

电子竞技 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 电竞市场规模和推动增长的因素
- 电竞市场重点企业的营销活动和创新案例
- 消费者对电竞活动的参与情况
- 消费者了解电竞相关信息的渠道
- 消费者对电竞联名产品的兴趣和偏好的电竞合作方式
- 消费者对电竞以及与电竞合作开展营销活动的态度
- 刺激电竞铁杆粉和非铁杆粉消费的策略

新冠疫情特别是封锁管控促使更多消费者开始利用电竞进行娱乐。但随着生活逐渐回归正轨，电竞市场增长逐步放缓。长远来看，该市场的增长动力包括电竞参与者（尤其是铁杆粉丝）在电竞上投入更多时间，以及愿意花钱改善电竞参与体验。

电竞联名和合作营销活动的潜力有待释放，联名合作不局限于电脑配件、智能手机等与电竞有直接或间接关联的品类。整体而言，消费者对溢价购买电竞联名产品具有浓厚兴趣，也认为与电竞合作的品牌更年轻、更有活力。因此，与电竞合作能有效重振品牌形象。

但也需指出的是，除直播以外的短视频等多种室内娱乐方式正在分走电竞受众的注意力，尤其是非铁杆粉。游戏和直播平台等电竞市场竞争者需要丰富自身产品组合，从而留住现有参与者，并吸引尚未成为电竞玩家的受众。

此外，需重视以往未被视为典型电竞玩家的消费群体，特别是女性。女性消费者很有兴趣通过购买周边产品来参与电竞，并对品牌与电竞合作持正面印象。



“尽管2021年泛电竞参与者数量增长放缓，但英敏特对电竞行业长远前景充满信心。随着电竞行业发展和成熟，参与者需求会进一步分化。要满足铁杆粉需求并刺激其消费，专业服务的重要性日益突显，而非铁杆粉往往将电竞当成时髦的休闲娱乐活动。鉴于泛电竞参与者注意力转瞬即逝，品牌与电竞IP（知识产权）合作可以帮助自身树立年轻、富有活力的形象，但此举不太可能成为销售驱动力。”

— 益振嵘，品类总监

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 人口统计分类

综述

- 市场
 - 数据1: 电竞游戏参与者，中国，2017-2021年（预估）
 - 数据2: 电竞市场销售总额，中国，2016-2026年（预估）
- 公司与品牌
- 消费者
 - 数据3: 与游戏相关的行为，2021年
 - 数据4: 花在电竞相关活动上的时间变化（按场景区分），2021年
 - 数据5: 了解电竞游戏/赛事的渠道，2021年
 - 数据6: 对电竞联名产品的兴趣，2021年
 - 数据7: 会增添对品牌好感的电竞合作方式，2021年
 - 数据8: 对电竞游戏的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 泛电竞扩张至游戏以外的领域吸引受众
- 现状
- 启示
- 未来在推动电竞核心玩家消费方面日益重要的是服务，而非产品
- 现状
- 启示
 - 数据9: 佳明本能电竞版智能运动腕表，2021年
- 通过与电竞合作树立年轻有活力的品牌形象
- 现状
- 启示

市场规模与预测

- 电竞参与者总数保持强劲增长
 - 数据10: 电竞参与者，中国，2017-2021年（预估）
- 中国作为第一大电竞市场继续领跑全球
- 受玩家复杂需求推动，市场销售额持续强劲增长
 - 数据11: 电竞市场销售总额，中国，2016-2026年（预估）

市场因素

- 带有电竞特色的新游戏层出不穷

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 电竞成为奖牌项目，进一步提升知名度和形象
- 出台法规推动电竞友好型城市建设，并规范电竞职业发展
- 其他室内娱乐选择可能会分散消费者的注意力

数据12: 过去一周在智能手机上做的活动，2020-2021年

数据13: 过去3个月使用特定app/网站的频率——“每天使用”占比，2021年

- 户外活动持续恢复，但电竞赛事数量仍未回到疫情之前的水平
- 数据14: 户外活动参与情况，2021年

重点企业的表现

- 腾讯凭借《英雄联盟》和《王者荣耀》的持久人气继续主宰电竞市场
 - 虎牙和斗鱼依然领跑电竞直播平台，但持续增长面临挑战，特别是合并提议被否之后
- 数据15: 虎牙和斗鱼月MAU，2019年第二季度-2021年第一季度
- 数据16: 虎牙和斗鱼付费用户数量，2019年第二季度-2021年第一季度
- 短视频与综合性视频平台也在大力投资电竞

营销活动

- 联合开展文化营销
 - 为周边产品和更广泛的合作开发IP
 - 沉浸式电竞主题体验
- 数据17: 腾讯电竞主题体验馆，2020年
- 平安银行冠名BLG俱乐部
 - 面向残疾受众的电竞赛事
 - 电竞脱口秀
- 数据18: 虎牙电竞脱口秀，2021年

创新亮点

- 电竞虚拟技能分享服务出现
 - 电竞主题酒店客房面向需要升级版网吧或电竞消遣的玩家
- 数据19: 腾讯电竞主题酒店客房，2021年
- 电竞主题可丰富游乐园参观体验
- 数据20: 北京环球度假区与腾讯游戏合作，2021年
- 利用互动与增强现实技术丰富线上观看体验
 - 线下电竞培训体验预计会吸引消费者认真参与
 - 游戏营养品兴起
- 数据21: MyProtein推出的Command Energy Drinks，2021年

电竞与游戏行为

- 大多数消费者参加过电竞相关活动

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据22: 与游戏相关的行为，2021年

- 玩过电竞游戏的消费者略少于去年

数据23: 过去12个月玩电竞的情况，2019-2021年

- 女性对购买周边产品更感兴趣

数据24: 与游戏相关的行为（按性别区分），2021年

- 收入在电竞发展中属于重要因素

数据25: 与游戏相关的行为（按家庭收入水平区分），2021年

- 严肃认真型电竞受众更可能消费周边产品，并与职业电竞选手互动

数据26: 与游戏相关的行为（按观看电竞赛事的原因区分），2021年

电竞行为的改变

- 疫情爆发后，消费者在电竞活动上花的时间增多

数据27: 花在电竞相关活动上的时间变化（按场景区分），2021年

- 女性正在花更多时间参与电竞

数据28: 花在电竞相关活动上的时间变化（按场景区分）——“比疫情前更多”的比例（按性别区分），2021年

了解电竞游戏与赛事的渠道

- 直播和短视频网站领先

数据29: 了解电竞游戏/赛事的渠道，2021年

- 女性对社群的需求更强

数据30: 了解电竞游戏/赛事的渠道（按性别区分），2021年

- 直播与综合性视频平台对于触及高收入者至关重要

数据31: 了解电竞游戏/赛事的渠道（按家庭月收入水平区分），2021年

- 直播网站与线上论坛对线下活动观众更加重要

数据32: 了解电竞游戏/赛事的渠道（按观看电竞赛事的偏好区分），2021年

对电竞联名产品的兴趣

- 电竞联名产品受到多数消费者青睐

数据33: 对电竞联名产品的兴趣，2021年

- 男性偏爱利用智能手机提升电竞体验，而女性更喜欢通过服饰与美容产品来体现参与感

数据34: 对电竞联名产品的兴趣（按性别区分），2021年

- 40岁以上消费者有兴趣购买电竞联名合作产品

数据35: 对电竞联名产品的兴趣（按年龄区分），2021年

- 个人护理产品、服饰和时尚配饰拥有机遇

数据36: 对电竞联名产品的兴趣（按对电竞联名产品支付更多的意愿区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据37: 对电竞联名产品的兴趣（按电竞合作对品牌印象的影响区分），2021年

偏好的电竞合作方式

- 独家权益、联名和展示品牌标志是更有吸引力的电竞合作方式
数据38: 会增添对品牌好感的电竞合作方式，2021年
- 年轻消费者更喜欢独家权益
数据39: 部分会增添对品牌好感的电竞合作方式（按年龄区分），2021年
- 利用电竞打造高端且富有活力的品牌形象
数据40: 会增添对品牌好感的电竞合作方式（按对电竞联名产品支付更多的意愿区分），2021年
数据41: 会增添对品牌好感的电竞合作方式（按电竞合作对品牌印象的影响区分），2021年

对电竞游戏的态度

- 电竞不再是孩子或年轻人的专属
数据42: 对电竞受众的态度，2021年
数据43: 观看电竞赛事的原因，2021年
数据44: 观看电竞赛事的原因（按年龄和性别区分），2021年
- 女性对线下电竞赛事更感兴趣
数据45: 对电竞观赛方式的态度，2021年
数据46: 对为电竞购买智能手机的态度，2021年
- 大多数消费者认为，与电竞合作有利于品牌提升高端化水平和自身形象
数据47: 对电竞联名产品花费的态度，2021年
数据48: 对电竞联名产品形象的态度，2021年
数据49: 对电竞联名产品花费和对电竞联名产品形象的态度（按性别区分），2021年

附录——市场规模与预测

数据50: 电竞市场销售总额，中国，2016-2026年（预估）

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 扇形图预测
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。