助、场馆收入、活动收入还没有深度挖掘。由于第三方赛事经竞技水平有限，因此关注度及获客成本较高，因此赛事主办方对赛事版权也以较低的价格出售给直播平台及电视媒体。在缺乏造血能力的第三方赛事中，能在市场上存活下来的不多。能存活下来的，也是背靠大厂商或者政府机构的赞助，但由于单一的赛事运营变现能力较差，但这种发展态势并不良性，因此投融资也在不断降温。

2014-2018年电子竞技赛事投融资情况

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1章：中国电子竞技行业发展综述

1.1电子竞技行业概述

1.1.1电子竞技定义及特征

（1）定义

（2）特征

1.1.2电子竞技行业发展历程分析

（1）单机电子竞技时代（1998-2008）

（2）网游电子竞技时代（2008-2017）

（3）移动电子竞技时代（2017年-至今）

1.1.3电子竞技与其他行业对比分析

- (1) 与网络游戏对比
- (2) 与体育赛事对比

1.1.4电子竞技游戏主流形式

1.1.5电子竞技游戏类型

1.2电子竞技行业发展环境分析

1.2.1行业政策环境分析

- (1) 行业标准与法规
- (2) 行业发展规划

1.2.2行业经济环境分析

1.2.3行业社会环境分析

1.2.4行业技术环境分析

- (1) 行业技术现状
- (2) 技术发展趋势
- (3) 技术环境对行业的影响分析

1.3电子竞技行业发展机遇与威胁分析

1.4电子竞技行业产业链分析

1.4.1产业链上游

- (1) 内容授权方

- 1) 游戏开发商
- 2) 游戏代理商

- (2) 内容生产方

- 1) 赛事主办方
- 2) 电子竞技俱乐部
- 3) 职业选手(主播)

1.4.2产业链中游

- (1) 赛事监管方

- 1) 公安部门
- 2) 文化部门
- 3) 体育部门

- (2) 赛事执行方

1.4.3产业链下游

- (1) 内容制作方

- 1) 电视游戏频道
- 2) 在线直播平台

(2) 内容传播方

1) 电子竞技媒体

2) 用户分享

1.5 电子竞技行业发展短板

1.5.1 电子竞技人才缺口巨大

1.5.2 电子竞技场馆供给不足

1.5.3 直播平台恶性竞争

1.5.4 社会舆论承受力差

1.5.5 良好环境导致安于现状

1.6 电子竞技行业发展趋势

1.6.1 电子竞技娱乐化

1.6.2 行业制度化

1.6.3 电子竞技VR化

第2章：中国电子竞技所属行业发展现状

2.1 全球电子竞技所属行业发展现状

2.1.1 全球电子竞技行业发展规模

(1) 全球游戏行业市场规模

(2) 全球电竞项目奖金总额

(3) 全球电竞赛事观众规模

(4) 全球电竞行业总收入

(5) 全球电竞行业市场品牌投资收入

2.1.2 全球电子竞技行业区域结构

2.1.3 全球电子竞技行业产品结构

2.1.4 全球电子竞技行业投资情况

2.1.5 全球电子竞技行业竞争分析

2.2 电子竞技行业发展现状

2.2.1 电子竞技行业市场规模

(1) 市场规模

近年来受到我国主流网络与电竞游戏融入、娱乐观念转变、新兴技术推动、电子竞技赛事进化等多重因素地影响下，我国电子竞技市场规模迅速扩张，2016年我国电子竞技市场规模约为532.2亿元，2019年达到1076.9亿元。

2016-2019年中国电子竞技行业市场规模

(2) 用户规模

(3) 赛事规模

(4) 直播用户规模

2.2.2电子竞技行业发展现状

- (1) 国内厂商发力移动电子竞技
- (2) 传统俱乐部规模壮大队员交易市场火热
- (3) 顶尖电子竞技职业选手收入来源多样
- (4) 电子竞技赛事助力游戏推广
- (5) 第一方与第三方赛事共同繁荣市场
- (6) 端游电子竞技赛事模式多样
- (7) 移动电子竞技赛事开始爆发
- (8) 电子竞技赛事价值有待进一步挖掘
- (9) 头部赛事聚集明显各方纷纷加入赛事

2.2.3电子竞技内容制作平台发展现状

- (1) 行业高速发展竞争愈发激烈
- (2) 电子竞技内容发展迅速打造泛娱乐电子竞技内容
- (3) 赛事版权保护逐渐到位
- (4) 盈利模式多样版权&赞助成为未来盈利方向
- (5) 行业爆发迅猛集中市场格局渐趋稳定
- (6) 直播用户规模保持持续增长
- (7) 泛娱乐化成为未来发展方向
- (8) 移动游戏直播平台开始登场
- (9) 相关部门介入监管直播行业开始自律

2.3电子竞技行业发展特点

2.3.1电子竞技全民化

- (1) 全球收入贡献率
- (2) 潜在用户规模

2.3.2电子竞技体育化

- (1) 电子竞技体育运动认可度超过70%
- (2) 政策利好推动电子竞技体育化

2.3.3电子竞技移动化

- (1) 移动电子竞技市场占比
- (2) 移动电子竞技用户规模

2.4中国电子竞技行业生命周期分析

2.4.1电竞行业不同生命周期特征

- (1) 起步期
- (2) 探索期

(3) 成长期

(4) 成熟期

2.4.2 目前电子竞技行业所处生命周期

(1) 生命周期理论分析

(2) AMC模型分析

2.5 电子竞技行业竞争格局分析

2.5.1 现有企业的竞争

2.5.2 潜在进入者威胁分析

2.5.3 替代品威胁分析

2.5.4 供应商议价能力分析

2.5.5 下游客户议价能力分析

第3章：中国移动电子竞技所属行业发展现状

3.1 移动电子竞技行业发展背景

3.1.1 中国手游行业发展

(1) 手机网民规模

(2) 移动游戏用户规模

(3) 移动游戏市场规模

3.1.2 中国手游行业竞争格局

3.1.3 移动电子竞技发展现状

(1) 移动电子竞技市场规模

(2) 移动电子竞技竞争格局

3.1.4 移动电子竞技发展利好因素分析

(1) 国务院发文支持电子竞技产业发展

(2) 腾讯、英雄互娱等巨头加大电子竞技投入

(3) 直播平台开始独立移动电子竞技频道

(4) 传统电子竞技赛事制作方加大移动电子竞技投入

3.2 移动电子竞技价值与作用

3.2.1 有助于游戏品牌传播

3.2.2 延长游戏产品生命周期

3.2.3 满足用户游戏诉求及衍生内容消费需求

3.2.4 形成长尾传播效应

3.3 移动电子竞技提升策略建议

3.3.1 如何提高观赛率

(1) 移动电子竞技参赛率低于PC端15%

(2) 影响用户观赛的原因

- 1) 产品方面
- 2) 内容方面
- 3) 传播方面

(3) 如何提高移动赛事用户观赛率

- 1) 产品方面
- 2) 内容方面
- 3) 传播方面

(4) 不同品类手游提高观赛率案例分析

- 1) MOBA类游戏
- 2) FPS枪战射击类游戏
- 3) 集换式卡牌类游戏
- 4) 休闲竞技类游戏

3.3.2 如何提高参赛率

- (1) 玩家参与赛事的动力
- (2) 如何提高参赛率

- 1) 打通线上线下是方向
- 2) 加强赛事内容宣传
- 3) 注重结局水平判定和组队问题

3.4 移动电子竞技直播平台分析

3.4.1 斗鱼TV

- (1) 平台简介
- (2) 投资方
- (3) 融资状态
- (4) 赛事资源
- (5) 发展规模

3.4.2 虎牙直播

- (1) 平台简介
- (2) 投资方
- (3) 融资状态
- (4) 赛事资源
- (5) 发展规模

3.4.3 战旗TV

- (1) 平台简介
- (2) 投资方

(3) 融资状态

(4) 赛事资源

(5) 发展规模

3.4.4 龙珠直播

(1) 平台简介

(2) 投资方

(3) 融资状态

(4) 赛事资源

(5) 发展规模

3.4.5 熊猫TV

(1) 平台简介

(2) 投资方

(3) 融资状态

(4) 赛事资源

(5) 发展规模

3.4.6 火猫TV

(1) 平台简介

(2) 投资方

(3) 融资状态

(4) 赛事资源

(5) 发展规模

3.4.7 ImbaTV

(1) 平台简介

(2) 投资方

(3) 融资状态

(4) 赛事资源

(5) 发展规模

第4章：中国电子竞技行业用户调研分析

4.1 电子竞技行业用户画像分析

4.1.1 用户群体画像

(1) 性别画像

(2) 区域分布

(3) 学历及职业分布

(4) 经济水平分布

4.1.2用户行为画像

- (1) 娱乐行为
- (2) 观看游戏直播的原因
- (3) 用户选择直播平台考虑因素

4.2移动电子竞技用户画像分析

4.2.1用户群体画像

- (1) 性别画像
- (2) 职业画像

4.2.2用户行为画像

- (1) 登录时间
- (2) 游戏频率
- (3) 游戏时长
- (4) 消费额度
- (5) 游戏经验
- (6) 使用手机系统
- (7) 娱乐行为
- (8) 游戏付费率

4.3电竞直播观看用户画像

4.3.1用户群体画像

- (1) 职业画像
- (2) 性别分布
- (3) 年龄分布
- (4) 区域分布

4.3.2用户行为画像

- (1) 最喜爱观看游戏
- (2) 观看直播频率
- (3) 观看主要方式
- (4) 观看原因分析
- (5) 影响用户观看的体验要素

第5章：中国电子竞技行业商业模式分析

5.1电子竞技行业主流商业模式类型

5.1.1赛事运营模式

- (1) 模式特点
- (2) 收入来源

- (3) 典型案例
- (4) 适用范围
- 5.1.2 战队经济模式
 - (1) 模式特点
 - (2) 收入来源
 - (3) 典型案例
 - (4) 适用范围
- 5.1.3 IP衍生模式
 - (1) 模式特点
 - (2) 收入来源
 - (3) 典型案例
 - (4) 适用范围
- 5.1.4 明星运作模式
 - (1) 模式特点
 - (2) 收入来源
 - (3) 典型案例
 - (4) 适用范围
- 5.2 游戏开发商商业模式分析
 - 5.2.1 游戏开发商市场定位
 - 5.2.2 游戏开发商成本分析
 - 5.2.3 游戏开发商盈利模式
 - 5.2.4 游戏开发商分销渠道
 - 5.2.5 游戏开发商核心竞争力（设计能力）
- 5.3 电子竞技俱乐部商业模式
 - 5.3.1 电子竞技俱乐部市场定位
 - 5.3.2 电子竞技俱乐部成本分析
 - 5.3.3 电子竞技俱乐部盈利模式
 - 5.3.4 电子竞技俱乐部合作伙伴
 - 5.3.5 电子竞技俱乐部核心竞争力（人才）
- 5.4 硬件公司盈利模式
 - 5.4.1 硬件公司市场定位
 - 5.4.2 硬件公司成本分析
 - 5.4.3 硬件公司盈利模式
 - 5.4.4 硬件公司分销渠道
 - 5.4.5 硬件公司核心竞争力（产品）

5.5直播平台商业模式

5.5.1直播平台市场定位

5.5.2直播平台成本分析

5.5.3直播平台盈利模式

5.5.4直播平台分销渠道

5.5.5直播平台核心竞争力（明星主播）

第6章：电子竞技行业细分市场分析

6.1电子竞技行业细分市场种类

6.2电子竞技直播市场分析

6.2.1电子竞技直播市场规模

6.2.2电子竞技直播发展现状

6.2.3电子竞技直播竞争格局

6.2.4电子竞技直播融资情况

6.2.5电子竞技直播发展前景

6.3电子竞技社交市场分析

6.3.1电子竞技社交市场规模

6.3.2电子竞技社交发展现状

6.3.3电子竞技社交竞争格局

6.3.4电子竞技社交融资情况

6.3.5电子竞技社交发展前景

6.4电子竞技俱乐部市场分析

6.4.1电子竞技俱乐部市场规模

6.4.2电子竞技俱乐部发展现状

6.4.3电子竞技俱乐部竞争格局

6.4.4电子竞技俱乐部融资情况

6.4.5电子竞技俱乐部发展前景

6.5电子竞技内容制作市场分析

6.5.1电子竞技内容制作市场规模

6.5.2电子竞技内容制作发展现状

6.5.3电子竞技内容制作竞争格局

6.5.4电子竞技内容制作融资情况

6.5.5电子竞技内容制作发展前景

6.6电子竞技培训市场分析

6.6.1电子竞技培训市场规模

6.6.2电子竞技培训发展现状

6.6.3电子竞技培训竞争格局

6.6.4电子竞技培训融资情况

6.6.5电子竞技培训发展前景

6.7电子竞技媒体市场分析

6.7.1电子竞技媒体市场规模

6.7.2电子竞技媒体发展现状

6.7.3电子竞技媒体竞争格局

6.7.4电子竞技媒体融资情况

6.7.5电子竞技媒体发展前景

6.8电子竞技大数据市场分析

6.8.1电子竞技大数据市场规模

6.8.2电子竞技大数据发展现状

6.8.3电子竞技大数据竞争格局

6.8.4电子竞技大数据融资情况

6.8.5电子竞技大数据发展前景

6.9电子竞技游戏市场分析

6.9.1电子竞技游戏市场规模

6.9.2电子竞技游戏发展现状

6.9.3电子竞技游戏竞争格局

6.9.4电子竞技游戏融资情况

6.9.5电子竞技游戏发展前景

第7章：中国电子竞技行业领先企业及俱乐部分析

7.1电竞直播平台投资企业经营分析

7.1.1广州欢聚时代信息科技有限公司（虎牙直播）

（1）企业简介

（2）企业经营情况

（3）企业业务分布

（4）企业电竞直播平台业务

（5）企业发展优劣势

7.1.2上海熊猫互娱文化有限公司（熊猫直播）

（1）企业简介

（2）企业经营情况

（3）企业业务分布

(4) 企业电竞直播平台业务

(5) 企业发展优劣势

7.1.3 武汉斗鱼网络科技有限公司（斗鱼直播）

(1) 企业简介

(2) 企业经营情况

(3) 企业业务分布

(4) 企业电竞直播平台业务

(5) 企业发展优劣势

7.1.4 苏州游视网络科技有限公司（龙珠直播）

(1) 企业简介

(2) 企业经营情况

(3) 企业业务分布

(4) 企业电竞直播平台业务

(5) 企业发展优劣势

7.2 电竞游戏研发企业经营分析

7.2.1 深圳市腾讯计算机系统有限公司

(1) 企业简介

(2) 企业经营情况

(3) 企业业务分布

(4) 企业电子竞技游戏业务

(5) 企业发展优劣势

7.2.2 北京英雄互娱科技股份有限公司

(1) 企业简介

(2) 企业经营情况

(3) 企业业务分布

(4) 企业电子竞技游戏业务

(5) 企业发展优劣势

7.2.3 广州网易计算机系统有限公司

(1) 企业简介

(2) 企业经营情况

(3) 企业业务分布

(4) 企业电子竞技游戏业务

(5) 企业发展优劣势

7.2.4 暴雪娱乐股份有限公司

(1) 企业简介

- (2) 企业经营情况
- (3) 企业业务分布
- (4) 企业电子竞技游戏业务
- (5) 企业发展优劣势

7.2.5上海逗屋网络科技有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业经营情况
- (3) 企业业务分布
- (4) 企业电子竞技游戏业务
- (5) 企业发展优劣势

7.3电子竞技俱乐部经营分析

7.3.1EDG俱乐部

- (1) 俱乐部简介
- (2) 品牌价值
- (3) 业务分布
- (4) 获奖情况
- (5) 核心资源
- (6) 发展优劣势

7.3.2IG俱乐部

- (1) 俱乐部简介
- (2) 品牌价值
- (3) 业务分布
- (4) 获奖情况
- (5) 核心资源
- (6) 发展优劣势

7.3.3RNG俱乐部

- (1) 俱乐部简介
- (2) 品牌价值
- (3) 业务分布
- (4) 获奖情况
- (5) 核心资源
- (6) 发展优劣势

7.3.4WE俱乐部

- (1) 俱乐部简介
- (2) 品牌价值

- (3) 业务分布
- (4) 获奖情况
- (5) 核心资源
- (6) 发展优劣势

7.3.5LGD俱乐部

- (1) 俱乐部简介
- (2) 品牌价值
- (3) 业务分布
- (4) 获奖情况
- (5) 核心资源
- (6) 发展优劣势

第8章：电子竞技行业前景预测与投资建议

8.1电子竞技行业发展趋势与前景预测

8.1.1行业发展因素分析（AK LZH）

8.1.2行业发展趋势预测

- (1) 应用发展趋势
- (2) 产品发展趋势
- (3) 技术趋势分析
- (4) 竞争趋势分析
- (5) 市场趋势分析

8.1.3电子竞技行业发展前景预测

8.2电子竞技行业投资现状与风险分析

8.2.1电子竞技行业投资现状分析

8.2.2行业进入壁垒分析

8.2.3行业经营模式分析

8.2.4行业投资风险预警

8.2.5行业兼并重组分析

8.3电子竞技行业投资机会与热点分析

8.3.1行业投资现状分析

8.3.2行业投资价值分析

8.3.3行业投资机会分析

- (1) 产业链投资机会分析
- (2) 细分市场投资机会分析
- (3) 产业空白点投资机会

8.3.4行业投资热点分析

8.4电子竞技行业发展战略与规划分析

8.4.1电子竞技行业发展战略研究分析

- (1) 战略综合规划
- (2) 技术开发战略
- (3) 区域战略规划
- (4) 产业战略规划
- (5) 营销品牌战略
- (6) 竞争战略规划

8.4.2对我国电子竞技企业的战略思考

8.4.3中国电子竞技行业发展建议分析

- (1) 提供资金支持，放宽市场准入
- (2) 加强对赛事的多方支持
- (3) 发展电子竞技周边产业，建立多元化盈利模式
- (4) 积极培育电子竞技产业孵化器
- (5) 依托技术和人才，加强产品自主研发

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/518756.html>