

DOI: 10.12361/2661-3263-06-08-148290

《英雄联盟》电竞跨文化传播研究

彭柯清

腾竞体育文化发展(上海)有限公司, 中国·上海 200041

【摘要】电子竞技市场正在全球范围内迅速增长, 主要电子竞技赛事吸引了大量观众。英雄联盟全球总决赛成功地构建了以竞技性和团队合作为核心的品牌形象, 吸引了全球电竞爱好者。本文探讨了电子竞技市场的多个方面, 总结了英雄联盟全球总决赛推广策略; 着重提出了跨文化传播的策略与实践; 最后分析了电竞跨文化传播所面临的挑战以及未来趋势。尽管面临挑战, 电子竞技行业将继续成为引人注目的领域, 对全球社会和文化产生深刻的影响。

【关键词】电子竞技市场; 英雄联盟全球总决赛; 跨文化传播

A Study on Cross cultural Communication of Esports in League of Legends

Keqing Peng

Tengjing Sports Culture Development (Shanghai) Co., Ltd. Shanghai 200041

[Abstract] The e-sports market is rapidly growing globally, with major e-sports events attracting a large audience. The League of Legends Global Finals have successfully built a brand image centered on competitiveness and teamwork, attracting global esports enthusiasts. This article explores multiple aspects of the esports market and summarizes the promotion strategies for the League of Legends Global Finals; Emphasis was placed on proposing strategies and practices for cross-cultural communication; Finally, the challenges and future trends faced by cross-cultural communication in esports were analyzed. Despite facing challenges, the esports industry will continue to be a prominent field with profound impacts on global society and culture.

[Keywords] Electronic sports market; League of Legends Global Finals; Cross cultural communication

1 引言

电子竞技, 作为一种电子游戏的竞技化表现形式, 已经成为全球范围内备受欢迎的娱乐和竞技活动。电子竞技不仅在娱乐领域蓬勃发展, 还对社会、文化和经济产生了深远的影响。本文将探讨电子竞技市场的分析, 将着重介绍英雄联盟全球总决赛的推广策略, 并分析了跨文化传播的策略与实践。探讨了电子竞技面临的挑战和未来趋势, 以及成功案例和最佳实践的分析。通过深入研究电子竞技市场的各个方面, 本文旨在全面了解电子竞技作为一种文化现象的发展和影响, 以及在不断变化的全球化环境中如何应对挑战和把握机遇。

2 电子竞技市场分析

2.1 全球电竞市场规模与增长趋势

马歇尔麦克卢汉在对游戏的分析中认为: 游戏是人们处

在日常压力下的大众反应的一种延伸, 是一个准确的可靠模式^[1]。赫伊津哈将人恢复成继理性者、制作者之后的又一个先验的本质: 即游戏的人, 认为“游戏是文化的基本组成, 游戏早于文化存在, 它伴随文化, 促进文化, 确切说文化就是游戏本身”^[2]。刘胜枝提到, “2008年至今是中国网络游戏研发、运营以及收益的繁荣时期”^[3]。电子游戏行业在经历了40年的发展后逐渐成熟, 如今朝向多元系统化方向发展^[4]。

全球电子竞技市场近年来呈现显著增长, 其市场规模的扩大主要得益于广告、媒体版权、赞助和商品销售等多个收入来源。随着在线观众数量的持续增加和越来越多的商业投资涌入, 这个市场的规模预计将进一步增长。在地区分布上, 亚洲, 特别是中国和韩国, 在电竞产业中占据着领先地位。北美和欧洲的市场也在迅速增长, 反映出电子

竞技作为一种全球性现象的普及趋势。

2.2 主要电子竞技赛事及其受众群体

主要赛事包括《英雄联盟》全球总决赛（WORLDS）、《Dota2》的国际邀请赛（TheInternational）、《反恐精英：全球攻势》的Major赛事等。这些赛事不仅吸引了大量观众，还推动了相关游戏的普及。电子竞技的观众主要是年轻人，尤其是15至35岁之间的年轻成年人。这个群体通常是技术娴熟、对新兴媒体和互联网文化有深入理解的用户。

2.3 主要赛事与游戏的市场定位

在电子竞技市场的竞争格局中，不同的赛事和游戏在市场上有着各自独特的定位。《英雄联盟》因其突出的团队合作和战略深度而著称，吸引了大量热衷于团队协作和策略规划的玩家和观众，而《Dota 2》则以其游戏的复杂性和高竞技水平受到欢迎，吸引了寻求深层次挑战和竞技体验的用户。主要赛事和游戏品牌通过其独特的游戏设计、社区建设和营销策略，在竞争激烈的市场中实现差异化。这些赛事的商业模式主要依靠广告、赞助和媒体版权销售等多种方式实现盈利。随着电竞的逐渐走向主流，越来越多的品牌开始看到电竞赛事的商业潜力，并投资于这一领域，进一步推动了电竞市场的多元化和专业化发展。

3 英雄联盟全球总决赛推广策略

3.1 联赛品牌建设与市场定位

英雄联盟全球总决赛（WORLDS）成功地构建了一个以竞技性和团队合作为核心的品牌形象，这一形象不仅深刻地体现在游戏设计中，也显著地反映在联赛的宣传和组织策略上。作为一个全球顶级的电竞竞技平台，英雄联盟全球总决赛特别强调高水平的竞技表现和国际化的选手阵容，这种市场定位有效地吸引了来自世界各地的电竞爱好者。通过这样的品牌建设和市场定位，英雄联盟全球总决赛不仅提升了自身的国际声誉，也为全球电竞文化的发展作出了显著贡献。

3.2 赞助与合作伙伴关系的建立和管理

在赞助与合作伙伴关系的建立和管理方面，英雄联盟全球总决赛展现了其积极的策略，成功吸引并维护与各大品牌的合作关系。赛事组织者通过提供定制化的合作方案，确保每个合作伙伴都能在赛事中获得适当的品牌曝光。他们还通过与电竞文化紧密结合的营销活动来有效管理这些合作关系，确保双方的利益最大化。不仅为联赛带来了必要的资金支持，也为品牌提供了接触潜在客户的平台，从而实现了互利共赢的局面。

3.3 新媒体与社交平台的运用

英雄联盟全球总决赛在新媒体和社交平台的运用方面展

现了其先进的数字化传播策略。联赛充分利用了虎牙、斗鱼、哔哩哔哩、YouTube、Twitch等媒体平台来直播比赛，同时在微博、抖音、Tiktok、Twitter、Facebook等社交媒体上积极发布赛事动态和互动性内容。不仅使比赛观看更加便捷，也极大地提升了观众的参与度。通过社交媒体平台，英雄联盟全球总决赛与全球粉丝建立了直接的沟通渠道，有效地提高了比赛的观看率，并增强了粉丝的参与感和忠诚度。这种互动方式不仅促进了联赛品牌的普及，也加强了粉丝社区的紧密联系，为联赛的长期发展奠定了坚实的基础。

4 跨文化传播的策略与实践

4.1 本地化策略

本地化的第一步是对赛事内容进行适当的语言和文化适配。包括提供多语言解说，以确保观众可以用他们熟悉的语言观看比赛。广告和推广活动也需要根据当地文化进行调整，以更好地吸引当地受众。深入了解不同地区的文化习惯、偏好和价值观对于成功实现本地化至关重要。需要进行市场研究，以了解当地市场的特点和需求。通过有效的本地化策略，电子竞技赛事可以更好地融入不同文化背景的市场，建立更强的本地存在感，吸引更多的观众和赞助商，从而实现全球范围内的成功传播和商业发展。

4.2 国际化品牌建设

4.2.1 统一品牌形象

在进行国际化品牌建设时，重要的是保持品牌的核心价值和形象的一致性。意味着不论在哪个国家或地区，品牌的核心特征和价值观都应该得到保持和强调。有助于建立一个全球受众都能认同的品牌形象，增加品牌的辨识度和吸引力。

4.2.2 国际赛事组织

通过在不同国家和地区成立赛区，赛事组织者可以促进不同地区之间的互动和文化赛事交流。有助于扩大赛事的影响力，吸引更多来自全球各地的观众和参与者。同时，国际赛事也为品牌提供了在不同市场推广的机会，加强了品牌的国际化形象。

通过以上两个方面的国际化品牌建设策略，电子竞技赛事可以更好地适应全球化趋势，建立一个强大的国际品牌，吸引更广泛的国际受众，并促进跨文化传播和互动，有助于赛事在全球范围内实现更大的成功和可持续发展。

4.3 跨文化市场营销

4.3.1 全球与地方的结合

在跨文化市场营销中，关键是实施既符合全球趋势又具有地方特色的策略。这意味着需要在推广中找到平衡，既要保持全球品牌的一致性，又要考虑到不同地区的文化

和市场需求。可以根据不同地区的特点制定不同的营销活动,以确保吸引当地受众的兴趣。

4.3.2 利用社交媒体

社交媒体是跨文化市场营销的强大工具。通过在全球范围内使用社交媒体平台,可以进行品牌传播和互动。包括发布比赛动态、互动内容和与粉丝的直接互动。社交媒体还提供了一个与全球观众建立联系的机会,可以增加品牌的知名度和受众参与度。

4.4 多元文化的参与

4.4.1 包容性的赛事环境

提供一个多元文化背景下的包容性赛事环境是至关重要的。这意味着赛事组织者需要鼓励不同国家和地区的选手和团队参与,无论其文化背景如何。这可以通过开放的资格赛制、国际邀请赛事和多元化的团队组合来实现。此外,赛事的规则和规定也应该尊重不同文化背景的参与者。

4.4.2 多样化的观众互动

为了增强观众的参与感,赛事可以设计符合不同文化背景观众的互动活动。这包括针对不同地区观众的线上和线下互动,例如举办国际粉丝见面会、举办地区性的观众活动,以及提供多语言的观看体验。通过这些互动活动,观众可以更好地与赛事互动,感受到自己的文化和喜好得到尊重。

4.5 案例研究与最佳实践

4.5.1 成功案例分析

为了实现跨文化传播的最佳实践,电子竞技赛事可以研究其他成功的跨文化电竞赛事的策略。例如,可以分析国际知名的电竞赛事如国际Dota 2锦标赛(The International)和电子竞技全球总决赛(Esports World Championship)的成功经验。这些赛事在跨文化传播方面取得了巨大成功,可以借鉴其在赛事本身、品牌建设、市场营销以及国际合作方面的策略。通过学习这些成功案例,电子竞技赛事可以更好地应对不同文化背景的挑战,实现全球化传播。

4.5.2 持续学习与改进

跨文化传播策略不是一成不变的,需要不断学习和改进。赛事组织者应该积极收集观众和参与者的反馈意见,并进行市场研究,以了解不同地区的趋势和需求。根据这些信息,可以不断优化传播策略,包括本地化、国际化、社交媒体互动、品牌建设等方面。持续学习和改进是保持竞争力并适应不断变化的跨文化环境的关键。

5 挑战与未来趋势

5.1 挑战

尽管电竞文化在全球范围内蓬勃发展,但文化差异仍然是一个挑战。不同文化背景的观众和参与者可能有不同的需求和期望,需要在跨文化传播中进行处理。电竞行业竞争激烈,吸引了越来越多的投资和参与者。导致市场上的竞争加剧,对专业人才培养、品牌建设、市场营销和吸引观众提出了更高要求。随着电竞的商业化,监管和合规性成为一个关键问题。赛事和赌博问题、选手权益等方面的合规性问题需要得到解决。

5.2 未来趋势

电竞行业的增长势头仍然强劲,预计将继续保持增长。随着更多主流品牌和投资者的参与,市场规模将进一步扩大。移动电竞将成为一个重要的趋势,随着移动设备性能的提升和移动游戏的发展,移动电竞赛事将吸引更多的观众和玩家。虚拟现实和增强现实有望改变电竞的观赏方式和游戏体验,为观众和玩家提供更加沉浸式的体验。女性电竞选手和观众的参与逐渐增加,电竞赛事将更加关注性别多样性和包容性。电竞将在教育领域发挥作用,提供学习和职业发展机会,例如电竞专业和训练项目的增加。

6 结论

电子竞技市场在全球范围内迅速扩大,吸引了年轻观众,这个行业的增长得益于多个收入来源。跨文化在电子竞技市场中扮演着重要角色,不同电竞赛事和游戏具有各自独特的市场定位,需要本地化、国际化品牌建设、跨文化市场营销以及多元文化的参与。电子竞技文化对社会和文化领域产生深远的影响,为娱乐产业带来经济价值,推动社交互动和技术进步,提供职业发展机会。未来趋势包括移动电竞、虚拟现实和增强现实的发展,以及更多女性参与电竞。尽管面临挑战,电子竞技行业将继续成为引人注目的领域,对全球社会和文化产生深刻的影响。

参考文献:

- [1] 简·麦格尼格, 闰佳译. 游戏改变世界[M], 浙江人民出版社, 2012年.
- [2] 马克·波斯特著, 范静哗译. 第二媒介时代[M], 南京大学出版社, 2000年.
- [3] 刘胜枝. 网络游戏的文化研究[M], 北京邮电大学出版社, 2014年.
- [4] 颜冉. 网易FPS类手游“荒野行动”交互设计[D]. 湖南大学, 2020.

作者简介:

彭柯清(1989.7—)男,汉族,江苏无锡人,本科学历,英雄联盟职业联赛的社交内容运营及推广工作。