



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国电子竞技商业模式市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国电子竞技商业模式市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281099.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

电子竞技（Electronic Sports）就是电子游戏比赛达到“竞技”层面的活动。电子竞技运动就是利用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。通过运动，可以锻炼和提高参与者的思维能力、反应能力、心眼四肢协调能力和意志力，培养团队精神。电子竞技也是一种职业，和棋艺等非电子游戏比赛类似，2003年11月18日，国家体育总局正式批准，将电子竞技列为第99个正式体育竞赛项。2011年，国家体育总局将电子竞技改批为第78个正式体育竞赛项。 中国电竞产业商业模式

目前，在全球范围内，电子竞技产业发展得比较好的的是美国、欧洲和韩国。在美国，CPL（电子竞技职业联盟）是电子竞技的主要推动者，与韩国的WCG、法国的ESWC（电子竞技世界杯）并称为世界三大电子竞技赛事。虽然韩国WCG在2014年停办，但是其曾经的辉煌仍旧给后来者已很多启发。因为欧美电子竞技商业模式较为相似，而与韩国电子竞技商业模式产别则比较大。 世界电竞项目分布现状 电子竞技商业模式比较——欧美模式VS韩国模式

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：电子竞技行业发展背景 26

1.1 电子竞技行业概述 26

1.1.1 电子竞技的定义及分类 26

（1）电子竞技的定义 26

（2）电子竞技的分类 26

1.1.2 电子竞技行业的特点 27

当前国内拥有全世界第一的电竞爱好者和电竞观众群体，由于行业盈利模式不完善，人均消费低，具备提升空间。我国拥有全球55%的电竞爱好者和33%的电竞观众。综合：1）端游在国内电竞占主导；2）4000万电竞爱好者占我国总玩家的7.7%；3）电竞爱好者具有更强边

际消费倾向三因素，我们预计我国电竞市场与端游市场转换比例为9%，市场规模即为54.8 亿。由此计算人均电竞消费为137 元（约合22美元）。我们认为当前国内电竞消费水平较低，主要原因为行业盈利模式不完善，尤其是电竞直播行业整体盈利性较低。随着盈利模式的探索和完善，预计电竞市场收入潜力将得到快速释放。

电子竞技有狭义和广义之分，WCA 将广义电竞纳入比赛范围，并在政府、游戏开发商和观众间合作共赢。 游戏开发商联赛模式对比

美国、韩国、欧洲很多国家的政府机构意识到电子竞技产业的前景，成立相应机构促进行业发展，其中韩国便成立了KeSPA电竞协会。 KeSPA是韩国职业电子竞技协会的简称，由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力。

1.1.3 电子竞技与网络游戏的对比分析 27

1.1.4 电子竞技与体育项目的关联分析 29

1.2 电子竞技行业产业链分析 31

1.2.1 电子竞技产业链结构 31 中国电子竞技产业链示意图

1.2.2 产业链主要环节分析 31

（1）游戏运营环节分析 31

（2）赛事运营环节分析 31

（3）平台及媒体环节分析 32

（4）电子竞技受众分析 32

1.3 电子竞技行业发展环境分析 32

1.3.1 行业宏观环境分析 32

（1）行业政策环境 32

（2）行业经济环境 33

（3）行业社会环境 48

（4）行业技术环境 49

1.3.2 行业竞争环境分析 50

（1）现有企业的竞争 50

（2）潜在进入者的竞争 51

（3）供应商议价能力 51

(4) 下游客户议价能力 52

(5) 替代品威胁 52

1.3.3 行业关联产业分析 52

(1) 中国游戏行业发展历程 52

(2) 中国游戏行业市场规模 56

(3) 游戏行业生态结构的变化 57

第2章：国外电子竞技行业商业模式及经验借鉴 59

2.1 国外电子竞技行业发展现状及发展趋势 59

2.1.1 全球电子竞技行业发展历程分析 59

2.1.2 全球电子竞技行业市场规模分析 60

(1) 全球电子竞技赛事奖金池规模分析 60

(2) 全球电子竞技赛事观众规模分析 60

(3) 全球电子竞技行业收入规模分析 60

2.1.3 国外电竞赛事与传统体育赛事的对比 61

2.1.4 国外电子竞技行业商业模式分析 62

2.1.5 全球电子竞技行业发展规模预测 63

2.2 主要国家电子竞技行业发展状况及经验借鉴 63

2.2.1 美国电子竞技行业发展状况及经验借鉴 63

(1) 美国电子竞技行业发展现状 63

(2) 美国电子竞技行业发展规模 64

(3) 美国电子竞技行业扶持政策 64

(4) 美国电子竞技运动员培育策略 65

(5) 美国电子竞技行业经验借鉴 66

2.2.2 法国电子竞技行业发展状况及经验借鉴 67

(1) 法国电子竞技行业发展现状 67

(2) 法国电子竞技行业发展规模 67

(3) 法国电子竞技行业扶持政策 67

(4) 法国电子竞技运动员培育策略 68

(5) 法国电子竞技行业经验借鉴 68

2.2.3 韩国电子竞技行业发展状况及经验借鉴 68

(1) 韩国电子竞技行业发展历程 68

- (2) 韩国电子竞技行业发展规模 70
- (3) 韩国电子竞技行业扶持政策 70
- (4) 韩国电子竞技运动员培育策略 71
- (5) 韩国电子竞技行业经验借鉴 72
- 2.3 国外重点电子竞技赛事商业模式及经验借鉴 72
- 2.3.1 法国电子竞技世界杯 (ESWC) 商业模式分析 72
 - (1) 赛事基本信息分析 72
 - (2) 赛事运营主体分析 72
 - (3) 赛事竞赛项目分析 73
 - (4) 赛事合作伙伴分析 73
 - (5) 赛事盈利模式分析 73
 - (6) 2016年赛事安排 74
- 2.3.2 韩国世界电子竞技大赛 (WCG) 商业模式分析 74
 - (1) 赛事基本信息分析 74
 - (2) 赛事运营主体分析 75
 - (3) 赛事竞赛项目分析 75
 - (4) 赛事合作伙伴分析 76
 - (5) 赛事盈利模式分析 76
 - (6) 2014赛事停办原因分析 76
- 2.3.3 美国世界电子职业联赛 (CPL) 商业模式分析 78
 - (1) 赛事基本信息分析 78
 - (2) 赛事运营主体分析 78
 - (3) 赛事竞赛项目分析 78
 - (4) 赛事合作伙伴分析 78
 - (5) 赛事盈利模式分析 79
 - (6) 2016年赛事安排 79
- 2.3.4 美国DOTA2国际邀请赛商业模式分析 79
 - (1) 赛事基本信息分析 79
 - (2) 赛事运营主体分析 80
 - (3) 赛事竞赛项目分析 80
 - (4) 赛事合作伙伴分析 80
 - (5) 赛事盈利模式分析 80

(6) 2016年赛事安排 81

2.3.5 美国MLG联赛商业模式分析 81

(1) 赛事基本信息分析 81

(2) 赛事运营主体分析 82

(3) 赛事竞赛项目分析 82

(4) 赛事合作伙伴分析 82

(5) 赛事盈利模式分析 82

(6) 2016年赛事安排 83

2.4 国外电子竞技直播平台商业模式及经验借鉴 83

2.4.1 美国Twitch商业模式及经验借鉴 83

(1) Twitch基本信息分析 83

(2) Twitch运营模式分析 83

(3) Twitch成本结构分析 84

(4) Twitch盈利模式分析 84

(5) Twitch融资情况分析 85

(6) Twitch发展经验借鉴 86

2.4.2 韩国Afreeca TV商业模式及经验借鉴 87

第3章：中国电子竞技行业发展现状及未来趋势 88

3.1 中国电子竞技行业市场总体分析 88

3.1.1 行业发展历程分析 88

(1) 行业发展历程分析 88

(2) 行业泡沫战争历史分析 89

3.1.2 行业市场规模分析 92 2014-2015年我国电子竞技行业市场规模统计 我国电子竞技用户规模预测

3.1.3 行业盈利情况分析 93

3.2 中国电子竞技行业用户情况分析 94

3.2.1 电子竞技用户性别分布 94

3.2.2 电子竞技用户年龄分布 94

3.2.3 电子竞技用户职业分布 95

3.2.4 电子竞技用户收入情况 96

- 3.2.5 电子竞技用户学历分布 97
- 3.3 中国电子竞技行业SWOT分析 98
 - 3.3.1 行业发展的优势分析 98
 - (1) 政策扶持优势分析 98
 - (2) 用户规模优势分析 98
 - (3) 明星效应优势分析 99
 - (4) 市场容量优势分析 100
 - 3.3.2 行业发展的劣势分析 100
 - (1) 社会舆论压力上的劣势 100
 - (2) 知识产权保护上的劣势 101
 - (3) 产品开发上的劣势分析 101
 - (4) 从业人员管理上的劣势 101
 - 3.3.3 行业发展的机会分析 101
 - (1) 行业全球化发展带来的机会 101
 - (2) 行业俱乐部模式出现带来的机会 102
 - 3.3.4 行业发展的威胁分析 102
 - 3.3.5 行业SWOT分析总结 103
- 3.4 中国电子竞技行业发展趋势及前景 104
 - 3.4.1 中国电子竞技行业发展趋势分析 104
 - 3.4.2 中国电子竞技行业发展前景预测 105
 - 3.4.3 关于电子竞技行业发展策略的建议 106
 - (1) 关于电子竞技行业政府管理策略的建议 106
 - (2) 关于电子竞技行业传媒驱动策略的建议 107
 - (3) 关于电子竞技行业企业战略合作的建议 107
 - (4) 关于电子竞技行业运动员培育策略的建议 108

第4章：中国电子竞技行业细分领域市场发展状况 110

- 4.1 中国电子竞技游戏市场发展状况 110
 - 4.1.1 电子竞技游戏的生命周期分析 110
 - 4.1.2 电子竞技游戏市场规模分析 111

网游竞技化趋势明显，竞技类游戏成为中国玩家的主要休闲方式之一

2015年10月，活跃度最高的前20款网吧游戏中，16款为竞技类游戏；启动次数方面，竞技类

游戏则占到98%。

预计2015年，中国整体游戏玩家规模将超过6亿，庞大的玩家基数为电子竞技在中国的发展提供有利条件。 2015年10中国网吧游戏排行榜

排名	游戏名称	所属分类	启动次数(次)
1	英雄联盟	MOBA	484583838
11	天涯明月刀	3D即时	3951762
2	穿越火线	FPS	104211225
12	剑灵	3D即时	3282373
3	地下城与勇士	横片格斗	65631925
13	反恐精英OL	FPS	2851819
4	QQ飞车	REC	27282119
14	炉石传说	TCG	28000828
5	逆战	FPS	21638282
15	梦幻西游2	2D回合	2467792
6	QQ炫舞	MUG	8701838
16	FIFA Qnline3	SPG	2412167
7	NBA2KOL	SPG	6507946
17	劲舞团	MUG	288507
8	梦三国2	MOBA	6248747
18	坦克世界	TPS	2221632
9	Dota2	MOBA	5485476
19	街头篮球	SPG	2132655
10	使命召唤OL	FPS	4693312
20	问道	2D回合	2132655

4.1.3 电子竞技游戏主流类别市场发展状况 111

- (1) FPS类电子竞技游戏市场发展状况 111
- (2) RTS类电子竞技游戏市场发展状况 112
- (3) MOBA类电子竞技游戏市场发展状况 113
- (4) 其他类型电子竞技游戏市场发展状况 114

4.1.4 电子竞技游戏市场发展趋势分析 115

4.2 中国电子竞技赛事市场发展状况 115

4.2.1 电子竞技赛事市场发展概述 115

4.2.2 电子竞技赛事市场规模分析 116

- (1) 电子竞技赛事资金池规模分析 116
- (2) 电子竞技赛事观众规模分析 117

4.2.3 电子竞技赛事相关从业人员分析 118

- (1) 电子竞技运动员分析 118
- (2) 电子竞技教练员分析 118
- (3) 电子竞技裁判员分析 119
- (4) 电子竞技解说员分析 119

4.2.4 电子竞技赛事市场发展趋势分析 119

4.3 中国电子竞技直播平台市场发展状况 120

4.3.1 电子竞技直播平台市场发展概述 120

4.3.2 电子竞技直播平台市场规模分析 121

4.3.3 电子竞技直播平台市场收入情况分析 121

4.3.4 电子竞技直播平台市场竞争状况分析 121

4.3.5 电子竞技直播平台市场发展趋势分析 122

第5章：中国电子竞技行业商业模式的构建分析 123

5.1 中国电子竞技行业商业模式总体分析 123

5.1.1 商业模式的定义及构成要素 123

(1) 商业模式的定义 123

(2) 商业模式的构成要素 124

5.1.2 商业模式构建的基本流程 129

5.1.3 电子竞技行业商业模式影响因素 131

(1) 电子竞技行业商业模式影响的外部因素 131

(2) 电子竞技行业商业模式影响的内部因素 132

5.1.4 电子竞技行业商业模式分类 132

5.2 中国电子竞技游戏商业模式的构建 135

5.2.1 电子竞技游戏运营模式的定义及特点 135

5.2.2 中国电子竞技游戏市场定位分析 136

5.2.3 中国电子竞技游戏运营渠道通路分析 136

5.2.4 中国电子竞技游戏盈利模式分析 137

5.2.5 中国电子竞技游戏成本结构分析 137

5.2.6 中国电子竞技行业重要合作伙伴分析 137

5.2.7 中国电子竞技游戏运营关键成功要素 138

5.3 中国电子竞技赛事商业模式的构建 138

5.3.1 电子竞技游戏运营模式的定义及特点 138

5.3.2 中国电子竞技赛事市场定位分析 139

5.3.3 中国电子竞技赛事运营渠道通路分析 139

5.3.4 中国电子竞技赛事运营盈利模式分析 139

5.3.5 中国电子竞技赛事运营成本结构分析 140

5.3.6 中国电子竞技赛事运营合作伙伴分析 140

5.3.7 中国电子竞技赛事运营关键成功要素 140

5.4 中国电子竞技直播平台商业模式的构建 141

5.4.1 电子竞技直播平台主要运营模式 141

5.4.2 中国电子竞技直播平台渠道通路分析 141

- 5.4.3 中国电子竞技直播平台盈利模式分析 142
- 5.4.4 中国电子竞技直播平台成本结构分析 142
- 5.4.5 中国电子竞技直播平台合作伙伴分析 142
- 5.4.6 中国电子竞技直播平台关键成功要素 143

第6章：电子竞技行业商业模式构建成功案例解析 145

6.1 电子竞技游戏运营商业模式成功案例解析 145

6.1.1 《反恐精英》商业模式深度剖析 145

- (1) 游戏基本信息分析 145
- (2) 游戏发展历程分析 145
- (3) 游戏市场定位分析 146
- (4) 游戏盈利模式分析 146
- (5) 游戏渠道通路分析 146
- (6) 游戏主要赛事分析 146

6.1.2 《魔兽争霸》商业模式深度剖析 147

- (1) 游戏基本信息分析 147
- (2) 游戏发展历程分析 147
- (3) 游戏市场定位分析 148
- (4) 游戏盈利模式分析 148
- (5) 游戏渠道通路分析 148
- (6) 游戏主要赛事分析 149

6.1.3 《DOTA2》商业模式深度剖析 152

- (1) 游戏基本信息分析 152
- (2) 游戏发展历程分析 152
- (3) 游戏市场定位分析 155
- (4) 游戏盈利模式分析 156
- (5) 游戏渠道通路分析 156
- (6) 游戏主要赛事分析 156

6.1.4 《英雄联盟》商业模式深度剖析 157

- (1) 游戏基本信息分析 157
- (2) 游戏发展历程分析 157
- (3) 游戏市场定位分析 159

- (4) 游戏盈利模式分析 159
- (5) 游戏渠道通路分析 159
- (6) 游戏主要赛事分析 160
- 6.1.5 《地下城与勇士》商业模式深度剖析 160
 - (1) 游戏基本信息分析 160
 - (2) 游戏发展历程分析 161
 - (3) 游戏市场定位分析 163
 - (4) 游戏盈利模式分析 163
 - (5) 游戏渠道通路分析 163
 - (6) 游戏主要赛事分析 163
- 6.1.6 《坦克世界》商业模式深度剖析 164
 - (1) 游戏基本信息分析 164
 - (2) 游戏发展历程分析 164
 - (3) 游戏市场定位分析 166
 - (4) 游戏盈利模式分析 167
 - (5) 游戏渠道通路分析 168
 - (6) 游戏主要赛事分析 169
- 6.1.7 《使命召唤》商业模式深度剖析 169
 - (1) 游戏基本信息分析 169
 - (2) 游戏发展历程分析 169
 - (3) 游戏市场定位分析 169
 - (4) 游戏盈利模式分析 170
 - (5) 游戏渠道通路分析 170
 - (6) 游戏主要赛事分析 172
- 6.1.8 《三国争霸》商业模式深度剖析 172
 - (1) 游戏基本信息分析 172
 - (2) 游戏发展历程分析 172
 - (3) 游戏市场定位分析 173
 - (4) 游戏盈利模式分析 173
 - (5) 游戏渠道通路分析 173
 - (6) 游戏主要赛事分析 174
- 6.1.9 《群雄逐鹿》商业模式深度剖析 176

- (1) 游戏基本信息分析 176
- (2) 游戏发展历程分析 177
- (3) 游戏市场定位分析 177
- (4) 游戏盈利模式分析 177
- (5) 游戏渠道通路分析 178
- (6) 游戏主要赛事分析 179
- 6.1.10 《梦三国》商业模式深度剖析 181
 - (1) 游戏基本信息分析 181
 - (2) 游戏发展历程分析 182
 - (3) 游戏市场定位分析 185
 - (4) 游戏盈利模式分析 185
 - (5) 游戏渠道通路分析 187
 - (6) 游戏主要赛事分析 190
- 6.2 电子竞技赛事运营商业模式成功案例解析 190
 - 6.2.1 WCA (世界电子竞技大赛) 商业模式深度剖析 190
 - (1) 赛事基本信息分析 190
 - (2) 赛事竞赛项目分析 191
 - (3) 赛事合作伙伴分析 191
 - (4) 赛事盈利模式分析 192
 - (5) 赛事市场关注度分析 194
 - (6) 2016年赛事安排 195
 - 6.2.2 IET (义乌国际电子竞技大赛) 商业模式深度剖析 196
 - (1) 赛事基本信息分析 196
 - (2) 赛事竞赛项目分析 197
 - (3) 赛事合作伙伴分析 197
 - (4) 赛事盈利模式分析 197
 - (5) 赛事市场关注度分析 198
 - (6) 2016年赛事安排 198
 - 6.2.3 WEC (世界电子竞技嘉年华) 商业模式深度剖析 200
 - (1) 赛事基本信息分析 200
 - (2) 赛事竞赛项目分析 200
 - (3) 赛事合作伙伴分析 201

- (4) 赛事盈利模式分析 202
- (5) 赛事市场关注度分析 204
- (6) 2016年赛事安排 204
- 6.2.4 NEST (全国电子竞技大赛) 商业模式深度剖析 205
 - (1) 赛事基本信息分析 205
 - (2) 赛事竞赛项目分析 205
 - (3) 赛事合作伙伴分析 205
 - (4) 赛事盈利模式分析 206
 - (5) 赛事市场关注度分析 209
 - (6) 2016年赛事安排 209
- 6.2.5 NESO (全国电子竞技公开赛) 商业模式深度剖析 210
 - (1) 赛事基本信息分析 210
 - (2) 赛事竞赛项目分析 211
 - (3) 赛事合作伙伴分析 211
 - (4) 赛事盈利模式分析 211
 - (5) 赛事市场关注度分析 212
 - (6) 2016年赛事安排 212
- 6.2.6 WPC (世界电子竞技职业精英赛) 商业模式深度剖析 212
 - (1) 赛事基本信息分析 212
 - (2) 赛事竞赛项目分析 212
 - (3) 赛事合作伙伴分析 213
 - (4) 赛事盈利模式分析 213
 - (5) 赛事市场关注度分析 214
 - (6) 2016年赛事安排 214
- 6.2.7 ECL (电子竞技冠军联赛) 商业模式深度剖析 214
 - (1) 赛事基本信息分析 214
 - (2) 赛事竞赛项目分析 215
 - (3) 赛事合作伙伴分析 215
 - (4) 赛事盈利模式分析 215
 - (5) 赛事市场关注度分析 217
 - (6) 2016年赛事安排 218
- 6.2.8 G联赛 (全国电子竞技电视联赛) 商业模式深度剖析 219

- (1) 赛事基本信息分析 219
- (2) 赛事竞赛项目分析 219
- (3) 赛事合作伙伴分析 220
- (4) 赛事盈利模式分析 220
- (5) 赛事市场关注度分析 220
- (6) 2016年赛事安排 221
- 6.3 电子竞技游戏直播平台商业模式成功案例解析 223
 - 6.3.1 虎牙直播商业模式深度剖析 223
 - (1) 平台基本信息分析 223
 - (2) 平台运营模式分析 223
 - (3) 平台主要业务分析 223
 - (4) 平台盈利模式分析 223
 - (5) 平台渠道通路分析 224
 - (6) 平台合作伙伴分析 224
 - (7) 平台投融资分析 224
 - 6.3.2 斗鱼TV商业模式深度剖析 224
 - (1) 平台基本信息分析 224
 - (2) 平台运营模式分析 225
 - (3) 平台主要业务分析 225
 - (4) 平台盈利模式分析 225
 - (5) 平台渠道通路分析 226
 - (6) 平台合作伙伴分析 226
 - (7) 平台投融资分析 227
 - 6.3.3 战旗TV商业模式深度剖析 227
 - (1) 平台基本信息分析 227
 - (2) 平台运营模式分析 227
 - (3) 平台主要业务分析 228
 - (4) 平台盈利模式分析 229
 - (5) 平台渠道通路分析 229
 - (6) 平台合作伙伴分析 229
 - (7) 平台投融资分析 231
 - 6.3.4 TGA (龙珠直播) 商业模式深度剖析 231

(1) 平台基本信息分析 231

(2) 平台运营模式分析 232

(3) 平台主要业务分析 232

(4) 平台盈利模式分析 232

(5) 平台渠道通路分析 232

(6) 平台合作伙伴分析 232

(7) 平台投融资分析 232

6.3.5 MarsTV商业模式深度剖析 233

(1) 平台基本信息分析 233

(2) 平台运营模式分析 233

(3) 平台主要业务分析 233

(4) 平台盈利模式分析 234

(5) 平台渠道通路分析 235

(6) 平台合作伙伴分析 235

(7) 平台投融资分析 236

6.3.6 起凡游戏商业模式深度剖析 236

(1) 平台基本信息分析 236

(2) 平台运营模式分析 236

(3) 平台主要业务分析 237

(4) 平台盈利模式分析 237

(5) 平台渠道通路分析 239

(6) 平台合作伙伴分析 239

(7) 平台投融资分析 239

6.3.7 ImbaTV商业模式深度剖析 239

(1) 平台基本信息分析 239

(2) 平台运营模式分析 240

(3) 平台主要业务分析 240

(4) 平台盈利模式分析 241

(5) 平台渠道通路分析 241

(6) 平台合作伙伴分析 241

(7) 平台投融资分析 242

6.3.8 顺网游戏平台商业模式深度剖析 245

- (1) 平台基本信息分析 245
- (2) 平台运营模式分析 245
- (3) 平台主要业务分析 245
- (4) 平台盈利模式分析 245
- (5) 平台渠道通路分析 246
- (6) 平台合作伙伴分析 246
- (7) 平台投融资分析 246

第7章：中国电子竞技行业领先企业经营分析 248

7.1 中国电子竞技行业企业整体分析 248

7.2 中国电子竞技行业领先企业经营分析 249

7.2.1 广州欢聚传媒有限公司经营分析 249

- (1) 公司基本信息分析 249
- (2) 公司经营状况分析 249
- (3) 公司经营优劣势分析 255

7.2.2 上海盛大网络发展有限公司经营分析 255

- (1) 公司基本信息分析 255
- (2) 公司经营状况分析 256
- (3) 公司电子竞技业务布局 262
- (4) 公司经营优劣势分析 265
- (5) 公司发展最新动向 265

7.2.3 金亚科技股份有限公司经营分析 266

- (1) 公司基本信息分析 266
- (2) 公司经营状况分析 266
- (3) 公司电子竞技业务布局 272
- (4) 公司渠道通路分析 272
- (5) 公司经营优劣势分析 273
- (6) 公司发展最新动向 274

7.2.4 北京掌趣科技股份有限公司经营分析 275

- (1) 公司基本信息分析 275
- (2) 公司经营状况分析 275
- (3) 公司电子竞技业务布局 281

(4) 公司经营优劣势分析 281

(5) 公司发展最新动向 282

7.2.5 游族网络股份有限公司经营分析 284

(1) 公司基本信息分析 284

(2) 公司经营状况分析 284

(3) 公司电子竞技业务布局 290

(4) 公司渠道通路分析 300

(5) 公司经营优劣势分析 300

(6) 公司发展最新动向 301

7.2.6 杭州顺网科技股份有限公司经营分析 301

(1) 公司基本信息分析 301

(2) 公司经营状况分析 302

(3) 公司电子竞技业务布局 307

(4) 公司经营优劣势分析 308

(5) 公司发展最新动向 308

7.2.7 完美世界(北京)网络技术有限公司经营分析 309

(1) 公司基本信息分析 309

(2) 公司经营状况分析 309

(3) 公司电子竞技业务布局 315

(4) 公司渠道通路分析 315

(5) 公司经营优劣势分析 316

(6) 公司发展最新动向 316

7.2.8 成都天象互动科技有限公司经营分析 318

(1) 公司基本信息分析 318

(2) 公司经营状况分析 318

(3) 公司经营优劣势分析 324

(4) 公司发展最新动向 324

7.2.9 广州西山居世游网络科技有限公司经营分析 325

(1) 公司基本信息分析 325

(2) 公司经营状况分析 325

(3) 公司经营优劣势分析 331

(4) 公司发展最新动向 331

- 7.2.10 广州网易互动娱乐有限公司经营分析 332
 - (1) 公司基本信息分析 332
 - (2) 公司经营状况分析 333
 - (3) 公司电子竞技业务布局 338
- 7.2.11 软星科技(北京)有限公司经营分析 339
 - (1) 公司基本信息分析 339
 - (2) 公司经营状况分析 339
 - (3) 公司电子竞技业务布局 345
 - (4) 公司渠道通路分析 345
 - (5) 公司经营优劣势分析 346
 - (6) 公司发展最新动向 346
- 7.2.12 上海久游网络科技有限公司经营分析 347
 - (1) 公司基本信息分析 347
 - (2) 公司经营状况分析 347
 - (3) 公司电子竞技业务布局 353
 - (4) 公司渠道通路分析 353
 - (5) 公司经营优劣势分析 354
- 7.2.13 北京目标在线科技有限公司经营分析 354
 - (1) 公司基本信息分析 354
 - (2) 公司经营状况分析 354
 - (3) 公司渠道通路分析 360
 - (4) 公司经营优劣势分析 360
- 7.2.14 广东奥飞动漫文化股份有限公司经营分析 361
 - (1) 公司基本信息分析 361
 - (2) 公司经营状况分析 362
 - (3) 公司电子竞技业务布局 367
 - (4) 公司渠道通路分析 368
 - (5) 公司经营优劣势分析 368
 - (6) 公司发展最新动向 368
- 7.2.15 浙报传媒集团股份有限公司经营分析 370
 - (1) 公司基本信息分析 370
 - (2) 公司经营状况分析 370

(3) 公司电子竞技业务布局 376

(4) 公司经营优劣势分析 376

(5) 公司发展最新动向 377

第8章：中国电子竞技行业投资机会及战略规划 378

8.1 中国电子竞技行业投资特性分析 378

8.1.1 行业进入壁垒分析 378

8.1.2 行业盈利模式分析 379

8.1.3 行业盈利影响因素分析 380

8.2 中国电子竞技行业投资风险分析 381

8.2.1 行业政策风险 381

8.2.2 宏观经济波动风险 382

8.2.3 关联产业风险 382

8.2.4 其他风险分析 383

8.3 中国电子竞技行业投资现状分析 383

8.3.1 中国电子竞技行业投资环境分析 383

8.3.2 中国电子竞技行业投资主体构成 384

8.3.3 中国电子竞技行业投资现状分析 384

8.4 中国电子竞技行业投资规划与建议 384

8.4.1 中国电子竞技行业投资机会分析 384

8.4.2 2016-2022年中国电子竞技行业投资规划 385

8.4.3 关于中国电子竞技行业投资的建议 386 (AK LT)

图表目录：

图表 1 电子竞技产业链结构 31

图表 2 2015年GDP初步核算数据 33

图表 3 2015年GDP环比和同比增长速度 33

图表 4 2016年1-2季度GDP初步核算数据 34

图表 5 2016年2季度GDP环比和同比增长速度 35

图表 6 2014-2016年规模以上工业增加值同比增长速度 35

图表 7 2016年6月份规模以上工业生产主要数据 36

图表 8 2014-2016年钢材日均产量及同比增速 39

图表 9 2014-2016年水泥日均产量及同比增速 39

图表 10 2014-2016年十种有色金属日均产量及同比增速 39

图表 11 2014-2016年乙烯日均产量及同比增速 40

图表 12 2014-2016年汽车日均产量及同比增速 40

图表 13 2014-2016年轿车日均产量及同比增速 41

图表 14 2014-2016年发电量日均产量及同比增速 41

图表 15 2014-2016年原油加工量日均产量及同比增速 42

图表 16 2014-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速 43

图表 17 2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速 44

图表 18 2016年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据 45

图表 19 制造业PMI指数 47

图表 20 2008-2015年电子竞技奖金总额 60

图表 21 全球电子竞技行业收入规模分析 61

图表 22 电子竞技商业模式比较——欧美模式VS韩国模式 62

图表 23 韩国电子竞技发展阶段 70

图表 24 中国电子竞技爱好者性别分布情况 94

图表 25 中国电子竞技爱好者年龄分布情况 95

图表 26 中国电子竞技爱好者就业情况 96

图表 27 中国电子竞技爱好者收入情况 97

图表 28 中国电子竞技爱好者学历情况 98

图表 29 电子竞技游戏的生命周期分析 110

图表 30 2014-15年赛事奖金池大幅增长 117

图表 31 电子竞技直播平台市场规模分析 121

图表 32 主要游戏直播平台比较 122

表格 33 近4年广州欢聚传媒有限公司资产负债率变化情况 249

图表 34 近3年广州欢聚传媒有限公司资产负债率变化情况 250

表格 35 近4年广州欢聚传媒有限公司产权比率变化情况 250

图表 36 近3年广州欢聚传媒有限公司产权比率变化情况 251

表格 37 近4年广州欢聚传媒有限公司固定资产周转次数情况 251

图表 38 近3年广州欢聚传媒有限公司固定资产周转次数情况 252

表格 39 近4年广州欢聚传媒有限公司流动资产周转次数变化情况 252

图表 40 近3年广州欢聚传媒有限公司流动资产周转次数变化情况 253

表格 41 近4年广州欢聚传媒有限公司总资产周转次数变化情况 253
图表 42 近3年广州欢聚传媒有限公司总资产周转次数变化情况 253
表格 43 近4年广州欢聚传媒有限公司销售毛利率变化情况 254
图表 44 近3年广州欢聚传媒有限公司销售毛利率变化情况 254
表格 45 近4年上海盛大网络发展有限公司资产负债率变化情况 256
图表 46 近3年上海盛大网络发展有限公司资产负债率变化情况 256
表格 47 近4年上海盛大网络发展有限公司产权比率变化情况 257
图表 48 近3年上海盛大网络发展有限公司产权比率变化情况 257
表格 49 近4年上海盛大网络发展有限公司固定资产周转次数情况 258
图表 50 近3年上海盛大网络发展有限公司固定资产周转次数情况 258
表格 51 近4年上海盛大网络发展有限公司流动资产周转次数变化情况 259
图表 52 近3年上海盛大网络发展有限公司流动资产周转次数变化情况 259
表格 53 近4年上海盛大网络发展有限公司总资产周转次数变化情况 260
图表 54 近3年上海盛大网络发展有限公司总资产周转次数变化情况 260
表格 55 近4年上海盛大网络发展有限公司销售毛利率变化情况 261
图表 56 近3年上海盛大网络发展有限公司销售毛利率变化情况 261
表格 57 近4年金亚科技股份有限公司资产负债率变化情况 266
图表 58 近3年金亚科技股份有限公司资产负债率变化情况 267
表格 59 近4年金亚科技股份有限公司产权比率变化情况 267
图表 60 近3年金亚科技股份有限公司产权比率变化情况 268
表格 61 近4年金亚科技股份有限公司固定资产周转次数情况 268
图表 62 近3年金亚科技股份有限公司固定资产周转次数情况 269
表格 63 近4年金亚科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 269
图表 64 近3年金亚科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 270
表格 65 近4年金亚科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 270
图表 66 近3年金亚科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 270
表格 67 近4年金亚科技股份有限公司销售毛利率变化情况 271
图表 68 近3年金亚科技股份有限公司销售毛利率变化情况 271
表格 69 近4年北京掌趣科技股份有限公司资产负债率变化情况 275
图表 70 近3年北京掌趣科技股份有限公司资产负债率变化情况 275
表格 71 近4年北京掌趣科技股份有限公司产权比率变化情况 276
图表 72 近3年北京掌趣科技股份有限公司产权比率变化情况 276

表格 73 近4年北京掌趣科技股份有限公司固定资产周转次数情况 277
图表 74 近3年北京掌趣科技股份有限公司固定资产周转次数情况 277
表格 75 近4年北京掌趣科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 278
图表 76 近3年北京掌趣科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 278
表格 77 近4年北京掌趣科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 279
图表 78 近3年北京掌趣科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 279
表格 79 近4年北京掌趣科技股份有限公司销售毛利率变化情况 280
图表 80 近3年北京掌趣科技股份有限公司销售毛利率变化情况 280
表格 81 近4年游族网络股份有限公司资产负债率变化情况 284
图表 82 近3年游族网络股份有限公司资产负债率变化情况 284
表格 83 近4年游族网络股份有限公司产权比率变化情况 285
图表 84 近3年游族网络股份有限公司产权比率变化情况 285
表格 85 近4年游族网络股份有限公司固定资产周转次数情况 286
图表 86 近3年游族网络股份有限公司固定资产周转次数情况 286
表格 87 近4年游族网络股份有限公司流动资产周转次数变化情况 287
图表 88 近3年游族网络股份有限公司流动资产周转次数变化情况 287
表格 89 近4年游族网络股份有限公司总资产周转次数变化情况 288
图表 90 近3年游族网络股份有限公司总资产周转次数变化情况 288
表格 91 近4年游族网络股份有限公司销售毛利率变化情况 289
图表 92 近3年游族网络股份有限公司销售毛利率变化情况 289
表格 93 近4年杭州顺网科技股份有限公司资产负债率变化情况 302
图表 94 近3年杭州顺网科技股份有限公司资产负债率变化情况 302
表格 95 近4年杭州顺网科技股份有限公司产权比率变化情况 303
图表 96 近3年杭州顺网科技股份有限公司产权比率变化情况 303
表格 97 近4年杭州顺网科技股份有限公司固定资产周转次数情况 304
图表 98 近3年杭州顺网科技股份有限公司固定资产周转次数情况 304
表格 99 近4年杭州顺网科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 305
图表 100 近3年杭州顺网科技股份有限公司流动资产周转次数变化情况 305
表格 101 近4年杭州顺网科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 305
图表 102 近3年杭州顺网科技股份有限公司总资产周转次数变化情况 306
表格 103 近4年杭州顺网科技股份有限公司销售毛利率变化情况 306
图表 104 近3年杭州顺网科技股份有限公司销售毛利率变化情况 307

表格 105 近4年完美世界(北京)网络技术有限公司资产负债率变化情况 309
图表 106 近3年完美世界(北京)网络技术有限公司资产负债率变化情况 310
表格 107 近4年完美世界(北京)网络技术有限公司产权比率变化情况 310
图表 108 近3年完美世界(北京)网络技术有限公司产权比率变化情况 311
表格 109 近4年完美世界(北京)网络技术有限公司固定资产周转次数情况 311
图表 110 近3年完美世界(北京)网络技术有限公司固定资产周转次数情况 312
表格 111 近4年完美世界(北京)网络技术有限公司流动资产周转次数变化情况 312
图表 112 近3年完美世界(北京)网络技术有限公司流动资产周转次数变化情况 313
表格 113 近4年完美世界(北京)网络技术有限公司总资产周转次数变化情况 313
图表 114 近3年完美世界(北京)网络技术有限公司总资产周转次数变化情况 314
表格 115 近4年完美世界(北京)网络技术有限公司销售毛利率变化情况 314
图表 116 近3年完美世界(北京)网络技术有限公司销售毛利率变化情况 314
表格 117 近4年成都天象互动科技有限公司资产负债率变化情况 318
图表 118 近3年成都天象互动科技有限公司资产负债率变化情况 318
表格 119 近4年成都天象互动科技有限公司产权比率变化情况 319
图表 120 近3年成都天象互动科技有限公司产权比率变化情况 319
表格 121 近4年成都天象互动科技有限公司固定资产周转次数情况 320
图表 122 近3年成都天象互动科技有限公司固定资产周转次数情况 320
表格 123 近4年成都天象互动科技有限公司流动资产周转次数变化情况 321
图表 124 近3年成都天象互动科技有限公司流动资产周转次数变化情况 321
表格 125 近4年成都天象互动科技有限公司总资产周转次数变化情况 322
图表 126 近3年成都天象互动科技有限公司总资产周转次数变化情况 322
表格 127 近4年成都天象互动科技有限公司销售毛利率变化情况 323
图表 128 近3年成都天象互动科技有限公司销售毛利率变化情况 323
表格 129 近4年广州西山居世游网络科技有限公司资产负债率变化情况 325
图表 130 近3年广州西山居世游网络科技有限公司资产负债率变化情况 326
表格 131 近4年广州西山居世游网络科技有限公司产权比率变化情况 326
图表 132 近3年广州西山居世游网络科技有限公司产权比率变化情况 326
表格 133 近4年广州西山居世游网络科技有限公司固定资产周转次数情况 327
图表 134 近3年广州西山居世游网络科技有限公司固定资产周转次数情况 327
表格 135 近4年广州西山居世游网络科技有限公司流动资产周转次数变化情况 328
图表 136 近3年广州西山居世游网络科技有限公司流动资产周转次数变化情况 328

表格 137 近4年广州西山居世游网络科技有限公司总资产周转次数变化情况 329
图表 138 近3年广州西山居世游网络科技有限公司总资产周转次数变化情况 329
表格 139 近4年广州西山居世游网络科技有限公司销售毛利率变化情况 330
图表 140 近3年广州西山居世游网络科技有限公司销售毛利率变化情况 330
表格 141 近4年广州网易互动娱乐有限公司资产负债率变化情况 333
图表 142 近3年广州网易互动娱乐有限公司资产负债率变化情况 333
表格 143 近4年广州网易互动娱乐有限公司产权比率变化情况 334
图表 144 近3年广州网易互动娱乐有限公司产权比率变化情况 334
表格 145 近4年广州网易互动娱乐有限公司固定资产周转次数情况 334
图表 146 近3年广州网易互动娱乐有限公司固定资产周转次数情况 335
表格 147 近4年广州网易互动娱乐有限公司流动资产周转次数变化情况 335
图表 148 近3年广州网易互动娱乐有限公司流动资产周转次数变化情况 336
表格 149 近4年广州网易互动娱乐有限公司总资产周转次数变化情况 336
图表 150 近3年广州网易互动娱乐有限公司总资产周转次数变化情况 337
表格 151 近4年广州网易互动娱乐有限公司销售毛利率变化情况 337
图表 152 近3年广州网易互动娱乐有限公司销售毛利率变化情况 338
表格 153 近4年软星科技（北京）有限公司资产负债率变化情况 339
图表 154 近3年软星科技（北京）有限公司资产负债率变化情况 339
表格 155 近4年软星科技（北京）有限公司产权比率变化情况 340
图表 156 近3年软星科技（北京）有限公司产权比率变化情况 340
表格 157 近4年软星科技（北京）有限公司固定资产周转次数情况 341
图表 158 近3年软星科技（北京）有限公司固定资产周转次数情况 341
表格 159 近4年软星科技（北京）有限公司流动资产周转次数变化情况 342
图表 160 近3年软星科技（北京）有限公司流动资产周转次数变化情况 342
表格 161 近4年软星科技（北京）有限公司总资产周转次数变化情况 343
图表 162 近3年软星科技（北京）有限公司总资产周转次数变化情况 343
表格 163 近4年软星科技（北京）有限公司销售毛利率变化情况 344
图表 164 近3年软星科技（北京）有限公司销售毛利率变化情况 344
表格 165 近4年上海久游网络科技有限公司资产负债率变化情况 347
图表 166 近3年上海久游网络科技有限公司资产负债率变化情况 347
表格 167 近4年上海久游网络科技有限公司产权比率变化情况 348
图表 168 近3年上海久游网络科技有限公司产权比率变化情况 348

表格 169 近4年上海久游网络科技有限公司固定资产周转次数情况 349
图表 170 近3年上海久游网络科技有限公司固定资产周转次数情况 349
表格 171 近4年上海久游网络科技有限公司流动资产周转次数变化情况 350
图表 172 近3年上海久游网络科技有限公司流动资产周转次数变化情况 350
表格 173 近4年上海久游网络科技有限公司总资产周转次数变化情况 351
图表 174 近3年上海久游网络科技有限公司总资产周转次数变化情况 351
表格 175 近4年上海久游网络科技有限公司销售毛利率变化情况 352
图表 176 近3年上海久游网络科技有限公司销售毛利率变化情况 352
表格 177 近4年北京目标在线科技有限公司资产负债率变化情况 355
图表 178 近3年北京目标在线科技有限公司资产负债率变化情况 355
表格 179 近4年北京目标在线科技有限公司产权比率变化情况 355
图表 180 近3年北京目标在线科技有限公司产权比率变化情况 356
表格 181 近4年北京目标在线科技有限公司固定资产周转次数情况 356
图表 182 近3年北京目标在线科技有限公司固定资产周转次数情况 357
表格 183 近4年北京目标在线科技有限公司流动资产周转次数变化情况 357
图表 184 近3年北京目标在线科技有限公司流动资产周转次数变化情况 358
表格 185 近4年北京目标在线科技有限公司总资产周转次数变化情况 358
图表 186 近3年北京目标在线科技有限公司总资产周转次数变化情况 359
表格 187 近4年北京目标在线科技有限公司销售毛利率变化情况 359
图表 188 近3年北京目标在线科技有限公司销售毛利率变化情况 360
表格 189 近4年广东奥飞动漫文化股份有限公司资产负债率变化情况 362
图表 190 近3年广东奥飞动漫文化股份有限公司资产负债率变化情况 362
表格 191 近4年广东奥飞动漫文化股份有限公司产权比率变化情况 363
图表 192 近3年广东奥飞动漫文化股份有限公司产权比率变化情况 363
表格 193 近4年广东奥飞动漫文化股份有限公司固定资产周转次数情况 364
图表 194 近3年广东奥飞动漫文化股份有限公司固定资产周转次数情况 364
表格 195 近4年广东奥飞动漫文化股份有限公司流动资产周转次数变化情况 365
图表 196 近3年广东奥飞动漫文化股份有限公司流动资产周转次数变化情况 365
表格 197 近4年广东奥飞动漫文化股份有限公司总资产周转次数变化情况 365
图表 198 近3年广东奥飞动漫文化股份有限公司总资产周转次数变化情况 366
表格 199 近4年广东奥飞动漫文化股份有限公司销售毛利率变化情况 366
图表 200 近3年广东奥飞动漫文化股份有限公司销售毛利率变化情况 367

表格 201	近4年浙报传媒集团股份有限公司资产负债率变化情况	370
图表 202	近3年浙报传媒集团股份有限公司资产负债率变化情况	370
表格 203	近4年浙报传媒集团股份有限公司产权比率变化情况	371
图表 204	近3年浙报传媒集团股份有限公司产权比率变化情况	371
表格 205	近4年浙报传媒集团股份有限公司固定资产周转次数情况	372
图表 206	近3年浙报传媒集团股份有限公司固定资产周转次数情况	372
表格 207	近4年浙报传媒集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况	373
图表 208	近3年浙报传媒集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况	373
表格 209	近4年浙报传媒集团股份有限公司总资产周转次数变化情况	374
图表 210	近3年浙报传媒集团股份有限公司总资产周转次数变化情况	374
表格 211	近4年浙报传媒集团股份有限公司销售毛利率变化情况	375
图表 212	近3年浙报传媒集团股份有限公司销售毛利率变化情况	375
图表 213	中国电子竞技主要盈利模式分析	379

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281099.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。