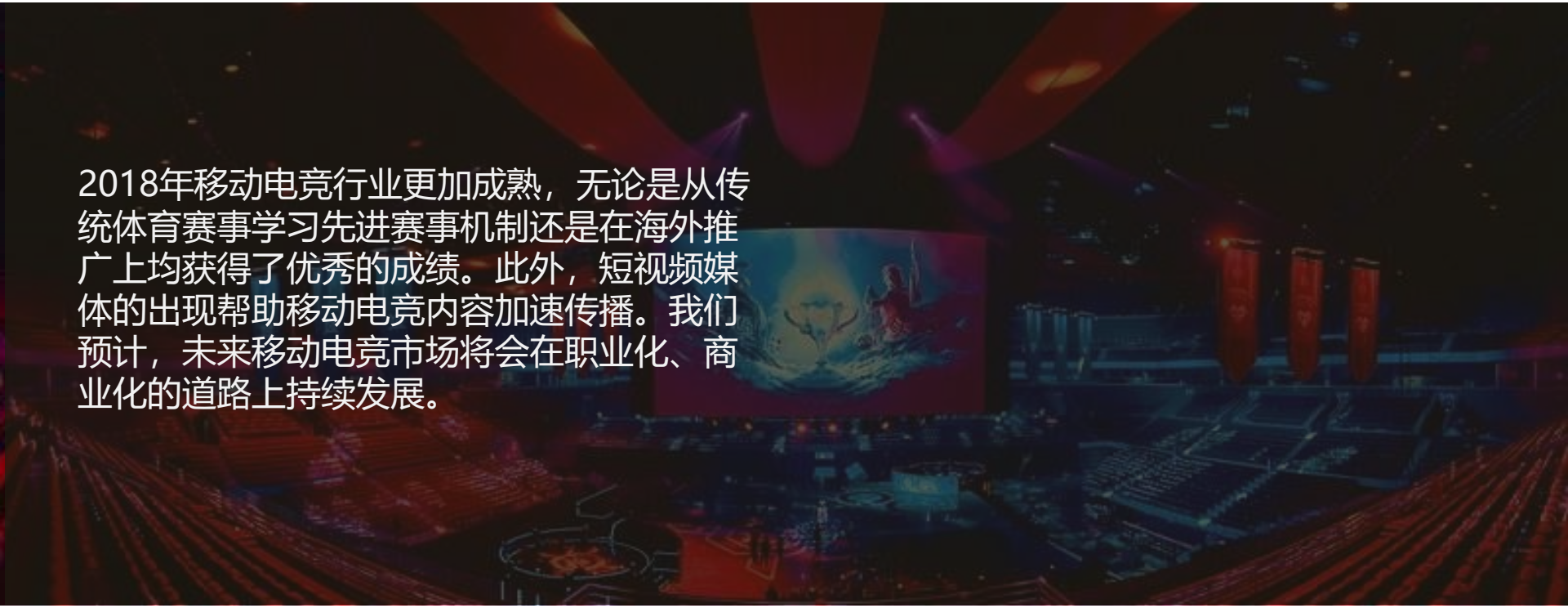
iResearch
艾 瑞 咨 询

中国移动电竞行业研究报告

2018年

研究背景



2018年移动电竞行业更加成熟，无论是从传统体育赛事学习先进赛事机制还是在海外推广上均获得了优秀的成绩。此外，短视频媒体的出现帮助移动电竞内容加速传播。我们预计，未来移动电竞市场将会在职业化、商业化的道路上持续发展。

移动电竞概念定义

iResearch 艾瑞咨询

移动电竞概念定义

概念	同屏PvP	大规模赛事
核心移动电竞游戏	√	√
泛移动电竞游戏		√

- **移动电竞游戏：**指在移动端平台上多人进行同步对抗的移动游戏。
- **移动电竞：**利用移动电子设备作为运动器械进行的、人与人之间的智力对抗运动。
- **同屏PvP：**指玩家们将同时在同一游戏画面内通过游戏类型进行竞技。
- **规模赛事：**有以该游戏为比赛项目的赛事，包含各类杯赛和联赛。

注释：中国移动电竞行业研究报告以研究核心移动电竞游戏以及其相关的产业链为主，不涉及泛移动电竞游戏或相关产业。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

核心发现

市场：受到政策的影响，2018年整体市场规模增速放缓，但是依靠头部游戏对普通用户的付费习惯培养以及细分用户群体的渗透，整体市场规模仍达到了**456亿元**。

政策：游戏审批暂停，与游戏行业整体有紧密联系的移动电竞行业的发展也受到一定的负面影响。

生态：国内移动电竞产品与赛事纷纷出海。与此同时，整体电竞生态在头部电竞产品的带动下发展愈发完善。

竞争：短视频平台加速传播移动电竞内容，帮助用户学习、了解游戏技巧与赛事内容，完善电竞内容传播渠道。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞行业概况	1
移动电竞行业趋势	2
移动电竞的竞争分析及企业分析	3
移动电竞用户行为分析	4

中国移动电竞发展阶段及大事记

头部产品带动行业发展 政策影响下逐步出海

中国移动电竞发展阶段及大事记

萌芽期

2013-2014年

- 综合性赛事中尝试加入手游项目
- 英雄互娱旗下射击手游**《全民枪战》**率先突入移动电竞市场

增长期

2015年

- 现象级产品**《王者荣耀》**出现激活移动电竞市场
- 出现**触手直播**等以移动游戏为主要内容的直播平台
- **《球球大作战》**为代表的休闲类移动竞技产品出现

爆发期

2016-2017年

- 高规格的《王者荣耀》职业联赛**KPL**赛事成功举办
- 更多移动游戏直播平台出现，且传统直播平台纷纷加大移动电竞直播内容的投入
- 更多移动电竞游戏品类以及产品出现

调整期

2018年往后

- **短视频**平台崛起，并且与移动电竞内容结合加速传播
- 用户完成移动电竞的教育与认同，整体行为呈现**重度化**
- 相关政策影响整个游戏行业，电竞行业受到影响产业链公司开始进军海外

注释：各个时期上方图标为该时期内出现的平台与直播内容，与该平台、直播内容的市场表现无关。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

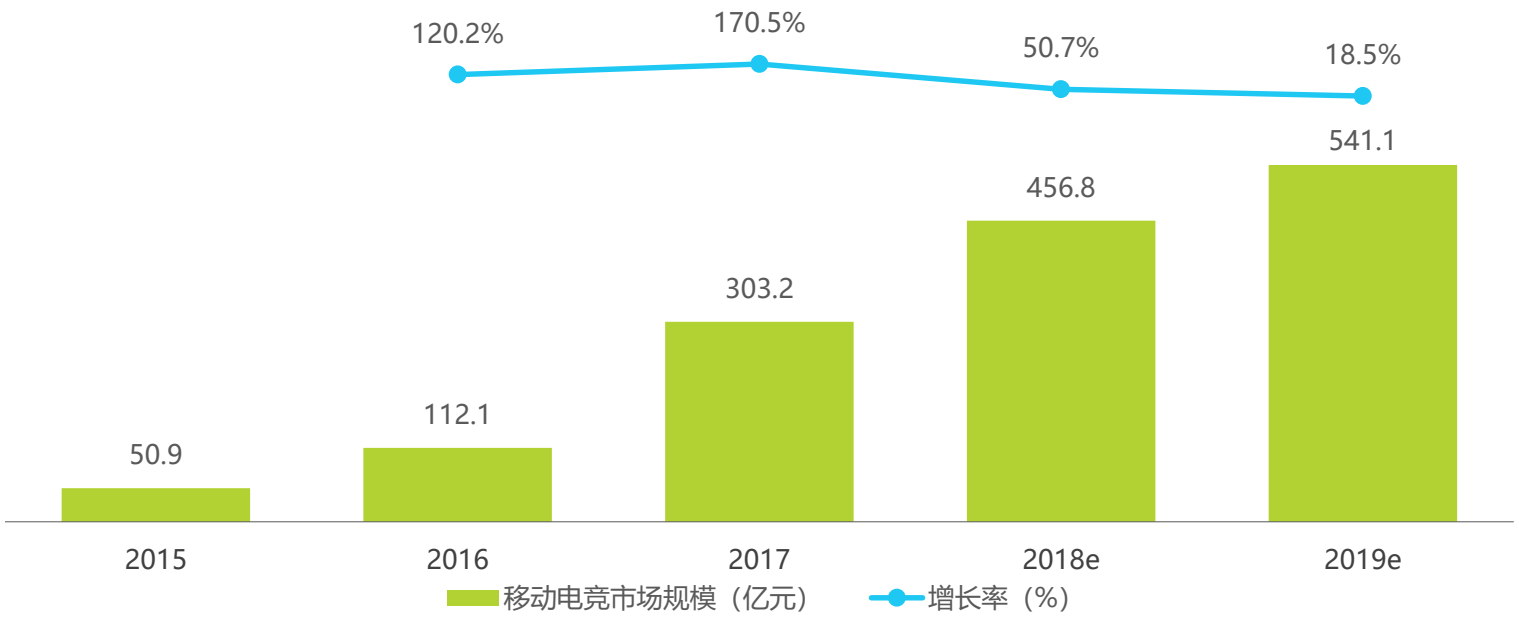
©2018.12 iResearch Inc

中国移动电竞市场规模

2018年市场规模突破450亿元

受到游戏审批暂停与用户红利逐步消退的影响，2018年整体市场规模增速放缓。但是依靠头部游戏对普通用户的付费习惯培养以及细分用户群体的渗透，整体市场规模仍然达到了456亿元。预计未来随着市场审批限制减少，将会有增长爆发的潜力。

2015-2019年中国移动电竞市场规模



注释：中国移动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.移动电竞电竞衍生收入：包括移动电竞俱乐部 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.移动电竞游戏收入： 包括中国大陆地区用户为狭义电竞游戏消费总金额。以上收入均不包括端游电竞游戏及赛事产生的收入。 来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

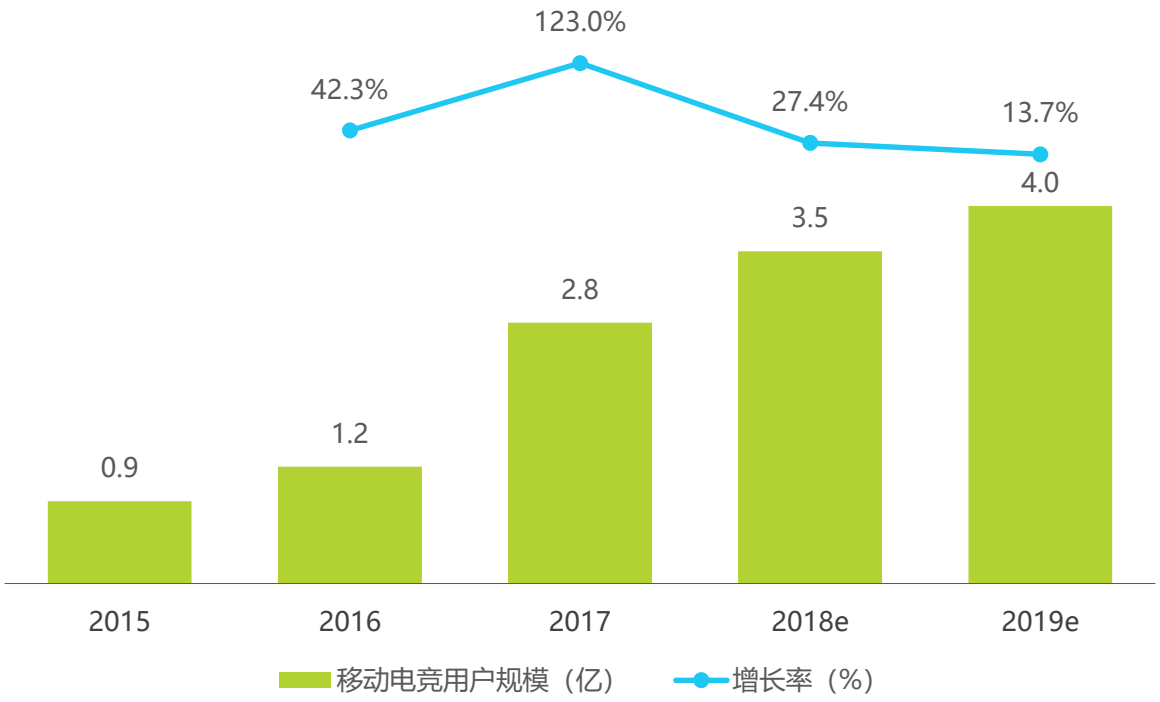
©2018.12 iResearch Inc

中国移动电竞用户规模与特性

新类型游戏带来用户规模增长

随着新兴游戏类型的出现，移动电竞游戏在巩固原有的用户群体的同时，触及到了更加细分的群体。因此，整体用户规模在互联网移动化红利逐步消退时仍然保持了一定的增长率。预计2018年整体移动电竞用户规模将达到3.5亿。

2015-2019年中国移动电竞用户规模

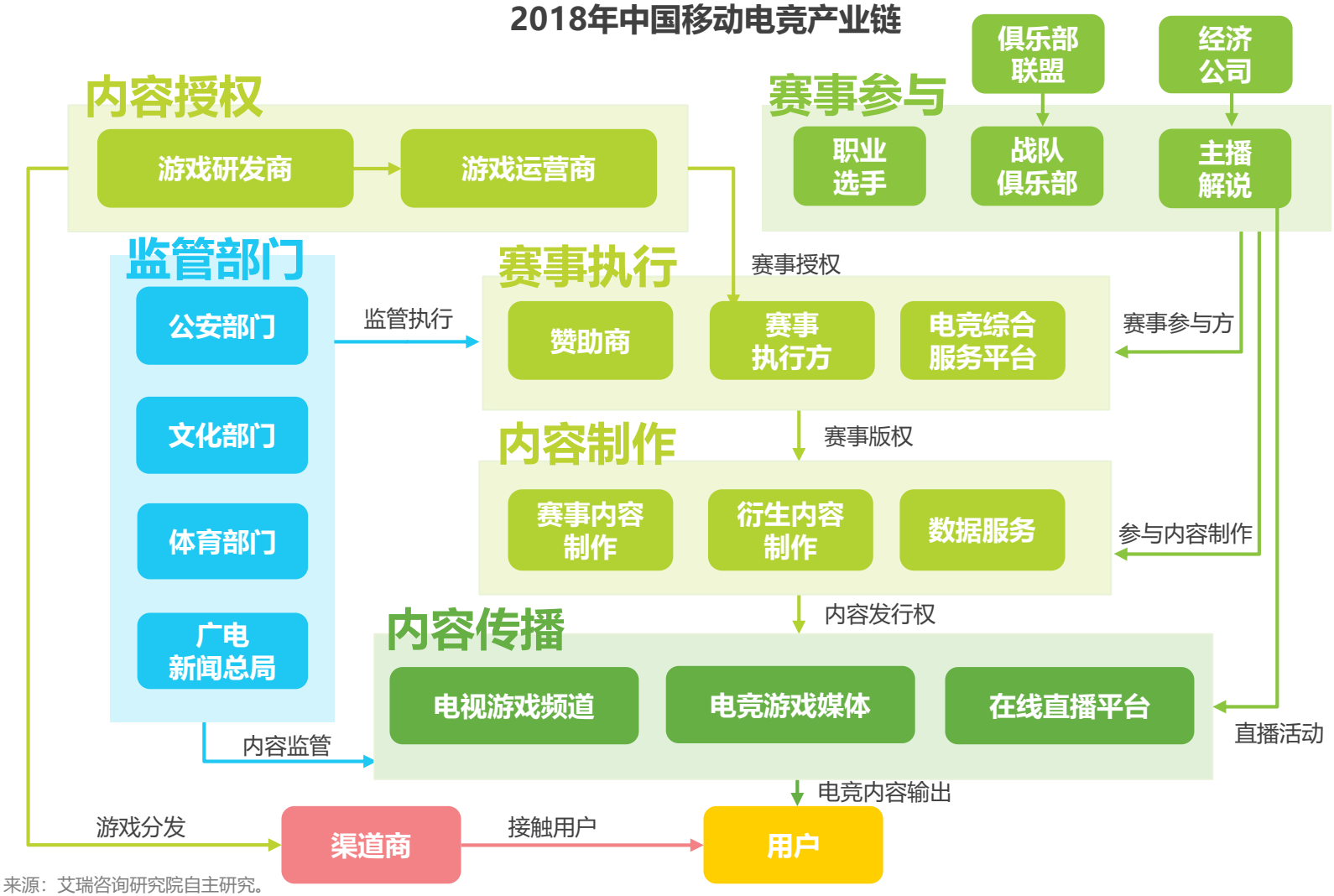


注释：本报告中的移动竞技用户指有以下一项或多项行为的用户：1.半年内至少观看过或参与过一次核心移动电竞游戏赛事（包括职业和非职业赛事），2.每周频繁玩核心移动电竞游戏游戏或观看相关直播。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

©2018.12 iResearch Inc

中国移动电竞产业链

整体产业链迅速完善



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

中国移动电竞产业链

2018年中国移动电竞产业链图谱

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

移动电竞行业概况 1

移动电竞行业趋势 2

移动电竞的竞争分析及企业分析 3

移动电竞用户行为分析 4

中国移动电竞行业整体发展趋势

2018年中国移动电竞行业整体发展趋势

短视频MCN平台布局电竞内容

对游戏玩家的理解和机器算法时代对短视频内容的理解程度高的专业游戏短视频MCN机构涌现，满足用户多元化电竞内容需求。

审批暂停 依靠储备与出海过冬

整体移动电竞市场同样受到游戏版号政策的影响，但诸多厂商仍有一定的版号储备，将支撑市场未来的增长。另一方面，国内产品纷纷进军海外市场。

MOBA持续风靡 求生类受到欢迎

以《王者荣耀》为代表作的MOBA类游戏产品持续风靡；求生类竞争激烈同样受到用户欢迎。头部产品推动整体移动电竞生态圈发展。

国家出台政策引导电竞行业发展

相关部门出台多个电子竞技相关政策，支持并规范推动引导电子竞技产业规范化发展。此外游戏审批暂停同样影响电竞行业发展。

赛事分布全方位 国际化是必经之路

移动电竞游戏的快速发展带动了移动电竞赛事的数量增长。此外，未来移动赛事将向更加职业化与国际化的方向发展。赛事出海既是内部竞争加剧的结果也是用户对国际对抗的内容需求体现。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

中国移动电竞产业相关法规

国家加强监管 审批暂停对行业发展造成一定影响

国家出台政策引导电竞行业发展。国务院相关部门出台电子竞技相关政策，支持并规范推动引导电子竞技产业规范化发展。电竞爱好者在参与电竞运动时得到了更好地引导，电子竞技赛事体系得到了丰富，我国电子竞技运动水平得到了提高。但与此同时，随着游戏账号审批暂停，与游戏行业整体有紧密联系的移动电竞行业的发展也受到一定影响。

电子竞技行业相关重要政策法规情况

颁布日期	法规名称	主要内容
2016.9	《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》	2016年9月，教育部发布了《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》，增补了“电子竞技运动与管理”专业。截止到2018年1月，已有13个院校发布了其**电子竞技相关专业的开设及招生**情况。
2017.4	《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	2017年4月，文化部发布了《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》，提出**推进游戏产业结构升级**，推动网络游戏、电子游戏等游戏门类协调发展，促进移动游戏、电子竞技、游戏直播、虚拟现实游戏等新业态发展。
2017.10	国际奥委会认证电子竞技运动为正式体育项目	2017年10月31日，国际奥委会正式宣布，认证**电子竞技运动为正式体育项目**，代表着国际奥委会将开始把电子竞技纳入奥运会比赛项目。
2018.5	《关于加强网络表演管理工作的通知》	亚洲奥林匹克理事会宣布6款游戏入围亚运会比赛项目，电竞作为表演赛第一次进入亚运会，是电竞第一次进入世界级的运动赛事《英雄联盟》、**《Arena of Valor》（王者荣耀海外版）**、《皇室战争》、《炉石传说》、《实况足球》、《星际争霸2》。
2018.7	《关于举办2018年全国电子竞技公开赛的通知》	国家体育总局发布了《关于举办2018年全国电子竞技公开赛的通知》，指出为了进一步**促进电子竞技在我国的发展**，提高我国电子竞技运动员的综合竞技水平，经研究，拟于2018年12月在四川成都举办2018年全国电子竞技公开赛总决赛，具体时间、场馆待确定后将以补充通知的形式印发。

来源：国务院相关部门新闻发布网站。

产品发展趋势

MOBA持续风靡 头部产品引领市场风向

《王者荣耀》作为一款与腾讯基础通讯业务紧密结合的MOBA类游戏，更注重社交属性，拥有非常强的变现能力。数据显示，自2017初《王者荣耀》开始风靡至今，在用户单次使用时间变化不大的情况下，用户单日使用次数显著增高一倍，证明《王者荣耀》拥有很高的用户粘性。除此之外， MOBA类移动竞技赛事《决战平安京》也拥有数量众多的游戏玩家；多款MOBA类手游的风靡证明MOBA类游戏产品仍具有很广阔的市场空间。而这些头部游戏引领整体市场类型偏好，推动该类型产品火热发展。

腾讯游戏强大的持续盈利能力

《王者荣耀》通过不断推出新的皮肤，满足玩家需求，保持良好的持续盈利能力。（图为游戏内射手“鲁班七号”的“电玩小子”皮肤，折合人民币273.6元）

2017-2018年王者荣耀用户粘性

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

来源： mUserTracker.2018.10，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

©2018.12 iResearch Inc www.iresearch.com.cn

产品发展趋势

吃鸡手游存在变现空间 出海争夺海外市场

以“吃鸡”为代表作的射击类移动电竞游戏受到了主流市场的欢迎，其中仅腾讯就有多款吃鸡类手游，皆为自18年初上线公测以来持续霸榜的热门爆款手游。数据分析显示：自上线以来整体用户使用时间及次数均显著增长，表现强劲。尽管部分头部手游尚未正式运营，但参照其产品在海外表现，仍具有长期盈利能力。目前整体移动电竞市场同样受到游戏版号政策的一定影响，移动电竞新产品加入受阻；但游戏市场仍有游戏储备，将会是未来可见增量，游戏市场仍具备长线运营能力。此外，在海外市场上拥有较强的竞争力，颇受各地用户欢迎。

政策深度解读

由于机构开展改革的影响，现阶段国内监管机构已放缓网络游戏版号和备案的审批

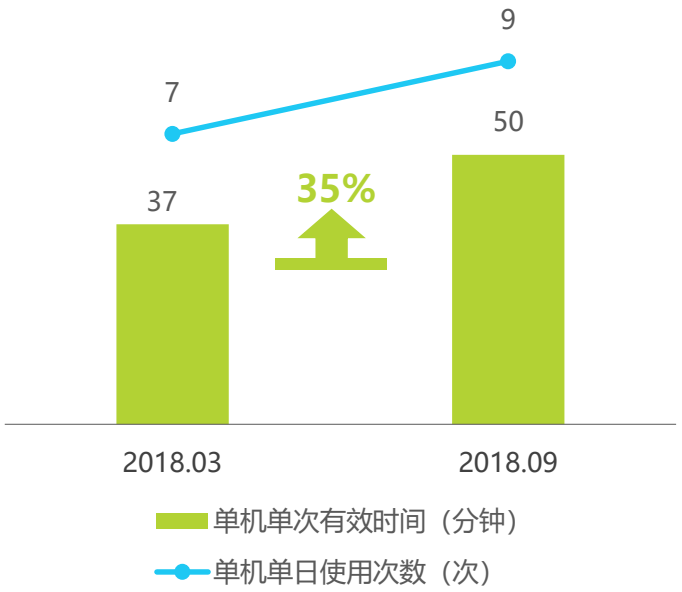
游戏仍有储备

受网络游戏版号审批放缓影响，移动电竞新产品加入将受到一定阻碍。但目前市场储备有多款已有版号的游戏产品，游戏市场仍具有长线运营能力

进军国际市场

《Arena of Valor》（王者荣耀海外版）和《PUBG》（绝地求生手游版本）等电竞手游海外表现突出

2018年上半年《绝地求生：刺激战场》用户使用情况统计



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

来源： mUserTracker.2018.10，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

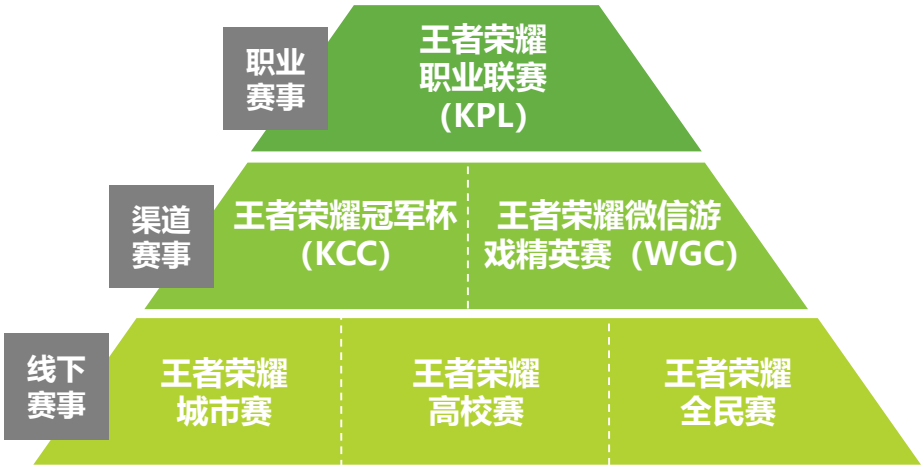
©2018.12 iResearch Inc www.iresearch.com.cn

赛事发展趋势

头部产品赛事带动整体电竞赛事发展

《王者荣耀》赛事分布全方位，除极具观赏性的KPL职业联赛之外，其他赛事也举办的如火如荼。2018年，《王者荣耀》共有8大不同品牌的赛事，其中仅最高规格的赛事 - 王者荣耀职业联赛（KPL）就举办了6场重量级赛事。《王者荣耀》众多赛事成功举办体现了电竞赛事拥有巨大的市场空间，凸显出日益成熟的专业赛事管理体系；2018年9月28日，《王者荣耀》与韩国合作，开启首个国际赛区王者荣耀职业联赛（ KRKPL ），赛事国际化是国内头部移动电竞赛事谋求更高用户关注度以及海外市场开发的发展方向，将进一步推动电竞生态发展。

覆盖面广、呈阶梯状分布的赛事体系



专业的职业赛事布局

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

赛事发展趋势

国内竞争加剧 赛事国际化提高对抗意识

国际性电竞赛事往往具有极高的关注度，在掺入了国家与民族对抗意识后，体育赛事更能提升观众的代入感。此外，头部电竞赛事项目均为国际化电竞赛事项目，在主要国家地区均设有相关赛事。尽管目前国际性移动电竞项目较少，但国内头部移动电竞赛事项目已开始向海外进行赛事拓展，以期打造国际性移动电竞赛事。另一方面，头部电竞赛事内容制作商也开始转向海外争夺更大的市场份额。

2018年中国移动电竞赛事发展趋势

赛事项目	《王者荣耀》国内版	
赛事联盟		
赛事地区与具体情况	韩国 首届8支战队 奖金达到1.6亿韩元	港澳台及东南亚 待定
内容管理	统一输出赛事制度与管理模式，包括但不限于：俱乐部、选手资质、工资帽等管理模式标准，以及赛事接待和赛事流程等	

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

赛事发展趋势

赛事项目多样化带动赛事数量持续增长

移动电竞游戏的快速发展带动了移动电竞赛事的数量增长。其中，各个厂家主导的第一方移动电竞赛事无论在赛事观赏性以及专业性上均得到了较大提升，向广大用户提供了大量高质量电竞赛事。赛事项目的增长进一步促进整体移动电竞赛事市场的繁荣，而其中的佼佼者开始走出国门将优质电竞赛事经验推广到海外。

2018年中国主要移动电竞赛事

游戏开发商	腾讯游戏 Tencent Games	HERO 英雄互娱	网易游戏 游戏热爱者	巨人网络
赛事项目	大乱斗 / 5v5 / 皇室战争 / 绝地求生：刺激战场 正版	反恐精英 / 灵气赛	新地图	全新团战
代表赛事	CFML 2018 / KPL / CROWN CHAMPIONSHIP 中国区秋季赛 2017 / 绝地求生：刺激战场 TGA 大奖赛	HPL	英雄挑战赛 / 全国城市赛	BPL 职业联赛

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

赛事发展趋势

靠拢传统体育项目 学习先进赛事制度

移动电竞赛事正在迅速学习传统体育赛事的先进制度，从而在提升赛事专业性的同时为商业化打下更好的基础。其中，KPL通过学习NBA等传统体育赛事体系的先进制度——包括升降级制度、选手薪资制度以及选手形象制度，在持续调整赛事体系的同时，成为移动电竞乃至所有电竞赛事中的标杆。

2018年中国移动电竞赛事制度发展趋势

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

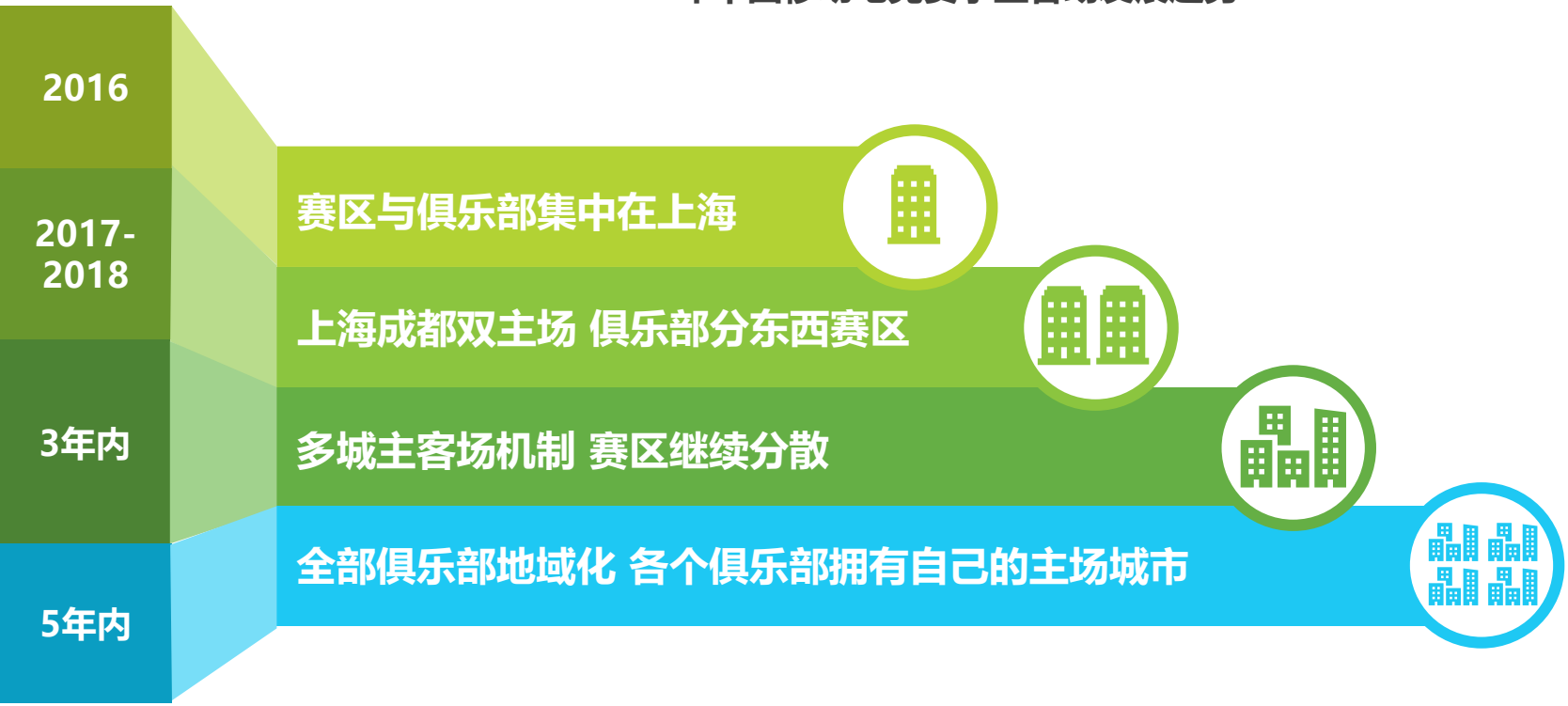
©2018.12 iResearch Inc

赛事发展趋势

引入进入双城主客场制度 持续扩大联盟规模

而为了更进一步发展，移动电竞赛事也在不断地拓展规模。传统大型体育赛事联盟拥有大量的参赛俱乐部，从而能支撑众多赛事活动；而所有俱乐部均拥有自己的主场城市。目前，移动电竞赛事在增加参赛俱乐部数量的同时，还注重俱乐部地域化。移动电竞赛事正在通过不断增加城市主场，最终实现所有俱乐部地域化，推动移动电竞产业的专业化发展。

2018年中国移动电竞赛事主客场发展趋势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

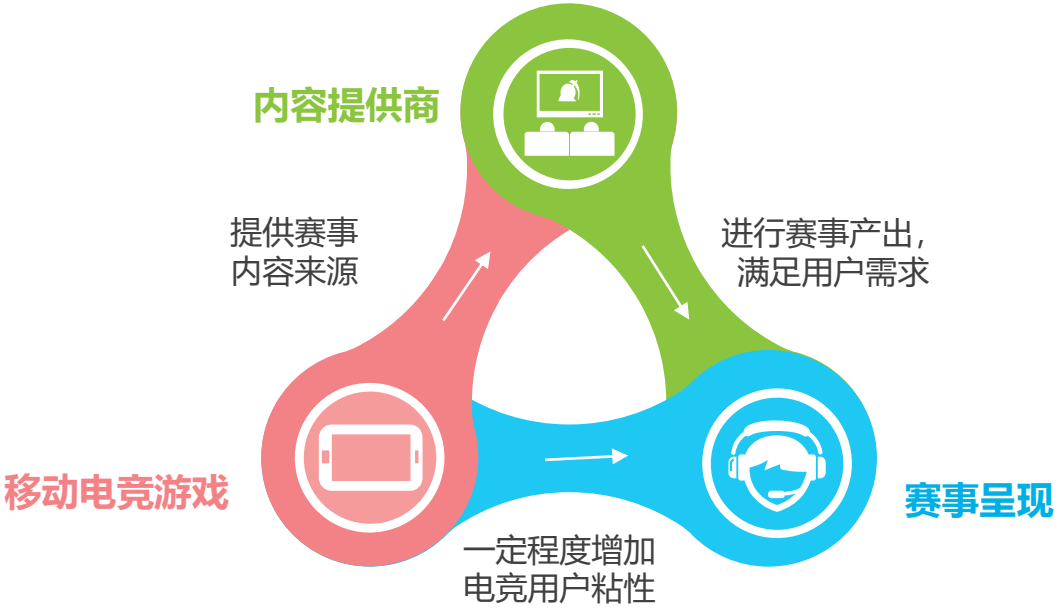
©2018.12 iResearch Inc

内容提供商发展趋势

拓展海外业务 赛事提供商瞄准国外市场

移动电竞市场有着庞大的观赛群众数量。移动电竞赛事内容提供商通过多年的赛事制作、执行积累了相对丰厚的经验，在制作海量赛事、满足用户观赛需求等方面发挥了不可或缺的作用，通过与游戏厂商、游戏直播平台合作等形成良好的赛事内容生态循环：移动电竞游戏提供赛事内容——内容提供商进行赛事制作、执行满足了用户需求——赛事多种方式呈现增加电竞用户粘性。除了持续发展国内赛事内容，未来部分内容提供商还积极追求向海外拓展业务，以期拓展更广阔的市场空间，如头部内容提供商量子体育VSPN。

2018年中国移动电竞内容提供商运营模式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞生态发展趋势

移动电竞线下场馆发展多元化

依附于线下场馆而立的移动电竞线下娱乐商圈，将成为未来移动电竞生态发展可观增量。一方面，移动电竞线下场馆通过引进多种娱乐业态，会在一定程度上提升用户粘性、延长移动游戏寿命。另一方面，线下场馆将成为移动电竞重要的流量入口，在获得潜在观众、将潜在观众转化成移动电竞用户方面起到推动作用。线下场馆现仍处于早期探索阶段，作为新兴娱乐综合体的好时光影游社，为移动电竞馆的未来发展提供了行业借鉴，影游社内包括手游吧、直播间等多重娱乐项目，用户在乐逗与腾讯视频联合打造的“全民电竞平台”内能够享受到多元化的娱乐体验；同时，丰富的娱乐体验也在一定程度上将普通用户转化为移动电竞用户，实现线上与线下的流量资源互补。

移动电竞线下场馆发展一览

移动电竞线下场馆发展展望

线上线下相融合

围绕优质IP建设发展，在丰富线下娱乐内容生态的同时，也成为移动电竞重要的流量入口

线下娱乐多元化

引进新兴娱乐业态、满足用户趋于多元的消费需求、提升用户吸引力

商业地产共发展

优质商业地产积极接纳、帮扶线下场馆的建设发展，亦会提升商业地产用户吸引力

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

移动电竞衍生行业发展趋势

衍生硬件与服务突入细分市场

中国移动电竞行业的发展已日益成熟，已经形成了庞大的市场规模，其盈利来源也开始从以游戏内购为主向多元化的细分市场方向发展；其中，移动电竞衍生品在连接线上与线下方面有着不俗的表现，是移动电竞行业市场份额占比逐渐提升的营收来源，未来还有很广阔的发展空间。移动电竞衍生品在广义范围内不仅限于游戏周边，还包括专业支持移动电竞的手柄、PC模拟器、手机和耳机等。

移动电竞部分衍生品关系一览

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

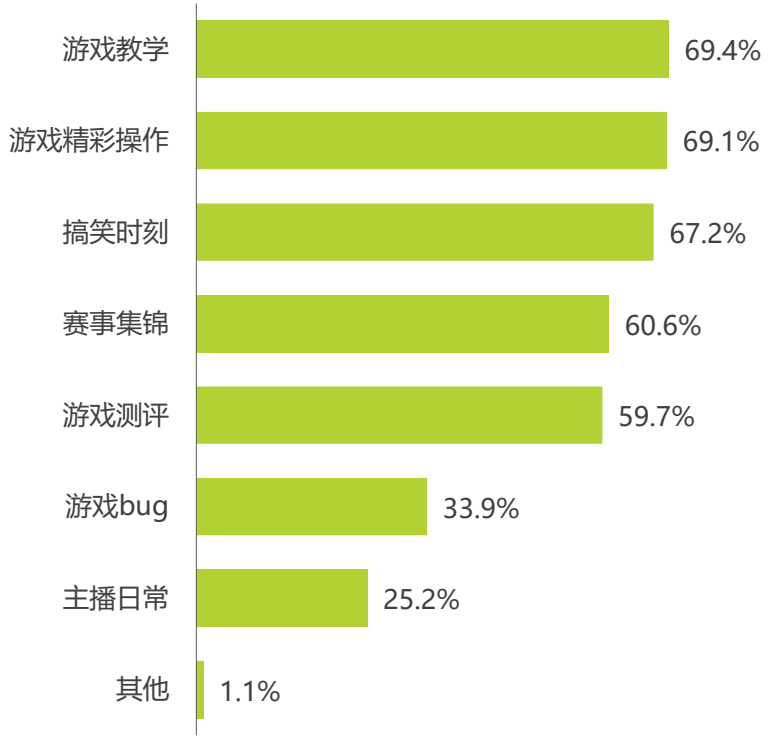
©2018.12 iResearch Inc

用户短视频观看情况

游戏教学与操作受到广泛关注

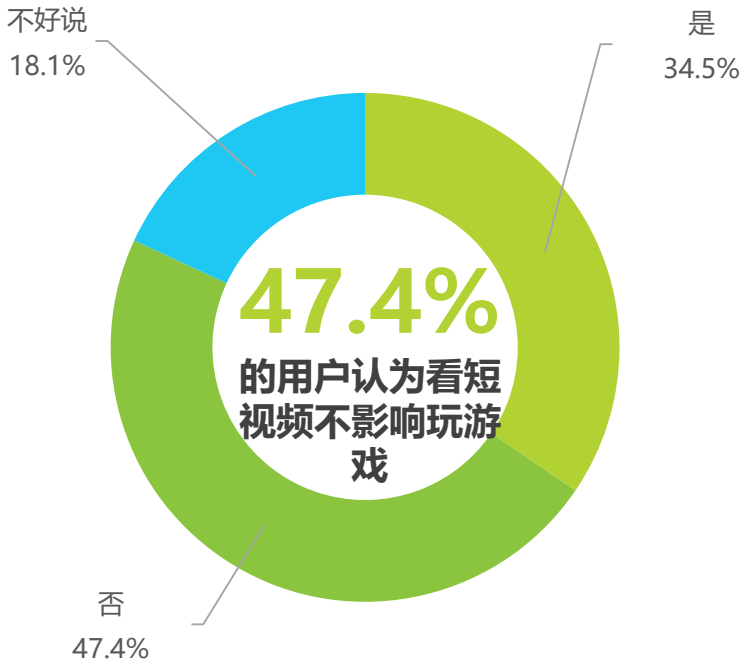
移动电竞用户首选短视频观看内容为游戏教学和游戏精彩操作；超过47%的用户认为看短视频不影响玩游戏。从用户数据中能够发现短视频在教学、娱乐的电竞内容上更受到用户欢迎，是用户在玩游戏外重要的补充部分。

2018年中国移动电竞用户观看短视频内容



注释：请问您在主要看哪些内容的短视频?
样本：N=823；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2018年中国移动电竞用户对于短视频看法



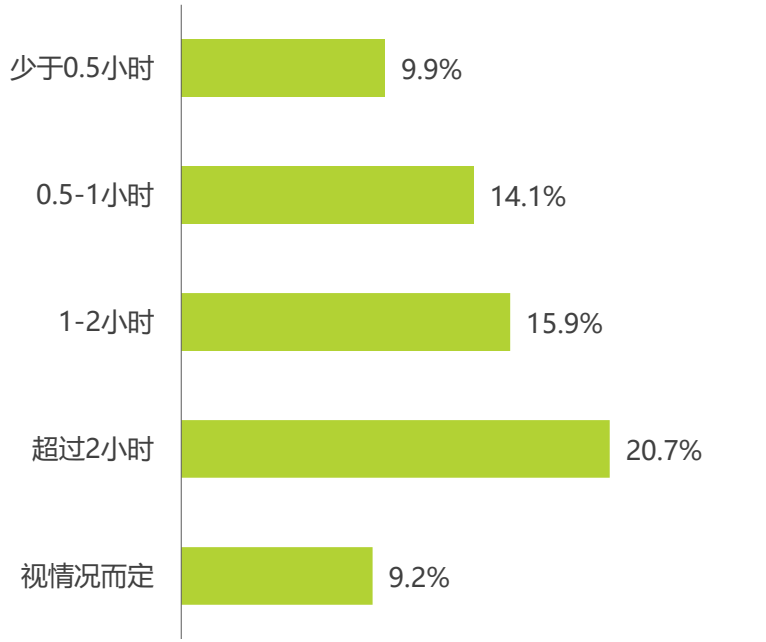
注释：请问您认为看短视频是否影响您玩游戏的时间?
样本：N=823；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

用户短视频观看习惯

用户粘性高

每次观看短视频时长超过2小时的用户占比最高；观看频率方面，每天都会看短视频的用户占比最高。短视频内容流推送呈现出对用户较强的吸引力。

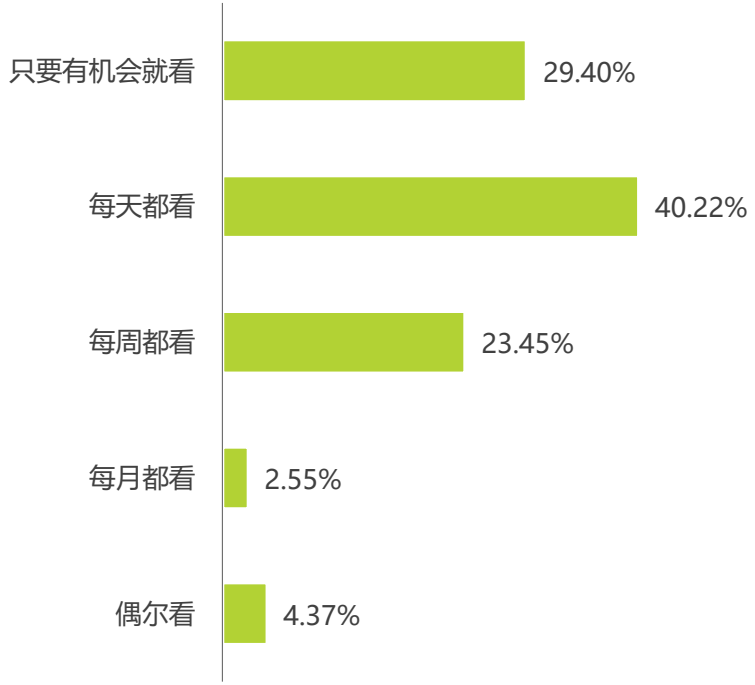
2018年中国移动电竞用户观看短视频时长



注释：请问您每次看短视频的时长为多久？
样本：N=823；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

2018年中国移动电竞用户观看频率



注释：请问您看短视频的频率是多少？
样本：N=823；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞行业概况 1

移动电竞行业趋势 2

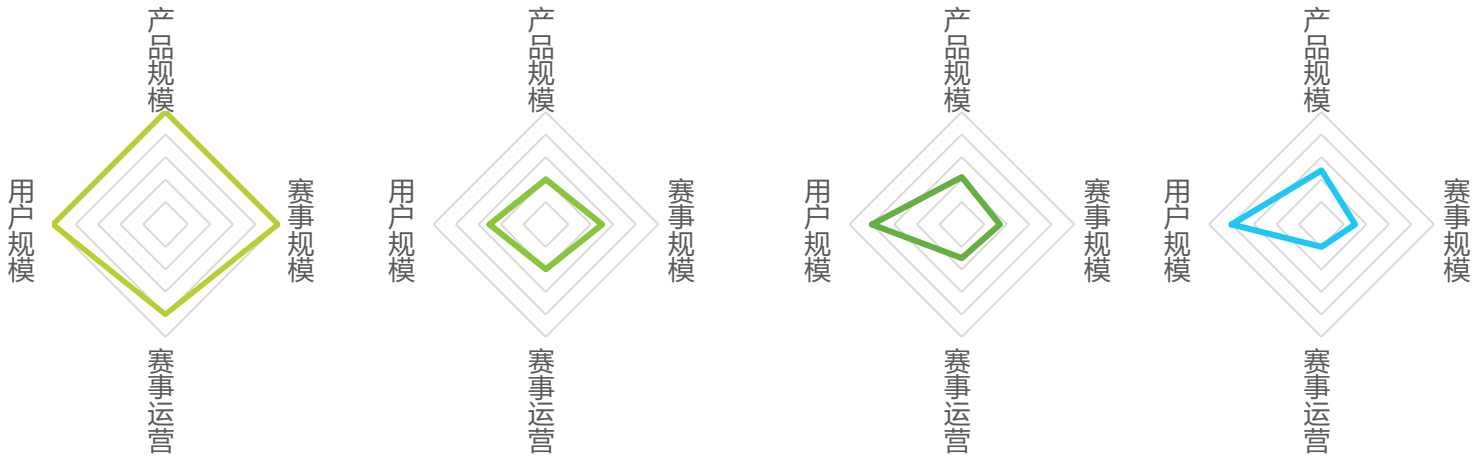
移动电竞的竞争分析及企业分析 3

移动电竞用户行为分析 4

游戏公司发展趋势

移动电竞运营商综合表现排名

2018年中国移动电竞综合运营商综合维度图



综合：4.8分　**综合：2.3分**　**综合：2.3分**　**综合：2.2分**

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。
注释：通过评估各公司移动电竞产品与相关赛事的各项指标进行打分。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞企业案例

头部企业优质产品为市场风向导向标

腾讯作为头部移动电竞行业，除了有强大的内容制作以及自主开发能力外，腾讯强大的渠道也为旗下产品进行了有利推广。腾讯游戏在APP STORE中国区手游排行榜中占据了主导地位，除自2016年推出便持续风靡的《王者荣耀》外；《绝地求生：刺激战场》也是腾讯的热门爆款手游，连续半年位于排行榜前列，若能够在未来实现变现，这将会成为腾讯的一大收入来源。

2017 - 2018年腾讯移动电竞内容及渠道布局

2017.12

《**QQ飞车手游**》上线，位居IOS 畅销榜第二

2018.02

《**绝地求生：刺激战场**》上线，横扫国内战术竞技类手游市场

2018.04

腾讯宣布代理《**FORTNITE**》

2018.05

《**FIFA足球世界**》上线，3小时登顶iOS总榜

2018.09

腾讯《**王者荣耀**》开启首个国际赛区职业联赛

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞企业案例

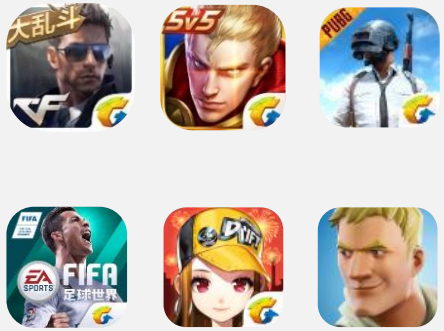
利用社交资源导流 头部企业优势明显

腾讯游戏的一大优势是可利用微信和QQ社交资源导流。除此之外，微信游戏、微信小程序、QQ弹窗推荐以及广告推广皆为腾讯游戏的推广、下载提供了大量机会。以与腾讯基础业务紧密结合的《王者荣耀》为例，腾讯的社交属性导向不限于社交软件的广告推广，除微信及QQ用户可以进行实时语音开黑并且自组战队外，用户会在微信及QQ上进行关于游戏的交流讨论，增大《王者荣耀》的曝光量，以此促进游戏口碑传播与游戏下载。

2017年腾讯游戏基础服务体系

- QQ平台内用户交流
- QQ弹窗推荐
- 好友动态广告推广

- 微信平台内用户交流
- 微信小程序推广
- 微信游戏



来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞平台企业案例

小沃科技

由小沃科技主办并运营的电竞大篷车全国嘉年华活动，2018年已举办超过30场移动电竞赛事，覆盖25个省市。凭借赛事独特的大篷车运作模式和丰富的联通系资源，电竞大篷车嘉年华已经成为成为首批覆盖全国的移动电竞校园/城市系列赛，也是三大电信运营商体系内首家完全市场化运作的电竞赛事。该赛事项目获得了2018年上海文创基金的扶持，也凸显了上海作为电竞之都对该赛事的重视。

机构	小沃科技
成立日期	2014年
主要领域	电竞城市赛、校园赛
公司背景	中国联通全资子公司

2018年电竞大篷车全国嘉年华

覆盖范围广

- **超过30场** 线下赛事
- **25省市** 活动覆盖省市
- **500万人** 线下覆盖人数

丰富活动内容

- **秋开迎新** 吸引高校学子
- **头部线下活动** 大篷车入驻吸引人气
- **年度总决赛** 包含表演赛等丰富内容并且同步直播

多元化宣传

- **10000+** 线下营业厅宣传
- **200多所** 高校协调资源
- **直播平台** 深度定制合作

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞企业案例

小沃科技

电竞大篷车全国嘉年华充分利用小沃科技在游戏、游戏直播行业的资源，配合联通公司线上线下宣推、执行资源，结合市场化的赛事执行资源，实现了优质资源的整合。赛事贴合青年人喜好，不仅宣传了联通和小沃科技的品牌形象，还直接带动联通流量包、大王卡等相关电信业务发展。而覆盖全国的校园/城市赛事资源，也为未来市场化赞助合作创造了空间。2018年底，电竞大篷车升级为WGA（小沃电竞赛事联盟），在赛事体制进一步体系化、正规化的同时，还会综合二次元、舞蹈、网红直播等活动，打造面向更广泛青年群体的综合文娱活动。

小沃科技电竞内容生态

小沃电竞联盟选拔流程

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

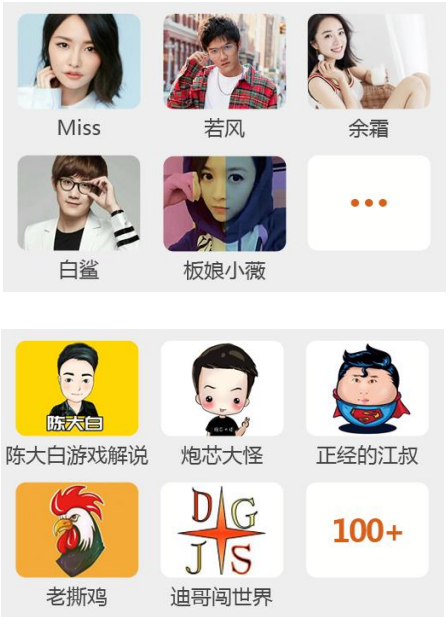
短视频MCN机构案例

薇龙文化

随着短视频平台爆发以及优质游戏视频创作者涌现，专注于游戏短视频领域的MCN机构——薇龙文化应运而生。得益于对短视频内容和信息流平台的理解，薇龙文化在游戏短视频行业具有一定的先发优势：在创作者服务上，薇龙文化发掘签约大量头部游戏短视频创作者，专业协助创作者进行IP定位进而包装创作内容，与全网各大短视频平台进行内容分发合作；在变现渠道上，通过依靠前期积累优势进行平台流量分成以及与游戏厂商、直播平台、电商平台等进行商业合作。目前薇龙文化MCN矩阵已有过百位头部游戏视频创作者，其中粉丝量达到100万以上的头部达人超过40个；除此之外，薇龙文化还与包括Miss、若风在内的头部游戏主播合作，共同推出游戏内容。

机构	VLONG 薇龙文化
成立日期	2018年
主要视频内容	游戏、电竞相关
主要合作平台	今日头条、西瓜视频、企鹅号、百家号、抖音腾讯视频、爱奇艺等平台

薇龙MCN矩阵



薇龙文化核心能力

- 对年轻游戏玩家的理解和机器算法时代对短视频内容的理解
- 优质内容IP的孵化能力及内容运营宣发能力
- 多种商业模式的拓展及较强的商业变现能力

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

©2018.12 iResearch Inc

移动电竞行业概况 1

移动电竞行业趋势 2

移动电竞的竞争分析及企业分析 3

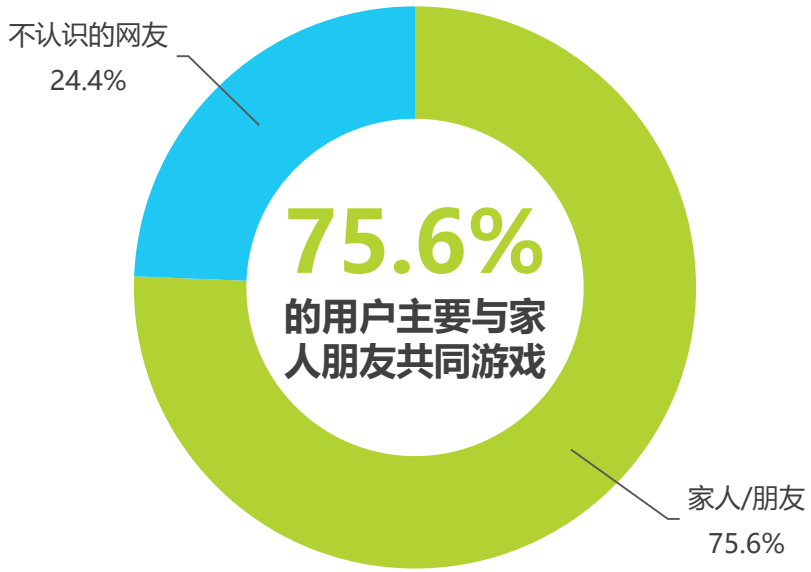
移动电竞用户行为分析 4

用户发展趋势

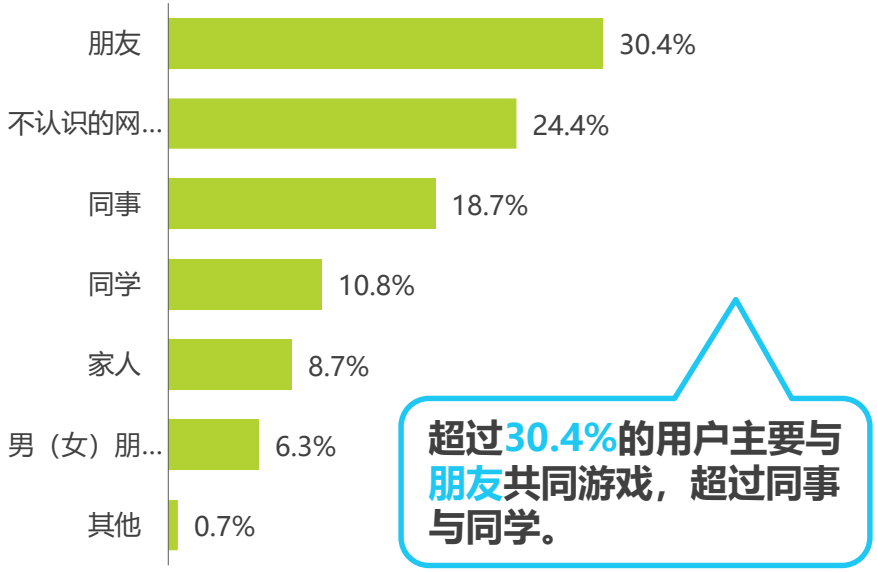
社交需求仍旧为移动电竞吸引用户核心点

据统计，超过75%的移动电竞用户与家人朋友共同游戏。而其中，朋友在游戏对象分布中占比最高。满足用户强烈的社交需求为移动电竞吸引用户的核心点。

2018年中国移动电竞用户游戏社交情况



2018年中国移动电竞用户游戏对象分布



注释：您平时主要和谁一起玩手机游戏?
样本：N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：您平时主要和谁一起玩手机游戏?
样本：N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

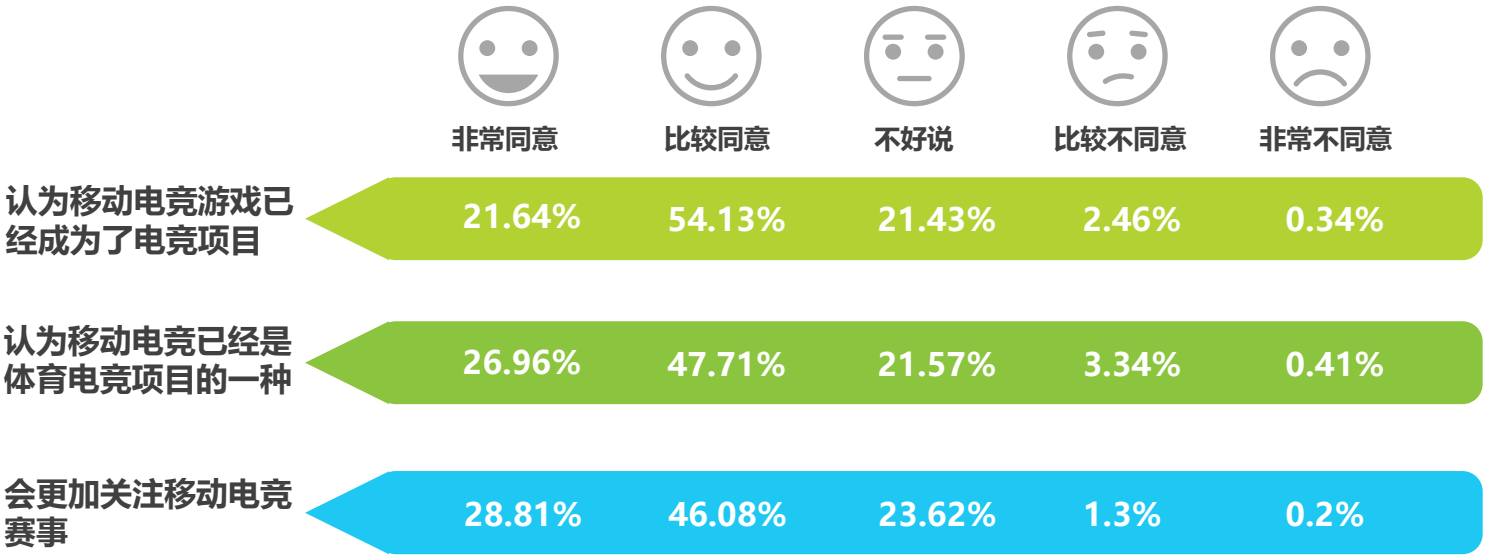
©2018.12 iResearch Inc www.iresearch.com.cn

用户认同态度

移动电竞用户理解度高

数据显示，超过21%的用户认为移动电竞游戏已经成为了电竞项目；接近27%的用户认为移动电竞已经是体育电竞项目的一种；另外，接近29%的用户表示会更加关注移动电竞赛事。高认同度表明中国移动电竞渗透率高、用户理解度高。整体来看，大多数用户均对移动电竞游戏是体育项目这一议题认同度较高，表明移动电竞在这几年内通过游戏的竞技性以及赛事的成熟度获得广大用户的认可。

2018中国移动电竞用户态度调查



注释：A20：您认为移动电竞游戏是否已经和端游电竞游戏一样都成为了电子竞技项目？A21：相比于过去,您是否认为移动电竞已经是体育电竞项目的一种？A22：相比较过去,你是否会更加关注移动电竞赛事?

样本：N=1465 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

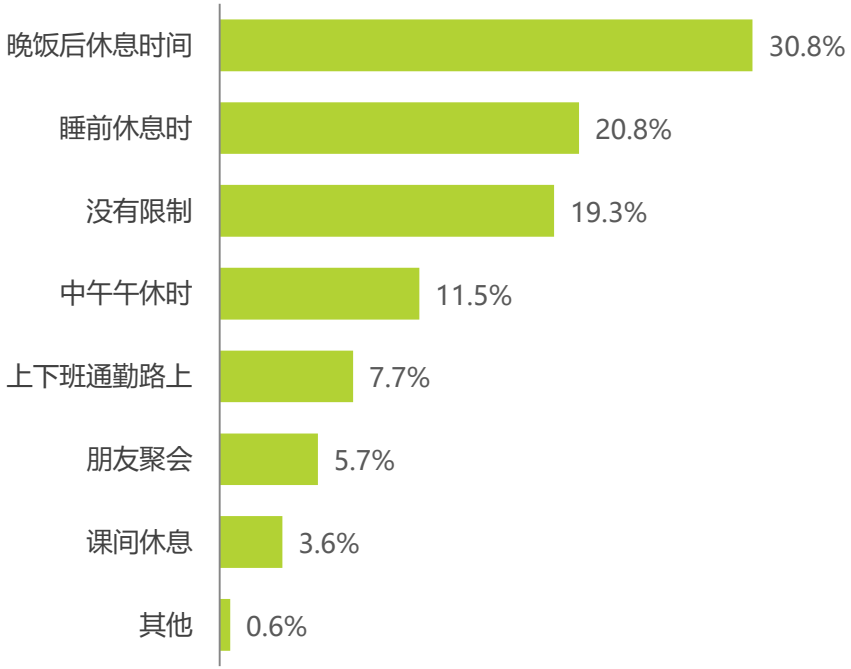
移动电竞游戏行为

用户基本使用情况

移动电竞重度化

移动电竞用户主要在晚饭后以及睡前等主要休息时间段玩游戏，这在一定程度上也说明了移动电竞成为一项愈加重要并被人们广泛接受的娱乐活动。

2018年中国移动电竞用户玩游戏时间分布



注释：请问您玩手机游戏的主要场景是?
基数：总体用户N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2018年中国移动电竞用户主要玩游戏时间

30.8%的用户
在晚饭后休息时间玩游戏

20.8%的用户
在睡前休息时玩游戏

19.3%的用户
玩游戏时间没有限制

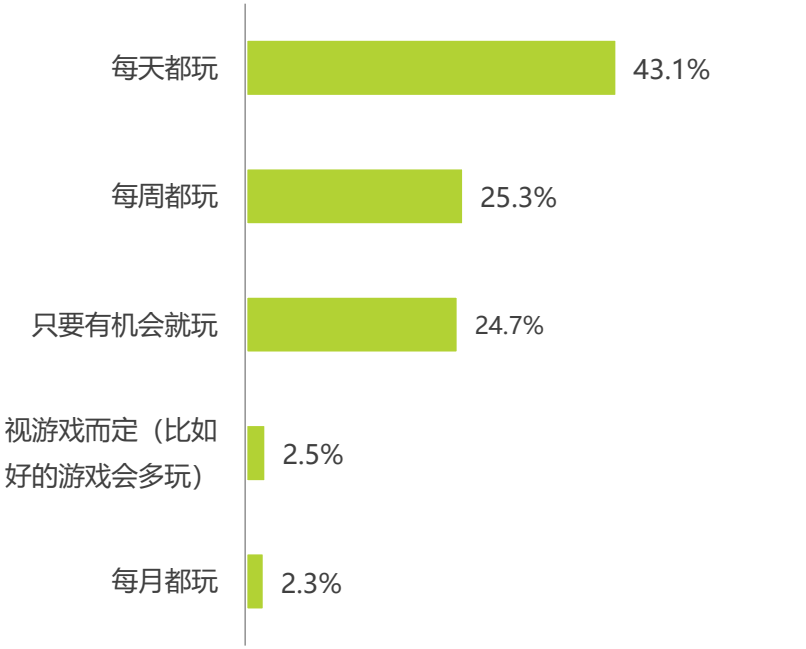
注释：请问您玩手机游戏的主要场景是?
基数：总体用户N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

用户基本使用习惯

用户使用时间长 粘性高

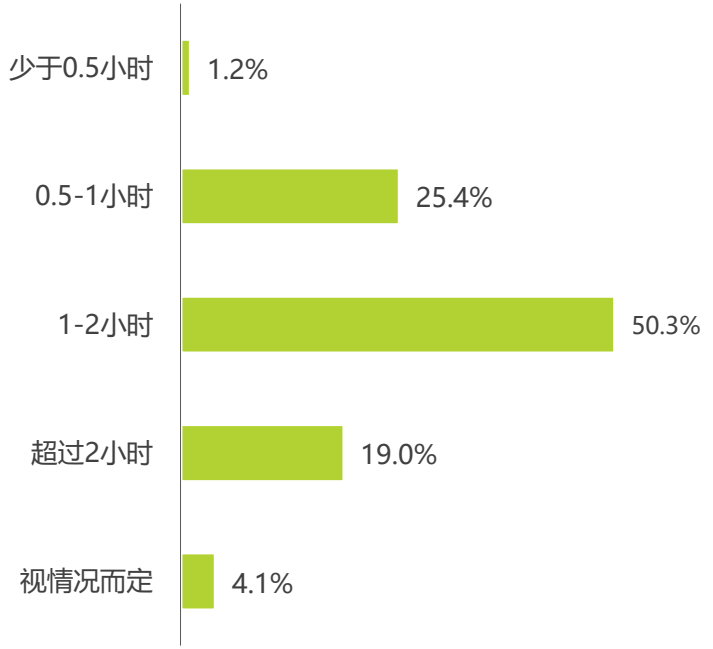
据统计，中国移动电竞用户中每天都会玩游戏的用户占到了43.07%；用户每次玩游戏时长在1到2小时之间的占比超过50%。

2018年中国移动电竞用户玩游戏频率



注释：请问您最近玩移动游戏的频率是多少？
样本：N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

2018年中国移动电竞用户每次玩游戏时长



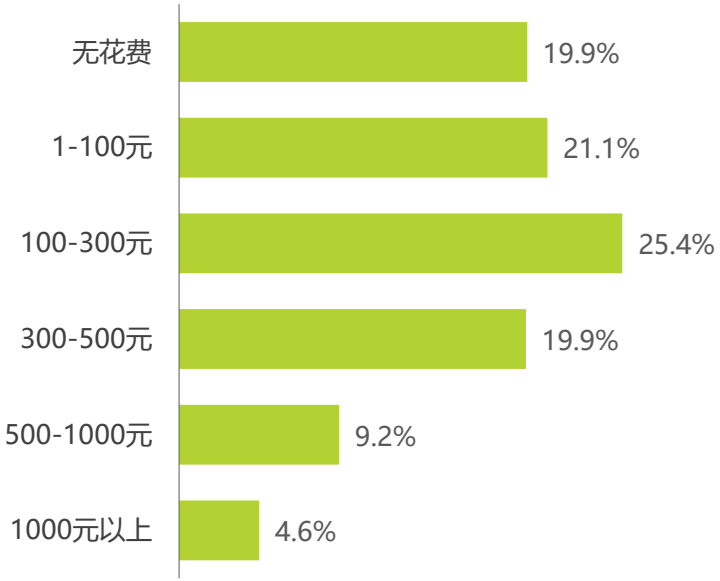
注释：请问您每次玩移动游戏的时长是多少？
样本：N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

用户付费情况及游戏水平自我评价

用户付费习惯良好

中国移动电竞用户付费习惯良好，有付费习惯的用户占比超过80%，付费金额在100-300元之间的用户占比最高，为25.4%。除此之外，用户整体认为自己游戏水平为中等水平。

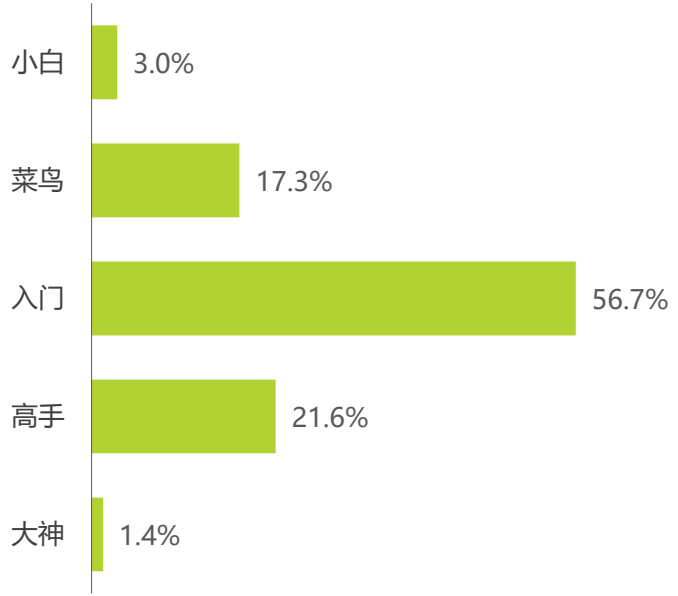
2018年中国移动电竞用户3个月内游戏付费情况



注释：您在3个月内主要在移动游戏上花费总计多少钱？
样本：N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

2018年中国移动电竞用户游戏水平自评情况



注释：您在目前在最常玩的手机游戏中的水平如何？
样本：N=1465；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

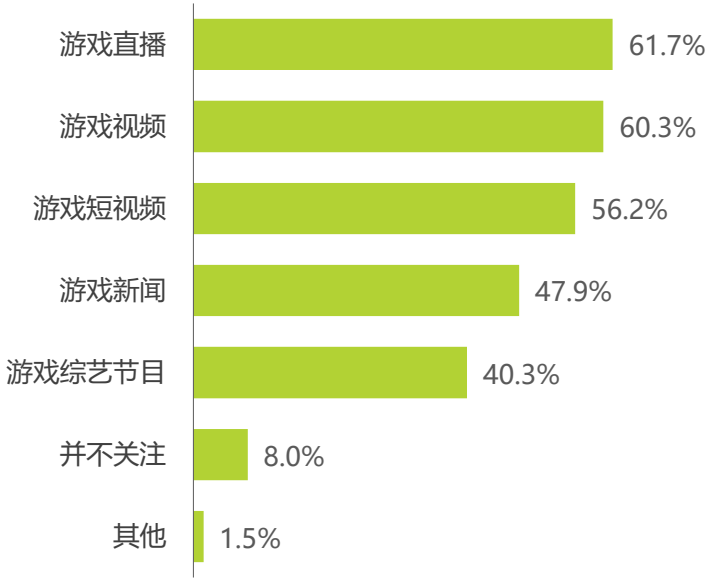
©2018.12 iResearch Inc

用户游戏衍生内容关注情况

全方位衍生内容市场满足用户需求

据统计，中国移动电竞用户在游戏衍生内容方面主要关注游戏直播，其次会关注游戏视频和游戏短视频。游戏衍生内容渠道方面，用户会优先选择游戏助手；除此之外，用户也会选择微信公众号和短视频应用。

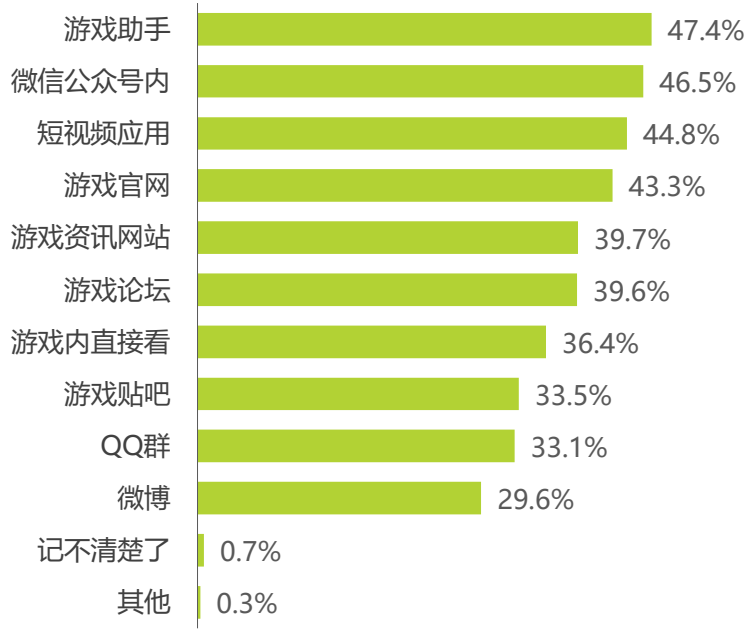
2018年中国移动电竞用户游戏衍生内容关注情况



注释：请问您关注哪些游戏衍生相关内容?
样本：N=1465 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

2018年中国移动电竞用户关注游戏衍生内容渠道



注释：请问您关注游戏衍生内容的主要渠道是?
样本：N=1348 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

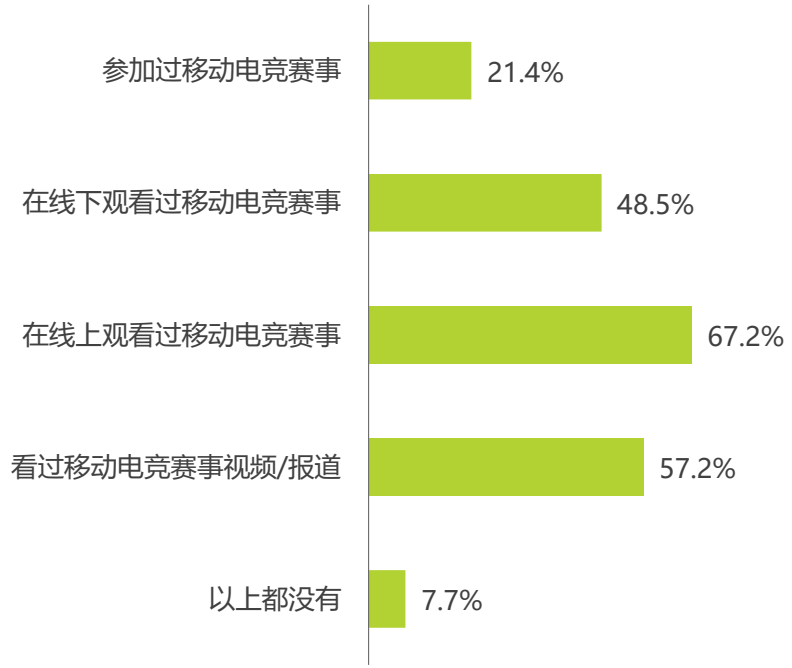
移动电竞赛事行为

用户赛事参与情况

线上观看为用户赛事参与的重要途径

根据调研数据，用户倾向于在线上观看移动电竞赛事；参与原因方面，“觉得好玩就去试试看”、“和朋友参赛有意思”等为用户首选参赛原因。

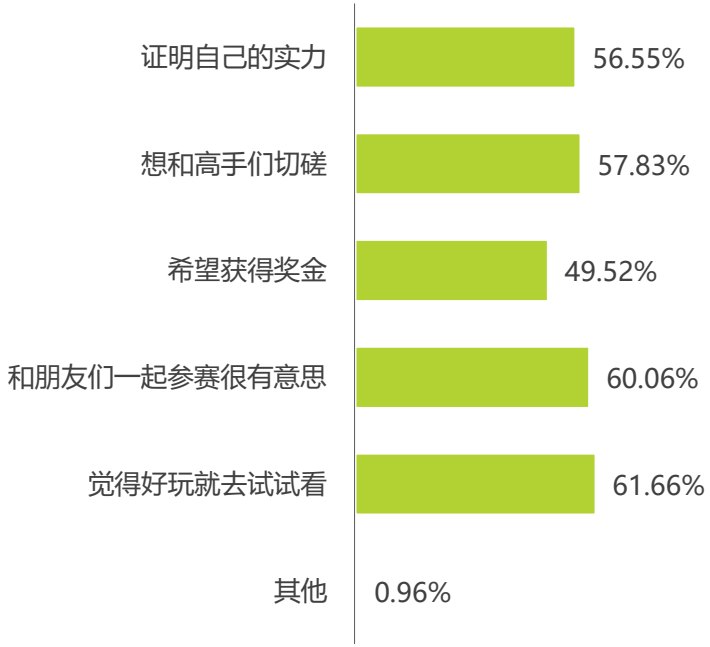
2018年中国移动电竞用户赛事参与渠道



注释：请问您有过以下哪些与移动电竞有关的行为？
样本：N=1309；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

2018年中国移动电竞用户赛事参与原因



注释：请问您为什么会参加手游赛事？
样本：N=1309；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

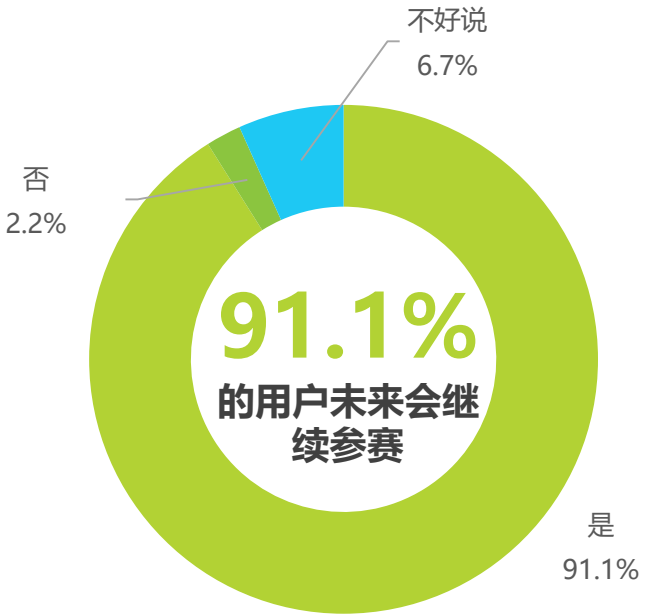
©2018.12 iResearch Inc

用户赛事参与情况

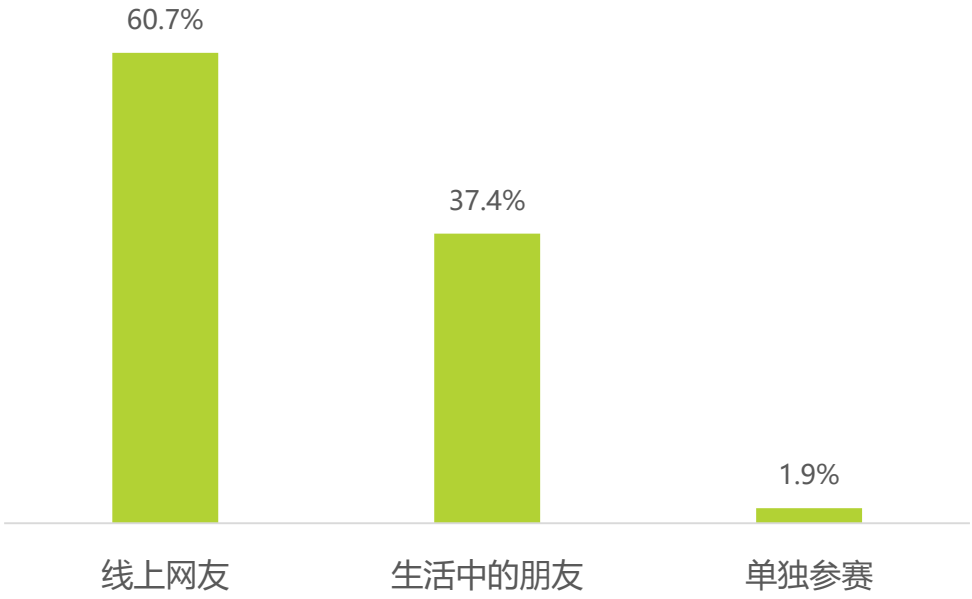
用户未来赛事参与度高

据统计，超过90%的中国移动电竞用户在未来有参赛计划；超过60%的移动电竞用户会和线上网友组成战队参赛，超过37%的用户会选择和生活中的朋友组队参赛。

2018年中国移动电竞用户未来参赛计划



2018年中国移动电竞用户参赛情况



注释：请问您未来是否会继续参赛?
样本：N=313；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：请问您主要和谁一起参加移动电竞赛事?
样本： N=313；于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

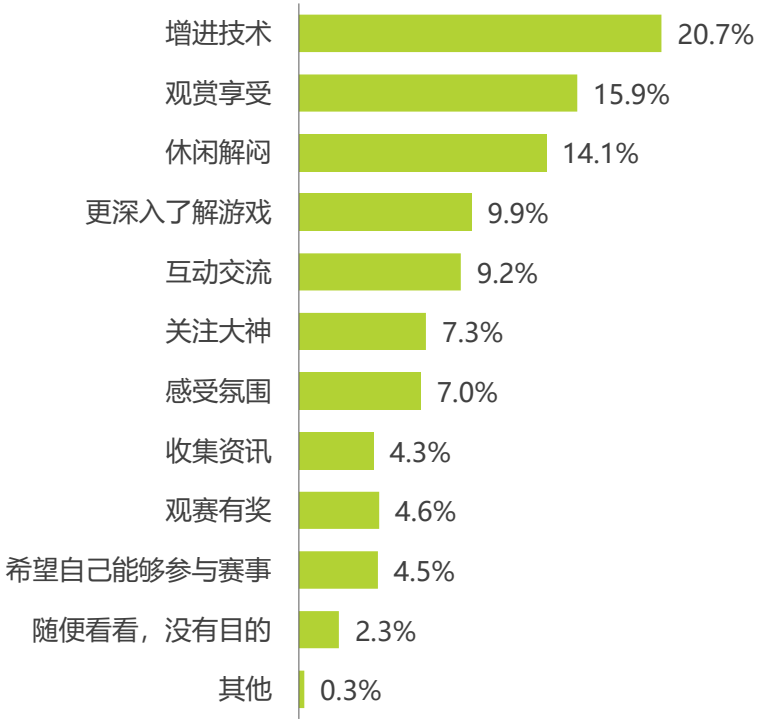
©2018.12 iResearch Inc

用户赛事关注情况

增进技术技术是观赛主要理由 直播平台是观赛第一渠道

用户赛事关注度提升，用户观看赛事的主要原因是增进技术与观赏享受。另一方面，直播平台仍然是移动电竞用户首选的观赛渠道。

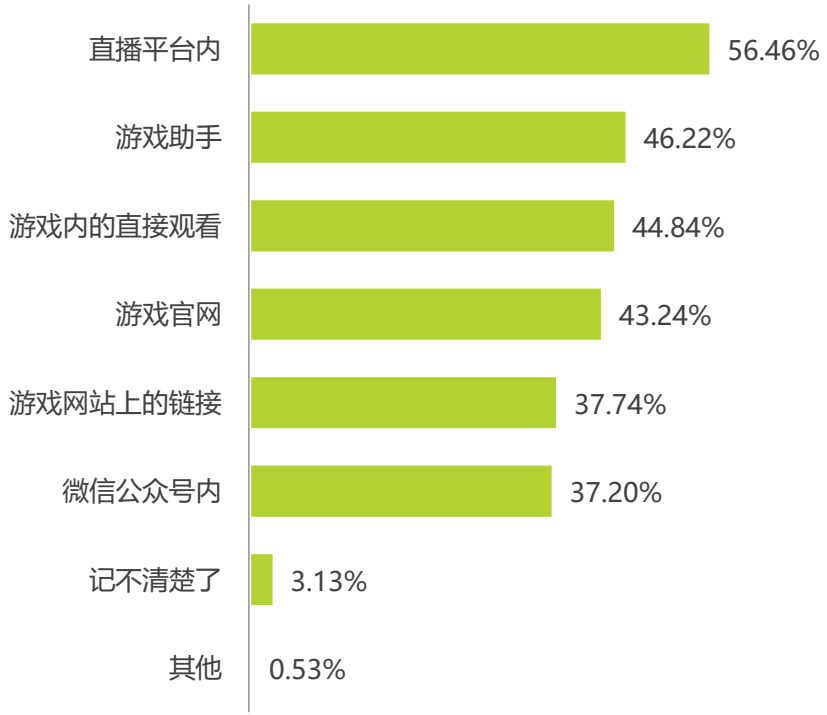
2018年中国移动电竞用户观看赛事原因



注释：请问您观看手游赛事的主要原因是?
样本：N=1309 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

©2018.12 iResearch Inc

2018年中国移动电竞用户常用观赛渠道



注释：请问您通过什么渠道来观看手游赛事?
样本：N=1309 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

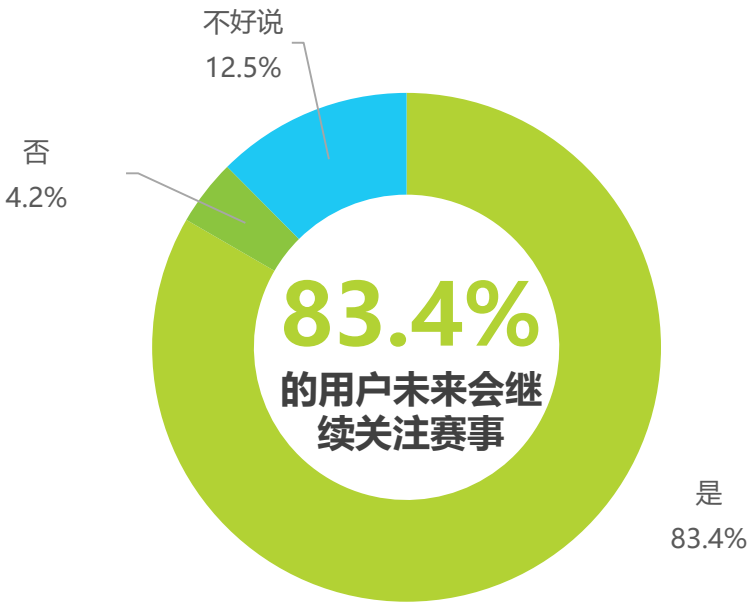
©2018.12 iResearch Inc

用户赛事关注情况

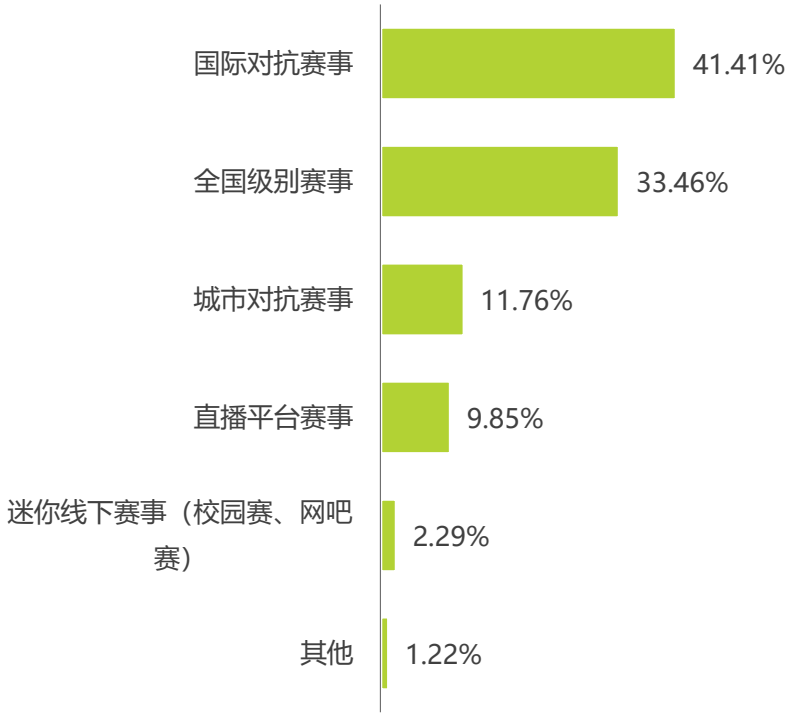
移动电竞保持高关注度

超过80%的移动电竞用户会在未来继续关注手游赛事，手游赛事仍保持较高的关注度；移动电竞用户希望在未来能够看到国际对抗赛事，其次是全国级别赛事。

2018年中国移动电竞用户未来关注赛事状况



2018年中国移动电竞用户关注赛事级别



注释：请问您未来是会继续关注手游赛事?
样本：N=1309 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

注释：请问您未来更希望看到什么级别的手游赛事?
样本：N=1309 ； 于2018年10月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询