

“一带一路”背景下中国电竞产业的出海策略研究

余思均¹ 熊祿全² 张雅婷³

(1. 沈阳体育学院党委研究生工作部, 辽宁沈阳 110115; 2. 西南石油大学体育学院, 四川成都 610500;

3. 北京体育大学竞技体育学院, 北京 100091)

摘要 ▶ 在“一带一路”倡议下, 中国电竞产业正积极寻求海外市场的拓展。文章运用文献资料、逻辑分析等研究方法, 分析中国电竞产业出海的机遇和挑战, 并提出相应的应对策略。研究认为: 中国电竞产业出海面临的机遇主要包括国内宏观政策的支持与引导、全球电竞市场需求日趋增加、全球电竞产业链条趋于一体和全球电竞文化的普及与繁荣, 但其出海也面临着政治、经济、社会、技术等多方面的挑战。基于此, 文章提出要以“一带一路”倡议为基点, 突破政治障碍与法律壁垒; 以国际化电竞IP建设为核心, 突破市场竞争与品牌界限; 以属地化产品策略为抓手, 突破文化鸿沟与受众隔阂; 以核心技术创新为驱动, 突破技术瓶颈与行业壁垒。

关键词 ▶ 中国电竞产业; 出海; 一带一路

DOI: 10.16730/j.cnki.61-1019/g8.2024.10.006

2013年, 习近平总书记提出“一带一路”倡议, 这是中国在顺应全球发展趋势和时代进步要求的大背景下, 推动对外开放新战略的重要举措。此后, “一带一路”倡议逐渐成为中国与世界交流合作的重要桥梁。在此背景下, 中国电竞产业借助国内成熟的电竞产业链和市场理解, 逐渐开始进入“一带一路”沿线国家市场, 探索更为广阔的海外市场^[1]。当前, “一带一路”沿线国家的电竞市场正处于快速发展阶段, 呈现出多元化的竞争格局与蓬勃的市场活力, 中国电竞产业在其中占据着重要位置, 并展现出独特的竞争优势。《2023中国游戏出海报告》显示, 2023年中国自主研发电竞游戏在海外市场的实际销售收入约为1 175.16亿元。在全球范围内, 我国共有7家游戏公司跻身2022年度全球前30名收入最高的手游发行商榜单^[2], 部分电竞产品已成为哈萨克斯坦、印度尼西亚、菲律宾等“一带一路”沿线国家的主流产品^[3], 如《决胜巅峰》目前是哈萨克斯坦年轻人最喜欢的电竞游戏^[4]。可见, 中国电竞产业在“一带一路”倡议的推动下, 正逐步实现从国内到海外的跨越式发展, 成

为“一带一路”沿线国家文化交流的新名片。对于电竞出海, 我国政府也在《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》中, 明确强调“支持电子竞技等领域具备出口竞争优势, 提升文化价值, 打造具有国际影响力的中华文化符号”。显然, 在此背景下研究中国电竞出海具有重要现实意义。基于此, 本研究立足于全球电竞市场发展现状, 深度剖析“一带一路”背景下中国电竞产业出海的机遇, 结合PEST模型分析其面临的挑战, 并提出有针对性的应对策略, 以期为我国电竞产业出海提供有益的参考。

1 “一带一路”背景下中国电竞产业出海的机遇

1.1 政策红利: 国内宏观政策的支持与引导

政策是驱动中国电竞产业出海的重要因素。一方面, 由于未成年人电子游戏成瘾现象、电竞酒店无序管理和电竞赛事组织混乱等问题日益频发, 我国对电竞行业的监管力度逐步加大。近几年, 相继颁布《关于进一步优化营商环境推动

基金项目: 全国教育科学规划(教育部青年)课题《青少年电子竞技游戏成瘾的形成机制及研究应对研究》(ELA230481)

作者简介: 余思均, 男, 在读硕士研究生, 研究方向: 体育产业; 张雅婷, 女, 在读硕士研究生, 研究方向: 体育教育训练学。

通讯作者: 熊祿全, 男, 讲师, 研究方向: 公共体育服务与电子竞技。

互联网上网服务行业规范发展的通知》《关于加强网络视听节目平台管理的通知》《关于加强电竞酒店管理中未成年人保护工作的通知》等多部文件，对电竞行业进行规范管理。其中，电竞直播、电竞赛事和电竞产品等领域的准入门槛得到提高，倒逼着众多中小型电竞企业走向海外。另一方面，国家也积极推动电竞产业走出去，以提高国际影响力，《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》《关于支持横琴粤澳深度合作区放宽市场准入特别措施的意见》《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》等政策文件的出台明确提出支持电竞产业出口，为国内电竞企业拓展“一带一路”沿线国家市场提供了政策保障。

1.2 市场需求：全球电竞市场需求日趋增加

相较于国内电竞市场的逐渐饱和，全球电竞市场呈现出持续繁荣的态势，特别是“一带一路”沿线国家市场。相关数据显示，2022年全球电竞人口增长至24.7亿人，占全球网民的48.3%^[5]。可以说，全球近一半的网民是电竞玩家。其中，东南亚、印度、中东等“一带一路”沿线国家和地区的电竞市场更是处于快速成长阶段，如东南亚的电竞产业收入增长率几乎是同期全球电竞收入复合年增长率（11.1%）的两倍^[6]。可见，全球电竞市场正呈现出强劲增长的态势，“一带一路”沿线地区的电竞市场更是潜力巨大，这也为我国电竞产业拓展海外市场创造了极为有利的市场环境。

1.3 产业基础：全球电竞产业链条趋于一体

随着信息技术的不断进步和国际分工的进一步深化，国际生产一体化形成的全球产业链、价值链、物流链使全球各国相互交融，形成你中有我、我中有你的命运共同体^[7]。因此，构建以中国为核心的一体化全球产业链成为提升中国电竞产业竞争力的必然要求。电竞产业链包括上游的游戏开发商和运营商、中游的赛事组织与管理层，以及下游的内容创作与传播环节^[8]。一方面，对于我国的电竞企业而言，收购或合作已成为提质增效的重要选择。优质电竞上游企业主要分布在欧美、日本等发达国家，这些国家有着先进的游戏研发技术性，同时也有着丰富多样的游戏资源。自2016年起，腾讯、网易等国内电竞游戏厂商纷纷出海购买股权或并购国外电竞游戏公司。另一方面，“面向国际、立足全球”是增强中国电竞赛事影响力、提升中国电竞文化知名度的必然方向。近年来，我国跨国赛事举办、联合办赛等形式日益普及，如“一带一路·七彩云南”昆明电子竞技公开赛、Mobile Legends: Bang Bang世界赛、2023“一带一路”国

际电竞邀请赛等，皆是电竞产业全球一体化的有力印证。

1.4 文化支撑：全球电竞文化的普及与繁荣

电竞文化作为电竞产业不断扩展的核心基础，在我国却饱受误解与歧视。诸如“游戏危害学业”“游戏成瘾”等观念在家庭与学校中根深蒂固，使得电竞文化背负了种种偏见和歧视，陷入“原罪”的困境^[9]。相较而言，国外电竞文化具有较高的认可度。例如，新加坡政府高度重视电竞文化，通过拨款支持电竞项目、举办奥林匹克电竞周等措施，推广电竞文化^[10]，同时，新加坡民间也将电竞文化视为一种新兴主流文化。此外，马来西亚、印度等“一带一路”沿线国家同样对电竞文化持认可态度，其电竞文化氛围近些年来可谓是愈发浓厚^[11]。总体而言，电竞文化已在全球范围内实现人与人、网络、社交及娱乐的互融互通^[12]，为我国电竞产业拓展海外市场奠定了良好文化基础。

2 “一带一路”背景下中国电竞产业出海的挑战

PEST模型是评估企业或市场环境的一种框架，它分别从政治（Politics）、经济（Economic）、社会（Society）和技术（Technology）四个维度把握企业所处的宏观环境^[13]。因此，本文选用PEST模型剖析中国电竞产业出海所面临的风险与挑战。

2.1 政治维度：不同国家的政策差异与限制

近些年，诸多国家开始实施保护本国产业发展的市场准入政策、投资政策和服务贸易政策，这对中国电竞产业向海外拓展构成了无形的贸易壁垒。一方面，各国市场准入政策的规定各异，对中国电竞产业的持续扩张产生制约。例如腾讯发布的PUBG Mobile广受全球用户喜爱，然而在印度，该游戏却面临严苛的审查。2020年，印度政府以PUBG Mobile从事的活动可能“对印度主权和完整产生负面影响、威胁印度国家公共秩序”为由将其下架，然而事实上，是因为以该产品为代表的中国电竞产品威胁到了印度本土电竞产业的发展，从而遭到印度政府的打压。此事件无疑表明，中国电竞企业在海外市场面临他国政策的制约。另一方面，各国法律法规与中国电竞产品之间可能存在潜在的冲突。例如新加坡早在2008年4月28日起便开始实施“电玩游戏分级制”，电竞厂商在推出新电竞游戏前，必须上媒发局网站申报游戏内容并经过审查，如若虚报资料，将被诉至法庭。由此可见，我国电竞产业在拓展海外市场过程中，不仅需应对合规成本

提高的挑战，同时还面临着他国法律约束的不利影响。

2.2 经济维度：不同国家电竞产业的竞争力

相较于国内电竞市场，全球电竞市场的竞争程度依然激烈。一方面，我国电竞产业在拓展海外市场时，需应对来自发达国家电竞产业的强势竞争力。尽管近几年中国电竞产业产值快速攀升、结构逐渐完备，但与美国、韩国等发达国家的电竞产业相比，在品牌构建、技术创新、运营模式等方面仍存在一定差距^[14]。以电竞赛事品牌为例，2023年Esports Charts发布的年度十大电竞赛事中，美国拳头游戏公司主办的英雄联盟系列赛事占据四席，英雄联盟全球总决赛更是以压倒性优势位居榜首，而我国沐瞳科技举办的MOBA赛事与之相比仍存在明显差距。同时，我国电竞游戏产品的国际知名度也远不如英雄联盟、守望先锋等欧美电竞游戏高。另一方面，“一带一路”沿线国家电竞产业的崛起也给中国电竞产业带来了较大的竞争压力。东南亚、中东等“一带一路”沿线地区是我国电竞出海的主阵地，这些地区电竞产业的发展速度也相当迅猛，诸如Garena、VNG、Sohagame、VTC等电竞企业逐渐崛起。这些企业在产品研发、赛事品牌构建等方面不断发力，与中国电竞产业形成竞争态势。

2.3 社会维度：不同国家的文化审美与偏好

世界文化呈现出丰富性和多样性的特征，各个国家的文化均具有独特的审美和偏好。一方面，需应对不同国家和地区对中华文化认知的差异。在《2023中国游戏出海报告》中，多款产品都是以中华优秀传统文化为土壤而创作的。例如《原神》以中华优秀传统文化为背景设计多个角色、场景和剧情，表达着中华文明的价值观和民族性^[15]。中华优秀传统文化固然具有极大的魅力和吸引力，但不同国家和地区对中华文化的认知和接受程度存在差异。另一方面，需要面对不同国家和地区文化偏好的挑战。在中东国家，女性电竞选手受到严格保守的社会观念限制，使得中国举办的电竞赛事不得不调整部分规则和内容。在东南亚国家，电竞产业的发展受到当地宗教信仰和文化的影响，如印度尼西亚，部分电竞活动需遵循伊斯兰教义并对赛事时间和内容作出相应调整。此外，在部分地区，电竞游戏在画风、玩法、角色设定等方面也有特定偏好。因此，对于中国电竞产业而言，如何在保持自身特色的同时，适应海外市场的文化差异，成为拓展海外市场的重要挑战。

2.4 技术维度：核心技术与竞争对手的差距

电子竞技得以蓬勃发展的关键在于计算机技术、网络技

术、自动控制技术、人工智能技术等高新技术的成熟与融合应用^[16]。尽管我国与美国共同占据全球游戏及电竞收入的一半份额，但在电竞产业链的多个环节，我国的技术相对薄弱^[17]。一方面，硬件技术方面尚存差距。电竞产业依赖计算机科学、通讯技术和网络技术等技术进行产品创作与传播，美国在计算机科学、通讯技术以及网络技术等处于全球领先地位，使得我国在电竞硬件领域面临严峻竞争，特别是在高性能显卡、芯片等关键硬件技术方面^[18]。另一方面，软件技术方面也面临挑战。游戏引擎、人工智能算法、虚拟现实技术等软件技术是电竞产品研发和迭代的关键技术，也是电竞赛事广泛传播的重要基础。以游戏引擎技术为例，美国艺电（EA）和动视暴雪（Activision Blizzard）等公司拥有强大的自研引擎技术，而我国电竞企业在这方面的技术储备相对薄弱。同时，在电竞赛事直播技术方面，美国Twitch和YouTube等平台在全球市场占据主导地位，而我国电竞赛事平台的知名度和影响力尚有待提升。

3 “一带一路”背景下中国电竞产业出海的策略

3.1 以“一带一路”倡议为基点，突破政治障碍与法律壁垒

“一带一路”倡议是我国在全球经济与文化交流中的重要战略部署，有利于中国企业在国际市场上扩大业务范围并输出高品质的产品^[19]。对于电竞企业而言，应紧抓“一带一路”倡议的政策红利，制定出海战略，深度探索沿线国家和地区的市场潜力，加强与沿线国家的沟通与协作，促进电竞产品、技术、人才等各领域的交流互动，从而为中国电竞产品走向世界奠定坚实基础。鉴于各国在电竞方面的法律具有差异性，我国政府应加强与“一带一路”沿线国家的政策对话与合作，签署双边或多边电竞产业合作协议，为中国电竞企业在海外的合规运营提供法律保障和政策支持。同时，加大政策扶持力度，通过提供政策性资金、专项投资资金、税收优惠等支持性政策，引导、鼓励和支持有条件的电竞企业“走出去”，在“一带一路”沿线国家设立研发中心、运营中心，搭建国际电竞产业交流合作平台，为中国电竞企业“出海”提供便利。

3.2 以国际化电竞IP建设为核心，突破市场竞争与品牌界限

品牌知名度是衡量市场竞争力的关键指标之一。面对

“一带一路”沿线国家电竞产业的激烈竞争，以及发达国家电竞品牌的强势地位，我国电竞企业应聚焦于培育电竞品牌，打造具有高知名度的品牌，以提升市场竞争力。其一，要注重品牌形象塑造。中国电竞企业要立足全球视野，结合电竞产品的特色，设计具有辨识度的品牌标识、口号和视觉形象，传递积极向上的品牌形象，增强品牌在国际市场的认知度和好感度。其二，要保持电竞品牌活力。品牌活力事关品牌生命周期。中国电竞企业应通过社交媒体、电竞赛事、线下活动等多种渠道，持续运营电竞品牌，提升品牌的形象和知名度。例如，通过与“一带一路”沿线国家的知名巨星、品牌合作，实现品牌跨界联动，拓宽品牌在当地的影响力。其三，要加大品牌宣传力度。中国电竞企业要充分整合国内外可利用的媒体资源，构建全方位的宣传体系，提高电竞品牌的曝光度。沐瞳运营的《无尽对决》就是典型案例。沐瞳在东南亚、西亚等“一带一路”沿线地区配备专门的市场推广人员，在当地知名媒体上进行全面宣传的同时，还在地铁、货车车体等现实场景投放大量广告，这使得《无尽对决》的市场知名度显著提升，突破了当地市场的固有竞争。

3.3 以属地化产品策略为抓手，突破文化鸿沟与受众隔阂

在国际市场上，中国电竞企业面临着文化差异与受众隔阂的双重挑战，特别是“一带一路”沿线地区的文化多样性尤为显著，这对电竞产品的接受度和市场渗透力构成了直接影响。因此，我国电竞企业要坚持属地化产品策略，尊重各国的文化特色和社会习惯，以赢得他国市场消费者的认同。其一，中国电竞企业可在保持自身产品特色的基础上，结合当地文化特色和社会风俗对产品进行本土化改造，使电竞游戏内容、电竞赛事规则等更贴近当地玩家的审美与价值观。如《原神》就融入不同地区的文化元素和文明符号，深受全球玩家喜爱。其二，电竞企业需重点关注用户体验的本地化，以各国社会习惯为导向，优化用户体验。诸如游戏界面的语言翻译、支付方式的多样化、客服支持的本地化等，以确保玩家能够顺畅地享受电竞产品带来的乐趣。例如，针对“一带一路”沿线国家的不同支付习惯，电竞企业可提供多种支付方式选项，包括当地流行的移动支付、银行卡支付

等，以提升用户体验的便捷性和满意度。其三，中国电竞企业应充分利用社交媒体和游戏内的社区功能，以各国社区互动为载体，鼓励玩家分享本地化的内容，如游戏攻略、文化解析、赛事活动等，促进玩家间的跨文化交流，建立情感连接，形成以电竞产品为核心的全球社区，增强用户对品牌的归属感和忠诚度，突破文化隔阂。

3.4 以核心技术创新为驱动，突破技术瓶颈与行业壁垒

当前，发达国家乃至“一带一路”沿线国家的部分企业在电竞技术领域拥有显著优势，掣肘了中国电竞产业全球竞争力的发展。因此，中国电竞产业在出海过程中必须强调技术创新，以突破技术瓶颈与行业壁垒。其一，中国电竞企业要以美国、韩国等电竞强国的电竞产业为参照，重新审视自身发展的短板，调整成本结构，加大对游戏引擎、人工智能算法、虚拟现实技术等核心技术和关键领域的研发投入，打造具有竞争力的电竞产品。其二，中国电竞企业应坚持与电竞产业链上的各类企业进行合作，构建完善的电竞产业链，打造电竞全产业链出海模式，提高电竞产业出海的附加值和竞争力。同时，通过全产业链一体化出海，提升电竞产品的技术含量，重塑其核心竞争力。其三，中国电竞企业要主动参与国际技术交流与合作，与海外的科研机构、高校等建立战略合作关系，共同开展电竞技术的研发与创新。例如，在新加坡设立研发分支机构，与当地的技术团队合作，共享全球的创新资源，以提升中国电竞产品的技术领先优势。

4 结语

在“一带一路”倡议的推动下，中国电竞产业迎来了前所未有的发展机遇，包括政策红利、市场需求、产业基础和文化繁荣等。然而，受国际市场环境复杂多变的影响，中国电竞产业出海呈现为机遇与挑战并存的新局面，需应对来自政治、经济、社会、技术等多方面的挑战。展望未来，中国电竞产业需坚持紧抓政策风口、打造知名IP、因地制宜发展、坚持技术创新等策略，突破各种壁垒，实现可持续的全球化发展。

参考文献：

[1] 洪宇,刘福利,颜昊.中国数字文化出海与软实力构建[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2024,32(1):37-54.

- [2] 杨泉泉,李本乾.中国电竞游戏:产品与文化“双出海”模式[J].上海广播电视研究,2023(4):21-28.
- [3] 体育大生意.2023中国电竞产业报告:收入263.5亿、上海北京杭州位列办赛前三[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1785855722924966779&wfr=spider&for=pc>.2023-12-21.
- [4] 扬子晚报.“一带一路”上的中国电竞[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1801923503548396417&wfr=spider&for=pc>.2024-06-15.
- [5] 攀枝花人民政府网.“英雄”略同——《英雄联盟》“缘”定攀枝花[EB/OL].<http://www.panzhihua.gov.cn/zwgk/zdly/hyqq/10010945.shtml>.2023-10-18.
- [6] 人民电竞.什么样的电竞比赛中场会有观众街舞对决?在马尼拉感受海外最火移动电竞的狂热线下[EB/OL].https://m.thepaper.cn/baijiahao_25749534.2023-12-21.
- [7] 赵瑾.开放是国家繁荣发展的必由之路[J].财贸经济,2015(12):14-16.
- [8] 何伟,肖鸿波.上海打造“电竞之都”的传播策略失误及优化研究[J].新闻研究导刊,2021,12(22):22-26.
- [9] 刘玉堂,李少多.破茧成蝶:电子竞技文化在中国语境的出场[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2020,59(2):70-77.
- [10] Chua V P R.From Hobbyist to Professional: the Identities of Esports and Game Development Professionals in Singapore[D].Singapore:Nanyang Technological University,2021.
- [11] Bihari I,Pattanaik D.Challenges in Esports:Interview Study of Professional Gamers in India[J].Sport in Society,2023,26(12):1935-1956.
- [12] 宁传林,徐剑.全球电竞之都评价分析[J].城市问题,2022(11):43-53.
- [13] 段琛.PDCA循环在公立医院运营评价体系构建中的应用——基于平衡计分卡的思考[J].管理现代化,2019,39(2):59-62.
- [14] 毕金泽,郭振,林致诚.中国电子竞技与产业发展研究[J].北京体育大学学报,2020,43(8):87-96.
- [15] 郭璇,徐欣怡.中国移动游戏“出海”的机遇和路径[J].未来传播,2022,29(5):91-99.
- [16] 郑芒芒,陈元欣,方雪默,等.城市发展电竞产业的逻辑动因、实然困境与实现路径[J].中国体育科技,2023,59(6):88-97.
- [17] 何威.中国数字游戏对外传播的现状、路径与思考[J].对外传播,2021(2):44-47.
- [18] 夏立平,祝宇雷.战略竞争背景下美国对华贸易威慑分析[J].美国研究,2020,34(1):9-26+5.
- [19] 崔登峰,李锦秀,王海忠.中国企业品牌“出海”：“一带一路”倡议如何提升企业品牌价值[J].外国经济与管理,2024,46(8):103-119+137.