



HENGYI

高等院校电子竞技专业课程用书

电子竞技

DIANZI JINGJI SAISHIYUNYING YU GUANLI

赛事运营与管理

主 编 恒 一 钱 浩

 江苏人民出版社

高等院校电子竞技专业课程用书

电子竞技赛事运营与管理

主 编 恒 一 钱 浩

江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子竞技赛事运营与管理/恒一,钱浩主编. —南京:
江苏人民出版社,2018.8
高等院校电子竞技专业课程用书
ISBN 978-7-214-22255-8

I. ①电… II. ①恒… ②钱… III. ①电子电路-电路
设计-运动竞赛-运营管理-高等学校-教材 IV. ①TN702

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 164060 号

书 名 电子竞技赛事运营与管理

主 编 恒 一 钱 浩
责任编辑 张 凉
装帧设计 艺和天下
出版发行 江苏人民出版社
出版社地址 南京市湖南路1号A楼,邮编:210009
出版社网址 <http://www.jspph.com>
照 排 江苏凤凰制版有限公司
印 刷 南京鸿图印务有限公司
开 本 185毫米×250毫米 1/16
印 张 16.75
字 数 367千字
版 次 2018年10月第1版 2018年10月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-214-22255-8
定 价 52.00元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向承印厂调换)

高等院校电子竞技专业课程用书 编写委员会

方佳琛 黄竹青 查天奇 陈 东 殷邦骢 佟 鑫
钱 浩 李季涛 钟 磊 吕 波 李开儒 齐天成
乔 宇 咸 丰 王 涛 汪 凡 郜明雷 管 亮

高等院校电子竞技专业课程用书 编审委员会

秦 奋	上海奋荣投资管理有限公司	董事长
应书岭	英雄互娱集团	创始人, 董事长 & CEO
陈彦林	江苏/浙江省电子竞技协会	副会长
孙 晟	King 电子竞技俱乐部	经理
佟 鑫	Newbee 电子竞技俱乐部	创始人, CEO
陆文俊	OMG 电子竞技俱乐部	总经理
祁正伟	威宁电子竞技俱乐部	创始人, CEO
方 菁	ImbaTV	赛事项目经理, 《DOTA2》知名解说
张子愚	陕西省动漫游戏行业协会电子竞技专业委员会	主任
耿同灿	山东省电子竞技运动协会	副会长
孙国峰	南京审计大学经济与贸易学院	党总支书记, 教授
孙文远	南京审计大学经济与贸易学院	院长, 教授
孙国友	南京体育学院学科建设办公室	博士, 副研究员, 副主任
刘雅巍	南京体育学院	讲师
张 明	南京艺术学院工业艺术学院	院长
张 玲	中国科学院心理研究所	博士
张腾霄	南京大学社会学院心理学系	博士
程庭亮	澳大利亚启蒙学院	副院长, 教授
马建明	四川传媒学院数字媒体与创意设计学院	副院长, 教授
朱 明	南京科技职业学院信息工程学院	院长, 教授
李傲寒	安徽汽车职业学院信息学院	主任
刘培柱	立思辰康邦科技	院长

前 言

在信息技术飞速发展的今天,电子游戏作为一项重要的休闲娱乐方式,走进了越来越多人的日常生活中。电子竞技竞赛是以电子游戏为平台,采用比赛形式决出胜负的电子竞技运动,它广受人们尤其是青少年群体的欢迎。

电子游戏是一种随着艺术载体和表达方式的转变,依托科技发展而诞生的新兴文化现象,甚至被誉为“第九艺术”,而在电子游戏中添加“竞技”元素,不仅可以引发出电子游戏的新形式,还能衍生出电子游戏产业运营的新业态。当电子竞技运动发展到一定的阶段时,单一的“竞技”内容不再能够满足人们对文化娱乐产品日益增长的需求,所以以电子竞技赛事为核心的相关产业就成了电子竞技运动发展的必然产物。

2018年,《DOTA2》国际精英邀请赛和《英雄联盟》全球总决赛已经携手走过了8个年头。两棵电子竞技赛事的“常青树”带给了观众一场场精彩的比赛内容,为电子竞技赛事创造了越来越多的观看人次和越来越高的赛事总奖金金额。2017年9月,亚洲室内与武道运动会在土库曼斯坦首都阿什哈巴德圆满落幕,电子竞技作为其表演项目圆满地完成了任务。在即将到来的2022年杭州亚运会上,电子竞技项目将成为正式比赛项目。在不少业内人士看来,这代表电子竞技在正规化的道路上又向前踏实地迈出了一大步。目前,电子竞技已经整体步入体育范畴,电子竞技赛事的赛制体系也趋于传统体育模式,这种演变预示着电子竞技赛事将作为正式体育比赛呈现给观众。在未来电子竞技用户将与体育用户相结合,大多数电子竞技联赛的赛制也会向传统体育联赛的赛制靠拢。电子竞技赛事的成功举办,改变了电子竞技长期以来面临着社会认可度偏低的尴尬局面。作为电子竞技产业发展的核心,赛事在满足人们休闲需求的同时,还将获得了大量的社会关注,为产业吸引了大量资金,带来了可观的经济效益。根据荷兰市场研究公司Newzoo发布的《2018全球电子竞技市场报告》显示,2018年全球电竞的市场规模将达到9.06亿美元,同时,报告估算,2018年全球电竞的观众数量将达到3.8亿人。除了客观的经济效益,受“消费主义”“娱乐主义”和经济全球化的背景影响,电子竞技赛事也间接地带来了社会、文化等层面的影响,如增强了社会凝聚力、丰富了人们的精神文化生活等。

各级、各类电子竞技赛事主办方与承办方的目标不仅限于广泛的社会、文化和经济影响力,组织者还试图通过更具策略性的运作实现影响最大化,一场赛事的成功策划与开展,一方面可以为赛事本身提供正面的影响,另一方面也可以对电子竞技产业起到良好的推动作用。例如,通过在赛事组织过程中与客户日益密切的联系,赛事的组织者可以实现其他行业的厂商与赞助商长期的资金投入,并获得收益;通过赛事后期的复盘

分析与用户反馈,赛事组织者能够在积累经验的同时,丰富之后的赛事组织计划和手段,为赛事创造积极的影响;通过全方位对赛事组织部门和工作人员进行分工、分类,使赛事组织效率能够得到促进,赛事质量可以得到提高。由此可见,电子竞技赛事的战略性管理对整个赛事乃至电子竞技产业都是有益的。

不可否认的是,电子竞技赛事的光鲜表面并不能掩盖赛事缺乏战略性管理的事实,许多著名赛事光鲜的背后仍隐藏着一些隐患和瑕疵。早期的电子竞技赛事如天上的繁星般数量众多,也如流星般转瞬即逝,即便是世界三大电子竞技联赛,都因为一些原因先后停办,甚至永久退出。这些赛事处于“萌芽”期便失败的根本原因在于,其组织者对电子竞技赛事运营与管理的定义在理解上出现了偏颇。现代管理学之父彼得·德鲁克(1909—2005)在《二十一世纪的管理挑战》一书中写道:“事实上,管理不等于企业管理,正如医学不等于妇产科一样。妇产科是医学的一部分,同理,企业管理只是管理的一部分。”场面的壮观与华丽只是电子竞技赛事的一部分,如果缺乏成熟的商业模式,没有专业的管理,赛事也就如一潭死水,不会有新的生机。简单来说,过往的赛事组织方将精力集中于赛事的执行,而非赛事的战略管理,导致了赛事难以可持续发展。本书的目的在于改变业内这一片面的认知,开辟电子竞技赛事管理研究的方法、途径,为电子竞技赛事相关的教学与研究做出一份贡献。

在此,我们先对本书的大致内容进行说明:

前言是绪论(总论)性质,先由几个近期的代表性电子竞技赛事作为引子,阐述了电子竞技赛事作为一个社会现象(事件)的发展现状,并重点分析了时下电子竞技赛事的特点与影响。在阐述了电子竞技赛事产生的必然性与其对电子竞技产业的巨大作用后,重点提出了规范和科学运营管理电子竞技赛事的重要性及本书的目的。最后概括介绍了本书的大致内容。

第一章是概述性质。这一章节是电子竞技赛事相关知识的科普,包括电子竞技赛事与电子竞技赛事内容的概述。我们在这除了对电子竞技赛事的基本概念和目标做了相对详细的介绍与分析外,还对电子竞技赛事的发展史、发展现状做了一定的介绍。最后,本章还从多角度分析了电子竞技赛事的现状,并且对电子竞技赛事的未来趋势做出了一定的预测。

第二章从电子竞技赛事内容上的区别,对当今主流的电子竞技比赛项目及各自的赛制进行了介绍。以MOBA、FPS、卡牌和RTS四类游戏为主,本章介绍了这四类游戏的发展史,然后分别列举各自的代表电子竞技项目及相关赛事。

第三章是本书的核心部分,吸取了传统体育赛事的管理经验,我们将利益相关者理论引入电子竞技赛事的管理当中,在仔细对该理论进行论证的基础上,我们还分析了利益相关者利益的一致性与冲突性,并提出了协调方法。

第四章介绍了赛事规划涉及的程序,以及每个程序的内容及要求。其中,赛事目标、赛事规划与赛事可行性分析是必要的阶段,申办并不适用于所有赛事。本章就这三个重要部分阐述了赛事规划的基本内容。

第五章对电子竞技赛事的管理机构做出类别上的划分。不同的赛事拥有不同的管

理机构,我们依据职能和职责对这些机构进行了划分,并对它们的工作内容和工作目标做了详细的介绍。

第六章至第七章介绍了电子竞技赛事管理中的赞助商管理及营销管理两个方面,这是目前电子竞技赛事管理的重要组成部分。我们从理论出发,介绍这类理论在电子竞技赛事管理应用中的案例,并分析其作用。

本书着重介绍的是赛事的管理而非组织,按照 J. R. Slivers 提出的赛事管理的知识体系(Event Management Body of Knowledge,简称 EMBOK)进行划分,体系的五个领域,设计(Design)、行政管理(Administration)、运营(Operation)、市场营销(Marketing)、风险(Risk)^①五个部分在书中都有明显的体现,力图将先进的体育赛事管理理念应用于电子竞技赛事的管理中。

管理活动源远流长,人类进行有效的管理活动已有数千年的历史,但从管理实践到形成一套比较完整的理论,则需要一段漫长的历史发展过程。古典管理理论阶段是管理理论最初形成的阶段,在这一阶段,人们侧重于从管理职能、组织方式等方面研究企业的效率问题。现代管理理论阶段主要是行为科学学派及管理理论丛林阶段,行为科学学派阶段主要研究个体行为、团体行为与组织行为,重视研究人的心理、行为等对高效率地实现组织目标的影响和作用。当代管理理论阶段进入 20 世纪 70 年代以后,由于国际环境剧变,尤其是石油危机对国际环境产生了重要的影响,这时的管理理论以“战略管理”为主,在研究企业组织与环境关系时,重点研究企业如何适应不断变化的充满危机和动荡的环境。20 世纪 80 年代为企业再造时代,该理论的创始人是原美国麻省理工学院教授迈克尔·哈默(M. Hammer)与詹姆斯·钱皮(J. Champy),他们认为企业应以工作流程为中心,于是重新设计企业的经营、管理及运作方式,进行所谓的“再造工程”。20 世纪 80 年代末以来,信息化和全球化浪潮迅速席卷全球,顾客消费的个性化和多元化决定了企业必须适应不断变化的消费者需要,以此在全球市场上争得顾客信任,才有生存和发展的可能。这一时代,管理理论研究主要针对学习型组织而展开。美国麻省理工学院教授彼得·圣吉(P. M. Senge)在其所著的《第五项修炼》中更是明确指出企业唯一持久的竞争优势源于比竞争对手学得更快更好的能力,学习型组织正是人们从工作中获得生命意义、实现共同愿景和获取竞争优势的组织蓝图。

虽然在管理学理论中,关于战略性管理理论的观点和定义还在不断随着时代的改变而发生变化,但进一步研究企业战略理论并非本书的目的,作为一本针对电子竞技赛事运营与管理的教材,明确研究内容和研究方法是本书的关键。从研究范畴上说,本书关注的是电子竞技赛事“从零到一”的过程及其各方面的管理与控制。赛事组织的过程可以从赛前、赛中和赛后三个阶段展开的工作来研究,其他内容涉及电子竞技赛事管理领域的不同层次和不同对象,这就要超越赛事本身的研究内容了。所以,本书的焦点是赛事管理而非机构管理,这需要重点区分。即使电子竞技赛事是每年多场次举办的,但究

^① 陶卫宁:《体育赛事策划与管理》,重庆:重庆大学出版社,2015 年版,第 13 页。

其本质,其仍是一个短期的“特殊事件”,每场赛事都是独立、不同的项目,组织的机构也会因地制宜地发生一系列的变化。但无论是单个赛事的多次举办,还是不同赛事的单次举办,赛事所涉及的领域都是恒定的,因此,本书将研究内容的焦点放在赛事管理上,这具有更加广阔和长远的眼光,且经过了更为成熟的考虑。通俗来说,当我们着眼于机构管理时,我们关注的是“做什么”,而当我们注重的是赛事管理时,我们关注的就是“做什么”“怎么做”及“怎么样”,内容的覆盖上也就更全面。

本书运用了以下四种研究方法来探讨电子竞技赛事的管理:

1. 个案研究方法:在合适的地方,本书会利用一些案例研究来佐证主要的观点和新理论的提出;个案会包含不同项目、不同规模的电子竞技赛事,力求做到公平与全面。通过列举赛事的个案实例来证明,通过对比不同赛事的个案实例来分析,电子竞技赛事管理过程的全部内容将会很具体地呈现出来。

2. 文献资料法:在本书之前,中国还未有专门研究电子竞技赛事运营与管理的书籍,但这不妨碍我们借鉴传统体育赛事运营管理的著作。本书借助于互联网,特别是电子竞技专业门户网站和维基百科的相关资源,通过对电子竞技相关内容的检索和翻阅,再通过综合分析、归纳提炼、整合创新,在集成前人学术观点、研究成果及学界争议问题的基础上对电子竞技赛事的运营与管理进行科学研究,并结合历史及最新的相关数据,进行多层面地分析。

3. 逻辑推导法:基于现有的文化产业、管理学、经济学、历史学等理论,依据电子竞技赛事的相关现象与事实,科学推导电子竞技赛事的理论源流、框架结构、发展趋势与提升路径等。

4. PEST 分析法:从政策环境、经济环境、社会环境、技术环境等多方面对电子竞技赛事进行分析,在发展现状中我们将一一介绍各环境对电子竞技赛事发展的帮助。

电子竞技赛事是电子竞技产业发展到一定阶段的产物,是产业发展的核心,但也早已超出传统的电子竞技范畴,上升到了一个具有社会、经济与文化等意义的重要事件。虽然电子竞技赛事的发展已经取得了令人欣慰的成果,但相比较于传统体育赛事的成熟,电子竞技赛事的运营与管理仍然处在初级阶段。本书作为中国首本专门研究电子竞技赛事运营与管理的教材,旨在为高校电子竞技相关专业的学生以及电子竞技赛事相关从业人员提供相应的理论支撑和新思路。尽管本书覆盖面较广,视角较为独特,实际上也只是起到了投石问路的作用,期待着更多学者能够引入自己的思考,对电子竞技赛事的发展做出更卓越的贡献。

目 录

前言	001
第 1 章 电子竞技赛事概述	001
第一节 电子竞技赛事的起源与发展	001
第二节 电子竞技赛事的概念与功能	004
第三节 电子竞技赛事的分类	010
第四节 电子竞技赛事的发展现状	014
思考题	024
第 2 章 电子竞技赛事项目的体系与赛制	025
第一节 电子竞技赛事的赛制	025
第二节 MOBA 类游戏	039
第三节 FPS 类游戏	063
第四节 卡牌类游戏	069
第五节 RTS 类游戏	078
第六节 其他类型游戏	089
思考题	090
第 3 章 电子竞技赛事的利益相关者	091
第一节 利益相关者理论概述	091
第二节 电子竞技赛事的利益相关者概述	095
第三节 电子竞技赛事利益相关者的利益一致性与冲突性	102
第四节 电子竞技赛事利益相关者协调和治理机制	107
思考题	113
第 4 章 电子竞技赛事的总体规划	114
第一节 电子竞技赛事的目标和规划	114
第二节 电子竞技赛事的可行性分析	118

第三节	电子竞技赛事的申办	124
	思考题	128
第5章	电子竞技赛事的运营管理机构	129
第一节	商务机构	129
第二节	宣传机构	136
第三节	竞赛机构	142
第四节	后勤机构	149
	思考题	160
第6章	电子竞技赛事的赞助商管理	161
第一节	电子竞技赛事赞助商概述	161
第二节	电子竞技赛事赞助商的挑选与保护	172
第三节	电子竞技赛事赞助效果评估	181
	思考题	188
第7章	电子竞技赛事的营销管理	189
第一节	电子竞技赛事市场营销理论概述	189
第二节	电子竞技赛事市场营销环境分析	195
第三节	电子竞技赛事的目标市场	204
	思考题	210
附录1	腾讯电竞赛事标准	211
附录2	电子竞技赛事战队及选手标准	228
附录3	2015—2017年电子竞技赛事奖金表	239
主要参考文献	244
中英文参照表	246

第1章

电子竞技赛事概述

第一节 电子竞技赛事的起源与发展

一、研究背景

电子竞技产业其历史并不算长,却在几十年间走完了其他产业百年以上的历程。在研究电子竞技及其相关产业发展时,我们发现,电子竞技产业的发展趋势已经逐步向体育产业靠拢。电子竞技产业无论是自身的商业模式,还是运营架构及相关产业的业态布局都与传统体育产业类似。同时,电子竞技赛事的赛制体系发展也趋向于体育模式,如中国大陆的《英雄联盟》职业联赛(League of Legends Pro League,简称 LPL)中的春季赛,采用了 A、B 组双循环赛制和季前赛+季后赛的模式,共有 96 场常规赛,这一赛制和大家熟悉的美国男子职业篮球联赛(National Basketball Association,简称 NBA)赛制类似。通过对体育赛事产业的起源、发展现状和趋势形势的研究,参考对比电子竞技赛事的发展史,我们可以对电子竞技赛事的起源与发展有更加清晰的认识。无论是传统型体育赛事又或是电子竞技赛事,它们的共同特点都是会随着人类社会的发展而形成和演变。在人类体育历史的长河中,赛事的目标、内容、形式、功能,以及组织、运营、管理等方式都经历了持续不断的演化,这个变化过程就是我们本章节研究的最主要的内容。

二、起源

人类关于体育活动的记述非常久远。早在公元前 2700 年,中国就已经有了徒手武术,埃及、亚述、克里特岛等地也有射箭、跳远和球类运动。但大部分学者认为这一时期的运动与赛事只属于宗教仪式的一部分。陶卫宁教授在《体育赛事策划与管理》一书中认为:“早期的人类体育运动缺乏独立意义,通常是作为宗教仪式的一部分而具有浓重的神秘色彩。其意义经常被提升到‘符号’和‘精神’层面。”古时候的祭祀活动相当频繁,也非常受人重视。人们每逢重大祭祀日都会举办盛大的聚会,以歌舞和体育竞技等形式表达对诸神的敬意。其中,以信奉多神教的古希腊人表现最为突出,他们对于众多神灵,尤

其是众神之首——宙斯的祭祀十分看重，古代的奥运会就源于这一宗教活动。在中国也有很多这样的活动，蒙古族那达慕大会的起源就是当地人为了祭祀、庆祝丰收等而举办的盛会，包括了骑马、摔跤等各种各样的运动项目。

也有学者认为体育赛事的产生源于体育的产生，而体育的产生源于劳动。德国哲学家、思想家、教育家恩格斯在《劳动在从猿到人转变过程中的作用》一书中说：“劳动创造了人本身。”人类正是通过劳动，不断改善和创造生产工具，并改善了本身的生理机能，并完成了从猿到人的转变。劳动创造了人，创造了社会上的一切，当然也包括体育在内，从这一意义上来说，体育赛事源于劳动^①。关于“劳动创造人”的观点，为我们研究体育与劳动关系提供了一种新的理论假设，基于这一理论，我们可以得出体育运动源于劳动的结论。远古时代人们在日常生活作息中需要不断地开发和学习新的生存技能，同大自然进行激烈的抗争。例如，人们为了获取食物而跋山涉水，学习狩猎的技能如射击、投掷，提高自己的奔跑速度、跳跃能力等，而这也是现代体育的一个雏形。

还有一批学者认为体育赛事源于体育游戏。这些游戏和其他运动项目的起源相同，经过一段时间后逐步发展成为一种具有规则的竞技，它们在发展过程中不断地自我进化和完善，为体育赛事的发展奠定了坚实基础。一直以来，游戏就是在一定的规则和形式下所开展的娱乐性活动，本身具备一定的竞技性质。例如，现在的头号体育运动——足球就源于中国汉代的蹴鞠游戏，当时它也属于练兵的一种工具（另一说是源于公元前3世纪流行的一种游戏“哈帕斯托姆”）。再例如，1891年美国马萨诸塞州体育教师詹姆斯·奈史密斯发明了篮球游戏，当时寒冷的冬季人们缺乏室内球类的竞技游戏，奈史密斯便从工人和儿童用足球向桃子筐中投球的游戏中得到启发，以足球为比赛工具向桃篮内投掷，入篮得分，按得分多少决定胜负。他根据用的工具桃篮和球命名了这个游戏——篮球。

电子竞技赛事的起源更偏向于上述的第三种形式。电子竞技与电子游戏有一定的区别，不过不可否认的是，电子游戏的出现为后来电子竞技打下了良好的基础。正如在祭祀活动的功能性变弱、娱乐性增强后，竞技活动的种类和形式便发生了一定的改变，为现代体育的发展起到了促进作用。电子游戏的出现为人们的娱乐生活提供了一种新的形式，以高科技电子软硬件为设备所进行的一系列电子游戏，打开了人们新的精神领域。从早期的人机对战（玩家和系统对战或单人挑战）到之后的联机对战（人与人对战），电子游戏的形式和内容不再满足于单一的娱乐活动，而是出现了一定的“竞技”性。当单一的竞技性也不能满足人们娱乐文化的需求时，人们就需要一个更加广阔的平台，即赛事。所以从某种意义上来说，电子竞技赛事源于电子游戏，同时电子游戏又是电子竞技赛事的一个重要载体。

三、萌芽

公元前8世纪，古希腊诗人荷马在《伊利亚特》中记述了这样一个事情，参加特洛伊

^① 曹可强、刘清早：《体育赛事运作》，北京：高等教育出版社2015年版，第2页。

战争的半神英雄阿奇里斯为了纪念在战争中死去的朋友巴特勒,曾特别举行了一场体育竞赛,这也是目前为止关于体育比赛最早的一个文字记载。而最早电子竞技赛事则是在1972年10月19日,美国斯坦福大学的几位理工科学生利用实验室中的PDP-10电脑,所召开的第一届“泛银河系太空大战奥运会”(Intergalactic Space War Olympics)。这群“电子竞技先行者”不仅为比赛制定了完善的赛制,还把比赛分为五人大乱斗与团队比赛两种模式。除了身边的同学,他们没有更多的观众,胜者的奖励也仅仅是得到一年的《滚石杂志》。但就是这无意间举办的小比赛,成为有史可考的最早的电子竞技比赛。同样在1972年,诺兰·布什内尔创立了传奇的雅达利公司,凭借游戏《PONG》一炮而红。到了1981年,雅达利开始举办自己的赛事。究竟是布什内尔等人看到了电子竞技未来的广阔空间,还是雅达利斥巨资建立起名气,现在我们已不得而知。但这届太空侵略锦标赛(Space Invaders Championship)由于超过了一万人参加,还是被永久记入了游戏历史中^①。

四、传统形式

从游戏到比赛,这是形式上的改变,更是本质上的区别。从祭祀活动到纪念赛,从电子游戏到“泛银河系太空大战奥运会”,人们在过往的体育运动与游戏里注入了竞技的元素,制定了规则,规定了比赛的方式,确定了获胜的方法,因此也就过渡到了竞赛的传统形式。

体育竞技性质的运动与一般性的游戏运动最大的区别在于,体育竞技性质的运动的内容更加规范、完善和系统,并具有一定的评判规则。中国最早研究体育竞赛这一概念的田麦久教授认为,“体育竞赛是指在裁判员主持下,按统一的规则要求,组织与实施的运动员个体或运动队之间的竞技较量。”王崑海认为,“体育竞赛是在规则的统一规定下,采用公平合理的竞赛方法,运用人的体能、智慧及所掌握从事该项运动的技战术能力,按特定的形式进行的,比较位移速度的快与慢、投掷物体和跨越距离的远与近、越过高度的高与低、举起重量的大与小,以及在直接对抗或间接对抗的情况下比完成动作质量的优与劣、准确度的精与误、最后得分的多少等竞技活动的过程。”^②两位学者对体育竞赛概念的阐述都强调了其在一定的规则限制下开展的公平竞技,这也就超越了一般体育活动与游戏的仅有的趣味性。

早期的竞赛,赛事组织方通常关注的是赛事的内容与比赛结果。传统的赛事由参赛人员、物质条件和组织管理三个基本系统组成。但赛事组织方只对这三个基本系统负责,对涉及的其他赛事因素并不关注。传统社会的生产力发展低下,人们物质和精神生活的匮乏使得赛事的影响力难以扩大到竞赛范围之外,也就使得初期的赛事对诸如文化、经济、政治等方面的影响十分有限。

^① 太保乱谈:《你不知道的早期电竞史》,参见简书网:<http://www.jianshu.com/p/343a0f4a0346>,2015年4月5日。

^② 黄海燕:《体育赛事管理》,北京:人民体育出版社,2012年版,第2—3页。

五、现代形式

无论是在宗教仪式的祭祀活动基础上形成,还是在游戏活动上发展演变而来,从赛事的起源上我们可以看出,体育的发展历程与人类社会的发展息息相关。美国著名的社会学家杰·科克利在《体育社会学:议题与争议》一书中说,“体育赛事经历了古希腊时期的体育运动、罗马时期的体育运动、中世纪的运动,以及文艺复兴、宗教改革与启蒙运动等时期近 2800 年的发展历程,在工业革命时期出现了标准化运动形式,这就是现代意义上的体育赛事的形式。”

随着时代的发展,政治、经济、文化、科技、社会等元素都加入了体育赛事的演变,使赛事不再是单一的个体性活动,而是一个综合的、复杂的特殊事件。

社会上普遍认为,现代体育赛事的改革源于 1984 年美国洛杉矶奥运会的商业化运动。在这一届奥运会上,彼得·尤伯罗斯创立的商业化运作模式让奥运会一改以往的亏损历史,以 2.25 亿美元的盈利把奥运会变成了一颗“摇钱树”。基于这种模式的成功,其他类型的体育赛事也纷纷效仿,开发和学习这种合理、有效的赛事营业模式,现代赛事的序幕由此拉开。

虽然电子竞技赛事历史的新的一页开始于 2001 年的世界电子竞技大赛(World Cyber Game,简称 WCG),但在 2011 年《DOTA2》国际精英邀请赛(The International DOTA2 Championships,简称 Ti)上才完全展开。作为现代电子竞技赛事的源头,WCG 所引领的是电子竞技赛事正规化与规模化的潮流,而国际精英邀请赛带来的则是第一方赛事的兴起和高额的电子竞技赛事奖金模式。如果之前我们提到电子竞技赛事还只是一个人与人之间借由电子设备进行的比赛,那么现在的电子竞技赛事就已经成为一个集合众多元素的综合体。赛事的参与群体除了赛事组织方和参赛人员外,还有政府、观众、赞助商、媒体、工作人员、志愿者等,并涉及政治、文化、经济、社会等各个方面。社会进一步发展,参与赛事的人和组织也就越多,涉及的方面也就越广,赛事组织方也不再只对赛事主体负责,而需要考虑到各方面的情况。总的来说,现代形式下的电子竞技赛事是一个提供竞赛产品和服务产品的特殊事件,一方面可以迎合不同参与者分享经历的需求,达到不同的目的与目标;另一方面也会对所涉及的政治、经济、文化、社会等多个领域产生较大影响。

第二节 电子竞技赛事的概念与功能

在阐述电子竞技赛事的概念之前,我们需要明确一点的是概念与定义具有一定差异性。从词汇的本意上理解,概念是思维的基本形式之一,反映客观事物的一般的、本质的特征。人类在认知过程中,把所感觉到的事物的共同特点抽象出来,加以概括,就成为概念。定义是指对于一种事物的本质特征或一个概念的内涵和外延的确切而简要的说明或是透过列出一个事件或者一个物体的基本属性来描述或规范一个词或一个概念的意义;被定义的事物或者物件叫做被定义项,其定义叫做定义项。一般地,能清楚的规定某一名称或术语的概念叫做该名称或术语的定义。举例来说,“磁性”是一个概念,“引力”

“大小”等都是概念,而“磁性是吸引铁、钴、镍等物质的性质”就是一个定义;“这里有很多苹果”是一个概念,“只有超过五十个苹果才算多”,这就是一个定义。通过对电子竞技赛事多层面的定义,能让我们对电子竞技赛事的概念有更细致的了解。在前一节的阐述中我们可以看出,人类在不同阶段对于赛事的认识是不同的,因此对于赛事的定义还无法达成共识。所以这一节我们将从电子竞技的定义出发,从多个角度分析电子竞技赛事定义差异,进行总结归纳,从而对电子竞技赛事的概念有一个全面的认知。

一、电子竞技的定义

目前,关于电子竞技的概念、属性、特征等定义在业内尚未形成统一的认识,其主要认识可以归纳为以下几种。

一是官方界定。国家体育总局将电子竞技运动界定为:“利用高科技软硬件设备作为运动器械,在统一的竞赛规则下进行的人与人之间的对抗性运动。通过运动可以锻炼和提高参与者的反应能力、思维能力、协调能力、毅力、团队精神及对现代信息社会的适应能力,从而起到对参与者全面发展的促进作用。”

二是市场界定。艾瑞市场咨询有限公司在《中国电子竞技行业研究报告》(2010—2011年)中给出的定义是:“电子竞技运动就是在以信息技术为核心的,以高科技软硬件设备为器械,在现代技术营造的虚拟环境中,在统一的体育竞赛规则下进行的人与人之间的对抗性益智运动。”这种竞赛是在体育规则的规范和指导下进行的,电子竞技运动项目的开展有着可重复、可定量和精确比较的体育特征。

三是学者界定。冯宇超认为:“电子竞技运动就是以电子游戏为基础,通过竞技竞赛决出胜负,并以此来衡量竞技水平高低的一种竞技运动。”^①

从上述内容可知官方、市场和学者这三方对电子竞技进行了不同视角的界定。总体而言,我们可以将电子竞技的定义归结为:在信息时代条件下,借助和利用各种高新科学技术的软件和硬件设备作为平台,按照公平规则所进行的,在人与人之间开展的娱乐型体力或智力对抗活动。

二、电子竞技赛事的概念

概念是人们对于事物本质的认识,“电子竞技赛事是什么”的问题其实就是对其本质的探求。电子竞技赛事概念的研究涉及多方面的理论问题,但这些都不应是空洞抽象的,而是能够提供不同的方法路径,实现对电子竞技赛事概念的认知。尽管目前业界对于电子竞技赛事的概念存在多种多样的认识与理解,且尚未形成统一的、普遍可接受的观点,但仔细梳理不同说法的来源与脉络,也可以大致将其分为四大类。

(一) 竞赛层面

电子竞技赛事的传统形式是“运动竞赛”,从这一角度给电子竞技赛事下定义时,我

^① 冯宇超:《对电子竞技发展的初步探讨》,《浙江体育科学》2003年10月第5期,第48—51页。

们可以先分析什么是运动竞赛。前文中提到,田麦久教授认为,运动竞赛是指“在裁判员主持下,按统一的规则要求,组织与实施的运动员个人或运动队之间的竞技较量”;国家体委训练竞赛综合司1992年统编的《运动竞赛学》中指出,“运动竞赛是在裁判员主持下,依据统一的规则而组织与实施的运动员个人或团体之间的较量”;许树渊认为,“在运动上,凡是以运动精神、运动道德为准则,用对等的方式,公定的规则,作各种个人或团队的竞技活动,以供众览,所以比较优劣胜负,以提倡推展运动之用,成为运动竞赛”;此外,还有一类学者提出,“运动竞赛是人类的一种实践活动,它是一个特殊的过程,有明确的目的性,有鲜明的竞技特征,有完善的规则和一整套竞赛办法及决定竞赛胜负的‘法律依据’”。以上关于运动竞赛的定义都十分正确,但不足以概括电子竞技运动竞赛所涉及的场外因素,最后一个定义虽然提出了运动竞赛是一个实践活动的过程,有一定的特殊性,但未能超出赛场的范围,传统形式下的运动竞赛表现模式依然停留在“竞赛”“比赛”层面,未能对电子竞技运动竞赛所涉及的众多因素进行概括,也不能表现出电子竞技运动竞赛最新的时代特征。

(二) 项目管理层面

当赞助商、观众、媒体等赛事利益相关者加入,电子竞技赛事就逐渐脱离单纯的“竞赛”,成为市场经济下电子竞技产业的重要组成部分。这时候,电子竞技赛事的项目化特征开始慢慢体现出来,组织方不仅要从赛事主体上考虑,还要协调赛事各关联体之间的利益。按照这一逻辑可以将电子竞技赛事定义为运用电子竞技项目管理的相关技术与方法进行管理的活动。例如,中国台湾学者曹有培认为:“体育赛事是指由特定的组织团体,透过有计划的筹备、营造、管理,在特定的时间、地点集合个人或团队,以达成预期目标和宗旨,并藉一项或以上的运动,遵循各种运动规则,举行比赛,各种单项的运动比赛和综合性运动会皆涵盖其中。”程绍同认为:“体育赛事指特定的组织团体依其本身举办之目的,透过科学化的管理与筹备过程,在特定的时间与地点下,召集运动竞技活动的相关人员(运动员、裁判员、工作人员和观众等)及团体(运动组织、运动器材供应商、媒体、赞助商等)共同参与所形成的综合性集会。”^①从项目管理层面给赛事下定义强调了赛事运营中科学化的管理和筹备过程,相对于第一个“竞赛”层面有了很大进步,但是赛事不仅仅是一个项目,还应该考虑到赛事的特殊性和影响力。天津体育学院的肖林鹏教授在《体育赛事项目管理》一书中对赛事从项目管理角度的定义为:“是以体育比赛为核心的一系列活动的总称,是一项复杂的社会活动,它不仅涉及门票促销、运动员包装、媒体推广、赞助与广告策划、标志品开发等众多活动,还包括体育比赛的筹备、规划、实施、控制及收尾各项活动。”学者王守恒、叶庆辉在《体育赛事管理》中认为:“赛事是指具有市场营销、项目管理和组织文化背景特征,受运动项目、竞赛规则及社会经济等多种因素制约的,能提供体育竞赛产品和服务产品以满足体育消费多种需求的特殊活动。”这两个定义相对之前的定义又进步了一些,但是赛事的特殊性仍然没有明显地表达出来,因为

^① 黄海燕:《体育赛事管理》,北京:人民体育出版社2012年版,第8—9页。

不同群体对于赛事的需求是不一样的,所以这些定义仍然是不全面的,还需要从更多层面进行分析。

(三) 产业经济学层面

虽然电子竞技赛事的核心是电子竞技竞赛,但同样涉及门票促销、运动员包装、媒体推广、赞助和广告策划、标志品开发等众多活动。我们有必要从产业经济学的层面对电子竞技赛事进行一个新的分析,电子竞技赛事是赛事参与人员(不仅限于参赛者,含电子竞技选手、教练员、裁判员等)以各种高新科学技术的软件和硬件设备为平台进行劳务活动,并作为投入品生产出供观众观赏和消费的电子竞技赛事产品,以及在此基础上可用于再生产的赛事衍生产品(如直转播权限、广告权、冠名权、特殊标记使用权等)的生产经营活动。

从产业经济学角度分析电子竞技赛事基于以下几点:

1. 我们将电子竞技赛事归类为电子竞技产业的一部分,它是电子竞技产业的核心。在电子竞技产业化的今天,无论是商业性质,还是娱乐性质的电子竞技赛事,运用的都是市场运作方式。

2. 在上一段分析中,我们明确了一点,即电子竞技赛事是具有“投入—产出”性质的生产活动。赛事无论是投入品,还是产出品都是特殊的,并具有唯一性,这也是我们能将电子竞技“赛事”与电子竞技“竞赛”区分的重要依据。

3. 电子竞技赛事已经成为社会大众所追求的一个重要“消费品”,赞助商、观众、媒体等赛事利益相关者都对赛事的产出品有一定的需求,即电子竞技赛事已经有了“投入—产出—消费”的完整过程。

市场化是电子竞技赛事产业化的一个重要前提,也是我们从产业经济学角度分析电子竞技赛事的一个重要原因。这主要表现在电子竞技赛事已经成为一个综合性的产品,这种综合性体现在产品包含众多元素,生产过程需要各关联行业的合作,以及消费对象众多。电子竞技赛事生产过程中的关联行业包括电子竞技设施、设备厂商、赞助商与相关服务提供商及代理商等;消费对象群体包括观众、媒体以及各类使用赛事符号的企业及赞助商等。

(四) 特殊事件层面

鉴于国外的相关文献,我们从中可以知道,国外的学者与国内学者的研究方向有所不同,他们普遍将赛事纳入特殊事件(Special Events)的范畴,并从特殊事件的角度来分析赛事。特殊事件的范围十分广泛,包括宗教典礼、传统仪式、体育赛事、文艺表演、宴会、展览会等各种形式的活动。特殊事件的概念上,国外学者 Johnny Allen 等指出:“特殊事件包括国庆日和一些盛典、重要的城市集会、独特的文化表演、大型体育比赛、团体典礼、贸易促销和产品发布。”国外学者对于特殊事件的研究较早,目前已经逐渐完善,不但形成了专门的学科理论体系,还有专门的事件管理科学协会和互联网站,如国际节日和实践协会(International Festival and Events Association)等,并且成立了国际特殊事件协会(International Special Events Society,简称 ISES),专门培养一些特殊事件管理的人才,并给予资格认证,在大学教育中也开设有赛事管理的学科,系统培养赛事管理的人才。