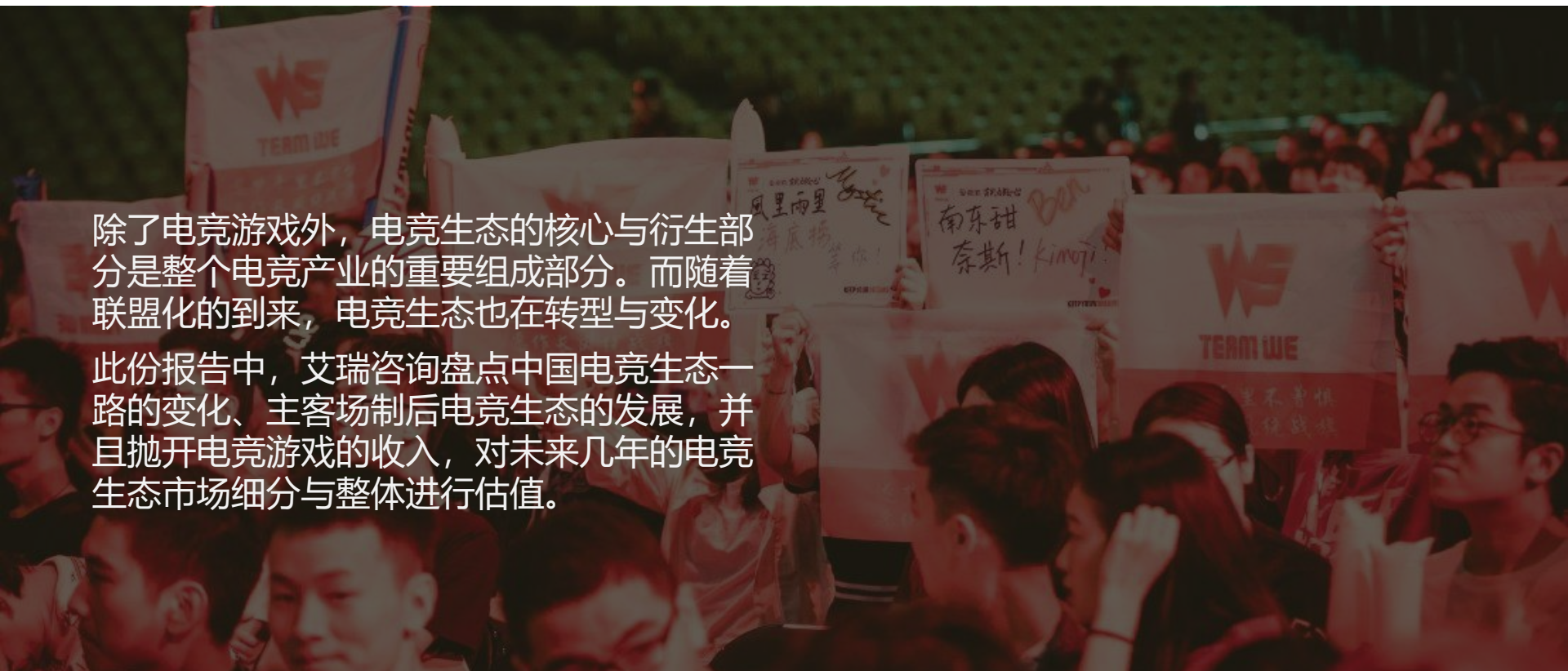


# 中国电竞生态研究报告

2017年



## 研究背景



除了电竞游戏外，电竞生态的核心与衍生部分是整个电竞产业的重要组成部分。而随着联盟化的到来，电竞生态也在转型与变化。

此份报告中，艾瑞咨询盘点中国电竞生态一路的变化、主客场制后电竞生态的发展，并且抛开电竞游戏的收入，对未来几年的电竞生态市场细分与整体进行估值。



随着联盟化的到来，预计2020年中国电竞生态市场规模将达到**200亿**元，将实现五倍的增幅。



主场化激活当地电竞场馆与周边配套商圈，形成电竞商业娱乐综合体，带来巨大市场价值并推动当地电竞生态产业发展。



“电竞是体育”的认同度获得大幅提升，整个电竞行业走向正规化、职业化。

中国电竞生态发展概况

1

中国电竞生态市场规模

2

中国电竞生态发展趋势

3

中国电竞生态发展展望

4

# 中国电竞行业发展趋势图

## 行业进入爆发期

### 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
- 政策影响行业发展停滞
- 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

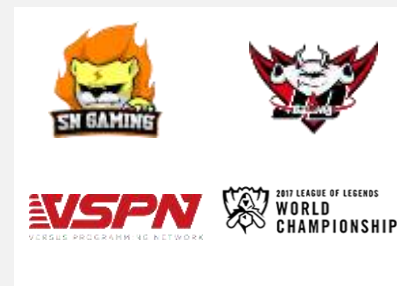
发展期



- WCG停办，第一届LPL开幕
- 直播平台进入电竞市场，助力电竞传播与促进赛事版权市场
- 赛事良性发展推动行业职业化、专业化，大量新兴俱乐部涌现

2013-2016年

成熟期



- 电商与传统赞助商品品牌开始参与电竞领域
- 内容提供商进行整合升级
- LPL进行联盟化改革
- S7于中国举办，极大提振了中国电竞受关注度
- 行业进入黄金五年

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。

中国电竞生态发展概况

1

中国电竞生态市场规模

2

中国电竞生态发展趋势

3

中国电竞生态发展展望

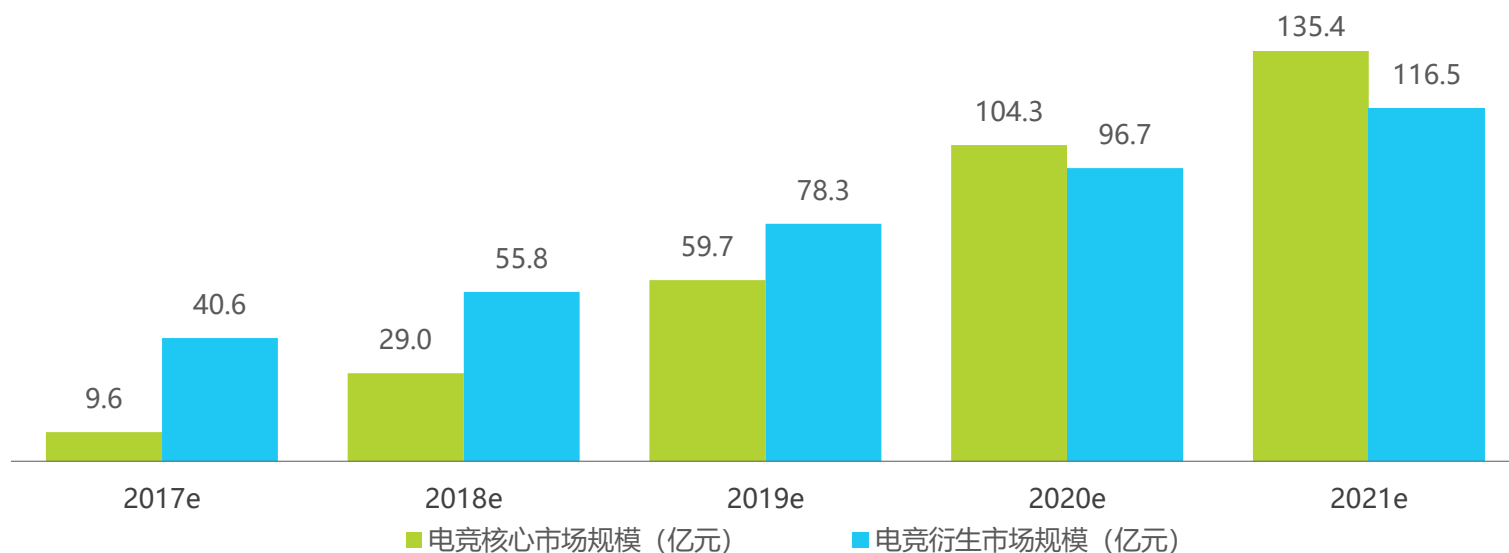
4

# 中国电竞生态市场规模

## 3年内将突破百亿元

在联盟化以及主场化的影响下，未来中国电竞核心市场规模将高速增长，预估经过电竞“黄金五年”发展后市场规模将达到135亿元；而包括电竞衍生市场在内，预计整体市场规模在2021年将达到250亿元。

2017-2022年中国电竞生态市场规模



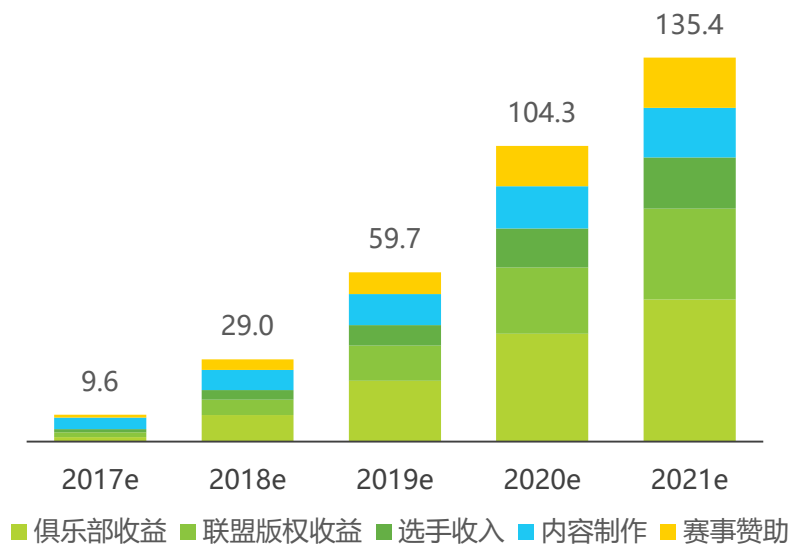
注释：1.电竞核心收入：包括战队俱乐部收入、选手收入以及赛事版权收益、赞助等围绕赛事产生的收入。2.电竞衍生收入：包括电竞场馆及其配套商圈收入、游戏直播平台、主播与解说等赛事之外的产业链核心环节产生的收入。3.电竞游戏收入：包括中国大陆地区用户为狭义电竞游戏消费总金额。4.产业规模以各个部分的收入规模为准  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

# 中国电竞生态市场规模

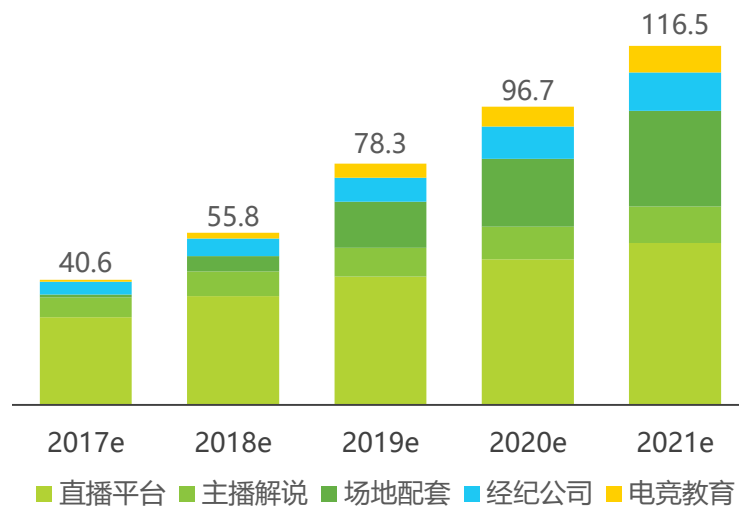
## 联盟化推动市场规模高速增长

目前电竞衍生市场规模仍然远大于电竞核心市场规模，预计经过3年的发展后核心市场规模将会超越衍生市场规模。而在联盟化与主场化的推动下，线下场地配套以及周边收入将会迅速扩张，并且带动相关电竞产业在当地迅速发展。

### 2017-2022年中国电竞核心市场规模



### 2017-2022年中国电竞衍生市场规模



注释：1.电竞核心收入：包括战队俱乐部收入、选手收入以及赛事版权收益、赞助等围绕赛事产生的收入。2.产业规模以各个部分的收入规模为准  
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，仅供参考。

注释：1.电竞衍生收入：包括电竞场馆及其配套商圈收入、游戏直播平台、主播与解说等赛事之外的产业链核心环节产生的收入。2.产业规模以各个部分的收入规模为准  
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，仅供参考。



# 中国电竞生态市场规模

## 2020年联盟化效果初成 主场化带动配套场地收入

经过3年的联盟化与主客场建设，预计2020年中国电竞生态整体逐步完善。其中，作为电竞生态核心部分的俱乐部获得巨大的增长，在2020年预计收入规模将会达到40亿元。而电竞衍生生态方面，主场建设所带动的场地配套商圈将会有接近22亿元的收入规模。此外，赛事版权、直播平台等也均获得大幅增长。

### 2020年中国电竞生态市场规模

	收入来源	2020e
		(亿元)
电竞核心	俱乐部收益	38.0
	联盟版权收益	23.3
	选手收入	13.8
	赛事赞助	14.2
	内容制作	14.9
电竞衍生	直播平台	47.2
	场地配套	22.0
	经纪公司	10.5
	主播解说	10.6
	电竞教育	6.4

注释：1.电竞核心收入：包括战队俱乐部收入、选手收入以及赛事版权收益、赞助等围绕赛事产生的收入。2.电竞衍生收入：包括电竞场馆及其配套商圈收入、游戏直播平台、主播与解说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。4.产业规模以各个部分的收入规模为准  
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，仅供参考。

### 2020年中国电竞生态市场规模



38亿

电竞俱乐部收入，包括门票收入、赛事版权、赞助收益、礼物授权收益以及球员交易所得



47亿

电竞直播平台收入



22亿

场地配套收入，包括附近商圈收入等

注释：1.电竞核心收入：包括战队俱乐部收入、选手收入以及赛事版权收益、赞助等围绕赛事产生的收入。2.电竞衍生收入：包括电竞场馆及其配套商圈收入、游戏直播平台、主播与解说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。4.产业规模以各个部分的收入规模为准  
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，仅供参考。

中国电竞生态发展概况

1

中国电竞生态市场规模

2

中国电竞生态发展趋势

3

中国电竞生态发展展望

4

# 电竞生态 发展趋势



# 中国电竞生态发展趋势

## 中国电竞生态发展趋势

### 赞助商多元化

传统品牌的广告主开始重视电竞消费群体，通过赞助电竞赛事等切入电竞市场。



### 直播平台成主要传播渠道

直播平台成为电竞内容的主要传播渠道，推动电竞行业迅速发展。



### 电竞游戏网游化 大幅增加厂商营收

《星际争霸2》与《英雄联盟》等网游化电竞游戏进入市场，为游戏运营商带来稳定的收益。



### 为延长游戏寿命 第一方主导赛事

厂商为保障游戏热度，投入大量资源打造高规格赛事；电竞内容提供商不断整合升级，提供专业内容。



### 俱乐部职业化 选手生存环境改善

俱乐部架构公司化，大量资本进入该领域；选手权益得到保障，未来发展前途多样。



# 电竞游戏 发展趋势

## 游戏集成对战平台 厂商维护活跃度保持持续运营

由于游戏官方服务器普遍不稳定，电竞游戏起初主要通过局域网模式供玩家进行对抗。而随着《星际争霸2》与《英雄联盟》等游戏进入市场，电竞游戏进入网络游戏时代：所有联机服务均由官方提供，在保障用户联机体验的同时也能够为游戏开发带来稳定的收益，对游戏进行持续更新以延长游戏寿命。

### 电竞游戏联机模式变化

#### 2009年之前——对战平台主导

- ◆ 官方服务器不稳定，必须依靠第三方平台
- ◆ 游戏厂商无法持续获利，游戏是一次性消费
- ◆ 部分平台收费项目多，打击外挂不力体验较差

#### 2009年之后——电竞游戏融合线上对战

- ◆ 提供更稳定的服务器，玩家无需额外登陆平台
- ◆ 游戏厂商可以稳定持续地获利，延长游戏寿命
- ◆ 游戏厂商负责游戏内购项目设计，环境更公平



# 游戏类型多元化

## 游戏不断更迭满足市场竞技需求

随着电竞游戏行业的发展与用户需求的变化，电竞游戏的类型也逐渐多样化。从射击类、即时战略游戏为主发展到以MOBA游戏为主，多种游戏类型共同繁荣的电竞市场；而各个游戏类型也发生了细分，同一类型下有多款游戏满足不同用户的差异需求；操作平台也以PC端扩散到了移动平台上，让更多人享受到了电竞所带来的快乐。

### 游戏类型多元化



游戏类型的多元化以及设备多样化，将电竞的快乐带给更多人。

### ——短平快的游戏体验扩展游戏群体

“我主要是和宿舍的同学一起玩英雄联盟啊，天天打几盘很开心的。”

——陈小姐，21岁，学生

### ——移动端释放游戏场景

“很方便啊，直接掏出手机就能和朋友玩。”

——李先生，21岁，学生

# 电竞赛事 发展趋势



# 第一方主导电竞赛事

## 运营需求促使厂商主导赛事 推动赛事体育化进程

### 缺乏稳定赞助导致赛事落幕

由于缺乏稳定赞助，多数第三方赛事迅速销声匿迹；选手们则在一个又一个比赛中辗转。

### 电竞赛事体育化

电竞赛事本身成为有价值的独立内容，其背后的电竞生态也在不断发展，最终推动电竞赛事体育化。

### 第三方赛事曾经叱咤风云

WCG、ESWC等大型第三方国际赛事开启了大家对电竞赛事的初步认知。

### 电竞游戏网游化开启第一方赛事

由于电竞游戏网游化，游戏运营方为维持游戏的生命力持续对赛事进行投入。而第一方赛事无论在赛程制度还是奖金·规格上均碾压多数第三方赛事。

# 内容提供商进行整合

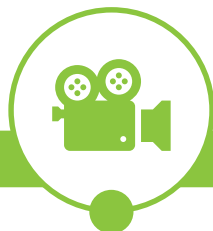
## 整合升级制作专业电竞内容

与赛事伴生的电竞内容提供商也在同步发展，行业中开始出现了如VSPN这样的整合者，吸收优质内容资源打造精品赛事内容。在整体行业上，各个内容提供商开始挖掘自身特色；另一方面，俱乐部、平台等其他产业相关公司开始建设自己的内容团队，以适应观众不断变动的内容需求以及自身属性的差异。

### 内容供应商发展趋势



- 电竞内容制作商随着电竞赛事的火热大量出现
- 线上媒体与付费电视孵化国内第一批专业人才



- 大量赛事以及直播平台的兴起刺激市场产出更多电竞相关内容
- 内容制作商积累经验开始制作专业高水准赛事以及电竞衍生内容



- 内容制作公司商业化进程加速，“灿星”模式成为业内学习对象
- 其他电竞领域公司开始自建内容制作团队，以适应自身需求以及快速变化的用户内容需求

# 俱乐部与选手 发展趋势

# 俱乐部职业化

## 规范化引入公司运营模式

中国电竞俱乐部早期是以玩家自发组织为主，这些俱乐部的组织结构更接近于兴趣社团；在资金方面，俱乐部早期主要依靠赛事奖金，往往饥一顿饱一顿。而随着资本的涌入以及行业规范化发展，俱乐部纷纷采用公司化管理模式，保持稳定运转；而稳定的资金来源能够帮俱乐部持续投入，提升成绩表现并进行商业化运作。

### 俱乐部发展趋势



# 选手生存环境改善

## 收入得到基本保障 退役后转业选择多样

行业的规范化对选手权益保障有着重要影响。过去，由于俱乐部组织结构较为松散，对于选手工资等权益的分配很少有明确合同，导致诸多冲突发生；此外，选手收入来源也较为单一，非常不稳定。现在，正规俱乐部与选手签订合约，并且缴纳社保，保障选手的基本权益；选手的收入来源也呈现多元化趋势，如产品代言、直播合约等额外收入来源。

### 选手生存环境得到改善

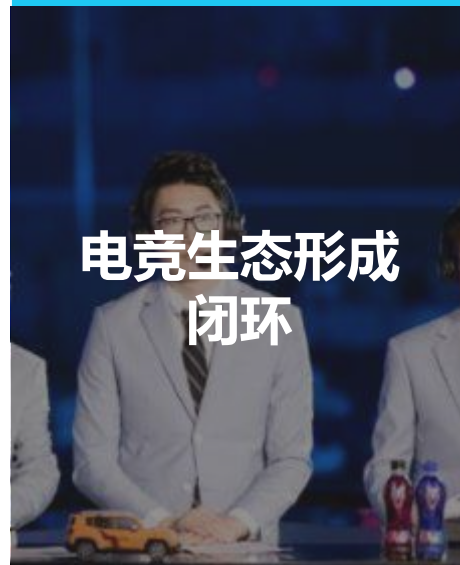
- 俱乐部提供合同保障选手
- 收入稳定且有行业统一标准



- 直播合约补充收入来源
- 选手代言产品逐渐风行



- 大量退役选手进入幕后舞台
- 电竞行业进入可持续发展形态





# 传播与赞助 发展趋势

# 电竞传播直播化

## 直播市场爆发加速电竞内容传播

赛事内容的火爆离不开大众传媒的传播，但过去对于游戏的禁令直接影响了电竞赛事的发展。因此，赛事内容转战P2P直播以及收费电视频道，积聚自身的力量。而随着国内直播平台的涌现，都在追求有价值的直播内容。而极具人气与观赏性的电竞赛事受到各个平台的欢迎的同时，直播平台也成为电竞赛事最主要的传播渠道。

### 直播平台成为赛事主要传播渠道



# 赞助商多元化

## 广告主开始重视电竞消费群体 纷纷介入电竞赞助

过去的电竞赛事的赞助商往往是与游戏联系密切的电脑硬件厂商为主。赛事的进一步发展在扩展电竞用户人群的同时，也提升了赛事的广告赞助价值。在最新的英雄联盟世界赛中，赞助商除了传统的硬件外设厂商外，还出现了快消品以及汽车品牌。这一事实证明了广告主开始重视电竞消费群体，通过赞助电竞赛事等方式切入电竞市场。

### 赞助商变化趋势





中国电竞生态发展概况

1

中国电竞生态市场规模

2

中国电竞生态发展趋势

3

中国电竞生态发展展望

4

# 联盟化与 主场化

# 电竞行业向体育化高速迈进

## 头部电竞游戏推动行业发展

头部电竞游戏一直在推动着整个行业的发展，配合游戏更迭整个电竞行业也不断完善。今年是《英雄联盟》进入中国的第六个年头，在此期间中国电竞行业发生了巨大的变化：赛事规格提升、俱乐部迅速发展、直播平台兴起，电子竞技的社会美誉度也在不断提升。现在，《英雄联盟》率先开启电竞联盟化与主场化，推动整个中国电竞产业向传统体育方向进一步发展。

### 联盟化与主场化进一步推动中国电竞行业发展



联盟化

主场化

扩大电竞生态市场规模

提升赛事版权与俱乐部收入

提升社会电竞认同度

建立电竞人才培养体系

激活各地电竞产业链

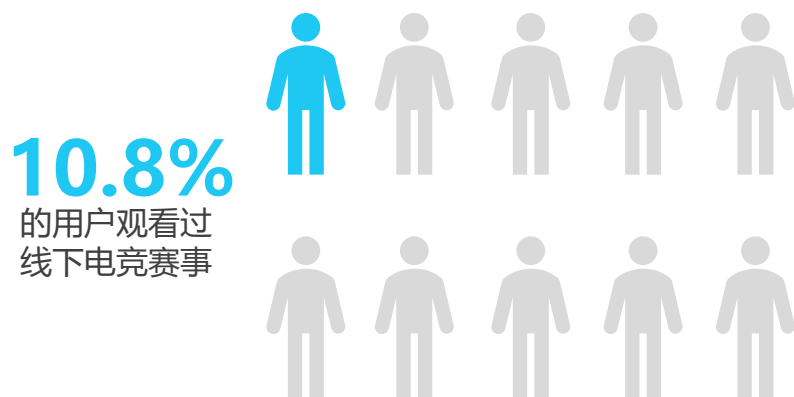
促进泛娱乐文化衍生内容

# 主场化释放线下观赛潜力

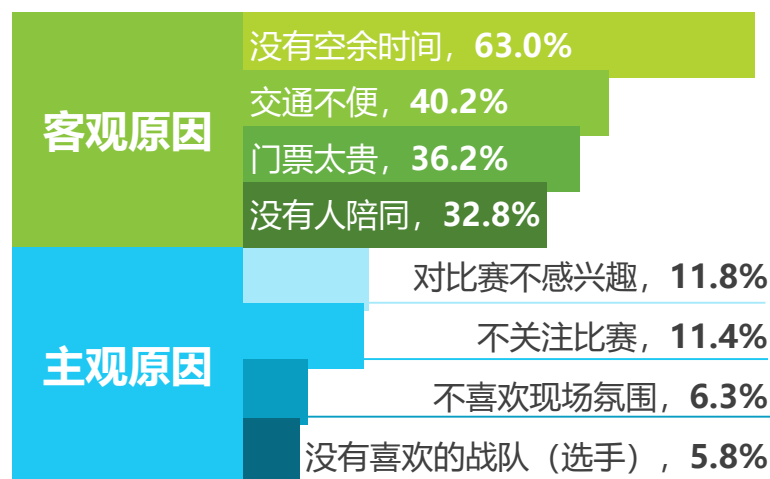
## 俱乐部与赛事落地满足各地观赛需求

从用户侧的反映来看，实际上只有10%左右的电竞用户曾去现场观赛——其中大多数用户没有观赛的主要原因则是“交通不便”等客观因素制约。目前电竞赛事与俱乐部主要集中在上海，高度集中的电竞产业把赛事局限在一处。随着电竞生态的完善，各个城市对于电竞赛事需求不断提升。上述的客观条件为电竞赛事的主场化提供了充足的条件与市场需求。未来随着主场化的进行，赛事与俱乐部将通过主场入驻电竞气氛浓厚的城市，把线下电竞赛事的体验推向更多用户。

### 2017年英雄联盟用户线下赛事观看比例



### 2017年英雄联盟用户未观看线下赛事原因



注释：[q62]请选择您的性别？  
样本：N=2025；于2017年9月通过QQtips对电竞用户定向调研获得。

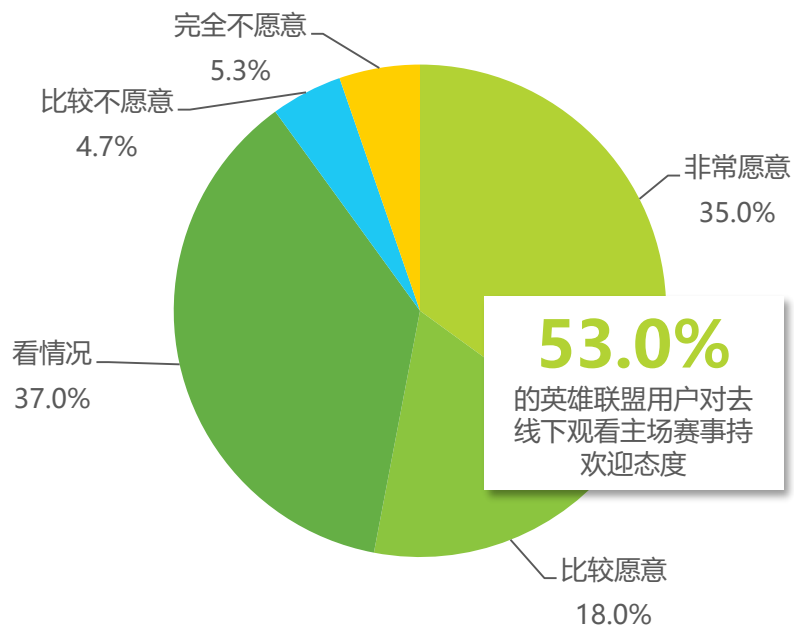
注释：[q25\_1]请问您为什么尚未前往线下观看电竞赛事？  
样本：N=2025；于2017年9月通过QQtips对电竞用户定向调研获得。

# 主场意识吸引本地用户观看

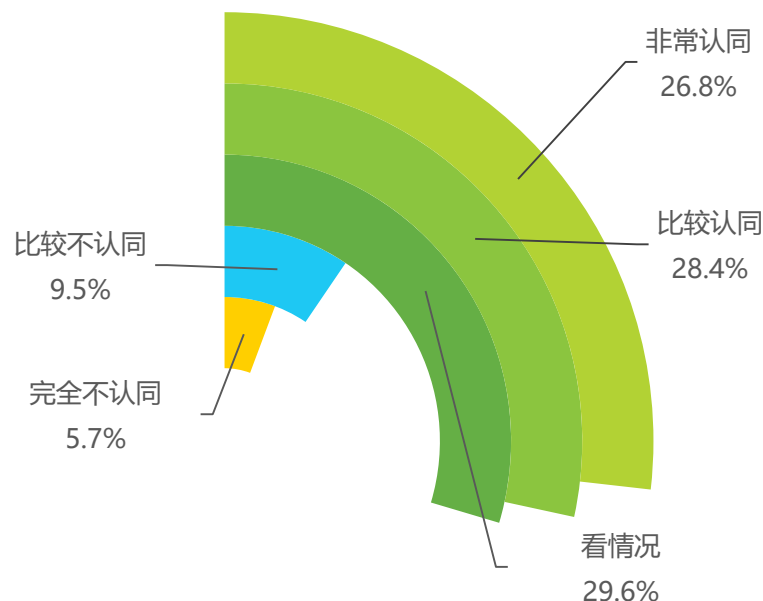
## 本地俱乐部归属感更强

主场意识有效提升用户对于主场电竞赛事的关注度。和传统体育一样，电竞用户对于主场赛事的观看意愿更高，并且对于本地城市文化相结合的电竞内容更感兴趣。从对《英雄联盟》的用户进行调查中可以发现，主场化能够提升用户对原本并不感兴趣的俱乐部的关注度，并且有强烈的意愿去现场观赛、去支持本地俱乐部，肯定会支持的用户达41%。

### 2017年电竞用户主场观赛意愿



### 2017年电竞用户本地文化与赛事结合对观赛意愿提升效果调查



注释：[q53]请问您愿意去现场观看城市主场的英雄联盟电竞战队赛事？  
样本：N=2025；于2017年9月通过QQtips对电竞用户定向调研获得。

注释：[q57]请问您认为主场城市元素与英雄联盟赛事结合是否会提升赛事对本地观众的吸引力（如本地方言解说或本地选手等）？

样本：N=2025；于2017年9月通过QQtips对电竞用户定向调研获得。

# 线下场馆激活当地电竞产业

## 电竞场馆配套产业潜力巨大

除了满足当地电竞用户的观赛需求外，主场化对当地电竞行业以及场馆配套商圈的发展起到促进作用。以俱乐部主场场馆为核心，当地的电竞配套产业会迅速发展率先满足场馆的赛事内容需求。此外，主场场馆所配套商圈也会从赛事举办中收益，大量观众在观看赛事前后可以在配套商圈进行消费娱乐；部分地产公司已经与俱乐部携手打造电竞商业综合体，进一步开发电竞场馆的商业价值。预计在2020年场馆商圈配套收入将达到22亿元。

### 电竞场馆带动当地电竞行业发展



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

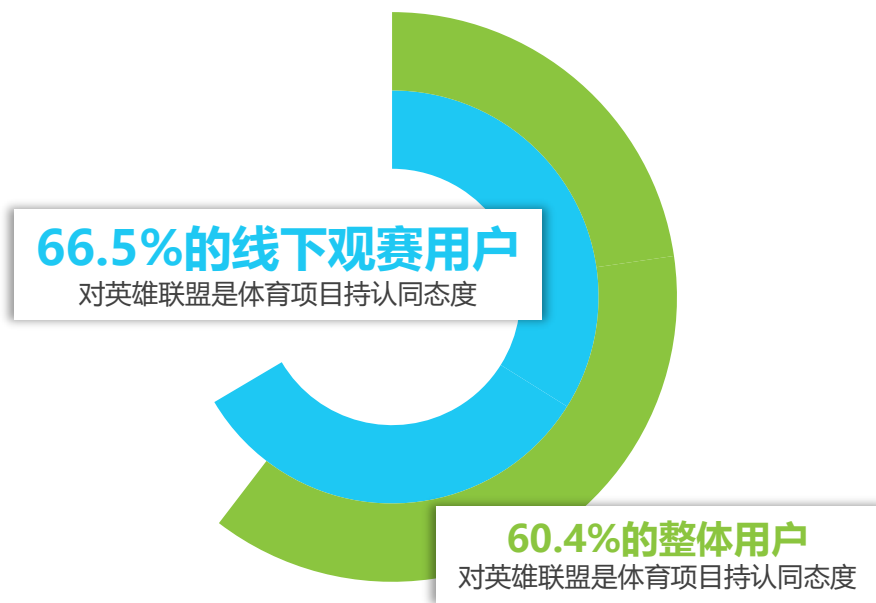


# 主场化为电竞提供展示渠道

## 线下赛事有效提升社会对电竞的认同度

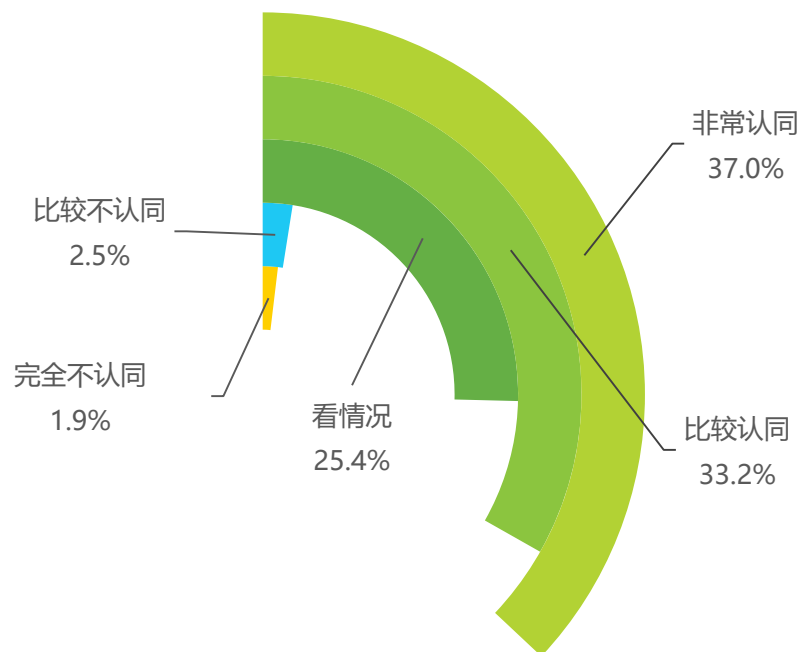
数据显示，观看过电竞赛事的观众对电竞的观感高于普通用户，而线下电竞赛事更能够提升用户对于电竞是体育项目的认同度。随着主场化的推动，在未来的五年内，主场化将大量观众吸引到现场观看赛事，并且提升社会对于电竞的认同度。

### 2017年英雄联盟用户电竞体育化认同度



注释：[q60]您认为目前英雄联盟赛事已经是一个真正体育项目了吗？  
样本：N=2025；于2017年9月通过QQtips对电竞用户定向调研获得。

### 2017年英雄联盟用户对联盟化提升社会电竞认同度调查



注释：[q52]请问您认为联盟化是否会提升社会对电子竞技的认同度？  
样本：N=2025；于2017年9月通过QQtips对电竞用户定向调研获得。

# 电竞生态 迎来 黄金五年



# 电竞生态蓬勃发展

## 未来五年是电竞发展黄金期

联盟化与主场化为电竞生态的发展注入了新的活力，整体市场规模也将进一步增长。预计未来五年是电竞行业发展的黄金时期，市场规模进一步扩大的同时整个电竞生态向体育化与商业化靠拢，预计在2022年整个电竞生态将达300亿元的规模。

### 电竞生态迎来黄金五年



#### 市场规模提升

- 俱乐部收入大幅增加
- 赛事版权价格飙升
- 衍生与核心市场共同繁荣



#### 电竞生态完善

- 电竞教育受各地重视
- 电竞产业分布各大城市
- 衍生产业形态丰富



#### 社会认同度提升

- 对于电竞是体育的认同度提升
- 电竞去污名化

# 线下电竞场馆商业化展望

## 打造电竞+娱乐综合娱乐中心

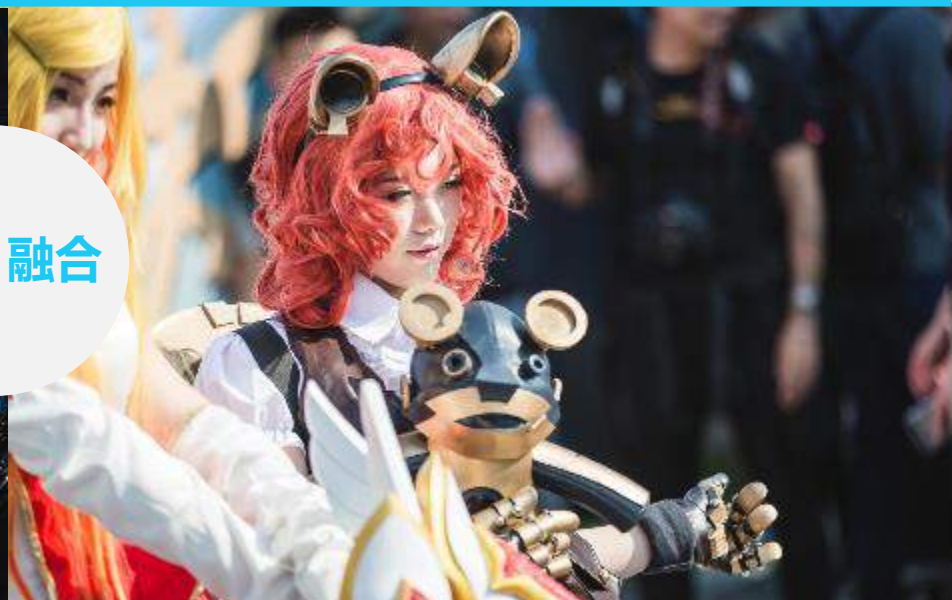
体育场馆不仅是观看体育赛事的场所，具有多元的商业娱乐中心的潜质——曼联的老特拉福德球场就有配套的购物与娱乐商业中心。而随着商场的不断演进，娱乐的边界也在不断拓展，形成新型商业综合体。未来电竞场馆除了观看电竞赛事外，更是一个以电竞为主题的消费+购物+娱乐的商业综合体，给年轻人提供更多元的娱乐选择。未来随着俱乐部主场化的进行，电竞场馆不仅仅会成为当地的电竞中心，更是多元化的商业娱乐中心。

### 电竞主场商业化



**线下场馆：**与商业综合体进行融合发展

### 多元娱乐中心



**娱乐中心：**以电竞为核心提供多元娱乐内容

跨界 融合

# 公司介绍/法律声明



## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 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。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

# 生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询