

2023 GLOBAL ESPORTS SUMMIT
AND TENCENT ESPORTS ANNUAL CONFERENCE



2023 版

全球电竞运动行业 发展报告

ESC
中国电竞产业研究院

企鹅有调
Tencent Horizon

腾讯电竞
TENCENT E-SPORTS

电子竞技

KOREA
37°35'N, 126°58'E

CHINA
39°54'N, 116°25'E

SAUDI ARABIA
24°46'N, 46°44'E

序 言

以方法汇聚全球电竞的目光 共同推动电竞迈向下一个周期

这是系列报告的第七年，在过去七年里，整个世界都在经历前所未有的考验。曾经在互联网世界并不算出挑的电子竞技，以难以想象的速度，从欧美到东亚和拉美，再席卷东南亚和中东，在众多文化娱乐生活方式中脱颖而出，俨然已经成为全球共识的分众文化之一。电竞更是深刻影响着青年社群的参与和表达，在不同的本地文化和社会背景之下，人们可以为了同样精彩的操作而欢呼。

当世界上不同国家和地区的人们，都在用各自的语言讲述电子竞技的未来图景时，我们希望以更广泛的调研和舆情数据，结合全球视角之下的电竞产业发展维度去梳理，去寻找更加量化的方法来更好地描述电竞这个新兴市场和人群的可能性。以此，让讨论更同频，也让思考更延伸。

数据不止能描述当下，更能揭示未来。当电子竞技在全球范围的观众人群逐步进入存量市场，思变已经成为全球共识的当下，也是在第十九届杭州亚运会进入最后倒计时阶段，电子竞技的新篇章蓄势待发的此时此刻。我们希望以《全球电竞运动行业发展报告》作为一个契机，与全球电竞行业参与者共同探讨，如何寻找新的增长点，如何实现产业规模的升级，如何挖掘潜在的观众价值等话题。以数据为基础，以方法为助力，共同寻求推动电子竞技行业下一个增加阶段。

版权说明与研究对象定义

原创与版权说明

本报告由**企鹅有调**、**腾讯电竞**、《**电子竞技**》杂志联合发布，本报告版权归企鹅有调以及联合发布方所有。

任何中文转载或引用，需注明报告来源，同时不能删减或改写报告内容。国外机构如需转载引用，请提前联系授权。

报告所发布内容，均为联合研究方作为第三方研究平台的独立原创分析，不代表任何企业的立场。

相关研究对象定义

网民/受访者：此次网络调研中进行了有效问题填答的所有被访者，既包括电竞用户，也包括非电竞用户。

电竞：是基于游戏又超越游戏的，集科技、竞技、娱乐、社交于一身的拥有独特商业属性与用户价值的数字娱乐文化体育产业。

电竞用户：中国大陆范围内，观看过电竞赛事，并且对电竞有一定了解的用户。

主要国家〔地区〕：综合考量全球不同区域、电竞产业发展水平、国内人口规模、政府重视程度等因素，所选取的代表国家和地区，既包含电竞产业已高度成熟的市场，也包括近年来发展迅猛的新兴市场。除中国外，主要包括美国、韩国、巴西、越南、法国、日本、印度、沙特8个国家。

分析材料及研究支持

为客观、准确、全面展示中国及全球的电竞产业发展态势，本报告分析并发布多项独家数据和深入洞察，主要源自五个方面：

1. 企鹅有调全国调研〔中国调研数据〕：

通过网络问卷，企鹅有调对全国范围内网民展开广泛定量调研，共收集10892份样本，调研覆盖全国31个省、自治区、直辖市。本次调研样本量，超过在95%的置信度和3%的误差率条件下所需的最低样本数量，样本符合统计学有效性要求，结论亦可推论至全体中国网民。

2. 企鹅有调海外用户调研〔8国调研数据〕：

企鹅有调对美国、日本、韩国、越南、法国、巴西、沙特、印度8个海外国家进行调研，每个国家500份样本，共计4000份调研样本。

3. 网络舆情数据〔全网舆情大数据〕：

本报告舆情热度数据包括境内数据和境外数据。境内数据来源于微信公众号、微博、新闻、论坛、博客等境内网络公开场景相关信息；境外数据来源于全球3万余家境外媒体站点，以及Twitter、Facebook等境外主流社交平台相关信息。数据周期如无特殊说明，均为2022年5月31日至2023年5月31日。

4. 腾讯电竞行业观察〔行业视角观点〕：

针对电竞用户规模、产业特征，腾讯电竞提供了独家的信息来源，在行业大数据解读方面，腾讯电竞也提供了专业的分析建议。

5. 《电子竞技》杂志行业观察〔定性分析〕：

针对全球和中国电竞产业特征、政策变化、未来趋势等方面，《电子竞技》杂志结合行业纵深观察，提供了全面的文本分析洞察。

此外，本报告还使用Esports Charts、App Annie、谷歌趋势数据，并引用了Newzoo、GWI部分数据，均在具体引用处予以注明，在这里一并致谢！

*报告部分数据由于四舍五入会引发加总数据误差，误差在1%以内。

目 录

01 全球电竞产业发展概况

- 全球电竞产业规模与影响力 07-09
- 电竞国际化发展趋势更显著 10-14
- 女性力量成为电竞发展亮点 15-16
- 全球及主要国家电竞发展概况小结 17

02 主要国家电竞产业洞察

- 主要国家电竞发展情况简析 19-21
- “电竞产业区域发展指数”研究背景 22
- 指标设计介绍和数据计算说明 23-24
- “电竞产业区域发展指数”解析 25-26
- 主要国家电竞产业洞察小结 27

03 中国电竞发展及用户特征

- 中国电竞产业用户规模和特征 29-31
- 电竞用户观赛情况与驱动因素 32-34
- 电竞行业网络关注与情绪走势 35-37
- “电竞入亚”推升网民信心与期待 38-39
- 城市电竞融合发展持续被看好 40
- 中国电竞发展及用户特征小结 41

04 “电竞+”融合发展迸发新活力

- 电竞用户消费习惯与消费动机 43-44
- 中国“电竞+”融合发展公众感知 45
- 中国电竞用户消费图景分析 46-47
- “电竞+”融合发展迸发新活力小结 48

05 全球电竞行业未来发展趋势

- 从新兴文化转向社会共识 51
- 从市场自发转向国家引导 52
- 从青年社群转向全面融合 53
- 从观众存量转向消费增量 54

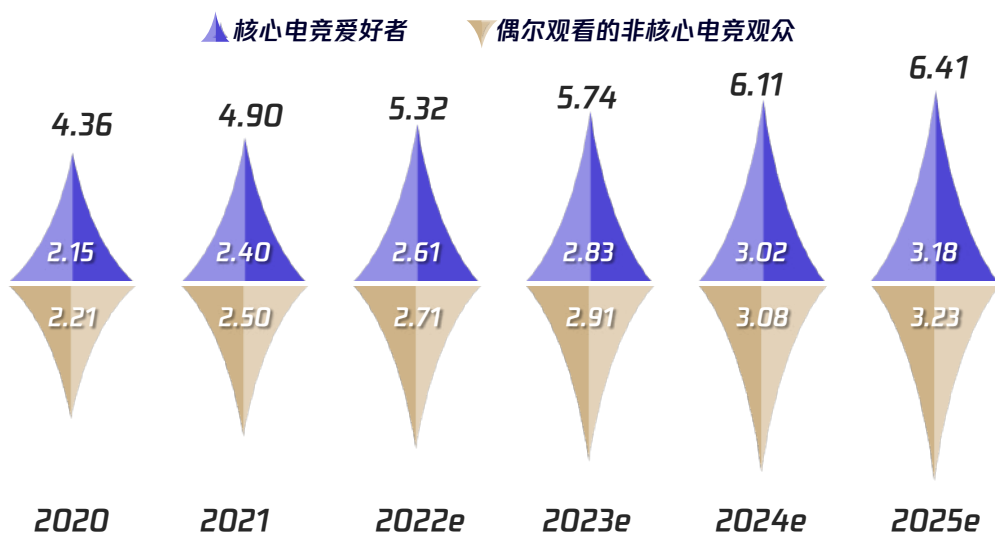
01

全球电竞产业发展概况

- 全球电竞产业规模与影响力
- 电竞国际化发展趋势更显著
- 女性力量成为电竞发展亮点

全球电竞观众规模预计达到5.74亿， 营收近18亿美元

2020-2025 全球电竞观众规模 [单位：亿]



全球电竞观众 [Newzoo]：每年至少观看一次专业电竞内容的所有人，综合核心电竞爱好者和非核心观众。

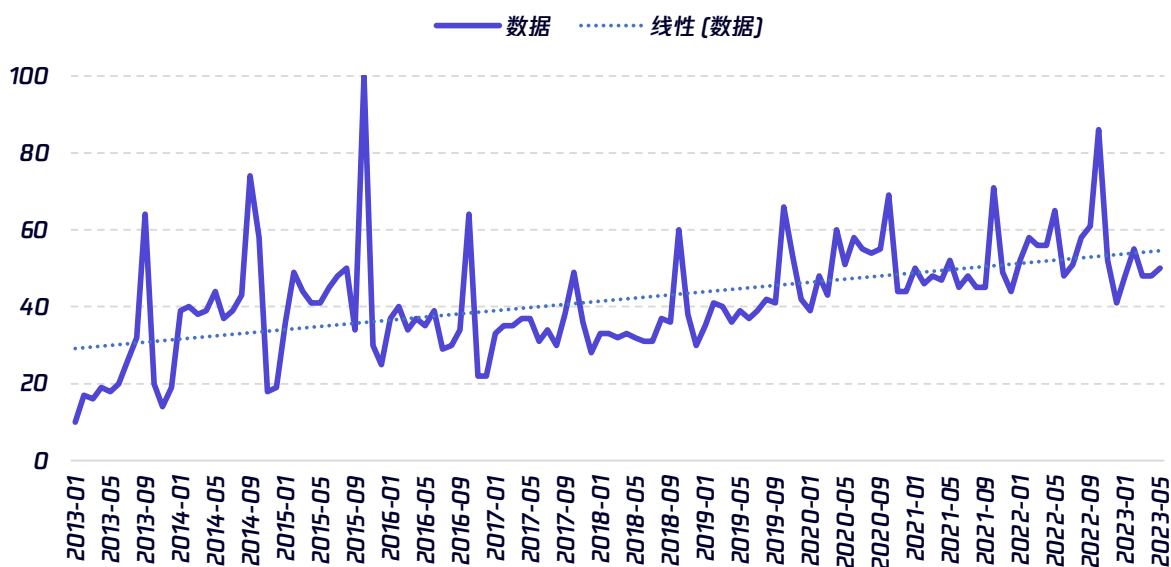
数据来源：Newzoo《2022全球电竞与游戏直播市场报告》

根据Newzoo预测数据，2023年，全球电竞观众将增至5.74亿。其中，核心电竞爱好者将占据2.83亿，其余2.91亿为偶尔观看的非核心观众。2025年，这一数字将以8.1%的复合年增长率持续增长至6.41亿。

同时，GWI〔全球网络指数机构〕报告*预测数据显示，预计到2023年，全球电子竞技营收将达到近18亿美元。总体而言，虽然全球经济下行、疫情变化等因素对电竞产业发展带来一定挑战，但随着杭州亚运会的举办、电竞国际化发展、女性电竞成亮点、新兴市场潜力挖掘等正面积积极影响下，预计全球电竞观众规模将进一步扩大，电竞产业发展保持向好态势。

电子竞技全球舆论关注度持续上升，已成为广泛关注的文化体育现象

“Esports”谷歌搜索热度趋势



热度趋势：数字代表相对于图表中指定区域和指定时间内最高点的搜索热度。热度最高的字词得 100 分；热度是前者一半的字词得 50 分；没有足够数据的字词得 0 分。
2016.1和2022.1谷歌趋势更新两次数据搜集系统

谷歌趋势数据显示，“Esports”〔电子竞技〕的搜索热度近10年呈现上升趋势，电竞已经不再局限于某一地区或国家，从小众娱乐成为全球化体育运动和文化现象，具有广泛的全球影响力。

尤其是杭州亚运会将电竞列为正式比赛项目，一定程度助推“Esports”全球搜索热度的持续上升，社会各界越来越接受电竞是一项正式体育项目，电竞成为下一个“全球体育运动超级项目”的前景更加明朗，预计“电竞入奥”将成为电竞体育化发展的下一个讨论重点。

全球电竞发展水平不均，不同地区市场差异化明显

全球电竞发展水平一览

成熟与新兴电竞市场并存；北美电竞市场十分成熟但增长乏力，拉美国家电竞市场规模位居全球前列，传统体育文化为电竞推广提供一定社会基础，巴西、阿根廷、智利均表现出巨大潜力

美洲

亚洲

成熟与新兴电竞市场并存；市场份额占据绝对优势，以中国为代表的东亚国家是主力，东南亚、西亚等新兴市场潜力巨大，伴随亚运会举行预计将成2023年全球电竞增长主要引擎

欧洲

成熟与新兴电竞市场并存；电竞市场规模不断增长，英国、德国和法国是主力国家，电竞市场较为成熟，俄罗斯、土耳其等国也具有较大增长潜力

发展中的电竞市场；近年来电竞市场规模快速增长，电竞也获得政府的认可与支持，但与亚洲和欧美的成熟市场相比，大洋洲的电竞产业还相对较弱

大洋洲

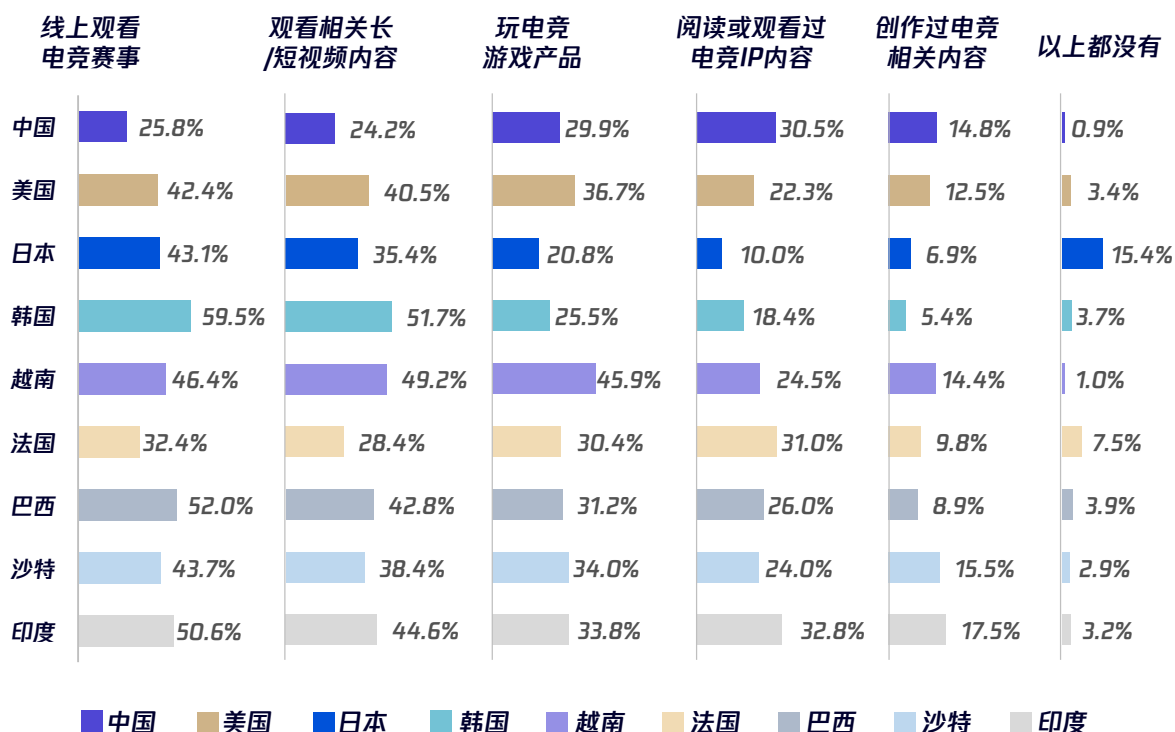
非洲

电竞发展薄弱；电竞产业发展、网络基础设施都较为薄弱，南非、尼日利亚、加纳、塞内加尔、突尼斯、摩洛哥等国情况相对较好，发展较为快速，但总体而言，休闲游戏才是非洲主流，电竞发展相对欠缺用户基础

全球不同地区的电竞产业发展水平不均，差异性较大，东亚、北美、西欧是全球电竞产业发展最成熟的地方，东南亚、中东和北非、拉美等地区发展较快，大洋洲和非洲相对缓慢。东亚在全球电竞市场占有绝对优势地位，中国、韩国为代表性国家；作为电竞的起源地，北美电竞产业和市场发展成熟度最高，美国有许多知名战队、选手和赛事，以及在全球受欢迎的电竞直播平台；欧洲成熟电竞市场以西欧和北欧国家为主，加上去年欧盟通过“游戏法案”，更利好电竞产业发展；东南亚、中东和北非、拉丁美洲等地区仍然是全球电竞产业快速增长中的“高地”，新兴市场具有较大潜力，也存在着更多机会。

电竞已成各国网民文娱生活的重要组成部分，具备成为“新语言”的基础

不同国家网民参与电竞行为分布

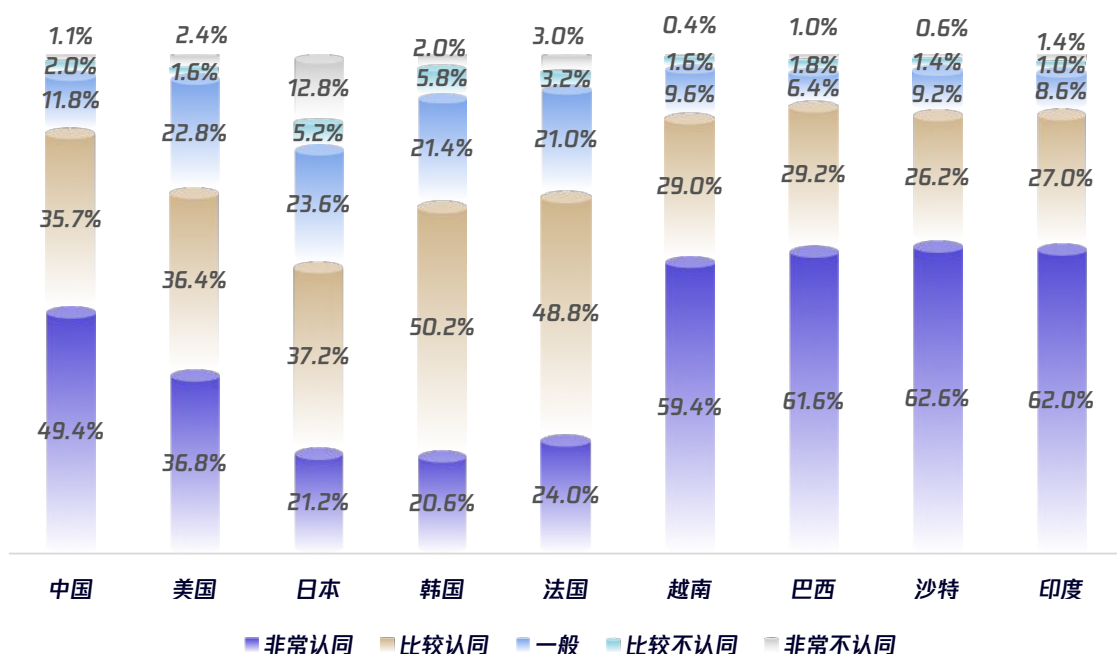


电竞作为一种流行文化，已嵌入各国网民的日常文娱生活中。调研显示，即使受访者对电竞不了解或者不感兴趣，也很可能已经在不自觉地参与到电竞文化相关传播或活动中，比如阅读或观看电竞IP内容等。完全没有过任何电竞参与行为的，除日本外各国占比均不超过10%，尤其是中国占比仅0.9%，充分说明电竞在各国网民文娱生活中占有重要地位。

电竞文化成为全球大众文化的一部分，随着电竞文化的持续普及和渗透，其具备成为不同国家、不同民族的人们沟通交流的“语言”和“桥梁”基础，进而能为国际交流提供助力。

发展中国家网民更认同电竞作为国际交流“新语言”的功能

不同国家网民对电竞促进国际交流的认同情况



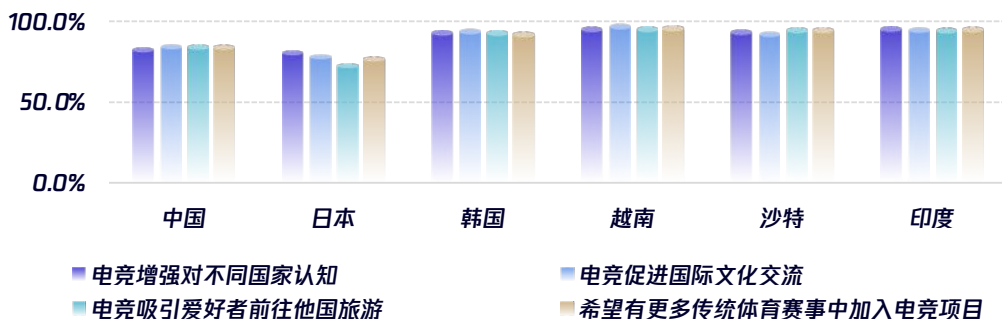
电竞作为新兴科技文化的展现形式，打破了时空壁垒，日益成为国际文化交流的重要载体和语言，让不同国家的选手有展示自我的机会，不同文化背景、不同地域的人们产生共鸣和联结。

调研结果显示，各国网民认同“电竞会让不同国家不同文化的人相互理解，进而尊重彼此”的占比，除日本外均超过七成。同时，相较于发达国家，发展中国家的网民认同度更高，均超过80%。这或与发展中国家在电竞这一新兴文化领域，更具活力和展示机会，有一定关系。

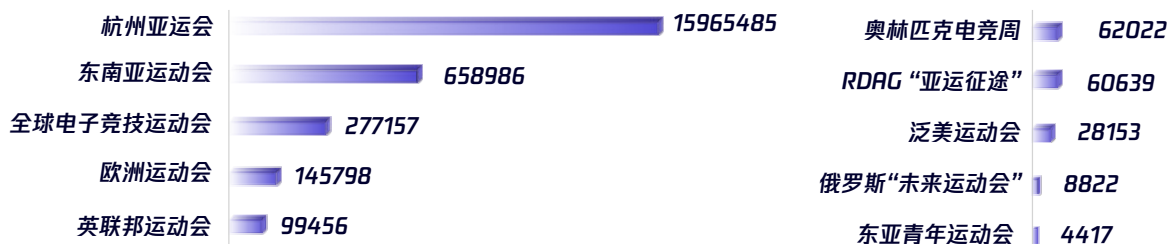
以“电竞入亚”为新起点，电竞赛事国际化趋势明显

认为“电竞入亚”对国际交流 有不同程度影响的网民占比

*仅考察亚洲国家网民态度



设立电竞项目或与电竞相关的国际性赛事网络传播量

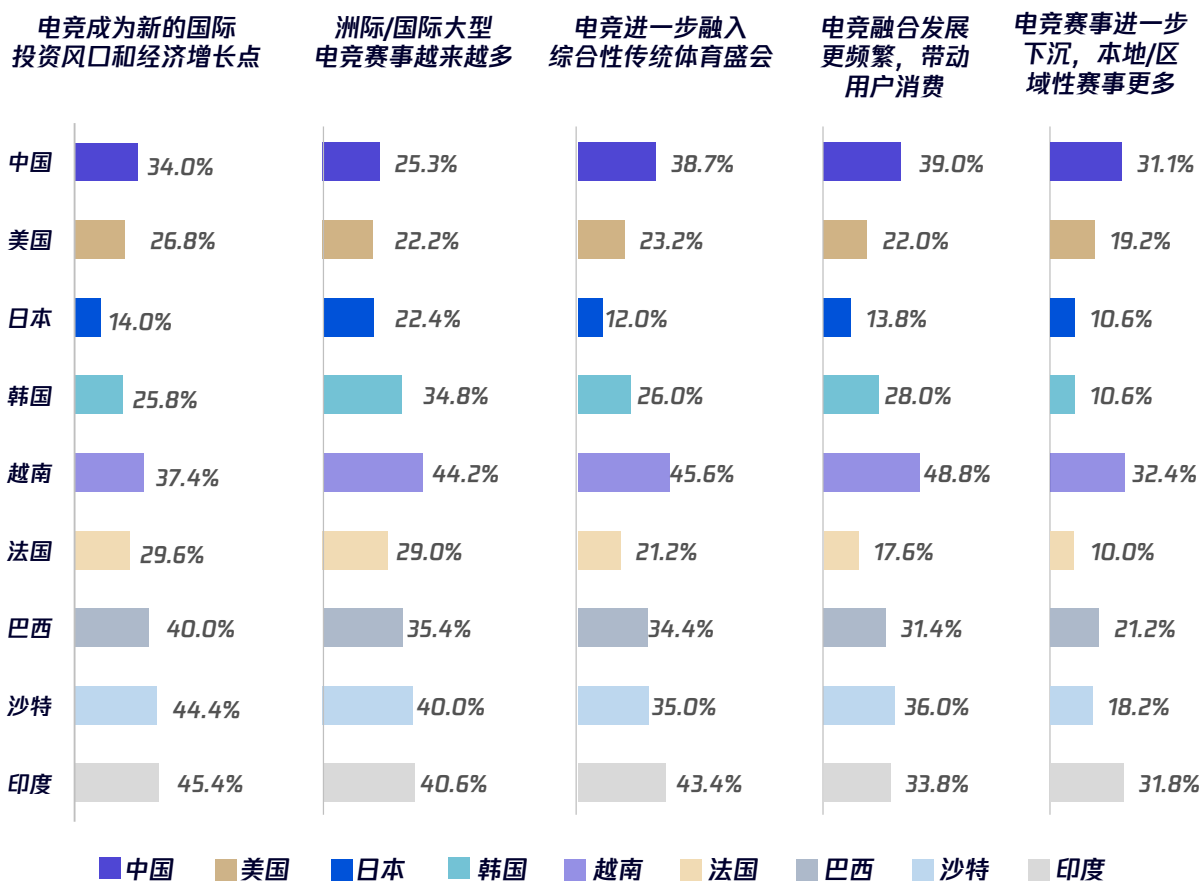


“电竞入亚”成为电竞促进国际交流的重要契机。调研数据显示，在被调研的亚洲国家中，除较为保守的日本网民外，其余5国超八成网民均认为，亚运会上电竞赛事的举行，将在“电竞增强对不同国家认知”“电竞促进国际文化交流”“电竞吸引爱好者前往他国旅游”“希望有更多传统体育赛事加入电竞项目”上有不同程度的助推作用。

同时，以杭州亚运会为新起点，传统体育赛事开始更多考虑电竞项目的加入，电竞赛事的国际化属性明显增强。近一年来，除杭州亚运会外，东南亚运动会、英联邦运动会、奥林匹克电竞周等多个设立电竞项目或与电竞相关的国际性赛事网络传播量都相对较高。

电竞国际化发展受网民期待，尤其是电竞的经济带动作用

各国网民对电竞国际化发展方向的期待分布



电竞国际化发展的具体方向上，各国网民选项占比排序有一定差异。中国、越南在“电竞跨界融合带动消费”方面选择占比最高，沙特、印度、法国、巴西选择占比最高的均是“电竞成为新的国际投资风口和经济增长点”。这两个选项共同点是都关注电竞对经济的带动作用。此外，发展中国家网民在各方向上的选择占比绝大多数都高于发达国家，说明对电竞国际化期待度更高。

中国电竞与全球电竞交流日益频密， 方式更加多元

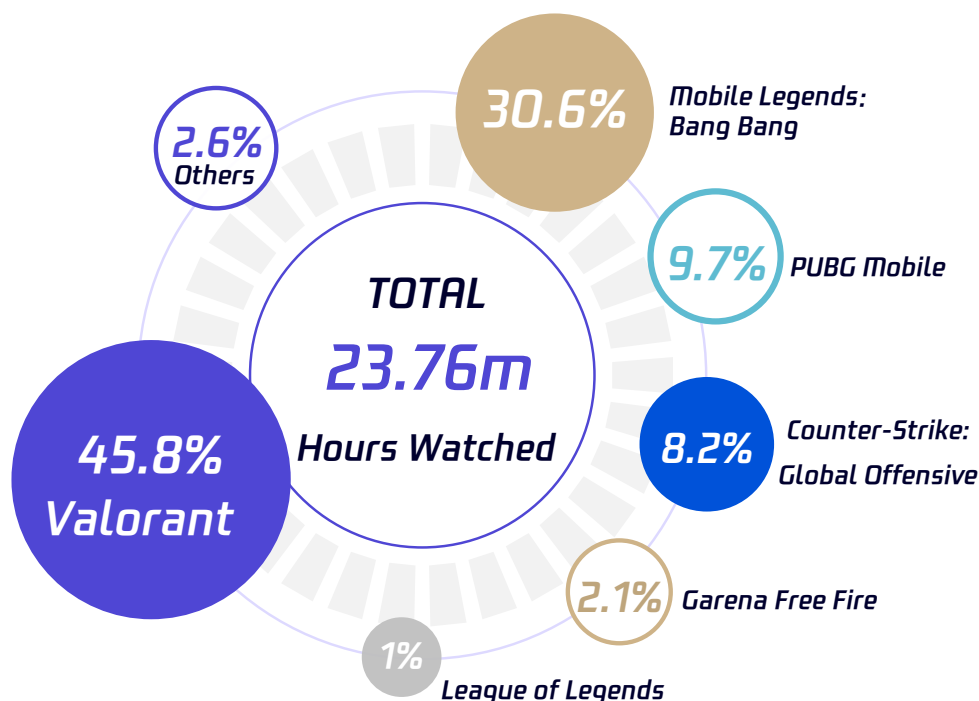


中国电竞发展起步早、竞技实力较强，在竞技氛围、市场规模、产业生态等方面保持着较大优势。全球移动电竞崛起浪潮之下，通过厂商加速全球化布局、搭建全球赛事体系、与国际电竞组织接洽合作、赛事组织机制创新等一系列方式，我国电竞出海路径正在逐步清晰。

目前，伴随版号常态化发放，腾讯、米哈游、网易、沐瞳科技等中国厂商进一步加速全球化产品和赛事布局，以PUBG Mobile、Mobile Legends: Bang Bang、Call of Duty Mobile、Arena of Valor等移动电竞项目为主的出海探索取得良好成效，构建起较为丰富的全球移动电竞赛事体系。同时，电竞行业在与国际电竞组织的接洽合作方面也更加紧密，促进中国电竞与亚洲电竞、世界电竞的接轨。

2022年全球女性电竞赛事观看时长是2021年的1.5倍

2022年女性电竞赛事观看时长的项目分布

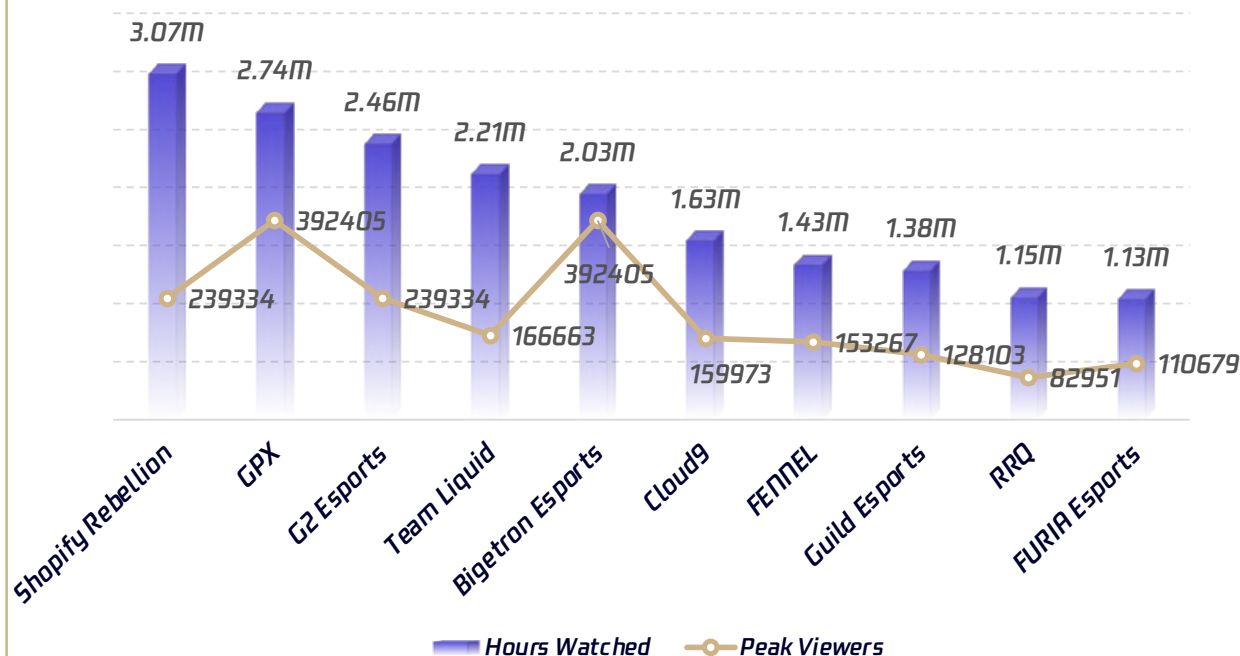


2022年，在电竞赛事官方推动下，海内外女性在电竞参与程度上得到很大提升，女性力量成为全球电竞产业发展新亮点。尤其是Valorant项目的VCT电竞赛事体系中增设Game Changes 2022，为女性电竞开辟官方赛道，这也推动了各大电竞俱乐部也开始重视女子战队的组建，加大对女性电竞的投入。中国则有2022年王者荣耀女子公开赛，数据显示参赛队伍和选手人数较2021年都增加了一倍。

Esports Charts数据显示，2022年女性电竞市场快速增长，女性电竞赛事全年产生了2376万个小时的观看时间，较2021年增长了1.5倍。其中，最受欢迎的女性电子竞技项目是Valorant、Mobile Legends: Bang Bang、PUBG Mobile和CS:GO。

女性在国际电竞舞台崭露头角，女性力量为电竞发展注入新活力

2022年最受欢迎的女性电竞战队



Esports Charts数据显示，Shopify Rebellion成为2022年最受欢迎的女性电竞战队，其参与Valorant 赛事观看时长超过300万小时。同时，女性也出现在国际性体育盛会的电竞项目上，典型如东南亚运动会设立女性和男女混合比赛，杭州亚运会电子竞技国家集训队候选队员中也有女性。

女性电竞朝着多元化、专业化方向发展。一方面，如上所述，女性电竞选手开始出现在不同类型的电竞项目和更高规格的赛事中；另一方面，女性在电竞产业中的角色越来越多元，从主播、选手拓展到团队管理、教练、运营等。与此同时，女性电竞的商业价值或将得到更深挖掘，为电竞产业发展注入新活力。

全球及主要国家电竞发展概况小结

01 全球电竞核心观众即将步入3亿大关，五大洲共同向前，先发稳健，后发迅猛。

02 以赛事内容为核心，电竞IP价值凸显，呈现形式丰富，充分向外延伸，逐步形成新的全球化交流“语言”。

03 全球范围女性赛事和观众均有显著增长，女性观众参与感增加，观赛时长全球范围提升1.5倍。

04 以杭州亚运会为契机，中国充分探索电竞的国际化发展，与全球电竞市场的交流日益频密，方式更加多元。

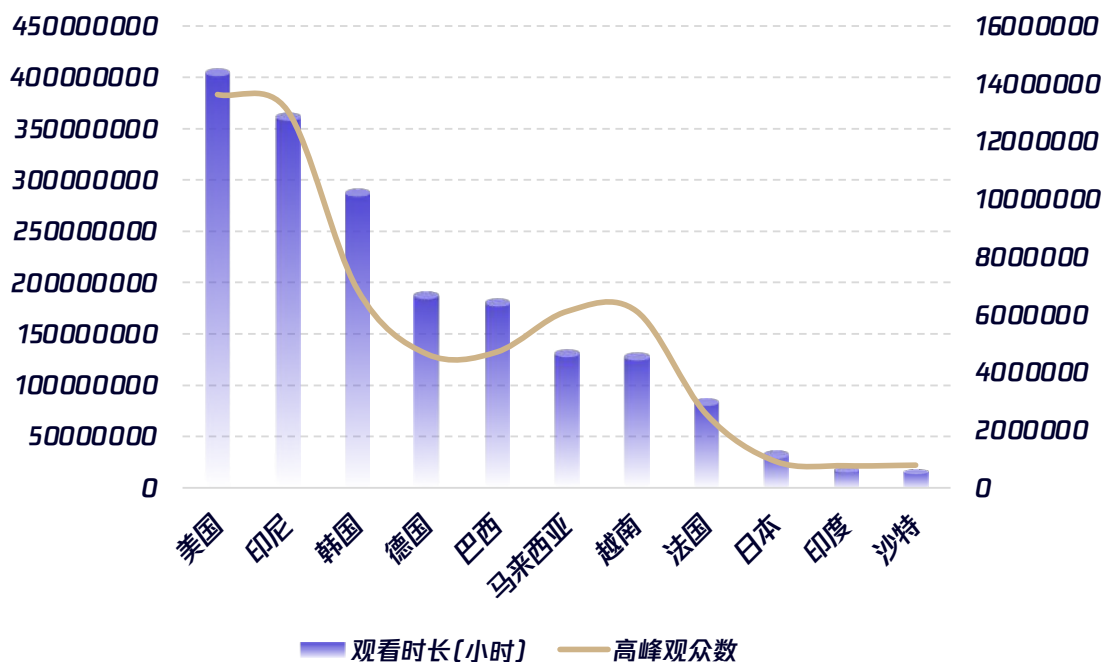
02

主要国家电竞产业洞察

- 主要国家电竞发展情况简析
- “电竞产业区域发展指数”研究背景
- 指标设计介绍和数据计算说明
- “电竞产业区域发展指数”解析

不同国家举办过的电竞赛事观看情况不一，但各国均有较好的观众基础

不同国家举办的部分电竞赛事观看情况

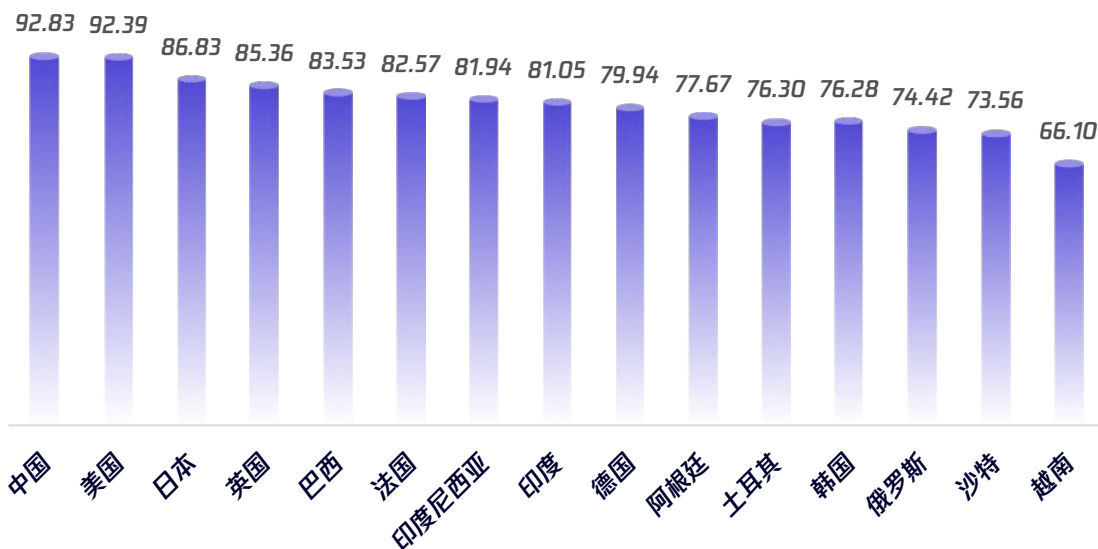


根据Esports Charts观看时长2022年TOP100、2023年1-5月TOP100中举办地为该国的赛事，获得观看时长和高峰观众数之和。

根据Esports Charts数据统计2022年观看时长TOP100、2023年1-5月观看时长TOP100的赛事，并通过人工方式确定赛事举办地后统计发现，举办地为美国的上榜赛事数量、观看时长和高峰观众数都排第一，赛事达到27个，观看时长和高峰观众数最高的赛事是英雄联盟2022全球总决赛。印尼作为东南亚最大电竞市场，共有11个赛事上榜，观看时长和高峰观众数列第二，显示出印尼电竞产业在政策支持、电竞文化普及等影响下获得高速发展。韩国作为最早将电竞职业化的国家，有9个赛事上榜，观看时长和高峰观众数位列第三，显示出在其文化立国战略整体推动下，电竞赛事也获得了较大全球影响力。

不同国家对电竞产业发展均保持较高关注，舆论利好下一步发展

不同国家电竞产业发展关注度指数



电竞国别关注度：从近一年各国媒体和网民对电子竞技相关报道出发，计算各国舆论对于电子竞技发展的关注度，得分越高则关注度越高。

具体拆解到国家层面，近一年来电竞在各国的关注度保持较高分数，得分均居于60分以上。从关注度分析，我国电竞产业关注度得分92.83，在主要国家中关注度排名第一；美国略低于中国，以92.39排名第二；日本、英国、巴西分列三四五位。

电竞产业发展在这些国家保持较高关注度，一是由于这些国家普遍电竞产业基础较好或发展十分迅速；二是举办类似于亚运会这样具有国际影响力的体育大赛的助推；三是各国政府普遍加大对游戏电竞的重视程度，带动舆论关注。与此同时，土耳其、俄罗斯、沙特等关注度靠后的国家，也正在国际性赛事的举办方面“奋起直追”，如沙特连续举办Gamer8，俄罗斯2024年将举办“未来运动会”等，或进一步带动该国电竞产业发展关注度。

各国和地区政府加大对电竞产业的重视和支持程度

部分国家和地区支持电竞发展相关表态和政策

中国	电子竞技获准列为杭州亚运会正式比赛项目	电子竞技首次获准列为杭州2022年第19届亚运会正式比赛项目，比赛共确定7个项目，分别为英雄联盟、王者荣耀〔亚运版本〕、和平精英〔亚运版本〕、刀塔、梦三国2、街霸5、FIFAOnline4。
欧洲	通过“游戏法案”	2022年11月，欧洲议会正式通过了首项电子游戏相关决议，呼吁制定长期发展战略，挖掘电子游戏背后的经济、科技、文化和教育价值。决议提出游戏电竞38条政策方针，从电竞研究、IP保护、电竞比赛公平性等方面加强支持。
德国	将游戏业补贴资金增至7000万欧元	2022年11月，德国联邦议会批准了对游戏业增加拨款的决定，将对游戏行业的国家预算增加到了7000万欧元。
沙特	发起国家电子竞技游戏战略	2022年9月由沙特王储发起，旨在到2030 年使沙特成为该领域的全球中心，将通过举办电竞活动、企业孵化、教育、制定激励等86项举措来实施这一战略。
巴西	通过新法案设立电子游戏法律框架	2022年11月设立，新法案计划采取一系列措施刺激国内电子游戏产业的发展，其中包括税收优惠政策、提高计算机产品竞争力以及吸引更多行业投资，目的是推动巴西游戏产业发展。
法国	高度重视电竞产业发展	2022年法国总统马克龙竞选期间就表达对电竞产业发展的重视与支持，并接见电竞从业者与媒体，提出希望在2024年巴黎奥运会期间引进一系列顶级赛事，完善当地电竞产业生态的一揽子计划。
俄罗斯	2024年举办“未来运动会”	2022年12月，俄罗斯明确将于2024年举办“未来运动会”，该国际赛事有16个混合项目，每个项目将传统体育和电子竞技或VR/AR技术结合起来。今年3月，我国与俄罗斯发表的《关于深化新时代全面战略合作伙伴关系的联合声明》中提到，中方支持俄方2024年在俄罗斯喀山举办国际电子竞技赛事“未来运动会”。
韩国	韩国K内容出口战略	2023年2月发布，战略的关键目标是在2027年实现K内容出口额达250亿美元。为此，采取一系列扶持措施，游戏是重点扶持对象，如重点支持韩国国产主机游戏、设立“Game Plus”专项资金等。
越南	主办第31届东南亚运动会	越南于2022年主办包含8个男女电子竞技比赛项目的东南亚运动会。同时，电竞被越南文化体育旅游部列为第52项体育项目，相应政策也适用于电子竞技运动员。
瑞典	承认电竞是体育项目	2023年5月媒体报道，瑞典电竞协会成为瑞典国家体育协会的新成员，自此电竞项目成为瑞典的正式体育项目。
印度	承认电竞为体育赛事	2022年12月媒体报道，印度政府正式承认电子竞技为“综合体育赛事”的一部分，由印度青年事务与体育部下属的体育司负责。

“电竞产业区域发展指数” 研究背景简介

研究目的：

近年来中国电竞快速发展，已是全球电竞产业最大市场。随着今年杭州亚运会的举办，中国电竞在全球的舆论影响力和产业影响力或进一步提升。然而，当前全球不同国家之间电竞产业发展程度不一，如果要全面客观评价一国电竞产业发展情况，往往无法通过简单的营收、核心观众数等指标数据单一进行，需要从多维度进行科学评估。在此背景下，为更全面、客观呈现全球不同区域或国家电竞产业发展情况，综合分析中国电竞对比其他区域的优势和不足，对我国电竞产业下一步发展具有重要意义。

研究方法：

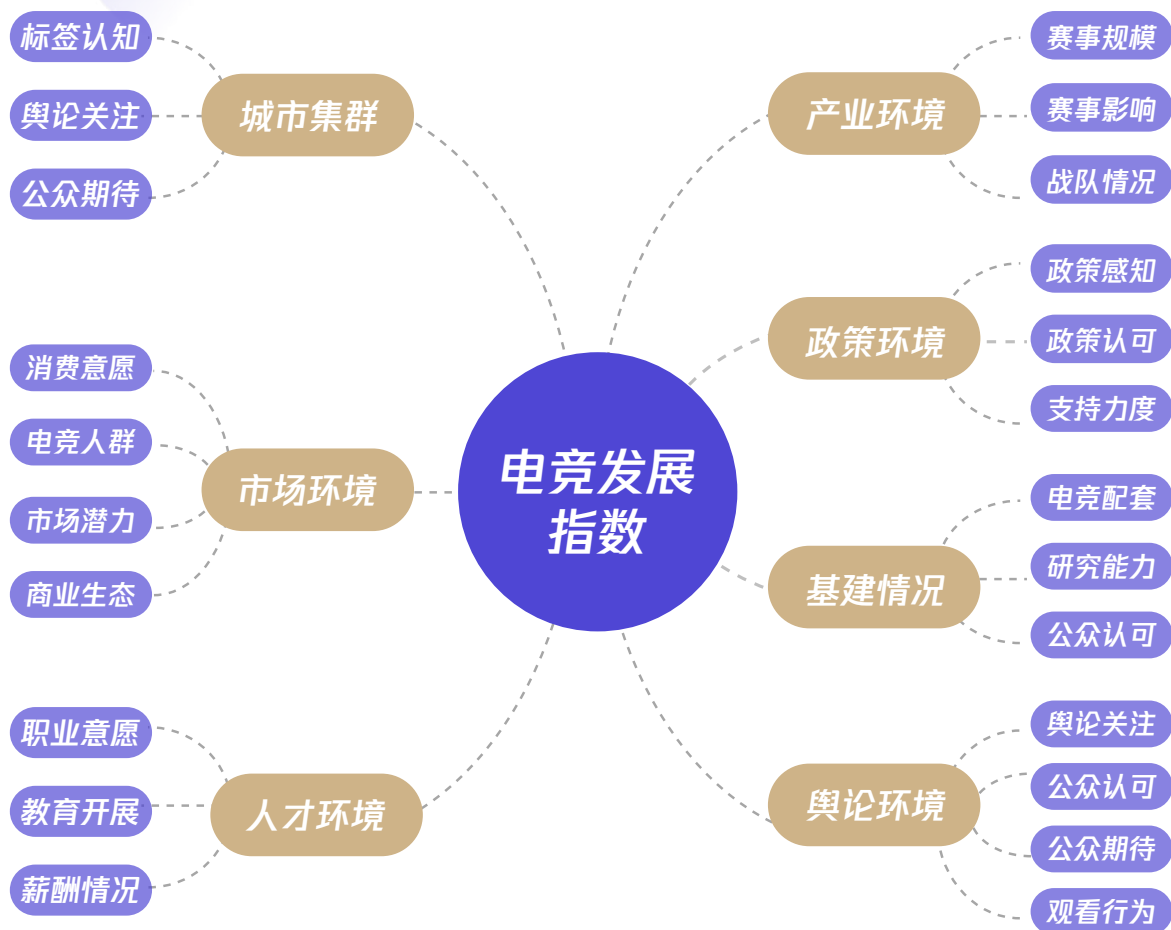
立足于国内外电竞相关研究成果和产业发展特征，本报告设计“电竞产业区域发展指数”指标体系，采用问卷调研、舆情数据、专家评分、行业数据进行综合计算，对一国或某一区域电竞发展情况进行统一百分制度量化评估。在指标设计、问卷设计、数据获取、计算方式等方面，尽可能保障计算结果的科学性。

研究对象：

综合考量全球不同区域、电竞产业发展处于不同水平、国内人口规模、政府重视程度等因素，选取的不同区域或国家，主要包含电竞产业高度成熟、电竞产业发展较为迅速的两类。本次研究的主要研究对象为9个国家：中国、美国、韩国、巴西、越南、法国、日本、印度、沙特。

***问卷回收情况、舆情数据和行业数据在“分析材料及研究支持”部分已有说明。**

指标设计： 7个一级指标， 23个二级指标



结合电竞产业发展特征，并与电竞研究专家、调研机构、业内人士深度访谈交流，综合考虑数据的可得性、科学性等因素，设计两级指标体系，用于评价不同区域的电竞发展情况。

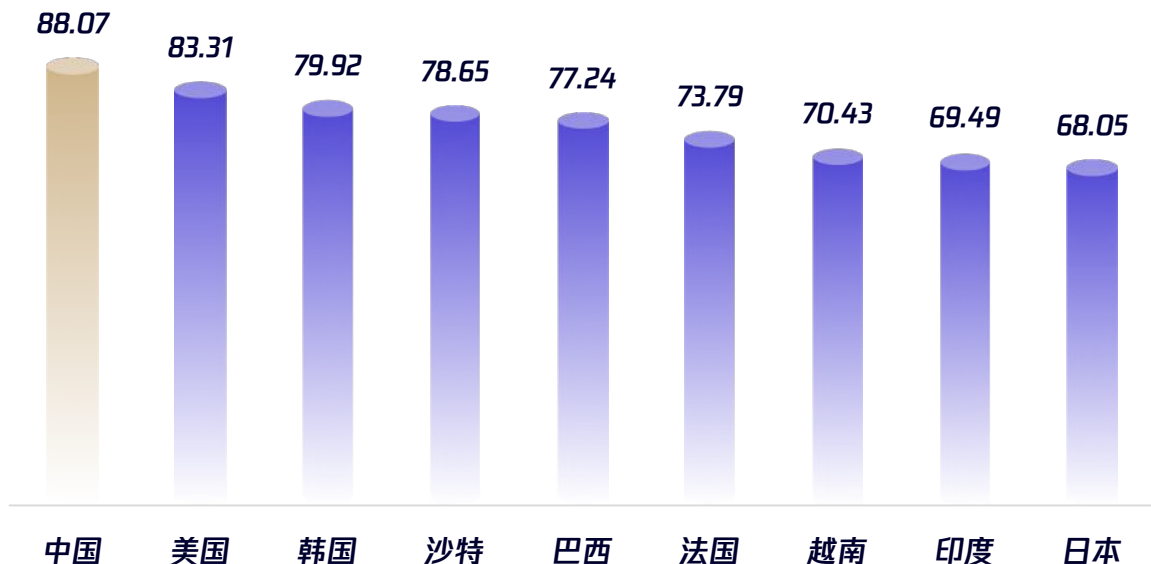
指标体系包含产业环境、政策环境、基建情况、舆论环境、人才环境、市场环境、城市集群7个一级指标，下设23个二级指标。不同二级指标采用数据源或有差异，但总体由海内外问卷调研、舆情数据、专家评估、行业数据四类构成。不同指标权重设计，由来自国际组织、主管部门、行业协会、厂商、俱乐部等9个不同领域的25位电竞领域专家，依据对各评价维度重要性打分，结合CRITIC客观权重法综合计算。

数据说明和权重设计

一级指标〔权重〕	二级指标	数据说明	数据来源
产业环境 27.6%	赛事规模 赛事影响 战队情况	该国或区域主要电竞赛事观看时长、高峰观众数情况 该国或区域主要电竞赛事网络关注度 具有一定影响力的战队〔电竞俱乐部〕网络关注度	Esports Charts 网络舆情数据 网络舆情数据
政策环境 16.8%	政策感知 政策认可 支持力度	公众对本国或区域支持电竞或游戏产业发展政策的了解程度 公众对本国或区域支持电竞或游戏产业发展政策效果的综合评价 专家根据该国或区域政策层级、涉及事项、扶持金额等综合判定	海内外调研 海内外调研 专家打分
基建情况 10.8%	电竞配套 研究能力 公众认可	专家根据该国或区域电竞设施建设客观资料综合判定 专家根据该国或区域电竞相关学术研究情况综合判定 公众对本国或区域电竞配套设施建设的评价	专家打分 专家打分 海内外调研
舆论环境 9.6%	舆论关注 公众认可 公众期待 观看行为	电竞产业在本国或区域的舆论关注度 公众对本国或区域电竞产业发展的评价 公众对本国或区域电竞产业发展的期待 该国或区域电竞人群的观看频率、时长综合计算	网络舆情数据 海内外调研 海内外调研 海内外调研
人才环境 10.9%	职业意愿 教育开展 薪酬情况	公众对从事电竞职业的意愿情况 专家根据不同国家或区域电竞教育开展情况，如教育资源、学科建设、招生人数等综合判定 专家根据不同国家或区域的电竞行业薪酬情况，如对应招聘岗位的薪资高低综合判定	海内外调研 专家打分 专家打分
市场环境 15.8%	消费意愿 电竞人群 市场潜力 商业生态	公众在电竞方面消费预算 电竞人群在本国或区域总人口中占比 热门电竞游戏或具有发展电竞项目潜力在本国或区域的用户规模情况 专家根据不同国家或区域电竞商业生态情况综合判定	海内外调研 海内外调研 App Annie 专家打分
城市群 8.5%	标签认知 舆论关注 公众期待	公众对本国或区域具有“电竞”的标签认知城市的数量 该国或区域主要城市与电竞关联讨论的舆论传播量 公众对本国或区域具有“电竞”标签认知的城市的电竞发展潜力的期待	海内外调研 网络舆情数据 海内外调研

中国电子竞技产业综合排名第一， 中国电竞经验国际影响力逐步提升

“电竞产业区域发展指数”综合排名



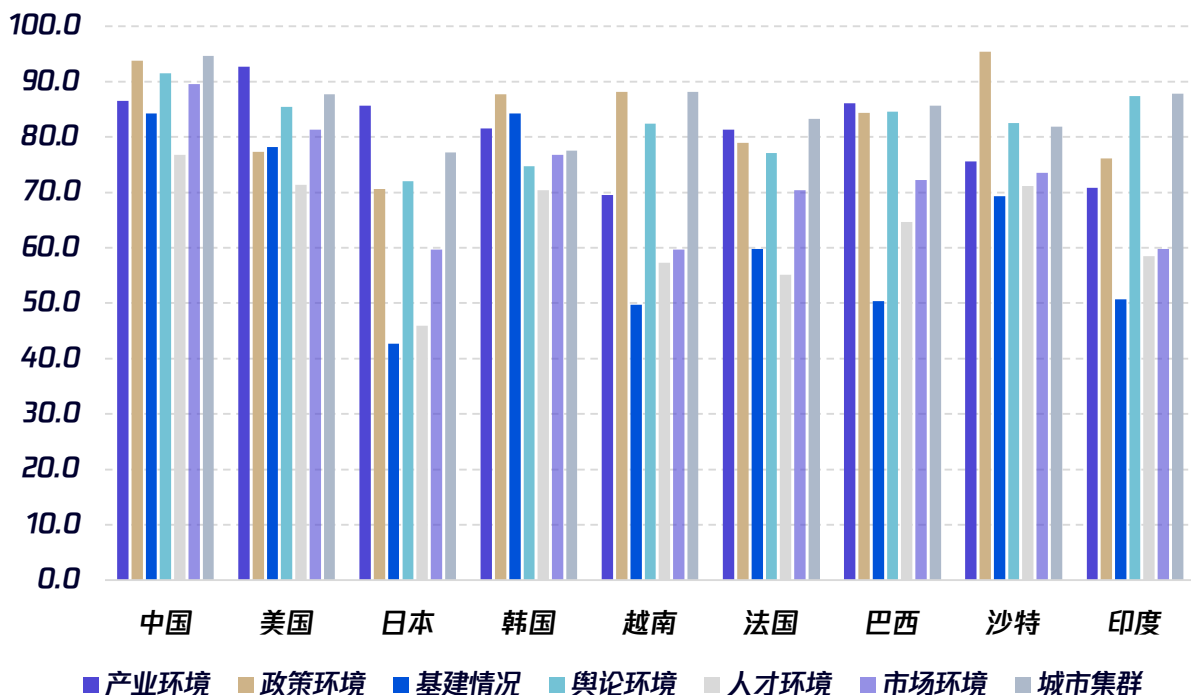
“电竞产业区域发展指数”显示，综合9个重点研究国家和地区电竞产业评估情况，中国综合排名第一。中国电竞产业经历2017年至2022年的快速发展期，中国电竞用户增长进入平缓阶段，商业模式在探索中不断完善。在规范化、专业化的基础上，中国电竞或将进入“后亚运”新一轮产业爆发阶段，并积极与全球交流中国电竞经验。

美国在排名中位列第二，本身在电子科技上得天独厚的优势，也帮助美国孕育出了世界最顶级的一批游戏厂商，造就优势产业环境。韩国排名第三，是全球电竞产业领先者，选手实力强劲，一度是电竞霸主代名词。

另外，我们也看到沙特、巴西的电竞产业的崛起，成为全球电竞新的增长极。

中国城市集群发展效应突出， 沙特国家政策支持感知全球领先

电竞产业区域发展指数-一级指标分析



具体拆分至七个一级指标分析，中国在多个细分维度上处于全球领先地位，例如基建情况、市场环境，特别是城市集群效应，早在2017年前就开始试水的主客场模式，以及地方政策、企业支持，帮助国内众多城市孕育本土化战队，地域集群多点开花，形成极具中国特色的电竞城市集群发展效应。

值得一提的是，沙特政策支持排名第一。近两年，沙特政界和资本在电竞领域进行了大量的投资与扩张，将电子竞技发展纳入国家战略，提出“2030愿景”目标，推动沙特到2030年时成为游戏与电子竞技行业的全球枢纽。

主要国家电竞产业洞察小结

01 “电竞产业区域发展指数”面世，涉及市场环境、人才环境、产业环境、政策环境、舆论环境、基建情况和城市集群七个关键维度，中国综合排名第一。

02 在调研的九个主要国家里面，中、美、韩仍旧领跑全球电竞发展，沙特和巴西已经跃居其后，成为全球电竞新的增长极。法国和越南均有不俗潜力。

03 全球加码电子竞技发展，新政策不断出台，各国民众关注度均在高位。

04 各国政府均对电竞有所支持和引导，产业、舆论和市场环境已然趋于成熟，基建、人才和城市集群效应成为拉开差距的关键因素。

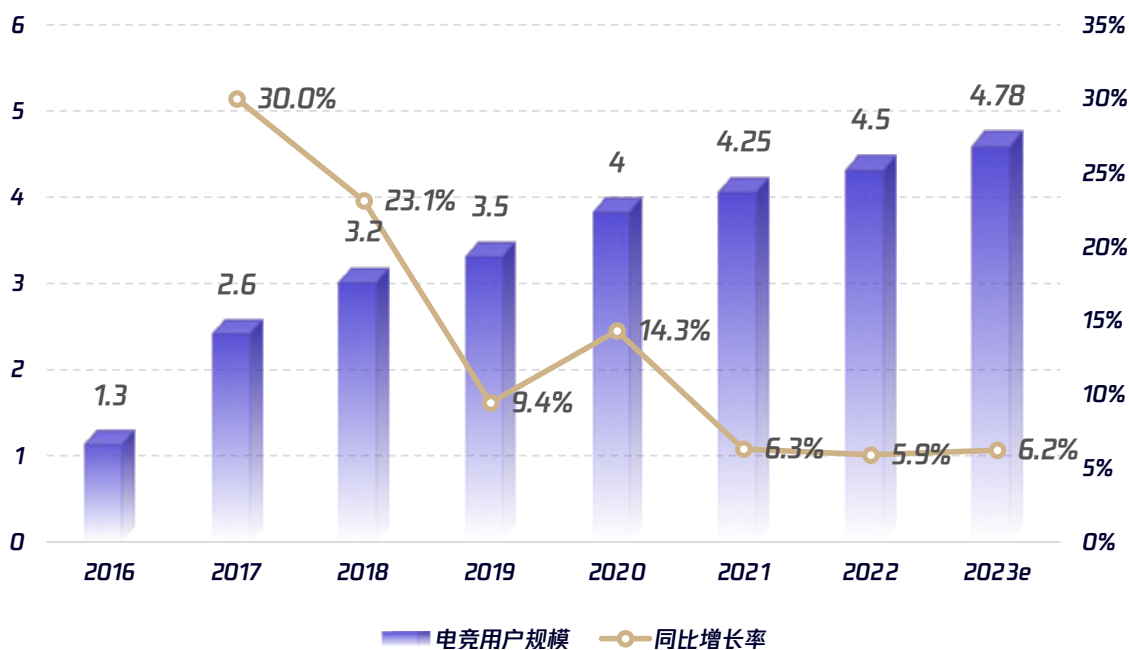
03

中国电竞发展及用户特征

- 中国电竞产业用户规模和特征
- 电竞用户观赛情况与驱动因素
- 电竞行业网络关注与情绪走势
- “电竞入亚”推升网民信心与期待
- 城市电竞融合发展持续被看好

中国电竞用户增速趋于稳定， 2023年预计将达到4.78亿用户

2016-2023年中国电竞用户规模（亿）



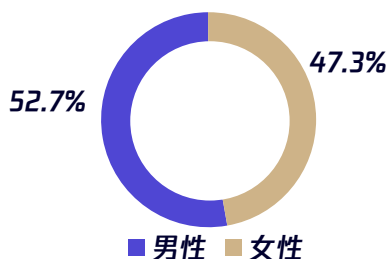
观看过电竞内容，包括赛事直播、录播，以及花絮剪辑等创作内容，是Newzoo定义的电竞观众的更广泛延展。

中国电竞产业发展步入成熟平稳期，近两年来电竞用户同比增长率稳定在6%左右。但今年杭州亚运会的举办，或促使电竞进一步“破圈”，吸引更多公众的参与，2023年中国电竞用户预计将达到4.78亿。

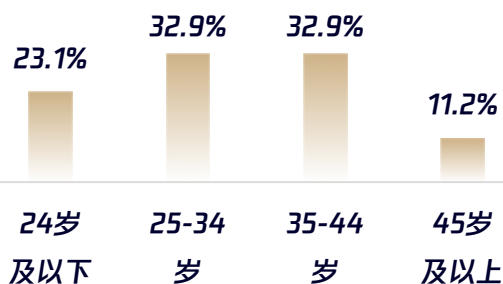
面临更成熟稳健的电竞市场，电竞产业进一步发展的破题在于实现高质量发展。如何才能更好创新发展、精细化运营，为海内外市场提供更好产品和服务，满足不同国家和地区的市场需求，进而留存老用户、吸引新用户，是电竞企业需要思考的命题。

电竞用户中女性占比接近五成，青年群体是主力军

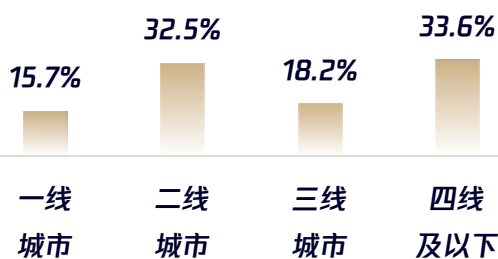
男性为主
女性占比接近五成



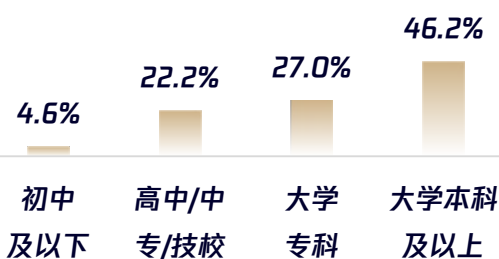
25-44岁群体基础庞大
45岁以上骤减



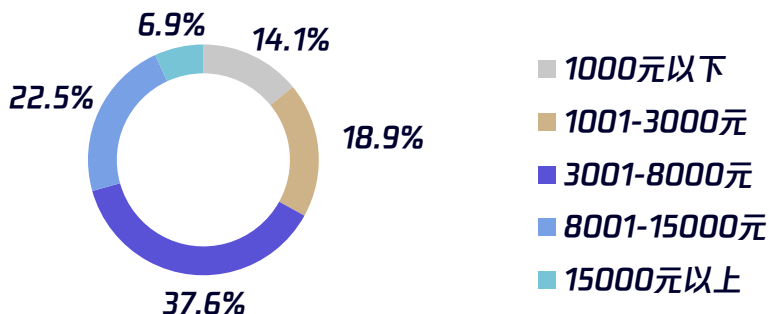
四线及以下占比33.6%
下沉市场空间广阔



大学本科及以上学历占比46.2%
电竞用户学历整体偏高



个人月收入集中在3001-8000元区间



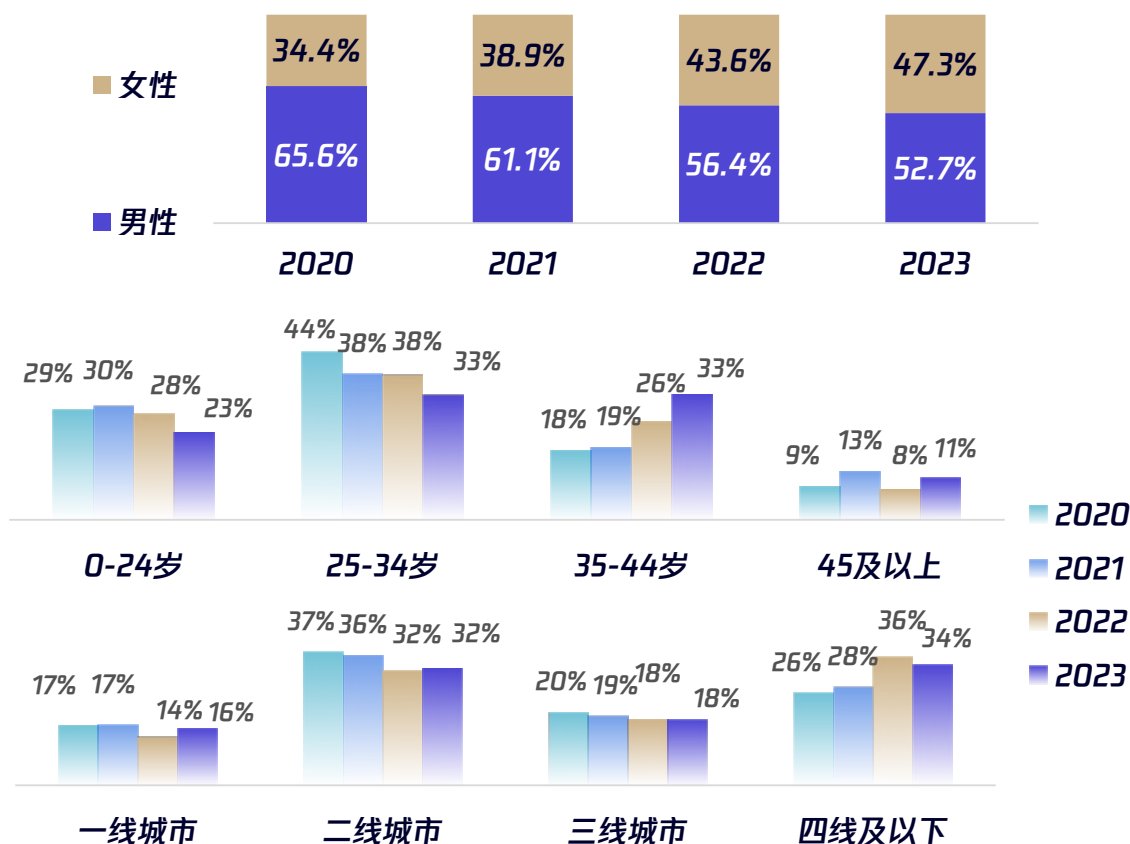
数据来源：企鹅有调根据CNNIC网民用户画像、用户调研数据综合测算。

本文用户画像是指对用户特征的比例归纳，并未追溯到个体用户数据，相关分析和统计未涉及用户隐私。

城市分级采用的是《第一财经周刊》最新公布的城市分级标准。

女性电竞用户比例提升，电竞持续“破圈”向大众化靠拢

中国电竞用户画像变化（2020-2023）

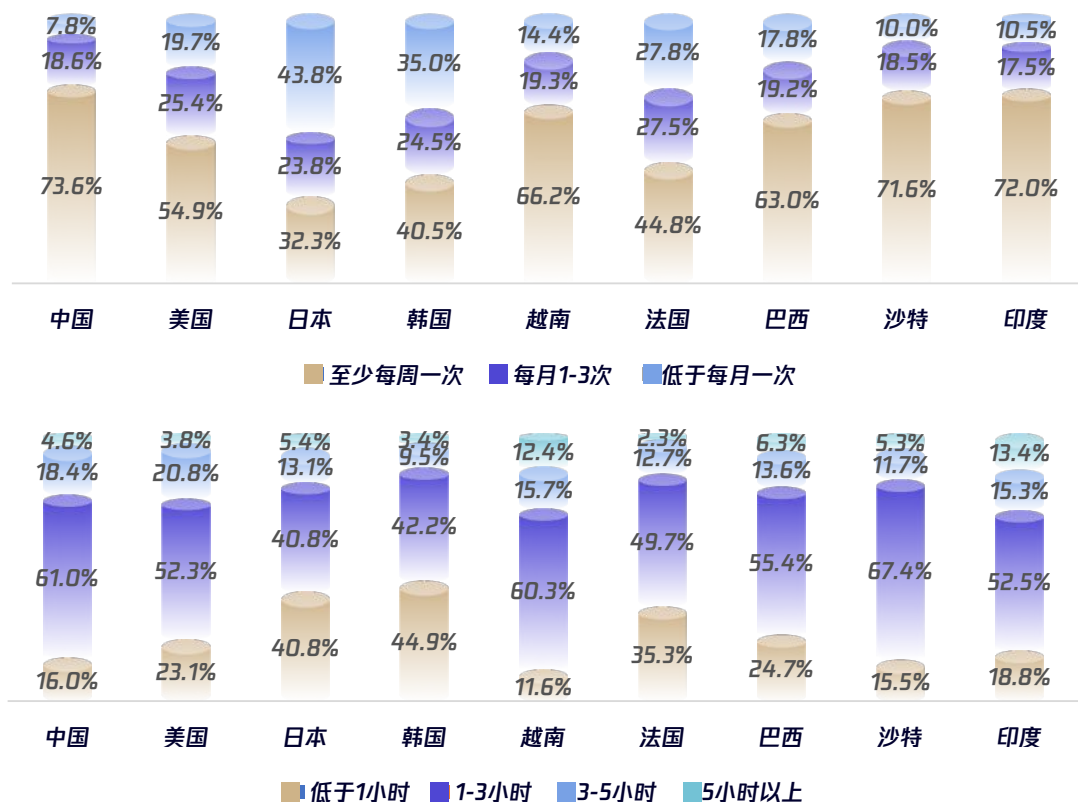


企鹅有调连续对中国电竞用户画像进行追踪，从近四年数据变化观察到电竞用户迁移动态特征：电竞用户中35-44岁“偏年长”群体占比提升，女性占比逐年递增，已经接近五成。

女性用户增加，说明电竞“破圈”和企业加大在女性电竞上的投入，切中舆论对女性社会角色认知改变的社会情绪，成功吸引了女性用户的兴趣。整体来看，中国电竞用户的构成由小众圈层拓展到大众普及，更加接近网民自然分布特征，对女性、年长群体的需求挖掘，或为产业发展带来新增长点。

超七成中国电竞用户每周至少观赛1次，发展中国家频率和时长高于发达国家

各国电竞用户观赛频率与每周时长

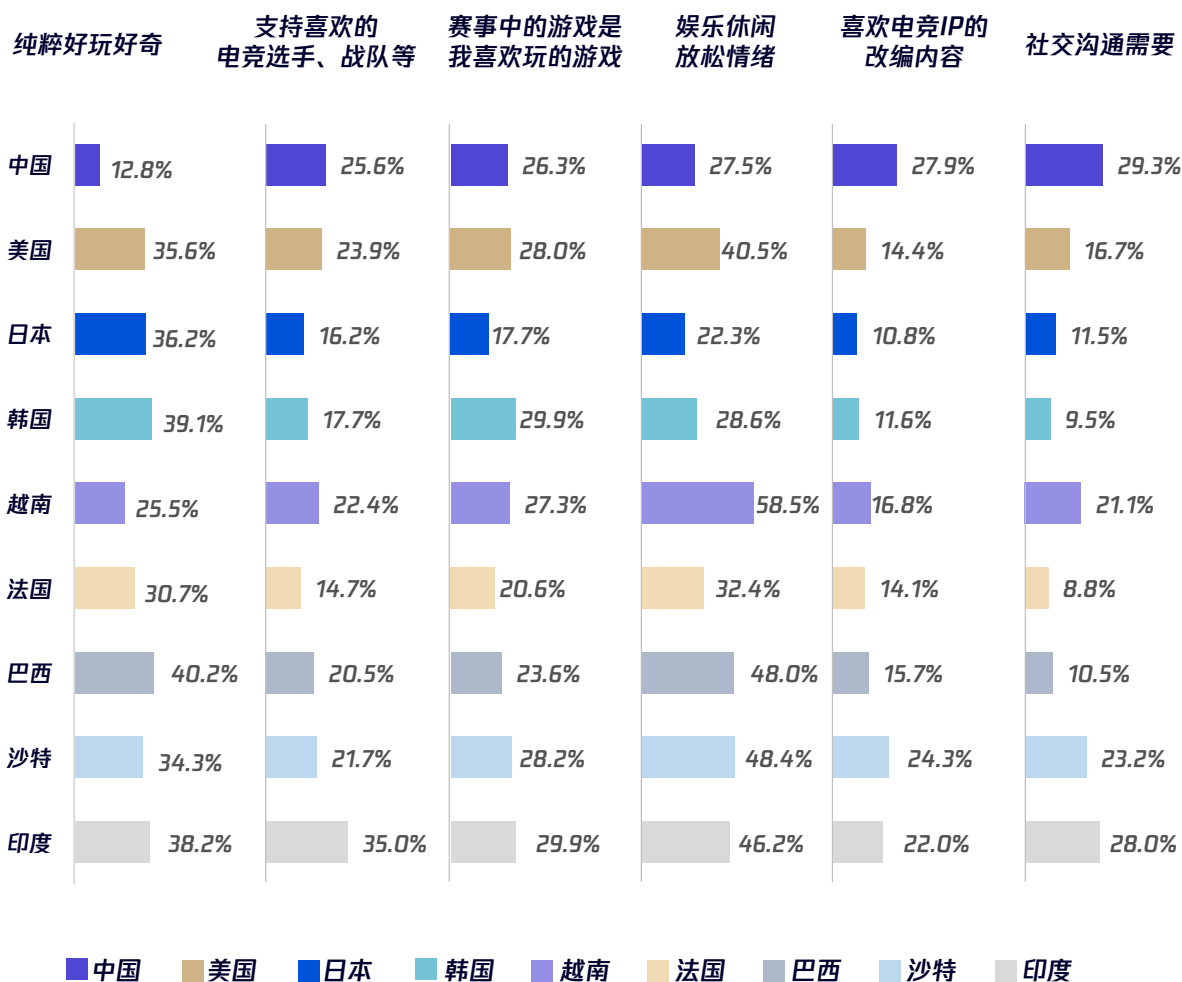


观赛频率和时长可以说明该国电竞用户渗透率和粘性，进而帮助分析市场潜力情况。调研数据显示，73.6%的中国电竞用户每周至少看1次电竞赛事，同比2022年调研结果上涨7.2个百分点，比例超过其他国家。同时，84%的中国电竞用户每周观赛超过1小时，说明观赛是电竞青年日常生活中重要的娱乐项目。

从不同国家情况分析，中国、沙特、越南、巴西、印度的电竞用户观赛频率和时长显著高于发达国家，凸显电竞在发展中国家具有更好的用户基础，电竞新兴市场更具发展潜力。

中国电竞用户观赛社交驱动强，他国电竞用户则更受情绪驱动

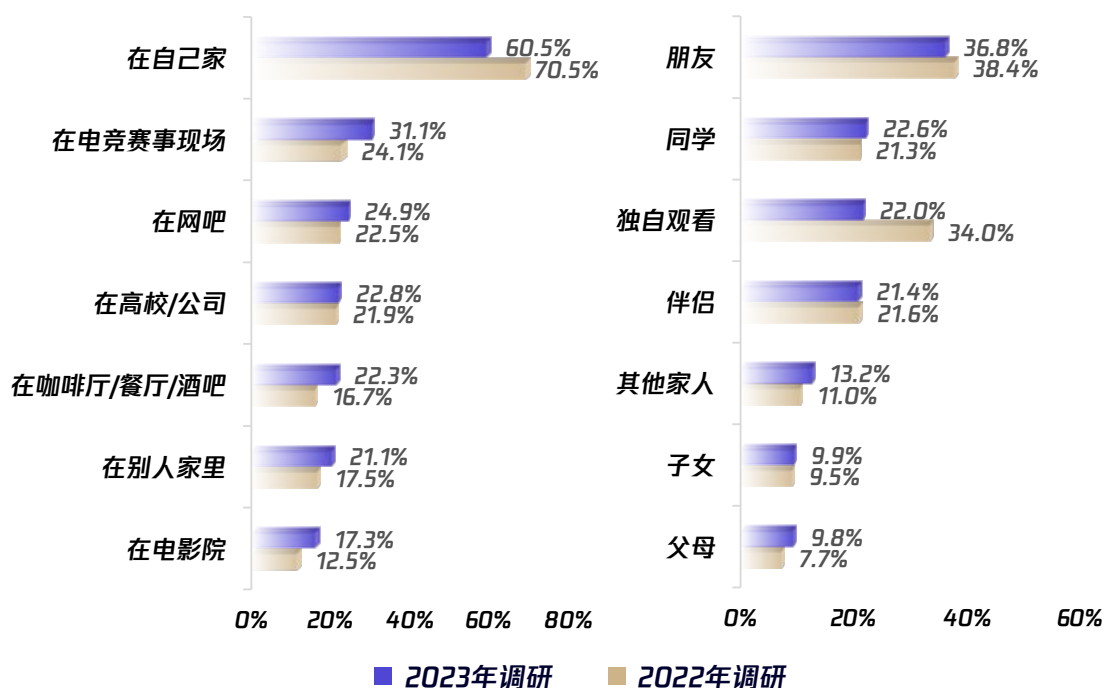
各国电竞用户观赛驱动因素



各国电竞用户观赛动机中，娱乐休闲、好奇好玩的情绪放松都是主要因素。对比他国，中国电竞用户观赛驱动因素较为均衡，显著的不同是更受社交沟通、喜欢电竞IP改编内容的驱动，也说明我国电竞文化生态更为多元和繁荣，受用户的喜爱。

线下赛事复苏带动电竞用户走出家门，与他人等共享电竞乐趣

中国电竞用户观看电竞赛事的地点与对象偏好

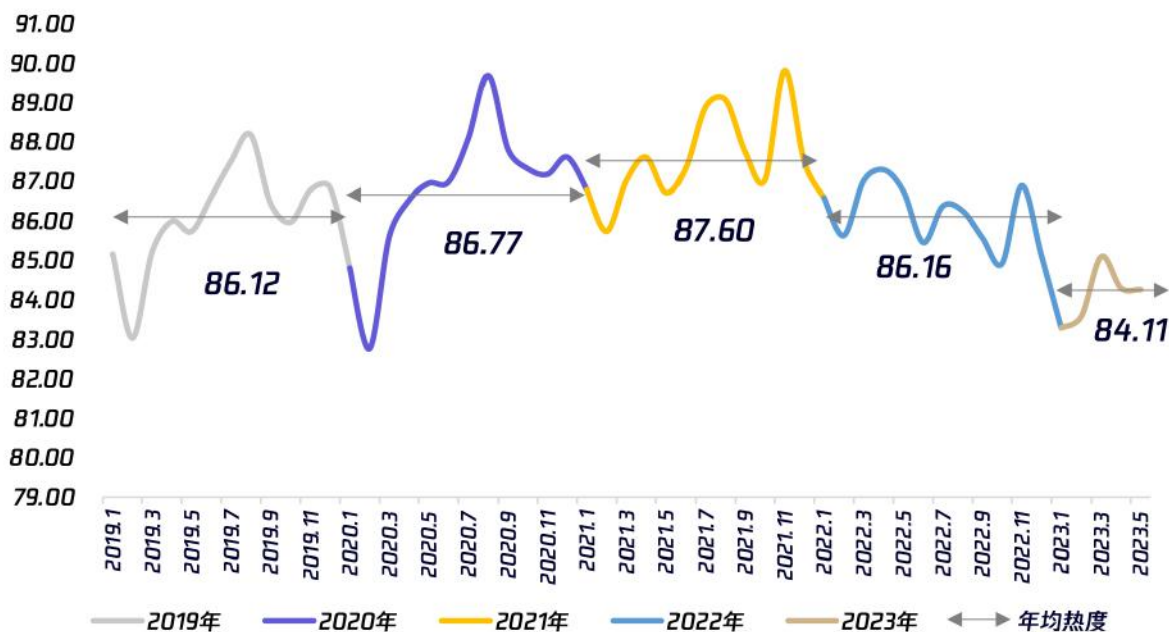


疫情政策变化带来线下赛事举办和观赛的复苏，也影响用户的观赛情况。调研数据显示，虽然“在自己家”看电竞比赛仍是主流，但对比一年前，电竞用户开始更多走出家门进行观赛，各观赛地点选项中，仅有“在自己家”的比例下降，电竞赛事现场、网吧、高校或公司等比例都有不同程度的增加。

与此同时，与他人共享电竞乐趣，共同观赛趋势更为明显。“独自观看”占比从2022年的34%，下降至当前的22%，选择和朋友、同学、伴侣一起观看成为更多人的选择。这也与上一页中，中国电竞用户受“社交沟通需要”驱动较多的结论交叉印证，电竞作“社交货币”属性更为明显。

电竞行业网络关注度预计将随杭州亚运会举行和赛事复苏回升

2019-2023年5月电竞行业网络关注度变化



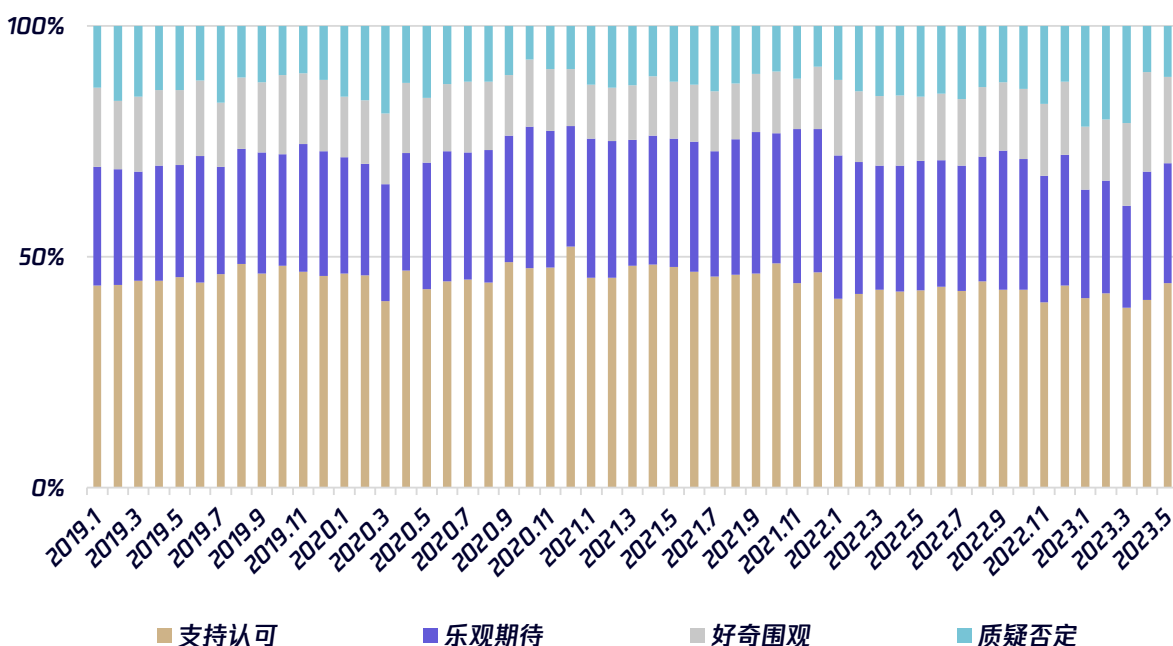
数据来源：网络公开数据统计。该数据基于微博、新闻、跟帖等公开场景信息，通过算法模型计算出社会关注热度变化。

2019年至2021年，电竞行业网络关注度呈现波动式上升趋势。但2022至2023年5月，关注度呈现下降趋势。预计下半年杭州亚运会的举办，将带动电竞行业网络关注度达到一个高峰。

2022年以来电竞行业网络关注度暂时走低，主要受疫情影响下电竞赛事举办数量减少、杭州亚运会推迟举办，中国电竞战队在热门项目赛事表现一般等综合影响。且2023年上半年线下文娱活动复苏，分走电竞用户线上注意力和时间，预计网络关注度随杭州亚运会的举办和电竞赛事复苏回升。

2022年网民对电竞产业发展的正面情绪微跌，近三个月呈回升态势

2019-2023年5月全网对电竞行业的态度变化



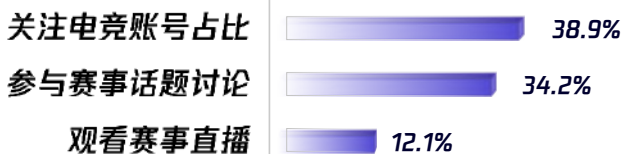
数据来源：网络公开数据统计。该数据基于微博、新闻、跟帖等公开场景网民评论文本，通过算法模型计算出网民不同情绪态度变化。

2019年至2021年，网民对电竞产业的正面情绪持续增加，但2022年至2023年，正面情绪在波动中有所降低，质疑否定等负面情绪小幅增加。负面情绪的增加，仍然受全球经济下行、赛事数量减少、中国电竞战队世界赛事成绩不佳、电竞酒店未保工作不到位等因素综合影响。

值得注意的是，最近三个月〔3-5月〕网民正面情绪呈现显著回升趋势，支持认可、乐观期待情绪都在上涨。总体来看，支持认可、乐观期待等正向情绪仍是主流，5月正面情绪占比约70%，也体现出杭州亚运会即将举办、电竞赛事呈现复苏态势等影响下，舆论对电竞健康繁荣发展仍保持着较高期待。

微博作为社交媒体平台 赋能电竞赛事影响力传播 越来越多泛兴趣用户关注电竞

2022年微博平台用户对电竞内容的消费需求



2022年微博平台电竞用户的内容需求

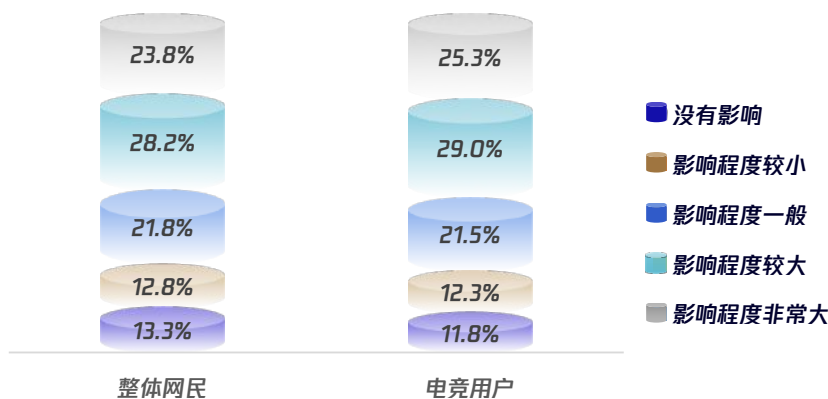


2022年微博泛电竞兴趣用户共计1.21亿，约占微博全站用户20%，以年轻群体为主，约六成为高线城市、高学历人群；其中，对赛事有持续关注度的重度用户达到一半。从全站用户对电竞内容的消费需求程度来看，关注电竞相关账号的人群占比达39%，参与话题讨论占比34%，观看赛事直播占比12%，整体粘性较强。

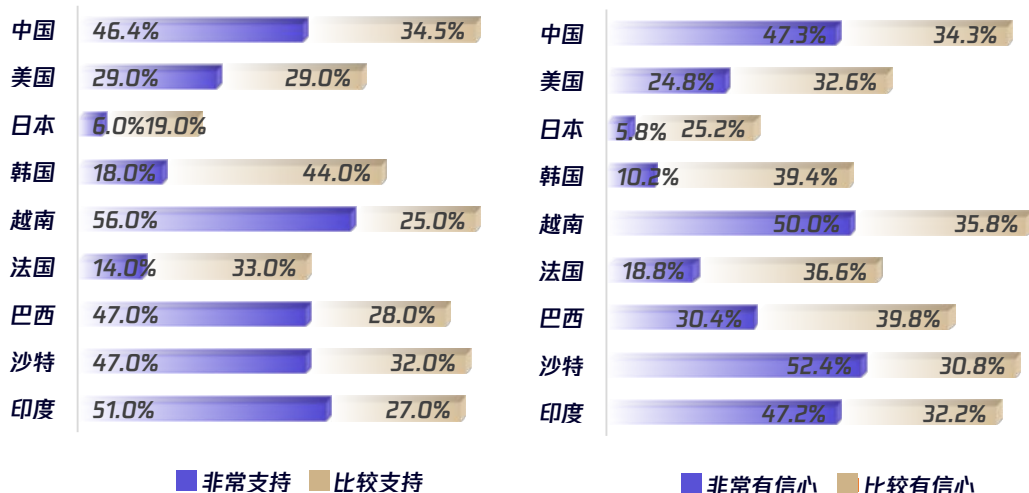
微博所构建的完整电竞生态体系，覆盖国内外主流电竞赛事IP及相关俱乐部、选手和解说，在电竞内容的传播推广上起到了至关重要的作用。从内容需求方面来看，超95%的电竞兴趣用户参与赛事话题讨论，超七成电竞兴趣用户对选手及战队资讯有较高关注度，与赛事直播观看需求度基本追平；同时，电竞衍生类视频内容播放量较21年增长25%，用户对电竞衍生类内容关注度正逐步提升。

出征亚运电竞项目提升民族自豪，中国网民高度支持电竞发展且信心充足

出征亚运电竞项目对中国网民民族自豪的影响判断



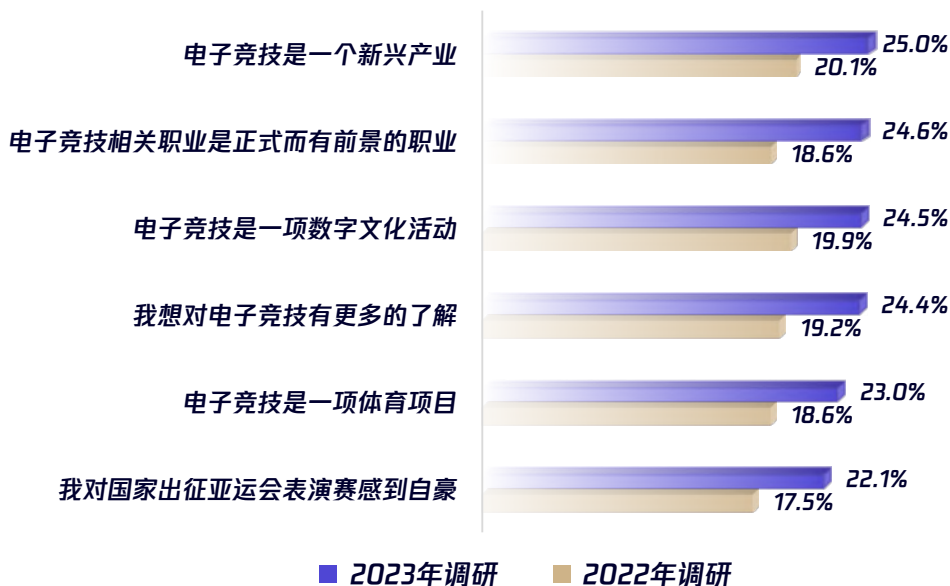
不同国家网民对本国电竞的态度和信心



调研数据显示，国家队出征杭州亚运会电竞项目，对86.7%中国网民的民族自豪有不同程度的提升作用。其中认为“影响程度非常大”或“影响程度较大”的网民占比52%，且电竞用户的影响程度较整体网民更高。与此同时，对比发达国家，发展中国家网民的对电竞的支持和信心都显著更高。其中，超八成中国网民对电竞产业发展持“非常支持”“比较支持”态度，表现出充分的信心。

“电竞入亚”持续正面影响公众对电竞产业的多元认知

“电竞入亚”后，网民对电竞看法改变



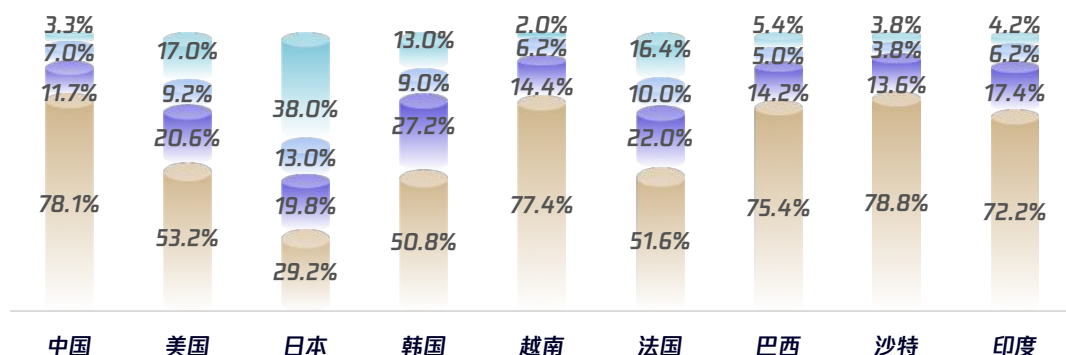
本题为选择“知道‘电竞入亚’之前不同意，知道‘电竞入亚’之后同意”的网民比例

“电竞入亚”持续在公众认知层面产生正向影响，潜移默化让公众更全面客观看待电竞产业的价值。对比2022年调研数据，2023年有更多网民在知晓电竞被列入杭州亚运会正式比赛后，对电竞的各方面态度发生了根本性转变，从“不认同”转变为“认同”。

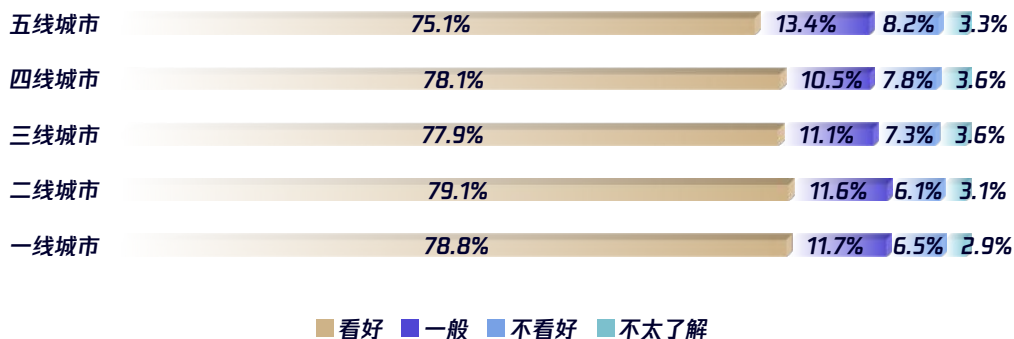
当前，电竞项目在版本适配、技术保障以及队伍赛训等方面，为杭州亚运会的召开做最后准备。公众对电竞更全面客观的认知，为杭州亚运会的顺利举办营造良好的舆论氛围，也为接下来赛事中体育精神展现、共同的国民记忆塑造，铺垫了共识和情感基础。

近八成中国网民看好城市联动电竞发展，社会共识形成提振发展信心

不同国家网民对城市联动电竞发展的看好程度



不同城市中国网民对城市联动电竞发展看好程度



发展中国家网民更看好城市联动电竞发展：沙特和中国网民“看好”占比更高，分别为78.8%、78.1%；越南、巴西和印度的网民也较为看好，占比均超过七成。相比之下，美国、韩国、法国、日本对城市联动电竞发展的看法相对较为保守，比例较低。

从中国情况来看，不同层级城市的网民选择“非常看好”和“比较看好”的比例均超过75%，各选项没有显著差异。这说明城市联动电竞发展，在文旅、消费、就业、城市品牌等多方面的放大效应，已得到网民充分的认知和认可，城市联动电竞发展具有良好的舆论基础，也提振产业发展的信心。

中国电竞发展及用户特征小结

01 中国电竞用户画像，高学历比例远高于全国人口学历结构。女性用户逐年迅速增加，已接近五成；35岁至44岁的中年电竞人群首次超过三成。

02 2021年电竞入亚后，公众对电竞认知改变明显，正面认知全面提升；支持电竞发展且信心充足成为网民共识。

03 随着亚运会临近，借助电竞项目国家集训队积极筹备的影响力提升，全网电竞热度回暖，积极情绪上扬。

04 以城市为单元与电竞联动逐渐成为趋势，不同城市纷纷发布和刷新电竞政策，加速本地电竞产业生态建设。

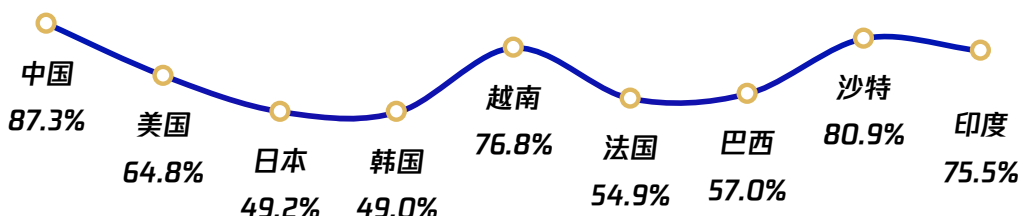
04

“电竞+”融合发展迸发新活力

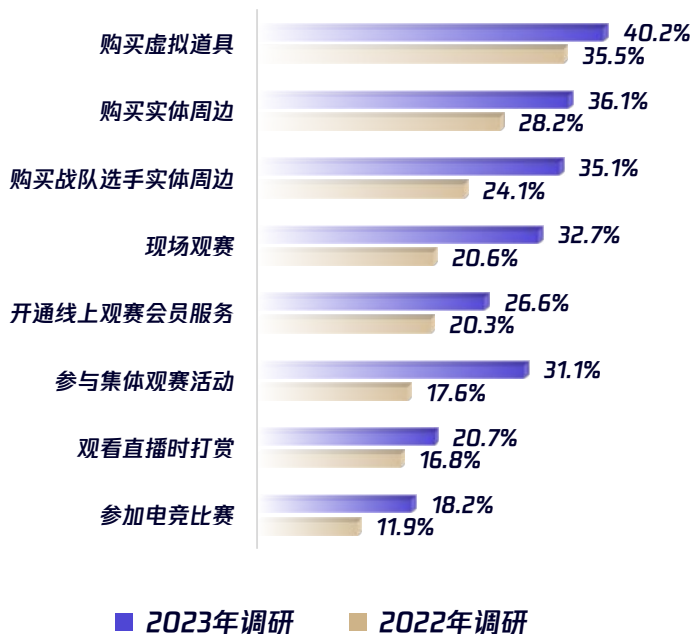
- 电竞用户消费习惯与消费动机
- 中国“电竞+”融合发展公众感知
- 中国电竞用户消费图景分析

中国电竞用户为电竞付费人数占比、消费金额均同比上升

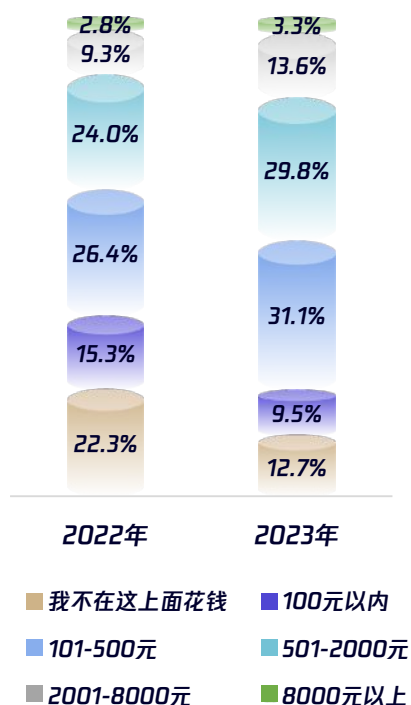
各国电竞用户过去一年有电竞花费的比例



中国电竞用户电竞花费的主要方面



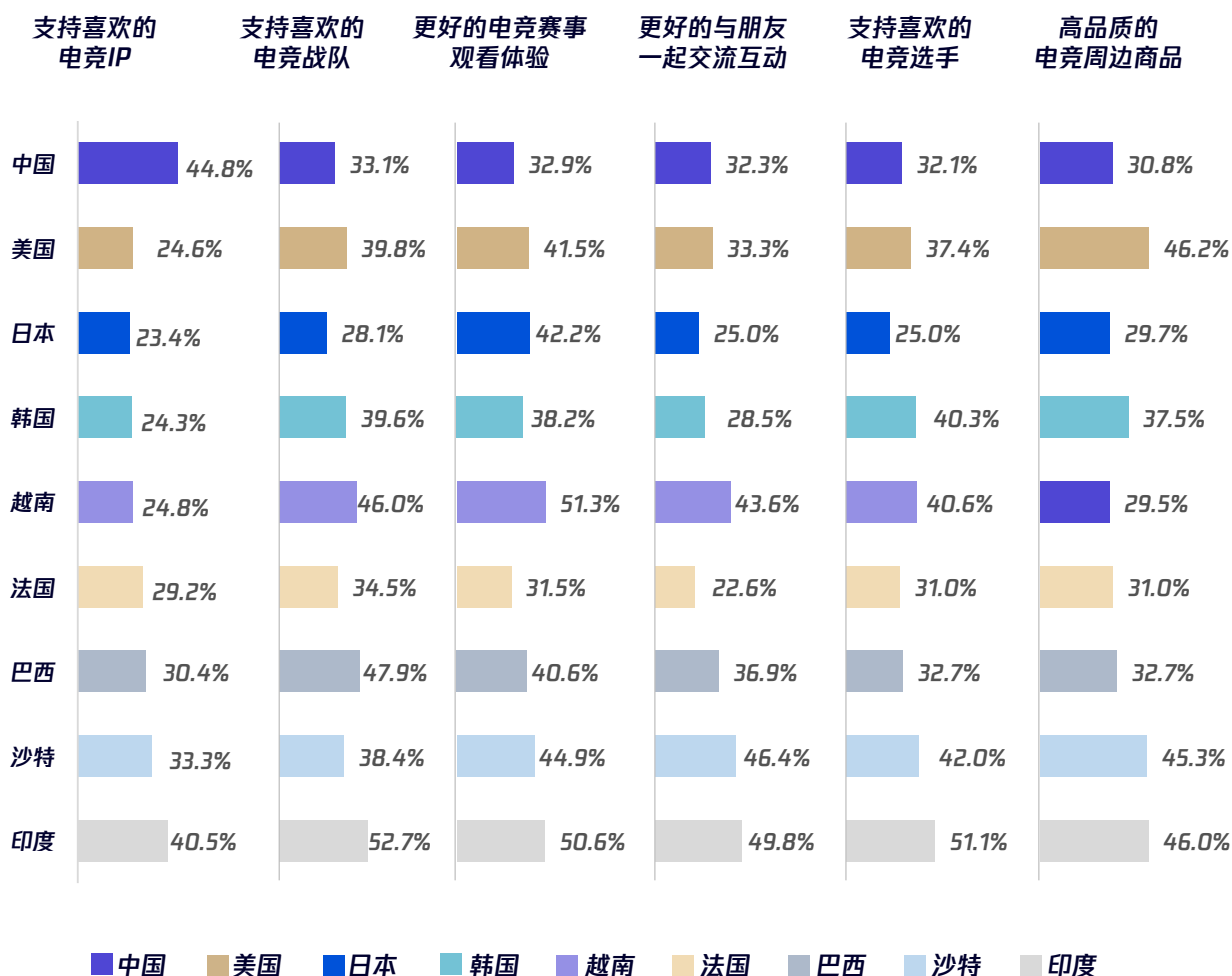
中国电竞用户电竞花费金额对比



过去一年，87.3%的中国电竞用户在电竞方面有花费，较2022年调研的同一数据上涨9.6%，且这一占比高于其它8国。花费方向和花费金额上，也出现同比上升情况。花费方向上，涨幅最大的是“参与集体观赛活动”和“现场观赛”，体现出线下电竞赛事的复苏，有效带动电竞用户的消费，消费复苏迹象明显。

电竞用户付费动机多元，支持喜欢的电竞IP/战队仍是中国用户的主要驱动因素

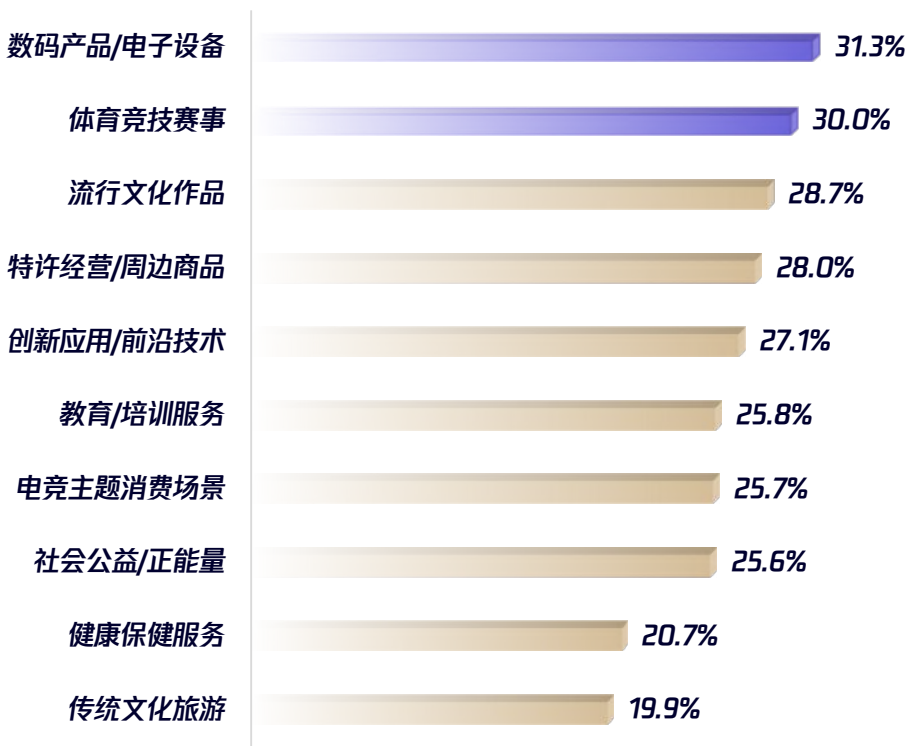
驱动各国电竞用户为电竞付费的重要因素



支持自己喜欢的电竞IP、电竞战队等“为爱付费”，仍是中国电竞用户的最主要驱动因素，尤其是电竞IP对中国电竞用户的消费吸引力最大，这一结果与2022年调研结果保持一致。此外，日本和越南网民更愿意为观赛体验而付费，美国网民则看重高品质的电竞周边商品，巴西和印度网民选项占比最高的是支持喜欢的电竞战队。

数码产品与电竞融合公众认知强烈，
体育竞技赛事和流行文化作品不断
展示电竞属性

电竞产业各领域融合的公众认知

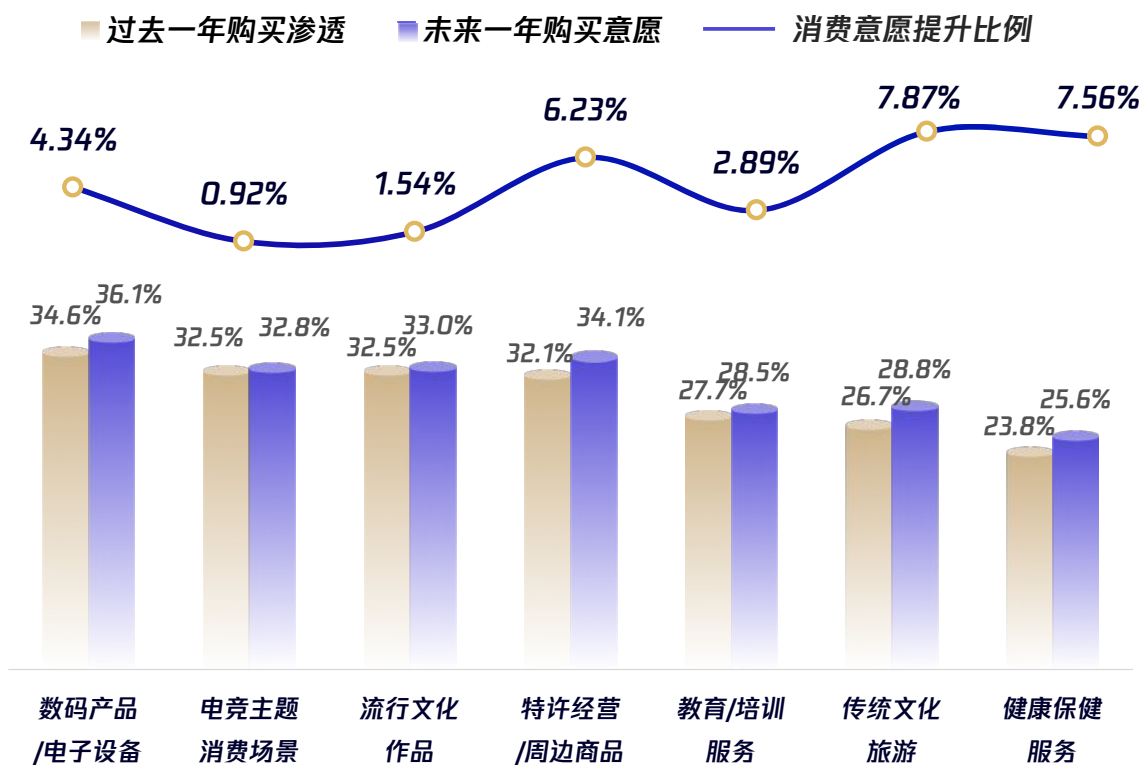


作为一项新兴产业，电子竞技融合了科技、文化、体育、旅游等元素，既具备数字化技术优势，也具有明显的文化符号属性，正在与众多领域加速融合，催生多种业态融合发展。

根据调研，公众认为电子竞技与生活需求结合度较高的数据产品/电子设备融合性最强。其次是体育竞技赛事，近年来，电竞项目参与体育大赛不断提升公众对电竞体育属性的认可。流行文化作品以及特许经营/周边商品也是电竞融合强认知领域。相比之下，传统文化旅游、健康保健服务的融合性还需要持续提升。

数码产品、电竞主题场景消费需求持续 传统文化、健康服务、特许经营周边消 费意愿提升明显

电竞相关商业领域消费意愿及提升情况

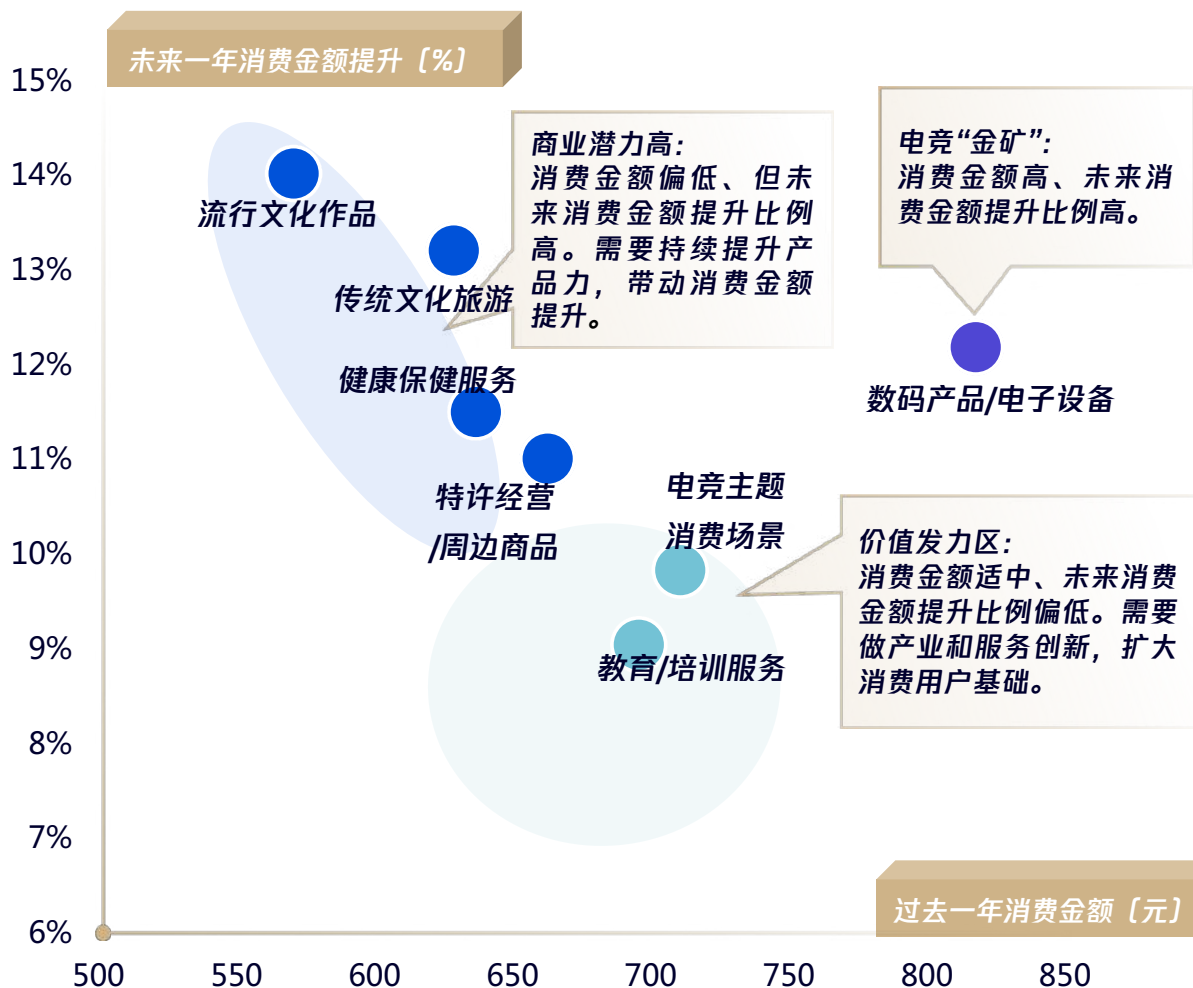


结合电竞用户过去一年消费渗透、未来一年消费意愿以及消费意愿提升三个维度研判电竞相关商业领域消费情况和潜力。数据显示，数码产品/电子设备、电竞主题场景、流行文化方面是过去消费渗透最高的三个领域。

看向未来一年消费意愿，电竞用户在每一项消费项目上都呈现上扬趋势，传统文化旅游、健康保健服务、特许经营/周边商品消费意愿上涨幅度比较明显，围绕这些领域做商业拓展挖掘预计会有较好商业回报。

电竞相关商业项目三个增长区域和特点分析，特许经营商品等品类潜力大

电竞相关商业领域消费金额及提升情况



根据过去一年消费金额以及未来一年消费金额提升比例进行象限分析，企鹅有调分析出电竞相关商业项目消费金额三个增长区域：电竞“金矿”区-聚焦在数码产品/电子设备，用户舍得消费并愿意提高购买金额；价值潜力区—主要是文化类以及特许经营/周边商品、健康保健服务消费，这一区域具备较好的用户消费基础，需要持续提升产品力，将用户消费金额提升意愿转化为实际商业流水；价值发力区—这一区域的消费项目需要进行服务创新、吸引用户消费。

“电竞+”融合发展迸发新活力小结

01 多重理由导致全球范围电竞用户整体粘性偏高，发展中国家的电竞观众更为活跃，超七成中国电竞用户每周至少观赛1次。

02 整体回归线下生活，激发电竞观赛热潮，观赛行为对不同类型的社会关系均有影响。

03 中国电竞用户消费比例全球居首，过去一年所有维度的电竞消费比例均有所增加，观赛活动和战队选手实体周边最为显著。

04 电竞影响超过10个传统产业形态，电竞“金矿”数码产品和电子设备居首，头部IP辐射广泛，正逐步融合创造新的价值。

05 传统文化与流行文化同样与电竞IP融合效果良好，特许经营商品模式今年开始集中发力，消费潜力显著；主题场景、教育培训与电竞的融合价值持续，需要推陈出新，精耕细作。

05

全球电竞行业未来发展趋势

- 从新兴文化转向社会共识
- 从市场自发转向国家引导
- 从青年社群转向全面融合
- 从观众存量转向消费增量

站在2023年的年中关口，我们像过往一样，试图只从行业出发，去提出一些趋势，却真切感受到站在不同于过往的大时代下，电子竞技已无需要主动地重新定位自己，就能以更宏观的视野，更大的社会责任，更清晰的商业洞察去提升当下的行业维度。

党的二十大报告深刻分析了我国发展面临的国内外形势，指出我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期。世界百年未有之大变局加速演进，国际力量对比深刻调整，世界进入新的动荡变革期。电子竞技身处大时代之中，行业的演进与时代呼吸同频才能更进一步。

在调研了9个主要国家，对比了过去五年的大量调研数据，引入了一系列舆情大数据的支持手段之后，我们不仅希望努力描述变化和趋势，更希望以杭州亚运会为契机，可以推动这些已经迫在眉睫的改变，让未来真正到来。

我们可以清晰地注意到，电子竞技在中国正式步入第20年，相比于过去单纯从玩家群体发展而来的竞赛活动，已经在用户画像上发生了根本性的革新。在跨过了从亚文化到分众文化的这一段路后，以社交媒体为基础的电竞用户已形成一个独特且庞大的圈层。基于这些变化，我们做出四个方向的延伸和探讨。

1、从新兴文化转向社会共识

电子竞技在诞生之初是具备强烈社群属性的亚文化内容，从最初的LanParty到后来的WCG，其背后都是在高级设备、操作技艺、特例独行精神等特质聚集之下的社群，是典型的亚文化社群。

随着移动互联网发展，公众对电子竞技的感性认知得以建立，电子竞技的内容逐渐泛化，成为很多门类文化消费的载体，也在潜移默化之间改变了公众对其的认知。如今，电竞赛争取到了更大范围的关注度，但以核心赛事内容为基础，以选手个人表达为代表的电子竞技公众呈现，需要构建新的传播尺度和内容规范，以实现电子竞技精神充分延伸。

在过去的三年里，整体的公众认知和社会文化发生了深远的变化：无论什么年龄和学历的人群对数字生活都有了一定程度的认识。**电子竞技既要以健康良性的方式，表达着“激情、荣耀与梦想”，同时也期待着每一个家庭、社会单位和主管部门的对其特殊性的理解和包容。**

2、从市场自发转向国家引导

从洛杉矶的游戏公司带动全球电竞特许经营权风潮开始，依托竞技游戏的知识产权塑造了一系列成功的核心赛事内容，每年数以亿计的观众为此欢呼喝彩。这些核心赛事的动态也成为全球市场的风向标。

相比于更依赖市场行为的北美，在电竞的议题上，无论是更早参与的中东欧洲和东亚地区，还是追赶势头凶猛的东南亚和中东地区，政府部门展现出了前所未有的参与意愿，积极出台认可和鼓励电竞发展的政策。这是在一般的文体活动上少有的情况。

电子竞技跨文化、强交流、快传播的特点，几乎让所有想要在世界上有所表达的国家都趋之若鹜。与此同时，国际体育组织也在创新赛事组织机制，陆续推出全新的电竞赛事IP。电子竞技也因此实现了更加规范的大众化，逐步融入主流体育文化。

值得注意的是，在“电竞国家队”更多出现，带来更强烈认同感和商业价值的同时，项目版权方、政府与国际体育组织之间的关系重构，关于版权授权、规则与标准、商业价值的讨论，也已经到了关键时刻：**谁来打破僵局，下一个时代的组织关系又会如何，都是此时此刻需要直面的命题。**

3、从青年社群转向全面融合

提及电竞，总会有新兴运动的标签，可是当我们改变评价时间的向度，回归每一个真实的电竞观众，才会恍然觉悟：2003年的喜欢电子竞技的大学生，如今已经都为人父母，逐渐获得公共话语权的中年一代。从调研数据来看，电子竞技成为真正意义上“全民”关注的运动已经很近，而这样的趋势无疑同样会出现这些新兴的电竞市场当中。以印尼、巴西、沙特为代表的国家中，电子竞技的发展一开始就和移动互联网紧密相关，迅速成为社交网络话题中的宠儿。

这样的受众广泛度，一方面来源于头部电竞项目的职业联赛长线运营：不仅沿产业链塑造各类IP，俱乐部和运动员的知识产权价值更是持续走高；另一方面，电竞进入亚运会等国际、洲际综合体育运动会，有力推动了更多泛体育用户关注到电竞赛事。

然而，面对每一个对电竞抱有期待的新用户，电竞自身是否做好了准备，来回答这个底层问题：**它给人们的身心带来哪些变化，又塑造什么样的正向价值。这不是电竞领域的自说自话，而是需要旧有评价体系的深入研究，才能长时间地得到社会的认可，从而推动与更多领域的互融。**

4、从观众存量转向消费增量

以腾讯单独成立电竞业务为节点，全球范围内都经历了“从竞技玩家到电竞赛事观众”的身份延伸。如今，在中国的电竞观众已经逐渐趋于稳定，增量市场不再。但是调研数据显示，观众对竞技游戏、赛事、俱乐部和选手相关IP以及现在观赛和参与其他主题电竞活动的消费意愿持续增加。这既有人口结构变化的原因，也是电竞市场的观众情感逐步积累的成果。

在生产实践中，和消费意愿形成鲜明对比的是，赛事公司和俱乐部却无法马上兑现观众身上的价值。我们相信这个庞大的市场潜在价值，但如今我们已经不能单纯地把价值停在“潜在”。**留给赛事公司和俱乐部从观众的用户需求出发，迭代自己的服务方式，拿出更好产品的时间已经不多，先兑现价值的机构必然会对其他人形成挤压。**具有创造力和落地能力的服务和产品公司才能成为市场当中逐渐受到追捧的主体。电竞从对人的需求，要转向对产品和服务的需求。

站在新起点上的展望

基于这些变化，一方面会给电子竞技在全球的发展带来新的助力，为全球电竞的发展提供在新维度上观察和思考的契机，在接下来升维的过程中，也会激发电竞向外融合潜力。另一方面，也让电竞在中国进入一个吐故纳新的阶段，就像2016年电竞在全球范围内转向时刻一样，不做出改变将模式匹配新增长曲线的机构将面临时代大潮的冲击，这一次只会更加汹涌。

在2023年，我们站在杭州亚运会最近最后倒计时的节点，站在电竞“新竞界”的阶梯下，回望过往：**电子竞技已经杭州亚运会接近完成了磨合，我们离一个全球通行的规则和标准还远吗？我们离一套全球范畴的运动员、教练员和裁判员的评价体系还远吗？我们离一系列完善的厂商、政府和国家体育组织的合作模式还远吗？我们离奥林匹克运动会还远吗？**



企鹅有调是腾讯专业的以调研为核心的内容研究品牌，依托高效专业的调研平台和方法论，融合生态合作伙伴智力资源，关注公共事务议题、互联网产业趋势。以中立第三方视角，洞悉数据背后的变化本质和发展逻辑。



腾讯电竞正式品牌成立于2016年12月9日，从2010年以TGA开始布局，构建起了全球最丰富的赛事体系、拥有最多的电竞用户及最高的赛事观看量，成为全球领先和最具竞争力的电竞品牌。从专业而全面的电竞赛事、电竞教育、电竞技术、产业生态、商业场景、电竞规范等多个层面助力中国乃至全球电竞产业的发展，推动全球电竞文化交流。

《电子竞技》杂志创刊于2005年，是电子竞技行业唯一一家具有独立新闻采访权的全媒体平台。作为行业的资深观察者，致力于业内特稿报道、行业榜单及报告制作、参与主管单位电竞相关政策研讨及规则制定等工作，希望推动行业的发展与变革。



指导单位 ▶ **ESC**
中国电竞产业研究院

联合呈现 ▶  **企鹅有调**
Tencent Horizon

 **腾讯电竞**
TENCENT E-SPORTS

 **电子竞技**