

我国电子竞技运动英雄联盟职业联赛赛事推广研究

彭柯清

(腾竞体育文化发展(上海)有限公司, 上海 200041)

【摘要】 本文探讨了我国电子竞技运动中英雄联盟职业联赛推广面临的问题以及针对这些问题的对策建议。问题主要包括缺乏完善的赛事推广计划、资源投入成本较高、观众群体多样性等方面, 而对策建议着重于完善赛事推广计划、加强观众互动、提高资源利用率等方面的具体措施。通过长期性规划、多元化内容、精准定位等策略, 赛事推广能够更好地吸引观众、提升参与度, 并为英雄联盟职业联赛走向更广阔的发展道路奠定基础。

【关键词】 电子竞技运动; 英雄联盟; 职业联赛赛事

英雄联盟职业联赛 (League of Legends Pro League, 简称 LPL), 是中国最高级别的英雄联盟职业比赛, 同时也是中国大陆赛区通往每年英雄联盟季中冠军赛和英雄联盟全球总决赛的唯一渠道。每年由春季赛和夏季赛组成, 每赛季分为常规赛与季后赛两部分。LPL 不仅提供了激烈的比赛, 更是电子竞技运动中的重要舞台, 为职业选手提供了展示实力、争夺荣耀的机会, 同时也为全球粉丝带来了精彩纷呈的游戏体验和紧张刺激的观赛享受。

一、我国电子竞技运动英雄联盟职业联赛赛事推广的概述

我国英雄联盟职业联赛赛事在推广方面积极探索多元化的方式。通过线上直播平台和传统电视媒体的合作, 赛事直播覆盖范围不断扩大, 吸引了大量观众的关注。同时, 赛事举办期间经常搭建体验区、举办粉丝见面会和线下活动, 与观众近距离互动, 增强了粉丝的参与感和忠诚度。赛事推广也涵盖了社交媒体营销、赛事纪录片制作等多种形式, 深度挖掘选手背后的故事和赛事幕后的精彩, 吸引更多人了解、关注和参与到电子竞技的世界中来。此外, 赛事举办地的选择也考虑到了地方文化和地方政府的支持, 通过与当地文化和旅游活动相结合, 进一步提升了赛事的知名度和影响力。

二、我国电子竞技运动英雄联盟职业联赛赛事推广面临的问题

(一) 电子竞技运动市场竞争激烈

英雄联盟职业联赛作为其中的一环, 不仅要与其他电竞游戏的联赛竞争, 还需与不同类型的体育赛事争夺观众时间和资源。这意味着英雄联盟需要不断创新和提升赛事质量, 以吸引更多观众和赞助商。同时, 各个游戏厂商也在积极布局, 推出新游戏并建立自己

的赛事体系, 使竞争更为激烈。同时, 直播平台和传统媒体都在争夺电竞直播的独家权益, 这导致了版权价格的飙升。英雄联盟等热门游戏的直播权竞争十分激烈, 直接影响着赛事推广的成本和覆盖范围。这种情况下, 电竞联赛需要寻找更合适的传播平台, 或者通过自身的独特魅力吸引媒体资源的支持, 以在激烈的市场竞争中脱颖而出。此外, 不同的电竞游戏拥有着不同的玩家和观众群体, 而这些观众有限的时间和精力也在各类游戏之间分配。英雄联盟需要不断推陈出新, 保持游戏的吸引力和竞技性, 以留住现有观众并吸引更多新观众。与此同时, 其他游戏也在竞争中不断改进, 争夺电竞市场的份额, 增加了英雄联盟职业联赛在竞争中脱颖而出的难度。

(二) 赛事缺乏可持续性

尽管电竞市场增长迅速, 但职业联赛的收入主要依赖于赞助商和广告, 这在一定程度上导致了收入不稳定的情况。赞助商会随着市场趋势和观众关注度的变化而波动, 如果不能保持稳定的合作关系, 赛事的经济基础就会受到影响, 进而影响到推广和运营。同时, 赛事的可持续性也受到了不确定的竞争环境影响。电子竞技市场竞争激烈, 新游戏的涌现以及其他电竞赛事的崛起都对英雄联盟职业联赛构成了竞争压力。在这种情况下, 赛事的持续吸引力和竞争力成为了关键因素。如果无法持续保持观众的关注和对赛事的热情, 赛事的可持续性将面临挑战。此外, 赛事的组织和管理问题也是导致可持续性问题的的重要原因。运营一项职业联赛需要良好的组织架构、高效的管理团队和有效的运营模式。如果赛事组织和管理不当, 导致资源浪费、效率低下, 甚至是赛事质量下降, 观众流失等问题, 从而影响到赛事的可持续性发展。

(三) 观众群体具有多样性

观众群体的多样性是英雄联盟职业联赛推广面临的一个重要问题。观众的年龄和地域分布十分广泛，这项电子竞技赛事吸引着来自不同年龄段的观众，从青少年到成年人，甚至中老年群体都有一定比例的观赛人数。同时，观众群体分布也跨越了全国各地，甚至是全球范围，这使得对不同地域、不同文化背景的观众进行精准定位和推广成为一项挑战。同时，观众的兴趣和需求多样化。观众对于赛事的关注点和期待各异，有些人更关心选手的技术操作和赛事战术，有些则更注重赛事背后的故事和选手的个人魅力。还有一部分观众更看重赛事周边的娱乐性内容，如赛事活动、周边产品和互动体验等。这种多样性使得赛事推广需要考虑到不同观众群体的兴趣和需求，提供多样化的内容和体验，以吸引更广泛的受众。此外，观众的参与方式也呈现多样性。有些观众更倾向于在线直播观赛，有些则更喜欢通过视频点播或赛事回放来观看。除了线上观赛，也有观众更愿意参与线下赛事活动，例如赛事现场观赛、线下粉丝见面会等。此外，一部分观众更喜欢通过社交媒体平台参与赛事话题讨论和互动，而另一部分更倾向于参与赛事相关的线上论坛和社区。这种多样性使得赛事推广需要采取多元化的传播方式和互动手段，以满足不同观众的参与需求。

（四）资源投入成本较高

英雄联盟职业联赛在推广过程中面临资源投入成本较高的问题，例如赛事的制作成本较高。为了提供高质量的赛事内容，赛事的制作成本是相当可观，涵盖了赛事场馆租赁、设备搭建、技术团队人力成本、赛事裁判等方面的支出，这些成本相对较高且持续性地消耗资金。同时，赛事推广和营销也需要投入大量资源。赛事的推广是其长期稳定发展的关键，需要投入在广告宣传、赛事直播推广、社交媒体运营、赛事活动策划等方面的费用。这些投入不仅仅包括了资金上的支出，还需要策划团队、广告代理商、媒体合作等多方资源的投入，使得推广成本居高不下。此外，选手和团队的培养和运营也导致投入成本高。为了确保赛事的竞争水平和吸引力，需要不断培养出色的选手，这涉及到选手的训练费用、队伍的管理和运营成本。这包括了选手薪酬、教练团队支出、团队经营费用等，这些支出在赛事运营中也占据相当大的比重。

（五）缺乏完善的赛事推广计划

赛事推广缺乏长期性和系统性规划，赛事推广更多地依赖于临时性的活动和推广手段，缺乏长期性的规划和系统性的策略，导致赛事在推广效果上的不稳

定性和连贯性，难以形成长期的品牌价值和影响力。同时，赛事推广缺乏多样化的渠道和内容。有些赛事推广过于依赖少数传统的推广渠道，如电视、广播等，而忽视了互联网和新媒体等新兴渠道的潜力。同时，赛事推广的内容也相对单一，缺乏多样性和个性化，难以满足不同观众群体的需求和兴趣。此外，赛事推广缺乏精准的目标定位和定向策略。在推广过程中，赛事缺乏精准的观众定位和目标市场的分析，导致推广策略和活动无法精准地触达目标受众，造成资源浪费和推广效果的减弱，影响赛事推广的效果和成效。

三、我国电子竞技运动英雄联盟职业联赛赛事推广的对策建议

（一）开展多元化内容营销

多元化内容营销是提升英雄联盟职业联赛赛事推广效果的重要途径之一。首先，赛事可以通过创新的视频内容来吸引更广泛的受众。制作精彩的赛事集锦、幕后花絮、选手专访等内容，不仅能够吸引对游戏有浓厚兴趣的玩家，还能够吸引更多非玩家观众，带动整体的关注度。这些视频可以在各大视频平台发布，拓展观众群体，提升赛事的知名度和关注度。同时，赛事可以在社交媒体平台上展开全面推广。通过在微博、微信等平台上发布赛事相关资讯、精彩片段和互动内容，与粉丝进行互动，增强粉丝参与感和黏性。这种互动不仅能够让粉丝更深入地了解选手、赛事背后的故事，还能够激发粉丝的参与热情，拉近赛事与观众的距离，提高赛事的社交影响力。此外，赛事可以与相关行业合作，开展跨界合作和联合营销。例如与电竞周边产品、服装品牌、食品饮料企业等合作推出联名商品，或者与文化艺术领域进行跨界活动，吸引更多非传统电竞领域的受众关注。这种合作不仅能够为赛事带来更多资源支持，还能够将电竞文化融入更多领域，提升电竞的文化影响力和认知度。

（二）寻求长期合作赞助商

赛事方可通过建立稳固的合作关系来吸引长期合作赞助商。这意味着不仅要提供赛事期间的广告曝光机会，还需要为赞助商提供更多的回报价值，例如提供专属的品牌曝光渠道、定制化的赛事活动、赛事周边产品合作等，以确保赞助商在长期合作中获得更多的利益和回报。同时，赛事方应注重与赞助商的战略契合度，与合适的赞助商合作可以让双方在市场上形成良好的互补与合作关系。赞助商与赛事内容或赛事受众有关联性，赛事方可以更好地与赛事产生共鸣，提升品牌知名度和认知度。因此，在选择合作赞助商时，赛事方需要考虑品牌定位、目标受众等因素，寻找与赛事价值和形象相符合的长期合作伙伴。

此外,赛事方应提供灵活多样的合作方案,以满足不同赞助商的需求。有些赞助商需要更多的品牌曝光,有些更注重用户互动和参与度,而有些则希望通过赞助活动进行销售推广。因此,赛事方可以根据赞助商的不同需求,提供灵活多样的合作方案,个性化定制赛事赞助计划,确保合作双方的利益最大化。

(三) 加强观众互动

加强观众互动是提升英雄联盟职业联赛赛事推广效果,赛事方可以通过建立在线互动平台来增强观众参与感,在直播过程中设置互动环节,例如投票选出最有价值选手、设立观众互动评论区等,让观众有机会参与到赛事中来,增强他们的参与感和粘性。通过这些互动方式,观众可以更加深入地了解赛事内容,也更容易产生共鸣和参与感。同时,赛事方可以开展线下活动,提供更直接的观赛体验和互动机会。举办赛事现场观赛活动、粉丝见面会、签售会等活动,让观众能够近距离接触选手、感受赛事氛围,增进与选手和赛事的互动体验。这种线下活动不仅可以增加观众的参与感,还能够促进粉丝之间的交流互动,加强他们对赛事的认同感和忠诚度。此外,赛事方可以通过社交媒体平台加强与观众的互动和沟通。通过开展线上互动活动、发起话题讨论、举办抽奖活动等,赛事方可以与观众建立更紧密的联系,增强他们对赛事的关注度和参与度。利用社交媒体平台的便利性和互动性,赛事方可以更加便捷地与观众进行沟通互动,了解他们的需求和意见,进而更好地满足观众的期待。

(四) 提高资源利用率

提高资源利用率对于英雄联盟职业联赛的推广至关重要,可以采取一系列措施来有效利用现有资源。赛事方可以优化赛事场馆的利用率,通过合理规划赛程和赛事安排,合理安排赛事场馆的使用时间和场次,使其达到最佳利用效果。此外,赛后场馆可开放举办其他类型的活动,如举办游戏展览、主题派对等,以提高场馆的整体利用率,降低场馆资源的闲置浪费。同时,赛事方可探索多元化的赛事内容和节目形式,以充分利用现有资源。除了正式比赛外,赛事方可以举办各类赛事周边活动,如粉丝见面会、游戏体验区、赛后座谈等,为观众提供更多元化的观赛体验。同时,赛事方还可以考虑制作相关纪录片、短视频等赛事背后的故事内容,充分挖掘赛事资源的多样性,提高资源的利用率和价值。此外,赛事方可以加强与赞助商和合作伙伴的合作,实现资源共享和互补。赛事方可以与赞助商建立更深入的合作关系,利用赞助商的资源和平台,例如赛事广告推广、赛事场馆共享等方式,提高赛事资源的整体利用率。同时,

赛事方可以与其他相关行业合作,如游戏厂商、媒体公司等,共同打造赛事周边产品和联合推广活动,实现资源互补,提高整体推广效果和资源利用率。

(五) 完善赛事推广计划

赛事方可以建立长期性的推广规划是必不可少的,这需要赛事方对赛事的整体发展进行长远规划,明确目标、确定重点推广内容,并制定相应的时间表和执行计划。这种长期性规划可以使推广活动更加有序、连贯,形成更具持续性和品牌效应的推广效果。赛事方可以设置多元化推广渠道,赛事方可以利用传统媒体如电视、广播等,同时也应充分利用互联网、社交媒体等新兴媒体渠道,拓展推广范围。此外,赛事方的推广内容也应多样化,不仅包括正式赛事的直播,还可以增加幕后花絮、选手专访、赛后解说等多元化内容,吸引更广泛的观众关注。赛事方可以精准的目标定位,通过对受众群体进行深入调研和分析,赛事方能更精准地把握观众需求,制定符合目标受众兴趣的推广策略。从选手风采、游戏竞技到赛事精彩瞬间,针对不同受众群体的特点,赛事方可以制定差异化的推广策略,提升推广效果和观众参与度。

四、结语

在电子竞技运动中,英雄联盟职业联赛作为引领潮流的一部分,其推广和发展既面临挑战,也蕴藏着巨大的潜力。通过长期规划、多元化内容和精准定位,可以为赛事推广铺就一条稳健之路。精心设计的赛事计划能够为观众呈现更丰富多彩的内容,激发观众的热情与参与度。在推广策略的不断优化下,英雄联盟职业联赛有望在吸引更广泛观众的同时,为电竞运动开拓更广阔的前景,成为行业内的典范与领袖。

参考文献:

- [1] 杨海燕,杨阳.我国电子竞技赛事的商业化发展研究——以英雄联盟为例[J].当代体育科技,2020,10(4):4.
- [2] 王一杰,史文文,付群,等.我国电子竞技职业化发展过程中的道德失范——以英雄联盟职业赛事为例[J].体育教育学刊,2022,38(1):47-54.
- [3] 杨斯琦,林芳.我国电子竞技职业联赛发展现状的SWOT分析[J].运动精品,2019(7):3.
- [4] 沈莹.我国电子竞技行业研究分析[J].电脑乐园,2021(012):15.

作者简介: 彭柯清(1989—),男性,汉族,江苏无锡人,本科,英雄联盟职业联赛的社交内容运营及推广工作。