



2019年 中国电子竞技产业研究报告

前瞻产业研究院出品

目录

CONTENT

- 01 电子竞技产业概述
- 02 电子竞技产业现状
- 03 电子竞技产业细分市场
- 04 电子竞技典型企业分析
- 05 电子竞技产业发展趋势预测



01

电子竞技产业概述

- 1.1 电子竞技定义
- 1.2 电子竞技产业发展历程
- 1.3 电子竞技产业链结构
- 1.4 电子竞技产业图谱

1.1 电子竞技定义

电子竞技概念的诞生，标志着人类将竞技运动的边界定义从实体世界拓展到了虚拟世界。广义的电子竞技概念被认为是利用高科技软硬件设备作为运动器械进行的，人与人之间的智力对抗运动。不同于传统体育运动，在电竞运动中，“电子”是竞技的媒介与平台，是以信息技术为核心，通过软硬件结合营造的环境进行对抗。因此，电子竞技在传播性、普及性、社交性方面具有独特优势。

	电子竞技	传统体育赛事
进行方式	各种软硬件及其营造的环境	体育场馆与器材
运动员要求	更加注重智力对抗	更加注重身体对抗
赛事话语权	游戏IP持有方	赛事主办方

1.2 电子竞技发展历程

1998年以前，互联网尚未普及，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。伴随着红白机以及游戏厅的出现，借助机器进行的游戏体验初现，电子竞技的萌芽开始显现。随后，电子竞技经过单机、网游、移动时代的发展历程，逐步趋于成熟，走向大众化、职业化。

中国电子竞技行业发展历程



1.3 电子竞技行业产业链

经过数年时间的发展电竞产业链已趋于成熟，各环节专业化和细化程度较高，但其基本结构仍然是：上游——游戏内容提供方，中游——赛事举办方和内容制作方，下游——内容传播方。除此之外，整个产业链还涉及到政策监管、电商渠道、商业赞助等环节。

中国电子竞技产业链结构图



中国电子竞技产业全景图谱



02

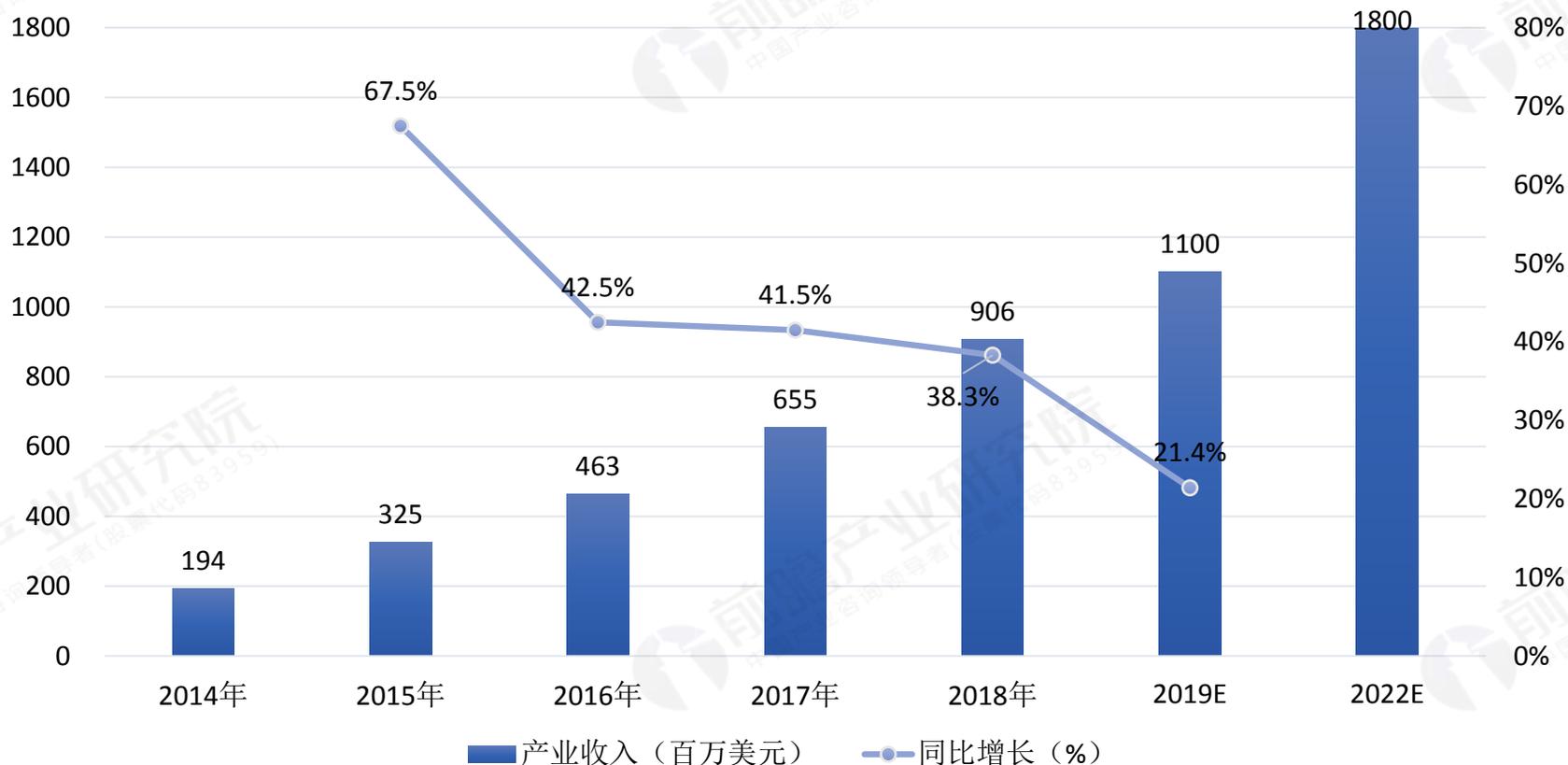
电子竞技产业现状

- 2.1 全球电子竞技产业现状
- 2.2 中国电子竞技产业现状
- 2.3 中国电子竞技用户分析

2.1.1 全球电子竞技产业市场规模

近年来，因来自广告、赞助和媒体转播权等三个领域的营收激增使得全球电竞行业收入逐年增长。根据Newzoo统计数据，2018年电子竞技行业收入为9.06亿美元，2019年全球电子竞技行业收入将突破11亿美元；2022年全球电子竞技收入将达到18亿美元左右。

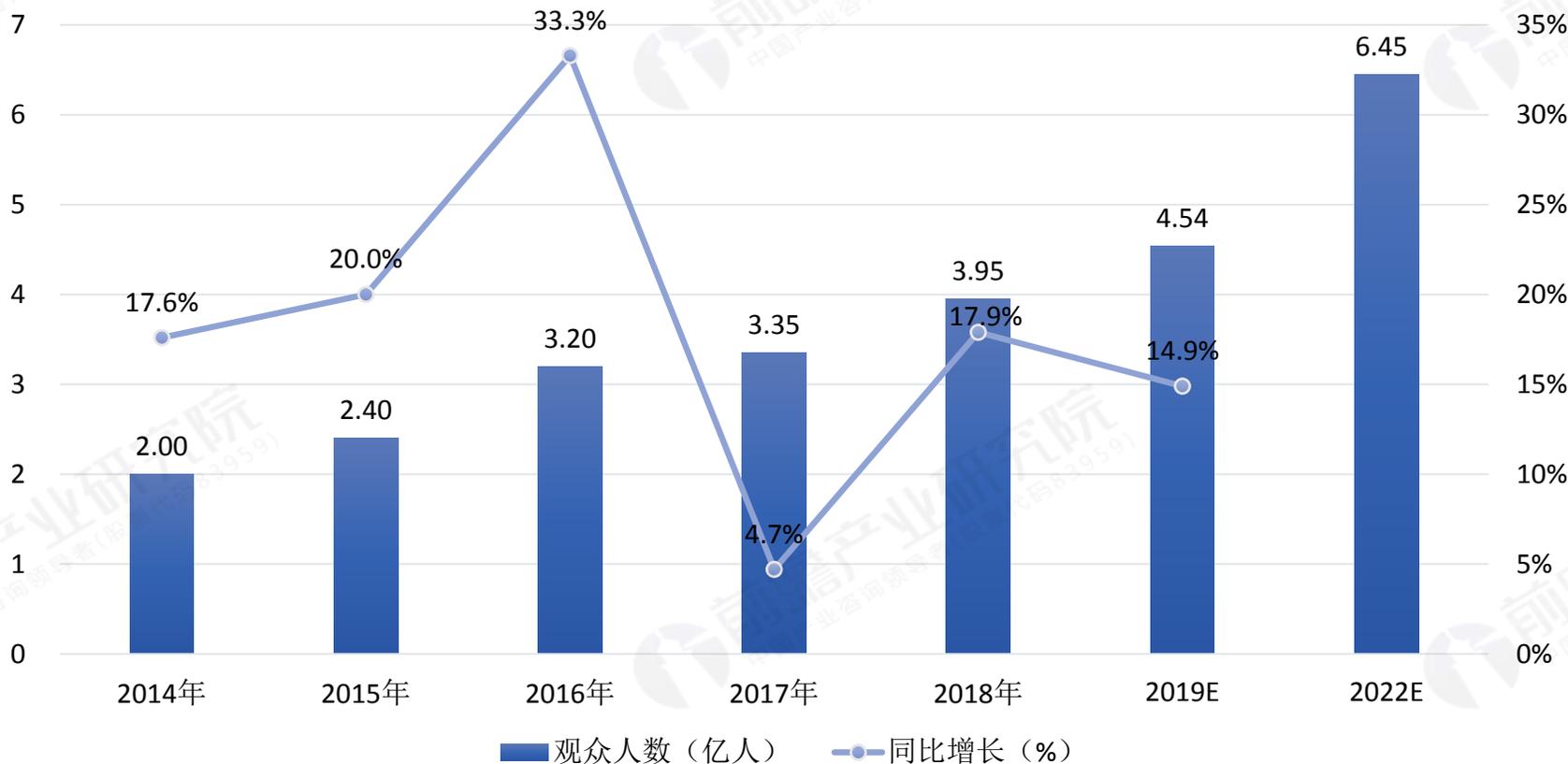
2014-2022年全球电子竞技产业收入规模及增速情况（单位：百万美元，%）



2.1.2 全球电子竞技观众人数

据Newzoo统计数据，2013-2018年全球电子竞技观众人数逐年增长，2018年全球电子竞技观众人数达到3.95亿人，其中休闲观众人数为2.22亿人，电子竞技爱好者人数为1.73亿人；预计到2019年，全球电子竞技观众人数将达到4.54亿人，其中休闲观众人数将达到2.53亿人，电子竞技爱好者人数将达到2.01亿人。

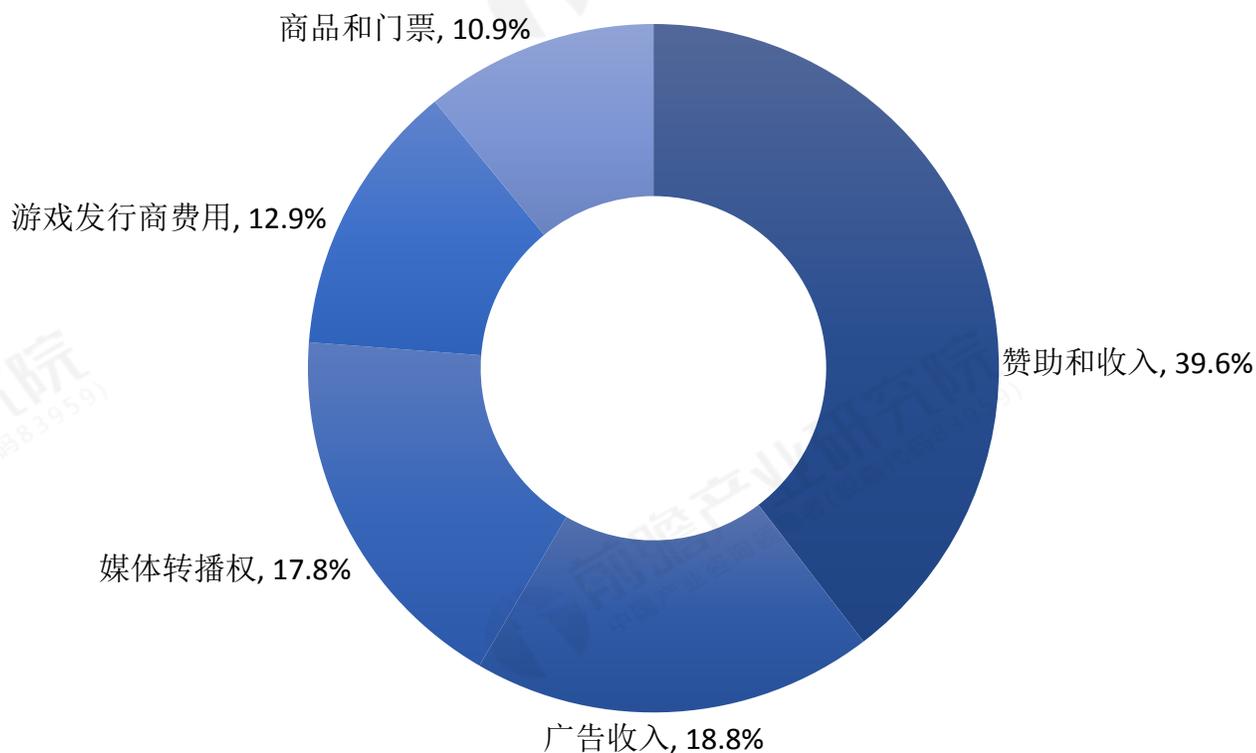
2014-2022年全球电子竞技观众人数及增速情况（单位：亿人，%）



2.1.3 全球电子竞技产业市场结构

根据Newzoo统计数据，2018年广告赞助依然是电子竞技产业的最主要营收来源，2018年其带来的营收将达到3.59亿美元，占比达到39.6%。而媒体版权营收的增长速度最快，其从2016年到2021年的年复合增长率将达到49.8%。到2021年，媒体版权营收将比2018年增长一倍，成为全球电子竞技产业的第二大营收来源。

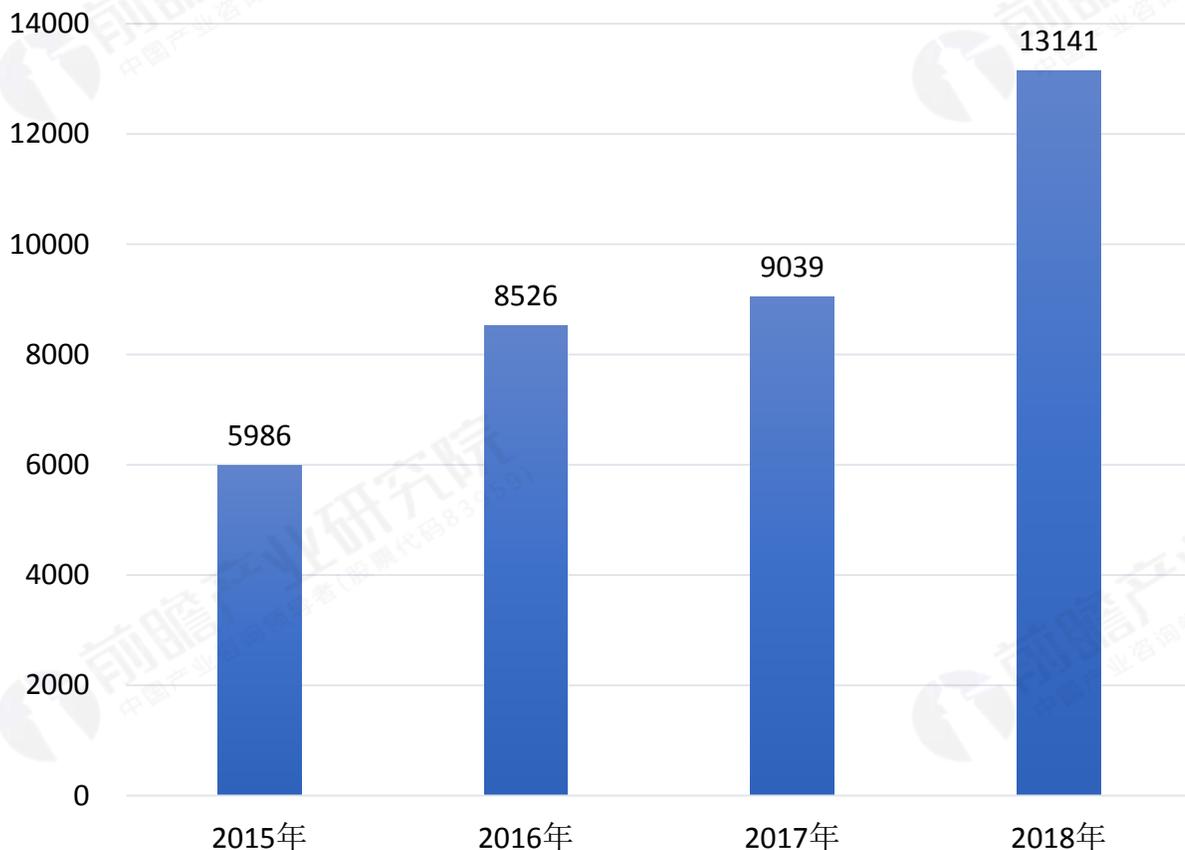
2018年全球电子竞技产业市场结构（按收入）（单位：%）



2.1.4 全球电子竞技游戏赛事奖金规模

根据Esports Earnings统计，2015-2018年全球奖金最高的十大电子竞技游戏奖金总额逐年攀升，2018年奖金总额已经攀升至1.31亿美元，较2017年奖金总额增加4102万美元，《DOTA2》以4126万美元继续排名首位。

2015-2018年全球十大电竞赛事奖金（单位：万美元） 2018年奖金最高十大电竞游戏（单位：万美元）



排名	游戏名称	奖金 (万美元)
1	《DOTA2》	4126
2	《CS:GO》	2247
3	《堡垒之夜》	1996
4	《英雄联盟》	1412
5	《绝地求生》	673
6	《守望先锋》	670
7	《风暴英雄》	652
8	《炉石传说》	495
9	《星际争霸2》	453
10	《使命召唤：二战》	417

资料来源：Esports Earnings 前瞻产业研究院整理

2.2.1 中国电子竞技产业政策环境

国家体育总局早在2003年就已经将电子竞技列为第99个正式体育运动项目，但随后广电禁播电脑网络游戏类节目，电竞行业遭受打击；2008年国家体育总局将电竞重新定义为第78号体育运动项目，电竞政策开始转向；2016年左右，电竞产业进入政策爆发期，多项政策利好电竞产业发展，为我国电竞未来的黄金发展奠定基础。

2003-2019年电子竞技产业重要政策及意义

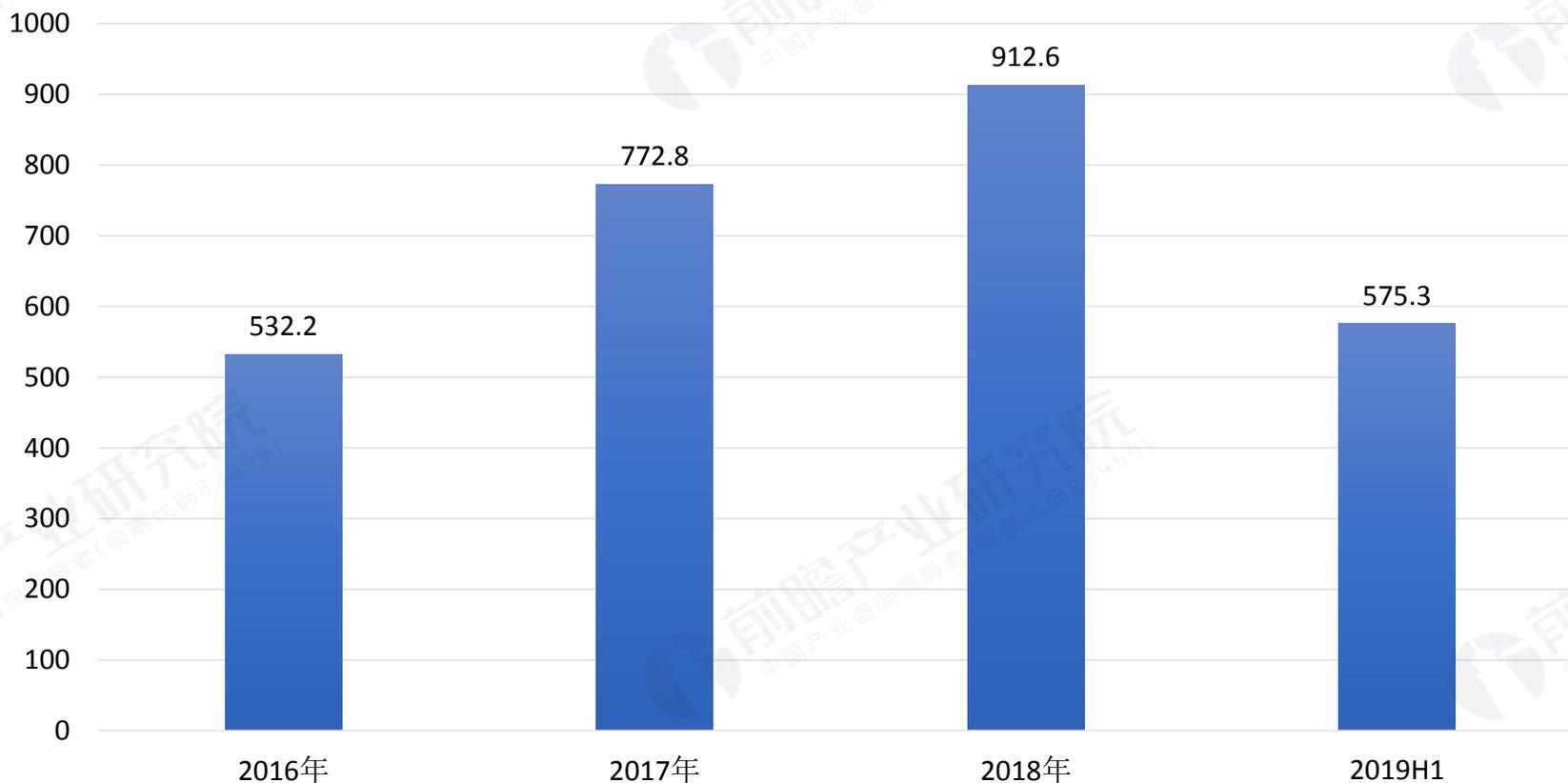
时间	政策名称	政策意义
2003年	国家体育总局确定将电子竞技设立为第99个体育项目（2008年改为第78个）	电子竞技进入国家体育战略
2006年	中华全国体育总会在国家体育总局召开电子竞技运动项目管理规定发布会	官方电竞赛事标准
2015年	国家体育总局颁布《电子竞技赛事管理暂行规定》	产业发展政策支持与规范
2016年	国家体育总局发布《体育产业发展“十三五”规划》	推动电竞运动项目发展
2016年	教育部宣布在高等职业学校增设“电子竞技运动与管理”专业，隶属于体育类	电竞人才培养提速
2016年	国家发改委发布《关于印发促进消费带动转型升级行动方案的通知》	鼓励举办全国性或国际性电子竞技游戏游艺赛事活动
2017年	文化部发布《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》提出支持体育竞赛表演、电子竞技等新业态	政策支持电子竞技发展
2018年	国务院办公厅印发《完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020年）》	积极培育电竞运动消费
2019年	国家统计局发布了《体育产业统计分类（2019）》，将电子竞技项目归类为“职业体育竞赛表演活动”	运动项目同属一类

资料来源：前瞻产业研究院整理

2.2.2 中国电子竞技产业市场规模

近年来，我国电子竞技产业规模迅速扩大，行业处于快速发展的过程中。根据伽马数据，2018年我国电子竞技产业规模已经超过了900亿元，达到912.6亿元，同比增长18.1%。预计未来在主流网络与电竞游戏融入、娱乐观念转变、新兴技术推动、电子竞技赛事进化等多重因素影响下，行业还将继续保持快速发展的态势。

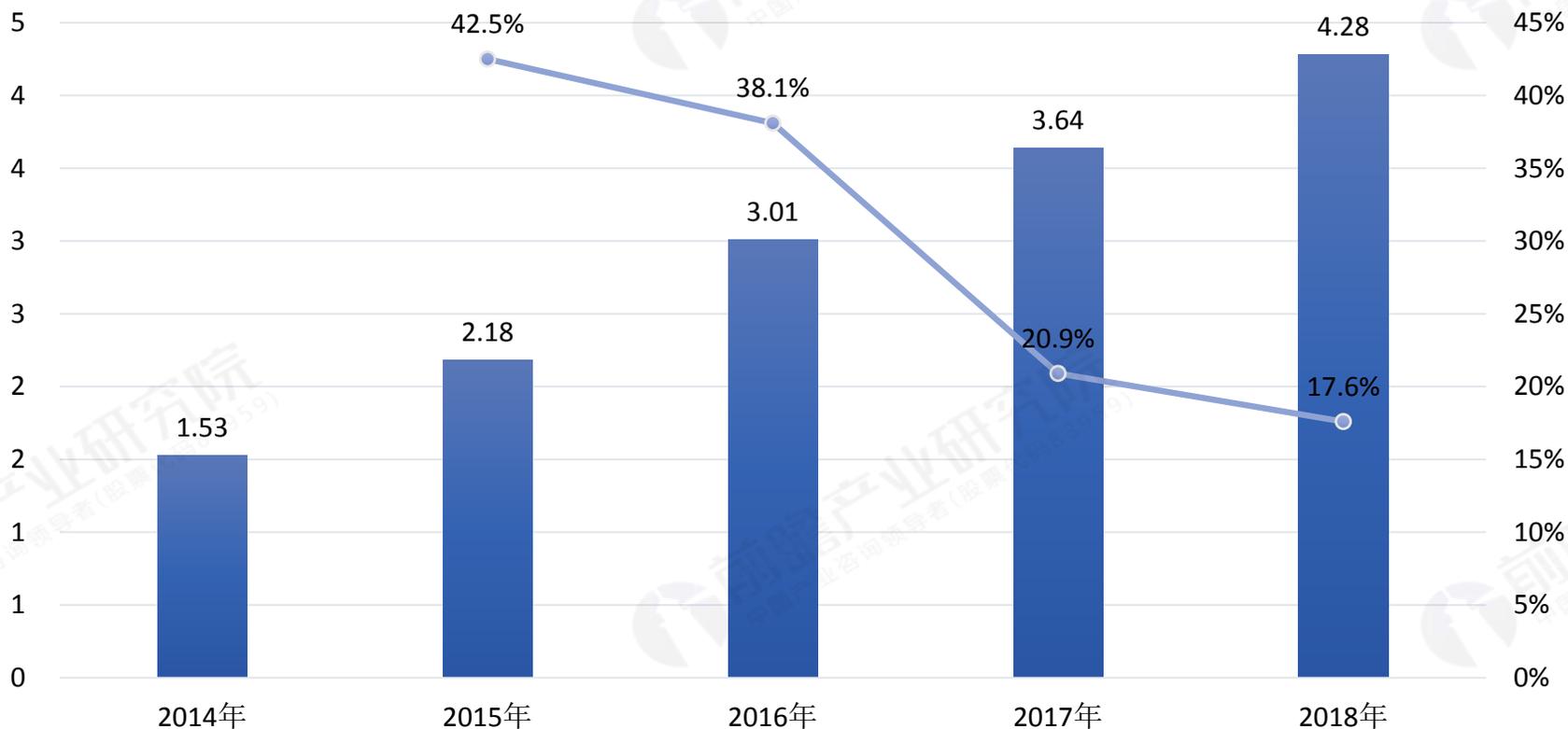
2016-2019H1中国电子竞技产业市场规模情况（单位：亿元）



2.2.3 中国电子竞技产业用户规模

目前我国已成为全球电竞产业发展最快、最受关注的地区之一，并成为全球首个开展电竞主客场的地区。过去三年内，我国电竞用户数量增长率持续保持在20%以上，伴随着英雄联盟世界总决赛等诸多头部电竞赛事在中国举办，进一步推动中国电竞用户规模迅速增长。根据伽马数据显示，2018年，我国电竞用户规模达到了4.28亿人。

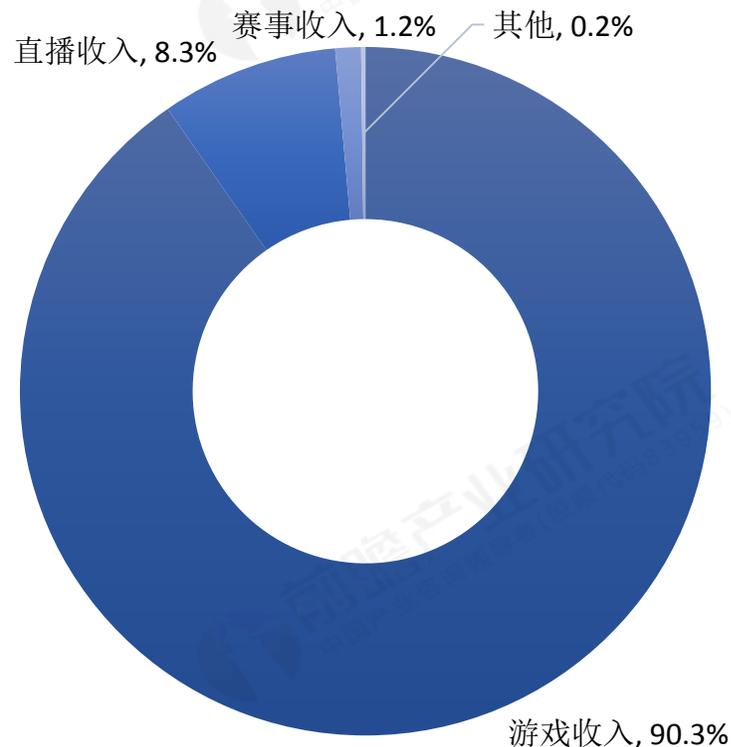
2014-2018年中国电子竞技产业用户规模情况（单位：亿人，%）



2.2.4 中国电子竞技产业细分市场结构

目前来看，中国电子竞技市场主要包括游戏收入、直播收入、电竞赛事的相关收入以及其他收入组成。其中，电子竞技游戏收入占据主要地位，游戏直播以及赛事带来的收入占比较低。随着资本逐渐进入电竞市场，游戏直播和电竞赛事领域受到关注，同时在电竞赛事逐步商业化的情况下，未来电竞赛事带来的相关收入将会提高。

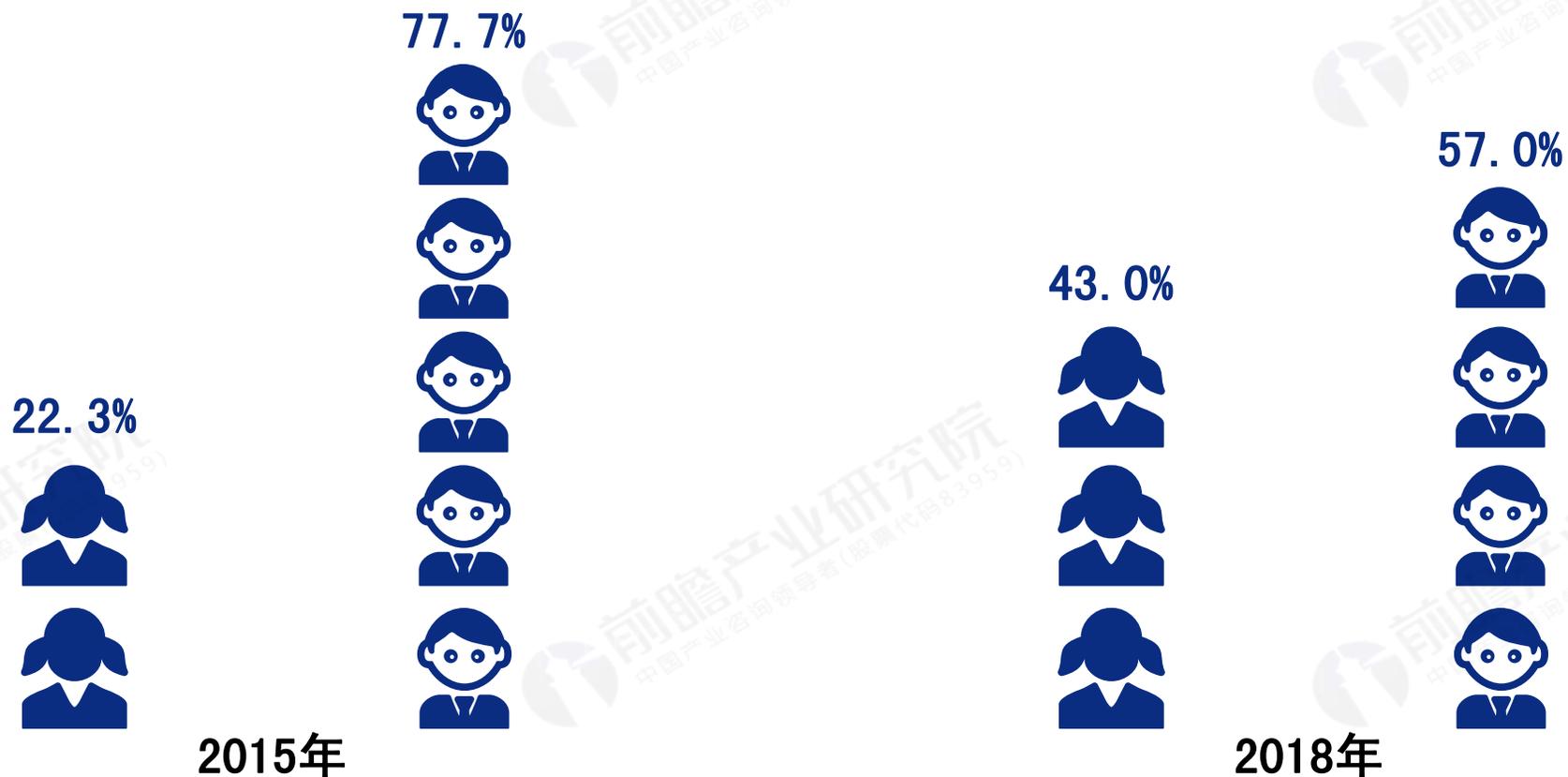
2018年中国电子竞技产业细分市场结构（单位：%）



2.3.1 电子竞技用户男女比例趋于均衡

男性用户是电子竞技的主要用户群，但随着移动电竞和电竞娱乐化的发展，女性用户占比逐渐提升。2015年电竞用户中女性占比为22.3%，2018年比例提升至43.0%；男性用户占比从2015年的77.7%下降至2018年的57.0%。

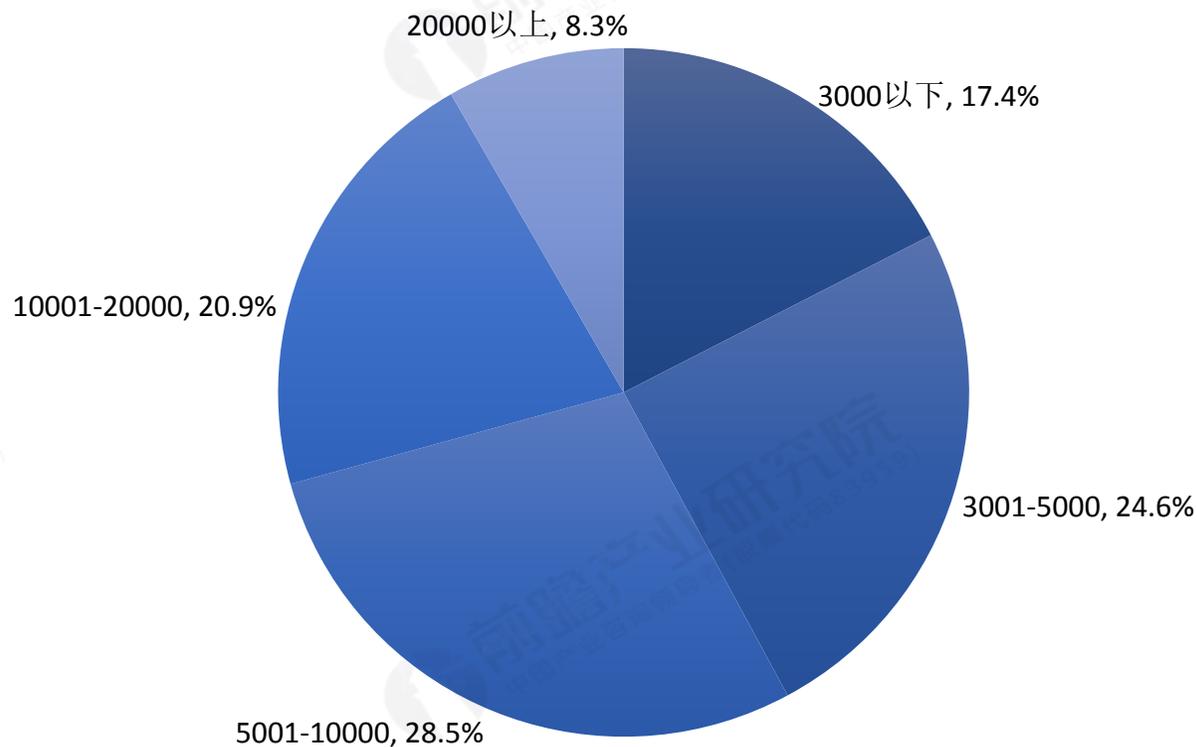
2015-2018年中国电子竞技用户性别结构（单位：%）



2.3.2 电子竞技用户消费能力强劲

在用户收入层面来看，中国电子竞技用户月收入达到5000元以上的比例达到57.7%，再加之电子竞技用户普遍以年轻人居多，消费意愿强烈，总体上来看，中国电子竞技用户消费能力强劲。

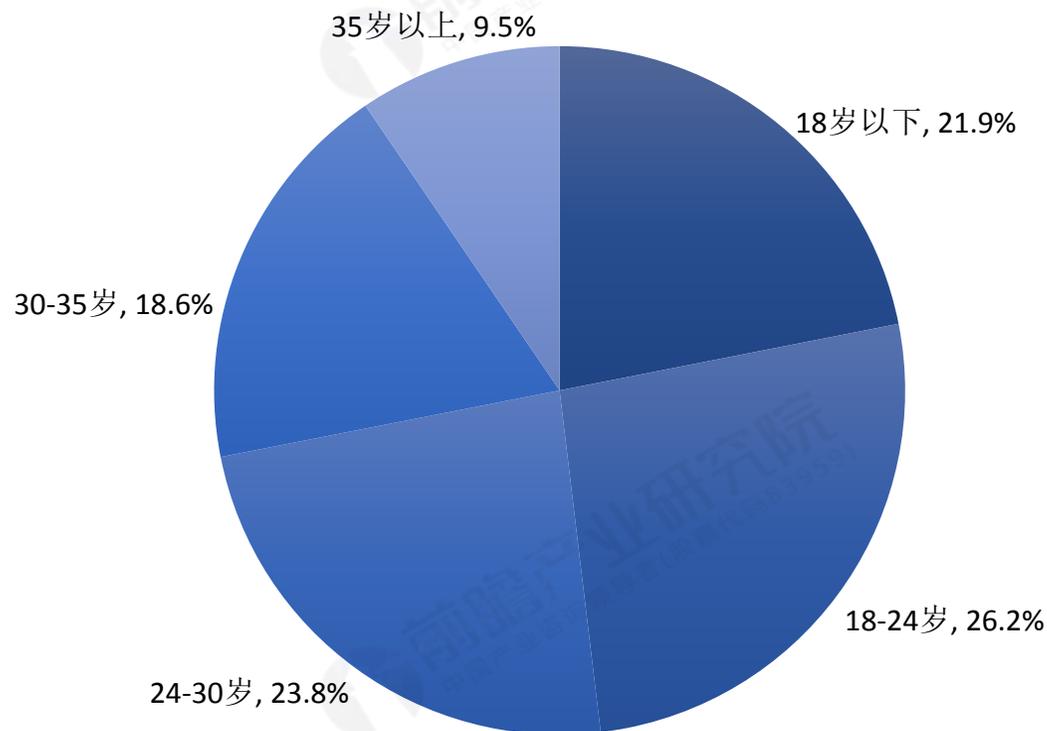
2018年中国电子竞技用户收入分布（单位：%）



2.3.3 电子竞技用户年龄结构分散

中国电子竞技用户分布更为分散，市场中不仅有大量（48.1%）24岁以下的学龄段用户，更是有高达28.1%的30岁以上用户。广泛的用户年龄段分布帮助整个市场在内容选题及玩法设定上都拥有更大的想象空间。

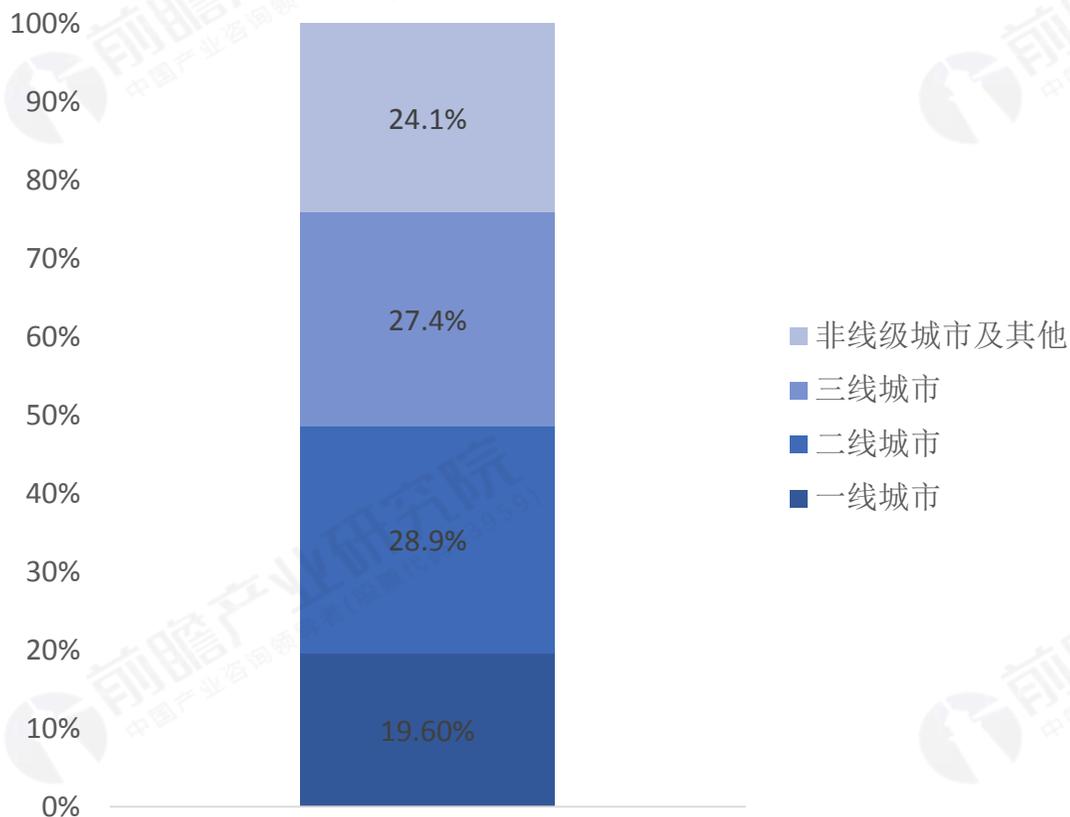
2018年中国电子竞技用户年龄段分布（单位：%）



2.3.4 电竞用户下沉趋势明显 广东电竞渗透率最高

从区域的角度来看，三线及以下城市电竞用户占比达到51.5%，下沉趋势明显；在升级渗透率TOP10方面，呈现出南多北少的态势。其中，广东省电子竞技用户渗透率排名第一，排在第二位的是山东省，四川省则排在第三位。

2018年中国电子竞技用户地域分布（单位：%）



2018年中国电子竞技用户升级渗透TOP10



03

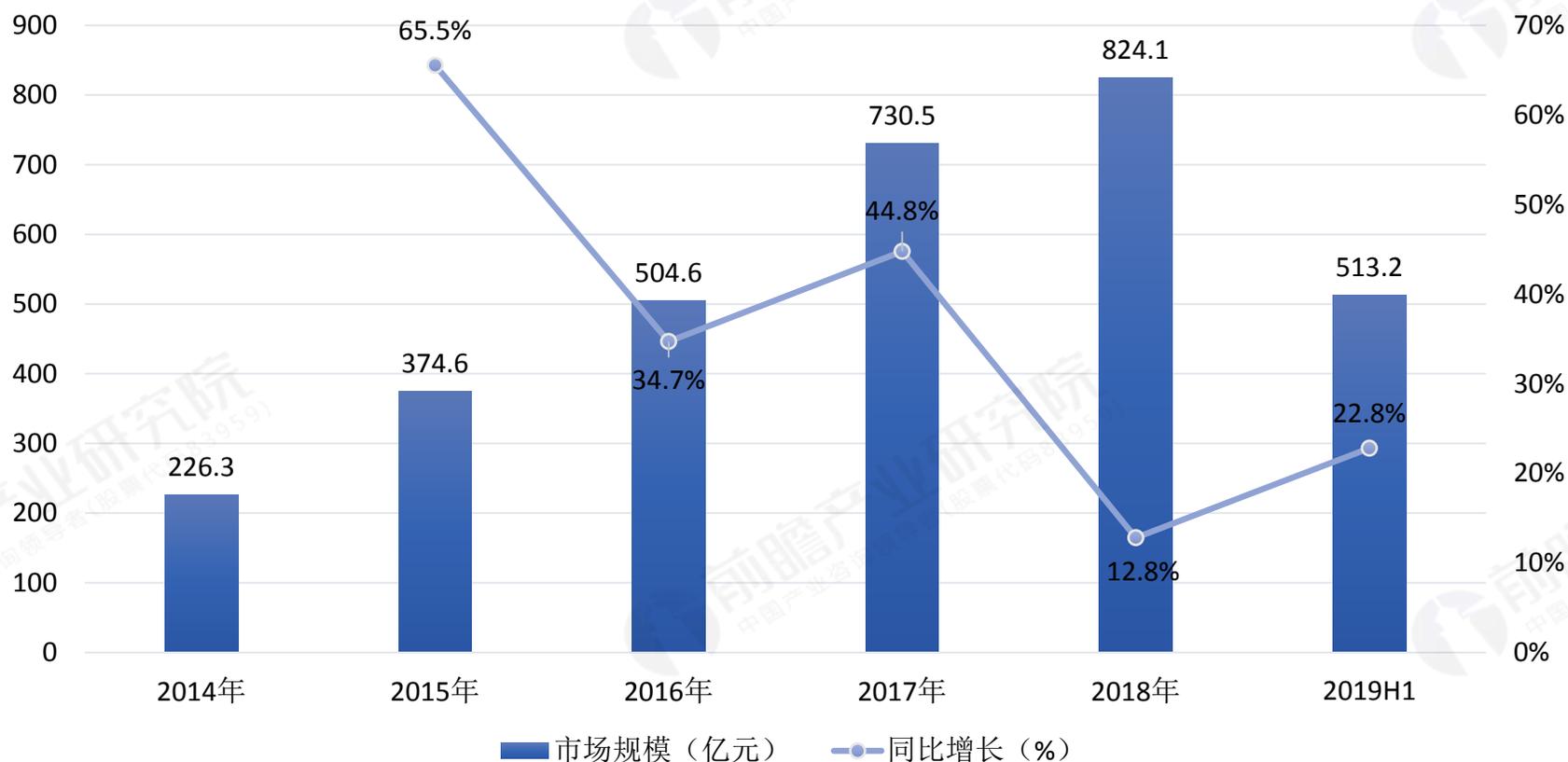
电子竞技产业细分市场

- 3.1 电子竞技游戏市场发展现状
- 3.2 电子竞技直播市场发展现状
- 3.3 电子竞技赛事市场发展现状
- 3.4 电子竞技教育市场发展现状

3.1.1 中国电子竞技游戏市场收入规模

在电子竞技产业链中，电子竞技游戏是核心。一方面，电子竞技游戏是经济效益最高的一个部分。另一方面，电子竞技游戏也占据着整个产业链上游，既能衍生出爆款赛事，赛事同样也需要游戏产品的授权。根据伽马数据，2014-2018年中国电子竞技游戏市场收入逐年增长，2018年中国电子竞技游戏市场实现收入824.1亿元，同比增长12.8%。2019年上半年，中国电子竞技游戏市场收入达到513.2亿元，同比增长22.8%。

2014-2019H1中国电子竞技游戏市场收入情况（单位：亿元，%）

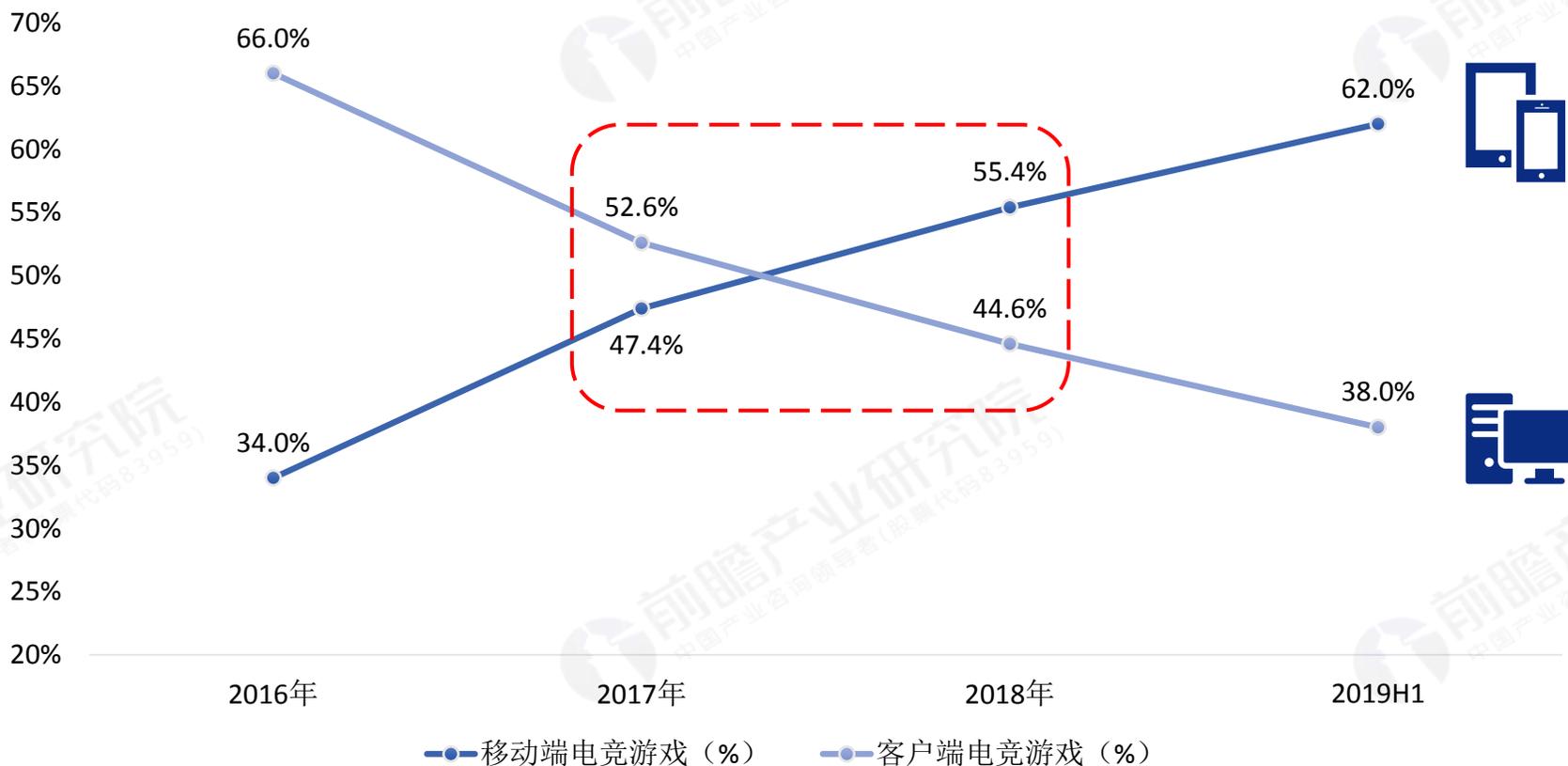


资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理

3.1.2 中国电子竞技游戏竞争格局

根据伽马数据，2016-2018年我国移动电竞游戏市场规模不断扩大，移动电竞游戏销售收入占整体收入的份额从2016年的34.0%上升至2018年的55.4%，首次超过了客户端电竞游戏收入，主要得益于《王者荣耀》等移动电竞游戏产品的发展。2019年上半年，移动电竞游戏市场占比进一步扩大至62.0%。

2016-2019H1中国电子竞技游戏市场收入结构（按设备类型）（单位：%）



3.1.3 中国电子竞技游戏竞争格局

根据伽马数据，2018年从收入占比来看，战术竞技类游戏（MOBA类）是移动电子竞技游戏收入的重要构成，收入占比达到45.6%。战术竞技类游戏头部效应明显，在2018年收入前50的移动电子竞技游戏中，战术竞技类游戏仅有《王者荣耀》、《决战！平安京》、《非人学园》三款，其中《王者荣耀》成为该类游戏收入的主要构成。

2018年收入前50移动电竞游戏中各类型游戏收入及数量占比（单位：%）

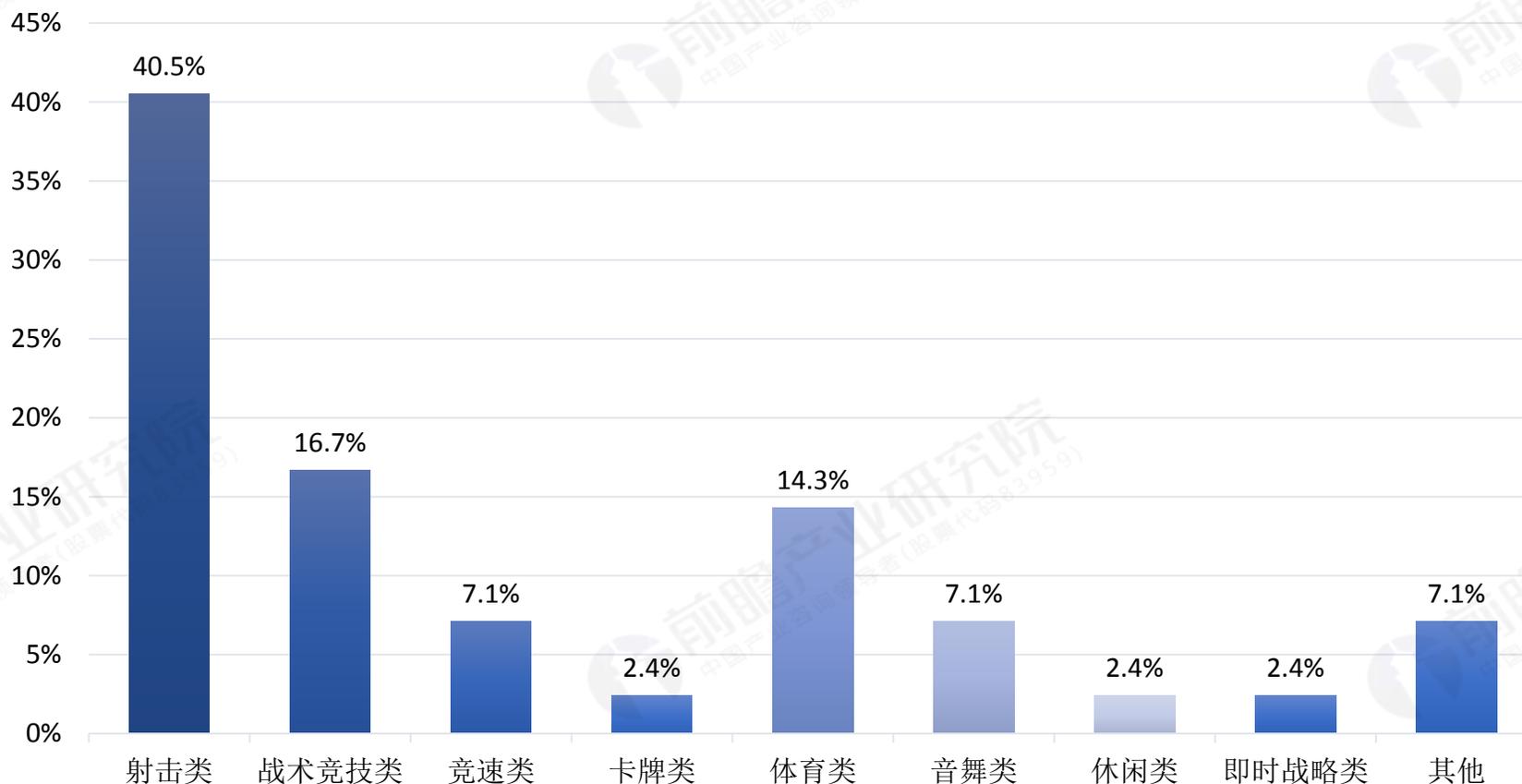


资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理

3.1.3 中国电子竞技游戏竞争格局

根据伽马数据，2018年在网吧热力值TOP100游戏中，射击类游戏是客户端电子竞技游戏市场的主要构成部分，占比达到40.5%；其次是战术竞技类游戏和体育类游戏，占比分别达到16.7%和14.3%。

2018年网吧热力值TOP100中客户端电子竞技游戏类型分布（单位：%）



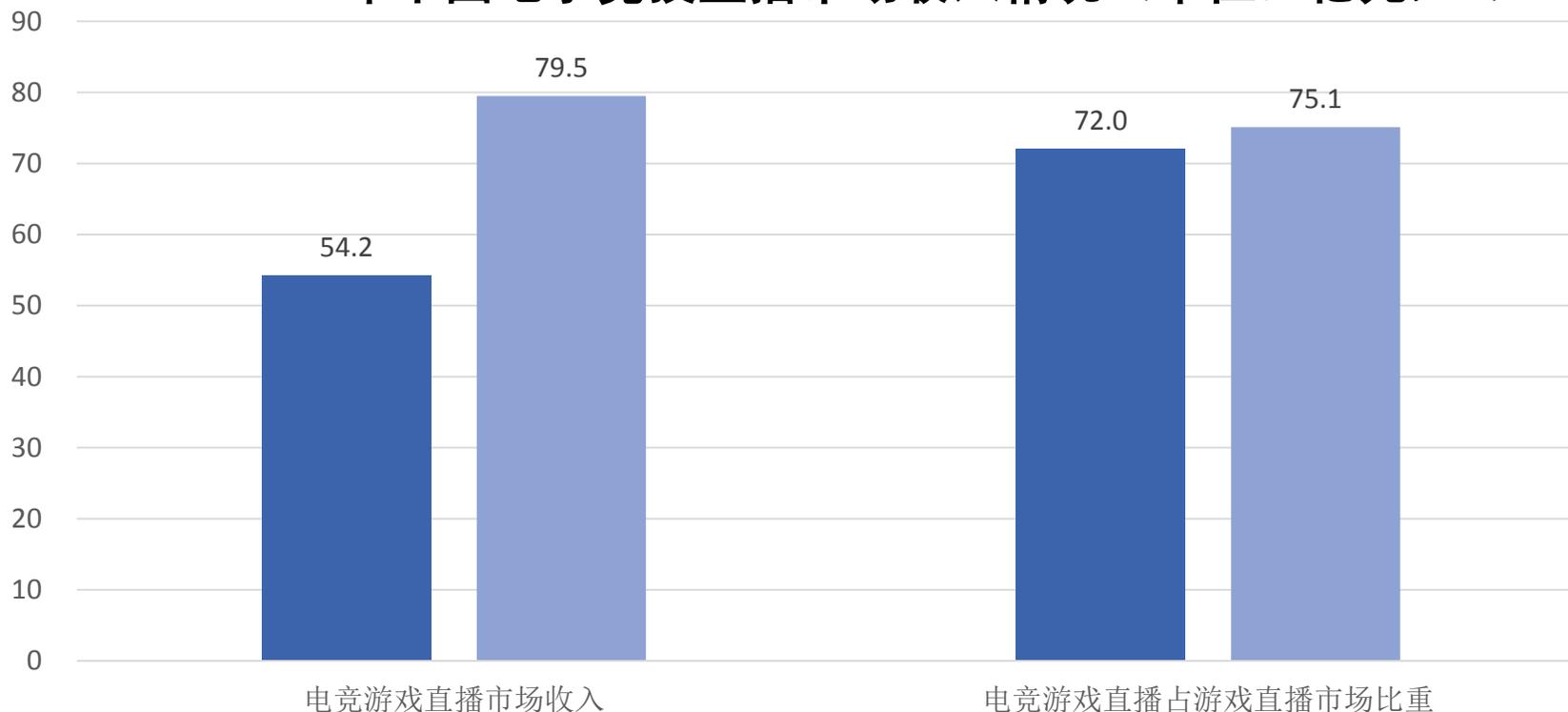
资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理

3.2.1 中国电子竞技直播市场收入规模

在中国游戏直播市场中，电子竞技游戏是重要的组成部分，2018年中国电子竞技游戏直播市场实际销售收入超过54亿元，占整体游戏直播市场的72.0%。

进入2019年，电子竞技游戏依旧受到直播用户的关注，比如《王者荣耀》《英雄联盟》《DOTA2》以及新上线的《APEX英雄》《刀塔自走棋》等新品电子竞技游戏，在各游戏直播平台上均获得了良好的播放热度。根据伽马数据（CNG）预计，2019年电子竞技游戏直播市场收入接近80亿元，占游戏直播市场的收入比例会进一步提高。

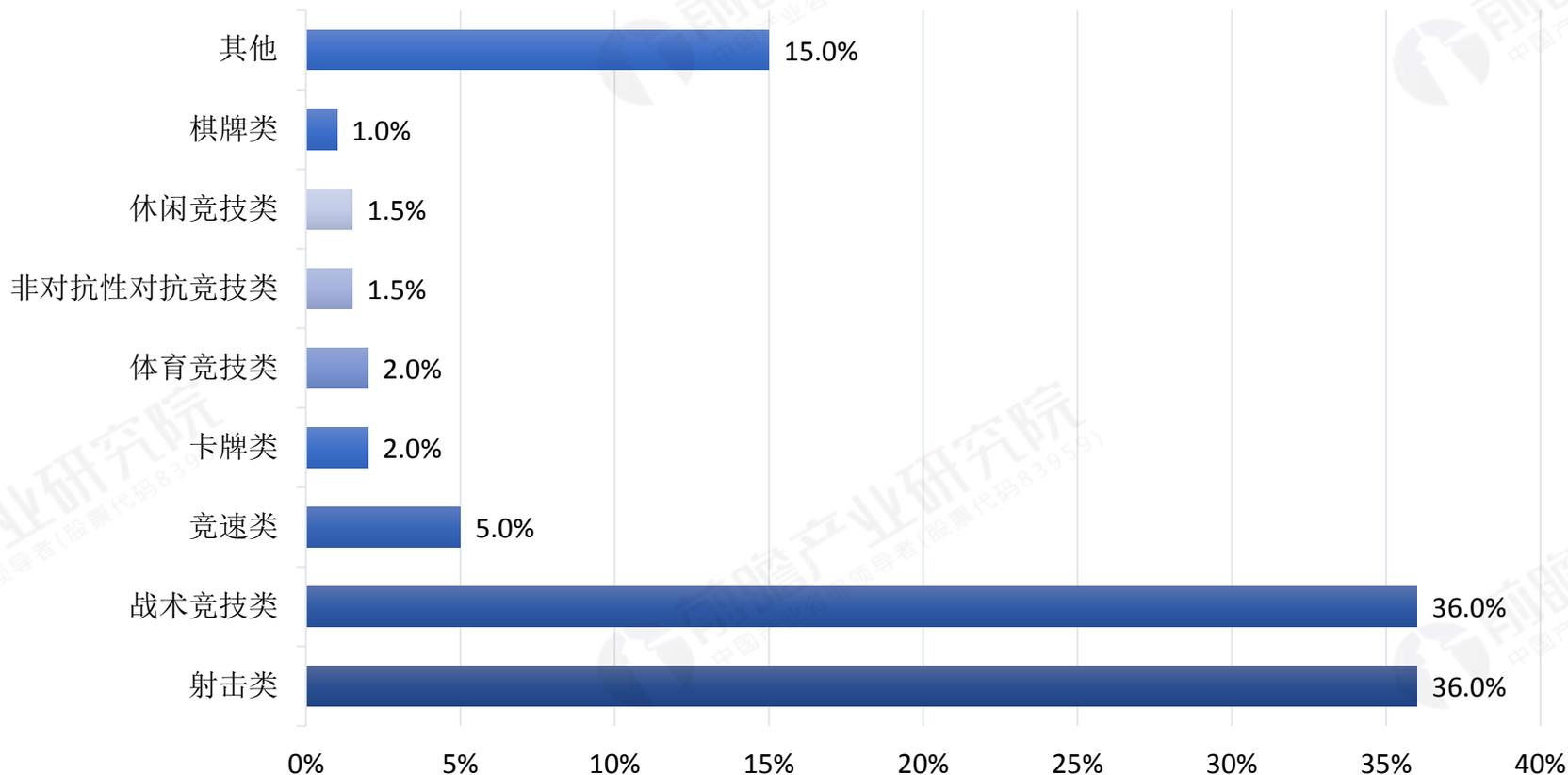
2018-2019年中国电子竞技直播市场收入情况（单位：亿元，%）



3.2.2 中国电子竞技直播市场竞争格局

从伽马数据（CNG）统计的直播平台中各类型的电子竞技游戏开播量数据来看，2019年1-6月，射击类和战术竞技类游戏的开播量要明显高于其他类型，两种类型的电子竞技游戏开播量合计占比超过70%，是电子竞技游戏直播的主要构成部分。

2019年1-6月直播平台中电子竞技游戏开播量分布（按玩法类型）（单位：%）

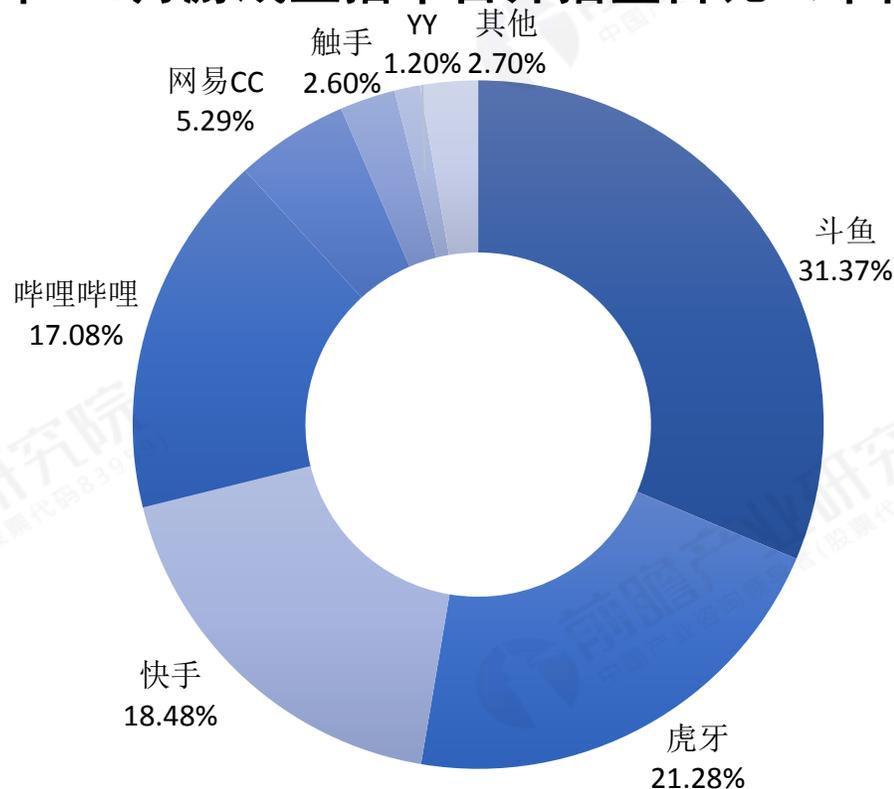
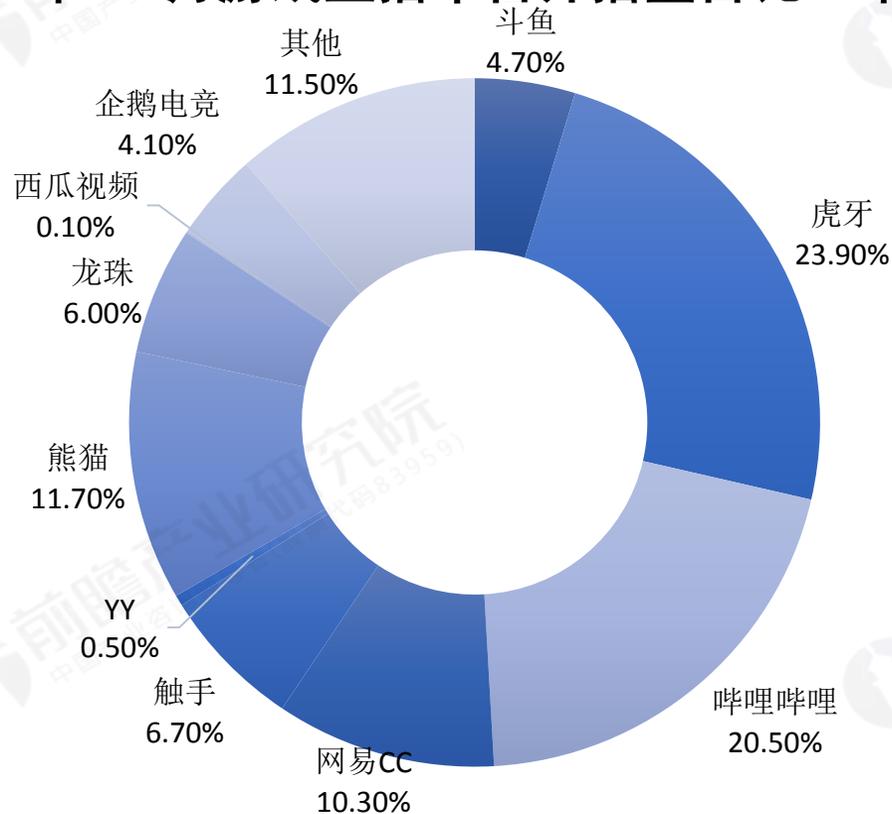


资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理

3.2.2 中国电子竞技直播市场竞争格局

直播行业在经历了洗牌期后，熊猫直播、全民直播、凸凸TV多家直播平台倒闭或者退出游戏直播领域，游戏直播的市场份额进一步向以虎牙、斗鱼为代表的直播平台集中，根据伽马数据（CNG）统计的相关数据，2019年上半年虎牙、斗鱼及哔哩哔哩、快手四家直播平台占据近90%的主要游戏直播平台游戏开播量，中国游戏直播市场马太效应进一步加剧。

2018年1-6月游戏直播平台开播量占比（单位：%） 2019年1-6月游戏直播平台开播量占比（单位：%）



资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理

3.3.1 中国电子竞技赛事市场收入规模

根据伽马数据，2018年电子竞技赛事市场规模约为10.95亿元，约占整个电子竞技市场规模的1.2%。对比传统的体育赛事占比，电竞赛事收入占电竞产业比例偏低，依然存在巨大的增长空间。随着头部电竞赛事的影响力已经比肩传统体育赛事，热门电竞赛事数量不断增加，电竞赛事商业化进度加速，预计未来市场规模将突破100亿元。

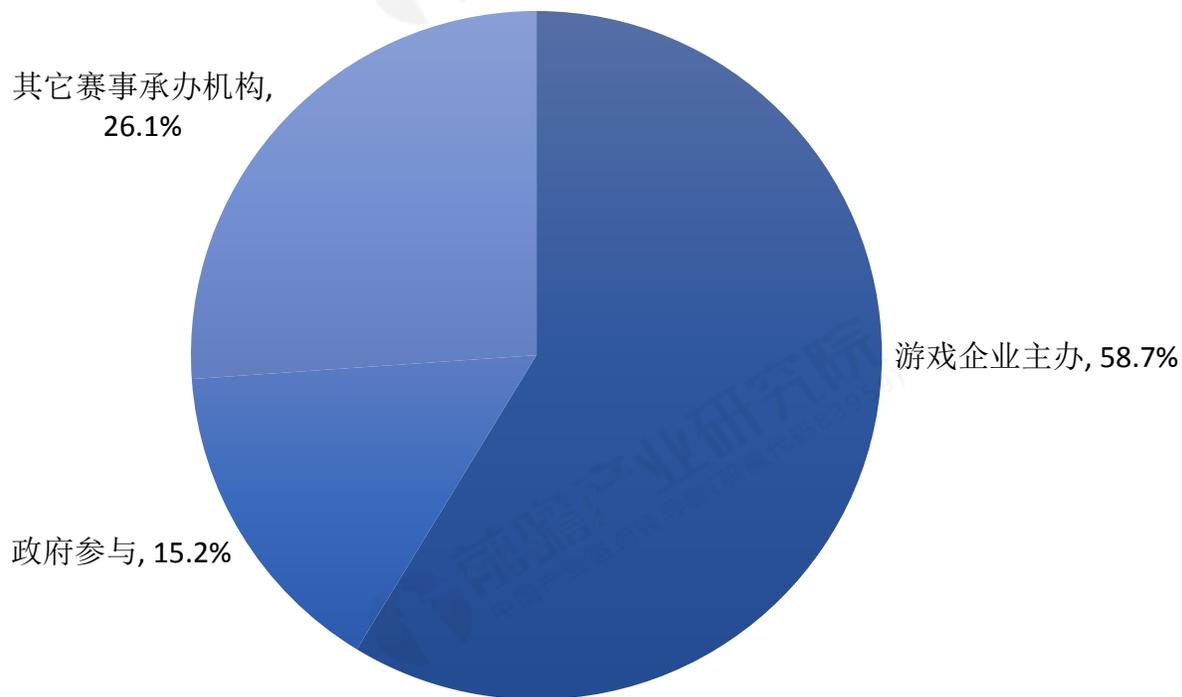
2018年电竞赛事收入及占比情况（单位：亿元，%）



3.3.2 中国电子竞技赛事市场竞争格局

目前，中国电子竞技赛事主办方主要分为游戏企业主办、其他赛事承办机构主办以及政府机构参与主办三种情况。在目前的电竞赛事领域，游戏企业主办的电竞赛事占据了主要部分，2018年游戏企业主办赛事占比达到58.7%。随着电竞产业的发展，电竞赛事逐渐受到重视，相关的政府机构开始参与电竞赛事的组织和举办。

2018年中国电子竞技主要赛事主办机构分布情况（单位：%）



3.4.1 中国电子竞技教育市场现状

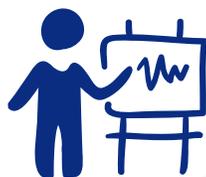
随着电子竞技赛事全球范围内的发展，其对于高层次、高水平、高素质的电子竞技选手、电竞战队教练、电竞数据分析、电竞项目陪练等相关岗位的需求也变得越来越迫切。

当前电竞人才的培养主要有高效开设的电竞相关专业、培训机构以及电竞俱乐部和游戏企业内部培训这三种途径。电竞教育要培养的不仅是电竞职业选手，更是能满足电子竞技产业职能要求的、具备专业素质的电竞全产业链的复合型人才。

中国电子竞技教育市场主要参与者



高校电竞专业



培训机构



俱乐部或企业
内部培训

3.4.2 中国高校电子竞技专业开设情况

电子竞技的高速发展带来企业对电子竞技人才的巨大需求。为加快培养电竞专业技能型人才的进度，2016年9月，教育部颁布将电子竞技运动与管理作为全国《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》中2016年增补专业，2017年正式执行。教育部文件出台后，各高校纷纷关注并积极申报，在近几年陆续增设电竞专业。电子竞技运动与管理专业的开设为我国电子竞技专业人才的培养提供了有力的支持。

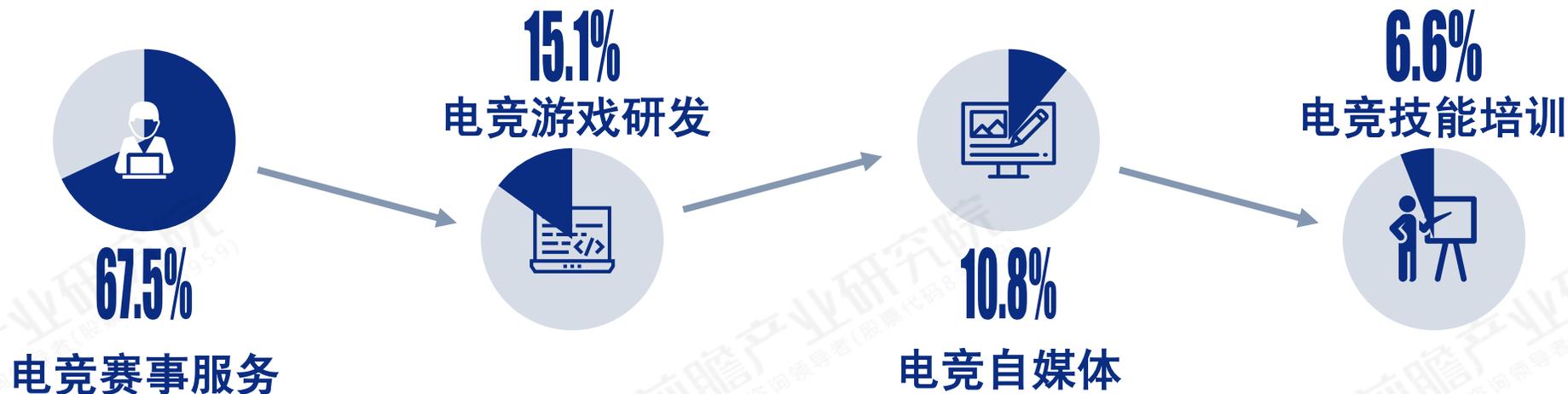
已设立电竞专业高职院校名单（部分）

省份	专业名称	学校名称	省份	专业名称	学校名称
北京市	电子竞技运动与管理	北京京北职业技术学院	江苏省	电子竞技运动与管理	常州纺织服装职业技术学院
云南省	电子竞技运动与管理	昆明艺术职业学院	江苏省	电子竞技运动与管理	苏州工业园区职业技术学院
陕西省	电子竞技运动与管理	西安汽车科技职业学院	安徽省	电子竞技运动与管理	安徽体育运动职业技术学院
河北省	电子竞技运动与管理	河北软件职业技术学院	安徽省	电子竞技运动与管理	合肥信息技术职业学院
河北省	电子竞技运动与管理	石家庄财经职业学院	福建省	电子竞技运动与管理	三明医学科技职业学院
山西省	电子竞技运动与管理	山西信息职业技术学院	福建省	电子竞技运动与管理	厦门安防科技职业学院
山西省	电子竞技运动与管理	山西体育职业学院	江西省	电子竞技运动与管理	江西工程学院
内蒙古自治区	电子竞技运动与管理	兴安职业技术学院	江西省	电子竞技运动与管理	南昌工学院
内蒙古自治区	电子竞技运动与管理	锡林郭勒职业学院	河南省	电子竞技运动与管理	信阳涉外职业技术学院
吉林省	电子竞技运动与管理	长春健康职业学院	湖南省	电子竞技运动与管理	湖南体育职业学院
黑龙江省	电子竞技运动与管理	黑龙江商业职业学院	四川省	电子竞技运动与管理	四川传媒学院
黑龙江省	电子竞技运动与管理	哈尔滨科学技术职业学院			

3.4.3 中国电子竞技产业人才需求情况

现阶段电竞人才培养体系缺乏，行业人才积累不足，人才稀缺成为电竞这一新兴产业面临的发展瓶颈。其中人才需求主要集中在电竞赛事服务类职位方面，电竞赛事服务类职位的需求占比达到67.5%，国内电子竞技赛事知名度和影响力的不断提升是造成这种情况的原因之一。

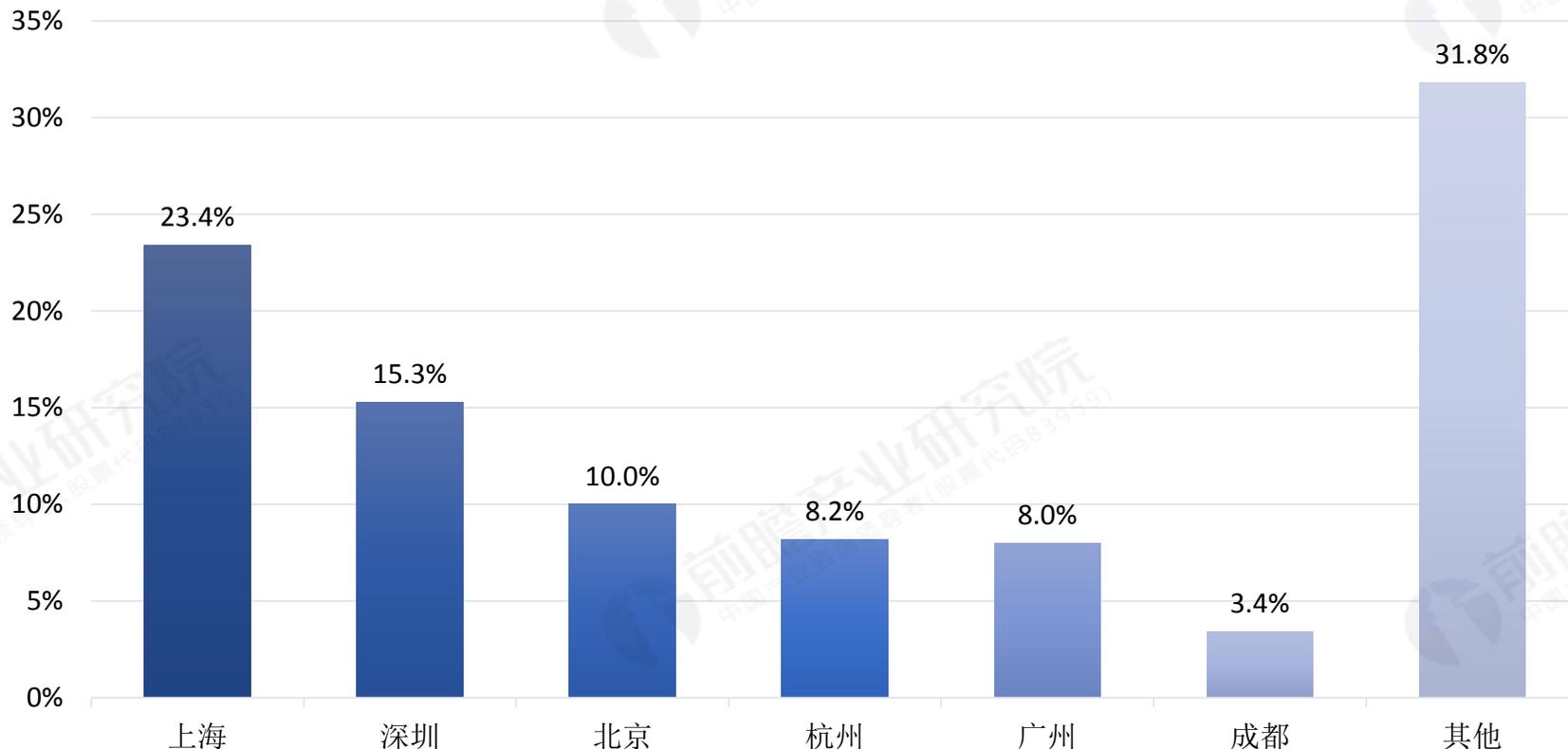
2018年中国电子竞技产业人才需求分布情况（按职位）（单位：%）



3.4.3 中国电子竞技产业人才需求情况

从地区方面看，上海对于电竞人才需求最大，占比达到23.4%。主要原因在于上海市众多电子竞技赛事的举办地，包括英雄联盟、守望先锋、DOTA2等在内的电子竞技游戏官方赛事均在上海举办。随着各地对于电竞产业的重视以及电竞赛事影响力的逐渐提升，各地政府将会进一步推动电竞俱乐部和赛事落户，推进电竞向区域化方向发展。除上海外，北京、深圳等城市对于电竞产业人才的需求占比预计会提升。

2018年中国电子竞技产业人才需求分布情况（按地区）（单位：%）



资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理

04

电子竞技典型企业分析

- 4.1 腾讯
- 4.2 网易
- 4.3 完美世界
- 4.4 英雄互娱

4.1.1 腾讯电子竞技生态体系

腾讯电竞是中国最具竞争力的电竞品牌之一。腾讯的电竞业务自2010年起以TGA开始布局，正式品牌成立于2016年，并与腾讯游戏、阅文集团、腾讯影业、腾讯动漫、腾讯音乐娱乐组成“新文创”数字内容产业矩阵。2019年腾讯电竞将通过推动电竞与城市的深度融合。提升产业生态的连接能力、持续完善人才培养体系、新技术应用与融合四个发力点，助力电竞成为推动中国文化走出去的新型文化载体。

腾讯电竞生态体系



4.1.2 腾讯电竞代表游戏赛事：英雄联盟&LPL

《英雄联盟》（简称LOL）是由美国拳头游戏（Riot Games）开发、中国大陆地区腾讯游戏代理运营的英雄对战MOBA竞技网游。自2011年英雄联盟国服公测以来，英雄联盟电竞一直不断在转播技术、大众影响力建设以及生态方面寻求突破，并经过数年发展逐渐成为一个完善的生态体系和产业。

英雄联盟的职业比赛简称LPL（League of Legends Pro League），是中国大陆最高级别的英雄联盟职业比赛，是中国大陆赛区通往每年季中冠军赛和全球总决赛的唯一渠道。

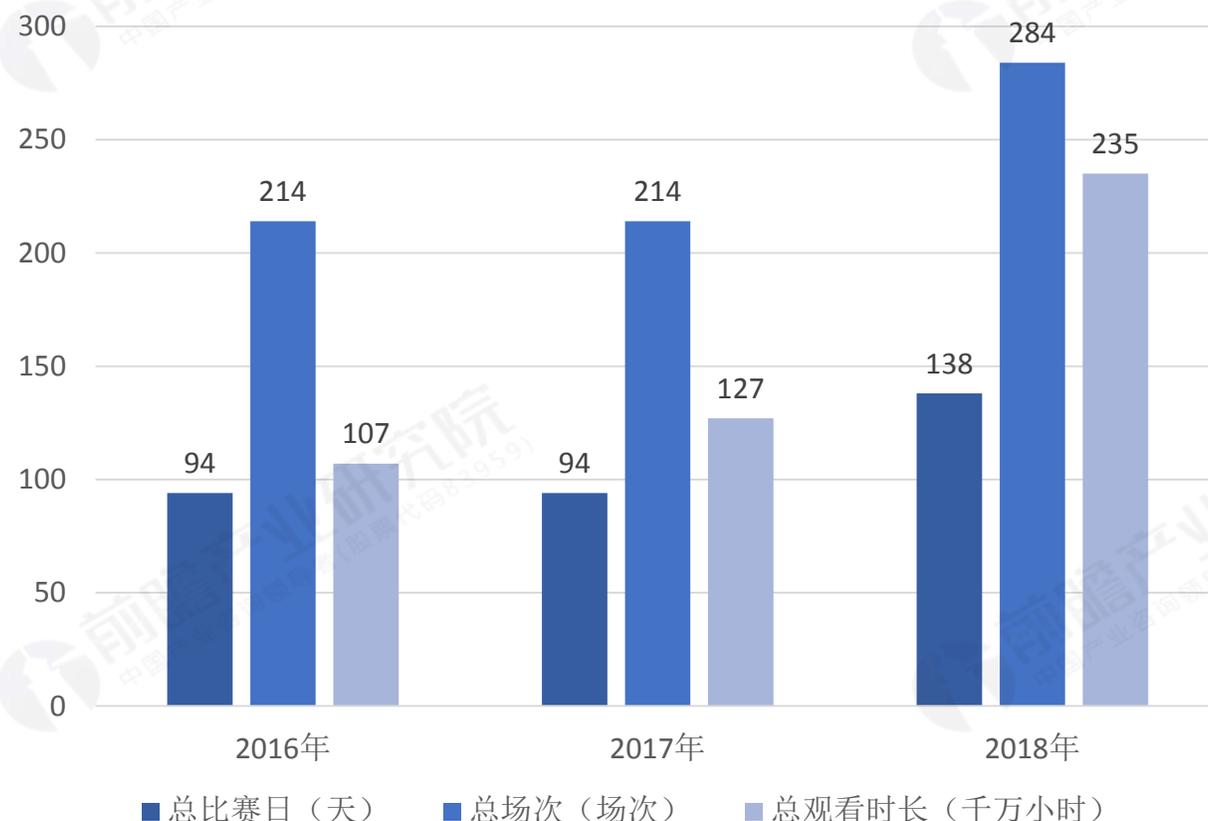
2019年LPL参赛队伍



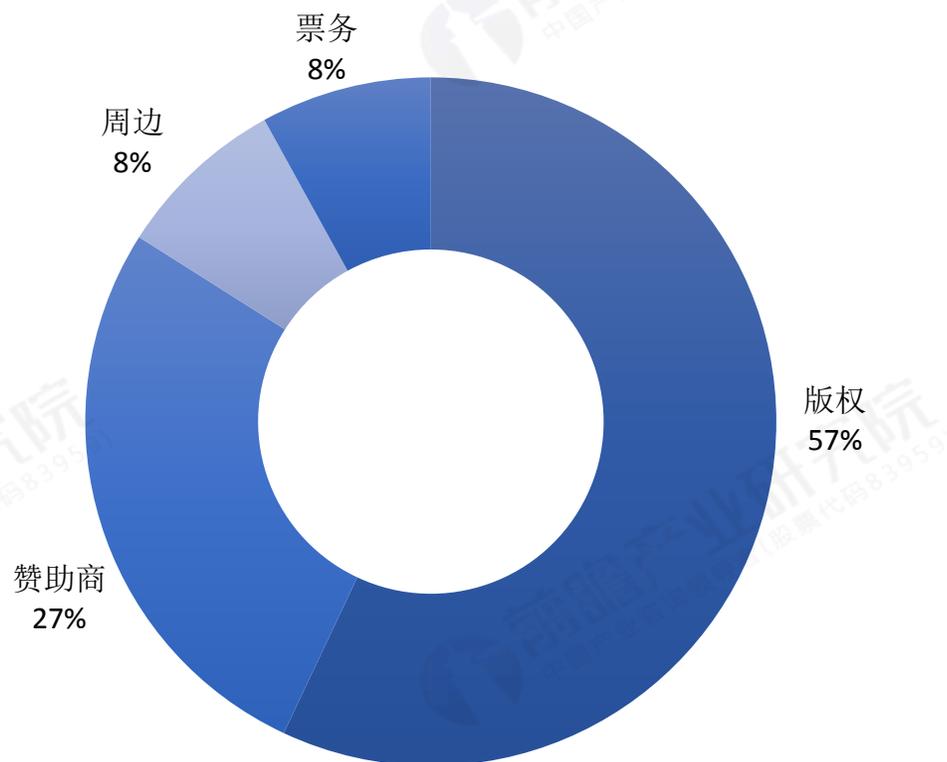
4.1.2 腾讯电竞代表游戏赛事：英雄联盟&LPL

英雄联盟电竞经过近10年的培育，目前英雄联盟深度电竞赛事观众已经超过7000万，巨大的用户规模及快速的生态建设速度引领电竞成为增速最快的体育运动。2018年中国LPL赛区全年赛事（直播+重播）观赛时长已经达到38.55亿小时，其中国内赛事观看时长达到23.5亿小时。英雄联盟电竞现有的商业模式在收入类别已非常接近传统体育产业，主要收入来源包括赞助商、版权、IP周边以及门票。

2016-2018年LPL总观看时长及比赛场次变化



2018年LPL收入结构情况 (单位: %)



4.2.1 网易电子竞技产品体系

网易2001年正式成立在线游戏事业部，经过近20年的发展，网易已经跻身全球七大游戏公司之一。作为中国领先的游戏开发公司，网易一直处于网络游戏自主研发领域的前端。在电竞领域，网易更多的是依靠其自有的游戏为主。在代理游戏方面，网易通过与暴雪的合作，取得了魔兽争霸、星际争霸、炉石传说等全球知名游戏的代理权。

网易电子竞技游戏产品体系



4.2.2 网易电竞代表游戏赛事：NeXT

网易电竞NeXT始于2018年，是网易游戏在电竞领域首个大型综合性电竞赛事，聚合网易游戏、暴雪游戏、SNK等合作方热门游戏赛事项目。

NeXT2019秋季赛总共16个游戏项目，覆盖游戏注册用户规模超2亿，超过10万玩家参与报名海选，最终参与佛山线下决赛的选手、解说达高达500余位。

2019网易电竞X秋季赛游戏项目



4.3 完美世界电竞生态体系

在电竞业务方面，完美世界通过与Valve公司合作成为《DOTA2》、《CS: GO》等知名电竞产品的官方运营商；与Valve共同建立Steam中国，引入海外优秀的端游作品，并支持中国广大游戏开发企业及其产品更好地走向海外市场。同时，协助Valve公司在上海举办《DOTA2》2019年国际邀请赛，积累举办、运营世界级电竞比赛的经验。

完美世界电竞生态体系

电竞游戏

电竞平台

电竞赛事



4.4 英雄互娱电竞生态体系

英雄互娱成立于2015年6月，致力于为海内外用户提供优质的移动游戏和体验。在电竞生态体系的构建上，英雄互娱坚持产品和运营并重的路线。在游戏产品方面，英雄互娱以移动竞技游戏产品为核心；在运营方面，成立量子体育进行落地执行。

英雄互娱电竞生态体系



05

电子竞技产业发展趋势预测

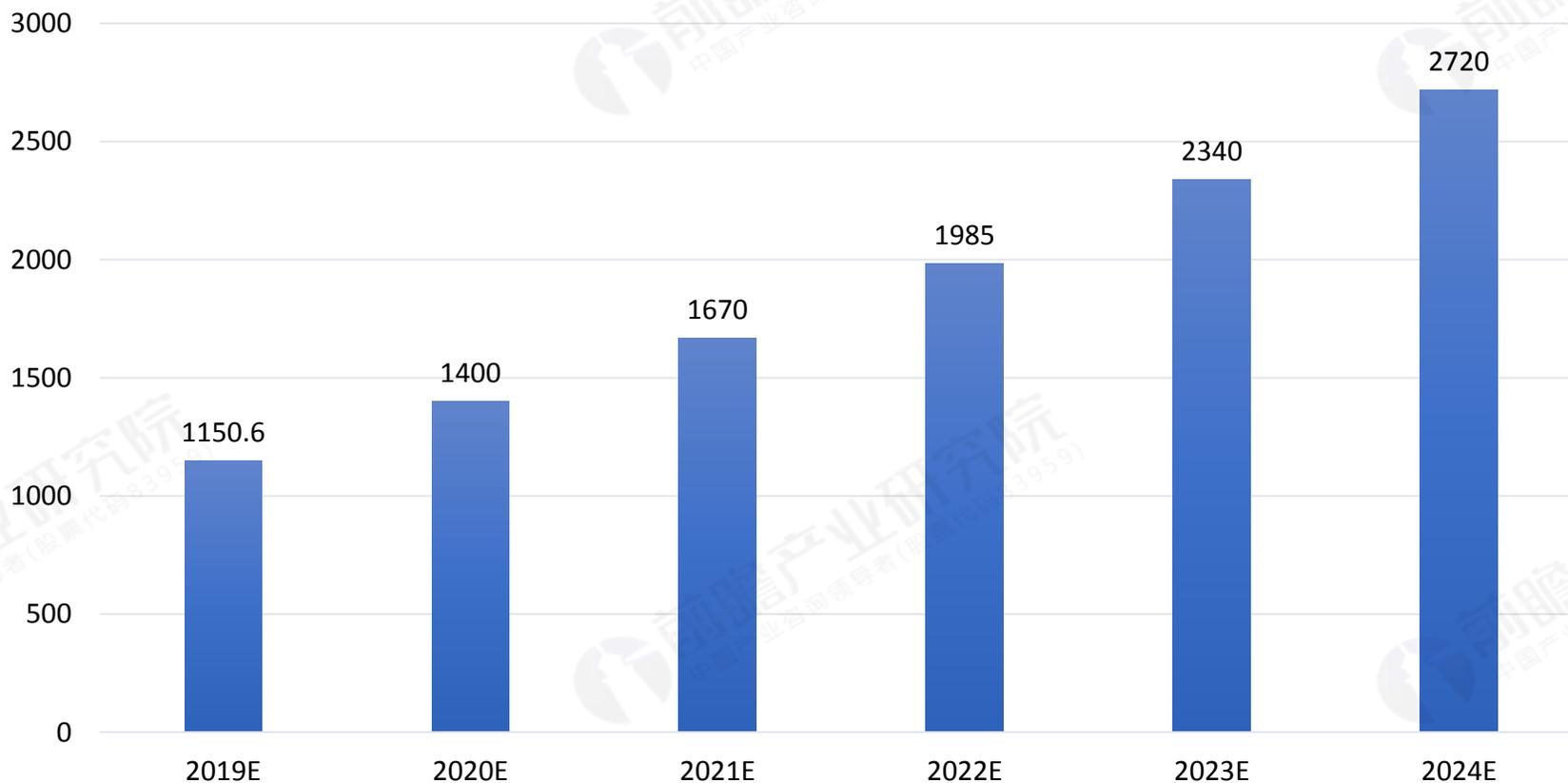
5.1 行业发展规模预测

5.2 行业发展趋势预测

5.1 行业发展规模预测：2024年电竞产业规模将突破2700亿元

随着移动竞技游戏的增速放缓以及PC竞技游戏的触顶，中国电竞市场的未来增长主要来源电竞生态市场。而赛事商业化的强力推动将进一步提升电竞生态扩张，为行业增长提供持久续航。据前瞻预计，未来五年，我国电竞行业将保持18.75%左右的年均水平增速增长，至2024年，中国电竞行业市场规模有望突破2700亿元。

2019-2024年中国电子竞技产业规模预测（单位：亿元）



5.2.1 行业发展趋势预测：电子竞技娱乐化

随着电子竞技产业的不断发展与成熟，电竞IP的价值将逐渐显现。与传统体育赛事相比，以游戏直播为核心传播渠道的电子竞技有着先天的优势。因此在未来电子竞技有望于其他娱乐形式进行融合，进一步融入泛娱乐生态，从而继续扩大自身的影响力。

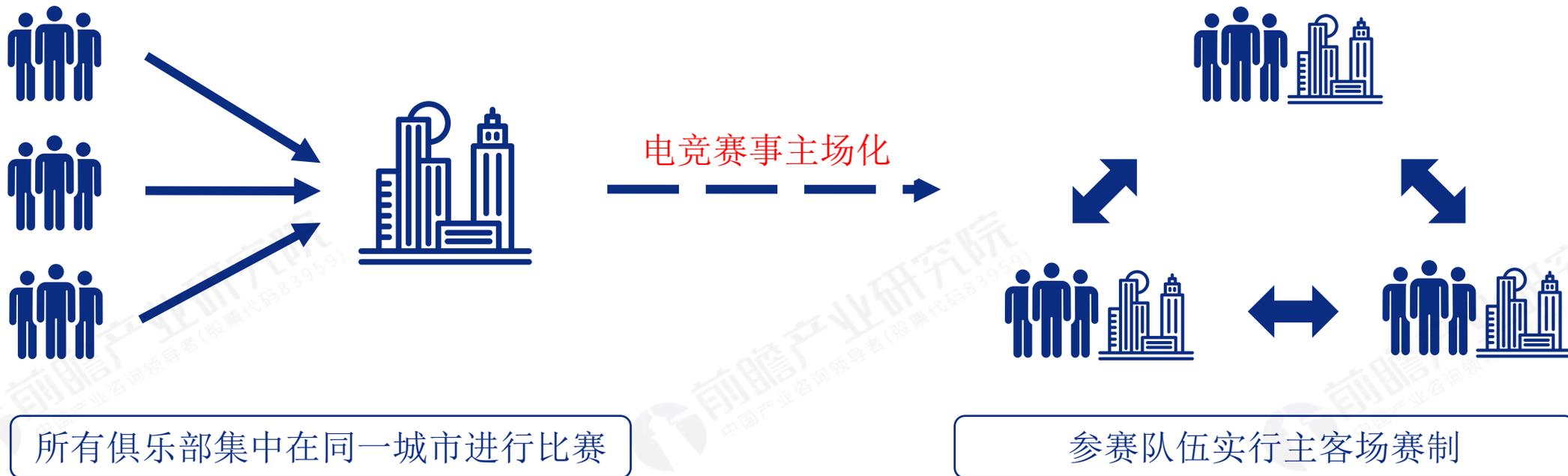
电子竞技进一步融入泛娱乐生态



5.2.2 行业发展趋势预测：电竞赛事主场化

过去电竞赛事的举办以赛事主办者为基础，众多俱乐部集中在同一所城市中进行比赛。而电竞赛事主场化就是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类似于传统体育项目中的主客场赛事联盟，将赛事分散到多个城市中去。

电子竞技赛事主场化



5.2.3 行业发展趋势预测：电竞俱乐部运营体系化

早期的电竞俱乐部多数是对游戏有共同爱好自发组成的兴趣团体。随着电竞影响力的提升，一些资本和个人开始关注电竞领域并尝试投资，组成类似“家庭作坊式”俱乐部。随着电子竞技产业的快速发展，“家庭作坊式”俱乐部已经不能满足自身发展和市场的需求，俱乐部开始逐渐转向企业经营，将电子竞技俱乐部作为内容产出方，形成一套完整的运营体系。

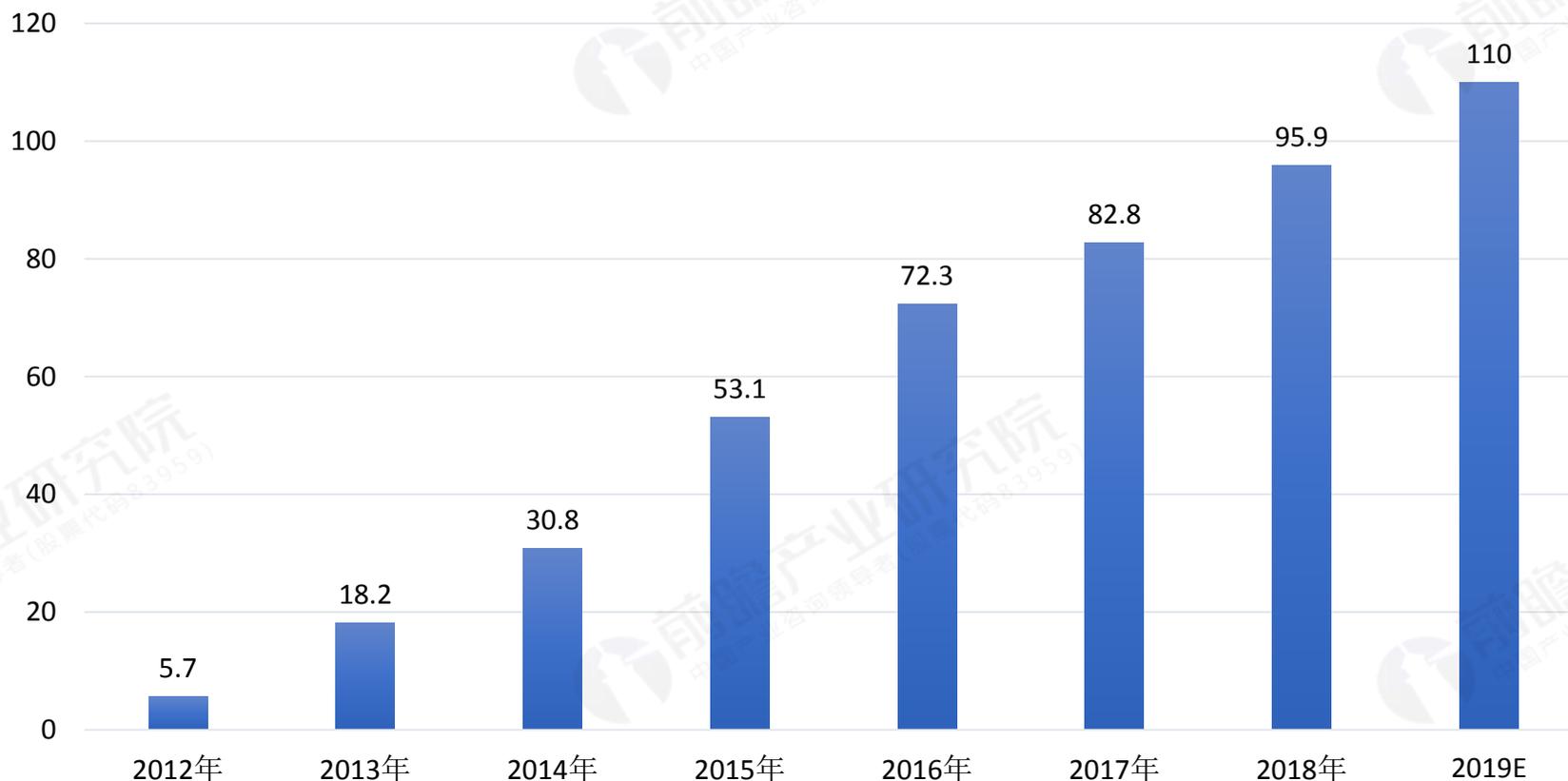
电子竞技俱乐部运营体系化



5.2.4 行业发展趋势预测：出海热度不断高涨

从游戏市场的整体角度来看，国内游戏企业出海热度不断高涨，根据伽马数据统计，2009-2018年中国自主研发网络游戏海外市场实际销售逐年增长，2018年达到95.9亿美元，同比增长15.8%。预计2019年中国自主研发网络游戏海外市场实际销售收入预计将超110亿美元，移动游戏产品出海是主要增长动力。。

2009-2019年中国自主研发网络游戏海外市场实际销售额（单位：亿美元）



资料来源：伽马数据 前瞻产业研究院整理



前瞻经济学人
FORWARD-THE ECONOMIST

全球产业分析聚合平台，适时分析全球产业变迁趋势，深度把握全球经济脉动。



10000+

行业干货 免费领取



1000+

行业报告 快速下载



1000000+

行业数据 任君使用



500+

行业研究员 解答你的问题



10000+

全球新兴产业前瞻性分析



365+

每日全球财经大事 一手掌握



扫码下载APP



前瞻产业研究院

前瞻产业研究院是中国产业咨询领导者！隶属于深圳前瞻资讯股份有限公司，于**1998**年成立于北京清华园，主要致力于为企业、政府、科研院所提供产业咨询、产业规划、产业升级转型咨询与解决方案。



前瞻经济学人 让你成为更懂趋势的人

前瞻经济学人APP是依托前瞻产业研究院优势建立的产经数据+前沿科技的产经资讯聚合平台。主要针对各行业公司中高管、金融业工作者、经济学家、互联网科技行业等人群，提供全球产业热点、大数据分析、行研报告、项目投资剖析和智库、研究员文章。

 报告制作：前瞻产业研究院

 联系方式：400-068-7188

 产业规划咨询：0755-33015070

 主创人员：卢正源/朱琳慧/吴小燕

 更多报告：<https://bg.qianzhan.com>