

《街头篮球》FSPL 总决赛上海落幕

20 年从网吧竞技到国际舞台,中国四强将出征

世纪华通旗下天游软件打造的《街头篮球》FSPL 职业联赛 2025 赛季总决赛日前在上海宝山盛邻 MALL 电竞馆圆满收官。经过两天高强度对抗,UNKNOWN 战队成功卫冕总冠军,黑洞战队、耀世战队分获亚军,与第四名极致战队共同获得代表中国赛区出征韩国首尔 IMA 国际大师赛总决赛的资格。

这场汇聚 12 支顶尖战队、历经 60 余场赛事角逐的电竞盛宴,线上观看人数突破百万,不仅展现了篮球电竞的热血魅力,更成为《街头篮球》进入中国 20 年来电竞生态持续完善的生动注脚。在上海加快建设全球电竞赛事高地的背景下,赛事的成功举办既是“游戏沪十条”政策红利的具体体现,也印证了上海作为电竞之都对优质赛事 IP 的强大承载能力。



舞台的全链路覆盖。

据陆湧介绍,2025 赛季 FSPL 职业联赛历时 3-4 个月,从去年 10 月到 12 月的常规赛,12 支俱乐部职业组与新锐组展开 8 周 BO3 积分循环赛,决出 8 支队伍晋级总决赛。这种高密度、长周期的赛事安排,既保证了竞技水平的专业性,也为观众提供了持续的内容消费体验。

在选手培养方面,赛事体系形成了完善的人才孵化机制。陆湧透露,官方通过邀请俱乐部合作,为参赛选手提供工资保障,同时对选手的直播事业给予流量扶持和游戏虚拟道具支持,“希望用户在玩游戏的过程中能创造属于自己的盈利,这对游戏、用户和观众都有益处”。

这种“赛事+直播”的双驱动模式,不仅提升了选手的职业归属感,也通过精彩的赛事内容和选手个人魅力,增强了用户的活跃度与留存率。而大众赛事与职业赛事的差异化运营策略,更体现了生态构建的精细化:大众性质的全国超级联赛(SFSA)侧重每一位参赛用户的体验,通过顺畅的赛事进程和丰富的现场福利吸引玩家参与;职业联赛则聚

焦明星选手包装与解说主持人选拔,提升赛事的观赏性与专业性。

如今,这套生态体系已结出硕果。本次总决赛决出的四支中国战队,将出征本月底在韩国首尔举办的 IMA 国际大师赛。作为《街头篮球》顶级国际赛事,IMA 已连续举办 11 届,上一届在中国厦门举办时线上观看人数突破 300 万人次。

陆湧表示,早期中国队在国际赛事中输多赢少,但近年来随着国内运营体系的完善,选手实力显著提升,去年更是成功夺冠。尽管本届赛事将采用韩方游戏版本,对选手构成新的挑战,但四支战队的目标一致,均为捍卫中国赛区荣誉。

卫冕成功再度捧回冠军奖杯,UNKNOWN 战队成员在赛后接受采访时也表示,以一号种子出征韩国大师赛非常激动,“我相信我们四支中国队的目标是一致的,就是获胜。至于是谁,我觉得都行,主要还是在这段时间内,我希望我们四支战队能早点适应韩国的版本,并且了解韩服的投篮机制以及一些其他隐藏判定标准,能跟别人去对抗。不然如果不了解的话,直接去打是凶多

吉少的。”

此次夺冠是 UNKNOWN 战队的第 11 个总冠军了,“我们觉得冠军是不一样的经历和体验,我们会在剩下的时间内通过训练,通过了解对手的版本,从而适应和他们比赛,然后想办法把他们最难啃的骨头给拿下,也希望其他三支战队也能早点适应版本,取得好成绩。”

上海赋能:政策与资源双重加持

本次 FSPL 总决赛再次选择上海举办,并非偶然。作为深耕电竞产业的企业,世纪华通的实践与上海“游戏沪十条”提出的发展方向高度契合。相关政策明确通过专项资金支持、赛事 IP 培育、国际赛事引进及电竞产业集聚区建设,全面提升电竞产业能级。

陆湧对上海的电竞资源优势有着深刻体会:“上海电竞资源丰富,成本控制更有优势,而且我们公司总部就在上海,对工作人员的出行成本更友好。”这种资源优势具体体现在多个方面:

其一,专业人才储备充足。电竞产业在上海起步较早,深耕电竞内容的机构、专业导播等人才均从上海起步,为赛事运营提供了专业保障;其二,政策支持人性化。在上海举办电竞赛事,线下观众报批流程更为便捷,政府对良性电竞内容也给予积极的报道支持;其三,配套设施完善。选手与工作人员的吃住行配套齐全,交通便利,大幅降低了赛事运营的人力成本与不确定风险。

本次赛事选址的宝山盛邻 MALL 电竞馆,便是上海电竞资源优化配置的典型案例。陆湧介绍,该场馆配套设施齐全,场馆负责人也是出身电竞行业,对赛事的技术与设备需求有着专业理解,场馆方能够精准匹配赛事运营需求。

展望未来,陆湧表示公司将把《街头篮球》作为长线产品持续运营。而即将出征韩国的四支中国战队,也将带着亿万玩家的期待,在国际舞台上展现中国篮球电竞的实力,让街头篮球的热血与激情跨越国界。

晨报记者 陆乙尔

多年长青:题材与品质兼具

2025 年是韩国游戏《街头篮球》被引入中国 20 周年,因此从去年 10 月开打的 2025 赛季 FSPL,尤其是总决赛承载着特殊的纪念意义,天游软件市场部经理、赛事负责人陆湧在接受新闻晨报记者采访时表示:“希望通过这次 20 周年职业联赛,让用户感受到这个特殊日子的意义,在观看比赛的同时回忆青春,获得情绪价值。”

一款游戏能够运营 20 年,在国内游戏市场屈指可数。陆湧认为,这并非单一因素所致,而是大环境、企业投入与执行层及时跟进市场变化共同作用的结果。从外部因素来看,健康向上的篮球题材是核心竞争力之一。与射击类游戏不同,《街头篮球》偏向全年龄段用户群体,正能量的题材属性使其拥有更广泛的用户基础,也具备更大的运营空间。同时,过硬的产品质量与较高的技术门槛,让游戏难以被复刻超越。“它上手简单,但想要精通很难,这种特性让游戏始终保持着吸引力。”陆湧说道。

截至目前,《街头篮球》国内累计注册用户近 3 亿。尽管多年来不可避免地出现用户流失,但留存的核心用户忠诚度极高,成为品牌的重要沉淀。而持续迭代的赛事体系,更让这款经典游戏始终保持活力。从 2005 年开始每年在多个城市举办的线下交流赛,到如今覆盖全国、链接国际的多层级赛事,《街头篮球》的电竞之路,正是中国电竞产业从萌芽到壮大的缩影。

深耕赛事:从网吧竞技到国际舞台

“其实我们从 2005 年就开始做线下落地赛事,当时电竞氛围还很弱,就是在网吧里组织玩家面对面交流。”陆湧回顾了《街头篮球》电竞的起步历程。从最初的普通玩家网吧线下比赛,到 2017 年开始创办的国内首款篮球类职业电竞赛事 FSPL 职业联赛,他见证了《街头篮球》电竞生态的持续完善。这款游戏用二十年的时间构建起一套涵盖大众赛事、职业联赛与国际赛事的多层级体系,实现了从普通玩家到职业选手、从国内赛场到国际

