

# 亚运吸引超3.5亿人围观，带来商业价值约2.6亿元 电竞要长红还需补啥课



电竞比赛现场，气氛热烈。 新华社图

今年，人们对电竞的关注有多高？

在亚运会开赛前，电竞赛场观众席位就是一票难求，想进场看还得靠抽签。

说电竞行业风头正盛并不夸张，同为国家体育产业研究基地的浙江大学联合华中师范大学刚刚发布了《亚运电竞赋能城市发展评估报告》（以下简称“报告”）。《报告》里几个数据值得关注：电竞赛事产生的经济效益约2.6亿元，间接经济价值1.82亿元，超3.5亿人观看赛事……

越来越多的目光投向电竞，相关职业需求量同样激增，人才的到来也为行业产业链提供了更多可能性。

## 对电竞的认知开始出现井喷

用一个词来形容电竞产业这几年的发展，那就是：脱胎换骨。

毕竟在十几年前，一提到电竞，很多人的刻板印象还是网瘾少年的小众爱好，不看好、不支持是很多人的常态反应。

而杭州亚运会的电竞比赛，不仅有时隔19年的央视转播，还吸引国际奥委会主席巴赫、AESF主席霍启刚、姚明等名人现场观战。

《报告》数据指出，杭州亚运会电竞赛事产生的经济效益约2.6亿元，另据腾讯持股转播相关平台数据显示，超过3.5亿人观看亚运电竞赛事，庞大数据背后意味着两大风口。

一是“城市IP+电竞”正成为新趋势。

这几年，电竞不光得到商业界的关注与支持，还一脚跨入了体育、城市层面。

比如亚运电竞赛事，位于拱墅区的杭州电竞中心建成，成为杭州市乃至全国知名的地标性建筑，吸引了不少人慕名前来，为电竞行业再添一把火。

与此同时，更多的城市引入电竞赛事、电竞产业的意愿不断提升，不少城市纷纷争做“电竞之都”。

比如“电竞第一城”，已经成了上海市的新名片；成都打出“电竞文化之都”旗号；西安市更是在2023LPL夏季赛总决赛期间，把电竞元素带到城市地标上。

为何各地城市都想做电竞之都，拿出真金白银想打造城市IP+电竞的内容？原因是各地政府都已经看到了电竞的发展潜力，是真正的筑巢引凤。

二是电竞的场景越来越融入大众生活。

城市和各大官方的呼吁，只是指明了方向，真正推动电竞行业的改变，还是要以更接地气、人们喜闻乐见的方式去融入，让人们更加关注与参与这个新兴产业。

## 电竞赋能城市期待双向成就

如今的电竞，早已不局限在各种赛场，而是深度体现在城市的各种细微之处，甚至是向世界传播中国文化的放大器。

比如本届杭州亚运会电竞比赛中，《王者荣耀

亚运版本》与《和平精英亚运版本》就植入了三潭印月、雷峰塔等杭州传统历史文化元素。再加上电竞赛事现场的顶级舞美设计，如此种种让观众期待值拉满，门票也是一票难求。

杭州本来就是国内知名的旅游城市，热度如此之高实属情理之中，但电竞带来的赋能显然还不止于此。

为什么说，电竞能够点亮城市的隐藏副本？

### 1. 电竞+城市IP，打通城市隐藏副本

在亚运之前，城市+电竞的成功尝试就已在不少。

以LPL、KPL等腾讯项目赛事为代表的电竞赛事，不断完成全面地域化冠名，战队全面地域化的背后，让不少城市获得了“电竞经济”。以今年KPL春季赛—成都主场为例，仅开票10分钟5场比赛门票便售罄。如此庞大的热情，自然让这次亚运电竞热度再上一个台阶。

影响力上，本次亚运电竞赛事有2家国际电视台、124家国内电视台进行相关报道。

《报告》指出，89.43%的受访者认为通过亚运电竞赛事的成功举办，接触甚至深入了解了以西湖文化、运河文化、钱塘江文化、杭州剪纸、杭州刺绣等为代表的杭州文化。

这次亚运电竞之所以能如此成功，一方面，电竞赛事本身就是文化的一个较好载体，可以充分放大IP的价值。另一方面，电竞进化成体育赛事，也是亚运对电竞国际化的进一步加速，尤其是带有国家元素文化性质的场地体验，显然能为人们带来视觉震撼。

接下来体现在消费上，人们对电竞的观赛热情，自然也会刺激出庞大的消费热情。

《报告》显示，这次亚运会电竞带来的商业价值约为2.6亿元，其中包括门票、特许商品在内的直接经济价值7877.53万元。而间接经济价值1.82亿元，因为电竞，5.8万人来到杭州“吃住行游购娱”。

### 2. 搭上亚运快车，倒逼产业链升级

通过电竞，人们发现城市文化的隐藏魅力以及释放出消费热情，同样，城市自然也不会错过这个机遇。

如果说亚运前的电竞还是局限在赛事本身，那么亚运后，电竞作为成熟体育竞技项目，正在用肉眼可见的影响力，倒逼相关产业链发展进一步加快。

城市开放提出多种政策支持电竞，比如这次在杭州，与电竞相关的线下观赛、电竞酒店电竞cafe、电竞特许商品……越来越多围绕电竞的基础场景，都如雨后春笋般增多。

以腾讯电竞联名的竞鹅酒店为例，作为一站式的电竞娱乐新消费体验地，沙特、印尼、越南、中国的电竞队伍在比赛前都选择了入住，让选手提前进入氛围沉浸。这里既是驻地、训练场，更是电竞与城市的重要链接。

现实证明，一场大型电竞赛事的成功举办，能让城市的软硬实力双提升。

越来越多的城市看到机遇后都想加大投入，电竞前景愈加明朗。腾讯看到这一点后，先一步发布“电竞运动城市发展计划”，想通过产品技术赋能、场景营销服务等措施，根据不同的城市特色，去定制个性化的电竞产业发展计划。

捕捉到人们对于电竞的热爱，倒逼电竞产业升级。双向奔赴的最后，便是双向成就。

## 电竞要有温度 主动拥抱变化

亚运会结束后，很多人还有一个关心的问题：电竞还会进化成什么样子？只有主动拥抱变化，才能打开无限的想象空间。

这些其实也是很多版权方正在做的事，早从十几年前开始，以腾讯为代表的推动者们就开始布局电竞相关业务，累计投入已有数千亿元。

苦尽甘来的背后，必须看到电竞未来发展的两个重点：

一方面，电竞是城市未来引流的重要“秘籍”。

运动是最天然的流量利器，今年贵州村超举办地榕江县，凭借成熟的赛事生态吸引了全国大批游客，有人统计五月份实现旅游综合收入12.41亿元，同比增长52.08%。

同样，电竞的想象力也不容小觑。从投入回报来看，电竞的确是个好生意，它还有个得天独厚的优势：IP。有了IP，各种文娱生态就有了舞台。

《报告》指出，未来，围绕电竞的运动休闲电竞小镇、电竞主题公园、电竞赛事综合体、电竞社区……能够产生更广泛的社会经济价值，毫无疑问，也自然会是各大城市争夺的核心武器。

另一方面，更有温度的电竞文化与用户体验。

接下来，电竞在类似传统体育的操盘基础上，进一步发挥自身独有的电竞社交语言功能。

在这个趋势下，对电竞赛事运营方的要求也在提高，更考验的是贴近用户的能力，以及观众与赛事的参与感。这就涉及到一个重要概念，即赛事的标准与规范化建设，这也是电竞赛事跃入大雅之堂，闪耀亚运的关键基础。

为了这个关键基础，全电竞行业上下游各方都在努力，就以最大的版权方腾讯为例，他们也极为重视这方面的布局，从最初的冠名到运营，再到深度参与，一切的共同点都是：让电竞这个行业更具规范与温度。

此外，为了保证赛事正规化进行，在服务器部署、执赛工具应用、赛事协作优化等方面提供技术支持，让主办方只需聚焦比赛，无须为后端牵扯多余精力。

据财经talk、新浪财经

## 相关

### 实力强大的巨头接棒“创二代”的投资版图

此前，电竞一度被认为是“创二代”的“游戏”投资版图。除了王思聪，中国稀土控股集团执行董事蒋泉龙之子蒋鑫、雏鹰农牧创始人之子侯阁亭、何鸿燊之子何猷君等都曾对电竞战队进行投资。

但随着游戏直播的逐步走冷，这一波“创二代”投资电竞的风潮，反而在电竞入亚之后，慢慢归于消歇。不过，随后接棒的实力更为强大。微博、京东、滔搏、B站、李宁相继收购战队进行冠名。

一个热门战队，甚至会得到来自实体经济的众多大企业赞助。以WBG战队为例，不仅拥有来自一汽奥迪的冠名赞助，还有包括康师傅冰红茶、盼盼食品、臭宝螺蛳粉、雷蛇、惠普OMEN等一众品牌大力支持。

赞助商看中的，是电竞影响力背后的年轻用户群体，因为他们是消费主力军。

张书乐（知名电竞专家）



选手在比赛中 新华社图