

E-sports



第 5 章

电子竞技赛事创意策划



创意策划概述

创意策划模块为一场具体的电子竞技赛事构建蓝图，这是在赛事制作与转播中所发挥的最主要的功能。当观众的视角从某一场具体赛事切换到整个赛事 IP 乃至整个电子竞技行业，再来审视创意策划时，就可以看到创意策划不仅仅是规划设计一场赛事那么简单。电子竞技产业作为文化创意产业，产业的发展升级与创意紧密相关。优秀的创意能够让观众眼前一亮，也能够避免一成不变的内容和形式使观众产生倦怠感，并持续不断地吸引新的观众成为电子竞技用户。

在上一节中简单提及了创意策划在电子竞技赛事制作与转播整体流程中的作用，本节则是从一个更加宏观的角度去审视创意策划这一模块，着重讲解创意策划工作在内容制作这一模块中的重要意义及工作目标，以及创意策划模块重点产出的工作成果。

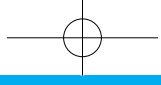
5.1.1 创意策划的意义



从电子竞技行业发展的角度来看，赛事创意策划的意义主要有两个。首先，创意策划要把控电子竞技赛事的整体品质，从内容制作的角度提升赛事的文化内涵，弘扬健康积极的价值观；其次，创意策划要对观众的直观视觉感受负责，在为观众提供具有美感的视觉享受的同时，要打造出具有创造性、突破性的视觉场景和视觉形象，将优良的视觉感受与赛事 IP 紧密结合，推动电子竞技赛事文化 IP 的建设与升级。

电子竞技赛事的整体品质是由创意策划来把控的，这就要求创意策划人员进行总体创意策划时，要统筹全局，综合各种因素，合理地策划赛事制作方案。

在进行赛事舞美效果设计时，要结合赛事举办地区的风俗文化、赛事举办场馆、赛事主题等种种因素，设计出既具有潮流时尚美感又具有文化内涵的整体舞美效果，并且能够运用前沿演出科技提升电子竞技舞台的魅力。



创意策划的考量是多方面的，除了在视觉方面尽可能地做到至臻至美，也要满足赛事技术的需求。电子竞技赛事的舞美效果和舞台表演固然是重要，但首先必须保障电子竞技赛事的顺利进行和转播，当舞美设计与赛事技术方案产生冲突时，或者当前的场馆条件无法同时保障创新性的舞美效果与流畅的电竞赛事转播时，创意策划人员需要及时调整方案，优先满足赛事技术整体方案，寻求更加近似的舞美解决方案，或者直接删除无法实现的部分。在赛事进行的过程中，赛事策划人员会全程跟进，监督赛事制作的质量，把控赛事流程的进度，并对赛事进行品牌管理。一般来说，只有赛事宣传片、选手宣传片等与赛事实况没有强关联的内容可以在赛事开始前提前制作好，而其他的赛事周边内容则必须根据赛事的进程、赛场上实际发生的故事来进行制作。要想制作出令观众动容的优质赛事周边内容，必须在总体策划阶段就规划好赛事开始后的内容制作方向，例如，对资讯类内容、集锦类内容、访谈类内容、专题片纪录片内容的产出节点、产出数量进行大致规划，与赛事、游戏相关的重要时间节点、重要节日的特别内容策划，可能出现的赛场故事，都是在比赛前能够进行规划和准备的，在赛事开始后，就可以有条不紊地制作和产出内容。

赛事创意策划对观众的直观视觉感受负责，创意策划要能够创造出令人印象深刻的视觉场景或者视觉形象，将这些优质的视觉感受与电子竞技赛事 IP 紧密地融合在一起，助力电子竞技赛事打造优质文化 IP。

IP 与视觉印象紧密地联系在一起。当我们谈起著名的 IP 时，脑海中第一个浮现的是与之相关的视觉形象。提起西游记时，我们的眼前很快就会浮现出经典电视剧《西游记》中身着黄衣的孙悟空形象；提起哪吒，我们立刻就能想象出脚踩风火轮、佩戴乾坤圈和混天绫的少年；提起哆啦 A 梦，我们立刻就会想起那个脖子上挂着黄色铃铛的蓝色猫咪卡通形象……同样的，电子竞技赛事 IP 也需要产出这样令人印象深刻的视觉形象，极具美感的赛事 LOGO、创新的舞台效果、具有特色的色彩风格等赛事相关元素，都可以通过创意策划进一步放大其特点，形成令人深刻的视觉形象。

例如，2017 年英雄联盟全球总决赛（以下简称 S7）开幕式中，屏幕前观看直播的观众可以看到，一条远古巨龙从天而降，盘旋一周后降落在舞台中央。这条远古巨龙通过 AR 技术制作，获得了第 39 届体育艾美奖中的最佳直播画面设计奖。艾美奖是美国电视界的最高奖项，其重要性与奥斯卡奖之于电影界和格莱美奖之于音乐界一样。S7 荣获艾美奖，证明了主流媒体对于电子竞技的关注与重视。这条令观众耳目一新的远古巨龙，与 S 赛的文化符号紧密联系在了一起，是让人印象深刻的视觉艺术形象，构成了赛事文化 IP 的一部分。

5.1.2 创意策划的目标



赛事创意策划的主要目标有三个，分别是充分展现赛事 IP 的特色和目标并传达审美

和精神内涵；观众获得艺术和精神上的享受，提升观赛体验；与扩大赛事影响力和观众相关联，提升赛事品牌的影响力。

1. 充分展现赛事 IP 的特色和目标并传达审美和精神内涵

随着电子竞技的发展，各具特色的赛事 IP 不断涌现，要想在众多的赛事中脱颖而出，赢得大量观众的持久关注，必须要将赛事 IP 打造成具有特色和魅力、能够传递自己独有的审美和精神内涵的品牌。

赛事 IP 需要具有审美性和艺术性的视觉特色，通过独特的图形设计、色彩搭配设计创造出属于赛事 IP 的审美风格，以这样的审美风格为基础，持续向观众传递审美价值，让赛事 IP 的艺术风格在观众心目中留下强烈的印象。

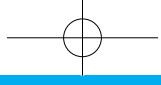
从创意策划的最开始，就要以打造最具吸引力的赛事 IP 为目标，充分考虑观众的需求，围绕赛事 IP 构建赛事文化矩阵，将能够打动人心的、正能量的精神内涵注入赛事 IP，在传递赛事文化的同时，以真挚的故事、正能量的赛事精神鼓舞人心。

2. 观众获得艺术和精神上的享受，提升观赛体验

根据赛事主题设计新颖美观的视觉效果和舞美效果，能够为观众带来艺术与精神上的享受。一般来说，某一项目的电子竞技赛事会覆盖全年，包括几个赛季的联赛、赛季总决赛以及几个重要的杯赛。一年之中，每个赛季联赛的开幕式与表演、总决赛开幕式与表演、杯赛及总决赛开幕式与表演都要各有特点，不断考验着创意策划人员的创新能力。从开幕式流程、表演嘉宾、节目类型、视觉风格、舞美技术到舞台道具等方面，都需要根据赛事主题的不同做出区别，进行创新设计。

联赛是持续时间较长、线下观众较少的赛事，在舞台设计和搭建方面可以以功能性和实用性为主，在创新性方面的需求相对较低。但是赛季总决赛、杯赛总决赛作为一年中的玩家与观众欢聚的盛事，通常在能够容纳几千人、上万人的比赛场馆举行，有着广阔的舞台和数量庞大的线下观众，其规模和性质不亚于一场大型线下演唱会，因此在舞台设计、舞台表演方面就有着更加严苛的要求。总决赛在宣传上也会加大力度，拥有更高的曝光量，出彩的舞台创意能够在短时间内引发关注甚至出圈，吸引来自不同领域的新用户。

例如，在腾讯电竞主办，英雄体育 VSPO 承办的 2019 年王者荣耀职业联赛秋季赛总决赛中，为了令广大粉丝们能全身心投入到紧张的对战氛围中，英雄体育 VSPO 在设计本次 KPL 总决赛舞美方案时，专门引入 40m × 9m 的升级版国际级舞美御用的“冰屏”，并以此“冰屏”为分界线，将中央舞台一分为二，对战双方彼此背对、面向观众，如图 5-1、图 5-2 所示。冰屏是一种新型的透明 LED 显示屏，具有透明显示、广视角、侧发光、通透率高等特性。该技术曾在张艺谋执导的冬奥会《北京 8 分钟》中作为核心演出主体之一惊艳世界，而后往往被运用于《国家宝藏》、卫视春晚等大型电视节目，这是电竞行业首次运用如此大的冰屏。这块静立时色如冰，动起来则是透明度极高的 LED 屏幕，提高了



E-sports

· 电子竞技赛事制作与转播 ·

整个开幕式的立体效果。另外，本次总决赛还运用光影对穿的手法，实现了视觉影像与真人呈现同屏。随着冰屏上游戏人物的动作，总决赛对战选手也以独特的方式亮相，冰屏配合现场灯光演绎出丰富的视觉交织的画面，为现场观众带来立体式视觉冲击。

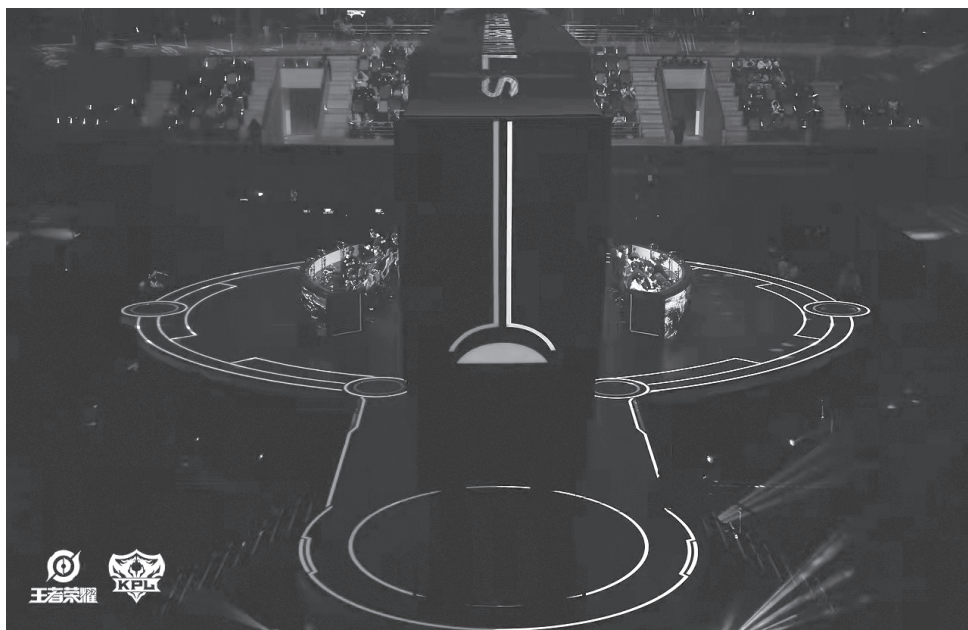
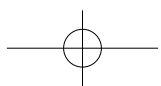


图 5-1 2019 年王者荣耀职业联赛秋季赛总决赛舞台冰屏侧面效果



图 5-2 2019 年王者荣耀职业联赛秋季赛总决赛舞台冰屏正面效果

在创意策划阶段，要综合考虑涉及线下观赛与线上观赛的各方面因素，从策划阶段就尽可能避免降低观众观赛体验的设计，不断地提升视觉审美与内容传递方式，利用高科技给观众提供更加丰富的即时信息与历史信息，在欣赏纯粹的竞技之外，让观众获得更多的



乐趣。例如，和平精英职业联赛 PEL 从第一届赛事开始，就不断引入新技术。S1 赛季，PEL 上线业界首个电竞赛事观赛插件——战术沙盘系统，通过这个系统，用户可以更直观地了解赛事全局情况，辅助用户实时了解自己关注队伍的处境。S2 赛季，PEL 上线了全新的回放系统，用户通过这一系统，能够自由操控视角来回顾 PEL 的比赛，不错过比赛的精彩时刻，这一系统大大提升了观赛体验。另外，回放系统还为赛事内容创作者打开了一扇大门，包括俱乐部和第三方创作者，都可以在这里产出更多更丰富的赛事内容。

3 与扩大赛事影响力和观众相关联，提升赛事品牌的影响力

提升赛事影响力是创意策划的终极目标，商业变现是电子竞技的最终目的。赛事的商业价值与赛事影响力息息相关，而创意策划的好坏，对赛事影响力也有着重要的影响。尤其是在内容策划方面，如何将赛事精神有效地传递出去，如何将出彩的人物与团体（电竞选手、电竞教练、电竞解说、电竞俱乐部）进行优质的包装，打造更多明星选手与明星战队，如何将赛事的闪光点进行深度加工包装扩大传播，都是创意策划人员需要考虑的内容。

赛事竞技内容是电子竞技安身立命的根本，赛事周边内容则是电子竞技价值提升的关键。创意策划人员在进行赛事内容策划时，需要以提升赛事影响力为核心原则，进行内容的规划与创作。

5.1.3 创意策划的产出

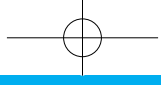
从广义上来说，整个赛事以及赛事周边内容都可以算作创意策划的产出。从项目执行的角度来说，在创意策划阶段主要产出的是一系列策划方案，包括赛事制作方案、舞美创意方案、舞台表演方案、包装设计视觉方案、流程设计方案、赛事内容规划方案等。在前文已经提及，创意策划描绘了整个赛事的蓝图，这张蓝图是由一个个具体方案构成的。而每一个方案中，又包括了数个相关方案。例如，舞美创意方案，先是需要提出设计理念，用文字方案阐述设计方案，再作出舞美平面图、3D 效果图、灯光效果图，再根据效果图制作舞美搭建施工图。

整个赛事的筹备和推进，都是根据创意策划模块的产出方案来进行的，在策划阶段，必须考虑全面、深思熟虑，避免在执行阶段产生不必要的问题。

5.2

总体创意策划

总体创意策划是赛事制作与转播的第一步，决定着赛事最终的呈现方式以及最终形态。电子竞技赛事既是体育竞技赛事，又是具备创造性的文化内容产品，同时还具有强烈的视



觉和听觉冲击力，给观众以美的享受，也可以视之为综合性的文化艺术产品。在总体创意策划阶段，策划人员会从多种角度进行思考，将竞技性、文化性、创造性融入一场电子竞技赛事中，最终打造出文化内涵超越赛事本身的高质量内容产品。

5.2.1 总体创意策划的定义



在电子竞技赛事制作与转播中，总体创意策划指的是为电子竞技赛事确定主题，并根据赛事主题设计与之相符的舞美效果、视觉效果、流程环节、表演仪式，规划出赛事相关内容与周边内容的制作方案和投放节点。

一般来说，电子竞技赛事是围绕着某一个主题而进行策划与制作的，赛事的主题通常符合赛事的现状，寄托了对过去的总结和对未来的期许，传递出赛事想要表达的积极向上的精神。在进行总体创意策划时，各个方面的策划都是围绕着赛事主题而展开的。在赛事主题确立之后，需要设计一句能够精炼地传达赛事主题的标语，好的赛事主题标语能够激起电竞用户的广泛共鸣，唤起用户心中对电竞的热血与激情。

例如穿越火线职业联赛 CFPL，从举办之初就使用“可以触摸的电竞梦想”作为赛事标语，该标语被 CFPL 使用多年，在广大电竞用户心中留下了深刻的印象。在 CFPL 赛事刚刚建立的 2012 年，电子竞技在中国还是一个小众的爱好与职业，社会大众对电子竞技还有着偏见，电子竞技的职业环境也不像现在这样规范。电子竞技职业选手这个职业，在很多人看来是一件比较“出格”或者没有什么前途的工作。在电竞行业发展尚不规范的当时，很多怀抱电子竞技梦想的人苦于找不到正确的道路，而无法实现电子竞技梦想，对许多人来说，电子竞技像一个无法触摸的梦想，只能远远地憧憬。而 CFPL 的出现，则给了所有拥有电竞梦想的玩家一个圆梦的机会。CFPL 是中国电子竞技历史上第一个以高标准、成熟模式运营的规范化职业赛事，从选手选拔、俱乐部运营、明星打造到商业化都参考国外成功经验，远远超出国内职业赛事普遍水平。第一届 CFPL 的 8 支俱乐部，由 1 支 TGA 冬季赛冠军俱乐部和 WCG 中国赛区冠军俱乐部以及前一赛季的前六名种子俱乐部组成。这些俱乐部中的选手，大部分都是从面向所有人的大众赛事开始，一步一步晋级，最终上升到专业性更强的赛事中，并成为职业选手。在此之前，他们只是从事不同工作的普通人，因为拥有同一个电竞梦想，因为 CFPL 给了所有人一个平等的实现梦想的机会，最终有一部分人通过不懈的努力触及了自己的电竞梦想，实现了从草根到职业选手、再到超级电子竞技明星的转变。

从 CFPL 赛事创办至今，有非常多的草根选手参赛，他们默默无闻，从百城联赛一步一步开始，通过省赛、大区赛进入到 TGA 大奖赛，最终获得晋级 CFPL 参赛资格。曾经的 CF 第一人“白鲨”、国民狙神“70kg”等都是从网吧赛开始，一步一步走上 CFPL 职业联赛的舞台。

根据“可以触摸的电竞梦想”这一主题，每一届 CFPL 在进行总体创意策划时，便有了明确的风向。流程及环节、表演及仪式都围绕主题来进行，在舞美效果和视觉效果上既与时俱进又切合主题展现出热血的感觉，在内容规划时，侧重于展现不同人物“触摸梦想”、经由 CFPL 改变人生和命运的故事。在最终的赛事呈现上，力求能够通过一系列赛事内容，激发观众心中对梦想、对电竞的热情，保持积极奋进的精神，吸引观众持续收看 CFPL 赛事。

主题与核心是总体创意策划中需要确立的最重要的部分，后续的视觉效果、相关内容、宣传方案都需要围绕主题与核心进行。在确立主题与核心之后，在总体创意策划阶段，还需要为舞美效果、视觉效果、流程环节、表演仪式、内容策划确立总体性的策划指导意见，然后各个策划模块的工作人员再根据总体性的策划指导意见进行具体的策划，出具符合赛事主题的策划方案。

总体创意策划最重要的意义，就是确立一项赛事的主题精神与基本风格，指导各策划部门围绕确立的主题与风格进行具体策划，最终呈现出具有整体性和独特创意的赛事策划全案。

5.2.2 总体创意策划的案例



总体创意策划所确立的主题，体现在创意策划的每一个环节。在本节中，我们将以 2020 年王者荣耀世界冠军杯这一赛事，来分析总体创意策划在赛事制作中的重要性。

2020 年王者荣耀世界冠军杯是每年夏季都会举办的、王者荣耀系列赛事中的重要一环，同时也是北京市政府重点支持的“电竞北京 2020”系列活动中“一会一展一赛”三大重磅活动中的一部分。这次赛事不仅仅是广大电竞用户瞩目的年度盛事，也是传播中国文化和东方美学的重要载体，在总体创意策划时除了要考虑既有电竞用户的感受，更要考虑如何以精美的赛事内容打动国内外更多的观众，通过电子竞技赛事实现中国文化走出去的重大使命。

王者荣耀冠军杯的 LOGO 主体是一只凤凰，赛事奖杯也以凤凰形象为主体而设计，通体金色，被称为“金凤凰杯”，与王者荣耀职业联赛冠军奖杯银龙杯相互呼应。凤凰是中国古代传说中的瑞鸟，常用来象征祥瑞。凤凰齐飞是吉祥和谐的象征，自古就是中国文化的重要元素。王者荣耀冠军杯使用凤凰这一元素作为赛事的主要形象，本身就是对中国传统文化的一种传承。

2020 年王者荣耀世界冠军杯的主题为“百炼志问鼎”，传递的主题精神是选手们拥有着百炼成钢的意志，经过了无数的训练与赛事的洗礼，以高超的职业素质与顽强的职业精神朝着冠军的最高荣誉进发，志在问鼎冠军，一个“炼”字巧妙地展现了职业选手历经无数艰辛、仍旧不断努力不断拼搏的进取精神。

如图 5-3 所示，赛事的视觉色彩以金色为主，并以少量的深蓝色点缀在大面积的金色



图 5-3 2020 年王者荣耀世界冠军杯宣传海报



图 5-4 2020 年王者荣耀世界冠军杯赛事赛程海报

当中，整体看上去是金碧辉煌、灿烂炫目的感觉。在视觉包装设计时，同样也延续了大面积的金色与深蓝色搭配的视觉方案。如图 5-4，赛事赛程预告海报依旧是金色与深蓝色为主色调的设计。

赛事宣传片在赛事开始前起到了重要的宣传功能，能够最直接地传递赛事主题精神。2020 年王者荣耀世界冠军杯主宣传片颇具匠心，使用了平行故事结构的表現方式，描绘了王者荣耀战场上新旧势力碰撞产生的激烈火花，传达出世冠的精神内涵：不屈、无畏、拼搏，以及百炼志问鼎的决心，烘托世冠年度总决赛的紧张氛围。宣传片中包含了诸多亮点：“猫”到“猫神”的蜕变、不斩无名之辈的 WE、“三流边路” Fly，久诚的影子，穿着世冠出征服的 Cat 和诺言，承载了众多粉丝对战队的满满热爱。其主题曲《Evolve（淬炼）》也以其独特的辨识度广为流传，歌曲在创作中融入了二胡、中国大鼓等具有王者特色的乐器，受到王者荣耀粉丝的热烈追捧。

在舞美及效果策划方面，赛事承办方英雄体育 VSPO 首次将电影级置景搬上舞台，技术难度与花费时间赶超往年。数万支真实芦苇布置在舞台周边，场馆上空营造动态星空与观众席数控荧光棒交相辉映，并将千盏印有金凤纹路的孔明灯错落在场馆半空，打造出实体千灯场景。在全息技术与实景的结合下呈现出游戏内国风经典元素，彰显东方神韵。整个开幕式共分为三大篇章，分别为“遇见神鹿 瑶”“浑天”与“百炼志问鼎”。通过全息特效与实物场景相结合，舞台上所有的舞蹈演员与现场音乐老师都处于真实的芦苇丛中，共同呈现出虚拟与现实的完

美交互，如图 5-5~图 5-9 所示。



图 5-5 2020 年王者荣耀世界冠军杯舞美整体效果



图 5-6 2020 年王者荣耀世界冠军杯舞美全息特效效果



图 5-7 2020 年王者荣耀世界冠军杯舞美舞蹈效果

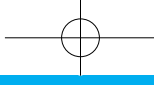


图 5-8 2020 年王者荣耀世界杯舞美演出效果



图 5-9 2020 年王者荣耀世界杯舞美凤凰效果

在表演及仪式策划方面，“三分之地”中场秀环节邀请了表演嘉宾周深与阿云嘎献上个唱表演。周深为观众们带来了大乔孙策英雄主打歌《微光海洋》与另一首歌曲《影》，整个舞台伴随着灯光变化与全息技术营造出不同的场景，深歌美如梦，长醉不复醒，如图 5-10 和图 5-11 所示。

综上所述，2020 年王者荣耀世界杯的赛事中，贯穿着总体创意策划所确立的基本风格与基调，在总体创意策划的指导下，各个创意部分围绕着核心主题进行策划，最终呈现出了一场完美的视听盛宴。