



**中投顾问**

**2016-2020 年  
中国电子竞技产业深度  
调研及投资前景预测报告**

[www.docin.com](http://www.docin.com)

## 内容简述

电子竞技兼具娱乐和媒体属性，在我国受政策影响较大。电子竞技在早期受限于意识形态，在政策上受到了较深的管制。近年来，我国政策对电子竞技产业态度显著好转。

在全球市场，电竞产业早已蔚然成风。以韩国为例，其曾将电子竞技产业列为国家的支柱产业。在政府支持下，韩国游戏厂商、赛事方和电竞媒体都赢得了巨大增长，不负众望地成为韩国第三大支柱产业。

中国的电竞市场比十年前已经增长了数千倍，电竞产业链也在不断完善并细化。中国电竞爱好者总人数已在 2014 年突破 4000 万人，2014 年中国电竞整体市场规模已超过 220 亿元。从 2010 年-2014 年，电竞行业的奖金总额增幅超过 10 倍以上。在电竞市场低迷时期，国内电子竞技行业俱乐部只有 30 余家，如今俱乐部已经发展至上千家。

种种迹象表明，中国已成为全球电竞产业第一大市场，拥有约 4000 万电竞爱好者和 3800 万电竞观众，包括游戏内收入和周边收入在内，电子竞技有成长为千亿市场的潜力。伴随着政府支持力度的提升、大众认可度的增加，以及各项综合赛事的推动，电竞将会呈现出愈发繁荣的景象。

中投顾问发布的《2016-2020 年中国电子竞技产业深度调研及投资前景预测报告》共十三章。首先阐释了电子竞技的概念、特征等，接着分析了国外电竞产业的概况及我国电竞发展的宏观环境。然后对电竞产业的运行状况、商业模式进行了详实全面的分析。随后，报告对电竞行业做了产业链分析、潜力企业分析、投资现状分析、投资潜力分析、投资趋向分析和投资风险预警。最后对电竞产业的前景趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、文化部、国家体育总局、中国电子竞技俱乐部联盟、中投顾问产业研究中心、中投顾问市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对电子竞技行业有个系统深入的了解、或者想投资电竞市场项目，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

## 报告目录

一、	电子竞技的定义及特征.....	3
二、	电子竞技的产业链分析.....	4
三、	我国电竞市场规模分析.....	6
四、	我国电竞产业 SWOT 分析.....	7
五、	我国电竞产业发展前景分析.....	10
六、	我国电竞行业发展趋势分析.....	11
附:	报告详细目录.....	16

### 一、 电子竞技的定义及特征

#### (一) 电子竞技的定义

狭义电子竞技定义，单指电子竞技类游戏，即可以进行公平对抗的游戏，其最显著的特征是，可以一局一局对抗，无养成成分。

广义电子竞技定义，包含电子竞技的游戏、电子竞技比赛、电子竞技媒体等环节，本文所探讨的电子竞技，通常指广义的电子竞技。

#### (二) 电子竞技的特征

1、赢家通吃：电子竞技产业的上游游戏运营环节，有着严格的赢家通吃特征，通常在同一时期。最流行的电子竞技游戏，用户数占比可达到 70%-90%。这主要是来自于电子竞技的强线下社交属性，简单来说，在某一个校园寝室，如果其中有 4 个人是《英雄联盟》爱好者，往往会劝说剩下的室友加入自己的游戏进行组队对抗。

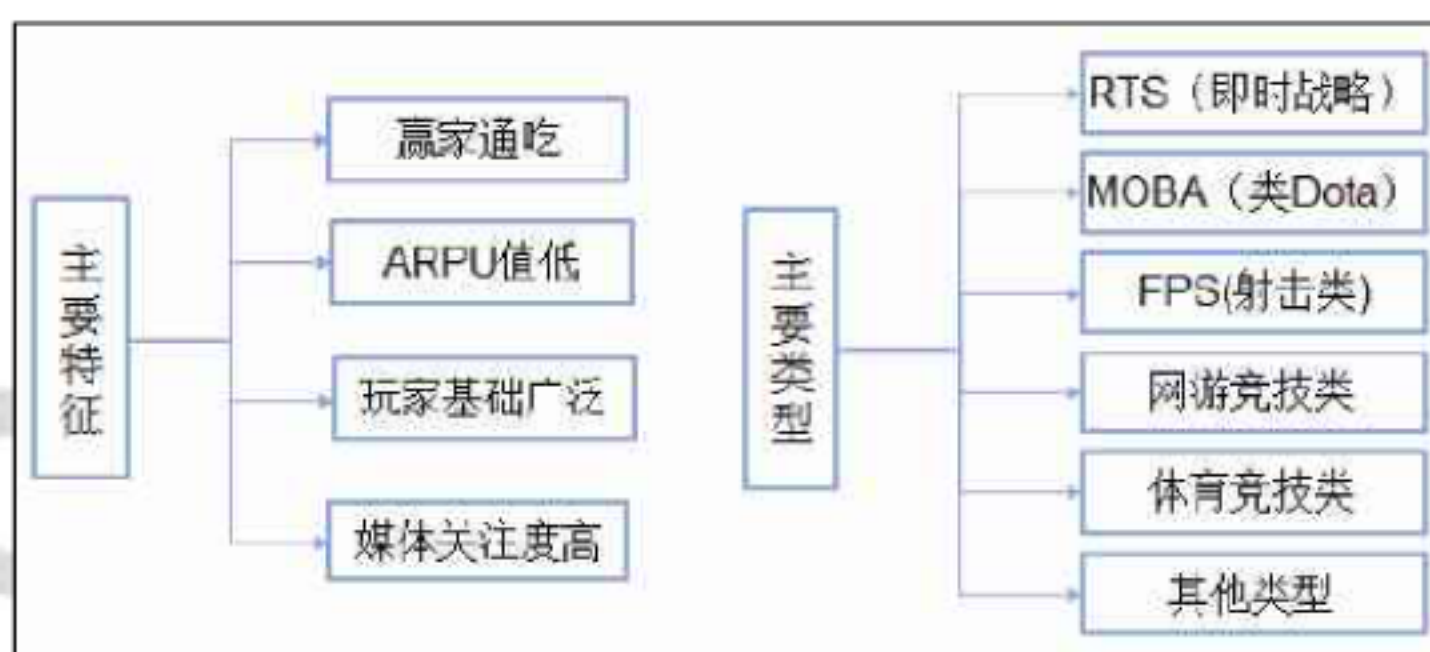
2、低 ARPU 值：由于电子竞技游戏非常注重平衡性，不能让有消费行为的玩家获取更大的优势，故不能出售通常意义上的游戏道具，整体来看，电子竞技类游戏 ARPU 值仅有 MMORPG 游戏的 20%-25%。目前传统电子竞技游戏，如《英雄联盟》、《Dota2》，主要通过出售皮肤、英雄等获取收入。如购买《英雄联盟》的皮肤之后，你所操纵的英雄在外形、动作上会更加的绚丽，但造成的伤害是类似的。

3、玩家基础广泛：由于电子竞技类游戏集中度极高，又不需要付费，故在中国乃至全球，累积了大量的玩家基础。在中国，任一时间最为流行的游戏，一定是电子竞技游戏。例如，根据顺网科技的报告，在 2014Q1，电子竞技类游戏《英雄联盟》，占网吧游戏总启动次

数的 49.4%。而根据腾讯的官方数据，2014 年 10 月，《英雄联盟》的月活跃用户数高达 6700 万，占全球总人口的 1%。

4、高媒体关注度：由于电子竞技类游戏的取胜依赖于技巧，而非投入的金钱，故具有非常强的观赏性，从而有非常强的媒体关注度。而在这种媒体关注度的基础上，也自然衍生出了赛事、媒体等环节，如 2014 年《英雄联盟》S4 总决赛，共有 2700 万不重复观众观看，其中最高同时在线 1120 万人。相比而言，2014 年 NBA 总决赛平均观看人数 1550 万，最后一场是 1800 万人。

图表 电子竞技定义及主要类型



资料来源：中投顾问产业研究中心

## 二、电子竞技的产业链分析

电子竞技产业链，包含游戏运营、赛事运营、游戏媒体三大环节。

图表 电子竞技产业组成



资料来源：中投顾问产业研究中心

### 1、游戏运营

即电子竞技游戏运营环节，包括游戏开发商和代理商。如今最流行的两款电子竞技游戏《英雄联盟》（《LOL》）和《Dota2》，其开发商分别为 Riot（后被腾讯收购）和 Valve，代理商分别为腾讯和完美世界。

### 2、赛事运营

包含赛事运营方、俱乐部、选手等环节。其中赛事运营方是核心环节，根据赛事运营方的不同，分为第一方赛事与第三方赛事。第一方赛事即游戏运营商的官方赛事，典型如腾讯运营的 LOL 比赛（如 LPL 联赛），Valve 运营的 Dota2 比赛（如 TI 赛事）。第三方赛事即其它赛事运营组织所运营的赛事，典型如 WCA（金亚科技运营）、NEST（浙报传媒运营）、WECG 等。

### 3、游戏媒体

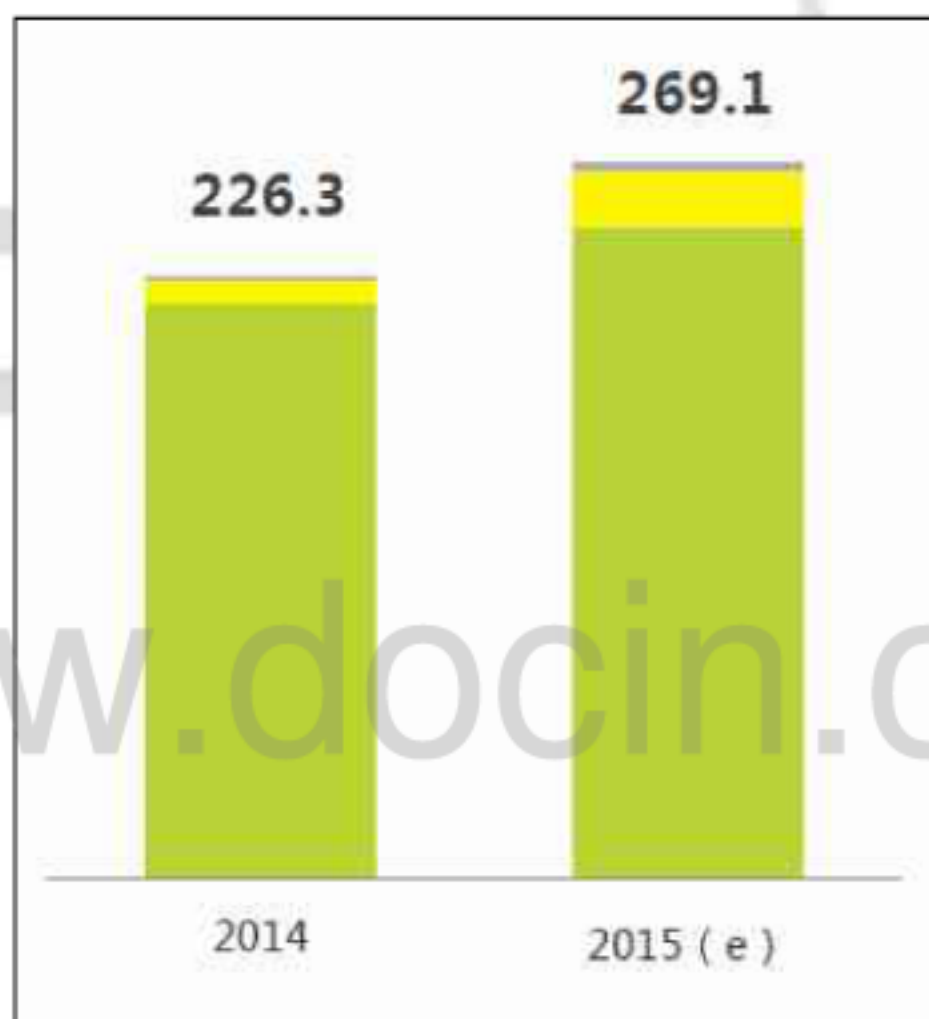
包括 TV 端媒体和互联网媒体。TV 端媒体受限于广电政策和牌照，只有游戏风云（百视通旗下）和 GTV（金亚科技旗下）两个频道。互联网媒体主要是游戏直播平台，包括斗鱼、战旗（浙报传媒旗下）、虎牙（YY 旗下）、火猫（完美投资）、龙珠（腾讯旗下）等。

### 三、 我国电竞市场规模分析

2014 年中国电子竞技整体市场规模达到 226.3 亿元，收入主要来自于电竞游戏，而电竞赛事的收入近 1.3 亿元，俱乐部、直播平台等衍生收入达 8.7 亿元，但这两块的收入随着 2015 年赞助商的投入加大，粉丝经济的进一步凸显，整体市场在电商、广告等方面的商业化进程加快，各自增长约超过一倍。

图表 2014-2015 年中国电子竞技行业整体市场规模

单位：亿元

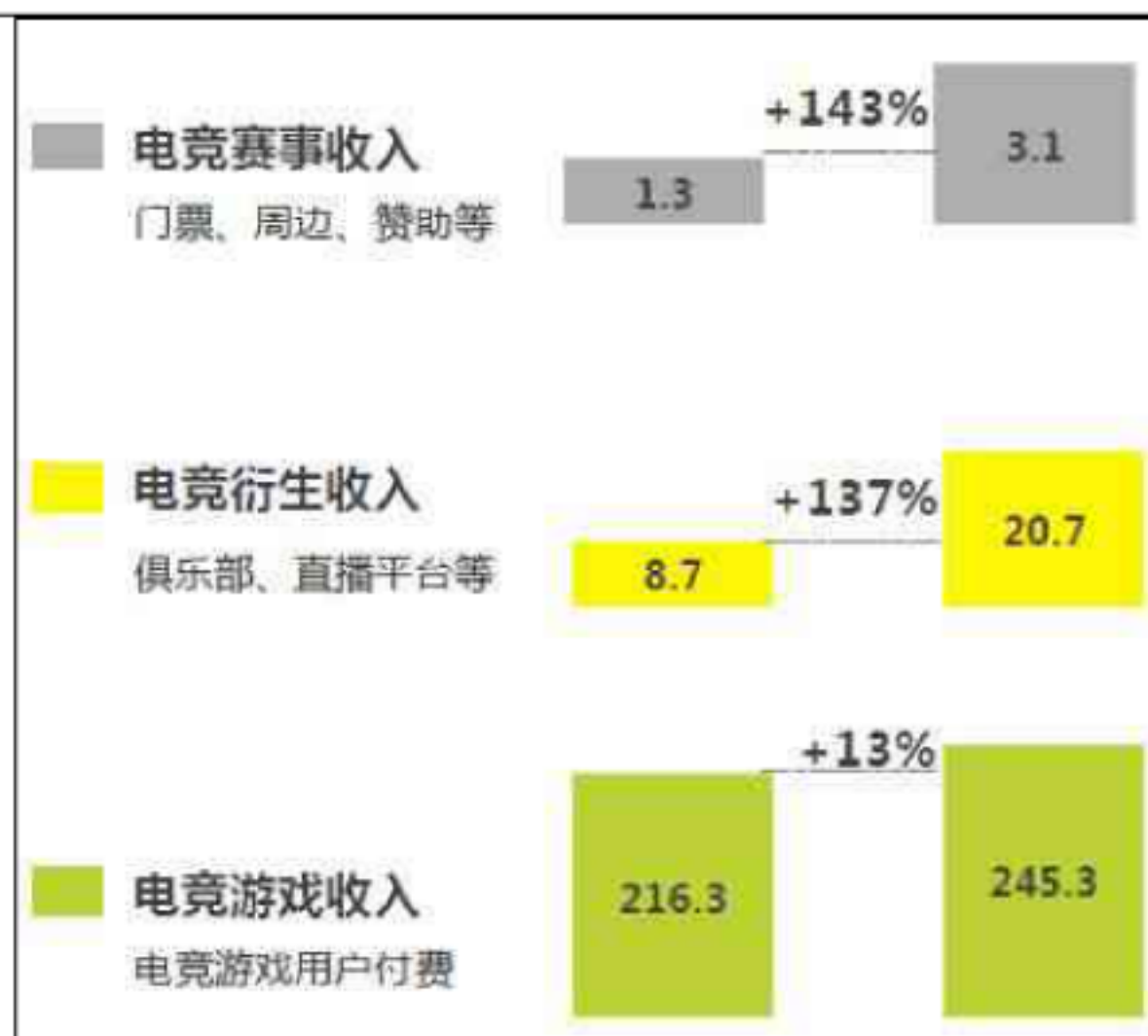


注释：中国电子竞技行业市场规模：1.电竞赛事收入：包括赛事门票、周边、众筹等用户付费以及赞助、广告等企业围绕赛事产生的收入；2.电竞衍生收入：包括电竞俱乐部及选手、直播平台及主播等赛事之外的产业链核心环节产生的收入；3.电竞游戏收入：包括中国大陆地区用户为狭义电竞游戏消费总金额；以上收入均不包括移动电竞游戏及赛事产生的收入。

数据来源：中投顾问产业研究中心整理

图表 2014-2015 年中国电竞行业各模块收入规模

单位：亿元



注释：中国电子竞技行业市场规模：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；以上收入均不包括移动电竞游戏及赛事产生的收入。

数据来源：中投顾问产业研究中心整理

#### 四、 我国电竞产业 SWOT 分析

SWOT 分析(Strength, Weakness, Opportunity and Threat)是产业研究中最常用的分析工具之一，广泛应用于战略研究与竞争分析，通过以上对电子竞技产业的现状分析，用 SWOT 分析法总结出现在电子竞技产业的问题。

##### (一) 优势 (Strengths)

###### 1、政府扶持

因为电子竞技所具备的功能和特性，国家体育总局根据国家经济形势发展的需要，将其列为中国正式开展的第 78 项体育运动。电子竞技游戏行业也正式被纳入体育总局的监管体制下，并享受其所带来的扶持政策。据不完全统计，中国体育总局拨放给各地区的用于电子竞技发展的专项资金累计为 3.08 亿元，其中多为赛事场馆与体育中心的建设，以及一些重大赛事的举办与赞助。

###### 2、用户群庞大

截至 2012 年 12 月底，我国网民数量达到 5.64 亿人，互联网普及率已经达到 42.1%，其中网络游戏用户达到 3.3 亿人，占网民人数六成以上。中国网络游戏市场规模庞大，有充足的市场空间和用户基础。全国电子竞技爱好者大约有 7000 万，由网吧举办的小型业余比赛，数量更是不胜枚举。经历了十年的行业起伏，从业人员的素质日趋成熟，通过连续的校园宣传与推广，建立了人才培养和用户培养体系，用户资源丰富。

### 3、市场容量大

电子竞技属于网络游戏行业的细分领域，根据艾瑞咨询数据统计显示，2010 年中国网络游戏市场规模达到 327.4 亿元，同年，中国电子竞技游戏市场规模为 44 亿元，行业渗透率为 13.4%，并且具备良好的发展前景。同时，参与和支持电子竞技运动的人数也在不断增加，使中国成为拥有全世界最大的电子竞技市场的国家。

#### （二）劣势（Weakness）

##### 1、社会舆论的压力

中国电子竞技游戏在社会舆论上面临较大压力，电子竞技运动在政府监管上属于体育总局，但是电子游戏本身又属于文化产业，在相关的文化政策监管上受到制约，影响到了其宣传与推广，在电视媒体与平面媒体上缺乏相关的正面的报道和曝光。

##### 2、知识产权保护意识薄弱

知识产权保护意识在中国的意识薄弱，尤其是在互联网市场中，游戏知识产权的相关法律保护更是不为关注，造成盗版泛滥，影响了游戏用户的体验。要改善这个环境，不但需要政府有关部门的统筹与监管、也需要从业企业对运营模式的重新思考和游戏用户本身对知识产权的尊重，不是一朝一夕就能做到的。

##### 3、市场开发能力需要提高

电子竞技产业在中国还处于起步阶段，不论是选手还是俱乐部，都需要外部的资金投入来帮助他们的发展。然而就目前的形势，投资者对电子竞技的资金投入和因此而产生收益还不能达到平衡，虽然投资者会把眼光放在可预见的未来，但这种没有保证的未来也会让投资者望而却步，多样化的经济收益是电子竞技市场化重要保证。

##### 4、电子竞技从业人员管理不完善



中国目前的电子竞技从业选手还无法保证自己的生活水平与比赛奖金按时到位;另一方面,从业人员的整体素质水平有待提高。整体产业的不成熟导致从业选手年龄结构不合理,使得电子竞技游戏选手的职业生涯不稳定,没有保障,这也在一定程度上让一部分有潜力的选手不愿意全身心投身到这个事业中。

### (三) 机会 (Opportunities)

#### 1、商业模式多样化

我国电子竞技行业的健康发展,推动了从业人员整体素质的提高,吸引了高素质高学历的人员参与到行业的建设中。中国网络游戏繁多,商业模式多样化,电子竞技游戏可以借鉴成熟的市场运动和营销手段,合理挖掘最优化的商业模式。

#### 2、投资旺盛,参与国际竞争

世界的电子竞技产业正处在蓬勃的发展期,而我国的电子竞技产业则是刚刚起步,处于快速增长状态。投资者越来越看中电竞市场未来的收益,并开始进入这个产业,旺盛的投资是产业发展的资金保证。

在全球信息化的背景下,电子竞技产业的职业化、国际化发展是未来的趋势。全球电子竞技市场竞争十分激烈。我国的电子竞技产业利用自身的后进优势以及电子竞技项目生命周期短、更新换代快的特点,开始进入国际市场,参与国际竞争。

#### 3、知名赛事进入中国

2012年,电竞竞技游戏的业界精英暴雪娱乐在中国上海成功举办了战网世界杯,2012年和2013年,WCG连续2届在中国昆山举办。ESWC也在中国地区设立开展预选赛,这些赛事为中国电子竞技的发展起到举足轻重的作用。

#### 4、俱乐部模式雏形初现

目前,中国的电子竞技俱乐部主要有两种形式,一种是体育协会下属的俱乐部,他们在政策和资金上得到政府的赞助,比如山东国能电子竞技俱乐部,在全国电子竞技组委会山东竞委会领导下,俱乐部设有财务、竞赛、赛事推广、市场开发等工作机构,并有专门的工作人员。另一种是由社会机构出资赞助的俱乐部,他们的运作完全依靠市场经济,比如上海Aswan俱乐部,借鉴瑞典和韩国电子竞技的先进理念,以俱乐部的经营为基础,整合游戏领域相关资源,通过完备的品牌策划和严谨的商业推广模式,吸引合作伙伴及商业赞助,制造流行时尚和消费热点,以实力和品牌激活游戏玩家这一以年轻人为主体的、具有高度忠诚度的

消费群体，带动国内电子娱乐产品、服务及其它周边消费类产品市场。同时承办和组织大型游戏竞技比赛，以己为前任，为提高中国电子竞技环境和创造光明的未来而努力。

#### （四）威胁（Treats）

##### 1、政策不明朗，权则不明确

文化部和体育局之间的多重监管机制权责不明确，为电子竞技产业的发展设置了重重障碍。另外，由于电子竞技比赛的电视转播还受到政策方面的限制，正常传播渠道被切断，导致宣传力度不够，使社会对于电子竞技存在一定歧视。

##### 2、恶性竞争

电子竞技没有特定的市场门槛，一些投资者为了快速得到投资收益，不惜违背市场原则，进行不正当的竞争，破坏了产业环境。从长远的角度，这种短暂的经济收入对电子竞技的发展是不利的。

##### 3、受众单一，社会认可度低

我国电子竞技产业的受众年龄单一，以学生和无固定职业者为主，收入和消费能力不高。鉴于传统对电子游戏的偏见，电子竞技包含的体育概念还没有被社会大众认可。

##### 4、电子竞技游戏内容国产化程度低

目前国内被广泛认可的经典电子竞技游戏有《反恐精英》、《魔兽争霸》、《星际争霸》、《穿越火线》。而这些游戏中没有一款是中国制造。当电子竞技成为一个文化交流的重要平台后，其市场推广价值就会体现出来。就电子竞技这一运动概念来说，它应该不断升华，需要不断扩充项目，吸引更多国家的选手。换个角度，如果电子竞技要发展成为人人关注的新型运动，那就需要多个国家推出有特色的项目，才能成为一个合格的竞技项目。

中国在电子竞技发展中起步较早，这离不开韩国的带动。韩国作为全球电子竞技高度发达的国家之一，他们在把电子竞技的概念传播到中国的时候，也让中国的新生俱乐部中诞生了多个世界冠军，但如果电子竞技游戏始终没有国产项目可以得到国际认可的话，就不能被称为电子竞技大国。

## 五、我国电竞产业发展前景分析

随着信息技术推动传统产业，电子竞技在韩国已经成为三项体育竞技(足球、围棋、电子竞技)之一，电子竞技堪称“国技”。电子竞技在国外已经发展得相当蓬勃了，由于玩家的

拥护和政府的大力支持，全球以电子竞技为核心的电子娱乐业已经创造了巨额的产值。国内有网络专家测算，一款网络游戏如果能达到 600 万人在线，那么由它及其所带动的周边产业所产生的市场价值将高达 1500 亿元。比尔·盖茨认为网络游戏是一个很好的投资领域，他坚持要求微软研究院将“在线娱乐”放在公司 4 个主要研究方向之首。

毫无疑问，我国在世界经济舞台上开始扮演着越来越重要的角色，目前，发展我国的数字体育产业又面临一个良好的战略时机。这项新兴产业的成熟与发展同电信、IT、金融、体育等各个行业密切相关，而近年来这些相关行业的飞速发展与人们观念的巨大转变，已经为我国数字体育产业的腾飞奠定了坚实的基础。2014 年，我国网络游戏市场规模首次突破了千亿元大关，销售收入达到 1062.1 亿元，同比增长 29.1%。中国网络游戏市场正处于快速发展阶段。可以乐观地预言，巨大的市场空间定能吸引着众多淘金者涌入。在数字体育产业中，拥有巨大网民资源以及最大消费市场的我国，面临历史性的战略发展机遇是肯定的，而在当前产业发展初期阶段，当务之急是如何合理地规范和引导电子竞技运动的健康发展。

我们对中国电子竞技行业的发展持有积极态度。我国电子竞技体育产业市场潜力巨大，政府采取积极的产业政策进行扶持就成为必须。欧美、日韩的历史告诉我们，电子竞技完全可能成为 21 世纪的支柱产业。电子竞技体育产业涉及了体育、软件业、娱乐业、电信业、网吧、硬件设备制造业，已形成一条粘合力极强的产业链，政府无疑将是产业链的龙头。韩国的电子竞技体育产业从无到有，从小到大，现已成为超过汽车业的支柱产业，和其政府的积极推动是分不开的。我国政府有必要在税收优惠、银行贷款、投资环境、基础技术研发和产业预警等方面进行适当政策倾斜，相信在政府的积极干预和正确引导下，将推动我国电子竞技体育产业全面、健康发展。

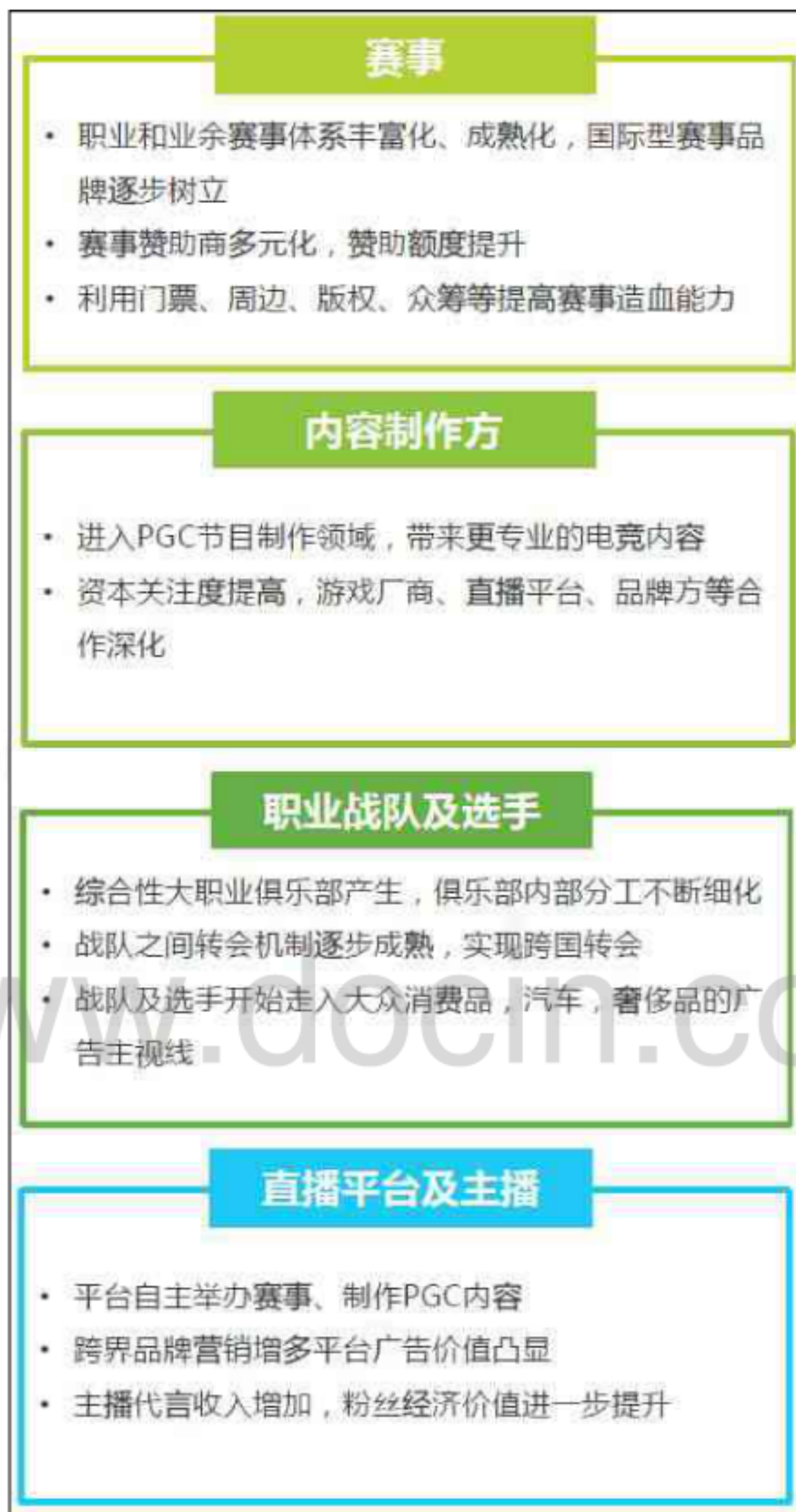
## 六、我国电竞行业发展趋势分析

### 1、电竞专业化与市场化

专业化与市场化并进，向传统体育靠拢。

国内电竞市场各领域将呈现专业化和市场化并进的趋势，逐渐向足球、篮球等模式成熟的传统体育靠拢，加速整体电竞市场的良性发展：

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



资料来源：中投顾问产业研究中心整理

## 2、电竞娱乐化

电竞和娱乐产业共同面向的年轻用户群体重合度非常高，两者逐渐呈现融合趋势，互相借势扩大用户群体，加强影响力：

图表 电竞与娱乐进一步融合



资料来源：中投顾问产业研究中心整理

# 3、电竞移动化

•国内有 4.08 亿庞大的手游用户群，由于其操作的低门槛，用户参与、观赛意愿都很高；统计显示：有超过 50%的电竞用户会考虑参加手游竞技赛事，超过 40%的条调查者会去观赛。

•竞技类手游这块细分市场仍是蓝海，以英雄互娱为代表的各大厂商纷纷布局移动电竞游戏及其赛事。

图表 竞技类手游兴起及厂商强化移动电竞布局



资料来源：中投顾问产业研究中心整理

(1) 竞技类手游蓝海，少量精品游先占市场

相对于热门手游类型，MOBA 和射击等竞技类手游数量非常少，但单产品曝光指数高，艾瑞分析认为，随着移动设备性能提升、用户游龄增长，重度竞技类游戏已存在市场空间形成蓝海，《全民枪战》、《乱斗西游》、《天天炫舞》等精品游戏成功填补了市场空白形成先占效应，但这类游戏对于开发能力要求较高，短期内仍然会是少量精品占据高曝光。

(2) 移动电竞赛事日趋多元化和成熟化，未来两年将真正爆发

移动电竞赛事在 2014 年兴起，而随着赛事多元化成熟化、竞技类游戏崛起、专业战队出现，未来两年有望真正爆发：

- 单项移动游戏赛事：以《全民枪战》为代表的竞技类游戏通过定期的线上常规联赛强化竞技氛围，并向线下赛拓展深化电竞专业性，这种由游戏厂商主导的单项移动游戏赛事将成为主流。

•综合性移动游戏赛事：通过不同类型的多款游戏，可兼顾大众参与的休闲性和更重专业的竞技性。

•综合性赛事：通过加入移动游戏项目增添赛事的全民性，但用户对这类赛事关注的焦点仍会集中在传统电竞项目。

#### (4) 职业电竞跨刀，助力移动电竞发展

端游的职业电竞人不断以代言、制作人身份助力移动电竞发展，一方面拉动传统端游电竞用户，扩大移动电竞的影响力，另一方面将推动移动电竞的职业化进程。

### 4、电竞全民化

随着传统电竞项目的大众化、移动电竞的兴起、电视转播未来开放的可能性，国内电竞行业的用户群将不断扩大，迎来全民参与时代。

图表 我国电竞行业迎来全民参与时代



资料来源：中投顾问产业研究中心整理

### 5、电竞虚拟化

电竞游戏在传统 PC、主机等平台上的发展已出现局限性，而未来随着虚拟现实（VR）的火热及其技术的逐渐成熟，电竞无论是在操作形式还是在游戏品类上都有更大的想象空间，VR 将成为电竞未来的发展方向。

附：报告详细目录

## 《2016-2020 年中国电子竞技产业深度调研及投资前景预测报告》

### 第一章 电子竞技的基本概述

#### 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 电子竞技的产业链

##### 1.3.1 游戏运营

##### 1.3.2 赛事运营

##### 1.3.3 游戏媒体

### 第二章 2013-2015 年全球电竞产业发展分析

#### 2.1 全球电竞产业发展阶段及特征

##### 2.1.1 萌芽阶段

##### 2.1.2 迅速成长阶段

##### 2.1.3 成熟阶段

#### 2.2 2013-2015 年全球电竞市场发展规模

##### 2.2.1 电竞市场规模

##### 2.2.2 电竞人口规模

##### 2.2.3 电竞奖金规模

#### 2.3 2013-2015 年全球电竞产业发展特征

##### 2.3.1 电竞行业地位重要



- 2.3.2 电子竞技渐成文化
- 2.3.3 消费结构多样化
- 2.3.4 产业链专业成熟
- 2.3.5 商业模式突破
- 2.4 2013-2015 年全球电竞赛事发展状况
  - 2.4.1 电竞赛事关注度
  - 2.4.2 赛事项目迭代
  - 2.4.3 赛事类型重心转变
- 2.5 国外电竞市场典型案例分析
  - 2.5.1 游戏开发商分析
  - 2.5.2 电竞赛事资金筹集方法
  - 2.5.3 最强势的电子竞技协会
  - 2.5.4 创新电竞衍生产品
- 第三章 2013-2015 年中国电竞行业的发展环境分析
  - 3.1 经济环境
    - 3.1.1 国际经济发展形势
    - 3.1.2 中国经济运行现状
    - 3.1.3 经济发展趋势分析
  - 3.2 社会环境
    - 3.2.1 国民收入不断提升
    - 3.2.2 电竞越来越大众化
    - 3.2.3 电竞社会偏见改观
  - 3.3 政策环境
    - 3.3.1 电竞行业政策变迁
    - 3.3.2 地方政府鼓励扶持
    - 3.3.3 政策有望持续宽松
  - 3.4 技术环境
    - 3.4.1 PC 硬件不断发展
    - 3.4.2 网络的普及和提速

### 3.4.3 视频直播技术成熟

## 第四章 2013-2015 年中国电竞产业总体状况分析

### 4.1 2013-2015 年中国电竞行业发展综述

#### 4.1.1 行业发展阶段

#### 4.1.2 行业高速发展

#### 4.1.3 市场需求分析

#### 4.1.4 行业管理模式

#### 4.1.5 行业辐射效应

### 4.2 2013-2015 年中国电竞市场规模分析

#### 4.2.1 电竞爱好者规模

#### 4.2.2 电竞市场规模

#### 4.2.3 电竞用户规模

#### 4.2.4 电竞奖金规模

### 4.3 2013-2015 年中国电竞产业发展特征

#### 4.3.1 MOBA 成为主流

#### 4.3.2 产业链不断细化

#### 4.3.3 产业迎来新局面

#### 4.3.4 产业盛宴开启

### 4.4 中国电竞用户行为特征分析

#### 4.4.1 性别分布情况

#### 4.4.2 年龄分布情况

#### 4.4.3 用户收入情况

### 4.5 中国电竞产业 SWOT 分析

#### 4.5.1 优势 (Strengths)

#### 4.5.2 劣势 (Weakness)

#### 4.5.3 机会 (Opportunities)

#### 4.5.4 威胁 (Treats)

### 4.6 中国电竞行业存在的问题分析

#### 4.6.1 产业发展瓶颈

4.6.2 行业发展单一

4.6.3 行业营销问题

4.7 中国电竞行业的发展策略建议

4.7.1 产业发展策略

4.7.2 行业管理策略

4.7.3 行业营销策略

4.7.4 行业政策建议

第五章 2013-2015 年电竞行业的商业模式分析

5.1 商业模式基础理论

5.1.1 商业创意

5.1.2 商业模式

5.1.3 成功的商业模式

5.2 国外成功的电子竞技商业模式

5.2.1 欧美模式

5.2.2 韩国模式

5.3 国外电子竞技产业商业模式比较

5.3.1 客户价值主张

5.3.2 资源和生产过程

5.3.3 盈利模式

5.4 中国电子竞技产业盈利模式分析

5.4.1 游戏销售

5.4.2 联合运营

5.4.3 商业广告

5.4.4 赛事承办和市场活动

5.5 我国电子竞技商业模式价值评价

5.5.1 电竞手游开发

5.5.2 直播平台

5.5.3 游戏内容制作方

5.5.4 电竞垂直社交模式

## 5.6 我国电子竞技商业模式的思考

### 5.6.1 现存的问题

### 5.6.2 发展的建议

## 第六章 2013-2015 年电竞赛事运营市场发展分析

### 6.1 电竞赛事运营市场发展分析

#### 6.1.1 电竞赛事效应分析

#### 6.1.2 电竞赛事发展迅猛

#### 6.1.3 赛事运营的产业链

#### 6.1.4 赛事关注度迅速提高

#### 6.1.5 国内关注最高的赛事

### 6.2 电竞赛事运营盈利模式分析

#### 6.2.1 虚拟门票

#### 6.2.2 主播、选手经纪

#### 6.2.3 游戏发行

#### 6.2.4 广告与版权

### 6.3 WCA（世界电子竞技大赛）模式分析

#### 6.3.1 政府深入参与

#### 6.3.2 轻度竞技化游戏加盟

#### 6.3.3 多角度营销切入玩家群体

### 6.4 WCA（世界电子竞技大赛）发展状况分析

#### 6.4.1 观看情况

#### 6.4.2 媒体关注情况

#### 6.4.3 本土化崛起之路

#### 6.4.4 引领全民电竞狂欢

## 第七章 2013-2015 年电竞直播市场发展分析

### 7.1 电竞直播市场发展分析

#### 7.1.1 电竞直播行业火热

#### 7.1.2 电竞直播产业现状

#### 7.1.3 电竞直播产业生态

- 7.1.4 直播平台运营特点
- 7.1.5 直播平台成本分析
- 7.1.6 未来盈利模式分析
- 7.2 电竞直播平台竞争状况分析
  - 7.2.1 直播平台竞争激烈
  - 7.2.2 直播平台竞争格局
- 7.3 电竞直播平台模式案例分析
  - 7.3.1 海外运营状况
  - 7.3.2 中国运营状况
  - 7.3.3 中外模式对比

## 第八章 2013-2015 年电竞行业产业链其他环节发展分析

- 8.1 电竞游戏运营
  - 8.1.1 电竞游戏以端游为主
  - 8.1.2 电竞游戏生命周期
  - 8.1.3 电竞游戏厂商分析
  - 8.1.4 电竞游戏趋势分析
- 8.2 其他环节分析
  - 8.2.1 电竞俱乐部及联盟
  - 8.2.2 职业选手和主播
  - 8.2.3 赛事执行方
  - 8.2.4 电视游戏频道

## 第九章 2013-2015 年中国电竞行业潜力企业竞争力分析

- 9.1 金亚科技
  - 9.1.1 企业发展概况
  - 9.1.2 企业经营效益
  - 9.1.3 企业财务状况
  - 9.1.4 电竞业务分析
- 9.2 顺网科技
  - 9.2.1 企业发展概况

9.2.2 企业经营效益

9.2.3 企业财务状况

9.2.4 电竞业务分析

9.3 浙报传媒

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 企业经营效益

9.3.3 企业财务状况

9.3.4 电竞业务分析

9.4 天神娱乐

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 企业经营效益

9.4.3 企业财务状况

9.4.4 电竞业务分析

9.5 百视通

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 企业经营效益

9.5.3 企业财务状况

9.5.4 电竞业务分析

9.6 雏鹰农牧

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 企业经营效益

9.6.3 企业财务状况

9.6.4 电竞业务分析

第十章 2013-2015 年中国电竞产业投资现状分析

10.1 中国电竞市场投资形势

10.1.1 电竞成为投资热土

10.1.2 大量资金入局

10.1.3 直播平台投资热

10.1.4 上市公司吸引资本

- 10.1.5 电竞生态平衡危机
- 10.2 中国电竞市场投资动态
  - 10.2.1 一级市场类
  - 10.2.2 PE/VC 类
  - 10.2.3 直接投资类
- 10.3 地方政府投资打造电竞产业
  - 10.3.1 银川
  - 10.3.2 昆山
  - 10.3.3 义乌
  - 10.3.4 南京
  - 10.3.5 鞍山
  - 10.3.6 贵州

## 第十一章 中国电竞产业市场投资潜力分析

- 11.1 中国电竞市场未来增长潜力
  - 11.1.1 开发空间
  - 11.1.2 转播版权
  - 11.1.3 广告赞助
  - 11.1.4 用户付费
  - 11.1.5 赛事彩票
- 11.2 中国电竞市场消费增长潜力
  - 11.2.1 爱好者边际消费倾向
  - 11.2.2 消费项目有望扩大
  - 11.2.3 消费具有大幅拓展空间
- 11.3 中国电竞行业盈利增长潜力
  - 11.3.1 电竞观看流量将拓增
  - 11.3.2 行业盈利性将大幅改善
  - 11.3.3 行业外延有望拓展

## 第十二章 中国电竞市场投资趋向分析及风险预警

- 12.1 未来投资趋向

- 12.1.1 电竞俱乐部
- 12.1.2 电竞游戏运营
- 12.1.3 电竞直播平台

## 12.2 主要投资风险

- 12.2.1 政策风险
- 12.2.2 收视风险
- 12.2.3 盈利风险

## 第十三章 中投顾问对电竞产业市场前景趋势预测

### 13.1 国内外电竞产业前景展望

- 13.1.1 电竞产业发展机遇
- 13.1.2 全球电竞市场前景
- 13.1.3 中国电竞产业前景

### 13.2 中国电竞市场发展趋势分析

- 13.2.1 电竞专业化与市场化
- 13.2.2 电竞娱乐化
- 13.2.3 电竞移动化

### 13.2.4 电竞全民化

### 13.2.5 电竞虚拟化

### 13.3 2016-2020 年中国电竞产业市场规模预测

- 13.3.1 未来影响因素分析
- 13.3.2 电竞市场规模预测
- 13.3.3 电竞用户规模预测



## 电子竞技行业相关报告

2016-2020年中国手机游戏市场投资分析及前景预测报告	2016-2020年中国网络直播行业深度调研及投资前景预测报告
2016-2020年中国网络游戏市场投资分析及前景预测报告(上下卷)	2016-2020年中国移动电竞产业投资分析及前景预测报告
2016-2020年中国彩票市场投资分析及前景预测报告	“十三五”数据中国建设下移动互联网行业深度调研及投资前景预测报告
2016-2020年中国新媒体产业投资分析及前景预测报告(上下卷)	2016-2020年中国移动互联网行业深度调研及投资前景预测报告
2016-2020年中国电视、广播产业投资分析及前景预测报告	2016-2020年中国移动支付产业深度调研及投资战略研究报告
2016-2020年中国电视媒体行业投资分析及前景预测报告	中国移动支付产业“十三五”发展趋势与投资机会研究报告
2016-2020年中国网络电视产业投资分析及前景预测报告	2016-2020年中国文化创意产业园区深度分析及发展规划咨询建议报告(上下卷)
2016-2020年中国数字电视产业投资分析及前景预测报告(上下卷)	2016-2020年中国文化创意产业园商业模式深度分析及发展战略研究报告
2016-2020年中国互联网广告行业投资分析及前景预测报告(上下卷)	2016-2020年中国文化产业园建设运营模式深度分析及前景预测报告(上下卷)
2016-2020年中国网络视频行业投资分析及前景预测报告	2016-2020年中国文化企业竞争情报分析及发展战略研究报告