

中国电子竞技行业发展规模调研及投资商机研究报告2023-2029年

产品名称	中国电子竞技行业发展规模调研及投资商机研究报告2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国电子竞技行业发展规模调研及投资商机研究报告2023-2029年

+++hs++++hs+++hs+++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++

【全新修订】：2023年2月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

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 (2018-2023年)

(2) 网游电子竞技时代 (2018-2023年)

(3) 移动电子竞技时代 (2018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：中国电子竞技行业发展现状

2.1 全球电子竞技行业发展现状

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
- (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) 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) 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

(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

3.4.3 战旗TV

3.4.4 龙珠直播

3.4.5 熊猫TV

3.4.6 火猫TV

3.4.7 ImbaTV

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

(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) 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

5.1.3 IP衍生模式

5.1.4 明星运作模式

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）

7.1.3 武汉斗鱼网络科技有限公司（斗鱼直播）

7.1.4 苏州游视网络科技有限公司（龙珠直播）

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

（4）企业电子竞技游戏业务

7.2.2 北京英雄互娱科技股份有限公司

7.2.3 广州网易计算机系统有限公司

7.2.4 暴雪娱乐股份有限公司

7.2.5 上海逗屋网络科技有限公司

7.3 电子竞技俱乐部经营分析

7.3.1 EDG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

7.3.2 IG俱乐部

7.3.3 RNG俱乐部

7.3.4 WE俱乐部

7.3.5 LGD俱乐部

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

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

图表目录

图表1：电子竞技定义

图表2：电子竞技特征

图表3：电子竞技行业发展历程

图表4：电子竞技与网络游戏对比分析

图表5：电子竞技与体育赛事对比分析

图表6：电子竞技游戏主流形式

图表7：电子竞技游戏类型

图表8：截至2023年电子竞技行业相关政策汇总

图表9：截至2023年电子竞技行业发展规划

图表10：2018-2023年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表11：中国电子竞技行业发展机遇与威胁分析

图表12：电子竞技行业产业链

图表13：2018-2023年全球游戏行业市场规模（单位：亿美元）

图表14：2018-2023年全球电竞项目奖金总额（单位：万美元）

图表15：2018-2023年全球电竞赛事观众规模（单位：亿人）

图表16：2023-2029年全球电竞行业总收入及预测（单位：亿美元）

图表17：2023-2029年全球电竞行业市场品牌投资收入及预测（单位：亿美元）

图表18：截至2023年全球电子竞技行业区域结构（单位：亿美元，%）

图表19：截至2023年全球电子竞技行业产品结构（单位：亿美元，%）

图表20：截至2023年全球赞助电竞赛事企业名单

图表21：截至2023年全球电子竞技行业竞争分析

图表22：2018-2023年中国电子竞技行业市场规模（单位：亿元）

图表23：2018-2023年中国电子竞技行业用户规模（单位：亿人，%）

图表24：2018-2023年中国电子竞技行业赛事规模（单位：场）

图表25：2018-2023年中国电子竞技行业直播用户规模（单位：亿人，%）

图表26：2023年全球电子竞技收入结构（单位：%）

图表27：2023年电竞赛事用户参与度（单位：%）

图表28：2023年电子竞技体育运动认可度超过70%（单位：%）

图表29：截至2023年电子竞技体育化推动政策

图表30：2023年中国游戏市场占比（单位：%）

图表31：2023年移动电子竞技用户规模（单位：亿人）

图表32：电竞行业不同生命周期特征

图表33：电竞行业现有企业的竞争

图表34：电竞行业潜在进入者威胁分析

图表35：电竞行业替代品威胁分析

图表36：电竞行业供应商议价能力分析

图表37：电竞行业下游客户议价能力分析

图表38：2018-2023年中国手机网民规模（单位：亿人，%）

图表39：2018-2023年中国移动游戏用户规模（单位：亿人，%）

图表40：2018-2023年中国移动游戏市场规模（单位：亿元，%）

图表41：截至2023年中国移动游戏市场下载量排行榜（单位：亿元）

图表42：截至2023年中国移动游戏市场竞技类产品收入排行（单位：亿元）

图表43：2018-2023年中国移动电子竞技市场规模（单位：亿元）

图表44：截至2023年中国移动电子竞技竞争格局

图表45：斗鱼TV平台简介

图表46：斗鱼TV投资方简介

图表47：截至2023年斗鱼TV融资情况

图表48：截至2023年斗鱼TV发展规模

图表49：虎牙直播平台简介

图表50：虎牙直播投资方简介

图表51：截至2023年虎牙直播融资情况

图表52：截至2023年虎牙直播发展规模

图表53：战旗TV平台简介

图表54：战旗TV投资方简介

图表55：截至2023年战旗TV融资情况

图表56：截至2023年战旗TV发展规模

图表57：龙珠直播平台简介

图表58：龙珠直播投资方简介

图表59：截至2023年龙珠直播融资情况

图表60：截至2023年龙珠直播发展规模

图表61：熊猫TV平台简介

图表62：熊猫TV投资方简介

图表63：截至2023年熊猫TV融资情况

图表64：截至2023年熊猫TV发展规模

图表65：火猫TV平台简介

图表66：火猫TV投资方简介

图表67：截至2023年火猫TV融资情况

图表68：截至2023年火猫TV发展规模

图表69：ImbaTV平台简介

图表70：ImbaTV投资方简介

图表71：截至2023年ImbaTV融资情况

图表72：截至2023年ImbaTV发展规模

图表73：2023年中国电竞用户性别结构（单位：%）

图表74：2023年中国电竞用户群城市层及分布（单位：%）

图表75：2023年中国电竞用户群教育水平分布（单位：%）

图表76：2023年中国电竞用户群职业分布（单位：%）

图表77：2023年中国电竞用户群个人月收入分布（单位：元，%）

图表78：2023年中国电竞用户群家庭月收入分布（单位：元，%）

图表79：2023年中国电竞用户群线下娱乐活动（单位：%）

图表80：2023年中国电竞用户观看游戏直播的原因（单位：%）

图表81：2023年中国电竞用户选择直播平台考虑因素（单位：%）

图表82：2023年中国移动电子竞技用户性别结构（单位：%）

图表83：2023年中国移动电子竞技用户职业分布（单位：%）

图表84：2023年中国电竞直播观看用户登录时长分布（单位：时）

图表85：2023年中国移动电子竞技用户游戏频率（单位：%）

图表86：2023年中国移动电子竞技用户游戏时长（单位：小时，%）

图表87：2023年中国移动电子竞技用户消费额度（单位：元，%）

图表88：2023年中国移动电子竞技用户游戏体验（单位：%）

图表89：2023年中国移动电子竞技用户使用手机系统（单位：%）

图表90：2023年中国移动电子竞技用户线上/线下娱乐行为（单位：%）

图表91：2023年中国移动电子竞技用户游戏付费率（单位：%）

图表92：2023年中国电竞直播观看用户职业分布（单位：%）

图表93：2023年中国电竞直播观看用户性别分布（单位：%）

图表94：2023年中国电竞直播观看用户年龄分布（单位：%）

图表95：2023年中国电竞直播观看用户区域分布（单位：%）

图表96：2023年中国电竞直播观看用户喜爱观看游戏（单位：%）

图表97：2023年中国电竞直播观看用户观看主要方式（单位：%）

图表98：2023年中国电竞直播观看用户观看原因（单位：%）

图表99：2023年影响用户观看电竞直播的体验要素（单位：%）

图表100：赛事运营模式特点

图表101：赛事运营模式收入来源

图表102：赛事运营模式典型案例

图表103：赛事运营模式适用范围

图表104：战队经济模式特点

图表105：战队经济模式收入来源

图表106：战队经济模式典型案例

图表107：战队经济模式适用范围

图表108：IP衍生模式特点

图表109：IP衍生模式收入来源

图表110：IP衍生模式典型案例

图表111：IP衍生模式适用范围

图表112：明星运作模式特点

图表113：明星运作模式收入来源

图表114：明星运作模式典型案例

图表115：明星运作模式适用范围

图表116：2023年游戏开发商市场定位

图表117：2023年游戏开发商成本分析

图表118：2023年游戏开发商盈利模式

图表119：2023年游戏开发商分销渠道

图表120：2023年游戏开发商核心竞争力