



■內地選手出席美國西雅圖舉行的DOTA2國際邀請賽。



■ChinaJoy吸引眾多男女玩家。



▲▼ChinaJoy展台爭奇鬥艷。



新經濟突飛猛進 騰訊阿里融創紛佈局

內地電競半年吸金400億

在ChinaJoy現場，英特爾、騰訊、網易、暴雪、盛大、順網、V5電競、京東、vivo等推出數十場電競賽事，吸引了數十萬名玩家到場觀看。其中，英特爾聯手全球最大的電子競技公司ESL，舉辦第13屆英特爾極限大師賽(IEM)上海站，八支國際頂尖的《CS:GO》職業戰隊展開激烈角逐，向高達25萬美元的獎金發起衝擊。

KPL觀看量料可突破200億

今年展會也屬電競話題最為火爆的一屆。騰訊互娛移動電競業務部總經理、KPL聯盟(King Pro League，是《王者榮耀》官方最高規格的職業賽事)主席張易加透露，過去兩年四個賽季中，移動電競呈現爆發式增長態勢，期內《王者榮耀》總觀看量就翻了12倍。剛剛結束的2018年春季賽中，觀看量已達到66億人次，同比增長100%。2017年全年，《王者榮耀》賽事觀看量已經達到驚人的103億，據其預測，今年將很有希望突破200億。

張易加將KPL的觀看量高增長，歸功於結合內地市場地域化特點的全新賽制。今次KPL將原先僅落地單個城市的聯賽機制進行拆分，把12支KPL戰隊分成兩組，落地到上海和成都，頗有NBA東、西部賽區的感覺。

預選賽選拔推動國際化

但他亦坦言，僅在內地市場發行的遊戲，如何做到國際化是非常大的難題，因此今年騰訊加大了對《王者榮耀》賽事國際化的探索。今年8月北京登場的「王者榮耀冠軍盃」，就嘗試邀請了來自歐美、東南亞、韓國、港澳等7個國家和地區的队伍，通過預選賽

的機制選拔，參加冠軍盃國際邀請賽。

「NBA最早也是美國國內的籃球聯賽，但通過邀請各個國家、地區的籃球精英參與進來，才逐漸獲得關注，成長為國際化賽事。」張易加強調，比賽打出該有的職業水準，僅僅依靠邀請機制是不夠的，故下一步騰訊還將進行更大的嘗試。

他透露，騰訊將在韓國和港澳地區開闢新國際聯賽賽區，希望邀請韓國職業戰隊，參加韓國賽區的比賽，同時也在港澳地區邀請東南亞隊伍，組建《王者榮耀》戰隊，最終幾個不同賽區實力最強的戰隊，將通過「王者榮耀冠軍盃」，進行真正意義上的世界賽比拚。據稱，今年秋季韓國賽區的聯賽就將開啟。

WESG力拓東南亞市場

相對騰訊，阿里在遊戲產業可謂「涉世未深」，但也在2016年重磅打造了一項世界級賽會制電競賽事——世界電子競技運動會(WESG)，覆蓋全球125個國家和地區，總獎金高達550萬美元。可惜WESG運行3年來，似乎尚未取得預期知名度，但這並不妨礙阿里繼續全情投入電競事業。阿里體育戰略合作副總裁劉勇在ChinaJoy期間表示，今年WESG的拓展區域為東南亞，並將在東南亞所有國家都設立預選和選拔賽。

騰訊與阿里均提到了東南亞市場，據遊戲市場數據公司Newzoo的研究，眼下東南亞是電競產業發展最快的地區，擁有超過950萬名電子競技愛好者，其中280萬居住在越南，200萬居住在印度尼西亞，上述數字並有望在2019年翻番。

傳統經濟尚需「穩」增長的當下，內地一些新經濟行業的發展勢頭卻令人刮目相看，今年上半年，電子競技遊戲市場的實際銷售收入超過400億元(人民幣，下同)，同比升近兩成，惹得人人都想分一杯羹。在亞洲最大遊戲展ChinaJoy上，巨頭們紛紛拋出「電競大計」：騰訊計劃將麾下電競賽制版圖拓展至港、澳、台和韓國等地；尚未嘗到甜頭的阿里不甘人後，決心持續發力由其一手打造的WESG(世界電子競技運動會)；據指連地產商融创中國都要染指電競，意在盤活十幾個萬達文旅城。

■圖／文：香港文匯報記者 章蘿蘭 上海報道

大咖有話說



張易加

過去兩年移動電競呈現爆發式增長態勢。



劉勇

今年WESG的拓展區域為東南亞。



蕭泓

未來電競有望獨立於遊戲領域，發展成為巨大產業。

滬瘋炒黃牛票 每張最貴1萬



■內地遊戲市場越來越大，女性玩家幾乎要佔到半壁江山。

電競產業的「錢途」有目共睹，各地均將電競納入重點規劃。擁有先發優勢的上海，更於去年明確提出要打「全球電競之都」。今次ChinaJoy期間，位於浦東的「上海電子競技產業發展核心功能區」揭幕，冀進一步發揮自貿區先行先試的改革創新優勢。

上海雲集諸多傳統國際一流賽事，但無論是F1中國大獎賽、網球大師賽或是斯諾克大師賽，如何提高現場上座率一直頗費周折。惟各大電競賽事非但不愁上座率，某些熱門場次的票價還被黃牛大幅炒高幾十倍，飆至1萬元人民幣亦是司空見慣，完全是「冰火兩重天」，箇中商機毋庸贅言。

多元產業支撐發展

在內地芸芸「電競小鎮」中，上海確是翹楚。據伽馬數據統計，目前內地超過四成電競賽事均在滬舉辦，包括《DOTA2》亞洲邀請賽、英雄聯盟職業聯賽、KPL王者榮耀職業聯賽等全球頂尖電競賽事；內地知名度Top 20的電競俱樂部，過半將總部設於上海。申城電競產業鏈堪稱完備，雲集遊戲研發、發行、賽事、教育、直播等大咖企業，電競場館在內地更屬一流。

今年的ChinaJoy上，浦東新區區常委、宣傳部部長王宏舟直言，浦東作為上海自貿區的承載地和上海科創中心建設的核心功能區，具備支撐電競產業發展的厚實土壤，張江的互聯網數字文創產業、金橋的音視頻產業集群，在外高橋、臨港、陸家嘴等區域的文化貿易、文化裝備、文化金融等產業，都將為電競產業和衍生產品發展提供有力支撐。

「STEAM中國」落戶浦東

由完美世界與全球知名遊戲開發商美國Valve公司共同開啟「STEAM中國」，在ChinaJoy期間正式落戶浦東，有望成為助力上海衝擊「全球電競之都」的利器。Valve公司旗下STEAM，是全球最大的PC端數字分銷平台之一，玩家可以購買、下載、討論、上傳、分享遊戲及遊戲相關內容，目前已為全球玩家提供了超過兩萬款開發商提供的遊戲產品，其中包括在STEAM VR技術基礎上創作的超過3,000款VR類產品。

上海市新聞出版局長徐炯表示，上海有很多遊戲研發企業，研發了一款好遊戲若沒有好的分發平台，社會、經濟效應都將十分有限，將全球最大的遊戲分銷平台STEAM引入上海，對整個遊戲、電競產業至關重要，將推動內地遊戲走向世界。

融創「跨界」染指 圖分杯羹

據ChinaJoy上最新發佈的《中國遊戲產業報告》指，2018年1至6月，內地電子競技遊戲市場實際銷售收入417.9億元(人民幣，下同)，同比增長16.1%。其中，移動電子競技遊戲實際銷售收入225.7億元，同比增長27.9%。市場潛力大，連地產公司融创亦「跨界」染指電競產業。

可盤活萬達文旅城

大唐網絡公司總裁、首席執行官兼天天電競(北京)網絡科技公司董事長楊勇透露，目前天天電競正在進行第二輪融資，融創中國將成為第二大股東，發佈會定於9月上旬，屆時融創將正式成為內地移動電競超級聯賽(CMEL)的聯合主辦方。

公開資料顯示，CMEL並不是一個

嶄新的賽事品牌，其前身是由國家體育總局信息中心和大唐網絡於2016年聯合創辦的全國移動電子競技大賽(CMEG)。2018年，隨着電子競技進入聯盟化與主客場全新發展時代，CMEG賽事全面升級為全國移動電競超級聯賽(CMEL)，由低頻次的盃賽轉變為高頻次的超級聯賽，並實行職業化運營，通過「超級聯賽+一城一主場」的模式，意在打造內地電競的「中超聯賽」。

楊勇表示，融創中國此次投資天天電競的邏輯，主要是盤活融創旗下的十幾個萬達文旅城，即「電競+文旅」，融創中國將在天津、青島、南昌和合肥四個城市提供比賽場地，天津主場在融創中心，青島、合肥和南昌主場均為當地融創萬達文旅城。

他透露，未來3年CMEL將在13個內地重要一二線城市落地主場，覆蓋內地50%以上的電競用戶，目前所有核心電競場館的選址、裝修已經接近尾聲。

夥樂視促賽事直播

楊勇還提到，前兩周天天電競還和樂視簽署了戰略協議，促成電競賽事與電視視端的合作，「樂視現在最有價值的是1,000多萬塊樂視超級大屏，日均開機率達到65%，日均開機時間為5.58小

時，周點播時間是21小時，與之合作是為了保證CMEL每周的比賽，會進入樂視大屏的直播首頁。」

他透露，至今年年底，天天電競淨利潤已經非常可觀，「目前來看，明年年底有可能在香港登陸資本市場，這也是我們和這一輪投資者的承諾。」



■ChinaJoy現場，大批遊戲玩家等待入場。

業界：內地將成全球最大市場

內地遊戲開發商完美世界，在內地代理了兩款世界頂級電競產品《DOTA2》和《CS:GO》，前者相當於籃球界的NBA，後者則等同於足球界的世界盃。公司首席執行官譚泓回憶指，1998年電競產品《星際爭霸》進入內地，彼時圈內主流是遊戲，電競則被邊緣化。直至2003年電競在內地掀起第一波熱潮，得益於當年國家體育總局將之列為第99項體育競技項目，次年內地開始大型電競比賽。

2016年堪稱「中國電競元年」，一些大型電競賽事開始在內地出現，電競市場銷售收入突然上升到了500億元(人民幣，下同)，新型、完善的電競產品吸引了諸多玩家與觀眾，直播這種互聯網傳播渠道，亦開始大行其道，刺激電競產業突飛猛進，到2017年，行業產值超過了700億元。

今年全年，內地電競市場銷售收入料突破800億元，邁入井噴期。蕭泓預計，以這幾年的發展速度來看，未來電競有望獨立於遊戲領域，發展為巨大的產業，「2018年至2020年，內地電競市場規模將再增長350億，內地會成為全球最大的電競市場，潛在用戶達4.5億。」