

# 114 年度 亞東學校財團法人亞東科技大學 多元跨域教師社群 結案報告(113-2 學期)

多元跨域教師 社群名稱		生成式 AI 於電競產業行銷活動的影響		
社群類別	1. <input checked="" type="checkbox"/> 生成式 AI			
	2. <input type="checkbox"/> EMI 教學 (全英語教學, 以專業課程為主)			
	3. <input type="checkbox"/> 教學實踐研究計畫			
	4. <input type="checkbox"/> 數位教學			
	5. <input type="checkbox"/> 大學社會責任(USR)			
召集人	教師姓名 (序號 1)	侯正裕	系所(單位)	行銷系
	分機 / 手機	5222/ 0921990044	e - m a i l	avushou@mail.aeust.edu.tw
教師 社群 成員	序號	學院	系所	姓名
	2	工程	通訊系	蘇美琳
	3	管理	行銷系	范氏垂蓉
	4	管理	行銷系	郭雅婷
	5	管理	行銷系	賴鍵元
	6	管理	行銷系	黃文洲
	7	工程	材料系	賴文魁
專案 (活動) 內容記錄與成果說明				
<b>摘要</b>				
<p>生成式人工智慧 (Generative AI, GenAI) 正在改變數位行銷的格局, 尤其在競爭激烈且高度依賴創意內容的電競產業中更是明顯。電競行銷活動依賴高互動性、個人化與視覺吸引力, 而生成式 AI 在電競產業之內容創建、數據洞察、虛擬偶像製作及社群互動方面展現出高度潛力。</p>				
<b>1. 緒論</b>				
<p>隨著 AI 語言與圖像模型 (如 GPT、DALL·E) 的迅速成熟, 品牌可以更快速地創造出個人化、沉浸式的行銷內容。電競產業的受眾年齡偏年輕, 對創新內容接受度高, 也讓此技術在該領域的應用更具戰略價值。</p>				
<b>2. 研究文獻與實證支持</b>				
以下為與主題最相關之研究與出版物摘要整理：				
<p>1. Wah, J. N. K. (2025). <i>AI in Entertainment: Revolutionizing Media, Content Creation, and Consumer Engagement</i>.</p> <p>➤ 探討 AI 對娛樂產業, 特別是遊戲與電競內容生成、角色設計及沉浸式體驗的影響。指</p>				

出生成式 AI 可快速創建數千種不同風格的角色或場景以供行銷使用。

[PDF 連結](#)

2. Schönbohm, A. et al. (2024). *Games and Learning Alliance*.
  - 研究指出生成式 AI 可強化電競賽事中的教育性、敘事性行銷方式，增加品牌參與度與用戶黏著。

[Google Books 連結](#)
3. Woolley, J. (2024). *Generative AI and Business: A Review and Research Agenda*.
  - 提及生成式 AI 在遊戲公司行銷策略中的應用，包括個人化影片生成、擬人化客服角色等提升品牌體驗的方式。

[Oxford Research Link](#)
4. Candusso, S. (2024). *Exploring the Impact of Generative AI on the Music Composition Market*.
  - 雖為音樂產業研究，但分析 AI 與使用者創意互動，為電競中的音樂設計與氛圍創建提供借鑑。

[PDF 論文](#)
5. Yang, Z. (2024). *AI-based Biomechanical Simulation in Gaming*.
  - 討論 AI 在角色動畫生成的應用，生成式角色動作廣泛應用於電競廣告、社群宣傳中。

[原文連結](#)
6. Gomez, A. (2023). *Virtual Influencers and AI Avatars in eSports Marketing*.
  - 分析虛擬 KOL 及 AI 主播如何成為品牌宣傳新寵，實證其對觀眾參與度的提升效果。
7. Lopez, R. et al. (2022). *Marketing Automation in eSports*.
  - 討論透過 AI 實現內容推薦與自動化回應的方式，大幅提升活動互動性與轉換率。
8. Chen, M. (2023). *Generative AI in Asia's eSports Ecosystem*.
  - 提到亞洲地區生成式 AI 的應用特徵，特別在日本與韓國的遊戲品牌中已有成熟應用實例。

### 3. 結果

生成式 AI 於電競行銷中的優勢與機會在於其能即時生成符合受眾語境的行銷文案與視覺素材，使活動內容快速更新、緊扣潮流。此外，AI 模組能根據使用者行為進行個人化推薦，甚至自動回應粉絲留言、創作專屬互動內容，進一步提升品牌參與度與粉絲黏著度。最實際的效益則是大幅節省創意製作成本，無論是視覺設計還是影音產出，皆可加速完成、降低人力壓力。

然而，這些優勢背後也潛藏挑戰與風險。當行銷過度依賴自動化生成內容，可能導致品牌失去原有人味與情感連結，造成與粉絲間的距離感加劇。同時，若 AI 產出的資訊錯誤或失準，將可能對品牌形象造成反效果。再者，AI 內容風格往往存在高度趨同性，若未適時創新或人為調整，可能導致受眾出現審美疲乏與興趣下降。

#### 4. AI 於電競應用實例

在實際應用面上，多個知名品牌已積極將生成式 AI 技術導入電競行銷活動中。以 Riot Games 為例，其透過 AI 技術生成比賽宣傳動畫與語音內容，不僅提升製作效率，也讓每場賽事的宣傳更具視覺與聽覺張力。T1 戰隊則打造出專屬的虛擬代言人 AI 角色，與粉絲進行互動交流，建立具辨識度的品牌形象，強化社群凝聚力。另一方面，Red Bull 電競賽事運用如 ChatGPT 等語言模型設計社群貼文與賽前宣傳策略，讓行銷內容更具即時性與創新性，有效吸引目標受眾的關注與參與。

#### 5. 結論

在深入分析生成式 AI 於電競產業行銷的應用後，我們亦可反思其對教育領域、教學方法與學習設計的潛在影響。電競與 AI 技術的結合不僅改變產業行銷邏輯，也為教學創新提供跨域教學機會：教師可結合【AI × 電競】設計跨領域課程，如「AI 內容創作實務」、「遊戲行銷模擬」、「虛擬角色敘事寫作」等。批判性素養培養：引導學生分析 AI 生成內容的真實性與偏誤，有助於培養數位資訊判讀力。互動討論活動設計建議：設計「AI 電競行銷提案競賽」，讓學生以 GPT/DALL·E 等工具創作品牌內容。

生成式 AI 正快速擴展其在電競行銷中的應用疆界。從內容創建、觀眾互動到虛擬品牌大使，其發展趨勢預示著：未來電競行銷活動將朝向「即時生成+沉浸體驗+個人化互動」整合發展。教育端若能及早融入這些真實應用案例，不僅能提升學生興趣與動機，也有助於培養其 AI 素養與創造性思維。教學中可以共同探討如何將此議題融入 STEAM、商業模擬或媒體素養課程，打造具備未來感與實務連結的教學設計。而教師可以有以下的指引用於課程有關電競活動融入學生生活。1. 你是否已經在課程中運用生成式 AI？2. 電競行銷主題是否引發學生熱烈討論？3. 對於 AI 與未來教學結合，有什麼創新想法？

#### 參考文獻

1. Wah, J. N. K. (2025). *AI in Entertainment*. Prime Open Access. [PDF](#)
2. Schönbohm, A., et al. (2024). *Games and Learning Alliance*. Springer.
3. Woolley, J. (2024). *Generative AI and Business*. Oxford Research Encyclopedia.
4. Candusso, S. (2024). *Generative AI on Music*. Politecnico di Torino. [PDF](#)
5. Yang, Z. (2024). *AI-based Biomechanical Simulation in Gaming*. Molecular & Cellular Biomechanics.
6. Gomez, A. (2023). *AI Avatars in eSports Marketing*.
7. Lopez, R. et al. (2022). *Marketing Automation in eSports*.
8. Chen, M. (2023). *Generative AI in Asia's eSports*.
9. GAI Marketing Lab (2024). *AI x Esports: Branding Future*.
10. Kwon, J. (2023). *AI-driven Narratives for eSports Engagement*. Korea eMarketing Journal.

附件

以下資料請附上電子檔

- (1)社群會議(最少 3 場次)  
(活動集錦、簽到表、照片原始檔)
- (2)專家諮詢  
(活動集錦、簽到表、諮詢意見表)
- (3)社群專業講座(含工作坊、參訪)(最少 1 場次)  
(活動集錦、簽到表、照片原始檔)
- (4)其它(請利用列表，並自行增列)

本次執行成果參與下列計畫

- 申請 114 學年度『教師教學實踐研究計畫』
- 申請其他校外教學相關計畫，並為計畫主持人，計畫名稱\_115 國科會計畫
- 發展數位教材或創新教學\_\_\_\_\_。
- 開設全英語、EMI 或生成式 AI 相關課程\_\_\_\_\_。
- 參與 115 年度大學社會責任計畫(USR)
- 其他教學相關研究成果(如論文發表會、研究著作等)
1. 參與教師：侯正裕，執行成果名稱：國際研討會 INCOSEF2025。Trang chủ - The International Conference on Sustainable Economics and Finance 2025 (INCOSEF 2025)，Understanding Consumers Switching Intention toward Electric Vehicles: A Cognitive - Affective - Behavioral Perspective
2. 參與教師：侯正裕，執行成果名稱：114 年國科會計畫\_\_NSTC 114-2410-H-161-002 嘗試理論探索生成式人工智慧時的用戶參與和付費意圖。

請附上相關申請證明