

# **BÁO CÁO THỊ TRƯỜNG GAME STREAMING VÀ ESPORT**

## **TRÊN THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM**

### **Định nghĩa về Game Streaming và eSport**

Game Streaming (Livestream) là phương tiện phát trực tuyến đồng thời được ghi và phát trong thời gian thực. Ứng dụng công nghệ streaming, khái niệm livestream ra đời và ngày càng phổ biến.

Livestream hay phát trực tiếp, là quá trình PHÁT VIDEO TRỰC TIẾP trong thời gian thực đến khán giả trên Internet. Để phát trực tiếp, bạn cần chuẩn bị những công cụ kết nối internet như: máy tính, điện thoại di động, máy tính bảng...

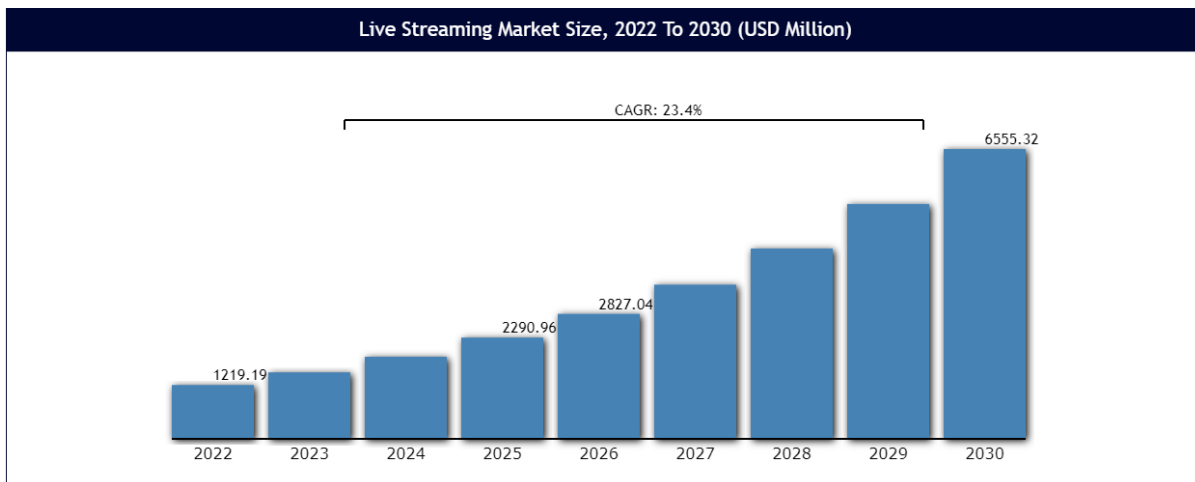
eSport (Thể thao điện tử): Thể thao điện tử có thể được mô tả là các sự kiện game tổ chức cho nhiều người chơi thi đấu cùng nhau và chọn ra người/đội chiến thắng, chủ yếu là giữa những người chơi game chuyên nghiệp.

## **1. Tổng quan về ngành công nghiệp Game Livestream và eSport trên thế giới**

### **a. Báo cáo tóm tắt về ngành công nghiệp Livestream trên thế giới**

Ngành công nghiệp livestream đã trở thành một ngành công nghiệp phát triển nhanh chóng và quan trọng trên toàn cầu. Việc truyền trực tiếp nội dung thông qua các nền tảng livestream đã tạo ra một cách tiếp cận mới và mạnh mẽ để giao tiếp, chia sẻ thông tin và giải trí. Các dịch vụ livestream như YouTube, Facebook Live, Twitch và TikTok đã thu hút hàng tỷ người dùng và tạo ra hàng triệu giờ nội dung được xem mỗi ngày.

Theo các số liệu thống kê, vào năm 2022, ngành công nghiệp livestream trên toàn cầu đã đạt mức doanh thu ước tính lên tới 1219 triệu đô la Mỹ và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng trong tương lai gần. Trên YouTube, mỗi ngày có hơn 1 tỷ giờ nội dung được xem, trong khi Facebook Live thu hút hơn 2 tỷ người dùng hàng tháng. Nền tảng livestream chuyên về trò chơi điện tử Twitch đã thu hút hàng triệu khán giả đam mê game trực tuyến và ghi nhận mức tăng trưởng vượt trội trong những năm gần đây.

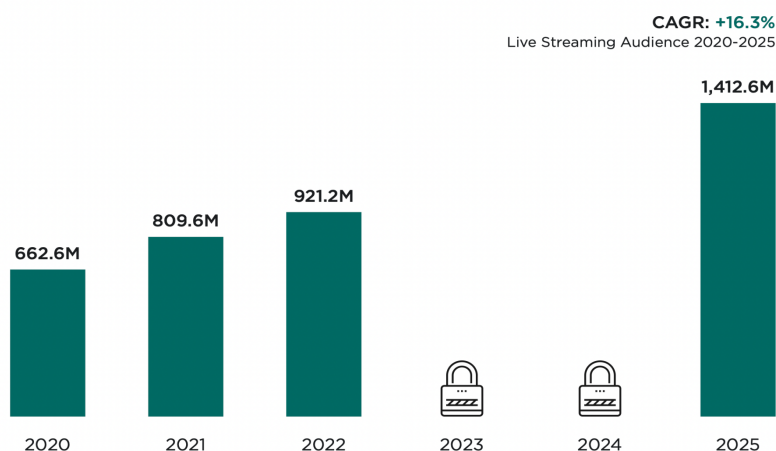


Thị trường livestream toàn cầu được định giá 1219,19 triệu USD vào năm 2022 và được dự đoán sẽ đạt giá trị 6555,32 triệu USD vào năm 2030 với Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 23,40% trong giai đoạn dự báo, 2022–2028

### b. Tổng quan về Game Livestream và eSport thế giới

Lĩnh vực Game, eSport là một trong những lĩnh vực đóng góp một phần không nhỏ vào sự tăng trưởng người dùng và doanh thu chung trong ngành công nghiệp livestream, vươn lên trở thành top những lĩnh vực có lượng người xem và doanh thu lớn nhất trong ngành công nghiệp này trên toàn thế giới.

Games Live Streaming Audience Growth  
Global | 2020-2025



Thống kê tốc độ tăng trưởng người dùng xem livestream game mỗi năm (Nguồn: Newzoo)

Khán giả theo dõi Livestream Game sẽ tăng +13,8% hàng năm để đạt 921,2 triệu trên toàn cầu vào năm 2022. Khán giả sẽ vượt mốc 1 tỷ vào năm 2023 và tăng với tốc độ CAGR là +16,3% từ năm 2020 để đạt 1,4 tỷ vào năm 2025. Những ảnh hưởng kéo dài của đại dịch COVID-19 vào năm 2021 đã khiến lượng khán giả tăng lên ngoài mong đợi. Các thị trường đang phát triển ở Mỹ Latinh, Trung Đông, Bắc Phi và Đông Nam Á sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng cao trong suốt năm 2025, được thúc đẩy bởi sự phổ biến ngày càng tăng của các tựa game di động trên các nền tảng phát trực tiếp.

Trung Quốc vẫn là thị trường lớn nhất thế giới về lượng khán giả xem livestream, được dự đoán sẽ tăng trưởng với tốc độ CAGR là +7,6% từ năm 2020 để đạt 267,5 triệu vào năm 2025.

### **Chân dung khách hàng**

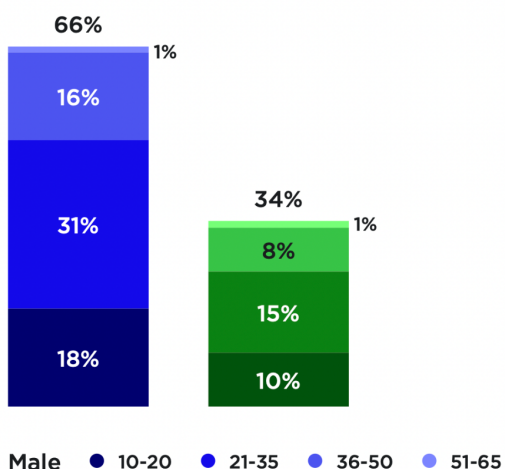
Khách hàng xem livestream game và esport trên thế giới là một cộng đồng người dùng đông đảo và đa dạng. Nhóm tuổi chủ yếu của khách hàng này là từ 18 đến 34 tuổi, chiếm khoảng 65% tổng số lượng người dùng.

Trong khi những người đam mê thể thao điện tử nghiêng về giới trẻ và nam giới, tỷ lệ phụ nữ quan tâm đến thể thao điện tử đã tăng lên trong những năm qua. Vào năm 2021, phụ nữ chiếm 34% số người đam mê thể thao điện tử. Trong số những người đam mê thể thao điện tử nữ, 24% ở độ tuổi từ 21 đến 65, trong khi 10% còn lại ở độ tuổi từ 10 đến 20.

Tuy nhiên, cũng có sự gia tăng đáng kể của nhóm tuổi từ 13 đến 17 và trên 35, cho thấy sự phổ biến và thu hút của livestream game và esport không giới hạn trong một đối tượng nhất định. Sự đam mê với game, khả năng sử dụng công nghệ và sự thích tham gia cộng đồng là những đặc điểm chung của khách hàng này, tạo nên một môi trường tương tác và gắn kết mạnh mẽ trong cộng đồng game thủ toàn cầu.

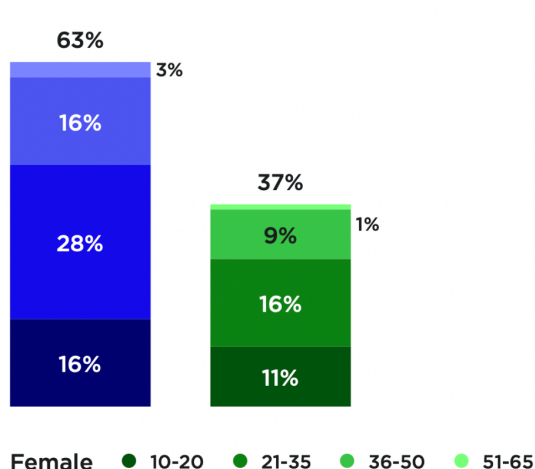
### Age/Gender Esports Enthusiasts

Global | 2021



### Age/Gender Occasional Viewers

Global | 2021

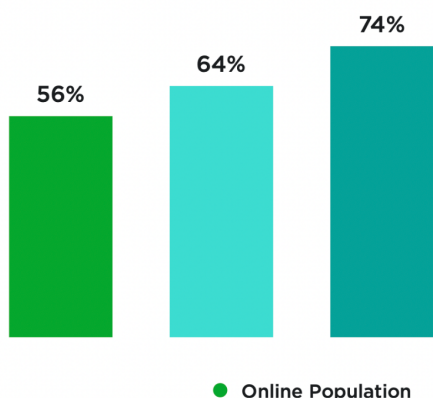


### Độ tuổi và giới tính của người xem Livestream không thường xuyên và người đam mê eSport

Những người đam mê thể thao điện tử đại diện cho một phân khúc hấp dẫn đối với các thương hiệu tiêu dùng; 74% những người đam mê thể thao điện tử là nhân viên toàn thời gian (so với chỉ 56% dân số trực tuyến nói chung) và khoảng 44% thuộc nhóm có thu nhập cao (so với 33% dân số trực tuyến nói chung).

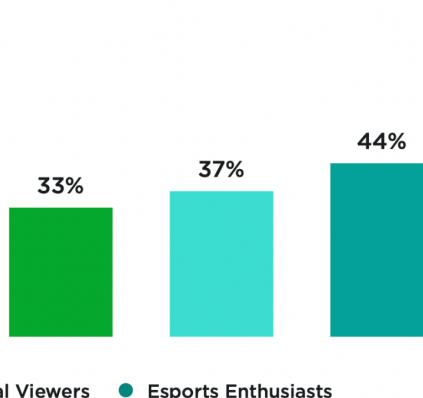
### Full-Time Job

Global | 2021



### High Household Income

Global | 2021

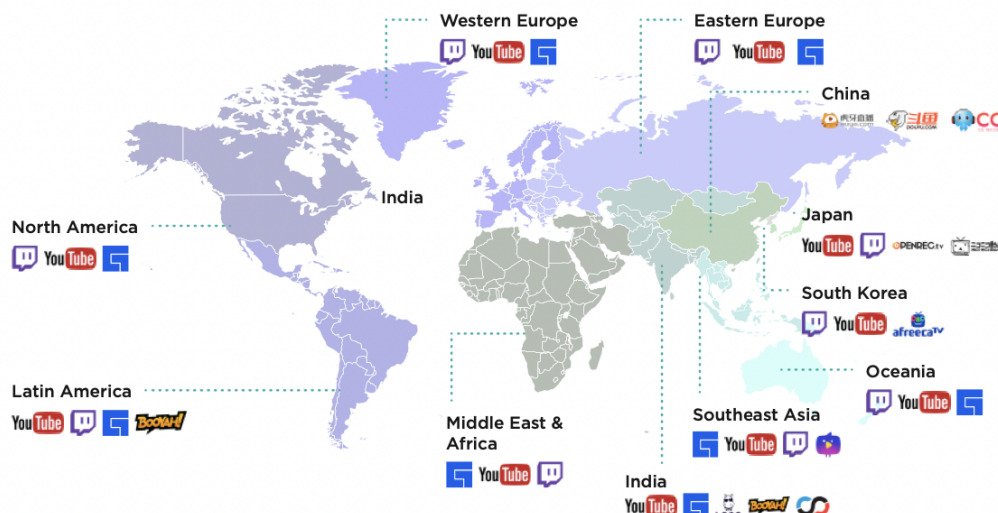


Những người đam mê thể thao điện tử đại diện cho một phân khúc hấp dẫn đối với các thương hiệu tiêu dùng; 74% những người đam mê thể thao điện tử là nhân viên toàn thời gian (so với chỉ 56% dân số trực tuyến nói chung) và khoảng 44% thuộc nhóm có thu nhập cao (so với 33% dân số trực tuyến nói chung).



## Những nền tảng Livestream phổ biến theo từng khu vực trên thế giới

### Key Platforms in Different Markets



*Theo thống kê của Newzoo, Twitch, Facebook Gaming, Youtube là 3 nền tảng phổ biến nhất trên thế giới*

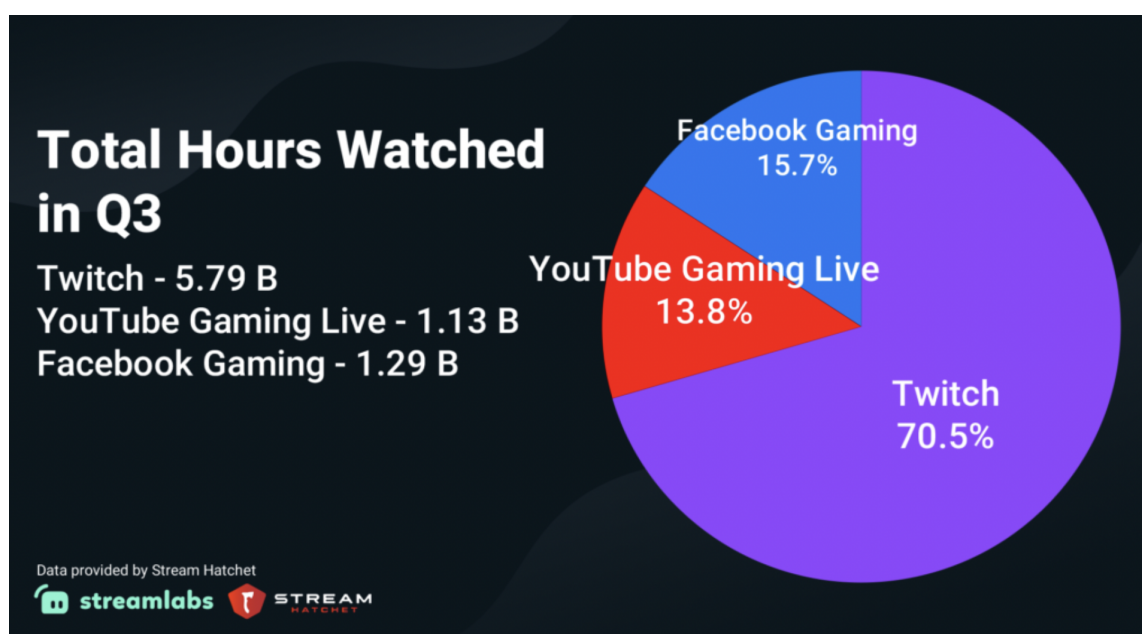
**Twitch** là nền tảng livestream game hàng đầu tại thị trường phương Tây. Nó phổ biến trên toàn thế giới, tuy nhiên bị cấm ở thị trường Trung Quốc do chính sách của chính phủ. Nền tảng này tập trung chủ yếu vào các trò chơi trên PC và game console (thiết bị máy tính được sử dụng để xuất các tín hiệu về video và hình ảnh của một trò chơi), nhưng nó đã đầu tư các nguồn lực đáng kể vào việc mở rộng danh mục nội dung không phải trò chơi để cải thiện khả năng duy trì và tăng mức độ tương tác. Twitch được hưởng lợi từ việc trở thành người dẫn đầu tại thị trường phương Tây.

Year	Revenue (\$mm)
2016	275
2017	300
2018	880
2019	1230
2020	1890
2021	2675
2022	2800

*Báo cáo thống kê doanh thu của Twitch tính từ năm 2016 - 2022 (Đơn vị: Tỷ USD)*

Vào năm 2021, Twitch thống trị hơn 70% thị trường phát trực tuyến trò chơi với 5,79 tỷ tổng số giờ đã xem. Nền tảng này hiện có 30 triệu người dùng hoạt động hàng ngày và 140 triệu người dùng hàng tháng. Nó cũng có 9,2 triệu người truyền phát đang hoạt động với hơn 7 triệu người phát trực tiếp mỗi tháng.

Cũng trong năm đó, **Facebook Gaming** chiếm gần 16% thị trường. Với 1,29 tỷ tổng số giờ đã xem, lần đầu tiên nền tảng này đã vượt qua số liệu thống kê của YouTube Gaming. Năm 2021 cũng chứng kiến 400.000 kênh độc đáo và hơn 11.000 trò chơi được phát sóng trên nền tảng này. Hơn nữa, 230 triệu người dùng đang hoạt động hàng tháng trong hơn 600.000 nhóm Facebook Gaming.



Cả Twitch và Facebook Gaming đều tăng hơn 45% so với cùng kỳ năm ngoái về tổng số giờ đã xem. Vào cuối năm 2021, Twitch đã đạt hơn 24 tỷ giờ xem, trong khi người dùng Facebook Gaming đã xem tổng cộng 5,3 tỷ giờ trên nền tảng này.

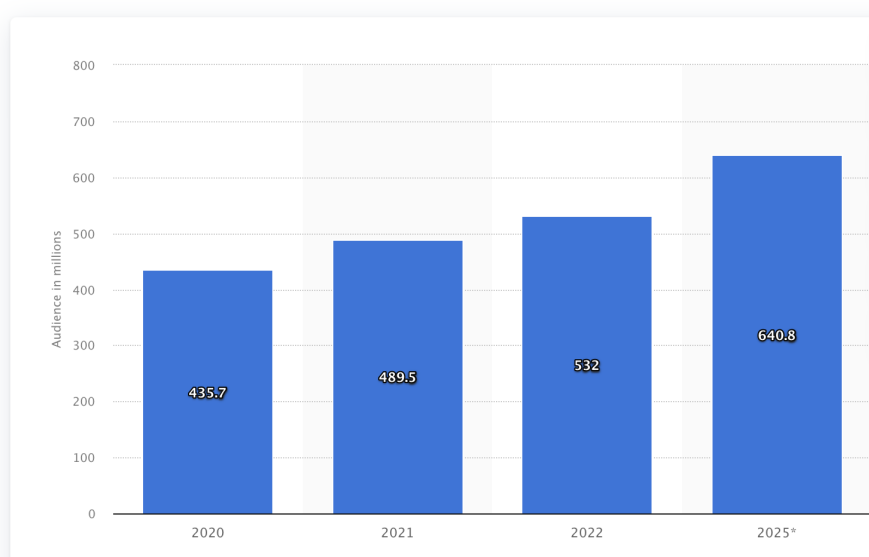
Tuy nhiên cũng không thể bỏ qua thành tích của YouTube Gaming. Với 1,13 tỷ giờ đã xem, nền tảng này chiếm gần 14% thị trường vào năm 2021. Chỉ trong nửa đầu năm nay, nền tảng này đã có 800 tỷ lượt xem liên quan đến trò chơi, 90 triệu giờ nội dung phát trực tiếp và hơn 250 triệu lượt chơi trò chơi- tải lên liên quan. Hơn nữa, 80.000 trong số 40 triệu kênh trò chơi đang hoạt động của nó có 100.000 người đăng ký.

### c. Thể thao điện tử (eSports)

Mặc dù các cuộc thi từ lâu đã là một phần của ngành công nghiệp trò chơi điện tử, nhưng phải đến gần đây eSports với tư cách là một hình thức chơi trò chơi điện tử cạnh tranh chuyên nghiệp mới trở nên phổ biến, với việc các nhà phát triển trò chơi điện tử thường tổ chức và tài trợ cho nhiều eSport phổ biến nhất. các giải đấu, bao gồm các trò chơi như Liên minh huyền thoại, Dota 2, Counter-Strike, Valorant, Overwatch, Street Fighter, Super Smash Bros. và StarCraft. Các giải đấu này thường kết hợp đấu trường trực tuyến nhiều người chơi (MOBA), game bắn súng góc nhìn thứ nhất (FPS), chiến đấu, thẻ bài, battle royale và trò chơi chiến lược thời gian thực (RTS). Các loại trò chơi điện tử nổi bật nhất liên quan đến các giải đấu eSport bao gồm đấu trường trực tuyến nhiều người chơi (MOBA), game bắn súng góc nhìn thứ nhất (FPS), đối kháng, thẻ bài, battle royale và game chiến lược thời gian thực (RTS).

#### eSports audience size worldwide from 2020 to 2025

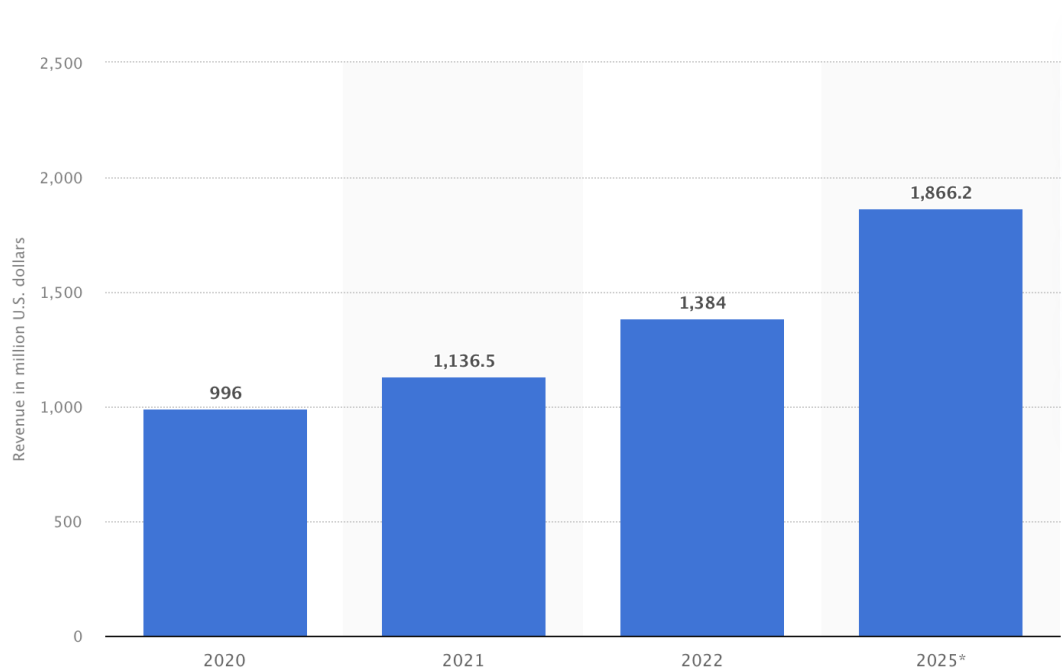
(in millions)



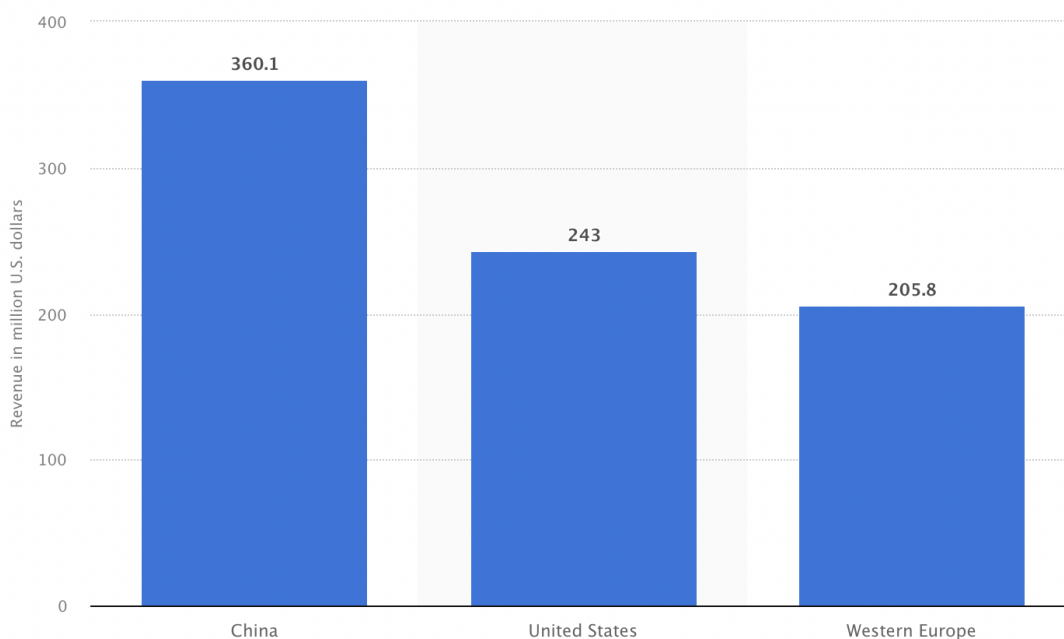
*Quy mô khán giả Esports trên toàn thế giới (đơn vị triệu người) - Nguồn: Statista*

Lượng khán giả esports toàn cầu đã tăng +8,7% mỗi năm và đạt 532 triệu người xem. Nhóm người đam mê thể thao điện tử chiếm hơn 261 triệu, trong khi những người xem không thường xuyên sẽ chiếm 271 triệu còn lại. Số lượng người đam mê thể thao điện tử sẽ tăng lên 318 triệu với tốc độ CAGR là +8,1% từ năm 2020 đến năm 2025, khi tổng số người xem sẽ vượt qua con số 640 triệu.

Từ sự gia tăng của số lượng người xem hàng năm của Esports đã tạo ra khối doanh thu khổng lồ cho ngành Esport trên toàn thế giới. Vào năm 2022, thị trường eSports toàn cầu được định giá chỉ hơn 1,38 tỷ đô la Mỹ. Ngoài ra, doanh thu thị trường toàn cầu của ngành eSports được dự báo sẽ tăng lên tới 1,87 tỷ đô la Mỹ vào năm 2025. Châu Á và Bắc Mỹ hiện đại diện cho các thị trường eSports lớn nhất về doanh thu, trong đó riêng Trung Quốc đã chiếm gần 1/5 thị trường.

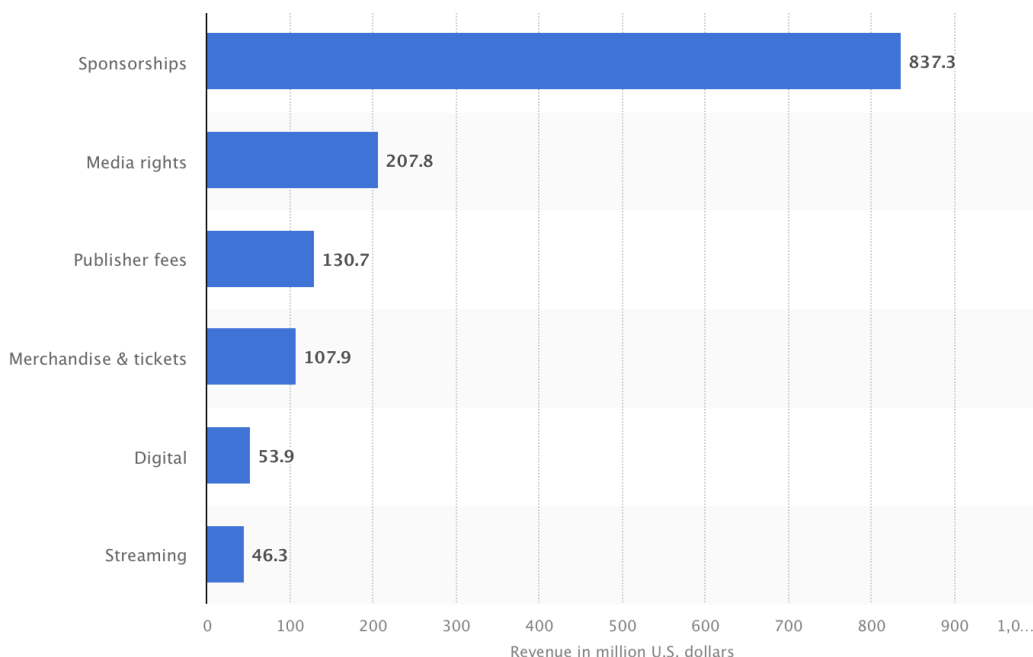


*Doanh thu thị trường Esport trên toàn thế giới từ năm 2020 - 2025 (Đơn vị: Triệu USD) -  
Nguồn Statista*



*Top các thị trường có doanh thu Esport lớn nhất trên thế giới (Đơn vị: Triệu USD) –  
 Nguồn Statista*

Nhìn vào dữ liệu lợi nhuận khu vực mới nhất, Trung Quốc được coi là nước tạo ra phần lớn doanh thu vào năm 2021, theo sau bởi thị trường eSports của Hoa Kỳ.

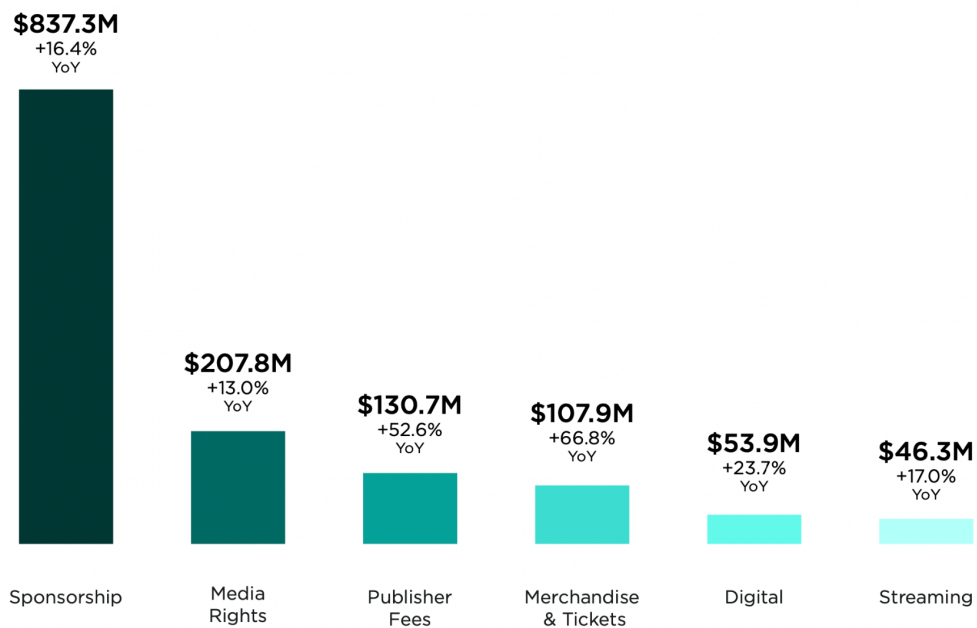


*Doanh thu toàn cầu theo phân khúc của thị trường eSports 2022, đơn vị Tỷ USD  
 (Nguồn: Statista)*

Doanh thu từ tài trợ là nền tảng để xây dựng thị trường thể thao điện tử, vì vậy không có gì ngạc nhiên khi nó tiếp tục là nguồn doanh thu có tổng doanh thu cao nhất, tạo ra 837,3 triệu đô la vào năm 2022, tương đương gần 60% toàn bộ thị trường. Các công ty chuỗi khối đang thúc đẩy tăng trưởng tài trợ trong thể thao điện tử bằng cách đầu tư những con số cao vào các đội và giải đấu để tiếp cận khán giả thể thao điện tử.

### Esports Revenue Streams

Global | 2022

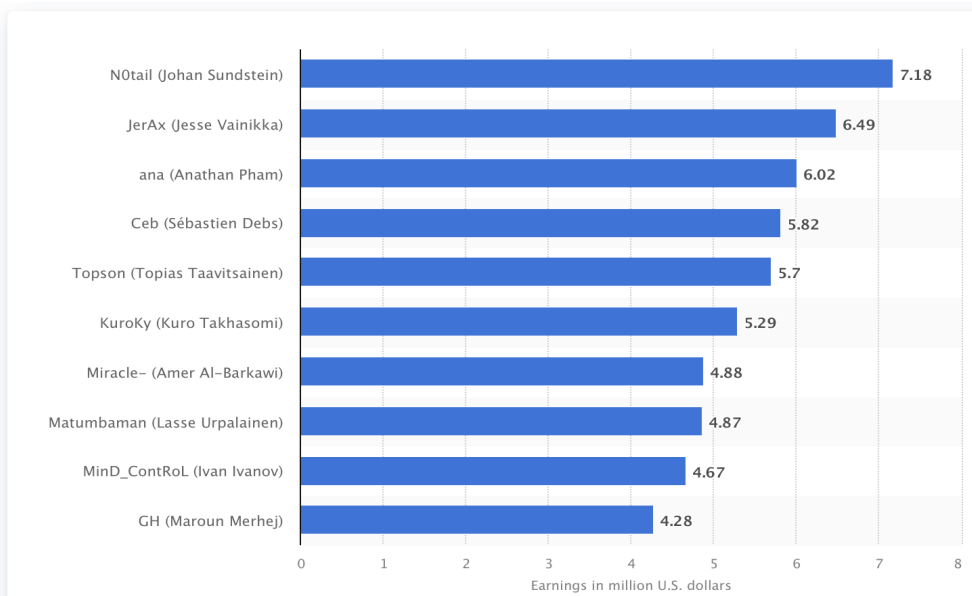


Digital và livestream là hai luồng doanh thu tăng trưởng nhanh nhất cho thể thao điện tử, với CAGR 2020-2025 lần lượt là +27,2% và +24,8%. Nhận thức ngày càng tăng về tài sản kỹ thuật số đi kèm với NFT có khả năng thúc đẩy đầu tư và sự quan tâm của người hâm mộ đối với việc mua các vật phẩm IP thể thao điện tử trong trò chơi. Như chúng tôi đã báo cáo trong xu hướng Đa dạng hóa nội dung trên các nền tảng phát trực tiếp, phát trực tuyến đang ngày càng trở thành một phần quan trọng hơn trong chiến lược thương hiệu.

### Những game thủ eSports hàng đầu

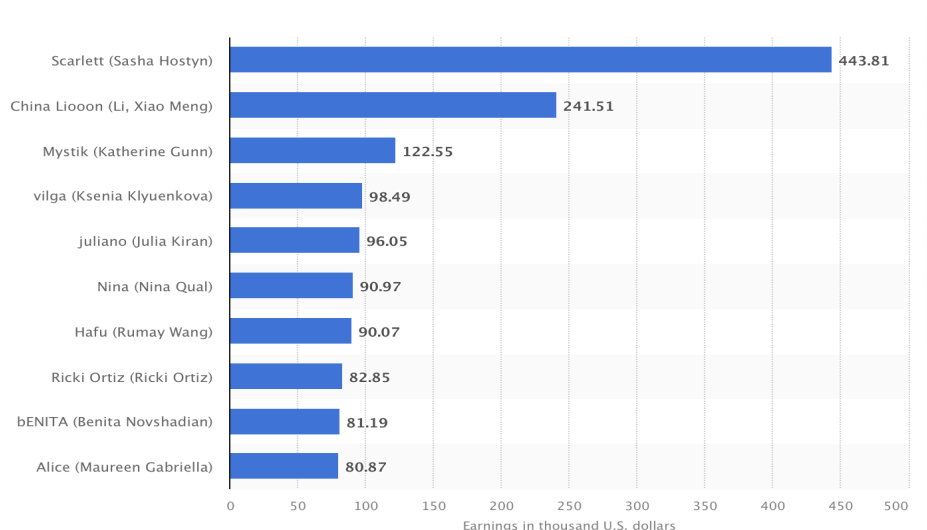
Thể thao điện tử mang lại lợi nhuận, không chỉ cho toàn ngành mà còn cho từng người chơi. Tính đến năm 2022, thu nhập cao nhất là của một game thủ chuyên nghiệp người Đan Mạch, Johan Sundstein, được các đồng nghiệp biết đến nhiều hơn với cái tên "N0tail". Trong suốt sự nghiệp chơi game được ghi nhận của mình, N0tail đã kiếm được hơn bảy triệu đô la Mỹ nhờ chơi Dota 2.





**Báo cáo tổng thu nhập của game thủ Esports chuyên nghiệp hàng đầu trên toàn thế giới theo Tỷ USD (Nguồn: Statista)**

Trong số những người chơi nữ, lợi nhuận thu được nhỏ hơn đáng kể. Cho đến nay, nữ game thủ có thu nhập cao nhất, Sasha Hostyn, người được gọi là "Scarlett" trong ngành công nghiệp game, đã kiếm được hơn 400 nghìn đô la Mỹ trong sự nghiệp eSports của mình.



**Game thủ Esports nữ hàng đầu trên toàn thế giới tính đến tháng 2 năm 2023, tính theo tổng thu nhập (Nguồn Statista)**

## COVID-19 có tác như thế nào đối với eSports?

Trong khi nhiều ngành công nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề bởi sự căng thẳng của đại dịch toàn cầu, eSports là một trong số ít có thể phát triển mạnh mẽ. Với việc các giải đấu thể thao chuyên nghiệp trên khắp thế giới bị hoãn hoặc hủy bỏ, nhiều người xem đã chuyển sang trực tuyến để xem lịch thi đấu của họ. Tác động tích cực của đại dịch đối với Thể thao điện tử đã được xác nhận trong một cuộc khảo sát năm 2020 đối với các chuyên gia trong ngành, trong đó gần 3/4 cho biết mức đầu tư và hoạt động giao dịch trong Thể thao điện tử sẽ tăng lên do khủng hoảng sức khỏe. Thật vậy, mức độ quan tâm đến Thể thao điện tử đã tăng lên trên diện rộng, đặc biệt là những người hâm mộ trẻ tuổi cho rằng sự quan tâm của họ đối với Thể thao điện tử đã tăng lên kể từ khi bắt đầu đại dịch.

### ***Tóm lại:***

Thị trường game streaming và eSports trên toàn thế giới đang tiếp tục phát triển mạnh mẽ và hứa hẹn một tương lai rực rỡ. Việc ngày càng nhiều người tham gia và quan tâm đến eSports đã tạo ra một cộng đồng đông đảo, với sự hâm mộ và sự ủng hộ không ngừng từ phía khán giả.

Game streaming đã trở thành một phương tiện quan trọng để chia sẻ và truyền tải nội dung game trực tiếp cho người xem trên toàn cầu. Các streamer nổi tiếng trên các nền tảng như Twitch và YouTube đã thu hút hàng triệu lượt theo dõi và tạo ra cơ hội kinh doanh từ việc quảng cáo và tài trợ. Đồng thời, eSports đã trở thành một ngành công nghiệp lớn với việc tổ chức các giải đấu quốc tế và thu hút sự quan tâm từ các nhà đầu tư và các hãng truyền thông.

Sự phát triển của thị trường game streaming và eSports đã mở ra nhiều cơ hội cho các nhà phát triển game, người chơi chuyên nghiệp và các nhà sản xuất nội dung. Ngoài ra, nó cũng đem lại những lợi ích kinh tế với thu nhập từ quảng cáo, tài trợ và doanh số bán hàng liên quan đến game và eSports.

Với sự phổ biến ngày càng tăng của công nghệ và mạng internet, thị trường game streaming và eSports được dự đoán sẽ tiếp tục phát triển trong tương lai. Với việc ngày càng nhiều công ty và tổ chức đầu tư vào ngành này, thể thao điện tử có thể trở thành một phần không thể thiếu trong cảnh văn hóa giải trí toàn cầu.

## 2. Tổng quan về ngành công nghiệp game streaming và Esport tại Việt Nam

Tuy còn rất non trẻ, nhưng thị trường Game Streaming tại Việt Nam đang tiến những bước dài với rất nhiều tiềm năng và dư địa để phát triển. Tiềm năng khổng lồ của thị trường này đã mở lối cho các ông lớn về nền tảng Game Streaming như Facebook Gaming và Youtube Gaming bước chân vào thị trường Việt Nam.

### a. Báo cáo thị trường Game Streaming Việt Nam

Thị trường Game Streaming tại Việt Nam còn rất nhiều tiềm năng và dư địa để phát triển với một loạt các yếu tố hỗ trợ: Dân số trẻ tích cực tham gia vào thị trường trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19 diễn biến phức tạp khiến người dân thay đổi thói quen sinh hoạt, làm việc và giải trí; Các nền tảng cạnh tranh một cách khốc liệt để đem đến cho người dùng trải nghiệm và dịch vụ tốt hơn; Sự gia tăng của số lượng người sử dụng Smartphone và số lượt tải các ứng dụng miễn phí; v.v. Tất cả các yếu tố này hứa hẹn tạo nên một thị trường Game Streaming cạnh tranh, nhiều sắc màu với lợi nhuận khổng lồ.

#### Lịch sử phát triển:

Các phân tích thị trường cho thấy, thị trường Game Streaming xuất hiện và phổ biến trên thế giới với sự ra đời của nền tảng Streaming Twitch TV vào năm 2011. Tại Việt Nam, sự phát triển của thị trường Game Streaming nhìn chung được chia thành 3 giai đoạn: giai đoạn 1 (2011-2014), giai đoạn 2 (2015-2017) và giai đoạn 3 (từ 2018 trở đi).

- Giai đoạn 1: Game Streaming xuất hiện trên thế giới và dần tiếp cận với người hâm mộ eSport tại Việt Nam thông qua nền tảng Twitch TV.
- Giai đoạn 2: Game Streaming dần lan rộng tại Việt Nam với sự xuất hiện của những Streamer Việt Nam đời đầu và sự cạnh tranh của các nền tảng.
- Giai đoạn 3: Game Streaming trở nên phổ biến với người dùng internet tại Việt Nam và bùng nổ trong đại dịch COVID-19.

#### Quy mô thị trường:

Thực tế hiện nay, nhu cầu về nội dung giải trí của người dùng mạng xã hội đang ngày càng tăng. Song song với điều đó là sự ra đời của hàng loạt kênh phát sóng eSport trực tuyến (Twitch TV, Cube TV, Facebook Gaming, Youtube Gaming, v.v). Những điều này sẽ hỗ trợ rất nhiều cho sự phát triển trong sáng tạo nội dung và đưa thị trường Game Streaming lan rộng hơn trong thế giới của người dùng mạng xã hội tại Việt Nam.

Nhìn chung thị trường Game Streaming bao gồm 4 yếu tố chính: nền tảng streaming, streamer, người xem stream và người chơi thể thao điện tử. Các yếu tố này không tách rời mà có mối liên hệ đan xen mật thiết với nhau.

### Các nền tảng Streaming phổ biến:

Chính sự phát triển không ngừng nghỉ và ngày càng mạnh mẽ hơn của Game Streaming đã tạo tiền đề để một loạt các nền tảng cho phép phát trực tiếp quá trình chơi game ra đời. Ngay cả ở Việt Nam, với tầm nhìn xa, sự nhạy bén và sớm ý thức được tiềm năng to lớn của ngành công nghiệp này, một số đơn vị, công ty truyền thông và giải trí đã quyết định đầu tư vào việc tạo lập các nền tảng đầu tiên cho Streamer Việt.

Các nền tảng Game Streaming ngày càng phải cạnh tranh gay gắt với các chính sách cho cả người xem Stream và Streamer để chiếm được thị phần tại thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, đó cũng chính là minh chứng rõ ràng nhất cho tiềm năng phát triển của ngành công nghiệp này tại thời điểm hiện tại và trong tương lai trên thị trường này.

*Các nền tảng Game Streaming phổ biến tại Việt Nam*



*Trước đây, người hâm mộ thể thao điện tử vẫn biết đến một số nền tảng Game Streaming như Youtube, Twitch TV...*

**Twitch TV** được biết đến là nền tảng lâu đời nhất, được mệnh danh là “Website về Game Livestream lớn nhất Thế giới”, tập trung vào việc phát sóng trực tiếp các giải đấu. Tuy nhiên trên thực tế, khi gia nhập thị trường Việt Nam, Twitch đã bộc lộ nhiều điểm chưa phù hợp với người dùng như yếu tố công nghệ và trải nghiệm người dùng còn hạn chế khi nền tảng này không hỗ trợ server, upload server tại Việt Nam, không có những chương trình hay chính sách hỗ trợ cho các Streamer, chính sách kiếm tiền từ Twitch cũng không cởi mở, ...

**Youtube Gaming** được cả Streamer Việt lẫn người xem lựa chọn nhờ vào việc hỗ trợ độ phân giải Full HD với mức 1080p và 60fps khiến cho chất lượng hình ảnh và trải nghiệm người

dùng được tối ưu. Tuy nhiên vấn đề nội dung không được kiểm duyệt hiệu quả dành phù hợp với từng lứa tuổi dẫn đến làn sóng tẩy chay quảng cáo trên Youtube trong nhiều năm. Mặc dù vậy, nhờ vào các chính sách kiểm tiền cởi mở và mức độ phổ biến, Youtube Gaming vẫn đang nắm giữ thị phần lớn trên thị trường các nền tảng Streaming tại Việt Nam.

**Facebook Gaming:** mặc dù ra mắt và tham gia vào thị trường Việt Nam muộn hơn so với Twitch và Youtube nhưng Facebook vẫn đạt được nhiều thành công. Với dân số hơn 100 triệu người (Theo Tổng cục Thống kê) và hơn 69 triệu tài khoản Facebook (Theo thống kê của NapoleonCat), Việt Nam là một trong những nước đầu tiên trên Thế giới Facebook lựa chọn để triển khai thử nghiệm chương trình Facebook Gaming Creator đầu năm 2018. Nền tảng này cũng nhanh chóng trở nên phổ biến tại Việt Nam với lượng người xem đông đảo, cụ thể, theo báo cáo của Stream Hatchet, top 3 Streamer có lượng người xem cao nhất toàn cầu trên Facebook Gaming đều thuộc về các Streamer người Việt.

**Cube TV, NimoTV và Nonolive** cũng là những nền tảng chiếm được thị phần nhất định tại thị trường Việt Nam và đang ngày càng phát triển nhằm thu hút nhiều người dùng hơn.

Nhìn chung, trong thời điểm hiện tại, Facebook Gaming và Youtube Gaming là 2 nền tảng đang chiếm lĩnh thị trường Việt Nam và vẫn đang cạnh tranh với hàng loạt thay đổi cũng như ưu đãi nhằm thu hút người xem. Song song với cuộc đua giữa 2 ông lớn Facebook Gaming, Youtube Gaming, TwitchTV và CubeTV là 2 nền tảng đang bám đuổi quyết liệt, hứa hẹn 1 bức tranh thị trường xán lạn dành cho Streamer Việt và cũng sẽ là cuộc đua để giành chỗ đứng trong lòng người theo dõi video game online trên Thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng.

### **Thực trạng về Streamer Game tại Việt Nam**

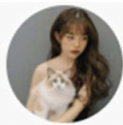
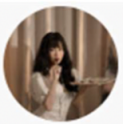
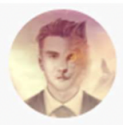
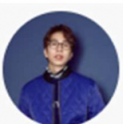

Cùng với sự phát triển của thị trường Game Streaming, Streamer ngày càng trở thành một công việc phổ biến với mức thu nhập hấp dẫn. Bắt đầu từ giai đoạn 2014 - 2015 với những Streamer đời đầu như Pewpew, Misthy, Viruss, v.v. Streamer đang dần trở thành xu hướng nghề nghiệp mới.

Tại Việt Nam hiện nay có khoảng hơn 200 Streamer Game (Theo thống kê năm 2019 của Mạng xã hội Gamehub.vn, đơn vị trực thuộc Appota), đang hoạt động thường xuyên và có thu nhập từ công việc này. Khi nhìn vào lượng người theo dõi stream của một số Streamer nổi tiếng, không thể phủ nhận rằng công việc này đang ngày càng có sức hút lớn đối với giới trẻ Việt Nam.

Các Streamer Việt Nam cũng đạt được nhiều thành tích đáng nể cả trong nước lẫn quốc tế. Cụ thể, theo số liệu được công bố bởi Stream Hatchet, các Streamer Việt Nam Chim Sẻ Đi Nắng, Nam Blue và Trâu TV giành trọn top 3 Streamer có lượt xem cao nhất trên nền tảng Facebook Gaming. Trên nền tảng Youtube Gaming, Streamer Độ Mixi đứng vị trí thứ 4 trong bảng xếp hạng các Streamer có lượt xem cao nhất thế giới, Streamer này cũng đạt danh hiệu Streamer được yêu thích nhất thế giới theo công bố của chuyên trang thống kê về số liệu game OP.GG (Op.GG là trang web tổng hợp tất cả thông tin về Liên Minh Huyền Thoại (League of Legends) của Hàn Quốc).

**Top 5 Streamer có lượng người quan tâm nhiều nhất tại Việt Nam**  
(Tính đến Tháng 3/2021)

(Nguồn: OCD tổng hợp)

	<p><b>Linh Ngọc Đàm</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bắt đầu hoạt động từ 2014</li> <li>✓ 1.9 triệu lượt thích Fanpage Facebook</li> <li>✓ 2.25 triệu lượt theo dõi kênh Youtube</li> <li>✓ Thu nhập hàng tháng từ Youtube (Theo SocialBlade): 2,700 – 43,500 USD</li> </ul>
	<p><b>Misthy</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bắt đầu hoạt động từ 2014</li> <li>✓ 5.8 triệu lượt thích Fanpage Facebook</li> <li>✓ 5.9 triệu lượt theo dõi kênh Youtube</li> <li>✓ Thu nhập hàng tháng từ Youtube (Theo SocialBlade): 8,300 – 133,100 USD</li> </ul>
	<p><b>PewPew</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bắt đầu hoạt động từ 2014</li> <li>✓ 3.2 triệu lượt thích Fanpage Facebook</li> <li>✓ 3.62 triệu lượt theo dõi kênh Youtube</li> <li>✓ Thu nhập hàng tháng từ Youtube (Theo SocialBlade): 2,900 – 45,800 USD</li> </ul>
	<p><b>ViruSs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bắt đầu hoạt động từ 2014</li> <li>✓ 4 triệu lượt thích Fanpage Facebook</li> <li>✓ 4.06 triệu lượt theo dõi kênh Youtube</li> <li>✓ Thu nhập hàng tháng từ Youtube (Theo SocialBlade): 4,000 – 64,500 USD</li> </ul>
	<p><b>Độ Mixi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bắt đầu hoạt động từ khoảng 2016</li> <li>✓ 4.2 triệu lượt thích Fanpage Facebook</li> <li>✓ 4.66 triệu lượt theo dõi kênh Youtube</li> <li>✓ Thu nhập hàng tháng từ Youtube (Theo SocialBlade): 12,700 – 203,500USD</li> </ul>



Không chỉ trở thành một nghề nghiệp xu hướng bởi thu nhập cũng như lượng người quan tâm lớn, Streamer còn thu hút bởi sự chuyên nghiệp hóa ngày càng cao thông qua các hình thức công ty/studio quản lý, đào tạo Streamer. Những Studio này hoạt động không khác gì các công ty quản lý ca sĩ, diễn viên với những quy định rất chặt chẽ về việc tuyển chọn Streamer và các chính sách định hướng phát triển hình ảnh Streamer để trở nên "chuẩn chỉnh" và phù hợp với các chính sách toàn cầu của Facebook. Studio còn là nơi nghiên cứu và tìm hiểu đặc thù từng nhóm người xem để từ đó cải tiến nội dung, mang đến những video Game Streaming chất lượng và thu hút hơn.

Từ 2018 tới nửa đầu năm 2019 cho thấy sự nở rộ và phát triển vượt bậc của các công ty quản lý Streamer, có thể kể đến một loạt các công ty như: Creatory hoạt động chính trên nền tảng Youtube và đạt được tăng trưởng 2,100% chỉ sau 2 năm hoạt động (Theo thông tin từ Fanpage Creatory Life), Box Studio hoạt động chính trên nền tảng Facebook với số lượng Streamer lên tới con số hơn 70 người, chiếm gần 30% số lượng Streamer chuyên nghiệp đang hoạt động trên thị trường (Theo thống kê năm 2019 của Mạng xã hội Gamehub.vn), 20 Sections hay Viruss Studio, ... cũng là những công ty quản lý và đào tạo Streamer vẫn đang không ngừng phát triển và ngày càng mở rộng.

**Một số công ty quản lý Streamer chuyên nghiệp tại Việt Nam**

Creatory	Box Studio	Virus Studio
		

**b. Tiềm năng và cơ hội phát triển của Thể thao điện tử Việt Nam**

Thể thao điện tử tại Việt Nam bắt đầu phát triển mạnh mẽ từ năm 2010 cho đến nay với sự ra đời và chuyên nghiệp hóa của các đội tuyển game, các công ty quản lý đội tuyển và việc tham gia vào các giải đấu quốc tế trong khu vực cũng như các giải đấu có quy mô toàn cầu.

Nhiều sự kiện thể thao truyền thống bị hủy, hoãn trong đại dịch COVID-12 trên toàn cầu và ngành thể thao Việt Nam cũng không ngoại lệ. Tuy nhiên, thể thao điện tử đã phát triển mạnh trên cả nền tảng chơi game và phát trực tuyến. Theo một khảo sát được thực hiện vào năm

2021, hơn 40% game thủ ở Việt Nam chơi eSports ít nhất một lần mỗi ngày và khoảng 12% trong số họ được phân loại là “game thủ quyền lực” dành hơn 21 giờ mỗi tuần để chơi game eSports. Đồng thời, lượng người xem eSports trên các nền tảng như Facebook Gaming đã tăng đáng kể so với mức trước đại dịch.

Thị trường Thể thao điện tử Việt Nam được đánh giá là tiềm năng nhất trong khu vực Đông Nam Á. Cụ thể, trong Diễn đàn game Việt Nam diễn ra ngày 1/4/2023, ông Nguyễn Ngọc Bảo, Tổng giám đốc VTC Game, đánh giá game đã tạo ra một lĩnh vực mới là thể thao điện tử. Lĩnh vực này có thể trở thành mũi nhọn trong nền kinh tế số. Dẫn số liệu thống kê trên thế giới, ông Bảo cho biết eSports có tốc độ tăng trưởng hàng năm 8,1% và dự kiến có 640 triệu người theo dõi bộ môn này năm 2025. "Nếu chỉ quan tâm chữ game thì có 10%, nhưng quan sát cả hệ sinh thái thì sẽ thấy có 90% còn lại đóng góp vào nền kinh tế số. Khi có người xem là có giao tiếp, có dữ liệu và là mỏ vàng trong thời kỳ chuyển đổi số hiện nay", ông nói.



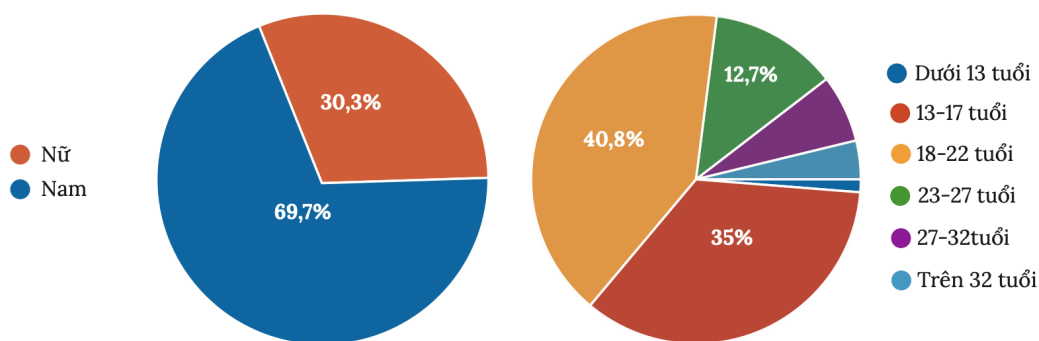
*Ông Nguyễn Ngọc Bảo, Tổng giám đốc VTC Game*

Cũng tại buổi lễ, ông Lê Quang Tự Do, Cục trưởng Phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử cho biết Bộ đặt mục tiêu doanh thu ngành game Việt đạt một tỷ USD, số lượng đơn vị phát hành game trở tăng trở lại, lên mức 100 - 150 doanh nghiệp, và kéo thêm khoảng 400 dự án khởi nghiệp mới trong lĩnh vực này trong 5 năm tới. Việc đặt mục tiêu phát triển doanh thu cho ngành game Việt Nam cũng sẽ thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của Esport Việt Nam.



Ông Lê Quang Tự Do, Cục trưởng Phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử

Điện thoại di động là công cụ tiếp cận eSports Streaming của đa số khán giả tại Việt Nam. Báo cáo Vietnam Mobile Marketing and Game 2019 của Appota cũng công bố thông tin phần lớn người hâm mộ eSports tại Việt Nam nằm trong nhóm từ 18 - 35 tuổi trong đó 71% khán giả trong độ tuổi từ 13 - 17 tuổi thường xuyên theo dõi eSports Streaming trên thiết bị di động. Số liệu này tương đồng với mức độ sử dụng điện thoại di động hàng ngày tại Việt Nam - có tới 72% người dân tại các thành phố lớn sở hữu điện thoại thông minh.



Cơ cấu giới tính và nhóm tuổi

*\*Nội dung trên chỉ là một phần báo cáo của Nhóm nghiên cứu Ngành Game Kirin Capital. Nếu Quý nhà đầu tư và Quý đối tác có bất kỳ nhu cầu hợp tác, đầu tư tài chính hay nghiên cứu chuyên sâu nào, vui lòng liên hệ:*

**Ông Nguyễn Hữu Khoa**

+84 24 39 760 666

[Hanawa.nguyen@kirincapital.vn](mailto:Hanawa.nguyen@kirincapital.vn)

