

中国电子竞技行业研究报告

2019年





研究背景



电子竞技亚运会夺冠、中国电竞俱乐部获得英雄联盟S8全球总决赛冠军，过去的一年发生诸多令整个业界欢腾的事件。而这些具有重大影响的新闻提升了社会整体对于电子竞技的正面认知。另一方面，中国电竞市场的主场化正在重塑整个电子竞技产业链，行业整体将会迎来重大变化。



市场：中国电竞市场的未来增长主要来自**电竞生态市场**，预计在2020年时中国电竞生态将占据**27.8%**的中国电竞市场份额，达到**375亿**。



商业：电竞商业化模式走向生活化、**深度战略化**。英雄联盟职业联赛（LPL）与耐克中国（耐克）开启长期、深度的合作，指明了整个电竞行业商业化价值未来的探索方向。



资本：电竞俱乐部的商业价值逐渐凸显，不同背景的**资本新血**注入电竞俱乐部。大量新兴俱乐部的加入使行业竞争愈加激烈，也促使电竞俱乐部行业高速迈向职业化、专业化。



游戏：**MOBA**类游戏仍旧风靡市场，伴随着有新的类绝地求生游戏出现在市场上。



赛事：电竞赛事的主场化能有效拉动整体行业增长。预计在2020年时中国电竞市场用户规模会达到**4.3亿**，大量**观赛需求**仍未被满足。

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：[《企业家第一课》](#)、[《企业家功成堂》](#)

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

电竞概念定义

电竞概念定义

概念	同屏PvP	大型规模赛事
核心电竞游戏	√	√
泛电竞游戏		√

- — **电竞：**利用移动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。
- — **电竞游戏：**电子竞技游戏可分为狭义、广义和泛电子竞技游戏。
- — **电子竞技用户：**指有以下一项或多项行为的用户：1.半年内至少观看过或参与过一次狭义电竞游戏赛事（包括职业和非职业赛事），2.每周频繁玩狭义电竞游戏或观看电竞游戏直播。

电子竞技行业概况

1

电子竞技行业发展特点及趋势

2

电子竞技生态未来发展趋势

3

电子竞技用户分析

4

电子竞技行业竞争及企业分析

5

中国电竞行业发展趋势图

俱乐部夺冠引起广泛关注

中国电竞行业发展趋势



- 第一批电竞游戏进入中国
- 第三方赛事主导市场
- 政策影响行业发展
- 中国电竞俱乐部开始萌芽

1998 - 2008年

探索期



- 电竞游戏网游化《星际争霸2》、《英雄联盟》登陆中国
- 电子竞技俱乐部联盟成立
- 游戏厂商开始主办电竞比赛，赛事奖金逐步攀升

2009 - 2013年

发展期



- WCG停办，第一届LPL开幕
- 直播平台进入电竞市场，助力电竞传播、促进赛事版权市场
- TI夺冠天价奖金提升电竞关注度
- 第三方电竞赛事进入蓬勃发展期，激活电竞内容公司
- 移动电竞爆发

2013-2016年

成熟期



- LPL持续推动联盟化改革，多个城市落地俱乐部场馆
- 中国亚运会电竞项目夺冠，再度增强社会对电子竞技的认识
- S8中国iG夺冠引起社会热议
- 电竞场馆与电竞地产风靡
- 创新型竞技游戏涌现
- 电竞赛事商业化进行中

2017年-

爆发期

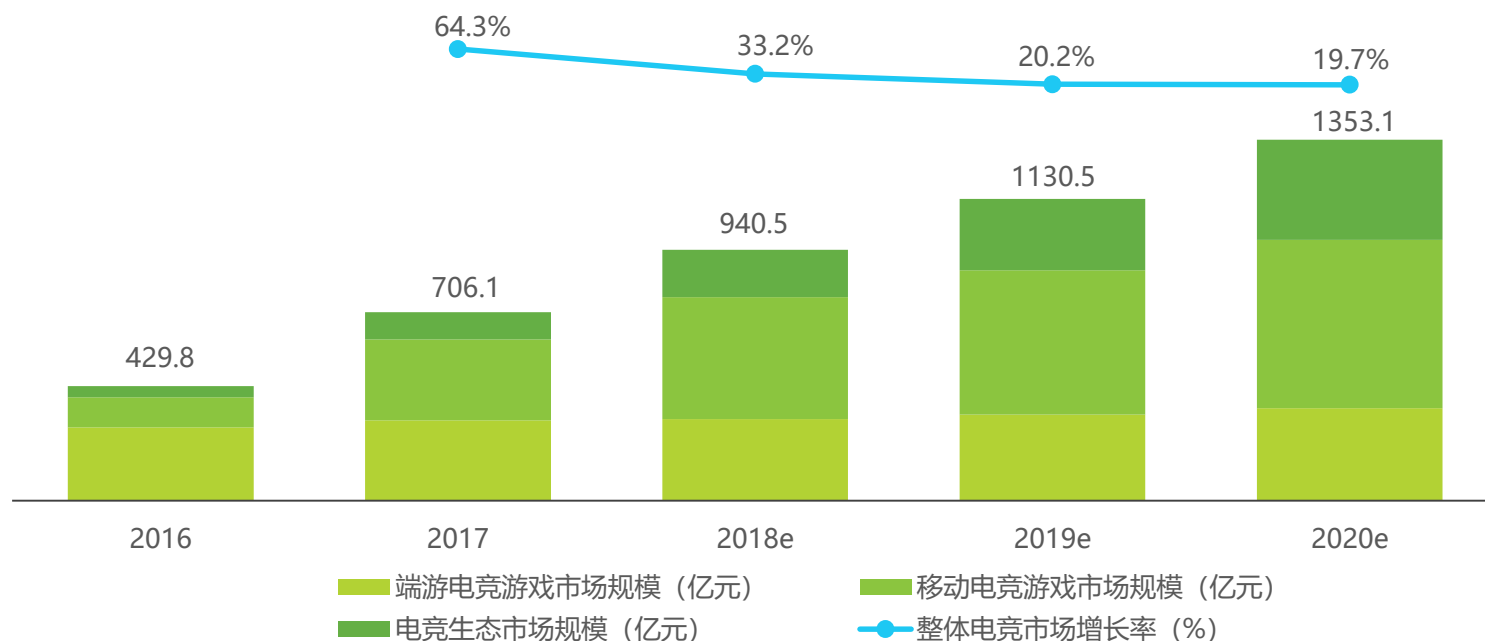
注释：各个时期上方图标为该时期内出现的电竞相关内容，与其市场表现无关。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞市场规模

商业化推动电竞生态市场规模提升

随着移动竞技游戏的增速放缓以及PC竞技游戏的触顶，中国电竞市场的未来增长主要来源电竞生态市场。而赛事的商业化的强力推动将会进一步提升电竞生态扩张，为行业增长提供持久续航。

2016-2020年中国电竞整体市场规模



注释：中国电子竞技行业市场规模包括：1.端游电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为端游电竞游戏消费总金额。2.移动电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为移动电竞游戏消费总金额。3.电竞生态市场规模，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，以及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；不包括电竞教育与电竞地产规模。

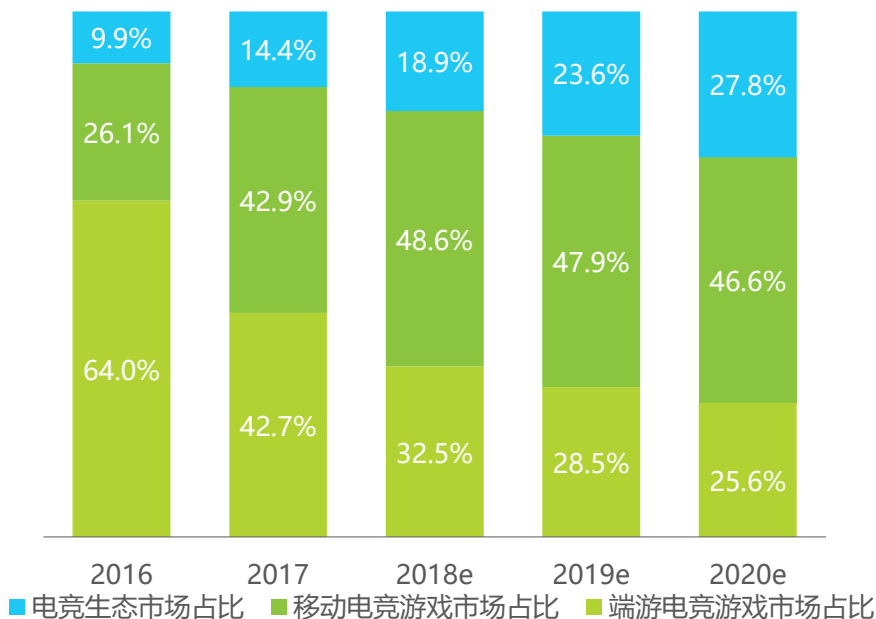
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国电竞市场规模

电竞生态市场规模迅速提升

从整体中国电竞市场的变化中可以看到，电竞游戏收入仍将在未来一段时间内是电竞市场的主要收入来源。尽管如此，中国电竞生态市场仍在持续提高占比。预计在2020年时中国电竞生态将占据27.8%的中国电竞市场份额。

2016-2020年中国细分电竞市场规模占比



注释：中国电子竞技行业市场规模包括：1.端游电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为端游电竞游戏消费总金额。2.移动电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为移动电竞游戏消费总金额。3.电竞生态市场规模，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，以及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。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2020年中国电竞整体市场规模



347亿

端游电竞游戏市场规模



631亿

移动电竞游戏市场规模



375亿

电竞生态市场规模

注释：中国电子竞技行业市场规模包括：1.端游电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为端游电竞游戏消费总金额。2.移动电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为移动电竞游戏消费总金额。3.电竞生态市场规模，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，以及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。

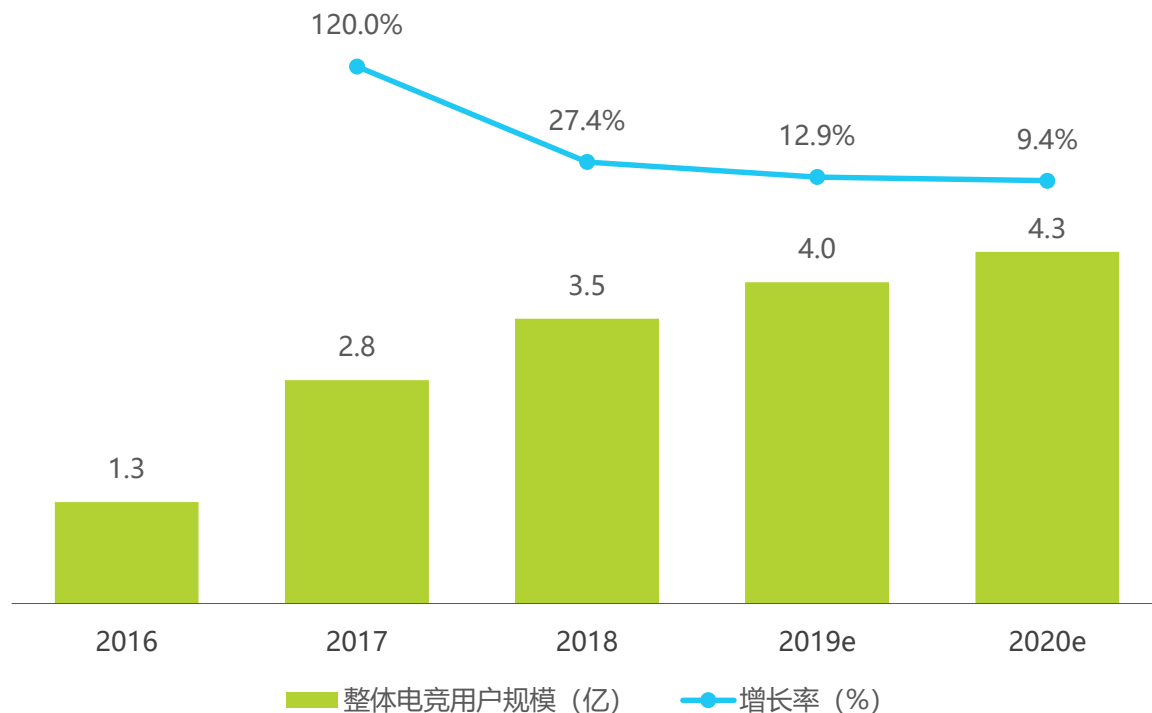
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国电竞用户规模

用户增长趋缓等待下一款爆品

经历了之前的《王者荣耀》与《全军出击》，移动竞技游戏市场正在等待下一款爆款的出现以保持用户高速增长。另外值得注意的趋势是，电竞游戏用户正在逐步转换成电竞赛事观众，大量观赛需求仍未被满足。

2016-2020年中国电竞用户规模

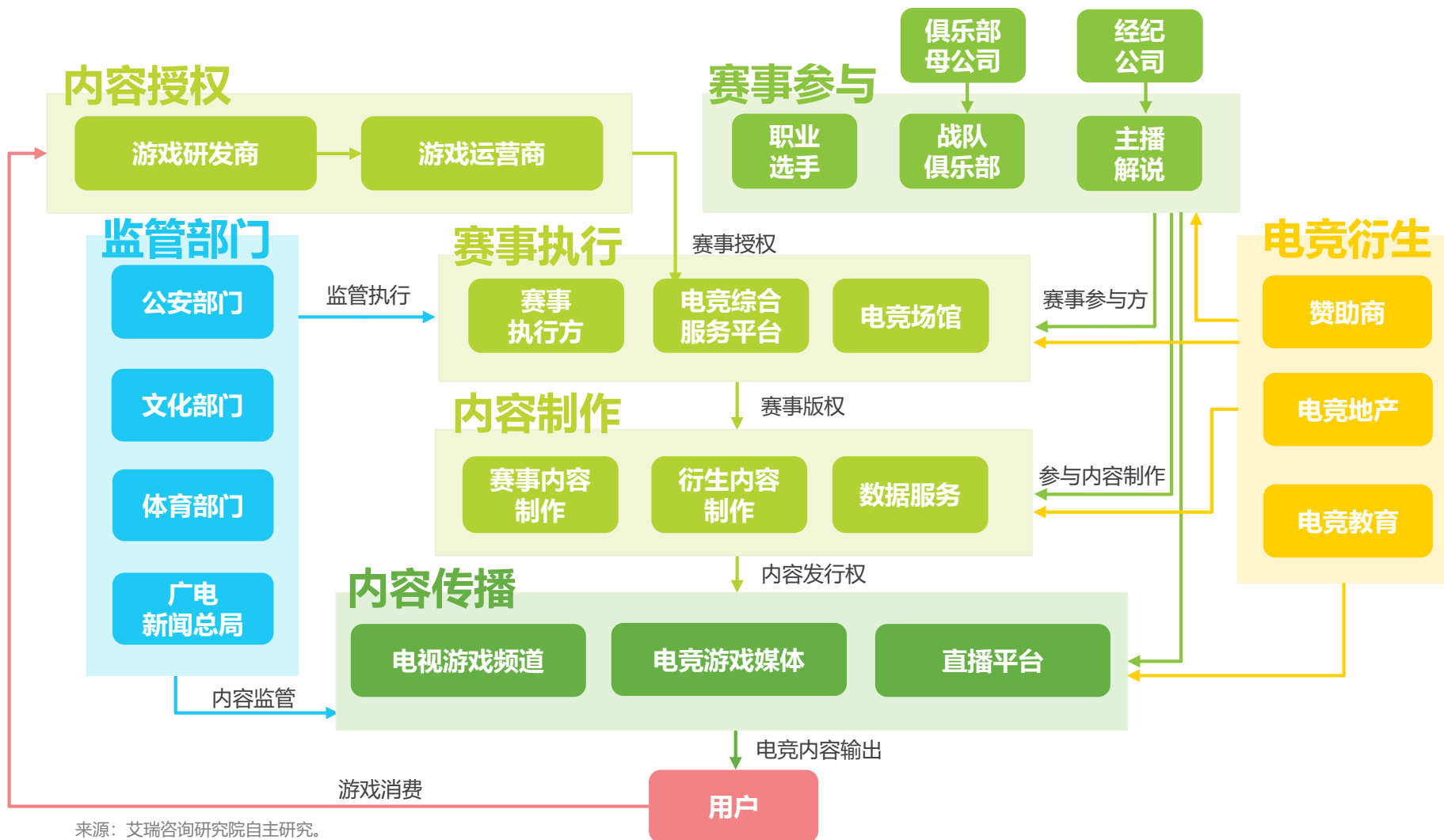


注释：本报告中的移动竞技用户指有以下一项或多项行为的用户：1.半年内至少观看过或参与过一次核心电竞游戏赛事（包括职业和非职业赛事），2.每周频繁玩核心电竞游戏或观看相关直播。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国电竞产业链

2019年中国电子竞技产业链



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞产业图谱

2019年中国电竞产业链图谱



注释：图谱尽可能覆盖各个产业环节的公司企业，完整版图谱中将有全行业图谱。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

电子竞技行业概况

1

电子竞技行业发展特点及趋势

2

电子竞技生态未来发展趋势

3

电子竞技用户分析

4

电子竞技行业竞争及企业分析

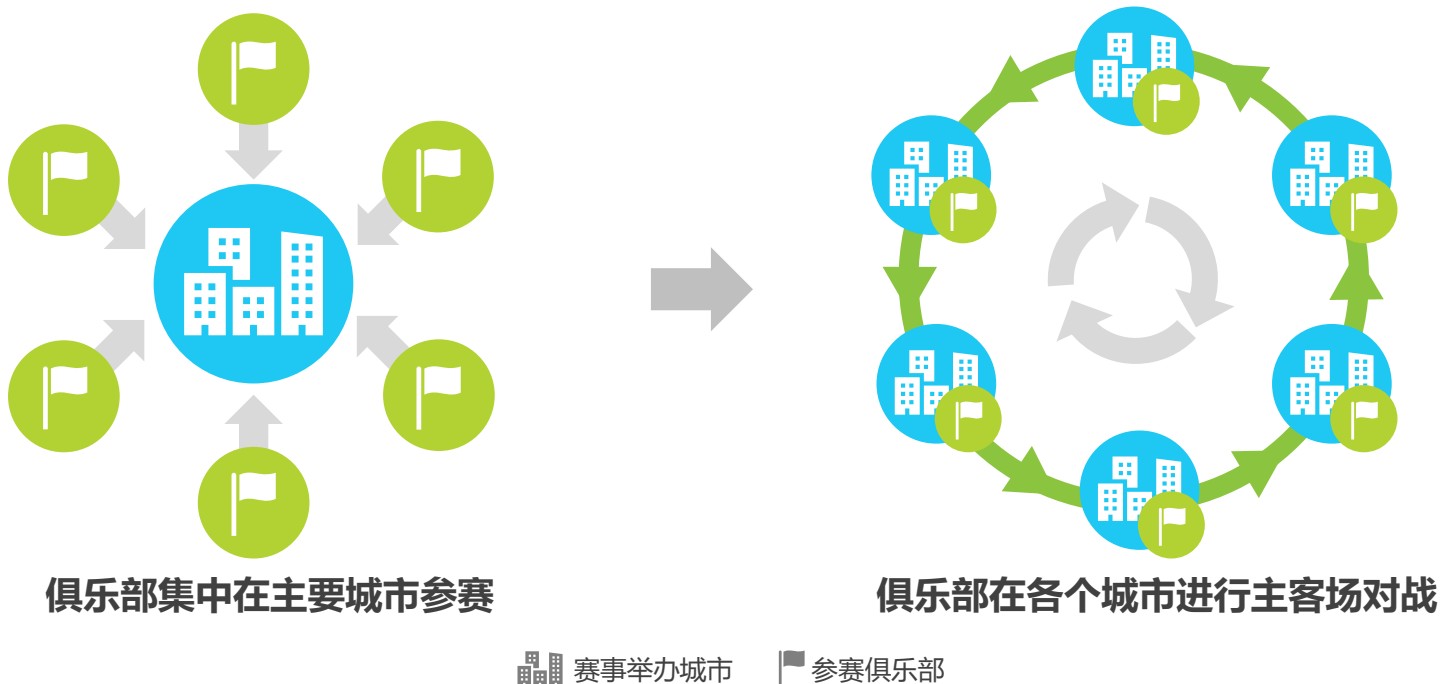
5

中国电竞产业发展趋势

什么是电竞赛事主场化？

目前中国电竞产业发生着巨大的变化，而电竞赛事主场化是主要变革之一。然而，什么是电竞赛事主场化？过去电竞赛事的举办以赛事主办者为基础，众多俱乐部集中在同一所城市中进行比赛。而电竞赛事主场化就是将原本集中在一所城市中举办的电竞赛事，通过俱乐部在各个城市中建立主场场馆组成类似于NBA等传统体育项目中的主客场赛事联盟，将赛事分散到多个城市中去。电竞赛事的主场化能有效拉动整体行业增长、并且具有提升用户对电竞游戏与内容的粘性等诸多正面作用。其中，英雄联盟职业联赛率先开启了主场化运作。

传统电竞赛事与主客场电竞赛事对比



中国电竞产业发展趋势

头部企业、市场条件成熟推动主场化

由于过去线下电竞观赛的条件较少、没有强力的主场化推动者以及缺乏足够的线下电竞内容提供消费市场，电竞赛事的观看渠道主要以线上为主。近年来直播平台的兴起满足了电竞赛事的线上观赛需求，线下市场仍未被满足。而随着全国电竞消费市场的逐渐成熟以及头部电竞企业的带动下，全国各地的电竞俱乐部主场化进程正在加速推进中。

线下观赛需求与外部条件变化

过去

需求



- 整体观赛用户规模较少
- 绝大部分观赛需求通过线上满足

条件



- 赛事主要集中在少部分城市
- 电竞内容消费市场尚未建立
- 缺少头部公司的推动

现在



- 整体观赛用户达到可观的规模
- 单纯的线上观赛已无法满足用户需求



- 主要城市均举办过电竞赛事且市场反响良好
- 巨大的电竞内容消费市场潜力
- 头部公司的开始主导主场化进程

中国电竞产业发展趋势

主场化正向全国推行

目前在头部电竞企业的推动下，主场化正在逐步推向全国。目前俱乐部场馆落地的城市均有较好的电竞用户基础且成功举办过多个电竞赛事。未来随着主场化的进一步发展，将会有更多城市的电竞用户拥有自己的主场俱乐部。而主场化的推广除了能满足各大城市线下电竞观赛需求外，对当地的电竞产业将会起到重要的推动作用。如落地西安的WE俱乐部与落地杭州的LGD俱乐部，均与当地城市展开紧密联系，共同打造城市电竞文化名片。

主场化城市分布情况



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

主场化对电竞产业的正面影响



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞赛事发展趋势

电竞商业化模式走向生活化、深度战略化

电竞商业化价值的展现，除了赛场上的品牌植入之外，赛场下的深度战略合作、生活化产品合作、发挥数字体育优势方面的衍生内容服务合作等，也将是未来发展的趋势。电竞商业化模式走向生活化、深度战略化——英雄联盟职业联赛（LPL）与耐克中国（耐克）开启长期、深度的合作。与众多传统体育联盟拥有良好合作关系的体育品牌的加入，除印证了电竞运动的商业价值逐渐被认可之外，还指明了整个电竞行业商业化价值未来的探索方向。

电竞与体育品牌展开长期战略合作



- 耐克成为2019-2022年LPL官方**独家服装及鞋类合作伙伴**
- 耐克为运动员制定**专业身体训练计划**，探索服务电子竞技运动员的新模式
- 合作打造高质量产品与技术，实现**专业化体育服务**
- 合作开发**生活化产品**，让合作内容进入电竞玩家生活中
- 发挥**数字体育**的优势，进行**内容服务**方面的新合作——数据等衍生服务

合作对电竞产业的正面影响

1

为电竞运动员带来更加科学、系统并专业化的服务

传递电竞体育精神，电竞运动以更多元、更深入的方式融入到大众的生活中

2

3

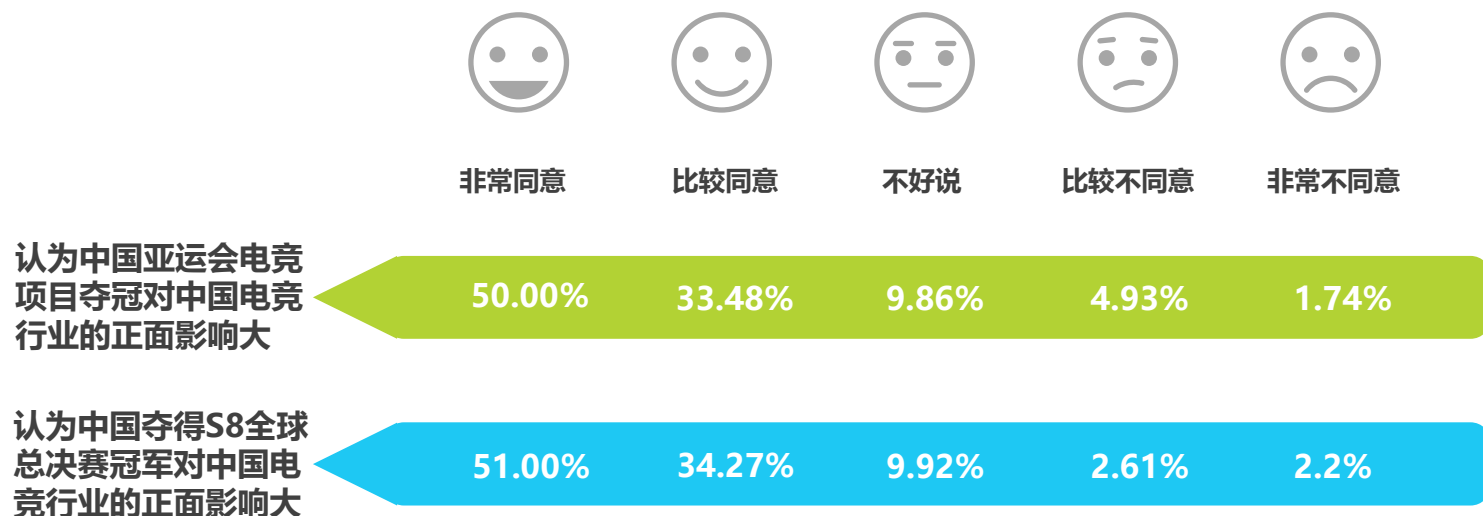
借鉴传统体育，提供电竞商业化新的合作模式，为电竞产业可持续发展蓄力

中国电竞赛事发展趋势

2018英雄联盟全球总决赛夺冠影响力强

S8中国夺冠深入人心，电子竞技逐渐社会主流价值所认可。据调研，超过83%的用户认为中国亚运会电竞项目夺冠对中国电竞行业的正面影响大；超过85%的用户认为中国夺得S8全球总决赛冠军对中国电竞行业的正面影响大。

2019年中国电竞用户重大事件态度调查



注释：E14.您认为这几件事情对中国电竞行业的正面影响有多大？
样本：N=1119；于2019年1月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

电竞游戏运营公司发展趋势

亲自下场力推赛事商业化 主场化

尽管电竞市场已经逐渐成熟——拥有深厚的用户积累的同时整个生态产业链已发展多年。但是在推动主场化上仍需要一个主力推动者，那就是游戏公司。无论是对整个产业链的影响里还是在行业之外的存在，游戏公司是唯一能够将赛事联盟、俱乐部、当地地产商等多方纠集一起讨论主场化、联盟化这个大事项的存在。腾讯通过调集电竞行业内外资源通过五年时间将整个电竞产业推向主场化时代。

头部游戏公司对整个电竞产业链拥有深厚布局

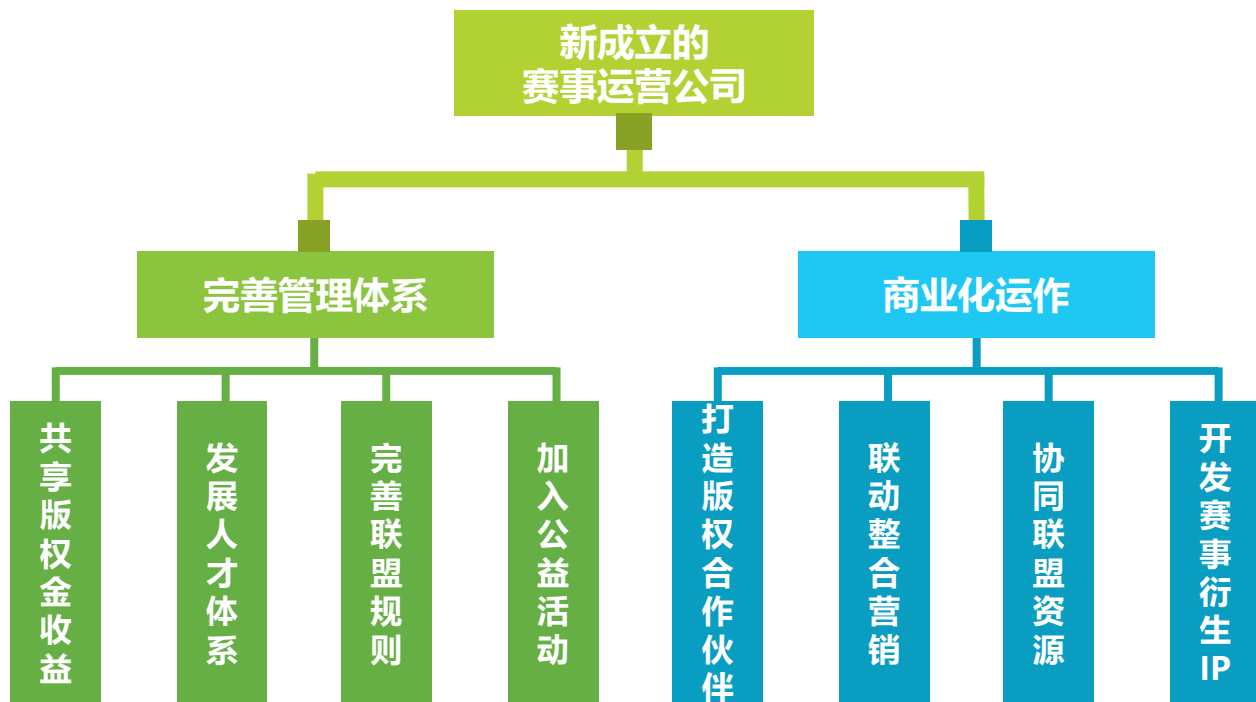


电竞游戏运营公司发展趋势

赛事运营公司独立 加强赛事管理完善体系

主场化与联盟化的推进除了大量资源的投入外，对更加全面的联盟管理与赛事体系的完善提出了更高的要求。面对更高的联盟管理与赛事体系要求，游戏公司将原本面对赛事的职能部门独立，成立新的电竞赛事子公司（如今年成立的腾竞体育），从而针对电竞赛事联盟体系的规则、商业模式以及人才职业化体系进行完善，并且对赛事IP衍生内容进行进一步开发。通过组织结构的调整进一步提升了电竞赛事的管理效率，加速了主场化联盟化的推进进程。

全新成立的赛事运营公司



中国电竞俱乐部发展趋势

多方资本纷纷加入

为了保障俱乐部的竞技水平与运营收益，电竞赛事也在不断地进行赛制改革以吸引更多资本入场。其中，升降级制度的取消加强了电竞俱乐部的稳定性，让俱乐部拥有更多精力在商业化运营的同时保障了投资方的权益。随着电竞俱乐部的商业价值逐渐凸显，不同背景的资本新血注入电竞俱乐部。俱乐部的不同资源也带动了他们在内容上的升级与变化。而相关的赛事也通过各个俱乐部与各大品牌主们产生直接联系，吸引更多商业资源。这些背景也成为赛事席位授权时所考虑到的。

近年来新晋俱乐部一览



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞俱乐部发展趋势

行业竞争加剧，迈向职业化

大量新兴俱乐部的加入使行业竞争愈加激烈，也促使电竞俱乐部行业高速迈向职业化、专业化。传统俱乐部起步早，具有深厚的行业积累与品牌资本；而资本投资型俱乐部承接公司化管理运营模式，继承母公司的各项资源、技术与团队。但是如何在保障成绩的前提下实现多元化的商业价值是各电竞俱乐部亟待解决的问题。

资本投资俱乐部与传统俱乐部对比

资源优势
联动母公司，
拥有各方面的资源优势

全新起步
没有历史包袱，
整装待发

管理优势
运用公司化管理模式运营



品牌价值高

俱乐部品牌价值高，
商业合作对象广泛

行业积累多

起步早，具有先发优势，
拥有深厚的行业积累

变现需求强

具有更强的商业变现需求，
商业合作范围广

中国电竞俱乐部发展趋势

提升俱乐部价值 打造俱乐部新文化

除了对当地的电竞产业产生促进作用外，主场化将有效提升电竞俱乐部的价值并推动俱乐部的价值发展。拥有属于自己的主场电竞场馆后，俱乐部的品牌价值不仅能在线上电竞赛事中得到体现，还将以主场所在城市为载体下沉到线下，拥有向外投递的线下场景。此外，电竞俱乐部将会与城市本地文化相结合形成新的俱乐部文化，成为当地城市的另一张电竞名片。

主场化对俱乐部与所在城市影响

电竞俱乐部

获得线下影响力
投放场所



主场城市

获得新潮的电竞名片

俱乐部与城市文化结合打造新文化



电竞游戏中植入西安城市
代表建筑



不同建筑的夜间特效



主场布置通过新技术将城
市文化与俱乐部标识相融
合

中国电竞内容制作公司发展趋势

与游戏厂商共运营电竞赛事

在未来，为顺应电竞主客场快速发展以及市场竞争，电竞内容制作公司不会局限于承办角色，更多的会在保持、创新制作水平的基础上与游戏厂商共同投资、共同招商、共同创造、共同运营电竞赛事。此外，虽然电竞内容制作行业在内容产出方面已非常丰满，但在规划电竞内容产出、系统化电竞内容制作程序以及拓宽内容传播渠道方面，仍有很大发展空间。

电竞内容制作公司发展方向



中国电竞内容制作公司发展趋势

向多元化运营方向发展

电竞内容制作公司在未来会开展多元化运营，主要表现在三个方面：第一，在原有商业模式上增加了广告销售服务，比如获取、疏导、投放电竞资源等；第二，除加大内容制作效率、拓宽内容营销渠道外，更多地向定制化内容进军，并提供电竞泛娱乐内容定制服务，如帮助主场俱乐部提供深度定制化赛事内容运营、直播综艺和艺人经纪等服务；第三，电竞内容制作公司已经开始与电竞地产合作，提供与电竞相关的赛事内容与主题运营服务。

电竞内容制作公司运营多元化

内容制作、场地运营

加大内容制作效率、保持、创新制作水平、拓宽内容营销渠道、加强场地运营管理

原有业务

提升原有
业务效率

新增业务



增加广告
销售服务

广告销售、泛娱乐 内容定制服务

增加广告销售服务、提供电竞泛娱乐内容定制服务——如直播综艺、艺人经纪等

电竞泛娱乐 内容定制服务

向主场俱乐部提供深度定制化赛事内容运营服务



与主场俱
乐部合作

新增业务



与电竞地
产方合作

新增业务

电竞赛事内容及 主题运营服务

与电竞地产行业合作，提供与电竞相关的赛事内容与主题运营服务

电子竞技行业概况	1
电子竞技行业发展特点及趋势	2
电子竞技生态未来发展趋势	3
电子竞技用户分析	4
电子竞技行业竞争及企业分析	4

中国电竞生态发展趋势

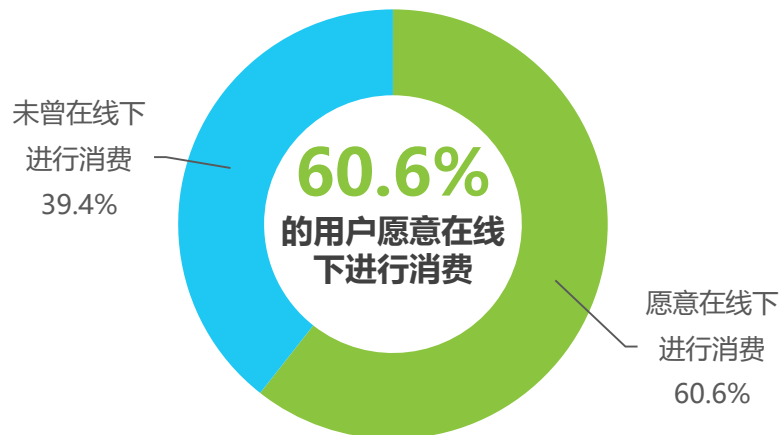
“电竞+地产”新业态

目前已有部分地产公司已经携手俱乐部打造电竞商业综合体，进一步开发电竞的商业价值。电竞地产通过提供新的商圈主题满足房地产商的需求；除此之外，还可满足用户电竞线下娱乐需求，提供综合线下电竞娱乐体验；调研数据显示，愿意在线下进行消费娱乐的电竞用户高达60.6%。另外，线下地产商圈将成为电竞重要的流量入口，以实现线上与线下的流量资源互补。但是由于建设工期等因素，距离电竞地产投入商业化运营仍有一段时间。



- 地产界的新思路——提供新的商圈主题
- 集电竞赛事场馆及多种娱乐业态于一体
- 优质电竞内容填充，提供沉浸式用户体验

2019年中国电竞用户线下消费情况



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

注释：G8.请问您是否愿意在俱乐部主场进行以下消费？如果愿意，请问您最想进行下列哪项消费呢？

样本：N=1119；于2019年1月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

竞技游戏发展趋势

“吃鸡玩法”的演进与扩散

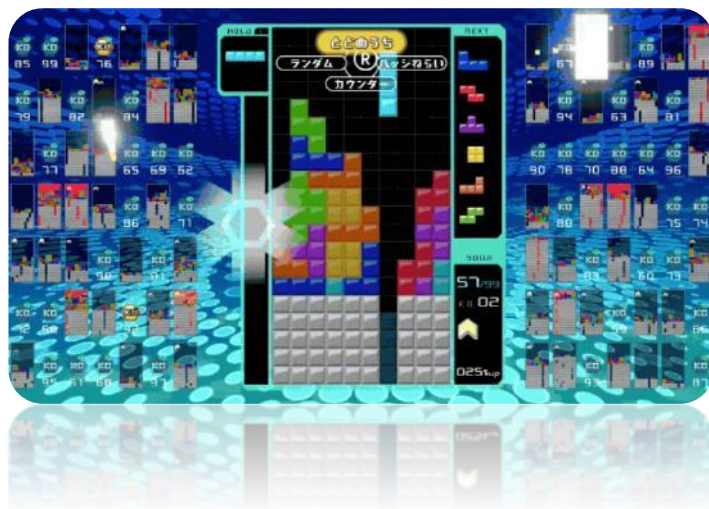
优秀的电竞游戏机制会在不同产品上不断完善，并且融入其他类型的游戏中。而这种机制不仅仅会促进新类型游戏的发展，也将给传统游戏带来不同的体验。目前不断有新的类绝地求生游戏出现在市场上，而经典游戏俄罗斯方块也加入了百人同屏乱斗，显著提升了游戏的对战乐趣。预计未来此类玩法的游戏将会进一步演化，并且更多类型的游戏将会加入此类玩法。

热门竞技游戏类型的不断演进



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

经典俄罗斯方块融合“吃鸡玩法” 提升游戏乐趣



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

电子竞技行业概况

1

电子竞技行业发展特点及趋势

2

电子竞技生态未来发展趋势

3

电子竞技用户分析

4

电子竞技行业竞争及企业分析

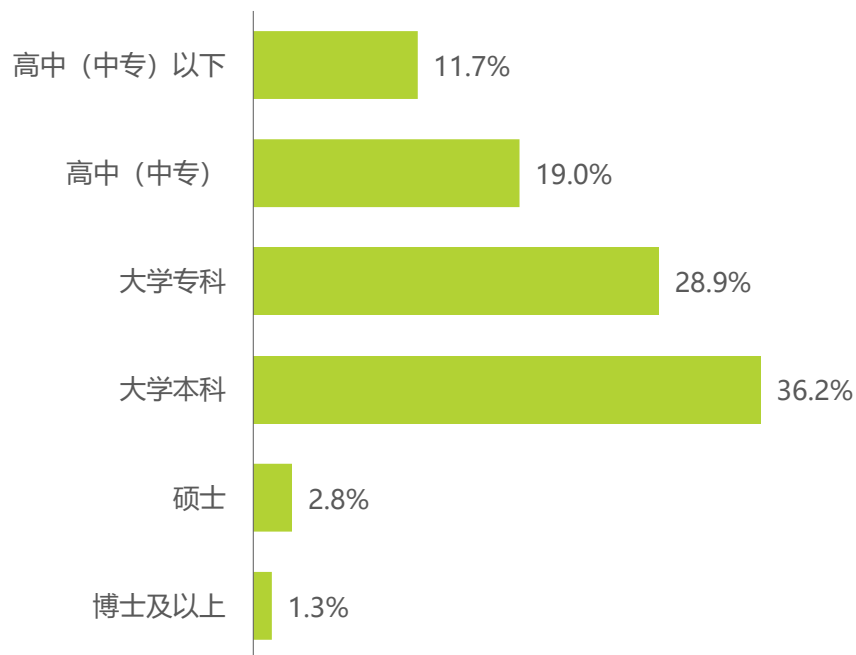
5

中国电竞用户学历及职业分布

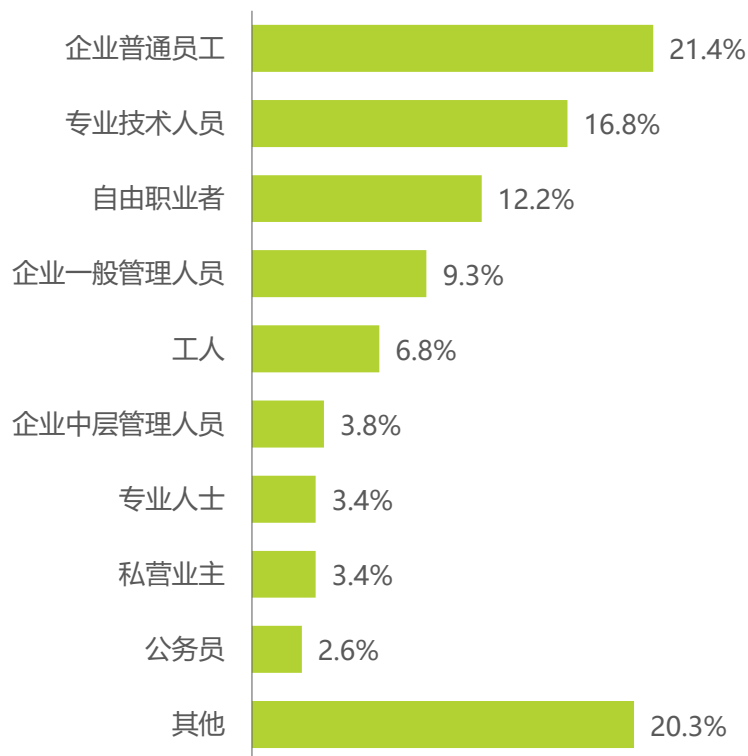
用户以本科学历为主

中国电竞用户以大学本科学历为主，占比达到36.2%。电竞工作用户中企业普通员工占比居多，为21.4%。

2019年中国电竞用户教育水平分布



2019年中国电竞工作用户职业分布



注释：F03.请问您的最高学历是
样本：N=1117；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

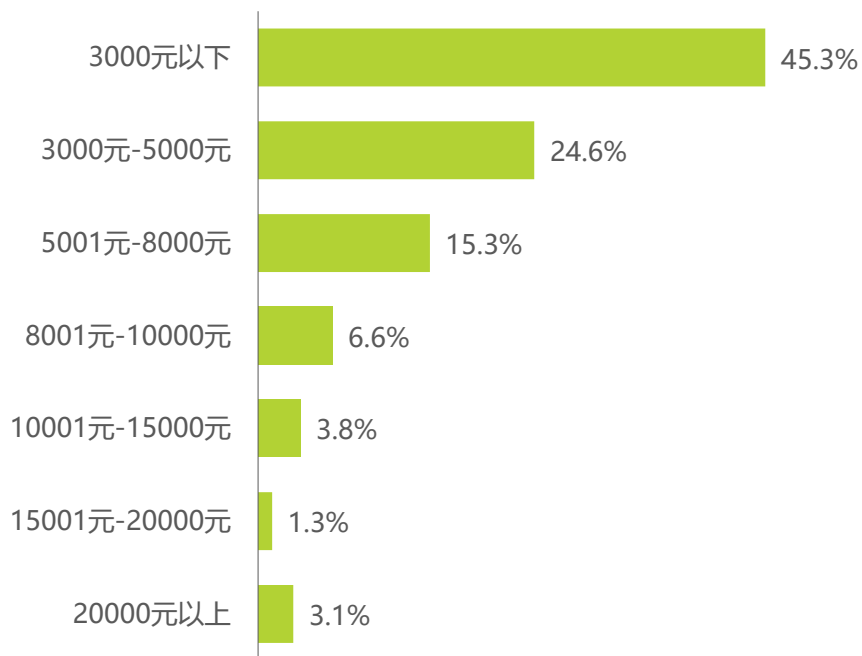
注释：F05.请问您现在的职位是
样本：N=1117；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

用户经济水平分布

收入提升促进用户消费

收入的提升在一定程度上也促进了用户消费。据调研，在2019年中国电竞用户中，个人月收入在3000元以下的占比最高，达到45.3%；个人月消费在1000-3000元的占比最高，达到54.1%。

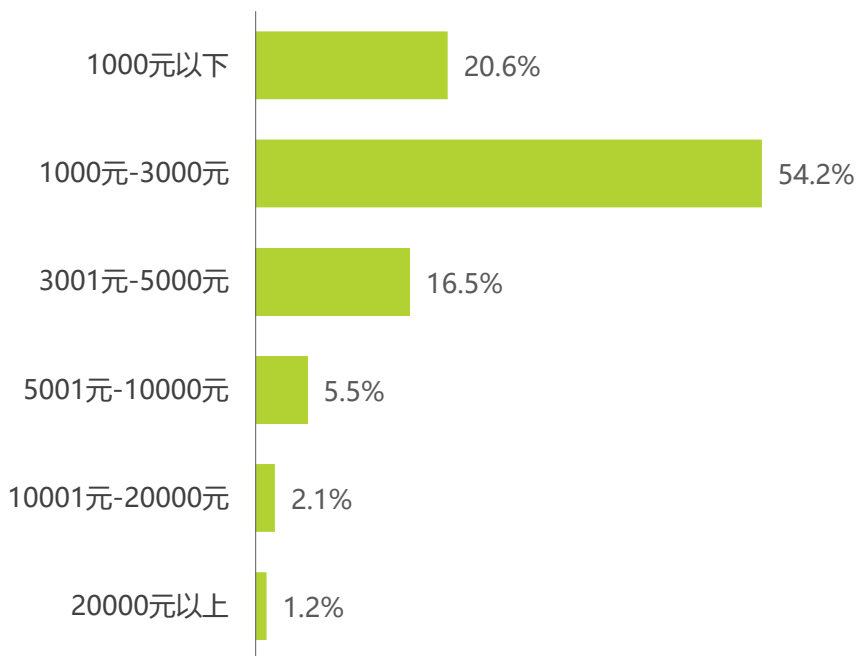
2019年中国电竞用户个人月收入水平



注释：F06.请问您目前的个人月收入？

样本：N=1117；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

2019年中国电竞用户个人月消费水平



注释：F07.请问您目前的个人月消费？

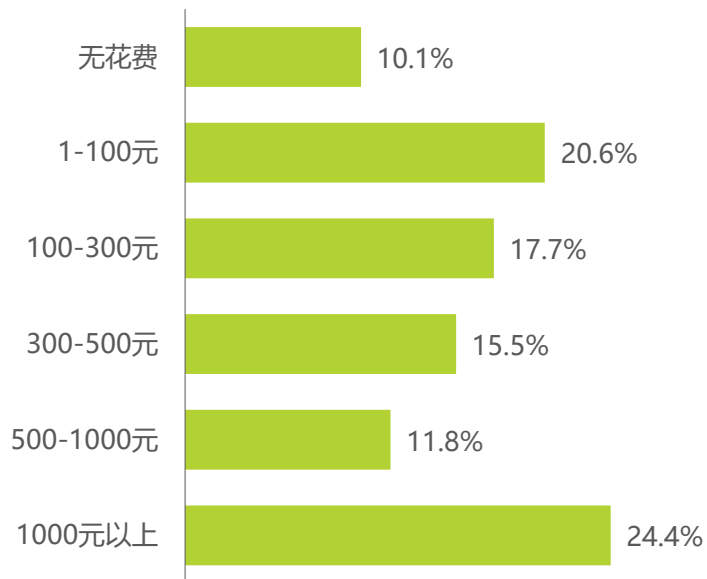
样本：N=1117；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

用户付费情况

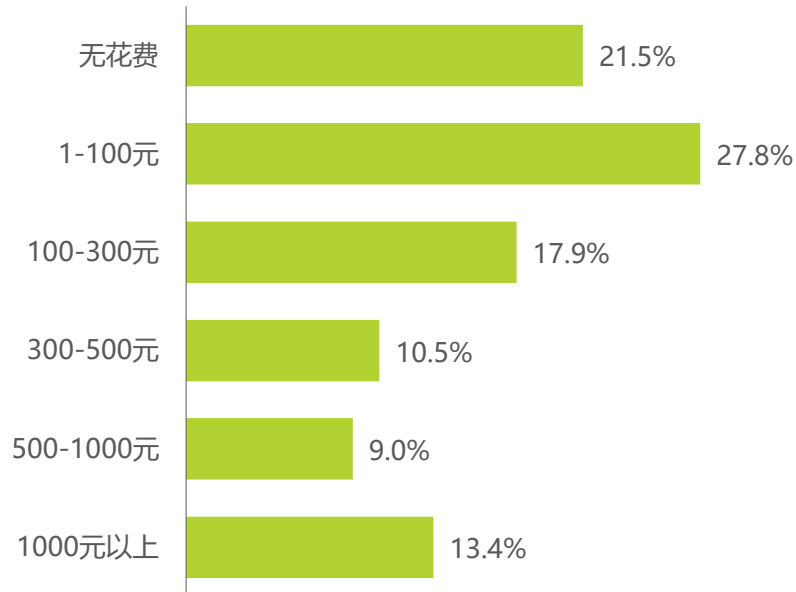
用户付费习惯良好

中国电竞用户付费习惯良好。三个月内有付费习惯的端游用户占比接近90%，移动用户占比接近80%。

2019年中国电竞端游用户3个月内游戏付费情况



2019年中国电竞移动用户3个月内游戏付费情况



A6.您在3个月内主要在PC端电竞游戏上花费总计多少钱？

样本：N=1064；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

B6.您在3个月内主要在移动端电竞游戏上花费总计多少钱？

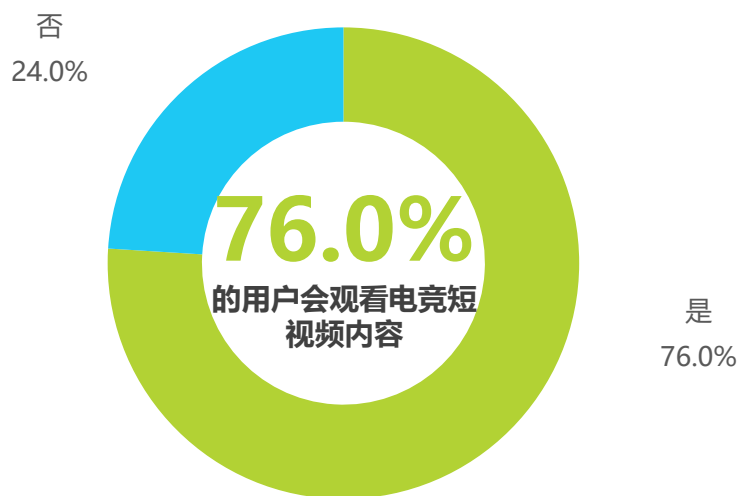
样本：N=755；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

电竞用户短视频行为调查

电竞短视频内容受到电竞用户的广泛关注

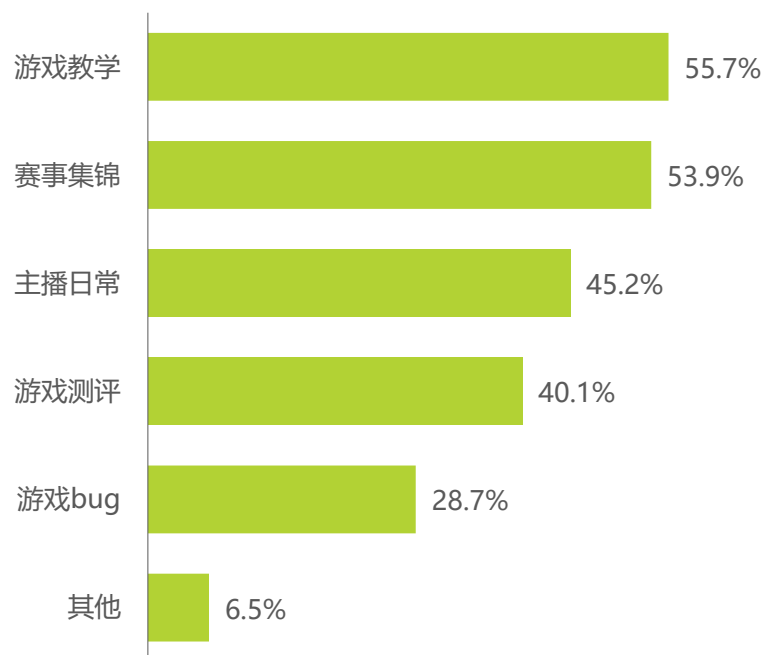
占总用户比例接近76%的中国电竞用户会观看电竞短视频内容。电竞用户最多观看的短视频内容为游戏教学内容、赛事集锦以及主播日常。

2019年中国电竞用户短视频观看情况



注释：D4. 请问您是否在关注电竞短视频内容？
样本：N=429；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

2019年中国电竞用户短视频观看情况



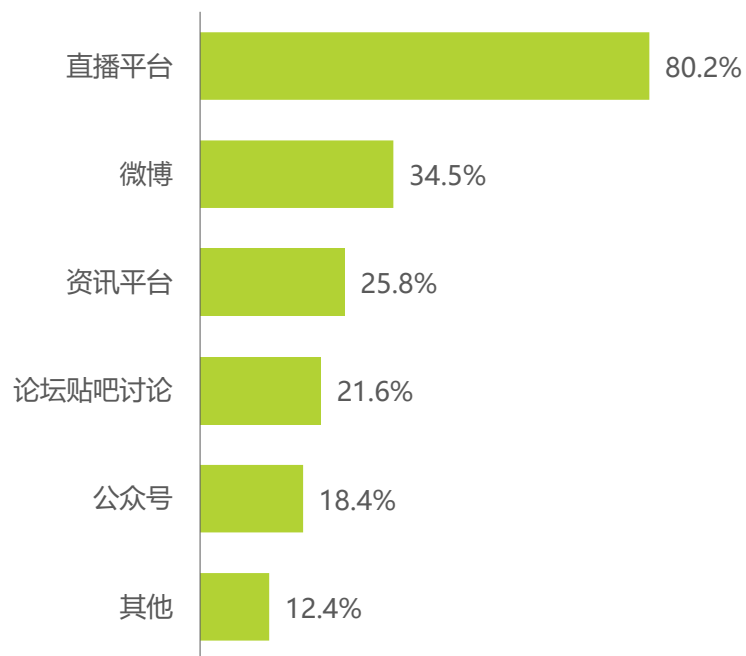
注释：D5. 请问您在主要看哪些内容的短视频？
样本：N=429；于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

关注俱乐部与选手情况

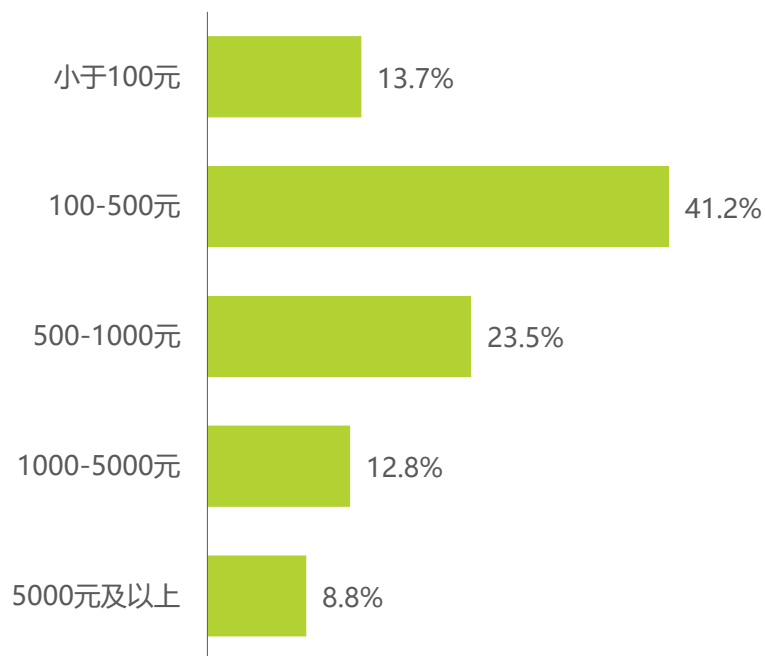
直播平台为主要关注渠道来源

通过直播平台关注俱乐部及选手的用户占比最高，超过80%。在俱乐部周边付费方面，愿意消费100-500元的用户占比最高，为41.2%。

2019年中国电竞用户关注俱乐部及选手来源



2019年中国电竞用户俱乐部周边付费情况



注释：： E7. 请问您是通过何种渠道关注他们的？

样本： N=826； 于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

注释： G9. 请问您愿意为俱乐部/战队周边产品最高消费多少？

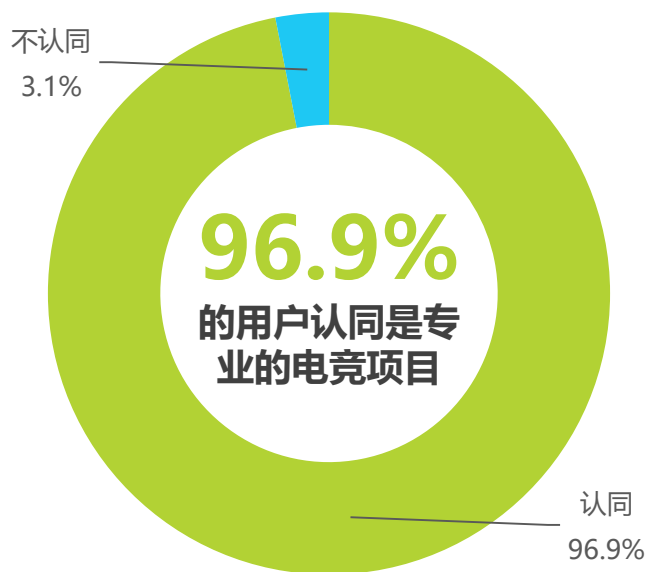
样本： N=102； 于2019年3月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

用户赛事认同度

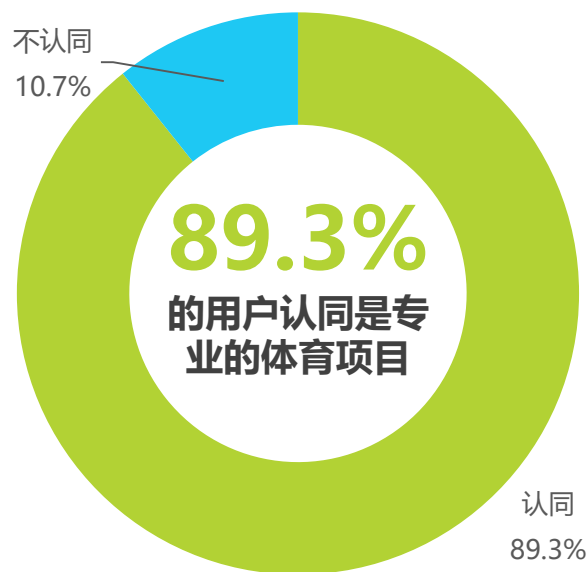
英雄联盟赛事认同度极高

大多数用户对英雄联盟赛季是体育项目这一议题认同度较高，表明英雄联盟在这些年内通过游戏的竞技性以及赛事的成熟度获得广大用户的认可。接近97%的用户认同英雄联盟赛事是专业的电竞项目，超过89%的用户认同英雄联盟赛事是专业的体育项目。

2019年中国电竞用户英雄联盟赛事认同度



2019年中国电竞用户英雄联盟赛事认同度



注释：G10.您认为目前英雄联盟赛事已经是一个专业的电竞项目了吗？
样本：N=196；于2019年1月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

注释：G11.那么您认为目前英雄联盟赛事已经是一个专业的体育项目了吗？
样本：N=196；于2019年1月通过艾瑞iClick以及外部电竞媒体联合调研获得。

电子竞技行业概况

1

电子竞技行业发展特点及趋势

2

电子竞技生态未来发展趋势

3

电子竞技用户分析

4

电子竞技行业竞争及企业分析

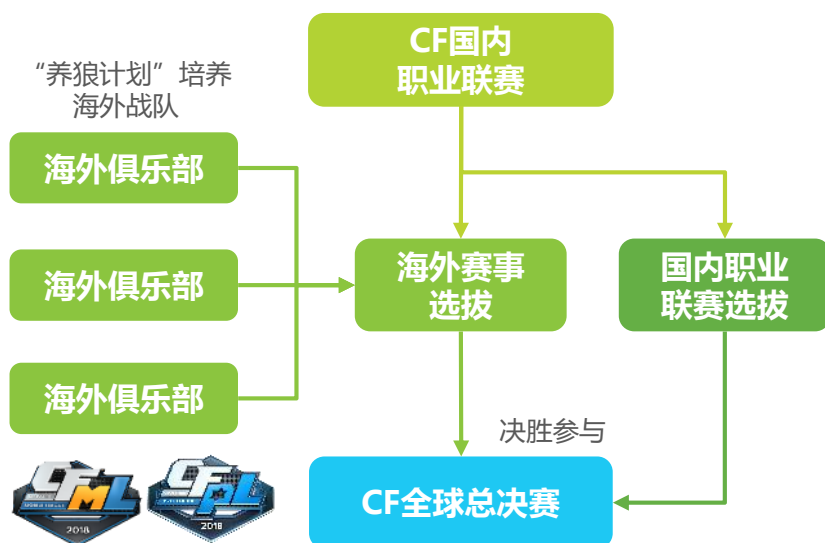
5

电竞赛事案例

CF职业联赛

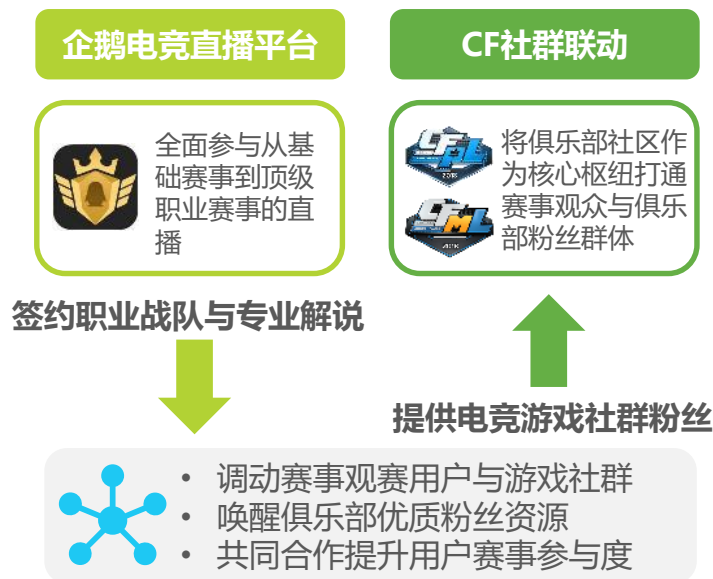
CF（穿越火线）赛事发展至今已有十年，作为老牌电竞职业联赛，如何在新品频出的射击类游戏市场中保持职业赛事的竞技性与观赏性成为新的挑战：为了提升赛事竞技性，CF职业赛事双端发力，手游赛事积极推动国际化进程，2018年通过举办CFM越南邀请赛、CFMI国际邀请赛、CFS世界总决赛等世界级比赛，促进中国战队与外国战队间的交流，提升国际赛事对抗强度；端游赛事通过引入外国战队推进国际化，增强观众观赛代入感，促进赛事体制革新。在赛事观赏性方面，CF职业赛事与行业头部直播平台深度合作，通过实现游戏、直播、电竞三位一体保持赛事观赏性。这些措施也取得了优异的成绩：2018年CF赛事全年参与人次超过10万，总场次超过2000场，共有165个直播日；其线下观赛人数接近2万人，总奖金接近2000万元。

CF职业赛事引入国际战队提升观赏性



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

CF与直播平台深化合作



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

电竞内容制作企业案例

华奥电竞

华奥电竞是一家拥有12年电竞内容制作团队积累的电竞内容提供商，旗下拥有NEST等多个第三方赛事IP。其中，NEST由国家体育总局体育中心主办，在晋级机制上与大型厂商赛事打通，成为国内大型第三方职业电竞赛事；而拥有深厚的专业团队积累，NEST在赛事制作上实现专业化赛事运营；在赛事商业化上，华奥电竞拥有与品牌主合作经验，实现赛事商业化运营。2018年开始，华奥电竞与虎牙进行内容战略合作，在提供独占优质电竞内容的同时与虎牙共同深挖直播用户需求，定制相关直播内容。

华奥电竞NEST赛事定位

国家级

由国家体育总局体育中心主办的
第三方大型综合赛事

专业化

专业化的赛事转播制作团队以及
唯一拥有各大头部游戏项目职业
授权赛事

全民化

基于LBS的全民赛事工具，囊括
高校与网吧两大全民渠道赛事，
让社会大众接触到电竞，为品牌
主提供一站式赛事解决方案



内容
制作

成立
日期

2008年

华奥赛事的商业特色

赛事特点

定制化赛事

与品牌主共同打造高度
定制化电竞赛事，实现
用户广泛覆盖

高校资源丰富

覆盖多个高校，帮助品
牌主与消费者建立更好
的沟通并增强品牌曝光

与多个知名品牌合作



电竞场馆企业案例

联盟电竞

联盟电竞成立于2016年3月23日，依托“内容+场景”的电竞生态模式，布局全球电竞场馆网络，通过进行多元化的内容制作及发行，打造全球电竞领先品牌。联盟电竞旗下电竞场馆资源丰富，不仅分布于全球各地，并且还在快速的增加当中。除此之外，联盟电竞已经成功举办了多场立足国内、国际市场的不同级别与规模的电竞赛事，目前已拥有“联盟电竞超级明星赛”、“传奇系列赛”两项自有品牌赛事。在节目制作方面，联盟电竞有着强大的赛事直播及视频制作能力，能够产出丰富且精良的赛事内容。



- 场馆分布广泛，遍布全球各地
- 场馆设施完备、娱乐资源丰富，体验好
- 与俱乐部紧密合作，共同打造主场馆



- 赛事专业、具有全球范围内的品牌影响力
- 拥有为精英玩家打造的自有品牌赛事
- 承办多个头部品牌赛事



- 拥有专业的赛事制作团队、制作水平精良
- 基于自有品牌赛事产出，有丰富的赛事内容生产能力
- 拥有优质的渠道资源

电竞场馆企业案例

联盟电竞

如今电竞行业发展日益成熟，已拥有高达3.5亿的用户规模；然而电竞行业的发展集中在线上产业，线下仍有巨大的市场发展空间。在此背景下，联盟电竞进行广泛的电竞场馆布局，不仅在国内城市建设多个场馆（如北京，深圳，贵安，天津，杭州），在北美、欧洲亦有分馆，且整体场馆数量仍在增加。除了耕耘线下电竞场馆，联盟电竞还致力推动整体行业规范化——受文化和旅游部委托，联盟电竞牵头起草了《电子竞技场馆运营服务规范》获得了全国协会团体标准委员会的通过，已由文化和旅游部申请国家标准立项，在推动电竞场馆行业发展上起到了正面的作用。

联盟电竞全国电竞场馆分布

联盟电竞贵安馆

- 开业时间：2018年
- 位置：贵安花溪大学城
- 面积：超4000平方米
- 设施服务：拥有承办并直播大型电竞赛事的专业设备，具有VR体验、网络观影、游艺竞技等多项服务

联盟电竞赛格电竞馆(深圳)

- 开业时间：2017年9月
- 位置：华强北电子一条街商圈
- 面积：近2000平米
- 设施服务：具有成套先进的专业比赛所用的直播设备

联盟电竞北京馆

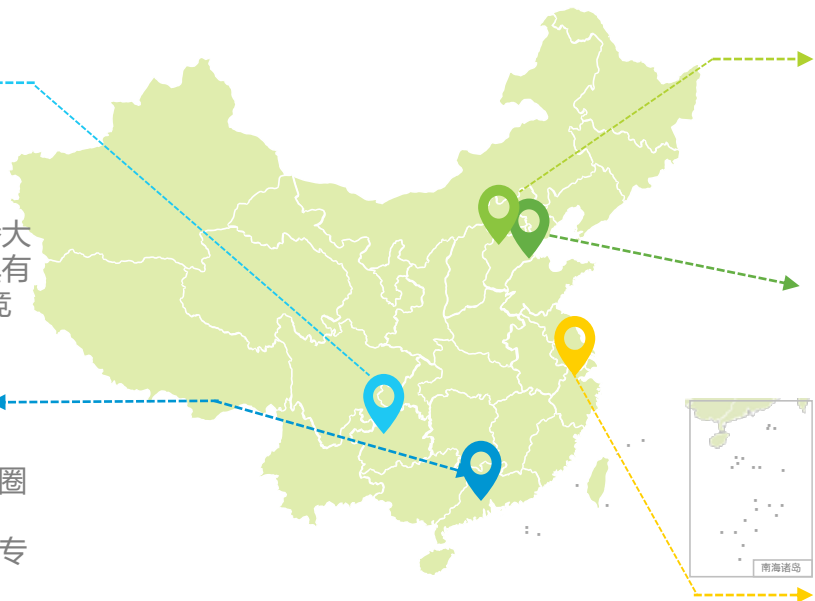
- 开业时间：2015年11月
- 位置：三里屯商圈
- 设施服务：有内、外场区，内场区有电竞舞台、专业直转播设备，LED大屏幕、天幕和能容纳近200人的观众席

联盟电竞天津馆

- 曾举办LPL青训营
- 开业时间：2018年8月
- 位置：中新天津生态城
- 面积：近4000平方米
- 设施服务：配备专业电竞舞台、直转播设备，设有VR多人对战、电玩、攀爬、蹦床等娱乐设施

LGD联盟电竞馆(杭州)

- LPL赛事LGD主场馆
- 开业时间：2019年1月
- 位置：杭州下城区电竞数娱小镇
- 面积：5200平方米
- 设施服务：千万顶级直转播设备，内场区域挑高12米，可容纳观众近600余人



电竞内容制作企业案例

NEOTV

作为首家登陆新三板的电竞公司，NEOTV拥有运营大型电竞赛事的经验以及配备完整的制作团队。在赛事业务方面，NEOTV与腾讯电竞TGA共同投资打造电竞运动会；除与头部游戏厂商共同运营赛事外，它还持续与政府在赛事方面合作，连续多年举办NESO（全国电子竞技公开赛）等国家级、国际级赛事。除了传统业务外，NEOTV在18年提升了电竞综艺节目业务，在流量上获得了突破。

NEOTV与头部游戏厂商共同运营赛事



NEOTV业务一览

赛事业务

- 与头部游戏厂商合作，共同打造腾讯电竞运动会等赛事
- 与政府合作，打造NESO等赛事

广告业务

- 与多家游戏厂商进行深入合作，获取、疏导、投放电竞资源

电竞综合业务

- 18年新增直播综艺及艺人业务

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询