

2021-2027年中国电子竞技 市场深度分析与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国电子竞技市场深度分析与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202012/198114.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

截至 2018 年 9 月，中国互联网用户规模增速较去年同期下降了 40%，互联网人口红利正在逐渐消退，与此同时，手游用户尤其是重度手游用户的付费率持续提高，手游用户的消费习惯正在慢慢养成，行业潜力仍然具备开发空间，2018 年 7~9 月，中国移动游戏市场实际销售收入达到 356.1 亿元，同比增长率为 16.6%，环比增长率为 9.7%，两个指标均出现了一定程度的回升，整体游戏市场仍然具备巨大潜能。2018 年 11 月 15 日，习近平主持召开中央全面深化改革委员会第五次会议中会议审议通过了《关于加强和改进出版工作的意见》，会议进一步强调了“加强内容建设，深化改革创新，完善出版管理”，展示了国家游戏内容精品化，审核严格化的大方向。在趋严的监管大环境下，整体游戏行业承压仍然明显：行业尾部的公司在版号审批趋严、行业竞争进入注重质量、生命周期的新阶段下，未来营收可预测性进一步受限，中小体量公司融资难度加剧，在对企业兼并新规限制行业外收购的条件下，将进一步促进行业优质资源整合；而头部公司在产品变现愈加困难的当下，告别以量博收的开发风格，寻觅以精品游戏冲出国内甚至海外市场的方法也成为了未来的主要方向，整体行业未来趋势有：

因受国家机构改革影响，游戏版号审批自 2018 年 3 月末开始处于暂停状态，国产游戏备案也已于 6 月份关闭。截止目前，版号审批已暂停九个月，按此前总局 700 款左右单月版号审批量，暂停发放版号期间游戏行业预计缺失约 6000 款获准进入市场的新游戏。12 月 21 日，“2018 年中国游戏产业年会”大会在海南省海口市举行。在会议上，中宣部出版局副局长冯士新在表示首批部分游戏已经完成审核，正在抓紧核发版号。此次产业年会宣布恢复版号核发，行业政策面得到边际改善，2019 年业绩有望迎来修复行情。根据中国相关报告显示，中国游戏市场实际销售收入 2144.4 亿元，同比增长 5.3%，整体收入增幅明显放缓。预计 2019 年中国游戏市场同比增速有望恢复到 20%左右的合理增速，规模或将达到 2579.6 亿。

游戏行业从未像 2019 年一样冷，经过多年高速发展，游戏行业增速放缓明显。2019 年中国游戏市场实际销售收入达 2144.4 亿元，同比仅增长 5.3%，上一年，这一数字还是 23%。2010-2018 年中国游戏市场实际销售收入及用户规模走势 2017 年度 Q1-Q3 中国移动游戏市场实际销售收入构成

中企顾问网发布的《2021-2027 年中国电子竞技市场深度分析与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了中国电子竞技行业市场发展环境、电子竞技整体运行态势等，接着分析了中国电子竞技行业市场运行的现状，然后介绍了电子竞技市场竞争格局。随后，报告对电子竞技做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子竞技行业发展趋势与投资预测。您若想对

电子竞技产业有个系统的了解或者想投资中国电子竞技行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 电子竞技行业相关概述

1.1 电子竞技的概念阐释

1.1.1 电子竞技的定义

1.1.2 电子竞技的基本特征

1.2 电子竞技与电子游戏的区别

1.2.1 出发点和目的不同

1.2.2 电子竞技的规则是体育规则

1.2.3 电子竞技的经济学原理

1.3 电子竞技的行业构成

1.3.1 电竞游戏赛事

1.3.2 选手

1.3.3 俱乐部

1.3.4 赞助商

第二章 电子竞技行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2019年中国电子竞技行业发展环境分析

3.1 电子竞技行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 电竞行业政策变迁

3.1.4 电竞行业相关政策

3.1.5 地方政府鼓励扶持

3.1.6 政策有望持续宽松

3.2 电子竞技行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 电子竞技行业社会环境分析（S）

3.3.1 国民收入不断提升

3.3.2 网民规模持续上升

3.3.3 电竞越来越大众化

3.3.4 电竞社会偏见改观

3.4 电子竞技行业技术环境分析（T）

3.4.1 PC硬件提供支持

3.4.2 网络宽带发展提速

3.4.3 视频直播技术发展

3.4.4 VR硬件市场发展加快

第四章 全球电子竞技行业发展概述

4.1 全球电竞产业发展阶段及特征

4.1.1 萌芽阶段

4.1.2 迅速成长阶段

4.1.3 成熟阶段

4.2 2014-2019年全球电竞市场发展规模

4.2.1 电竞市场规模

4.2.2 参赛人数规模

4.2.3 赛事观众规模

4.2.4 赛事奖金规模

4.3 2014-2019年全球电竞产业发展特征

4.3.1 电竞行业地位重要

4.3.2 电子竞技渐成文化

4.3.3 消费结构多样化

4.3.4 产业链专业成熟

4.3.5 商业模式突破

4.4 2014-2019年全球电竞赛事发展状况

4.4.1 电竞赛事关注度

4.4.2 赛事项目迭代

4.4.3 赛事类型重心转变

4.5 国外电竞市场典型案例分析

4.5.1 游戏开发商分析

4.5.2 最强势的电子竞技协会

4.5.3 创新电竞衍生产品

第五章 中国电子竞技所属行业发展概述

5.1 2014-2019年中国电竞所属行业发展综述

5.1.1 行业发展阶段

5.1.2 行业高速发展

5.1.3 市场需求分析

5.1.4 行业管理模式

5.1.5 行业辐射效应

5.2 2014-2019年中国电竞市场规模分析

5.2.1 电竞爱好者规模

5.2.2 电竞市场规模

5.2.3 收入结构分析

2019年中国电子竞技游戏市场实际销售收入达834.4亿元，同比增长14.2%。其中市场收入增长主要来源于移动电竞游戏收入的提升，移动电竞游戏的市场占比已经超过了端游，小程序游戏为代表的移动化、轻度化形式成为中国游戏产品的发展趋势。2018年中国电子竞技游戏市场实际销售收入构成

5.2.4 电竞用户规模

5.2.5 电竞奖金规模

5.3 2014-2019年中国电竞产业发展特征

5.3.1 MOBA成为主流

5.3.2 产业链不断细化

5.3.3 产业迎来新局面

5.3.4 产业盛宴开启

5.4 中国电竞用户行为特征分析

5.4.1 性别分布

5.4.2 年龄分布

5.4.3 地区分布

5.4.4 学历及职业分布

5.4.5 经济水平分布

5.4.6 消费动因分析

5.4.7 直播平台选择

5.5 中国电竞行业存在的问题分析

5.5.1 产业发展瓶颈

5.5.2 行业发展单一

5.5.3 专业人才空缺

5.5.4 商业模式错位

5.5.5 行业营销问题

5.5.6 俱乐部运营机制不健全

5.6 中国电行业的发展策略建议

5.6.1 产业发展策略

5.6.2 市场化之路探索

5.6.3 行业管理策略

5.6.4 行业营销策略

5.6.5 行业政策建议

第六章 2014-2019年电竞所属行业的商业模式分析

6.1 商业模式基础理论

6.1.1 商业创意

6.1.2 商业模式

6.1.3 成功的商业模式

6.2 国外成功的电子竞技商业模式

6.2.1 欧美模式

6.2.2 韩国模式

6.3 国外电子竞技产业商业模式比较

6.3.1 客户价值主张

6.3.2 资源和生产过程

6.3.3 盈利模式

6.4 中国电子竞技产业盈利模式分析

6.4.1 游戏销售

6.4.2 联合运营

6.4.3 商业广告

6.4.4 赛事承办和市场活动

6.5 我国电子竞技商业模式价值评价

6.5.1 电竞手游开发

6.5.2 直播平台

6.5.3 游戏内容制作方

6.5.4 电竞垂直社交模式

6.6 我国电子竞技商业模式的思考

6.6.1 现存的问题

6.6.2 发展的建议

第七章 2014-2019年电竞赛事运营市场发展分析

7.1 电竞赛事市场发展综述

7.1.1 电竞赛事发展阶段

7.1.2 电竞赛事效应分析

7.1.3 赛事运营的产业链

7.2 2014-2019年中国电竞赛事市场运营状况

7.2.1 电竞赛事数量上升

7.2.2 电竞赛事发展迅猛

7.2.3 移动电竞赛事开始爆发

7.2.4 电竞赛事价值有待挖掘

7.2.5 电竞赛事资金筹集方法

7.2.6 国内关注最高的赛事

7.3 电竞赛事运营盈利模式分析

7.3.1 虚拟门票

7.3.2 主播、选手经纪

7.3.3 游戏发行

7.3.4 广告与版权

7.4 WCA（世界电子竞技大赛）模式分析

7.4.1 政府深入参与

7.4.2 轻度竞技化游戏加盟

7.4.3 多角度营销切入玩家群体

7.5 WCA（世界电子竞技大赛）发展状况分析

7.5.1 观看情况

7.5.2 媒体关注情况

7.5.3 本土化崛起之路

7.5.4 引领全民电竞狂欢

第八章 2014-2019年电竞直播市场发展分析

8.1 2014-2019年电竞直播市场发展分析

8.1.1 电竞直播行业火热

8.1.2 电竞直播产业规模

8.1.3 电竞直播资本涌动

8.2 2014-2019年电竞直播平台发展分析

- 8.2.1 电竞直播平台结构
- 8.2.2 直播平台运营特点
- 8.2.3 直播平台成本分析
- 8.2.4 直播平台商业化探索
- 8.2.5 平台盈利模式分析
- 8.3 电竞直播平台竞争状况分析
 - 8.3.1 直播平台竞争激烈
 - 8.3.2 企业加快平台布局
 - 8.3.3 直播平台竞争格局
- 8.4 电竞直播平台模式案例分析
 - 8.4.1 海外直播平台
 - 8.4.2 虎牙直播平台
 - 8.4.3 龙珠直播平台
 - 8.4.4 斗鱼TV直播平台
 - 8.4.5 熊猫TV直播平台
 - 8.4.6 中外模式对比

第九章 2014-2019年电竞行业产业链其他环节发展分析

- 9.1 电竞内容制作
 - 9.1.1 电竞内容制作发展阶段
 - 9.1.2 打造泛娱乐电竞内容
 - 9.1.3 赛事版权保护逐渐到位
 - 9.1.4 主流电竞内容平台介绍
 - 9.1.5 电竞内容平台盈利方向
- 9.2 电竞游戏运营
 - 9.2.1 电竞游戏以端游为主
 - 9.2.2 电竞游戏生命周期
 - 9.2.3 电竞游戏厂商分析
 - 9.2.4 用户支付规模分析
 - 9.2.5 电竞游戏趋势分析
- 9.3 其他环节分析
 - 9.3.1 电竞俱乐部及联盟

9.3.2 职业选手和主播

9.3.3 赛事执行方

9.3.4 电视游戏频道

第十章 中国电子竞技行业市场竞争格局分析

10.1 中国电子竞技行业竞争格局分析

10.1.1 电子竞技行业区域分布格局

10.1.2 电子竞技行业企业规模格局

10.1.3 电子竞技行业企业性质格局

10.2 中国电子竞技行业竞争五力分析

10.2.1 电子竞技行业上游议价能力

10.2.2 电子竞技行业下游议价能力

10.2.3 电子竞技行业新进入者威胁

10.2.4 电子竞技行业替代产品威胁

10.2.5 电子竞技行业现有企业竞争

10.3 中国电子竞技行业竞争SWOT分析

10.3.1 电子竞技行业优势分析（S）

10.3.2 电子竞技行业劣势分析（W）

10.3.3 电子竞技行业机会分析（O）

10.3.4 电子竞技行业威胁分析（T）

10.4 中国电子竞技行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国电子竞技行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国电子竞技行业领先企业竞争力分析

11.1 完美世界股份有限公司

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业主要产品分析

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

- 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 浙报传媒集团股份有限公司
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业主要产品分析
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 深圳中青宝互动网络股份有限公司
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业主要产品分析
 - 11.3.3 企业竞争优势分析
 - 11.3.4 企业经营状况分析
 - 11.3.5 企业最新发展动态
 - 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4 大唐电信科技股份有限公司
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业主要产品分析
 - 11.4.3 企业竞争优势分析
 - 11.4.4 企业经营状况分析
 - 11.4.5 企业最新发展动态
 - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5 北京掌趣科技股份有限公司
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业主要产品分析
 - 11.5.3 企业竞争优势分析
 - 11.5.4 企业经营状况分析
 - 11.5.5 企业最新发展动态
 - 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 上海东方明珠新媒体股份有限公司
 - 11.6.1 企业发展基本情况
 - 11.6.2 企业主要产品分析

- 11.6.3 企业竞争优势分析
- 11.6.4 企业经营状况分析
- 11.6.5 企业最新发展动态
- 11.6.6 企业发展战略分析
- 11.7 金亚科技股份有限公司
 - 11.7.1 企业发展基本情况
 - 11.7.2 企业主要产品分析
 - 11.7.3 企业竞争优势分析
 - 11.7.4 企业经营状况分析
 - 11.7.5 企业最新发展动态
 - 11.7.6 企业发展战略分析
- 11.8 杭州顺网科技股份有限公司
 - 11.8.1 企业发展基本情况
 - 11.8.2 企业主要产品分析
 - 11.8.3 企业竞争优势分析
 - 11.8.4 企业经营状况分析
 - 11.8.5 企业最新发展动态
 - 11.8.6 企业发展战略分析
- 11.9 大连天神娱乐集团股份有限公司
 - 11.9.1 企业发展基本情况
 - 11.9.2 企业主要产品分析
 - 11.9.3 企业竞争优势分析
 - 11.9.4 企业经营状况分析
 - 11.9.5 企业最新发展动态
 - 11.9.6 企业发展战略分析
- 11.10 深圳赛格股份有限公司
 - 11.10.1 企业发展基本情况
 - 11.10.2 企业主要产品分析
 - 11.10.3 企业竞争优势分析
 - 11.10.4 企业经营状况分析
 - 11.10.5 企业最新发展动态
 - 11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2021-2027年中国电子竞技行业发展趋势与前景分析

12.1 2021-2027年中国电子竞技市场发展前景

12.1.1 2021-2027年电子竞技市场发展潜力

12.1.2 2021-2027年电子竞技市场发展前景展望

12.1.3 2021-2027年电子竞技细分行业发展前景分析

12.2 2021-2027年中国电子竞技市场发展趋势预测

12.2.1 2021-2027年电子竞技行业发展趋势

1、电竞专业化与市场化

2、电竞制度化

3、电竞娱乐化

4、电竞移动化

5、电竞全民化

6、电竞虚拟化

12.2.2 2021-2027年电子竞技市场规模预测

12.2.3 2021-2027年中国电竞用户规模预测

12.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

12.3 影响企业生产与经营的关键趋势

12.3.1 行业发展有利因素与不利因素

12.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.3.3 科研开发趋势及替代技术进展

12.3.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2021-2027年中国电子竞技行业投资前景

13.1 电子竞技行业投资现状分析

13.1.1 电子竞技行业投资规模分析

13.1.2 电子竞技行业投资资金来源构成

13.1.3 电子竞技行业投资主体构成分析

13.1.4 中国电竞市场投资形势

1、资本投入规模分析

2、电竞成为投资热土

3、直播平台投资热

4、上市公司吸引资本

13.1.5 中国电竞市场投资动态

1、一级市场类

2、PE/VC类

3、直接投资类

13.1.6 地方政府投资打造电竞产业

13.2 电子竞技行业投资特性分析

13.2.1 电子竞技行业进入壁垒分析

13.2.2 电子竞技行业盈利模式分析

13.2.3 电子竞技行业盈利因素分析

13.3 电子竞技行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 电子竞技行业投资风险分析

13.4.1 电子竞技行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 产品结构风险

13.4.6 技术研发风险

13.4.7 其他投资风险

13.5 电子竞技行业投资潜力与建议

13.5.1 电子竞技行业投资潜力分析

1、中国电竞市场未来增长潜力

(1) 开发空间

(2) 转播版权

(3) 广告赞助

(4) 用户付费

(5) 赛事彩票

2、中国电竞市场消费增长潜力

(1) 爱好者边际消费倾向

(2) 消费项目有望扩大

(3) 消费具有大幅拓展空间

3、中国电竞行业盈利增长潜力

(1) 电竞观看流量将拓增

(2) 行业盈利性将大幅改善

(3) 行业外延有望拓展

13.5.2 未来投资趋向

1、电竞俱乐部

2、电竞游戏运营

3、电竞直播平台

13.5.3 电子竞技行业投资机会与建议

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：电子竞技定义及主要类型

图表：电子竞技产业组成

图表：海外电子竞技发展示意图

图表：海外电子竞技产业链

图表：2014-2019年电子竞技项目奖金占比

图表：主流电子竞技项目介绍

图表：全球主要电竞赛事类型规模

图表：不同的赛事类型比较

图表：海外赛事奖金权重象限图

图表：游戏开发商电竞行业行为对比分析

图表：中国网民规模和互联网普及率

图表：中国电子竞技主要政策与事件

图表：2014-2017中国VR投资规模

图表：国内电子竞技发展阶段

图表：2014-2019年我国电竞爱好者数量

图表：国内电竞直播用户数量及市场规模

图表：2014-2019年中国电子竞技市场规模

图表：2019年中国电子竞技收入构成占比

图表：2014-2017中国电子竞技收入构成变化

图表：2014-2019年中国电竞行业各模块收入规模

图表：2021-2027年中国电子竞技用户数量及增速

图表：中国电子竞技用户分类

图表：中韩电子竞技俱乐部对比

图表：电子竞技商业模式比较——欧美模式VS韩国模式

图表：赛事的正向循环效应

图表：赛事运营产业链

图表：近年中国移动电竞厂商赛事模式对比

图表：2019年中国电子竞技用户近一年内游戏内付费

图表：2019年中国电竞用户近一年内游戏周边付费（包括外设、周边等）

图表：MOBA类游戏：如今电子竞技的主流类型化

图表：电竞战队投资加快

图表：我国电竞市场开发空间及测算

图表：国内电竞市场各领域将呈现专业化和市场化并进趋势

图表：国内推动电竞行业规范化因素

图表：我国电竞行业迎来全民参与时代

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198114.html>