

热血，结霜了吗？

中国电子竞技用户综合分析2019

中国电子竞技产业发展现状

NIC

那些承载青春记忆的名字叫做“电竞”



1998年以前

- 互联网还未普及，年轻用户群体的娱乐需求打破传统的足篮排等游艺类体育活动。伴随红白机以及游戏厅出现，借助机器进行的游戏体验初现，电子竞技的萌芽开始显现，这也是最早的电子竞技运动的雏形



1998年-2008年

- 微软在1998年发布Windows98系统，电脑开始走入大众生活，早期一系列单机游戏，例如《星际争霸》《CS》《红色警戒》等受到年轻用户群体的喜爱，电子竞技的苗头正式点燃



2008年-2016年

- 伴随互联网的喷井式发展，网络游戏产业爆发，用户的需求也越来越挑剔，政策、社会等因素对游戏产业的放宽使电子竞技产业开始深化，成熟的电子竞技体系逐步形成



2016年-2018年

- 智能设备的普及以及移动互联网的蓬勃发展使移动游戏占据网络游戏最大的市场份额，用户日渐增长的需求以及游戏场景逐渐碎片化，促使诸多企业巨头布局移动游戏领域，电竞职业化体系趋于成熟



2018年至今

- 伴随着VR/AR等技术不断的发展，并且5G时代的加速来临，电子竞技产业在各个环节上都受到了多面化的帮助，电子竞技开始进入一个新的时代

宏观环境成就电子竞技“最好的时代”



政策环境 Policy environment

- 国家发改委明确指出：在做好知识产权保护和对青少年引导的前提下，以企业为主体，举办全国性或国际性电子竞技游戏赛事活动
- 国家体育总局发布的《体育产业发展“十三五”规划》指出：以冰雪、山地户外、水上、汽摩、航空、电竞等运动项目为重点，引导具有消费引领性的健身休闲项目发展
- 教育部公布的《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》增补了13个专业，其中包括：“电子竞技运动与管理”。该专业属于“体育类”
- 文化部26号文件提出：鼓励游戏游艺设备生产企业积极引入体感、多维特效、虚拟现实、增强现实等技术；支持打造区域性、全国性乃至国际性游戏游艺竞技赛事，带动行业发展；全面放开游戏游艺设备的生产和销售，全面取消游艺娱乐场所总量和布局要求；各省、自治区、直辖市应当确定本地至少3个转型升级重点城市（区），各重点城市（区）应当分别发展3-5家歌舞娱乐转型升级示范场所和游戏游艺转型升级示范场所

经济环境 Economic environment

- 目前，我国的数字体育产业发展面临着一个良好的战略时机。以游戏为代表的数字体育产业的成熟与发展，同电信、IT、金融、体育等各个行业及领域密切相关，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
- 人均可支配收入的提高，提升了国民文化消费能力。而电竞作为重要的文化消费行为之一，其收入也形成连带提升。近年来，我国国内生产总值一直保持着较高的增长速度，根据中国互联网络信息中心（CNNIC）数据显示，中国互联网用户规模今年超过八亿人，居民日益坚实的物质基础和提升生活质量的需求释放出巨大的文化产品购买欲望和消费能力，互联网用户对游戏的消费需求和消费能力逐步提升，带动了电竞产业的高速发展



时代的车轮滚滚前进为电子竞技提供了更宽阔的土壤



社会环境 Social environment

- 随着计算机技术和智能设备的普及与应用，人们可以接收到的信息范围之广、程度之深，都达到了前所未有的程度。各国家地区之间的文化融合也越来越广泛。随着经济发展与社会包容性的增强，逐渐被人们关注、接受，获得社会主流的认可。但同时，对产业中牵涉的相关内容的要求也越来越高。这无疑是产业发展需要面临的全新挑战。
- 随着互联网时代一起成长的80、90已经成为了社会的中坚力量，对于电子竞技的情怀较深，电子竞技观念十分理性，电子竞技逐渐成为社会可接受、认可的产业。

技术环境 Technology environment

- 我国信息网络基础设施建设加速，通信技术的创新推动互联网游戏产业深度融合：移动互联网带宽提升，运营商为推广新技术主动下调资费价格；部分国内虚拟运营商已经全面普及4G覆盖，智能移动终端设备升级换代，迎来新一轮价格下调，既为电竞用户提供了更宽松的体验环境，也为开发更多的人机交互、社交场景等娱乐功能及模式、增强电竞赛事播出画面表现力和丰富电竞内容带来更多机遇
- 而且5G时代的到来，解锁了更多的场景以及更多的体验，并且伴随着5G性能的提升，VR/AR等技术将会不断完善，扩大内容极致体验，提升电子竞技产更深的沉浸度。

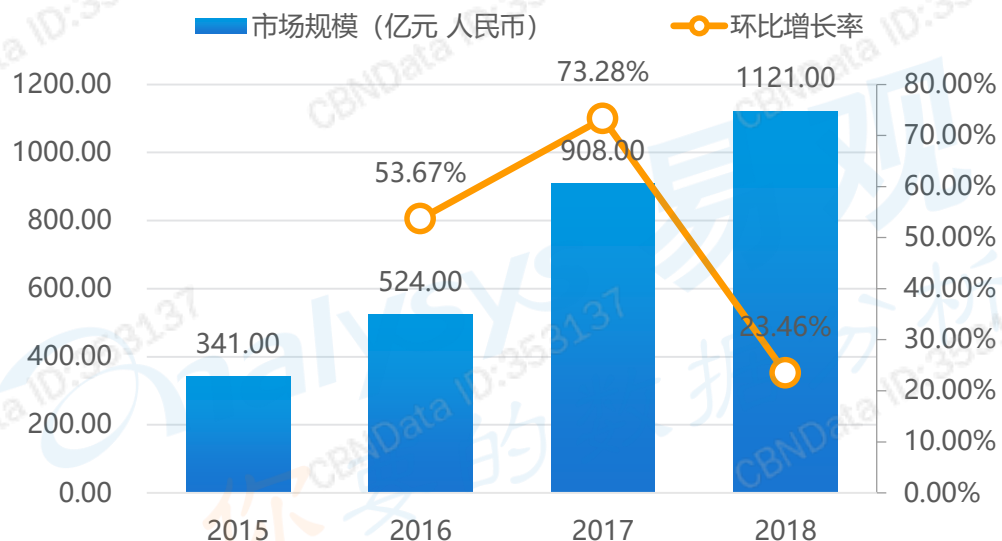


“千亿市场” 始于内容



2018年，我国电子竞技市场规模达到1121亿元人民币，相比于2017年环比增长23.46%。但是在整体的市场规模中，其中，电子竞技游戏收入占比达到86.1%。另外，则是电竞的直播收入，占比达到9.2%。而赛事与其他收入方面则不足5%。可以看出，电子竞技主要的收入仍是内容方面的收入，这与电子竞技本质的发展同样有关，因为电子竞技本身衍生于游戏内容产业，从而提升用户产业链粘性。

2015年-2018年中国电子竞技市场规模

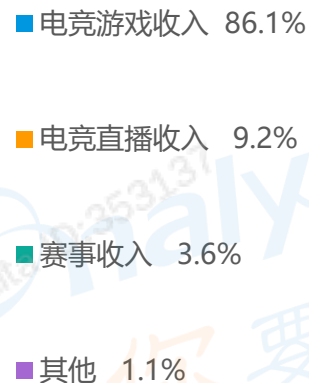


数据说明：电子竞技市场规模：1.电子竞技游戏产品收入，即电子竞技类型游戏产品业务收入；2.电子竞技直播收入；3.电子竞技赛事收入，包括赛事赞助收入、版权分销、用户付费打赏、赛事门票等；4.电子竞技衍生收入，包括电子竞技游戏产品及赛事衍生品收入，如周边、手办等。数据来源：企业访谈、上市企业财报等。根据易观统计分析模型得出

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2018年中国电子竞技市场规模收入占比分布



© Analysys 易观

www.analysys.cn

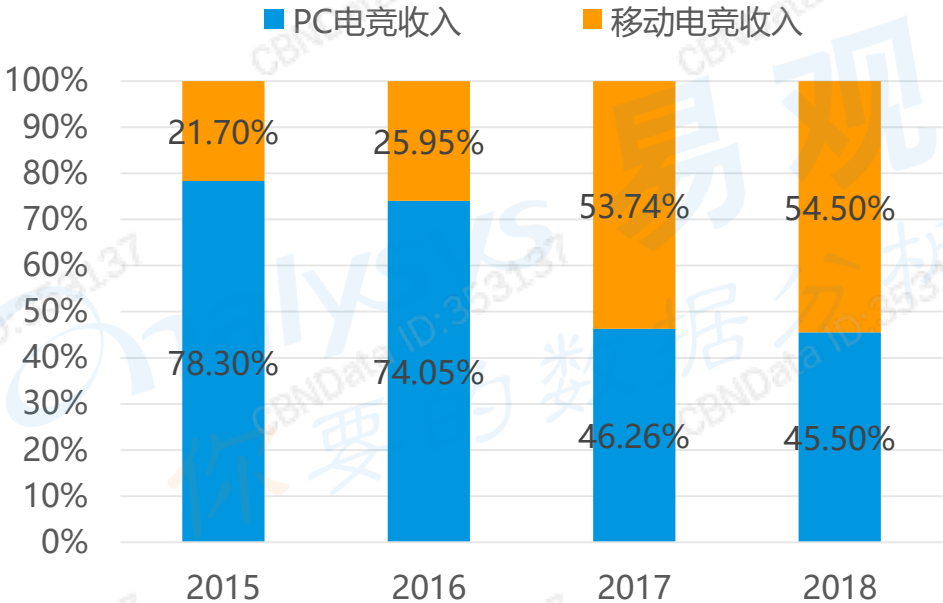


“PC、移动”两开花，电竞内容渗透率近四成



在整体的电子竞技细分类型市场中，2015年、2016年，PC电竞占据了整体电竞市场的主导，随着用户在使用场景以及互联网不断进化的过程中，PC电竞与移动电竞越来越均衡，2018年，PC电竞市场份额达到45.5%，移动电竞占比达到54.5%，全面进入“PC、移动”两开花的局面。在电子竞技游戏收入占比中，电子竞技游戏收入占全国游戏市场份额的35.8%，从目前整体的游戏市场的趋势上来看，未来这种占比仍会增加。

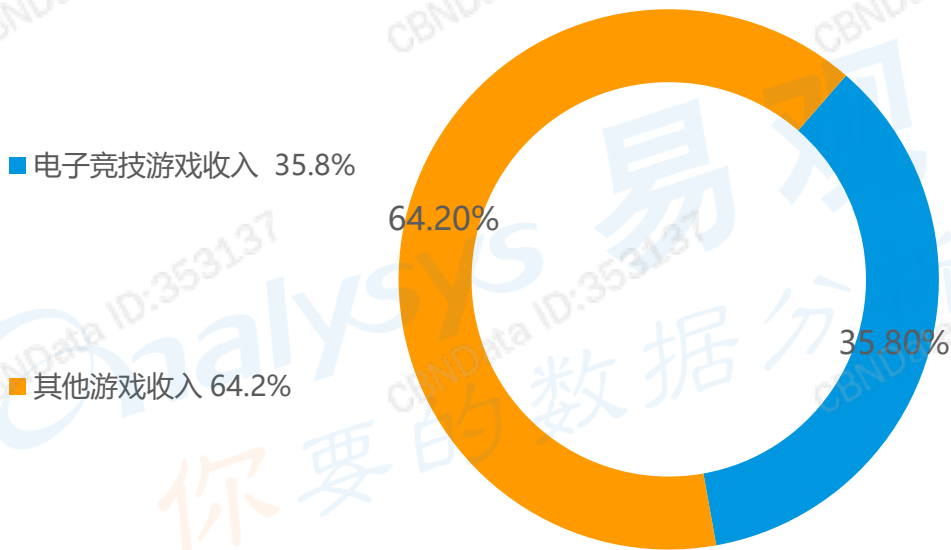
2015-2018中国电子竞技细分市场规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2018年中国电子竞技游戏于全游戏市场占比情况



© Analysys 易观

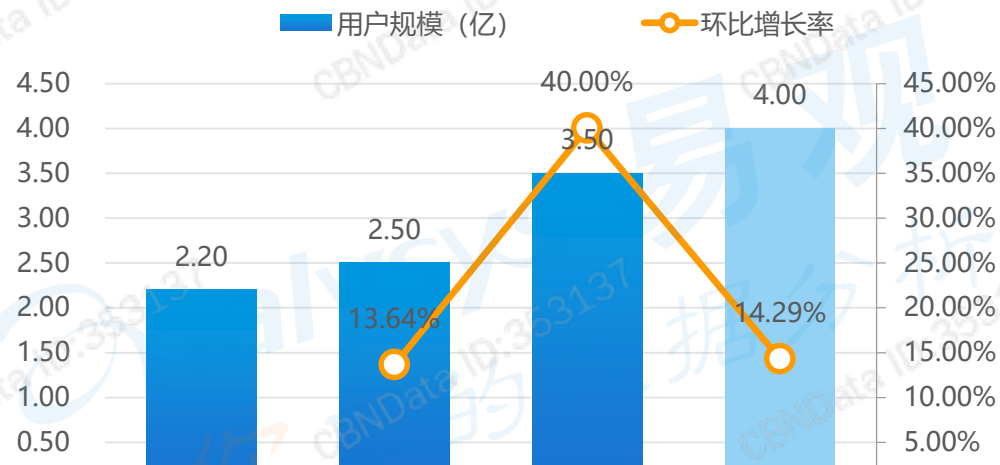
www.analysys.cn

六亿游戏人四亿“电竞梦”

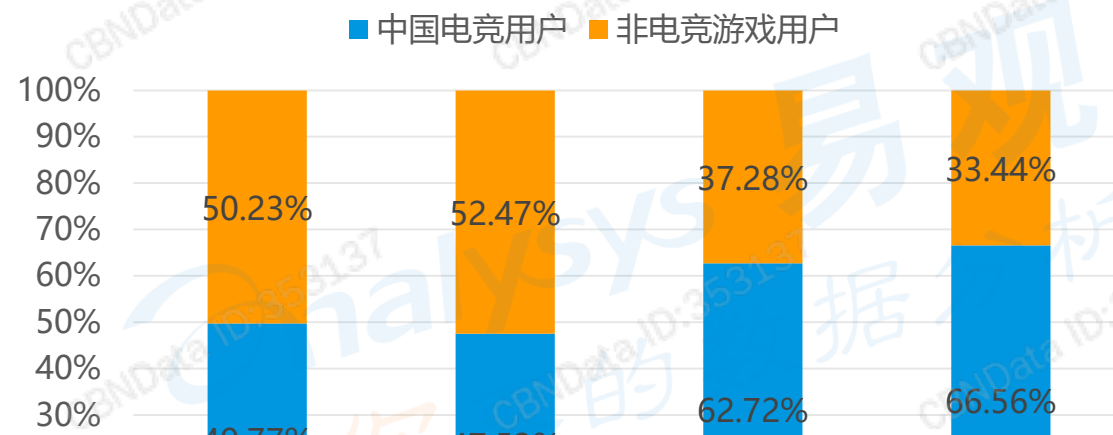


2018年，我国电子竞技用户达到4亿人，相比于2017年环比增长14.29%。而在整体的游戏用户中，电子竞技用户占比达到了66.56%。电竞游戏无论在用户渗透率上，还是游戏粘性上，都高于游戏市场的平均值，而且未来电竞游戏内容将会成为主流内容，电竞用户占比仍会继续增加。

2015-2018年中国电子竞技用户规模



2015-2018年中国电子竞技用户于游戏用户占比情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17099

