

2024-2030年中国移动电竞 产业发展现状与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国移动电竞产业发展现状与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/412734.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

移动电子竞技（Mobile electronic athletics）是指移动端（平板电脑、手机、PSP等电子设备）电子游戏比赛达到“竞技”层面的活动。移动电子竞技运动就是利用手机、平板电脑、PSP等移动游戏设备作为载体进行的、人与人之间的智力对抗运动。

与端游电竞行业兴起的背景相似，随着竞技手游布局的加快，官方赛事、职业联赛、职业战队、移动游戏直播等移动电竞行业各个部分的兴起，国内已经初步构建出相对完整的移动电竞产业链。

2021年中国电竞市场规模达到1673亿元，同比增长13.5%，行业进入平稳增长阶段；移动电竞游戏仍是电竞市场主要组成部分，市场份额占比为52.8%。2021年中国电竞用户规模达到5.06亿人，随着未成年人保护政策落实，电竞用户年龄结构将更加健康合理。近年电竞文化在中国得到较好传播，移动端多款爆款游戏也具有较强的竞技属性，使移动电竞发展得到助力。行业良好的发展前景，也吸引更多赞助商家，电竞举办方和游戏企业也积极探索移动电竞的商业化发展，使行业市场规模得到增长。

行业的火热吸引了更多资本的关注，随着各大游戏厂商加快对移动手游竞技游戏的布局，包括职业联赛、移动游戏直播、官方赛事等，移动电竞的各个细分领域拥有巨大的市场潜力，未来发展前景向好。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国移动电竞产业发展现状与前景趋势报告》共十章。首先介绍了移动电竞的基本概念和发展特点，接着对移动电竞发展环境进行了分析，然后对电子竞技、移动游戏和移动电竞行业进行了深入分析，随后对移动电竞赛事、移动电竞直播市场和移动电竞重点产品进行了介绍，接着介绍了中国移动电竞重点企业的经营状况，最后对移动电竞行业的未来发展前景和趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、文化部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对移动电竞有个系统深入的了解、或者想投资移动电竞相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 移动电子竞技相关概述

1.1 移动电子竞技基本概念

1.1.1 电子竞技的定义

1.1.2 移动电竞的定义

1.2 移动电子竞技发展历程及特点

1.2.1 基本特征

1.2.2 发展历程

1.2.3 手游竞技性

1.2.4 产业链分析

第二章 2021-2023年移动电子竞技行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 全球经济发展形势

2.1.2 中国宏观经济概况

2.1.3 中国宏观经济展望

2.2 政策环境

2.2.1 电竞行业政策变迁

2.2.2 移动游戏审批情况

2.2.3 地方电竞政策利好

2.2.4 政策有望持续宽松

2.3 社会环境

2.3.1 居民收入水平提升

2.3.2 网民规模持续上升

2.3.3 电竞职业偏见改观

2.3.4 电竞社会认可度提升

2.3.5 电竞纳入教育范畴

2.3.6 新冠疫情影响分析

2.4 技术环境

2.4.1 PC硬件提供支持

2.4.2 网络宽带发展环境

2.4.3 电竞技术联盟建设

第三章 2021-2023年电子竞技行业发展分析

3.1 2021-2023年全球电子竞技行业发展态势

3.1.1 电竞市场营收规模

3.1.2 电竞市场收入结构

- 3.1.3 电竞市场观众规模
- 3.1.4 区域市场发展格局
- 3.1.5 重点电竞企业排名
- 3.2 中国电子竞技行业产业链分析
 - 3.2.1 产业链核心
 - 3.2.2 游戏厂商
 - 3.2.3 赛事发展
 - 3.2.4 直播平台
- 3.3 2021-2023年中国电竞市场运行分析
 - 3.3.1 电竞市场规模
 - 3.3.2 细分市场份额
 - 3.3.3 电竞用户分析
 - 3.3.4 电竞从业人员
 - 3.3.5 电竞市场需求
- 3.4 中国电竞用户行为特征分析
 - 3.4.1 用户基本画像
 - 3.4.2 用户经济水平
 - 3.4.3 用户线上爱好
 - 3.4.4 用户品牌偏好
 - 3.4.5 用户观赛情况
 - 3.4.6 俱乐部关注内容
 - 3.4.7 品牌赞助态度
- 3.5 中国电竞行业存在的问题分析
 - 3.5.1 社会偏见问题
 - 3.5.2 人才缺失问题
 - 3.5.3 国际竞争问题
 - 3.5.4 俱乐部运营机制问题
- 3.6 中国电竞行业的发展策略建议
 - 3.6.1 优化升级策略
 - 3.6.2 行业管理策略
 - 3.6.3 行业营销策略
 - 3.6.4 行业政策建议

第四章 2021-2023年移动游戏行业发展分析

4.1 移动游戏发展概述

4.1.1 产品分类

4.1.2 行业周期

4.2 2021-2023年中国移动游戏市场分析

4.2.1 用户规模

4.2.2 市场规模

4.2.3 市场格局

4.2.4 产品格局

4.2.5 企业动态

4.3 中国移动游戏出海发展情况

4.3.1 游戏发行方式

4.3.2 商业模式分析

4.3.3 产业链分析

4.3.4 行业发展现状

4.3.5 出海类型分布

4.3.6 出海发展趋势

4.4 中国移动游戏发展趋势

4.4.1 产品多样化

4.4.2 产品重度化

4.4.3 时间连续化

4.4.4 性别平衡化

第五章 2021-2023年中国移动电子竞技行业发展分析

5.1 中国移动电竞行业发展概况

5.1.1 生命周期

5.1.2 发展迅猛

5.1.3 生态链分析

5.2 2021-2023年移动电竞行业发展态势

5.2.1 需求分析

5.2.2 发展特点

- 5.2.3 投融资分析
- 5.3 2021-2023年移动电竞市场格局分析
 - 5.3.1 用户规模
 - 5.3.2 市场规模
 - 5.3.3 品类分布
 - 5.3.4 竞争格局
- 5.4 移动电竞行业存在的问题及发展对策
 - 5.4.1 发展制约因素
 - 5.4.2 行业面临挑战
 - 5.4.3 发展对策建议

第六章 2021-2023年移动电子竞技赛事分析

- 6.1 2021-2023年移动电竞赛事发展情况
 - 6.1.1 电竞赛事种类
 - 6.1.2 电竞赛事特征
 - 6.1.3 赛事传播分析
 - 6.1.4 赛事受众分析
 - 6.1.5 赛事发展现状
 - 6.1.6 赛事营销分析
- 6.2 世界电子竞技大赛（WCA）发展分析
 - 6.2.1 赛事发展概况
 - 6.2.2 赛事盈利模式
 - 6.2.3 移动电竞项目
- 6.3 王者荣耀电竞赛事发展分析
 - 6.3.1 赛事发展概况
 - 6.3.2 赛事发展规模
 - 6.3.3 赛事规格升级
- 6.4 移动电竞赛事未来发展前景
 - 6.4.1 政策支持机遇
 - 6.4.2 技术发展趋势
 - 6.4.3 版权发展前景
 - 6.4.4 行业投资前景

第七章 2021-2023年移动电子竞技直播市场分析

7.1 2021-2023年电竞直播发展态势

7.1.1 游戏直播规模

7.1.2 手游直播分析

7.1.3 移动电竞直播

7.2 移动电竞直播平台运行状况分析

7.2.1 经营成本分析

7.2.2 经营效益分析

7.2.3 未来盈利模式

7.3 移动电竞直播平台竞争分析

7.3.1 竞争格局

7.3.2 竞争核心

7.3.3 竞争态势

第八章 2021-2023年移动电子竞技重点产品分析

8.1 MOBA类产品分析

8.1.1 发展概况

8.1.2 《王者荣耀》

8.1.3 《刀塔西游》

8.1.4 《自由之战》

8.2 FPS类产品分析

8.2.1 发展概况

8.2.2 《全民枪战》

8.2.3 《全民突击》

8.3 TCG类产品分析

8.3.1 发展概况

8.3.2 《炉石传说》

8.3.3 《刀塔传奇》

8.3.4 《我叫MT Online》

8.4 其他产品分析

8.4.1 《拳皇97》

8.4.2 《天天炫舞》

8.4.3 《天天飞车》

第九章 2021-2023年中国移动电竞行业重点企业经营分析

9.1 腾讯游戏

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 企业运行状况

9.1.3 企业经营效益

9.1.4 战略布局分析

9.2 英雄互娱

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 企业发展动态

9.2.3 战略布局分析

9.3 网易游戏

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 企业经营状况

9.3.3 国际发展战略

9.3.4 游戏代理策略

9.4 中国手游

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 企业市场份额

9.4.3 企业战略合作

9.4.4 战略布局分析

9.5 巨人网络

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 核心竞争力分析

9.5.6 未来前景展望

9.6 莉莉丝

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 企业合作动态

9.6.3 企业市场份额

第十章 中国移动电子竞技行业发展前景及趋势分析

10.1 国内外电竞产业前景展望

10.1.1 后疫情电竞产业机遇

10.1.2 电竞俱乐部发展趋势

10.1.3 技术创新发展趋势

10.1.4 IP商业化发展趋势

10.2 移动电竞行业发展前景分析

10.2.1 移动游戏发展潜力

10.2.2 电子竞技发展前景

10.2.3 移动电竞前景展望

10.3 对2024-2030年中国移动电子竞技行业预测分析

10.3.1 2024-2030年中国移动电子竞技行业影响因素分析

10.3.2 2024-2030年中国移动电子竞技收入规模预测

图表目录

图表 中国移动电竞产业链

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年年末人口数及其构成

图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数

图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅

图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2022年居民消费价格主要数据

图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率

图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2020年按区域中国文化市场经营单位主要指标

图表 2020年中国文化市场经营单位按业务分组情况

图表 2005-2020年中国网络游戏市场销售收入规模

图表 2003-2020年每年获取网络游戏运营资质的企业数量

图表 2014-2020年中国网络游戏市场用户状况

图表 2013-2020年中国网络游戏市场结构

图表 2010-2020年中国网络游戏出口收入规模

图表 网络游戏相关政策法规

图表 主流电子竞技项目介绍

图表 电子竞技项目奖金占比

图表 不同赛事类型比较

图表 海外赛事奖金权重象限图

图表 中国电子竞技产业链

图表 电子竞技赛事奖金

图表 中国电子竞技产业商业模式分析

图表 2014-2021年中国电子竞技用户规模

图表 2014-2021年中国电子竞技行业整体市场规模

图表 2014-2021年中国电子竞技行业各模块规模

图表 中国电子竞技行业市场规模推动因素

图表 中国电子竞技用户赛事付费行为

图表 中国游戏直播用户购买主播推荐产品行为

图表 中国游戏直播用户赛事竞猜意愿

图表 中国移动游戏产品分类

图表 中国移动行业生命周期

图表 2015-2021年中国移动游戏用户规模

图表 2013-2021年中国移动游戏市场规模

图表 中国移动游戏市场格局

图表 中国游戏企业上市时间及地点

图表 中国不同类型移动游戏数量占比

图表 上线新游戏大类分布

图表 开服数量前100游戏中度和重度分布

图表 手游玩家日均使用时长

图表 手游玩家日均使用次数

图表 手游玩家性别结构

图表 2015-2021年移动电竞用户规模

图表 2021年移动电竞市场规模比较

图表 2016-2021年移动电竞市场规模

图表 中国移动电竞游戏类型分布

图表 中国移动电竞市场格局分布

图表 中国移动电竞用户性别分布

图表 中国移动电竞用户年龄分布

图表 中国移动电竞用户地区分布

图表 中国移动电竞用户学历分布

图表 中国移动电竞用户收入分布

图表 移动电竞用户常玩的竞技手游类型

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412734.html>