

2017-2022年中国电子竞技行业运营现状调查及投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国电子竞技行业运营现状调查及投资动向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/285067285067.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。2008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。电子竞技产业链 资料来源：公开资料整理 2015年全球电子竞技市场规模达到3.25亿美元，3年间增长了近150%。预计2012-2017年全球电子竞技市场复合增长率有望达到29%，至2016年达到4.63亿美元，2019年将可能实现10.72亿美元。目前在全球电竞市场中，美国的收入仍处于世界领先地位，2016年通过赛事门票、赞助、广告等业态预计收入1.70亿美元左右，中国和韩国2016年电竞收入超过1亿美元。不过，需要注意的是国内电子竞技行业市场规模增长迅速。2010年我国电竞市场的规模仅为44.10亿元，而到2015年则达269.10亿元，6年间增幅达513.60%。同时，根据广电总局的数据，2015年包括端游、网游、社交游戏、移动游戏、单机游戏在内的中国游戏市场销售收入已超1400亿元。

资料来源：公开资料整理 国内电子竞技产业发展方向： 1.随着电竞产业越来越娱乐化移动化，参与的门槛将大大降低，受众群将不断扩大。我们认为电竞未来发展的商业模式或是主要围绕粉丝经济衍生。中国端游用户数量约为1.58亿，手游用户数量约为3.58亿。如此数目庞大的电竞用户产生的粉丝经纪将会成为电竞产业增长的驱动力，围绕着用户可以尝试多元化的商业开发，包括：赛事版权、广告赞助、用户付费（众筹）、博彩等等。

2.庞大的流量+进化中的商业模式，电竞直播大步迈向盈利时代。产业链的加速成熟、资本助推与弹幕等直播技术进步共同打开国内电竞直播行业黄金机遇期。相对游戏玩家，电竞玩家拥有更高的付费能力和意愿，高人气电竞主播的商业价值愈加凸显，由此展开如电竞粉丝运营、艺人经纪等粉丝经济变现具备巨大前景；在全民电竞的时代，直播平台所沉淀的海量电竞流量亦是精准的年轻观看流量。通过推行移动直播、PGC内容等多样化内容，“电竞引流、长尾内容变现”模式正加速电竞直播行业迈向盈利时代的步伐。 3.相辅相成的VR与电竞，电竞产业的下一爆点。带来革命性画面表现和人机交互形式的VR从本质上契合电子游戏发展的核心追求。从历史经验看，电竞元素的加入有望大幅克服VR游戏初期内容单薄的难题。电竞结合VR为双方自身推广均提供了一种新的互补发展模式。而当下如WVA等VR电竞赛事、网吧推广电竞VR游戏的试水已开始实践，“电竞+VR”所蕴藏的巨大市场空间才刚刚开始释放。资料来源：公开资料整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国电子竞技行业运营现状调查及投资动向研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

第一章电子竞技行业发展背景1.1电子竞技行业概述1.1.1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1.1.2电子竞技行业的特点1.1.3电子竞技与网络游戏的对比分析1.1.4电子竞技与体育项目的关联分析1.2电子竞技行业产业链分析1.2.1电子竞技产业链结构1.2.2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1.3电子竞技行业发展环境分析1.3.1行业宏观环境分析1、行业政策环境2、行业经济环境3、行业社会环境4、行业技术环境1.3.2行业竞争环境分析1、现有企业的竞争2、供应商议价能力3、下游客户议价能力4、行业竞争情况总结1.3.3行业关联产业分析1、中国游戏行业发展历程2、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

第二章国外电子竞技行业商业模式及经验借鉴2.1国外电子竞技行业发展现状及发展趋势2.1.1全球电子竞技行业发展历程分析2.1.2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2.1.3国外电竞赛事与传统体育赛事的对比2.1.4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2.1.5全球电子竞技行业发展规模预测2.2主要国家电子竞技行业发展状况及经验借鉴2.2.1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2.2.2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3、法国电子竞技行业扶持政策4、法国电子竞技运动员培育策略2.2.3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3、韩国电子竞技行业扶持政策4、韩国电子竞技运动员培育策略5、韩国电子竞技行业经验借鉴2.3国外重点电子竞技赛事商业模式及经验借鉴2.3.1法国电子竞技世界杯（ESWC）商业模式分析1、赛事基本信息分析2、赛事运营主体分析3、赛事竞赛项目分析4、赛事合作伙伴分析2.3.2韩国世界电子竞技大赛（WCG）商业模式分析1、赛事基本信息分析2、赛事运营主体分析3、赛事竞赛项目分析4、赛事合作伙伴分析5、赛事盈利模式分析6、赛事成本结构分析7、2016年赛事安排2.3.3美国DOTA2国际邀请赛商业模式分析1、赛事基本信息分析2、赛事运营主体分析3、赛事竞赛项目分析4、赛事合作伙伴分析5、赛事盈利模式分析7、2016年赛事安排2.3.4美国MLG联赛商业模式分析1、赛事基本信息分析2、赛事运营主体分析3、赛事竞赛项目分析4、赛事合作伙伴分析5、赛事盈利模式分析6、2016年赛事安排2.4美国Twitch电子竞技直播平台商业模式及经

验借鉴2.4.1Twitch基本信息分析2.4.2Twitch运营模式分析2.4.3Twitch成本结构分析2.4.4Twitch盈利模式分析2.4.5Twitch融资情况分析2.4.6Twitch发展经验借鉴

第三章中国电子竞技行业发展现状及未来趋势3.1中国电子竞技行业市场总体分析3.1.1行业发展历程分析1、行业发展历程分析2、行业泡沫战争历史分析3.1.2行业市场规模分析3.1.3行业盈利情况分析3.2中国电子竞技行业用户情况分析3.2.1电子竞技用户性别分布3.2.2电子竞技用户年龄分布3.2.3电子竞技用户收入情况3.2.4电子竞技用户学历分布3.3中国电子竞技行业SWOT分析3.3.1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、市场容量优势分析3.3.2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3.3.3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3.3.4行业发展的威胁分析3.3.5行业SWOT分析总结3.4中国电子竞技行业发展趋势及前景3.4.1中国电子竞技行业发展趋势分析3.4.2中国电子竞技行业发展前景预测3.4.3关于电子竞技行业发展策略的建议1、关于电子竞技行业政府管理策略的建议2、关于电子竞技行业传媒驱动策略的建议3、关于电子竞技行业企业战略合作的建议4、关于电子竞技行业运动员培育策略的建议

第四章中国电子竞技行业细分领域市场发展状况4.1中国电子竞技游戏市场发展状况4.1.1电子竞技游戏生命周期分析4.1.2电子竞技游戏市场规模分析4.1.3电子竞技游戏主流类别市场发展状况1、FPS类电子竞技游戏市场发展状况2、RTS类电子竞技游戏市场发展状况3、MOBA类电子竞技游戏市场发展状况4、其他类型电子竞技游戏市场发展状况4.1.4电子竞技游戏市场发展趋势分析4.2中国电子竞技赛事市场发展状况4.2.1电子竞技赛事市场发展概述4.2.2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4.2.3电子竞技赛事相关从业人员分析1、电子竞技运动员分析2、电子竞技教练员分析3、电子竞技裁判员分析4、电子竞技解说员分析5、电子竞技其他从业人员分析4.2.4电子竞技赛事市场发展趋势分析4.3中国电子竞技直播平台市场发展状况4.3.1电子竞技直播平台市场发展概述4.3.2电子竞技直播平台市场规模分析4.3.3电子竞技直播平台市场收入情况分析4.3.4电子竞技直播平台市场竞争状况分析4.3.5电子竞技直播平台市场发展趋势分析

第五章中国电子竞技行业商业模式的构建分析5.1中国电子竞技行业商业模式总体分析5.1.1商业模式的定义及构成要素1、商业模式的定义2、商业模式的构成要素5.1.2商业模式构建的基本流程5.1.3电子竞技行业商业模式影响因素1、电子竞技行业商业模式影响的外部因素（1）政策法规的限制与引导（2）社会经济文化因素的影响（3）技术环境进步的驱动（4）行业竞争压力的驱动2、电子竞技行业商业模式影响的内部因素（1）自主研发重要性凸显（2）渠道建设日趋重要（3）模式创新日渐频繁5.1.4电子竞技行业商业模式分类5.2中国电子竞技游戏商业模式的构建5.2.1电子竞技游戏运营模式的定义及特点5.2.2中国电子竞技游戏市场定位分析1、电子竞技游戏价值主张分析2、电子竞技游戏用户细分分析3、电子竞技游戏市场定位分析5.2.3中国电子竞技游戏运营渠道通路分析5.2.4中国电子竞技游戏盈利模

式分析5.2.5中国电子竞技游戏成本结构分析5.2.6中国电子竞技行业重要合作伙伴分析5.2.7中国电子竞技游戏运营关键成功要素5.3中国电子竞技赛事商业模式的构建5.3.1电子竞技游戏运营模式的定义及特点5.3.2中国电子竞技赛事市场定位分析1、电子竞技赛事价值主张分析2、电子竞技赛事用户细分分析3、电子竞技赛事市场定位分析5.3.3中国电子竞技赛事运营渠道通路分析5.3.4中国电子竞技赛事运营盈利模式分析5.3.5中国电子竞技赛事运营成本结构分析5.3.6中国电子竞技赛事运营合作伙伴分析5.3.7中国电子竞技赛事运营关键成功要素5.4中国电子竞技直播平台商业模式的构建5.4.1电子竞技直播平台主要运营模式5.4.2中国电子竞技直播平台渠道通路分析5.4.3中国电子竞技直播平台盈利模式分析5.4.4中国电子竞技直播平台成本结构分析5.4.5中国电子竞技直播平台合作伙伴分析5.4.6中国电子竞技直播平台关键成功要素

第六章电子竞技行业商业模式构建成功案例解析6.1电子竞技游戏运营商业模式成功案例解析6.1.1《反恐精英》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏渠道通路分析6、游戏主要赛事分析7、游戏商业模式点评6.1.2《魔兽争霸》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏渠道通路分析6.1.3《DOTA2》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏主要赛事分析6、游戏商业模式点评6.1.4《英雄联盟》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏渠道通路分析6、游戏主要赛事分析7、游戏商业模式点评6.1.5《地下城与勇士》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏主要赛事分析6.1.6《坦克世界》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏主要赛事分析6、游戏商业模式点评6.1.7《使命召唤》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏主要赛事分析6、游戏商业模式点评6.1.8《三国争霸》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏市场定位分析3、游戏主要赛事分析4、游戏商业模式点评6.1.9《群雄逐鹿》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏主要赛事分析6、游戏商业模式点评6.1.10《梦三国》商业模式深度剖析1、游戏基本信息分析2、游戏发展历程分析3、游戏市场定位分析4、游戏盈利模式分析5、游戏主要赛事分析8、游戏商业模式点评6.2电子竞技赛事运营商业模式成功案例解析6.2.1WCA（世界电子竞技大赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事盈利模式分析5、赛事成本构成分析6、赛事市场关注度分析7、2016年赛事安排8、赛事商业模式点评6.2.2IET（义乌国际电子竞技大赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事盈利模式分析4、2016年赛事安排5、赛事商业模式点评6.2.3WEC（世界电子竞技嘉年华）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目

分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事盈利模式分析5、赛事商业模式点评6.2.4NEST（全国电子竞技大赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事市场关注度分析5、2016年赛事安排6.2.5NESO（全国电子竞技公开赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事盈利模式分析6.2.6WPC（世界电子竞技职业精英赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事盈利模式分析5、赛事市场关注度分析6.2.7ECL（电子竞技冠军联赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事盈利模式分析5、2016年赛事安排6.2.8G联赛（全国电子竞技电视联赛）商业模式深度剖析1、赛事基本信息分析2、赛事竞赛项目分析3、赛事合作伙伴分析4、赛事市场关注度分析5、2016年赛事安排6.3电子竞技游戏直播平台商业模式成功案例解析6.3.1虎牙直播商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.2斗鱼TV商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.3战旗TV商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.4TGA（龙珠直播）商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.5MarsTV商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.6起凡游戏商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.7ImbaTV商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评6.3.8顺网游戏平台商业模式深度剖析1、平台基本信息分析2、平台运营模式分析3、平台主要业务分析4、平台盈利模式分析5、平台渠道通路分析6、平台合作伙伴分析7、平台投融资分析8、平台商业模式点评

第七章中国电子竞技行业领先企业经营分析7.1中国电子竞技行业企业整体分析7.2中国电子竞技行业领先企业经营分析7.2.1广州欢聚传媒有限公司经营分析（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.2.2盛大游戏有限公司经营分析（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.2.3金亚科技股份有限公司经营分析（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司运营情况（4）公司优劣势分析7.2.4北京掌趣科技股份有限公司经营分析（1）企业概况（2）主营产品概况（3）公司

运营情况 (4) 公司优劣势分析7.2.5游族网络股份有限公司经营分析(1) 企业概况(2) 主营产品概况(3) 公司运营情况(4) 公司优劣势分析7.2.6杭州顺网科技股份有限公司经营分析(1) 企业概况(2) 主营产品概况(3) 公司运营情况(4) 公司优劣势分析7.2.7完美世界(北京)网络技术有限公司经营分析(1) 企业概况(2) 主营产品概况(3) 公司运营情况(4) 公司优劣势分析7.2.8成都天象互动科技有限公司经营分析(1) 企业概况(2) 主营产品概况(3) 公司运营情况(4) 公司优劣势分析7.2.9广州西山居世游网络科技有限公司经营分析(1) 企业概况(2) 主营产品概况(3) 公司运营情况(4) 公司优劣势分析

第八章中国电子竞技行业投资机会及战略规划8.1中国电子竞技行业投资特性分析8.1.1行业进入壁垒分析8.1.2行业盈利模式分析8.1.3行业盈利影响因素分析8.2中国电子竞技行业投资风险分析8.2.1行业政策风险8.2.2宏观经济波动风险8.2.3关联产业风险8.2.4其他风险分析8.3中国电子竞技行业投资现状分析8.3.1中国电子竞技行业投资环境分析8.3.2中国电子竞技行业投资主体构成8.3.3中国电子竞技行业投资现状分析8.4中国电子竞技行业投资规划与建议8.4.1中国电子竞技行业投资机会分析8.4.22017-2022年中国电子竞技行业投资规划8.4.3关于中国电子竞技行业投资的建议

图表目录：图表：从游戏到竞技体育的演化过程图表：传统体育VS电竞人数对比图表：单项体育活动VS电竞人数对比图表：电子竞技产业链结构图表：游戏环节电竞产业链图图表：电子竞技赛事运营涉及主体图表：电竞赛事与广告赞助商关系图表：电子竞技赛事运营商收支图图表：国内电竞直播用户数量及市场规模图表：电子竞技行业相关政策图表：星际争霸&炉石传说对比图表：国内网游用户规模图表：2016年国内各类别游戏产品批准出版数量分布图表：全球赛事奖金池总额图表：2014-2016年全球电竞行业收入规模分析图表：2016年国外电竞、体育赛事观看人数图表：全球电竞观众数及增长图表：全球电竞市场规模图表：韩国电子竞技发展历程图表：WCA2016赛程安排图表：2016年WCA赛区安排图表：WCA2016部分转播渠道列表图表：WCA2016收入来源结构图表：WCA2016主要成本组成图表：通过内购道具提升等级，等级越高获得的奖励越多图表：2014-2016年DOTA国际邀请赛总奖金图表：DOTA2赛事众筹模式情况图表：小紫本与小绿本的对比图表：MLG哥伦布major赛事2016分组信息公布图表：Twitch盈利模式图表：Twitch近年游戏直播受众月覆盖人数情况与融资情况(GYFSW) 图表详见正文特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/285067285067.html>