

2019年度 中国电竞人才发展报告



报告概述

根据行业发展程度和不同阶段人力资源结构，截止2018年底，中国电竞相关行业从业者中，电竞生态**从业者7.1万人**。行业仍然处于发展初期，劳动力需求规模预期巨大，只有26%的岗位处于人力饱和状态，近15万劳动力缺口仍未补足。但是在赞助商和其他投资者的推动下，行业规模持续增加，根据行业调查结果和行业复合增长率估算，预计到2019年底，行业从业者整体劳动力需求规模将会达到**33.15万人**。

目前整个电子竞技行业仍然处于次要人力资源市场阶段，劳动力成本分配无序，行业整体负债率高，投入远大于产出。随着产业规模发展，工业化程度提高，预计在2021年开始出现主要人力资源市场，形成有主次区分的二元人力资源市场结构。

为了能够让电子竞技教育市场中的各方主体，可以得到对于行业内外更全面的信息分析，超竞教育联合腾讯电竞和《电子竞技》杂志，面向供需两端发起了一系列调研活动，以调研数据撰写了本报告，核心数据以及重要研究成果主要包括以下几个方面：

- **电竞机构调研核心数据**
- **业外群体调研核心数据**
- **电竞劳动力市场供需结论概述**
- **电竞教育综合研究结果**



电竞机构调研核心数据

1. 电竞从业者中有**43.45%**的受访者在过去一年中迎来工资上涨。
2. 电竞从业者平均每周工作时间超过40小时的有**74.45%**，甚至有15.5%的受访者每周工作时间超过60小时。
3. 在现有的电竞机构中，有超过**5成**受访者所在的部门近期有扩招的需求。更有超过**6成**受访者所在的部门在更长期的情况下仍然有计划扩招。
4. 有**47.76%**的电竞从业者认为电竞行业目前最缺乏经营管理类人才。
5. 电竞从业者中有**88.66%**的受访者认可岗前培训的必要性，但只有**24.44%**的从业者接受过相关的职业教育或者岗前培训。



业外群体调研核心数据

1. 有**20.6%的高中生**、**16.7%高校生**、**12.5%社会人士**明确表示希望从事电竞行业，50.9%的高中生、44.3%高校生、40.7%社会人士没有进入电竞行业工作的意愿。
2. **78.8%的社会人士**和**72.2%的高校生**愿意主动接受电竞教育或培训，并且71.8%的社会人士和73.5%的高校生希望从电竞教育中获得从事岗位的专业知识。
3. 有**37.6%的高中生**、**21.8%的高校生**、**14.1%的社会人士**会主动了解电竞行业就业状况。
4. **35.1%的高中生**希望成为赛事核心人员，**32.4%的高校生**希望从事公关/市场类岗位，**33%的社会人士**希望进入电竞企业的职能部门，**47.69%**的电竞专业学生想要从事经营管理类岗位，有**34.07%**和**32.75%**的电竞专业学生想要从事公关/市场营销类岗位和赛事支持类岗位。
5. 目前只有**3成**的电竞专业学生认为所学内容对未来就业有很大帮助，半数学生进入电竞专业学习后对从事电竞行业态度有所改变，与预期产生偏差。电竞专业学生在专业学习和非游戏时间之外，每周投入电竞相关活动在**5小时以下的占到43.3%**。在这些活动中，从事研究和实践的均只有**3成**。



电竞劳动力市场供需结论概述

➤ 人力资源规划

行业内人力资源不断调整，培训教育的需求持续增加，为了解决超量工作的问题，未来行业在现有基础上继续扩大现有业务的人力投入，将会是必然结果。年龄越小越会主动考虑参与电竞行业，同时也形成了两极化的反馈，这代表了原生互联网的00后，对从事电竞行业的态度更清晰。从长期来看，电竞劳动力市场的人力缺口将不再是问题。

➤ 行业招聘

电竞行业对经营管理人才的需求日益增长，除了寻求成熟的职业经理人加入外，还需要更多优秀高等学府毕业生和培养有一定管理能力基础的从业者。就业对象的平均年龄越低，了解电竞行业就业的意愿会越强烈。相比于其他行业，电竞的整体就业体系仍然处于极为松散的状态，企业与就业对象之间的公众平台有待发展。

➤ 岗位培训

在职业发展路径上，将会出现单纯的由兴趣爱好驱动逐步转向成为专业能力驱动的模式，电竞行业对专业技能的重视也是一个认识上正在被扭转的局面，电竞专业培训也已获得多数人认可。向高中生描述从业电竞和成为电竞赛事核心人员之间的区别、向社会人士提供电竞专业知识培训、搭建成熟专业电竞教育教学体系，提供优质的教学资源与产业接轨的培养模式仍然是未来一段时间急需解决的问题。



电竞教育综合研究结果（一）



认知门槛不再是核心矛盾 职业发展路径空白

40岁以下的人群对电竞的认知程度超过预期，门槛教育的过程已经初步完成，后续的主要矛盾可能集中在拥有想要进入电竞行业的愿望和无法找到执业机构的通路上。



转播容量第一次触顶 短期增长集中在衍生内容领域

服务能力驱动行业发展，客户的需求远大于行业可以提供的服务范畴，业内的驱动力无法满足行业的发展，从外部寻求帮助提高驱动力的愿望很强烈。针对不同岗位，不同业务都需要通过教育培训迅速提高行业整体的服务能力。



整体人力需求持续 薪资整体看涨

电竞职业持续扩充的势头不会减弱，岗位的增加趋势，薪资上升的趋势和业内外对行业增长的看好，确保了短期内电竞行业仍然保持一定的增长空间，第一轮工业化为衍生业务创造了空间。



周边服务类岗位需求紧俏 文化体育相关职业经理人缺失

市场公关、专业内容制作和赛事支持类基础岗位出现供需关系匹配度升高的良性状态，希望进入电竞行业的大学生和其他业者也开始更多关注这些紧缺的岗位。管理岗位上，游戏厂商向外输送人才的情况明显，吸纳优秀外部职业经理人的愿望短期之内仍然难以实现。



电竞教育综合研究结果（二）



通识支持是市场刚需 人力评估体系有待建立

提高电竞业者的其他专业能力和为传统业者提高电竞通识支持之间的选择已经趋于明朗，后者优势明显，通识支持在短期之内仍然是影响人力状况的重要手段。另外，薪资水平仍然存在行业隐性标准缺失的问题，同样工种、同样强度在不同机构的薪资差距超过一般范畴。薪资合理性调整可能在未来一段时间出现。



传统专业教育体系拓展 培养体系需统一逻辑

以目前高校电竞专业开设的趋势来看，存在继续发展的空间，同时学校教育的方向仍然是传统产教融合成熟的专业在电竞方向的拓展。培养体系本身在发展过程中，应该沿用体育、文化或者商业三个成长逻辑中的其中一个，提供一专多能性的毕业生，抵御行业发展变化的风险。



认证和资质考试有待验证 短训仍是供需重点

学生选择电竞相关专业的过程中，岗位资格认证已经开始，但趋向成熟形成标准的评价和审核体系仍然需要一段时间。学生还是重点关注学校的专业培养的能力和协调社会实践机会的能力。对跨行业从业者，短期培训仍然是最有效的手段，设计短期培训的课程体系也是当务之急。



腾讯电竞
TENCENT E-SPORTS



超竞教育
SUPERGEN EDU

电子竞技

章节

- 01 调研方式
- 02 人口学统计
- 03 从业者群体（需求端）分析
- 04 潜在从业者群体（供给端）分析
- 05 电竞专业学生群体（供给端）分析
- 06 综合分析结论

01 调研方式

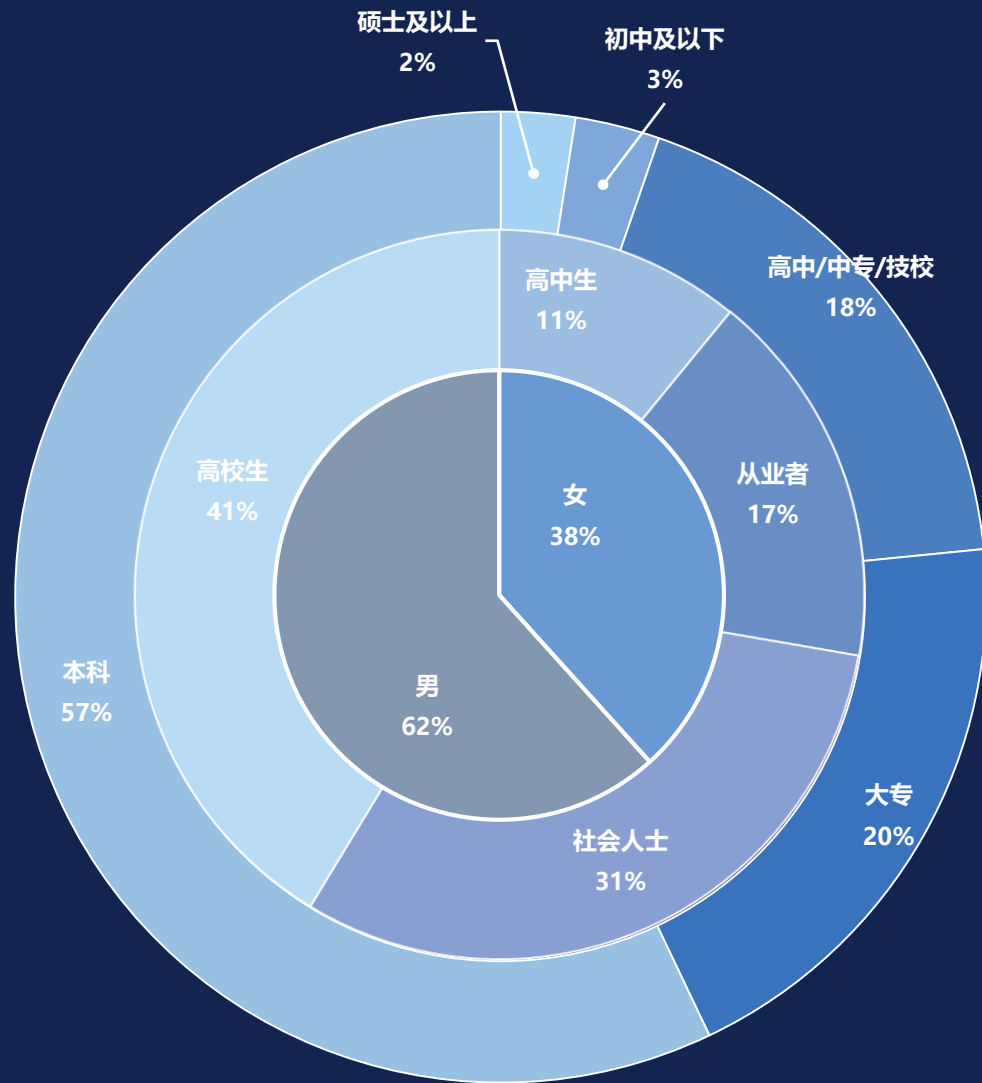


调研方式

“2019年度中国电子竞技从业人才供需调研活动”采用在线问卷调查方式加实地采访调研的方法实施，调研时间为2019年3月至4月，共收集**4301份样本**，其中有效样本3727份。包括1154份非电竞从业社会人士，1085份非电竞专业在校大学生，455份电竞专业在校学生，407份在校高中生以及626份电竞从业者。

作为大型调研活动，此次问卷调查采用95%置信区间。样本非电竞从业者范围覆盖了全国绝大多数省、自治区和直辖市。接受调研的电竞从业人员来自不同行业 and 单位，承担了各类职责和角色的电竞相关工作。

本调研报告仅针对此次在线调查统计结果进行分析研究。调研每个维度样本容量均确保在30人以上，样本数低于30的调研维度不计入统计结果。在样本筛查过程中，除去了回答时间在60秒以内，答题速度过快的样本；排除重复答题样本；排除了在题目之间存在明显逻辑错误的样本。



受访者属性 (样本量3727人)

02

人口学统计

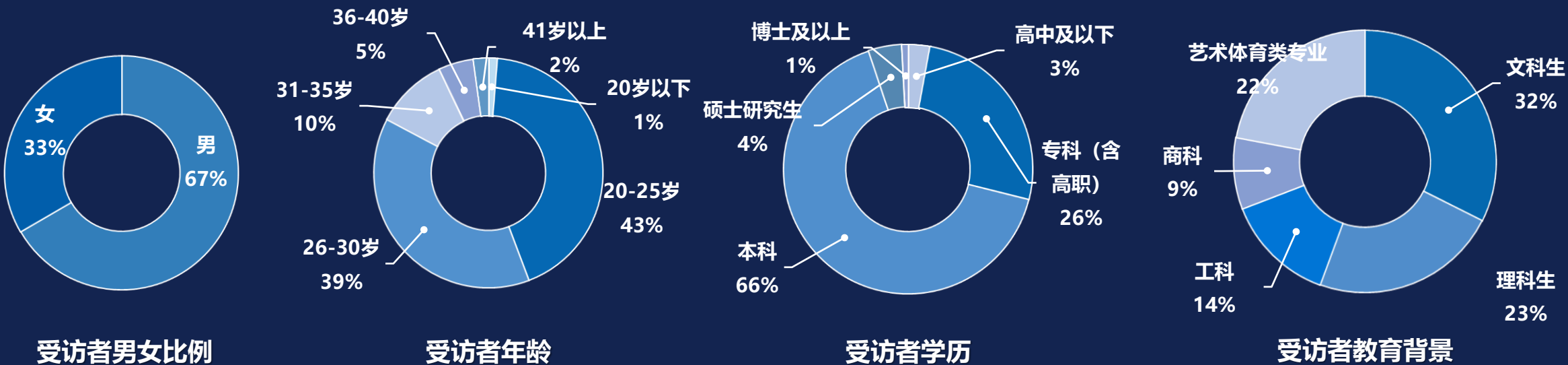
通过对电子竞技行业内群体的调研，找到目前从业者的基本属性，并通过这些特征结合高层访谈的信息倒推行业人才需求和培养方式的可能性。

人口学统计是整个调研的基础，也是保证调研数据有效的重要依据。



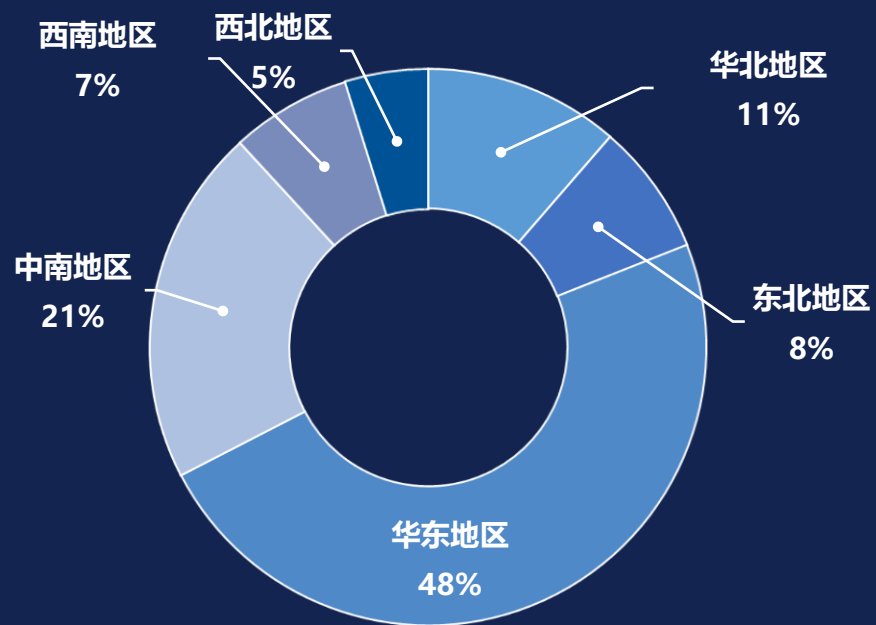
电竞从业者组

接近2:1的男女比例,基本反应了目前电竞行业的从业者男女比例,相比于之前,女性比例显著增加,更多的女性对电竞产生兴趣,甚至成为从业者。电子竞技行业是一个复合程度很高的行业,各类教育背景的从业者都有机会进入其中。相比于男性群体,女性从业者整体更年轻,文化程度也更高。

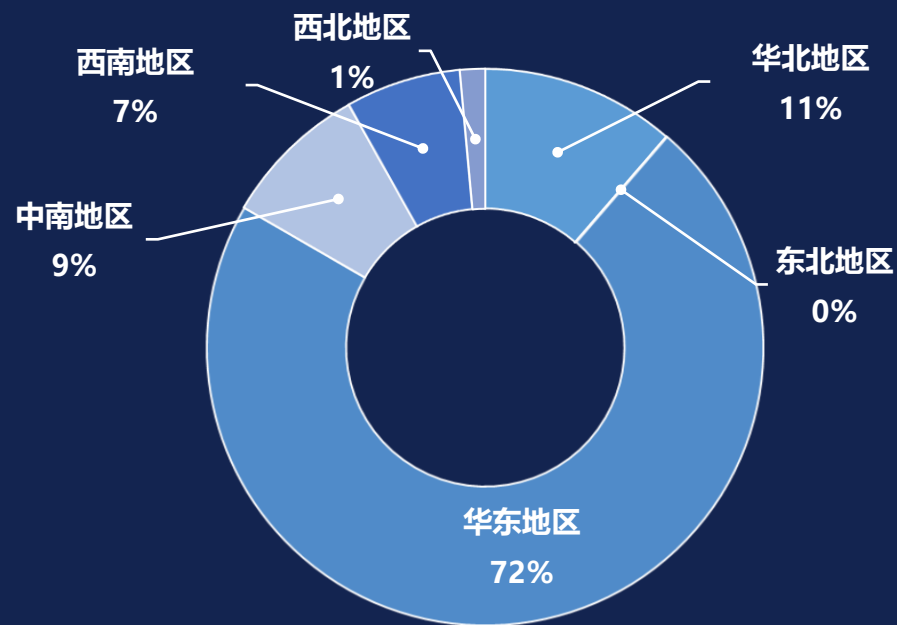


电竞从业者组

虽然从业者来自全国各地，但是就业机会还是在华东沿海地区高度集中。区域性发展的限制可能在从业年限逐渐升高之后进一步显现。



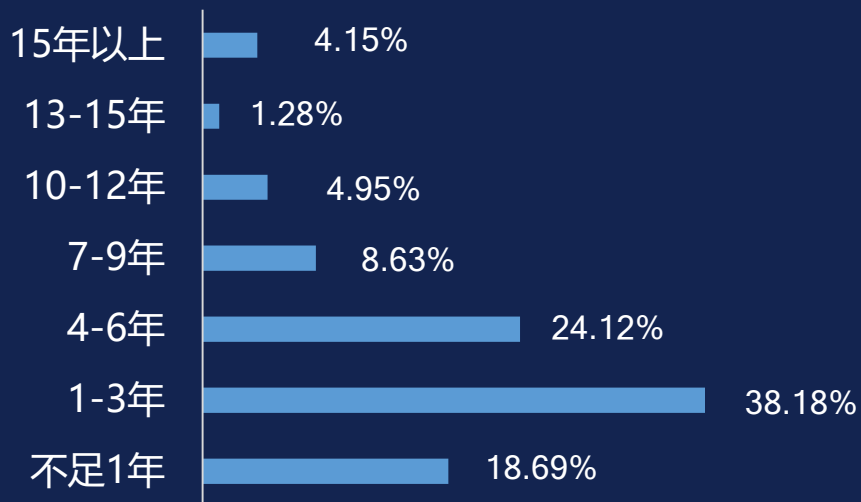
受访者籍贯所在地



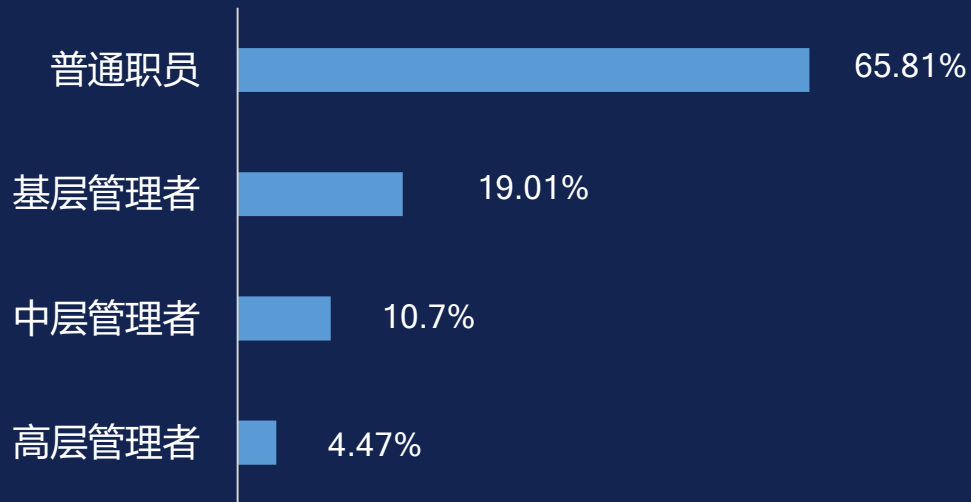
受访者工作所在地

电竞从业者组

作为新兴行业，整体的人力资源状况仍然处于新兴行业的次要人力市场阶段，从业年限是决定岗位层级和收入水平的关键，文化程度和收入水平没有显性相关。这也是判断电竞行业人力资源市场结构的重要指标。



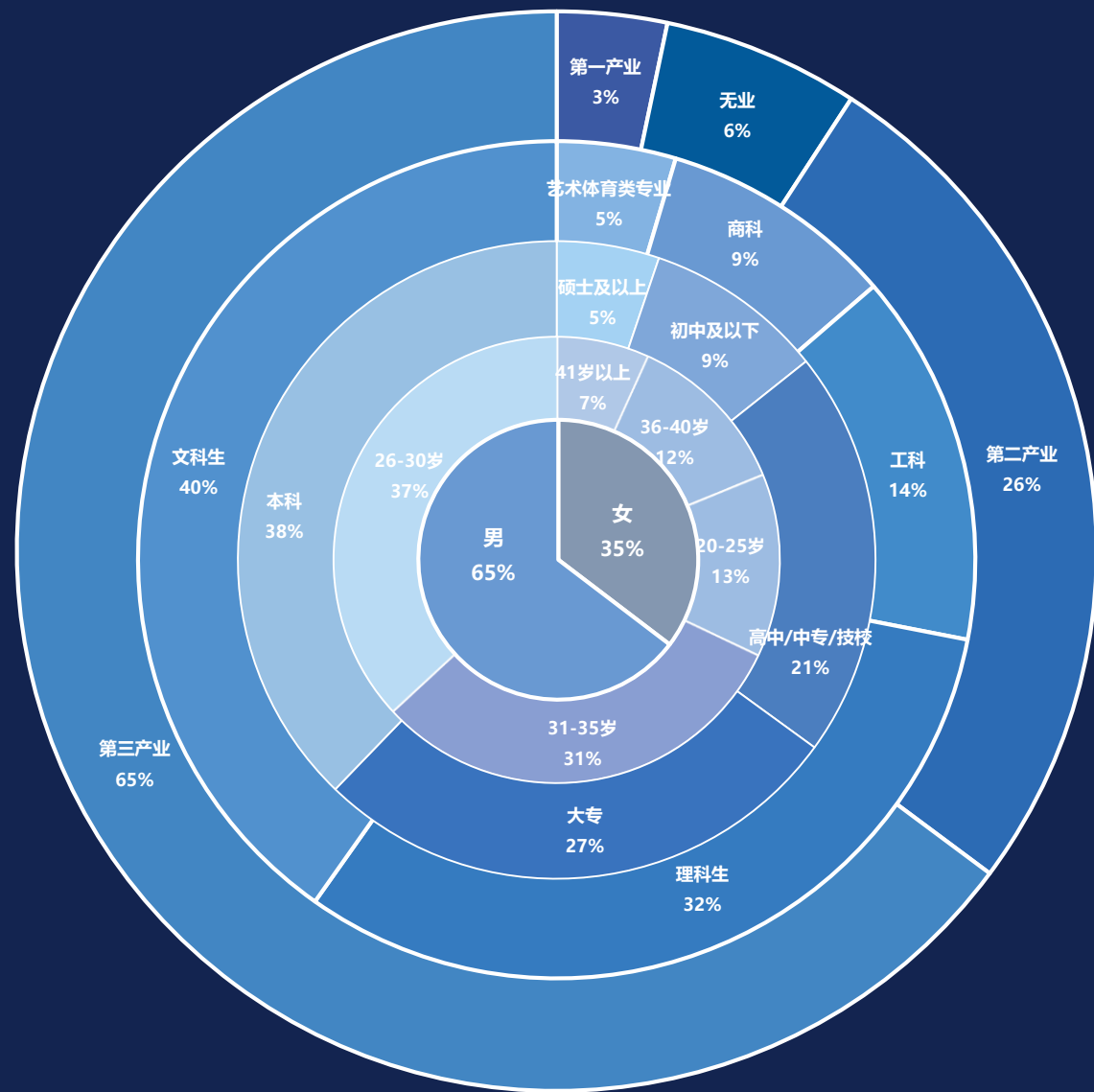
受访者从业年限



受访者岗位层级

业外组-社会人士

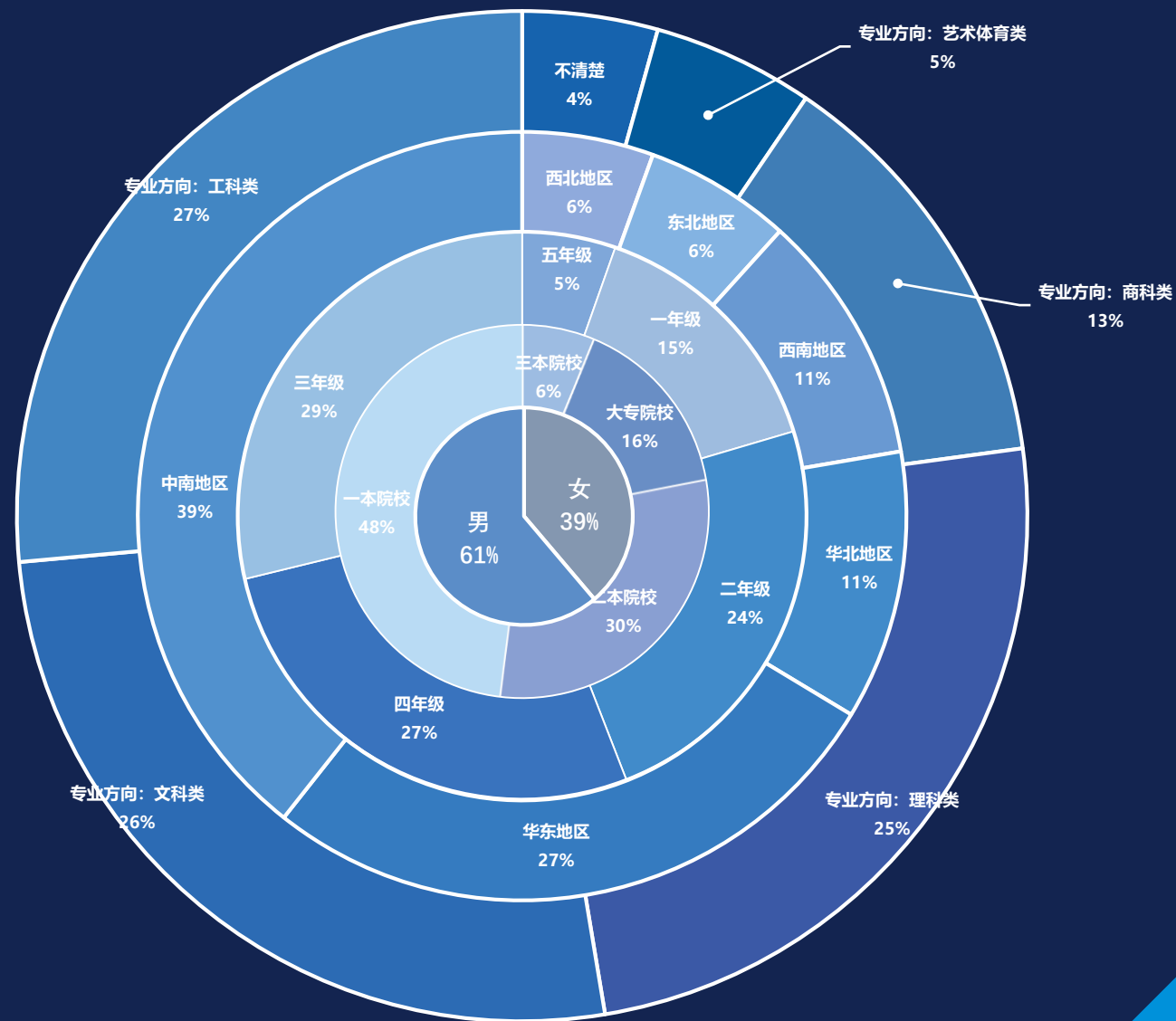
按照40岁以下有进入电竞行业可能性的群体进行了社会人士的调研，学历、工作年限、教育背景和所处行业的数据样本相对均匀，可以满足对社会人士的调研需求。



受访者属性 (样本量1154人)

业外组-非电竞专业高校生

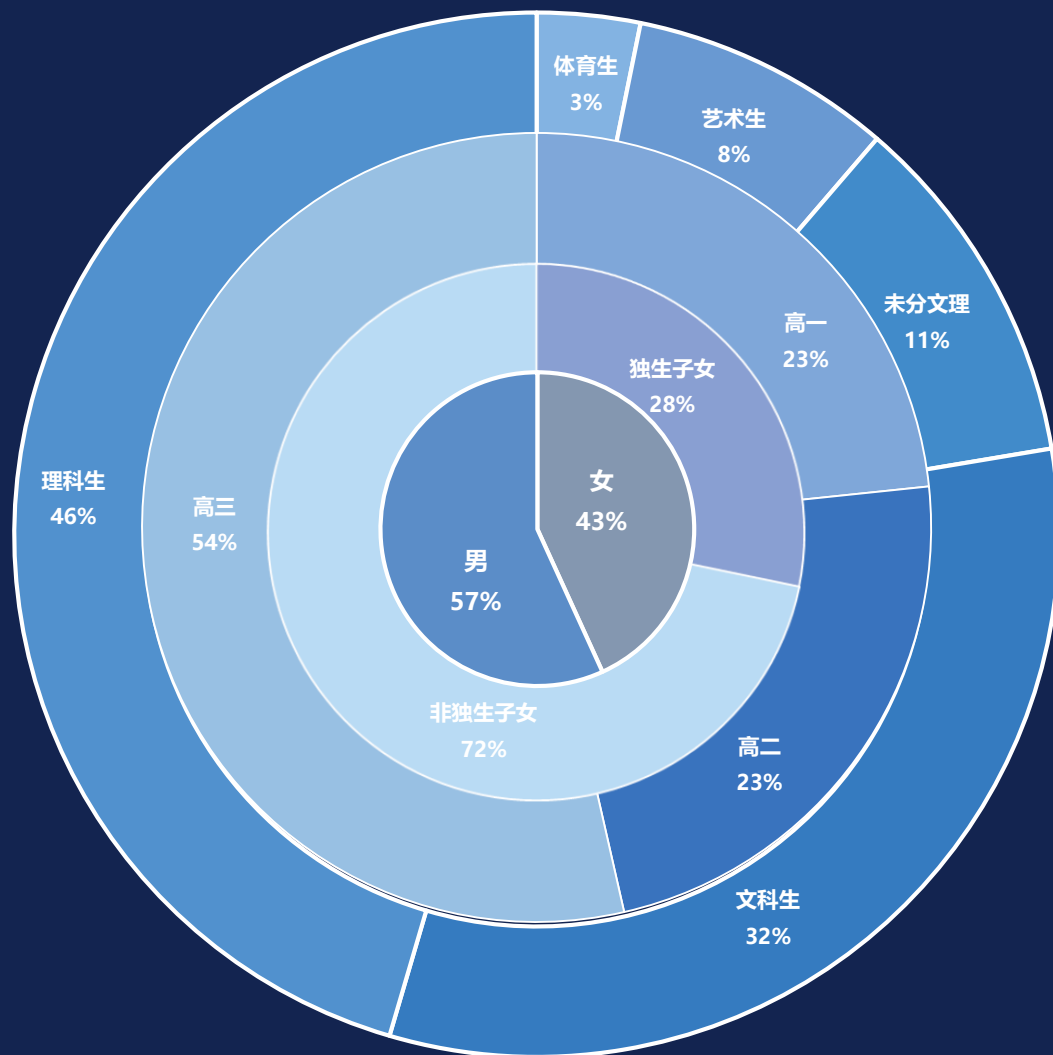
对非电竞专业的在校大学生展开的调研，院校类型、籍贯、教育背景和在校专业与目前中国在校大学生的整体情况相匹配，可以满足对大学生群体的调研需求。



受访者属性 (样本量1085人)

业外组-高中生

18岁以下的群体在调研中一般是比较难收集数据的，但电竞教育是直接面对这个年龄段人群受众的业务，所以定向完成了数据的收集。从独生子女率和文理科分布上看，更贴近中国的欠发达地区。

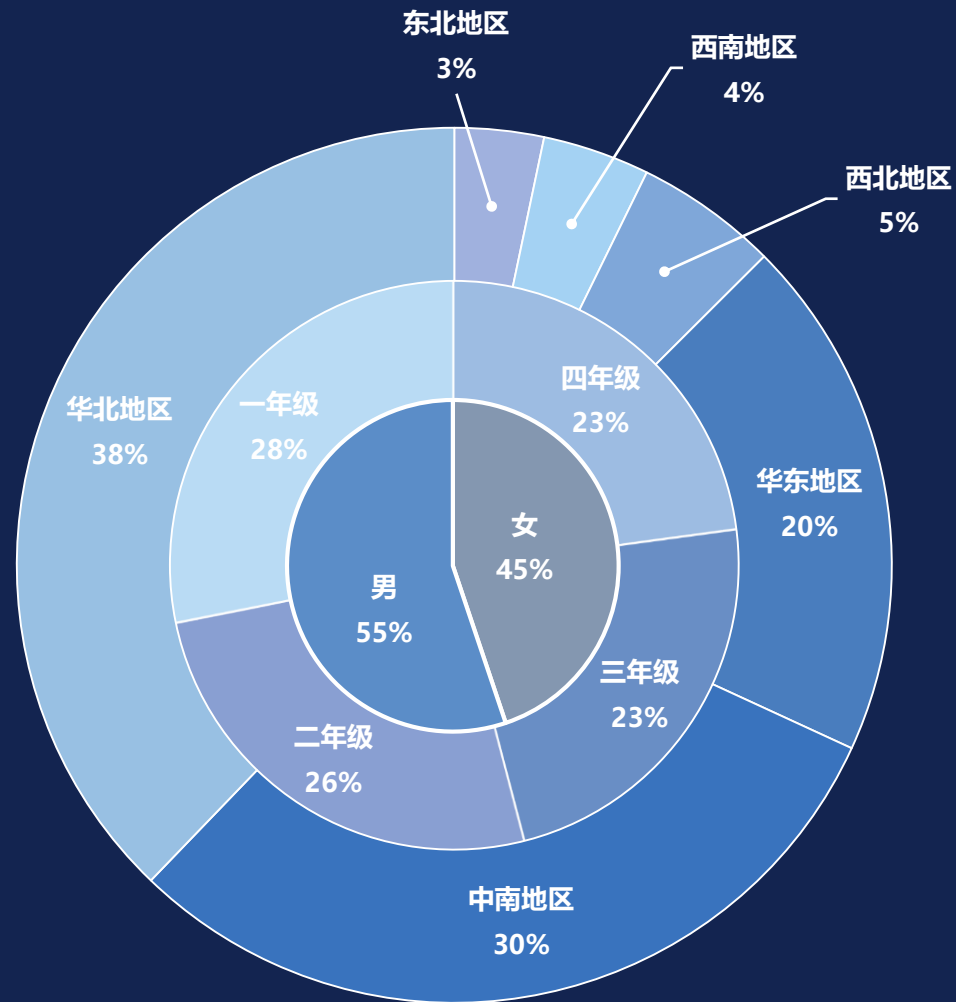


受访者属性 (样本量407人)

业外组-电竞专业学生

电竞专业学生的性别状况，也和电竞爱好者的整体比例比较贴近，电竞从业者目前仍然是男多女少，但后续女性的比例可能会进一步提高。

来自西南、西北和东北地区的生源不多，主要是这些地区对于电竞专业的认知和认可度仍有待提高，同时相对保守的发展理念也在一定程度上限制了对新事物的接纳速度。



受访者属性 (样本量626人)

03

从业者群体分析

2016年10月14日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议。会议指出“要出台加快发展健身休闲产业指导意见，因地制宜发展冰雪、山地、水上、汽摩、航空等户外运动和电子竞技等。”

2018年9月24日，《国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)的通知》中提到“积极培育冰雪运动、山地户外运动、水上运动、航空运动、汽车摩托车运动、电竞运动等体育消费新业态。”

三年时间里，国务院不断释放有关电竞的政策导向，随后在2018年迎来地方政府层面上的一系列支持政策，北京、上海、西安、杭州、武汉、重庆、成都和粤港澳大湾区地区都先后出台了在体育文化产业维度上的支持政策。电子竞技行业开始呈现出与地方政府联系迅速升级的态势，整个行业的想象力空间也由赛事端开始辐射向产业融合端。

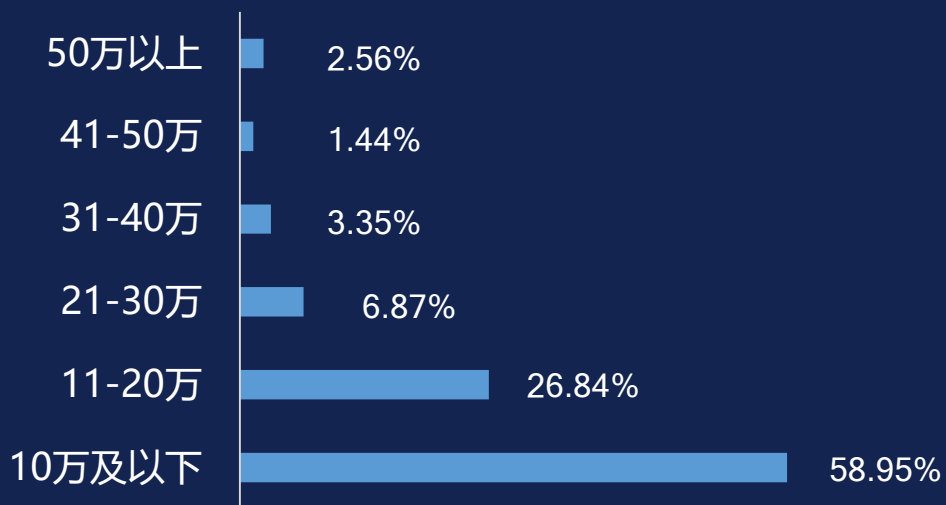
针对这样的趋势，我们对电子竞技行业的从业者进行了这次摸底调研，通过数据也反映出了行业发展在未来一段时间可能的趋势，在指导人才体系建设和教育培训机制上可以提供一些参考。



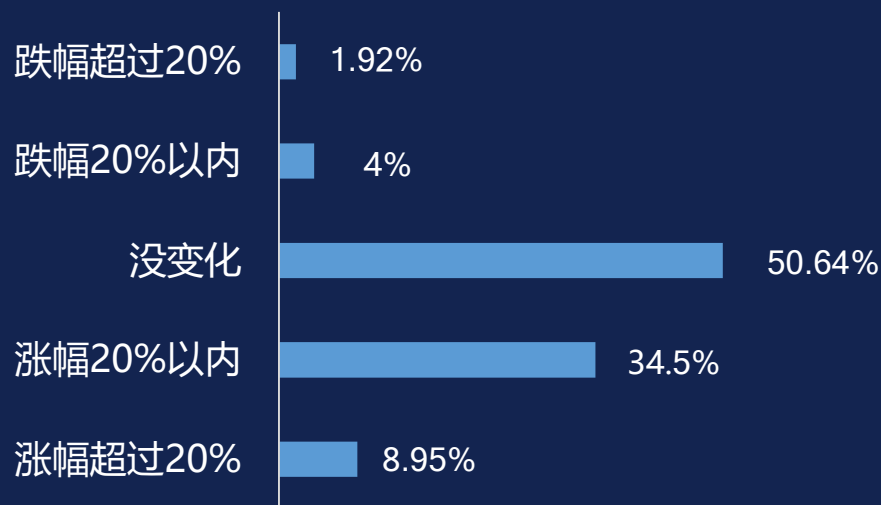


薪资竞争力仍将持续

以人力资源最集中的上海市2018年全年城镇常住居民人均可支配收入68034元来做比照，电子竞技行业本身依托新兴产业的快速发展，行业整体的薪资收入相对传统行业较高。同时，有43.45%的被访者在过去一年里迎来了工资的上涨，虽然涨幅主要集中在20%以内，没有出现爆发式的变化，但是在经济整体放缓的前提下，接近半数有所提高，仍然释放了行业整体发展动力十足的信号。



受访者薪资水平

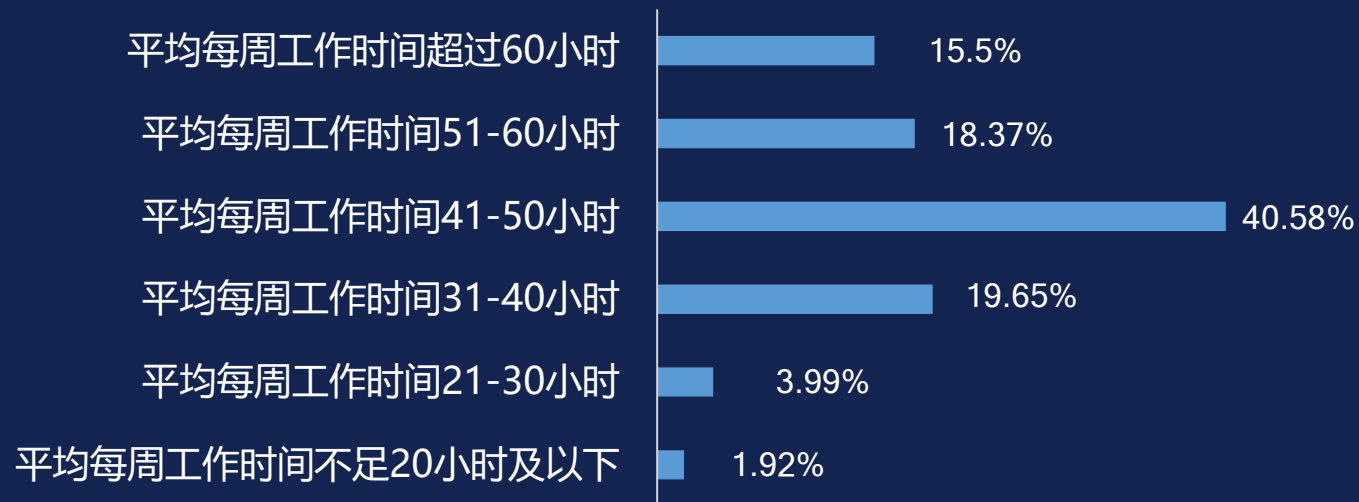


受访者薪资变化

工作强度或推动人力成本上升

平均每周工作时间超过40小时的有74.45%，电子竞技行业由于多数赛事集中在周末，所以周末加班的情况也并不少见。甚至有15.5%的被访者每周工作时间超过60小时，这整体上代表了大部分员工处于工作量与工作时间不匹配的状态。为了解决超量工作的问题，未来行业在现有基础上继续扩大现有业务的人力投入，将会是必然的情况。

如果现有岗位扩张速度跟不上行业规模的变化，那么企业就只能提供更有吸引力的薪资，这也意味着可以吸引更多优秀的应届毕业生和其他行业优秀人才的转型。



受访者岗位工作强度

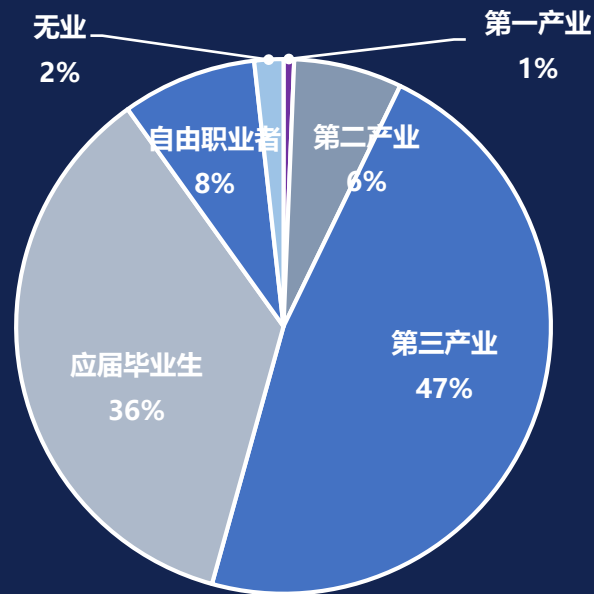
专业能力议价权升高

赛事服务和技术服务类的岗位仍然是以赛事内容为核心的中国电子竞技行业目前**最为重要的两类岗位**，也是在过去两年时间里快速扩张的两类岗位。2018年，国内两大联赛LPL和KPL达到了内容体量上的高峰，赛事核心内容从周三到周日，覆盖了电竞用户大量的业余时间。

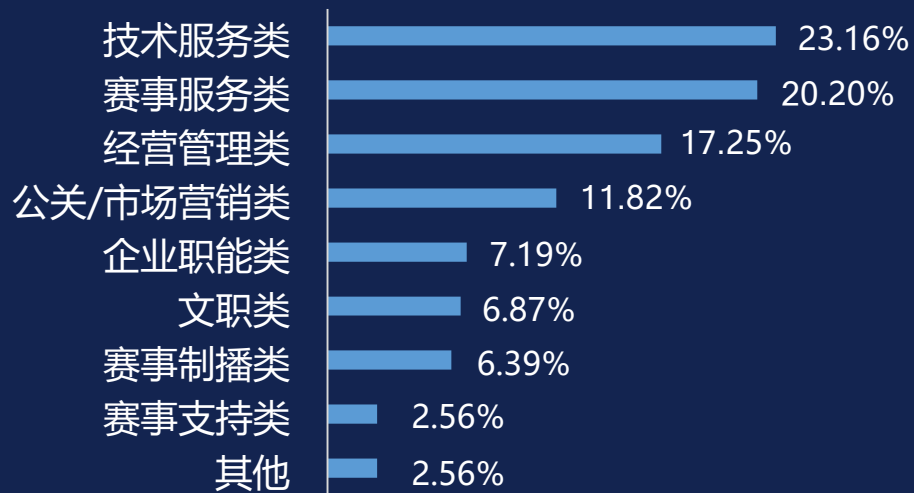
为此，在过去的两到三年的时间里，为了适应联赛的快速发展，行业内赛事内容制作公司的整体扩张明显，以量子体育VSPN和香蕉游戏为代表，赛事服务和技术服务岗位基本处于饱和状态，赛事制播和配套内容制作岗位成为赛事公司新的缺口。

由于广告收入的逐年提高，公关/市场销售类岗位并不能够满足现状，不少机构的人力资源部门都希望招募拥有整合营销能力或者整合营销配套支持能力的团队。

随着职业化程度的提高，和类似滔博体育、FunPlus、苏宁易购、京东3C和华硕这样的资方在俱乐部方面的发力，赛事支持类岗位的需求正在迅速提高，行业原有的优秀赛事支持类人才也将获得更高的议价权利。



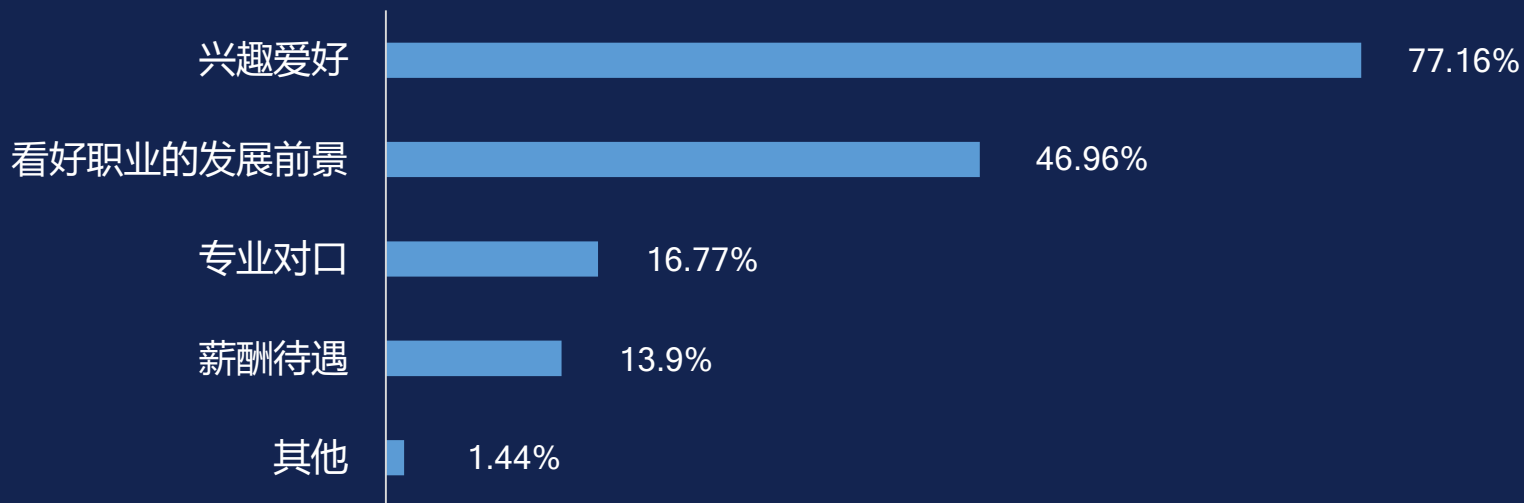
受访者进入电竞行业前所处产业



受访者现在所处岗位

核心业务专业化分工程度低

在职业发展路径的起点，兴趣爱好仍然是从业者加入这个行业的第一动因，77.16%的比例在其他传统行业很难找到。相应的“专业对口”问题也十分突出，只有16.77%的被访者是由于专业对口的原因进入电竞行业，而其中多数为职能部门的工作人员，而非业务部门的工作人员。

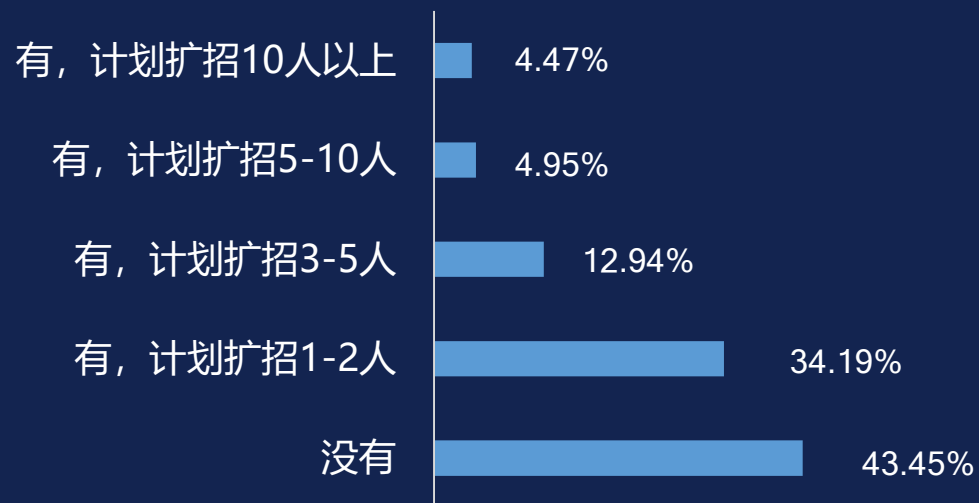


受访者择业原因

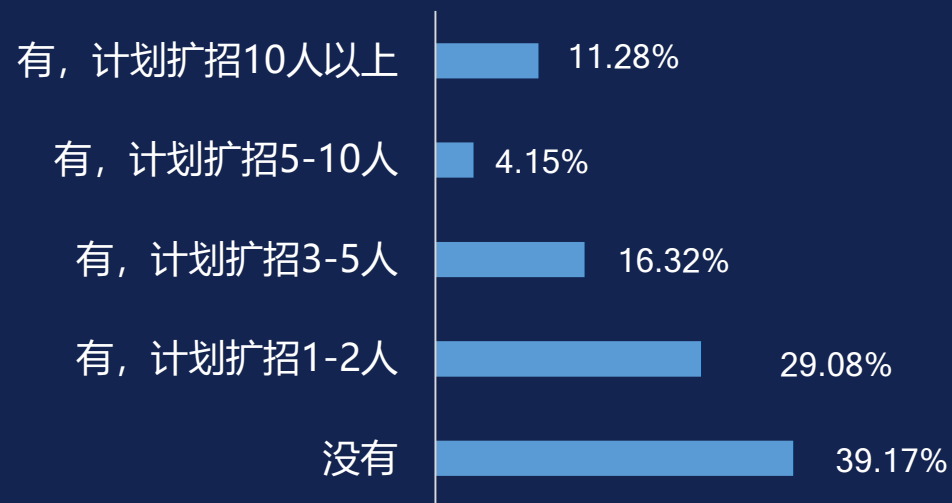


长期人才需求稳定

在现有的电竞机构中，有超过5成受访者所在的部门近期有扩招的需求。更有超过6成受访者所在的部门在更长期的情况下仍然有扩招计划。计划扩招10人以上的在短期有4.47%，而在长期计划中则为11.28%。可见电竞行业的扩招并不是通过简单地填补和调配解决目前工作中的业务问题，而是在更长期的计划中拥有扩张的打算。



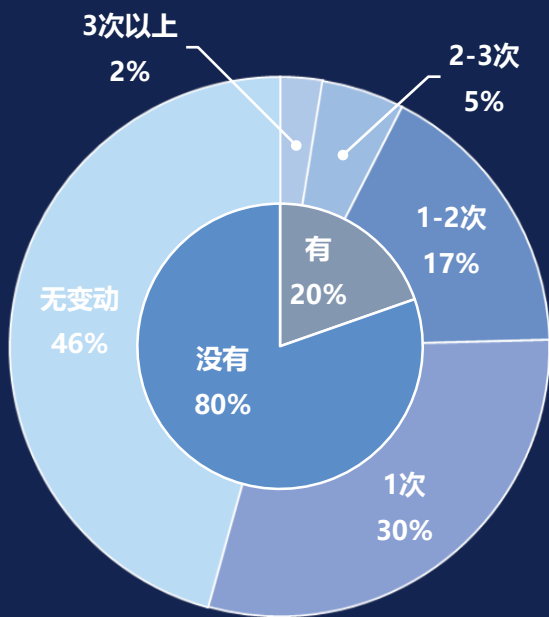
受访者所在部门近期扩招需求



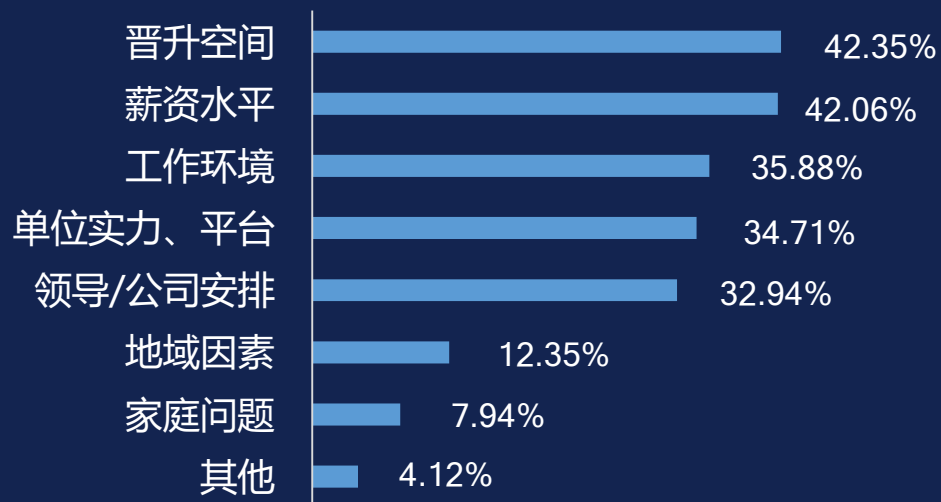
受访者所在部门未来扩招需求

现阶段从业者岗位变动频繁

超过8成的从业者没有跳槽的打算，但是在三年之内出现过岗位变动的从业者却有54.31%。一方面说明公司内部调岗比较频繁，同时代表了岗位专业技能的稀缺性并不足够清晰和强烈。地域因素和家庭问题，目前都还不是影响电子竞技行业从业者调整工作岗位的主要原因，两者的占比都没有超过15%，但是传统行业潜在的问题电竞从业者也应该予以关注。



受访者是否有跳槽打算及岗位变动次数



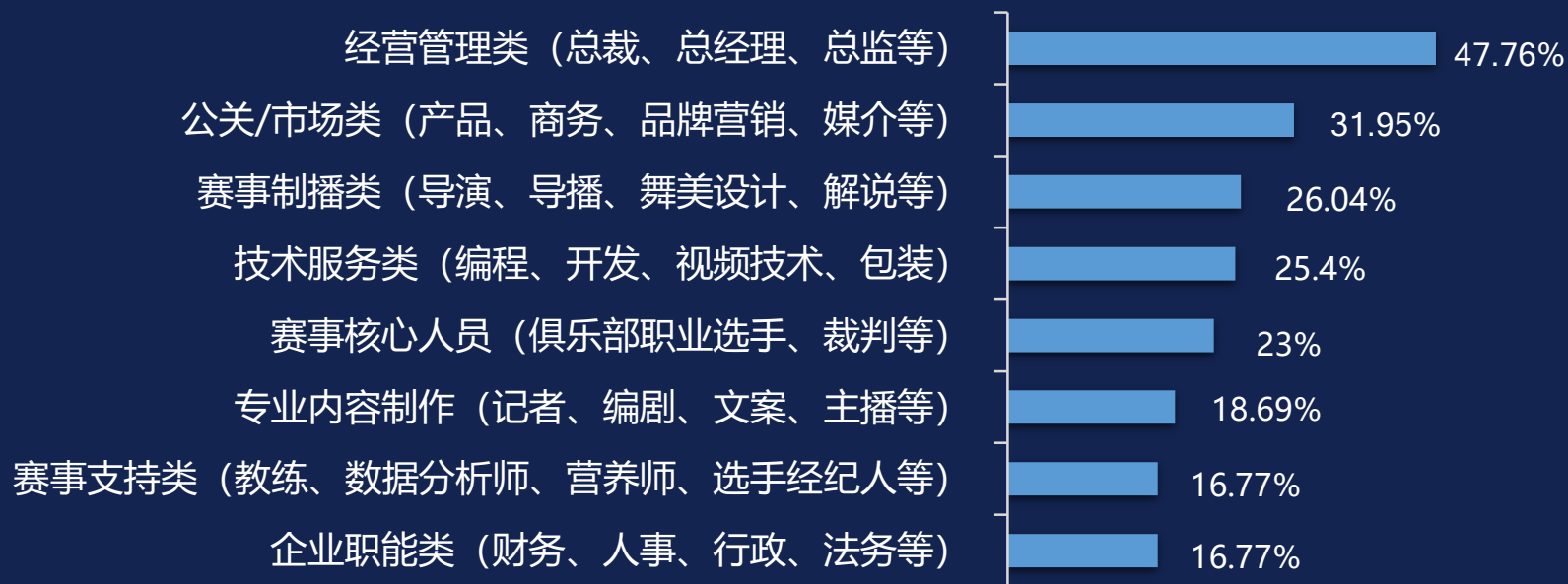
受访者岗位变动的原因

管理型、技术型人才紧缺

被访者中有接近一半的人认为经营管理类人才是电竞行业最紧缺的人才，但这类人才主要来源是目前获批的高职以下类《电子竞技运动与管理》专业培养出来的学生。在经营管理岗位上，除了成熟的职业经理人外，还需要更多优秀高等学府毕业、具有一定管理能力基础的从业者，逐步培养进阶成为储备力量。

除此之外，公关/市场销售类、专业内容制作类、技术服务类和赛事支持类是目前被访者中反映最为紧缺的人才，赛事服务类由于流动性较大，与前四类需求也十分接近，职能类岗位经过了第一轮机构建设，已经趋于饱和。

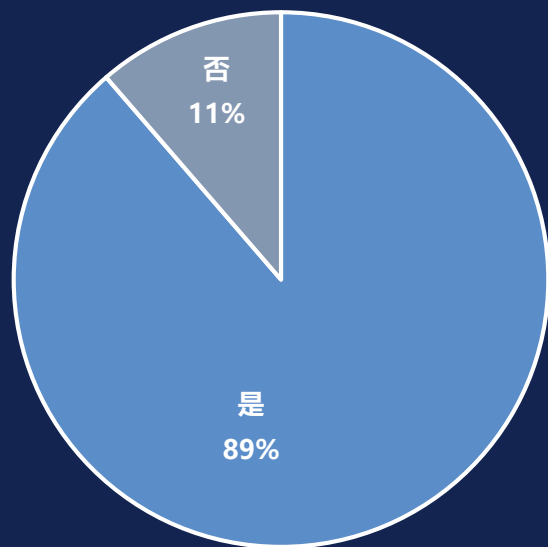
在职业发展路径上，可能会出现单纯由兴趣爱好驱动逐步转向成为专业能力驱动的模式，紧缺的四类人才都是明显的技术驱动型。**电竞行业对专业技能的重视也是一个认识上正在被扭转的局面。**



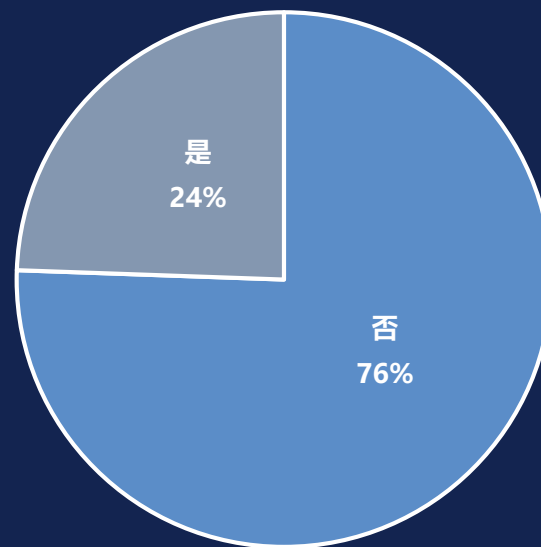
受访者认为电竞行业哪个岗位最缺乏人才

岗前培训市场潜力巨大

与专业对口目前并不受重视形成鲜明对比的是88.66%的被访者认可岗前培训的必要性，但只有24.44%的从业者接受过相关的职业教育或者岗前培训。针对岗前培训的需求仍然没有得到有效的满足，针对岗前培训的教育业务线索十分清晰，也是整体能力可持续发展的保障。



受访者认为认为岗前培训是否是必要的



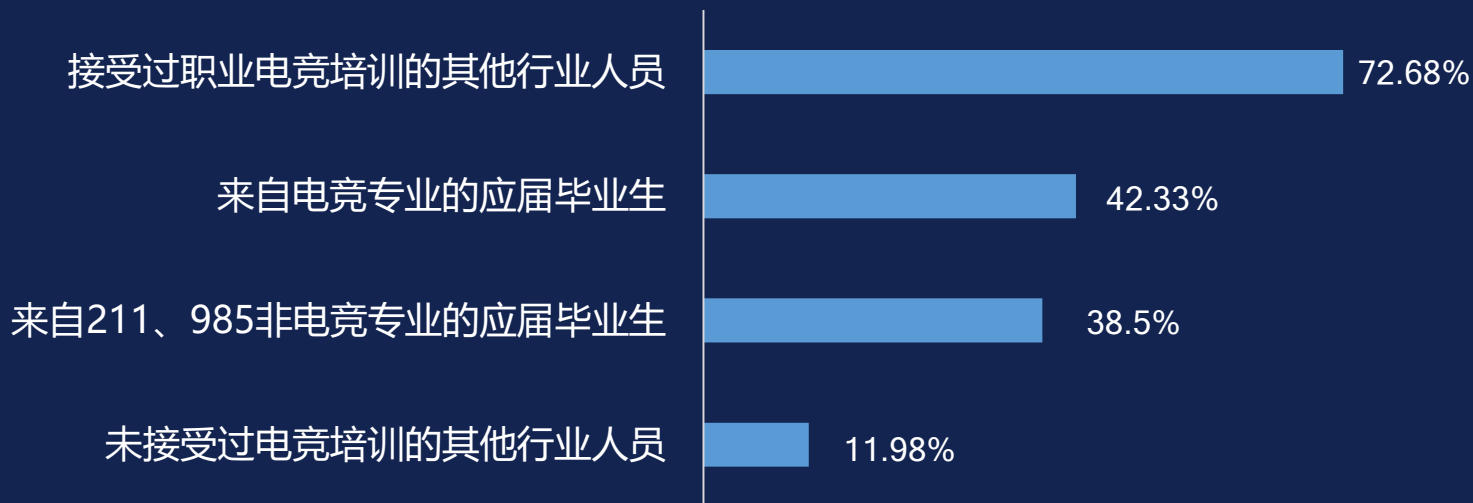
受访者是否经受过正规的职业/岗前培训?



接受过电竞培训的从业者更受欢迎

在从业者的描述中，只有42.33%的从业者愿意与目前电竞专业的毕业生做同事，同时高等院校的非电竞专业应届毕业生与电竞专业应届毕业生在受欢迎程度上并没有显著差异。教育背景和受欢迎程度的相关性并不明确。

非电竞专业能力与电竞专业知识配套的人，才是目前行业最受欢迎的人才，拥有相关成熟职业技能的其他行业从业者通过一定手段掌握电竞专业知识，仍会是短期之内比较明确的发展路径。

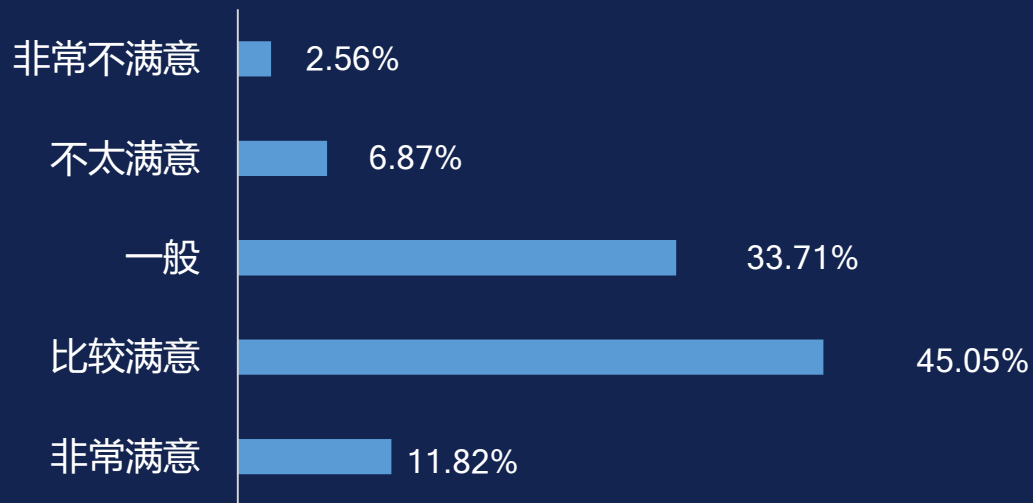


受访者希望和什么样的人做同事

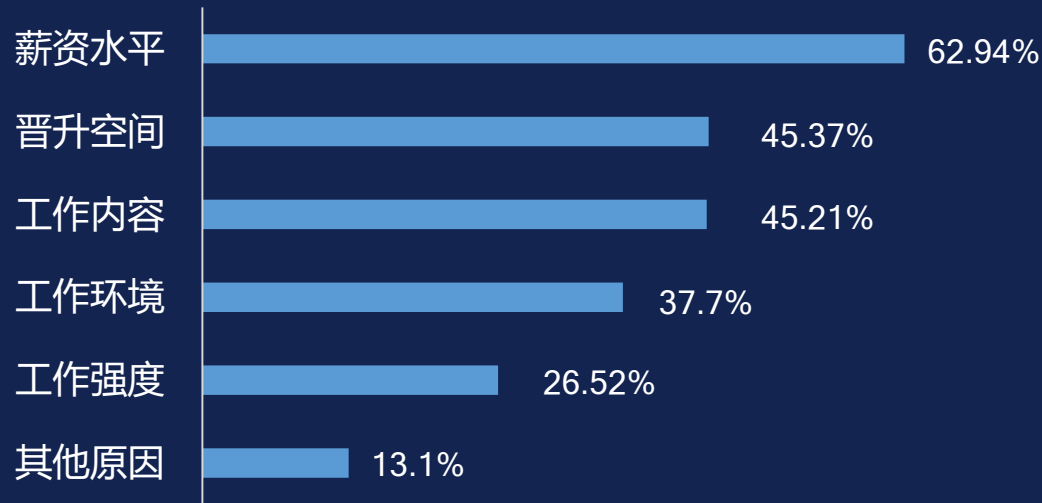
9成从业者对工作满意，主要受内生因素影响

在业内的满意度调查中，56.87%的从业者对目前的工作持满意态度，只有不到1成的从业者对目前的工作并不满意。作为一个兴趣驱动进入的行业，随着时间的推移薪资水平仍然会成为影响满意度的第一要素，专业技术类的岗位也同样相对收入较高。

晋升空间和工作内容本身都有接近5成的被访者认为会影响工作的满意度，工作强度反倒是大家现在不太重视的部分，这也和整个行业从业者年龄偏低有一定的关联。



受访者对现在工作满意度



影响受访者工作满意度的原因

04

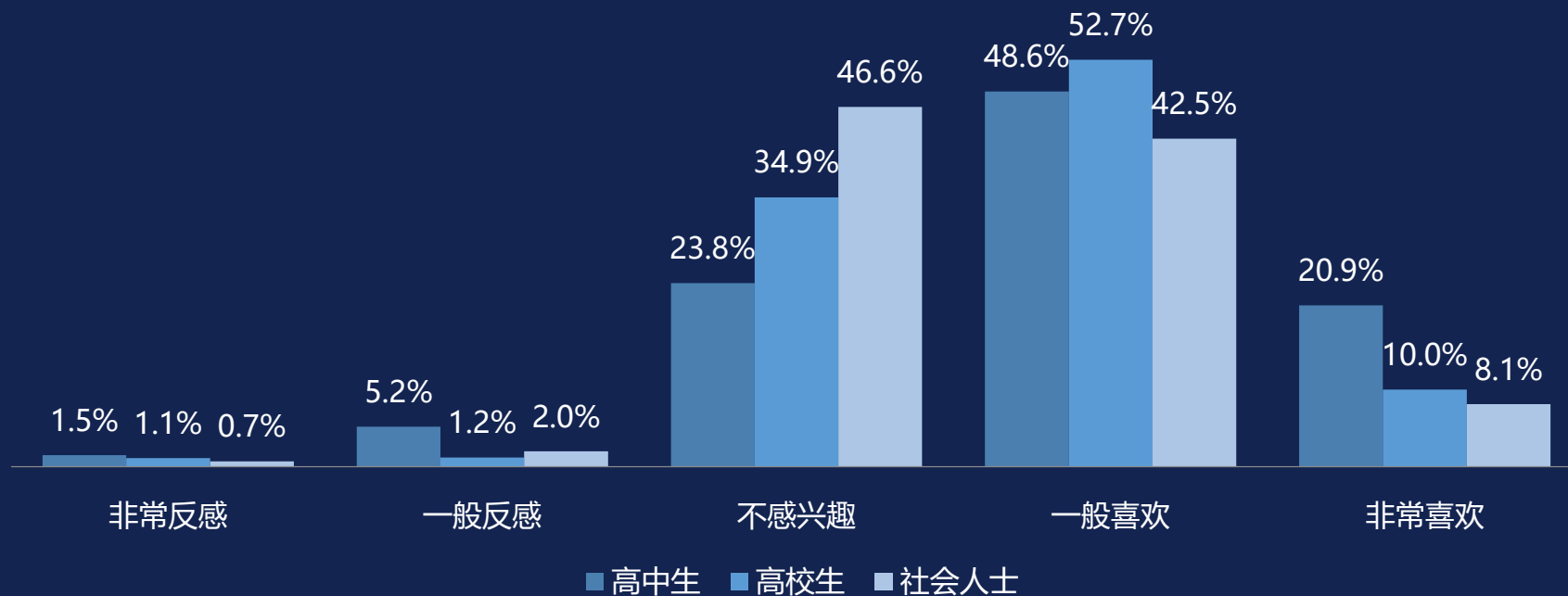
潜在从业者群体分析

通过潜在从业者群体的调研，我们希望找到目前电竞劳动力市场供需两端的平衡性现状，并借此给予电竞教育机构和相应的高等院校、培训机构一些针对性的意见，帮助电竞教育更好实现产教融合，提升行业人力资源流动的效率，拉升行业整体人才水平和综合竞争力。所以针对非电竞从业者（非电竞专业在校大学生（以下简称“高校生”）、高中生和社会人士）展开了调研。



电竞已被普遍接受

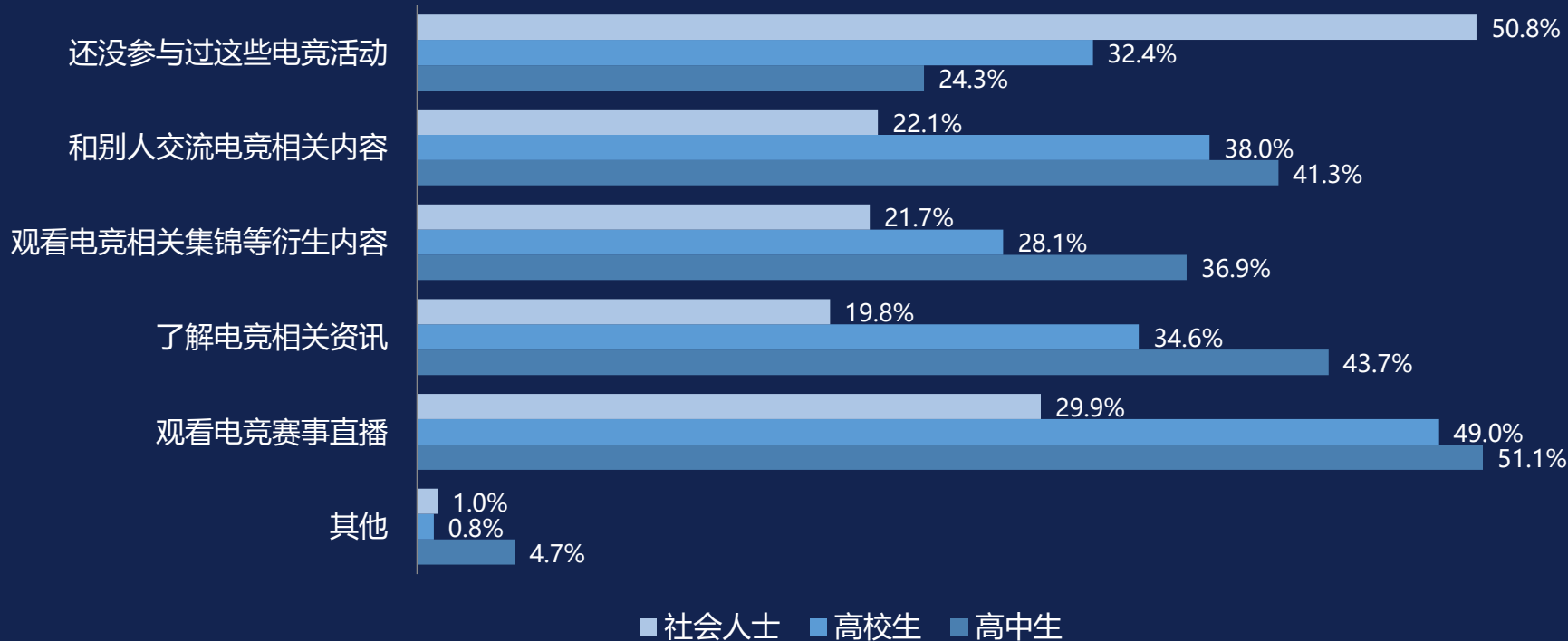
这是一项非常重要的数据，调查的结果超过预期，在高校生、社会人士和高中生中分别只有2.7%、2.3%和6.7%明确表示了对电竞的反感。相比于两年前，电竞污名化的问题在40岁以下的人群中已经不复存在。



受访者对电竞的态度

用户年龄与参与度负相关

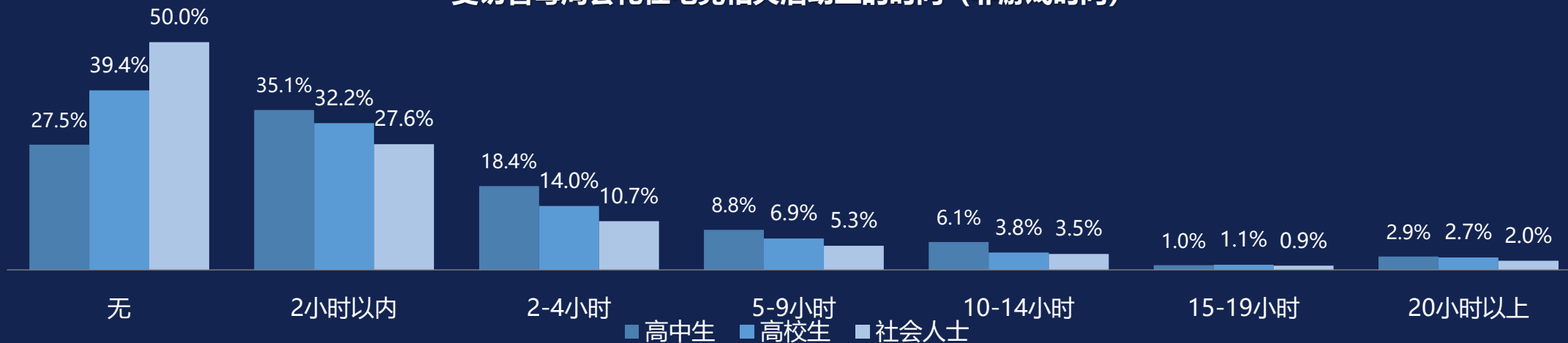
随着电竞内容在社交网络上的爆发，如今大量的轻度电竞用户正在成为主流，社会人士中有接近一半的被访者会在电竞上花时间，参与电竞活动，关注电竞内容；而在高校生中这个数字超过6成，高中生中更是超过7成。随着年龄的降低，电竞的渗透率越高，整体投入的时间和关注内容的频率也呈现出明显的正相关。上述两点是电竞教育有可能迎来整体发展的一个重要前提。



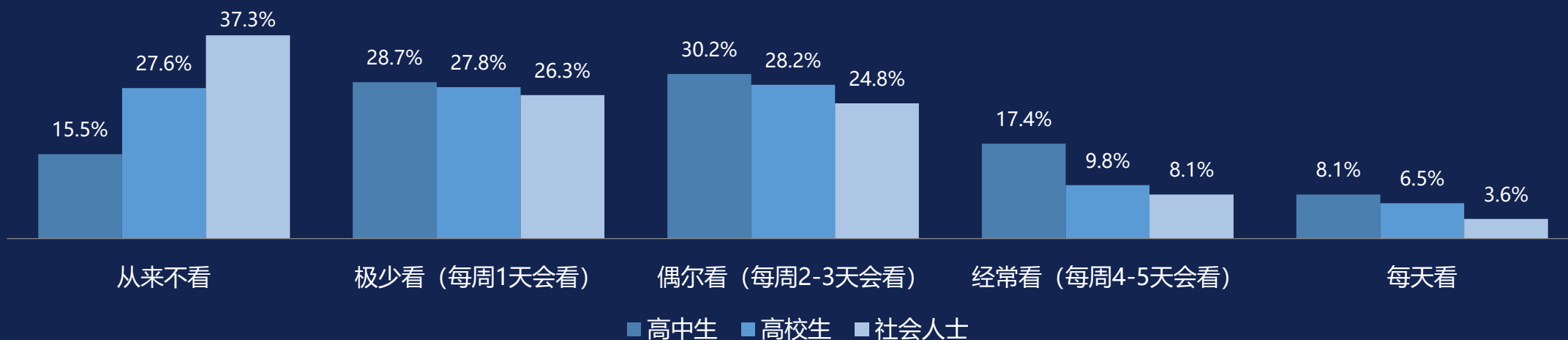
受访者日常生活中参加哪些电竞活动

用户年龄与参与度负相关

受访者每周会花在电竞相关活动上的时间（非游戏时间）

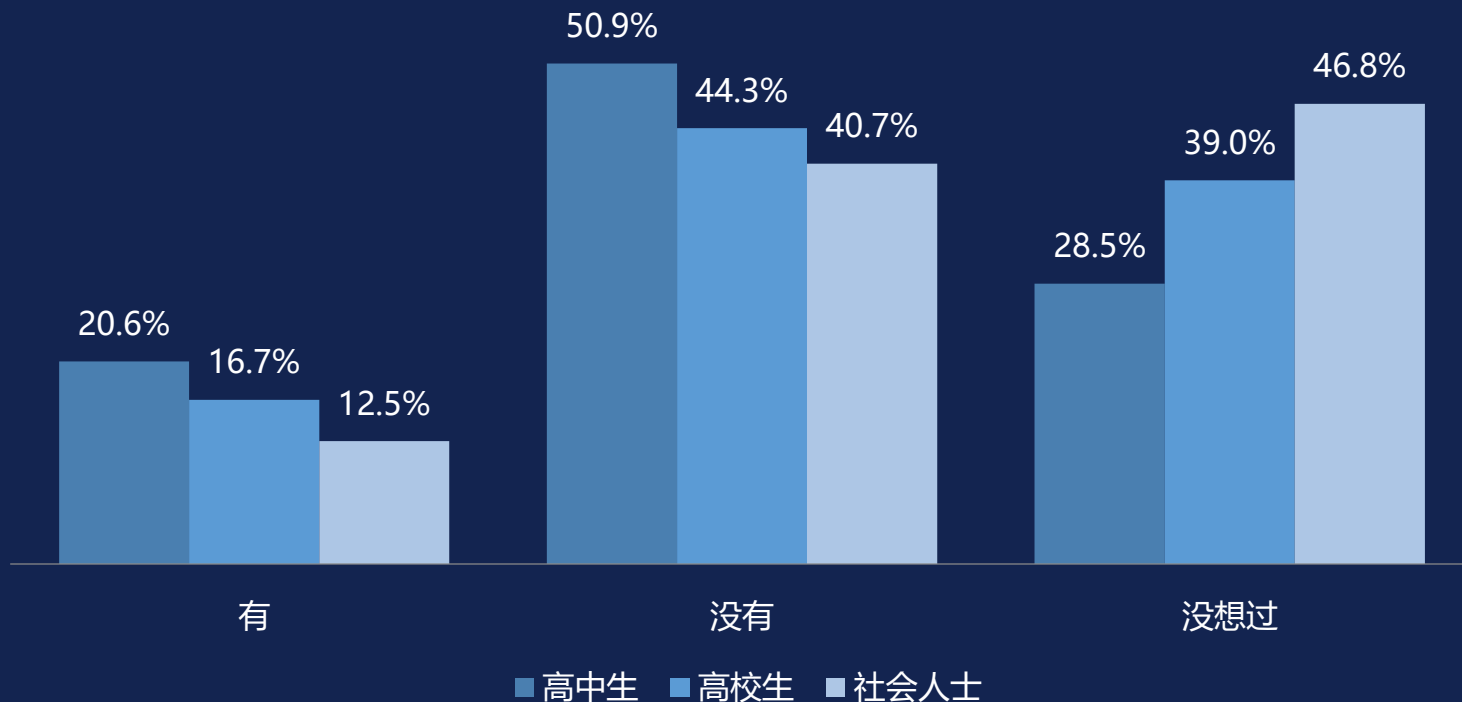


受访者关注电竞内容的频率



年轻群体对电竞认知更清晰

在高中生、高校生和社会人士中，年龄越小越会主动考虑参与电竞行业，同时也形成了两极化的反馈。有从业意愿的和没有从业意愿的都是高中生最多，有20.6%的高中生被访者有意愿，但也有超过50.9%的高中生被访者并不愿意。两极化的趋势，代表原生互联网的00后，对电竞态度更清晰。



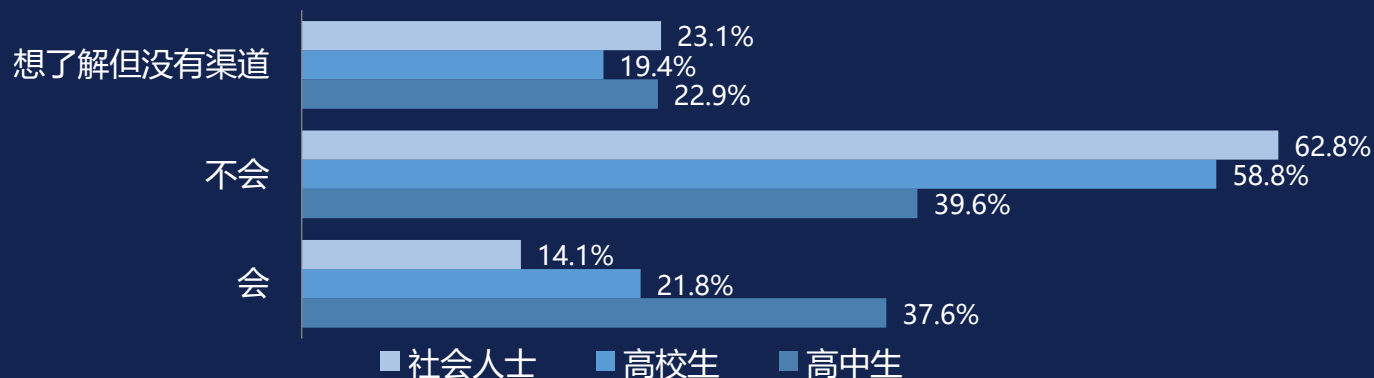
受访者是否有进入电竞行业工作的意愿

了解行业的通路有待完善

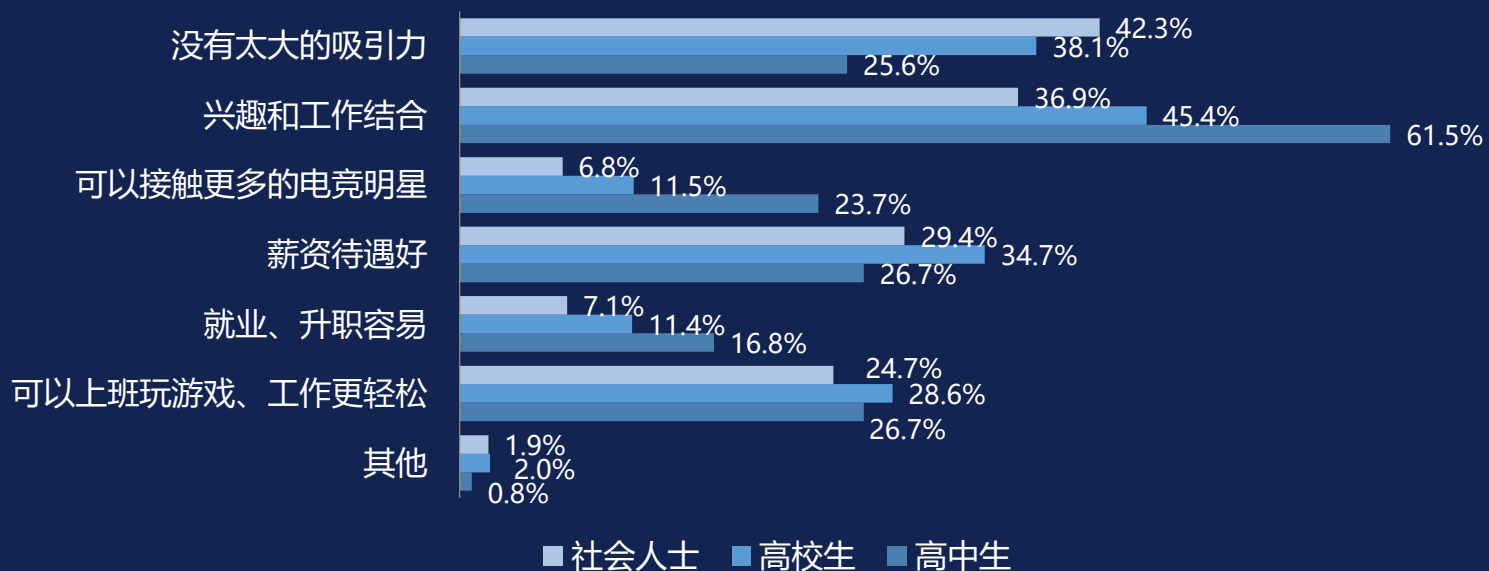
在社会人士、高校生和高中生三类人群的对比中，与认可度相关性一致的是，随着平均年龄的降低，了解电竞行业就业情况的意愿就会越强烈。大学内电竞相关的就业信息渠道是最通畅的，即使如此仍有19.4%的被访者表示“想了解但没有渠道”。相比于其他行业，电竞的整个就业体系仍然处于极为松散的状态，连接企业和就业对象的公众平台仍有待发展。

兴趣驱动仍然是进入电竞行业最主要动力，上班玩游戏、工作更轻松的误区相比之前有所减少，但仍然超过2成，这部分群体本身的职业态度可能是电竞教育过程中需要主动去塑造的部分。

受访者是否会主动了解电竞行业的就业状况



电竞行业对受访者有哪些吸引力

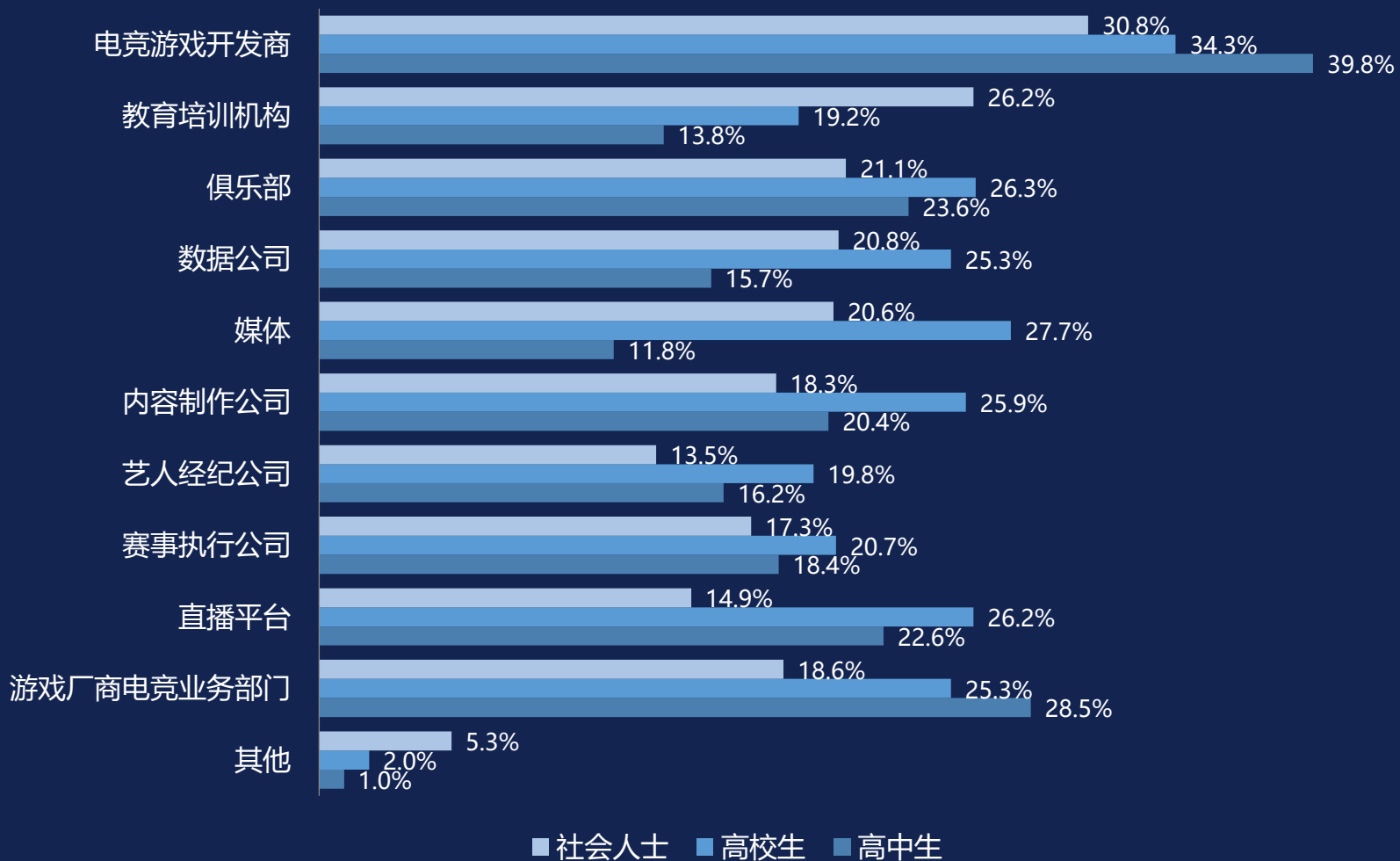


不同群体岗位发展意向差异明显

选择“教育培训机构”的社会人士明显高于其他两类人群的比例，在传统业者眼中这可能是电竞行业后续发展新的增长点。整体上观察，高校生可以接受的企业类型更丰富，高中生的倾向性更为明显。随着年龄的增长，会越明确意识到电竞行业赛事核心外的支持机构的重要性。

进入游戏厂商是所有群体都最希望的，但实际上整个行业中厂商在没有重大业务调整的前提下，是吸纳人力资源最弱的企业。相应的可能会衍生出一些高端培训模式，让优秀毕业生或者是有一定业务能力的社会人士以电竞身份面向游戏厂商。

进入电竞行业的话，受访者想从事的企业类型



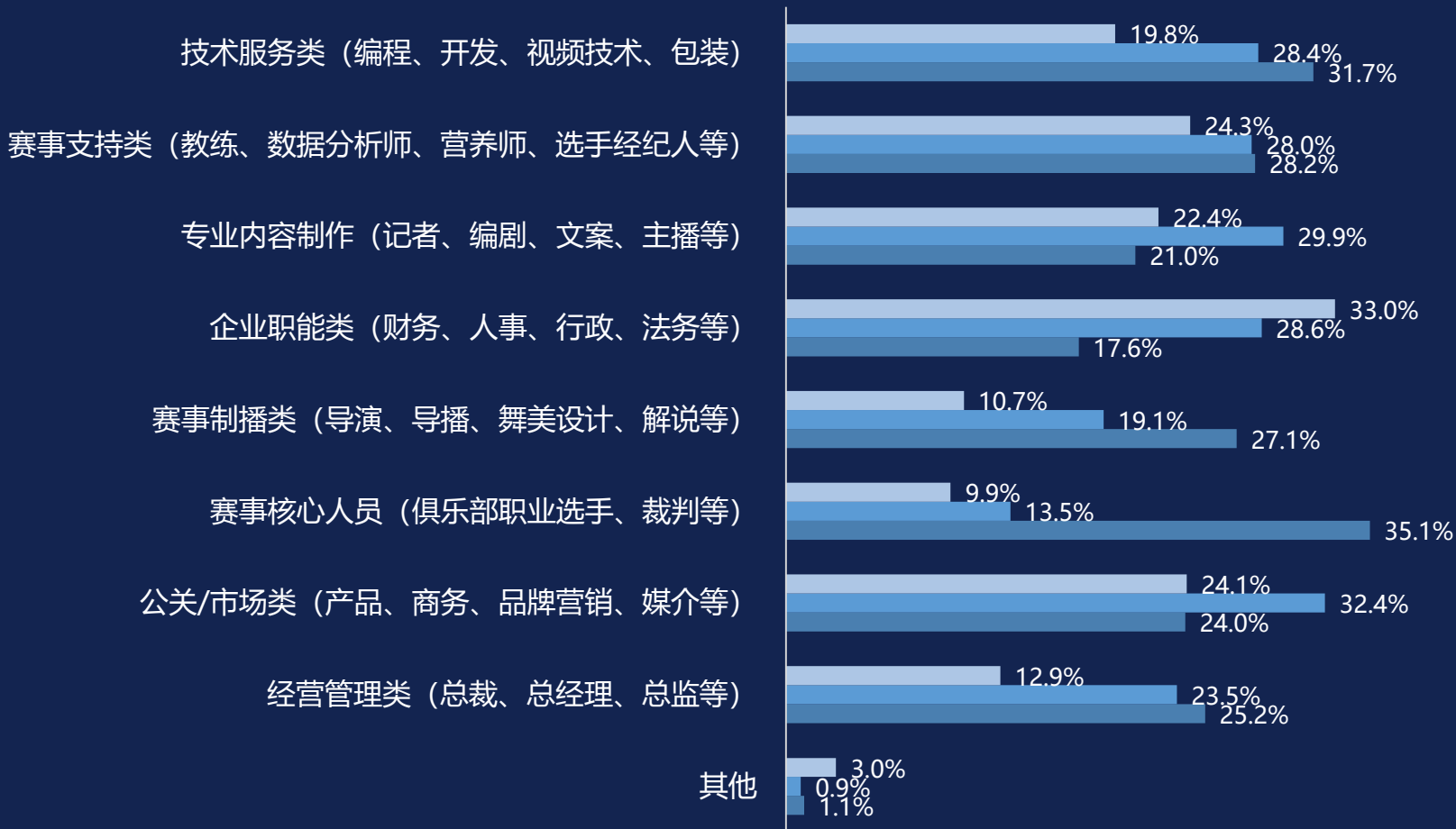
岗位认知相对均衡，人力资源结构趋于良性

在岗位选择上，只有9.9%的社会人士希望成为赛事核心人员，而这个数字在高中生中高达35.1%。在进入电竞相关教育培训体系之前，如何向高中生描述从业电竞和成为电竞赛事核心人员之间的区别，是一个必须要完成的任务。

33%的社会人士想要进入电竞企业的职能部门是由于缺乏专业知识和技能却又对电竞保有兴趣，所以在职能类工作的择业过程中会明显的倾向电竞行业。

在社会人士和高校生群体中，对不同电竞岗位的认可程度都相对均衡，这对行业人力资源结构逐渐趋于良性有一定程度上的帮助，也可以免于严重的供需矛盾出现。

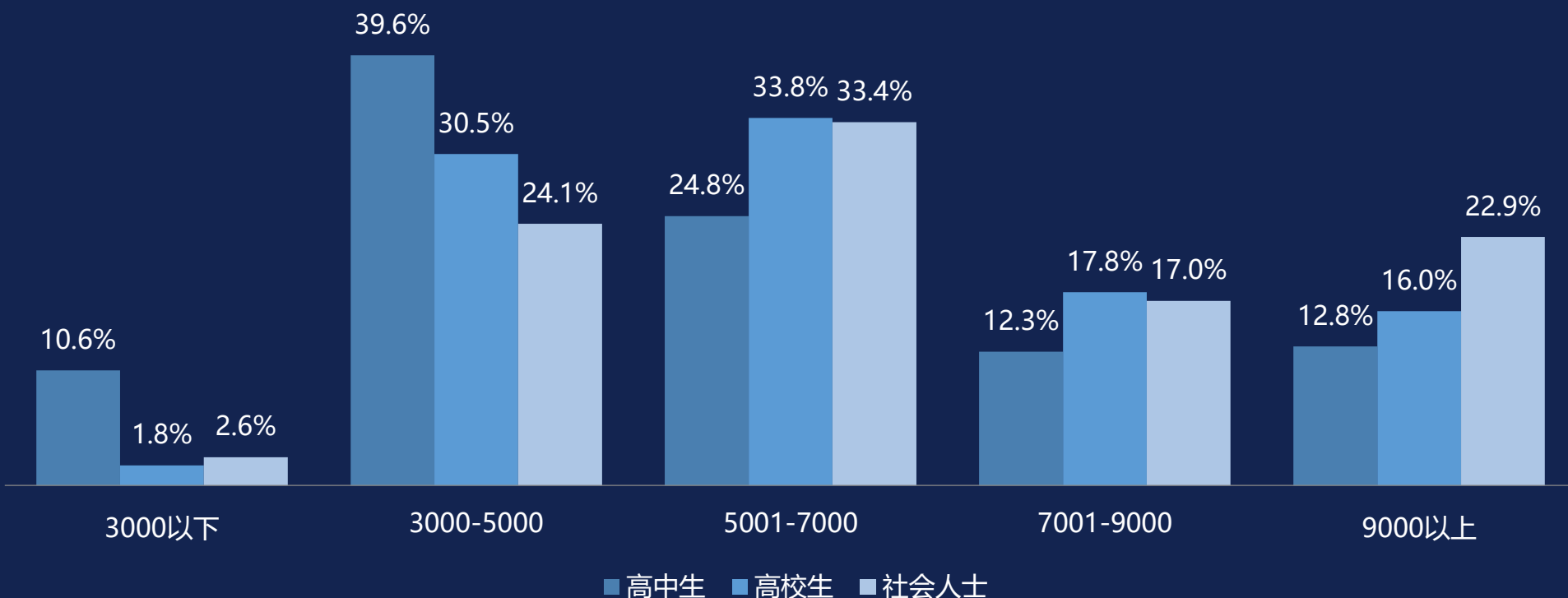
进入电竞行业的话，受访者想从事的岗位



■ 社会人士 ■ 高校生 ■ 高中生

入行薪资与专业性正相关

高校生和社会人士两个群体对薪资预期非常接近，入行的薪资要求相对较低，7000元以下的在6成以上，一方面可能代表了薪资评估体系其实并不够明确，另一方面可能是意向从业者对于专业知识和技能缺失的不自信。



受访者对第一次进入电竞行业的薪资预期

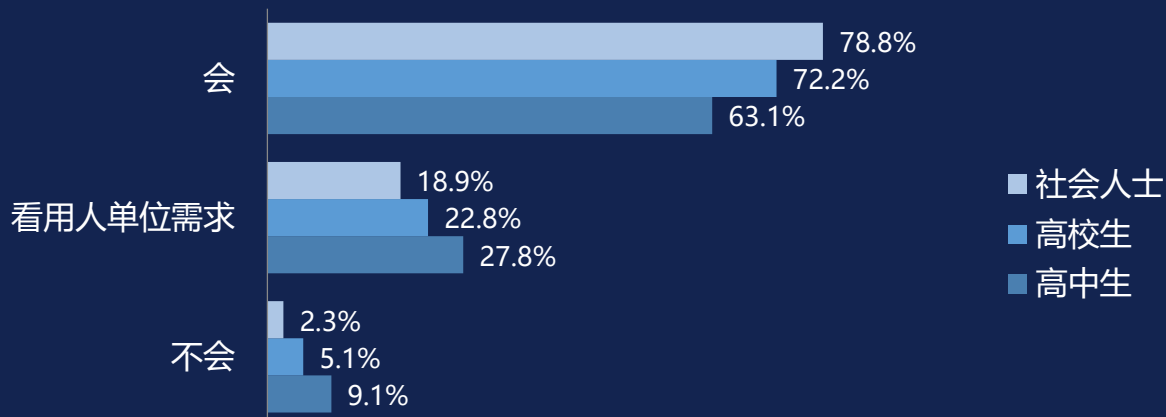
专业教育需求迫切

年龄的增长与主动寻求接受电竞专业相关的教育和培训的需求呈现明显的正相关，欣喜的是没有任何一个群体在“不会寻求专业教育或培训”上超过1成。对于电竞教育的需求程度仍然明显存在，并且比例极高。

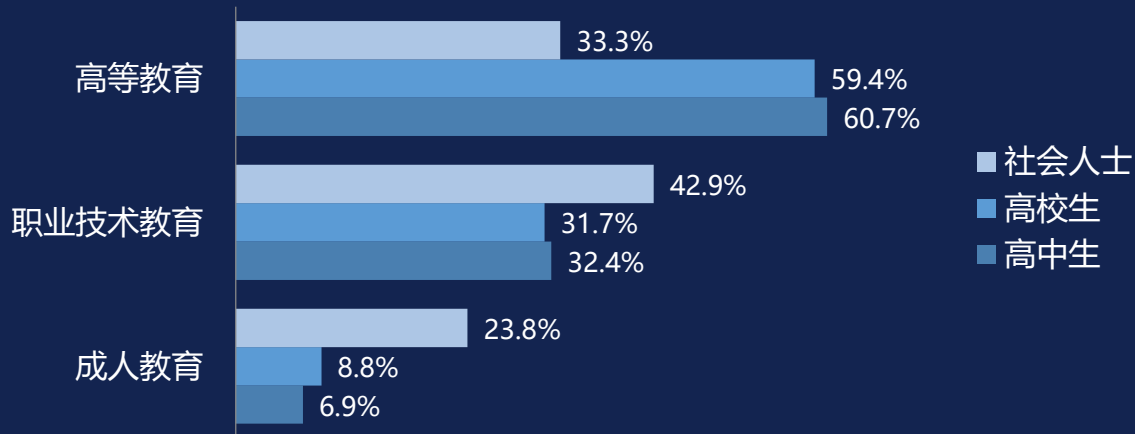
对于教育形式的选择上，社会人士更加多元，职业技术的直接提升占据首位，而高校生和高中生还是把电竞专业的培养主要寄托在高等教育上，职业教育并不是他们的第一选择。

在电竞教育的培养体系中，除了专业知识外，业内信息是一个非常重要的内容，相比之下就业机会并没有预计的高，但是能够提供实习和就业一直都是重要的竞争力指标。在电竞教育的意向花费上，5000元是明显的分水岭，超过这个数字只有2成左右的被访者愿意支付。

受访者进入电竞行业是否会主动寻求接受教育或者培训

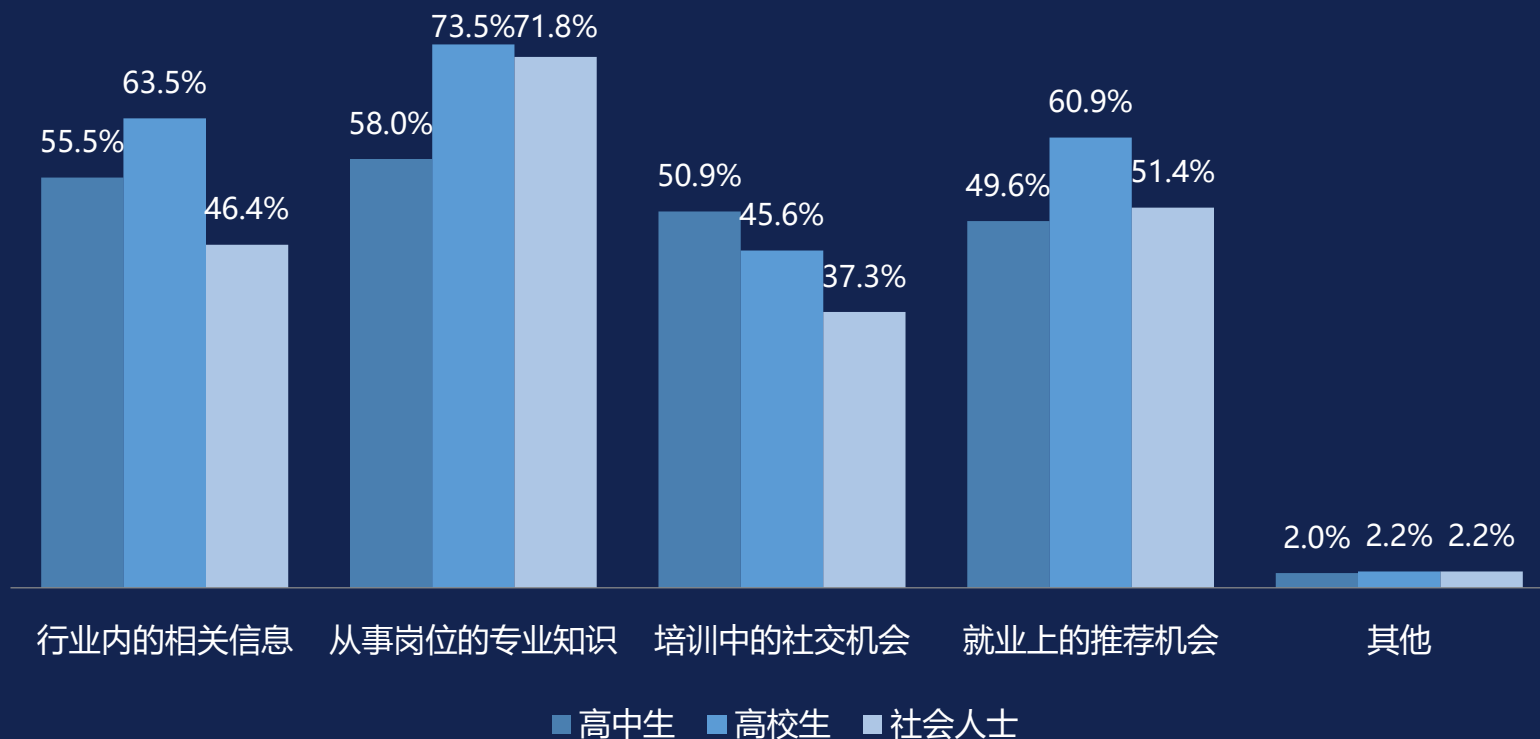


受访者如果参与电竞专业学习，希望的形式





专业教育需求迫切



受访者希望从电竞教育中获得

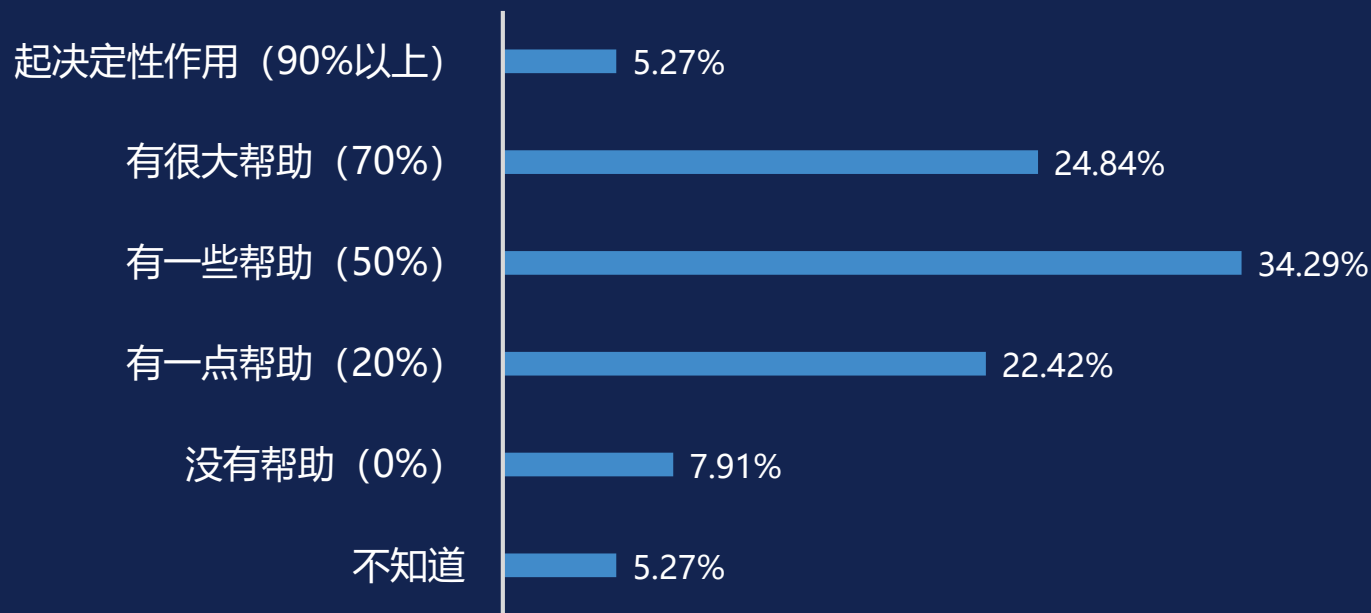
05 电竞专业学生 群体分析

现有的电竞专业学生正在面临的问题是电竞教育领域最关注的痛点，所以针对电竞专业学生群体展开了单独的调研，旨在协助高校在现有课程和培养体系下做出针对性调整，尽量提升学生毕业后在行业人才市场中的综合竞争力。



产教不融合是电竞教育痛点

摆在电竞专业面前的问题，其实和一部分的传统教育问题一样，在产教融合上一开始就出现了脱轨的问题。只有三成的学生觉得专业所学的内容对就业有很大或更多的帮助。电竞教育目前的专业发展模式下，仍然是以培养应用型人才作为主要的方向，那么专业教学的帮助将会直接影响后续的就业问题。

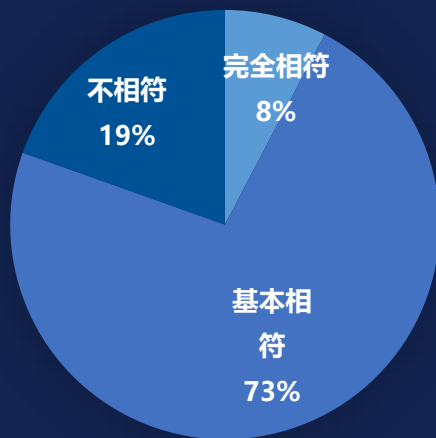


受访者认为专业所学的内容对未来就业有多大帮助

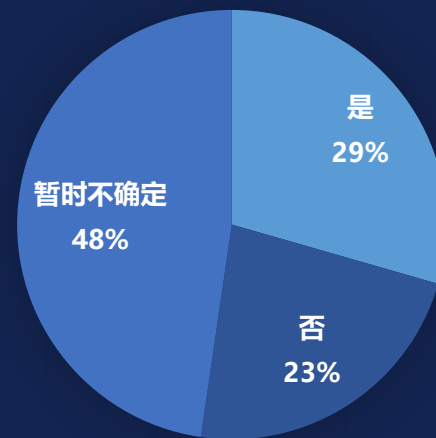
教学体系有待完善

在产教融合的前提下，在学生进入专业学习之前，给到学生乃至家长更好的预期管理可能也是必要的。在被访者中，只有26.37%的人在进入电竞专业后预期并没有改变。同样的学习内容，也有19.56%的被访者认为与预期不符。只有29.45%的被访者将会在毕业后选择从事电竞行业。

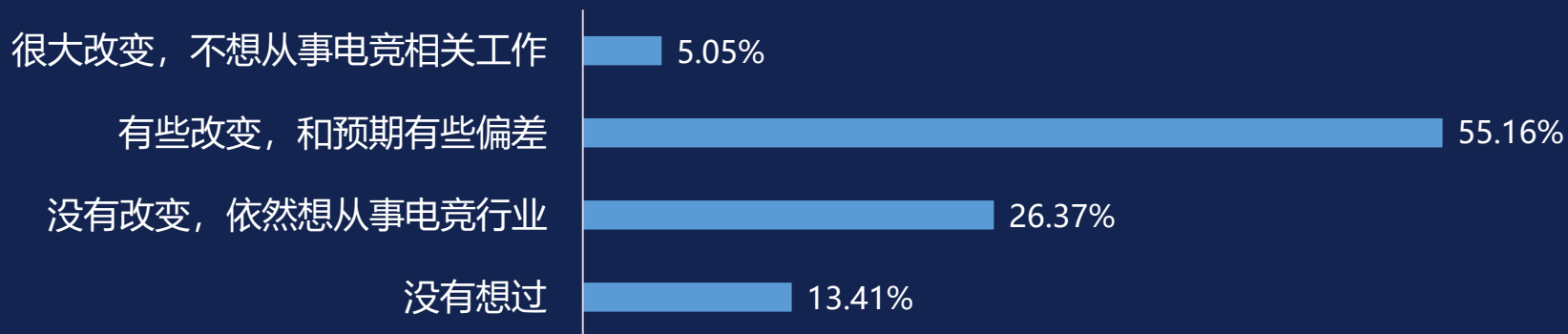
搭建成熟的教学体系，提供优质的教学资源 and 与产业接轨的培养模式，仍然是未来一段时间电竞教育领域需要解决的问题。



学习内容和预期是否相符?



毕业后，是否会选择从事电竞行业?

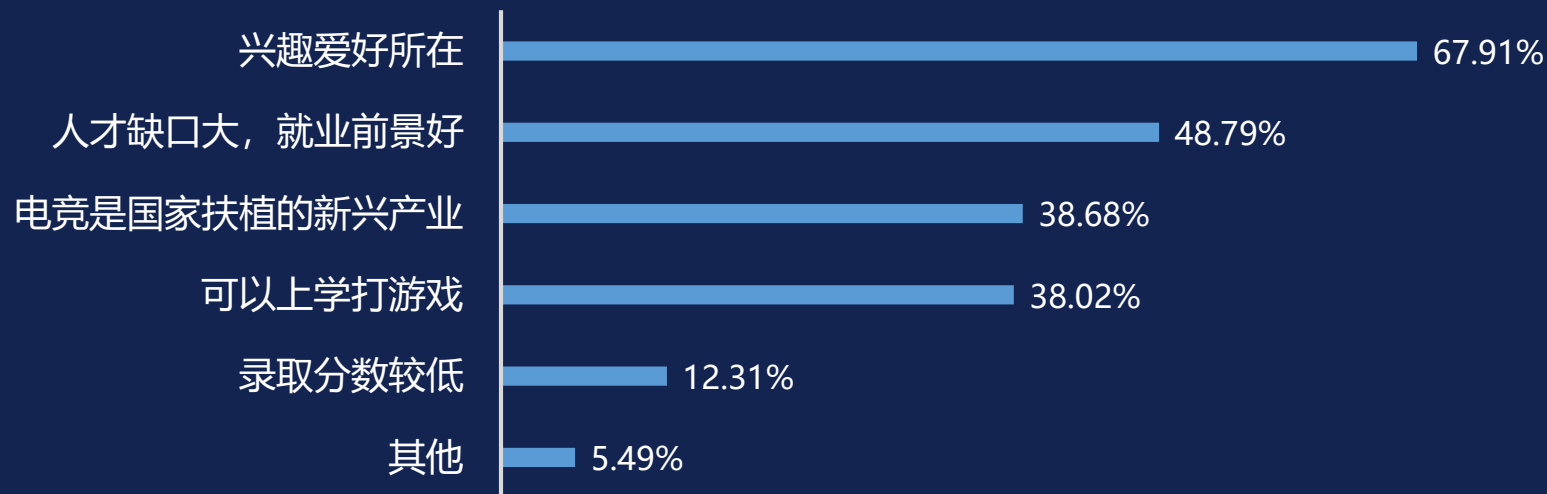


真正的接触电竞专业后是否对从事电竞行业的态度有所改变?

缺少提供深度认知的平台

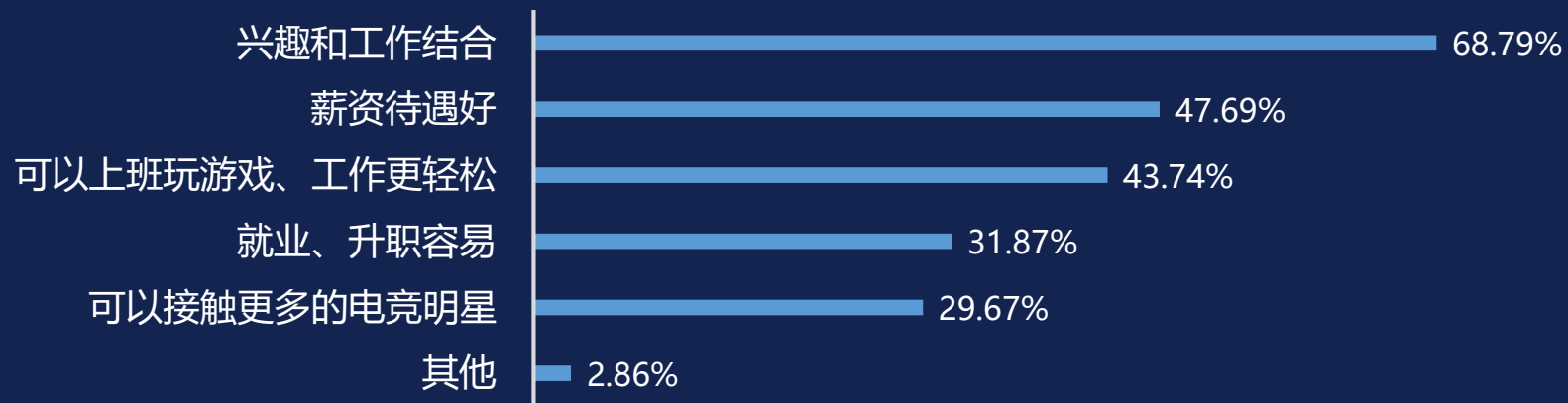
选择电竞专业的原因，和一般的电竞爱好者对行业的认识非常相似。兴趣爱好和就业前景仍然是选择专业的前两名，在解决了第一道认知门槛的大前提之下，在延伸内容的获取上，可能很多学生还是无法做到。作为电竞教育的从业者，后续需要考虑如何通过通识线上内容或者线下Open house的模式，给学生提供一个专业深度认知的平台，帮助更多的学生把美好的愿望与可以对照的现实结合起来。

非常值得注意的一点是，6成的被访者认为目前电竞专业带来的优势是行业内的相关信息，甚至排到了岗位专业知识之前。

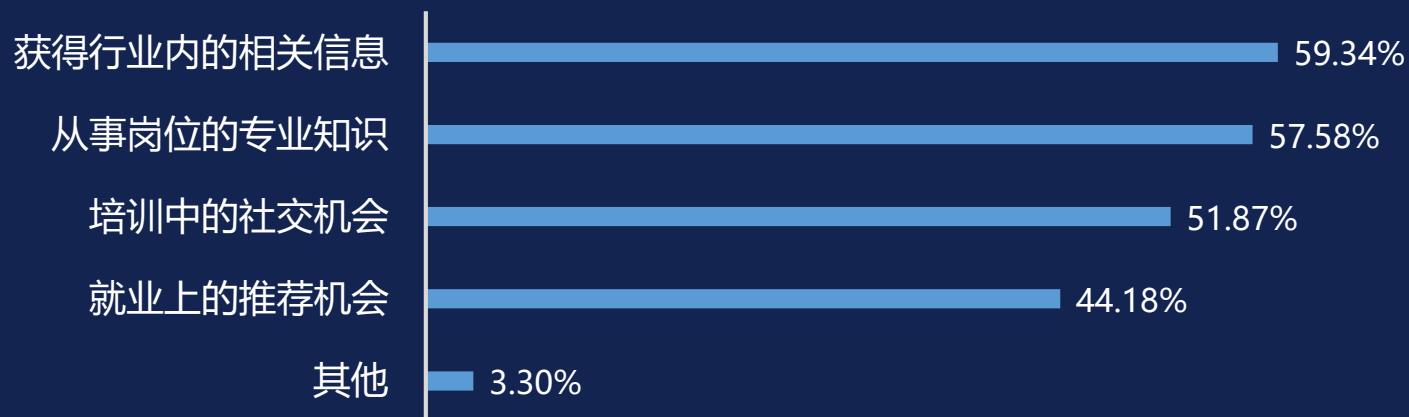


促使受访者选择电竞专业的原因

缺少提供深度认知的平台



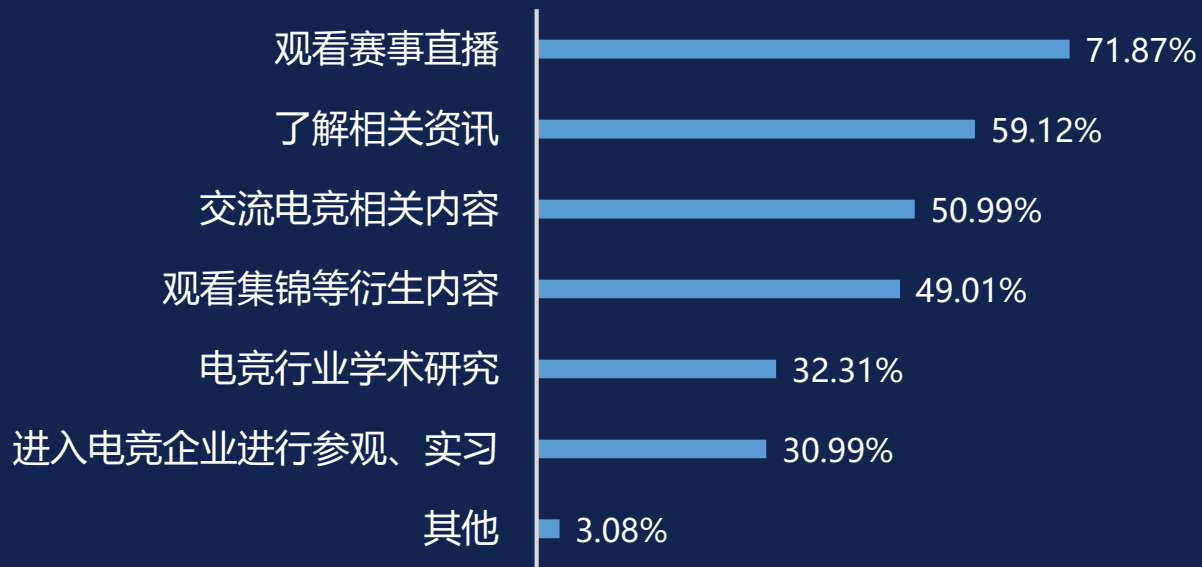
进入电竞行业对受访者有哪些吸引力



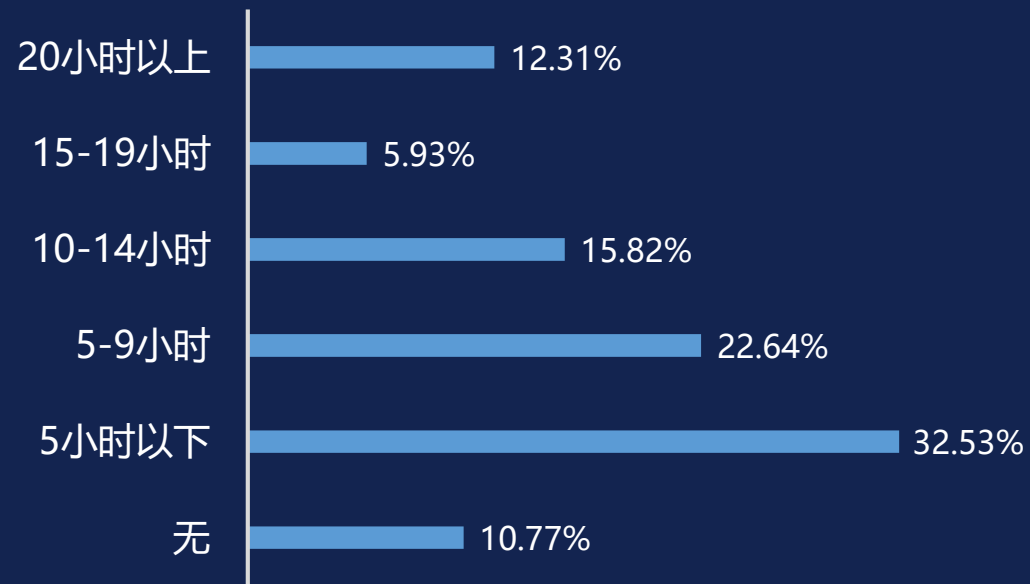
相比其他专业，受访者认为电竞专业带来了哪些优势

深度研究实践缺失，或制约电竞专业发展

在专业学习和非游戏时间之外，从受访者的反馈情况中我们发现，他们实际投入的时间并不算多，每周5小时以下的要占到43.3%。同时，在这些活动中，从事研究和实践的就更少。其中一个原因是学校本身没有给学生提供一个好的研究或者实践平台。



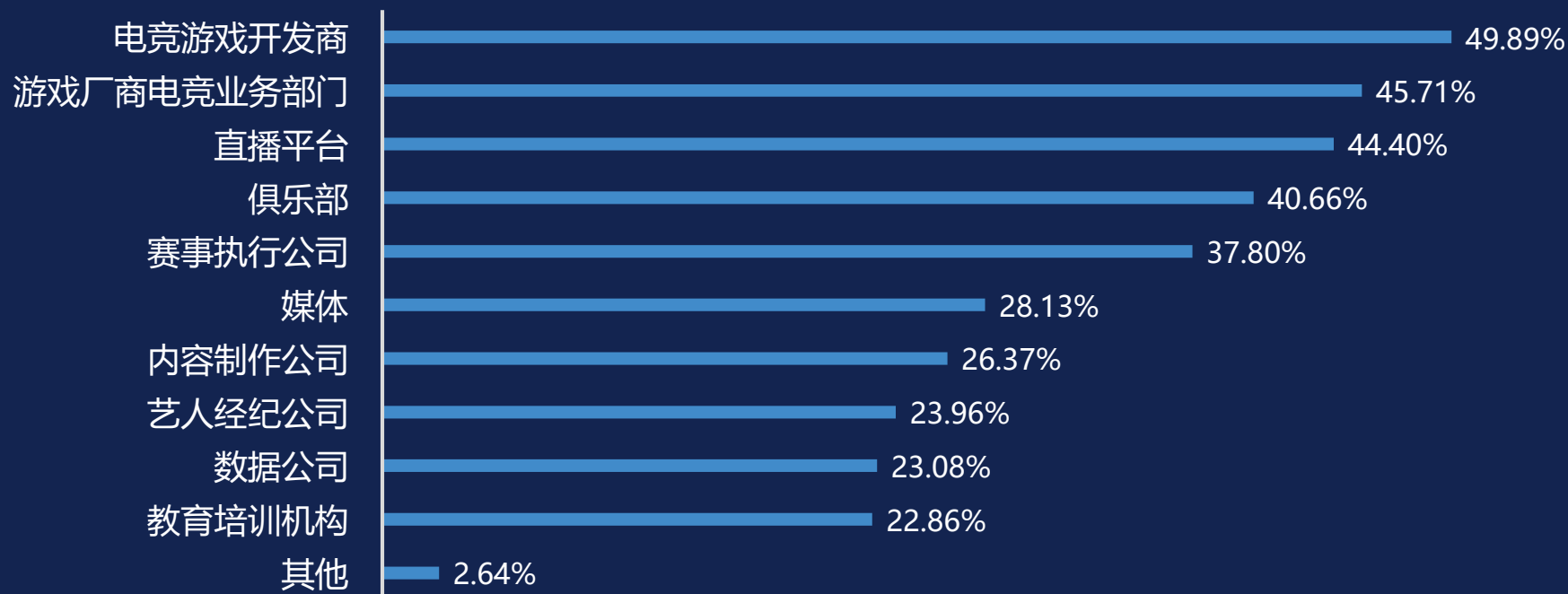
日常学习之外会参与哪些电竞相关活动



每周花费在电竞相关活动上的时间

电竞衍生服务岗位仍需拓展

在非游戏厂商的专业需求里，直播、俱乐部和赛事执行，贴近行业核心内容领域仍然是最主要的从业目标，但是相比于整个赛事内容在未来一两年无法保持前两年增长率的前提下，通过学习核心赛事内容的专业知识，结合其他传统行业的专业能力向周边衍生内容和服务做拓展，可能是明确的趋势。



毕业后，受访者希望进入电竞企业类型

管理、内容制作岗位供需不平衡

有接近一半的被访者想要从事经营管理类岗位，但是学生毕业之后提供的专业能力能否匹配岗位的需求尚待验证。而且目前的《电子竞技运动与管理》专业在实际课程的开设上多数是应用类的知识，并不涉及管理类的知识。向985、211高校的管理类专业拓展电竞方向，可能是将来一个适应需求的发展规律。

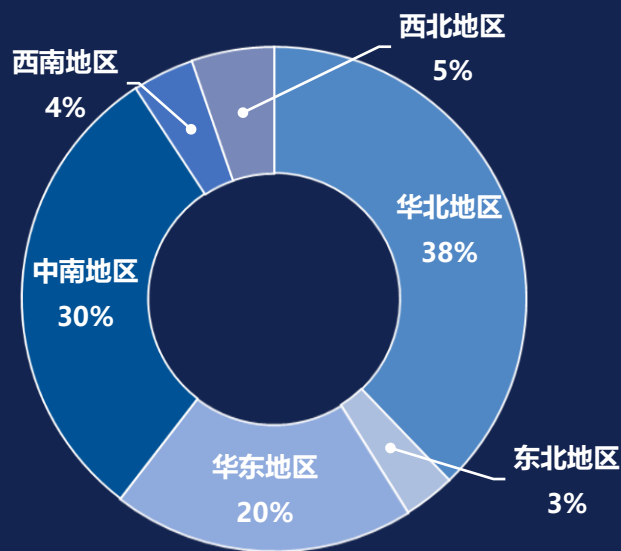
非常可喜的是公关/市场销售类，赛事支持类都已经成为了在供需两端同样高关注度的岗位，相信随着电竞专业的推进，这两个位置上的专业人才需求会得到一定的补充。但是在专业内容制作类岗位上，可能未来一段时间还是无法达到供需平衡。



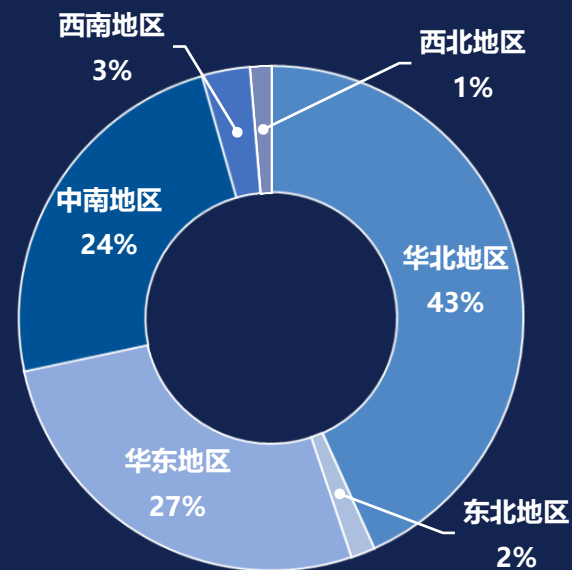
如果进入电竞行业的话，受访者想从事的岗位

华北、中南成为潜在扩张方向

被访者籍贯和希望就业地区的相关性较为显著，这一方面意味着电竞行业潜在扩张方向，另一方面也代表着如果行业发展继续集中在华东地区，未来可能限制整体体量的提升。电竞教育机构如果加大与华北和中南地区的电竞企业的联动，既可以满足学生就近就业的需求，也有可能拉升就业率。



受访者籍贯所在地



受访者希望就业的地区

06

综合分析结论





综合分析结论

电子竞技行业人才需求市场空间仍然充裕，近两年将迎来整个行业劳动力市场的结构性调整，随着工业化程度的提升，在人才评估方向，薪资体系和教育背景的相关性上会逐步提升。短期培训仍然是目前行业需求量最大的培训教育方式，针对电竞专业知识和技能的培养体系需要打通传统专业技能与电竞行业特有方法论的信息壁垒，**实现培养体系的搭建，才能真正实现电竞教育业态的初步完善。**

在未来一至两年的发展过程中，哪些机构能够提供专业知识和技能的培养体系，并且辅以教学资源 and 教师队伍的建设，将会在电竞教育领域的竞争中脱颖而出。在整体政策情况不发生重大变化的前提之下，电子竞技行业本身复合增长率的保证，很大程度上会依赖电竞教育配套体系和标准建设的进度。在达到稳定的二元劳动力市场之前，以赛事为核心的人力市场不再会出现新的爆发增长点，内部迭代是主要的人力资源流动模式。**围绕赛事衍生内容，市场公关类、专业内容制作类和赛事支持类，三大人才缺口明显，供需两端会寻找新的平衡点。**

综上所述，为了电子竞技行业的可持续发展，电竞教育是解决人才供需矛盾的关键所在，只有在高校端深度实现产教融合，在培训端确保专业技能提升效率，才能最终实现电竞教育领域的全面发展。