

2016年中国移动电竞行业报告



01

2016年电竞行业整体市场分析

电竞行业整体市场动态

02

2016年移动电竞游戏运营指标

电竞行业产业链分析

03

2016年移动电竞直播观看用户画像

促进移动电竞发展的因素

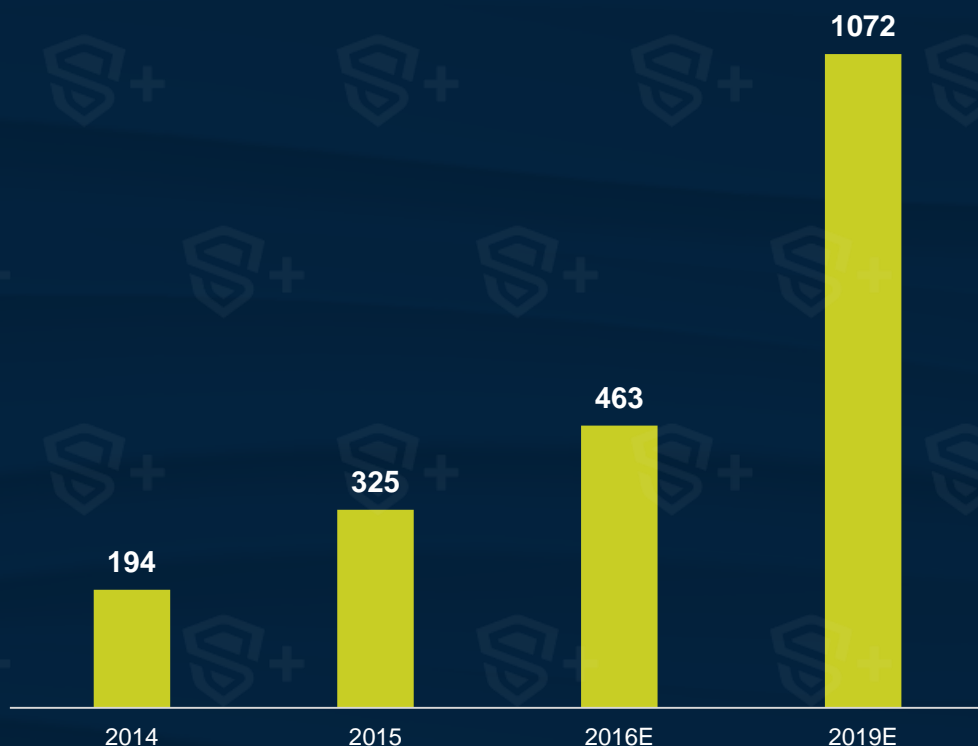
04

2016年移动电竞行业发展总结

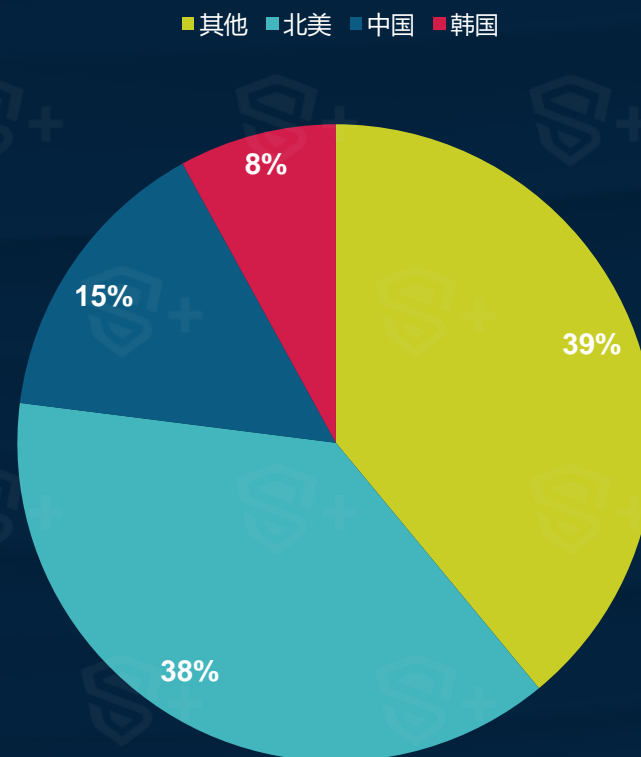
全球电竞产业保持旺盛成长性，持续保持迅猛增长

2015年全球电子竞技产业市场规模已达3.25亿美元，同比增幅高达67.4%。根据Newzoo的预计，2014-2019年全球电子竞技产业市场规模复合增长率将高达40.7%，并在2019年实现10.72亿美元。中韩两国电竞产业的高速增长催生亚洲电子竞技热潮，中国将为全球电竞市场贡献15%的份额。

全球电竞行业总收入（百万美元）



2016年全球电竞市场格局

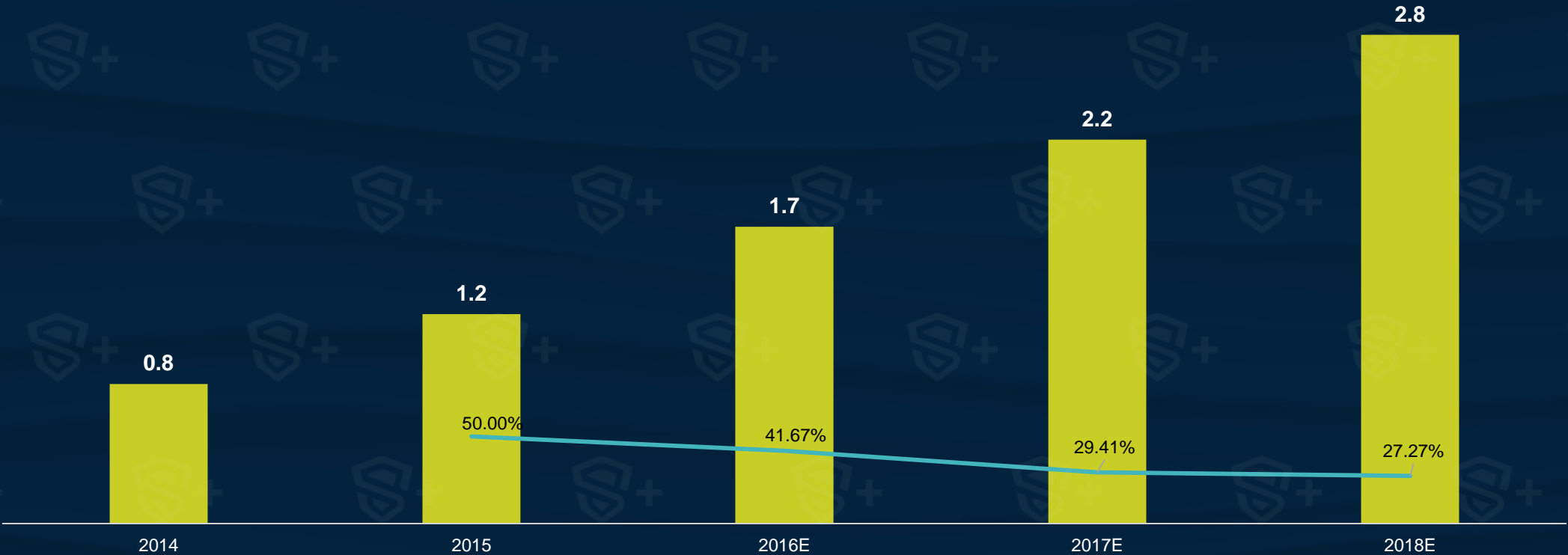


市场规模和玩家基础齐发力，国内电竞产业正处高速增长期

电竞赛事激增与电竞直播对玩家生活的加速渗透不断扩大国内电竞群众基础，2015年国内电竞玩家已超1.2亿，并不断刺激广告主加大电竞领域广告预算的投入，加速国内电竞产业商业化，延续行业高成长。

2016中国电竞玩家规模

国内电竞玩家规模（亿人） 增长



01

2016年电竞行业整体市场分析

电竞行业整体市场动态

02

2016年移动电竞游戏运营指标

电竞行业产业链分析

03

2016年移动电竞直播观看用户画像

促进移动电竞发展驱动因素

04

2016年移动电竞行业发展总结

在电竞产业链中，赛事、直播平台和主播是高附加值聚集区

电竞不仅是和互联网结合最深的体育细分行业，而且和足球、篮球等传统竞技项目相比，其游戏和社交的天然属性使得电竞行业更加容易变现。电竞产业链主要有以下高价值聚集区：一是职业赛事和俱乐部，如DOTA2国际邀请赛、英雄联盟世界锦标赛；二是借助电竞本身优质内容的直播平台、知名主播以及其衍生电商。



表示产业链环节关联企业，但不限于该企业

电竞与体育竞技盈利模式相似，但吸引用户手段有差异

电竞实质是一项体育运动，它的盈利模式和体育竞技有很多相似，如电竞的广告和体育竞技的电视转播。另一方面，电竞与传统体育竞技差异点在于，前者首先靠的是产品吸引用户，如FPS、MOBA 类型的游戏可以吸引PC端电竞用户转入移动电竞，后者更多靠的是明星球队、明星球员吸引球迷。此外，从地区来看，NBA、英超的球迷遍布全球，目前国内电竞受限于产品的中国元素，受众主要集中在国内。

电竞与体育竞技盈利环节对比



电竞赛事的奖金额和选手数呈现爆发式增长

2015年全世界在册的电竞赛为4291个、活跃选手12312人、总奖金额6455万美元，折合人民币4.24 亿，5年累积增幅高达1083%。其中DOTA 2 项目的冠军奖金超过温网冠军奖金，单个顶级电竞赛事奖金额可达百万甚至千万美元级别，接近中端传统体育赛事的奖金水平。

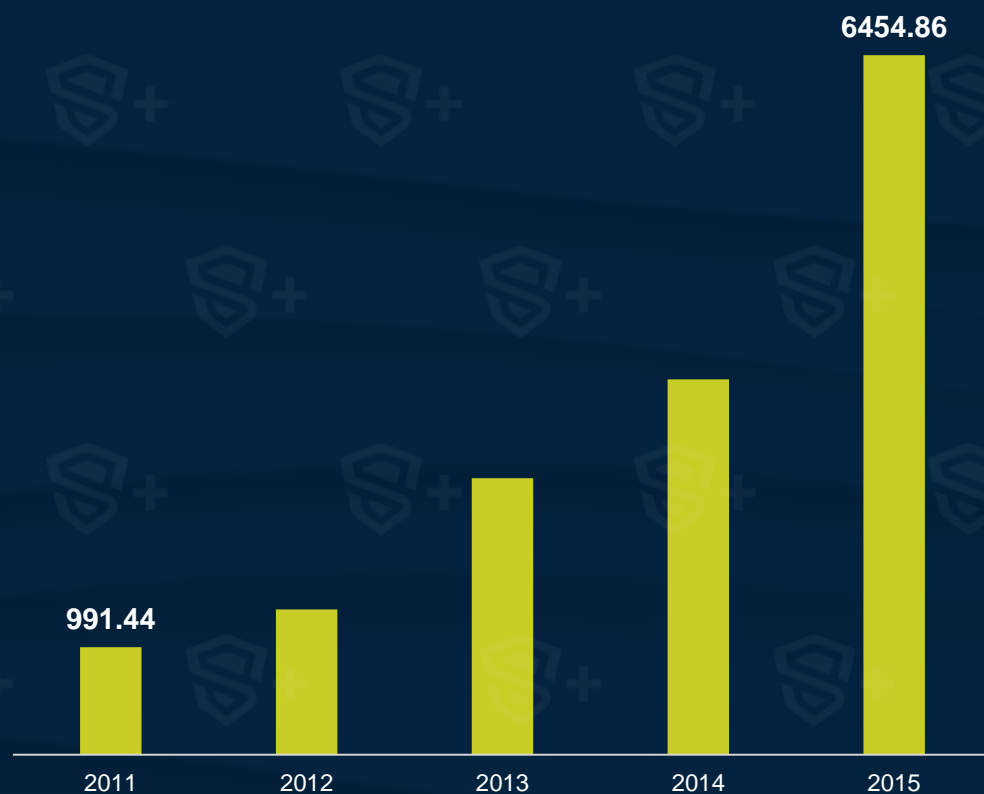
职业联赛

全球电竞总奖金额（万美金）

全球电竞选手（人）

直播平台

电竞主播



政策和监管环境向好，使电竞的媒体关注度逐渐提高

我国电竞行业起步阶段受到行业政策、文化因素各方因素制约，一直到2003年11月，国家体育总局将电子竞技运动设立为正式开展的第99个体育项目，电竞行业才逐渐受到关注。政策和社会媒体对电竞的偏见慢慢消除，健康向上的电子竞技文化逐步受到社会认可。随着LOL、DOTA等产品走红，电竞行业迎来全面爆发并受到广泛关注，电竞开始以正面形象在大众媒体上出现。今年9月，教育部公布了普通高等学校高等职业教育（专科）专业设置管理办法，其中电子竞技运动与管理也是新增专业之一。此外，国家体育总局在电竞领域引入运动员注册制，国家文化部成立了中国娱乐行业协会电子游戏竞技分会，均有助于行业规范发展。

职业联赛

直播平台

电竞主播



多层次的赛事体系催生电竞赛事“量”“质”齐增

当前电竞赛事主要分为研运商自办赛事和第三方赛事。由于游戏开发或发行商主导的独立游戏赛事体系开始慢慢成熟，因此逐步成为电竞赛事主导。此外，非游戏运营商主办的电竞比赛也成为当下生命力最为旺盛的赛事类型之一，此类主办方包括媒体、政府、赞助方等。

职业联赛

直播平台

电竞主播

研运商自办赛

形成良好的游戏品牌效应，圈住游戏玩家

获取游戏转播、门票及周边商品收入

游戏研发-赛事主办-赛事转播-周边衍生品”的闭环，形成良好协同效应

第三方电竞赛事

加快电竞赛事运营的合法化、规范化进程

地方政府通过电竞赛事提升城市影响力，促进地方经济发

由专业游戏媒体主办赛事可凭借强大的媒介资源加强赛事推广力度，扩大规模

移动电竞碎片化、门槛低的特性让直播拥有宽阔的市场

游戏直播产业正处于井喷式增长。据相关调研机构统计，2015年国内游戏直播市场实现333%的增幅，整体规模达到11.7亿人民币，并预计至2018年市场规模有望大幅扩张至51.2亿元。另一方面，国内游戏直播用户亦将保持相同的增势，用户规模在2015年已达到4800万人，并有望在2017年接近1.48亿人。游戏直播正成为互联网娱乐产业增长最为迅猛的细分市场之一。

国内游戏直播市场规模



国内游戏直播用户规模



拥有优质内容的直播平台易获得资本青睐

电竞直播在近年加速得到大额资本支持，数家电竞平台最近一次融资多在过亿级别。资金充裕的虎牙直播和熊猫TV 通过高价签约明星主播吸引用户，而战旗TV和龙珠直播则分别依托浩方旗下赛事、腾讯系赛事的支持，以优质内容取胜。

职业联赛		斗鱼TV	虎牙直播	熊猫TV	战旗TV	龙珠直播
直播平台	内容	明星主播	明星主播	明星主播	浩方旗下赛事	腾讯系赛事
	日均PV (万)	4242	1809	943.5	424.8	155.7
	融资金额	1亿美金	7亿人民币	不详	不详	2.78亿人民币
电竞主播						

电竞游戏直播平台收入主要来自虚拟礼物、打赏

电竞直播从本质上仍遵从“内容为王”，而对于电竞玩家而言优秀的电竞选手和主播即是“优质内容”的化身。在直播平台以虚拟礼物打赏为主要盈利模式背景下，人气主播创造的大量观看流量将刺激观众消费为平台带来收入。

直播平台收入主要来源



职业联赛

直播平台

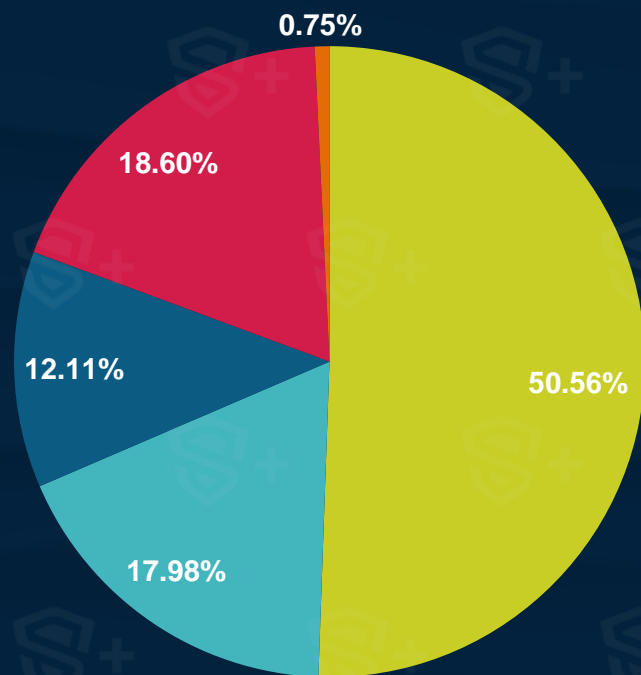
电竞主播

玩家对优质电竞内容的需要催生专业电竞主播诞生

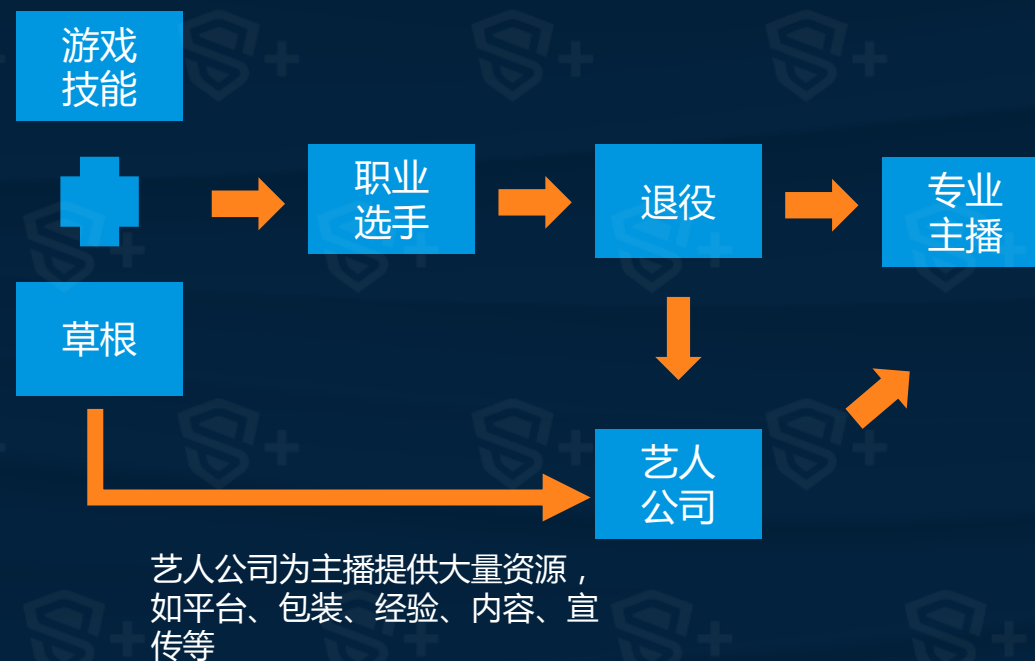
想通过直播平台学习模仿高手提高自身电竞水平的玩家催生了对优质电竞内容的需要，而另一方面，始于草根的主播通过自身强硬的游戏技能和艺人公司的培养能够迎合玩家的需求。

2016年观看电竞直播动机

■ 提高游戏操作技能 ■ 追随战队 ■ 追随主播 ■ 打发时间 ■ 其他



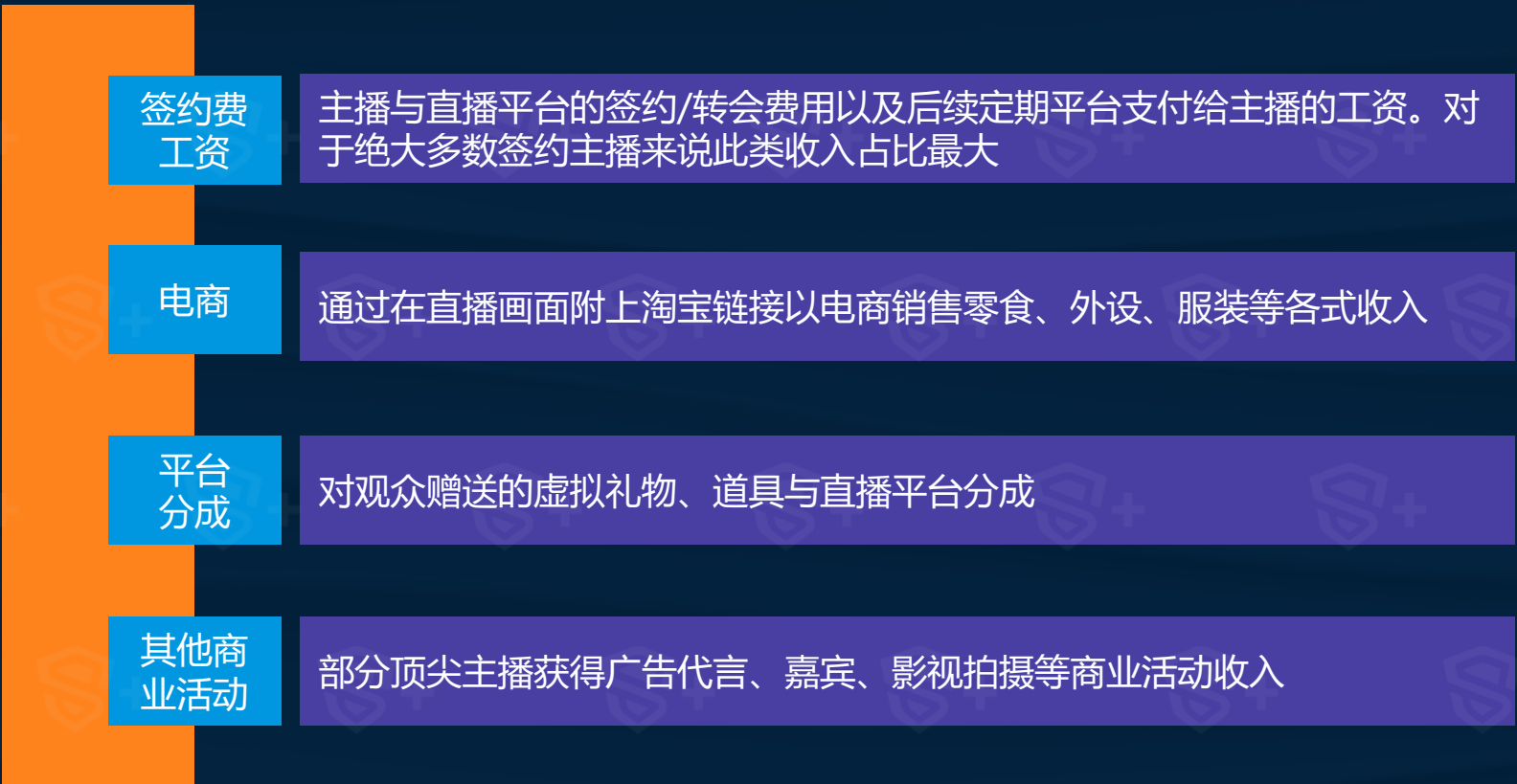
电竞选手成长历程



电商是绝大部分主播的主要收入

在大量资本进入电竞直播产业的背景下，稀缺主播与大量资金的供求失衡使得顶尖主播身价激增，如在2014到2015年间，明星主播的年收入由几十万迅速翻至上千万甚至破亿级别，部分顶级主播如小智、Miss 年收入甚至可比拟一线明星，但对于绝大部分主播来说电商还是他们的主要收入。

主播收入分类



职业联赛

直播平台

电竞主播

01

2016年电竞行业整体市场分析

电竞行业整体市场动态

02

2016年移动电竞游戏运营指标

电竞行业产业链分析

03

2016年移动电竞直播观看用户画像

促进移动电竞发展驱动因素

04

2016年移动电竞行业发展总结

政策的明确支持和资本的进入让移动电竞行业处于风口

技术单位成本的降低、年轻人对社交化的需求，加上移动电竞自身的碎片化的特点，推动移动电竞行业快速发展。此外，移动电竞自身带有优质内容的属性，汇聚了大量的移动流量，扩展了未来可盈利的想像空间，吸引了巨额资本的进入，进一步推动移动电竞行业的加速发展。

- 电竞纳入第78号体育运动项目，政策明确支持电竞发展
- 2016年第一届由政府主导的移动电竞赛事在贵阳举行，促进电竞规范化发展

政策

资本

- 据不完全统计，2015年7月至2016年2月半年间国内电竞产业涉及金额达到过亿级的项目便超过6起。大量资本的加速进入推高从业人员尤其是电竞主播的薪酬，助力行业公司度过初创期

移动电竞发展驱动因素

技术

- 移动设备和网络服务能力提升，为移动电竞的推广普及奠定了技术基础
- 视频直播技术逐渐成熟，轻电竞平台的涌现，为电竞迷观看移动电竞奠定了基础

- 移动电子竞技时间碎片化、大众化、易操作等特点能够满足年轻人社交化需求
- 移动直播与弹幕技术成熟满足大众的泛娱乐需求

社会

01

2016年电竞行业整体市场分析

02

2016年移动电竞游戏运营指标

03

2016年移动电竞观看用户画像

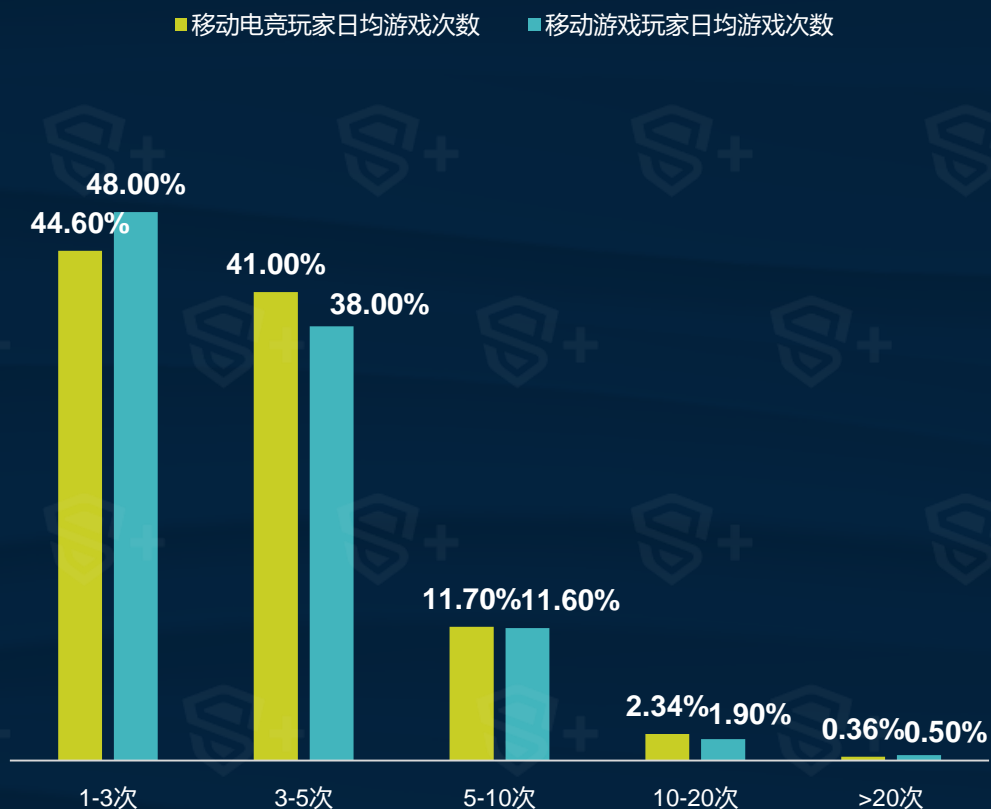
04

2016年移动电竞行业发展总结

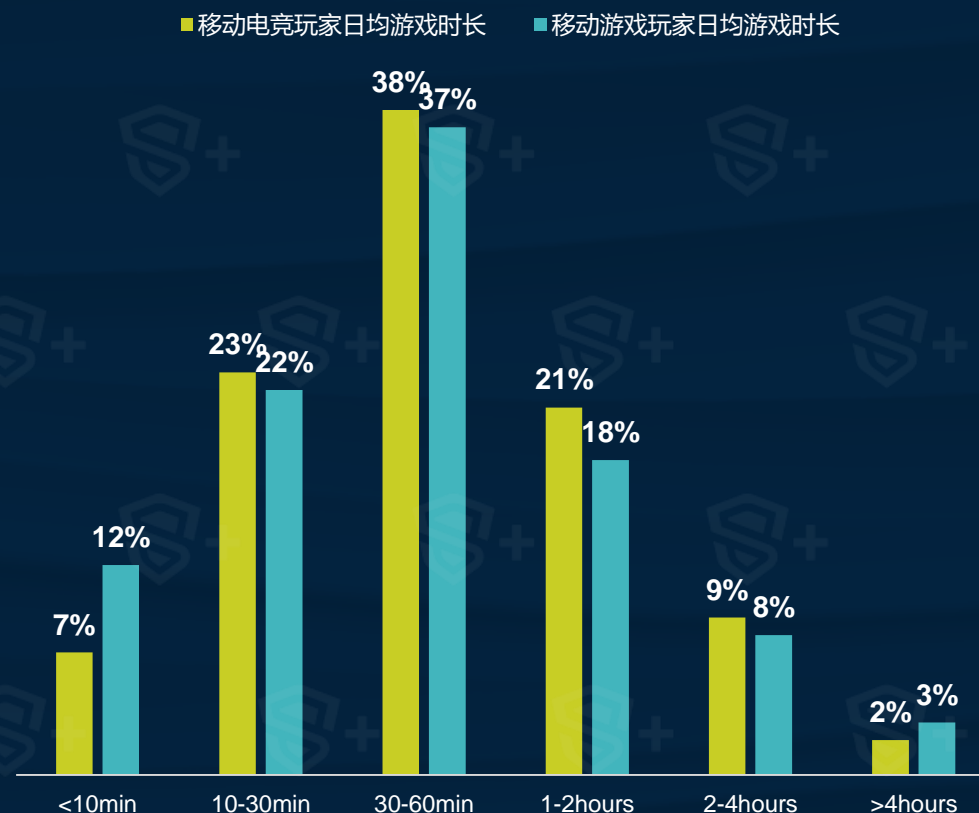
中国移动电竞游戏用户在线情况

2016年，中国移动电竞玩家游戏活跃度明显高于手游玩家均值，日均游戏次数超过3次的玩家超过50%，其中日均游戏时长大于30min的玩家接近70%。

2016年中国移动电竞玩家日均游戏次数分布



2016年中国移动电竞玩家日均游戏时长分布



中国移动电竞游戏活跃情况

DAU/MAU，一般用来反映APP的活跃情况。2016年移动电竞玩家的DAU/MAU值达到0.19，移动游戏的DAU/MAU平均值和上一年持平达到0.11，可以看出移动电竞游戏表现出比其他类型游戏有更好的用户黏性。

2016年中国移动游戏各类型DAU/MAU值对比



中国移动电竞游戏用户留存率——次日、7日、30日

2016年移动电竞游戏在留存率方面表现如下，次日、7日、30日留存率分别为38.87%、19.19%和7.24%，明显高于移动游戏平均留存水平，且优于上一年移动电竞游戏留存总体表现。

2016年移动电竞游戏留存情况对比



中国移动电竞游戏用户付费率

在付费率表现方面，移动电竞游戏表现也优于移动游戏平均水平，达到6.98%。

2016年移动电竞游戏付费率比较



01

2016年电竞行业整体市场分析

02

2016年移动电竞游戏运营指标

03

2016年移动电竞直播观看用户画像

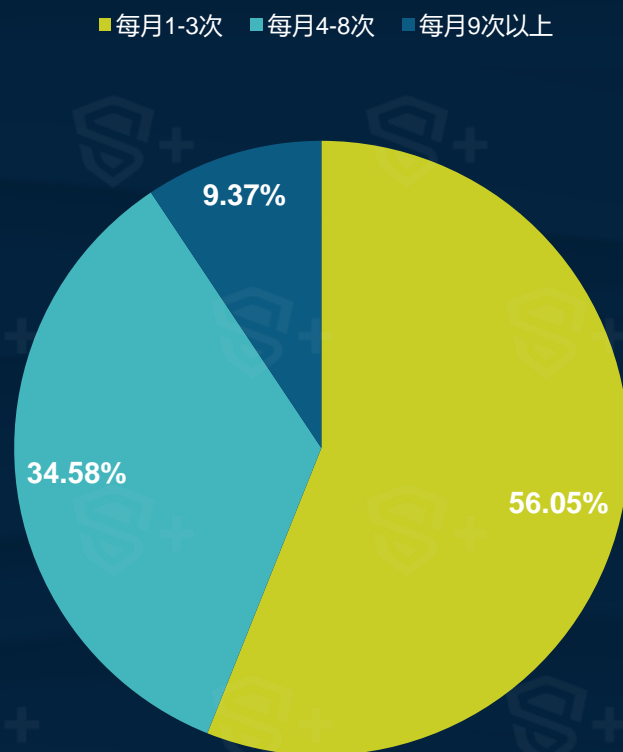
04

2016年移动电竞行业发展总结

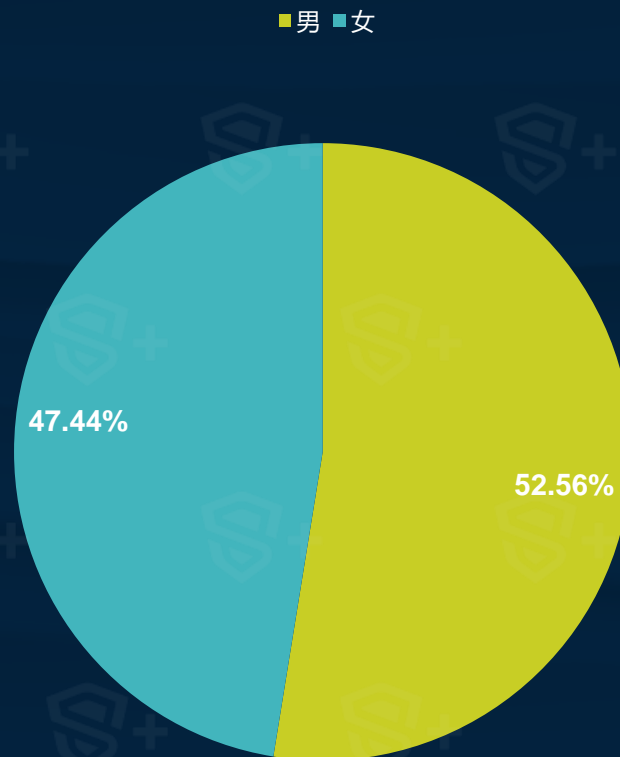
移动电竞直播观看用户以男性为主、中青年居多

月观看移动电竞直播4次以上的用户占比达到43.95%，其中用户以男性为主，在年龄上则以18-40岁的青年和中年为多，其中26-30岁占比32.39%，31-40岁占比更是高达34.94%，可以看出移动电竞直播在中青年人群中有着广大的用户群体。

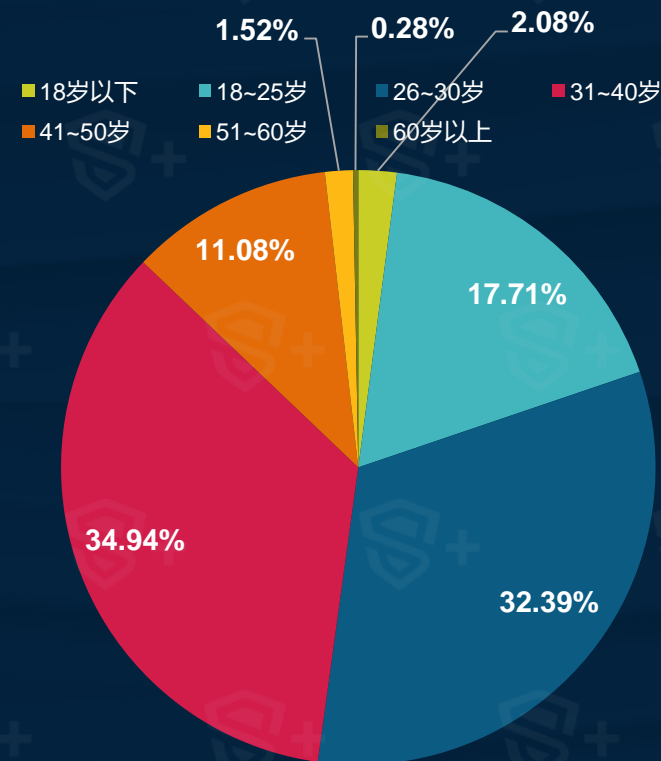
2016年观看移动电竞直播频率



2016年观看移动电竞直播男女比例



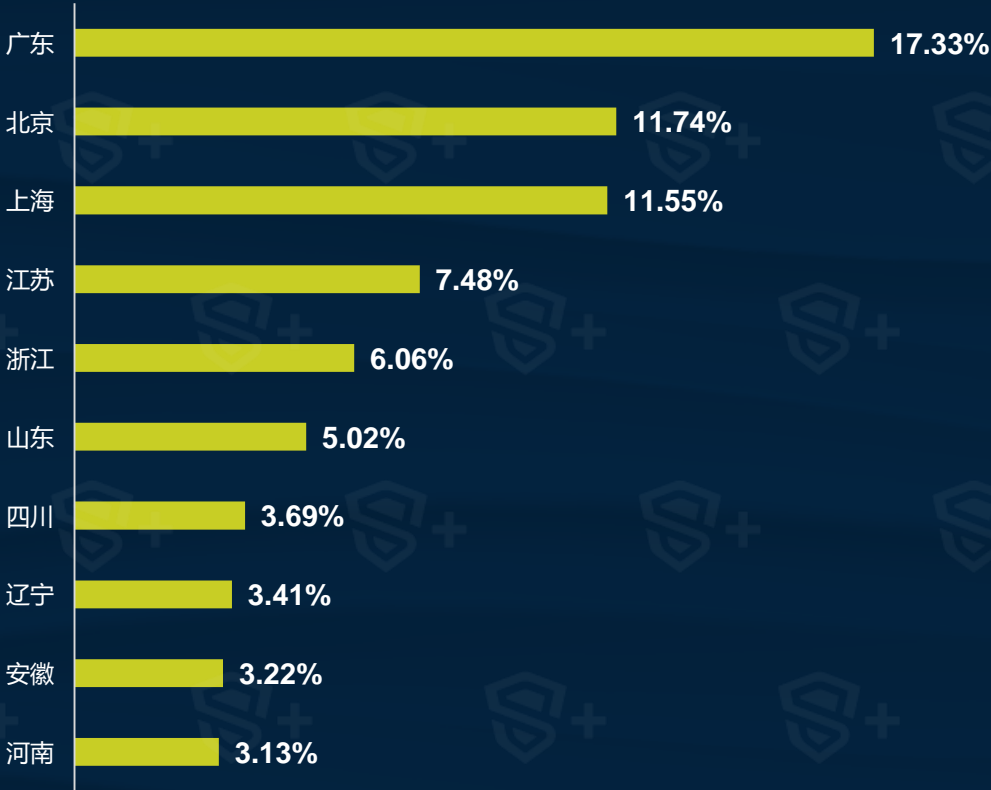
2016年观看移动电竞直播年龄分布



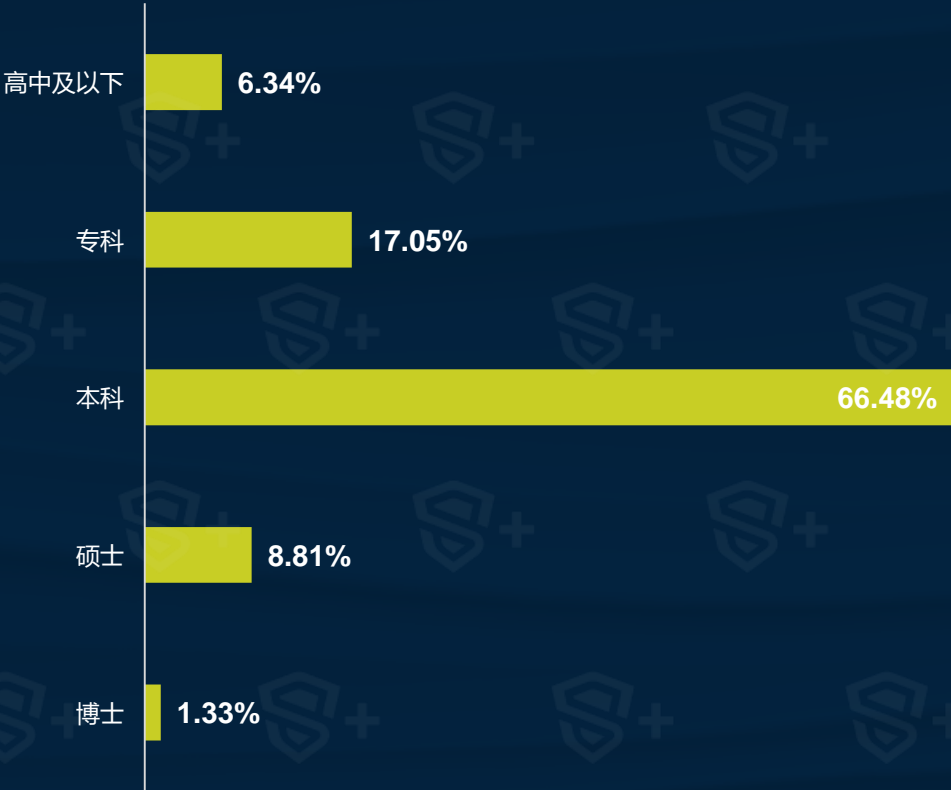
最喜爱观看移动电竞直播的以沿海地区及本科学历的用户最多

移动电竞直播观看用户主要集中在沿海等经济发达地区。其中广东地区占比17.33%，位居第一位，北京、上海分别居于第二、第三位。从用户学历分布来看，以本科为主，占到66.48%。

2016年观看移动电竞直播用户TOP10省份分布



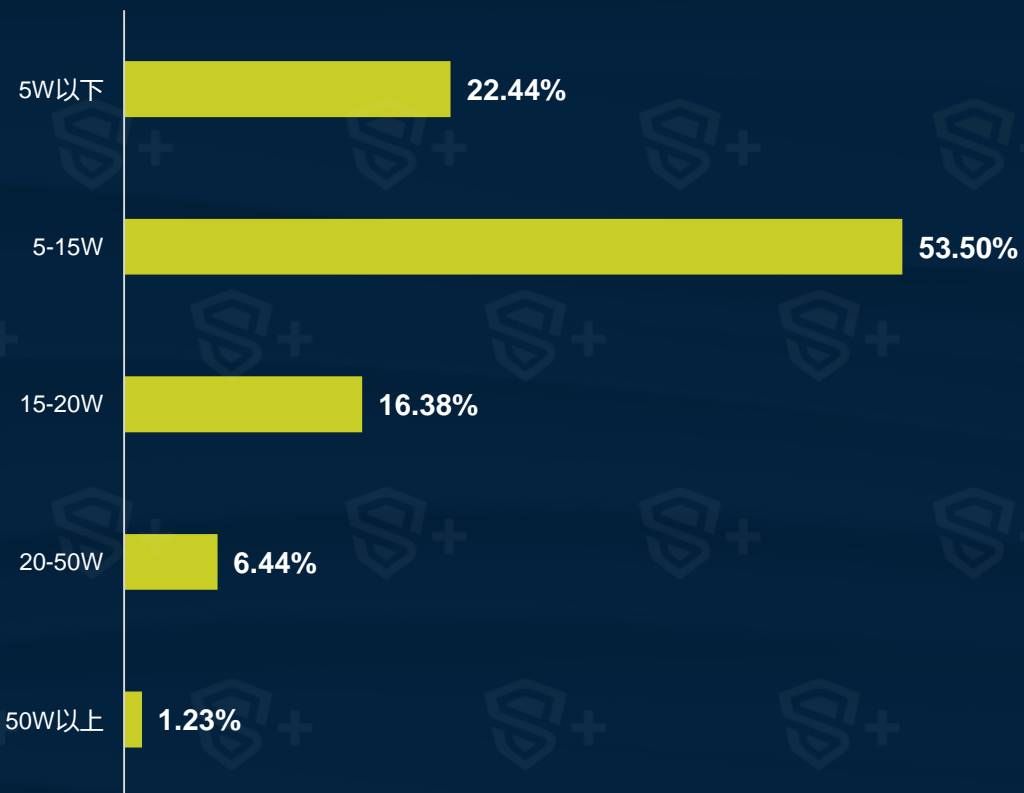
2016年观看移动电竞直播用户学历分布



观看移动电竞直播用户以中产阶级居多

从经济收入分布上看，年收入5-15W的人群最多，达到53.50%。此外从职业分布角度看，企业白领、企业管理人员、教师医生事业单位人员位列前三位，其中企业白领占比达到三分之一以上。

2016年观看移动电竞直播用户年收分布



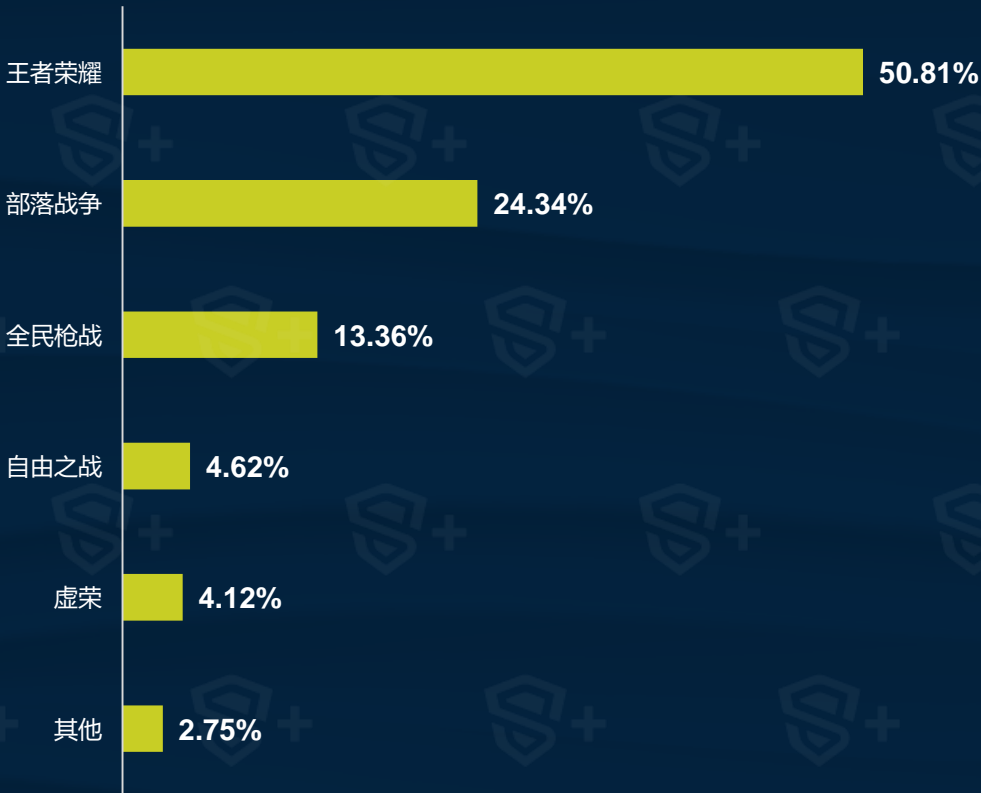
2016年观看移动电竞直播用户职业分布



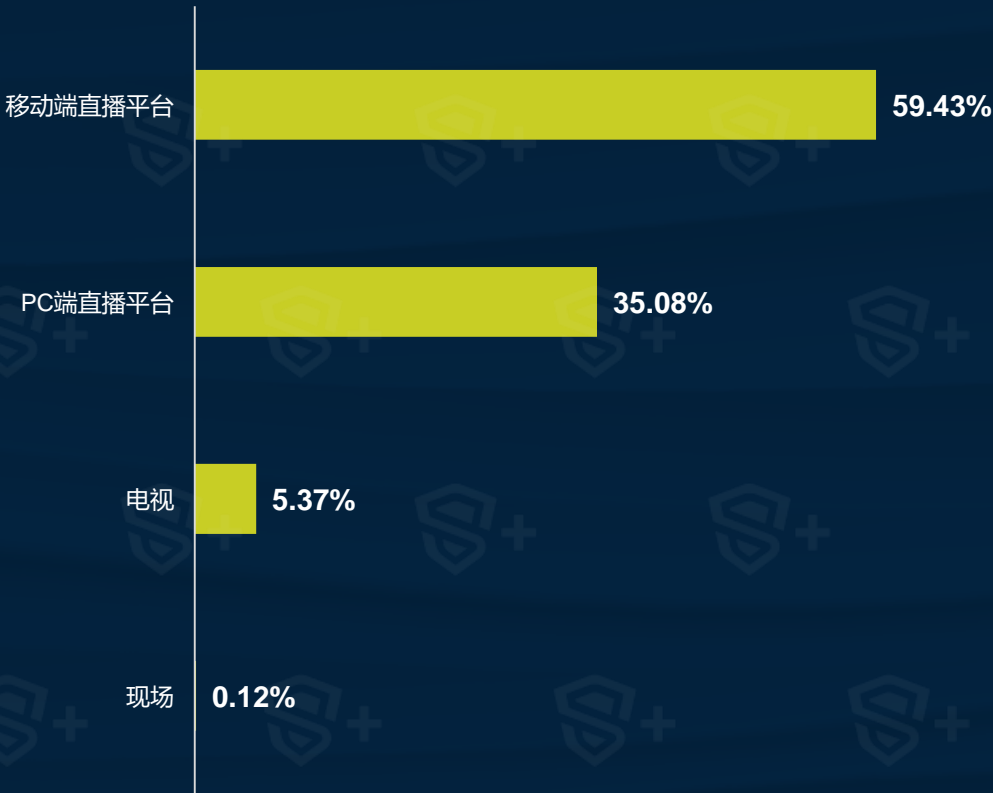
王者荣耀是移动直播电竞用户最喜爱观看的电竞游戏

移动电竞用户最喜欢观看的移动游戏分别是王者荣耀、部落战争和全民枪战，其中王者荣耀占比达到50%以上。从观看直播方式选择上看通过移动端观看直播的用户最多，达到59.43%。

2016年观看移动电竞直播用户最喜爱观看游戏



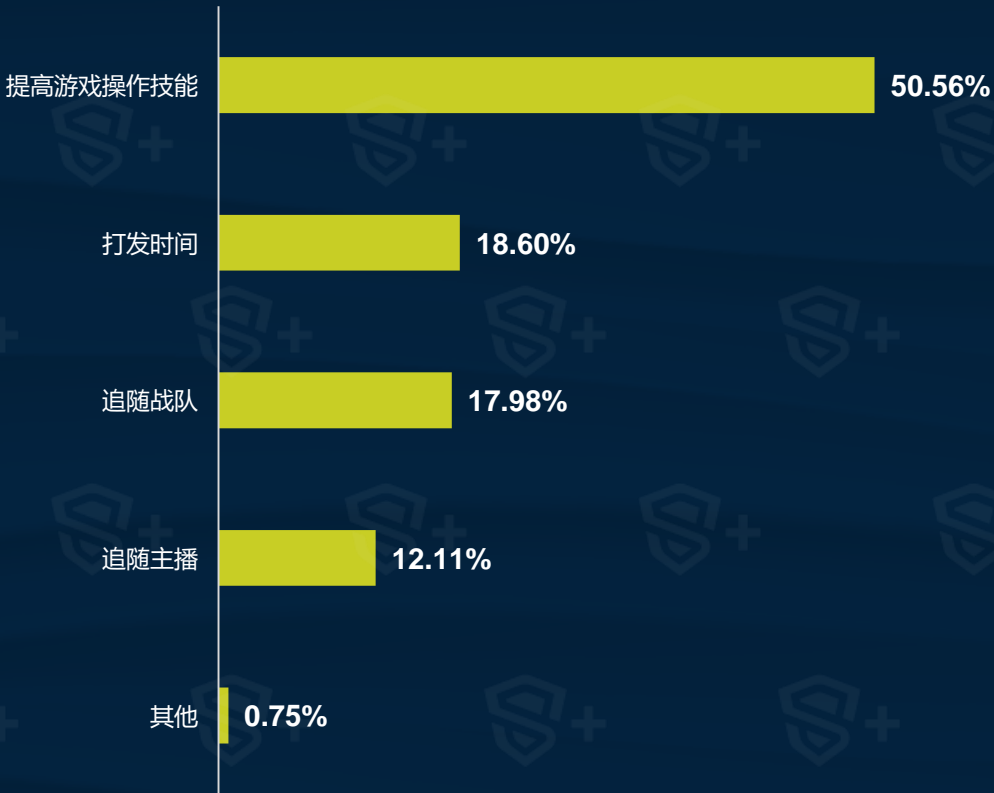
2016年移动电竞直播用户观看主要方式



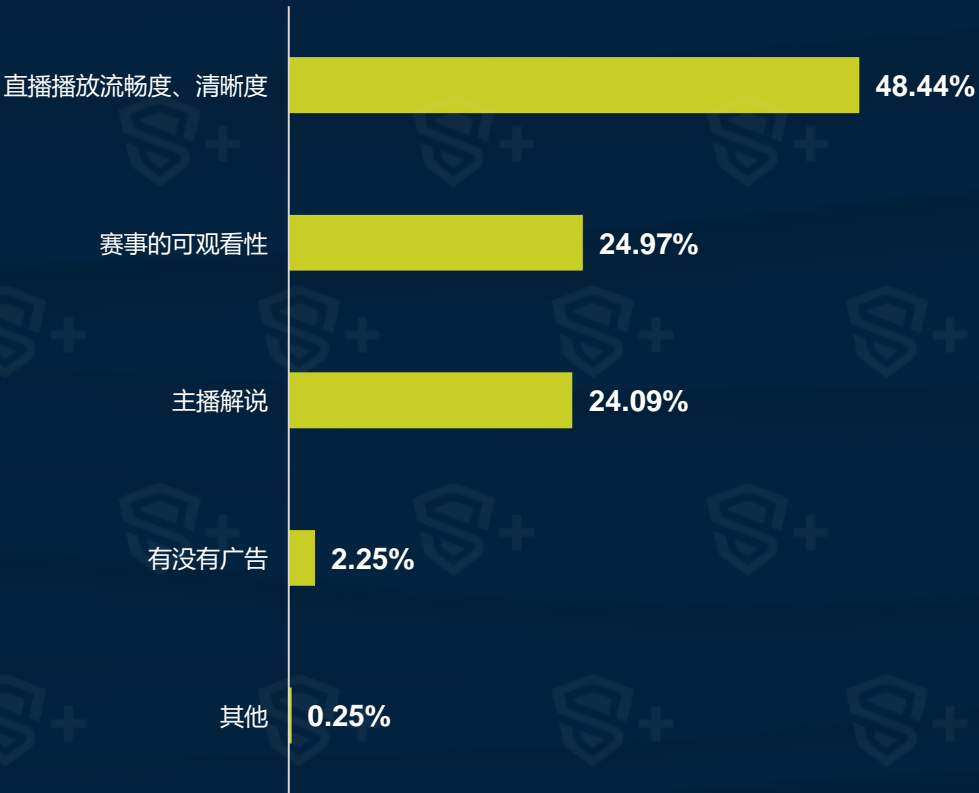
提高游戏操作技能是观看移动电竞直播主要原因

从吸引用户观看移动直播的主要原因来看，提高游戏操作技能占比达到50.56%，移动电竞类游戏与直播平台的深度合作已成必然趋势；
最影响用户观看电竞直播体验要素的是直播平台的播放流畅度、清晰度，占比达到48.44%，这对移动直播平台技术设备和加速带宽都有较高要求，侧面反映了移动直播平台带宽成本居高不下的原因。

2016年观看移动电竞直播主要原因



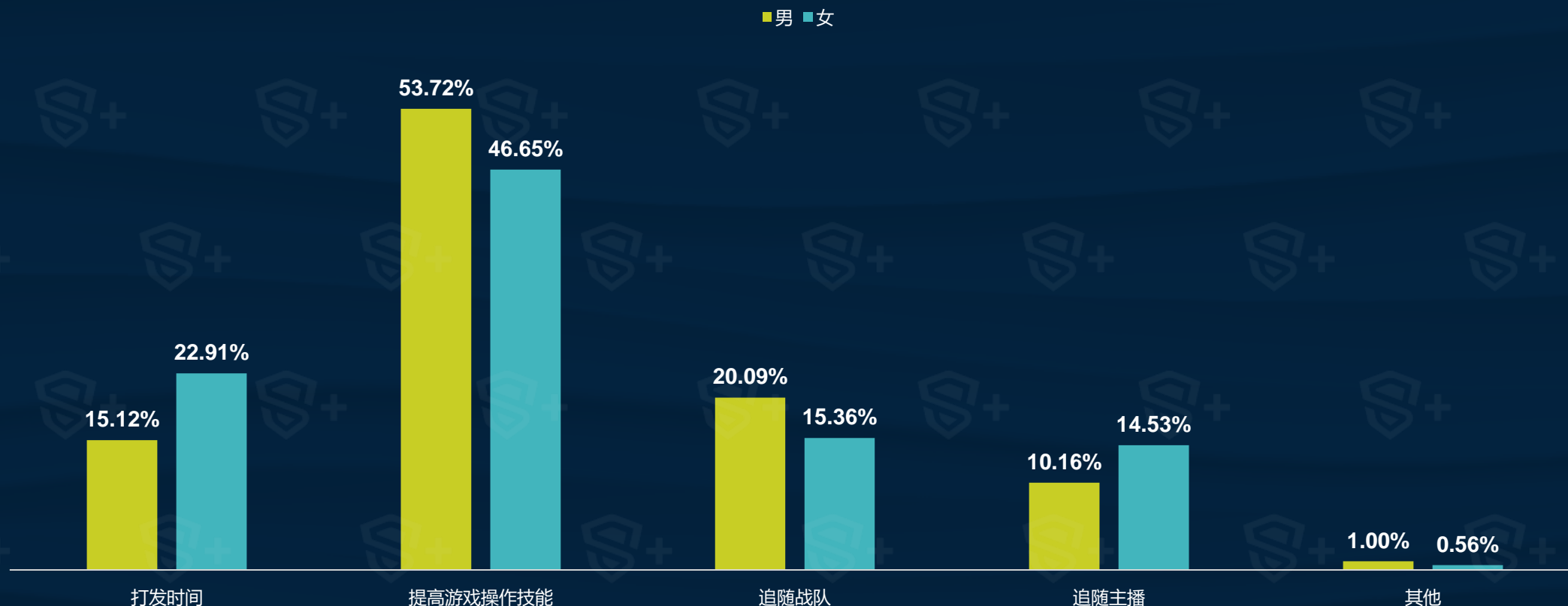
2016年影响用户观看移动电竞直播体验要素



女性比男性更趋向于通过观看移动电竞直播来打发时间

对吸引用户观看移动直播的主要原因，按男女性别分类来看，占比最高都是提高游戏技能，但占比第二的理由，男性是选择追随战队，女性却选择打发时间，可以看出男性用户更倾向于通过观看战队直播来提高自身游戏技能。

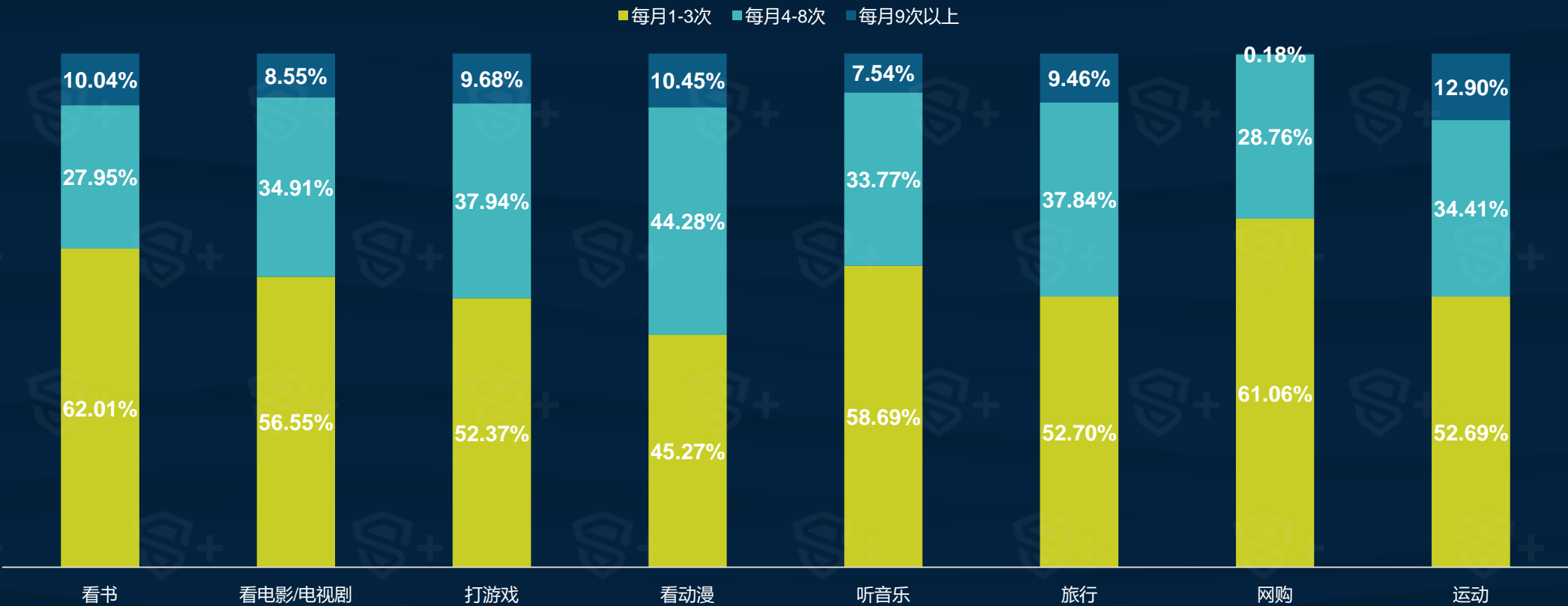
2016年男女观看移动电竞直播主要原因



观看移动电竞直播频率不一样，其他娱乐行为差异性也大

喜欢观看移动电竞的用户其他的娱乐行为差异较大。按照每月观看电竞直播频率上看，每月观看1-3次的用户，其他的娱乐行为主要是看书、网购、听音乐等。而每月观看4-8次的用户，则集中在看动漫、打游戏、旅行等娱乐行为最多。每月观看9次以上的用户选择运动、看动漫、看书的娱乐行为最多。

2016年观看移动电竞直播其他娱乐方式



01

2016年电竞行业整体市场分析

02

2016年移动电竞游戏运营指标

03

2016年移动电竞直播观看用户画像

04

2016年移动电竞行业发展总结

相对于传统体育竞技，移动电竞游戏存在高频率迭代的特点

综合移动电竞发展现状和移动电竞观看用户画像，移动电竞跟传统体育竞技虽然有许多相同点，但在生命周期表现上有很大差异，如职业赛事 NBA 其竞技形式具有有极高的延续性，即使规则随着时间有所修改，但并没有改变竞技根本，而移动电竞单个项目的存活生命周期则较短，延续性较低。



中国移动电竞发展将呈现出专业化、娱乐化、虚拟化特点

- 电竞和娱乐产业的受众群体高重合使得两个行业呈现融合之势，借势扩大用户群体、增加影响力

娱乐化

- 表现在赛事体系趋于完善、电竞俱乐部职业化、内容制作和传播多元化等局面

专业化和市场化

移动电竞
发展趋势

移动化

- 国内移动电竞产业处于市场启动期

- 随着VR+时代的到来，VR与电竞项目的结合将成为行业发展的新方向

虚拟化

联系我们



官网：<https://www.splus.cn>



客服电话：400 648 2833



客服QQ1：3173109221 客服QQ2:2030196706

深圳
总部



公司地址：深圳市南山区科技园路1006号软件产业基地4B栋4层411



联系电话：0755-86159521

北京
分部



公司地址：北京朝阳区融创动力文化创意产业园B座C150/C251



联系电话：010-68979085



THANK YOU

