

电子竞技 商业模式

E-sports Business Model

夏清华 主编

武汉大学和腾讯公司联合项目



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

教育部2017年产学合作协同育人项目“基于产学研合作的高校电子竞技创新创业教育体系建设”（项目编号：201701002018）

国家自然科学基金项目“企业商业模式创新的逆向思维：基于商业模式刚性的动态演化研究”（项目批准号：71572134）

电子竞技 商业模式

E-sports Business Model

项目指导：张绍东 侯 淼

主 编：夏清华

编 委：夏清华 王 罡 徐 玥 杨 瑞 占 兰 冷 俊 冉令帮
黄 剑 方 琪 李 轩 余青叶 何 丹 王妍涵

武汉大学和腾讯公司联合项目



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子竞技商业模式/夏清华主编. —武汉:武汉大学出版社,2019.1
ISBN 978-7-307-20688-5

I.电… II.夏… III. 电子游戏—运动竞赛—体育产业—商业模式—中国 IV.G898.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 023981 号

责任编辑:范绪泉

责任校对:汪欣怡

版式设计:韩闻锦

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:北京虎彩文化传播有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:8.5 字数:196千字 插页:1

版次:2019年1月第1版 2019年1月第1次印刷

ISBN 978-7-307-20688-5

定价:39.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

电子竞技(electronic sports, 以下有时简称“电竞”)是电子游戏比赛达到“竞技”层面的体育项目, 是利用电子设备作为运动器械进行的、人与人之间的智力对抗运动。2008年, 国家体育总局将电子竞技改批为第 78 号正式体育竞赛项目。2017 年 10 月, 国际奥委会在瑞士洛桑举行的第六届峰会上, 同意将电子竞技视为一项“体育运动”。2018 年 8 月, 电子竞技进入雅加达亚运会表演赛项目, 2022 年将在杭州亚运会上成为正式比赛项目。

电子竞技产业是集科技、竞技、娱乐、社交于一身, 拥有独特商业属性与用户价值的数字娱乐文化体育产业。自 2008 年国家体育总局将电子竞技列为第 78 号正式体育竞赛项目以来, 电竞产业发展如火如荼, 竞技类游戏持续涌现, 用户规模增长迅猛, 政策利好, 资本助力, 社会关注度极高, 无论是市场规模还是用户数量都远远超过很多传统体育项目, 未来具有广阔的发展空间。尽管如此, 电竞产业从业人员水平参差不齐, 赛事活动紊乱, 与青少年健康相关的社会认可度有限等问题依然存在, 影响该行业的健康持续发展。2017 年, 在教育部产学研合作协同育人创新创业教育改革政策的支持下, 武汉大学与国内电竞行业领导者腾讯公司强强联合, 开展“基于产学研合作的电竞产业商业模式创新研究与相关课程开发”项目研究, 通过产学研合作的方式整合双方资源, 以推动电竞产业职业化, 完善电竞人才孵化培养机制, 促进中国电竞创新创业生态圈建设和发展。项目组聚焦电竞商业模式设计与运作, 探寻电竞生态企业、政府等参与电竞生态系统建设所面临的机遇与挑战以及发展战略。经过近一年的努力, 项目组已经完成《电子竞技产业发展研究报告》和《电子竞技商业模式》专业教材。

据了解, 《电子竞技商业模式》专业教材作为新时代电竞管理人才整体教育结构中的有机组成部分, 将是国内外第一部聚焦于电竞产业商业模式设计与创新的通识教材。该书的出版将有利于普及电竞行业基础知识, 增强学生对电竞行业的了解, 引导识别与开发新的创新创业机会, 帮助相关企业在商业实践中构建新的竞争优势, 适应国内外电子竞技行业快速发展的需要, 对促进我国电竞教育产业的发展、培养电竞人才具有重要意义, 也标志电竞教育开始从职业教育走向专业教育。

项目团队成员来自武汉大学经济与管理学院、武汉大学创业学院与腾讯电竞品牌项目组。项目从选题到完成得益于武汉大学创业学院的支持和推动, 得益于腾讯公司的资助! 特别感谢武汉大学本科生院和创业学院院长张绍东教授、办公室主任占兰和冷俊老师, 腾讯互动娱乐事业群自研 & 综合市场部总经理、腾讯电竞业务负责人侯森先生, 腾讯电竞业务品牌负责人云洁女士以及徐玥、杨瑞、冉令邦等管理团队的支持与合作!

本书编写团队为:

主编：夏清华

编委：王罡(第9章)、黄剑(第4章)、方琪(第1、第2、第3章)、李轩(第5章)、余青叶(第6章)、何丹(第7章)、王妍涵(第8章)

2019年1月

目 录

第 1 章 全球电子竞技产业发展历程概述	1
1.1 国际主流国家和地区电子竞技产业发展历程	2
1.1.1 欧美电子竞技产业发展历程	2
1.1.2 韩国电子竞技产业发展历程	4
1.1.3 日本电子竞技产业发展历程	7
1.2 中国电子竞技产业的发展历程	8
1.2.1 萌芽起步期(1996—2002 年)	8
1.2.2 成长探索期(2003—2012 年)	9
1.2.3 爆发成长期(2013 年至今)	10
1.3 中国与欧美日韩电子竞技产业发展比较	11
1.3.1 电子竞技产业发展情况和模式对比	11
1.3.2 社会认可度对比	13
1.3.3 产品原创性对比	13
1.3.4 产业链环境对比	13
第 2 章 中国电子竞技产业发展环境与趋势	15
2.1 中国电子竞技产业环境分析	15
2.1.1 政治环境	15
2.1.2 经济环境	17
2.1.3 社会文化环境	18
2.1.4 技术环境	18
2.2 中国电子竞技产业生态环境构成	20
2.2.1 政府层面	20
2.2.2 产品层面	20
2.2.3 企业层面	21
2.2.4 赛事层面	21
2.2.5 俱乐部层面	22
2.2.6 用户层面	22
2.3 中国电子竞技产业发展水平与发展趋势	22
2.3.1 市场规模	23
2.3.2 用户规模	23

2.3.3 赛事规模	24
2.3.4 中国电子竞技产业发展趋势	24
第3章 电子竞技产业典型商业模式类型	27
3.1 欧美电子竞技商业模式	27
3.1.1 价值主张	27
3.1.2 价值创造	28
3.1.3 价值获取：盈利模式	28
3.2 韩国电子竞技商业模式	29
3.2.1 价值主张	29
3.2.2 价值创造	30
3.2.3 价值获取	30
3.3 中国电子竞技商业模式	31
3.3.1 价值主张	32
3.3.2 价值创造	32
3.3.3 价值获取	33
3.4 各国电子竞技商业模式对比	34
3.4.1 价值主张对比	34
3.4.2 价值创造对比	35
3.4.3 价值获取对比	36
3.4.4 商业模式内容的差异	36
3.4.5 商业模式类型的差异	37
第4章 电子竞技商业模式的结构与设计	39
4.1 电子竞技商业模式的构成要素	39
4.1.1 电子竞技商业模式的内涵	39
4.1.2 电子竞技商业模式的构成要素	41
4.2 电子竞技商业模式的价值创造逻辑	42
4.2.1 提供物	43
4.2.2 基础设施	43
4.2.3 客户	44
4.2.4 财务	45
4.3 电子竞技商业模式的设计思维	45
4.3.1 电子竞技商业模式设计内涵	46
4.3.2 电子竞技商业模式设计流程	46
4.3.3 电子竞技商业模式设计思维	48
4.3.4 电子竞技商业模式设计方法	49

第5章 政府主导下的电子竞技商业模式	53
5.1 政府在电子竞技产业发展中的地位和作用	53
5.2 政府主导的电子竞技商业模式	55
5.2.1 两类政府主导模式概述	55
5.2.2 两类主导模式的运行条件	57
5.3 政府发展电子竞技产业的重点和路径	60
5.3.1 政府发展电子竞技产业的商业模式分析	60
5.3.2 政府发展电子竞技产业模式存在的问题和对策	62
第6章 内容企业主导下的电子竞技商业模式	66
6.1 腾讯电竞商业模式分析	66
6.1.1 腾讯电子竞技业务发展历程	66
6.1.2 腾讯电子竞技商业模式分析	69
6.2 网易电子竞技商业模式分析	71
6.2.1 网易电子竞技业务发展历程	71
6.2.2 网易电子竞技商业模式分析	73
6.3 暴雪娱乐商业模式分析	75
6.3.1 暴雪娱乐电子竞技业务发展历程	75
6.3.2 暴雪娱乐电子竞技商业模式分析	78
6.4 三种商业模式对比分析	80
6.4.1 三种商业模式对比	80
6.4.2 三种商业模式的运营条件及适用范围	82
第7章 职业电子竞技俱乐部及其商业模式	85
7.1 职业电子竞技俱乐部概述	85
7.1.1 职业电子竞技俱乐部及其联盟	85
7.1.2 中国职业电子竞技俱乐部的发展历程	86
7.1.3 职业电子竞技俱乐部的组建模式	87
7.1.4 职业电子竞技俱乐部的组织结构	89
7.2 职业电子竞技俱乐部的商业模式	89
7.2.1 价值主张	90
7.2.2 价值创造	90
7.2.3 价值获取	91
7.3 职业电子竞技俱乐部未来商业模式创新	92
7.3.1 职业电子竞技俱乐部的优势与机会	92
7.3.2 职业电子竞技俱乐部的劣势与威胁	95
7.3.3 职业电子竞技俱乐部未来商业模式的发展路径	98

第 8 章 媒体主导下的电子竞技商业模式	102
8.1 媒体在电子竞技产业中的作用和地位	102
8.2 传统媒体主导的商业模式	104
8.2.1 传统媒体参与电子竞技传播的发展历程	105
8.2.2 传统媒体主导的电子竞技商业模式运行条件	105
8.2.3 传统媒体主导的电子竞技商业模式分析	106
8.2.4 传统媒体多元化发展的范例：浙报传媒	109
8.3 电子竞技网络直播平台商业模式分析	109
8.3.1 电子竞技网络直播平台的发展与现状	110
8.3.2 电子竞技网络直播平台模式运行条件	112
8.3.3 电子竞技网络直播平台商业模式分析	113
8.3.4 电子竞技网络直播平台案例介绍	117
第 9 章 电子竞技生态中的企业社会责任	120
9.1 企业社会责任	120
9.1.1 企业社会责任的定义	121
9.1.2 关于企业社会责任的不同观点	122
9.2 电子竞技企业应该履行社会责任的理由	123
9.2.1 企业社会责任承担的不同观点	123
9.2.2 承担社会责任对电子竞技企业所带来的利弊	123
9.3 电子竞技生态企业社会责任的内容	126
9.4 电子竞技生态社会责任履行	128

第1章 全球电子竞技产业发展历程概述

电子竞技运动起源于欧美，经过几十年的发展，影响力与日俱增，在韩国更是把电子竞技和足球、围棋一道作为三大国赛进行大力推广。电子竞技不只是一项体育项目，更是一项拥有巨大商机的新兴产业，近年来保持着强劲的发展势头。市场研究公司Newzoo发布的《全球电子竞技市场报告》指出：2017年全球电子竞技观众达到了3.855亿人，其中包括1.91亿电子竞技粉丝和1.94亿偶尔参与的观众；2017年全球电子竞技收入达到6.96亿美元，同比增长41.3%。^①而上述数字在2015年还分别只是2.5亿人与3.25亿美元。^②

尽管全球电竞产业呈现“多级并进，全面开花”的态势，但各地区电竞产业发展水平实际上处于不同阶段。欧美电竞市场历经了萌芽、探索成长、快速发展阶段，目前已经步入成熟发展阶段。20世纪70年代在美国风靡的Space War^③代表着电子竞技雏形的出现，80年代电竞电视节目的出现与繁荣推动了美国电子竞技产业的成长，90年代暴雪娱乐公司的诞生与划时代产品的出现则将欧美电子竞技市场完全打开。进入21世纪后，美国的电子竞技大联盟(MLG)与法国的电子竞技世界杯(ESWC)等赛事相继成立，将欧美电竞产业的发展推向了高潮，也标志着欧美电子竞技产业进入成熟阶段。在亚洲，经历亚洲金融危机后，韩国政府开始大力发展文化娱乐产业，使韩国电子竞技在20世纪最后一个十年得到飞速发展，随着2000年世界电子竞技大赛(WCG)与本土主要赛事的成立，韩国电子竞技产业步入稳定增长时期，2008年后，受益于政府规划与政府资金的支持，韩国电子竞技产业实现了再一次振兴。与欧美地区和韩国相比，中国电子竞技起步较晚，只有短短20多年时间。不同于韩美等国，我国电子竞技产业发展可谓一波三折，在20世纪初期还经历了一次低潮，但随着全球电子竞技产业的火爆和移动互联网的发展，我国电子竞技产业开始于2013年重新焕发活力。目前，美国电子竞技产业产值位居全球第一，韩国电子竞技产业体系最为成熟、市场化程度最高，中国电子竞技产业发展迅猛，产业产值位居全球第三。在发展模式上，欧美国家的电竞产业发展完全依靠市场力量；而韩国电竞产业先由政府介入，以国家力量培育产业，同时由市场接力，形成政府与市场参与的双轨制产业发展模式；我国电竞产业在早期发展模式与欧美相似，主要依靠市场需求推动，但发展到一定程度后受到了舆论和政策的约束，随即步入低潮探索阶段。伴随着政策解冻与政府大力扶持，我国电竞产业发展模式逐步向

① Newzoo. 2017年全球电子竞技市场预测报告. 2017.

② Newzoo. 2016年全球电子竞技市场报告. 2016.

③ Space War是世界上第一款真正意义上具有娱乐性质的电子双人射击游戏。

韩国靠拢，形成“政府参与+市场主导”的发展模式。

1.1 国际主流国家和地区电子竞技产业发展历程

欧美韩等国家或地区的电子竞技产业发展历程是全球电子竞技产业发展的缩影。韩、美、法举办的世界电子竞技三大赛事^①代表着世界电子竞技赛事的最高水平，并不断推动电子竞技产业向全球蔓延，促使其成为具有全民影响的运动。欧美韩等国家或地区的电竞产业发展对全球电竞产业从无到有、从弱到强起到了重要的促进作用。

1.1.1 欧美电子竞技产业发展历程

1. 萌芽期(1970—1980年)

Space War 的诞生推动了美国电子竞技产业的萌芽。1958年，世界上第一款电子游戏 Tennis For Two 在美国诞生，但是该款游戏并不具备娱乐性质。1962年由麻省理工学院学生 Steve Russell 与其同学一起设计了世界上第一款真正具有娱乐性质的双人射击电子游戏 Space War，并经由玩家提议以该款游戏作为比赛产品，无意间促成全球电子竞技产业的兴起。随着 Space War 游戏在美国学生群体逐渐流行，且好评如潮，1972年10月19日斯坦福大学学生被邀请参加名为“Intergalactic Space War Olympics”的 Space War 游戏竞赛，而赢得比赛的学生获得了由美国杂志 *Rolling Stone* 提供的奖金。该比赛成为电子竞技史的正式开端，也成为全球电子竞技的第一场比赛。

20世纪70年代，受益于电子计算机的普及，新的电子游戏不断涌现，种类日益增多，可用于竞技的电子游戏走进大众视野。在第一场电子游戏比赛举办的几年后，美国科技公司雅达利于1980年在美国举办了名为“The Space Invaders Championship”(太空侵略者锦标赛)的大型游戏竞技比赛。该比赛引起了巨大的轰动，吸引了超过1万人参加。这一事件直接促使竞技性游戏逐渐成为主流游戏类型的这一历史性结果的出现。同年美国 Walter Day 游戏公司成立了一个负责跟踪视频游戏世界纪录并开展电子游戏促销活动的“Twin Galaxies”组织，在很大程度上促进了美国乃至全球电子竞技产业的发展。

2. 探索成长阶段(1980—1990年)

电视媒体在电子竞技用户从计算机发烧友走向美国社会大众中扮演着极为重要的角色。在电视媒体时代，电子竞技比赛的传播途径主要是电视直播，而第一次搬上电视荧幕的电子竞技比赛是1982年美国TBS电视台电子竞技比赛节目《星际游乐园》(Star Cade)。在1982—1984年间，《星际游乐园》节目共播出133集，社会反响好评如潮，随后美国著名电视节目《不可思议》加入了电子竞技环节。这一时期人们已无需到达现场，仅通过电视荧幕就能了解到电子竞技最新的内容。

职业化的电子竞技运动在这一时期开始起步。全球电子竞技史上第一支国家队于

^① 分别为韩国的世界电子竞技大赛(World Cyber Games, WCG)(2014年停赛)、美国的职业电子竞技联盟(Cyber Professional League, CPL)和法国的电子竞技世界杯(E-Sports World Cyber, ESWC)。

1983年在美国成立,美国国家游戏队的组建开启了以团队名义参加比赛的序幕,^①而游戏天才的出现将电竞推向了一个新高度。1985年游戏天才 Billy Mitchell 被世界认识, Billy 在“吃豆人”和“大金刚”^②的六场比赛中连续保持最高分记录,成功创造了吉尼斯世界记录,间接推动了美国电子竞技产业的迅速发展。

3. 快速发展阶段(1990—2000年)

1990年是美国游戏发展的关键节点,游戏网络化的实现意味着游戏选手可在线上进行互动式游戏对决,这一技术进步实现了电子竞技行业的真正发展。

暴雪娱乐公司的成立、电子竞技职业联盟(Cyber Professional League, CPL)的诞生与欧洲电子竞技联盟(ESL)的出现,助推了欧美电竞产业的进一步发展。1991年2月8日,加利福尼亚大学洛杉矶分校的三位毕业生成立 Silicon & Synapse 公司,3年后这一公司更名为 Blizzard(亦即暴雪娱乐公司或暴雪公司,简称暴雪),并最终发展成为全球知名的游戏生产厂商。在20世纪90年代暴雪推出了《RPM 赛车》《失落的维京人》《魔兽战争》《星际争霸》等一系列风靡全球的电子游戏,^③极大推动了美国乃至全球电子竞技产业的发展。这一时期多人在线战术竞技游戏(MOBA类游戏)是网络化游戏的典型代表,暴雪推出的游戏完美契合了市场与技术发展曲线,赢得了巨大市场。MOBA类游戏的鼻祖 Netrek 允许16人同时在线对战,在1993年被美国杂志 *Wired* 评为“第一个在线体育游戏”。以暴雪为代表的企业推出越来越多的大型在线互动竞技游戏,促使越来越多的电子竞技比赛组织开始成立,这些组织的成立意味着早期电子竞技比赛项目的出现。1997年6月27日在美国达拉斯成立了电子竞技职业联盟(CPL),创立之初是为了报道举办电子竞技职业比赛的消息以及比赛。但在随后的发展中,CPL将各类知名的游戏组织起来,并进行竞技联赛,成为国际同类比赛中最有声望的比赛,其知名度甚至超过了WCG(2000年由韩国创办的世界电子竞技大赛,于2014年停办)。在欧洲德国科隆,于1997年成立了名为电子竞技联盟(ESL)的欧洲著名电子竞技组织,项目涵盖绝大多数的电子竞技项目。和绝大多数以营利为第一目的的电子竞技赛事不同,ESL的重心是放在如何普及电子竞技和完善赛事规则上。同样成立于1997年的SK Gaming和4Kings电子竞技俱乐部为欧洲电子竞技行业的两大元老,在21世纪欧洲电子竞技的起航中扮演了拓荒者的角色。^④

4. 成熟发展阶段(2000年至今)

进入21世纪后,欧美国家的专业大型赛事得到了快速的发展。2002年美国成立了电子竞技大联盟(MLG),2003年法国成立了电子竞技世界杯ESWC(Electronic Sports

^① 佚名:屏幕前的体育——电子竞技发展史。http://www.sohu.com/a/162247315_691078,2017-08-04.

^② 《吃豆人》是电子游戏历史上的经典街机游戏,由 Namco 公司的岩谷彻设计并由 Midway Games 在 1980 年发行;《大金刚》是任天堂公司于 1981 年开发的动作冒险类游戏。

^③ 互动百科. 暴雪娱乐公司. http://www.baik.com/gwiki/,2017-08-29.

^④ 佚名:WCA 视角:欧洲电子竞技的 16 年成长之路. http://news.pegames.com.cn/557/5578662.html,2015-09-24.

World Cup), 2006年 Intel 德国公司与 ESL 合作创立了 IEM 极限大师赛, 赛事的规模和参赛国家的数量不断攀升。^① 2006年5月3日, 德国电子竞技赛事组织方 Freaks 4U 宣布成立 NGL(NETZSTATT Gaming League) 联赛。其中 ESWC 是世界知名的三大电子竞技赛事之一, 在全球 50 多个国家举办过比赛。ESWC 专业性强, 规模大, 现金奖数额高, 成为全球最受电子竞技界尊敬的比赛之一。但 ESWC 在成立后的两年内便遭遇了滑铁卢式的危机。随着 2008 年全球经济危机的到来, ESWC 经历了盛极而衰的过程, 最终在 2008 年宣布破产, 对欧洲电子竞技产业的发展造成了巨大的负面影响。之后 ESWC 被法国公司 Oxent 收购, 于 2010 年回归法国并重启赛事, 重启后的 ESWC 组织运营更加规范, 吸引了全球各地的参赛队伍, ESWC 再度成为世界顶级赛事, 也极大地推动了欧洲电子竞技产业的发展。

创新的商业平台、政策支持以及资本关注快速推动了欧美电竞产业的发展。随着互联网带宽的增加以及流媒体技术的成熟, 2011 年 Justin Kan 和 Emmett Shea 联合创立针对包括电子竞技内容在内的电子游戏直播网站——Twitch, 将电子竞技直播这一本就和信息有着千丝万缕联系的产业以一种全新的方式联系起来。在 Twitch 电子竞技平台上, 任何用户均可注册成为电子竞技的主播, 到 2013 年, Twitch 平台上的 4 500 万名观众创造了 24 亿小时的电竞赛事观看时长。2014 年, 美国的互联网巨头亚马逊以 9.7 亿美元的现金交易收购了电子竞技直播网站 Twitch, 证明了电子竞技直播市场的巨大潜力。

美国与欧洲部分国家将电子竞技项目认可为体育运动, 推动电竞运动逐步合法化。2013 年 7 月, 美国政府正式批准《英雄联盟》游戏职业玩家成为美国职业运动员, 从政策法规上正式认可电子竞技;^② 法国政府于 2015 年 11 月 8 日修改了《数字及电子产品管理法》, 将电子竞技列入法国政府正式认可的体育项目;^③ 2016 年美国伊利诺伊州的罗布莫里斯大学(RMU)正式向社会招收电子竞技项目的特长生, 并为其提供高达学费总额 70% 的奖学金, 这是美国历史上主流社会第一次对电子竞技和传统竞技一视同仁。目前, 在欧洲已有超过 18 个国家将电子竞技项目认可为体育运动, 电子竞技运动在欧洲的发展受到了高度重视, 产业化模式已成型(见图 1.1)。

1.1.2 韩国电子竞技产业发展历程

1997 年亚洲金融危机爆发, 韩国经济遭受巨大影响。危机过后, 韩国政府开始实施一系列改变产业结构的举措, 文化娱乐等不受资源因素约束的产业在韩国快速发展起来。

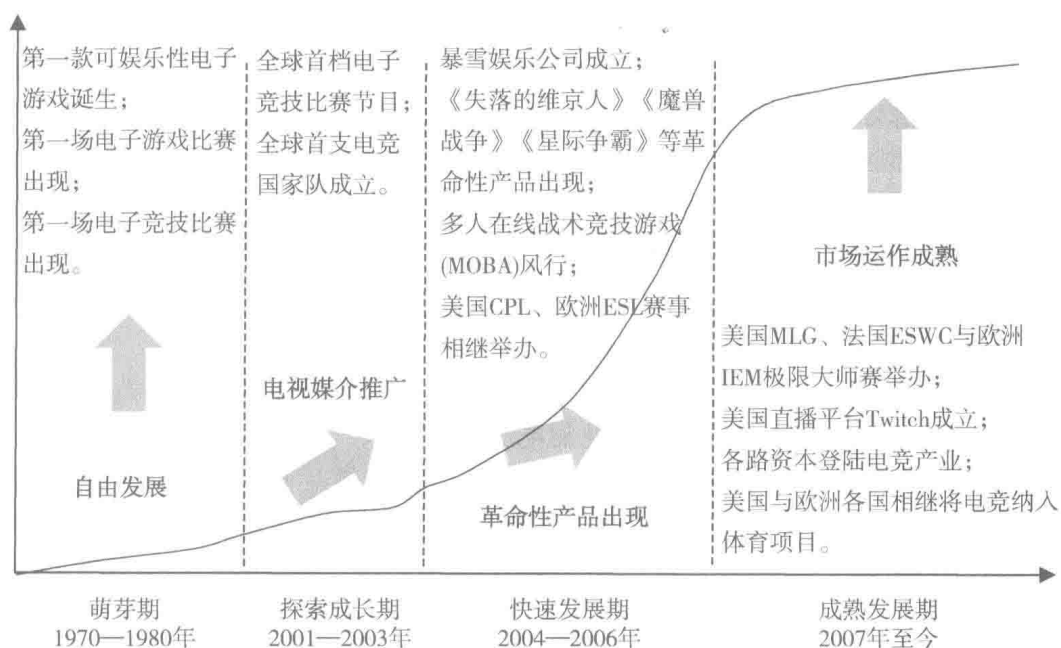
1. 快速发展期(1990—2000 年)

在 1999 年之前, 韩国的游戏产业并没有单独的政府政策支持, 游戏产业划归在《文

① 百度百科. ESL. <https://baike.baidu.com/item/ESL/12811696?fr=aladdin>, 2017-08-20.

② 腾讯体育. 玩游戏能拿美国绿卡 英雄联盟职业玩家获资格. <http://sports.qq.com/a/20130715/008480.htm>, 2013-07-15.

③ 腾讯游戏. 法国政府承认电竞项目为正规体育项目. <http://games.qq.com/a/20151110/001316.htm#p=1>, 2015-11-10.



资料来源：在互联网资料的基础上整合、归纳而成。

图 1.1 欧美电子竞技产业发展历程

化发展》《图片电影和卡通艺术》相关法规下。在该阶段，仅有“游戏审议与游戏产品支持”这一个政策是单独为游戏产业而制定的。1999年是韩国游戏产业发展的关键年，这一年韩国政府在原有的《音乐与视频法》基础上，修订了一部新的《音乐、视频与游戏法》法案，同时成立了“韩国游戏中心”，即为现在“韩国游戏产业发展和促进研究室”的前身。从1999年开始，韩国游戏产业成立了主管部门，摆脱了之前韩国游戏产业主管部门不明、权责不清的局面。从此，韩国游戏产业开始了快速发展。

伴随着政策支持力度加大和相关公司的大力推动，韩国电竞赛事逐渐发力。1997年12月举办的KPLG(Korea Pro Gamers League)赛事成为韩国本土最早的电子竞技赛事。赛事的成功吸引了NetClub、Battle Top等知名俱乐部纷纷举办自己的赛事，这一系列赛事让电子竞技在韩国年轻群体中开始广泛流传。1998年暴雪公司推出知名游戏《星际争霸》，恰逢韩国在国内进行大规模的高速互联网接入建设，韩国基础通信业的发达使电子竞技成为一种低廉且大众化的消费，促使《星际争霸》游戏也顺势在韩国迅速扩张。1998年，韩国仅有3 000间网吧，因为《星际争霸》的推动，1999年网吧数量迅速增长到15 150间。^①随后出现了以参加“星际争霸”比赛为工作的职业玩家。借助暴雪公司的投资和组织，电子竞技职业比赛迅速走出狭窄的网吧，首次进入酒店宴会厅，最终来到体育场馆。

^① 韩国人的电子竞技实力为何能称霸世界？http://www.sohu.com/a/122662921_465287, 2016-12-27.

以电子竞技为主要播出内容的游戏电视台和游戏频道对韩国电竞产业的发展也起到了巨大的推动作用。1999年韩国的LAND OF EAST公司联合韩国Tooniverse电视台一起举办了PKO(Pro Gamer Korea Open)比赛。与其他的电子竞技赛事不同,Tooniverse电视台对此次比赛进行了电视直播。通过此次运作,Tooniverse电视台看到了电子竞技在电视媒体传播上的巨大潜力,着手建立了韩国第一家游戏电视台——On Game Net。韩国的电子竞技发展进入了以电视为主要传播媒介的新时代,On Game Net、Game-Q、GhemTV、MBC Game等电视节目相继诞生,为电子竞技的发展起到了重要作用。2000年世界上首个正式电子竞技职业联赛以及电视转播媒体在韩国诞生,极大地推动了韩国电子竞技产业向前发展。

2. 增长期(2001—2003年)

2001—2003年,韩国开始出现专业的电子竞技组织,并吸引了企业资本的关注。2002年,韩国两大游戏电视台On Game Net和MBC分别举办了自己的联赛,电子竞技和电视转播更加紧密地联系在一起,进一步推动了韩国电子竞技的发展。在随后的发展中韩国出现了数量众多的赛事,经过市场竞争与优胜劣汰,最终形成了以KIGL、PKO、KGL为代表的韩国3家重量级赛事的三足鼎立格局,带领韩国电子竞技行业前行。三大赛事的创立大大促进了韩国电子竞技的发展,使得韩国社会对电子竞技产业的发展有了更大想象空间,吸引了众多投资者的兴趣,为韩国电子竞技可持续发展的模式指明了方向。

3. 稳定发展期(2004—2007年)

2004—2007年,韩国电子竞技产业热度不断升高,赛事规模不断提升。单场观众人数不断创造新高,最高纪录达到12 000人;WCG的参赛国家越来越多,从2003年的23个国家增加到2007年的78个国家;2007年,在韩国官方注册的商业推广赛企业达64家。

为进一步满足电竞产业的快速发展,韩国政府完善了相关配套设施与配套政策。2005年,韩国政府建造了第一个电子竞技馆——位于首尔的龙山电子竞技馆。2006年韩国文化部、体育部和旅游部共同批准成立了韩国职业电子竞技协会(KeSPA),协会负责管理电子竞技活动,推动其作为合法体育项目的发展。在2006年前后,电子竞技产业在韩国的年产值约为40亿美元,与其相关的产业链产值甚至超过了韩国的汽车行业。^①

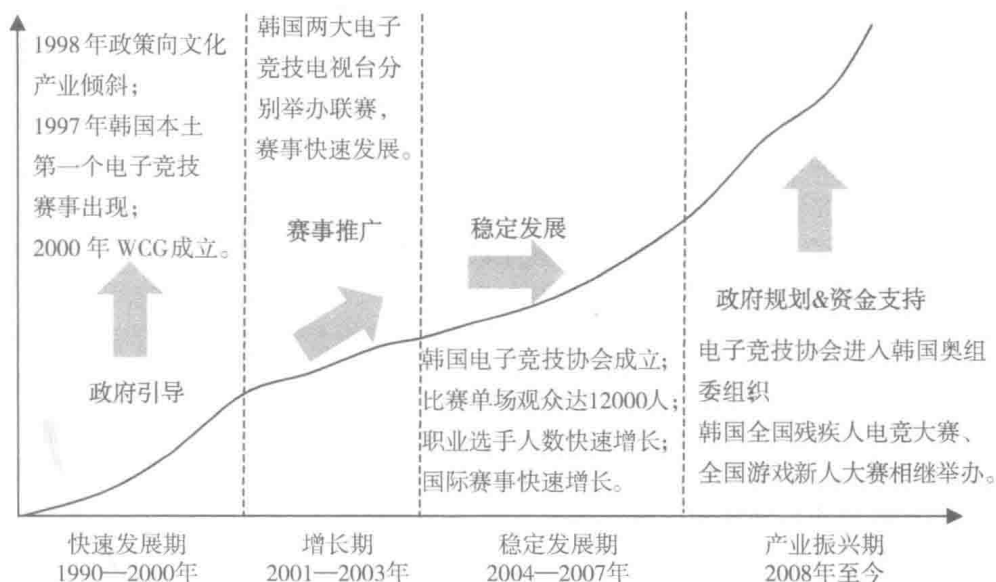
4. 产业振兴期阶段(2008年至今)

2008年全球金融危机后,为推动韩国电子竞技产业打破现有瓶颈,韩国政府从赛事涵盖人群、赛事国际化程度及产业发展规划上进行了重大调整。在赛事涵盖人群上,2008年,由韩国文化体育观光部推动,韩国电子竞技协会、韩国文化产业振兴院共同提议成立了韩国总统杯全国业余电子竞技大会(KEG),其宗旨是将电子竞技推广为全民电竞运动;在赛事国际化程度上,韩国政府积极推进国际电子竞技协议体建设,2008

^① 电子竞技. <https://baike.baidu.com/item,2017-08-25>.

年8月，全球数十个国家的电子竞技组织代表汇聚韩国共商合作，并计划在韩国召开国际电子竞技比赛以及第三届游戏新手电子竞技大赛；^①在电竞产业发展规划上，韩国文化体育观光部为推动电竞第二次腾飞，于2010年发布了《e-Sports Innovation 2.0：电子竞技中长期发展计划(2010—2014年)》，并提出五大重点战略以实现韩国电竞产业的振兴。

更为重要的是，经过多年努力，KeSPA于2015年1月被批准正式入编为韩国奥组委的一员，意味着KeSPA所管辖的电子竞技项目将正式成为韩国官方二级奥林匹克运动项目(见图1.2)。



资料来源：作者在互联网资料的基础上整合、归纳而成。

图 1.2 韩国电子竞技产业发展历程

1.1.3 日本电子竞技产业发展历程

日本游戏产业发达，游戏人群基数非常大，但在国际性电子竞技游戏大赛中难以看见日本团队以及日本选手的身影。是什么原因让日本这样的游戏超级大国的电子竞技产业显得不那么发达？

从根本上看，日本作为世界电子游戏超级大国，该地位只代表了早期电子游戏(单机)时期的状态。单机游戏与电子竞技游戏的区别在于，电子竞技游戏是人与人之间的游戏较量，而单机游戏是人与电脑或机器之间的较量。因此，在互联网时代，日本在单机游戏上的世界领先地位很难继续保持。单机游戏所需的设备仅仅是游戏机设备，而在

^① 徐太建. 第六届中国国际数码互动娱乐产业高峰论坛. <http://baike.580114.com/k-7215.html>, 2008-07-16.

电子竞技游戏中,电脑只是作为游戏互动的载体,若要打好并赢得比赛,玩家必须装备其他的配套装备,或与团队进行良好的配合。因此,从产业发展的角度看,日本单机游戏不具备产业拓展的可能性,一旦游戏机售出,其单个消费者的游戏消费能力就暂时止步。而在电子竞技游戏中,玩家需要进行持续性的投入才能获得游戏上的成就感、满足感。其次,日本群众对于电子竞技的认知依然有着很大的偏差,日本主流游戏服务于个人或者家庭,且大多数的日本游戏软件目标客户是儿童,竞技性显然不是厂商对游戏的主要设计需求,这使得日本厂商积极性较低,电子竞技更无从谈起。

但随着全球电子竞技产业的发展,日本为寻求游戏产业发展的突破,也开始对电子竞技行业进行探索,日本电子竞技大赛、赞助商以及组建职业战队的俱乐部逐渐增加。2015年,日本首次出现了全职工薪制玩家战队,开设了专门培训职业玩家的专科学校,部分日本企业也逐渐参与到电子竞技事业之中;^①2016年,日本举行了首届全国电子竞技大赛,但与韩美等国家相比已落后了约20年。因此,在当前阶段,日本电子竞技产业仍然处于萌芽起步期。

1.2 中国电子竞技产业的发展历程

我国电子竞技产业经历了从无到有、从弱到较强的过程。随着社会整体环境的转变,各方面条件的逐步成熟,中国电子竞技产业迎来了难得的发展机遇,正处于历史发展的最好时期。

结合中国电竞产业特点和产业生命周期的一般规律,中国的电子竞技产业发展历程可划分为萌芽起步期、成长探索期和爆发成长期三个阶段。

1.2.1 萌芽起步期(1996—2002年)

国外电子游戏的引进成为中国电子竞技产业发展的开端。1996年,国外的一些电子游戏被引进中国,而这些游戏中携带了局域网的对战功能,让新一代的青年发现了公平竞技的乐趣,也意外地促进了中国电子竞技产业的萌芽。1997年,少数早期游戏用户建立了自发性的游戏组织,组建起初级意义上的“战队”。1998年,一些非官方形式的赛事举行,但规模相当有限。随着暴雪分别于1998年和1999年推出的《星际争霸:母巢之战》《反恐精英》游戏进入中国,在中国速掀起了电子竞技游戏的第一股浪潮。

随着竞技类游戏内容不断更新,品质不断提升,加上各大游戏厂商不遗余力地进行市场宣传与推广,电子竞技游戏的参与人数不断上升,规模较大、参与广泛、影响力较强的赛事相继出现。如WCG赛事由韩国国际电子营销公司于2000年开始在全球范围内举办。同时,世界上首个正式电子竞技职业联赛以及电视转播媒体也在韩国诞生。2001年我国两名业余选手在韩国杯比赛上斩获两金一银一铜,引起了国人对电子竞技的关注。2002年4月,由中国游戏中心举办的首届电子竞技大会正式开幕,参赛选手涵盖

^① 佚名:日本电竞产业问题所在:网络游戏无法公平竞争. <http://games.qq.com/a/20160301/026758.htm>,2016-03-01.