

# 电竞赛场内外的商业化角力

## 关联厂商率先受益

电子竞技首次成为亚运会正式竞赛项目并被记入国家奖牌榜,从比赛项目首次公开,到国家队集训启动,再到如今参赛名单公布,始终吸引着电竞迷与体育迷的目光。

据杭州亚运会官方网站,31名运动员将参与英雄联盟、王者荣耀亚运版本、和平精英亚运版本、刀塔、梦三国2、FIFA Online4六大项目的奖牌角逐。

具体赛事项目方面,英雄联盟、王者荣耀亚运版本、和平精英亚运版本、FIFA Online4由腾讯作为版权方或国内代理方,刀塔国内代理方为完美世界,梦三国2版权方为电魂网络。

作为赛事项目及游戏的幕后玩家,三家厂商曾多次在公开采访或财报中提及项目入亚。

完美世界不久前在互动平台表示,电竞成为杭州亚运会正式比赛项目,意味着电竞将迎来更好的外部环境,对于整个电竞产业都是很好的发展契机。

据电魂网络2022年年度报告,梦三国2作为其主打产品,端游最高峰时同时在线人数突破54万,电魂网络在财报中表示,电竞同时兼具文化属性和竞技性,且受众群体以年轻人为主,将进一步促进电竞产业的发展。

腾讯电竞总经理侯淼曾公开表示,电竞即将以正式比赛项目亮相亚运会,对电竞的规范化和标准化提出了更高的要求。随着亚运临近,“电竞”势必成为年轻群体娱乐和消费的一大主题。

游戏行业分析师卫明野指出,借由亚运会这一平台,入选为赛事项目的游戏有望进一步扩大品牌影响力,触达更大受众面,从而带动游戏热度提升。与此同时,亚运会涵盖赛会组织、转播、选手培养、商务运营等多个维度业务,对于关联厂商也是宝贵经验。

投资分析师高嘉指出,电竞产业发展至今,上中下游产业链布局逐渐完整,受众群体不断扩大。由于电竞赛事本身的特点,其商业版权归属于版权方或国内代理商,因此亚运会对于赛事项目市场影响力的放

6月26日,杭州亚运会已进入最后的3个月倒计时,中国电子竞技国家集训队正式公布了入选本届亚运会电竞项目的教练员、运动员名单,选手们将参加英雄联盟、王者荣耀亚运版本、和平精英亚运版本等六大项目。数据显示,2022年,中国电子竞技产业收入规模达1445.03亿元,用户规模约4.88亿人,庞大的用户基础加持下,国内电竞已经初步形成了相对完整的上中下游产业链,作为游戏厂商的重要变现渠道,电竞的商业化与盈利模式与传统体育相似,但由于发展时间有限,仍存在成长空间。



大作用,将最先反映在项目关联厂商的业绩上。

## 巨资争夺转播权

国家体育总局对电竞的定义为,以现代电子技术和电子设备作为运动器械,在信息技术营造的虚拟环境里,采用统一的竞赛规则,在有限的时间内进行人与人或人与机器的对抗,既是智力运动,也是身心合一的运动,也有体力协作的配合。

公开资料显示,2003年11月18日,国家体育总局正式批准,将电子竞技列为第99个正式体育竞赛项目。2008年,国家体育总局将电

子竞技改批为第78个正式体育竞赛项目。雅加达2018年亚运会将电子竞技纳入表演项目。2020年12月16日,在第39届亚奥理事会全体代表大会上,电子竞技获准列为杭州亚运会正式比赛项目。

广为外界所熟悉的电竞项目包括英雄联盟、绝地求生、守望先锋、王者荣耀、Apex英雄、刀塔、星际争霸等。

卫明野介绍,目前国内电竞行业业务主要包含游戏研发运营、赛事场馆经营、赛事服务、电竞俱乐部、电竞教育、硬件等,产业结构逐步完善的同时,正在展现出更大的商业化潜力。

据中国音数协电竞工委数据,电竞产业

收入主要由电竞游戏、内容直播、赛事活动、俱乐部经营等方面构成。版权方或游戏代理商所持有的游戏收入之外,电竞直播、赛事活动、俱乐部经营及其他收入共计267.01亿元,内容直播收入占比15.28%,赛事收入占比1.32%,俱乐部经营收入占比为1.25%,其他收入占比0.63%。

电竞热度与日俱增,赛事转播权也一度成为直播平台不惜斥巨资也要争夺的对象。此前报道显示,B站曾以8亿元价格拍获得英雄联盟全球总决赛中国地区三年独家直播版权,虎牙以20.13亿元购得五年国内LPL、LDL、LPL全明星周末及颁奖典礼有关的内容资源的使用权(直播权和点播权)及将该等权

利转授予第三方的权利。

但对比传统体育赛事,体育动力曾以80亿元拿下中超全媒体版权,腾讯与NBA续签五年数字媒体独家转播协议,费用高达15亿美元。

## 更大的想象空间

赛事、直播等电竞相关产业高速发展的同时,亚运会也为电竞俱乐部的发展打开了更大的想象空间。

据北京商报记者不完全统计,入围国家队的选手关联俱乐部包含EDG、RNG、JDG等多家曾在国际赛场捧杯的战队,也不乏IG、WB、eStarPro、BLG、LGD等明星战队。

据天眼查,EDG关联公司为上海阳川电子科技有限公司,于2018年完成了近1亿元的股权融资;RNG关联公司上海竞心承峰传媒有限公司股权融资投资方为虎牙直播;JDG关联公司京东星宇电竞(北京)文化传播有限公司注册资本1.4亿元,由京东投资成立。

大厂纷纷入局的背后,是电竞产业的迅猛发展。

中国音数协电竞工委数据显示,2022年中国电竞产业收入1445.03亿元,电竞用户规模约4.88亿,全年举办电竞赛事108项。其中,2022年电竞游戏收入1178.02亿元,占比81.52%。

此外,公开资料显示,2022年仅通过销售英雄联盟冠军战队系列的游戏角色皮肤,背后的开发商拳头游戏获得4200万美元的收益,而拳头游戏为腾讯旗下全资子公司。

卫明野指出,电竞产业的商业化盈利模式类似于传统体育,关注度与日俱增,但相较于商业模式基本稳定、成熟的传统体育,整个产业的收入情况大部分由游戏收入支撑,赛事衍生出的产业价值仍有待成长。

“对于电竞选手而言,职业表现和市场认可度与选手的关注度紧密相关,进而影响其商业价值,而选手的商业价值,又与其关联俱乐部紧密相关。”卫明野谈道,随着线下赛事和商务合作的逐步恢复,加之在亚运会的催化下,电竞行业将迎来一波新增长。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛

## Market focus

# 价格狂涨 海外研学营供不应求

暑期将至,研学市场也如预期般迎来高峰。6月26日,北京商报记者在多方走访调查后发现,海外营俨然已成为今年暑期最火的研学项目,且多个热门海外研学路线早在4月底就售罄。在出国研学受捧的同时,海外营的价格也大幅上涨。甚至有相似热门路线较疫情前价格上涨了近七成。涨价背后既有机票、酒店等项目硬成本的增加,也有行业在过去三年人才大幅流失带来的人力成本增加。而研学市场在走向复苏之际,同样对研学机构的相关接待能力提出新的考验。

## 4月底已封营

“原本计划给孩子报名今年暑假去英国的夏令营,但查了好几家机构,咨询老师说出的项目都报满了。”北京家长刘平的儿子今年上小学一年级,想让孩子趁着暑假出去走走,没想到,今年刚恢复的海外营竟然连报名都困难。

“如果没有合适的项目,我打算带着孩子去英国自由行一趟。”刘平告诉北京商报记者,自己目前正在观望机票和签证,没想到算下来,自由行的花销和在机构报项目价格差不多。

对于刘平遇到的情况,游美营地教育的相关负责人并不意外。据他介绍,今年该机构出国的夏令营项目早在3个月之前就被订完了,尤其是去英国、美国、新加坡、新西兰的项目,早就没有位置了。如果家长想现在报名研学项目,只能在国内项目

中进行选择。游美营地教育小程序显示,目前该机构所有的海外夏令营均处于“报满”状态,项目价格从16800元起至38880元起不等(不含往返机票)。

实际上,像游美这样海外营项目全部售罄的机构远不止一家。北京商报记者调查发现,部分机构甚至从冬天就已开始销售海外暑期营项目。

英孚乐游的工作人员透露,该机构从今年2月底正式开售海外暑期营项目,名额很紧张。“在海外的营地项目已经没有了,今年出国的入特别多,过完年就有家长开始办理,很多海外营项目在今年4月底就已封营。”

## 有营地的涨得更多

随着出境游的便利程度提升,越来越多机构开始在今年重启海外营项目。据北



京商报记者不完全梳理,包括新东方、英孚乐游、游美营地教育等多家机构在内,早早布局今年暑假的国际研学及夏令营线路。

以新东方的国际游学项目为例,在今年暑假推出了新加坡、“法瑞意”、“丹麦+冰岛”、新西兰等多个游学项目,项目时长从7天6晚到14天11晚不等,包含参观博物馆、参观大学等行程。另一家机构英孚乐游则在今年推出了以新加坡、英国、澳大利亚、美国等国家为目的地的游学项目。综合来看,新加坡、英国、美国等国家是今年海外营复苏后的热门目的地。

价格方面,今年出游热情提高,海外研学夏令营的价格也出现水涨船高。“酒店和机票价格都涨了,所以研学和夏令营项目也都涨价了。”某研学机构销售人员告诉北京商报记者,尤其是有营地的暑期研学项目,涨价受机票、酒店影响比较大。

另一家研学机构的工作人员也表示,很多海外的研学项目从今年才开始重启,很多国际航班的价格较疫情前上涨明显,导致国际研学项目的价格也出现上涨。

北京商报记者对比了新东方曾在2019年寒假推出过的以英国为目的地的游学产品及今年暑假推出的“法瑞意”三国游学产品。这两款产品目的地和时长存在相似之处。

2019年2月,新东方单独前往英国的游学项目价格为33900元,优惠后为31900元,项目时长为12天;2023年暑假,新东方“法瑞意”三国游学产品价格为57800元,项目时长同样为12天。尽管后者前往的国家更多,时间更为热门,但同样是欧洲行,后者的价格要比前者高出70%。

## 中小机构出局以后

除了机票和酒店等硬成本的增加导致海外营价格高涨,相关中小机构的出局也导致了市场供给方有了更多的议价空间。

研学行业观察者桑华告诉北京商报记者,随着出游限制的减少,研学机构目前大多都处在业务缓慢复苏的阶段。“但也要注意,很多机构没有熬过这三年,很多研学从业者也已经离开了这个行业,所以不少机构也面临着缺人的实际情况,这可能导致机构的接待能力下降,相应的产品项目价格也会上涨。”

据某研学机构销售人员透露,从家长们的选择来看,今年多数家长青睐选择时间更长的夏令营及研学产品。“十几天的海外营目前基本都是售罄状态。可能是之前出游的机会太少了,家长和孩子们都很有热情。”而这些时间较长的暑期营及研学项目,也更考验机构的接待能力。

除了面临接待能力的考验,海外营的签证问题也成了悬在机构头顶的达摩克利斯之剑。据新东方游学的咨询老师介绍,今年封营时间较早,除报名火爆的因素外,也考虑到了签证问题。“今年的签证不是很好下,而且下签证的时间也比较久,所以我们也预留了这部分时间。”

桑华表示,“从今年海外营的情况来看,各个国家之间的签证政策存在差异。英国的签证情况相对稳定,但有一些欧洲国家的旅游签和团体签的出签速度存在不确定性,签证和接待能力的问题,是家长在今年暑假甄选海外营地时要特别关注的”。

北京商报记者 赵博宇