注：本 SOP 以第四届为例

版本：V2.0 | 生效日期：2026 年 6 月 24 日星期三

适用范围：福星杯高校赛事组委会全体工作人员、合作院校

赛事周期：2026 年 4 月—7 月 | 覆盖高校：19 所 |辐射区域：福建省高校

赛事简介

无畏契约（VALORANT）是一款由 Riot Games 开发的第一人称射击游戏，以其策略性和团队合作性受到广泛欢迎。2024 年，EDG（Edward Gaming）战队在无畏契约全球总决赛中凭借卓越的表现成功夺冠，这一历史性的胜利不仅为队伍赢得了荣誉，也在全球范围内引发了强烈的电竞热潮。特别是在大学生群体中，这一事件进一步激发了他们对电竞的热情和参与度。2024 年，福星杯 S1 十校联赛成功举办，成功激发福建高校电竞激情。为了持久推动福建地区电竞文化的普及，并提高大学生的竞技水平，福建各所高校继续计划联合组织一场以无畏契约为主题的高校电子竞技联赛——福星杯 S4。本次比赛以福建高校电竞联盟的各所高校为主办方，瓦友社和 NOVA 电子竞技俱乐部、福州联合百得传媒有限公司作为赞助支持方，为我们提供赛事支持和宣传，同时与福州体育局进行合作交流，在各个平台共同宣发提高无畏契约的普及性和瓦友社的知名度，同时通过本次比赛的平台促进福建地区同学之间的交流，以期吸引社会各界的关注，调动大家的竞技积极性，形成公平公正、和谐阳光的竞技氛围。

一、招商谈判 SOP

1.1 招商前准备

1.1.1 方案 PPT 准备

资料包包含内容如下

1	《福星杯赛事方案》PDF	包含赛程赛制，时间周期，向意向客户展示赛事全貌	招商前一个月准备好 PPT
2	《往届赛事数据回顾》	证明赛事影响力和传播效果	
3	《赞助商权益清单》	明确各档位权益明细	
4	《合作案例集》	展示往届合作品牌及效果	
5	赛事概念海报/视频	视觉化呈现赛事调性（需专岗设计）	
6	受众分析报告	证明目标人群匹配度（这个要做定制化）	
7	福星杯 S4 高校资源	展示 18 所高校覆盖能力	
8	赛事直播数据包	含往届直播间数据、弹幕分析	

1.2 目标客户画像

根据赛事受众分析，重点拓展以下类型品牌：

金融类：链接青年金融、消费新生活（如工商银行等中央金融企业品牌）

快消饮品类：受年轻人喜爱的视觉文化符号（如椰树等老字号饮料品牌）

电竞硬件类：电竞赛事硬/软件合作品牌（如 ZOWIE、GATERON、英菲克、漫步者电竞等）

本地生活类：聚集福州范围内有趣的赛事主理人（如电竞福州等本地运营平台）

潮流文化类：游戏、电竞在高校里的专属空间（如瓦友社等玩家社区）

阶段二：价值呈现

核心数据展示：

覆盖高校：18 所合作高等院校，辐射福建省全域

参赛规模：1,125 人正赛报名，累计 2000+赛事进房

瓦友社认证：41,158 人（覆盖《无畏契约》核心玩家群体）

传播矩阵： +外部社区 + 官方媒体 + 高校资源

直播覆盖：平台同步直播

社群运营：20 个高校电竞社群，覆盖 6,900+高校电竞爱好者

线下触达：高校支持线下摆点宣传

部分高校资源详细数据（项目组自用/数据截止 2026.6.24）：

高校名称	校区人数	瓦友社认证	社群规模	线下活动能力	表白墙合作
厦门大学	5 万	3,696	900 人 /1 群	100 人规模	不支持
福建农林大学	3 万	3,961	800 人 /2 群	100 人规模	不支持
阳光学院	3 万	3,001	300 人 /3 群	300 人规模	仅活动
闽南师范大学	2 万	1,915	109 人 /1 群	100 人规模	仅活动
闽江学院	2 万	2,301	3,000 人 / 24 群	250 人规模	仅活动

福州工商学院	2万	2,084	500人/3群	200人规模	不支持
厦门理工学院	2万	2,935	600人/2群	-	不支持
福州大学至诚学院	2万	1,831	1,300人/1群	-	不支持
福建理工大学	3万	3,447	300人/3群	50人规模	仅活动
福建警察学院	5千	664	114人/3群	20人规模	不支持

差异化价值点：

1. **官方背书**：福州市体育局主办，NOVA电竞俱乐部支持
2. **福建特色**：打造福建特色的青年电竞场景，连接本地文旅资源
3. **全年持续**：4个月完整赛季周期（3月-6月），品牌曝光非一次性
4. **高校直达**：福建高校电竞联盟常态化渠道，可持续触达校园核心人群
5. **数据透明**：每场赛事提供完整数据反馈，含直播间进房、弹幕互动、社群触达等
6. **内容共创**：支持品牌定制互动环节、限定游戏、联动时刻等深度内容合作

阶段三：方案定制

赞助档位推荐：

档位	金额	核心权益	适合客户类型
冠名赞助	30,000元+	赛事全称冠名、主背景板C位、所有物料首位露出、主持人口播不少于5次、独家定制环节、决赛现场品牌展位	预算充足、追求品牌深度绑定的头部品牌
联合赞助	10,000-20,000	联合主办单位称	追求高频曝光、

	元	号、宣传物料第二梯队、直播角标轮播、现场易拉宝、社群推广	预算中等的成长型品牌
支持单位	5,000 元以下	鸣谢环节提及、公众号推文底部 logo、现场签到处展示、高校社群推文	初次尝试电竞营销、预算有限的本地品牌
产品置换	实物/服务置换	赛事用设备/饮品/零食供应、选手礼包植入、互动区产品体验	有实物产品、希望直接触达受众的品牌

定制化提案要点：

- 根据品牌调性推荐赛事项目（《王者荣耀》、《无畏契约》、 《三角洲行动》）
- 结合品牌产品特性设计专属互动环节
- 提供主题体验区或功能性区域深度融合方案
- 根据品牌目标高校定向匹配赛点资源

阶段四：异议处理

常见异议	应对策略
“电竞受众太窄”	福星杯覆盖 18 所高校、10,000+高校宣传覆盖，且受众消费意愿高、对各类消费品接受度高
“效果难以量化”	提供往届数据：直播间累计进房 48,424+、弹幕 7,000+、高校宣传覆盖 10,000+，所有权益均有数据反馈

“预算有限”	推荐支持单位档位或产品置换方案，强调校园大使招募等低成本高触达方式
“担心竞品冲突”	明确各品类独家保护原则，提供品类排他性权益
“需要内部审批”	提供完整招商方案 PDF+往届案例集，约定反馈时间节点，保持定期跟进
“高校资源真实性”	提供 18 所高校负责人联系方式（脱敏）、瓦友社认证后台截图、往届合作高校反馈

1.3 确认合作后跟进（时间顺序）

素材使用规范 专项负责人拉群 权益资源整合

├── 完成品牌露出点位设计初稿

├── 确认赞助商专属互动环节方案

├── 启动校园大使招募（如适用）

└── 同步赛事进度日历

赛事执行期：

├── 每周发送赛事进度简报

├── 每场直播后 24 小时内提供数据反馈

├── 关键节点（如决赛）提前 3 天确认执行细节

└── 现场专人对接赞助商需求

赛事结束后：

├── 14 个工作日内提供完整结案报告

├── 包含：曝光数据汇总、现场照片/视频、媒体报道链接、效果分析

二、赛程编排模板

2.1 赛事时间轴总览

2.2 分赛道赛程模板

2.2.1 高校海选赛道

阶段	时间	赛制	晋级规则	直播安排
校内海选	4 月 20 日 -5 月 10 日	各校自行规划赛制（建议：四强前 BO1，四强后 BO3）	各校冠军晋级大区赛	各校决赛必直播，其他赛段自行直播
大区赛	5 月 11 日 -6 月 1 日	单败淘汰 BO3	冠军晋级福星杯八强	八强后统一安排直播，校内自媒体可二路

2.2.2 高校超级组联赛赛道

阶段	时间	赛制	晋级规则	直播安排

联赛阶段	5 月 6 日-6 月 1 日	小组单循环 BO3	小组前二直接晋级总决赛，第三、四名进入突围赛	福星杯官号一路直播，各校自媒体二路
突围赛阶段	6 月 1 日 -6 月 15 日	BO3 交叉淘汰	胜者晋级福星杯八强	所有场次直播，固定赛程

超级组联赛分组：

组别	预计队伍数	说明
A 组	4	种子池 1+种子池 4
B 组	4	种子池 2+种子池 3
C 组	4	种子池 1+种子池 4
D 组	4	种子池 2+种子池 3

2.2.3 大区大众赛（若有）

阶段	时间	赛制	晋级规则	备注
大众海选	待定	赛点自行规	总冠军晋级	不做参赛限

		划	福星杯八强	制，面向全社会

2.2.4 福星杯总决赛

阶段	时间	赛制	参赛队伍	直播安排
八强赛	6 月 16 日-6 月 20 日	单败淘汰 BO3	海选 1 支+超级组 6 支+大众赛 1 支	线上进行
半决赛	6 月 21 日-6 月 23 日	BO3	八强胜者	线上进行
总决赛	6 月下旬（具体日期待定）	冠亚季 BO5	半决赛胜者	线下大型舞台，多平台同步

2.3 赛程编排

赛前 30 天

- 确认所有参赛高校名单及赛点负责人
- 私信发送链接确认赛事报名情况（问卷星/腾讯文档）
- 完成赛事主 KV 及宣传物料设计
- 建立各赛点沟通群（每校 1 个群，由赛点负责人建立，群名统一格式：福星杯 S1-XX 大学赛点）
- 确定超级组分组及种子池（依据上届积分）
- 发布赛事规则手册（含地图池、BP 规则、身份验证流程）
- 与各赛点确认校内赛时间安排及场地需求
- 确认直播排期及 OB 解说分配
- 确认赞助商权益落地细节及品牌素材收集

赛前 15 天

- 各赛点提交校内赛程安排（含赛制、时间、场地、直播计划）

- 确认大区赛裁判及解说排班表
- 测试直播设备及直播间 UI
- 发布赛前宣传推文（各平台同步）
- 确认赞助商权益落地细节（露出点位、口播脚本、互动环节）
- 准备身份验证腾讯会议模板
- 确认各赛点物料制作进度（海报、展架、横幅等）

赛前 7 天

- 各赛点确认参赛队伍大名单（含选手姓名、学号、联系方式）
- 完成种子池抽签并公布（直播或录屏公证）
- 发布详细赛程表（精确到小时）
- 裁判与参赛队伍进行赛前沟通（规则宣讲、注意事项）
- OB 解说完成设备调试及延迟设置（90 秒）
- 确认应急联系人及备用方案
- 赞助商物料到位确认（品牌露出物料、互动礼品等）

赛前 1 天

- 再次确认所有参赛队伍到场情况（电话/微信确认）
- 检查直播推流状态（主平台+备用平台）
- 确认裁判、解说、OB 人员到位
- 准备比赛用自定义房间（测试房间功能正常）
- 备份所有关键文件（BP 图模板、规则文档、选手名单等）
- 确认赞助商现场人员到位及展位布置
- 确认现场 rd

2.4 直播排期模板

赛道	类型	预估场次	直播平台	备注
高校海选	各校赛点决赛	12-15 场	校内自媒体/B	各校决赛必直

			站	播
高校海选	各校常规赛	100-120 场	校内自媒体	自行安排
高校海选	大区赛十六强	8 场	福星杯官号	统一安排
高校海选	大区赛八强	4 场	福星杯官号	统一安排
高校海选	大区赛四强	2 场	福星杯官号	统一安排
高校海选	大区赛前二	1 场	福星杯官号	统一安排
超级组联赛	常规赛	20 场	福星杯官号+二路	重点场次
超级组联赛	突围赛第一轮	2 场	福星杯官号+二路	所有场次
超级组联赛	突围赛第二轮	2 场	福星杯官号+二路	所有场次
福星杯总决赛	线上八强	4 场	福星杯官号	统一安排
福星杯总决赛	线上半决赛	2 场	福星杯官号	统一安排
福星杯总决赛	线下冠亚季	3 场	多平台同步	大型舞台

三、应急预案流程

3.1 风险识别

风险类别	风险项	发生概率	影响程度
技术风险	直播平台故障	中	高
技术风险	比赛服务器崩溃	低	高
技术风险	OB/解说设备故	中	中

	障		
技术风险	网络延迟/掉线	高	中
人员风险	参赛选手缺席/迟到	中	高
人员风险	裁判/解说临时缺位	低	高
人员风险	现场工作人员不足	低	中
赛事风险	参赛队伍资格争议	中	高
赛事风险	比赛中出现BUG/外挂	低	高
赛事风险	赛程延误/冲突	中	中
安全风险	现场突发医疗事件	低	高
安全风险	现场秩序混乱	低	中
外部风险	赞助商临时撤资	低	高
外部风险	恶劣天气（线下赛）	低	中
舆情风险	负面舆论/投诉	中	中

3.2 分级应急响应

一级响应（重大事件）

触发条件：赛事无法继续进行 / 安全事件 / 重大舆情

步骤	动作	责任人	时限

1	立即暂停赛事/活动	现场总指挥	即时
2	启动备用方案（切换备用直播间/延期等）	当值人员	5 分钟内
3	上报赛事组委会主任及主办单位	当值人员	10 分钟内
4	发布官方声明（统一口径）	媒体组	30 分钟内
5	启动危机公关预案	当值人员	1 小时内
6	事件调查及责任认定	赛事组委会	24 小时内
7	形成书面报告并归档	当值人员	48 小时内

二级响应（较大事件）

触发条件：影响单场比赛/单个环节 / 需调整赛程

	步骤	动作	责任人	时限
	1	现场裁判评估影响范围	当值裁判	即时
	2	报告赛事执行负责人	当值人员	5 分钟内
	3	执行备用方案（如启用替补选手/延期比赛等）	当值人员	15 分钟内
	4	通知受影响队	当值人员	20 分钟内

		伍及观众		
	5	更新赛程公告	当值人员	30 分钟内
	6	记录事件详情	当值人员	赛后

三级响应（一般事件）

触发条件：不影响赛事整体进程 / 可现场快速解决

步骤	动作	责任人	时限
1	现场人员快速处理	当值人员	即时
2	记录事件及处理结果	当值人员	赛后
3	汇总至赛事日报	当值人员	每日

3.3 专项应急预案

预案 A：直播平台故障

【故障发现】

├── 监控人员发现直播中断

├── 立即通知技术组负责人

└── 同时启动备用推流

【备用方案】

├── 主平台（B 站）故障 → 切换至虎牙/斗鱼备用直播间

├── 所有平台故障 → 启用腾讯会议/钉钉直播（应急）

├── 在社群发布临时观看链接

└── 故障排除后切回主平台

【观众安抚】

├── 直播间公告说明情况

├── 社群同步解释并发布备用链接

└── 故障期间安排解说在备用渠道与观众互动

【事后处理】

├── 技术组出具故障原因报告

├── 评估是否延长直播时间或补播

└── 向赞助商说明情况并提供补救方案

预案 B：参赛选手缺席/迟到

【赛前 30 分钟未到】

├── 裁判联系队长确认情况（电话+微信+QQ，三次尝试）

├── 启动备用联系方案

└── 通知替补选手准备

【赛前 15 分钟仍未到】

├── 确认无法按时参赛

├── 依据规则：超时 30 分钟视为弃权

├── 如提前沟通有特殊情况，可酌情延长 15 分钟（需裁判长批准）

└── 启动替补队伍或轮空处理

【现场处理】

├── 向观众说明情况（避免负面猜测）

├── 调整赛程顺序（如可能）

└── 记录缺席原因及处理结果

预案 C：比赛中出现 BUG/外挂

【BUG 处理】

├── 选手立即暂停并报告裁判

├── 裁判确认 BUG 性质（已知/未知）

├── 已知 BUG：依据规则判罚（警告/回合判负/判负）

├── 未知 BUG：暂停比赛，上报赛事技术组

├── 技术组评估后决定：继续/重赛/判负

└── 所有判罚结果现场宣布并记录

【外挂处理】
├── 发现异常数据或举报
├── 裁判立即暂停比赛
├── 技术组后台数据核查
├── 确认使用外挂：取消该队全部成绩，禁赛处理
├── 通报所有参赛队伍及公示
└── 保留证据，必要时追究法律责任

预案 D：参赛资格争议

【身份验证争议】
├── 依据规则：学信网验证为准
├── 大一新生学信网未录入：接受学籍证明/录取通知书
├── 非全日制/不在籍：直接取消资格
├── 3+2/5+0 标准不符：取消该场比赛成绩
└── 所有验证过程截图/录像存档

【跨赛道参赛争议】
├── 核查选手是否已取得其他赛道晋级资格
├── 确认违规：取消后续赛道参赛资格
├── 已晋级名额：由该赛道后续排名队伍递补
└── 公示处理结果

预案 E：线下赛安全事件

【医疗急救】
├── 现场配备急救箱
├── 严重情况：立即拨打 120，专人陪同就医
├── 通知保险公司启动理赔流程
└── 记录事件经过及处理结果

【现场秩序】

├── 配备足够安保人员（每 200 人配 2 名）

├── 设置紧急疏散通道标识

├── 发生冲突：安保立即隔离，必要时报警

└── 事后形成安全事件报告

【恶劣天气】

├── 提前 72 小时关注天气预报

├── 中雨及以上：启动室内备用场地或延期方案

├── 提前 24 小时通知所有参与方

└── 延期方案需经组委会及赞助商共同确认

预案 F：负面舆情

【监测发现】

├── 媒体组每日舆情监测（微博/贴吧/小红书/B 站）

├── 发现负面信息立即上报

└── 评估影响范围及严重程度

【分级响应】

├── 个别用户投诉：客服 1 对 1 沟通解决

├── 小范围负面讨论：发布官方说明澄清

├── 大范围传播：启动危机公关，必要时法律介入

└── 涉及赞助商：同步通知并共同应对

【统一口径】

├── 所有对外回应须经媒体组审核

├── 禁止个人擅自回应

├── 回应原则：事实清楚、态度诚恳、措施明确

└── 保留所有沟通记录

四、跨组协作

4.1 组织架构与职责

福星杯赛事组委会（仅作为职能分工，不作人数要求）

```
├── 赛事组
│   └── 统筹全局，重大决策，对外代表
│   ├── 赞助商开发、谈判、签约
│   ├── 赞助商权益执行与反馈
│   └── 商务合同管理
│
├── 运营部
│   ├── 赛程编排与执行
│   ├── 参赛队伍管理
│   ├── 裁判/解说/OB 管理
│   └── 赛事数据记录
│
├── 技术部
│   ├── 直播技术支持
│   ├── 比赛服务器管理
│   ├── 直播间 UI/栏包
│   └── 网络安全保障
│
├── 媒体部
│   ├── 自有平台运营
│   ├── 外部社区合作
│   ├── 官方媒体对接
│   ├── 舆情监控
│   └── 内容制作（图文/视频）
│
├── 设计部
```

```
|     ├── 赛事主 KV 及视觉系统
|     ├── 宣传物料设计
|     ├── 直播间 UI 设计
|     └── 现场氛围设计
|
├── 高校联络组
|     ├── 高校电竞联盟维护
|     ├── 各校赛点协调
|     ├── 校园大使管理
|     └── 高校资源对接
|
└── 综合部
      ├── 行政后勤
      ├── 财务管理
      ├── 文档归档
      └── 应急物资准备
```

4.3 日常协作 Checklist

每日必做

时间	事项	负责组	协作组	输出物
9:00	查看当日赛程	运营部	-	当日赛程确认表
9:30	检查直播设备状态	技术部	运营部	设备检查报告
10:00	发布当日赛事预告	媒体部	运营部	各平台推文/动态
赛前 2h	确认参赛队伍	运营部	高校联络组	到场确认表
赛后 1h	发布赛果	媒体部	运营部	赛果海报/战报

周赛后	汇总周数据	运营部	技术部	赛事日报
特殊情况	舆 情 监 控 报 告	媒体部	-	舆情日报

4.5 文档管理规范

福星杯文档体系

```
├── 01_赛事管理
│   ├── 赛事章程
│   ├── 赛事规则手册
│   ├── 赛程总表
│   └── 人员通讯录
│
├── 02_商务合同
│   ├── 赞助商合同（按品牌分文件夹）
│   ├── 权益执行清单
│   ├── 结款凭证
│   └── 结案报告
│
├── 03_视觉设计
│   ├── 主 KV 及延展
│   ├── 宣传物料
│   ├── 直播间 UI
│   └── 现场氛围设计
│
├── 04_直播资料
│   ├── 直播排期表
│   ├── 直播间栏包
│   ├── 比赛录像
│   └── 直播数据
```

```
|
├── 05_参赛资料
|   ├── 参赛队伍名单
|   ├── 选手身份信息
|   ├── 比赛结果记录
|   └── 积分/晋级图
|
├── 06_媒体传播
|   ├── 宣传排期
|   ├── 推文/视频素材
|   ├── 媒体报道链接
|   └── 舆情记录
|
├── 07_财务资料（如有）
|   ├── 预算表
|   ├── 支出凭证
|   ├── 发票管理
|   └── 结算报告
|
├── 08_应急预案
|   ├── 应急联系人
|   ├── 事件记录表
|   └── 复盘报告
|
└── 09_高校资源
    ├── 高校联络表
    └── 高校媒体资源库
```

4.6 协作红线

红线事项	预防措施

未经审核擅自对外发布信息	所有对外信息须经审核
泄露赞助商商业机密	签署保密协议，信息分级管理
私自承诺未审批权益	所有权益变更需确认
关键岗位擅离职守	建立 AB 角制度，确保随时有人替补
赛事数据造假	多人复核机制，原始数据存档
收受参赛方贿赂	签署廉洁协议，设立举报渠道
泄露选手个人信息	信息分级管理，脱敏处理

七、媒体传播与舆情管理

7.1 传播矩阵

平台类型	平台名称	内容定位
自有平台	微信公众号	赛事资讯、深度内容
自有平台	B 站	赛事直播、精彩集锦
自有平台	抖音	短视频、花絮
自有平台	微博	赛事动态、互动
外部合作	各高校自媒体	校内宣传、赛事直播
外部合作	表白墙/社群	活动推广
官方媒体	地方媒体	新闻报道

直播平台	B 站/虎牙/斗鱼	赛事直播

7.2 高校媒体资源库

高校	平台	账号	粉丝数	直播最早阶段	线下摆点	人流量
闽江学院	抖音	MJUESPORTS	1,300	小组赛	食堂展架/教学楼展架	500-1000 人/天
	B 站	沃柑土土土	680			
	微博	MJEU 闽江电竞联盟	1,005			
	公众号	MJEU 闽江电竞	74			
厦门大学	B 站	-	-	-	-	-
福建理工大学	抖音	https://v.douyin.com/eRWnxPnvqbU/	58	四强	-	-
福州工商学院	抖音	福州工商学院电子竞技协会	50	四强	教学楼展架	500-1000 人/天
	抖音	七年	200			
厦门理工学院	斗鱼	厦门理工电竞社	-	四强	-	-

	抖音	蛋黄酱酱	1.4万			
	抖音	厦门理工电子竞技	-			
福州大学至诚学院	抖音	Juicy	136	四强	海报加立牌	2,000人
阳光学院	抖音	阳光学院 FLF 电子竞技协会	55	四强	-	-
	抖音	28008h	944			
	B站	阳光学院 FLF 电竞协会	348			
福建农林大学	B站	FAFU 星梦电竞协会	132	四强	-	-
	B站	Aoonow 是回曳糖噢	206			
	B站	https://b23.tv/e8rI5Cb	-			

7.3 宣传排期模板

阶段	时间	宣传内容	平台
预热期	3月	赛事启动官宣、	全平台

		高校赛点招募	
	3月下旬	赞助商官宣、赛事规则发布	全平台
报名期	4月上旬	报名通道开启、高校赛点宣传	全平台+高校社群
	4月中旬	报名倒计时、选手故事预热	抖音/B站
海选期	4月下旬	各校赛点开赛报道、精彩集锦	全平台
	5月上旬	大区赛预告、晋级队伍介绍	全平台
联赛期	5月中旬	超级组联赛直播、每周战报	全平台
	5月下旬	突围赛预告、选手专访	全平台
决赛期	6月上旬	总决赛预热、晋级之路回顾	全平台
	6月中旬	线下总决赛直播、现场报道	全平台+直播
	6月下旬	总决赛精彩回顾、颁奖报道	全平台
总结期	7月	赛事总结、数据报告、赞助商结案	全平台

7.4 舆情管理规范

7.4.1 舆情分级响应

级别	定义	响应时间	处理措施
一级（重大）	涉及赛事公平性、安全事件、政治敏感、大范围负面传播	30 分钟内	立即上报赛事总监，启动危机公关预案，统一对外口径，必要时法律介入
二级（较大）	涉及赞助商、选手争议、局部负面讨论	2 小时内	上报媒体负责人，评估影响范围，发布官方说明或 1 对 1 沟通
三级（一般）	个别用户投诉、小范围吐槽	24 小时内	客服 1 对 1 沟通解决，记录反馈至运营部

7.4.3 对外回应原则

事实清楚：基于事实回应，不回避、不夸大

态度诚恳：承认问题（如有），表达改进意愿

措施明确：说明已采取或即将采取的改进措施

统一口径：所有对外回应须经媒体组审核，禁止个人擅自回应

保留记录：保留所有沟通记录，以备后续查证
