

电子竞技赛事职业道德

3.1 职业道德的概念与意义

3.1.1 职业道德的定义

职业道德是指在一定职业活动中应遵循的、体现一定职业特征的、调整一定职业关系的职业行为准则和规范。不同的职业人员在特定的职业活动中形成了特殊的职业关系,包括职业主体与职业服务对象之间的关系、职业团体之间的关系、同一职业团体内部人与人之间之间的关系,以及职业劳动者、职业团体与国家之间的关系,它通过人们的信念、习惯和社会舆论而起作用,成为人们评判是非、辨别好坏的标准和尺度,从而促使人们不断增强职业道德观念,不断提高服务水平。

3.1.2 职业道德的内容

职业道德的主要内容为爱岗敬业、办事公道、诚实守信、遵纪守法、尊重产权、客观公正。

爱岗敬业、办事公道是电子竞技从业人员应该具备的一种崇高精神,是求真务实、优质服务、勤奋奉献的前提和基础。电子竞技从业人员首先要安心工作、热爱工作、献身所从事的行业,把自己远大的理想和追求落到工作实处,在工作岗位上做出非凡的贡献。电子竞技从业人员有了尊职敬业的精神,就能在实际工作中积极进取、忘我工作,把好工作质量关,对工作认真负责,同时认真分析工作中的不足和积累经验。

诚实守信、遵纪守法是电子竞技从业人员职业道德的核心。诚实守信是中华民族的传统美德,遵纪守法是每一个公民应尽的义务。不参与假赛和赌博、依法办事是电子竞技从业者的觉悟、良知和道德。拒绝对比赛结果在任何形式上进行操控,对参赛选手、观众、自我道德负责。

尊重产权、客观公正是电子竞技从业人员职业道德的灵魂。在电子竞技赛事中,比赛项目都为游戏,而使用游戏进行比赛需要经过游戏厂商的许可。在电子竞技赛事的运营中应注重知识产权,不使用没有授权许可的素材也是现今非常重要的职业道德。保持客观公正的精神,在电子竞技赛事中设置相对公平的赛制及赛事规则是赛事运营的重要工作。

3.1.3 职业道德的意义

职业道德是社会道德体系的重要组成部分,一方面具有社会道德的一般作用,另一方面又具有自身的特殊作用。

1. 有利于提高社会道德水平

职业道德是整个社会道德的主要内容。电子竞技工作者的职业道德是社会道德在电子竞技行业的具体化。电子竞技工作者应加强职业道德建设、提升职业道德水平,这样做不仅有利于电子竞技行业自身的发展,而且关系到整个社会道德水平的提高。所以,电子竞技工作者具备优良的道德对促进社会道德水平的提高具有重要意义。

2. 有利于调节电子竞技从业人员之间的关系

职业道德的基本职能是调节职能,一方面可以调节从业人员内部的关系,即运用职业道德规范约束职业内部人员的行为,促进职业内部人员的团结与合作,如职业道德规范要求各行各业的从业人员都要团结、互助、爱岗、敬业、齐心协力地为发展本行业、本职业服务;另一方面,职业道德又可以调节从业人员和服务对象之间的关系,如职业道德规定了赛事运营人员要怎样对工作、选手和观众负责等。

3. 有利于维护和提高电子竞技行业的社会信誉

电子竞技行业的信誉就是电子竞技的形象、信用和声誉,是电子竞技行业及其赛事与服务在社会公众中的信任程度,提高信誉主要依靠电子竞技赛事的质量和服务的质量,而电子竞技工作人员的高职业道德水平是产品质量和服务质量的有效保证。若电子竞技工作人员的职业道德水平不高,就很难推出优质的赛事和提供优质的服务。电子竞技行业是新兴行业,每个电子竞技从业者对电子竞技行业的形象塑造都至关重要,一个专业的具有职业道德与素养的电子竞技从业者的形象可以潜移默化地改善社会对电子竞技行业的误解与偏见。作为电子竞技赛事运营者,富有职业素养的工作形象是塑造赛事品牌的一大助力。所以,电子竞技工作人员的职业道德建设是维护和提高电子竞技行业的社会信誉、促进电子竞技行业兴盛发达的必不可少的前提条件。

4. 保障电子竞技市场的健康发展

电子竞技的发展有赖于高的经济效益,而高的经济效益源于高的电子竞技工作者的素质。工作者的素质主要包含知识、能力、责任心三个方面,其中责任心是最重要的。而职业道德水平高的工作人员的责任心是极强的。所以在市场经济条件下,具有良好职业道德的电子竞技工作者应按照职业道德规范要求参与电子竞技行业市场活动,防范和减少不规范行为对市场环境、市场主体、市场运行机制等的干扰和破坏。因此,加强电子竞技工作人员的职业道德建设是电子竞技市场健康有序运行和发展的保障。

3.2 电子竞技赛事运营的工作态度

3.2.1 对待工作

电子竞技从业人员应保持积极向上的工作态度,热爱本职工作,在工作中应勤于思考、认真总结、保持自信、处事冷静稳健,对工作秉持着认真负责的态度,自觉遵守工作纪律,杜绝利用工作之便贪污受贿或谋取私利,自觉抵制各种精神污染,不议论客户和同事的私事,不夹杂个人情绪进行工作。

对赛事主办方认真负责,乐于倾听与交流。与同事积极沟通,交流工作进度,了解赛事进程。同事之间应互相关心和帮助、团结协助、和睦相处,形成良好的集体氛围。讲文明、有礼貌,树立并维护个人和公司的良好形象。

3.2.2 对待选手

电子竞技赛事运营方应保证公平、公正、公开地对待每一位参赛选手,做到不偏不倚、一视同仁。要以既定规则进行有理有据的判决,不应以自身情绪、个人看法以及外界压力区别对待选手,不应徇私枉法,必须坚持自己的原则和底线。

要人性化地对待每一位选手,保护选手隐私,从多方面保证选手的竞技感受,细心考虑选手需求,在不违背规则的情况下尊重选手的个人意愿,尽最大可能地为选手提供便利。

3.2.3 对待观众

对于观众,一定要设身处地地为其着想,认真听取观众的建议及意见,尊重每一位观众。

在赛事进行期间,要引导观众遵守赛场纪律,也要引导观众情绪,防止发生冲突。同时,安全防护工作一定要面面俱到,对各种意外情况要有充足的应急准备,如紧急疏散等。安全措施要保证快速有效。

3.3 电子竞技赛事运营的职业素养

3.3.1 关注新闻,了解资讯

电子竞技行业从业者必须时刻关注行业动态,包括电子竞技赛事、行业新闻、政策动态、热点事件、大咖分享等。每天对行业资讯保持热度会培养从业者的大局观、行业敏感度、分析和理解能力。

除了对电子竞技行业持续深入的关注和思考以外,还要对体育行业的动态关注。电子竞技行业的动态必须关注,这关乎赛事的策划方向,游戏项目的电子竞技发展规划则有

利于产品发展规划。目前,电子竞技行业正逐渐向传统体育行业看齐,向正规化、专业化进行转变,对体育行业的关注有利于开拓电子竞技从业者的电子竞技思维。

电子竞技赛事运营者应当每天花费一定时间了解行业最新资讯,每天保持热度。让从业者的思维与行业内的其他人士通过文章、新闻等载体隔空交流,不仅可以学会从多角度、多方位看待事情的能力,还能大幅提升从业者的综合能力。

3.3.2 工作反思,赛事总结

总结是综合提升的过程,不仅是反思工作、找出问题并改正的过程,更是对自己的总结能力和反思能力的再次提升。知道个人思维的局限性才是反思的根本。电子竞技行业在高速发展,电子竞技赛事涉及各类人员,容易出现突发事件,需要电子竞技从业人员有很好的总结和反思能力,从而快速做出正确的决定。

在每周或者每个项目阶段做个人工作总结,总结个人在某一阶段出现的问题,提出可能的解决方案,在今后避免问题或者践行解决方案。

做赛事复盘总结。一次赛事落地以后,必须做一次复盘总结。通过结果分析赛事中存在的问题并总结经验,这样做有利于提升赛事运营者对赛事的把控能力,也会为后续工作形成参考。

3.3.3 严守秘密,顾全大局

在履行自己职责的同时要树立保密观念,保守商业秘密,不外泄资料。在突发事件的处理上要以大局为重。严守秘密,不将选手和观众的资料外泄,不对外发布企业内部信息是电子竞技从业人员的自我修养。顾全大局是电子竞技从业人员的工作方针,不将私人情绪代入工作,事事以大局为先。

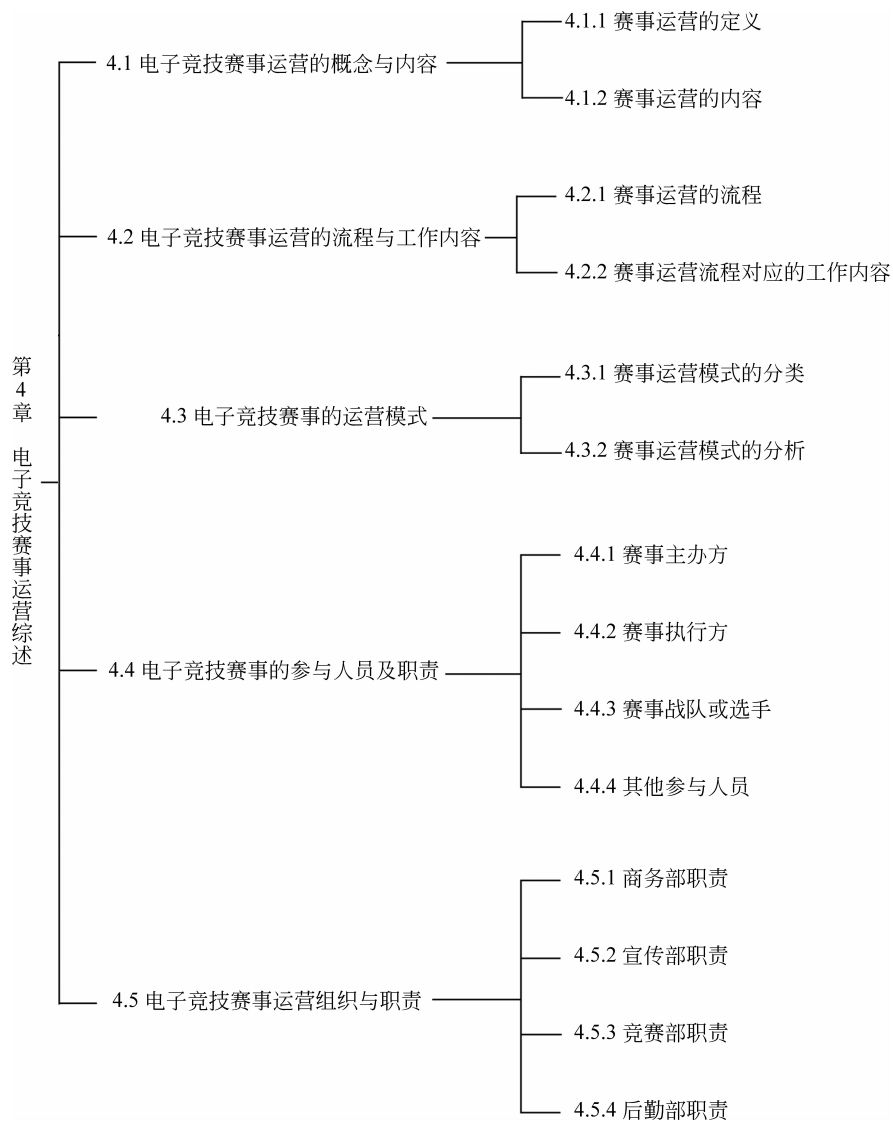
3.3.4 勤于思考,乐于创新

电子竞技赛事运营者是赛事的策划者,是电子竞技赛事重要的头脑中心,应该做到勤于思考、乐于创新,不故步自封。对每次的赛事策划要多加思考,不墨守成规,力争每次赛事都给观众带来新鲜感。为了多了解行业活动趋势,电子竞技赛事运营人员应该有意识地参与各类展会、赛事,学习各类活动的优势,思考如何做到“人无我有,人有我优”,为创新活动打下基础。只有勤学、多看各类不同的赛事,开启创新思路,才能做出新鲜、有活力的赛事活动策划。



第三部分

电子竞技赛事运营



电子竞技赛事运营综述

4.1 电子竞技赛事运营的概念与内容

4.1.1 赛事运营的定义

赛事运营是指商业性组织利用资源要素,将输入(人、财务、技术等)转化为输出(经济效益)的过程。从狭义上来说,它是一个电子竞技行业的岗位名称,是整个电子竞技赛事项目的管理者和执行者,也是赛事与各方(游戏厂商、赞助商、战队、解说、表演嘉宾等)的服务者,负责整个赛事的流程。

赛事运营能力直接决定了电子竞技赛事的影响力和盈利状况。只有将电子竞技赛事运营好,整个电子竞技产业才会有优质的内容输出,才会产生源源不断的资金流入以支撑整个电子竞技行业的持续发展。电子竞技运动的竞赛性质决定了其以电子竞技赛事为核心,而电子竞技赛事则以赛事运营为核心。

4.1.2 赛事运营的内容

赛事运营主要由赛事策划、赛事推广、赛事招商、赛事执行四部分构成。其中,赛事策划是赛事运营的基础。一个电子竞技比赛的落地和执行都是建立在一份完整的赛事策划上的,而一份完整的赛事策划方案又包含赛事内容、赛事成本控制、赛事推广方案、赛事招商方案、赛事执行方案等。一般,一个赛事运营的工作内容包括具体赛事策划、流程和风险的把控、现场协调、人员和项目的统筹等。具体如下,如图 4-1 所示。

- ① 策划赛事内容,制定赛制、赛程,并能协调各参赛单位及人员。
- ② 制定赛事推广方案的大方向,并协助赛事推广活动的组织、策划及执行。
- ③ 配合商务制定招商计划,并根据实际情况调整招商计划。
- ④ 做电子竞技赛事的前期准备工作,中期执行,后期评估。
- ⑤ 监控赛事项目的实施情况,及时根据赛事的要求和变化提出解决方案,并向赛事组委会提供合理建议。
- ⑥ 合理实施各项计划统筹,掌握各分赛区的工作进度及方向。
- ⑦ 与赛事执行人员进行细致的沟通,减少因沟通不足而引起的执行偏差。
- ⑧ 解决现场活动中出现的问题,灵活应对突发事件。



图 4-1 赛事运营的主要内容

4.2 电子竞技赛事运营的流程与工作内容

4.2.1 赛事运营的流程

一个赛事的举行首先由主办方发起意向,对整个赛事提出战略规划,对赛事的规模、时间、内容有大致的拟定,例如3月份在高校范围内选拔《王者荣耀》的电子竞技选手,或者8月份举行上海对武汉的地区对抗赛等。

赛事运营者根据战略规划策划赛事,并制定赛制与比赛规则、赛事推广方案等。在与主办方达成意向后,赛事承办方将完成对赛事的申办(包括比赛项目的赛事权、线下比赛的备案、场馆的报批等)。在策划赛事的同时,运营人员要配合商务人员进行招商方案的策划,对赛事进行招商。

在赛事招商结束后及赛事推广开始之前(具体提前时间可根据赛事规模进行调整),赛事运营人员要规划出一份完整的赛事执行方案。根据具体的执行方案,赛事开始落地宣传、推广,推广要贯穿比赛前、比赛中和比赛完全结束。

在这段赛事开始推广到赛事完全结束的时间里,赛事运营方要统筹各个部门的工作进度,在监控赛事实施情况的同时,要根据赛事的具体变化灵活地调整推广的方式和方法,为赛事运营提供合理建议。

其中,在赛事正式开始前建立完整的执行人员管理机制也是赛事运营工作的一部分。赛事正式开始后,赛事运营人员需要与赛事执行人员积极沟通,及时、灵活地处理赛事执行时出现的问题,避免比赛被过度耽搁。赛事运营的流程如图4-2所示。



图 4-2 赛事运营的流程

4.2.2 赛事运营流程对应的工作内容

电子竞技赛事运营的工作内容见表 4-1。

表 4-1 电子竞技赛事运营在赛事流程中的工作内容

电子竞技赛事的流程节点	赛事运营的工作内容
举办赛事意向	反复沟通,确定主办方基本的赛事规划与要求
赛事策划	① 策划赛事内容,制定赛制、赛程 ② 制定基本的推广方案 ③ 计算赛事成本 ④ 对赛事进行可行性研究 ⑤ 编制风险评估报告 ⑥ 配合商务人员完成对赛事的申办
赛事招商	① 配合商务人员编写招商方案 ② 配合商务人员对赛事进行招商
赛事筹备	① 对赛事的推广进行筹备 ② 对赛事的物料、场地设施进行筹备 ③ 建立后勤管理制度、人员管理制度 ④ 统筹各部门的进度计划 ⑤ 编写赛事的详细执行方案
赛事推广	配合宣传人员对赛事进行推广
赛事举办	① 执行本次赛事 ② 对赛事的后勤进行保障 ③ 与执行人员进行沟通 ④ 把控赛事的正常进行
赛事总结	① 对本次赛事进行数据分析 ② 总结赛事出现的问题并进行优化

4.3 电子竞技赛事的运营模式

4.3.1 赛事运营模式的分类

电子竞技赛事的运营模式主要分为两大类：第一方主导的赛事和第三方主导的

赛事。

第一方主导的赛事主要指游戏厂商主导的赛事,由游戏项目的开发商(也称游戏厂商)主办的电子竞技赛事。这种赛事一般也被称为官方赛事。

第三方主导的赛事是指由除游戏厂商外的其他机构主办的电子竞技赛事。第三方主导的赛事虽然并不由游戏厂商主办,但依旧需要游戏厂商的授权,才能在赛事中使用某款游戏作为比赛项目。

4.3.2 赛事运营模式的分析

1. 第一方主导的赛事运营

第一方主导的赛事以游戏为中心,一切为游戏服务,赛事本身的地位反在其次。游戏厂商通过举办赛事吸引更多的电子竞技玩家,继续提高游戏热度,带动和拢聚人气,延长自身游戏的寿命周期,增加用户黏性。

得益于第一方赛事的推广渠道较为精准、可以在游戏内直接投放赛事信息以及拥有官方赛事品牌这样的天然优势,第一方主导的赛事的用户关注度、用户认可度、选手参与度普遍较高。所以,拥有较高“三度”的第一方赛事发展得十分迅速,奖金投入也较高。较高的奖金投入不仅会吸引用户关注,也促进了选手的良性竞争,增加了比赛的观赏性,构成了第一方赛事的良性循环。一个关注度高、观赛体验好的第一方赛事也可以被运营成一个较为独立的IP^①,较少依靠游戏本身带来关注度,更多的是将关注度和潜在用户反哺给游戏。《DOTA 2》的国际邀请赛(TI)就是一个教科书式的赛事反哺游戏的例子:在MOBA类游戏竞争激烈的时代,《DOTA 2》由于操作难度较高、上手难度高、竞品游戏的冲击等客观原因,活跃用户数量逐年减少,但由于TI的高奖金及特殊的募集奖金方式(使游戏用户产生比赛参与感),TI的影响力并没有随着游戏活跃用户的减少而变小,当TI举办时,《DOTA 2》的关注度也会随之上升。由图4-3可见,在TI举办时,其搜索量远高于《DOTA 2》,《DOTA 2》的搜索量也高于平时。

总体来说,第一方主导赛事的主要优势有以下几点。

① 拓宽参赛人群范围,吸引更多用户。如同腾讯游戏电子竞技平台,不仅囊括职业玩家,还给半职业玩家、业余玩家提供参赛机会,并根据比赛的难易度设立了相应的奖金数额,所有参赛者都可以在平台上一展身手。如《英雄联盟》的线上冠军锦标赛通过网络渠道运营,不需要消耗大量成本就可以有效地拓宽参赛人群的范围,所有用户都可以加入。

② 第一方赛事较有公信力,且由于许多第一方赛事的游戏采用某款虚拟产品盈利抽成作为奖金的方式,奖金厚重较为可观,对于参赛选手而言,相当具有吸引力。

③ 第一方赛事的游戏项目都是本公司旗下的产品,他们会在游戏里进行推广、招募

^① IP 是 Intellectual Property 的缩写,直译为“知识产权”,全称为 intellectualproperty right,特指具有长期生命力和商业价值的跨媒介内容运营。一个具有可开发价值的 IP 至少包含 4 个层级,称为 IP 引擎,它们分别是价值观、普世元素、故事和呈现形式。

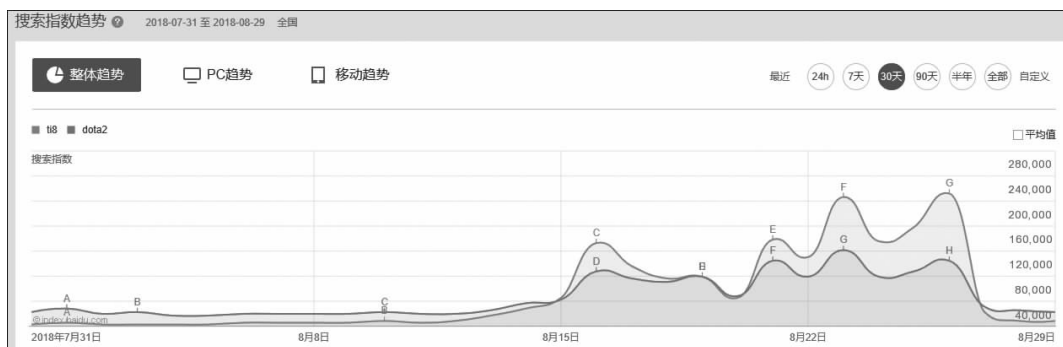


图 4-3 全国搜索指数趋势(2018 年 7 月 31 日至 2018 年 8 月 29 日)

以及后续赛事的跟进宣传。在游戏用户中,第一方主导的赛事曝光量较大。而此举同时助推了游戏厂商自身游戏的发展与市场热度,提高了游戏项目的知名度,扩大了覆盖范围。

④ 游戏厂商需要通过赛事维持游戏的关注度和活力,第一方主导的赛事周期较长,举办时间也较为固定,选手也相对比较固定,流失率较低。周期较长的第一方主导赛事能够培养用户的忠诚度,尽可能地延长游戏寿命。

⑤ 第一方主导的赛事,以 TI 为例,不仅可以宣传游戏,对于厂商本身来说,还有利于游戏厂商与被赛事吸引来的其他内容制作商、赛事执行方等企业的互利共赢,形成一个完整的产业链,推动整个行业的健康发展。

2. 第三方主导的赛事运营

(1) 传统第三方赛事

与第一方赛事的目的不同,第三方运营赛事则是希望把赛事本身打造成 IP,一切以赛事为中心。而随着第一方赛事的崛起,传统第三方赛事的生存空间变得更加逼仄,许多劣势已一一显现出来,逐渐式微。

① 第三方主导赛事的资金由广告商、赞助方支持,主要盈利手段在于门票、版权及周边广告,形式较为单一。由于赛事的举办极度依赖赞助商,因此一旦资金链出现问题或赞助公司调整发展战略,第三方赛事的举办就很容易受到波及甚至停办。如“电子竞技奥运”WCG 的停办在很大程度上是因为三星集团的撤资。

② 第三方赛事由于宣传方式等的局限,对于参赛选手、观赛群众来说,其赛制不够透明,关注度也远远小于游戏厂商主导的赛事。作为对比,LPL、TI 等由游戏厂商主导的赛事却往往具有庞大的群众基础,而且赛制公平、公正、透明度高,比赛场地、选手住宿环境、赛事的直/转播设备等配套设置也都是顶级的。

③ 由于各种原因造成的不透明性,也没有有效的手段获取较高的比赛关注度,受众面较小,第三方赛事的含金量较低。

(2) 现代第三方赛事

现代第三方赛事为传统的第三方赛事找到了一条比较宽阔的发展之路,在很大程度

上弥补了传统第三方赛事的弊端。

① 阿里体育主办的 WESG 是典型的第三方赛事。赞助依然是 WESG 的主要资金来源,但在赞助方里,海口政府也给予了第二届 WESG 巨大的支持,有了地区政府的背书,WESG 的资金问题不仅得到了一定的缓解,公信力也在一定程度上得到了提升。

② 国家主导的赛事是较为特殊的一种第三方赛事,主办方为政府,这不仅解决了赛事的资金问题,赛事的含金量与公信力也提升许多,赛事的品牌力量 and 关注度也逐年上升:2014 年,NEST 的最高同时在线人数达到了近 200 万人,每日观看人数突破了 1000 万人;2015 年 NEST 的最高同时在线人数超过了 300 万人,每日观看人数突破了 2000 万人;2016 年 NEST 的最高同时在线人数超过了 500 万人,总观看人数突破了 4500 万人;2017 年 NEST 的单日最高同时在线人数超过了 600 万人,总观看人数突破了 6000 万人。优秀的赛事体系和广大的赛事覆盖面使 NEST 汇聚各方粉丝,赛事收视屡创新高。

③ 游戏厂商主导的赛事以游戏为核心,国家主导的赛事则是以产业发展为核心,在国家主导赛事的举办地能够促进当地的电子竞技产业发展和经济发展,树立城市形象。国家主导的赛事就像一个以赛事为卖点的引线,为经济发展和产业转型升级注入了新的活力。

以 NEST 为例,NEST 的《LOL》项目的冠军队伍将直接进入德玛西亚冠军杯的八强。当国家主导的赛事有能力打通与游戏厂商主导的赛事的界限时,国家主导的赛事的公信力与含金量也将显著上升。对于职业选手来说,通过国家主导的赛事直通游戏厂商主导的赛事将极大地节省精力及时间,这也有利于增强职业选手的竞争意识与提高他们的参赛积极性。对于观众来说,在国家主导的赛事中,参赛队伍之间的激烈比赛也更具有观赏性。

2018 年雅加达亚运会的电子竞技表演赛正体现了国家主导赛事有别于普通第三方赛事的一点,国家主导赛事带来的是对整个行业的社会正面影响以及对电子竞技行业体育化的影响,这些都是第一方游戏厂商主导赛事所难以企及的。

4.4 电子竞技赛事的参与人员及职责

4.4.1 赛事主办方

电子竞技赛事主办方是进行电子竞技赛事运营和管理的主体。电子竞技赛事主办方可以是一个组织、企业或者机构。一般而言,电子竞技赛事的主办方都是赛事的所有权人,赛事主办方也决定了电子竞技赛事的赛事定位、赛事项目、比赛规则、赛事举办时间、赛事举办方式、赛事举办的地点、赛事发展方向等一系列与赛事本身相关的重大问题。例如,腾讯的 TGA 大奖赛的赛事主办方首先决定 TGA 大奖赛的定位是腾讯游戏为广大玩家打造的一场覆盖全年的大型综合性体育竞技盛会;又依据赛事定位决定了 TGA 大奖赛的举办周期及时间、整个 TGA 大奖赛的举办城市等重要工作。

电子竞技赛事主办方一般不直接执行电子竞技赛事的前期筹备,例如场馆搭建等具体工作,而是由赛事执行方负责具体工作的落地。赛事主办方主要负责赛事的申办、统筹

各执行单位的工作及监管执行单位的流程。在赛事中,一般只有一两个主办方。

4.4.2 赛事执行方

顾名思义,赛事执行方就是进行电子竞技赛事的执行与落地的主体。赛事执行方主要负责赛事的具体落地、运营等工作,比如在《英雄联盟》甲级职业联赛中,场馆的搭建、比赛的裁决、比赛的导播、比赛的直/转播、场馆的选手管理、观众的管理等大部分赛事执行工作都是由赛事执行方完成的。在一个赛事中,赛事执行方可以有多个,每个执行方只负责一部分赛事的落地,共同运营一个赛事。其中,项目导演与电子竞技裁判在赛事中起着重要作用,下面单独介绍一下。

1. 电子竞技赛事项目导演

电子竞技赛事的项目导演是赛事的组织者和领导者之一,是把电子竞技赛事搬上荧屏的总负责人,这就要求项目导演拥有以下知识与能力。

- ① 熟知电子竞技赛事,对电子竞技游戏有较深入的了解。
- ② 清楚舞台直播、转播环节,能快速调整以应对现场紧急情况。
- ③ 有较强的表达、理解能力,有良好的跨部门沟通能力,善于协调资源等。
- ④ 对舞美、AV、灯光设备有较强的理解,能够主导设计整体舞美方案。
- ⑤ 对导播系统有较强的理解,有良好的镜头感,能根据需求确定舞台机位。

电子竞技赛事项目导演的主要职责有以下几点。

① 负责电子竞技赛事的内容策划和制作,根据项目需求制定赛事主题,带领项目组策划赛事的竞标方案和执行方案,完成整体赛事转播方案(包括 VCR 类、现场表演和流程类、文案撰写等)。

② 根据赛事主题提出赛事转播舞美需求,协助视觉部门制定赛事整体视觉设计,包括赛事 KV、舞美设计、大屏素材、直播包装等,把控现场效果。

③ 统筹协调内部资源,根据赛程、赛制协助导播组制定赛事转播方案,包括机位、数据、OB、回放、赛事解说评论等,保证项目整体品质。

④ 收集观众以及业内动态,制定长远的赛事转播方向。

2. 电子竞技裁判

电子竞技裁判作为赛事的仲裁人,需要在较短的时间里做出最合理的判罚,以保证赛事的公平性和赛事的专业性,确保赛事有条不紊地进行。因此,裁判需要熟悉赛事的赛程、赛制和比赛执判尺度,拥有较高水准的电子竞技经验,掌握一定的外语沟通技能。

在比赛之前,裁判需要调试机器和设备,以确保选手能正常进行比赛,要负责与其他团队一起确保比赛准时开始,在赛事前根据清单对上场选手进行检查,为选手准备所有官方提供的外设,如电脑、耳机等。面对首次参赛的选手,裁判需要向其介绍基本的参赛规范等。

在比赛过程中,裁判要将比赛区隔离出来,避免观众对选手产生干扰。裁判需近距离

观看选手比赛,监视选手行为,对选手/队伍违规行为做出处罚。若在团队项目的对抗中出现矛盾和分歧,裁判需要出面协调,维护赛场的和谐。现场一旦出现任何事故,如游戏bug、外设问题等,裁判要立即根据情况进行调节。

电子竞技裁判职责

1. 总裁判长职责

- (1) 全面负责竞赛中的裁判工作。
- (2) 负责赛前检查落实比赛场地、器材、设备以及参赛选手竞赛适应性演练等事宜。
- (3) 制定竞赛程序和工作计划,明确各裁判员的分工。
- (4) 主持裁判会议,根据规则、规程精神,负责对竞赛中的疑难问题进行解释。
- (5) 组织、安排并监督裁判员的抽签工作。
- (6) 竞赛中,负责指挥各裁判员进行赛场裁判、监督、记录工作,负责协调执行过程中出现的争议,并有权做出最后决定。
- (7) 发现裁判员、参赛选手有违反竞赛规则或严重违纪行为,有权进行处罚。
- (8) 审核、签署和宣布比赛成绩。
- (9) 负责做好裁判总结工作。
- (10) 召开赛前裁判会议,对竞赛规则和竞赛要求进行说明。
- (11) 对各裁判员的执裁工作予以记录。

2. 裁判员职责

- (1) 精通本次电子竞技竞赛的规则及其他有关规定,认真学习竞赛规程。
- (2) 尊重并服从总裁判长的指挥,有责任将竞赛中出现的问题及时上报,提出合理建议。
- (3) 按竞赛规则的要求进行场上执裁。
- (4) 不得随意向运动员传递有关的裁判内部信息。
- (5) 裁判员的工作由裁判组统一安排调动,本人不得提出特殊执裁要求。
- (6) 严格遵守裁判员守则和赛会各项有关规定。
- (7) 比赛后及时做好总结工作。
- (8) 赛前核查比赛设备,核对参赛运动员身份。
- (9) 每次赛前将执裁场地比赛用机软、硬件恢复为标准状态。
- (10) 按照总裁判长的指挥,负责记录竞赛的成绩,汇总后上报总裁判长。
- (11) 完成裁判组交办的其他任务。

对裁判的具体要求可参见本书附录“Ⅲ 全国电子竞技裁判员管理办法(试行)”。

4.4.3 赛事战队或选手

赛事战队及选手是赛事不可或缺的一部分。选手及战队的身份也会随着赛事的定位而发生改变。例如,《英雄联盟》职业联赛中,参赛选手受到一定限制,一般为在主办方

Riot 公司注册过的职业选手,而在 TGA 大奖赛中,对参赛选手没有特殊要求。

在赛事中,选手需要遵守比赛规则,其中有的规则不仅体现在比赛时,也体现在赛事期间,比如选手在赛事期间进行盗窃、抢劫等犯罪活动,选手也将被主办方处罚。例如,LPL 规定队伍成员不得参与任何被不成文法、法例以及条例所禁止的以及会导致或者有可能会被拥有合法管辖权的法庭认定为有罪的活动。同时,除了赛事主办方应该对选手的行为做出明确的规则约束外,赛事执行方也应对选手的行为进行管理,除了管理选手的不正确行为,还应引导选手遵守赛事流程,比如进行比赛、赛后采访等。

对选手的具体要求可参见本书附录“IV 全国电子竞技运动员注册与交流管理办法(试行)”。

4.4.4 其他参与人员

1. 赛事主持人

美丽大方或英俊帅气的主持人会为比赛增色不少,甚至还会成为官方宣传的亮点。电子竞技赛事主持人在比赛现场进行主持的同时,还需要根据比赛项目的特点和观众的心理、情绪的需求努力营造现场氛围。电子竞技赛事的主持人需要具备以下良好的综合素质与能力。

- ① 对电子竞技有深刻的理解与热爱。
- ② 懂得各种电子竞技游戏,有较为精深的专业知识及信息积累。
- ③ 有很好的口才,有赛事现场解说、评论及随机应变的能力。
- ④ 具有电子竞技的语言应用技能和电视设备的操作能力。
- ⑤ 具有较强的计算机和外语应用能力。

电子竞技赛事主持人的主要职责有以下几点。

- ① 制作、执行节目计划。
- ② 撰写主持词。
- ③ 主持现场赛事。

2. 电子竞技解说员

电子竞技解说是指对电子竞技比赛的相关活动进行解说的人员。与传统体育解说员类似,都是指通过语言、画面和文字等手段对一切与电子竞技比赛相关的活动进行描述、分析、评论、预测和烘托等的一种播音形式,同时也指从事电子竞技解说的人员。

一个合格的电子竞技解说员需要具备以下能力。

- ① 具有一定的游戏专业性,熟悉游戏背景,了解游戏背景知识。
- ② 掌握基本的播音主持专业技巧。
- ③ 了解和掌握解说一场比赛的基本方法。

3. 赞助商

赞助商是指为电子竞技赛事或电子竞技战队提供经费、商业资源、实物、相关服务等

支持的企业或机构。对电子竞技赛事进行赞助的赞助商将在赛事中获得如下权利：品牌露出、冠名权、在赛事中为赞助品牌进行商业宣传等。由 Newzoo 发布的 2017 年全球电子竞技报告中的数据可以看出，电子竞技迷中的男性观众约占 70%，其中有一半人的年龄在 25~35 岁之间。这样较为集中及鲜明的人群画像使得电子竞技赛事的赞助商在特定人群中提高品牌知名度、树立品牌形象的商业目的事半功倍。但随着电子竞技的大众化、体育化、泛娱乐化，电子竞技迷的受众也不断扩大，受众的成分也越来越多样化，这也使得赞助商的种类不再局限于现有的产业。

4.5 电子竞技赛事运营组织与职责

电子竞技赛事的成功运营离不开管理组织，管理组织通过计划、组织和控制，运用财力、物力、人力和信息等资源向社会提供电子竞技赛事。而不同性质和规模电子竞技赛事，其运营管理组织的分类与职责也不尽相同。总体来说，电子竞技赛事管理组织一般分为四个部门：商务部、宣传部、竞赛部和后勤部。

4.5.1 商务部职责

电子竞技赛事运营的商务是指一切与电子竞技赛事服务、交易等相关的商业事务。商务部的主要职责是财务管理与市场开发。

1. 财务管理

财务组具体负责电子竞技赛事的资金筹集、使用、核算及管理等工作。电子竞技赛事财务管理工作必须贯彻勤俭节约的方针，同时利用市场经济规律，多渠道筹集资金，提高竞赛经费的使用效益，保障竞赛圆满、顺利进行。

财务管理的主要内容有预算管理、收入管理、支出管理、决算管理。预算管理是指财务组根据竞赛规模、参赛人数、赛期等开支因素以及收入情况编制经费预算等。收入管理包括项目中心核拨竞赛经费、政府拨款、企业赞助、众筹收入、电视和网络的直/转播权收入、门票收入及其他与电子竞技赛事相关的收入管理。开支管理指控制开支范围，保证开支标准严格执行国家有关规定，遵守节俭、高效的原则，严禁一切铺张浪费和攀比行为。决算管理是对预算经费执行情况的总结，财务组要在竞赛结束后 1 个月内做出财务决算。

2. 市场开发

市场开发指商务部在拥有各种赛事资源的情况下，通过平等交换的市场行为为电子竞技赛事的举办提供支持及增加效益的过程，它是电子竞技赛事的主要经济来源。一般情况下，市场开发是指为赛事提供经费、设备和相关服务等，包括赛事的招商、赛事品牌的开发和利用，也是为赛事的利益相关者提供回报的一个手段。

市场开发的主要工作内容有制定市场开发的工作目标、策划及实施方案；综合协调市

场开发工作,授权有关部门具体负责市场开发的业务工作;负责电子竞技赛事各种资源的统筹,筹集赛事资金,吸引参赛者、观众、赞助商参与赛事,办理各项招商赞助和捐赠事宜等,负责赞助客户的回报执行服务工作;负责赛事的维权和法律事务的协调工作。

4.5.2 宣传部职责

宣传部是电子竞技赛事运营的重要部门,通过组织、管理、依托各种媒体,选择有效载体或举办宣传活动,宣传和报道赛事的相关信息,提高社会人员对赛事的关注度和参与度,增强赛事的影响力,扩大赛事的影响范围,弘扬赛事正能量,树立良好的电子竞技赛事品牌形象;通过与赛事运营其他部门的联系搭建交流的桥梁,通知各部门的工作安排,协调各部门之间的合作,筑建宣传与沟通平台,加强赛事运营各部门之间的沟通,提高赛事的运营质量。

宣传部的的主要工作内容有制作赛事宣传的工作计划、策划及宣传方案,做好赛前、赛中、赛后的宣传以及赛事结束后的赛事工作总结。

4.5.3 竞赛部职责

竞赛部是电子竞技赛事竞赛组织活动得以开展的组织依托和竞赛组织管理的关键部门,它以服务电子竞技赛事、坚持统筹协调为原则,综合人力、物力、财力等各方面因素组织电子竞技赛事。一般情况下,竞赛部门的组织构成与赛事的性质、规模、资金等各方面都有关联,所以该部门没有固定模式,但其设置必须合理,组织内部要分工明确、配置齐全、沟通顺畅。

竞赛部的的主要工作内容分为赛前工作、赛中工作和赛后工作。赛前工作包括建立竞赛工作的运转制度和工作制度;制定电子竞技赛事方案与规程;拟定工作岗位,制定岗位职责,安排人员分工;参与比赛场馆的建设或改造、场地布置,采购或租赁设备设施;编制赛事文件或手册。赛中工作包括组织赛事的开幕式;竞赛活动管理,与其他三个部门协调工作,为参赛者、观众、赞助商、媒体等利益相关者提供服务;确保赛事中的每一个比赛项目在统一规范的行为准则下顺利进行。赛后工作包括组织赛事的闭幕式;归还、回收设备设施;对电子竞技赛事进行赛后总结与评价。

竞赛部一般有以下分工。

- ① 项目管理组: 统筹竞赛机构的计划、组织、管理、实施等工作。
- ② 导演组: 负责赛事总导演、现场导演、内容导演。
- ③ 导播组: 负责竞赛技术、导播、流媒体、字幕、音控、回放、放像。
- ④ 制片组: 负责外场管理、后台管理、兼职管理、酒店管理、媒体管理、接待管理。
- ⑤ 赛事组: 负责战队管理、解说管理、裁判管理、OB 导播。
- ⑥ 编导组: 负责互动内容、主持管理、采访内容。
- ⑦ 后期组: 负责赛事包装、后期。
- ⑧ 商务组: 负责赞助商、媒体、嘉宾、厂商资源的对接。
- ⑨ 舞美组: 负责搭建管理、场地协调、舞美调整。

4.5.4 后勤部职责

后勤部的主要工作是为电子竞技赛事活动的正常进行提供服务。后勤工作又称总务工作,是指从物资、卫生、技术、运输等各方面保障赛事需要的勤务。

后勤部的主要工作内容包括赛事参与人员的接待服务、赛事的交通运输、赛事的安全和医疗管理、赛事的物资管理等。后勤工作贯穿电子竞技赛事的始终,为赛事提供物质基础,提升赛事的经济效益,提高赛事的运营效率,是赛事运营中不可或缺的一个组成部分。