



E-sports



第 3 章

电子竞技赛事制作与转播的发展

电子竞技赛事制作与转播是与电子竞技运动一起发展的新兴事物，它的发展过程总体呈现一定的特点，而又因为各个地区制作理念和基础环境的不同呈现一定的不同之处，在电子竞技制作与转播不断发展的背后也隐藏着一些核心的驱动力。本章重点论述电子竞技赛事制作与转播的发展历程和发展规律。



3.1

电子竞技赛事制作与转播的发展历程和阶段

电子竞技赛事制作与转播虽然因地域不同而呈现出各自的特点，但综合各方面的情况整体呈现一定的相同特点和阶段。这些特点和阶段总体反映出电子竞技赛事制作与转播的发展历程。根据赛事制作转播的理念和形式的变化可以将发展过程分为以下 4 个阶段。

(1) 重赛事组织和执行，轻赛事转播和内容制作。

重赛事组织和执行，轻赛事转播和内容制作阶段是电子竞技赛事制作与转播的最初阶段。在这个阶段中，赛事工作的重心倾向于赛事的组织和执行，而对赛事制作与转播以及赛事内容制作等方面的重视程度和投入严重不足。

这个阶段典型的赛事制作工作包括组织赛事、执行流程、搭建舞美等，这种类似于撑起电子竞技赛事制作与转播的门面的做法，导致设备和技术落后，人力配置不足，因此无法产出优秀的内容，有的赛事甚至无法达到制作与转播的入门标准。赛事转播过程中问题频发，经常延迟开赛，甚至断流断播。

导致电子竞技赛事制作与转播在一段时间内处于这种初级阶段的原因是多方面的。首先，当时很多人将电子竞技定位为推广游戏和活跃用户的活动而非竞技比赛创造出的内容型产品。电子竞技赛事制作与转播工作的理念是组织公关活动以及活跃现场气氛，而非产生优质的内容。其次，对电子竞技赛事制作与转播工作的认识不够，导致预算投入严重不

足。那个阶段很多人认为电子竞技制作与转播的工作很简单，不需要投入特别多的预算。而且很多赛事本质上是各类广告主利用电竞热度开展的公关活动，或者玩家自发组织的行为，也没有足够的预算留给赛事制作与转播。最后，电子竞技赛事制作与转播缺少专业团队，经验和技能无法积累。初期的团队多是以公关服务团队为主，由各类工作人员临时组成。这类团队没有长期的愿景和目标，技能和经验也无法积累，赛事制作与转播的水平和效果自然不高。

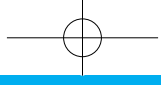
这个阶段是电子竞技赛事制作与转播发展的早期阶段，电子竞技赛事转播和制作水平不高，产出内容的品质也不高。虽然有各种各样的问题，但由于电子竞技赛事内容总体比较缺乏，电竞观众凭着对电竞的满腔热爱，仍然愿意观看各类电竞比赛，受到明星选手、竞技精神的感染。

（2）学习传统体育赛事制作与转播和内容制作。

学习传统体育赛事制作与转播和内容制作是电子竞技赛事制作与转播发展的第二阶段。经历了第一阶段的无序发展及野蛮生长，社会对于电子竞技和电子竞技制作与转播的认识都逐渐增强，已经逐步将电子竞技视为与传统体育类似的竞技运动。因此，制作与转播方式开始向传统体育的制作与转播学习，电竞内容制作也开始向传统的传媒行业学习。电子竞技赛事制作与转播逐步进入了正规化的阶段。

在这个阶段中，电子竞技制作与转播的方法和形态发生了巨大的变化。电子竞技赛事从网吧及临时场地逐步进入了正规的体育场馆；赛事制作转播的设备也从之前的民用业余级设备转变为广播级广电设备等专业设备；赛事转播人员和团队也由原来的临时拼凑团队变为长期固定的专业转播团队；传统体育赛事制作与转播中的一些技术也逐步在电子竞技赛事制作与转播中尝试使用；传统娱乐和传媒行业中内容制作和明星包装的方法也逐渐应用到电子竞技中来，开始包装出一些影响力可以与传统明星比肩的电竞明星。伴随着电子竞技赛事制作与转播的升级，电子竞技运动的影响力也不断增强，逐步发展为与传统体育类似的主流竞技运动。

除了电子竞技影响力提升、制作与转播预算增加等直接原因外，电子竞技制作与转播进入到学习传统体育赛事制作与转播和内容制作阶段的原因是多方面的。首先，由于电子竞技与传统体育的高度相似性，电子竞技赛事制作与转播向传统体育学习是自然而然的过程。只要电子竞技制作与转播的投入达到一定的量级，自然就会向之前的前辈学习。电子竞技的慢动作回放系统、各类数据展示面板最开始都是借鉴传统体育。其次，电子竞技制作与转播的专业化程度不断增强，传统传媒及转播人员的大量涌入，也带来了正规的制作转播理念和技术。电子竞技发展早期，赛事制作与转播人员多是游戏玩家或电竞爱好者，但随着电子竞技影响力的不断增强，越来越多传统传媒机构的工作人员不断加入，自然带来了电竞制作与转播模式的标准化。例如，韩国、中国的电子竞技制作团队很多就来源于传统的电视台系统。最后，电子竞技赛事制作与转播的正规化发展是电子竞技赛事规模和



影响力扩大的必然选择。早期电子竞技赛事制作与转播只需要业余的做法，并不只是因为预算有限，更重要的是当时的赛事规模和影响力很小，并不需要专业的解决方案。当电子竞技已经发展到线下万名观众、线上千万名观众的规模时，制作与转播急需高质量且安全的解决方案，广播及广电转播设备、技术成为唯一的选择。

学习传统体育赛事制作与转播和内容制作的过程，是电子竞技赛事制作与转播发展的过程，也是其不断正规化的过程。经历了这个过程，电子竞技赛事内容的质量和水平才能够与其他主流的内容形式相并列，否则始终都是无法登入大雅之堂、无法成为主流文化的小众内容产品。

（3）形成电竞赛事制作与转播特有的方法和体系。

在学习传统体育赛事制作与转播和内容制作并获得一席之地后，电子竞技赛事制作与转播开始逐步形成特有的方法和体系，进入到了下一个阶段。虽然电子竞技赛事制作与转播具有现场画面与游戏内画面相结合的本质特点，且需要采用与传统体育赛事转播不一样的方法来解决，但长时间内电子竞技制作与转播只是针对这些特点进行了一些创新，始终没有系统地总结和分类整理，无法形成电竞赛事制作与转播特有的方法和体系。随着电子竞技运动影响力的不断增大，制作与转播的积累不断增加，电子竞技赛事制作与转播开始显现自身的特点并形成独特的体系。

在这个阶段中，电子竞技赛事转播的独特性开始逐步体现。游戏内的画面处理能力逐步增强，而且形成特色的切换和转播逻辑。游戏 OB（Observer，观察者）和 OB 导播对游戏画面的选取角度和切换逻辑不亚于传统体育赛事的导播切换。电子竞技赛事制作与转播的特色设备也不断产生。例如，英雄体育 VSPO 设计和使用的转播车就是首台电子竞技赛事转播车。转播车针对电子竞技赛事制作与转播的特点进行了独特的设计，与传统的转播车具有明显的差异。在电子竞技赛事制作与转播的过程中也融入了许多信息技术，例如游戏数据交互、游戏事件触发现场表现变化、图片识别技术、AI 自动切换技术等。

电子竞技赛事制作与转播必然进入且正在进入新阶段的原因，绝不是普遍理解的电子竞技是新兴的体育项目这个简单的原因。因为世界上不断产生一些其他的新兴体育项目，那些新兴的传统体育项目的制作与转播并没有形成独特的体系。电子竞技赛事制作与转播形成自身特有方法和体系的原因是多方面的。首先，转播信号源不同，对制作与转播提出新的要求。电子竞技赛事制作与转播包含了游戏内的画面，这是其他传统体育赛事不具备的。对新的信号源的采集、加工和处理提出了新的转播技术需求。其次，电子竞技是信息技术的产品，在信息技术与传统广电技术的结合方面，为制作与转播的技术融合发展提供了前提条件和丰厚土壤。最后，电子竞技游戏的更新迭代比较快，新的电子竞技游戏可能在游戏玩法、技术平台等方面进行不断的创新和突破，这也使得电子竞技赛事制作与转播无法完全学习传统体育赛事的制作与转播，必须形成自己的方法和体系。

电子竞技赛事制作与转播的发展历程正处于形成自己特有的方法和体系的阶段。这个

阶段是电子竞技运动和赛事制作与转播独特性不断地彰显和经验理论的总结阶段，也是电子竞技赛事制作与转播体系化、工业化的关键阶段。

（4）突破传统转播形式，创新用户观看体验。

突破传统转播形式，创新用户观看体验不仅是电子竞技赛事制作与转播的未来发展阶段，也是传统体育赛事以及其他形式的内容产品共同探索的未来发展方向。目前，绝大部分品类内容产品的观看模式都是观众观看制作完成的视频流。而且除少数 3D 效果外，绝大部分内容的观看方式都是平面观看。这种观看模式和观看体验可能由于未来新技术的发展产生革命性的变化。

未来的内容产品可能在几个方向产生革命性的突破。首先，观看自由度的革命性增加。用户能够观看到的内容本质上源于信号采集的丰富程度。观众在观看传统体育比赛时看到的自由度都来源于现场的摄像机。未来这种方式可能发生巨大的变化，为用户提供更多的观看自由度，这是所有革命性变化的前提。其次，被动接收内容转变为可主动选择及定制内容。观众不再限制于由制作团队提供最终内容，可以自主选择一些自己感兴趣的内容。目前，有些平台提供了多路流的观看，是这种模式的初级阶段。未来的模式绝不仅限于固定的几路流的切换。最后，平面观看体验转变为立体及沉浸式观看体验。VR 制作就是这种方式的典型代表，未来用户可以通过 VR 进入一个虚拟空间观看内容，而未来的内容形式也不限于平面的视频内容。

电子竞技是信息技术类产品，可以实现虚拟与现实的结合，随着游戏产品的不断升级，游戏转播也会带来突破性的变化。基于电子竞技游戏的科技属性特点，电子竞技赛事制作与转播更容易实现转播模式和观看体验的革命性突破。

3.2

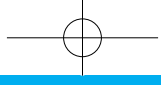
各地区电竞赛事制作与转播的发展历程和特点

电子竞技赛事制作与转播的发展历程离不开电子竞技赛事的发展历程，因为电子竞技赛事制作与转播是对电子竞技赛事的艺术和技术呈现。电子竞技赛事的制作与转播同电子竞技赛事项目、世界及地区的电子竞技发展水平、商业模式等息息相关。在全球电子竞技赛事制作与转播总体发展态势呈现出快速提升和迭代发展的大背景下，各国的电子竞技赛事转播发展历程呈现出一定的特色和规律。

3.2.1 韩国电竞赛事制作与转播的发展历程和特点



具有国际性影响、规模性赛事组织的电子竞技赛事及赛事制作与转播发源于韩国，韩国在相对较早的时间就组织了当时世界上影响力最大的电子竞技赛事，称作世界电子竞技



大赛 (World Cyber Games, WCG), 赛事的制作与转播水准也一度领先全球。韩国将电子竞技的魅力以及电子竞技文化向全球输出, 是电子竞技运动的先行者和定义者。韩国在较长的时间内, 在电子竞技领域具有先发优势, 赛事制作与转播产出的赛事内容也影响全球亿万电竞用户。

韩国电子竞技产业的模式是游戏公司提供游戏产品的 IP 授权, 商业赞助商组织电竞赛事, 传统电视台制作与转播电子竞技比赛。从电竞赛事制作与转播的角度来看, 电视台独立制作与转播电子竞技赛事, 并获得广告和赞助收益, 无须游戏公司承担赛事制作与转播的费用。这种合作模式和商业模式一度被认为是理想的模式, 但随着游戏产品从局域网时代进入到互联网时代, 游戏厂商对电子竞技的控制力和控制意愿逐步增强, 这种合作模式被迫停止。

韩国著名的电子竞技电视频道 OnGameNet (简称为 OGN) 隶属于韩国 CJ 传媒集团, 制作和转播了很多自己主办的比赛, 例如 OSL 等。同时, OGN 也制作与转播著名的 WCG 赛事。WCG 一度被业内称为电竞奥运会, 由韩国著名公司三星集团主办, OGN 承办赛事的制作与转播。当时 OGN 的制作水平领先全球, 受到全世界电子竞技用户和爱好者的追捧和关注。OGN 在赛事制作与转播方面, 创造了很多个电子竞技历史上的第一, 为电子竞技赛事制作与转播的发展贡献了核心力量。在韩国电子竞技制作与转播的引领下, 其他国家和地区的赛事制作与转播的水平也不断提升。

韩国电子竞技赛事制作与转播的发展过程呈现出一些明显的特点。首先, 韩国电竞赛事制作与转播的基础比较好, 起点比较高, 这与韩国文化娱乐产业发达密不可分。韩国发达的文化娱乐产业为韩国电子竞技制作与转播提供了优秀的理念、先进的技术和雄厚的人才基础。韩国电子竞技赛事制作与转播人员几乎都是来自于韩国的传统娱乐业, 这些专业的从业者具备良好的职业素养和技能, 为韩国电竞的制作与转播打下了雄厚的人才基础。

其次, 韩国电子竞技水平和选手综合素质比较高, 为电子竞技发展提供了用户基础, 也为电子竞技赛事提供了大量观众。韩国电子竞技选手管理严格, 训练刻苦, 电子竞技水平比较高, 在国际大赛上总是能取得优秀的成绩。在一些电子竞技项目发展的早期, 甚至出现顶级电竞选手在韩国扎堆涌现的情况。在很多电竞项目上, 韩国电竞选手被其他国家引进, 韩国电竞选手和训练模式也向全球输出。顶级的赛事需要顶级的制作与转播, 促进了韩国电子竞技制作与转播的飞速发展。

最后, 韩国娱乐明星包装产业链比较成熟, 电子竞技选手形象包装比较好。韩国的艺人经纪产业在亚洲和全球都具有较强的竞争力。韩国电子竞技选手从一开始就比较重视形象的包装和打造, 技术水平和外部形象俱佳, 很容易成为全球游戏玩家心目中的偶像。电子竞技也因为这些明星选手逐渐扩大了自身的影响力, 成为了在全球年轻人中普遍流行的新兴体育竞技运动。

将电子竞技打造成传媒产品是韩国电竞赛事制作与转播的突出特点。韩国电子竞技制

作与转播的水平在很长一段时间内具有绝对的优势，成为其他国家赛事制作与转播学习的对象。随着其他国家及地区的电子竞技制作与转播水平普遍提升，韩国电竞逐渐失去了主导地位，但仍然是最重要的电子竞技国家之一。

3.2.2 北美电竞赛事制作与转播的发展历程和特点



北美电子竞技赛事制作与转播发展历程的突出特点，是以传统体育的标准将电子竞技打造成新一代全球流行的体育产品。电竞赛事制作与转播的理念和方法也完全参考和对标传统体育的赛事制作与转播。因为传统体育赛事的制作与转播相对成熟，标准也比较高，所以北美电竞赛事制作与转播的起步非常高，赛事呈现的效果与传统体育没有太大的差异。

北美以传统体育的标准来制作与转播电子竞技赛事的原因是多方面的。首先，北美运营着许多全球顶级职业体育联盟赛事，这些赛事制作与转播的方式也被平移到电子竞技赛事制作与转播中。北美著名的职业体育联盟包括美国国家橄榄球联盟（National Football League, NFL）、美国职业棒球大联盟（Major League Baseball, MLB）、美国职业篮球联赛（National Basketball Association, NBA）、国家冰球联盟（National Hockey League, NHL）等。这些体育联盟赛事的制作与转播已经拥有了成熟的经验和先进的技术，是北美电子竞技转播的坚实基础。

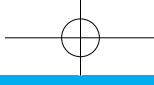
其次，由于传统体育联盟的影响，北美率先提出将电子竞技打造成体育的概念，并将创造和搭建电竞职业体育联盟体系和电竞体育商业模式作为目标。在电子竞技赛事转播过程中，将传统体育的运作模式和商业化模式融入新兴的电子竞技赛事中。电子竞技的体育化发展是北美电子竞技对世界电子竞技发展的巨大贡献。在转播的过程中，像传统体育那样，强调赛事的公正公平、与游戏宣传推广活动有显著差异也是北美电子竞技赛事制作与转播的特点。

最后，北美的电子竞技赛事制作与转播逐渐发展为游戏公司以体育赛事的方式运营和转播电子竞技赛事。起初，电子竞技赛事只是作为游戏的一种推广活动，但随着游戏公司对电子竞技实践的增多和理解认识的深入，将电子竞技赛事视作体育成为北美游戏公司的主要思路。很多的北美游戏公司都成立了自己的电竞运营部门，以体育的方式来运作电竞赛事，甚至招聘了很多传统体育联盟的管理者来运营电竞赛事。有的北美游戏公司对于电竞十分重视，甚至成立了自己的赛事制作与转播部门来转播电竞赛事，开创了游戏厂商直接参与电子竞技赛事制作与转播的新模式。

3.2.3 欧洲电竞赛事制作与转播的发展历程和特点



韩国侧重于将电竞打造成新的内容和传媒产品，北美侧重于将电竞打造成新时代体



育，而欧洲电子竞技制作与转播的侧重点是选手和观众的参与体验，让更多人的参与和享受电竞比赛的过程是欧洲电竞赛事制作与转播的突出特点。欧洲电子竞技制作与转播发展历程的突出特点表现为打造具有影响力的第三方赛事并注重电子竞技用户的线下参与氛围，其中突出的代表是欧洲电子竞技联盟（Electronic Sports Leagues，ESL）旗下的多个自主赛事品牌。ESL 旗下拥有英特尔极限大师杯赛（Intel Extreme Masters，IEM）、ESL One、ESL Pro League 等多个赛事品牌。其中，IEM 是英特尔与 ESL 合作的赛事品牌，是一个全球规模的电竞精英锦标赛。注重电子竞技用户线下参与氛围的典型代表是 DreamHack，起源于瑞典，最初只是一个小型的计算机聚会，后来发展成为影响力巨大的线下局域网聚会（LanParty）。在 2014 年的 DreamHack 上，总共有 2 万多台计算机接入局域网，参加人数更是达到了 26000 多人。每个参赛选手携带自己的计算机和游戏装备利用主办方提供的电源和网络参加线下比赛，享受电竞比赛的乐趣。

电子竞技赛事的定位会很大程度上影响制作与转播的理念，欧洲电竞制作与转播会更加突出玩家感受和烘托线下的氛围，将玩家喜爱游戏的情感以及参与比赛的真实喜悦有效地表达出来。甚至有些赛事会在保障赛事公平公正的基础上，刻意强调随意、开心的氛围。

欧洲电竞赛事以及赛事制作与转播的特点可能源于当地的文化和环境。首先，欧洲拥有雄厚的物资基础和较高的文明发展水平，人们更加追求生活的舒适和惬意。其次，欧洲人口相对较少，线下聚会规模通常不大，电子竞技聚集的巨大人群和大型电竞线下聚集活动是一种新奇的体验。最后，欧洲商业文化基础浓厚，产业链分工明确，独立的第三方赛事可以长期存在并发展。

3.2.4 中国电竞赛事制作与转播的发展历程和特点



与韩国和北美电子竞技赛事制作与转播发展历程相比，中国电子竞技赛事制作与转播的发展基础较为薄弱。因为发展基础薄弱、商业模式缺乏，中国电子竞技赛事制作与转播从赛事服务起步，经历了曲折的发展，逐步成为世界电竞赛事制作与转播中的一支重要力量。虽然也有一些中国电竞公司独立制作了第三方赛事，但整体上中国电竞赛事制作与转播以服务游戏厂商的电竞赛事需求为主，逐步发展为第三方赛事制作机构与游戏厂商赛事制作机构并存的局面。

中国电子竞技赛事制作与转播的基础较弱，主要有几方面的原因。第一，早期中国电子竞技的制作与转播人员多为游戏的爱好者，并非专业的赛事制作与转播人员，也不是与传媒相关的工作人员。这些游戏爱好者缺乏相应的工作技能，基础也比较薄弱。中国电竞制作与转播起步过程中在人才积累上先天不足。

第二，中国电竞早期缺少成熟的商业模式，导致对于电子竞技制作与转播的投入明显不足。在电竞发展的初期，虽然有一些与韩国类似的电视媒体可以制作与转播电竞比赛和

内容，但这些电竞媒体因为政策和身份的原因无法通过广告来创造收入，导致电子竞技赛事制作与转播无法长期持续投入。

第三，早期中国电子竞技的赛事举办无法持续，导致电子竞技赛事与转播无法逐渐发展壮大。虽然举办了很多赛事，但这些赛事大部分是临时性、商业性的推广活动，赛事制作与转播的预算并不高，而且不可持续。缺少周期性、固定品牌的赛事无法支撑中国电竞赛事制作与转播的技术水平长足发展，导致赛事制作与转播服务公司和机构经营存在严重问题，没有资本和实力去提升水平和培养人才。

虽然处于极其艰苦的发展环境下，中国电子竞技赛事制作与转播还是取得了一些进展，赛事制作公司及机构也承接了一些海外赛事，并制作转播了一些自有品牌赛事，为中国电子竞技赛事制作与转播积累了宝贵经验，并为电竞行业培养了一些专业人才，为日后的发展奠定了基础。

随着电子游戏从局域网游戏进入互联网游戏阶段，电子竞技对于游戏收入和游戏生态的影响力逐渐增强，游戏公司开始大规模布局并介入电子竞技领域。依托于游戏公司的资本和资源，以及先进的运营能力，中国电子竞技产业取得了长足的、跨越式的发展，电竞赛事制作与转播行业也得到了迅速的发展。

因为中国电子竞技赛事联盟多由游戏公司组织，赛事也由游戏公司主办，所以很多电竞制作转播公司及机构只承担游戏公司赛事转播服务和业务，而非创建自己的赛事品牌。承接游戏公司的赛事转播服务及业务为赛事转播公司和机构提供了稳定的收入来源，制作与转播能力才有了稳步的发展，中国电子竞技赛事制作与转播的水平和效果有了明显的提升，逐渐达到国际领先水平。

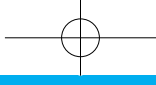
随着电子竞技社会影响力逐渐提升，电子竞技对于游戏公司的重要性逐渐增加。一些游戏公司也开始组建自己的电子竞技管理部门和赛事制作与转播服务部门。中国电子竞技进入了独立第三方制作转播机构与游戏厂商制作转播机构并存的局面。与独立第三方制作与转播机构相比，游戏公司组建的赛事制作与转播服务部门有着资金充足、内部资源丰富和内部沟通便捷的强大优势，对第三方制作转播公司构成强大的威胁。但电竞赛事制作与转播行业内的相互竞争无疑会促进中国电子竞技赛事制作与转播水平的持续进步和发展。

3.2.5 其他地区电竞赛事制作与转播的发展历程和特点



随着游戏的全球化发行以及电子竞技影响力在全球范围的不断增强，其他地区的电竞赛事制作与转播也逐渐发展起来。电子竞技赛事不断在东南亚、南亚、中东、拉美等地区落地举办，电子竞技赛事制作与转播也相应发展起来。

其他地区的电竞赛事制作与转播呈现出的统一特点是外来先进制作与转播经验的引入



和本土制作与转播团队的成长。电竞发展成熟的先进地区举办赛事和制作与转播的经验不断地向电竞发展基础薄弱的地区输出，促进本地团队的不断进步和成长。同时，电竞制作与转播公司的全球化布局也逐渐开始。电竞先进地区的海外分公司与本土制作团队有效地沟通和交流，甚至通过资本并购的方式，加快了电子竞技赛事制作与转播技术的全球推广。电子竞技赛事制作与转播进入到全球加速发展的阶段。

未来，这些地区的电子竞技赛事制作与转播的发展趋势可能会是先进标准的电竞赛事制作与转播标准与本地文化和特色的结合。每个地区的电竞制作与转播会呈现出制作标准趋同但各具特色的、百花齐放的新局面。



3.3

电子竞技赛事制作与转播机构介绍

全球范围内，电子竞技赛事制作与转播的机构很多，且都有自己的特色。这些电竞赛事制作与转播机构可以分为三类，分别是：电视及媒体相关制作与转播机构、独立第三方制作与转播机构、游戏厂商制作与转播机构。随着电子竞技行业的发展，涌现的新兴电竞赛事制作与转播机构也很多。本节列举一些对于中国电竞用户影响力较大的电竞赛事制作与转播机构。

3.3.1 电视及媒体相关制作与转播机构



1. OGN（韩国）

OGN是CJ E&M旗下的一个韩国电子竞技与游戏电视频道，于2000年7月24日建台，是世界上第一个24小时“专业游戏放送台”。OGN主办或承接了星际争霸、星际争霸2、英雄联盟、绝地求生等多个项目的电子竞技赛事。

OGN是世界领先的电竞组织，开创了许多电子竞技历史上的先河。2001年9月，OGN举办了电竞史上第一个在露天体育馆进行的比赛——“可口可乐OSL”；同年11月，OGN开始提供世界上第一个实时播放游戏内容的互联网服务“Ongamenet.com”。2003年3月，OGN播放了韩国国内第一个由职业战队参加的比赛“Ongamenet Proleague”。2004年7月，OGN在广安里举办了“SKY Proleague2004”露天决赛，10万观众云集，这是电竞历史上首个大型露天比赛。2005年4月，OGN启动DMB卫星播放；同年7月，“SKY Proleague 2005”再次于广安里举行露天决赛，聚集了12万名观众，是历史上观众最多的电竞赛事；同年12月，OGN在龙山的专用电竞馆开始营业。2006年，WCG世界总决赛在意大利蒙扎举办，OGN使用了卫星直播，开创了电竞转播史上第一个使用

卫星转播的先例。2007 年 4 月, OGN 的有线电视共接通了 1296 万个家庭。2009 年, OGN 陆续启动了 IPTV 播放和卫星 TV 放映, 并在 9 月创立了在线互动 TV “Ongamenet Online”。

OGN 制作的赛事、游戏节目开创了电子竞技的历史, 使韩国在很长一段时间都是领先世界的电子竞技第一大国, 也使韩国至今都处于世界电子竞技发展的前沿地位。但由于各种原因, OGN 在 2020 年 12 月 31 日正式停止所有节目播出。

2. 游戏风云、GTV (中国)

游戏风云和 GTV 是中国最早的电竞内容电视频道, 游戏风云曾建立了自有品牌赛事 G 联赛。

游戏风云频道成立于 2004 年, 是游戏类内容付费电视频道, 围绕游戏玩家, 定位于有线网络、IPTV 及互联网, 依托高新技术的传播手段, 以优秀、高质量的游戏资讯、赛事及娱乐视听内容为“产品”, 致力于搭建一流的综合类新兴媒体平台, 打造中国游戏电视第一品牌。

GTV 是辽宁电视台全资子公司辽宁北斗星空数字电视传媒有限责任公司旗下游戏电视业务的总称, 包括三个数字电视频道和一个网站, 即 GTV 游戏竞技频道、GTV 电子体育频道、GTV 网络棋牌频道和 GTV 游戏视频网, 其中, GTV 游戏视频网转到北京合资公司北京北斗星空文化传播有限公司运营, 而 GTV 游戏竞技频道通过中央数字电视传媒(CDM) 向全国播放。

GTV 游戏竞技频道是一个游戏产业的大众媒体, 面向所有游戏爱好者, 包括网络游戏、电视游戏、PC 单机游戏、电子竞技等内容, 涉及全面。GTV 电子体育频道面向专业受众, 全年直播或转播大量电子竞技赛事, 聚焦中国电子竞技产业。

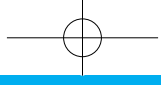
3.3.2 独立第三方制作与转播机构

1. 英雄体育 VSPO (中国)

英雄体育 VSPO 成立于 2016 年, 以电竞赛事和泛娱乐内容制作运营为核心, 提供电竞商业化、电竞电视、电竞综合体运营、电竞潮流文化 IP 运营等综合服务, 助力打造全球可持续电竞生态圈, 致力于为全球电竞爱好者提供全新的电竞文化体验和生活方式。

英雄体育 VSPO 核心团队主导并成功承办或举办了雅加达—巨港亚运会以及王者荣耀、和平精英、穿越火线、PUBG、英雄联盟、QQ 飞车、PUBG MOBILE、部落冲突: 皇室战争等知名竞技游戏的一系列官方顶级职业赛事, 包括 KPL、PCL、LPL、CFPL、CFML 等。同时, 英雄体育 VSPO 以全案营销策略支撑了 KPL、PEL 等知名电竞项目。

针对版权平台, 英雄体育 VSPO 提供了高价值内容产品, 并配合优质的版权运营解决



方案，显著拉动了平台用户的活跃度、相关用户付费以及广告收入的增长。

英雄体育 VSPO 业务覆盖亚洲、欧洲、美洲，围绕电竞年轻人的生活方式和场景，为全球电竞爱好者带来从线上到线下的全方位体验，为用户、品牌、行业、城市创造丰富多维的电竞生态，向全球输出中国电竞标准和文化。

2. NeoTV（中国）

NeoTV 是上海网映文化传播有限公司旗下品牌，成立于 2006 年。NeoTV 拥有多年运营和直播国际级大型电竞赛事的经验、专业的节目制作团队、丰富的职业解说主持人和选手资源、独立的媒体网站和移动端平台，以及遍布全国的推广渠道。致力于打造高质量、国际化的电竞游戏综合平台。NeoTV 曾承办 2007—2012 年 WCG 中国区总决赛。

3. ImbaTV（中国）

ImbaTV 是一家以游戏电竞赛事为核心的内容分发平台，致力于成为全球优质的电竞赛事内容创造者。成立之初就创办了玩家众筹形式的大型电竞娱乐赛事 i 联赛，并在 2015 年与知名赛事品牌 Starladder 签署了合作协议，合两家之长，共用优势资源来一起举办大型电子竞技赛事，该赛事被命名为“SL i-League StarSeries”。与此同时，ImbaTV 也是世界范围内实力雄厚的赛事制作方，曾经多次成为 Valve 的 Major 级别赛事的中文直播信号官方授权合作伙伴，并在多个国家自主承办大型电竞赛事，涵盖时下热门电竞项目，面向全世界优秀的战队和选手。赛事之余，ImbaTV 制作了许多原创综艺栏目，受到了不少玩家的喜爱，例如《游戏麦霸我最 6》《倒塔我的锅》《今晚吃鸡》等，在各大直播、点播平台上拥有累计超过数千万的浏览量，并且与赛事内容一起，推向了包括大屏端在内的多个内容平台，使玩家在任何时间都能尽情享受电竞的快乐。

4. MarsTV（中国）

MarsTV 是 2012 年成立的知名电竞赛事运营商，隶属上海耀宇文化传媒有限公司，主营业务范围涉及赛事运营、频道运营、赛事转播、内容定制传播等多个领域，致力于打造服务于游戏行业的第一传媒，曾参与 TI6 的中文转播，有自有品牌赛事 MarsTV DOTA2 League。

5. ESL（德国）

ESL 是世界著名的电竞赛事组织者、电竞内容提供商，拥有 ESL Pro League、IEM、ESL One、EMS One 等多项世界闻名的大型赛事品牌。

ESL 总部位于德国科隆，由德国 SK 战队创始人 Ralf Reichart 于 1997 年创办。ESL 最初通过承办 CPL 旗下欧洲区的一些比赛踏入了电竞赛事组织的行业，而 CPL 由于经营不善最后倒闭，ESL 接过了 CPL 的大旗，直到今天发展成为世界顶级电竞组织。ESL 在德国、俄罗斯、法国、波兰、西班牙、中国和北美等电竞市场繁荣的地区都设有办公室。

2015 年 4 月, 瑞典传媒巨头 Modern Times Group (MTG) 集团以 7800 万欧元 (约合 5.8 亿人民币) 收购 ESL74% 的股份成为控股股东。

6. PGL (罗马尼亚)

PGL 是罗马尼亚的电竞赛事制作机构, 曾深度参与 Valve 的赛事, 是 2021 年 CS:GO Major 和 DOTA2 TI 的承办机构。

7. Starladder (乌克兰)

Starladder 是一家位于乌克兰的老牌电竞制作公司, 以制作 CS:GO 和 DOTA2 赛事而闻名, 具备承办线下 Major 的能力。Starladder 承办过的著名赛事有 StarLadder Major Berlin 2019、PUBG Continental Series: Middle East/Europe West 等。

3.3.3 游戏厂商制作与转播机构

1. 腾竞体育 (中国, 腾讯)

腾竞体育是由腾讯互动娱乐与拳头游戏 (Riot Games) 于 2019 年 1 月联合成立的、专注于推动电竞产业发展的体育运营公司, 致力于把英雄联盟电竞打造成为中国最专业、最具影响力和最具商业价值的体育赛事, 成为电竞行业的先行者、开拓者和领导者, 并持续推动中国电竞产业发展。

2. 天美电竞中心 (中国, 腾讯)

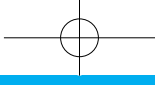
天美电竞中心是腾讯天美工作室群旗下面向全球的电竞运营机构, 主要运营王者荣耀 / 王者荣耀国际版、QQ 飞车手游等电竞游戏的相关赛事。

天美电竞中心是为满足天美电竞赛事制作需求而设立的制作中台, 主要承载王者荣耀、QQ 飞车手游、使命召唤手游等众多热门产品的电竞赛事制作、电竞内容分发、场馆远程传输、电竞教育培训、电竞艺人管理、制播技术预研等业务。通过整合腾讯云联网和 5G 传输能力, 天美电竞制作中心可接入全国大部分地区场馆进行远程制作。未来天美电竞制作中心将着力于赛事标准化、电竞专业人才培养、电竞教育实习基地建设等模块重点发展。

3. 网易电竞及网易 CC (中国, 网易)

网易电竞及网易 CC 是网易游戏旗下的电竞运营机构, 主要运营第五人格、永劫无间等游戏的相关赛事。网易电竞拥有赛事品牌 NeXT X 系列赛, 是集合多款热门游戏竞技比赛的专业电竞赛事, 通过线上预选以及线下决赛的形式, 为网易电竞爱好者提供参与、观赏以及游戏文化沉浸式体验的综合性电竞赛事活动。

网易电竞一路走来, 一直致力于推动电竞的全民参与。在国内, 网易电竞举办了《决



战! 平安京》OPL 职业联赛、《大话西游》手游巅峰赛、《实况足球》战队联赛、《第五人格》IVC 精英赛、《阴阳师: 百闻牌》大师赛、《率土之滨》周年邀请赛等覆盖不同品类、玩家的电竞赛事。同时, 海外地区的电竞种子也在生根发芽, 《第五人格》日本 IVC 精英赛、《荒野行动》日本 Champion 等多个赛事都在当地有不俗的影响力。

4. 完美世界电竞(中国, 完美世界)

完美世界电竞是完美世界旗下的电竞运营机构, 多年来深耕电竞产业链, 专注于产品研发、用户运营和专业赛事组织等方向。围绕全球顶级电竞产品《DOTA2》《CS: GO》以及“蒸汽平台”, 自主研发了完美世界对战平台 PWA 和移动端社区应用完美世界电竞 App。基于专业的赛事制作和成熟的社区产品运营, 完美世界电竞积极拓展与各界在冠名、版权、异业、赛事承办等方面的合作模式。



3.4

电子竞技赛事制作与转播的标准

电子竞技影响力的持续提升, 离不开电竞赛事制作与转播效果的持续提升和优化。大量电竞用户和观众都是因为欣赏到电子竞技赛事制作与转播呈现出的竞技魅力和精彩效果而喜欢电子竞技运动。为了保持电子竞技赛事制作与转播的效果持续稳定, 不因赛事组织和制作机构的不同而呈现出参差不齐的效果, 电子竞技赛事制作和转播的标准至关重要。

如果电子竞技赛事有了统一的制作与转播标准, 不同的制作机构可以保持统一的制作和转播标准, 新进入电子竞技行业的转播机构也能够快速学习到电竞赛事制作与转播的方法和技巧。参考传统体育赛事制作与转播的标准, 电子竞技赛事正在探索自己的制作与转播标准。

3.4.1 传统体育赛事制作与转播标准



传统体育赛事发展的时间比较长, 比赛规则、判罚标准、赛事场地、赛事制作与转播等方面相对比较成熟, 都有明确的要求和标准。传统体育项目的赛事规则及竞技方式变化相对较小, 体育项目的生命周期也比较长, 这些特点都有利于各种规则和标准的总结和沉淀。有了各项规则和标准, 传统体育项目相当于有了标准的语言, 在世界范围内的发展和扩展都比较顺利。

传统体育赛事制作和转播也积累了一整套标准。这些制作标准保证传统体育赛事的制作和呈现方式统一标准化, 不因赛事组织机构和转播机构的变化而产生偏差。传统体育赛事制作与转播的标准展现了竞技项目的激烈和精彩, 促进了用户观赛习惯的养成, 也促进

了传统体育赛事在全球的普及。

一些大型的传统体育组织,不仅形成了自己的制作标准,而且拥有专属的制作与转播团队,或与某些电视转播机构达成战略合作,来保证赛事制作与转播的效果。以奥运会为例,国际奥林匹克组委会在2001年成立了奥林匹克转播服务公司(Olympic Broadcasting Services, OBS),为夏季奥运会、冬季奥运会和青年奥运会提供主转播商的服务。奥林匹克转播服务公司对于奥运会的制作与转播提出了一整套制作与转播的标准,包括:制作与转播的原则、各参与方的权利及义务、转播信号的格式和技术指标、场地的需求、转播设备的需求、制作与转播的流程、针对每个竞技项目的具体转播要求、制作与转播的工作流程、对工作人员的后勤保障等。在赛事举办前,奥林匹克转播服务公司会对奥运会的制

作与转播人员进行统一的培训,确保制作与转播标准的完整落实。

由于传统体育赛事制作与转播的标准成熟且明确,传统体育场馆在建设之初就可以充分考虑赛事制作与转播的需求。很多传统体育场馆都会配备一些制作与转播人员的工作区域、传播车区域、后勤保障区域、场馆内导播间等。有的场馆甚至会预先铺设专业信号传输线路及网络以方便赛事的制作与转播工作。

3.4.2 电子竞技赛事制作与转播标准的探索

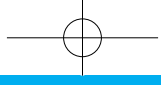


与传统体育赛事制作与转播的标准相比,电子竞技赛事制作与转播还没有形成相对成熟和统一的标准。即使是同一个电竞项目,在不同的比赛间,赛事的制作与转播方面也存在较大的差异。不同的赛事转播方也都拥有自己的转播理念、转播技术和转播习惯,没有统一的评判标准。

电子竞技赛事制作与转播尚未形成统一标准的原因是多方面的。首先,电子竞技运动的发展时间较短,电子竞技赛事制作与转播的发展时间更短。赛事制作与转播没有足够的时间及经验的积累难以形成标准,行业内也缺少足够数量的技术专家来制定标准。很多电子竞技早期的制作与转播人员都是游戏的爱好者,而非专业的制作与转播人员,很多电竞赛事的制作与转播技术也是在摸索中不断前进。

其次,电子竞技项目的更迭比较快,项目的生命周期较短。与传统体育项目生命周期较长不同,电子竞技项目随着技术的进步不断地更新换代,可能制作与转播某项目的经验和标准尚未成型,该电竞项目已经被新的其他电竞项目所取代。而且有的电子竞技项目是与游戏技术和游戏平台同步更新的。新的游戏技术和平台产生了新的游戏,这也导致游戏转播技术需要随之更新。游戏项目的更迭虽然促进了电子竞技赛事制作与转播技术的快速进步,但是也无疑地增加了制作与转播技术积累的难度。

最后,电子竞技赛事组织与制作转播一直缺少国际性的权威机构。传统体育中的各类国际性权威组织,在体育项目组织规范和转播技术规范的制定过程中起到了决定性的作用。



反观电子竞技，现阶段很多电子竞技赛事都是由游戏厂商或赞助商举办的，赛事目的也是游戏的推广或商业需求，缺少长期的连贯性和业内广泛的权威性，导致电子竞技的各项工作缺少责任主体，电竞赛事制作与转播的标准无法推进。

虽然有着很多的不利因素，但电子竞技行业还是在积极地探索制定赛事制作与转播的标准，来促进行业的持续、稳定、健康发展。2017 年底，腾讯电竞正式发布《腾讯 2018 电子竞技运动标准》，主要涉及赛事领域、教育领域及产业园领域。优先发布的是赛事领域标准，包含电竞赛事直播的相关标准。虽然这份标准的内容有待完善，但无疑是整个电子竞技领域的重大进步。一些电子竞技赛事的运营公司也有自己内部的赛事制作与转播标准。例如，英雄体育 VSPO 的核心团队早在 2012 年就制定了公司内部的电竞赛事制作与转播的执行标准和规范。

相信在未来，电子竞技一定会克服各种困难，最终制定出自己的赛事制作与转播行业标准，也会针对各类电竞游戏的特点制定细分的制作与转播执行标准。这些标准会进一步促进电竞赛事制作与转播的发展，提升制作与转播的水平，为电子竞技吸引更多的用户和观众，并进一步提升电子竞技的影响力。



3.5

电子竞技赛事制作与转播发展的驱动力

电子竞技赛事制作与转播从无到有，在极短的时间内能够呈现出不亚于任何内容展现形式的效果，而且逐渐形成了自己独有的方法、技术、体系和理论的原因是受到了强大驱动力量的影响。这些驱动力量包括：游戏产业的模式变化和电竞产业的规模增长、用户观赛水平和需求的持续提升、电竞与其他内容形式的竞争愈加激烈、行业资源增加和配置的不断优化。

1.

游戏产业的模式变化和电竞产业的规模增长

电子竞技赛事制作与转播的发展离不开产业本身的发展，赛事制作与转播也为赛事服务提供精彩的内容、展现电竞的魅力并吸引更多的观众。任何产业的发展都离不开需求和投入，电子竞技产业也是如此。广泛的需求和巨大的投入促进了电子竞技产业的发展，同时带动了电子竞技赛事制作与转播的飞速发展。

电子竞技人群的不断扩大和观赏电竞赛事的需要是电子竞技产业广泛需求的来源。电子竞技已经逐渐摆脱了早期不被认可的窘境，得到了社会的广泛认可，发展为一项新兴的竞技运动。随着电子竞技作为正式比赛项目进入亚运会，其影响力愈加增强，电竞观赛的需求会更加旺盛。逐渐庞大的用户群体对于电子竞技赛事和内容的需求是导致电子竞技赛事制作与转播不断发展的重要原因。

电子竞技赛事制作与转播的发展离不开巨大的投入。随着电子竞技从早期的爱好者电竞时期进入到游戏厂商主导时期,电子竞技的投入方逐渐变为游戏公司,游戏公司对于电子竞技的巨大投入是电子竞技制作与转播发展升级的保障。游戏公司投入电竞的原因是游戏产业商业模式的转变。游戏从局域网游戏发展为互联网游戏,从游戏版权收费模式转变为免费游戏道具收费的新型商业模式,电子竞技对于游戏运营和游戏收入的拉动作用不断增强,电子竞技也有利于活跃玩家社区,提升玩家的游戏黏性,延长游戏的生命周期。

客观且广泛的需求和巨大的投入促进电竞产业飞速发展,脱胎换骨。随着电竞产业不断发展,电竞产业与更多行业合作的连通属性逐渐增强。电子竞技已经开始触达更多行业,对于地方经济发展和就业的拉动逐渐增强。这些都需要电竞赛事制作与转播水平精良,提供优质的内容,展现自身的实力,从而获得更大的影响力。

2. 用户观赛需求和欣赏水平的持续提升

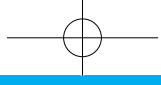
电子竞技赛事是内容型产品,与所有内容型产品一样,必须不断地创新和进步,才能够持续地吸引观众。内容型产品即使做得非常优秀,制作品质非常高,如果长时间没有变化,观众也会觉得索然无味,所以内容型产品必须长期坚持创新。随着内容产品不断创新,内容产品质量将愈加精良,观众欣赏产品的类别也将不断增加,优秀的内容会使观众的欣赏水平不断提高,这又促使内容性产品将内容和模式创新放在首位。

电子竞技制作与转播不断发展的驱动力就是观众的观赛水平和需求的持续提升。最初,在电竞赛事内容贫乏的时代,观众对于电子竞技赛事制作与转播没有非常严格的要求,只要有电竞比赛看就可以。但是随着电子竞技产业的发展,电竞赛事日益增多,观众会倾向于观看制作精良的电竞比赛,这促使电竞赛事制作与转播不断发展。电竞用户欣赏水平不断提升,电竞赛事制作与转播满足了用户的现有欣赏水平,又会刺激用户产生更高的欣赏需求。用户观赛水平的不断提升促进了电子竞技赛事制作与转播的快速发展。

3. 电竞与其他内容形式的竞争愈加激烈

电子竞技赛事逐步成为受全球年轻人群热爱的新兴体育运动,电子竞技赛事内容也逐步成为主流的内容产品形式之一。电子竞技赛事内容与其他内容形式的竞争愈加激烈。用户在观看电子竞技赛事内容时,会不可避免地将电竞赛事内容与其他形式的内容进行比较。如果对比其他内容形式,电子竞技赛事内容制作质量很低,对用户没有极强的吸引力,会导致电竞用户的流失,从而影响电子竞技产业的发展。

目前电子竞技行业还处于高速发展的阶段,未来在电竞行业成为主流的竞技娱乐行业之后,与其他内容形式的竞争将会更加剧烈。面对激烈的竞争,电子竞技需要高水平的赛事制作与转播,从而产出优质的内容。当电子竞技人群达到饱和之后,电子竞技产业进一步发展需要拓展新的电竞人群,而观看电竞比赛往往是非电竞人群接触电竞的第一步,电子竞技赛事的制作与转播水平决定了其他用户对电竞产业的第一印象。



4. 电竞行业资源增加和配置的不断优化

电子竞技赛事制作与转播快速发展的驱动力之一是行业资源、资金、人才、技术等要素的不断增加。电子竞技发展早期，行业十分缺乏这些资源要素。很多电竞行业的从业者都是游戏爱好者，凭着对电竞的一腔热爱加入这个新兴的行业。行业内的资金、技术不充足，与传统体育产业及其他产业相比，资源也严重不足，导致电子竞技赛事制作与转播只能在相对较低的标准下进行。随着电子竞技产业的不断发展，有更多的资金、人才、技术涌入电竞行业，为电竞行业的飞速发展提供了资源的保障。电子竞技赛事制作与转播也随之发展起来。未来，将会有更多的资源要素向电竞产业涌入，电子竞技赛事制作与转播也会越做越好。

在各类资源向电竞行业涌入的同时，电竞行业内资源要素的配置和使用方式也逐渐趋向合理。在电竞发展早期，虽然有的赛事为电子竞技制作与转播提供了大量的资源和资金，但因为产业内其他基础方面非常薄弱，资源和资金不得不使用在场馆改造、功能间搭建、网络租赁与搭建、转播设备租赁等方面，导致资源和资金的使用极不合理，没有将有效的资源和资金用于提升赛事内容制作的水平。随着电子竞技产业的发展，产业本身有了一定的积累，包括专业电竞场馆以及先进的设备，促使赛事举办的基础成本不断降低，资源和资金越来越向影响内容最终呈现效果的要素进行集中和优化配置，从而改变了电竞赛事制作与转播的生产模式。未来随着电子竞技产业更加成熟，资源和资金将会得到更加有效的利用，同样水平的赛事投入，赛事制作与转播的效果也会更好。