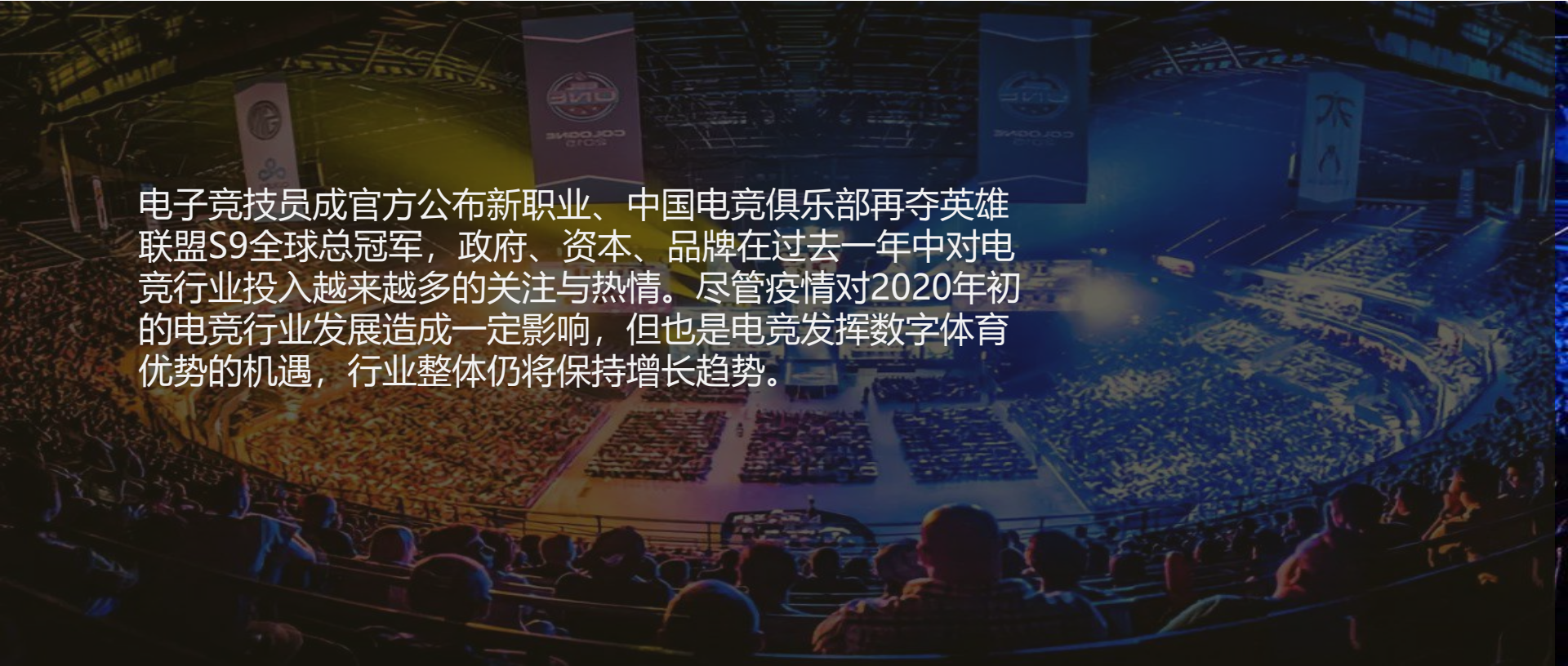


中国电竞行业研究报告

2020年



研究背景



电子竞技员成官方公布新职业、中国电竞俱乐部再夺英雄联盟S9全球总冠军，政府、资本、品牌在过去一年中对电竞行业投入越来越多的关注与热情。尽管疫情对2020年初的电竞行业发展造成一定影响，但也是电竞发挥数字体育优势的机遇，行业整体仍将保持增长趋势。



市场：2019年电竞整体市场规模突破**1000亿元**。未来，电竞商业化发展将进一步助推电竞整体市场的增长，预计在2021年将突破**1600亿元**。



商业：头部的电竞**赛事版权**成为业内关注焦点，英雄联盟全球总决赛中国区版权拍出3年8亿的金额。在电竞赛事影响力不断提升的同时，版权之争将愈发激烈。



资本：电竞俱乐部的**整体估值**快速上升，丹麦出现世界范围内首家**上市电竞俱乐部**。随着俱乐部盈利能力不断增强，国内电竞俱乐部的资本市场之路也未来可期。



游戏：**自走棋**类游戏在2019年出现并不断衍生拓展，构建**游戏IP生态**成头部电竞游戏发展趋势。



赛事：电竞赛事及电竞内容的出圈能有效带动电竞影响力提升。女性电竞用户的占比在2020年预计提升至**36%**，未来将有更多的**女性力量**活跃于电竞赛场之上。

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。

中国电竞行业概况	1
中国电竞行业发展特点	2
中国电竞用户属性分析	3
中国电竞企业案例分析	4
中国电竞行业发展趋势	5

中国电竞行业发展概况

电竞成体育竞赛项目，电子竞技员成新职业

中国电竞行业发展历程



- 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
- 移动电竞开始爆发

2013 - 2017年

增长期



- 疫情下电竞发挥数字体育优势
- S8、S9中国俱乐部接连夺冠
- 自走棋类竞技游戏不断涌现
- 全球首家电竞体育公司腾竞体育成立，专注LPL赛事运营
- 电子竞技员和电子竞技运营师成官方发布的新职业
- 电竞被国家归为体育竞赛项目

2018年 -

爆发期

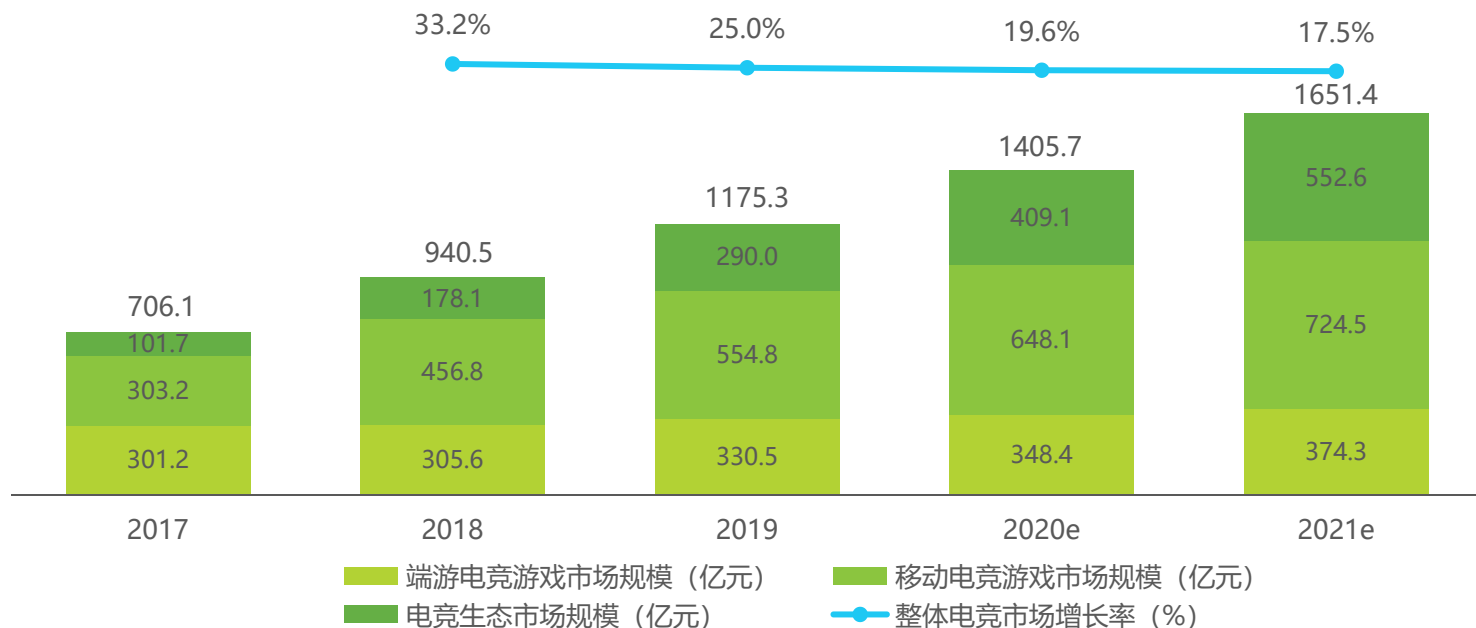
注释：各个时期上方图标为该时期内出现的电竞相关内容，与其市场表现无关。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞市场规模

2019年整体市场规模突破1000亿元

2019年中国整体电竞市场的增长主要来自于电竞生态市场规模的快速扩张。尽管疫情对2020年的电竞行业，尤其是线下环节造成一定影响，但得益于电竞游戏市场的稳定发展及游戏直播平台的收入增长，整体电竞市场规模仍将保持平稳的上升趋势。

2017-2021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、版权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。

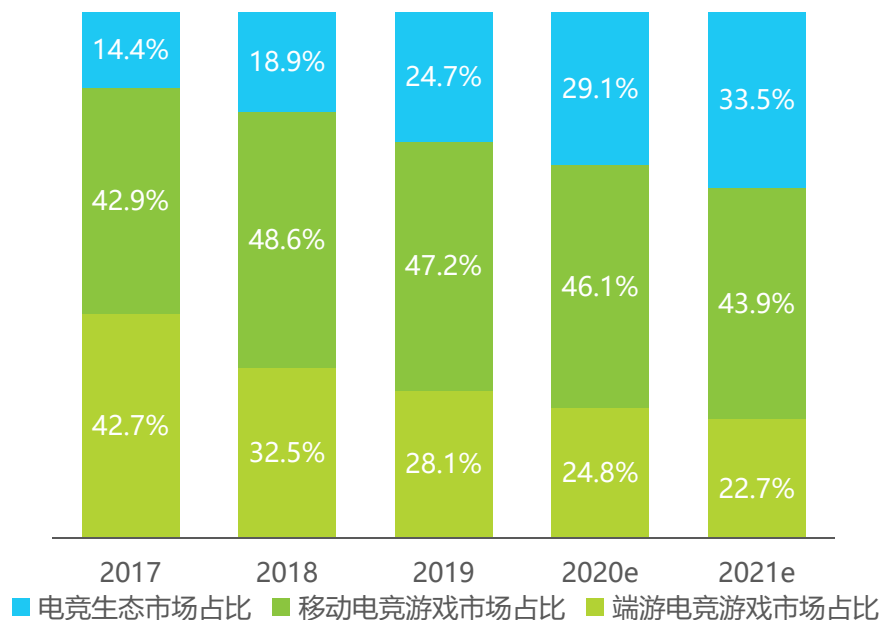
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国电竞细分市场规模

电竞商业化发展推动生态市场占比提升

自2017年以来，移动电竞游戏收入均占据整体电竞市场的主要部分。同时，随着电竞越来越得到主流品牌的认可，电竞跨界合作趋势愈加明显，都为电竞生态注入更多活力，电竞生态市场占比稳步提升。预计在2020年电竞生态市场将占整体电竞市场份额的29.1%。

2017-2021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年中国电竞细分市场规模



348亿
端游电竞游戏市场规模



648亿
移动电竞游戏市场规模



409亿
电竞生态市场规模

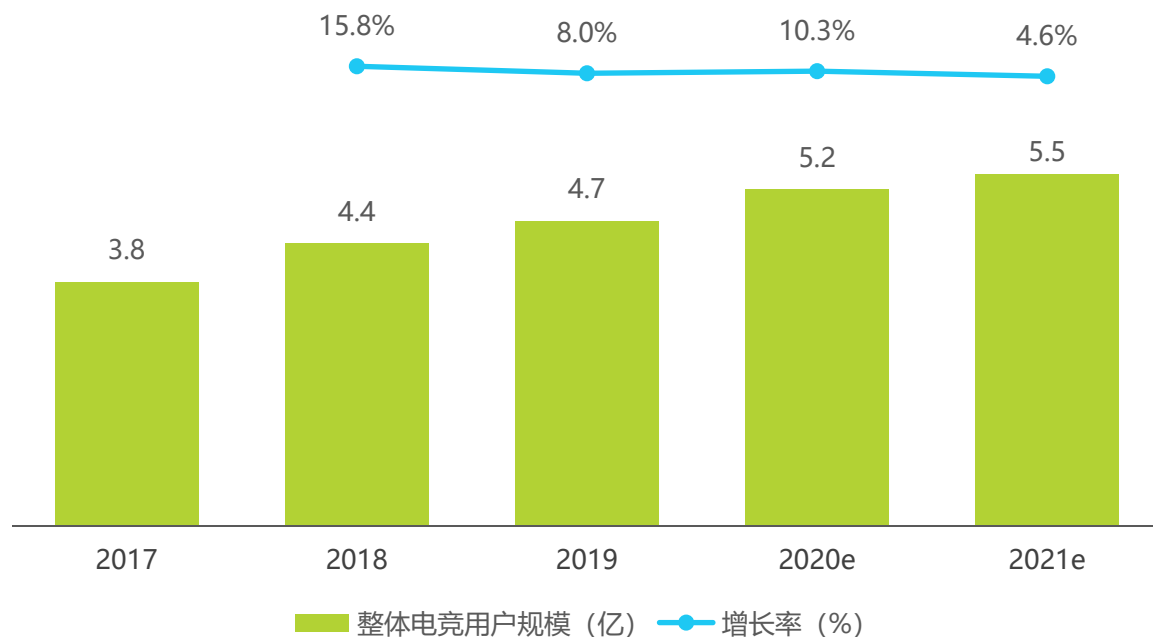
注释：中国电子竞技行业市场规模包括：1.端游电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为端游电竞游戏消费总金额。2.移动电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为移动电竞游戏消费总金额。3.电竞生态市场规模，包括赛事门票、周边、众筹等用户付费以及赞助、广告等企业围绕赛事产生的收入，以及包括电竞俱乐部及选手、直播平台及主播等赛事之外的产业链核心环节产生的收入。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国电竞用户规模

电竞出圈带动用户进一步增长

世界级电竞赛事接连夺冠、电竞影视剧备受关注、自走棋类电竞游戏火爆，都推动着电竞不断出圈，并带动电竞用户的进一步增长。需要注意的是，这些新用户的电竞习惯仍需一段时间培养。

2017-2021年中国电竞用户规模

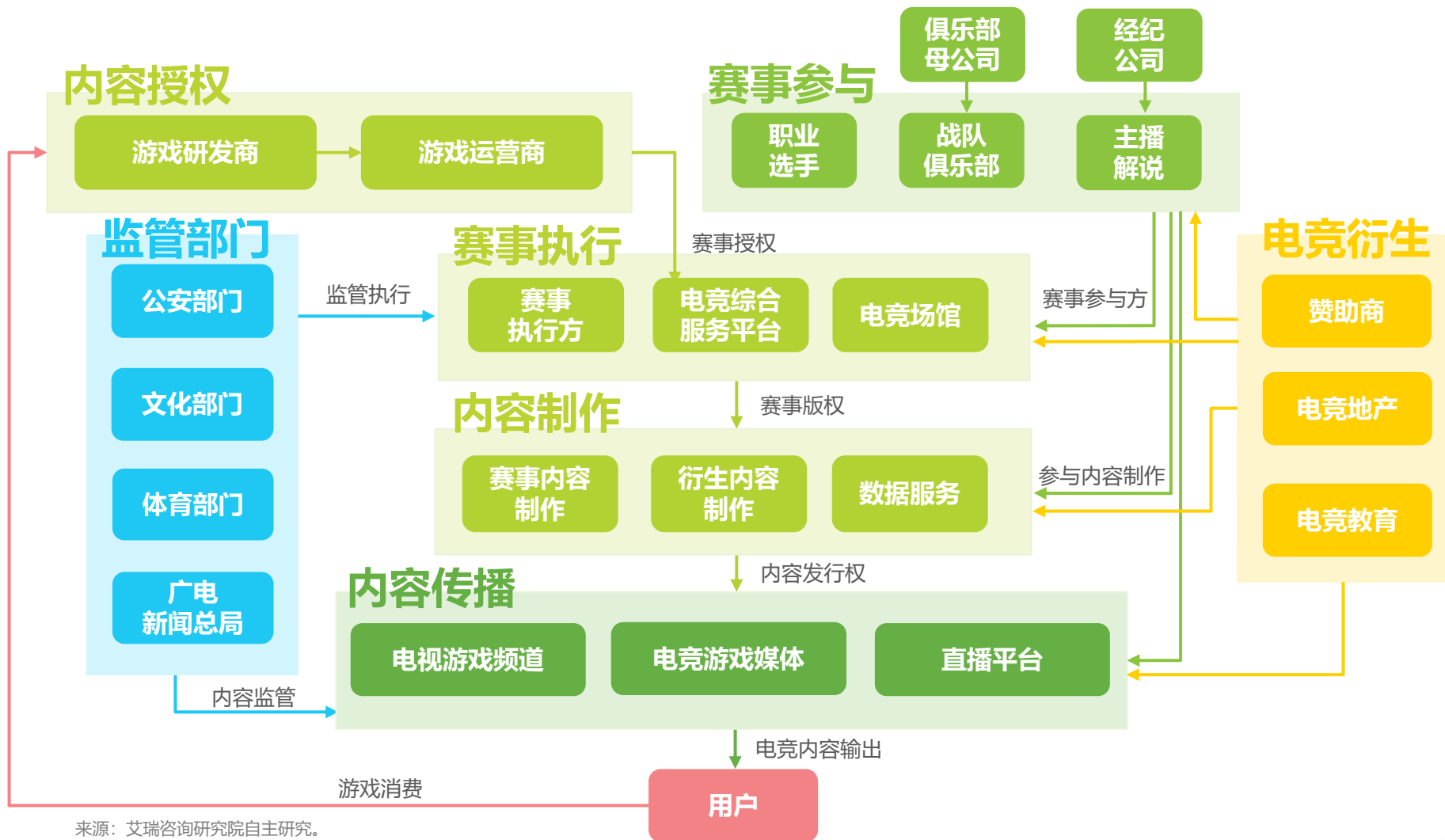


注释：本报告中的移动竞技用户指有以下一项或多项行为的用户：1.半年内至少观看过或参与过一次核心电竞游戏赛事（包括职业和非职业赛事），2.每周频繁玩核心电竞游戏或观看相关直播。

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

2020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

2020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。

中国电竞行业概况

1

中国电竞行业发展特点

2

中国电竞用户属性分析

3

中国电竞企业案例分析

4

中国电竞行业发展趋势

5

中国电竞行业整体发展特点

2020年中国电竞行业整体发展特点

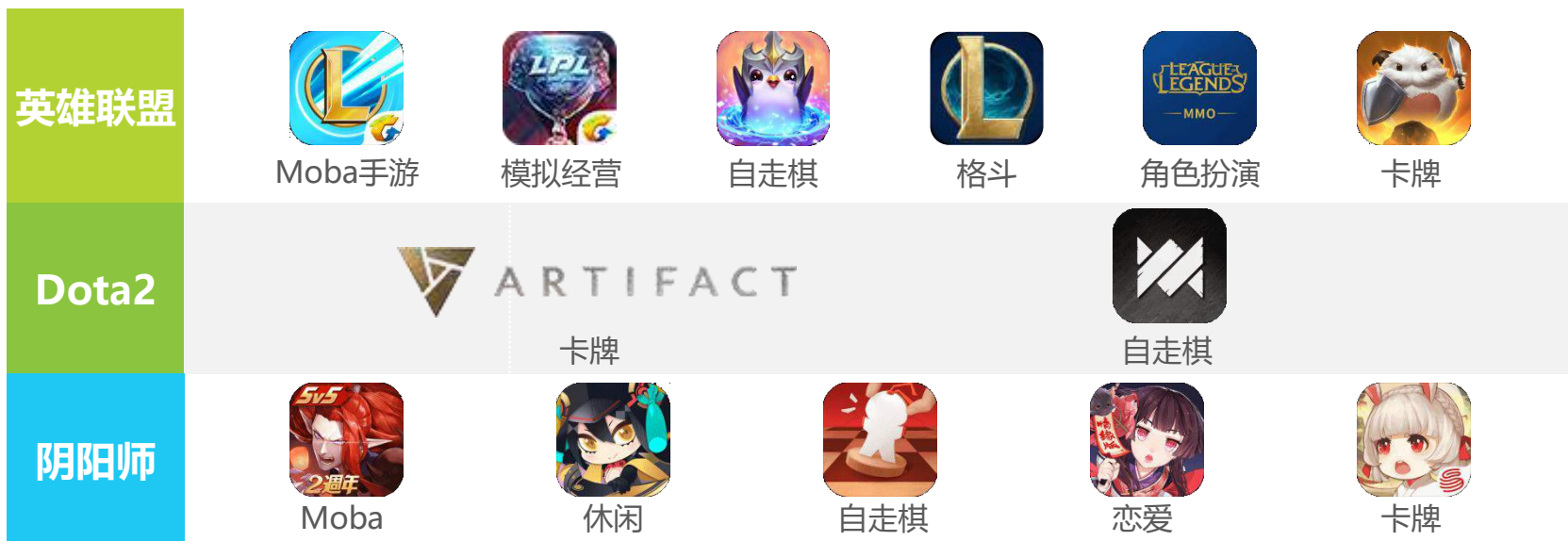


中国电竞游戏发展特点

知名游戏IP推出衍生产品，构建游戏内容生态

随着电竞游戏的发展和成熟，知名游戏IP基于本体游戏世界观，衍生出来各种类型的游戏产品，在本体游戏的主要玩法之外，带给玩家新鲜感，提升用户黏性。通过打造游戏IP生态，多款游戏同步发力，结合各游戏电竞赛事，让游戏IP的价值再一步扩大，在未来的市场上做更进一步拓展。

知名游戏推出多款衍生产品，打造游戏IP生态



注释：部分游戏未正式上线，展示logo不代表产品实际logo。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞游戏发展特点

自走棋类游戏的出现与拓展

2019年初，刀塔自走棋（后改名多多自走棋）横空出世，自走棋成为游戏与电竞领域的热门关键词。自走棋类游戏是将集换式卡牌和战旗结合的策略游戏，通过多人割据对战淘汰对手后获得胜利。其新颖的玩法和良好的竞技体验，吸引了大量游戏用户的关注。同时自走棋机制有强大的包容性，适合各类游戏创新开发，给传统游戏带来全新的体验，市场上也不断有新的自走棋类游戏，并演进出多样的玩法。但目前自走棋游戏变现困难、赛事观赏性较弱，发展模式仍需探索。

自走棋类游戏不断拓展

自走棋鼻祖



多多自走棋

Moba端游拓展



云顶之弈



刀塔霸业



皇家骑士
300自走棋

卡牌游戏拓展



炉石战棋

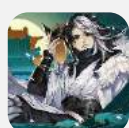


三国杀
自走棋



阴阳师
智走棋

RPG端游拓展



剑三指尖
自走棋



逆水寒
豪侠战棋



DNF阿拉德
谋略战

手游拓展



王者模拟战

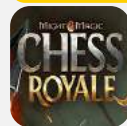


航海王
海岛争霸



平安京
麻将棋

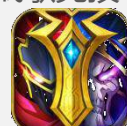
更多自走棋游戏



英雄无敌
绝境百弈



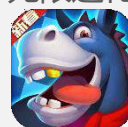
战歌竞技场



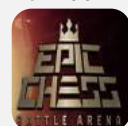
英魂之刃
自走棋



战争艺术
无限进化



梦塔防



Epic Chess

中国电竞赛事发展特点

联赛体系推动电竞生态与商业化发展

2020年2月，Valve官方宣布推出全新的地区联赛体系，这意味着，持续了近10年杯赛体系的DOTA2正式开始往联赛体系转型。联赛和杯赛两种赛制，有着各自的特点及优势，并无高低之分，但从电竞发展的历程来看，联赛制更有利于电竞赛事的发展。头部的电竞项目如英雄联盟、守望先锋采用联赛机制，并依托联盟化、主场化，推动电竞生态和商业化发展。与以往商业化薄弱，赛事奖金靠众筹不同，联赛转型后的Dota2赛事，商业化前景未来可期。

Dota2赛事开始向联赛体系转型



2020年2月V社官方宣布将推出地区联赛
形成联赛+杯赛结合的全新赛事体系



2020年3月DOTA2俱乐部联盟（CDA）与MarsTV
携手成立DPL-CDA联赛，试水全新赛事体系

中国电竞赛事发展特点

主场化步伐持续迈进

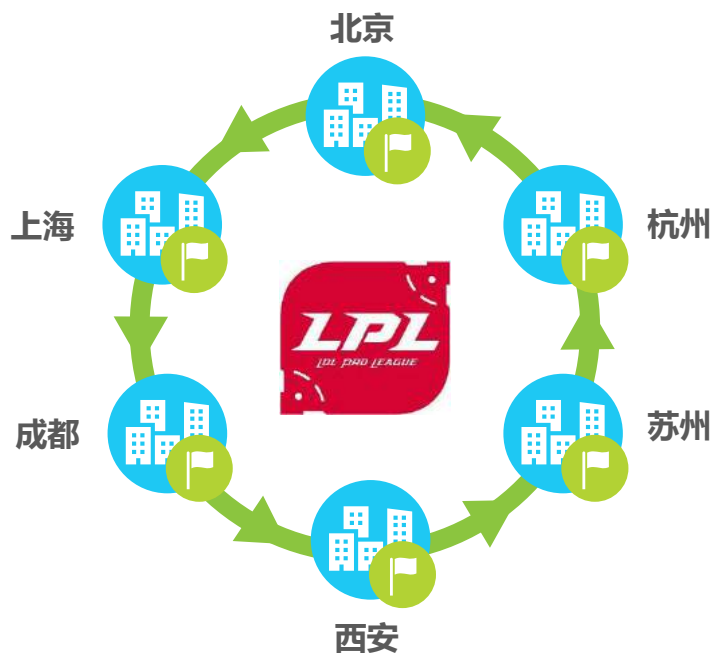
电竞赛事主场化是参照传统体育主客场制度，将原本集中在一所城市中举办的电竞赛事，通过俱乐部在各个城市中建立主场场馆组成的主客场赛事联盟分散到多个主场城市中去。2018年是国内电竞赛事主场化元年，腾讯率先推动旗下LPL和KPL赛事进行主场化布局，从单城到双城，再到多城市布局，电竞赛事的地域化和主场化进度不断加速。在2020年，守望先锋联赛更将主场化战场拓展到全球范围，打造多国主客场的电竞赛事，而王者荣耀、和平精英更是提出“线上主场”新概念，为体育内容制作和转播带来新的思路。

守望先锋联赛全球主客场制登场



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

腾讯持续推动旗下赛事主场化发展



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

海外电竞俱乐部发展特点

整体估值快速上升，首家上市电竞俱乐部出现

海外电竞俱乐部整体估值呈快速增长，据福布斯排行榜于2019年11月公布的2019电竞行业公司估值排名（未统计中国地区战队）显示，排名前三家电竞俱乐部的估值均超过1亿美元，其平均估值达2.17亿美元，同比增长52%。这些俱乐部的特征是都参与多个电竞赛事项目（集中在FPS和MOBA类），且几乎都拥有大型赛事项目的特许经营席位。

Astralis俱乐部的上市，是电竞发展史上又一里程碑事件，随着电竞行业快速发展和俱乐部盈利能力不断增强，后续上市的俱乐部将越来越多，国内电竞俱乐部的资本市场之路也未来可期。

2019年海外电竞俱乐部排行榜

排名	俱乐部	地区	估值 (美元)
1	Cloud9	北美	4亿
并列1	Team SoloMid	北美	4亿
3	Team Liquid	北美	3.2亿
4	FaZe Clan	北美	2.4亿
5	Immortals Gaming Club	北美	2.1亿
6	Gen.G	韩国	1.85亿
7	Fnatic	欧洲	1.75亿
8	Envy Gaming	北美	1.7亿
9	G2 Esports	欧洲	1.65亿
10	100 Thieves	北美	1.6亿
11	Nrg Esports	北美	1.5亿
12	Misfits Gaming	欧洲	1.2亿
并列12	OverActive Media	北美	1.2亿

来源：福布斯中文网等新闻发布网站。

丹麦知名战队Astralis纳斯达克上市



2019年12月9日顶级CS:GO战队Astralis正式上市，成为全球首支成功上市战队

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞俱乐部发展特点

传统体育持续进入电竞领域

随着电竞行业影响力不断提升，在传统体育行业中获得成功的体育联盟和体育组织，也开始关注电竞这块全新的数字体育市场。从2017年开始，中超、CBA等国内顶级的体育赛事联盟，开始与头部游戏公司合作，授权举办并参与相关电竞赛事，但并未有正式的职业电竞俱乐部诞生。2018年以来，海外体育俱乐部开始进入中国电竞市场，而国内的山东鲁能足球俱乐部也在19年成立了中超首支职业电竞战队，成为电竞俱乐部的新生力量。

传统体育联盟和体育组织电竞发展动态

传统体育联盟进军电竞项目



中国足球电竞联赛 (CEFL) 是腾讯游戏联合中超俱乐部举办的FIFAOnline电竞赛事，有11家中超球队参与



中国篮球俱乐部电竞联赛 (KOC·EBA) 是腾讯游戏联合CBA俱乐部举办的王者荣耀城市赛，有6家CBA球队参与

传统体育组织成立职业电竞战队



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞内容制作公司发展特点

电竞直转播、制作技术数字化升级

电竞赛事直转播和制作技术在近年来迅速发展。在电竞行业发展初期，电竞将体育、电视的直转播技术复制到电竞赛事中；2015年以来，越来越多的新兴技术与电竞本身的数字化特性结合，创造出更适合电竞的直转播、制作技术，如远程集成制作技术、云演播厅技术。数字化技术在电竞赛事中的应用，不仅提升了赛事制作的效率，节约成本，也通过呈现更全面、更沉浸式的比赛内容，满足更多观赛用户的多样化需求。

电竞内容制作技术向数字化方向升级

远程集成制作技术

传统

现场
信号采集

现场
内容制作

现场
内容推送

现在

现场
信号采集

远程
内容制作

远程
内容推送

云传输

云传输

云演播厅技术

云演播厅

直播信号叠加

视频抠像

VR/3D场景

智能营销增强





云端实时合成、直播输出

中国电竞内容传播平台发展特点

电竞赛事版权成未来主要竞争点

2019年末，随着赛事版权合约的陆续到期，新一轮的版权争夺战拉开帷幕。国外YouTube平台以3年1.6亿美元从Twitch（2年9000万美元）手中夺得动视暴雪旗下赛事版权。而国内直播平台也纷纷高代价购买头部电竞赛事版权，如虎牙直播拥有英雄联盟四大赛区直播版权、企鹅电竞以6000万价格购买LPL赛事S档版权、B站以8亿价格获得英雄联盟总决赛3年独家版权；王者荣耀赛事也与多家直播平台合作共享版权。赛事版权的争夺已成为电竞业内关注的焦点，如何最大程度发挥赛事版权价值是直播平台的发展重心。

国内直播平台争夺电竞赛事版权

直播平台	2020年重要赛事版权
 虎牙直播	英雄联盟LCK（韩国）、LCS（北美）、LEC（欧洲）赛事独家版权 英雄联盟LPL赛事A档版权、王者荣耀KPL赛事版权
 斗鱼直播	英雄联盟LPL赛事A档版权 王者荣耀KPL赛事版权
 企鹅电竞	英雄联盟LPL赛事S档版权， 6000万元 王者荣耀KPL赛事版权
 快手直播	英雄联盟LPL赛事B档版权 王者荣耀KPL赛事版权
 Bilibili直播	2020-2022英雄联盟全球总决赛独家版权， 8亿元 王者荣耀KPL赛事版权

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞社会认知发展特点

电竞纪录片登上央视，展现电竞文化魅力

2020年3月14日起，发现之旅与腾讯电竞联合拍摄的6集纪录片《电子竞技在中国》在央视播出，这是继2003年《电子竞技世界》后电竞相关节目再次登录央视。正如纪录片第一集标题“不只是游戏 是体育，是艺术，也是文化”所言，在17年中电竞的内容形式、相关政策、大众认知等都发生了巨大的变化。经历了曲折发展的电竞，从“不务正业”到“为国争光”，电竞原有的负面印象正在逐渐褪去，社会将越来越认可电竞这一新兴运动的魅力。

电竞节目时隔17年重返央视



2003年4月央视体育频道创办《电子竞技世界》栏目
由于广电总局网游类栏目禁令于2004年6月停播



2020年3月《电子竞技在中国》纪录片在央视
发现之旅频道播出，全方位展现中国电竞行业现状

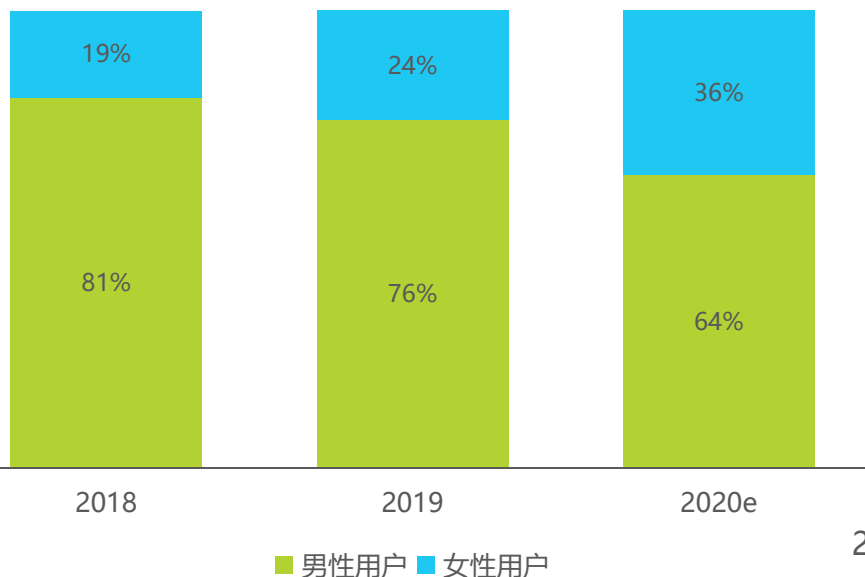
中国电竞用户发展特点

女性选手崭露头角，女性用户占比持续上升

随着电竞行业近年来的迅速发展，尤其是移动电竞的兴起，使得越来越多的女性用户开始接触并关注电竞领域，电竞游戏成为许多女性用户的主要娱乐方式之一。可以预测的是，女性用户群体的比例在未来几年将继续呈现上升趋势。除了游戏本身的趣味性之外，逐步完善的电竞赛事体系也为女性用户的增长提供了条件，女性除了占据电竞赛事观众席，也开始活跃于赛场之上，如李晓萌夺得暴雪嘉年华炉石项目世界冠军，未来将有更多的女性力量活跃于电竞赛场。

2020年中国电竞用户发展趋势

中国电竞用户男女占比变化趋势



电竞赛场上的女性力量



2019年11月中国选手狮酱（李晓萌）夺得《炉石传说》个人赛冠军成为第一位在暴雪嘉年华上夺得世界冠军的女性

来源：通过艾瑞iClick分别于2018年1月、2019年2月、2020年1月调研获得。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞行业概况

1

中国电竞行业发展特点

2

中国电竞用户属性分析

3

中国电竞企业案例分析

4

中国电竞行业发展趋势

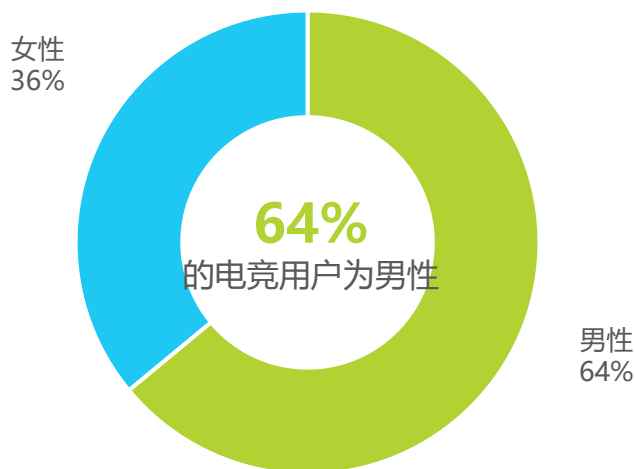
5

中国电竞用户性别及年龄分布

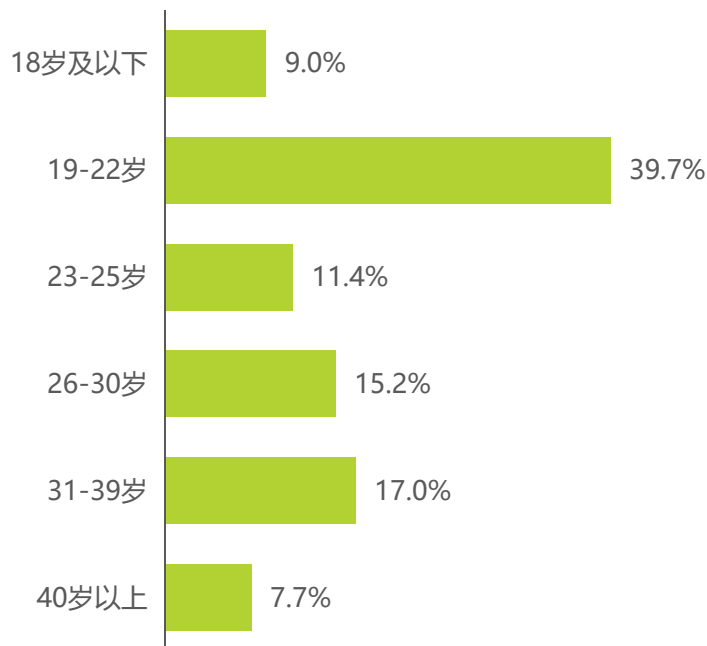
男性用户占比更高，年轻人是主要用户群体

中国电竞用户仍以男性为主，占比达到64%，女性比例则提升至36%；用户年龄集中在19-22岁，占比为39.7%。

2020年中国电竞用户性别情况



2020年中国电竞用户年龄分布



注释：S2.请问您的性别是？

样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

注释：S3.请选择您的出生年月

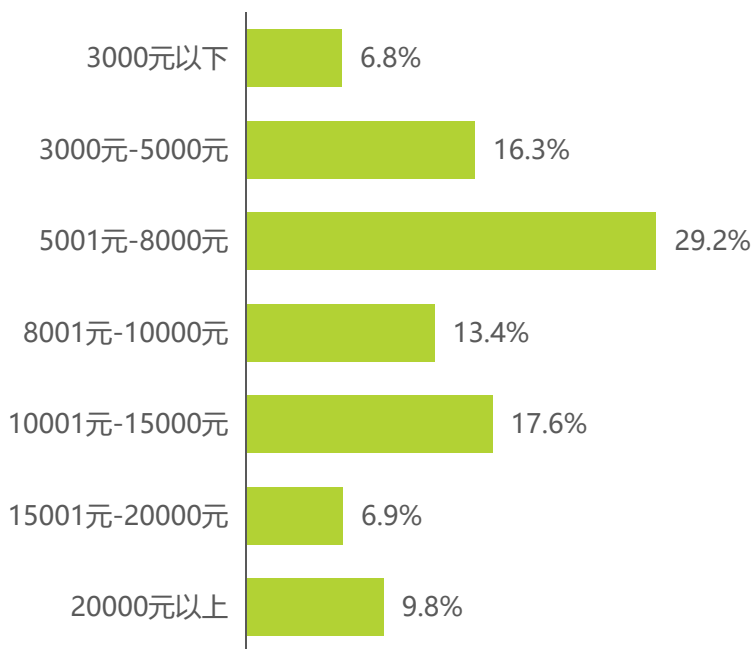
样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

中国电竞用户经济水平分布

用户收入和消费水平持续提升

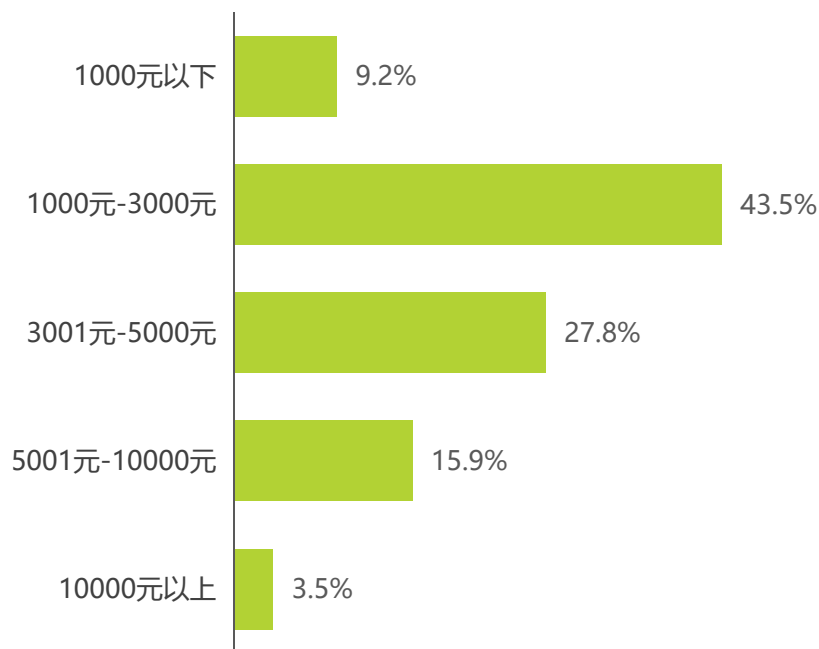
调研数据显示，2020年中国电竞用户（除学生等无收入人群）中，个人月收入在5000-8000元的占比最高，达到29.2%。收入的增长也促进了消费水平提升，电竞用户个人月消费在1000-3000元的占比最高，达到43.5%。

2020年中国电竞用户个人月收入水平



注释：X6.请问您的个人税前月收入约多少人民币？
样本：N=1379；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

2020年中国电竞用户个人月消费水平



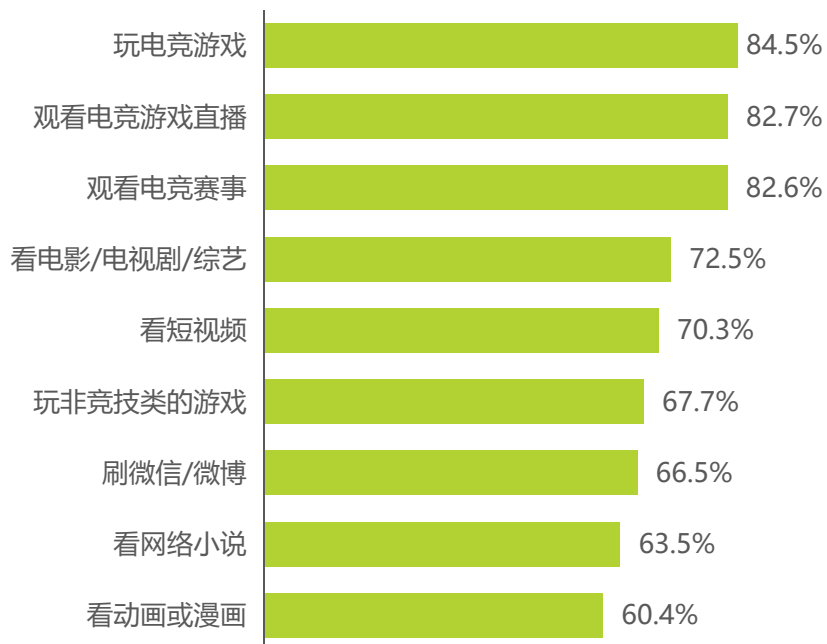
注释：D6.请问您的个人月消费金额平均是多少人民币？
样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

中国电竞用户兴趣爱好及品牌喜好

用户兴趣集中度高，更偏好创意性品牌

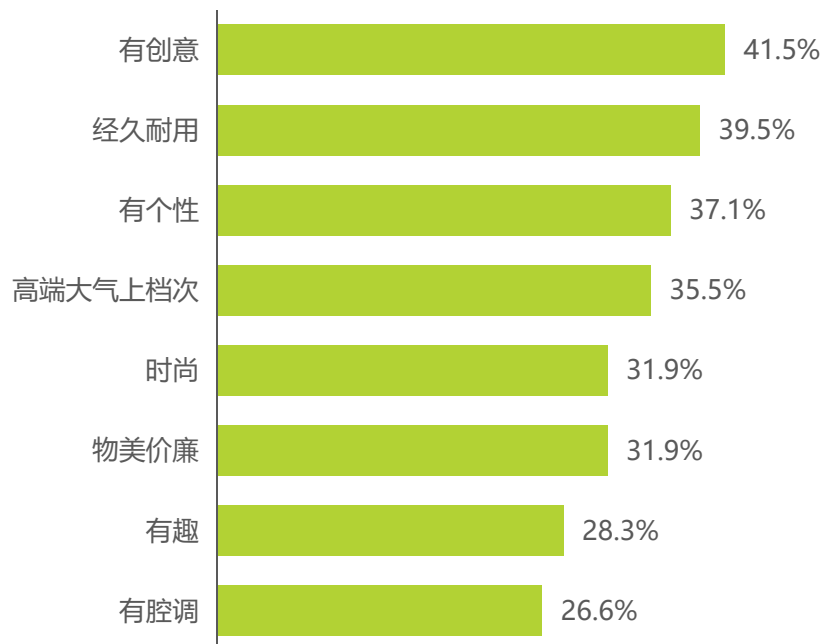
电竞用户兴趣爱好的集中度较高，玩游戏、看直播、看赛事等电竞相关兴趣爱好的占比均超过80%，而影视内容是用户除电竞外最感兴趣的，占比达72.5%。从品牌喜好来看，电竞用户在注重创意性和个性化的同时，也十分关注产品的耐用性。

2020年中国电竞用户线上兴趣爱好



注释：S1.请问您平时有哪些线上兴趣爱好？
样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

2020年中国电竞用户品牌喜好



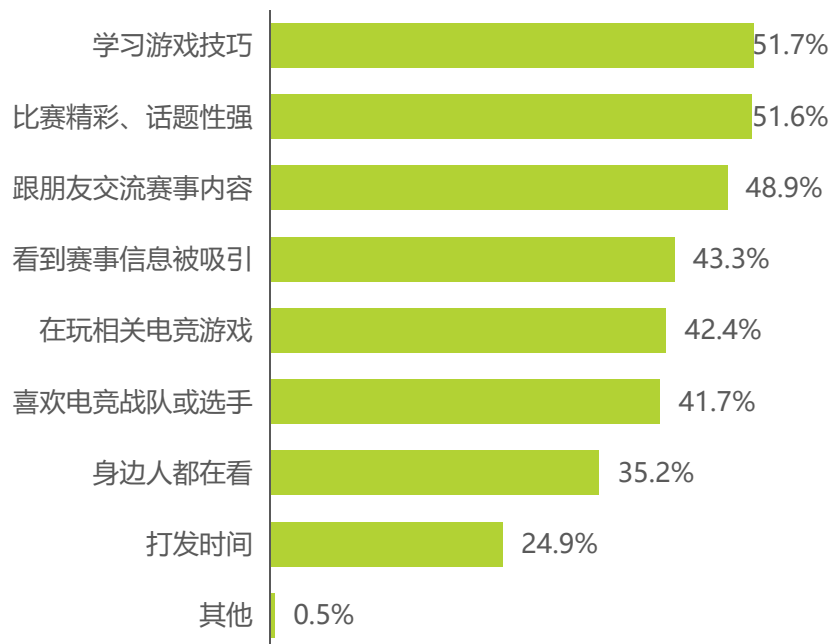
注释：D3.以下哪些描述与您喜欢品牌的特征更接近？
样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

中国电竞用户赛事观看情况

观赛为多元化需求，头部赛事认同度高

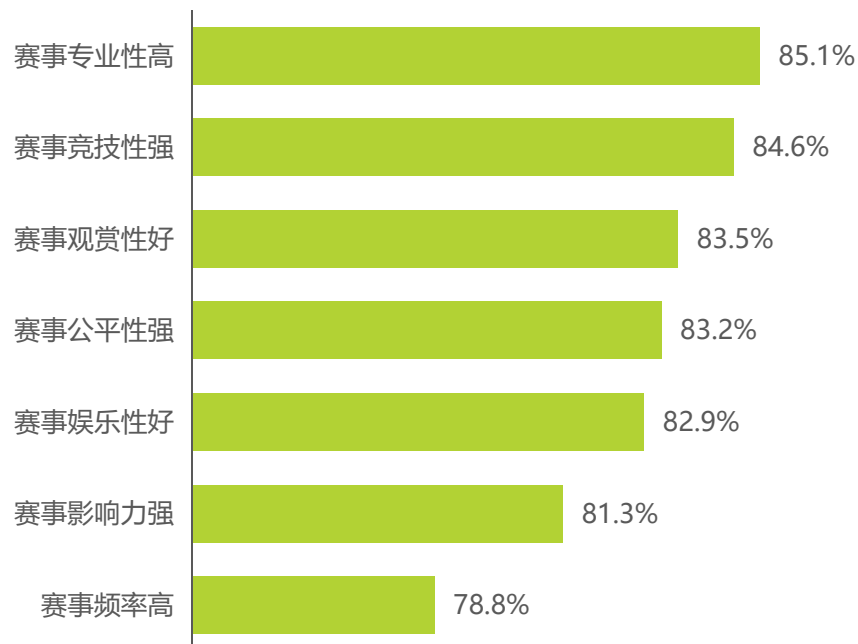
除玩游戏、学技巧外，赛事内容、社交互动都成为观看电竞赛事的重要原因，观看赛事对电竞用户而言是综合性、多元化诉求。同时，头部电竞赛事（以英雄联盟LPL为例）的质量和-content，获得了大量电竞用户的认可。

2020年中国电竞用户赛事观看原因



注释：A1. 请问您为什么会看电竞赛事？
样本：N=1239；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

2020年英雄联盟LPL赛事用户认同度



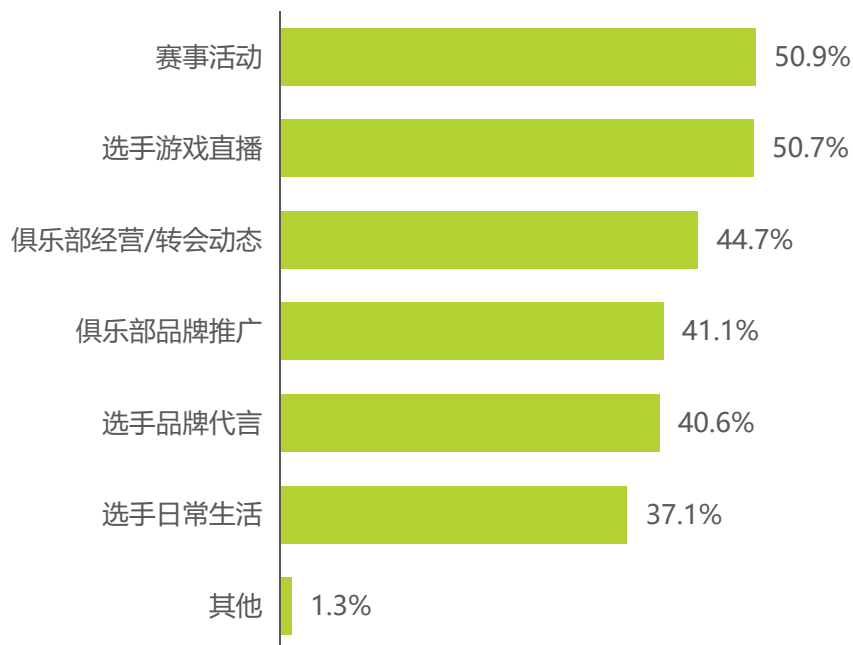
注释：A6. 按照您对电竞赛事了解和观看LPL的感受，您觉得LPL在以下各方面表现如何？
样本：N=1191；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

中国电竞用户俱乐部关注情况

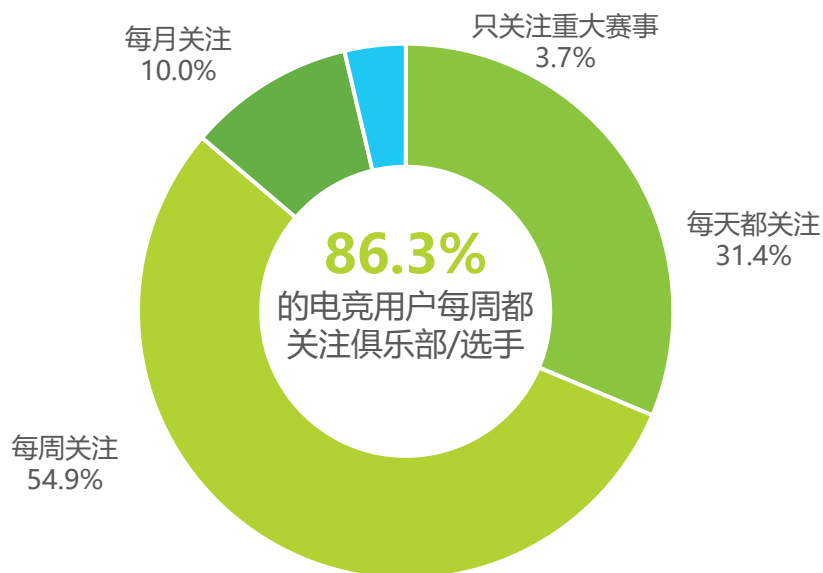
赛事活动为主要关注内容，用户俱乐部关注频次高

赛事活动及选手游戏直播是电竞用户关注俱乐部的主要内容，关注比例均超过50%。同时，电竞用户关注俱乐部频次较高，86.3%的用户每周关注所喜爱的俱乐部或电竞选手，而每天都关注的比例高达31.4%。

2020年中国电竞用户关注俱乐部及选手内容类型



2020年中国电竞用户俱乐部及选手关注频次



注释：AA-4.您主要会关注电竞俱乐部及俱乐部选手的哪些信息？
样本：N=1330；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

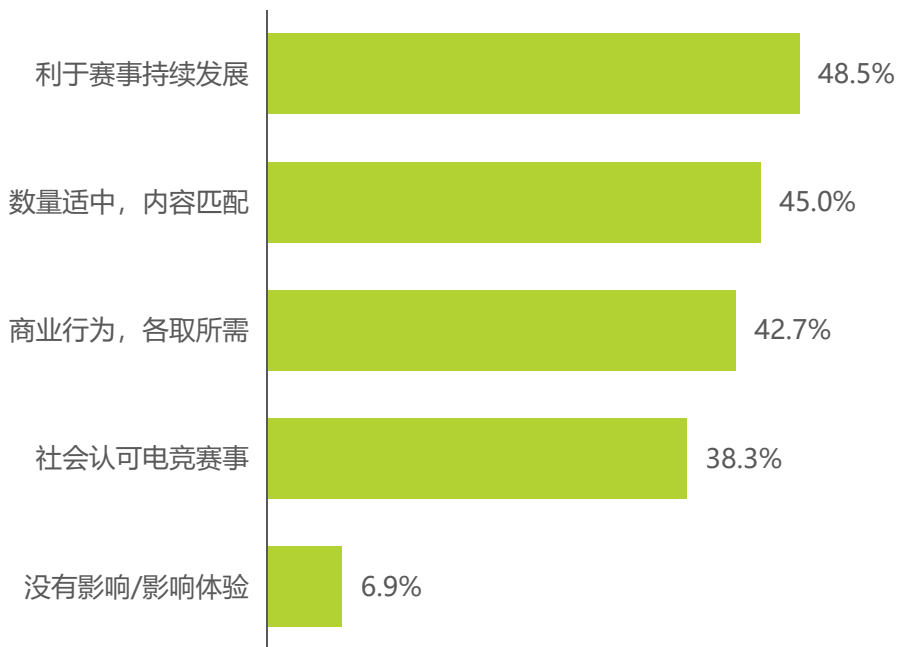
注释：AA-2.请问您关注电竞俱乐部/选手动态的频次是多久？
样本：N=1330；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

中国电竞用户品牌赞助态度

赛事赞助认可度高，对用户消费有良好影响

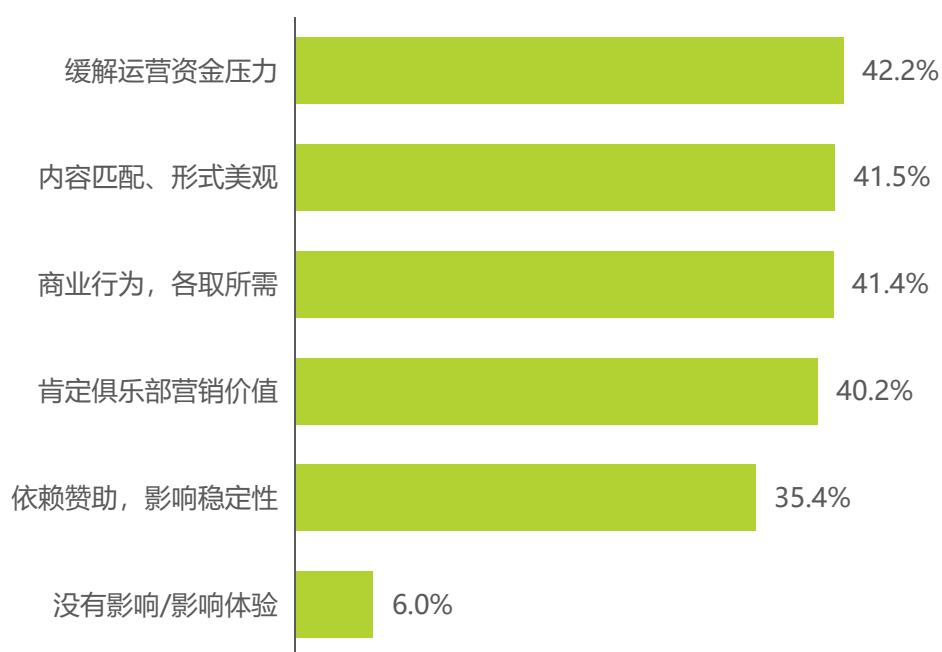
从电竞用户的品牌赛事赞助态度来看，93.1%的用户认可赛事赞助行为。另外，赛事赞助对用户后续的消费有良好影响，53.1%的用户会把赛事赞助品牌纳入考虑范围，25.6%的用户会优先选择赛事赞助品牌。

2020年中国电竞用户赛事赞助态度情况



注释：B5. 请问您对品牌赞助电竞赛事的态度是怎样的？
样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

2020年中国电竞用户俱乐部赞助态度情况



注释：B6. 请问您对品牌赞助电竞俱乐部的态度是怎样的？
样本：N=1500；于2020年1月通过艾瑞iClick调研获得。

中国电竞行业概况

1

中国电竞行业发展特点

2

中国电竞用户属性分析

3

中国电竞企业案例分析

4

中国电竞行业发展趋势

5

电竞赛事案例

CF职业联赛

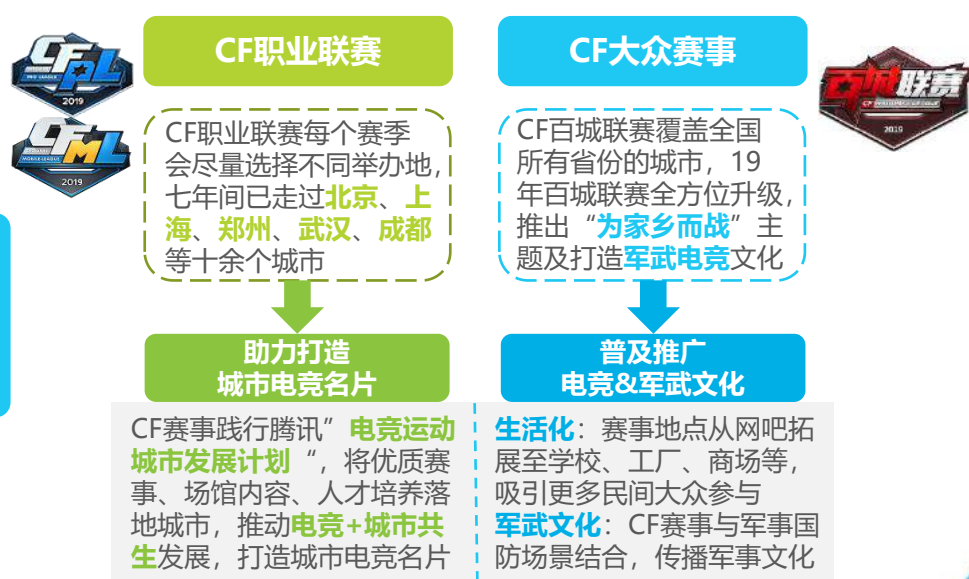
2019年是CF（穿越火线）赛事新一个十年的发端，这一老牌电竞职业联赛在日新月异的电竞市场中仍展现出强大的生命力。腾讯携手VSPN举办的2019CF官方赛事，可以看到CF赛事IP进一步职业化、国际化和大众化的决心和努力。在提升赛事竞技性和观赏性上，CF职业赛事持续推动国际化，为不同地区量身定制了CFEL巴西职业联赛、CFM中越对抗赛和CFSI埃及国际邀请赛，与国内联赛共同形成立体化全球赛事体系，全面提升赛事对抗性与精彩度；在提高大众参与性上，CF百城联赛覆盖到全国所有省份，助力军武文化普及和城市电竞名片打造。这些改变也取得了相当亮眼的成绩：2019年CF赛事总奖金接近2000万元，全年共有179个比赛直播日，赛事内容观看量达44亿次，线下观赛人次超过10万人。

CF职业赛事持续推动国际化进程



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

CF国内赛事持续拓展地域化发展



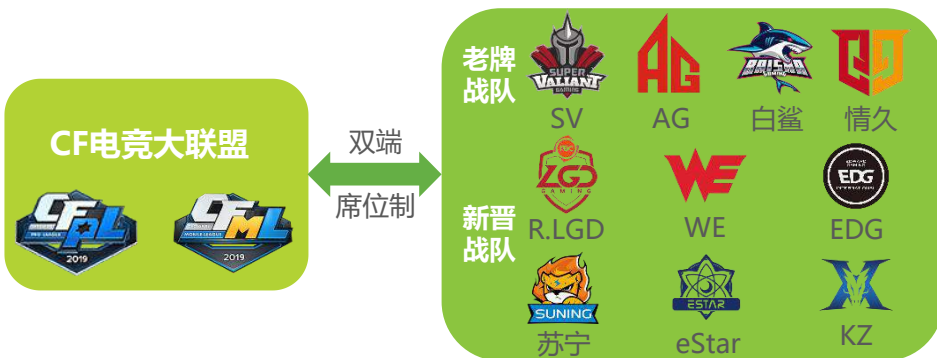
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

电竞赛事案例

CF职业联赛

作为国内首批FPS电竞联赛及首个双端并行的职业赛事，CF在2019年又迎来全新变革——席位制，成为国内首个落地联盟制度的FPS赛事。通过席位制改革，俱乐部不仅可以与联盟共享商业收益，也会更加注重战队品牌的运营、选手包装、人才培养等，让CF赛事商业生态不断健康发展。除了制度升级，未来CFHD（CF高清竞技大区）还将带动CF赛事内容的进一步升级，优秀的观赏性与竞技性、更纯粹的公平性都说明着CFHD未来电竞化的前景。

2019年CF赛事开启席位制改革



俱乐部高度认可CF席位制

- **EDG俱乐部**：席位制让俱乐部和联盟成为利益共同体，提高俱乐部在联盟中**商业化分成**，并提高俱乐部的**商业价值**
- **SV俱乐部**：除了打比赛，未来会更多的把资源投入在**新人培养**和**粉丝运营**上面，借助席位制让俱乐部变得更全面
- **苏宁俱乐部**：CF是一个**成熟电竞项目**，用户基数庞大，席位制改革对于俱乐部有非常好的保障，对苏宁是一个非常好的选择
- **eStar俱乐部**：对于FPS游戏，**商业化生态联赛**可以共力将职业联赛做大做强，助推整个电竞行业发展

来源：根据公开采访资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究。

CFHD未来将带动CF赛事内容再升级



2019CFS世界总决赛上亮相的
CFHD中外全明星竞技赛及CFer竞技赛决赛

CFHD的电竞化潜力

- **用户基础**：CFHD作为CF高清竞技大区，延续CF设计理念满足用户体验，CF的IP影响力保障未来**用户基数**的增长
- **观赏性和竞技性**：CFHD整体的**高清画质**、写实风格更符合现代FPS玩家审美，环境细节为竞技带来更多的**战术选择**
- **公平性**：改变CF传统付费模式，无任何属性加成，让竞技对抗更**公平纯粹**
- **商业模式**：CF现有成功的**赛事体系**、丰富的电竞**经验资源**，为CFHD未来的电竞化发展奠定扎实的基础

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

游戏直播平台企业案例

企鹅电竞

作为腾讯自建的游戏直播平台，企鹅电竞在2019年初并入腾讯互娱（IEG）后，获得腾讯体系下更强大的资源和平台支持。与腾讯旗下游戏内容、电竞资源、视频、新文娱、广告、云计算等业务的深度合作，让企鹅电竞在产业链上下游的联动变得愈发紧密，并逐步构建起健康完善的游戏内容生态。通过持续深入拓展赛事版权、扶持头部KOL主播、挖掘培养潜力新人、打通直播与短视频渠道，企鹅电竞持续提升平台竞争力，为用户展现更多优质内容。背靠腾讯的强大资源，作为游戏直播行业新兴势力的企鹅电竞未来可期。

企鹅电竞与腾讯体系各资源深度合作



企鹅电竞持续提升平台内容竞争力

赛事内容	头部赛事×人气主播 打造独家赛事内容  ×     企鹅电竞深耕游戏版块，完善赛事版权布局。依托LPL（S级）版权，与平台人气解说如德云色、小智、阿布等共同打造特色赛事内容。
主播培育	提升现有主播影响力 挖掘培养潜力新人 一方面，通过资源投入与宣传包装，提升主播影响力，如户外主播帝师采访秦奋、林丹引发全网关注；另一方面，通过“战略公会计划”签约数百名潜力主播，并给予腾讯矩阵流量曝光扶持。
渠道拓展	打通直播与短视频 触达更多用户场景  ×  企鹅电竞与微视深度合作，打通直播与短视频渠道，实现主播双平台同步开播，完成短视频用户转化，搭建更完整的内容生态。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

游戏直播平台企业案例

企鹅电竞

企鹅电竞在深耕赛事及游戏垂直领域的同时，持续发展游戏直播平台创新模式，借助云游戏、超分辨率等新兴技术，不断提升直播用户观看体验，并为行业探索电竞内容付费的可能性。此外，企鹅电竞不断开展游戏直播与其他领域的跨界合作，构建泛娱乐内容生态并推动电竞出圈发展，如“游戏+音乐”、“游戏+娱乐”、“游戏+公益”、“游戏+二次元”等。依托腾讯的资源与技术，企鹅电竞在推动游戏直播行业发展的道路上不断迈进。

发展模式创新，不断提升用户直播互动体验

开展跨界合作，持续推动主播和电竞内容出圈



合作乐高无限 探索云游戏直播

企鹅电竞开启**乐高×云游戏创新玩法**，用户无须下载即可与主播共同游玩，提升用户直播互动体验，并探索云游戏发展可能性。



联动QQ音乐 助力平台主播出圈

企鹅电竞推出“**企鹅游戏音乐人计划**”，为平台头部KOL主播量身定制个人专属单曲，实现“**游戏+音乐**”联动创新模式。



象棋特级大师 探索付费互动直播

2020年4月，象棋特级大师许银川首次测试**付费直播**，开拓棋牌项目的直播互动体验。未来，企鹅电竞仍将不断创新，探索电竞内容付费可能性。



联动创造营 明星&主播同台竞技

联手腾讯体育打造直播互动类赛事《宅鹅水友赛》，覆盖四大热门电竞游戏，娱乐圈明星与电竞主播同台开黑竞技。结合“**游戏+娱乐**”，推动电竞出圈。

电竞内容制作企业案例

华奥电竞

华奥电竞深耕电竞行业13年，是国内头部的电竞制作团队和内容提供商。华奥电竞旗下拥有包括NEST在内的多个电竞赛事IP，其中NEST作为国家体育总局体育中心主办的国家级综合赛事，历经7年的发展，已成长为国内头部的综合性电竞赛事品牌。在赛事品牌建设上，NEST延伸出全新的赛事IP——NEST Pro Series，积极探索电竞赛事的国际化与专业化发展；在赛事商业模式上，华奥电竞携手京东游戏，开创全新多元营销模式，打通电竞产业链各环节，为合作伙伴带来海量曝光。

华奥电竞NEST赛事创新发展

NEST赛事

赛事内容项目拓展

NEST与体育、科技等内容深度结合，拓展赛事类型，如**机器人格斗大赛**

大众赛城市覆盖

NEST大众公开赛覆盖城市达到**30个**，服务于更多电竞爱好者

NEST Pro赛事

NEST赛事全新延伸IP

2019年NEST延伸出全新赛事IP——**NEST Pro Series**作为**国际性CS:GO职业赛事**，NEST Pro致力于推动电竞赛事进一步向国际化与专业化发展



华奥电竞NEST赛事商业亮点

合作品牌覆盖众多行业



开拓多元化营销新模式



NEST携手京东游戏定制合作品牌专题页

NEST在赛事曝光之外，为合作伙伴积极探索多元营销模式定制专题页囊括赛事所有品牌商的产品，依托京东优质线上资源，为品牌带来超**5000万**曝光量

内容制作



成立日期

2008年

电竞内容制作企业案例

华奥电竞

经过7年的沉淀与创新，NSET从一个单一的赛事演变成多元化赛事，通过不断提高赛事规格和水平吸引核心电竞用户，并以专业性成就国内综合电竞标杆赛事。2020年是NSET再突破升级的一年，赛事LOGO换新升级的背后是赛事品牌和理念的升级。NSET赛事不断向社会传达并推广电竞作为数字体育的价值理念，这也契合NSET多年来持续推动电竞入奥、促进电竞与新兴科技融合的努力。



NSET赛事LOGO升级

- LOGO升级背后：NSET品牌与赛事理念的升级
- 配色契合奥运五环：红色代表体育，橙色代表科技，蓝色代表科技，展现数字体育魅力
- 电竞作为数字化体育的新模式，赋能电竞新价值并普及电竞运动



持续推动电竞入奥

- 体育总局与电竞赛事“国家队”的NSET共同推动电竞入奥
- 从第一届赛事起就将FIFA online作为比赛项目，并持续发展体育类电竞内容
- 致力于打通第一方赛事与第三方赛事隔阂，建立开放的电竞生态



促进电竞与科技融合

- NSET布局AI、VR、5G等新兴科技在电竞行业应用
- 打造凸显科技元素的主机电竞赛事，推动主机电竞出圈发展，如合作机核举办Spark火花锦标赛
- 探索全新的科技向赛事项目，如VR/5G虚幻性体育电竞赛事

中国电竞行业概况

1

中国电竞行业发展特点

2

中国电竞用户属性分析

3

中国电竞企业案例分析

4

中国电竞行业发展趋势

5

疫情下的传统体育赛事发展趋势

全球传统体育赛事停摆，纷纷试水电竞项目

2020年本应是体育大年，但随着全球新冠肺炎疫情蔓延，大量传统线下体育赛事停摆，欧洲杯、奥运会延期举办，全球体坛被迫按下暂停键。线下体育赛事延期或取消，对赛事联盟、俱乐部、赞助商、转播商以及体育工作者而言，都是巨大的经济损失：赞助商权益无法兑现、转播商拒付版权费用、工作者降薪甚至失业等。以2020东京奥运会为例，延期一年导致的损失或将高达数百亿元人民币。面对困境，传统体育联盟如NBA、西甲、德甲、F1纷纷在线上开展电竞联赛，依靠电竞延续赛事，降低损失并获得线上收益。疫情下的电竞试水，为传统体育与电竞的进一步融合带来更多想象空间，并推动电竞入奥的脚步。

传统体育赛事停摆，开展电竞赛事积极应对

疫情下的体育赛事	停赛/延期时间	损失量级 (RMB)
东京奥运会	延期至2021年7月	百亿级
欧洲杯	延期至2021年6月	十亿级
NBA联赛	2020年3月12日开始停赛	十亿级
西甲联赛	2020年3月12日开始停赛	十亿级
英超联赛	2020年3月13日开始停赛	十亿级



疫情期间传统体育联盟的电竞尝试

- NBA联赛——组织包括杜兰特在内的16名球员参与电竞赛事NBA2K球员锦标赛
- 西甲联赛——18支西甲球队参与的西甲慈善对抗赛，皇马球星阿森西奥夺冠
- F1方程式——官方首次推出F1电竞虚拟大奖赛

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及艾瑞统计预测模型估算。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

疫情下的中国电竞赛事发展趋势

电竞赛事线上开赛，深入挖掘数字体育优势

受疫情影响，电竞产业链各环节受到不同程度的冲击，与传统体育赛事无法正常开展不同，主流电竞赛事纷纷在线上开赛，降低疫情对电竞行业的影响。线上办赛对电竞是挑战也是机遇，如何保障赛事公平性、观赏性及人员防疫安全，是赛事重回线上的挑战；利用线上赛维持赛事整体商业营收，在布局线下主场化、体育化的同时，重新挖掘电竞数字化的线上娱乐化优势，是疫情下电竞产业的发展机遇。

头部电竞赛事纷纷转入线上，稳定整体商业价值

电竞赛事	线上赛事安排
英雄联盟LPL	2020年3月9日线上开赛
王者荣耀KPL	2020年3月18日线上开赛
Dota2 Major	2020年3月28日线上开赛
网易NeXT	2020年4月3日线上开赛
绝地求生PCL	2020年4月5日线上开赛
NEST2020	2020年4月15日线上开赛
<ul style="list-style-type: none">头部电竞赛事如英雄联盟、王者荣耀、和平精英、绝地求生、网易NeXT等电竞赛事均转战线上一方面，开展线上赛事能保证赛程尽量完成，不影响后期比赛，并满足用户观赛需求另一方面，开展线上赛事能降低对赛事赞助商和版权方权益影响，稳定赛事商业营收	

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

疫情下的电竞产业链各环节发展

政策支持	上海市政府鼓励转型开展线上比赛，对有一定规模和影响力的线上赛参照线下赛标准支持；全力准备办好英雄联盟S10重大赛事
线上环节	疫情期间， 电竞游戏、赛事制作、内容传播 等环节所受影响较小，通过开展线上赛事还能降低赞助方、版权方等的权益损失
线下环节	疫情期间， 线下赞助权益、场馆成本、俱乐部运营、门票收入 等所受影响较大，如何利用好电竞数字化优势并挖掘线上资源，是电竞行业的新的机遇与挑战
长期发展	长期来看，疫情使得电竞 主场化落地、商业化拓展 等进度放缓，但电竞整体发展趋势保持不变，以 线下体育化 赛事与 线上数字化 娱乐结合，促进电竞产业良好发展

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞俱乐部发展趋势

选手关注度提升，俱乐部更注重品牌营销

随着电竞产业的快速发展及中国战队接连获得世界冠军，电竞的关注度也不断提升，知名选手在各种奖项评选中频频上榜。如在2019年微博之夜“年度人物”票选中，英雄联盟电竞选手简自豪（UZI）共获得4.8亿票，超过王一博的4.6亿票夺得第一。尽管电竞选手及俱乐部目前已拥有很高的流量曝光，但整体的商业价值与传统体育选手及娱乐圈明星仍有差距。头部电竞俱乐部如EDG、RNG、FPX已开始通过自制内容等形式来形成自身的品牌形象，将流量资源转化为品牌营销资源。

电竞选手社会关注度持续提升



2019微博之夜“年度人物”票选 3名电竞选手进入前10，简自豪（Uzi）排名第一

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

自制内容塑造选手及俱乐部品牌形象



注释：Bilibili视频播放量截至2020年4月28日。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国电竞技术创新发展趋势

新兴技术助力电竞产业升级

相较于传统体育，电竞对新兴技术有更强的包容性与适应性。5G技术的商业应用将给电竞带来全新的发展机遇，助力电竞产业完成全方位升级。5G技术的高速率、大容量、低延迟、高可靠等特性，给赛事的制作、转播、观赛体验带来极大的提升。如虎牙直播在19年4月通过5G技术实现4K画质、50M码率的高清、超低延时户外直播。未来，5G基础设施的全面铺开，将带动移动电竞的多面开花；而VR电竞直播等新体验，为电竞内容付费创造更多可能性。

技术创新推动电竞产业再升级



5G+电竞 推动电竞行业全面升级



赛事转播

5G技术的**高速率、大容量、低延迟**特性，实现赛事和直播画面高品质的多路信号实时传输，推动远程制作、远程解说发展，向用户呈现更全面的赛事内容



移动电竞

移动电竞的**高密度、高频次、高互动**对带宽要求高，5G推动更多用户投入移动电竞的怀抱，实现移动电竞的再深化及大众赛事的全面爆发



观赛体验

5G技术结合电竞，可以提供更丰富的内容消费形式，让**远程VR电竞**和**云游戏电竞**体验成为现实，极大提升观赛体验，进一步扩大电竞影响力



内容付费

5G技术带来的观赛体验升级，为**电竞内容付费**创造更多可能性，依靠VR、高清等内容，突破现有用户为内容付费困难的瓶颈

中国电竞商业化未来发展趋势

IP化发展加速推动电竞商业化进程

随着电子竞技影响力的不断提升，电竞与其他产业的创新融合越来越广泛，呈现出众多的“电竞+”新业态。2019年以来，频有优秀的跨界合作案例出现，如《全职高手》、《亲爱的，热爱的》等电竞题材电视剧备受关注，《全职高手》24小时播放量破亿、《亲爱的，热爱的》2019年全网总播放量高达89亿次。电竞IP化将成为未来发展的主要态势，推动电竞商业化持续发展。

IP跨界合作推动电竞不断出圈

电竞+影视



《亲爱的，热爱的》



《全职高手》

电竞+二次元



《王者？别闹！》



《没出息的阴阳师一家》

电竞+文旅



《穿越火线》文旅项目



《英雄联盟》校园电竞文创村

电竞+新文创



英雄联盟×路易威登
合作服饰



王者荣耀×魅可
合作口红

来源：根据行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究。

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

法律声明

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