

电竞人群：两性健康品类消费趋势报告

©2022.11 iResearch Inc.

电竞与电竞两性人群洞察

1

电竞人群两性观念洞察

2

电竞人群两性健康品类消费洞察

3

电竞人群两性健康品类市场机会

4

电竞及电竞人群相关界定

电竞人群可分为核心电竞人群和泛电竞人群；电竞游戏用户、电竞赛事用户和电竞直播用户组成的核心电竞人群是本报告的主要研究对象

电竞游戏

利用电子设备进行多人同步对抗的同屏PVP电子游戏。



电竞赛事

以电竞游戏为竞技项目进行的比赛。



电竞游戏直播

游戏主播进行或解说电竞游戏的实时视频内容服务。



电竞衍生内容

根据电竞游戏或电竞赛事制作的影视、综艺、短视频等。



本报告中的人群范围说明：

- ✓ **电竞人群**：包含电竞游戏用户、电竞赛事用户和电竞直播用户等核心电竞人群，且有以下一项或多项行为：1.近一年至少观看过或参与过一次电竞游戏赛事（包括职业和非职业赛事）；2.每月频繁玩电竞游戏或观看电竞游戏直播内容；
- ✓ **电竞两性人群**：电竞人群中有两性关系的人群，且符合以下两项条件：1.年满18周岁；2.最近半年内有过两性生活。

电竞游戏用户

电竞赛事用户

电竞直播用户

核心电竞人群

电竞衍生用户

泛电竞人群

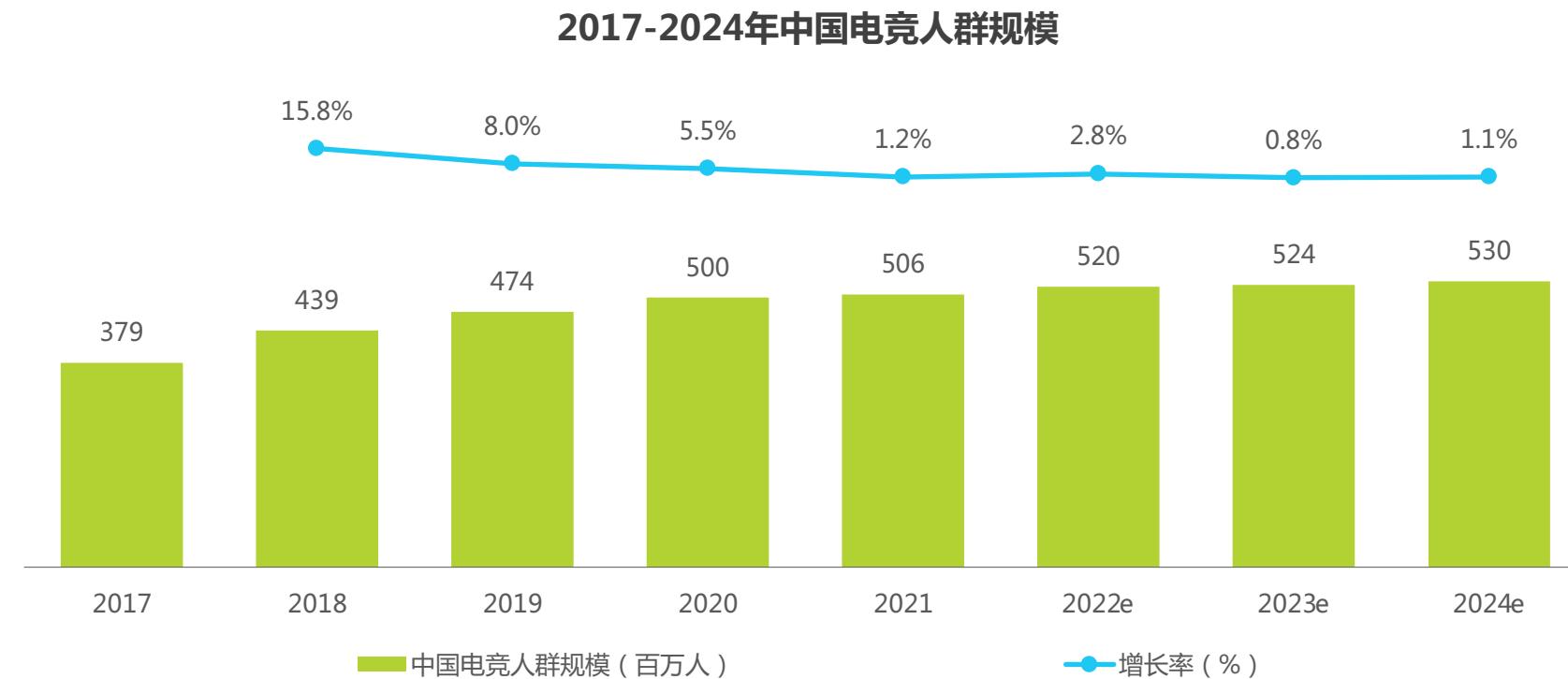
核心电竞人群为本报告主要研究对象

中国电竞人群规模

2021年，中国整体电竞人群规模已超5亿人；在热门电竞赛事中国战队接连夺冠、杭州亚运会电竞项目公布的背景下，电竞人群规模有望得到进一步增长

人群界定

人群画像



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。

注释：本报告中的电竞用户指有以下一项或多项行为的用户：1.近一年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.每月频繁玩核心电竞游戏或观看电竞游戏直播内容。报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

电竞人群男性占比更高，年轻化是主要群体特征

电竞人群中，男性占比超3/4；年轻是人群主要特征，30岁及以下占比超过8成；人群集中分布在华北、华东和华南区域，整体有较高的月收入和购买力

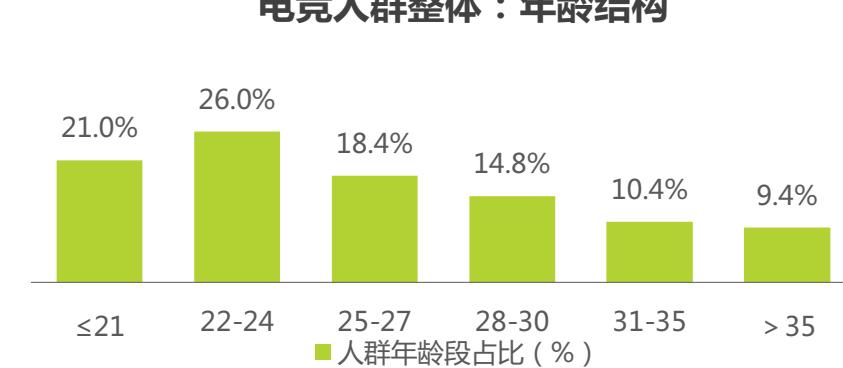
人群界定

人群画像

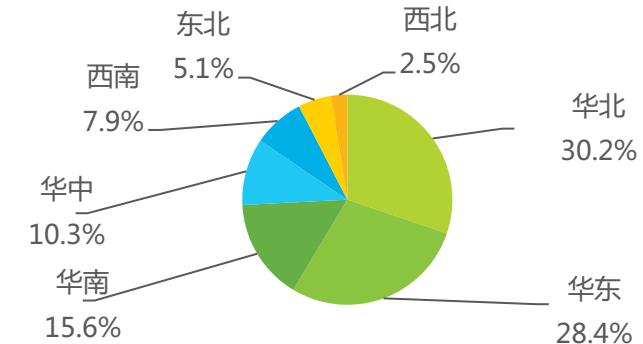
电竞人群整体：性别分布



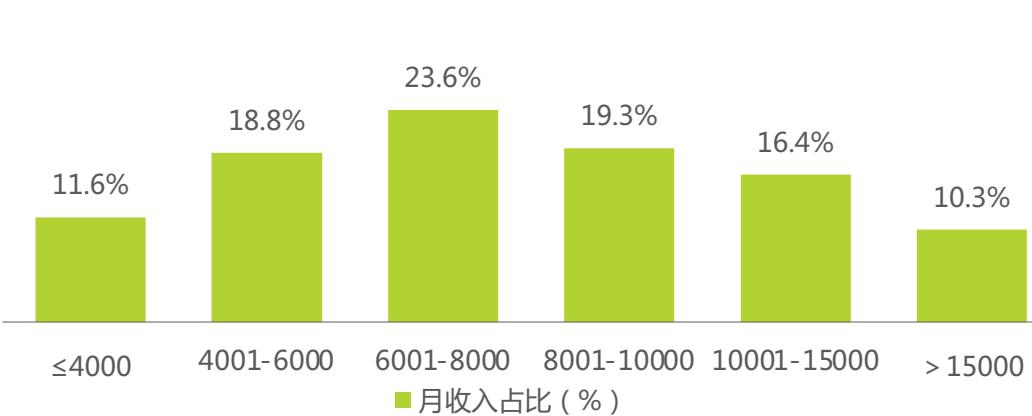
电竞人群整体：年龄结构



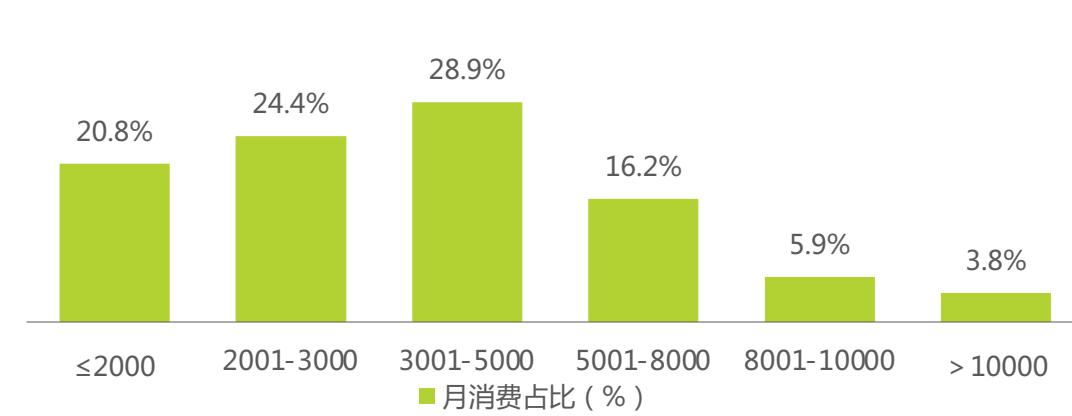
电竞人群整体：地域分布



电竞人群整体：月收入分布



电竞人群整体：月消费分布



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

样本：N=1375；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

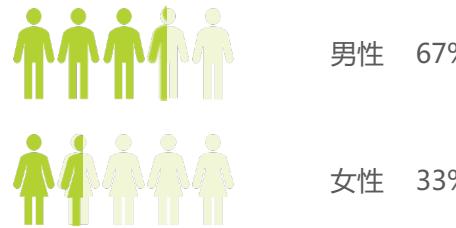
电竞两性人群比电竞人群更成熟，收入和消费力也更高

电竞两性人群中，女性占比提升至3成以上，30岁及以下的年轻人群占比超过7成；相较于整体电竞人群，电竞两性人群的月收入水平和消费能力更高

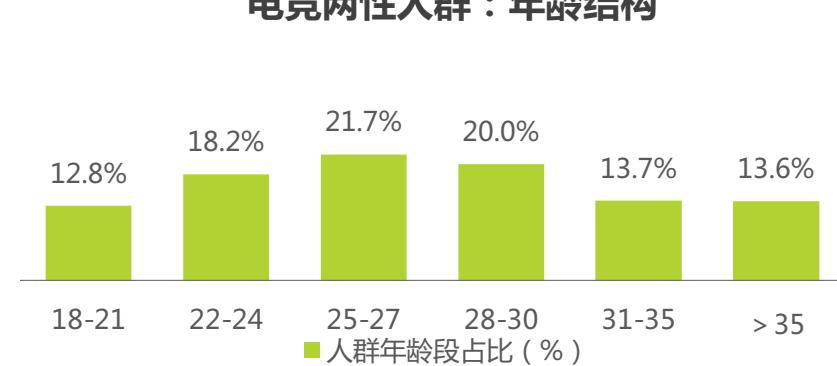
人群界定

人群画像

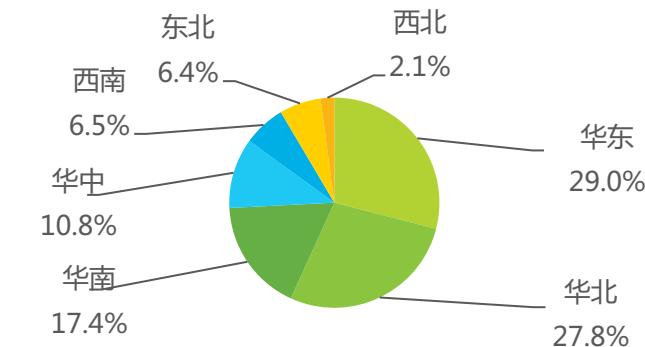
电竞两性人群：性别分布



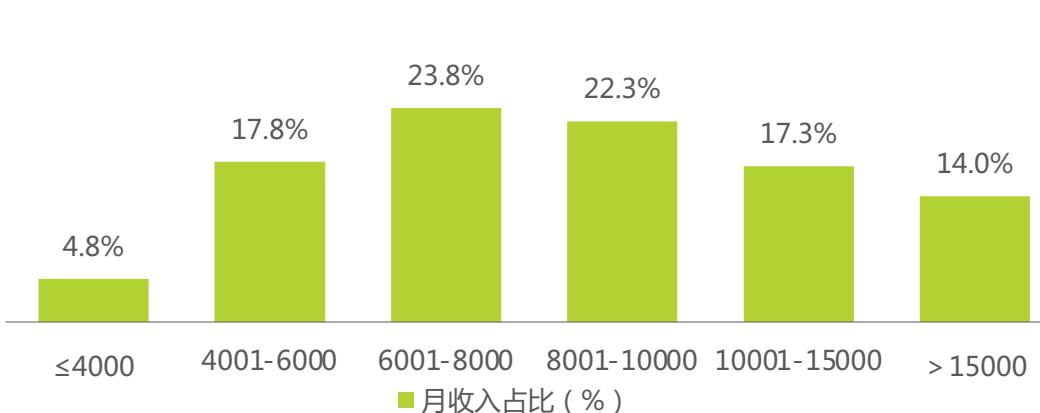
电竞两性人群：年龄结构



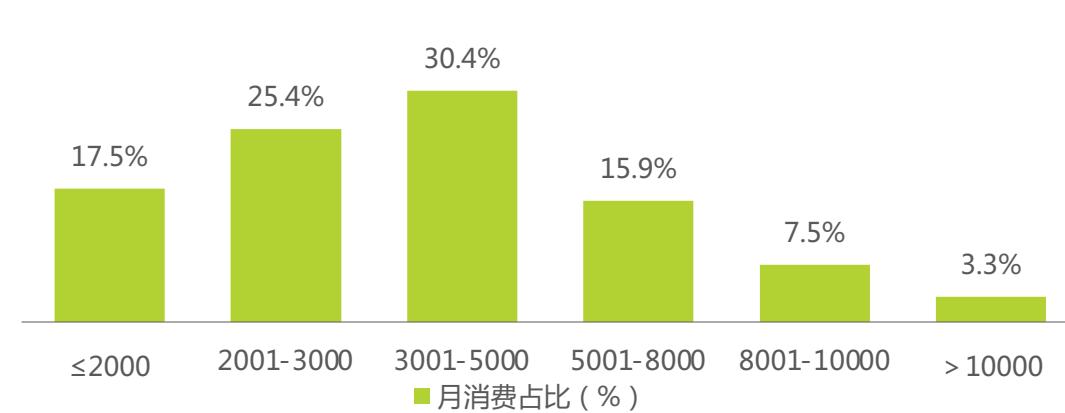
电竞两性人群：地域分布



电竞两性人群：月收入分布



电竞两性人群：月消费分布



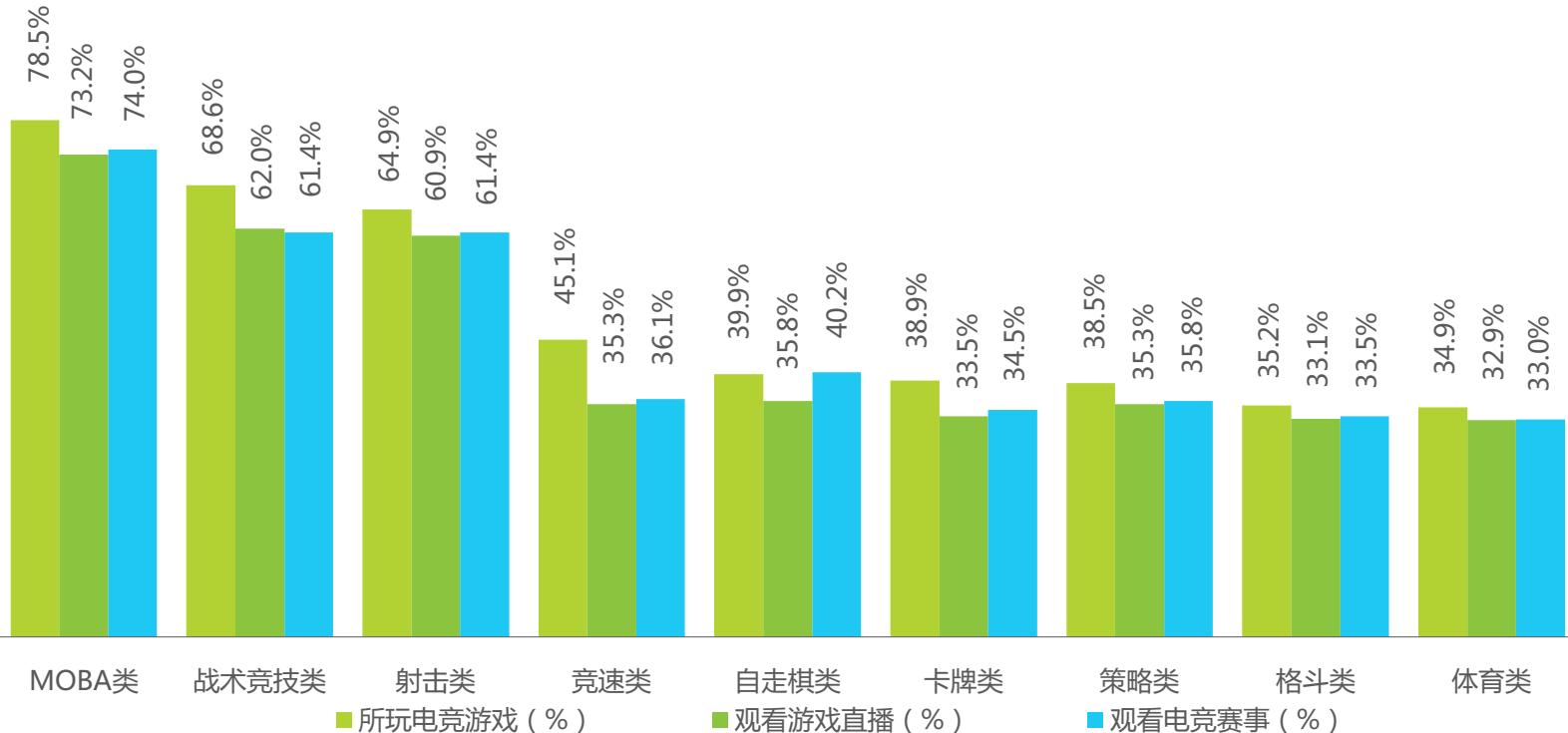
来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

样本：N=1100；于2022年9月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

电竞人群最偏爱MOBA类内容，对电竞已产生很强粘性

MOBA类、战术竞技类和射击类电竞内容更受电竞人群欢迎，整体渗透率均超6成；人群对电竞有着较强的粘性，愿意在电竞内容上投入较长的时间

电竞人群整体：电竞内容类型偏好

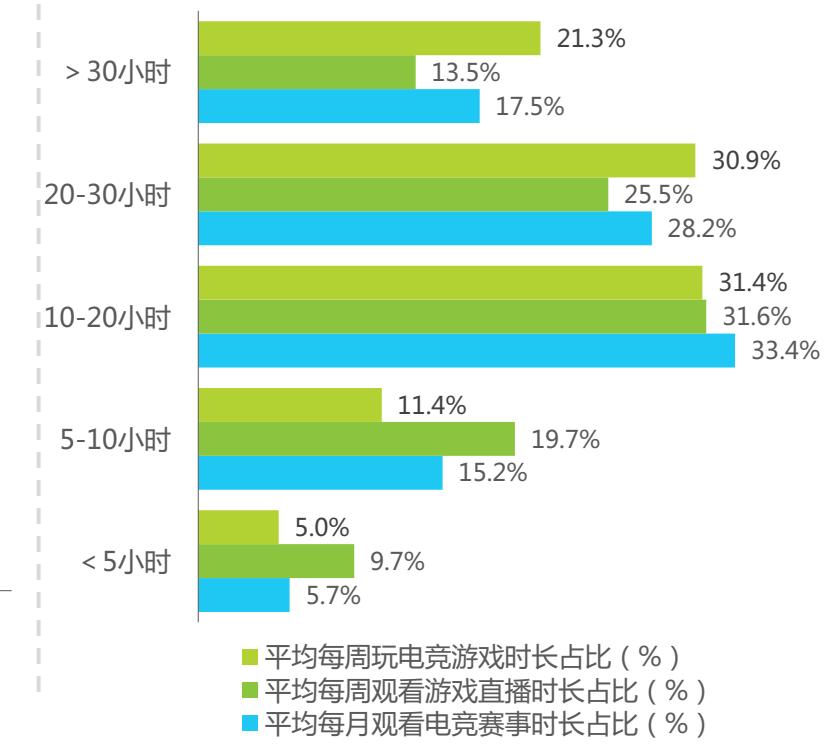


来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

样本：N=1375；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

注释：MOBA类电竞指多人在线战术竞技游戏相关内容，目前市场上热门的MOBA电竞包括英雄联盟、DOTA2、王者荣耀等。

电竞人群整体：电竞内容时长分布



电竞两性人群喜爱各类型电竞内容，也愿意为爱发电

除了玩游戏、看比赛，电竞的更多衍生内容同样吸引了人群的关注；喜欢当然要买买买，电竞丰富的周边和衍生产品吸引了人群纷纷主动掏腰包，为爱发电

电竞两性人群：电竞内容关注形式



电竞两性人群：电竞相关消费行为



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_48298

