

2017-2022年中国电子竞技行业市场研究及发展前景预测报告

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研究及发展前景预测报告》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/291621.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。电子竞技游戏可分为狭义、广义和泛电子竞技游戏，报告核心研究对象为狭义电子竞技游戏。电子竞技市场规模大：1.电竞赛事收入：包括赛事门票、周边、众筹等用户付费以及赞助、广告等企业围绕赛事产生的收入。2.电竞衍生收入：包括电竞俱乐部及选手、直播平台及主播等赛事之外的产业链核心环节产生的收入。3.电竞游戏收入：包括中国大陆地区用户为狭义电竞游戏消费总金额。

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。

全球电子竞技市场规模

从用户规模来看，2014 年全球共有 2.06 亿人通过现场、网络和电视关注电竞比赛，超过篮球、足球等传统体育比赛的单项观众人数。其中 0.89 亿为核心用户（经常观看电竞赛事并参与相关活动），1.17 亿为偶尔观看电竞赛事的普通用户，预计 2016 年电竞观众总数将达 3.35 亿人。以电竞游戏中的代表产品 LOL（英雄联盟）为例，2014 年 Riot 公布全球 LOL 玩家数量为 6700 万，相当于全球每 100 人就有 1 名 LOL 玩家。

全球电子竞技用户规模

我国 2015 年电竞市场的广义规模达到 269 亿元，随着电视转播逐渐开放、广告赞助金额增长、粉丝经济价值提升、竞猜单彩放开等因素的推动下，未来市场规模有望实现跨越式增长。从用户规模来看，我国 2015 年电子竞技用户在 1.2 亿人左右，预计未来整体用户规模将达到 2.8 亿人。

我国电子竞技用户规模

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：

第一部分 电子竞技行业发展概况

第一章 电子竞技行业发展概况

第一节 电子竞技行业概述

一、电子竞技的定义及分类

1、电子竞技的定义

2、电子竞技的分类

二、电子竞技行业的特点

三、电子竞技与网络游戏的对比分析

四、电子竞技与体育项目的关联分析

第二节 电子竞技行业产业链分析

一、电子竞技产业链结构

二、产业链主要环节分析

1、游戏运营环节分析

2、赛事运营环节分析

3、平台及媒体环节分析

4、电子竞技受众分析

第二章 2017-2022年中国电子竞技行业发展环境分析

第一节 行业政策环境

一、行业管理体制

二、行业相关政策

三、行业发展规划

第二节 行业经济环境

一、国内宏观经济分析

二、宏观经济对行业的影响

第三节 行业社会环境

一、国内社会环境分析

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境

一、电子竞技技术现状析

二、电子竞技技术发展趋势

第二部分 电子竞技行业市场发展分析

第三章 全球电子竞技行业发展模式及经验借鉴

第一节 国外电子竞技行业发展现状及发展趋势

一、全球电子竞技行业发展历程分析

二、全球电子竞技行业市场规模分析

1、全球电子竞技赛事奖金池规模分析

在全球的 3.35 亿电竞观众中，我国为 1.7 亿（占比 50.7%）；在全球 1.45 亿电竞核心观众中，我国电竞的核心观众为 6200 万（占比 42.7%）。无论从参赛人数、观众规模还是媒体热度等方面来看，我国都已成为全球电竞产业最具潜力市场。

电竞核心用户地理位置分布

在 2011 年 DOTA2 国际邀请赛中，冠军 Navi 赢得 100 万美元奖金，这是电竞史上首次出现百万美元级别的奖金；2015 年 DOTA2 国际邀请赛总奖金 1800 万美元，再次刷新电竞赛事总奖金记录。2015 年全球电竞赛事奖金高达 7100 万美元，同比大幅增长 97%，其中美国与中国的赛事奖金已超越韩国名列前两位。

全球电竞赛事奖金大幅增长

2015 年全球体育赛事奖金排行

2、全球电子竞技赛事观众规模分析

3、全球电子竞技行业收入规模分析

三、国外电竞赛事与传统体育赛事的对比

四、国外电子竞技行业商业模式分析

1、欧美电子竞技行业商业模式分析

2、韩国电子竞技行业商业模式分析

五、全球电子竞技行业发展规模预测

第二节 主要国家电子竞技行业发展状况及经验借鉴

一、美国电子竞技行业发展状况及经验借鉴

1、美国电子竞技行业发展现状

2、美国电子竞技行业发展规模

二、法国电子竞技行业发展状况及经验借鉴

1、法国电子竞技行业发展现状

2、法国电子竞技行业发展规模

三、韩国电子竞技行业发展状况及经验借鉴

1、韩国电子竞技行业发展历程

2、韩国电子竞技行业发展规模

第三节 国外重点电子竞技赛事商业模式及经验借鉴

一、法国电子竞技世界杯（ESWC）商业模式分析

二、韩国世界电子竞技大赛（WCG）商业模式分析

三、美国世界电子职业联赛（CPL）商业模式分析

四、美国DOTA2国际邀请赛商业模式分析

五、美国MLG联赛商业模式分析

第四节 国外电子竞技直播平台商业模式及经验借鉴

- 一、美国Twitch商业模式及经验借鉴
- 二、韩国Afreeca TV商业模式及经验借鉴

第四章 中国电子竞技行业发展现状

第一节 中国电子竞技行业市场总体分析

- 一、行业发展历程分析
- 二、行业市场规模分析
- 三、行业盈利情况分析

第二节 中国电子竞技行业用户情况分析

- 一、电子竞技用户性别分布
- 二、电子竞技用户年龄分布
- 三、电子竞技用户职业分布
- 四、电子竞技用户收入情况
- 五、电子竞技用户学历分布

第三节 中国电子竞技行业SWOT分析

一、行业发展的优势分析

- 1、政策扶持优势分析
- 2、用户规模优势分析
- 3、明星效应优势分析
- 4、市场容量优势分析

二、行业发展的劣势分析

- 1、社会舆论压力上的劣势
- 2、知识产权保护上的劣势
- 3、产品开发上的劣势分析
- 4、从业人员管理上的劣势
- 5、企业盈利模式上的劣势

三、行业发展的机会分析

- 1、行业全球化发展带来的机会
- 2、行业俱乐部模式出现带来的机会

四、行业发展的威胁分析

五、行业SWOT分析总结

第五章 中国电子竞技行业细分领域市场发展状况

第一节 中国电子竞技游戏市场发展状况

- 一、电子竞技游戏的生命周期分析

二、电子竞技游戏市场规模分析

三、电子竞技游戏游戏厂商发展状况

1、海外研发商

2、国内运营商

四、电子竞技游戏市场发展趋势分析

第二节 中国电子竞技赛事市场发展状况

一、电子竞技赛事市场发展概述

二、电子竞技赛事市场规模分析

1、电子竞技赛事资金池规模分析

2、电子竞技赛事观众规模分析

三、电竞俱乐部及联盟分析

四、电子竞技赛事市场发展趋势分析

第三节 中国电子竞技直播平台市场发展状况

一、电子竞技直播平台市场发展概述

二、电子竞技直播平台市场规模分析

三、电子竞技直播平台市场收入情况分析

四、电子竞技直播平台市场竞争状况分析

五、电子竞技直播平台市场发展趋势分析

第三部分 电子竞技行业竞争格局分析

第六章 2017-2022年中国电子竞技行业竞争格局分析

第一节 行业竞争环境分析

一、现有企业的竞争

二、潜在进入者的竞争

三、供应商议价能力

四、下游客户议价能力

五、替代品威胁

六、行业竞争情况总结

第二节 行业关联产业分析

一、中国游戏行业发展历程

二、中国游戏行业市场规模

1、游戏行业营收规模

2、游戏行业用户规模

3、游戏行业生态结构的变化

第七章 2017-2022年中国电子竞技行业商业模式构建分析

第一节 中国电子竞技行业商业模式总体分析

- 一、商业模式的定义及构成要素
- 二、商业模式构建的基本流程
- 三、电子竞技行业商业模式影响因素
- 四、电子竞技行业商业模式分类

第二节 2017-2022年中国电子竞技游戏商业模式的构建

- 一、电子竞技游戏运营模式的定义及特点
- 二、中国电子竞技游戏市场定位分析
- 三、中国电子竞技游戏运营渠道通路分析
- 四、中国电子竞技游戏盈利模式分析
- 五、中国电子竞技游戏成本结构分析
- 六、中国电子竞技行业重要合作伙伴分析
- 七、中国电子竞技游戏运营关键成功要素

第三节 中国电子竞技赛事商业模式的构建

- 一、电子竞技游戏运营模式的定义及特点
- 二、中国电子竞技赛事市场定位分析
- 三、中国电子竞技赛事运营渠道通路分析
- 四、中国电子竞技赛事运营盈利模式分析
- 五、中国电子竞技赛事运营成本结构分析
- 六、中国电子竞技赛事运营合作伙伴分析
- 七、中国电子竞技赛事运营关键成功要素

第四节 中国电子竞技直播平台商业模式的构建

- 一、电子竞技直播平台主要运营模式
- 二、中国电子竞技直播平台渠道通路分析
- 三、中国电子竞技直播平台盈利模式分析
- 四、中国电子竞技直播平台成本结构分析
- 五、中国电子竞技直播平台合作伙伴分析
- 六、中国电子竞技直播平台关键成功要素

第八章 2014-2015年中国电子竞技重点企业运行状况分析

第一节 上海盛大网络发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、盛大网游推行区域特许经营策略

六、盛大MMORPG游戏介绍

第二节 广州欢聚传媒有限公司经营分析

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、企业发展最新动向

第三节 广州网易互动娱乐有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、网易推出新网游争抢市场份额

第四节 腾讯科技（深圳）有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、腾讯加大网游市场投入

第五节 杭州顺网科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业投资动态分析

四、企业竞争力分析

五、企业发展最新动向

第六节 完美世界（北京）网络技术有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力分析

五、完美时空网游市场的成功法宝及致命缺陷

第七节 游族网络股份有限公

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业投资动态分析

四、企业竞争力分析

五、企业发展最新动向

第八节 北京掌趣科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业投资动态分析

四、企业竞争力分析

五、企业发展最新动向

第九节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业投资动态分析

四、企业竞争力分析

五、企业发展最新动向

第十节 浙报传媒集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、企业投资动态分析

四、企业竞争力分析

五、企业发展最新动向

第四部分 电子竞技行业投资战略分析

第九章 中国电子竞技行业投资机会及战略规划

第一节 中国电子竞技行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、行业盈利影响因素分析

第二节 中国电子竞技行业投资风险分析

一、行业政策风险

二、宏观经济波动风险

三、关联产业风险

四、其他风险分析

第三节 中国电子竞技行业投资现状分析

- 一、中国电子竞技行业投资环境分析
- 二、中国电子竞技行业投资主体构成
- 三、中国电子竞技行业投资现状分析
- 第四节 中国电子竞技行业投资规划与建议
 - 一、中国电子竞技行业投资机会分析
 - 二、2017-2022年中国电子竞技行业投资规划
 - 三、关于中国电子竞技行业投资的建议

第十章 2017-2022年中国电子竞技行业发展趋势及前景

- 第一节 中国电子竞技行业发展趋势分析
- 第二节 中国电子竞技行业发展前景预测

2015 年的移动游戏市场的总收入超过 500 亿元人民币，其中移动电竞收入 50.9 亿元人民币，约占移动游戏总收入的 10%。2016 年仅一季度，移动电竞游戏收入已经超过 41 亿。预计 2018 年移动电竞市场规模将达 135.6 亿，电竞移动化已成为势不可挡的大趋势。在用户数量上，我国目前移动电竞的用户已经达到 1 亿人，占电竞用户总量的 83.3%。

我国移动电竞的市场规模

我国移动电竞的用户规模

第三节 电子竞技行业发展策略的建议

- 一、电子竞技行业政府管理策略的建议
- 二、电子竞技行业传媒驱动策略的建议
- 三、电子竞技行业企业战略合作的建议
- 四、电子竞技行业运动员培育策略的建议

图表目录：

图表：2008-2015年电子竞技奖金总额

图表：2010-2015年电子竞技项目奖金占比

图表：2011-2015年Dota 2国际邀请赛总奖金

图表：2014-2015年中国主要赛事奖金池增长

图表：2014年中国电竞用户通过电视观看赛事直播的用户占比

图表：2017-2022年中国电子竞技用户规模

图表：2014-2015年中国电子竞技行业整体市场规模

图表：2014-2015年中国电竞行业各模块收入规模

图表：中国电竞行业预估增长值

图表：2015赛季NBA决赛及英雄联盟全球总决赛观众数

图表：2015赛季NBA转播费及赞助费收入

图表：2015年中国电子竞技用户为电竞比赛付费行为

图表：2015年中国游戏直播用户购买主播推荐产品行为

图表：2008-2015年中国体育彩票市场销售规模

图表：2015年中国游戏直播用户赛事竞猜意愿

图表：mGameTracker-2015年5月中国移动网游游戏类型

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291621.html>