

2018年3月21日，由麦当劳、vivo、浦发银行信用卡赞助的2018年KPL王者荣耀职业联赛春季赛在成都召开主题为“新体育·领风潮”的发布会。

发布会回顾了KPL的发展历程，从2016年9月诞生的首届KPL秋季赛到2017年秋季赛结束的这一年多时间，完整赛季播放量由5.6亿增长至36亿，增幅543%，2017全年职业赛事体系观看量更是达到103亿。

这次发布会上还宣布了三则重磅消息——KPL将于2019年推行固定席位制；三年内实现“八城主客场”；以及暑期的王者荣耀冠军杯将邀请国际战队参赛。

KPL东西赛区主场亮相 选址规模媲美顶级体育赛事

KPL自宣布地域化战略以来，就一直寻求线下场馆的精品化打造。2018年 KPL春季赛线下观赛场馆全面升级，西部赛区主场为成都量子光电竞中心，坐落于太古里核心商圈，场馆可容纳千人。发布会当天，腾讯首席运营官任宇昕对量子光电竞中心的启动致电恭贺。任宇昕表示，量子光电竞中心成为KPL西部赛区的主场对王者荣耀赛事水平的提升有着积极作用，对整个电竞产品的发展也起到很大的促进。任宇昕对量子体育的倾力合作表示感谢，希望双方一起努力，成为电竞行业的标杆。

腾讯互娱移动电竞业务部总经理、KPL联盟主席张易加在发布会上表示，2018年KPL将在地域化战略的探索中持续打造精品，力求做好每一个主场。成都量子光电竞中心也是腾讯第一个聚焦电竞内容创业的文创产业众创空间，由合作伙伴K.work负责运营，具有空间+服务+共享生产资料的特点。东部赛区主场为上海静安体育中心，坐落于静安核心商圈，场馆可容纳3000人，刷新电竞赛事常规赛场馆规模新纪录，媲美顶级传统体育的室内项目。东西赛区主场的投入使用意味着KPL仅用一年时间实现了“地域化三步走”的第一步。

KPL体系化升级 助力地域化战略进一步实现

为更好地服务于地域化战略，KPL通过一系列体系升级来进一步提升观赛体验。最

为直观的是奖金升级，2018年KPL春季赛总奖金数量达到1200万人民币，是去年秋季赛的4.3倍，创下了中国电竞史上的新高。张易加还表示，包含转会体系、荣誉体系、选秀体系、裁判体系、商业体系在内的KPL体系得到全面升级。首创的线上竞拍转会系统已在不久前的转会期正式使用，顺利完成了俱乐部选手的挂牌转让，为选手的流动提供了安全、有力的制度保障；荣誉体系的建立新增了常规赛MVP、常规赛最佳阵容等9个极具含金量的奖项，为电竞运动员提供了更多元化的价值实现平台；选秀体系为更多有能力的职业选手提供了一个实现电竞梦的通道；与析乐数据合作打造的赛事数据体系，能帮助俱乐部与选手更好的评估能力水平、提升赛训质量；行业首创的裁判系统，通过职业裁判的标准化晋升通道保障了KPL赛事公平、高效、透明地运行。

2019将推固定席位制 三年内实现“八城主客场”

为了更好地实现地域化，张易加宣布，KPL将于2019年推行固定席位制。张易加强调，电竞地域化是打造职业体育生态的必经之路，固定席位制的作用导向是为了全面推进俱乐部在地域化方面的建设运营。

KPL在目前实现东西部双城主客场的基础上，将于三年内实现“八城主客场”，作为KPL地域化“三步走”当中的第二步。

王者荣耀冠军杯将在暑期邀请国际战队参赛

腾讯互娱天美L1工作室总经理、《王者荣耀》制作人李旻表示，王者荣耀将通过增加Ban位、结合五路精神、开放数据平台等举措，不断致力于提升赛事竞技体验。今年王者荣耀赛事体系全面升级，完善了职业联赛、次级联赛、生态赛事与线上自建赛事的金字塔赛事体系；同时已经上线了的微赛事系统，可以随时随地让所有人举办、参与移动电竞赛事。最后李旻宣布，王者荣耀冠军杯将于2018年8月在北京首次迎来国际战队参赛，赛事总奖金达到100万美元。

麦当劳：每个心怀“霸气”的年轻人都应成为自己人生的“王者”

2018KPL联手众多顶尖行业合作伙伴，打造移动电竞新生态，为未来深化地域化战略打下基础。麦当劳、vivo、浦发银行信用卡作为2018年KPL官方合作伙伴先后发

言。麦当劳中国副总裁、首席市场官须聪表示，麦当劳作为一个包容、温暖、积极向上的品牌，一直和站在时代潮头的年轻人“脉搏一致”。麦当劳在KPL的舞台上发现了执着、勇敢和热血，2018年希望加入这个舞台，同燃对梦想的追逐。须聪表示，麦当劳精心组织了从线上到线下全方位资源，会以4月份新产品战役作为双方合作的起点，会为广大用户带来一个耳目一新“我就喜欢”的体验，也会让电竞拥有更多的舞台。

vivo将加大科技创新投入，持续与腾讯打造电竞文化

vivo品牌推广总监冯宇飞表示，vivo自去年起先后为KPL提供了两款官方赛事用机，经过120位KPL职业选手的实测，vivo手机以优异的成绩通过了KPL官方比赛用机的测试标准，vivo手机为职业选手们提供了极致流畅、极具沉浸感的赛事体验。冯宇飞强调，vivo将加大研发投入，未来会有更具科技感的vivo产品成为KPL官方比赛用机，为顶级移动电竞比赛提供“非凡”体验，持续与腾讯共同打造电竞文化。

浦发携KPL探索“消费金融+电子竞技”商业模式

浦发银行信用卡中心总经理助理汤继业表示，将推出首套KPL王者荣耀职业联赛联名卡，一张是荣耀黑卡、一张是红蓝对决卡，联名卡包含瓜分40亿的KPL竞猜积分、英雄皮肤积分兑换、道具积分兑换、季后赛总决赛门票优先购买等权益。汤继业还表示，随着赛事的不断进展，会持续探索“消费金融+电子竞技”全新商业模式。通过最精彩的电竞内容带给观众梦想、激情和感动，传递给从业者与观众正直、专业、共赢的价值观。

版权平台实现KPL直转播内容差异化

KPL参照传统体育赛事制作经验，提供符合移动电竞业态标准的国际公共信号，赋能版权播出平台的特色化运营。斗鱼、虎牙、企鹅电竞、腾讯体育作为2018年KPL春季赛版权平台，与KPL赛事运营方及电视版权独家运营商VSPN先后讲述了对KPL赛事直转播的运营思路。斗鱼首席运营官程超表示，除了赛事直播之外，斗鱼还将为观众带来KPL、俱乐部以及人气选手的动态，结合观赛任务和抽奖活动，让粉丝边看边玩；虎牙高级副总裁刘靖表示，虎牙将利用平台自身的运营优势，深入打造不同于官方流的差异化内容，为品牌客户提供更多更丰富的互动资源；企鹅电竞助理总经理崔津源表示，企鹅电竞将专注于建设全方位的游戏内容社区平台，构建丰

富的KPL赛事运营体系，开展战队与解说合作，打造重娱乐、强互动的“企鹅KPL直播流”；腾讯体育直播及节目部总监吕蔚表示，腾讯体育将结合自身丰富的体育赛事转播经验，打造最专业的电竞赛事直播，比肩NBA赛事转播规格，并邀请专业体育解说，为用户带来全新的观赛体验；VSPN首席执行官滕林季表示，VSPN将充分结合在广电与电竞领域积累多年的实践经验，整合数字电视、IPTV、地方台、OTT等电视平台，打造精品内容矩阵，加强区域化特色运营，完善电竞大屏内容生态。

。