

# 盘点电竞业2023:生态雏形初现

## 产业实际收入263.5亿元

用户规模增长、国际影响力提升,这是中国电竞在2023年交出的答卷。

数据显示,2023年中国电竞产业实际收入达263.5亿元。在收入构成中,电竞内容直播收入占比最高,达到80.87%,赛事收入、俱乐部收入、其他收入占比分别为8.59%、6.42%、4.12%。

尽管直播收入占据主导地位,但赛事收入、俱乐部收入和其他收入正在逐渐增长。游戏行业分析师卫明野分析称,这表明电竞产业正在向多元化方向发展。

主要电竞游戏产品方面,射击类游戏最多,占比28%;多人在线战术竞技类次之,占比15.9%;体育竞技类游戏占比12.2%。按平台区分,移动游戏占比58.5%,客户端游戏占比29.3%,同时具有移动和客户端两种版本的电竞游戏占比8.5%,网页游戏占比3.7%。年内移动端流水TOP20以及客户端热度TOP20的电竞游戏产品均集中在多人在线战术竞技(MOBA)类、射击类、体育竞技类和卡牌类。

杭州亚运会上,《英雄联盟》《王者荣耀亚运版本》《和平精英亚运版本》《DOTA2》《梦三国2》《街霸5》《FIFA Online4》共计7个电竞项目作为正式竞赛项目亮相赛场,国家队以4金1铜的成绩收官,打通传统体育与电竞之间壁垒的同时,有效地提升了电竞在大众

电竞市场的年度数据正式出炉。12月20日,在2023年电竞产业年会上,《2023年度中国电子竞技产业报告》(以下简称《报告》)发布,数据显示,2023年,中国电竞产业实际收入为263.5亿元,在收入构成中,电竞内容直播收入占比最高,达到80.87%。电竞游戏涌现出的新产品、新品类带动用户规模增长,今年,我国电竞用户规模达4.88亿人。

值得注意的是,我国电竞产业在海外持续拓展影响力,头部赛事的单场观赛人数峰值超506万人。业内人士指出,我国电竞行业生态初步形成,正在进一步追求高质量发展,呈现出规范化、主流化、国际化的趋势。



今年我国电竞产业继续拓展海外市场,在东南亚等地区举办的赛事影响在逐年扩大。《报告》显示,部分赛事在印尼、菲律宾等国家已成为当地最受欢迎的电竞赛事之一,头部赛事的单场观赛人数峰值超过506万人。

对于2023年电竞产业的总体运行情况,唐贾军分析称,我国电竞产业正在进一步追求高质量发展,呈现出规范化、主流化、国际化的趋势。行业持续加强标准化建设,在电竞游戏内容创作、俱乐部管理、赛事生态建设等环节逐步建立标准秩序,助力电竞产业稳健、长远发展。值得关注的是,各地政府持续关注与支持电竞产业,助力各城市综合发展,我国电竞行业生态初步形成,需多方持续完善生态建设,共创良好发展环境。

从“小众”走向“全民”,电竞作为新兴产业受到了广泛认可。在卫明野看来,借着电竞入亚运会的契机,有效带动了大众去了解和认同电竞产业的发展,用户规模的增长则赋予了产业外延更大的商业化想象空间。技术创新和内容创作将成为行业未来的发展关键,提供更丰富、更吸引人的电竞体验,从而收获更多观众和商业化可能。

“预计会有更多类型的电竞赛事涌现,包括传统游戏、移动游戏和新兴的虚拟现实(VR)游戏,专业电竞俱乐部和联赛有望扩大规模,推动电竞市场进一步发展。”投资分析师高嘉如是说。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛/文并摄

范围内的知名度和影响力。

2023年,电竞用户规模保持增长势头,我国电竞用户规模达4.88亿人。中国音像与数字出版协会副秘书长唐贾军指出,今年也出现了一些电竞游戏的新产品、新品类,与此同时,杭州亚运会电竞赛事的成功举办吸引了更多社会公众的关注,因此预计电竞用户规模可能还会有一定的增长空间。

## 赛事数量同比呈现增长

电竞行业在本年度所展现的行业韧性和潜力也体现在赛事活动的举办上。

数据显示,2023年,省级以上、职业选手

参与的非表演类中国电竞赛事举办数量同比呈现增长,共举办了127项赛事。其中46%的赛事全程线下举办,32%的赛事采用线上线下结合的形式举办,另有22%的赛事线上举办。

其中,中国电竞线下赛事的举办城市集中分布在我国一、二线城市。上海、北京、杭州是今年举办线下赛事数量前三名的城市。上海占比25.5%,北京和杭州分别占比7.6%和6.8%。

伴随电竞产业发展,人才梯队建设和就业保障体系搭建的日渐完善,促进了电竞人才的聚集和成果转化,新的就业机会和行业需求不断涌现。据《报告》,截止到2023年12

月,中国目前可查询的电竞俱乐部共有188家,拥有10家以上电竞俱乐部的城市包括上海、北京、广州、杭州。

杭州的电竞俱乐部数量增长明显,上海市的电竞俱乐部数量最多,达到52家。在188家电竞俱乐部中,只参加单种赛事的俱乐部占比64.6%,参加2种赛事的占比12.1%,参加3种赛事的占比9.1%,参加3种以上赛事的占比14.2%。

## 从“小众”走向“全民”

亚运之年为电竞产业创造了一个前所未有的发展契机,行业发展迈上新台阶。



## 格林酒店集团董事长徐曙光:

# 2024年酒店市场将不再以量取胜

“强劲复苏”和“提质升级”是格林酒店集团董事长徐曙光针对2023年和2024年商旅市场给出的判断。

作为国内大型连锁酒店集团,格林酒店集团在2023年由于商务活动率先复苏,住宿需求旺盛,多项指标超越2019年同期。与此同时,也把扩张的目光持续聚焦到低线城市。据徐曙光透露,在即将新开的480家酒店中,2/3的酒店将落地三四线城市。不过,在酒店市场复苏的过程中仍然存在区域恢复速度不一、商旅市场恢复不及预期等挑战。在徐曙光看来,2024年酒店市场将不再以数量取胜,转而瞄准提高品质。

的《2023年冬春季国内定期客运航班数据解读》显示,从航线周期来看,冬春季季Top10城市线皆为商务线。商务活动的逐步增多也让酒店市场强劲复苏。

虽然格林酒店整体业绩在迅速回暖,但不同城市的恢复速度也有一定差异。他指出,一线城市恢复速度非常快,三线及以下城市则相对较缓。“这与消费者商旅需求的变化有直接关系,过去三年,商务旅游、科技交流等需求集中在一线城市,所以一线城市酒店市场的恢复速度较快,在国内经济增速放缓的背景之下,这是非常难得的。”

## 2/3新店集中在三四线城市

经营指标和业绩的快速复苏,也让不少加盟商对酒店市场增强了信心。谈及2023年的开店目标,徐曙光表示,到2023年底,格林酒店全年共新开480家酒店,其中2/3以上的酒店集中在三四线城市。

“从整体来看,虽然一线城市的恢复情况仍处于领先地位,但三线及以下城市的发展潜力却不容忽视。”徐曙光及他的团队欣喜地发现,在三季度结束之后,部分市场又产

生了新的变化。格林酒店旗下特色品牌雪上酒店在新疆的整体RevPAR超过2000元,消费者愈发青睐于具有特色生态和自然环境的深度游,入住结合当地独特旅游资源的特色酒店。

谈及如此偏爱低线城市的原因,徐曙光坦言,三四线城市连锁化率不如一二线城市高,所以三四线城市拥有较大的存量市场,同时也是提高酒店质量的主领域,所以未必要全部扩展成为新的增量酒店,可以是现有的酒店进行更新换代或优胜劣汰。

“目前,各大酒店集团都有在三四线城市布局的需求,相应的酒店产品和服务质量都有待提高。酒店在设计、装修、筹开、经营、管理方面都需要专业化的团队,而格林酒店相对比较成熟,所以按照该模式更新改造的酒店的竞争力、议价能力都要比单体酒店高很多,在三四线城市的布局中有很大的优势。”徐曙光表示,当前随着科技的发展,营销渠道也在发生着翻天覆地的变化,进行酒店的经营不能只是守株待兔。

他还认为,未来一二线城市连锁酒店品牌的占有率相对饱和,所以接下来的每一步都要向更多的三四线及以下城市迈进。

## 四季度商旅市场面临挑战

前三季度业绩快速复苏,虽让酒店经营者信心倍增,但随着市场转入淡季,不少酒店经营压力也开始陡增。

徐曙光提到,纵观整个酒店市场,每家企业的恢复情况参差不齐,进入四季度,供给在短时期内相对比较固定,但需求的弹性较大,使得不少酒店房价大幅度下调,对于部分中小酒店全年业绩的复苏仍存挑战。

不可否认的是,淡季的到来是国内酒店行业整体都会面临的关键节点。根据浩华管理顾问公司发布的《2023年第四季度中国酒店市场景气调查报告》,延续三季度的趋势,国内需求市场进入常态化运行阶段,受访者对国内旅游、商务和会议市场的预期仍相对积极;但相对于上一季度,各需求市场的景气指数有所下滑。

对此,徐曙光给出了“抓住商旅客群,做出自身特色”的解决办法。他指出,从很多指标来看,目前尚未看到四季度的文旅市场会像三季度那般火热,但到了年底,会议及展会市场开始升温,所以各酒店集团需要抓住商务市场,并通过自身酒店的特点,与其他酒店产生差异化,进一步吸引客群。

## 切入康养细分领域

“四季度市场的变化也可以窥探出2024年酒店市场发展的一些趋势。”徐曙光在谈到接下来的发展时表示,如今,格林酒店集团不会再一味追求数量和扩张,转而去寻找标准化、高品质的产品。根据格林酒店发布的财报,截至2023年9月30日,格林酒店共有4185家酒店,三季度新开业酒店130家,而在2019年同期则新开业181家酒店,不难看出,格林酒店在开店速度上也作出了调整。

9月,国务院办公厅印发《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》,旨在丰富优质旅游供给,释放旅游消费潜力,推动旅游业高质量发展。在政策的支持

下,徐曙光也带领着格林酒店向高质量发展努力。“2024年是酒店行业高质量发展的元年。”这也是徐曙光给出的针对明年酒店市场发展的判断。

“从2023年初,集团内部便加大在产品和服务的高质量标准化方面下功夫,通过数字化、标准化,把产品从设计、装修到经营管理,按照高质量标准化去发展,给客人的感受、体验要区别过去的单体酒店,这一措施将在2024年得到延续。”徐曙光进一步说道,现有的酒店需要进行升级换代。老化现象比较严重的酒店,格林酒店也在想办法平衡加盟商的资金需求。因为要弥补过去三年出现的亏损与经营问题,2023年一年的收益还不足以用来进行升级换代,整体来看2023年升级换代的进度并不如预期那般,但并不影响2024年持续进行升级改造,提升客房品质。

徐曙光还表示,格林酒店目前把大量的管理资源向贴合消费者心理预期来倾斜,打造高品质、产品服务更加统一的酒店产品给大众消费者。2024年,格林酒店将持续以标准化产品进行市场拓展。

硬件设施提升改造的同时,给予消费者的服务与体验也需要跟上。徐曙光还告诉北京商报记者,下一步就将从早餐、客房、床上用品以及前台咨询等增值服务入手,慢慢加强规范、标准化运营。

提升服务之外,经营细分市场也是2024年的战略之一。徐曙光表示,格林酒店除了标准的商务酒店、中端酒店之外,未来还将再增加一些以康养元素为主题的酒店以及特色酒店产品。

此外,针对2024年的开店目标,徐曙光透露,具体计划还要看四季度的整体情况,预计2024年将进一步提升。

对于2024年,徐曙光对市场的新面貌也有着新的期待,“2024年,消费者对于旅游产品,特别是休闲度假旅游的品质需求会持续旺盛,所以如何保质保量,让产业链上的所有人包括消费者、酒店投资者、加盟商等实现共赢,是格林酒店以及整个酒店行业的重要考量话题”。

北京商报记者 吴其芸



## 多项经营指标超2019年同期

酒店业可谓是2023年旅游行业恢复最快的行业之一,需求激增下,格林酒店集团多项指标超越了2019年。徐曙光透露,2023年1—9月,格林整体酒店的每间可销售客房平均收入(RevPAR)同比2019年上涨了10%左右;营收达12.55亿元,已超过2022年及2021年全年。同时,三季度酒店入住率达81.2%,高于2022年同期71.1%。

对于三季度业绩,徐曙光也说道:“实现营收4.6亿元,同比增长15.29%,净利润达到1.17亿元。”

支撑起经营数据迅速回暖的,既有暑期休闲度假需求的激增,也有商务活动复苏的带动。根据中国旅游研究院数据,今年暑期全国国内旅游人数达18.39亿人次,实现国内旅游收入1.21万亿元,今年暑期的旅游热度明显高于2019年同期。

在商务活动方面,以北京为例,根据深蓝智库此前的调查,北京多家高端商务酒店春节后恢复迅猛,入住率达80%,甚至有个别酒店达到90%。同时,在下半年,航班管家发布