

2020年中国电子竞技市场分析报告- 行业深度调研与未来前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电子竞技市场分析报告-行业深度调研与未来前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/481990481990.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

我国电子竞技行业一直保持着—个健康向好的发展态势。据广东省游戏产业协会数据显示，2016年我国电子竞技产业规模为532.2亿元，2019年电子竞技产业规模增长至1102.2亿元。

2016-2019年中国电子竞技产业规模及增长率

数据来源：广东省游戏产业协会

电子竞技产业包含有赛事、直播收入、电子竞技游戏收入以及俱乐部等相关收入，数据显示2019年我国电竞游戏方面收入最大，其占总收入的比重达到了89.2%；直播收入则占到电竞市场总收入的9.2%，为电竞游戏的直接收入以外最大的收入来源。

2019年中国电竞市场收入分布占比

数据来源：中国—文化娱乐行业协会

位于电竞产业链下游的则是电竞直播以及电竞媒体，其中游戏直播市场在2019年继续实现扩张，其实际销售收入达到112.1亿，相比2018年109.8%的破格增长率，2019年的增长率降到了48.9%，表明我国电竞直播市场的发展开始趋于稳定。

中国游戏直播市场实际销售收入及增长率

数据来源：中国—文化娱乐行业协会

电竞赛事内容的火爆离不开大众传媒的传播，2019年我国电子竞技产业采用多种赛事宣传的战略，通过微博、微信等媒体客户端对战队进行赛事宣传，其中微博宣传所占比重最大，达50.5%。

2019年电竞相关信息媒体来源分布占比

数据来源：中国—文化娱乐行业协会

从我国电竞细分子行业的热度指数来看，据微热点统计的数据显示，2019年电竞赛事、电竞俱乐部、电竞直播三者—在热度上与其他电竞类别有着极大差距，其热度指数分别达到42.67、38.05、27.74，同时这三者也是电竞产业链中下游的核心部分。

2019年电竞细分子行业热度指数对比

数据来源：中国—文化娱乐行业协会

从我国电子竞技用户方面来进行分析：2019年，我国电竞用户的教育水平差异较为明显，电竞用户学历水平呈现明显的学历平均化分布。其中处于大学本科的电竞用户最多，占28.9%；学历在高中及以下的受访用户占30.7%；硕士、博士及以上占4.1%。

2019年电竞用户学历分布占比

数据来源：中国—文化娱乐行业协会

就电竞用户的工作职业来看，由数据可知我国电竞的受众面广，不局限于某几个职业，任何职业的用户都有可能是电竞的受众目标群体。其中我国企业普通员工占调查的电竞用户总体的21.4%；排在第二的是其他职业，占调查总体的20.3%；专业技术人员则排在第三

位，占调查总体的16.8%。

2019年电竞用户工作职业分布占比

数据来源：中国文化旅游行业协会

从我国电竞用户个人月收入水平来看，2019年我国月收入在3000元以下的电竞用户最多，占比45.3%；其次是3000-5000元的用户，占比24.6%。同时从该数据中也可看出我国电竞用户的个人月收入呈现出明显的负相关趋势，除去月收入2万以上的玩家群体，电竞用户的月收入越高，占调查总体的比重就越低。

2019年电竞用户个人月收入水平分布占比

数据来源：中国文化旅游行业协会

从电竞用户的月消费水平来看，其个人月消费趋势与收入水平趋势基本一致。数据显示2019年我国月消费水平在3000元以下的电竞用户最多，占到了调查总体的74.8%；其次是月消费水平在3001-5000元之间的电竞用户，其所占比重为16.5%。

2019年电竞用户个人月消费水平分布占比

数据来源：中国文化旅游行业协会（LSM）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电子竞技市场分析报告-行业深度调研与未来前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国电子竞技行业发展概述

第一节 电子竞技行业发展情况概述

- 一、电子竞技行业相关定义
- 二、电子竞技行业基本情况介绍
- 三、电子竞技行业发展特点分析

第二节 中国电子竞技行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电子竞技行业产业链条分析
- 三、中国电子竞技行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子竞技行业生命周期分析

- 一、电子竞技行业生命周期理论概述
- 二、电子竞技行业所属的生命周期分析

第四节 电子竞技行业经济指标分析

- 一、电子竞技行业的赢利性分析
- 二、电子竞技行业的经济周期分析
- 三、电子竞技行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子竞技行业进入壁垒分析

- 一、电子竞技行业资金壁垒分析
- 二、电子竞技行业技术壁垒分析
- 三、电子竞技行业人才壁垒分析
- 四、电子竞技行业品牌壁垒分析
- 五、电子竞技行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电子竞技行业市场发展现状分析

第一节 全球电子竞技行业发展历程回顾

第二节 全球电子竞技行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子竞技行业地区市场分析

- 一、亚洲电子竞技行业市场现状分析
- 二、亚洲电子竞技行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电子竞技行业市场前景分析

第四节 北美电子竞技行业地区市场分析

- 一、北美电子竞技行业市场现状分析
- 二、北美电子竞技行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电子竞技行业市场前景分析

第五节 欧盟电子竞技行业地区市场分析

- 一、欧盟电子竞技行业市场现状分析
- 二、欧盟电子竞技行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟电子竞技行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电子竞技行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电子竞技行业市场规模预测

第三章 中国电子竞技产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品电子竞技总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电子竞技行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国电子竞技产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国电子竞技行业运行情况

第一节 中国电子竞技行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电子竞技行业市场规模分析

第三节 中国电子竞技行业供应情况分析

第四节 中国电子竞技行业需求情况分析

第五节 中国电子竞技行业供需平衡分析

第六节 中国电子竞技行业发展趋势分析

第五章 中国电子竞技所属行业运行数据监测

第一节 中国电子竞技所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电子竞技所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电子竞技所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国电子竞技市场格局分析

第一节 中国电子竞技行业竞争现状分析

一、中国电子竞技行业竞争情况分析

二、中国电子竞技行业主要品牌分析

第二节 中国电子竞技行业集中度分析

一、中国电子竞技行业市场集中度分析

二、中国电子竞技行业企业集中度分析

第三节 中国电子竞技行业存在的问题

第四节 中国电子竞技行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子竞技行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国电子竞技行业需求特点与动态分析

第一节 中国电子竞技行业消费市场动态情况

第二节 中国电子竞技行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 电子竞技行业成本分析

第四节 电子竞技行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国电子竞技行业价格现状分析

第六节 中国电子竞技行业平均价格走势预测

一、中国电子竞技行业价格影响因素

二、中国电子竞技行业平均价格走势预测

三、中国电子竞技行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国电子竞技行业区域市场现状分析

第一节 中国电子竞技行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电子竞技市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子竞技市场规模分析

四、华东地区电子竞技市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电子竞技市场规模分析

四、华中地区电子竞技市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电子竞技市场规模分析
- 四、华南地区电子竞技市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电子竞技行业竞争情况

第一节 中国电子竞技行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国电子竞技行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国电子竞技行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电子竞技行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电子竞技行业发展前景分析与预测

第一节 中国电子竞技行业未来发展前景分析

- 一、电子竞技行业国内投资环境分析
- 二、中国电子竞技行业市场机会分析
- 三、中国电子竞技行业投资增速预测

第二节 中国电子竞技行业未来发展趋势预测

第三节 中国电子竞技行业市场发展预测

- 一、中国电子竞技行业市场规模预测
- 二、中国电子竞技行业市场规模增速预测
- 三、中国电子竞技行业产值规模预测
- 四、中国电子竞技行业产值增速预测
- 五、中国电子竞技行业供需情况预测

第四节 中国电子竞技行业盈利走势预测

- 一、中国电子竞技行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电子竞技行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电子竞技行业投资风险与营销分析

第一节 电子竞技行业投资风险分析

- 一、电子竞技行业政策风险分析

二、电子竞技行业技术风险分析

三、电子竞技行业竞争风险分析

四、电子竞技行业其他风险分析

第二节 电子竞技行业企业经营发展分析及建议

一、电子竞技行业经营模式

二、电子竞技行业销售模式

三、电子竞技行业创新方向

第三节 电子竞技行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电子竞技行业发展战略及规划建议

第一节 中国电子竞技行业品牌战略分析

一、电子竞技企业品牌的重要性

二、电子竞技企业实施品牌战略的意义

三、电子竞技企业品牌的现状分析

四、电子竞技企业的品牌战略

五、电子竞技品牌战略管理的策略

第二节 中国电子竞技行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电子竞技行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国电子竞技行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子竞技行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国电子竞技行业定价策略分析

第三节 中国电子竞技行业营销渠道策略

一、电子竞技行业渠道选择策略

二、电子竞技行业营销策略

第四节 中国电子竞技行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电子竞技行业重点投资区域分析

二、中国电子竞技行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/481990481990.html>