

2017-2023年中国电子竞技行业运行现状及投资预测研究分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国电子竞技行业运行现状及投资预测研究分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201703/506155.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

前言

电子竞技（Electronic Sports）就是电子游戏比赛达到“竞技”层面的活动。电子竞技运动就是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。通过运动，可以锻炼和提高参与者的思维能力、反应能力、心眼四肢协调能力和意志力，培养团队精神。电子竞技也是一种职业，和棋艺等非电子游戏比赛类似，2003年11月18日，国家体育总局正式批准，将电子竞技列为第99个正式体育竞赛项。2011年，国家体育总局将电子竞技改批为第78个正式体育竞赛项。

电子竞技运动的概念：电子竞技运动是以竞技类电子游戏为基础，信息技术为核心的软硬件设备为器械、在信息技术营造的虚拟环境中，在统一的竞赛规则、以及在规则保障下公平进行的对抗性电子游戏比赛，电子竞技正在成为一种全新的体育运动。

电子竞技运动又可以称为电子竞技游戏，是在信息技术平台上以软硬件设备为基础、在虚拟世界里以及要求的规则下开展的博弈性智力电子游戏运动。该竞赛具备一定的体育规则和规范，该项目的特点表现在可重复、可定量、可比较。凡是由国际体育相关委员会或协会（如亚洲奥运委员会）通过认证并举办的电子竞技游戏比赛，通常情况下以游戏运营商或游戏开发商作为主要的赛事发起者，并逐步加入具有影响力的电子竞技赛事。主要游戏有《穿越火线》《英雄联盟》等。电子竞技运动可以培养和提高运动员的思维意识、反应意识、和谐能力以及团队精神，是一项新兴的体育运动项目。

从广义上讲，电子竞技产业包括了游戏软件的开发商、上游的硬件提供商，游戏在各地区市场运营商、网络运营服务商、赛事赞助企业，下游的传播媒介和终端用户等。它可以内容上分为竞技性产业和娱乐性产业，该产业的关键环节是赛事的运营以及推广，使得电子竞技游戏普及大众，进而成为竞技表演产业。

2014年中国电子竞技整体市场规模达到226.3亿元，收入主要来自于电竞游戏，而电竞赛事的收入近1.3亿元，俱乐部、直播平台等衍生收入达8.7亿元，但这两块的收入随着2015年赞助商的投入加大，粉丝经济的进一步凸显，整体市场在电商、广告等方面的商业化进程加快，2015年中国电子竞技整体市场规模达到269.1亿元。

2009-2015年我国电子竞技产业规模走势图

资料来源：智研数据中心整理

本对电子竞技行业研究报告是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国对电子竞技行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国

国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国对电子竞技行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国对电子竞技行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国对电子竞技行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 电子竞技行业发展背景 1

1.1 电子竞技行业概述 1

1.1.1 电子竞技的定义及分类 1

1、电子竞技的定义 1

2、电子竞技的分类 2

1.1.2 电子竞技行业的特点 3

1.1.3 电子竞技与网络游戏的对比分析 3

1.1.4 电子竞技与体育项目的关联分析 4

1.2 电子竞技行业产业链分析 5

1.2.1 电子竞技产业链结构 5

电子竞技产业链结构

资料来源：公开资料整理

传统的电竞产业自上而下主要分为三部分：开发商负责电竞游戏内容的研发；运营/发行商通过自主开发或取得其它游戏开发商的代理权，以游戏道具等增值服务和内置广告获得收入；而渠道商则负责渠道推广、零售变现。在上游的环节中，由于研运一体化能有效的控制成本，缩减了代理环节带来的高额代理费用，所以研运一体被越来越多厂商看好。渠道商包括线上和线下渠道，其中赛事是最能带动产业发展、最易产生商业价值的核心环节，再通过线上线下联动作用，利用直播平台二次变现。

目前，端游电竞的产业链已经较为成熟，上下游的协同效应明显，对产业贡献极大。但是对于手游来说，渠道商却显得至关重要。一是因为国内游戏研发成功率很低，页游的大作成功率1%，而手游仅为0.1%；二是由于渠道商更接近用户，拥有丰富的人脉和资源。我们认为，电竞手游产业内充斥着大量热钱，快速变现是企业的首要目的，所以背靠一个优质的渠道商则是他们最好的出路。但是从长远来看，随着同质产品的增多，渠道日渐丰富，竞争日益激烈会淘汰劣质的山寨产品，市场倒逼游戏研发的升级改造。

1.2.2 产业链主要环节分析 6

1、游戏运营环节分析 6

2、赛事运营环节分析 7

3、平台及媒体环节分析	7
4、电子竞技受众分析	8
1.3 电子竞技行业发展环境分析	9
1.3.1 行业宏观环境分析	9
1、行业政策环境	9
2、行业经济环境	10
3、行业社会环境	13
4、行业技术环境	20
1.3.2 行业竞争环境分析	21
1、现有企业的竞争	21
2、供应商议价能力	22
3、下游客户议价能力	22
4、行业竞争情况总结	23
1.3.3 行业关联产业分析	23
1、中国游戏行业发展历程	23
2、中国游戏行业市场规模	24
(1) 游戏行业营收规模	24
(2) 游戏行业用户规模	25
3、游戏行业生态结构的变化	26
第二章 国外电子竞技行业商业模式及经验借鉴	29
2.1 国外电子竞技行业发展现状及发展趋势	29
2.1.1 全球电子竞技行业发展历程分析	29
2.1.2 全球电子竞技行业市场规模分析	29
1、全球电子竞技赛事奖金池规模分析	29
2、全球电子竞技赛事观众规模分析	30
3、全球电子竞技行业收入规模分析	31
2.1.3 国外电竞赛事与传统体育赛事的对比	31
2.1.4 国外电子竞技行业商业模式分析	32
1、欧美电子竞技行业商业模式分析	32
2、韩国电子竞技行业商业模式分析	33
2.1.5 全球电子竞技行业发展规模预测	33
2.2 主要国家电子竞技行业发展状况及经验借鉴	34
2.2.1 美国电子竞技行业发展状况及经验借鉴	34
1、美国电子竞技行业发展现状	34
2、美国电子竞技行业发展规模	35

2.2.2 法国电子竞技行业发展状况及经验借鉴 35

- 1、法国电子竞技行业发展现状 35
- 2、法国电子竞技行业扶持政策 35
- 3、法国电子竞技运动员培育策略 36

2.2.3 韩国电子竞技行业发展状况及经验借鉴 36

- 1、韩国电子竞技行业发展历程 36
- 2、韩国电子竞技行业发展规模 37
- 3、韩国电子竞技行业扶持政策 37
- 4、韩国电子竞技运动员培育策略 37
- 5、韩国电子竞技行业经验借鉴 38

2.3 国外重点电子竞技赛事商业模式及经验借鉴 38

2.3.1 法国电子竞技世界杯（ESWC）商业模式分析 38

- 1、赛事基本信息分析 38
- 2、赛事运营主体分析 38
- 3、赛事竞赛项目分析 39
- 4、赛事合作伙伴分析 39

2.3.2 韩国世界电子竞技大赛（WCG）商业模式分析 39

- 1、赛事基本信息分析 39
- 2、赛事运营主体分析 39
- 3、赛事竞赛项目分析 40
- 4、赛事合作伙伴分析 40
- 5、赛事盈利模式分析 41
- 6、赛事成本结构分析 41
- 7、2016年赛事安排 41

2.3.3 美国DOTA2国际邀请赛商业模式分析 41

- 1、赛事基本信息分析 41
- 2、赛事运营主体分析 42
- 3、赛事竞赛项目分析 42
- 4、赛事合作伙伴分析 42
- 5、赛事盈利模式分析 42
- 7、2016年赛事安排 43

2.3.4 美国MLG联赛商业模式分析 43

- 1、赛事基本信息分析 43
- 2、赛事运营主体分析 44
- 3、赛事竞赛项目分析 44

4、赛事合作伙伴分析 44

5、赛事盈利模式分析 44

6、2016年赛事安排 45

2.4 美国Twitch电子竞技直播平台商业模式及经验借鉴 45

2.4.1 Twitch基本信息分析 45

2.4.2 Twitch运营模式分析 45

2.4.3 Twitch成本结构分析 46

2.4.4 Twitch盈利模式分析 46

2.4.5 Twitch融资情况分析 47

2.4.6 Twitch发展经验借鉴 48

第三章 中国电子竞技行业发展现状及投资前景调研 49

3.1 中国电子竞技行业市场总体分析 49

3.1.1 行业发展历程分析 49

1、行业发展历程分析 49

中国电子竞技行业的发展1998年起至今可分为三个阶段，分别是1998-2002年萌芽起步期、2003-2008年成长探索期、2009-2012年新兴爆发期，随着该行业的良性发展，2013年后，中国电子竞技将逐步进入成熟发展期。

一、萌芽阶段（1998-2002年）

1998年与1999年正式发售的即时战略游戏《星际争霸：母巢之战》与第一人称射击游戏《反恐精英》，掀起了电子竞技游戏的首股热潮。但当时受互联网环境的限制，信息流通与游戏联机对战服务并不稳定，电子竞技的概念尚处于萌芽阶段，并未形成稳定的产业链，浩方对战平台刚刚开始正式运营。

二、成长探索期（2003-2008年）

2003年《魔兽争霸3：冰封王座》在中国形成了流行风潮。同年，电子竞技成为中国体育总局承认的第99个正式体育项目，多家知名电子竞技俱乐部也在这期间正式成立，VS对战平台正式开始运营。正当人们以为电子竞技在中国蓬勃发展之时，2004年国家广电总局发布了网游类电视节目封杀令，电子竞技陷入困境。随着中国网络游戏市场逐渐发展为中国互联网经济中的支柱型产业，政府也逐步放开了监管与审查门槛，市场重新回暖。因此，将2003-2008年称为我国网络游戏成长探索期。

三、新兴爆发期（2009-2012年）

2009年中国电子竞技游戏行业的市场规模因新兴电子竞技游戏项目的加入，整体市场规模出现一个爆发性的增长，这个爆发性增长来源于《地下城与勇士》与《穿越火线》。2011年腾讯将继续代理《星际争霸2：自由之翼》以及《英雄联盟》，亦将成为WCG比赛项目，电子竞技市场前景一片光明。此外，中国电子竞技行业正被纳入良好的监管范畴。

四、成熟期（2013年-2014）

随着网游的介入，2013-2014年间我国网络游戏电竞化趋势明显。

五、全新发展期（2014年以来）

CCTV13主流节目《朝闻天下》关注报道电子竞技行业发展，其中包含了DOTA2国际邀请赛的内容，并提及“电子竞技被提名为2020年的奥运会比赛项目”

未来整个行业将在国家广电系与体育系的共同监管下稳步发展，一个良性的资金循环就会形成。最终，网络游戏产业将形成一个在政府监管下，以游戏厂商为主导，具备高度媒体价值和宣传价值的产业链，中国电子竞技行业步入成熟期。

中国电子竞技发展阶段

资料来源：公开资料整理

2、行业泡沫战争历史分析 50

3.1.2 行业市场规模分析 52

3.1.3 行业盈利情况分析 52

3.2 中国电子竞技行业用户情况分析 53

3.2.1 电子竞技用户性别分布 53

3.2.2 电子竞技用户年龄分布 54

3.2.3 电子竞技用户收入情况 54

3.2.4 电子竞技用户学历分布 55

3.3 中国电子竞技行业SWOT分析 56

3.3.1 行业发展的优势分析 56

1、政策扶持优势分析 56

因为电子竞技所具备的功能和特性，国家体育总局根据国家经济形势发展的需要，将其列为中国正式开展的第78项体育运动。电子竞技游戏行业也正式被纳入体育总局的监管体制下，并享受其所带来的扶持政策。

电竞产业的发展是由国外引入游戏推动的，广电总局的斩杀导致了国内电竞遇到第一个寒冬，过去政府政策反复不明使产业发展掉队于其他国家的电竞产业。但是随着游戏市场逐渐成为中国互联网产业的支柱，电竞产业自下而上开始回暖。2008年，电竞被列为第78号体育项目，随后体育总局成立电竞国家队，政策进一步松绑，监管环境也逐步向好。

电子竞技市场大事记（向上为利好，向下为利空）

资料来源：公开整理

宏观利好因素增多，共同助推行业发展。政策由“堵”转“疏”，相关规范和扶持政策有望进一步出台。过去政府政策反复不明会极大阻碍电竞产业的发展，但是广电游戏禁播令逐渐出现了松动的迹象，WCA2015广告登陆央视，总决赛的赛事直播落地银川电视台，种种利好信号都反映出电竞行业正在逐步走向大众娱乐，越来越多地得到主流文化和主流价值观的认可。但目前市场暂时领先于官方规范发展，若电竞产业的相关政策出台，电竞产业将会得到进一步发展。

- 2、用户规模优势分析 57
- 3、市场容量优势分析 59
 - 3.3.2 行业发展的劣势分析 60
 - 1、社会舆论压力上的劣势 60
 - 2、知识产权保护上的劣势 60
 - 3、产品开发上的劣势分析 61
 - 4、从业人员管理上的劣势 61
 - 5、企业盈利模式上的劣势 61
 - 3.3.3 行业发展的机会分析 61
 - 1、行业全球化发展带来的机会 61
 - 2、行业俱乐部模式出现带来的机会 62
 - 3.3.4 行业发展的威胁分析 62
 - 3.3.5 行业SWOT分析总结 63
- 3.4 中国电子竞技行业发展趋势及前景 63
 - 3.4.1 中国电子竞技行业发展趋势分析 63
 - 3.4.2 中国电子竞技行业趋势预测分析 64
 - 3.4.3 中国智研数据研究网关于电子竞技行业投资策略的建议 65
 - 1、中国智研数据研究网关于电子竞技行业政府管理策略的建议 65
 - 2、中国智研数据研究网关于电子竞技行业传媒驱动策略的建议 65
 - 3、中国智研数据研究网关于电子竞技行业企业战略合作的建议 66

目前，端游电竞的产业链已经较为成熟，上下游的协同效应明显，对产业贡献极大。但是对于手游来说，渠道商却显得至关重要。一是因为国内游戏研发成功率很低，页游的大作成功率1%，而手游仅为0.1%；二是由于渠道商更接近用户，拥有丰富的人脉和资源。

我国主要电竞企业

资料来源：公开资料整理

电竞手游产业内充斥着大量热钱，快速变现是企业的首要目的，所以背靠一个优质的渠道商则是他们最好的出路。但是从长远来看，随着同质产品的增多，渠道日渐丰富，竞争日益激烈会淘汰劣质的山寨产品，市场倒逼游戏研发的升级改造。

- 4、中国智研数据研究网关于电子竞技行业运动员培育策略的建议 66

第四章 中国电子竞技行业细分领域市场发展状况 67

- 4.1 中国电子竞技游戏市场发展状况 67
 - 4.1.1 电子竞技游戏生命周期分析 67
 - 4.1.2 电子竞技游戏市场规模分析 69
 - 4.1.3 电子竞技游戏主流类别市场发展状况 69
 - 1、FPS类电子竞技游戏市场发展状况 69

- 2、RTS类电子竞技游戏市场发展状况 71
- 3、MOBA类电子竞技游戏市场发展状况 74
- 4、其他类型电子竞技游戏市场发展状况 76
 - 4.1.4 电子竞技游戏市场发展趋势分析 76
 - 4.2 中国电子竞技赛事市场发展状况 82
 - 4.2.1 电子竞技赛事市场发展概述 82
 - 4.2.2 电子竞技赛事市场规模分析 83
 - 1、电子竞技赛事资金池规模分析 83
 - 2、电子竞技赛事观众规模分析 84
 - 4.2.3 电子竞技赛事相关从业人员分析 85
 - 1、电子竞技运动员分析 85
 - 2、电子竞技教练员分析 86
 - 3、电子竞技裁判员分析 86
 - 4、电子竞技解说员分析 89
 - 5、电子竞技其他从业人员分析 91
 - 4.2.4 电子竞技赛事市场发展趋势分析 92
 - 4.3 中国电子竞技直播平台市场发展状况 93
 - 4.3.1 电子竞技直播平台市场发展概述 93
 - 4.3.2 电子竞技直播平台市场规模分析 95
 - 4.3.3 电子竞技直播平台市场收入情况分析 96
 - 4.3.4 电子竞技直播平台市场竞争状况分析 96
 - 4.3.5 电子竞技直播平台市场发展趋势分析 110
- 第五章 中国电子竞技行业商业模式的构建分析 116
 - 5.1 中国电子竞技行业商业模式总体分析 116
 - 5.1.1 商业模式的定义及构成要素 116
 - 1、商业模式的定义 116
 - 2、商业模式的构成要素 116
 - 5.1.2 商业模式构建的基本流程 120
 - 5.1.3 电子竞技行业商业模式影响因素 121
 - 1、电子竞技行业商业模式影响的外部因素 121
 - (1) 政策法规的限制与引导 121
 - (2) 社会经济文化因素的影响 122
 - (3) 技术环境进步的驱动 123
 - (4) 行业竞争压力的驱动 124
 - 2、电子竞技行业商业模式影响的内部因素 125

- (1) 自主研发重要性凸显 125
- (2) 渠道建设日趋重要 125
- (3) 模式创新日渐频繁 126
- 5.1.4 电子竞技行业商业模式分类 127
- 5.2 中国电子竞技游戏商业模式的构建 129
 - 5.2.1 电子竞技游戏运营模式的定义及特点 129
 - 5.2.2 中国电子竞技游戏市场定位分析 130
 - 1、电子竞技游戏价值主张分析 130
 - 2、电子竞技游戏用户细分分析 130
 - 3、电子竞技游戏市场定位分析 130
 - 5.2.3 中国电子竞技游戏运营渠道通路分析 132
 - 5.2.4 中国电子竞技游戏盈利模式分析 133
 - 5.2.5 中国电子竞技游戏成本结构分析 134
 - 5.2.6 中国电子竞技行业重要合作伙伴分析 135
 - 5.2.7 中国电子竞技游戏运营关键成功要素 136
- 5.3 中国电子竞技赛事商业模式的构建 137
 - 5.3.1 电子竞技赛事运营模式的定义及特点 137
 - 5.3.2 中国电子竞技赛事市场定位分析 137
 - 1、电子竞技赛事价值主张分析 137
 - 2、电子竞技赛事用户细分分析 138
 - 3、电子竞技赛事市场定位分析 138
 - 5.3.3 中国电子竞技赛事运营渠道通路分析 139
 - 5.3.4 中国电子竞技赛事运营盈利模式分析 140
 - 5.3.5 中国电子竞技赛事运营成本结构分析 141
 - 5.3.6 中国电子竞技赛事运营合作伙伴分析 142
 - 5.3.7 中国电子竞技赛事运营关键成功要素 144
- 5.4 中国电子竞技直播平台商业模式的构建 144
 - 5.4.1 电子竞技直播平台主要运营模式 144
 - 5.4.2 中国电子竞技直播平台渠道通路分析 145
 - 5.4.3 中国电子竞技直播平台盈利模式分析 146
 - 5.4.4 中国电子竞技直播平台成本结构分析 147
 - 5.4.5 中国电子竞技直播平台合作伙伴分析 148
 - 5.4.6 中国电子竞技直播平台关键成功要素 148
- 第六章 电子竞技行业商业模式构建成功案例解析 153
 - 6.1 电子竞技游戏运营商业模式成功案例解析 153

6.1.1 《反恐精英》商业模式深度剖析 153

- 1、游戏基本信息分析 153
- 2、游戏发展历程分析 153
- 3、游戏市场定位分析 154
- 4、游戏盈利模式分析 154
- 5、游戏渠道通路分析 155
- 6、游戏主要赛事分析 155
- 7、游戏商业模式点评 155

6.1.2 《魔兽争霸》商业模式深度剖析 156

- 1、游戏基本信息分析 156
- 2、游戏发展历程分析 156
- 3、游戏市场定位分析 158
- 4、游戏盈利模式分析 158
- 5、游戏渠道通路分析 158

6.1.3 《DOTA2》商业模式深度剖析 158

- 1、游戏基本信息分析 158
- 2、游戏发展历程分析 159
- 3、游戏市场定位分析 159
- 4、游戏盈利模式分析 159
- 5、游戏主要赛事分析 160
- 6、游戏商业模式点评 161

6.1.4 《英雄联盟》商业模式深度剖析 161

- 1、游戏基本信息分析 161
- 2、游戏发展历程分析 162
- 3、游戏市场定位分析 162
- 4、游戏盈利模式分析 162
- 5、游戏渠道通路分析 162
- 6、游戏主要赛事分析 162
- 7、游戏商业模式点评 163

6.1.5 《地下城与勇士》商业模式深度剖析 163

- 1、游戏基本信息分析 163
- 2、游戏发展历程分析 163
- 3、游戏市场定位分析 164
- 4、游戏盈利模式分析 164
- 5、游戏主要赛事分析 164

6.1.6 《坦克世界》商业模式深度剖析 165

- 1、游戏基本信息分析 165
- 2、游戏发展历程分析 165
- 3、游戏市场定位分析 165
- 4、游戏盈利模式分析 165
- 5、游戏主要赛事分析 166
- 6、游戏商业模式点评 167

6.1.7 《使命召唤》商业模式深度剖析 168

- 1、游戏基本信息分析 168
- 2、游戏发展历程分析 168
- 3、游戏市场定位分析 168
- 4、游戏盈利模式分析 168
- 5、游戏主要赛事分析 169
- 6、游戏商业模式点评 169

6.1.8 《三国争霸》商业模式深度剖析 169

- 1、游戏基本信息分析 169
- 2、游戏市场定位分析 169
- 3、游戏主要赛事分析 169
- 4、游戏商业模式点评 171

6.1.9 《群雄逐鹿》商业模式深度剖析 171

- 1、游戏基本信息分析 171
- 2、游戏发展历程分析 172
- 3、游戏市场定位分析 172
- 4、游戏盈利模式分析 172
- 5、游戏主要赛事分析 172
- 6、游戏商业模式点评 172

6.1.10 《梦三国》商业模式深度剖析 173

- 1、游戏基本信息分析 173
- 2、游戏发展历程分析 173
- 3、游戏市场定位分析 173
- 4、游戏盈利模式分析 173
- 5、游戏主要赛事分析 173
- 6、游戏商业模式点评 174

6.2 电子竞技赛事运营商业模式成功案例解析 174

6.2.1 WCA (世界电子竞技大赛) 商业模式深度剖析 174

- 1、赛事基本信息分析 174
- 2、赛事竞赛项目分析 175
- 3、赛事合作伙伴分析 177
- 4、赛事盈利模式分析 179
- 5、赛事成本构成分析 180
- 6、赛事市场关注度分析 181
- 7、2017年赛事安排 181
- 8、赛事商业模式点评 182
- 6.2.2 IET (义乌国际电子竞技大赛) 商业模式深度剖析 183
 - 1、赛事基本信息分析 183
 - 2、赛事竞赛项目分析 183
 - 3、赛事盈利模式分析 184
 - 4、2017年赛事安排 184
 - 5、赛事商业模式点评 185
- 6.2.3 WEC (世界电子竞技嘉年华) 商业模式深度剖析 185
 - 1、赛事基本信息分析 185
 - 2、赛事竞赛项目分析 185
 - 3、赛事合作伙伴分析 187
 - 4、赛事盈利模式分析 188
 - 5、赛事商业模式点评 188
- 6.2.4 NEST (全国电子竞技大赛) 商业模式深度剖析 188
 - 1、赛事基本信息分析 188
 - 2、赛事竞赛项目分析 189
 - 3、赛事合作伙伴分析 189
 - 4、赛事市场关注度分析 190
 - 5、2017年赛事安排 190
- 6.2.5 NESO (全国电子竞技公开赛) 商业模式深度剖析 190
 - 1、赛事基本信息分析 190
 - 2、赛事竞赛项目分析 191
 - 3、赛事合作伙伴分析 192
 - 4、赛事盈利模式分析 192
- 6.2.6 WPC (世界电子竞技职业精英赛) 商业模式深度剖析 192
 - 1、赛事基本信息分析 192
 - 2、赛事竞赛项目分析 193
 - 3、赛事合作伙伴分析 194

- 4、赛事盈利模式分析 194
- 5、赛事市场关注度分析 194
- 6.2.7 ECL（电子竞技冠军联赛）商业模式深度剖析 195
 - 1、赛事基本信息分析 195
 - 2、赛事竞赛项目分析 195
 - 3、赛事合作伙伴分析 196
 - 4、赛事盈利模式分析 196
 - 5、2017年赛事安排 197
- 6.2.8 G联赛（全国电子竞技电视联赛）商业模式深度剖析 197
 - 1、赛事基本信息分析 197
 - 2、赛事竞赛项目分析 198
 - 3、赛事合作伙伴分析 199
 - 4、赛事市场关注度分析 199
 - 5、2017年赛事安排 199
- 6.3 电子竞技游戏直播平台商业模式成功案例解析 200
 - 6.3.1 虎牙直播商业模式深度剖析 200
 - 1、平台基本信息分析 200
 - 2、平台运营模式分析 200
 - 3、平台主要业务分析 200
 - 4、平台盈利模式分析 201
 - 5、平台渠道通路分析 201
 - 6、平台合作伙伴分析 202
 - 7、平台投融资分析 202
 - 8、平台商业模式点评 202
 - 6.3.2 斗鱼TV商业模式深度剖析 202
 - 1、平台基本信息分析 202
 - 2、平台运营模式分析 203
 - 3、平台主要业务分析 204
 - 4、平台盈利模式分析 204
 - 5、平台渠道通路分析 205
 - 6、平台合作伙伴分析 206
 - 7、平台投融资分析 206
 - 8、平台商业模式点评 206
 - 6.3.3 战旗TV商业模式深度剖析 207
 - 1、平台基本信息分析 207

- 2、平台运营模式分析 207
- 3、平台主要业务分析 208
- 4、平台盈利模式分析 209
- 5、平台渠道通路分析 209
- 6、平台合作伙伴分析 209
- 7、平台投融资分析 209
- 8、平台商业模式点评 209
- 6.3.4 TGA (龙珠直播) 商业模式深度剖析 210
 - 1、平台基本信息分析 210
 - 2、平台运营模式分析 210
 - 3、平台主要业务分析 210
 - 4、平台盈利模式分析 211
 - 5、平台渠道通路分析 211
 - 6、平台合作伙伴分析 212
 - 7、平台投融资分析 212
 - 8、平台商业模式点评 212
- 6.3.5 MarsTV商业模式深度剖析 212
 - 1、平台基本信息分析 212
 - 2、平台运营模式分析 212
 - 3、平台主要业务分析 213
 - 4、平台盈利模式分析 213
 - 5、平台渠道通路分析 213
 - 6、平台合作伙伴分析 214
 - 7、平台投融资分析 214
 - 8、平台商业模式点评 215
- 6.3.6 起凡游戏商业模式深度剖析 215
 - 1、平台基本信息分析 215
 - 2、平台运营模式分析 215
 - 3、平台主要业务分析 215
 - 4、平台盈利模式分析 215
 - 5、平台渠道通路分析 216
 - 6、平台合作伙伴分析 216
 - 7、平台投融资分析 217
 - 8、平台商业模式点评 217
- 6.3.7 ImbaTV商业模式深度剖析 217

- 1、平台基本信息分析 217
- 2、平台运营模式分析 217
- 3、平台主要业务分析 217
- 4、平台盈利模式分析 218
- 5、平台渠道通路分析 219
- 7、平台投融资分析 220
- 8、平台商业模式点评 220
- 6.3.8 顺网游戏平台商业模式深度剖析 221
 - 1、平台基本信息分析 221
 - 2、平台运营模式分析 221
 - 3、平台主要业务分析 221
 - 4、平台盈利模式分析 222
 - 5、平台渠道通路分析 223
 - 6、平台合作伙伴分析 223
 - 7、平台投融资分析 224
 - 8、平台商业模式点评 225
- 第七章 中国电子竞技行业领先企业经营分析 227
 - 7.1 中国电子竞技行业企业整体分析 227
 - 7.2 中国电子竞技行业领先企业经营分析 228
 - 7.2.1 广州欢聚传媒有限公司经营分析 228
 - 1、公司基本信息分析 228
 - 2、公司经营状况分析 228
 - (1) 主要经济指标分析 228
 - (2) 企业盈利能力分析 229
 - (3) 企业运营能力分析 229
 - (4) 企业偿债能力分析 229
 - (5) 企业发展能力分析 230
 - 3、公司电子竞技业务布局 230
 - 4、公司渠道通路分析 231
 - 5、公司经营优劣势分析 231
 - 6、公司发展最新动向 232
 - 7.2.2 盛大游戏有限公司经营分析 232
 - 1、公司基本信息分析 232
 - 2、公司经营状况分析 232
 - 3、公司电子竞技业务布局 237

- 4、公司渠道通路分析 242
- 5、公司经营优劣势分析 242
- 6、公司发展最新动向 243
- 7.2.3 金亚科技股份有限公司经营分析 244
 - 1、公司基本信息分析 244
 - 2、公司经营状况分析 245
 - (1) 主要经济指标分析 245
 - (2) 企业盈利能力分析 246
 - (3) 企业运营能力分析 247
 - (4) 企业偿债能力分析 247
 - (5) 企业发展能力分析 248
 - 3、公司电子竞技业务布局 249
 - 4、公司渠道通路分析 250
 - 5、公司经营优劣势分析 251
 - 6、公司发展最新动向 252
- 7.2.4 北京掌趣科技股份有限公司经营分析 252
 - 1、公司基本信息分析 252
 - 2、公司经营状况分析 253
 - (1) 主要经济指标分析 253
 - (2) 企业盈利能力分析 253
 - (3) 企业运营能力分析 254
 - (4) 企业偿债能力分析 255
 - (5) 企业发展能力分析 256
 - 3、公司电子竞技业务布局 256
 - 4、公司渠道通路分析 257
 - 5、公司经营优劣势分析 258
 - 6、公司发展最新动向 259
- 7.2.5 游族网络股份有限公司经营分析 259
 - 1、公司基本信息分析 259
 - 2、公司经营状况分析 260
 - (1) 主要经济指标分析 260
 - (2) 企业盈利能力分析 260
 - (3) 企业运营能力分析 262
 - (4) 企业偿债能力分析 262
 - (5) 企业发展能力分析 263

- 3、公司电子竞技业务布局 264
- 4、公司渠道通路分析 264
- 5、公司经营优劣势分析 265
- 6、公司发展最新动向 266
- 7.2.6 杭州顺网科技股份有限公司经营分析 267
 - 1、公司基本信息分析 267
 - 2、公司经营状况分析 268
 - (1) 主要经济指标分析 268
 - (2) 企业盈利能力分析 268
 - (3) 企业运营能力分析 269
 - (4) 企业偿债能力分析 270
 - (5) 企业发展能力分析 271
 - 3、公司电子竞技业务布局 271
 - 4、公司渠道通路分析 272
 - 5、公司经营优劣势分析 272
 - 6、公司发展最新动向 273
- 7.2.7 完美世界(北京)网络技术有限公司经营分析 273
 - 1、公司基本信息分析 273
 - 2、公司经营状况分析 273
 - 3、公司电子竞技业务布局 274
 - 4、公司渠道通路分析 274
 - 5、公司经营优劣势分析 275
 - 6、公司发展最新动向 276
- 7.2.8 成都天象互动科技有限公司经营分析 276
 - 1、公司基本信息分析 276
 - 2、公司经营状况分析 276
 - 3、公司电子竞技业务布局 277
 - 4、公司渠道通路分析 277
 - 5、公司经营优劣势分析 277
 - 6、公司发展最新动向 277
- 7.2.9 广州西山居世游网络科技有限公司经营分析 278
 - 1、公司基本信息分析 278
 - 2、公司经营状况分析 278
 - 3、公司电子竞技业务布局 278
 - 4、公司渠道通路分析 278

- 5、公司经营优劣势分析 278
- 6、公司发展最新动向 279
- 7.2.10 广州网易互动娱乐有限公司经营分析 279
 - 1、公司基本信息分析 279
 - 2、公司经营状况分析 279
 - 3、公司电子竞技业务布局 280
 - 4、公司渠道通路分析 280
 - 5、公司经营优劣势分析 280
 - 6、公司发展最新动向 280
- 7.2.11 软星科技（北京）有限公司经营分析 281
 - 1、公司基本信息分析 281
 - 2、公司经营状况分析 281
 - 3、公司电子竞技业务布局 282
 - 4、公司渠道通路分析 283
 - 5、公司经营优劣势分析 283
 - 6、公司发展最新动向 283
- 7.2.12 上海久游网络科技有限公司经营分析 283
 - 1、公司基本信息分析 283
 - 2、公司经营状况分析 284
 - 3、公司电子竞技业务布局 284
 - 4、公司渠道通路分析 284
 - 5、公司经营优劣势分析 284
 - 6、公司发展最新动向 285
- 7.2.13 北京目标在线科技有限公司经营分析 285
 - 1、公司基本信息分析 285
 - 2、公司经营状况分析 286
 - 3、公司电子竞技业务布局 287
 - 4、公司渠道通路分析 287
 - 5、公司经营优劣势分析 288
 - 6、公司发展最新动向 288
- 7.2.14 广东奥飞动漫文化股份有限公司经营分析 288
 - 1、公司基本信息分析 288
 - 2、公司经营状况分析 289
 - 3、公司电子竞技业务布局 293
 - 4、公司渠道通路分析 293

- 5、公司经营优劣势分析 293
- 6、公司发展最新动向 294
- 7.2.15 浙报传媒集团股份有限公司经营分析 294
 - 1、公司基本信息分析 294
 - 2、公司经营状况分析 295
 - 3、公司电子竞技业务布局 299
 - 4、公司渠道通路分析 300
 - 5、公司经营优劣势分析 300
 - 6、公司发展最新动向 300
- 第八章 中国电子竞技行业投资机会及战略规划 301
 - 8.1 中国电子竞技行业投资特性分析（ZYLYC）301
 - 8.1.1 行业进入壁垒分析 301
 - 8.1.2 行业盈利模式分析 301
 - 8.1.3 行业盈利影响因素分析 302
 - 8.2 中国电子竞技行业投资前景分析 302
 - 8.2.1 行业政策风险 302
 - 8.2.2 宏观经济波动风险 303
 - 8.2.3 关联产业风险 303
 - 8.2.4 其他风险分析 303
 - 8.3 中国电子竞技行业投资现状分析 304
 - 8.3.1 中国电子竞技行业投资环境分析 304
 - 8.3.2 中国电子竞技行业投资主体构成 304
 - 8.3.3 中国电子竞技行业投资现状分析 305
 - 8.4 中国电子竞技行业投资规划与建议 306
 - 8.4.1 中国电子竞技行业投资机会分析 306
 - 8.4.2 2017-2023年中国电子竞技行业投资规划 306
 - 8.4.3 关于中国电子竞技行业投资的建议 306

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/506155.html>