为选手、战队打造个性标签人设, 让观赛用户产生情感依赖

"我追着看NBA,仅仅是因为库里和勇士" 电竞赛事也该如此,追星和追战队应该成为观赛用户的日常。



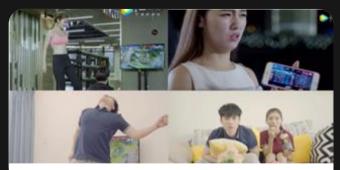
2016首届KPL春季赛 我们亲手捧起了梦泪



皇室战争电竞入亚 我们塑造了"中国电竞国手"

打造观赛体验, 让电竞成为一种生活娱乐方式

"我不踢足球,但这不妨碍我成为世界杯的狂热粉丝, 赛事资讯就是我的社交谈资。"电竞赛事也该如此,看 电竞应该是一种生活娱乐方式。



KPL2018春季赛 系列抖音视频展示观赛场景 传递看电竞是种生活方式



KPL2018秋季赛 跨界学者分析KPL新赛制, 展现电竞赛事的竞技观赏性

制造话题事件提升赛事的社会讨论热度

抓住赛事中最吸引用户的新闻点,围绕单一话题进行传播,形成聚焦效应。



KPL2018秋季赛 #阿泰教沈腾打游戏#引发泛娱乐圈关注



堡垒之夜世界杯 "1亿美金"事件引发泛体育圈关注