

5.1 电子竞技赛事策划的概念与构成

5.1.1 赛事策划的定义

电子竞技赛事策划是指通过收集、整理和解析相关赛事资料,以举办电子竞技赛事为目的,依据公平、创新、人文、营销、传播等原理,分析背景条件、确定策略、选择方案、整合资源、制定执行计划的过程,它既是一种科学决策及管理的方法,也是一种创造性的活动。

5.1.2 赛事策划的原则

电子竞技赛事的策划遵循五大原则:目的性、系统性、动态性、完整性、相对稳定性。

1. 目的性

电子竞技赛事策划都是围绕赛事的目的进行的。在策划电子竞技赛事之前,必须有一个明确的目的,根据这个目的策划赛事的各个板块,目的也是赛事每个板块内容的基准和统领。

2. 系统性

电子竞技赛事策划是由多个板块构成的:赛事背景、比赛规划、场地规划、推广计划、赛事成本等。每个板块既独立又和总策划息息相关、共同作用。每个板块都需要统一的方向,使得各个部分互相协调,组成有机的整体。

3. 动态性

电子竞技赛事从策划到执行是一个比较漫长的过程,在这段时间里,可能因为一些因素而发生与计划不符的情况,在执行赛事策划时,应根据外部和内部因素的变化对赛事策划进行动态改动,使赛事策划适应现有的大环境与实际情况。

4. 完整性

在制定赛事策划时,需要全面考虑赛事运营的各方面,为可能出现的沟通问题和风险留有一定的处理余地。如果在赛事策划时遗漏了某项工作,执行时再进行临时安排,则容易打

乱各个部门的计划,十分不利于赛事项目的统筹。

5. 相对稳定性

赛事策划具有动态性,但也需要具有相对稳定性,避免过大的变动。赛事策划是一个基础,所有部门的组织工作都在这个基础上准备与执行。如果赛事策划经常出现较大的变动,则既不利于赛事项目的进行,也不利于赛事计划的安排,容易使部门之间的权责混乱,导致赛事统筹难度大幅增加。

5.1.3 赛事策划的构成

一个完整的赛事策划应包含赛事的整体背景、比赛规划(比赛的形式、时间、地点、赛制)、赛事时间线、比赛奖金池、场地规划、推广计划、赛事成本。

赛事策划是基础,招商方案和执行方案都是建立在这个基础上的。同时,赛事策划也是一个基本对内方案,对接工作的其他部门的同事可以通过赛事策划掌握赛事的基本情况,统一举办赛事的目标,是接下来统筹工作的最重要的沟通工具。

在一个完整的赛事策划方案中,可以将赛事策划方案分为基本概况、比赛规划、节点规划、项目规划、赛事规则五大部分(图 5-1)。

另外,由于赛事策划的基础性,所以在制作赛事策划的 PPT 时,应额外注重 PPT 的观赏性,可以没有额外的切换动画,但应做到简洁美观,整个策划 PPT 的风格应保持一致。



图 5-1 赛事策划方案的构成要素

5.2 电子竞技赛事的基本概况

赛事策划内容一般以 PPT 的形式呈现,在基本概况中,一般分为赛事背景、赛事目的、赛事主题、赛事看点四部分,这四部分是赛事基本信息的重要组成部分,语句应简洁明了,在长段语句中,重点词汇可以用其他色彩标注出来。

5.2.1 赛事背景

赛事背景包含比赛的主办方、协办方、承办方以及合作单位的背景介绍,也可以包含一些优势资源的介绍等。

赛事背景作为整个赛事策划的基础,同时是招商的一大要点。不单单是介绍,更需要融入整个比赛策划,尤其是优势资源,需要与整个策划相结合。

赛事背景可理解为赛事的幕后力量,一般分为企业、政府和核心资源。这里又可以分成两大类,即商业背景和政府背景。之所以需要政府背景,是因为电子竞技和其他赛事活动一样,如果有政府的背书和站台,就会更具有公信力,尤其是电子竞技曾在很长一段时间里不被主流层面接受,一旦有了政府的背书,对赛事以及招商层面都会产生巨大的积极作用。而商业背景则是指大中型的具有品牌价值的公司的商业背书。

【案例】 全国电子竞技选秀赛(NED)将由成都文广新局和七煌电子竞技学院联合主办(图 5-2),以“寻找中国电子竞技新力量”为主题,定位为全国性的大众竞技盛会,在举办高质量赛事的同时,还肩负了优秀玩家职业化培养的责任,为所有富有梦想的电子竞技爱好者提供最有效、最便捷、最公正的全民性选秀赛事,成为平民玩家进军职业电子竞技的一条快速通路。



图 5-2 2017 全国电子竞技选秀赛赛事背景

5.2.2 赛事目的

赛事目的是举办比赛的主旨,一般目的包括选拔职业选手、培养本土电子竞技明星、弘扬电子竞技文化等。赛事目的可能是多方面的,例如,腾讯主办的 TGA 大奖赛的目的之一是整合腾讯系各类游戏的赛事。而国家体育总局主办的 NEST 的目的则是弘扬电子竞技文化与培养本土电子竞技明星。

赛事目的作为赛事策划的方向标,为整个赛事定下了基调,一切规划都围绕赛事目的进

行,赛事目的会影响整个赛事的定位。如果赛事目的是商业推广,则赛事规划应更加具有观赏性;如果赛事目的是职业竞技,则赛事规划应更加注重公平性。

【案例 1】 京东妹子杯全国争霸赛覆盖北京、广州、郑州、上海、成都、武汉、青岛 7 个电子竞技氛围浓郁的城市,以开放式报名的方式网聚民间女子电子竞技高手,以健康友好为前提,为广大女子电子竞技爱好者提供了一个竞技交流、展现自己的舞台,倡导健康积极的电子竞技观念。通过本次比赛,在弘扬女子电子竞技体育精神、营造绿色健康的游戏环境的同时,还能帮助中国女子电子竞技取得更好、更快的发展。

【案例 2】 如图 5-3 所示。



图 5-3 京东战队巡回赛的赛事目的

5.2.3 赛事主题

赛事主题是以 slogan 为首的赛事宣传基调,除了 slogan 以外,还有主题色、主题曲、主题风格等。

赛事主题作为宣传的核心元素,是外部人员对赛事的初步印象,赛事整体氛围也靠赛事主题打造。赛事主题会随着赛事规划的完善而改变,但主基调不应做出太大的改变,以免与赛事本身的气质产生冲突。

例如:S7 的中文 slogan 为“英雄,志逐传奇”,主题色为金、灰蓝配色。赛事氛围主要以对抗、逐梦为主,赛事宣传片也体现了这个主题,如图 5-4 所示。



图 5-4 S7 的赛事主题

5.2.4 赛事看点

赛事看点是赛事中能够作为宣传主力的点,作为宣传赛事的插入点,应用最短的时间调动外部人员的注意力,加深赛事印象。赛事目的的特殊性、赛事规模的大小、参赛者的特殊性、奖金池等均可作为赛事看点。一般来说,赛事看点需要 2~4 个才能最大限度地吸引参赛及观赛人员。例如,京东妹子杯的看点为全女子竞技、女子职业战队、全国争霸。

5.2.5 赛事介绍

介绍赛事的往届或相似案例,以参赛、观赛、辐射人群、合作媒体等具有吸引力的数据为主,最好图文结合。赛事介绍与赛事背景、赛事目的相比更加贴近赛事本身的整体介绍,并不聚焦于某一点,而是看重赛事整体的赛制、影响、亮点数据等。赛事介绍的格式并不拘泥于形式,也并不是赛事策划的必要组成条件,它是使观看策划的人群快速了解赛事基本策划方向的基础。赛事介绍一般包括赛事简介、赛事特色、往届赛事的案例数据或特色事件等。赛事介绍应包含赛事的全称、简称、创立时间、主办方、举办周期、赛事性质、举办地等赛事的基本信息,赛事介绍的目的是贴合实际情况,用简短的语句介绍赛事,最好能突出赛事特点及性质。

【案例】 DOTA2 国际邀请赛创立于 2011 年,是一个全球性的电子竞技赛事(图 5-5),每年举办一届,由 V 社主办,奖杯为 V 社特制的冠军盾牌,每届冠军队伍及人员将被记录在游戏泉水的冠军盾中。



图 5-5 第二届 DOTA2 国际邀请赛

每年在美国西雅图(除 Ti1 在德国科隆举办外)举办一届,是规模最大和奖金额度最高的国际性高水准《DOTA2》比赛。Ti5 千万美元的总奖金让《DOTA2》登上了舆论高峰,而 Ti6 的总奖金更是超过了 2000 万美元,影响超前,仅冠军就能独揽超过 900 万美元的奖金。

在案例中,第一段赛事介绍用简短的语句说明了赛事的状况,表明了赛事的名称、简称、首次举办时间、举办周期、主办方、比赛性质及作为赛事特色的奖杯——盾牌;第二段赛事则主要介绍了赛事的关注热点——奖金,并通过数据回顾了往届赛事的奖金情况。

5.2.6 游戏介绍

在某些对外的赛事策划中,根据观看策划的人群的不同,游戏介绍也是重要的组成部

分。游戏介绍是指对本次比赛涉及的比赛项目进行介绍。游戏介绍不是必需品,当观看策划的人群不了解这次比赛的项目时,游戏介绍就需要表明本次赛事选择某款游戏作为项目的原因。当观看策划的人群是主办方或赞助商时,在用明确的数据介绍某款游戏的优势与重点玩法时,也需要贴合赛事举办方或赞助方的需求着重介绍游戏优势。例如,当观看策划的人群是以女性用户为主的赞助商时,游戏介绍中应突出这款游戏内女性玩家的数量和女性玩家的占比,从而显示女性玩家对这款游戏的关注度。

【案例】 如图 5-6 所示。



图 5-6 《王者荣耀》游戏介绍

该案例中使用的数据较多,在赞助商或者主办方比较在意的用户方面列出了《王者荣耀》较有吸引力的亮点数据,并用词组对数据内容进行了概括,充分考虑了赞助商或主办方的阅读习惯。

5.3 比赛规划

5.3.1 比赛形式的选择

电子竞技的比赛形式主要分为三种:线上赛、线下赛、线上赛+线下赛,如图 5-7 所示。

比赛方式的选择在大多数情况下是与比赛规模和比赛预算挂钩的,比赛性质也是影响因素之一。当参赛选手遍布范围较广而赛事规模较小时,会采用线上赛的形式,以节约成本、缩短赛程,但这也加大了赛事的执裁与运营难度,一些对战平台通常采用线上赛的形式进行比赛。线下赛的采用分为两种情况:一种是赛事规模较小,但参赛选手较为集中的比赛;另一种是参赛选手较分散,但赛事规模较大、预算较充足的比赛。前者的代表为各类网吧赛、城市赛、高校赛等带有一定地域性质的比赛,后者的代表为 LPL、KPL 等预算较充足且对公平性要求较高的比赛。线上赛+线下赛的比赛方式是很多中等规模的赛事的选择,前期通过线上赛进行海选,后期通过较为公平的线下赛决出冠军,在公平性与成本之间找到了平衡。但这种比赛方式需要在线上赛与线下赛之间留出足够的时间,以便参赛选手安排

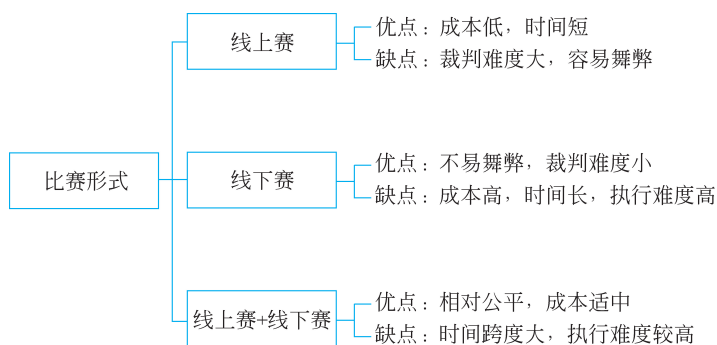


图 5-7 不同比赛形式的优缺点

日程,这也导致这种比赛方式的赛程较长,运营难度较大。一些中等规模的《绝地求生》赛事较多采用线上赛+线下赛的模式,除此之外,《DOTA2》的 Major 类赛事也采用线上赛+线下赛的模式。

5.3.2 时间、地点的选择

1. 时间的选择

赛事日期指比赛持续的时间段,不包含赛事推广的时间。

一般而言,赛事日期是根据观众、参赛选手、政策三大角度选定的,不同比赛的侧重点不同。

例如,LPL 的参赛选手为职业选手,赛事日期的设置较少考虑参赛选手,只需要避开国家重大会议及大型节假日。

而以高校学生为主要参赛选手的 NESO,其赛事日期的设置会避开期末考试周,重要赛事将放在周末,以吸引观众、增加观看量。

2. 地点的选择

赛事地点在不同形式的比赛中有不同的体现,线上比赛指使用的赛事工具,线下比赛指比赛地点。

线上比赛的赛事工具有多种选择,主要由比赛及游戏性质决定。

线下比赛的地点应综合考虑可容纳人数、交通便利程度、租赁费用、赛事执行难度等因素。在一个赛事策划里,至少需要两个可选择的比赛地点,并在各方面进行对比。比赛地点一般会受内部因素的影响,例如某个合作方有优质资源、当地政府对比赛地点有资源支持等。例如,海口市市政府给予了 WESG 大力支持,WESG 的总决赛便选择在海口市举办。

5.3.3 比赛赛制、局数

1. 比赛赛制的概念与原则

1) 赛制的定义与分类

比赛赛制是指从比赛开始直至比赛结束的过程中为合理比较参赛者的运动水平、公平

排定参赛者的比赛名次而采取的组织 and 编排方式及完成竞赛的方法,又称竞赛制度,简称赛制,如图 5-8 所示。

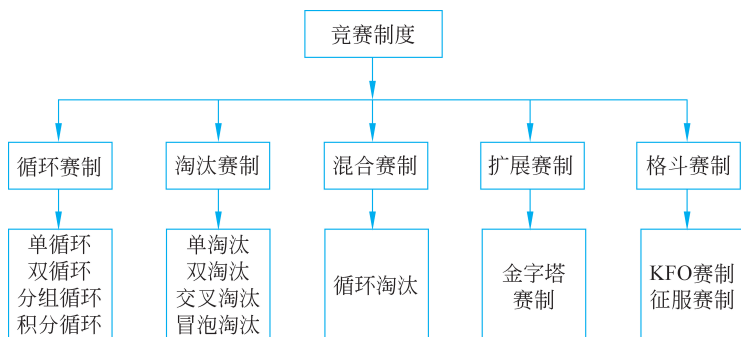


图 5-8 竞赛制度的分类(部分)

常用的竞赛制度有循环赛制、淘汰赛制、混合赛制、扩展赛制、格斗赛制等。

除此之外,还需要了解比赛轮次及场次。比赛轮次是指可同时对战的比赛次数。比赛场次是指所有参赛队伍比拼到夺冠所需进行的比赛次数。而轮次表则是指每个轮次中战队的具体对战情况。

2) 竞赛的基本原则

① 竞赛中获取最大限度机会均等的条件。

- 通过竞赛规程的制定、竞赛制度的选择、科学合理的抽签及编排等,尽量使参加竞赛的各方都能获得机会均等、条件同等的比赛。
- 规则内容要适用于符合参赛的各方,裁判员的执法尺度应完全一致。

② 竞赛的结果应基本符合参赛者的水平。

2. 赛制分类简介

1) 循环赛制

循环赛是指每个队伍都能和其他队伍比赛一次或两次,最后按成绩(净胜分数)计算名次。这种竞赛方法比较合理、客观和公平,有利于各队相互学习和交流经验。

循环赛制是使所有参赛队伍(或同组的所有队伍)轮流对抗一次,都有相遇的机会,最后根据各队的胜负场次的积分决定名次。

循环赛的各个参赛者(队)的名次需要在整个比赛结束并统计各自的积分后才能最终全部确定,所以一旦开赛就不能增减参赛者,否则会影响各参赛者的成绩的计算。

(1) 循环赛制的特点

优点: 参赛队伍机会均等,实战和相互观摩学习的机会多,能准确反映参赛队伍之间真正的技术水平,能客观地排定参赛队伍的名次,比赛结果的偶然性较小。

缺点: ①比赛的总时间长,占用场地和时间多,当参赛队伍较多时,直接采用大循环有一定的困难,应用范围具有一定的局限性;②较难合理安排比赛的顺序,容易在比赛时间、间隙、地点、场次和比赛条件等方面出现不均衡现象;③当有两个或两个以上的队伍的胜负场数相同且得失分相等时,较难根据不同项目的特点科学地决定最后的名次排定。

循环赛的每场比赛除了产生当事双方的成绩以外,还可能影响第三方的名次,这就为产生各种涉及人情、关系、利益的比赛埋下了隐患,可能影响比赛的公平、公正。由此可见,循环赛是种封闭、易受干扰的比赛制度。为避免循环赛在运行时可能出现的麻烦,可选用排位赛制度替代。

(2) 循环赛制的分类

循环赛制分为单循环、双循环、分组循环等。

① 单循环。

单循环是指所有参加比赛的队伍均只相遇一次,最后按各队在全部比赛中的积分、得失分率排列名次。

比赛场数: $X = N \times (N - 1) \div 2$ (X 为比赛场数, N 为参赛队伍数)。

如 8 支队伍参加单循环比赛,其比赛总场数 $X = 8 \times (8 - 1) \div 2 = 28$ 。

比赛轮次: 参赛队伍数量为奇数,轮次=队数;

参赛队伍数量为偶数,轮次=队数-1。

如 9 支队伍参加单循环比赛,其比赛轮次为 9 轮;

如 8 支队伍参加单循环比赛,其比赛轮次为 $8 - 1 = 7$ 轮。

轮次表排列: 无论参赛队伍数量是奇数还是偶数,一律按双数编排;

当队伍为单数时,引入 0 号,遇 0 轮空。

轮次表(对战)制作: 确定轮数;根据单数或偶数编号分边准备排序;首先确定第一轮 U 形对阵;1 或 0 不动,其他位置按照顺时针(或逆时针)完成对战表。

以 6 支战队为例,对战表编排见表 5-1。

表 5-1 单循环赛 6 支战队的对战编排表

第一轮	第二轮	第三轮	第四轮	第五轮
1-6	1-5	1-4	1-3	1-2
2-5	6-4	5-3	4-2	3-6
3-4	2-3	6-2	5-6	4-5

② 双循环。

双循环是指所有参加比赛的队伍均能相遇两次,最后按各队在两个循环的全部比赛中的积分、得失分率排名。如果参赛队伍少或者需要创造更多的比赛机会,则通常采用双循环的比赛方法。

双循环各项参数均为单循环的倍数。

比赛场数: $X = 2N \times (N - 1) \div 2$ (X 为比赛场数, N 为参赛队伍数)。

如 8 支队伍参加双循环比赛,其比赛总场数 $X = 8 \times (8 - 1) = 56$ 。

比赛轮次: 当 N 是奇数时, $X = 2N$;

当 N 是偶数时, $X = 2 \times (N - 1)$ (X 为比赛轮次, N 为参赛队伍数)。

如 9 支队伍参加双循环比赛,其比赛轮次为 18 轮;

如 8 支队伍参加双循环比赛,其比赛轮次为 14 轮。

轮次表排列: 和单循环类似,无论参赛队伍的数量是奇数还是偶数,一律按双数编排;

当队伍为单数时,引入 0 号,遇 0 轮空。

轮次(对战)表制作:确定第一循环对战表;按照第一循环的逆顺序编排第二循环对战表。

以 6 支战队为例,双循环对战表编排见表 5-2。

表 5-2 双循环赛 6 支战队的对战编排表

第一循环对战表				
第一轮	第二轮	第三轮	第四轮	第五轮
1-6	1-5	1-4	1-3	1-2
2-5	6-4	5-3	4-2	3-6
3-4	2-3	6-2	5-6	4-5
第二循环对战表				
第一轮	第二轮	第三轮	第四轮	第五轮
1-2	1-3	1-4	1-5	1-6
3-6	4-2	5-3	6-4	2-5
4-5	5-6	6-2	2-3	3-4

③ 分组循环赛。

分组循环赛是指当参赛人员或参赛队伍比较多时,可以通过分组的方法在每组内进行单循环或双循环。一般事先确定种子选手或种子队,使种子选手或种子队分入各组,以免强手或强队集中。

轮次表(对战表)制作:首先抽签分组;分组后再使用单循环或双循环对战表编排法,当奇数队伍偶数分组时,同样采取 0 字编排法。

表 5-3 为 16 支队伍随机分组的分组表。

表 5-3 分组循环赛 16 支队伍的随机分组表

第一组	第二组	第三组	第四组
1	2	3	4
8	7	6	5
9	10	11	12
16	15	14	13

④ 积分循环制。

积分循环制又称瑞士制,其基本原则是避免种子选手在比赛一开始就交锋、淘汰,是目前比较科学合理、用得最多的一种赛制。

积分循环制是公平的,是在循环制和淘汰制的基础上制定的。随机公平地编排第一轮比赛(一般由抽签决定),接着开始比赛,当某轮比赛结束后,可以得到所有参赛选手的总积分,根据总积分的高低把比赛选手由高到低排序,接着是高分对阵高分,低分对阵低分,上一