

专访腾竞体育副总裁冯晓 无畏巡回落地广州 让电竞融入广府烟火

广州具备四大核心优势

2026年无畏契约冠军巡回赛广州站正在保利世贸博览馆火热上演,这场为期三周的赛事,成为VCT CN全年7城巡回计划的首站。

前段时间,无畏契约冠军巡回赛广州站的海报火出了圈。海报上,“要够姜,先至上到台”(自己要够胆识,才能登上更大的舞台)等粤语谐音梗,与选手风格巧妙融合。这是赛事落地广州后,本地化设计的一处缩影。粤语海报、本土品牌联动、电竞花市等细节,将“一城一赛、一城一文化”展现得淋漓尽致。

腾竞体育副总裁冯晓在接受羊城晚报记者专访时,谈及场馆规模,言语间满是对广州站的认可。“场馆内有1000多个座位,面积很大,观众也很热情。”从1月份开始,周末场次、热门俱乐部场次更是一票难求。

“我们做城市巡回已经有一段时间了,每到一个城市,都会有非常多当地用户参与我们的活动。”冯晓介绍,无畏契约84%的线下用户年龄在25岁以下。在这群年轻人眼中,电竞早已超越单纯的竞技,成为一种社交潮流与生活态度,他们更渴望看到能贴合自身身份、彰显本土文化的赛事内容。



腾竞体育副总裁冯晓 受访者供图

开展户外玩家嘉年华等配套活动。

此外,广州多元、包容、潮流的城市气质,与无畏“年轻化、潮流化”的IP调性高度契合。“这种城市与IP的双向契合,让‘一城一赛一城一文化’的实践从一开始就具备了天然的优势。”

正是这些得天独厚的优势,让广州成为无畏巡回“一城一赛一城一文化”模式的最佳起点,而这份本土化实践,更藏在赛事的每一个细节里。

粤语、花市与广货

赛事本土化不只停留在口号。

在前期宣传中,一系列粤语谐音海报在本地社交媒体广泛传播,既传递了赛事信息,也使粤语文化以年轻人喜爱的方式得到推广。

“我们会结合广州的很多元素,比如方言。”冯晓介绍,“我们体系里有不少广东的选手和解说主持,希望他们能用粤语和观众沟通。”

显露地标是另一重巧思。广州塔、珠江游轮等城市地标,通过赛事拍摄、直播露出,以及后续的落地活动全方位展现广州的城市风貌。“希望结合这些地标,展现广州不同的风景和面貌。”

创意的联动还发生在传统文化层面。赛事结合广州传统花市,将比赛与花市文化融合。

“花市是广州每年很重要的活动,而我们的LOGO叫‘花火’,这种结合在我们看来是很好的形式。”冯晓表示,这种联动既能让赛事融入广州人的节日记忆,也能让花市文化通过电竞IP,传递给更多年轻群体。

比赛现场也充满广货。赛事与广州酒家、黄振龙凉茶等本土商家深度联动,将广府美食、本土特色产品带入赛事场馆。“更好地和当地文化结合,既丰富了观众的观赛体验,也为本土品牌提供了曝光、推广的平台。”

12队“新闻人”以赛会友 第二届“羊城杯”媒体射击赛落幕 广东广播电视台体育频道队斩获团体冠军



比赛现场

射击俱乐部,打造这场媒体人专属的竞技盛宴。我们以枪为媒、以赛会友,既是为了让奔波在新闻一线的媒体人暂卸行囊、体验射击运动的专注与激情,也旨在推动非实弹射击运动的普及与推广,让更多人领略这项运动的独特风采。”

比赛现场,选手们沉稳举枪,瞄准、击发一气呵成,赛场内只闻清脆的击发声响与计分系统的提示音,紧张又有秩序的氛围感染着在场的每一个人。团体成绩以各单位参赛选手资格赛成绩累加计算。最终,广东广播电视台体育频道队凭借三名选手的稳定发挥,以总成绩606.8环赢得团体冠军,广州广播电视台广竞体育队以601.5环的成绩夺得团体亚军,中国体育报队以586.2环的成绩获得团体季军。

脱颖而出的八名选手晋级个人决赛展开终极对决,其中,广东广播电视台体育频道队选手宋辛夷发挥出色,以决赛24发248.7环的优异表现夺得个人冠军;广州广播电视台广竞体育队选手叶紫辰与广东广播电视台体育频道队选手张可盈分获亚军、季军。

在开幕仪式上,羊城晚报报业集团专职编辑林如敏表示:“从首届的9支队伍到本届的12支队伍,参赛规模的扩大,正是这项赛事影响力持续攀升的生动见证。为进一步推广这项运动,让更多媒体从业者感受射击的乐趣与激情,我们再度携手水木

专访射击功勋教练常静春 “这样的赛事应该继续做大、做精、做好”



常静春(左四)与水木射击俱乐部创办人罗玉麟(左三)

2月1日,第二届“羊城杯”媒体射击赛在顺德水木射击俱乐部盈桔店圆满落幕,赛场上媒体选手们凝神静气、精准击发的身影,不仅展现了别样的竞技风采,更吸引了射击界重磅级人物的关注。国家射击队男子步枪项目原主教练,培养出蔡亚林、朱启南、杨皓然三位奥运冠军的功勋教练常静春亲临赛场,全程观摩了这场专属媒体人的射击盛宴。赛后,常静春接受羊城晚报记者专访,从专业视角解读赛事亮点、剖析射击运动的独特价值,畅谈光电射击对项目推广的深远意义。

专业程度超出预期, 女选手表现亮眼

谈及对本届赛事的整体感受,常静春难掩赞许之情:“这次媒体射击赛的专业程度远超预期,和正式的全国比赛流程、竞技氛围非常接近,场上的较量同样惊心动魄。”他特别提到,本届赛事的整体成绩较去年有了显著提



无畏巡回赛广州站海报 赛事方供图

不止于“票根经济”

一场电竞赛事能为城市带来什么?

从直接效益看,门票销售异常火爆,大部分门票已售罄。大量观众的到来,直接带动了场馆周边餐饮、住宿、零售等相关产业的消费增长,形成了明显的“票根经济”辐射效应。

但冯晓更看重赛事对城市产业的长期价值。“高校是我们很重要的用户渠道,也是电竞人才的储备库。”

本次赛事首次正式落地“高校观

察员”项目。两名广州大学大三学生全程参与赛事流程,观察赛事运营、采访选手。

“现在电竞已经是一个很大的行业,有非常多的就业岗位和机会,让‘高校观察员’来到线下、参与赛事流程,能让他们更直观地了解电竞行业的全貌。”冯晓解释,该项目不仅为广州的大学生提供了近距离接触电竞行业的机会,也为广州电竞产业挖掘、储备了年

轻人才。

文旅传播的效应也在释放。赛事成为广州城市形象推广的全新窗口,通过电竞的镜头,全国观众看到了一个兼具潮流与底蕴的广州。

“我们希望把游戏与电竞IP和城市文化结合,给玩家和观众带来独特体验。”冯晓强调,今年无畏巡回计划去7个城市,想给用户带来7种不同的城市文化结合形式。

到更多城市落地生根

在冯晓的规划中,无畏巡回的雄心不止于办好一场比赛。

“后续去到新的城市,我们会探索更多不同的方式结合当地文化。”他透露,更重要的是展现当地年轻人的潮流文化和生活方式,“不只是呈现传统城市文化,而是聚焦我们用户群体(年轻人)的喜爱,不断优化,找到能和他们产生更多共鸣的点。”

这种探索也有着行业层面的意义。近年来,电竞赛事的异地落地成为行业发展的常态,而无畏契约的城市巡回,则是聚焦我们用户群体(年轻人)的喜爱,不断优化,找到能和他们产生更多共鸣的点。”

从2024年长沙、成都的初次试水,到2025年北京、上海、重庆的持续

深耕,无畏巡回在今年放弃成熟的固定主场模式,将电竞赛事与城市本土文化、年轻群体深度绑定。

这种模式呼应了电竞产业高质量发展的需求。当电竞从新兴业态走向成熟产业,如何与城市共生、创造可持续价值,成为行业必须回答的问题。

无畏巡回广州站的实践也为我们提供了一个观察样本。通过“电竞+文旅”“电竞+商体”等“电竞+”模式,拓展电竞赛事的价值边界,为城市发展注入新活力。

国际视野也在同步打开。在无畏巡回广州站(启点赛)结束后,将有3支队伍代表CN赛区,出征2026赛季首

个国际赛事——圣地亚哥大师赛。

“每一次国际赛事都是很好的窗口,能让世界的年轻人看到中国年轻人的风貌和风采。”冯晓表示,这种国际联动不仅能提升中国电竞的国际影响力,也能搭建中外青年交流的桥梁。

目前,无畏巡回广州站的赛事及活动仍在火热进行中。当地观众的热情响应、线上线下的正面反馈,都印证了“一城一赛一城一文化”模式的可行性。

从广州出发,无畏巡回将继续在更多城市落地生根。在这里,电竞不再只是屏幕里的比赛,而成为连接城市、青年、世界的纽带,这项年轻运动的精彩,正徐徐展开。

羊城晚报记者 陈旭泽

专访射击功勋教练常静春

基本功与综合素养 要两手抓

全神贯注,这种专注状态能让大脑暂时脱离工作压力,有效缓解身心疲劳。同时,亲身参与射击运动也能让媒体人更深入地了解体育项目的魅力,为体育报道积累鲜活素材,可谓一举两得。”

本届比赛,女性选手在赛场上表现亮眼,甚至出现普遍成绩优于男性选手的现象。对此,常静春给出了专业解读:“这种现象在射击项目中确实存在,不仅本届媒体赛如此,全国乃至世界大赛中,女子步枪项目的整体水平也不逊于男性,甚至在部分赛事中表现更突出。”

他分析,这一方面源于女性心思细腻、对动作标准要求更高;

另一方面,从生理特点来看,女性在持枪稳定性上具有天然优势,“在全国比赛中,男女选手的成绩差距很小,往往只有一两环的差距”。

光电射击“破局”推 广难题

谈及光电射击设备的推广价值,常静春给予了高度评价:“光电射击设备的出现,打破了传统射击运动的推广困境,以往受限于场地、安全等因素,青少年很难早期接触射击运动,而光电射击设备则解决了这一难题。现在6-8岁的孩子都能坐着体验射击,就像玩游戏一样轻松入门。”

在他看来,光电射击设备有利于早期兴趣培养和基础训练:“这个阶段不需要孩子追求过高的成绩,关键是让他们了解射击、激发对射击的兴趣爱好,同时掌握瞄准、击发等基本技能。这些早期积累,对孩子未来走上专业道路、提升专项技术帮助极大。在全国射击项目的参与年龄在不断降低,整体水平却在持续提高,这都得益于光电射击的推广,未来这个项目的发展前景非常广阔。光电射击设备的创新应用,正为射击运动的普及和打开新的空间,让这项体育项目走进更多人的生活。”

文/羊城晚报记者 龙希
实习生 吴浅语 陈之玥
图/羊城晚报记者 柳诚