VCT SHANGHAI 2026 · FUZHOU

VCT上海冠军赛
福州集结

电竞蜂福州观赛系列项目结案报告



09.26 EDG焦点场 · 城市传播

10.18 总决赛 · 高校合作

2026.09—2026.10 · 电竞蜂网咖（福州博仕后店）

破圈，扎根

09.26 / OUTWARD

向外破圈

线下现场进入福州本地热榜，
再由玩家UGC继续扩散。

热榜　UGC　职业选手内容

10.18 / INWARD

向内扎根

高校用户从报名进入现场，
再沉淀为社群与合作关系。

招募　社群　高校合作

同一赛事周期，跑通两条增长路径

同一赛事周期，两场的不同方向

09.26



EDG焦点场｜城市传播

1000+ 报名及到场意向

约100席 确认参与者100%到场

把线下现场做成线上可传播内容

10.18



总决赛｜高校合作

200+ 高校报名

40席 高校名额100%到场

把观赛活动延伸为高校合作的第一步

线下观赛内容冲入福州本地热榜TOP10

TOP 10

福州本地热榜

536.9万
页面热度值

206.6万
同时在看

电竞蜂进入福州本地内容场

现场热度被转化为城市范围内的可见度





千人报名，只开放约百席

前期宣传已经转化为明确的到场意愿



461人活动粉丝群

单个活动群人数接近500人

群内到场咨询

未中签用户仍主动询问入场

1000+

报名及到场意向

前期关注超过现场承载规模

约100席

线下观赛席位

461人

单个活动粉丝群规模

100%

确认参与者到场率

“没中我也想来”

群内持续出现入场与同行咨询

报名热度超过现场席位10倍，前期粉丝表达明确的到场意愿



统一的场地视觉
让每一张返图都能被认出

入口、走廊、前台与观赛区保持同一套视觉语言
现场包装同时服务导视、互动和影像传播

30+玩家UGC，把一次现场延长成持续传播

30+

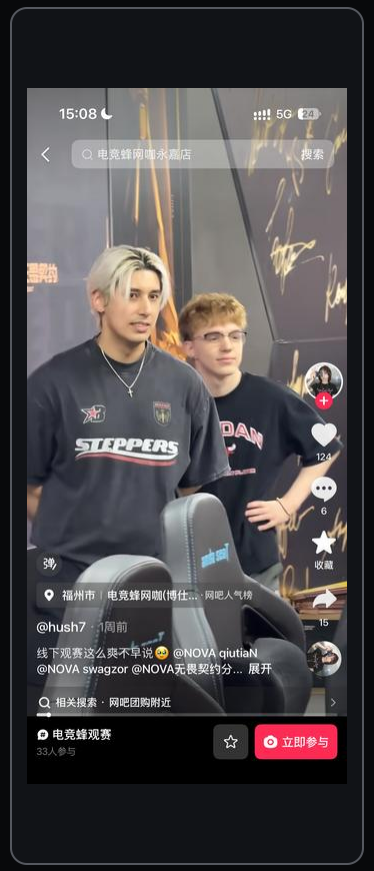
玩家主动发布

33.7万 #电竞蜂赛事

11.1万 #电竞蜂观赛

最高单条互动

3000+ 赞　　**800+** 分享









职业选手现场互动







约30人　NOVA主题FM

现场内容：FM、2V2、合影与玩家自拍

40席高校名额，带来200+报名



200+
高校报名

40 席
两校各20人

5:1+
报名需求比

福建农林大学 20人 · 福州职业技术学院 20人

高校用户约占现场四成，成为活动核心人群

≈40%

高校用户约占现场四成

100%

高校40席到场

接近六小时BO5

接近全员留到捧杯



117人高校群，把一次活动变成可持续触达渠道



117 人高校观赛群

活动结束后退群较少，下一场仍可继续触达

观赛
后续赛事招募

校赛
联合办赛触达

社团
长期合作沟通

报名没有在活动结束时归零。

合作从招募延伸到联合办赛与场地

两位电竞社社长成为稳定建联节点，
活动后的沟通继续指向具体合作。

福建农林大学

联合办赛意向 · 场地合作意向

福州职业技术学院

社团合作意向 · 后续活动联动



赛后聚餐交流｜高校社长与电竞蜂团队

同一项目，跑通两条增长路径

内容传播路径

现场内容 → 本地热榜 → 玩家UGC → 品牌可见度

高校合作路径

定向招募 → 现场到场 → 社群沉淀 → 社团与办赛合作

共同沉淀为

福州电竞用户关系

赛事内容组织　**现场执行**　**用户运营**　**高校建联**

一场向外破圈，一场向内扎根

电竞蜂

THE SERIES CONTINUES

上海冠军赛结束，福州瓦友仍在继续



9.26 传播热度

热榜 · UGC · 职业选手内容

10.18 高校合作

社群 · 电竞社 · 联合办赛意向