

# 电子竞技俱乐部策划书

## 1. 电子竞技的定义

电子竞技游戏是一个新的概念，国际上形成电子竞技游戏概念的时间也不长。电子竞技运动来源于电子游戏。最早游戏只有在街上的游戏厅里才可以玩到，称为街机，直到现在，街机仍然是非常重要的一种游戏机种。2003年11月18日，电子竞技被国家设定为第99项体育运动，国际上的3大电子竞技赛事WCG, CPL, ESWC也于2004年相继落地中国, 中韩电子竞技对抗赛”也作为今后在国内定期开展的电子竞技赛事，被列入到了体育竞赛的计划中。

电子竞技游戏：电子竞技游戏可分为狭义广义和泛电子竞技游戏。

狭义电子竞技游戏	1 实时对战 2 无法通过道具内购获得优势 3 有以该电子游戏为主要项目的全国性赛事或国际活动	英雄联盟 Dota2 星际争霸 2 CS: GO 炉石传说
广义电子竞技游戏	1 具备对抗性玩法 2 有以该电子游戏为主要项目的赛事或活动	刀塔传奇 QQ飞车 地下城与勇士
泛电子竞技游戏	1 棋牌类等现实类体育游戏的电子版项目 2 非实时对战的竞赛模式 3 通过信息技术来锻炼脑力和体力技能的电子游戏	联众世界 水果忍者

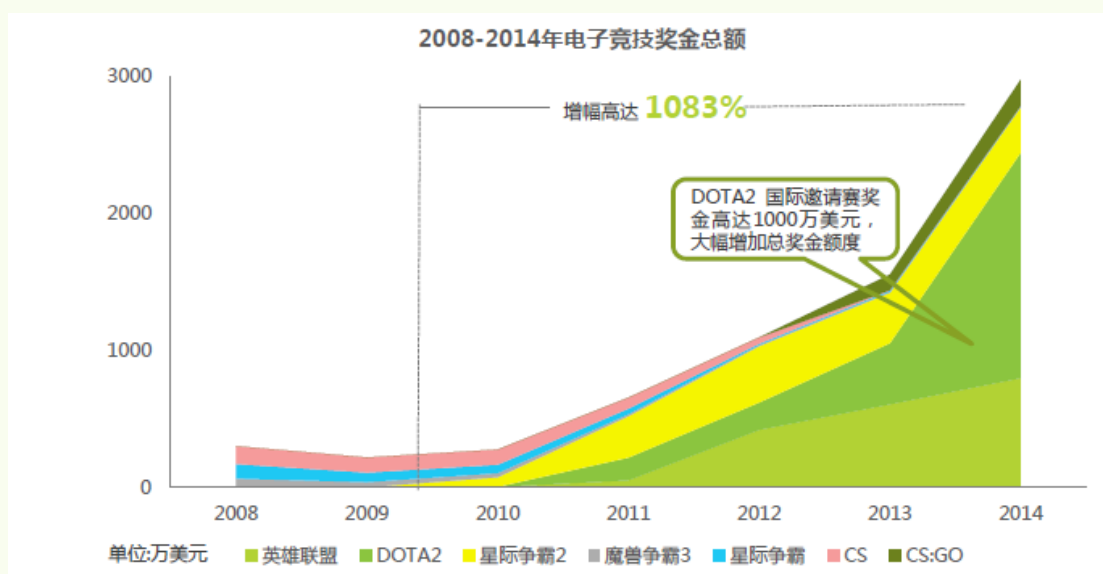
电子竞技市场规模：

市场规模包括：1 电竞赛事收入：包括赛事门票周边众筹等用户付费以及赞助广告等企业围绕赛事产生的收入。2 电竞衍生收入：包括电竞俱乐部及选手直播平台及主播等赛事之外的产业链核心环节产生的收入。3 电竞游戏收入：包括中国大陆地区用户为狭义电竞游戏消费总金额。

## 2. 电子竞技赛事发展趋势

### 2.1 奖金数额飞升

随着英雄联盟和 DOTA 2 两大电竞品类的崛起，全球电子竞技总奖金数额奖金增长迅速，从 2008 年至 2014 年间，增幅高达 1083%。其中 DOTA 2 项目的冠军奖金超过温网冠军奖金。奖金数额的上升也从侧面反应了整体电竞市场的飞速发展。

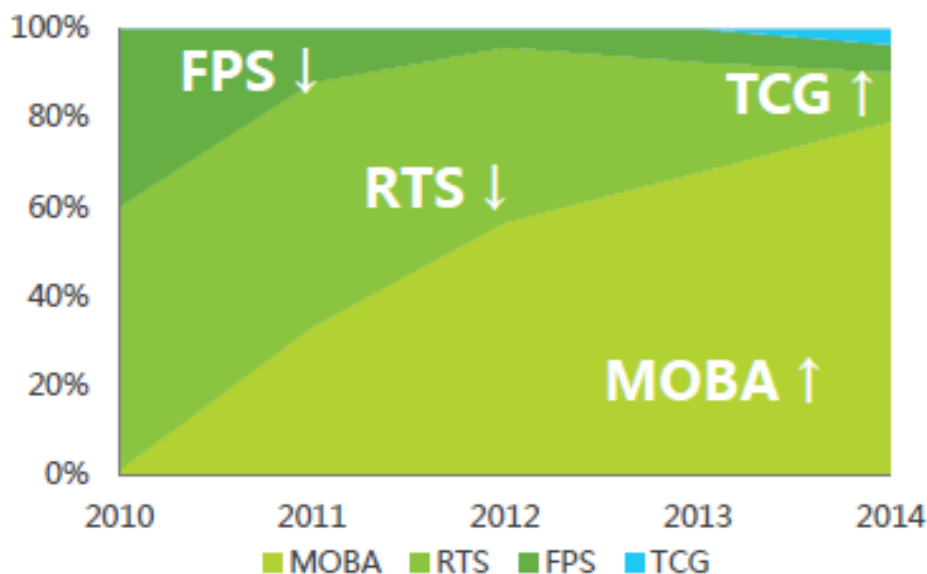


### 2.2 赛事项目迭代

MOBA 取代 RTS 和 FPS 成为主流电竞项目

电子竞技大赛的项目-电子游戏项目在每年的电子竞赛中都会变化，竞赛奖金榜排行前五的电子竞技游戏排名也在不断地变化。可以看到，伴随着 MOBA 电竞游戏的崛起，RTS 和 FPS 系列的电竞游戏在不断地衰退。以《英雄联盟》和《Dota 2》为代表占据了奖金榜的绝大部分。TCG 系列作为新兴项目也出现在赛事舞台上，但是奖金占比较低。

2010-2014年电子竞技项目奖金占比



主流电子竞技项目介绍

类型	中文名称	代表游戏
MOBA	多人在线战术竞技游戏	Dota 2/英雄联盟/风暴英雄
FPS	第一人称射击类游戏	反恐精英/使命召唤
RTS	即时战略游戏	魔兽争霸3/星际争霸系列
TCG	集换式卡牌游戏	炉石传说

### 23 赛事类型重心转变

游戏开发商主办赛事成为焦点。电竞赛事类型按照主办方属性分为二种：由游戏开发商和游戏发行商主办的单项赛事以及由非游戏开发商或发行商举办的综合性赛事。由开发商和发行商主办的单项在赛事规模奖金数额观众人数上逐渐超过第三方赛事。而且单项赛事对玩家战队排名影响更大。单项赛事将逐渐成为电竞赛事主流。

### 不同的赛事类型比较

	单项赛事	综合性赛事
主办方	主要由游戏开发商、发行商等版权方主办	主要由非版权方的其他主体举办
选手排名权重指数	较高	一般
比赛项目种类	单一项目	多项目
代表性赛事	Dota2国际邀请赛 英雄联盟世界锦标赛	ESL/Summit联赛 红牛杯/WCA

### 海外赛事奖金权重象限图



## 231 游戏开发商分析

目前电子竞技项目均来自这三家游戏开发商。三家厂商在电竞游戏和赛事模式上各有千秋：

•

Riot: 赛事体系最成熟, 开发商和运营商共同主导职业联赛+城市赛+网吧赛, 形成完整体系。发展各类特色联赛同时直接对选手进行扶持。这种兼顾职业和业余的立体化赛事体系也是英雄联盟在全球范围内广受欢迎的原因之一。

- Blizzard: 已有一定规模的联赛模式, 但只有职业级和世界级联赛。目前加强联赛控制, 将综合性比赛纳入联赛体系。

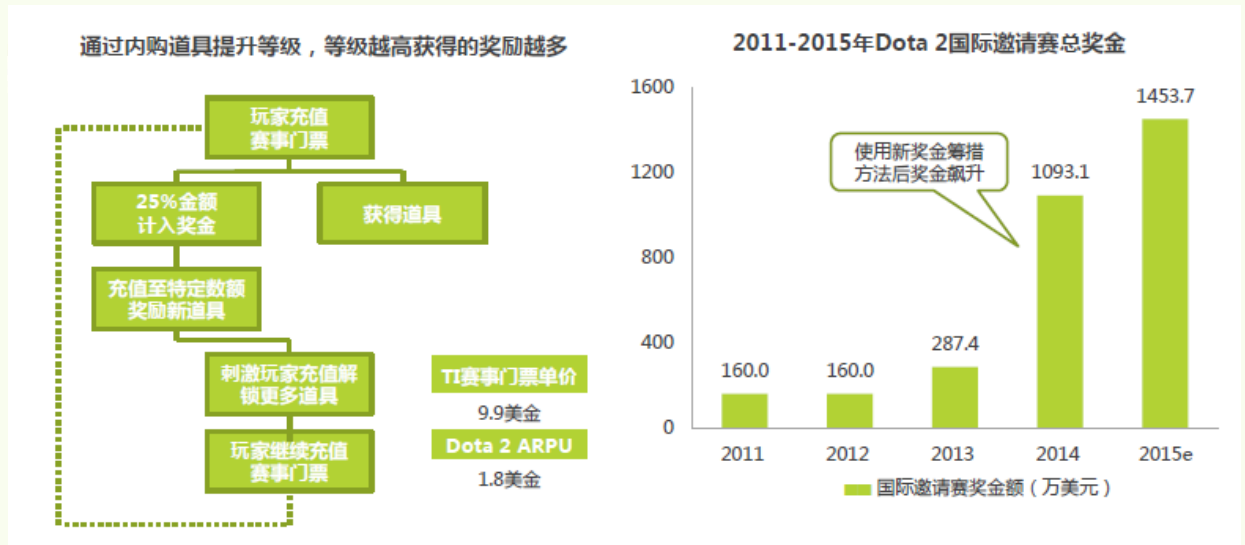
- Valve: 只有一个世界级别赛事, 与综合性赛事组织合作较多, 未来将会建设自己的联赛。

**游戏开发商电竞行业行为对比分析**

	Blizzard	Valve	Riot
主打电竞产品	星际争霸2 RTS 炉石传说 TCG 风暴英雄 MOBA	CS: GO FPS Dota 2 MOBA	英雄联盟 MOBA
单项赛事最高奖金池	200万美元	1000万美元	200万美元
奖金筹集模式	官方给予固定奖金	玩家众筹	官方给予固定奖金
比赛机制	联赛+总冠军杯赛	杯赛+冠军邀请赛	联赛+总冠军杯赛
综合性赛事合作模式	纳入自身联赛积分体系	宣传推广	无
选手扶持	无	无	支付选手最低工资
未来联赛趋势	进一步扩张联赛体系	官方联赛计划中	推出特色赛事

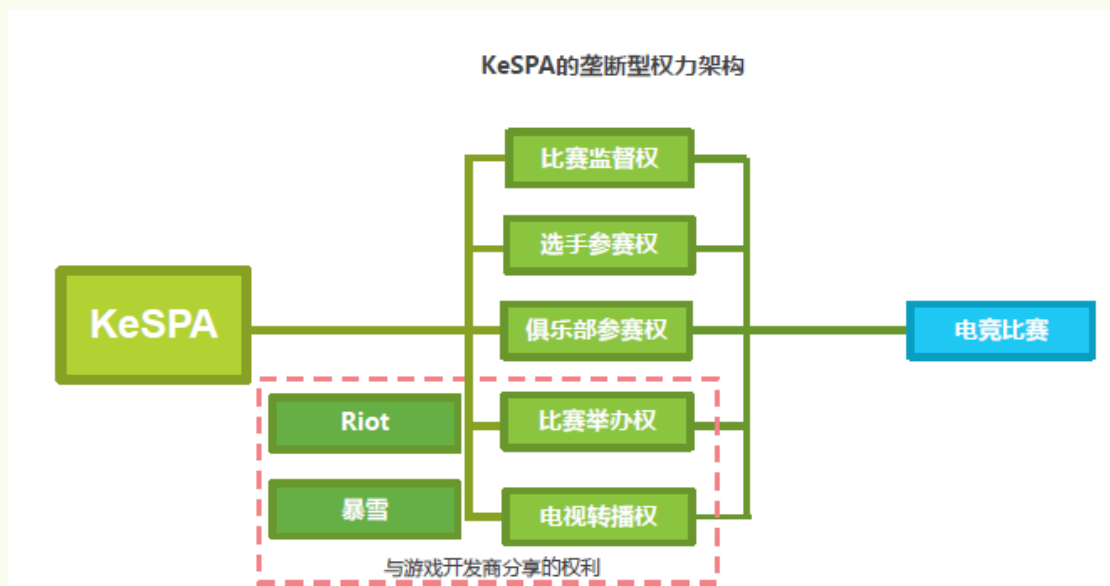
### 232 电竞赛事资金筹集方法改变

Dota 2 国际邀请赛是由 Dota 2 开发商 Valve 公司举办的官方大满贯赛事。TI 的运作模式是: Valve 通过举办世界邀请赛来发布比赛相关游戏内购道具, 玩家进行相关消费时其中 25%的花费自动计入比赛总奖金中。总奖金额越高玩家就能获得更多的奖励。



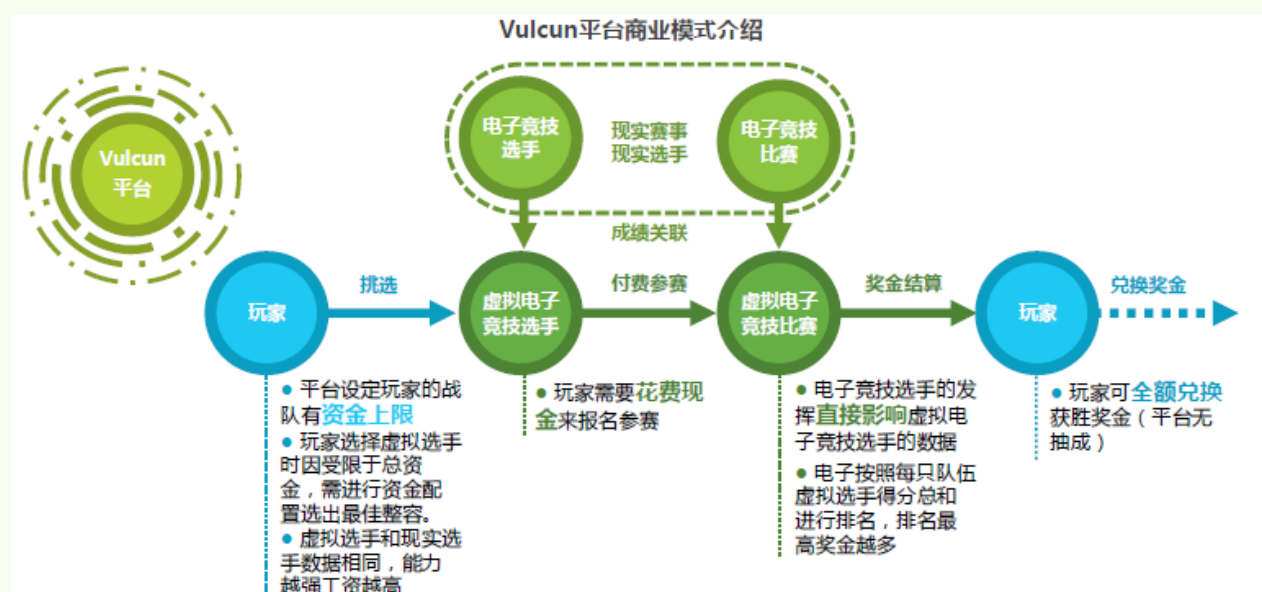
### 233 垄断型权力架构的电竞协会---KeSPA

KeSPA 是韩国职业电子竞技协会的简称，由韩国韩国文化体育旅游部于 2000 年批准后成立，是韩国电子竞技赛事的监管和组织者。除了赛事章程和比赛监管外，KeSPA 垄断了韩国电子竞技比赛中的种种权利。

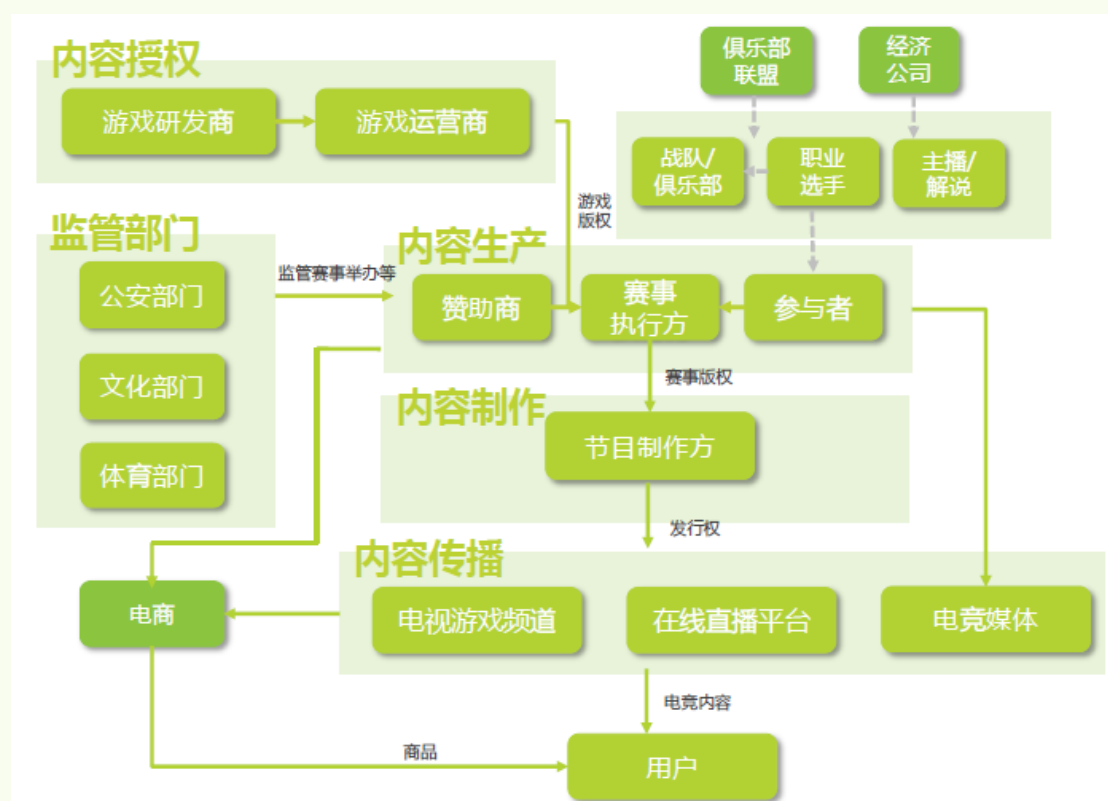


## 24 创新电竞衍生产品

海外资本青睐电子竞技衍创新产品。电子竞技衍生创新产品获得风投，其中有代表性的是具有博彩性质的 Vulcun 电子竞技俱乐部模拟经营网站，玩家可以通过经营战队赢取现实奖金。目前 Vulcun 已经获得千万美元投资。先前的 Twitch 收购案代表着电子竞技衍生市场已经被资本关注，更多电子竞技的细分领域也将被资本关注。



### 3. 中国电子竞技产业链



#### 31 中国电子竞技产业核心环节

电竞行业以内容为核心，优质的内容才能赢得用户关注和流量，因而直接掌握内容版权，有内容生产制作能力的环节是整个产业链的核心关键所在：





## 32 中国电子竞技产业驱动因素

### 资本：

- 富二代风投入局带来大量资金；
- Twitch 以 97 亿美金被收购，引发国内直播平台投资热潮；
- 上市公司将电竞作为概念，吸引资本；
- 品牌方赞助广告代言增加；

### 社会影响：

- 热爱电竞内容的年轻一代成长为社会生力军；
- 社会对于电竞的偏见改观，电竞走进大学课堂；

### 国家政策：

- 国家体育总局在 2024 年就已将电竞作为第 99 项体育运动；
- 虽尚未出台具体政策但有关部门表态支持；
- 地方政府加入赛事举办，大投入打造品牌：宁夏 WCA 义乌 IET；

## 技术发展：

- PC 硬件互联网速提升，为电竞类网络游戏普及奠定基础；
- 视频直播技术成熟，用户观看电竞内容更为便捷；

### 33 中国电竞产业链——游戏厂商

目前《英雄联盟》，《DOTA2》等主流的电竞游戏均为海外厂商研发，国内的运营方主要担任举办次级赛事业余赛事的辅助角色。相比之下，国内的电竞游戏的研发商相当稀缺，同时游戏认知度较低赛事规模小。电竞游戏需要创造性研发，并且重视平衡性，而创意不足更重视吸金一直是国内游戏开发商的通病，导致目前国内电竞游戏以海外研发商为主导。



### 331 腾讯构筑阶梯型英雄联盟赛事体系

腾讯在基于传统的 TGA 赛事和 CF 系列赛事的经验上，在近两年逐渐构筑形成阶梯型的英雄联盟赛事体系，英雄联盟庞大的用户群体游戏客户端直接推送赛事内容成为腾讯打造英雄联盟电竞品牌的优势所在。这种覆盖面更广赛程更长的赛事体系将有助于腾讯进一步将用户转换为电竞受众，同时增强用户对游戏的粘性。



### 332 网易和完美世界借力打造国内外赛事

网易和完美世界在电竞赛事打造上存在异同:

共同点: 在电竞赛事举办上缺乏经验, 借力打造国内外赛事;

差异点:

- 网易: 暴雪系游戏的比赛均由强势的暴雪和网易共同主办, 赛事体系职业和业余并重;

- 完美: 相对权限更自由, 选择和国内专业的赛事执行第三方 MarsTV 合作举办赛事, 但在业余赛事布局上空白, 缺失了调动 Dota2 用户活跃, 进一步推广游戏的机会。

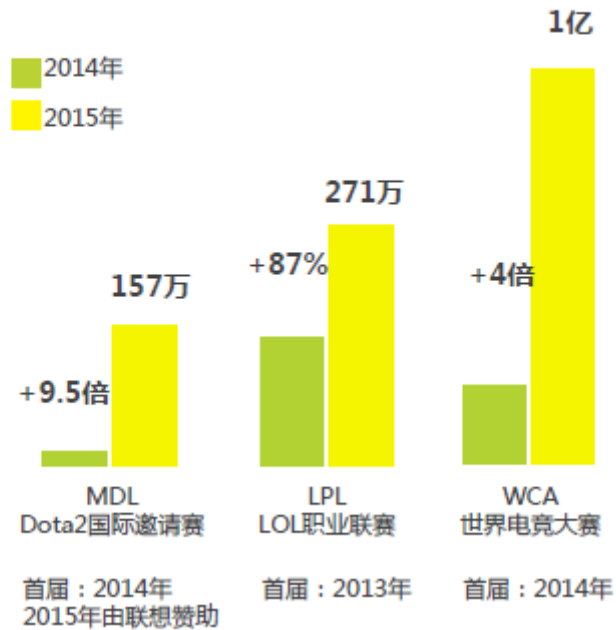


### 34 中国电竞产业链——赛事

国内赛事举办在 2024-15 年间发展迅速，赛事规模奖金的猛增，对于选手曝光度提升进一步扩大电竞用户群完善电竞产业生态都起到积极影响。但过快的发展也导致赛事品牌建设和商业化进程并未跟上赛事的投入的增长。独立品牌赛事的延续性是建立长期品牌的第一步，多方合作扩大影响加强赛事自造血能力等将是赛事发展的关键。

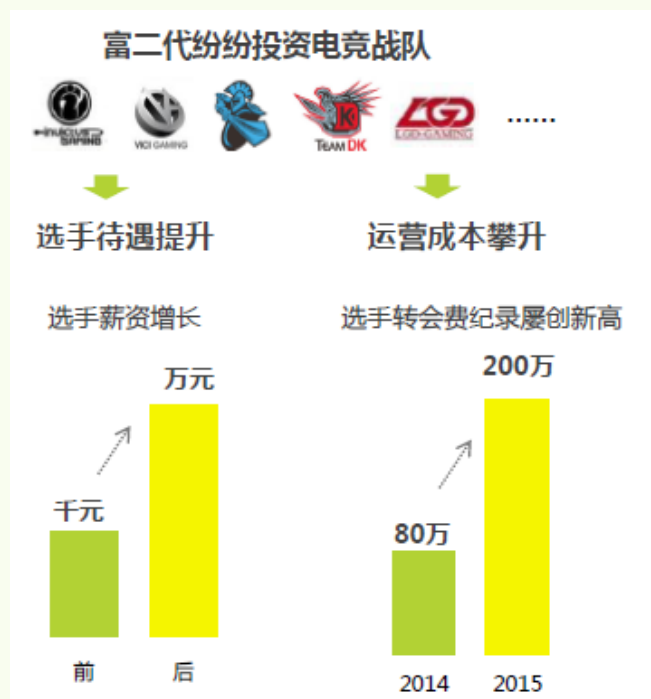


### 2014-15年 赛事奖金池大幅增长



### 35 中国电竞产业链 - 电竞俱乐部及联盟

目前中国的电竞俱乐部和联盟运作仍不够成熟，以王思聪为代表的富二代们纷纷投资电竞俱乐部，在改善选手待遇和俱乐部环境的同时，也导致俱乐部运营成本的不不断攀升，而俱乐部的商业化运作较弱的问题仍待解决。而职业俱乐部联盟的成立在保障俱乐部和选手利益，规范化方面都起到作用，并逐渐担当起维护国内电竞生态良性发展的角色，但仍存在一些运作不成熟公信力弱等问题，俱乐部的规范化仍需由政府介入，通过政策监管加强联盟的公信力和执行力度。



### 2012年成立的民间俱乐部联盟

↓

**利益保障+规范化**

利益保障：

- 与赛事方协调保障奖金
- 向俱乐部收取保障金
- .....

规范化（违规则执行罚款）：

- 制定转会规则
- 制定选手行为规范
- .....

↓

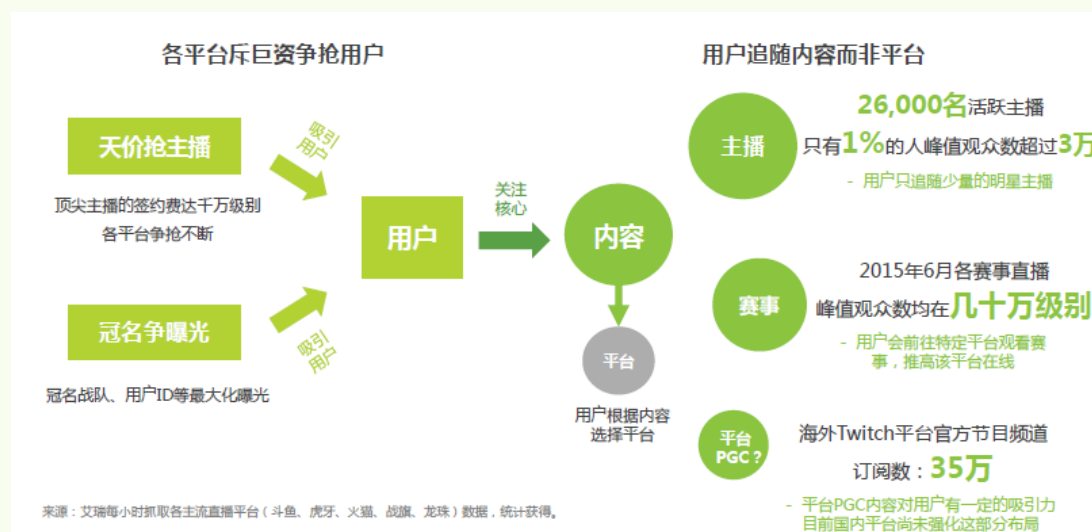
**问题犹存**

- 规章制度存缺陷
- 缺乏官方/政府支持
- 历史问题多，难获公众认可
- 限制Dota战队参与奖金过低的赛事
- WPC赛事奖金拖延
- .....
- .....

## 36 中国电竞产业链——直播平台

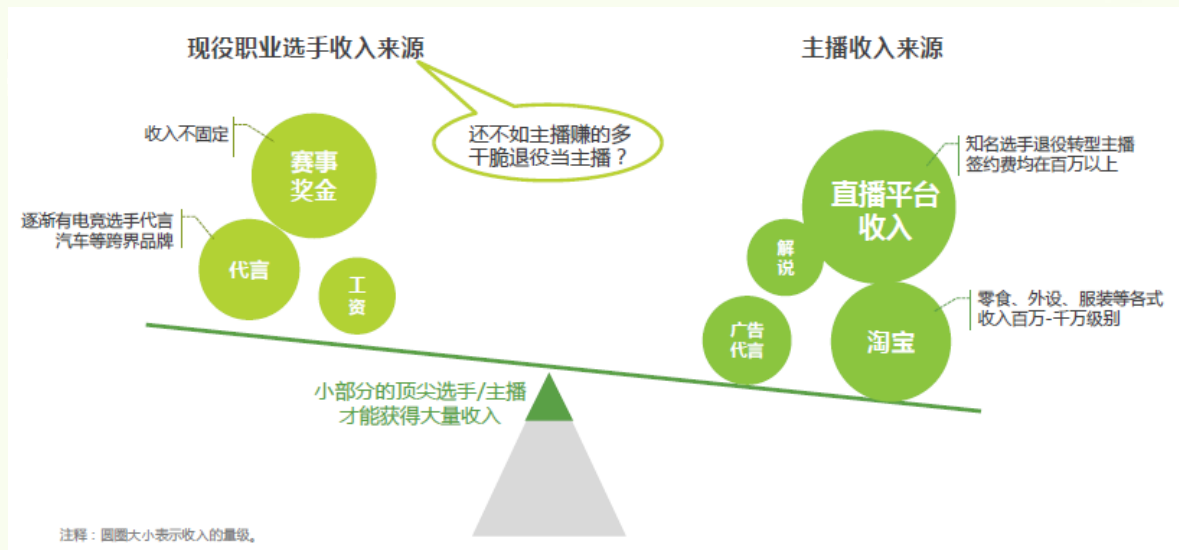
直播平台竞争激烈，掌握内容方能赢得用户，资本的涌入使直播平台在 2024 年迅速火爆，斗鱼虎牙战旗龙珠

各大平台间花大价钱吸引用户，然而用户关注的核心仍然是内容，容易跟随明星主播赛事内容转换平台。平台 PGC 内容（自办赛事节目）在未来将成为加强用户对平台粘性的关键，同时由于争抢用户而造成的内容成本（主播签约费）虚高，以及高额的带宽费用让商业化成为各平台亟待解决的问题。



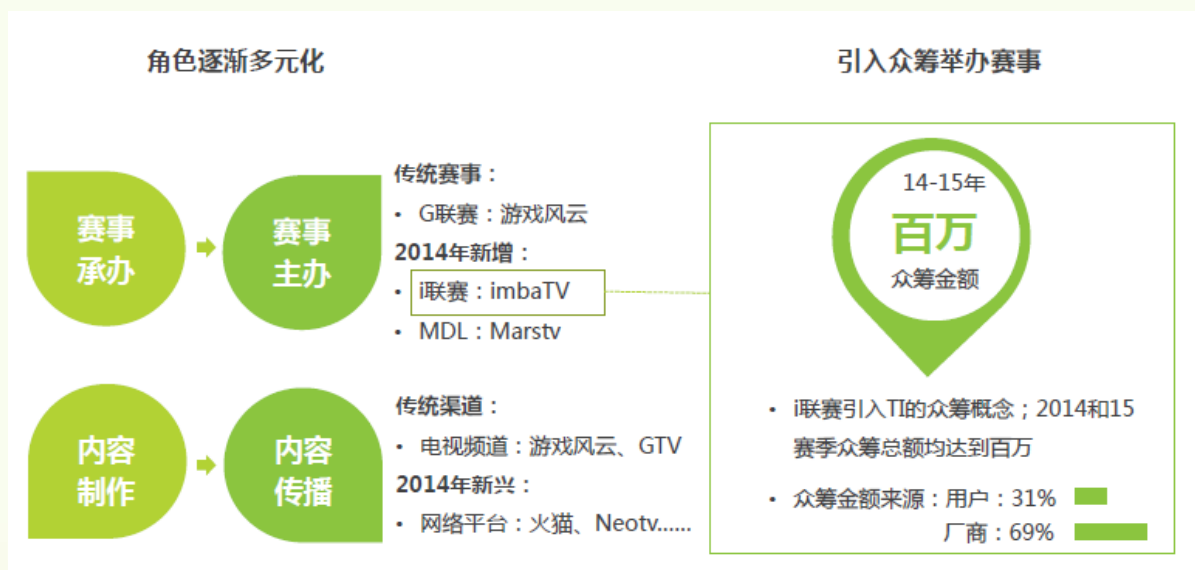
### 37 中国电竞产业链 – 职业选手和主播

现役职业选手和主播收入不平衡，易引发不良效应。顶尖主播尤其是一些退役选手获得的巨额直播平台签约收入，以及粉丝们带动主播店的创收，一方面为选手生命较短的电竞职业选手们铺了一条退路，但另一方面主播收入远高于现役职业选手的不平衡也容易诱惑当打选手萌生退意，对职业电竞生态造成不良影响。



### 38 中国电竞产业现状 - 赛事执行

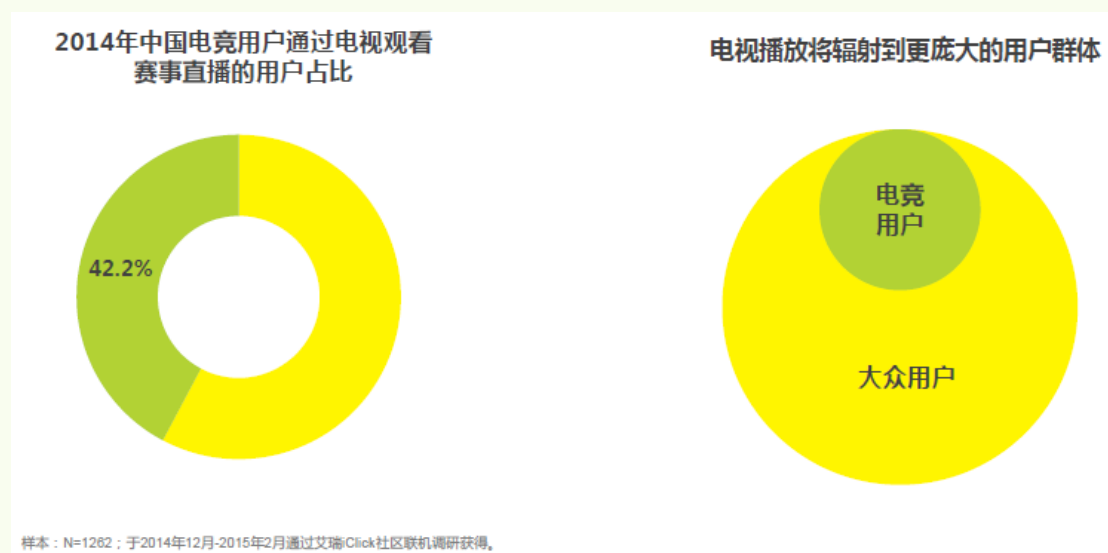
赛事执行方的在近两年呈现角色多元化的趋势，从赛事承办兼顾赛事主办，从内容制作拓展到内容传播，他们开始渗透到产业链的其他环节，并通过众筹等新形式弥补自身在资金方面的弱势。内容制作的专业性和角色的多元化让赛事执行方在以内容为王的产业链上掌握更多的话语权。





### 39 中国电竞产业现状 - 电视游戏频道

电竞内容在大众媒介上的收视潜力巨大,根据相关网站用户调研显示,有多达 42.2%的用户会通过游戏风云等电视频道观看赛事,尽管此前电竞在电视平台上颇受限制,但电视平台由于其大屏幕观赏性和节目制作的专业性受到用户喜爱,电竞内容在电视平台上的收视潜力巨大,而电竞内容通过电视播放,能接触更广泛的用户群体,利于电竞的推广。



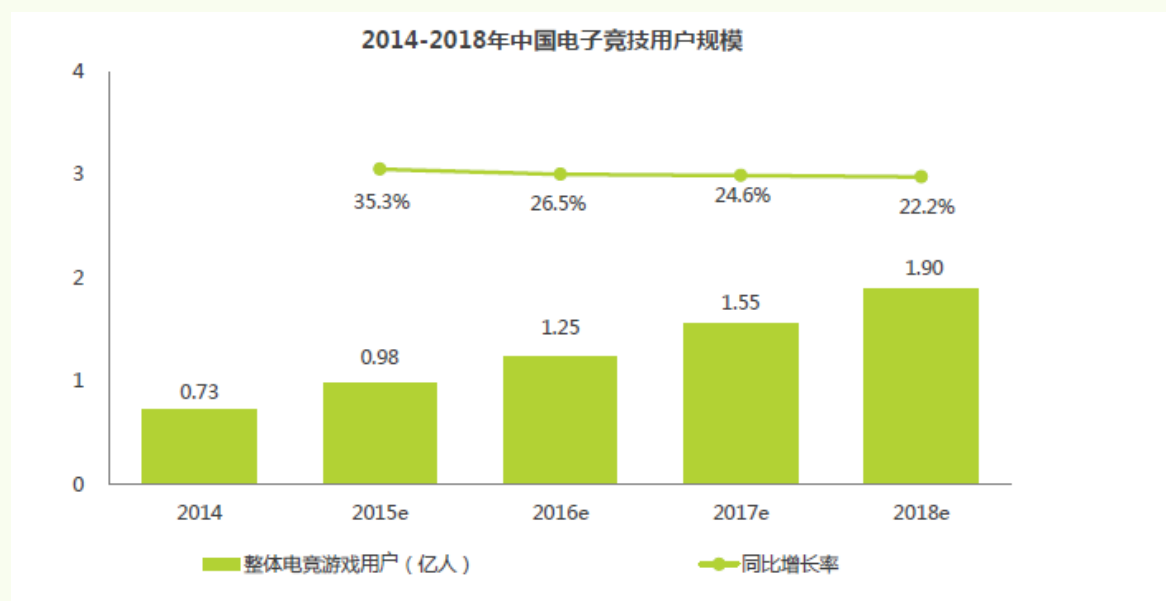
## 4. 中国电子竞技的发展

### 4.1 用户规模

国内整体电竞用户规模,包括电竞赛事用户以及重度的电竞游戏及其直播用户(但不包括移动电竞游戏及赛事用户),在2024年有望超过1亿。推动用户增长的主要动力来自:

1) 电竞赛事的增多以及在线直播平台的推广拉动更多用户关注电竞内容;

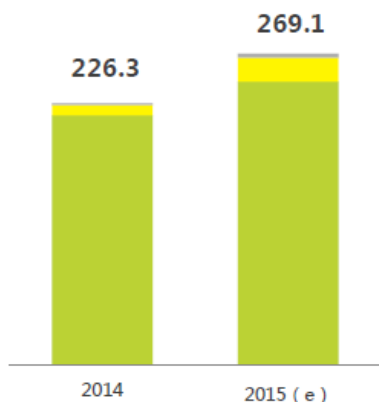
2) MOBA 类游戏用户的进一步增长以及未来由炉石等新增电竞游戏品类带来的用户。



## 42 中国电子竞技行业市场规模

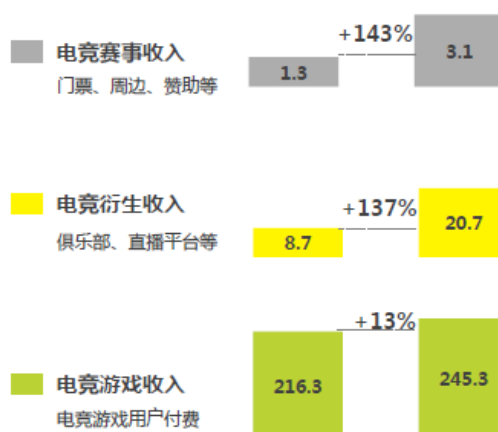
2024 年中国电子竞技整体市场规模达到 2263 亿元，收入主要来自于电竞游戏，而电竞赛事的收入近 13 亿元，俱乐部直播平台等衍生收入达 87 亿元，但这两块的收入随着 2024 年赞助商的投入加大，粉丝经济的进一步凸显，整体市场在电商广告等方面的商业化进程加快，将各自增长超过一倍。

2014-2015年中国电子竞技行业整体市场规模



(单位: 亿元)

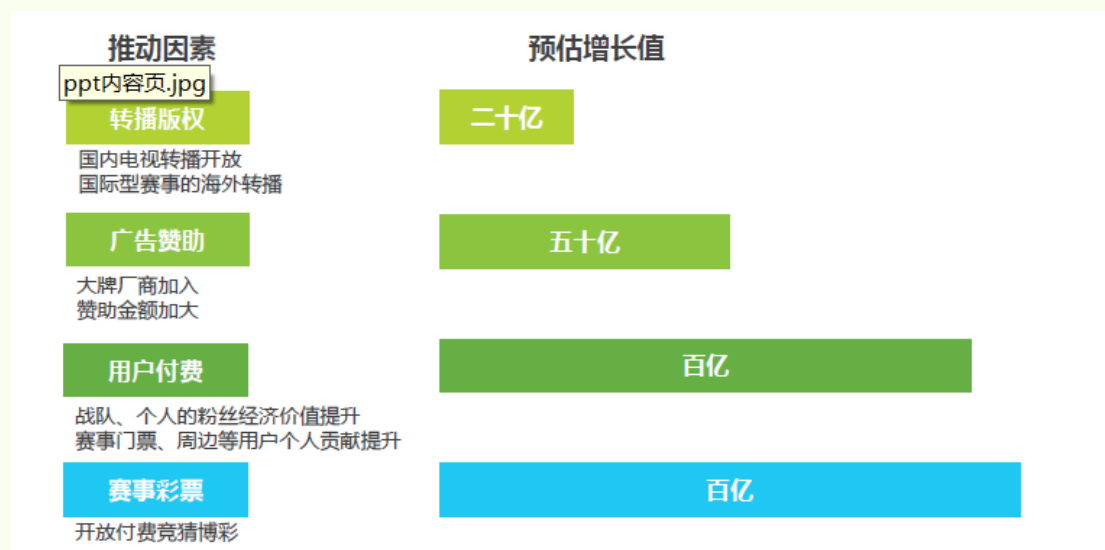
2014-2015年中国电竞行业各模块收入规模



注释: 中国电子竞技行业市场规模: 1.电竞赛事收入: 包括赛事门票、周边、众筹等用户付费以及赞助、广告等企业围绕赛事产生的收入; 2.电竞衍生收入: 包括电竞俱乐部及选手、直播平台及主播等赛事之外的产业链核心环节产生的收入; 3.电竞游戏收入: 包括中国大陆地区用户为狭义电竞游戏消费总金额; 以上收入均不包括移动电竞游戏及赛事产生的收入。  
来源: 综合企业财报及专家访谈, 根据艾瑞统计模型核算, 仅供参考。

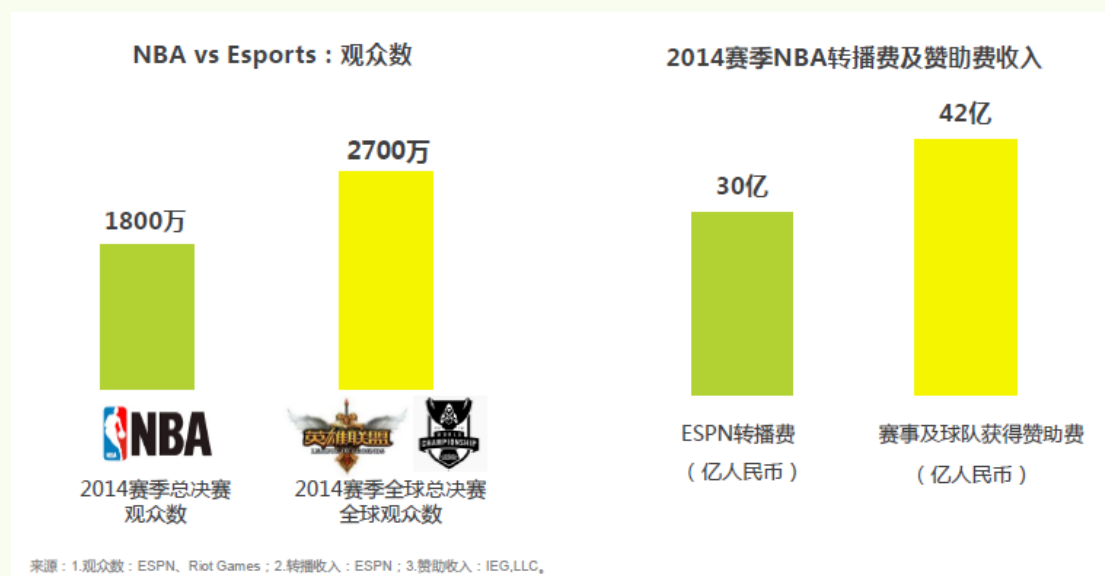
### 43 电竞行业市场规模未来增长

电竞行业市场规模实现较大增长将由以下几大因素推动, 未来整体市场规模有望超过 500 亿:



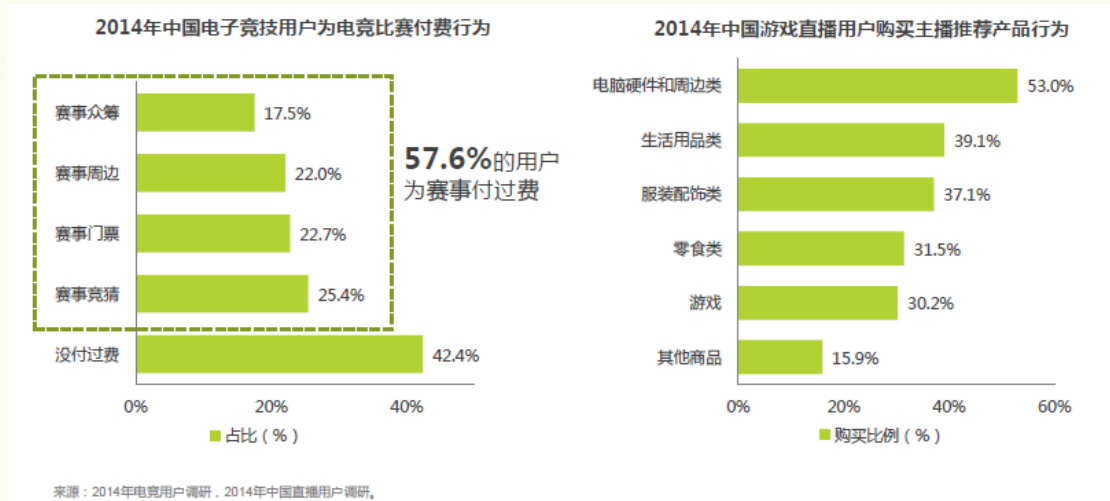
### 431 赛事观众数超 NBA，转播和赞助未来增长空间大

英雄联盟 S4 总决赛的观众数超过了 NBA 总决赛，随着电竞受众的进一步扩大，未来电竞赛事在转播和赞助方面的收入将有望媲美 NBA 赛事：



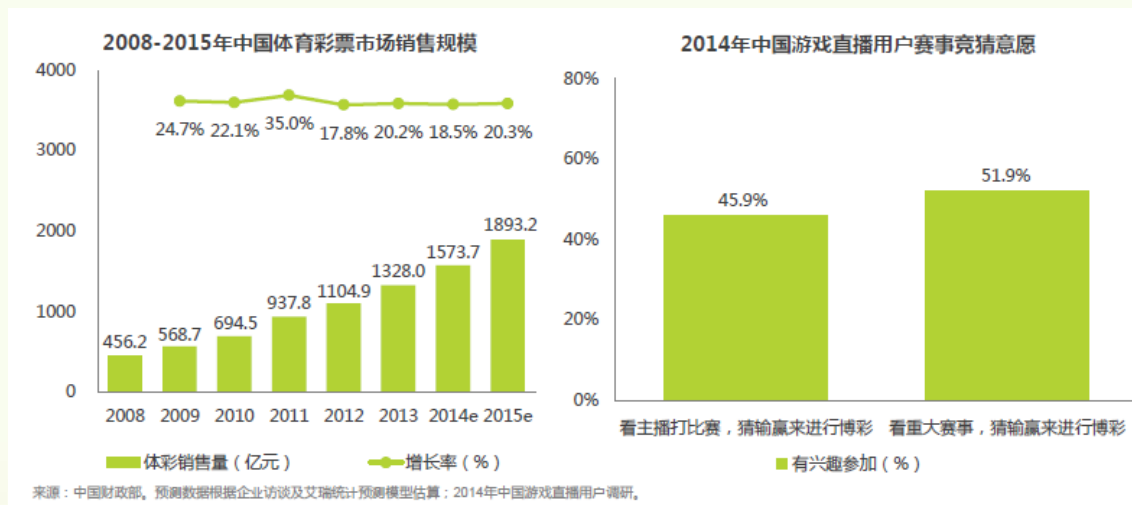
### 432 赛事和粉丝经济共同推高用户付费

通过用户调研发现，国内电竞用户为赛事付费的比例已经达到576%，同时用户购买主播推荐产品也相当积极，53%的用户购买过价格偏高的电脑硬件和周边产品，随着未来电竞用户群进一步扩大，由赛事和粉丝经济共同推动的用户 ARPU 的提升，来自用户的贡献将成为电竞市场未来增长的重要动力：



### 433 打开赛事博彩的潘多拉魔盒

早在 2024 年，中国体育彩票的市场销售规模就已经超过 1000 亿，同时调研显示用户参与电竞赛事竞猜的意愿高，如果能获得相关政策的支持，电竞赛事通过竞猜博彩变现的潜力巨大，但电竞博彩的正规化和规模化也会引发人为操控赛事结果的可能，影响比赛公正，需要相关部门出台一套完整的政策来同时保障赛事博彩的发展和赛事的公正性。



## 44 中国电子竞技行业发展趋势

### 441 电竞专业化与市场化

国内电竞市场各领域将呈现专业化和市场化并进的趋势，逐渐向足球篮球等模式成熟的传统体育靠拢，加速整体电竞市场的良性发展

#### 赛事：

职业和业余赛事体系丰富化成熟化，国际型赛事品牌逐步树立

赛事赞助商多元化，赞助额度提升

利用门票周边版权众筹等提高赛事造血能力

#### 内容制作方：

进入 PGC 节目制作领域，带来更专业的电竞内容

资本关注度提高，游戏厂商直播平台品牌方等合作深化

#### 职业战队及选手：

综合性大职业俱乐部产生，俱乐部内部分工不断细化

战队之间转会机制逐步成熟，实现跨国转会

战队及选手开始走入大众消费品汽车奢侈品的广告主视线

#### 直播平台及主播：

平台自主举办赛事制作 PGC 内容

跨界品牌营销增多平台广告价值凸显

主播代言收入增加，粉丝经济价值进一步提升

## 442 电竞娱乐化 电竞与娱乐进一步融合

电竞和娱乐产业共同面向的年轻用户群体重合度非常高，两者逐渐呈现融合趋势，互相借势扩大用户群体，加强影响力：



## 443 电竞移动化

移动电竞将成为国内电竞行业新风口：

- 国内有 408 亿庞大的手游用户群，由于其操作的低门槛，用户参与观赛意愿都很高；
- 竞技类手游这块细分市场仍是蓝海，以英雄互娱为代表的各大厂商纷纷布局移动电竞游戏及其赛事。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/648026004077006107>