

# 我国电子竞技行业的市场结构分析

孙 如

曲阜师范大学, 中国·山东 日照 273100

**【摘要】**电子竞技是一个新兴的体育项目,从本世纪初电子竞技的概念引入我国之后,我国的电竞产业始终在艰难地发展。自2011年《英雄联盟》引入我国并出现火爆的局面,我国的电竞行业也出现了新的机遇。

**【关键词】**市场集中度; 产业结构; 电子竞技产业

## 1 市场结构理论

### 1.1 市场集中度含义

根据产业经济学原理,市场集中度适用于刻画在特定产业或特定市场中,买者或卖者具有怎样的相对规模结构的指标。

### 1.2 市场集中度的衡量指标

衡量市场集中度最常见的指标有绝对集中度指标( $CR_n$ )、赫希曼—赫菲德尔指数(H.H.I)、洛伦茨曲线、基尼系数。本文主要对前两种指标展开研究。

绝对集中度指标通常用于处于前几位的企业的生产、销售、资产或职工的累计数量占整个市场的生产、销售、资产或职工的累计数量来计算。

### 1.3 市场集中度的分类标准

对市场集中度的测量和把握是政府制定有关产业组织政策,维护和健全市场秩序的基础。由于各国国情不同,各国政府和学者纷纷根据本国实际提出了不同的分类标准。美国经济学家贝恩最早根据绝对集中度指标的取值将市场结构划分成了六种不同的类型。

## 2 中国电子竞技行业的发展

### 2.1 我国电子竞技的发展历程

电子竞技是以计算机网络技术作为载体的,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。由于我国计算机普及时间较晚,上世纪末电子竞技才在我国起步。我国电竞行业的发展基本可分为四个阶段,分别是1998—2002年萌芽起步期、2003—2008年成长探索期、2009—2012年新兴爆发期、2013年以后进入成熟发展期。

### 2.2 电子竞技行业市场集中度分析

#### 2.2.1 绝对集中度指标

按照贝恩对市场结构的划分(见表1-1),2018年我国电子竞技产业总体规模为972.7亿元<sup>[1]</sup>,其中上位企业及其营业额如表3-2所示:

表1-1 2018年度我国八大电子竞技企业营业额(单位:亿元)

公司名称	营业额	公司名称	营业额
腾讯	197	广州华多	36.8
网易	86.5	网龙网络	19
搜狐畅游	43.3	竞技世界	12.7
昆仑万维	41.6	斗鱼直播	10.4

数据来源:2018年度百强企业榜单

根据表1-1所示数据,计算2018年度电子竞技行业相应的C和C,计算过程如下所示:

$$CR_4 = \frac{197 + 86.5 + 43.3 + 41.6}{972.7} = 37.9\%$$

$$CR_8 = \frac{197 + 86.5 + 43.3 + 41.6 + 36.8 + 19 + 12.7 + 10.4}{972.7} = 46\%$$

#### 2.2.2 H.H.I指数

由我国2011年和2018年电子竞技市场总体营业额及表1-1、表1-2可分别计算出2011年2018年电子竞技行业的H指数,计算过程如下所示,

2011年:

$$H.H.I = \frac{168.7^2 + 66.3^2 + 52.8^2 + 29^2 + 27.8^2 + 18^2 + 11.5^2 + 7.1^2}{476.2^2} = 0.1665$$

H指数=H.H.I10000=1665

按照后魏凯对市场结构的划分(见表1-2),2011年电子竞技产业H指数为1665,属于低度寡占型市场。此时绝大多数上位企业保持着一定的竞争优势,占有绝对的市场份额,但并没有形成对市场绝对的控制力。市场上有众多小型企业一起参与进来。

2018年:

$$H.H.I = \frac{197^2 + 86.5^2 + 43.3^2 + 41.6^2 + 36.8^2 + 19^2 + 12.7^2 + 10.4^2}{972.7^2} = 0.0548$$

H指数=H.H.I10000=548

### 2.3 电子竞技行业发展现状

#### 2.3.1 电子竞技发展优势

回顾近几年,中国电子竞技最受关注的两件事:一是雅加达亚运会电竞表演赛中国团队在《英雄联盟》、《王者荣耀》及《皇室战争》三个项目上摘取了两金一银;二是2018、2019英雄联盟全球总决赛中LPL赛区连续两年夺冠。这无疑极大地增加了电子竞技的热度和影响力,吸引更多游戏爱好者和投资方关注电子竞技领域,有力地推动了行业的发展。

### 2.3.2 电子竞技行业壁垒

#### (1) 经济体系不成熟

大批的赞助商、资金涌入电子竞技行业，打造了一批以赞助商为主导的电子电竞赛事，但这些赛事本身缺乏变现能力，不具备自给自足的能力。赛事过度依赖赞助商，本身缺乏盈利，一旦赞助商撤资，赛事也将随之衰退。从经济层面看，即使电竞行业有巨额资金涌入也不足以掩盖赛事经济体系不成熟的现状。

#### (2) 社会认可度低

在整个电子竞技发展史上，不可忽视的一个问题是，电子竞技是一个社会认可度偏低的行业。从电子竞技赛事的参与者与观众构成来看，大部分为16—30岁年龄阶段的用户，这说明电子竞技赛事用户人数结构极度不合理。同时，年龄段的过于集中也可以说明电子竞技在某些层面上仍然是小众体育项目。这制约了电子竞技的进一步发展。

#### (3) 人才培养仍处于探索阶段

我国于2016年开设电子竞技专业，体现了国家对电子竞技人才培养的重视，但目前的人才培养仍处于探索阶段。电子竞技教育现阶段面临着教材匮乏、师资匮乏，教育体系也尚不成熟的突出性问题。

### 3 结论

综合前一小节两种集中度指标来看，虽然我国电子竞技市场由2011年到2018年市场集中度在不停地下降，垄断程度在不停降低，但我国电子竞技产业仍然属于适度集中的寡头垄断市场，这意味着我国电子竞技行业仍被少数几家实力雄厚的大企业所控制。无论2011年还是2018年，八大上位企业中腾讯和网易稳居前两位，并且营业额与后边几家企业拉开较大距离，说明虽然市场集中度在下降但大企业的绝对控制权仍然不可撼动。

#### 参考文献:

[1] 艾瑞咨询集团. 2018年中国电竞行业研究报 DB. www.iresearch.com.cn, 2018-02-11.