

不再满足于“谁谁谁加油”，热梗、表情包、手绘偶像更能传情 电竞赛事的情绪价值如何体验？ 现场手绘应援牌成“最高级表达”

电子竞技赛场的观众席往往一片漆黑，但昏暗的环境并不影响现场粉丝的热情。他们不仅会鼓掌、欢呼，还会举起应援牌表达对战队的支持。与传统体育赛事不同的是，电竞赛事的观众离舞台和镜头更近，应援牌成了这些乐于展现自我的年轻人表达情感的重要方式——这既是电竞赛场最寻常的浪漫，也是最高级的表达。

■采写:新快报记者 王敌 梁潇静
■摄影:新快报记者 梁潇静 王敌
部分为受访者供图或直播截图



■LPL观众“鸡煲粥”和朋友举着自己手绘的应援牌为NIP战队加油。



■粉丝绘制的EDG战队选手Smoggy(张钊)Q版应援牌。



■为选手Viper(朴到贤)加油的手绘应援牌。



■小云收集保留的部分2016年前后的应手幅。



■粉丝自制的应援牌曾是2016年前后的热门加油“神器”。

声音

应援牌现身赛场，电竞选手又点睇？

- 王森旭(EDG.nobody):观众席还是挺暗的,有时会看不清牌子上写了什么。但我想说,首先是要感谢大家的支持和给我们做的应援;其次,今年的赛制会到不同的城市,大家在家门口等着我们来就好!
- 陈凯文(BLG.nepth):很感谢粉丝们来现场观看比赛,还画应援牌,那么努力地给我们加油。虽然这次比赛打得不是很满意,但我希望会是转折点,以后越来越好,希望不会让支持BLG的粉丝们失望。
- 罗瑞(DRG.Flex1n):因为赛前和赛中都专注于比赛,所以今天打比赛的时候没有注意到。但现在(赛后群访)我看到了,谢谢大家来看比赛,还创作这些东西让我们能远远地看到。很感谢大家的支持!

从定制手幅到手绘应援 见证电竞比赛发展之路

近日,《无畏契约》大师赛在智利圣地亚哥开赛。现场的观众席上,除了传统的充气加油棒,还有不少观众手持自己书写、绘制的应援牌,为支持的战队和选手加油。实际上,在电竞领域,这样的应援文化不仅存在于国际赛场,国内各大职业联赛同样有粉丝手绘应援牌的身影。

在2026无畏巡回广州站(VCT CN 启点赛)及英雄联盟职业联赛(LPL)深圳主场,比赛开始前最热闹的区域莫过于应援绘制区。不少粉丝会在进入观众席前,在这里为喜欢的选手、战队绘制独特的应援牌——有时是战队LOGO,有时是选手及代表英雄的Q版形象,有时是选手直播时的经典语录。

从“观看者”升级为“参与者” 粉丝不再被动接收比赛内容

在电竞赛现场,经常能看到赛前3小时,场馆外场的应援绘制区就已排起长队。年轻人蹲坐台阶,趴在行李箱上,用自带或主办方提供的彩笔,在空白纸板上勾勒心之所爱。有粉丝为选手画上招牌动作,甚至用选手直播时的经典语录制造笑点。

当然,应援牌这东西,看着简单,真要做得像样,工序还真不少。选梗是第一关。得选择一个在“圈内人”中流行但又不至于太晦涩的点,此外,既要方便携带,又要让选手和镜头能瞬间get到。

然后是画和写。手绘这活儿,有人擅长有人不擅长。擅长的能把选手画得像本人,不擅长的就只能走抽象路线。好在电竞粉丝包容度高,画得丑也能被夸“有灵魂”。在写字这个环节,擅长书法的观众行云流水一气呵成,喜欢

十年前可能是粉丝自己批量定制的应手幅,标语会比官方发放的更有趣、更追热梗;后来平板和轻薄本普及后,有些粉丝会用电子设备展示想说的话、动图表情包。

腾竞体育传播经理嘉敏透露,无畏巡回广州站的应援牌背面的设计融入了充满广州特色的赛事主视觉,“我们认为这样的应援牌在比赛结束后带回家也是有纪念意义的”。

目前,绝大多数电竞赛事都会在场馆外场设置应援物发放及应援牌绘制区,观众可以领取赛事方提前准备的空白应援牌,部分场馆还会提供彩色马克笔、丙烯笔等材料。这些应援牌正面往往预留了大片空白,边框或角落则带有赛事LOGO,背面有时会印制赛事海报,让粉丝赛后可以作为纪念品带回家。

十几年来,在电竞赛兴起之初,粉丝的应援物品多是印有选手名字的灯牌或横

幅。然而,随着电竞比赛的蓬勃发展,粉丝们不再满足于简单的“谁谁谁加油”,而是开始玩梗、创作表情包、绘制Q版形象。

在2015年就开始关注电竞赛的小云看来,手幅、应援牌等既能够表达自我,又能与镜头互动,是电竞赛场不可或缺的一部分。“十年前可能是粉丝自己批量定制的应手幅,标语会比官方发放的更有趣、更追热梗;后来平板和轻薄本普及后,有些粉丝会用电子设备展示想说的话、动图表情包。”小云表示,提前设计打印的应手幅修改空间很小,但手绘应援牌和电子产品上打出的标语能根据当下的心情和赛场情况随时修改。

只有拿着手绘的应援牌,才能代表我来到现场支持战队了!

画画的则画出带有光影效果、有设计感的字体,还有一些不太擅长写写画画,却爱表达的把自己想说的话“大写加粗”……无论什么样的形式,制作时都充满欢声笑语。

应援物品的材质选择也是个学问。除去赛场发的官方纸质应援牌和战队发放的免费物料外,粉丝们自己准备应援牌时大多还会考虑便携性和实用性。KT板太薄太脆易折断,太厚又举着累;无纺布便携好用,但只能提前定制不好修改;铜版纸或相纸做的携带时要有硬壳保护才有折痕……除此之外,绘画和写字用的笔和颜料要选速干不晕染的,颜色要选上镜的,文字或重点部分可以用反光材料或金属色彩笔——这些细节,常去现场的资深粉丝门儿清。

有的粉丝甚至会提前一周开始构思现场应援牌的手绘内容,提前半个月开始准备手工制作应援牌,就为了在镜头扫过来那几秒钟,让选手或者解说多看自己的牌子一眼。这种心思,说

不上值不值,反正观众们乐在其中。

电竞应援牌的演变史,某种程度上也是中国电竞粉丝文化的成长史。尽管传统的应援表达形式依然存在,但现场手绘的应援牌已成为主流。这种转变的背后,是粉丝从“观看者”向“参与者”的身份跃迁——他们不再被动接收比赛内容,而是在主动成为电竞文化的创造者。

至于为什么有粉丝喜欢在比赛当天现场绘制应援牌?粉丝阿叶表示,这不仅仅是为了节省时间与经济成本,更是一种仪式感的“注入”,在手绘时,大家会互相夸赞,并一起想标语内容。阿叶说:“只有拿着手绘的应援牌,才能代表我来到现场支持战队了!”

有画画、写字特长的“大神”们还会帮其他粉丝绘制应援牌。常到深圳主场观看LPL比赛的“鸡煲粥”就是帮助绘画Q版人物的粉丝之一。“鸡煲粥”经常在应援牌的一侧画上Q版形象,再由其他粉丝写上标语。

电竞圈里的“应援牌文化”为何如此火?

关键词:自我表达

“一天下来至少要发出去几百张应援牌,每天都要补充新的”

在无畏巡回广州站的应援绘制区,新快报记者偶遇了三位一同前来观赛、画应援牌的粉丝。小华介绍,自己画的是DRG战队选手SpiritZ1(林定宇)的代表英雄夜露,因为觉得他玩这个英雄非常有灵性、瞄准架枪都非常华丽。“我会看他直播、学习他的打法。虽然画得比较抽象,但还是想通过这种方式表达我对他的崇拜和支持!”

从浙江专程来广州观看电竞比赛的蘑菇力告诉新快报记者,他是被现场氛围影响,才决定加入“手绘应援牌”阵营。“其实是从拿起笔才开始思考要画什么,最后决定就画一个队标吧,写点字,不要太为难自己!”蘑菇力还在应援牌上留下了自己的游戏ID:“万一‘上电视’了,朋友们都可以看到我的ID,还能给我截图!”

在这样的氛围带动下,应援绘制区俨然成为粉丝们最常光顾的区域。负责该区域的工作人员透露,有时候有的粉丝会一个人画多张应援牌,加上如写错字、没画好等损耗,“一天下来至少要发出去几百张应援牌,每天都要补充新的”。甚至到赛事最后阶段,一些常用彩笔的墨水都被用完了。

而在深圳的LPL比赛现场,一些常来看比赛的粉丝还给选手们颁发“奖状”——空白奖状上写着选手们的名字和奖项名称,在赛前赛后互动时间展示给镜头和观众、选手们。制作奖状的林柚表示,自己本赛季现场观看了多场NIP战队比赛,觉得大家发挥得都不错,这才决定在第一赛段的末尾用奖状的形式表达对选手们的夸赞。

“她们有时候还会根据当下的情况,去改标语内容,比如现在写的是2:0,如果输了一场,她们就会出来借笔,把2:0改成2:1。”深圳NIP主场宣发负责人小原说。在一些粉丝看来,这也是手写应援牌的一大优势。粉丝小云说:“互动性更强了,也更能通过写的内容来表达我当时的情绪。”

关键词:展现自我

“电竞赛事的粉丝以年轻人为主,他们更乐于在镜头前展示自我”

从粉丝的角度来说,用心制作的牌子能被选手看到,便是莫大的幸福。而在选手眼中,那些举着牌子的身影,同样是拼搏的动力。赛事主办方也经常因为看到粉丝作品而感动不已。腾竞体育的嘉敏透露,有一次在重庆办赛,她看到一个女孩跪在赛场外,手里拿着自带的彩笔,低着头专注地在应援牌上勾勒着什么。嘉敏说:“我走过去一看,发现她画得真的太好了。”

女孩画的是一张EDG几个选手的漫画,她将网上的动漫图保存了下来,并通过手绘的方式在现场呈现了这张图。在嘉敏眼中,这不只是应援牌,更像是艺术品。嘉敏忍不住问她:“等用完之后,能不能拿给我们?我们想挂在墙上。”后来,这幅画被挂在了媒体区,成为那个赛场里一道特别的风景。

嘉敏认为,电竞赛事的粉丝以年轻人为主,他们更乐于在镜头前展示自我。“电竞赛会有更多的互动环节,粉丝其实都还蛮大方的,镜头给到的时候不会躲起来。”粉丝们还会举起手中的应援物品做出各种互动,甚至对着镜头说出自己想说的话、用应援牌手写字的形式回应镜头。“他们对于这种现象有一个称呼叫‘上电视’,应援牌或自己本人出现在镜头前都会被算作‘上电视’的一部分。”

在赛场外的应援牌绘制区域,不少粉丝也会互相讨论“怎么画才能上电视”,在接受采访时也会说:“希望我今天能上电视,被他们看见!”一旦有应援牌被镜头捕捉,举着应援牌的粉丝们都会表现出非常开心的情绪,变着花样展示自己的牌子和重点内容,还会想办法直播截屏,在社交平台上发出反馈。

■无畏巡回广州站外场,粉丝坐在地上创作。

■赛场外的应援绘制区,粉丝在绘制带有战队元素的应援牌。

关键词:产业带动

“粉丝亲手绘制的应援牌是最真实的情感表达,它比任何商业营销都更有说服力”

粉丝是战队坚强的后盾并且数量众多,应援对选手和战队的意义不言而喻。LPL前知名职业选手赵志铭(Firelohi)就曾说过:“在赛场上看到观众席上的应援牌,知道有那么多的粉丝在支持着自己,想好好表现去赢得比赛,因为不想让粉丝失望。”

著名电竞媒体“人民电竞”指出,手绘应援牌正在成为连接选手、战队与粉丝之间的情感纽带。“人民电竞”写道:不同战队、不同选手的粉丝各自占据一方,用画笔表达自我,彼此间既有竞争也有默契,最终形成和谐共生的文化生态,这可以促进电竞产业的良性发展。

一方面,粉丝亲手绘制的应援牌是最真实的情感表达,它比任何商业营销都更有说服力;而且,新进的粉丝制作应援牌以及对战队周边的消费力是很惊人的。这种消费力不仅体现在购买官方周边上,更体现在他们愿意投入时间、精力和金钱去制作独一无二、为心仪的选手和战队“打call”。

在这个数字化的时代,一切都可以被打印、复制、批量生产。然而,电竞赛场外那些手绘的应援牌,却保留了手工温度和独一无二性。它们或许不够精美,可能会在赛后被丢弃,但在比赛期间,手绘应援牌就是粉丝与选手之间最真诚的沟通,是最直观的热爱。

粉丝璐璐认为,粉丝自己创作的应援物品,和俱乐部定制的应手幅并不冲突。官方制作的手幅往往是战队slogan和队员定妆照,统一的标语不能准确表达出粉丝的想法,也就无法体现出粉丝对战队和选手的真挚热情。璐璐说:“每一个人做的应援牌,都带着自己的特色,这是谁都复制不了的。”



■应援绘制区域,有SpiritZ1(林定宇)的粉丝绘制了带有他的Q版头像的应援牌。