

E-sports



第 3 章

## 中国电子竞技 产业结构

3.1

### 比赛和选手只是电子竞技产业的冰山一角

2021年1月27日,一个名为“首批电竞本科生几乎没人从业电竞”的话题冲上微博热搜,排名甚至到了热搜榜的第4名。这个话题在两天内实现了3.6亿次阅读和近7000次讨论。争论的焦点主要包括:打游戏的专业没有前途,不该开设;中国传媒大学这个专业不是电竞专业,教的也不是打游戏;毕业生进入游戏公司工作是专业对口。总之,据理力争者有之,起哄“吃瓜”者亦有之,电竞相关的话题又一次成为社会讨论的热点。

2021年1月30日,中国新闻网采访中国传媒大学动画与数字艺术学院副院长陈京炜的报道澄清了事实。报道说明:该专业的名称是“数字媒体艺术(数字娱乐方向)”;课程主要包含游戏设计、电竞管理等,电竞只是一方面;该专业并不培养电竞选手、电竞教练、解说主播等方面的人才;电竞产业链很长,但很多人只对电竞选手、俱乐部、电竞主播解说有直接认知;根据目前的统计,该专业已有6人签约游戏大厂,还有些学生的就业方向并不确定。此外,陈院长表示,作为本科教育,学校更希望学生能够拥有比较好的综合素质,在产业链中根据自己的能力发挥自身特色,而非给学生指定一个特别窄的发展方向。

除了“蹭热度”以外,电竞相关的话题之所以能够屡次成为社会热点,主要是因为社会大众对电竞理解不深,信息不对称导致了严重的认知冲突;广泛存在的“游戏、电竞导致了很多社会和家庭问题”的主观判断更对激烈的社会讨论起到了推波助澜的作用。人们多以自己对于电竞赛事、电竞选手的直观感受来理解整个产业,以偏概全地认为打游戏就是电竞。而且由于电竞产业发展时间短,变化频繁,缺少理论研究,行业内尚未形成对于电子竞技概念以及产业范围的统一认知。以上原因促成了目前这种“大家都在讨论电竞,但彼此讨论不同电竞”的社会现象。

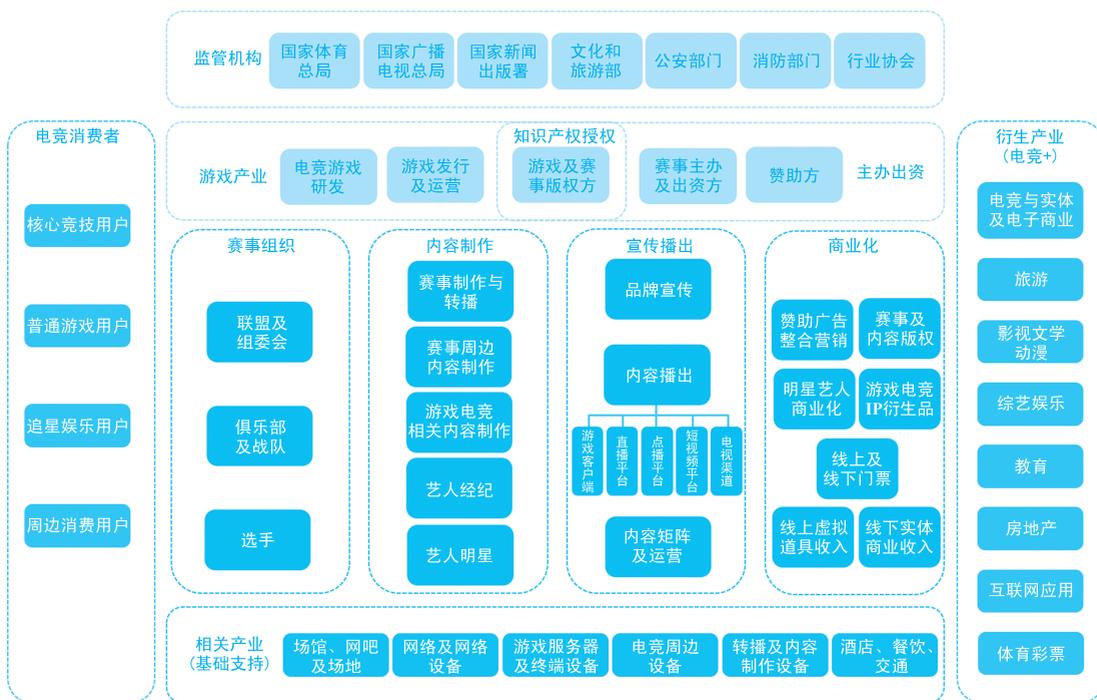
用户和玩家直接感受到的绚丽的比赛和追捧的知名选手是电子竞技,但这只是大家看到的电子竞技,在这背后还有很多观众和玩家看不到的部分。为了呈现精彩的比赛,展现

选手的竞技水平和竞技精神，很多幕后的电竞从业者通力协作，形成了电子竞技复杂的运作体系和产业结构。对于整个电竞产业而言，比赛和选手只是其中最亮眼的冰山一角。

## 3.2 中国电子竞技产业结构概述

### 3.2.1 电子竞技产业结构图

对于中国电子竞技的产业结构，在本书之前已有其他产业报告、电竞教材进行过总结。本书根据电竞产业发展现状和产业运行方式，以及产业中各主体发挥的不同功能和作用，提出了一种全新的、简明清晰的电子竞技产业结构，如图 3-1 所示。



· 图 3-1 电子竞技产业结构图 ·

本书将电子竞技产业分为 6 大模块：

- (1) 监管机构；
- (2) 游戏产业、主办出资机构；
- (3) 核心产业（包括赛事组织、内容制作、宣传播出、商业化）；
- (4) 相关产业（基础支持）；
- (5) 衍生产业（电竞+）；

#### (6) 电竞消费者。

电子竞技监管机构处于电子竞技产业结构的最上层，电子竞技产业能否持续发展、电子竞技赛事活动能否进行，都与监管机构的决策直接关联。

游戏产业及电子竞技授权出资机构在电子竞技核心产业之上，电子竞技监管机构之下。在监管机构允许的情况下，电子竞技赛事的举办还必须获得游戏公司的授权和充足的资金。

电子竞技核心产业模块是电子竞技产业结构的主体。从赛事组织模块到商业化模块的线性流程，反映了电子竞技产业利润产生的过程，每个模块内部又有着更具体的细分模块，包含了因电竞赛事而产生的各个岗位。

电子竞技相关产业是对电子竞技核心产业提供基础支持的产业。电竞赛事的举办，需要相关产业提供设备和空间上的支持，而相关产业的发展由电子竞技核心产业带动和促进。

电子竞技衍生产业，也可以称之为“电竞+”产业，是电子竞技产业和其他产业融合而成的新产业。电竞衍生产业的发展尚处于早期，其中的一些产业需要电竞行业进一步规范。

电子竞技的消费者是电子竞技的用户，通过对电子竞技赛事及相关产品的购买活动使电子竞技产业盈利。

### 3.2.2 电子竞技监管机构

电子竞技产业是一项新兴的文化产业，其核心产业是电竞赛事产业。电竞赛事从组织、比赛到播出的一系列环节，都受到国家相关机构的监管。电子竞技的监管机构有国家体育总局、国家新闻出版广电总局、文化和旅游部、公安部门、消防部门、行业协会。

电子竞技监管机构的详细内容会在本书第4章集中介绍。

### 3.2.3 游戏产业

电子竞技产业诞生于游戏产业，最初是作为游戏产业的一部分，直到具有了一定的规模和市场，才从游戏产业分离出来，成为一个相对的独立产业。

游戏产业中，与电子竞技紧密相关的是电子竞技游戏研发和电子竞技游戏发行及运营。

电子竞技游戏研发是电子竞技运动发展的基础，没有优秀的电子竞技游戏项目，电子竞技运动便无法开展。游戏研发部门不断研发新的竞技游戏，为电子竞技运动提供品类不同、玩法各异的游戏项目。

游戏发行及运营部门负责将研发完成的电子竞技游戏向市场推广，通过宣传和运营，不断扩大游戏知名度，获取大量游戏用户，为游戏的电竞化奠定基础。

游戏产业的详细内容将在本书第5章集中介绍。

### 3.2.4 电子竞技授权出资机构



电子竞技授权出资机构的产业定位是电子竞技产业的版权所有者和出资者，其主要功能如下：

- (1) 提供游戏及赛事的知识产权授权；
- (2) 确定赛事 IP 的所有权和主办方、明确赛事举办的目标、运作模式及基本准则；
- (3) 为赛事提供资金源支持；
- (4) 通过赛事举办、赛事赞助达成本机构的核心目的。

电子竞技授权出资机构包括游戏及赛事版权方、赛事主办及出资方、赞助方。目前大部分电竞赛事中，游戏公司既是赛事版权方，又是赛事主办及出资方。电竞赛事的出资方主要是游戏公司和赛事赞助方。未来，随着电子竞技产业升级，产业细分更加深入，赛事版权方和赛事主办方及出资方的职能或许将不再集中于游戏公司。

#### 1. 游戏公司

目前，大部分电竞游戏版权及赛事版权集中于头部游戏公司。游戏公司掌握着游戏版权和赛事版权，投入资金自主建立电竞赛事体系、举办电竞赛事，对赛事 IP 进行商业化开发，参与电子竞技赛事产业链的全过程，在电子竞技产业生态中占据至关重要的地位。头部游戏公司主要有腾讯、Riot、Valve、暴雪、网易等。

##### 1) 腾讯

腾讯是中国拥有电竞游戏和电竞赛事版权最多的游戏公司。

腾讯的电竞游戏包括《英雄联盟》（中国大陆地区代理运营）、《穿越火线》（中国大陆地区代理运营）、*FIFA Online4*（中国大陆地区代理运营）、*DNF*（中国大陆地区代理运营）、《QQ 飞车端游》、《王者荣耀》、《QQ 飞车手游》、《和平精英》、*PUBG MOBILE* 等。

腾讯旗下的电竞赛事包括以下几个系列。

(1) 《英雄联盟》系列赛事：LPL（英雄联盟职业联赛）、LDL（英雄联盟发展联赛）、英雄联盟高校赛。

(2) 《王者荣耀》系列赛事：KPL（王者荣耀职业联赛）、KCC（王者荣耀冠军杯）、KGL（王者荣耀甲级职业联赛）、王者荣耀城市联赛、王者荣耀高校联赛。

(3) 《和平精英》系列赛事：PEL（和平精英职业联赛）、PEC（和平精英国际冠军杯）。

(4) 《穿越火线》系列赛事：CFPL/CFML（穿越火线双端职业联赛）、CFS（穿越火线世界总决赛）、穿越火线百城联赛。

(5) 《QQ 飞车手游》系列赛事：QQ 飞车手游 S 联赛及赏金赛、QQ 飞车手游亚洲杯、QQ 飞车手游高校联赛、QQ 飞车手游城市挑战赛。

(6)《QQ 飞车端游》系列赛事: QQ 飞车端游谁是车王、QQ 飞车端游全国公开赛、QQ 飞车端游超级联赛。

(7)《皇室战争》系列赛事: CRL (皇室战争职业联赛)。

(8) FIFA 系列赛事: FSL (FIFA Online4 职业联赛)、FCC (FIFA Online4 职业冠军杯)。

(9) DNF 系列赛事: DPL (DNF 职业联赛)、F1 国际天王赛、DNF 全国挑战赛。

(10) 腾讯棋牌系列赛事: 腾讯斗地主锦标赛、欢乐全民赛。

(11) TGA 腾讯电竞运动会。

## 2) 网易

网易是中国知名游戏开发商, 旗下拥有《梦幻西游》《天下3》《逆水寒》等多款自主开发游戏, 并代理运营《魔兽世界》《守望先锋》《炉石传说》等多款游戏。

网易的电竞游戏包括《守望先锋》(中国大陆地区代理运营)、《炉石传说》(中国大陆地区代理运营)、《风暴英雄》(中国大陆地区代理运营)、《星际争霸2》(中国大陆地区代理运营)、《魔兽争霸》(中国大陆地区代理运营)、《第五人格》等。

网易旗下的电竞赛事包括以下几个系列。

(1)《炉石传说》黄金系列赛事: 炉石传说黄金公开赛、炉石传说黄金战队联赛、炉石传说高校星联赛。

(2)《风暴英雄》黄金系列赛事: 风暴英雄黄金风暴联赛、风暴英雄高校星联赛。

(3)《守望先锋》黄金系列赛事: 守望先锋世界杯、守望先锋高校星联赛。

(4)《星际争霸2》黄金系列赛事: 星际争霸2黄金锦标赛、星际争霸2高校星联赛。

(5)《魔兽争霸3》黄金系列赛事: 魔兽争霸3黄金战队联赛、魔兽争霸3黄金联赛、魔兽争霸3高校星联赛。

(6)《第五人格》系列赛事: IVL (第五人格职业联赛)、COA (第五人格全球总决赛)。

(7) NeXT (网易电竞 X 系列赛)。

## 3) 完美世界

完美世界是中国知名游戏公司, 开发了《诛仙3》《完美世界》等游戏, 代理了DOTA2、CS:GO 等游戏。

完美世界的电竞游戏包括DOTA2 (中国大陆地区代理运营)、CS:GO (中国大陆地区代理运营) 等。完美世界旗下的电竞赛事包括DOTA2 亚洲邀请赛、PAL (CS:GO 亚洲职业联赛) 等。

## 4) 暴雪

暴雪是美国游戏开发商, 开发了《星际争霸》《魔兽世界》《暗黑破坏神》《守望先锋》等多款世界知名游戏。暴雪授权全球各地区的运营商在当地代理运营旗下游戏及其官方赛事。

暴雪的电竞游戏包括《星际争霸》《星际争霸 2》《魔兽争霸 3》《炉石传说》《风暴英雄》等。暴雪旗下最重要的电竞赛事是 OWL（守望先锋职业联赛）。

## 5) Riot

Riot 是美国游戏开发商，制作发行了全球最流行的 MOBA 游戏之一《英雄联盟》。Riot 授权全球各地区的运营商在当地代理运营《英雄联盟》及其官方赛事。

Riot 的电竞游戏有《英雄联盟》和 Valorant。Riot 最重要的电竞赛事是《英雄联盟》系列赛事。

## 6) Valve

Valve 是美国游戏开发商，代表作品有 CS:GO、《求生之路》、DOTA2、《军团要塞》等。Valve 授权全球各地区的运营商在当地代理运营旗下游戏及其官方赛事。

Valve 的电竞游戏有 CS:GO、DOTA2 等。Valve 旗下的电竞赛事主要是 DOTA2 系列赛事和 CS:GO 系列赛事。DOTA2 系列赛事包括 DOTA2 国际邀请赛、DOTA2 Major、DOTA2 Minor 等；CS:GO 系列赛事包括 CS:GO Major、CS:GO Minor 等。

## 2. 赛事主办及出资方

赛事主办及出资方，是指电子竞技赛事的主办方以及为电子竞技提供资金的其他组织。赛事主办方可能是游戏开发公司，也可能是第三方组织、第三方公司、地方政府等；赛事的出资方则包括游戏开发公司、品牌赞助商、地方政府等不同的组织和机构。赛事主办方和出资方可以是同一个机构或组织，也可以是不同的机构或组织。

## 3. 赞助商

赞助商电竞产业营收的主要来源之一，品牌通过赞助电竞赛事、电竞俱乐部、电竞选手、电竞直播平台等进行营销，为电竞产业的发展提供了坚实的资金基础。

中国电子竞技发展的早期，电竞赛事的赞助商多是电脑厂商、硬件厂商等。现如今中国电竞用户的数量已经突破 4 亿，电竞赛事的影响力可触达 4 亿甚至更多用户，电竞营销已经成为了品牌营销推广的新阵地。电脑、外设、手机、服饰、零食、快消、餐饮、汽车、银行都已经成为电竞赞助商。赞助金额也从最早的几万元发展到了目前的几千万元、上亿元。

### 3.2.5 电子竞技核心产业

电子竞技核心产业是电子竞技产业的核心价值创造者，是电竞产值的主要贡献者和电竞产业生态有效运作的核心。

电子竞技核心产业分为 4 大模块：赛事组织、内容制作、宣传播出、商业化。

#### (1) 赛事组织。

赛事组织模块的主要构成是：联盟及组委会、俱乐部及战队、选手。

### (2) 内容制作。

内容制作模块的主要构成是：赛事制作与转播、赛事周边内容制作、游戏电竞相关内容制作、艺人经纪、艺人明星。

### (3) 宣传播出。

宣传播出模块的主要构成是：品牌宣传、内容播出、内容矩阵及运营。

### (4) 商业化。

商业化的主要构成是：赞助广告整合营销、赛事及内容版权、明星艺人商业化、游戏电竞 IP 衍生品、线上及线下门票、线上虚拟道具收入、线下实体商业收入。

电子竞技的核心产业将在本书第 7 章 ~ 第 10 章进行详细介绍。

## 3.2.6 电子竞技相关产业

电子竞技相关产业包括：电子竞技场馆业、网吧及其他场地行业，网络及网络设备行业，游戏服务器及终端设备行业，电子竞技周边设备行业，转播及内容制作设备行业、酒店业、餐饮业、交通业。

电子竞技相关产业的发展与电子竞技核心产业的发展息息相关，电子竞技核心产业能够促进带动相关产业的发展。

电子竞技相关产业将在本书第 11 章进行详细介绍。

## 3.2.7 电子竞技衍生产业

电子竞技衍生产业主要包括电竞与实体及电子商业、电竞旅游、电竞影视文学动漫、电竞综艺娱乐、电竞教育、电竞地产、电竞互联网应用、电竞体育彩票等。在这些衍生产业中，有的产业已经开始探索并取得了初步的成效，有些只是对电子竞技未来发展方向可能性的推测。目前电子竞技行业还有待进一步的规范化，还需要在政策的监管和引导下长期持续地健康发展，很多衍生产业并不具备开展的条件。

目前电竞衍生产业还未发展成熟，处于探索阶段，是电竞产业未来新的发展方向。

电子竞技衍生产业将在本书第 12 章进行详细介绍。

## 3.2.8 电子竞技消费者

电子竞技消费者是电竞赛事及其相关内容、产品的消费者。满足以下条件的，在本书中均称为电子竞技消费者：

### (1) 广泛地喜欢游戏及电子竞技运动；

- (2) 因为某种特殊的理由关注电子竞技；
- (3) 对电子竞技有自己的核心需求；
- (4) 对电竞 IP、电竞活动、电竞相关商品有广泛的关注；
- (5) 曾经为电子竞技相关产品进行付费。

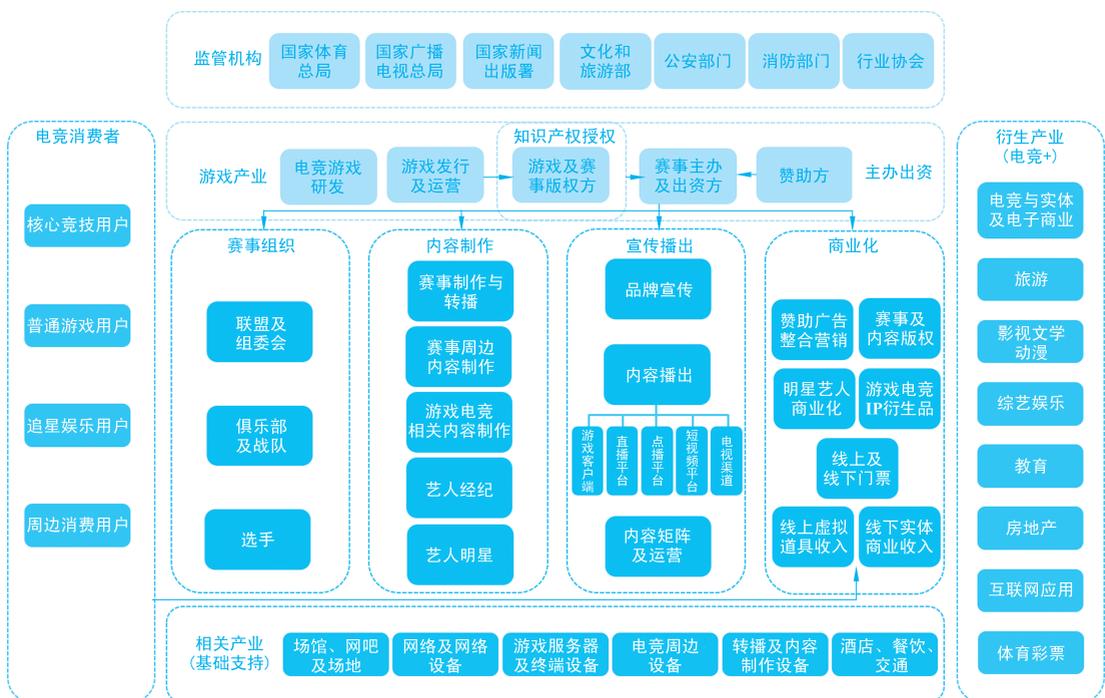
根据电子竞技消费者对电竞关注点的不同，本书将电子竞技消费者大致分为 4 类：核心竞技用户、普通游戏用户、追星娱乐用户、周边消费用户。其具体说明详见本书 6.3.1 节。

## 3.3 中国电子竞技产业运作模式

电子竞技产业结构图中的 6 大模块，通过资金和信息的流动紧密地联系在一起。通过分析电子竞技产业的资金流向和信息流向，可以清晰明了地理解电子竞技产业的运作模式。

### 3.3.1 电子竞技产业的资金流向

电子竞技产业的资金流向如图 3-2 所示。



· 图 3-2 电子竞技产业的资金流向 ·

- (1) 电子竞技产业的资金流向主要有两条：一条是由游戏产业和授权出资模块流向核

心产业模块；另一条是由消费者流向核心产业模块。

(2) 在游戏产业和授权出资模块流向核心产业模块的资金流向上，起点是游戏产业和授权出资模块，终点是核心产业的4大模块。

(3) 资金汇聚到赛事主办方，然后开始流动。游戏厂商或者赛事版权方会提供一部分赛事资金给赛事主办方，赛事赞助方也会将资金提供给赛事主办方，赛事主办方有时也会自己出资。

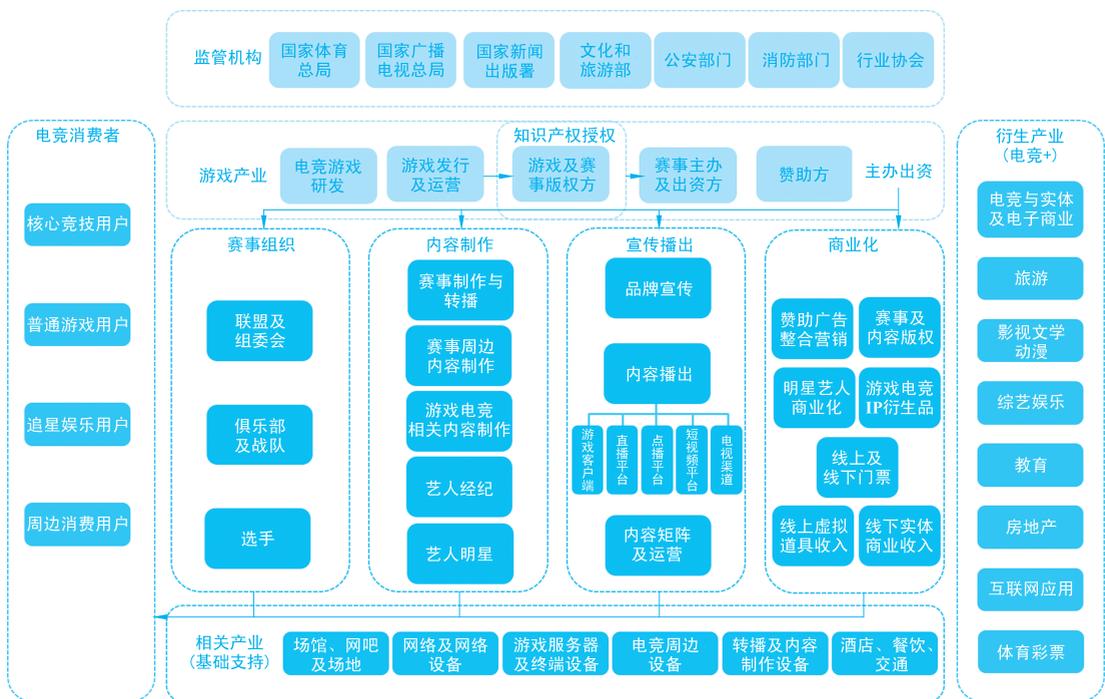
(4) 赛事主办方会根据需要，将赛事资金分别投入赛事组织、内容制作、宣传播出、商业化模块。

(5) 在消费者流向核心产业模块的资金流向上，消费者是起点，授权出资模块是终点。

(6) 消费者通过消费电子竞技商业化过程中提供的各种电子竞技文化精神和实体产品，使得电子竞技赛事产生利润，游戏版权方、赛事主办方、赞助方都会获取一部分利润。

### 3.3.2 电子竞技产业的信息流向

电子竞技产业的信息流向如图 3-3 所示。



• 图 3-3 电子竞技产业的信息流向 •

(1) 电子竞技产业的信息流向是从游戏产业模块和授权出资模块流向核心产业模块，

再从核心产业模块流向消费者。

(2) 游戏产业模块和授权出资模块是信息的源头，这一模块决定了电竞赛事的规模、奖金池、组织形式、制作方式、商业化运营方式等。

(3) 电竞赛事相关信息经由赛事主办方传递到核心产业模块，主办方将赛事信息传递到赛事组织、内容制作、宣传播出、商业化各个模块，各模块根据赛事授权出资方的核心要求，对电竞赛事进行商业化制作。

(4) 在电竞赛事制作举办的过程中，赛事相关信息又会通过联盟、俱乐部、选手、赛事制作方、解说、赛事市场宣传方、赞助方的广告等各种渠道，全方位地传递给消费者。



## 3.4

## 电子竞技核心产业价值公式

电子竞技核心产业创造价值的方式，可以通过下面 3 个价值公式来理解。

- (1) 内容公式：高水平对抗 × 精良制作 = 精彩内容。
- (2) 影响力公式：精彩内容 × 广泛传播渠道 = 行业及社会影响力。
- (3) 商业价值公式：影响力 × 转化效率 = 商业价值。

### 3.4.1 内容公式

电子竞技核心产业的内容公式是高水平对抗 × 精良制作 = 精彩内容。

内容是电子竞技核心产业的产品。高水平竞技是电竞赛事的核心看点，是电子竞技内容制作的基础。

高水平竞技是电竞赛事观众的核心需求，电竞赛手的高水平操作、缜密战术、临场应变能力、瞬息万变的战局和难以预测的比赛结果，让观众充满了期待和热情。为了保证电竞赛事一直产出高水平竞技内容，电竞赛事需要持续输入新的职业选手，并且制定合理的规则来保证比赛的丰富性。例如，KPL 每年都会举行选秀大会为联赛输入新鲜血液，KPL 的许多优秀选手都是通过选秀大会进入 KPL 联赛的。2019 年，KPL 的赛制发生了重大变革，采用全局 BP 模式，即全场比赛中用过英雄无法再次出场。这个新赛制大大提升了比赛的精彩性，使战队不得不开发新的战术体系，一改以往赛场上强势英雄频繁出场的局面。

精良制作是电子竞技内容的呈现形式，将高科技技术运用到电竞赛事的制作和转播当中，借助精美的赛事包装、AI 智能数据展现、AR 虚拟现实制作技术等提升观众观赛体验。

### 3.4.2 影响力公式

电子竞技核心产业的影响力公式是精彩内容 × 广泛传播渠道 = 行业及社会影响力。制作精良的电竞内容，必须通过传播渠道触达受众才能产生影响力。

此前，中国电子竞技的发展长期停滞不前，就是受制于有限的传播渠道。2004 年左右，家用网络和个人计算机并没有普及开来，大众接触信息的主要渠道就是电视和广播，电子竞技相关内容被国家广电总局禁止播出后，电竞产业长期处于发展停滞状态。在很长一段时间内，电子竞技只是在爱好者中小范围传播，未能触达更多受众。直到网络直播平台兴起，个人电脑、智能手机普及，人人都有机会接触到电子游戏和电子竞技内容，电子竞技才借由网络渠道和社交媒体吸引了数量可观的观众。

### 3.4.3 商业价值公式

电子竞技核心产业的商业价值公式是影响力 × 转化效率 = 商业价值。

电子竞技核心产业的盈利是通过商业化实现的。转化效率是指将电子竞技观众转化为电子竞技付费的用户的效率。电竞产品通过多种渠道触达赛事观众之后，必须将观众转化为电子竞技用户，促进用户为电子竞技内容及产品付费，才能够创造商业价值。例如，观众购买电竞赛事线下门票或线上门票、购买电竞赛事赞助商产品、购买电竞赛事相关游戏道具等，都属于电子竞技付费行为。将普通观众转化为付费观众，是电子竞技创造商业价值的关键所在。

## 3.5

## 电子竞技产业与游戏产业

本书第 1 章介绍了电子游戏、电子竞技游戏与电子竞技的区别和联系。本章的内容，尤其是对电子竞技产业结构的分析，更加说明了电子竞技产业与游戏产业是不同的产业。因为这两个产业具有高度的相似性和紧密的关联性，所以它们很容易被社会大众混淆。

电竞产业与游戏产业具有高度的相似性，主要是因为两个产业的外在表现形式都与玩游戏相关。

电子竞技产业是游戏产业 IP 的衍生产业。没有电子竞技游戏，电竞赛事无法举办，电子竞技产业也无从谈起。电子竞技产业也是游戏产业宣传和推广的升级方式。电子竞技不仅宣传了游戏产品，而且搭建了一套基于游戏产品的体育竞赛体系、内容生产体系和具

有带动和融合其他产业作用的商业体系。电子竞技产业是游戏产业的外延和拓展，有助于提升游戏产业的整体形象。

尽管电竞产业与游戏产业具有高度的相似性和紧密的关联性，但这两个产业仍然存在一定的区别。

首先，两个产业涉及的游戏产品数量和范围不同。游戏产业涉及所有品类的游戏产品，而电子竞技产业只涉及电子竞技游戏产品类型。并不是所有类型的游戏都适合发展电子竞技产业，只有那些具有公平竞技属性且对抗性强的电竞游戏才能用于发展电子竞技产业。开发其他类型游戏和普遍性的发展游戏产业并不一定能够促进电子竞技产业的发展。

其次，两个产业的商业模式不同。游戏产业的商业模式的重点是游戏产品，以研发、发行和运营优秀游戏产品为核心。游戏产业发展的核心关键点是游戏产品好玩，用户愿意付费。电竞产业发展的核心关键点是电竞赛事好看、品牌及内容影响力变现。电子竞技核心产业的3个价值公式说明了生产内容、打造影响力和实现商业价值的完整过程。

最后，两个产业的发展基础和发展方式不同。游戏产业的发展基础是游戏产品的研发、发行和运营能力，发展游戏产业需要这些环节的专业人才。电子竞技产业的发展需要游戏产业的IP授权，还需要赛事组织、内容制作、宣传播出、商业化等更加综合的人才和能力，也需要场馆、网络及各种硬件的基础支持。在产业组织形式上，电子竞技产业组成更加丰富多样，多种类型的公司和参与者构成完整的产业生态。电竞产业综合性强且产业链条长，使上海这样多元化的国际大都市在建设全球电竞之都的发展策略上具有先天的优势。

职业电子竞技和游戏沉迷的表现相似，所以非常容易被社会大众混淆。下面着重分析从事职业电竞与游戏沉迷的区别。

职业电子竞技选手每天花费大量的时间来进行专业电竞训练，提升自己的游戏理解和操作水平，有时候到了废寝忘食的程度，职业电竞训练的表现形式是用很多时间来玩游戏。游戏沉迷的人们每天也耗费大量的时间在打游戏，有时甚至到了脱离和逃避现实的程度，游戏沉迷的表现形式也是用很多时间来玩游戏。因此，两者的外在表现和给外界的感觉基本相同。但是以质疑和否定的角度去批判电子竞技选手的游戏竞技追求就是沉迷游戏并不恰当，这就和说篮球运动员沉迷篮球，足球运动员沉迷足球一样。

为了明确两者之间的差异，解决社会上的问题，可以从游戏目的、游戏品类、游戏天赋和水平、职业发展、是否脱离现实5方面来分析职业电子竞技与游戏沉迷的区别。

(1) 两者玩游戏的目的明显不同。游戏沉迷的人们玩游戏的目的是获得游戏的享受，脱离现实的烦恼，或其他不健康的目的。职业电子竞技选手玩游戏的目的是提升自己的游戏理解和游戏水平，从而在电竞赛场上击败对手，夺得冠军，实现人生的目标和追求。职业电子竞技的竞技精神与传统体育的竞技精神一致。

(2) 两者涉及的游戏品类不同。游戏沉迷可以是任何品类的电子游戏，任何品类的电子游戏都可能有人沉迷其中。但职业电子竞技只涉及电子竞技游戏。

(3) 两者需要的游戏天赋和水平差异巨大。游戏沉迷不需要特别的游戏天赋和游戏水平,只要长期在玩游戏,都可以算作游戏沉迷。绝大多数人即使在游戏中耗费极长的游戏时间,刻苦努力,反复训练,也不可能达到职业电子竞技的水平。但职业电子竞技需要极高的游戏天赋和游戏水平。

(4) 职业电子竞技运动员是一个职业,而且是一个对天赋和努力要求非常高的职业。它像传统体育一样,有着明确的职业目标和稳定的收入来源。而游戏沉迷只是获得了沉迷游戏的人所要获得的游戏满足,并不是一个受到认可的正规职业。职业和非职业在任何行业都有很大的差距,像职业选手那样每天以训练提高的方式来玩游戏,对于很多喜爱游戏的人来说也并不好玩。

(5) 职业电子竞技选手并没有脱离现实世界。他们被职业俱乐部或战队发现、选拔和培养,不断提升自己的专业技能,同时与队友密切配合,养成了良好的团队精神和合作意识。在赛场上,他们与其他选手和队伍同场竞技,展现出令人惊叹的游戏技能和竞技水平。而游戏沉迷则会使人脱离现实,沉迷游戏的人们一般完全沉溺于虚拟世界,与现实生活脱节,造成了许多家庭和社会问题。脱离现实的原因可能是虚拟世界的成就带来的满足感超越了现实生活,或者是不想面对现实,逃避真实的客观世界。



E-sports



第 4 章

## 电子竞技 监管机构



4.1

### 对电竞的认识决定监管电竞的方式

从全球电竞发展的角度来看，在很长一段时间内，韩国电竞一直引领全球电竞产业的发展，将电子竞技文化输出到全球。在 1998 年亚洲金融危机后，韩国将电子竞技视为经济增长点。2003 年，时任汉城市（现首尔市）市长的韩国前总统李明博曾经在 WCG 现场与星际争霸选手 Ogogo 进行了一场表演赛。政府的引导、政策的全面支持、网络基础设施的便利等条件促使韩国成为电竞强国。

政策一直是所有产业发展的基础保障，对游戏和电子竞技这种新兴行业尤其如此。政府对于电子竞技的认识和全社会对于电子竞技的看法，构成了一个国家电子竞技政策制定的基础。任何电竞政策都不是独立存在的，它必然产生于一定的社会背景，以应对当时面临的问题。

近些年，政府和社会对于电子竞技的认识逐步上升到新兴产业的高度。这与电子竞技能够对其他产业带来拉动效应的普惠性相关，也与电子竞技是融合产业的本质相关。电子竞技跨越了互联网、游戏、体育、传媒、文化等多个领域。融合的属性为明确电子竞技的监管归属带来了一定的难度，涉及的监管部门太多，各地电子竞技政策制定和发布部门也不尽相同。完全明确电子竞技的主管部门，由主管部门制定管理原则和协调相应的社会资源尚需时日。

总体来说，政府对电子竞技的认识不断深入，对电竞产业的规划逐渐明晰。未来会有更多管理和促进电子竞技产业发展的政策出台。社会对电子竞技的理解也愈加开放和包容，这也为电竞政策的出台提供了广泛的社会基础。

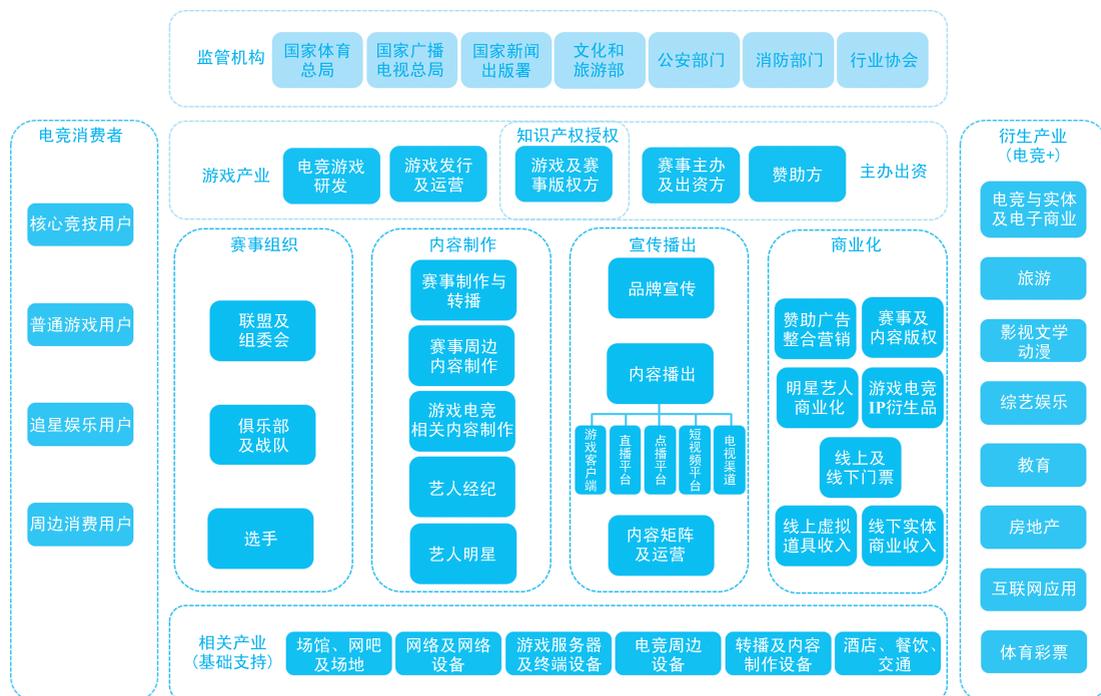


4.2

### 电子竞技监管的定位与作用

电子竞技监管在电竞产业发展中起到指引方向、市场准入、监督管理和规范行业的作用，是电竞产业发展的核心政策保障。电竞监管的主要工作包括：制定游戏和电子竞技产业政策，促进行业健康有序发展；监督和管理电子竞技各参与方的行为；制定各项行业发

展的制度及标准。电子竞技监管机构在电子竞技产业架构图中的位置如图 4-1 所示。



· 图 4-1 电子竞技监管机构在产业架构图中的位置 ·

## 4.3 电子竞技的主要监管机构

电子竞技作为一项体育运动，电子竞技产业作为文化内容产业，受到多个监管机构的监管，这些监管机构包括国家体育总局、国家新闻出版广电总局、文化和旅游部、公安部门、消防部门、行业协会等。

电子竞技的监管是从中央到地方的监管。国家机关发布电子竞技相关宏观政策，各地在执行国家宏观政策要求的同时，也会根据当地实际情况制定具体政策，对电子竞技的监管也由各地的相应政府部门负责。

### 4.3.1 国家体育总局

#### 1. 简介

国家体育总局前身是 1952 年 11 月成立的中央人民政府体育运动委员会，1998 年 3 月 24 日改组为国家体育总局。



1952年11月15日，中央人民政府委员会第19次会议通过成立中央人民政府体育运动委员会，并任命贺龙为中央人民政府体育运动委员会主任。1954年，该委员会改称为“中华人民共和国体育运动委员会”。

国家体育总局由国家体委改组而成。为了规范国务院行政机构的设置，加强编制管理，提高行政效率，1998年3月24日，国务院第一次全体会议讨论通过了《国务院机构设置和调整国务院议事协调机构方案》，将国务院体育行政部门的名称确定为“国家体育总局”，列入国务院行政机构的第三序列——国务院直属机构（原来的国家体委属国务院行政机构第二序列）。1998年4月6日，国家体育总局转发了《国务院办公厅关于启动国家体育总局印章的通知》，并宣布新印章自发文之日起启用。同日上午，国家体育总局举行了挂牌仪式。从此，国家体育总局正式登上历史舞台。

国家体育总局都致力于“发展体育运动，增强人民体质”，在普及群众体育的同时，大力发展竞技体育，大大提高了我国的运动技术水平，推动了我国体育事业的蓬勃发展。

国家体育总局的主要职责如下。

（1）研究体育发展战略，协调区域性体育发展，负责推动多元化体育服务体系建设，推进体育公共服务和体育体制改革。

（2）拟定体育事业发展规划和政策，起草有关法律法规草案并督促实施。

（3）统筹规划群众体育发展，负责推行全民健身计划，监督实施国家体育锻炼标准，推动国民体质监测和社会体育指导队伍制度建设，指导公共体育设施的建设，负责对公共体育设施进行监督管理。

（4）统筹规划竞技体育发展，设置体育运动项目，指导协调体育训练和体育竞赛，指导运动队伍建设，协调运动员的社会保障工作。

（5）统筹规划青少年体育发展，指导和推进青少年体育工作。

（6）拟定体育产业发展规划、政策，规范体育服务管理，推动体育标准化建设，负责体育彩票发行管理。

（7）指导、管理体育外事有关工作，组织开展与其他国家和与港澳台地区的体育交流与合作。

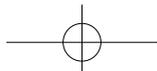
（8）组织开展体育领域重大科技研究、技术攻关和成果推广。

（9）负责组织、协调、监督体育运动中的反兴奋剂工作。

（10）承办国务院交办的其他事项。

## 2. 对电子竞技的监管

国家体育总局作为体育相关事项的最高管理机构，同样也是电子竞技运动的最高管理机构。2009年，国家体育总局信息中心被明确确认为电子竞技主管部门，成立了电子竞技项目部，开始正式接管中国电子竞技项目的管理工作。



国家体育总局信息中心电子竞技项目部负责电子竞技运动的管理，制定电子竞技运动发展规划、行业标准等。

电子竞技项目部的主要职责如下。

(1) 负责我国电子竞技运动的业务管理，研究制定电子竞技运动的发展规划、工作计划以及项目的立项标准与条件、比赛规则与规程。

(2) 负责全国性电子竞技比赛的组织实施，规范电子竞技赛事的管理，推动电子竞技运动的普及和发展。

(3) 负责国内电子竞技运动员的注册、交流和运动员、教练员、裁判员技术等级评定工作，负责教练员、裁判员的业务培训，指导电子竞技项目俱乐部的建设与发展。

(4) 开展电子竞技项目的国际交流与合作，组织国家队参加国际赛事。

(5) 负责筹建中国电子竞技运动协会，推进各级电子竞技协会建设。

(6) 组织开展电子竞技运动的宣传与科研工作。

(7) 负责电子竞技项目的市场开发工作，推进相关产业的健康发展。

国家体育总局是电子竞技项目的直接主管单位，电子竞技相关活动必须遵守国家体育总局的相关政策和规定。

国家体育总局认可电子竞技为正式体育项目，对电子竞技来说意义重大。在此之前，电子竞技曾被误解为不务正业、沉迷游戏，得到国家体育总局的认可后，从事电子竞技运动的选手们终于拥有了体育运动员这个职业身份。2006年9月，中华全国体育总会在国家体育总局201会议室召开新闻发布会，向社会发布《电子竞技运动项目的管理规定》；2008年，国家体育总局将电子竞技正式纳入体育竞技的范围内，并且开始组织举办不同规模的电子竞技赛事，组织电子竞技国家队参与国际比赛。电子竞技项目的发展，从此有了国家体育总局的指导和监督。

2007年10月，第2届亚洲室内运动会包含电子竞技运动项目，这是电子竞技运动第一次被纳入国际综合性体育运动会。国家体育总局组织人员建立了中国电子竞技队，中国队在 *NBA Live 2006*、*PES5* 以及 *NFS:Underground 2* 这3个项目中获得全部3枚金牌，为中国代表团排名金牌总数第一位做出了积极的贡献。

2009年国家体育总局信息中心被明确确认为电子竞技主管部门后，包含电子竞技项目的国际综合性体育赛事须由国家体育总局批准方可参加。国家体育总局负责筛选优秀电子竞技运动员并组建电子竞技国家队，前往参加国际综合性体育赛事。2009年10月，经国家体育总局批准，中国电子竞技队作为中国体育代表团成员之一，赴越南参加第3届亚洲室内运动会电子竞技项目的比赛。这也是国家体育总局体育信息中心接管电子竞技项目以后，中国选手首次参加国际大赛。2013年3月，国家体育总局成立一支17人的电子竞技国家队，出战第4届亚洲室内和武道运动会，获得2银1铜的好成绩。本次亚室会中国电子竞技队参加了《星际争霸2》、*FIFA13* 和《英雄联盟》3个项目，均取得奖牌。2018

年8月,电子竞技成为雅加达亚运会的表演项目。国家体育总局批准组建电子竞技国家队,前往雅加达亚运会参与比赛。中国队摘下亚运会历史上首块电竞金牌,总成绩2金1银,展现了国家在电子竞技项目上的强大实力。

在国家体育总局的组织与领导下,中国电子竞技选手代表国家取得了一个又一个荣耀,以强大的凝聚力不断为祖国赢取荣誉。

## 4.3.2 国家广播电视总局



### 1. 简介

国家广播电视总局是国务院直属机构之一,主要职责是贯彻党的宣传方针政策,拟订广播电视管理的政策措施并督促落实,统筹规划和指导协调广播电视事业、产业发展,推进广播电视领域的体制机制改革,监管、审查广播电视与网络视听节目内容和质量,负责广播电视节目的进口、收录和管理,协调推动广播电视领域“走出去”工作等。

2013年,为统筹新闻出版广播影视资源,国务院将国家新闻出版署、国家广播电影电视总局的职责整合,组建了国家新闻出版广电总局,同时国家新闻出版广电总局加挂国家版权局牌子。2018年,受国务院委托,国务委员王勇在十三届全国人大一次会议上做了关于国务院机构改革方案的说明。方案提出,组建国家广播电视总局;为加强新闻舆论工作,加强对重要宣传阵地的管理,充分发挥广播电视媒体的作用;在国家新闻出版广电总局广播电视管理职责的基础上组建国家广播电视总局,作为国务院直属机构。

### 2. 对电子竞技的监管

国家广播电视总局负责研究起草广播电视、网络视听节目服务管理的重大政策、法律法规草案和规章,以及监督管理并审查广播电视、网络视听节目的内容。电子竞技产业是内容产业,产出优质的电子竞技赛事及其相关内容并进行广泛传播,是产业发展的基础。电子竞技的内容生产需要符合国家广播电视总局制定的政策法规,电子竞技内容需要通过电视、广播、网络等多个渠道传播。因此,电子竞技也受到国家广播电视总局的监管。

电子竞技赛事内容的制作、转播与播出,电子竞技相关节目内容的制作与传播,需要遵守国家广播电视总局的相关规定,其内容需接受国家广播电视总局的审核。电子竞技赛事通过网络直播平台、IPTV等渠道播出,电子竞技相关综艺节目、娱乐视频也会通过视频点播网站、IPTV、网络广播电视、手机视听节目等渠道进行播出。因此,电子竞技内容的播出宣传,首先需要遵守国家广播电视总局制定的基本政策;其次要遵循国家广播电视总局法规司的相关规定,注重知识产权的保护,不得出现内容侵权行为;还应当遵循国家广播电视总局宣传管理司的宣传规范。电子竞技内容通过电视、网络渠道播出时,还应当遵循网络视听节目管理司的相关规定。

电子竞技产业的基础是内容，因此国家广电总局的政策对电子竞技产业的发展有着至关重要的影响。

2004年4月12日，国家广播电视总局下发《关于禁止播出电脑网络游戏类节目的通知》，规定各级广播电视播出机构一律不得开设电脑网络游戏类栏目，不得播出电脑网络游戏节目。在当时，许多人认为播出游戏类节目会使青少年沉迷游戏，对青少年的健康成长带来负面影响。因此，国家广播电视总局发布了这份禁播令，电子竞技赛事及周边内容也在禁播的范围之内。这份禁播令给正处于发展起步阶段的电子竞技产业带来了重创。

当时，韩国已经通过政府、产业协会、电视台的共同协作，探索出了成熟的电子竞技产业链。韩国电视台不遗余力地播出与宣传电子竞技赛事与相关节目，很快吸引了大量电子竞技用户，提升了电子竞技赛事品牌价值。韩国电竞产业通过赛事版权收入和赞助收入，实现了巨大盈利，成为韩国的重要产业之一。

2004年左右，互联网和个人电脑的普及率还不高，电视是视频内容的主要传播渠道，人群覆盖率比较高。由于国家广播电视总局禁播令的限制，电子竞技赛事和相关节目内容无法在电视上播出，导致电子竞技内容在很长一段时间内都在小众范围内传播，失去了通过电视传播渠道吸引大量用户的机会。由于电子竞技的影响力和用户数量都比较有限，因此也无法获得数额较大的赞助。并且，电子竞技赛事及内容无法通过向电视台出售转播权获得版权收入，电子竞技产业陷入了缺乏盈利模式的尴尬境地。直到2014年左右直播平台兴起，电子竞技内容才有了稳定的传播渠道，从而接触到大量用户，迅速提升了影响力，并通过版权出售和越来越高的电竞赞助实现盈利。

由此可见，国家广播电视总局的政策对电子竞技产业发展有着极其重要的影响。

### 4.3.3 国家新闻出版署

#### 1. 简介

国家新闻出版署（国家版权局）在中央宣传部加挂牌子，由中央宣传部承担相关职责，是国务院直属机构之一，主管全国新闻出版事业与著作权管理工作。中华人民共和国国家版权局是中华人民共和国最高的著作权行政管理部门，也是最高的著作权行政执法机关。

国家新闻出版署的主要职责是贯彻落实党的宣传工作方针，拟定新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

由国家新闻出版署进行行政审批的事项如下。

- (1) 设立出版单位审批。
- (2) 出版单位变更名称、主办单位或者其主管机关、业务范围、资本结构，合并或者



分立，设立分支机构审批。

(3) 出版新的报纸、期刊、连续型电子出版物或者报纸、期刊、连续型电子出版物变更名称审批。

(4) 图书、音像、电子出版物、期刊出版机构重大选题备案核准。

(5) 中学小学教科书出版资质审批。

(6) 中学小学教科书发行资质审批。

(7) 设立出版物进口经营单位审批。

(8) 出版物进口经营单位变更名称、业务范围、资本结构、主办单位或者其主管机关，合并或者分立，设立分支机构审批。

(9) 接受境外机构或个人赠送出版物审批。

(10) 进口用于出版的音像制品及音像制品成品审批。

(11) 出版物进口单位进口电子出版物制成品审批。

(12) 进口出版物目录备案核准。

(13) 境外出版机构在境内设立办事机构审批。

(14) 出版境外著作权人授权的电子出版物（含互联网游戏作品）审批。

(15) 新闻出版中外合作项目审批。

(16) 新闻记者证核发。

(17) 著作权集体管理组织及分支机构设立审批。

(18) 举办境外出版物展览审批。

(19) 订户订购境外出版物审批。

(20) 出版国产网络游戏作品审批。

## 2. 对电子竞技的监管

### 1) 游戏版号的概念

电子竞技游戏在发行之前，必须经过国家新闻出版署的审核，并获得国家新闻出版署发放的游戏版号。

一款游戏要正式上线运营，需获得版权认证号、审查批准文号和网络游戏出版物号。版权认证号指国家新闻出版署发放的计算机软件著作权登记证书号；审查批准文号和网络游戏出版物号（ISBN号）是游戏版号的一部分。游戏申请版号过程中，先由出版单位提交材料到地方新闻出版局，地方新闻出版局审批通过之后下发批文（审查批准号），出版单位将批文连同申报材料提交至国家新闻出版总署，总署审批通过之后出具同意备案的函，之后出版单位才可以配发游戏出版物。

游戏版号申请也被称为游戏出版备案。游戏出版备案其实是国家新闻出版总署批准相关游戏出版上线运营的批准文件，全称为《网络游戏电子出版物前置审批》。游戏版号是