

4.95 亿电竞用户领跑全球市场

越来越多银发玩家爱上这个“年轻人娱乐”产业



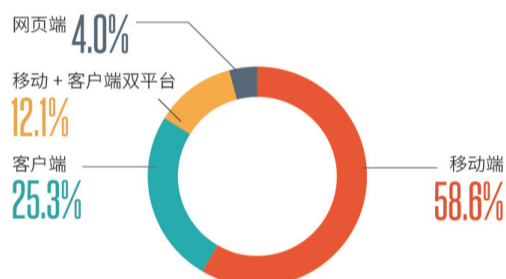
■ 策划：新快报记者 罗韵
■ 采写：新快报记者 罗韵
■ 制图：廖木兴

2025年12月，北京KPL年度总决赛现场6万观众座无虚席，创下单场电竞赛事观众人数吉尼斯世界纪录；同一月，上海官宣“游戏沪十条”，每年安排5000万元专项资金扶持电竞产业；深圳南山区紧随其后，推出最高100万元初创团队奖励政策。

当顶级赛事点燃线下热情，地方政策密集加码，这场曾被视为“年轻人娱乐”的产业，已成长为撬动近300亿国内市场、连接全球6000万观赛峰值的经济新引擎，从中国企业并购欧洲顶级俱乐部到自研游戏风靡中东，电竞产业出海征途一路高歌。

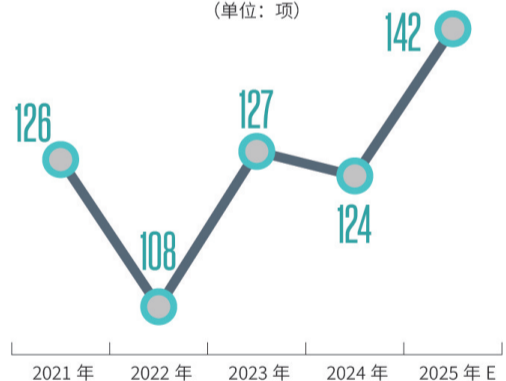
有意思的是，曾经由年轻男性主导的用户画像也日趋丰富和多元，女性用户占比突破四成，银发玩家规模冲向3000万，越来越多人享受到电竞的乐趣。

电竞产品平台分布占比

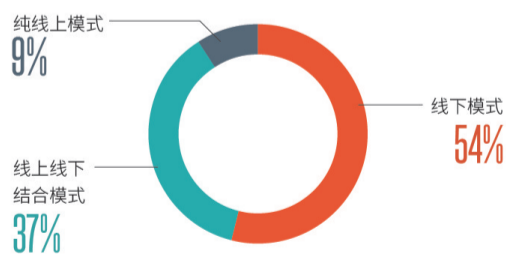


2025年中国电竞赛事预计共举办 142 项

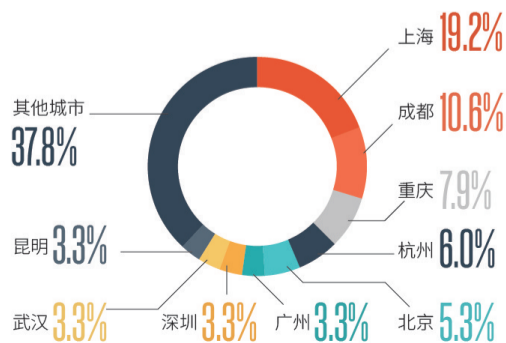
(单位：项)



赛事举办形式占比

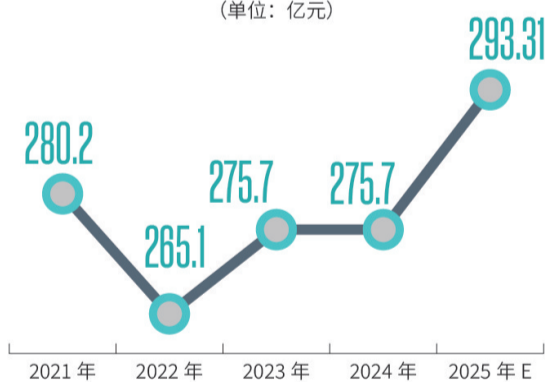


重点举办城市占比

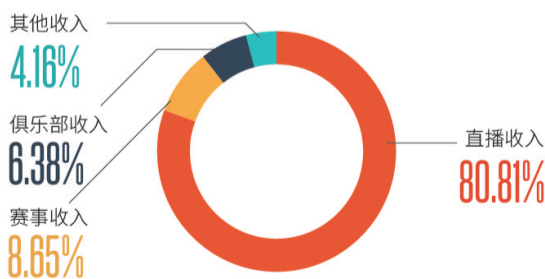


2025年中国电子竞技产业收入将达293.31亿元

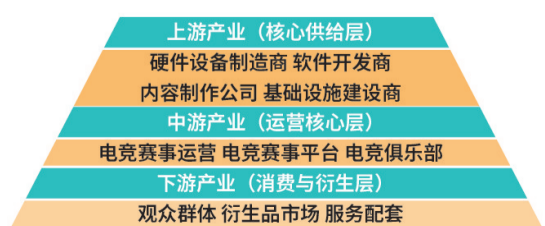
(单位：亿元)



产业收入结构占比



产业链



01 国内市场连续四年正增长 自研赛事海外影响力扩大

近日公布的数据显示，2025年中国电竞产业交出了一份稳健增长的成绩单：实际收入达293.31亿元，同比增长6.40%，自2022年起连续四年保持正增长态势。这一规模背后，是4.95亿国内用户的坚实支撑——同比1.06%的增速虽看似温和，却是近五年最高，顶级赛事与新品类游戏的双重拉动，让电竞成功“破圈”，吸引了更多社会公众参与。

从收入结构看，电竞产业的商业闭环已日趋成熟。内容直播依旧是“压舱石”，以80.81%的占比稳居收入第一梯队，成为流量变现的核心渠道；赛事收入占比8.65%，俱乐部收入占比6.38%，三大板块构成了产业收入的主体框架。

随着线下赛事复苏，54%的省级以上赛事实实现全程线下举办，上海、成都、重庆成为赛事举办热门城市，分别以19.2%、10.6%和7.9%的占比领跑全国，赛事经济正带动场馆运营、周边消费、城市文旅等相关产业协同增长。

在全球市场，中国电竞保持着全球最大的电竞市场地位，话语权持续提升。2025英雄联盟全球总决赛创下6000万全球同时在线峰值、1800万平均观看人数的纪录，而中国自研电竞游戏赛事的海外影响力同步扩大，头部赛事单场观赛人数峰值超413万人次。出海收入已成为重要增长极，2025年中国自研游戏海外市场实际销售收入达204.55亿美元，同比增长10.23%，其中电竞游戏贡献了重要份额，在东南亚、中东、拉美等新兴市场站稳脚跟。

2024年电竞相关企业注册量达3.13万家，截至2025年底全国已有165家电竞俱乐部，上海以38家俱乐部位居全国首位，北京、广州、深圳均拥有10家以上。

在成熟的海外市场，美、日、韩仍是中国自研移动电竞游戏的主要目的地，占比分别达32.31%、16.35%和9.15%；在新兴市场，东南亚、中东、拉美成为增长亮点，中国电竞产品凭借差异化优势占据重要份额。

不同区域的海外用户呈现鲜明的地域特征：东南亚用户以年轻群体为主，偏好轻量化、高社交性的电竞游戏；中东用户对大型电竞赛事热情高涨，当地观赛人数持续攀升；欧美用户更注重游戏的竞技性与画质表现，腾讯“2025和平精英全球公开赛”通过多语言直播和本地化解说，吸引了超千万海外观众。