

我国电子竞技赛事运作发展研究

崔佳琦¹, 王松², 邢金明¹

(1. 东北师范大学, 长春 130000; 2. 清华大学 体育部, 北京 100084)

摘要:运用文献资料法和逻辑分析法,对我国电子竞技赛事运作发展问题进行SWOT分析。认为,电子竞技运动具有独特的项目体验、形象不断改善、组织不断发展壮大,是其赛事运作的优势,但是相关政策制度和保障体系不健全,以及其对运动员生理心理上的双重影响依然制约着其长足发展。目前,电子竞技应抓住社会关注支持增多、体育市场环境良好、信息技术支撑有力的难得机遇,积极应对品牌赛事建设不足、俱乐部和赛事运作不规范等问题。提出,应完善政策制度和保障体系,营造良好的投资环境;做好顶层设计,加强人才培养,培育多方共赢的行业生态系统;提高赛事组织运营能力,打造赛事活动品牌,开发国产电竞产品,提高在世界电子竞技运动中的影响力。

关键词:电子竞技; 赛事运作; SWOT分析; 政策制度; 投资环境; 人才培养

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2019) 05-0040-05

2017年国际奥委会正式宣布,认证电子竞技运动(Esport)为正式体育项目。随后在各项政策的鼓励和社会资本的加持下,世界电子竞技大赛(WCA)、全国移动电子竞技大赛(CMEG)、全国电子竞技大赛(NES)等一系列大型电子竞技赛事开展得如火如荼,电子竞技赛事的观看人数也超过篮球、台球等传统体育赛事。但同时也要正视电子竞技赛事发展中面临的劣势和挑战,本研究利用SWOT方法,对我国电子竞技赛事运作现状进行分析,在此基础上提出优化电子竞技赛事运作的策略,以促进电子竞技赛事可持续发展。

1 电子竞技赛事运作发展的优势

1.1 电子竞技项目的自身优势

电子竞技是信息技术条件下发展起来的新兴体育运动项目,具有自身的一些独特特点和优

势。首先,在电子竞技中需要手、眼、心、脑的配合,能够锻炼运动员的敏捷性以及身心协调性。由于赛事持续时间较长,也利于锻炼运动员的意志力。其次,同传统体育项目相比,电子竞技具有全方位及独特体验的对抗性与竞技性^[1]。电子竞技赛事集合了诸多流行元素,可以达到其他很多体育项目不具有的感官刺激和视觉冲击,使运动员在竞技过程中感受到酣畅淋漓的竞技对抗体验。再次,电子竞技开展的便利性。电子竞技场地要求低,投入成本少,易于组织开展。最后,电子竞技受众广泛,不受年龄、性别、职业、阶层的限制,几乎所有人都可以参与其中并获得快乐和满足感。此外,与其他项目相比,电子竞技对身体素质要求更低,参与过程中运动损伤和运动风险更少,这有利于带动女性群体的参与,扩大在女性群体中的影响。

收稿日期: 2019-04-10

基金项目: 吉林省社科基金重点项目(2016A5)

作者简介: 崔佳琦(1993—),女,山东滨州人,在读博士,研究方向为体育经济与管理。

通讯作者: 邢金明(1979—),男,吉林长春人,教授,博士,博士生导师,研究方向为体育管理。

文本信息: 崔佳琦,王松,邢金明.我国电子竞技赛事运作发展研究[J].河北体育学院学报,2019,33(5): 40-44.

1.2 电子竞技赛事形象不断改善

2003年,国家体育总局将电子竞技列入了正式体育运动,这成为项目发展的重要分水岭,电子竞技逐渐受到社会各方面的关注。2016年9月,教育部发布《关于做好2017年高等职业学校拟招生专业申报工作的通知》,电子竞技运动与管理专业成为13个增补专业之一,随后一些高校纷纷开设相关专业,培养电子竞技赛事运营人才。随着一系列有影响赛事的成功举办,电子竞技受到的媒体关注越来越多。电子竞技的正向文化得以传播,附属于电子竞技身上类似“玩物丧志”的标签在逐渐褪去^[2]。电子竞技反对者的认知也在悄然改变,从一味排斥过渡到理性对待。

1.3 职业化电竞组织不断壮大

2018年,国家体育总局发布《关于举办2018年全国电子竞技公开赛的通知》,其中将选拔组比赛项目设为英雄联盟(5V5)、星际争霸2:虚空之遗(1V1)、炉石传说(1V1),且规定总决赛每项比赛冠、亚军取得入选电子竞技国家集训队资格。国家体育管理部门积极为全国电子竞技爱好者提供竞技平台,向社会大力宣传电子竞技运动、传播电子竞技正能量。良好的政策支持加快了电子竞技职业化发展的进程。我国电子竞技联盟主席裴乐表示中国目前职业电子竞技运动员升至千人,且有外籍运动员转会至中国。电子竞技运动员团队不再是松散的、自发组建的游戏爱好者组织,逐渐形成由俱乐部、协会管理的职业化组织,可以为运动员提供科学系统的日常训练、专门的教练指导、职业化的管理运营支持。近几年,电子竞技职业运动员队伍不断发展壮大,目前国内已有30多家电子竞技职业俱乐部。

2 电子竞技赛事运作发展的劣势

2.1 相关政策制度和保障体系不健全

文化部门与体育部门是我国电子竞技的两大行政主管部门,但长期以来我国对电子竞技赛事发展的重视程度不够,邻国韩国的电子竞技协会会长都是由其国会议员担任。加之,我国电子竞技赛事起步晚,相关政策配套、管理制度、保障体系等均不健全。比如,电子竞技赛事运营监督与管理方面法律法规不健全。一些电子竞技赛事主办方法律观念淡薄,社会责任意识低下,采用

一些暴力性、刺激性营销,甚至制造虚假新闻,打“色情”擦边球进行自我炒作,以博取市场的关注,极大影响了电子竞技项目和赛事在社会公众心中的形象。更有甚者,打着举办电子竞技赛事的旗号,吸引国家明令禁止的未成年人参加,损害未成年人身心健康,加剧了网瘾问题的社会矛盾,产生了不良的社会影响。从电子竞技俱乐部内部管理来看,虽然一些俱乐部效仿国外做法建立了一些管理运营制度,但还是面临一些问题。如,电子竞技职业运动员的长期职业生涯规划不清晰,过早退役后的社会保障问题亟待解决,电子竞技从业者权利保障体系不够细化,对一些运动员临时退赛、非正常转会的情况还缺乏有效规制等等,这些都不利于项目、运动员和俱乐部的发展。

2.2 对运动员的生理及心理的双重影响

电子竞技赛事属于精神高度集中与紧张的对抗性项目,因其自身的属性与特点,不可避免地会给运动员带来一些身体上的疲劳或伤病,甚至引发一些心理问题^[3]。运动员在比赛过程中需要长时间保持注意力、保持固定的姿势、重复一些特定的动作,容易造成运动员手腕、手指、颈椎、腰椎、眼睛等部位的损伤,引发腱鞘炎、筋膜炎等疾病。与传统体育项目不同,电子竞技赛事通过电子设备完成各项高难度任务,运动员的日常训练、竞技环境相对封闭,社会融入度较低,与社会的交流不够密切,有些运动员因此表现出一定的社交困难、不适应等心理问题。

3 电子竞技赛事运作发展的机遇

3.1 社会各界的关注支持

电子竞技运动与管理已正式列入我国高职院校的招生专业,显示了电子竞技已引起我国高等教育的重视。2016年《关于促进消费带动转型升级的行动方案》明确提出,开展电子竞技游戏游艺赛事活动。要加强组织协调和监督管理,在企业为主体,举办全国性或国际性电子竞技游戏游艺赛事活动^[4]。同年,文化部《关于推动文化娱乐行业转型升级工作的意见》也提出,要鼓励支持并引导电子竞技游艺赛事的开展。2017年《体育产业发展“十三五”规划》颁布,提到丰富体育产品市场要重点发展电竞项目,引导具有消费引领性的健身体闲项目发展。在一系列利好

政策的驱动下,电子竞技赛事活动亦受到了社会资本的大量关注。《2016 体育创业白皮书》显示,电子竞技在 2015 年 1 月—2016 年 3 月共完成 34 次融资,融资金额达 35.8 亿元,仅次于体育媒体。社会资本的大量涌入为电子竞技赛事的蓬勃发展提供了强大的推动力,将电子竞技赛事带入到高速发展的轨道上来,提高了电子竞技赛事运营的市场化程度和影响力。

3.2 体育市场大环境发展良好

改革开放以来,我国体育产业从无到有、从小到大,取得了长足的进步,尤其在 2004—2013 年这十年间,体育产业年均增长速度达到了 16.18%,总规模增长了 3 倍,这为电子竞技的发展提供了良好的外部环境。随着人民大众物质生活条件的改善,人们对精神文化产品的需求愈发强烈且更加多元,电子竞技项目凭借丰富的感官体验满足了众多年轻人的心理需求,受到他们的欢迎,同时中老年群体参与人数也在持续增加,可以说电子竞技行业拥有巨大的发展潜力。

3.3 信息技术的有力支撑

中国互联网信息中心发布的数据显示,截止到 2018 年 6 月,中国网络用户 8.02 亿,互联网的覆盖率达 57.7%,互联网通信技术的升级、普及为电子竞技项目发展和赛事运营提供了技术保障。与传统体育项目不同,电子竞技的开展占用场地资源较少,甚至部分小型赛事活动可以通过移动互联网和相关终端设备完成。利用现在诸多在线直播平台,可以实现赛事在线直播,给观众带来不同的赛事欣赏体验,也更利于赛事的宣传推广。此外,电子竞技与其他相关技术的融合发展亦前景广阔,如将 VR 技术与电子竞技赛事结合,开办的青少年 NBA2K 赛事活动受到人们的追捧。

4 电子竞技赛事运作发展的挑战

4.1 品牌赛事打造不足

近几年我国电子竞技赛事活动,无论是参赛人数、观众人数,还是组织活动次数、奖金数额等都有了大幅提高,但却鲜有高知名度的赛事品牌。打造电子竞技赛事品牌需要从赛事环境、市场调查、赛事评估等多方面着手,不断优化运作流程,加强运营管理能力^[5]。赛事环境方面,虽然社会大众对电子竞技的认知有所改观,但长期形成的刻板印象难以在短时间内消解,还需要一

个较长的受众培育周期。科学的市场调查、赛事评估环节也是必要和重要的,但在实际过程中存在形式主义、操作不规范、调研不科学甚至缺失等问题,如果调研、评估数据不足或有误,在此基础上产生的营销方案和市场行为自然难以取得令人满意的效果。

4.2 俱乐部发展和赛事运作不规范

一些小型电子竞技俱乐部自身盈利渠道单一、创收能力不足,间接导致对运动员的人文关怀少,不能为其提供长期稳定的发展保障,竞技水准也难以提升。对于一些知名度低、影响力小的小型电子竞技赛事来说,赛事主办方能够争取到的赞助费有限,不得不采取一些非常规的手段进行操作,影响了行业的社会形象。长此以往,电子竞技行业发展初期的相对均衡的状态会被打破,造成两级分化和市场垄断,这将降低电子竞技行业的发展活力,不利于其长期健康发展。

5 电子竞技赛事运作的优化路径

5.1 完善政策制度和保障体系,营造良好的投资环境

宽松友好的发展环境,是电子竞技项目发展和赛事运作重要的外部保障条件^[6]。首先,要加快相关法律制度建设,约束电子竞技从业者行为,保障各方权利,为电子竞技创造一个公平有序的发展空间。要加快电子竞技运动员退役问题研究,为退役运动员再就业提供更多机会,调动企业的承接热情,不断开辟扩大转业、再就业安置市场,解决运动退役的生活保障问题。要加大对电子竞技赛事运营过程中的监督力度,畅通信息反馈渠道,构建全社会参与的监督体系。电子竞技俱乐部要加强内部管理建设,加强对运动员的人文关怀,建立科学的日常训练体系,可以多组织运动员开展一些团建娱乐活动,与社会保持一定的沟通、交流。

其次,政府要为电子竞技赛事创造宽松的投资环境,如降低市场准入门槛,放宽融资政策,给予电子竞技企业贷款优惠,吸引社会资本参与,为电竞企业提供多渠道的融资服务;建立电竞发展专项资金、中小企业创新基金,用于奖励参赛团体、运动员和企业;制定优惠的税费制度,将电子竞技列入鼓励类产业行列范围,扶持电竞产业发展。为使以上措施落实到位,体育部门、文化部门等可联合成立监督管理机构,对上

述工作展开监督与评价,及时根据反馈结果调整政策和工作安排。

5.2 做好顶层设计,加强人才培养,培育多方共赢的行业生态系统

体育总局赛事运作部门牵头,各地方体育管理部门积极参与,建立健全电子竞技赛事运作的标准与要求,完善教练员、运动员、裁判员的选拔、培养、等级认定的制度和办法。建立涵盖不同等级水平赛事和若干特色赛事的赛事活动体系,成立专业的电竞赛事组委会,对不同层级赛事进行分类管理,对赛事流程进行细分,设置若干专业小组,配备专门管理人员,形成各司其职、密切协作、衔接流畅、科学高效的赛事管理体系,不断提高赛事服务和运作水平。加强市场营销,建立科学的赛事赞助制度和良好的赞助模式,同冠名商、广告赞助商建立长期稳定的合作关系,完善赛事赞助跟进策略,实现多方受益、合作共赢,建立一个繁荣的、良性发展的电子竞技市场,使电子竞技行业不断发展壮大。

人才是保障赛事开展效益与质量的核心要素,要加大对电子竞技赛事管理人才的培养工作。应进一步鼓励高校开设电子竞技运动与管理专业,对已开设院校再增设电子竞技运动与管理公共选修课,扩大电子竞技运动教育对象的范围。此外,俱乐部是社会培养电子竞技应用型、管理型人才的主要力量。俱乐部可通过与国外知名电竞赛事经营公司合作,联合培养经营管理人员。还可通过选派人员赴国外学习先进的管理知识经验,或聘请业内知名专家来国内进行培训等方式,来加强对行业从业人员的培养。

5.3 提高赛事组织运营能力,打造赛事活动品牌,开发国产电竞产品

为不断优化和提高电子竞技赛事运营水平,应重视电子竞技赛事赛前评估体系的完善。运用科学的方法,有目的、有计划地对赛事运营环境、爱好者意见、观众反馈、商业市场变化等情况等进行全方面的调研评估,根据调研结果及时调整工作方向和重点,建立更为细致的赛事运营方案。在电子竞技赛事前期预热环节,应注重充分挖掘赛事亮点,调动观众兴趣,精心进行商业包装,吸引更多人参与进来。针对不同电子竞技运动项目的不同开展形式,选择适合的市场营销

活动,如请电子竞技明星运动员与观众互动,现场教授操作技能等^[7]。总之,通过一系列行之有效的赛前活动组织,为赛事活动充分预热。

制定严密的赛事规程,组织机构、报名条件、比赛时间和地点、比赛办法、赛制、奖金分配原则等,提前通过网络等多种渠道进行公布。加强商业化运营,对电竞赛事门票进行阶梯性售价,就电竞赛事转播权与传统媒体及视频网站展开广泛的合作,不断开发赛事衍生品,提升整个赛事的商业价值。在电子竞技赛事运营过程中,加强服务保障能力,如选择硬件精良的比赛场地,配备专业的医疗及服务人员,为参赛队员购买人身意外商业保险,提高赛事奖金金额、扩大奖金分配人群等。

在打造整个电子竞技赛事活动品牌过程中,要注重不断挖掘电子竞技运动的文化内涵和精神价值,实施文化营销战略。多渠道、多方式地进行宣传推广,在鼓励媒体深入采访、报道的同时,积极与各类媒体接洽,主动进行自我推介。与各视频平台合作直播赛事全过程,与各视频平台的游戏主播合作,利用其个人影响力对项目进行宣传,以及积极参与社会公益活动等。通过宣传营销“组合拳”,不断树立电子竞技项目和赛事阳光、向上的良好社会形象。逐步加大电子竞技产品国有化的开发力度,开发出更多带有中华民族特色、更适合国情特点、更贴近中国玩家的电子竞技产品,在世界电子竞技运动中占据一席之地,增强国际影响力^[8]。

参考文献:

- [1] 李思慧,朱晓东.上海电子竞技现状研究[J].现代商贸工业,2014,26(1):168.
- [2] 张鸿,梁如意.我国移动互联网产业链整合创新研究[J].西部学刊,2013(2):38.
- [3] 张鑫,金青梅.我国电子竞技职业化路径分析[J].体育文化导刊,2016(7):105.
- [4] 关于促进消费带动转型升级行动方案[A].发改综合[2016]832号,2016.
- [5] 徐琳,钟天朗.体育赛事全球价值链和驱动模式分析[J].首都体育学院学报,2011(1):30.
- [6] 李小斌,谭朕斌.对我国电子竞技运动发展现状及其职业化的思考[J].首都体育学院学报,2006(5):117.
- [7] 张焱,朴勇慧,王坤.DotA2国际邀请赛的产品设计与营销推广[J].河北体育学院学报,2018,32

(2):48.

导刊,2015(1):69.

[8] 薛建新.我国电子竞技运动发展研究[J].体育文化

Research on the Operational Development of E-Sports in China

CUI Jia-qi¹, WANG Song², XING Jin-ming¹

(1. Northeast Normal University, Changchun 130000, China;

2. Department of Physical Education, Tsinghua University, Beijing 100084, China)

Abstract: By methods of literature and logical analysis, this paper makes an SWOT analysis on the operational development of China's e-sports events. It is believed that e-sport has its own uniqueness of experiencing sport, image improvement and gradual organizational development, which are the advantages of its competition operation. However, the relevant policy system and guarantee system are not perfect, and its dual effects on athletes' physiology and psychology still restrict its considerable development. At present, e-sports should seize the rare opportunities of increasing social attention and support, good sports market environment and strong support from information technology, and actively deal with the problems of insufficient brand competition construction and irregularity of clubs and event operation. It is proposed that the policy system and guarantee system should be improved to create a good investment environment; top-level design should be done well and talent training should be strengthened to foster a win-win industrial ecosystem; the operational capacity of the event organization should be improved to construct the brand of the event and domestic e-sports products should be developed to enhance its influence in e-sports worldwide.

Key words: e-sports; competition operation; SWOT analysis; policy system; investment environment; talent training