

中国电竞行业研究报告

©2022.5 iResearch Inc.

“推动娱乐业转型升级、创新发展，实施阳光娱乐行动，开发健康向上、技术先进的新型娱乐方式，创新娱乐业态和产品。推动娱乐场所标准化建设和连锁化、品牌化发展。规范和支持线上K歌、迷你歌咏厅、音乐派对等新型歌舞娱乐业态发展。**促进电子竞技与游戏游艺行业融合发展**。鼓励开发沉浸式娱乐体验产品。”

——文化和旅游部《“十四五”文化产业发展规划》

“提供全民健身智慧化服务。推动线上和智能体育赛事活动开展，**支持开展智能健身、云赛事、虚拟运动等新兴运动**。”

——国务院《全民健身计划（2021-2025年）》

2021年以来，欧洲杯、东京奥运会、北京冬奥会等世界级传统体育赛事相继成功举办，为全球体育产业的复苏奠定基础。电竞作为数字体育产业的新兴模式，在蓬勃发展过程中仍面临着新冠疫情的挑战：如TI10和S11总决赛等重要电竞赛事由于疫情和政策等影响更换赛事举办地。

同时，电竞行业发展迎来新的机遇：一方面，亚运会电竞项目正式公布、虚拟体育运动持续开展，为电竞体育化夯实基础；另一方面，元宇宙相关产业快速成长、电竞与娱乐行业加速融合，均为电竞行业进一步发展注入新的活力。

研究范围与概念界定

核心电竞游戏及其相关产业为本报告主要研究范围

电竞概念定义

概念	同屏PvP	规模化赛事
核心电竞游戏	√	√
泛电竞游戏		√

- 电竞**：指利用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**：指利用电子设备进行多人同步对抗的电子游戏，可分为核心电竞游戏和泛电竞游戏。
- 同屏PvP**：指玩家通过电竞游戏同时在同一游戏画面内进行多人竞技对抗活动。
- 规模化赛事**：指有以该电竞游戏为比赛项目的大规模竞技赛事，包含各类杯赛和联赛。
- 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相关游戏直播内容。



市场发展：2021年中国电竞市场规模达到**1673亿元**，同比增长13.5%，行业进入平稳增长阶段；移动电竞游戏仍是电竞市场主要组成部分，市场份额占比为52.8%。2021年中国电竞用户规模达到**5.06亿人**，随着未成年人保护政策落实，电竞用户年龄结构将更加健康合理。



行业动态：从全球及国内电竞产业的发展现状看，规范化、多元化和开放化是市场发展的重要关键词。**规范化**体现在赛事模式、人才培养、未成年人保护等规范的持续落实；**多元化**体现在更多游戏品类、更多人群加入到电竞之中；**开放化**体现在赛事授权、内容合作愈加广泛。



用户特征：**年轻化**是电竞用户的重要特征，电竞游戏、游戏直播及电竞赛事在电竞用户中均有较高的渗透率，并已产生较强的用户粘性。随着奥运会宣布举办虚拟体育赛事、杭州亚运会电竞项目公布、S11赛事中国战队夺冠等，电竞作为**新兴体育项目**的正向认知也越来越强。



发展趋势：元宇宙概念的火热以及VR、AR、NFT等相关技术发展，有望推动电竞产业**生态革新**，拓展虚拟数字人、数字藏品等商业模式。此外，电竞与线下场景如城市地标、文旅的业态融合，及电竞企业践行**社会责任**并助推公益传播等，均是电竞产业进一步发展的方向。

中国电竞行业发展背景	1
中国电竞行业现状分析	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

全球电竞行业发展趋势

行业发展支撑有力，推动全球电竞高质量发展

从全球范围看，美国、欧洲、韩国及中国等国家和地区的电竞产业起步较早，在经过较长时间发展后，已形成了比较成熟的电竞产业体系和商业模式；而巴西、东南亚等国家和地区的电竞产业作为后起之秀也迅速发展壮大，成为全球电竞产业的重要组成部分。作为数字体育的新形态，电竞产业在全球迈入蓬勃发展阶段，而电竞的体育化、国际化、移动化和科技化等趋势，将推动全球电竞产业的进一步高质量发展。

全球电竞市场发展核心趋势

体育化进程持续推进

电竞成为2022年杭州亚运会正式项目、奥运会和英联邦运动会积极试点电竞比赛、GEF举办全球电子竞技大赛等，体现电竞向体育产业持续推进与转型升级

国际化发展前景广阔

中外在游戏开发、赛事参与、内容制作及商业赞助等领域相互合作愈发紧密，电竞成为中外文化交流越来越重要的载体



移动化浪潮势不可挡

移动游戏的市场影响力越来越强，王者荣耀、英雄联盟手游、Free Fire、PUBG Mobile等热门手游带动全球移动电竞浪潮

科技化助力电竞产业升级

5G、AI、VR、AR等技术与电竞产业结合愈加深入，元宇宙、Web3.0等新形态与电竞融合有望创新用户电竞体验

中国电竞行业发展背景-政策扶持

全国多地推出扶持政策，大力支持电竞产业发展

从电竞行业发展的政策扶持环境看，2021年以来，全国各地仍在持续加码电竞产业扶持力度，包括支持重大电竞赛事落地举办、电竞场馆建设、电竞人才培养及更多电竞衍生业态扶持等。除了北上广深这些一线城市外，更多的城市也纷纷出台相关扶持措施，推动电竞城市在全国范围内的建设。

2021年以来中国电竞行业发展扶持政策（部分）

发布时间	发布单位及政策名称	主要内容
2021年1月	广州市天河区 《关于扶持游戏产业健康发展的实施意见》	意见提出支持重大电竞项目落地天河；鼓励原创电竞内容产品开发；引导企业积极参与电竞赛事
2021年3月	北京市海淀区 《关于促进中国（北京）自由贸易试验区科技创新片区海淀组团产业发展的若干支持政策》	文件包括游戏和电竞企业创新性和投资金额补贴、原创游戏软件资助、龙头企业落户措施、俱乐部参赛奖励、赛事经费补助等
2021年4月	江苏省太仓市 《关于促进太仓市电竞产业健康发展的实施意见》	文件包括举办电竞赛事补助、龙头骨干电竞企业经济贡献奖励、俱乐部参赛奖励、原创产品研发奖励、专业人才培养支持等政策
2021年6月	上海市静安区 《静安区关于促进影视、电竞产业发展的实施意见》	对电竞企业落户、场馆建设、技术革新、内容IP、创作运营、重大活动及消费场景打造进行奖励
2021年9月	福建省发改委 《促进电竞产业发展行动方案（2021-2023年）》	方案提出将强化电竞产品研发制作、完善电竞赛事生态、促进内容传播和衍生场景及培养壮大电竞产业集群等相关扶持措施

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞行业发展背景-政策监管

政策监管措施持续出台，规范电竞行业良性发展

从电竞行业发展的政策监管环境看，2021年以来，国家监管部门陆续出台了多个措施，对游戏及电竞产业提出更高的规范化要求，包括在未成年人保护、消费者权益保护、直播内容规范等多方面加强监管，规范中国电竞产业健康化发展。

2021年以来中国电竞行业发展监管措施（部分）

发布时间	发布单位及政策名称	主要内容
2021年6月	全国人大常委会 《中华人民共和国未成年人保护法》	《未成年人保护法》对未成年人私密信息保护、实名身份认证、游戏时段等做出更完善的规定
2021年8月	国家新闻出版署 《关于进一步严格管理 切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》	通知要求网络游戏企业严格限制向未成年人提供游戏服务的时间，严格落实实名注册和登录要求，坚决防止未成年人沉迷网络游戏
2021年9月	国务院 《中国儿童发展纲要（2021—2030年）》	《纲要》明确加强未成年人网络保护，实施统一的未成年人网络游戏电子身份认证，完善游戏产品分类、内容审核、时长限制等
2021年11月	全国人大常委会 《中华人民共和国个人信息保护法》	对游戏公司收集、处理、使用、存储、删除个人信息等提出更高要求，切实保障消费者信息安全
2022年4月	国家广播电视总局 《关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知》	通知提及严禁网络视听平台传播违规游戏、加强游戏直播内容播出管理、加强游戏主播行为规范、建立并实行未成年人保护机制等

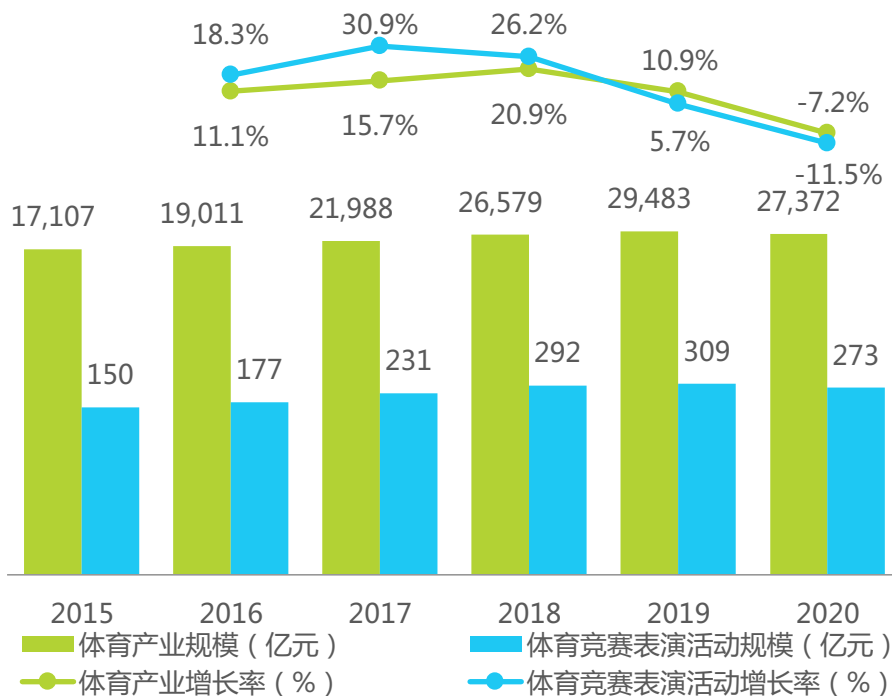
来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞行业发展背景-经济环境

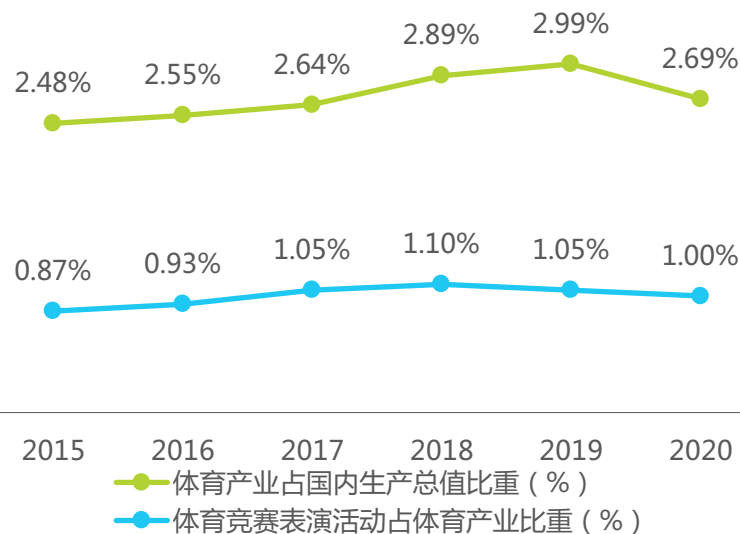
疫情对体育产业造成冲击，体育竞赛表演仍有较大成长空间

自国务院2014年10月印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》以来，中国体育产业增速加快，在国内生产总值中的比重逐步增加，在2019年占比已接近3%。随着传统体育赛事商业化进程加速，体育竞赛表演活动作为体育产业的重要组成部分，占体育产业的比重也越来越大。尽管新冠疫情对全球体育产业造成了较大冲击，但随着《体育产业统计分类（2019）》将电竞运动加入到职业体育竞赛表演活动之中，未来电竞有望成为后疫情时代下体育产业发展的全新增长点，并对国内经济发展产生一定的推动作用。

2015-2020年中国体育产业相关规模情况



2015-2020年中国体育产业相关占比情况



来源：国家统计局，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

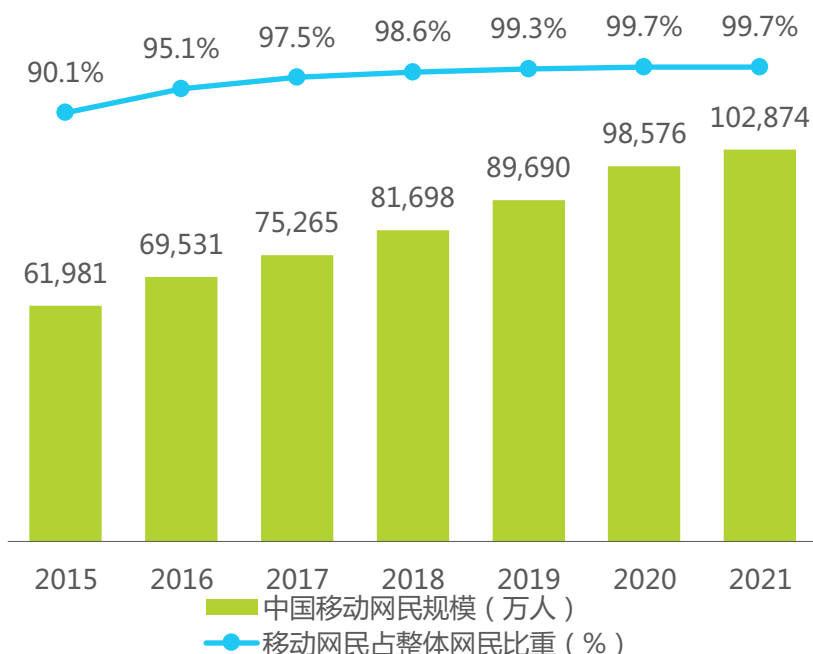
来源：国家统计局，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞行业发展背景-社会文化

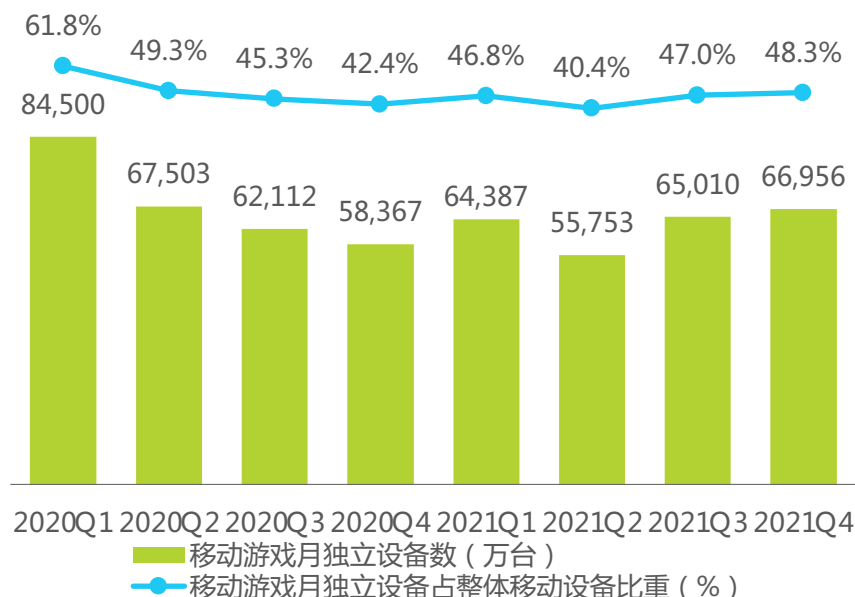
移动网民覆盖率已超99.5%，玩手游成为全民化娱乐方式

根据CNNIC发布的《第49次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年12月，中国移动网民规模达10.29亿人，网民使用手机上网的比例为99.7%，而使用台式电脑、笔记本电脑、电视和平板电脑上网的比例分别为35.0%、33.0%、28.1%和27.4%，手机已成为中国网民最主要的上网方式。根据艾瑞UserTracker多平台网民行为监测数据库数据显示，2020年以来，随着复工复产的有序进行，移动游戏在整体用户中渗透率有所回落，但渗透率始终保持在40%以上，用手机玩游戏，已成为中国移动网民最普遍的在线娱乐方式之一，各游戏类型中MOBA类和射击类等电竞游戏深受用户欢迎。

2015-2021年中国移动网民规模及占网民比例



mUserTracker-2020-2021年中国移动游戏月独立设备数及占整体设备比例情况



来源：CNNIC《中国互联网络发展状况统计报告》，艾瑞消费研究院自主研究绘制。
注释：除2019年所用数据为2020年3月规模数据外，其他均为当年12月规模数据。

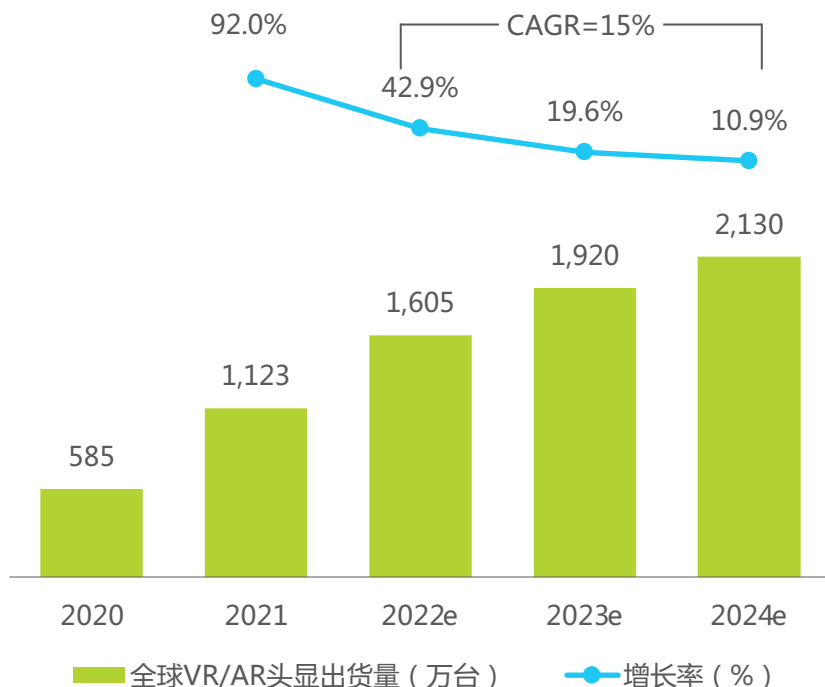
来源：UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

中国电竞行业发展背景-科技发展

VR/AR技术快速发展，有望推动电竞产业革新

2021年以来，元宇宙引发了社会各界的广泛探讨，国内外互联网巨头纷纷加大元宇宙领域投入力度，其中VR和AR是元宇宙的重要前端设备。VR和AR与众多领域均可结合，而游戏及电竞是其重要的应用场景，依托5G、VR和AR技术的融合，空间和时间、线上和线下的界限被打破，打造出现实与虚拟交融的场景：游戏可以利用VR为用户提供更加身临其境的游戏体验；电竞赛事可以利用AR以现实环境多样性来提升电竞观赛的趣味性等。正如《头号玩家》和《阿尔罕布拉宫的回忆》等影视作品中展现的游戏形态，VR和AR的技术创新，有望在电竞场景中得到率先落地，最终加速元宇宙的到来。

2020-2024年全球VR/AR市场出货量规模



VR和AR的技术特征及在电竞产业中的应用

	VR (虚拟现实)	AR (增强现实)
技术定义	利用计算机创建三维虚拟空间，并模拟视觉、听觉、触觉等感官，用户身临其境地与三维空间事物交互	集成真实世界信息与虚拟世界信息，在屏幕上将虚拟世界信息投射到现实世界中，与使用者进行互动
体验特点	沉浸感、交互性、自主性	虚实结合、实时交互、3D定位
关键技术	动态环境建模、实时三维图形生成、立体显示和传感器等技术	系统显示、三维注册、人机交互、深度学习等技术
技术痛点	优质内容稀缺、系统设备价格、传输速度与本地计算等	人机交互效率低、舒适度不高、虚实结合能力弱等
电竞应用	VR游戏、游戏直播、电竞观赛等	AR游戏、虚拟角色、虚拟演出等

来源：IDC，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞行业发展背景	1
中国电竞行业现状分析	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

中国电竞行业发展历程

杭州亚运会电竞项目正式公布，电竞体育化更进一程

中国电竞行业发展历程



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

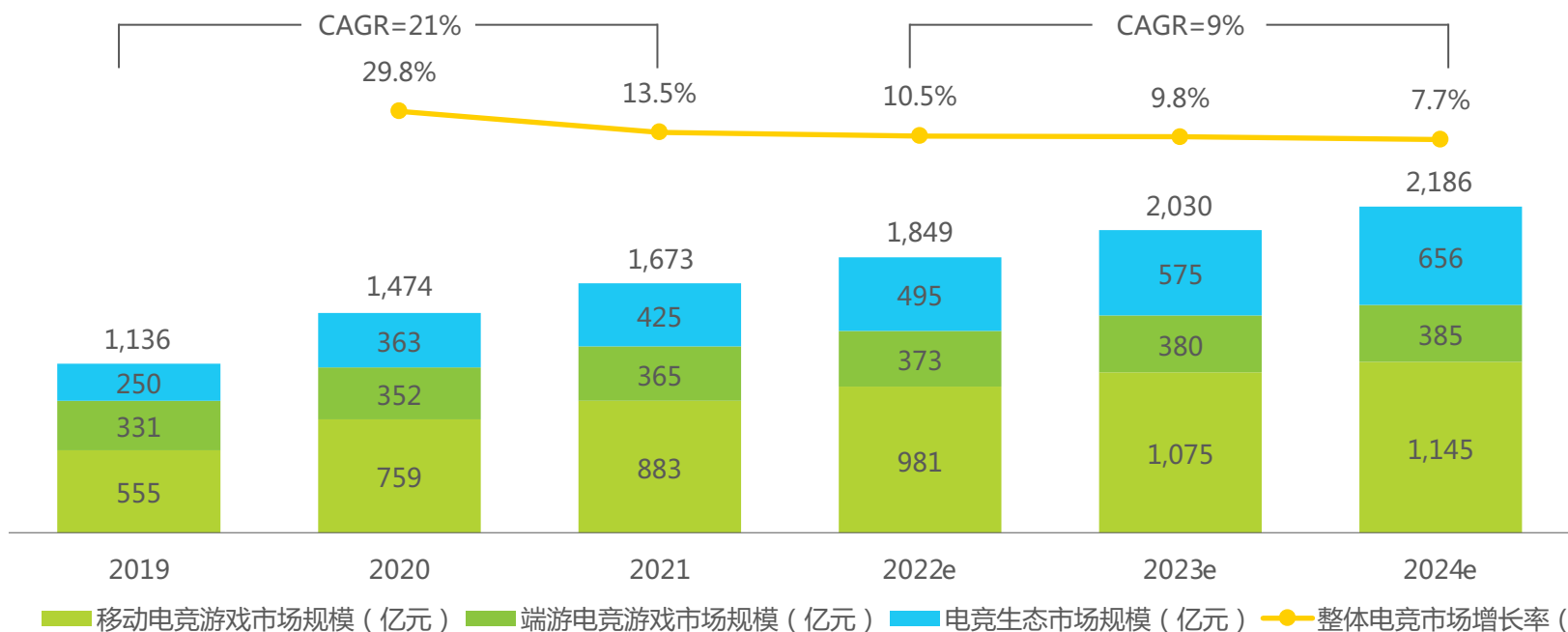
注释：各个发展阶段上方展现内容为该时期内典型的电竞相关内容，与其市场表现无关。

中国电竞市场规模

2021年电竞市场规模超1650亿元，市场进入平稳增长阶段

2021年中国电竞市场规模约1673亿元，同比增长13.5%，行业进入平稳增长阶段。在游戏行业监管趋严、直播行业规范化持续加强的背景下，电竞游戏及电竞直播收入增速有所放缓。而随着电竞赛事和电竞内容影响力的快速提升，电竞版权、赛事赞助、内容制作等电竞赛事商业化仍保持着较高的增速。电竞市场未来的增长驱动因素，来源于电竞入亚带来的体育化和商业化机会，以及元宇宙、Web3.0等新兴业态和电竞结合带来的发展空间。

2019-2024年中国电竞整体市场规模



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。

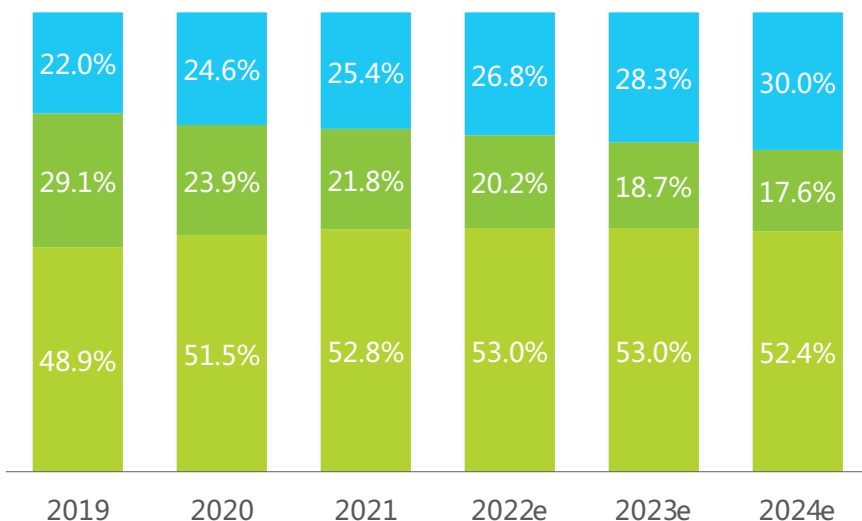
注释：中国电竞市场规模包括：1.端游电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为端游电竞游戏消费总金额。2.移动电竞游戏市场规模，包括中国大陆地区用户为移动电竞游戏消费总金额。3.电竞生态市场规模，包括赛事门票、周边、众筹等用户付费以及赞助、广告、版权等企业围绕赛事产生的收入及电竞俱乐部及选手产生的收入；以及游戏直播内容及游戏主播等赛事之外的产业链核心环节产生的收入；不包括电竞教育与电竞地产规模。报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

中国电竞细分市场规模

移动电竞游戏规模占比超50%，电竞生态市场占比稳步提升

从中国电竞行业细分市场的占比变化可以看到：一方面，移动电竞游戏收入在未来的一段时间内仍将占据着电竞市场收入的半壁江山；另一方面，自2020年以来，电竞生态市场占比已超过端游电竞游戏市场占比，成为驱动电竞市场发展的新兴力量，电竞赛事、电竞直播和电竞衍生内容作为电竞生态最主要的组成部分，其规模均已超过百亿元。

2019-2024年中国电竞市场细分规模占比



■ 移动电竞游戏占比 (%) ■ 端游电竞游戏占比 (%) ■ 电竞生态占比 (%)

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：中国电竞市场规模包括：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及电竞俱乐部及选手产生的收入；以及游戏直播内容及游戏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。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。

2021年中国电竞生态市场细分规模



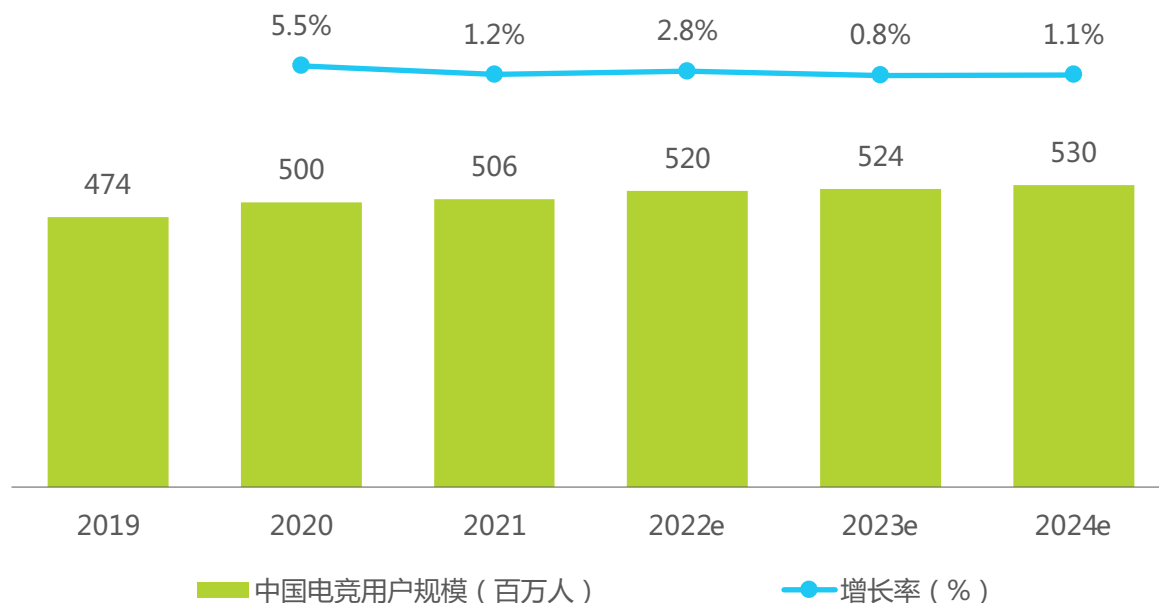
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。
注释：中国电竞生态市场规模包括：1.电竞赛事及相关市场规模，包括赛事门票、周边、众筹等用户付费以及赞助、广告、版权等企业围绕赛事产生的收入及电竞俱乐部及选手产生的收入；2.电竞直播市场规模，包括游戏直播内容及游戏主播等产生的收入；3.电竞衍生及相关市场规模，包括电竞陪练、电竞衍生节目、电竞周边产品等衍生产业链环节产生的收入；不包括电竞教育与电竞地产规模报告。所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

中国电竞用户规模

电竞用户规模增速逐步放缓

2021年，中国电竞用户整体规模约为5.06亿人，同比增长1.2%，尽管电竞用户增速有所放缓，但在英雄联盟S11总决赛中国战队EDG夺冠、杭州亚运会电竞项目公布的背景下，电竞用户规模有望在2022年得到进一步的增长。同时，随着游戏行业未成年人保护政策的落实，电竞用户年龄结构也将更加规范有序。

2019-2024年中国电竞用户规模

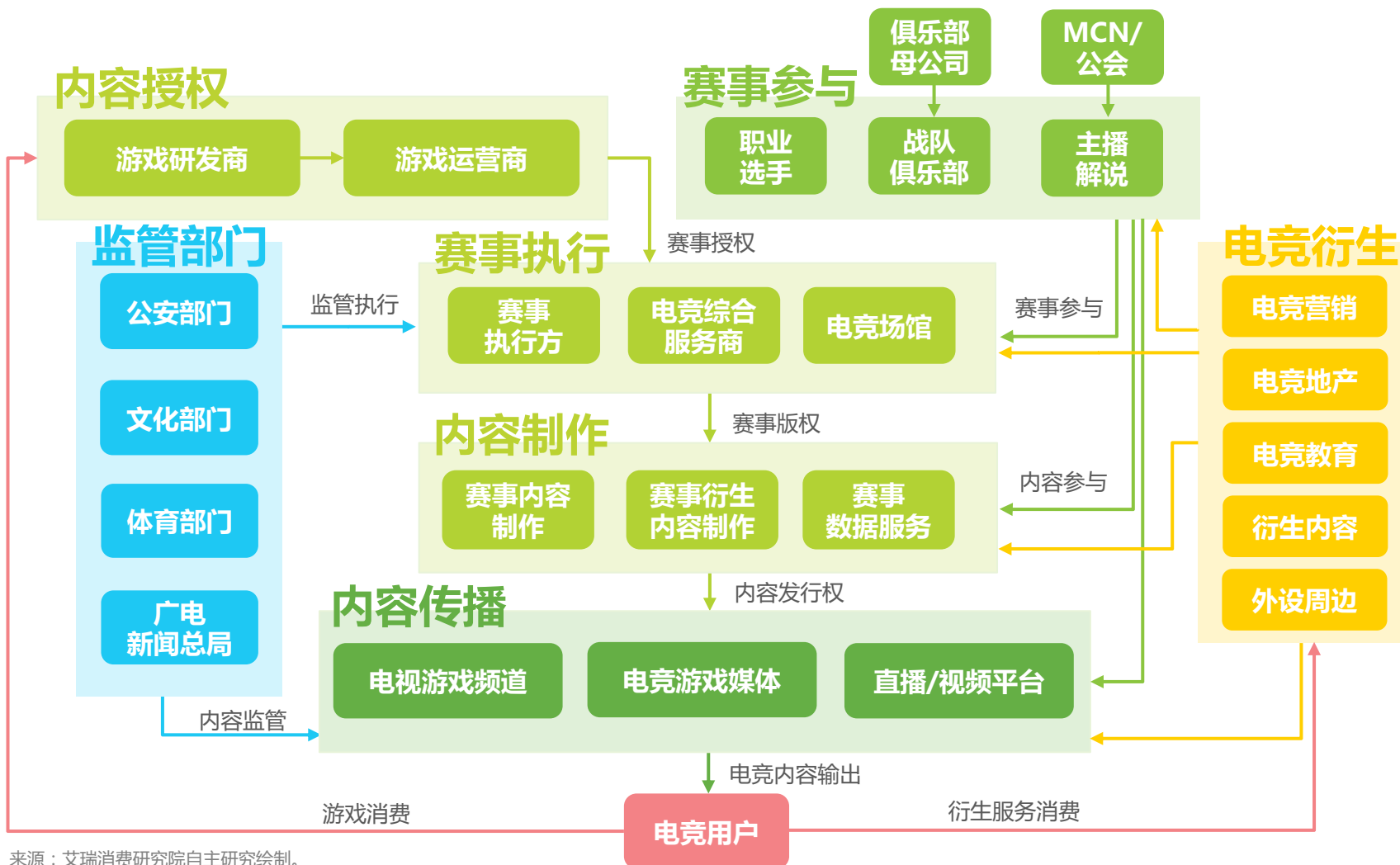


来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

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相关游戏直播内容。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。

中国电竞产业链

2022年中国电竞产业链



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞产业图谱

2022年中国电竞产业图谱



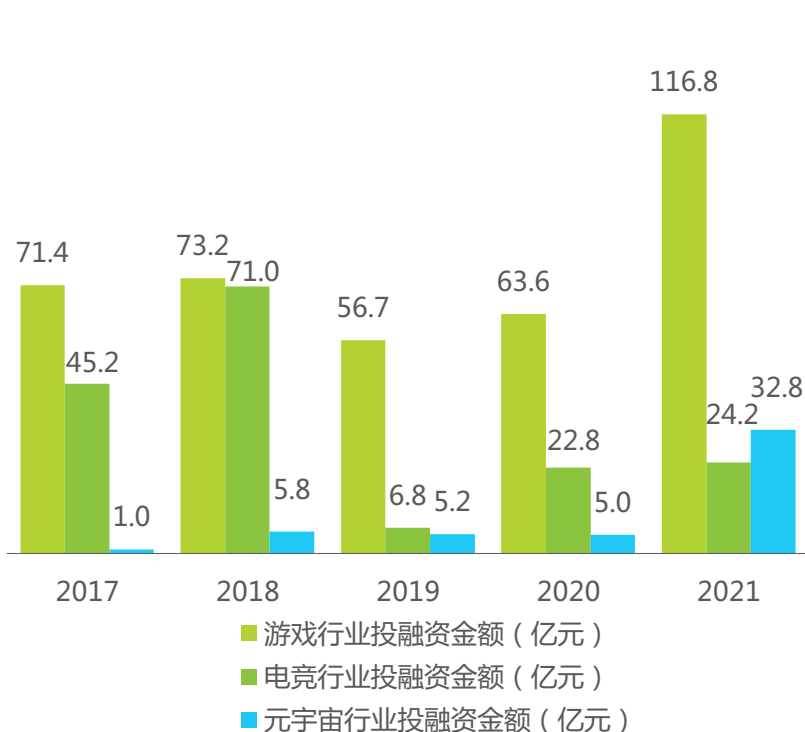
来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。
注释：图谱未包含行业各环节所有企业，排名不分先后。

中国电竞相关行业投融资分析

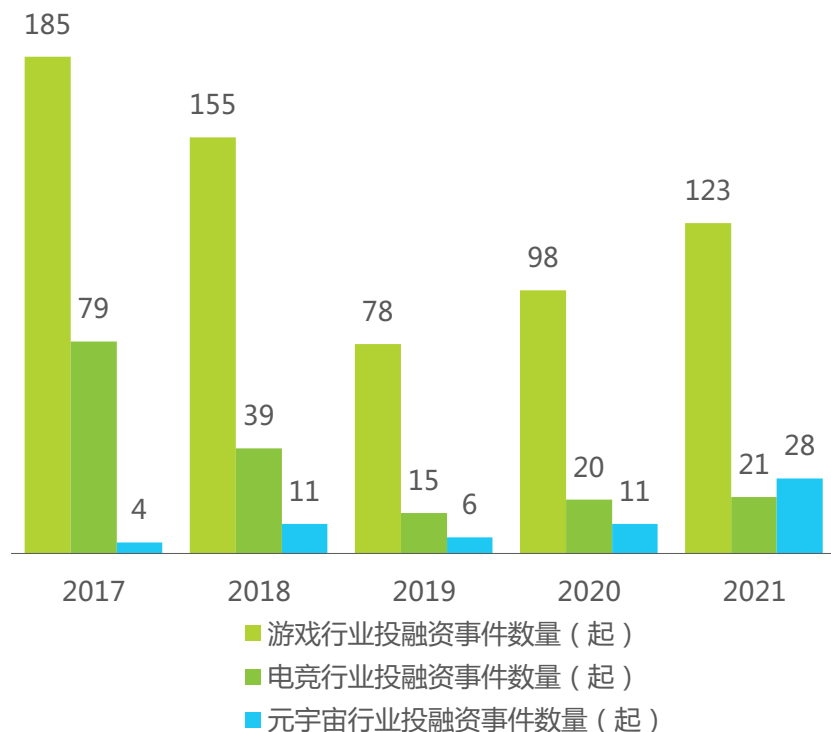
游戏投资回暖、元宇宙投资爆发，将推动电竞行业进一步发展

从电竞相关行业的投融资数据来看，电竞行业投融资在2017年至2018年间达到高峰，2019年以来，电竞市场投资愈发趋于冷静，在投融资金额和投融资事件数量上都保持相对平稳。作为电竞行业上游，游戏行业自2019年以来投融资整体活跃度持续回暖，有利于更多新品电竞游戏的开发和上线；而元宇宙作为互联网发展的新兴业态，相关投资在2021年开始爆发，元宇宙相关的VR、AR、NFT等内容形态与电竞的结合，有望给电竞产业带来新的发展契机。

2017-2021年中国电竞相关市场投融资金额



2017-2021年中国电竞相关市场投融资数量



来源：IT桔子“游戏”、“电子竞技”及“元宇宙”标签下投融资事件整理，不包含并购、上市、退出相关事件及海外投融资情况，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：IT桔子“游戏”、“电子竞技”及“元宇宙”标签下投融资事件整理，不包含并购、上市、退出相关事件及海外投融资情况，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞游戏热门产品分析

端游电竞直播观众活跃度更高，头部产品IP影响力凸显

根据小葫芦大数据平台监测数据显示，2021年热门开播的电竞游戏内容仍以移动电竞为主，《王者荣耀》以78.9万人的月均开播主播数位居榜首；从2021年热门观看的电竞游戏内容看，端游电竞的直播观众互动表现更好，吸引了更多观众发送弹幕互动。同时，头部产品《英雄联盟》及其手游、自走棋衍生产品在榜单上占据多席，可谓目前最有影响力的电竞IP；《穿越火线》游戏发展至今已有十余年，至今仍展现出强大的生命力，深受电竞用户欢迎；而《永劫无间》作为网易在2021年7月推出的武侠战术竞技新品，随着其职业联赛的起步，未来发展同样值得期待。

2021年中国电竞游戏热门开播内容

2021年中国电竞游戏热门观看内容

2021年电竞游戏开播热度	电竞游戏名称	月均开播主播数（万人）
1	王者荣耀	78.9
2	和平精英	35.6
3	英雄联盟	28.4
4	英雄联盟手游	19.4
5	永劫无间	5.6
6	金铲铲之战	5.5
7	CS:GO	5.1
8	穿越火线	4.7

2021年电竞游戏观众热度	电竞游戏名称	日均弹幕观众数（万人）
1	英雄联盟	181.0
2	王者荣耀	178.2
3	和平精英	78.4
4	绝地求生	72.9
5	CS:GO	35.7
6	穿越火线	32.0
7	永劫无间	30.7
8	云顶之弈	27.2

来源：小葫芦大数据平台，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

注释：月均开播主播数根据各游戏分类下每月有开播行为的主播数统计，数据监测范围覆盖虎牙、斗鱼、企鹅电竞、哔哩哔哩及快手平台。

来源：小葫芦大数据平台，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

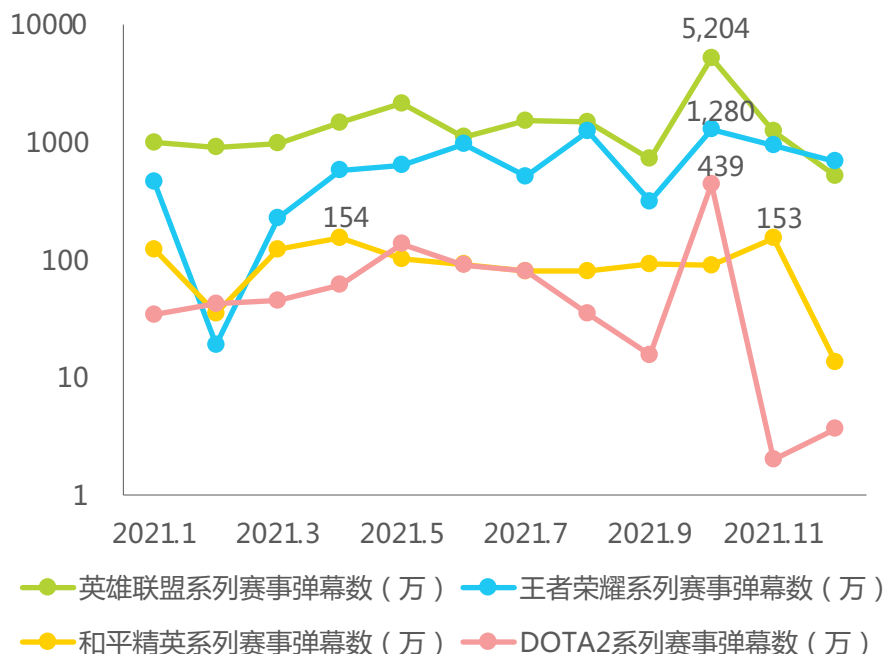
注释：日均弹幕观众数根据发送弹幕的观众进行人数去重统计，不完全反映观看直播的用户人数情况，数据监测范围覆盖虎牙、斗鱼、企鹅电竞、哔哩哔哩及快手平台。

中国电竞赛事内容发展分析

头部电竞赛事热度稳固，职业电竞探索多元化生态

从2021年全年的电竞赛事用户活跃情况看，头部电竞赛事在1至2个月左右的休赛期外，整体赛事热度和用户关注度始终保持在较高的水平。根据小葫芦大数据平台监测数据显示，英雄联盟赛事和DOTA2赛事在全球总决赛期间引发电竞用户观看热潮，赛事官方直播间观众发送弹幕总数得到翻倍式增长。此外，女子电竞和虚拟体育电竞正在成为电竞的新兴力量，王者荣耀女子公开赛的举办和上海虚拟体育公开赛的创办，有助于电竞产业进一步完善产业生态，开启数字体育发展的新场景和新模式。

2021年头部电竞赛事官方直播间月度弹幕总数情况



来源：小葫芦大数据平台，艾瑞消费研究院自主研究绘制。

注释：电竞赛事弹幕数根据相应赛事官方直播间观众发送的弹幕总数统计。

职业电竞赛事的多元化探索



2021年8月，王者荣耀宣布首个官方女子专业赛事——**王者荣耀女子公开赛**，经过城市分站赛和年度总决赛的角逐，RE-Girls战队最终获得年度总冠军。



2021年11月，上海市科技体育运动管理中心与久事智慧体育共同宣布将启动**上海虚拟体育公开赛**，首届赛事包含滑雪、赛车、自行车、赛艇等虚拟体育项目。

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞赛事授权模式分析

赛事授权体系逐步完善，电竞开放生态逐渐形成

电竞在诞生之初，就和游戏产品有着极强的绑定，游戏版权归属使得第三方举办电竞赛事存在法务、技术等风险。随着电竞的体育化发展，头部电竞企业更倾向于放开赛事IP授权，通过建立清晰的授权体系和明确的管理制度，让更多第三方能够以更低的门槛举办电竞赛事，双方共同做大电竞赛事生态。随着电竞赛事授权的开放化、标准化及一站式赛事服务平台的推出，大众电竞赛事也将越来越普及，有望让电竞赛事成为和体育运动一样亲民的生活化项目。此外，随着独立电竞赛事产品版本的陆续推出，赛事授权还将有可能突破不同游戏厂商之间的界限，让电竞成为更加开放、更加包容的体育生态。

电竞赛事授权愈加开放化与标准化

开放化

国内头部电竞企业如腾讯、网易等，纷纷推出官方赛事授权系统，为第三方**开放电竞赛事IP生态**，在快速审批办赛申请的同时，提供技术经验支持。



标准化

2020年底，国内首个电竞授权类团体标准《电竞赛事通用授权规范》发布，规范提出游戏厂商需分步骤、分阶段推动研发**独立的电竞赛事产品版本**，并适用于未来的国内电竞赛事。王者荣耀（亚运版）与和平精英（亚运版）的出现，有望推动电竞授权体系进一步标准化，激发市场活力。



一站式赛事服务平台助推全民电竞发展



全民秒开赛是腾讯电竞推出的一站式电竞赛事平台，是腾讯官方十余款游戏的赛事IP授权入口，支持多个项目同时开赛，并提供赛事管理和赛事保障服务，助力第三方一键高效办赛。

Battle是网易游戏首个官方电竞赛事平台，提供赛事授权、智能办赛、参赛观赛等一站式赛事服务，并已接入城市赛、高校赛、主播赛、玩家自办赛等各类授权及自办赛事。

有效降低电竞办赛门槛，推动电竞大众化发展

中国电竞内容传播发展分析

电竞成为体育运动推广和文化交流的优秀载体

电竞作为数字体育的新模式，以其数字化特征和用户影响力，成为文化推广和文化交流的重要载体。为响应北京冬奥会“带动三亿人参与冰雪运动”的号召，一方面，国家体育总局举办中国数字冰雪运动会，以“电竞+冰雪”模式，为大众参与冰雪运动提供更加便捷的渠道；另一方面，《王者荣耀》、《和平精英》等电竞游戏也成为跨界合作的代表，通过游戏内容与冰雪运动的结合，让更多年轻人了解并热爱冰雪运动。此外，电竞也是各国和各城市之间文化交流的重要渠道，通过举办电竞赛事及相关活动，可以展示各地文化，并促进各地青年之间进行有效的文化交流。

电竞内容助力冰雪运动推广



举办中国数字冰雪运动会

国家体育总局和中国冰雪大会组委会共同主办了多届中国数字冰雪运动会，以“电竞+冰雪”的模式向社会大众普及和推广冰雪运动。



《王者荣耀》冰雪主题形象和玩法

王者荣耀在游戏内上线“哪吒”冰雪运动虚拟形象、“冰雪快跑”小地图等，给玩家提供数字冰雪体验。



《和平精英》“龙狮迎冰雪”版本

和平精英将地图改为冰雪赛场，搭建滑雪大跳台，玩家可在游戏中化身滑雪运动员，体验单板滑雪乐趣。

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

电竞内容推动城市文化交流



ESEA东亚电竞锦标赛由中国文化娱乐行业协会、韩国电子竞技协会、日本电子竞技联合会联合承办，各国将轮流举办，旨在推动数字文化产业共同发展，促进各国青年开展深入的文化交流。



粤港澳大湾区电竞论坛暨城市交流赛覆盖广州、深圳、佛山、珠海、东莞、惠州、澳门、香港等8地，旨在促进粤港澳城市及青年的文化交流，并打造粤港澳大湾区电竞文化符号和产业标杆。

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞俱乐部发展分析

电竞俱乐部进入整合发展阶段

据不完全统计，2021年全球电竞市场的并购及合并事件总数接近150起，通过并购、合并进行电竞资源整合、业务模式拓展成为电竞市场发展的主流趋势，而电竞俱乐部是市场整合中十分重要的角色。从国内市场看，狼队电竞、星竞威武、TT电竞和微博电竞等电竞俱乐部，在2021年下半年均以并购或合并的方式，实现在更多品类电竞赛事的布局，以电竞资源整合来拓展多元业务模式，最终扩大自身电竞品牌的整体竞争力和影响力。

并购、合并成为趋势，电竞俱乐部通过整合提升整体竞争力

狼队电竞



2021年9月，复星体育旗下狼队电竞完成对QG俱乐部王者荣耀分部和QQ飞车分部的收购，此前狼队电竞已在国内外成立FIFA、CODM、第五人格、火箭联盟等多个分部。

星竞忍者



NINJAS IN
PYJAMAS

2021年8月，星竞威武宣布与瑞典NIP战队合并，组建星竞忍者集团。合并后，星竞忍者拥有英雄联盟、王者荣耀、穿越火线、瓦罗兰特、CS:GO、彩虹六号等赛事的永久席位。

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

电竞俱乐部 整合案例



TT语音

TT电竞

2021年10月，趣丸集团收购原TMG战队正式进军和平精英职业赛事，目前TT电竞拥有包括英雄联盟LPL、英雄联盟手游WRL、王者荣耀KPL及和平精英PEL在内的国内四大电竞联赛席位。



微博

weibo.com

微博电竞

2021年11月，微博收购原SN战队进军英雄联盟赛事，此前微博已通过成立或收购的方式进入王者荣耀、和平精英、瓦罗兰特、第五人格等项目，目前微博电竞已基本覆盖市场上主流的电竞项目。

中国电竞人才选拔制度分析

亚运会推动电竞国家队选拔体系的探索和建设

尽管2022年杭州亚运会宣布延期举办，但亚洲各国和地区的电竞代表队选拔已在陆续开展之中。根据韩国电竞协会在官网公开的国家代表队选拔及运营规定显示，电竞国家队选手将以游戏水平、资格赛排名、国际大赛经验、透彻的国家观和使命感等8项标准进行，从实际情况看，标准的落地仍存在难度，如标准辨别度低、操作难度较高等。除了韩国的委员会选拔模式，亚洲其他国家和地区还通过特定赛事成绩选拔、报名选拔等方式组建电竞代表队。以亚运会为起点，国内的电竞选拔体系也将逐渐探索，最终建立起和传统体育一样“公平、公正、公开”的运动员选拔机制。

韩国关于亚运会电竞项目国家队的选拔标准

Team Korea
of
esports

游戏水平

国际大赛经验

团队贡献度

成长性和未来性

最近3个月至1个赛季
个人记录

国家观和使命感

国家队资格赛排名

韩国电竞贡献度



尽管有公开标准，韩国英雄联盟国家队监督kkOma在2022年4月的辞职风波中，曾提出“**选拔方式的低辨别力**”

国内电竞代表队选拔体系可探索的方向

委员会选拔

赛事选拔

省队选拔

注册运动员选拔

更多规范化选拔标准

公平公正公开的电竞运动员选拔机制有待建立

中国电竞营销品牌主分析

电竞品牌主类型愈发多元化

2021-2022年中国电竞营销主要品牌主一览



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞营销合作模式分析

电竞营销的商业潜力得到快速开发

随着电竞行业的蓬勃发展和逐渐成熟，电竞产业庞大的流量、年轻化的用户和强大的社交属性，吸引了众多品牌主的进入。随着电竞营销合作的广度和深度持续拓展，更多的营销合作对象和营销合作模式被不断开发出来，双方的合作粘性也在不断加强。深入渗透电竞领域的品牌，在落实品牌营销与年轻化战略的同时，也为电竞商业化价值的快速增长提供强劲动力。

电竞营销的合作广度持续拓宽



合作模式

- **曝光合作**：品牌主通过赞助、冠名、植入、代言等形式参与电竞营销，获取电竞流量，实现品牌曝光
- **产品合作**：品牌主借助电竞IP影响力推出联名/定制产品，并与电竞用户建立情感联系，打开市场
- **场景合作**：品牌主通过举办电竞赛事/活动、营造电竞主题空间等方式，以线下生态辐射电竞用户
- **内容合作**：品牌主结合电竞素材，以纪录片、漫画、音乐等形式，表达出品牌与电竞精神融合的故事

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

电竞营销的合作粘性不断加强



合作时长：电竞营销合作的整体时长逐步增长，**以LPL赛事为例**，梅赛德斯奔驰、肯德基、耐克等品牌与LPL的合作时长均在四年及以上



合作范围：品牌主开始在电竞领域进行全面布局，**以李宁为例**，李宁赞助多个电竞战队、成立LNG战队、持续推出电竞联名产品等



合作深度：品牌主愈加重视电竞的赋能效果，**以索尼为例**，索尼与CF赛事的合作在Xperia手机基础上，增加更多生态产品合作

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞衍生内容发展分析

优质衍生内容丰富电竞IP生态

以电竞游戏和电竞赛事为核心，头部电竞IP如英雄联盟、王者荣耀等持续拓展自身IP生态：一方面，《英雄联盟：双城之战》和《你是我的荣耀》等衍生动画和电视剧，以优质内容获得了用户较好的口碑和较高的播放量；另一方面，虚拟数字人等新兴技术带动电竞衍生内容的持续创新，虚拟形象、虚拟主播及虚拟解说等虚拟数字人在电竞产业中的应用，为电竞产业的进一步数字化发展奠定基础。

电竞衍生影视作品备受关注



英雄联盟衍生动画——《双城之战》



王者荣耀授权电视剧——《你是我的荣耀》

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

虚拟数字人在电竞产业的应用

王者荣耀国风舞蹈：公孙离《一舞翩翩》



穿越火线手游虚拟形象：云悠悠

虎牙直播虚拟偶像：双马尾

和平精英虚拟解说：占乐乐E·L

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国电竞酒店市场发展分析

酒店转型、企业入局，电竞酒店的专业化发展之路

电竞市场的火热，带动了电竞酒店业态的出现和发展，电竞酒店不仅吸引了众多传统酒店的转型升级，也吸引了电竞产业链的多家企业亲自下场：网鱼网咖、雷神、京东等依托电竞资源打造自身的电竞酒店品牌，而腾讯则推出“数字IP酒店共创合作”，与香格里拉、凯越等传统酒店共同打造电竞主题酒店。在落实规范化、标准化的同时，电竞酒店的下一步发展，将会是在满足用户电竞、住宿和社交需求的基础上，将电竞元素与酒店场景深度融合，打造沉浸式体验的电竞文化空间。

国内电竞酒店的类型与市场格局

电竞酒店		
专业电竞酒店	创业品牌	爱电竞酒店、创电竞酒店、5F电竞酒店、宜博电竞酒店等
	衍生品牌	电竞衍生：网鱼、雷神、京东等 酒店衍生：格林电竞酒店等
电竞主题房	合作推出	香格里拉、雅诗阁、凯悦等与腾讯电竞合作推出电竞房
	自主推出	IU酒店、速8酒店、亚朵、柏曼等酒店自主推出电竞房

满足用户多元需求，打造电竞文化空间



中国电竞行业发展背景

1

中国电竞行业现状分析

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

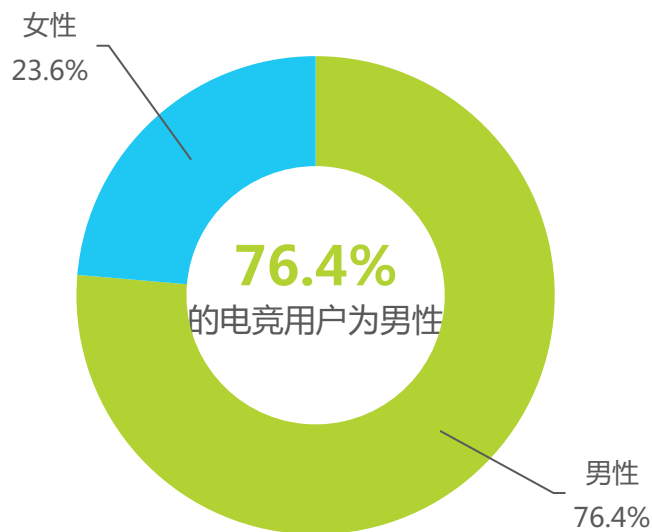
5

中国电竞用户性别及年龄分布

年轻男性是主要的电竞用户群体

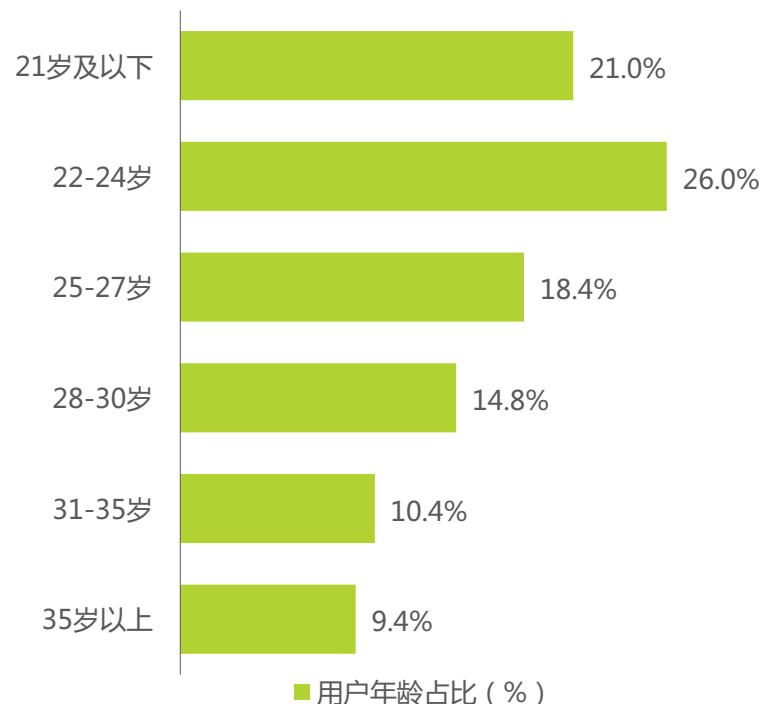
中国电竞用户中，男性用户占比在7成以上。年轻是电竞用户最重要的特征，调研数据显示，25岁以下的电竞用户占比达到47.0%。随着游戏行业未成年人保护相关工作的持续推进，未来电竞用户的年龄结构也将更加健康化。

2022年中国电竞用户性别情况



注释：请问您的性别是？
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。

2022年中国电竞用户年龄分布



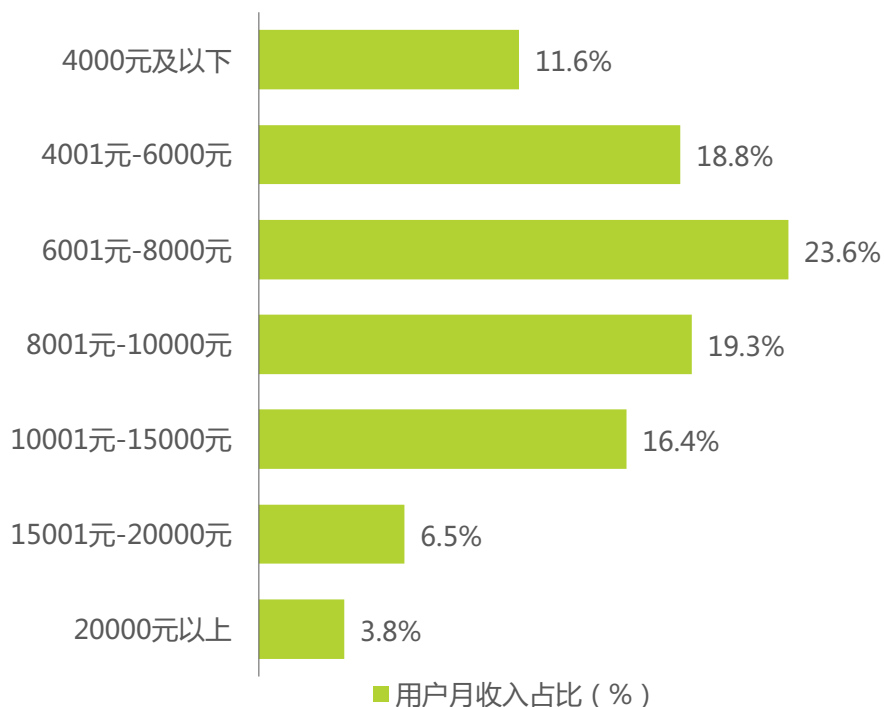
注释：请选择您的周岁年龄？
样本：N=1375；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

中国电竞用户收入及消费水平分布

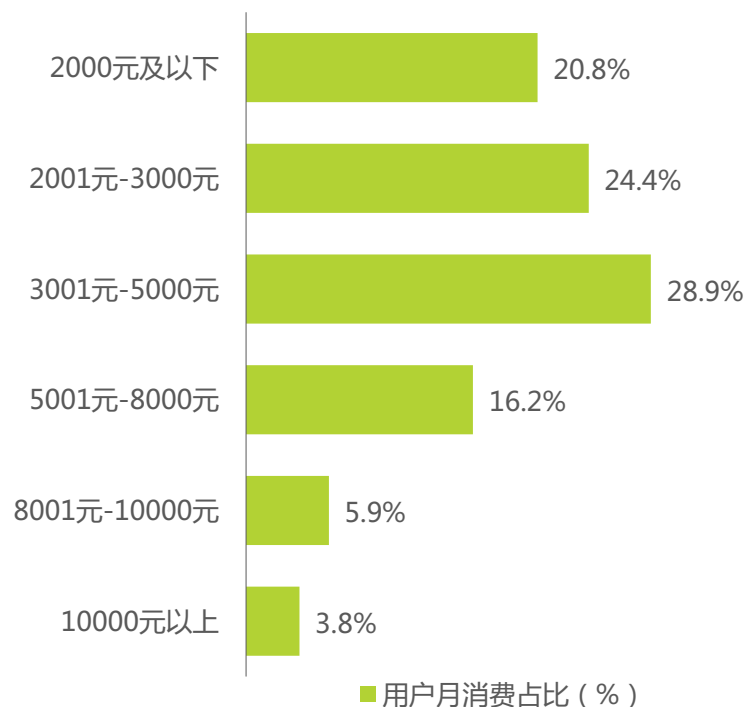
收入提升带动用户消费水平增长

据电竞用户调研数据显示，在2022年中国电竞用户中，个人月收入在6001-8000元的占比最高，达到23.6%；个人月消费集中在3001-5000元，占比达到28.9%。

2022年中国电竞用户个人月收入水平



2022年中国电竞用户个人月消费水平



注释：请问您的个人税前月收入约多少人民币？
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。

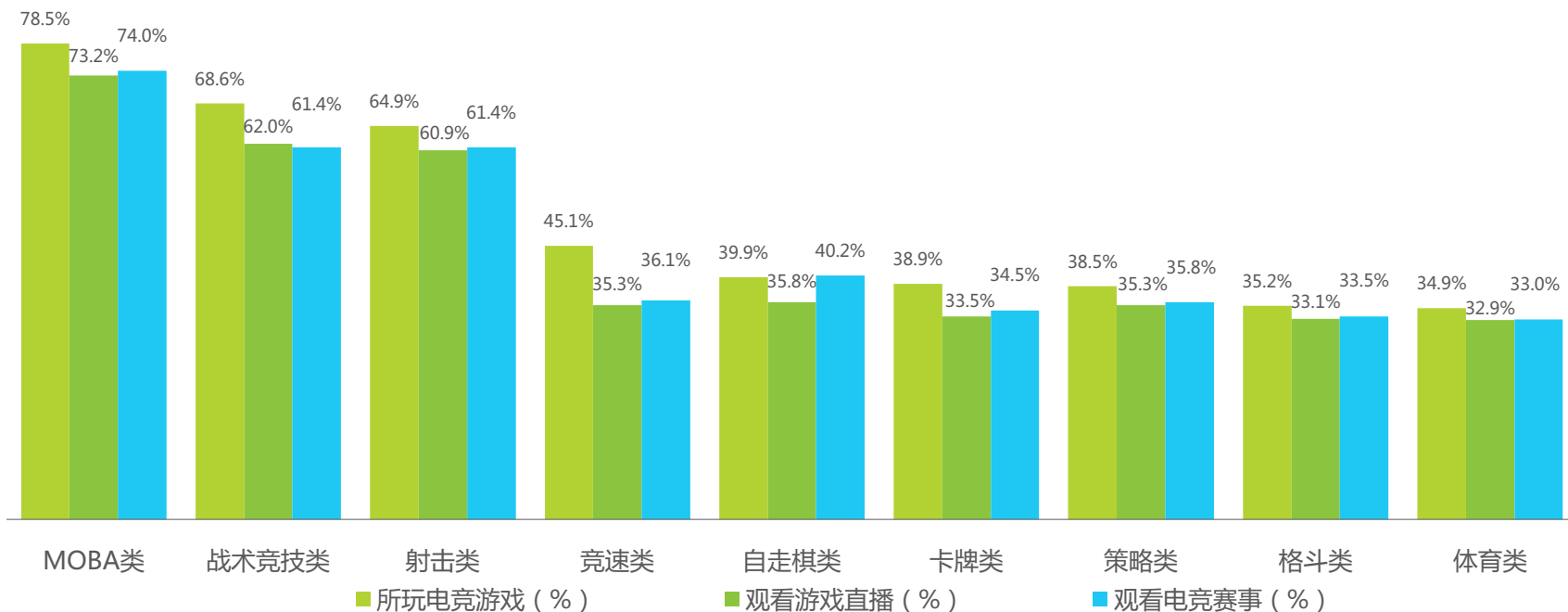
注释：请问您的个人月消费金额平均是多少人民币？
样本：N=1375；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

中国电竞用户各类型电竞内容偏好情况 iResearch 艾瑞咨询

MOBA、战术竞技及射击类电竞内容用户渗透率均超6成

从电竞用户偏好内容看，MOBA类、战术竞技类和射击类电竞内容最受用户欢迎，在所玩电竞游戏、观看游戏直播及观看电竞赛事的占比中，三者的渗透率均超过了6成。而其他类型电竞内容仍处于用户培育阶段，用户渗透率尚在5成以下。

2022年中国电竞用户偏好的电竞内容类型分布



注释：请问在过去一年中，您所玩电竞游戏的主要类型是？请问在过去一年中，您观看电竞游戏直播的主要游戏类型是？请问在过去一年中，您观看电竞赛事的主要游戏类型是？
样本：N=1202, N=1177, N=1115；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

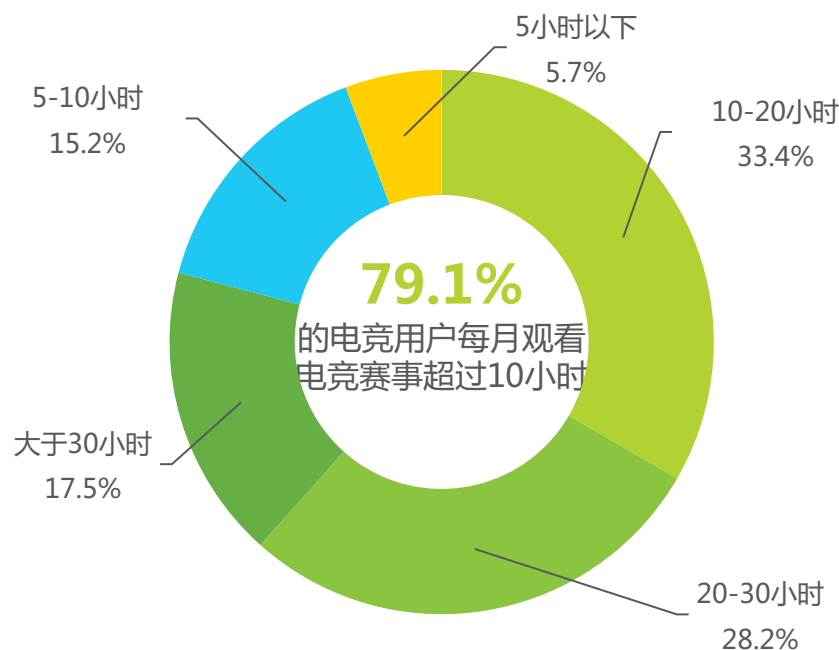
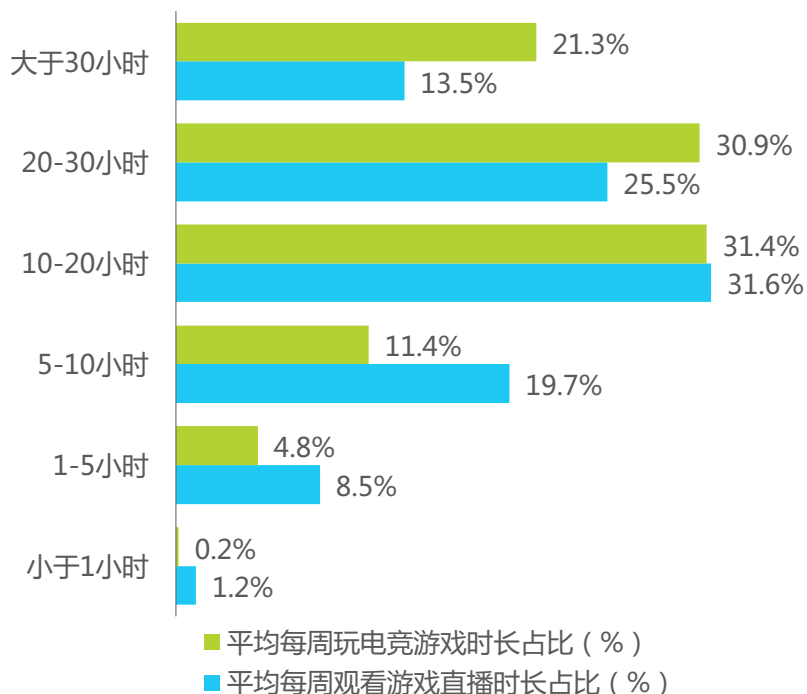
中国电竞用户电竞内容使用时长情况

用户对电竞内容已产生较强粘性

整体而言，电竞用户愿意在电竞内容上投入较长的时间，在2022年中国电竞用户中，每周平均玩10-20小时电竞游戏的占比最高，达到31.4%，电竞游戏时长超过10小时的用户占比达到83.6%；平均每周观看10-20小时游戏直播的占比最高，达到31.6%，游戏直播观看时长超过10小时的用户占比达到70.6%。而在电竞赛事的观看上，79.1%的电竞用户平均每月观看时长超过10小时。

2022年中国电竞用户玩电竞游戏及观看游戏直播时长

2022年中国电竞用户每月观看电竞赛事时长



注释：请问在过去一年中，您平均每周玩电竞游戏的总时长通常是？请问在过去一年中，您平均每周观看电竞游戏直播的总时长通常是？
样本：N=1202, N=1177；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

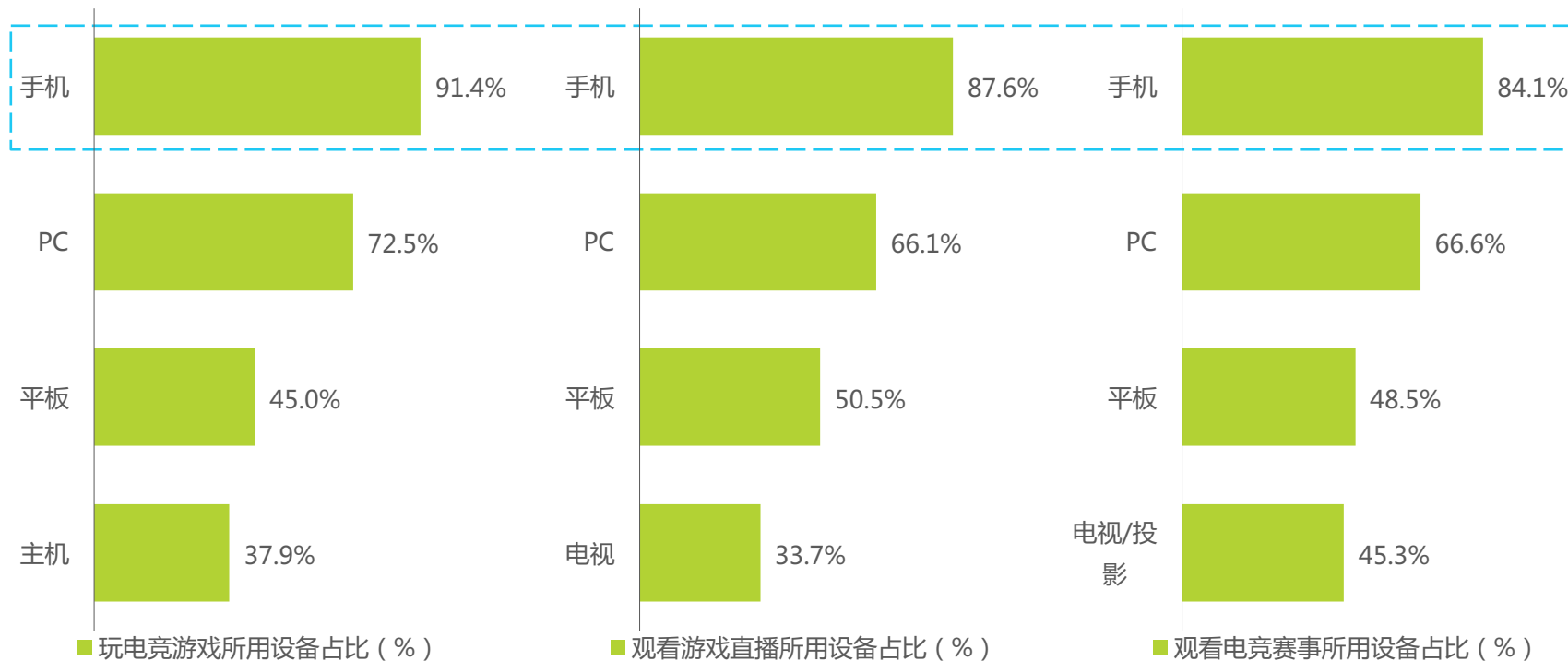
注释：请问在过去一年中，您平均每月看电竞赛事的总时长通常是？
样本：N=1115；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

中国电竞用户电竞参与方式情况

手机端已成为电竞用户体验电竞的最主要渠道

手机在中国网民中的普及也带动了电竞用户往移动端的迁移，电竞用户使用手机玩电竞游戏、观看游戏直播和观看电竞赛事的比例远超其他设备。与中国网民中使用手机上网的比例99.7%相比，电竞内容在移动端发展仍有一定的成长空间。

2022年中国电竞用户玩游戏、观看游戏直播及观看电竞赛事所用设备情况



注释：请问在过去一年中，您主要在哪些设备玩电竞游戏？请问在过去一年中，您主要通过什么设备观看电竞游戏直播？请问在过去一年中，您主要使用什么设备观看电竞赛事？
样本：N=1202, N=1177, N=1115；于2022年4月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

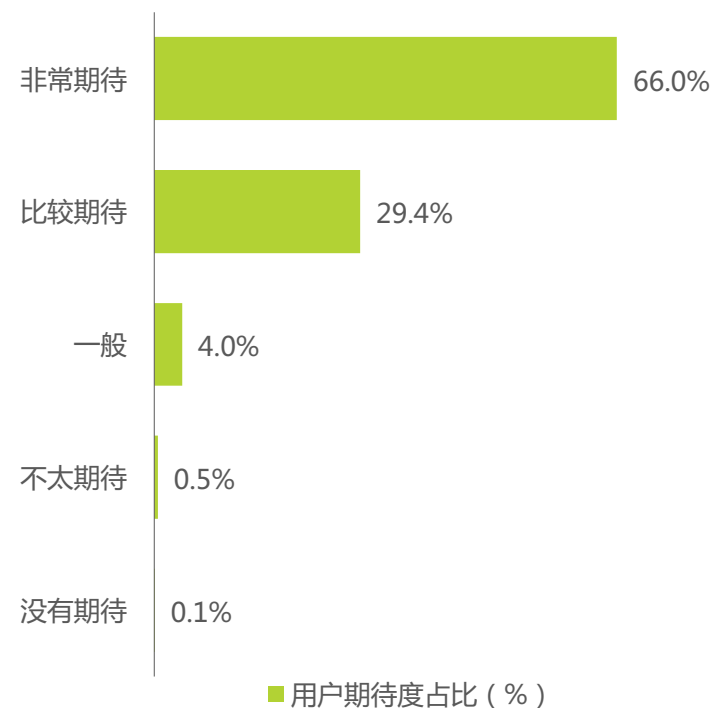
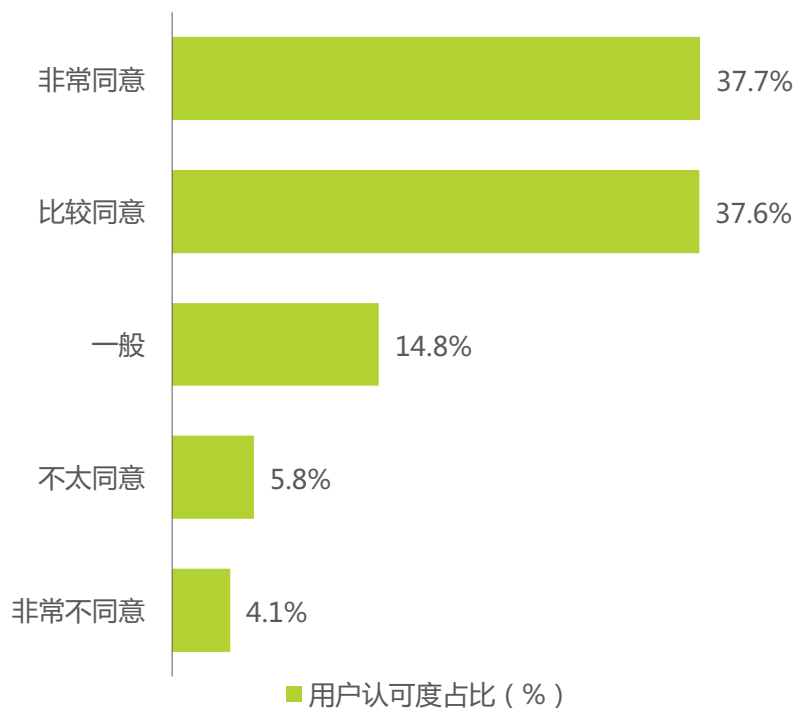
中国电竞用户电竞态度及亚运会期待度

用户对电竞已有较高的认可度

据电竞用户调研数据显示，75.3%的电竞用户认可电竞是一项新兴的体育运动项目；66.0%的电竞用户非常期待2022年杭州亚运会上的电竞比赛项目。整体来看，在电竞社会化普及的同时，电竞用户对电竞的正向认知也越来越强。

2022年中国电竞用户对“电竞是体育运动”态度情况

2022年中国电竞用户亚运会电竞赛事期待情况



注释：请问您对“电竞是一项新兴的体育运动”的态度是？
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：请问您对亚运会电竞赛事的期待程度如何？
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。

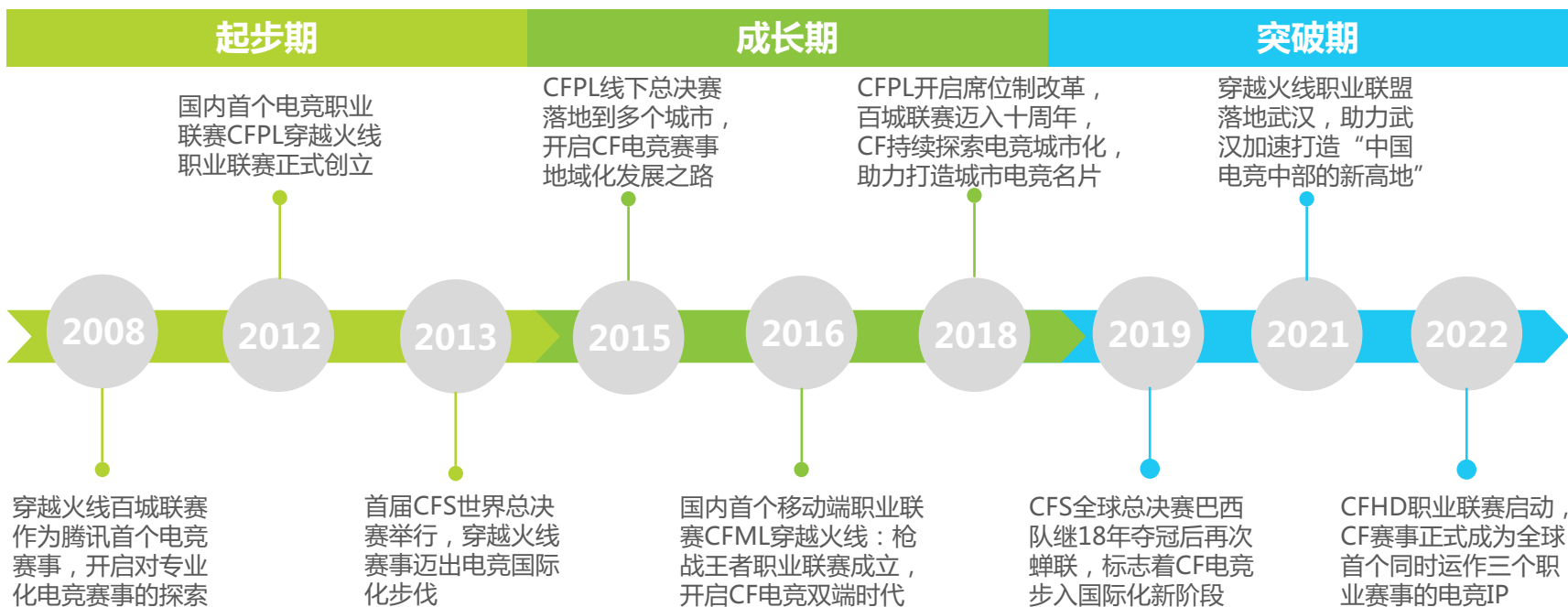
中国电竞行业发展背景	1
中国电竞行业现状分析	2
中国电竞用户属性分析	3
中国电竞企业案例分析	4
中国电竞行业发展趋势	5

电竞职业赛事案例——CF系列电竞

十年职业电竞，持续突破发展，CF赛事打造FPS电竞行业标杆

作为国内首个运营超过十年的电竞赛事品牌以及全球首个同时运作三个职业赛事的电竞IP，CF职业联赛在2021年取得了相当优异的成绩：2021年全年共有184个比赛直播日，比赛总场次超过2000场，参赛选手人数超过11万，赛事内容观看量超100亿，直播观赛人数超20亿，赛事相关数据在国内各大职业电竞赛事中均名列前茅。随着CFHD职业联赛在2022年的正式启动，CFPL、CFML和CFHD三大电竞联赛的协同效应将愈发凸显，并进一步扩大CF电竞大生态的市场影响力，打造国内乃至全球的FPS电竞赛事标杆品牌。

多端协同并进，CF电竞大生态影响力凸显



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

电竞职业赛事案例——CF系列电竞

秉承竞技理念，焕新IP生态，CF赛事持久生命力的根基

公平竞技是电竞最基本和最重要的准则，是电竞的魅力所在，而这也是CF系列电竞十余年以来一直始终坚持的主基因。在这一理念指导下，CF系列产品持续在游戏内打造电竞深度，让电竞设计与游戏机制实现良好融合，做到游戏产品与电竞生态的深度互补，有效提升选手和用户的电竞体验。同时，CF系列电竞历久弥新的IP生态也是其核心竞争力的重要来源，目前CF已开发了包含网剧、动漫、时尚、衍生品、主题乐园在内的全方位新文创产品，通过将CF数字IP与中国传统文化、城市文化及潮流文化进行跨界连接，将电竞精神传递给更多人，进一步加速电竞的大众化发展。

持续强化“竞技”主基因，创新电竞产品设计



CFPL赛事在游戏中推出冠军地图、冠军武器套装等**专属冠军奖励道具**，提升选手荣誉感，拉近玩家与赛事的距离；持续更新赛事地图，为电竞用户提供更好的竞技和观赛体验。

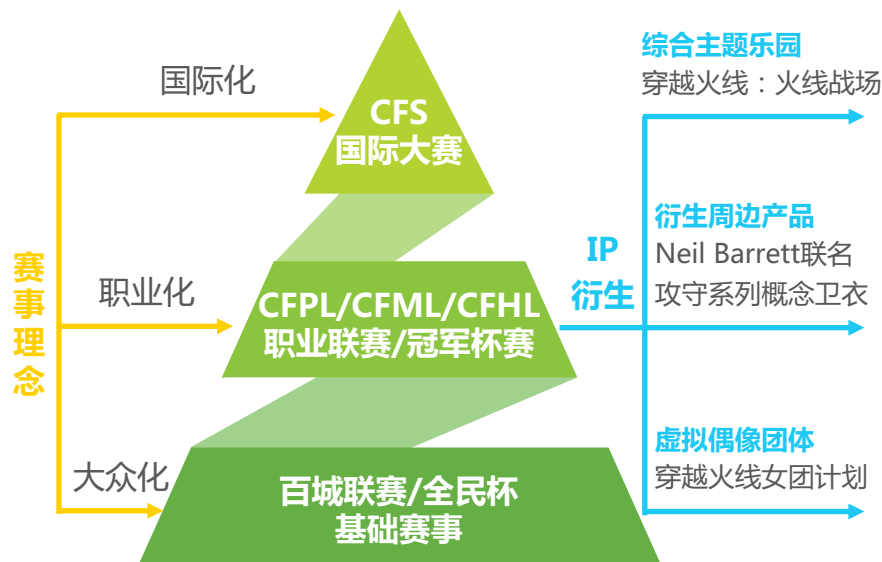


CFML赛事将核心目标设定为**竞技体验和观赛体验**的优化，通过上线定制化的PC端OB系统、推出电竞专属版本与电竞定制道具等，让更多用户享受CF手游专业的竞技体验和观赛乐趣。



CFHL赛事持续秉持**“公平竞技”原则**，以枪械平衡性计划、上线自定义专属电竞模式等强化产品竞技化属性；并通过优化多项OB功能、开放数据API接口等，提升赛事呈现效果。

优质赛事助力IP跨界爆发，电竞IP大众化加速



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

电竞综合服务商案例——网映文化

以电竞赛事运营为核心，提供优质的电竞整体服务

网映文化NEOTV成立于2006年，是中国电竞行业的先行者和电竞赛事运营模式的开拓者。依托专业的电竞团队和丰富的电竞行业资源，NEOTV持续深耕全球电竞赛事运营和电竞泛娱乐栏目制作出品两块主营业务，已成功运营TGA腾讯电竞全国运动会、英雄联盟手游星火邀请赛、2018雅加达亚运会等国内外标杆赛事矩阵和《荣耀美少女》、《落地成双》等爆款电竞综艺节目。未来，NEOTV还将拓展短视频内容、电竞社区、电竞商业综合体等业务，进一步丰富自身商业模式。

网映文化NEOTV商业模式分析

重要合作 	关键业务 	客户价值 	客户关系 	目标客户 
<ul style="list-style-type: none">直播平台电竞场馆电信运营商	<ul style="list-style-type: none">全球电竞赛事运营电竞泛娱乐栏目制作与出品	<ul style="list-style-type: none">成熟稳定的电竞赛事运营模式优质的电竞赛事内容制作和转播效果赛事相关商务开发，为客户提供电竞营销服务	<ul style="list-style-type: none">注重客户服务，提高后续合作机会海内外新客户获取	<ul style="list-style-type: none">赛事承办及内容制作：游戏厂商、政府机构及电竞组织内容传播：直播平台、视频网站等赛事赞助：广告主
	核心资源  <ul style="list-style-type: none">专业管理团队知识产权/技术实力全球合作伙伴		获客渠道  <ul style="list-style-type: none">项目竞标商务团队转介绍	
成本支出 			收入来源 	
<ul style="list-style-type: none">制作费用	<ul style="list-style-type: none">场馆费用	<ul style="list-style-type: none">员工薪酬	<ul style="list-style-type: none">制作收入广告赞助	<ul style="list-style-type: none">版权销售

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

注释：1.重要合作指让商业模式有效运作所需的供应商与合作伙伴网络；2.客户关系指在每一个客户细分市场建立的关系类型和维系。

电竞俱乐部案例——NOVA电竞俱乐部 iResearch

艾 瑞 咨 询

持续深化移动电竞领域布局，加强俱乐部品牌认知

NOVA电竞俱乐部于2016年成立于中国香港，旗下拥有和平精英、王者荣耀、英雄联盟手游、FIFAOL、皇室战争、荒野乱斗等多个分部，并被腾讯电竞评选为2018年及2019年十大最具影响力的电竞俱乐部之一。至今，NOVA电竞俱乐部已在全球各大顶尖电竞赛事上取得多项优异成绩：以和平精英项目为例，NOVA战队是目前唯一获得大满贯（PEL、PEC、PMGC三项冠军）的战队；在2021年度，上海NV腾讯视频战队被评选为PEL联赛最具商业价值俱乐部、最佳俱乐部，明星选手伞兵被评选为Esports Awards年度最佳手游选手、和平精英年度最受欢迎选手/最具价值选手。NOVA战队不仅在已经取得成功的和平精英领域加大投入，还持续布局王者荣耀女子战队、英雄联盟手游战队等更多移动电竞项目，以优异成绩强化俱乐部在移动电竞领域的专业形象和品牌认知度，并助推国内女子电竞发展。

NOVA俱乐部在移动电竞领域的多元化探索



上海NV腾讯视频战队

- NV腾讯视频战队，是目前世界上最顶尖的和平精英职业战队之一
- 获得和平精英职业赛事多个冠军，并摘得比赛史上唯一一个大满贯
- 俱乐部旗下拥有Paraboy伞兵、Order令等多位明星选手

来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。



NOVA王者荣耀女子战队

- 王者荣耀女子战队是NOVA俱乐部在女子电竞领域的全新尝试
- 获得21年虎牙“草儿杯”冠军，晋级王者荣耀女子公开赛总决赛
- 助推女子电竞发展，致力于打造成国内最知名的女子电竞战队



NOVA英雄联盟手游战队

- 英雄联盟手游战队是NOVA俱乐部在MOBA电竞项目的探索发展
- 获得英雄联盟手游WRL职业联赛席位，并已成功晋级全球总决赛
- 依托英雄联盟IP的市场热度，以优异成绩提升俱乐部品牌认可度

中国电竞行业发展背景	1
中国电竞行业现状分析	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

电竞行业发展趋势——产业生态

元宇宙已在起步阶段，电竞产业探索先行

2021年以来，元宇宙引发了社会的广泛关注，国内外的互联网行业巨头纷纷在相关领域加大投入，而游戏和电竞也将是元宇宙重要的应用场景。元宇宙依托的区块链、NFT等底层技术，云计算、物联网、数字孪生等后端基建和VR、AR、MR等前端设备，为电竞游戏、电竞赛事和电竞衍生内容的创新提供了更多可能性。依托于元宇宙带来的市场想象空间，电竞产业现有的商业模式有望在元宇宙中得到全面的革新，目前市场上已有相关的尝试和探索。

元宇宙视域下的电竞产业商业模式发展

电竞游戏的商业模式变革

游戏营收不再单纯依赖于游戏内购、买断或植入广告等，游戏内的虚拟活动、原生广告及NFT道具等将带来新的机会，电竞游戏与Play to Earn模式的结合也将推动电竞游戏创新发展。

电竞衍生的商业模式变革

一方面，电竞的强IP属性将创生出一大批虚拟数字人，带来虚拟演出、周边、代言等收入；另一方面，赛事及俱乐部相关的音视频、图片等NFT数字藏品也将成为新的商业营收来源。



电竞赛事的商业模式变革

赛事赞助、版权、门票及周边是目前电竞赛事主要的营收来源。随着AR、VR技术的持续发展，有望在元宇宙空间实现虚拟赛场观赛、多元化赛事赞助呈现、可售卖版权形式创新及虚拟门票等全新的营收来源。

电竞行业发展趋势——场景融合

电竞与线下文旅场景加速融合

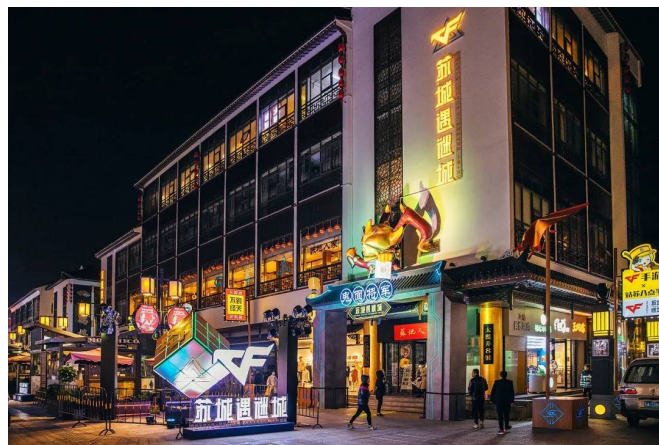
电竞产业作为数字体育，以电竞游戏和电竞赛事在线上获得了广泛关注，但与电竞线下场景的结合仍处于起步阶段。“电竞+文旅”是目前市场关注较多的话题，如何借助电竞为城市和传统文化赋能，需要电竞企业和社会合作伙伴的共同探索。以《和平精英》与广州的合作为例，除了落地多个电竞赛事，还将游戏的海岛地图在广州大学城实景还原，打造线上线下载互通的电竞社交空间。以《穿越火线·枪战王者》与苏州的合作为例，双方在东方主题游戏版本推广、主题实景街区打造、电竞赛事融合城市特色等方面开启一系列跨界联动，实现传统文化与流行文化的衔接以及电竞IP与文旅IP的双向赋能。

电竞内容与城市文化的有机结合



“和平精英电竞文旅嘉年华暨和平精英电竞岛”落地广州
将游戏和赛事IP与城市结合打造线下电竞社交空间

数字IP与文旅IP的双向赋能



穿越火线与苏州市开展一系列跨界联动
以电竞传播传统文化，以传统文化赋能电竞IP

电竞行业发展趋势——社会责任

电竞企业承担更多社会责任，以电竞促进公益事业发展

电竞行业在持续提升社会影响力的同时，电竞相关企业也积极践行社会责任，通过将公益与电竞结合，向社会传播公益正能量，带动喜爱电竞的年轻人了解公益事业并参与到社会公益中来。以微博的电竞公益活动为例，微博连续两年举办电竞全明星公益赛，通过电竞和明星的双重影响力，落地公益项目，并将公益理念传达给更多人；以哔哩哔哩的电竞公益活动为例，哔哩哔哩在英雄联盟S11全球总决赛期间，上线了首个无障碍电竞直播间，为听障人群提供手语翻译，让其能够更好地享受电竞乐趣。未来，电竞将依托用户影响力，更好地推动公益理念在年轻人群体中的传播。

电竞+公益，助力社会正能量传播



微博携手国内明星举办**微博电竞全明星公益赛**与壹基金共同推动乡村建设、儿童关爱等公益事业

无障碍电竞直播间满足特殊群体需求



哔哩哔哩推出**S11无障碍电竞直播间**为听障人群提供更好的观赛体验

艾瑞定制化解决方案



品类拓展

多种方式帮助企业圈定未来业务中可拓展的高潜能产品品类，挖掘产品机会点，触达目标人群，实现品类拓展和业绩增长。



产品创新

为企业在产品机会点挖掘和产品创新可行性验证上提供数据分析，并通过可行性验证为企业新产品创新。



品牌定位与追踪

助力企业建立全新子品牌或品牌升级/再定位，并以品牌为抓手实现业务增长。并对企业品牌进行长期监测，提出品牌建设及运营建议。



TMIC isv服务

依托TMIC阿里天猫创新中心的isv认证以其数据资源和艾瑞的专家资源，为品牌的新品创新全流程提供服务。包括寻找新品机会方向、产品创意、新品概念测试优化与上市市场模拟。



人群洞察

为企业提供360度全景用户画像，亦可通过定制化研究分析用户的购买动机、场景、需求等U&A和人群细分研究，助力企业理解用户。



CEM-客户体验

顾客体验管理系统开发与洞察。通过多元数据（大小数据结合）为企业定制顾客体验管理体系与系统开发，定期监测顾客体验的变化并提供顾客体验优化洞察。



社群洞察运营

依托大数据源（如TMIC等）搭建真实的品牌目标人群社群。持续运营公有社群为特定品牌提供快速真实的调研洞察服务，也可为品牌提供私有社群搭建和持续运营洞察服务。



营销策略及效果

覆盖广告投放前中后全链路，为企业提供投前策略分析、投中KPI监测及投后效果分析。为企业持续提高广告投放ROI、降低获客成本及提升品牌资产提供数据依据。

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。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，部分文字和数据采集于公开信息，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，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

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

iResearch

艾 瑞 咨 询