

电竞城市化： 新兴体育产业与数字城市的互嵌与共生 ——基于亚运契机的杭州市电竞产业访谈

前言

在电竞入亚的契机下，杭州市电竞产业驶入发展快车道。本研究综合文献分析法与半结构化访谈，以杭州市电竞产业为主要研究对象，厘清杭州电竞城市化探索过程中的现有成效，以期更好地迎接亚运，为新兴体育产业与数字城市的有机结合带来参考。研究发现，杭州市对城市电竞展开了从政策助推、主场落地到文旅融合的多维布局。针对政策耦合性、人才培养力以及文化赋值程度等方面的跃升空间，从文化、人才、科技、赛事四个维度提出参考建议。

关键词

电竞城市化；数字产业；亚运会；访谈

“十四五”期间，我国高质量发展的步伐加快，对“城市”的要求也转向提高城市品质为主的存量提质模式，电子竞技所拥有的用户规模与所承载的电竞文化，将成为与城市结合并带动城市发展的核心元素之一。2020年度全国电竞城市发展指数评估报告中，杭州列于上海、北京、广州、成都、深圳之后的第六位^[1]，2020年12月16日，电子竞技正式成为杭州亚运会比赛项目，标志着其作为数字体育时代载体的标签真正得到了主流化认可。自电竞入亚伊始，杭州市对城市电竞展开多维布局，以构建杭州市电竞赛事发展的同心圆。杭州如何抢抓亚运城市发展机遇，从而丰富城市形象、助力电竞产业发展是值得探讨的。

1 我国电竞城市化概述

2017年12月，LGD俱乐部在杭州启用国内首家电竞线下主场馆，成为电竞与城市结合的开端。近年来，上海、北京、成都、西安等地相继打造新兴“电竞之都”，依托于电

竞赛事这一载体，“电竞+”成为城市与电竞企业的探索重点，为城市文化与传统文化赋能。因此，对于电竞产业与城市融合的策略研究具备现实必要性。

然而电竞城市化的研究仍处于起步阶段。目前，学者集中于研究电竞实体业的经营^[2,3,4]，或以“电竞+”为视角探究文旅产业的数字化转型^[5,6]，尚未探讨电竞产业与城市发展的双向作用。马中红教授于2021年首次提出“城市电竞化”与“电竞城市化”的现象，但未做详细的概念解释^[7]。本文中的电竞城市化，是建立在产业数字化转型视阈之下的融合发展策略之一，即电竞产业适应数字产业发展潮流的趋势，电竞文化与城市文化互嵌、电竞产业与城市发展共生。

2 研究对象与研究方法

本研究运用文献资料法与半结构化访谈相结合的方法，以杭州市电竞产业为研究对象，对杭州市电竞城市化进行深入细致地描述和分析。以杭州市知名数字企业、游戏公司与

电竞俱乐部的不同从业者为访谈对象（见表1），在中微观维度了解杭州市电竞产业主体现状，每个对象的访谈时间约为40分钟，共收集访谈材料10万余字。

表1 访谈对象个人情况汇总

企业	访谈对象	编码
电魂网络	赛事负责人	A1
	赛事市场对接	A2
	公共事务负责人	B1
LGD 俱乐部	品牌公关	B2
	青训教练	B3
Bilibili 闪电队	赛训总监	C1
网易游戏	公共事务负责人	D1
华数传媒集团	智慧家庭事业部负责人	F1

3 杭州市电竞城市化现状

3.1 亚运契机下杭州电竞实现弯道超车

3.1.1 有机关联：产业的管理生态

杭州“十四五”规划纲要提出，打造具有国际影响力的会展之都、赛事之城，培育体育动漫、游戏、电子竞技等新兴产业，鼓励大型体育赛事市场开发；各区级单位响应规划，助力扩展电竞产业布局，例如杭州电竞中心启用当天，拱墅区重磅发布《拱墅区关于推动电竞产业发展的若干政策意见》，涵盖游戏设计、开发运营、赛事主办等各环节；而杭州市电子竞技协会逐步推行对电子竞技赛事、电子竞技员的管理办法。杭州电竞产业已形成政策助推、主体执行、落实监管的有机管理生态，助力电竞全产业链的主流化收编。

3.1.2 集聚效应：战队与场馆落地

电子竞技发展至今，已形成以赛事、俱乐部、场馆为核心，以赛事执行、内容传播、文化、监管为辅助的成熟产业链。《梦三国2》赛事负责人谈道：“现在头部做得比较好的都想去推城市战队，和线下实际做结合。”（A1）LGD落地杭州，使之成为全国少数拥有LPL和KPL双主场电竞赛事的战队之一。哔哩哔哩电竞旗下杭州闪电队以“启杭·应潮时”为主题举办主场赛，塑造有杭州特色的电竞文化圈。此外，打造“中国杭州电竞中心”，并在启用仪式选择《永劫无间》这一杭州本土开发的国风游戏表演赛。网易将接手场馆的后续使用，打造网易电竞赛事主场。可见，杭州的城市战队与主场赛事已然入局。

3.1.3 杭州印象：IP与文旅结合

将城市文化植入电竞优质IP，能帮助电竞迷找寻归属感。闪电队计划会在杭州地标性的商业体做快闪活动，同时丰富融入杭州元素的文创产品提升用户体验，“就像我们卖票（如果）均价在400，把相应的体验做好，一定会随票附赠很多T恤、周边，能让你觉得这张票是有价值的。”

城市体育空间建设对于传统文化的整合不可忽视，杭州自古以富庶闲适著称于世，因而体育休闲成为杭州人喜爱的娱乐方式^[8]。一方面，杭州致力于搭建体育休闲场景，包含电竞数娱小镇、电竞生态公园等十多个项目；另一方面，合理调动Z世代群体与宋韵文化产生共鸣。第三届王者荣耀全国大赛邀请制笔大师杨松源与泰顺石雕艺术馆馆长王永贵制作“荣耀之笔”，于杭州宋城上演横跨千年时空的电竞盛宴，产生传统与潮流的碰撞。

3.2 电竞产业与杭州的互嵌难点

3.2.1 产业与社会刚需待明晰

明晰产业主体的刚需。研究表明，电子竞技的合法性与观众的关注度呈正相关^[9]。受访者肯定了杭州市电子竞技协会为赛事报备，运动员及教练管理所制定的办法，希望将维度拓展至全产业链，以加速电竞的主流化收编。同时，疫情使得线下办赛受创，电竞实体业亟待修复，“真正困难的时候，需要有一个助力机制，以保障产业的持续运作。”

维度考量社会效益。学者Rocha对比北京（冬奥会期间）与其他奥运会主办城的再生性，发现在筹办期间出现个体性城市权利被剥夺的情况^[10]。电子竞技首次加入洲际大型体育赛事，存在项目组织、赛事策划、场馆搭建等现实考验，如何保障全产业链大中小企业的城市权利，如何协调与其他产业间的联动关系都值得考量。同时，充足的前置设计与准备，将在后亚运时代对亚运电竞遗产的保护和应用添砖加瓦。

3.2.2 人才培养与需求不平衡

电子竞技是综合产业，与计算机技术、运动训练、艺术设计、传媒播音等领域交集甚密，融合创新难、人才需求高也成为目前电子竞技发展道路上的阻碍^[11]。杭州本地战队大多具备成熟的青训体系，但“做线下执行、做直播团队的人才缺失……目前比较缺乏好的运营，对后续的文化包装与文化融合造成阻碍。”国外学者评估发现，观众能感知的最佳变量是工作人员的技能与素质^[12]。目前MOBA和FPS赛事的直播较为成熟，但像大逃杀、MMORPG等一些小众赛事还在探索阶段。对此，一些执行团队采用外包策略，“游戏产业上的事情我们还没覆盖得那么全。”

3.2.3 内容和城市文化待融合

如表2所示,杭州的游戏研发已初具规模,走在我国国风游戏及其电竞开发的前列。然而一些游戏在内容端弱化了杭州文化的融合。鉴于三国文化在中国中北部盛行,《梦三国2》并未选择杭州作为赛事主阵地,而是落地在郑州、哈尔滨等北方城市。然而电魂网络作为杭州市重点文化企业,

是杭州电竞产业不可或缺的活性因子,为树立良好的城市形象贡献了企业力量。动漫游戏产业也大多将城市内涵当作短择目标,呈现“便利贴化”的特点,缺少对杭州这座城市的记忆点。因此,为优质本土企业打上本土化烙印,才能更好地助推其成为城市名片。作为体育演艺的电竞赛事,需根据城市文化资源特点开发,以达到城市形象营销的目的^[13]。

表2 近年我国已开发电竞赛事的国风游戏

游戏	类别	平台	内容	赛事体系	开发商
《梦幻西游》	MMORPG	PC/ 移动	名著	成熟	网易游戏
《天龙八部》	RPG	PC	武侠	单薄	搜狐畅游
《寻仙》	PRG	PC	神话	单薄	腾讯游戏
《新倩女幽魂》	RPG	PC	玄幻	单薄	网易游戏
《剑侠情缘网络版叁》	MMORPG	PC	武侠	发展	金山游戏
《梦三国2》	MOBA	PC	历史	成熟	电魂网络
《天涯明月刀》	MMORPG	PC/ 移动	武侠	发展	腾讯游戏
《逆水寒》	MMORPG	PC	武侠	发展	网易游戏
《永劫无间》	MMOACT	PC	古风	发展	网易游戏

注:加粗为杭州本地游戏研发产业开发项目。

4 杭州电竞城市化的共生之策

4.1 打响国风电竞,开展多级赛事

第一,游戏内容设计加强关乎城市地脉和文脉的体验文本。不论是哪类游戏,应从美术、叙事、玩法等多方面与杭州文化产生共振。例如,重构城市文化场景,将重庆颇具立体感与褶皱感的城市结构与赛博朋克的视觉挂钩,为重庆的网红经济创造巨大收益;在场景建构中,通过传统与潮流的碰撞凸显杭州特色,激活受众内心的城市身份与集体记忆。

第二,以全民电竞理念为追求,完善业余赛事体系。民办商赛、业余联赛等中型赛事的半官方性质决定其成为区域间、企业间、学校间的竞技舞台,更能激发人们的本地情怀,增强电竞氛围。也需要研发企业提供高质量的精品游戏,推动赛事内核的创新,“更多的是要在做好电竞的产品基础上,去强化自己对于文化传播的重视程度。”(A2)

4.2 协调多方联动,保证人才输送

在政策落地与执行环节,应加强与受益主体及时、双向的沟通反馈,建立一套评估机制。“需要政府做一个协调,去带动政府、企业、高校这么一个完整的上下游,让杭州的电竞进一步的提升。”(D1)对于电子竞技的规约制定,也应与其他城市协调、沟通,避免资源与数据跨区域难以流通。

发挥政策优势,优化人才机制。其一,深化校企合作,健全人才培养机制。2022年梦三国2职业联赛落地渐传,

由学生执行赛事全流程,电魂方给予高度反馈:“整体的流畅度比我自己预期的要顺畅很多。”(A1)杭州形成产学研多维联合的创新模式,为地方发展提供了人才支撑、技术支持和更广阔的发展前景。其二,优化人才吸引与留存机制。前中期的重点在于增强人才吸引力,“产生具有吸引性的福利标准,对俱乐部的水准筛选也有好处。”(B1)后期应建立从职业选手到幕后人员的认定体系。目前,杭州市智力运动协会已着手为电竞运动员设立职业认定与激励机制。

4.3 增强数字赋能,共建智慧城市

提高电竞产业数字化建设水平,契合本届亚运会“智能”的特色,是数字经济与实体经济融合发展的重要举措。电竞是新兴体育产业,应针对性地打造数字化发展模式。第一,丰富线上观赛形式,开发云转播、无障碍智能观赛等,着力打造大型电竞赛事的视听盛宴。第二,开发一站式数字化服务平台,通过大数据收集电竞政策,开设直播平台,开通电竞人才智能认定渠道,打通电竞教育与招聘通道,建立收集反馈与建议的数字机制,在数字产业发展潮流中以质量制胜。

4.4 增强可持续性,共享亚运遗产

以认知、认同、使用、传承等形式延续亚运遗产价值,与奥林匹克运动可持续发展战略当中的发展指标相契合^[14]。一是共享亚运电竞遗产,包括办赛标准区域性共享,人才队伍的遴选与培养机制,电竞场馆等设施的开放使用,直转播

技术及观赛平台的创新应用等,形成一套亚运水平、杭州特色的电竞赛事经验。二是保护亚运非物质文化遗产,即凝聚而成的亚运与电竞精神,内化为杭州的人文气质,延伸绿色亚运、科技亚运、人文亚运的丰富内涵,增添杭州的城市力量^[15]。

5 结语

体育赛事的强辐射性,对城市经济、城市社会和城市

生态有多元影响,对搭建、夯实、丰富城市形象有重要意义^[16]。本文通过调研与访谈,厘清杭州市电竞产业现状并提出建设性参考,助力电竞产业与杭州的融合,丰富杭州的城市内涵,以全新风貌迎接亚运盛会。同时,在后亚运时代贡献电竞城市化的杭州方案。因赛事延期及研究时间、成本、沟通等多维因素,本文尚未涉及效果评估,待后续进一步研究。

文/王宗旅,王曼,刘昕蕊(浙江传媒学院,浙江杭州 310000)

作者简介:王宗旅,女,江苏南通人,浙江传媒学院新闻与传播学院在读硕士研究生,研究方向:游戏与传播;王曼,女,山东淄博人,浙江传媒学院新闻与传播学院在读硕士研究生,研究方向:游戏与传播;刘昕蕊,女,青海西宁人,浙江传媒学院媒体工程学院在读硕士研究生,研究方向:影视技术与传播。

通讯作者:姜燕冰,男,浙江衢州人,浙江传媒学院硕士生导师,研究方向:感知计算与传播。

参考文献:

- [1] 中国音数协游戏工委发布《2020年度全国电竞城市发展指数评估报告》[EB/OL]. <https://www.cgigc.com.cn/details.html?id=08d96df8-02c4-4267-819c-a41be7f26d99&tp=meeting>.
- [2] 宣小康.杭州电竞数娱小镇建设与运营的研究[D].北京:首都体育学院,2021.
- [3] 刘福元.城市电竞产业发展的空间布局与政策联动[J].四川行政学院学报,2021(2):5-19.
- [4] 詹绍文,朱一鑫,程哲,等.电竞产业空间格局演化及其影响因素——以上海市为例[J].热带地理,2021,41(2):303-314.
- [5] 李健,范安辉,谭建辉,等.后疫情时代我国电竞运动产业发展趋势与推进思路[J].浙江体育科学,2021,43(6):63-69.
- [6] 陈莹.武汉市体育赛事旅游发展研究[D].南宁:广西师范大学,2021.
- [7] 马中红,吴宇轩.数字产业潮流中的城市电竞化与电竞城市化[J].群言,2021(10):34-37.
- [8] 郭修金.休闲城市建设中休闲体育时空的调控设计与规划整合——以杭州、上海、成都为例[J].上海体育学院学报,2013,37(2):30-33+48.
- [9] Kim Y H, Nauright J, Suveatwatanakul C. The rise of E-Sports and potential for Post-COVID continued growth[J]. Sport in Society, 2020, 23(11):1861-1871.
- [10] Rocha C M, Cao G. Impacts of urban regeneration on small business in preparation to host the Beijing 2022 winter Olympic games[J]. Sport in Society, 2022:1-18.
- [11] 龚晓,王思行,倪男.基于产业需求的电子竞技人才培养路径研究[J].高教学刊,2022,8(1):160-163.
- [12] Vegara-Ferri J M, Ibáñez-Ortega D, Carboneros M, et al. Evaluation of the tourist perception of the spectator in an eSport event[J]. Publicaciones, 2020, 50(1):371-384.
- [13] 何国平.城市形象传播:框架与策略[J].现代传播(中国传媒大学学报),2010(8):13-17.
- [14] 王月,孙葆丽.可持续发展视阈下北京2022年冬奥会遗产探析[J].北京体育大学学报,2019,42(1):42-49.
- [15] 袁懋栓.绿色奥运、科技奥运、人文奥运三大理念是奥运非物质文化遗产[J].北京社会科学,2008(3):14-17.
- [16] 王永杰,陈林会,刘青.大型体育赛事促进城市形象传播的价值、经验与推进路径[J].体育文化导刊,2022(6):36-41+61.