

02

女性带动电竞“泛娱乐”化 银发玩家推动产品“适老化”

在不少人的印象里,电竞被贴上“年轻男性专属”的标签,但如今的用户结构已发生根本性转变。女性、老年用户的崛起,让电竞成为真正的“全民运动”,也催生了新的消费需求与商业机会。

业界声音认为,女性用户群体的崛起推动电竞产业从“硬核竞技”向“泛娱乐”延伸。数据显示,2025年中国电竞女性用户占比已升至42%,较2020年的35%大幅提升,其中18-30岁女性用户占比超六成,成为女性电竞群体的核心力量。这一群体的游戏偏好呈现鲜明特征:既热衷《英雄联盟》《永劫无间》等角色扮演类游戏,也青睐操作相对简便的休闲竞技类产品,《枪战王者》等游戏的女性占比已超45%。

与男性用户更注重竞技对抗不同,女性用户更看重游戏的社交属性与文化内涵,对赛事周边、虚拟偶像、同人创作等衍生内容的消费意愿强烈,带动了电竞IP的多元化开发,从周边产品到跨界联名,都展现出巨大的消费潜力。

2025年电竞社区中女性用户的内容创作产量同比增长48%,覆盖攻略解说、选手应援到同人漫画、短视频等赛道。女性主播群体也快速壮大,2024年女性电竞主播

数量同比增长58%。

“银发电竞”正在成为不可忽视的新兴力量。2025年中国老年电竞用户规模已突破2000万,预计年底将达到3000万,主要以退休人士为主。

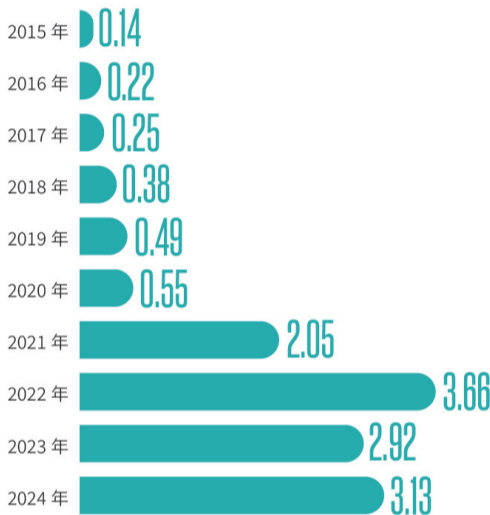
这一群体的电竞参与方式极具特色:以《王者荣耀》娱乐模式、轻度竞技类小程序游戏为主,操作难度低、节奏舒缓的产品更受青睐,参与目的集中在社交互动与怀旧娱乐。

地域分布上,中西部地区的老年电竞用户占比相对更高。陕西省体育局调研显示,该省31岁以上电竞用户占比达44.7%,显著高于全国平均水平,西安等城市通过举办群众性电竞赛事、建设电竞场馆,吸引了大量中老年群体参与。他们通常通过子女引导或社区活动接触电竞,将其作为维系亲情、拓展社交的新途径,部分老年玩家还组建了专属游戏社群,定期线上组队、线下聚会。

资料显示,老年用户的增长推动了电竞产品的“适老化”转型。语音控制、简化操作、护眼模式等功能需求持续增长,游戏厂商开始针对性优化产品设计,例如降低操作门槛、延长匹配等待时间、提供更清晰的教程指引,让老年用户更容易上手。

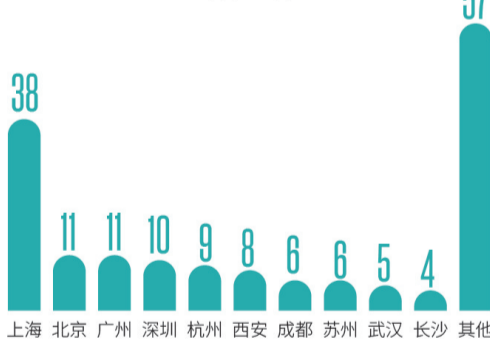
2024年电竞相关企业注册量达3.13万家

(单位:万家)

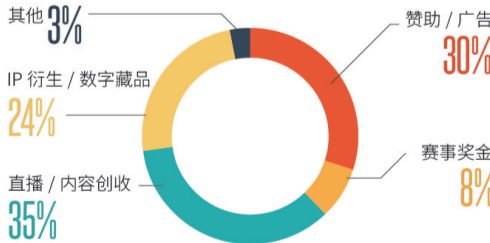


重点城市俱乐部数量

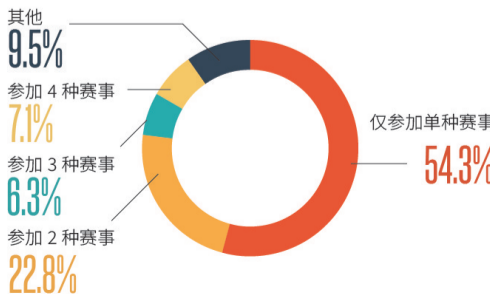
(单位:家)



俱乐部收入占比



俱乐部参赛特征占比



03

小程序与主机电竞成新增长点 产业势头正盛但面临不少挑战

2025英雄联盟全球总决赛吸引了全球超6000万观众同时在线,赞助商涵盖科技、快消、汽车等多个领域,广告收入再创新高。国内赛事也形成了成熟的商业变现模式,腾讯“和平精英全球公开赛”、网易“IL夏季赛”等赛事,通过冠名赞助、直播带货、跨界联名等方式,实现了商业价值与影响力的双赢。

赛事运营的专业化程度不断提升,2025年国内共举办142项省级以上非表演类电竞赛事,其中37%采用线上线下相结合的形式。上海、成都等城市将电竞赛事与城市文旅深度融合,打造“电竞+旅游”套餐,吸引外地观众前来观赛的同时游览当地景点,带动消费。

电竞产业的增长不仅体现在头部赛事,更渗透到各个细分市场。数据显示,2025年中国小程序游戏市场收入达535.35亿元,同比增长34.39%,其中轻度电竞类小程序凭借低门槛、强社交的特点,成为下沉市场与中老年用户的首选,内购收入占比达68.11%。

主机电竞市场迎来爆发式增长,2025年实销收入83.62亿元,同比增长86.33%,连续三年高速增长。随着多款热门移动电竞游戏推出PC端和主机端版本,多端互通成为趋势,带动了客户端游戏市场的复苏,2025年客户端游戏实销收入781.6亿元,同比增长14.97%,其中射击类游戏在客户端电竞热度TOP10中占比达60%。

不同玩法类型的电竞游戏呈现差异化发展态势。射击类游戏以28.3%的占比位居玩法类型首位,多人在线战术竞技类(14.1%)和体育竞技类(14.1%)紧随其后,三类游戏合计占据半壁江山,成为电竞产业的核心支柱。

尽管电竞产业势头正盛,但仍面临不少挑战。市场竞争加剧导致中小俱乐部生存压力增大。数据显示,165家俱乐部中,仅54.3%能参加单种赛事,抗风险能力较弱;部分细分市场存在产品同质化问题,创新能力有待提升;海外市场的文化差异与合规风险,仍是企业出海的重要考验。

但长远来看,不可否认的是电竞产业的发展前景广阔。用户规模的持续扩大、消费需求的多元化、技术的不断创新,将推动产业向更高质量发展。随着5G、VR/AR、人工智能等技术与电竞的深度融合,沉浸式观赛、虚拟赛事等新场景将不断涌现,为用户带来全新体验;电竞与文旅、教育、科技等产业的跨界融合,将进一步拓展产业边界,创造更多经济价值。

在全球化方面,中国电竞企业已从被动跟随转向主动设计,通过并购、合作、自建等方式,深度参与全球电竞体系构建。

数据来源

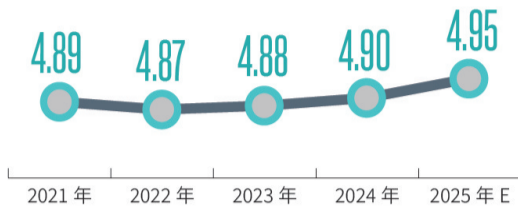
中国音像与数字出版协会《2025年中国电子竞技产业报告》
艾瑞咨询《中国电竞行业发展研究报告》《中国游戏电竞用户行为研究报告(2025)》
伽马数据《2025年中国电竞产业消费者画像分析报告》
上海市电子竞技运动协会:《2025年上海游戏电竞产业发展报告》
深圳市南山区文化广电旅游体育局:《南山区推动游戏电竞产业高质量发展扶持政策解读》
陕西省体育局《2025年陕西省电竞用户调研数据》
未来智库《2025年中国电子竞技产业分析》
《2025中国电竞俱乐部行业报告》

电竞用户规模与画像

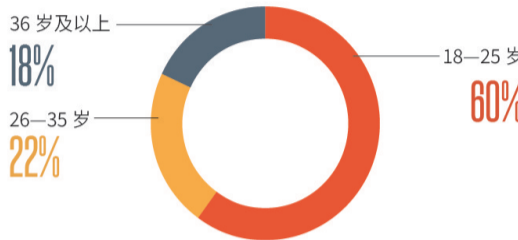
核心规模

2025年中国电竞用户规模达4.95亿人

(单位:亿人)



核心用户平均年龄: 22.3岁



地域分布

一线城市 45% 新一线城市及以下地区 55%

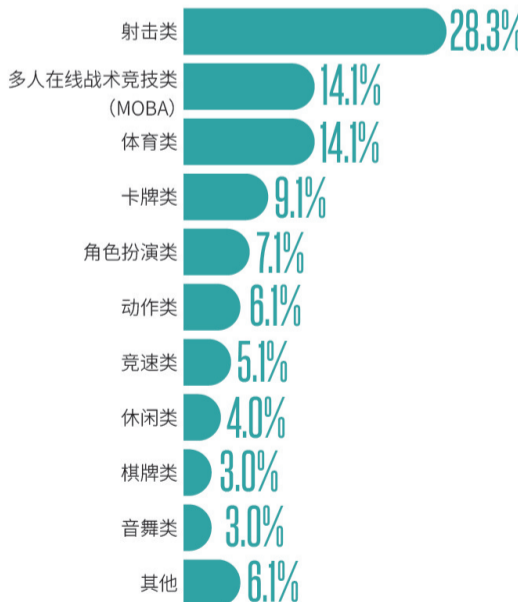
核心聚集区域

长三角 珠三角

女性达2.08亿人 近四成在18-24岁



电竞产品玩法类型占比



《2025—2030中国电竞行业发展分析及发展趋势预测报告》
《2025年“银发电竞”发展报告》
共研网《2024电竞俱乐部行业数据分析》
企鹅智库《2024移动电竞用户调研》
腾讯游戏用户调研数据
新华网电竞产业年会发布数据
新黄河大鱼财经行业监测数据
人社部电子竞技行业人才报告
企查查



(请点击“数据”频道)