

我国电子竞技产业发展概况

北大科技园创新研究院 吴波

核心阅读

近年来,随着电子竞技的蓬勃发展,社会各界开始重视电竞行业,政府相关部门也出台相关政策推动电子竞技的发展,电竞市场规模正在逐年激增。2016年我国电竞市场规模为430亿元,到2018年已增至940亿元,年均复合增长率达47.9%,预计到2020年市场规模将达到1353亿元。

电子竞技是一种可达到竞技层面的公平、公正的电子游戏比赛,它是利用电子设备作为运动器械进行的、人与人之间的脑力、反应、身体协同等多方面对抗运动。不同于传统的竞技运动,电子竞技更多考验的是思考能力、反应能力、战术执行和眼脑双手协调性,通过竞技运动,可以锻炼思维、协调、团队意识。

在电子竞技运动中,电子竞技硬件设备和虚拟构建的服务器是竞技的平台与载体,选手通过硬件设备输入一系列的指令,指令通过一定的程式转化,再通过服务器之间的交互来实现比赛对抗。由于虚拟的线上交互属性,在传播、社交、发展等方面,电子竞技相较于传统运动有着更明显的优势。

我国电子竞技行业大致可分为四个阶段:探索期、发展期、成熟期、爆发期。

近年来,随着电子竞技的蓬勃发展,社会各界开始重视电竞行业,政府相关部门也出台相关政策推动电子竞技的发展。2016年,教育部发布《普通高等学校高等职业教育(专科)专业目录》,增设“电子竞技运动与管理”专业;2018年,电子竞技成为雅加达亚运会的电子体育表演项目;2019年,国家统计局发布《体育产业统计分类(2019)》,明确电子竞技属于体育竞赛表演活动,标志着电子竞技得到官方认可,在国家体育战略定位中获得与传统体育项目相同的地位。

戏运营,全球电子游戏开发商在2018年总营收达到1347亿美元,排行前25的游戏公司营收共计1073亿美元,占到全球市场的80%。其中,腾讯营收197.3亿美元,索尼营收142.1亿美元,微软营收97.5亿美元,游戏开发市场呈现明显的头部聚集趋势。

内容端的国内市场目前是由腾讯、网易等游戏巨头公司主导,它们为市场提供制作精良的、高品质的游戏产品,吸引用户、形成用户基础。在现今群体社交、流量为王的游戏行业,头部聚集效应明显,腾讯、盛大等游戏主流企业间“合纵连横”的趋势已经开启。腾讯手握国内顶尖的流量,可高效匹配游戏,各大游戏厂商频繁与腾讯开展业务层面的合作,如腾讯入股盛大游戏,进行深度战略合作。目前游戏行业存在“滚雪球”效应,研发商与发行公司的收益分成是按照游戏流水计算的。发行公司市场规模越大,则可为研发商带去更多流量,产生更高的收益,继而吸引更多的研发商合作。相应的大平台的发行公司在内容的选择方面会有更强的话语权,去挑选优质的游戏产品,获得更大的市场份额,形成良性循环。

游戏作为创意性极强、复制传播成本极低的行业,存在中小型企业凭借“爆款”内容产品取得突破性的增长、脱颖而出的可能。但在流量为王的时代,



参赛选手在“穿越火线”比赛中

新华社记者 李一博/摄

冠军、2019年备受瞩目的Ti9在上海举办,各类热门赛事在不断的增加,商业化进程不断加快,头部赛事的影响力已可比肩传统体育赛事。

根据赛事主办方的不同,电竞赛事通常可分为第一方赛事与第三方赛事,第一方赛事指的是游戏运营商官方举办的赛事,第三方赛事即非游戏官方运营组织所运营的赛事。

对比赛事的商业模式,可以发现,第三方赛事短期变现能力差、赛事盈利难。第三方赛事运营的变现方式可以分为2B端的变现和2C端的变现,包含赛事门票销售、报名费、赛事周边、赛事直播付费、赛事广告赞助、赛事冠名、赛事转播权出售等。目前电竞观众尚未养成对赛事直播付费的习惯,赛事直播付费、赛事转播权出售等大流量变现方式尚未成

参与主体,是我国电竞产业的重要组成部分。不少俱乐部在各项赛事取得良好成绩,已具有较高的品牌商业价值和粉丝关注度,其中排名靠前的有RNG、IG、LGD、EDG、RW、VG、JDGaming、TOP、OMG、JC等俱乐部。

(三)下游:营收主要来自用户打赏,部分平台尝试内容收费

电子竞技产业链下游主要包括直播、媒体以及电视游戏频道等直接向消费者输出电子竞技内容、产品及服务的行业。随着电子竞技的成长,电竞直播平台应运而生,作为向电子竞技爱好者传播电竞内容的主要途径,反过来又推动电竞行业的发展。2014年游戏直播用户规模为0.2亿人(次),到2018年用户规模已达2.6亿人(次)。在市场规模端,2016-2018年间,国内游戏直播平台市场规模从28.1亿元增长至131.9亿元,连年处于上涨势头。行业的良好发展养育了一大批直播平台,目前我国电子竞技直播平台呈现两超多强的局面。“多强”是指企鹅、战旗、火猫、全民、龙珠等直播平台;“两超”则为斗鱼、虎牙,合计约占70%市场。在直播内容方面趋于同质化、缺乏明显差异化竞争的现状下,大平台有着庞大的用户群体,均摊运营成本较低,容易在竞争中取得优势;反过来提供优质的服务,吸引更多用户,形成头部聚集趋势。

目前电竞直播平台的收入来源包括广告、游戏推广和游戏直播等,其中游戏直播占总收入的80%左右。当前,游戏直播端面向观众的内容收费形式还未被广泛接受,直播收入方式则主要是用户打赏,收入模式极不稳定,使得整个电竞直播行业收入呈现波动性和不确定性的特征。但直播平台已开始尝试对直播内容进行收费,2019年斗鱼对于S11梦幻联赛直播向观众收费。从免费到收费这是一个艰难的转变过程,在转型的阵痛期,不可避免的会出现用户反感,导致平台用户量下滑的现象,但从企业经营的角度来看直播内容的制作是有成本的,通过获取打赏的收入具有很强的不稳定性,长期免费可能会让直播平台难以为继。

二、电竞行业发展趋势

(一)电子竞技市场规模

近年来,随着我国电竞队伍在亚运会电竞项目夺冠、在英雄联盟S8全球总决赛荣耀登顶、在《绝地求生》等电竞项目中取得耀眼成绩,火热的电竞市场规模正在逐年激增。2016年我国电竞市场规模为430亿元,到2018年已增至940亿元,年均复合增长率达47.9%,预计到2020年市场规模将达到1353亿元。

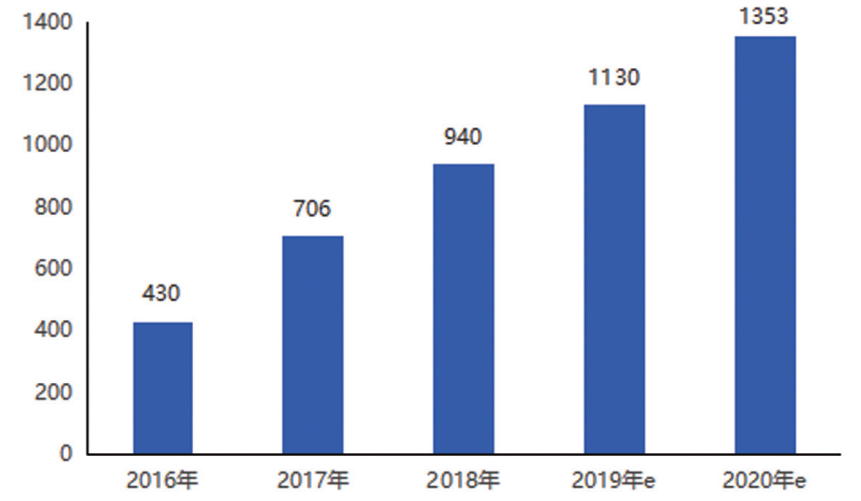
国内电竞行业市场主要包括游戏收入、衍生收入(直播、俱乐部)和赛事收入(门票、周边及赞助)。目前电竞游戏收入在整个电竞市场的占比达90%以上,是电竞行业的主要收入来源;电

竞赛事收入较少,比例约为1%;由于资本对电竞周边生态的开发,电竞衍生收入相对有所提升,从2017年的5.7%上升至2018年的8.3%。

(二)国内电竞产业布局

(1)上海:我国电竞主战场,开放性的电竞之都

上海作为电竞之都,拥有全国领先的资金资源、媒体资源、信息资源。同时,也是一个开放性的城市,各类政策均较为宽松,已举办过多届DOTA2、英雄联盟、王者荣耀等热门游戏的顶级赛事,社会各界对电竞文化有很高的认可度和很强的包容性。2017年在上海举办的电竞赛事占全国的41.3%,网游销售收入超过全国总量的三成。此外,上海还是王者荣耀最高的职业联赛KPL的主场城市,KPL的赛事运营方VSPN就位于上海灵山路媒体园。2018年《球球大作战》全球总决赛在上海梅赛德斯奔驰文化中心举行;2019年8月,全球奖金最高的电竞赛事Ti9在上海举行,全球电竞的目光聚焦上海。作为国内电竞起步最早的城市,上海拥有EDG、Snake等知名电竞俱乐部,全民、火猫等游戏直播企业,风云电竞馆、虹桥天地、



国内电竞行业市场规模(亿元)

