

“互联网+”背景下体育产业发展的路径选择

张华榕¹, 刘明辉¹, 彭利方²

(1. 集美大学体育学院, 福建 厦门 361021; 2. 上海师范大学体育学院, 上海 200234)

摘要:文章通过文献资料等研究方法阐述了“互联网+”的概念及应用,对我国“互联网+”背景下体育产业的发展现状进行了分析。结果表明:在当前互联网技术加速发展的背景下,我国体育产业可以通过虚拟技术开发、整合大数据资源、发展移动终端、体育场馆智能化、开发智能可穿戴设备等互联网技术手段助力我国体育产业的创新与发展。

关键词:互联网+; 体育产业; 发展路径

中图分类号: G80-05

文献标识码: A

文章编号: 1007-7413(2018)05-0016-04

Research on the Path Choice of Sports Industry Development under the Background of “Internet +”

ZHANG Hua-rong¹, LIU Ming-hui¹, PENG Li-fang²

(1. School of Physical Education, Jimei University, Xiamen 361021, China;

2. School of Physical Education, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

Abstract: Through the methods of documentation and other research methods, the concept and application of “Internet +” was analyzed, and the current situation of sports industry in the background of “Internet +” in China was analyzed. Under the background of the accelerated development of Internet technology, China's sports industry can promote the innovation and development of China's sports industry through virtual technology development, integration of large data resources, development of mobile terminals, intelligent stadiums, intelligent wearable equipment and other Internet technology means.

Key words: “Internet +”; sports industry; development path

随着互联网技术的发展和兴起,各行业和互联网的融合呈现出快速发展的态势。体育和高科技技术相结合使得体育产业获得了更大的发展空间,同时也促进了体育产业科技水平的进步和体育产业经济水平的提高。在政策层面上,国务院于2014年发布了《关于加快发展体育产业,促进体育消费的若干意见》,指导文件为我国体育产业的发展提供了具体的发展目标和政策支持。在互联网快速发展的背景下,互联网与体育产业的融合必将推动我国体育产业的不断创新和发展。本文对体育产业的发展路径进行了探讨和研究,为我国体育产业的优化升级提供了具体的参考。

1 “互联网+”的概念及应用

1.1 “互联网+”的概念

“互联网+”一词是由我国创造的新词,2007年

易观咨询公司提出了“互联网化”这个概念,他们认为互联网将成为水电等社会生活的基础设施,甚至可以建立新的商业发展模式。易观咨询公司第一次在第五届移动互博会上提出了“互联网+”概念^[1]。在2015年的两次全国会议上,腾讯首席执行官马化腾提交了《关于以“互联网+”为驱动,推进我国经济社会创新发展的建议》议案,他呼吁:“我们要持续以“互联网+”为驱动,鼓励产业创新、促进跨界融合、惠及社会民生,推动我国经济和社会的创新发展。”^[2]他的提案很快被政府采纳,李克强总理首先在政府工作报告中提出了“互联网+”行动计划。

“互联网+”作为一个新时代的名词,学者们定义了很多种概念。总的来说,“互联网+”指的是互联网在元素生产中的作用,互联网的思维方式和创新方式在经济和社会各个领域的整合,通过互联网作为

收稿日期: 2018-04-03

作者简介: 张华榕(1994—),男,福建沙县人,在读硕士。研究方向: 体育教育训练学。

刘明辉(1960—),男,福建漳州人,教授,硕士生导师。研究方向: 体育教育训练学。

实现发展实体经济的基础设施和工具,提高实体经济的创新和生产力,形成新的发展形式^[3]。体育产业包含了体育竞赛表演、体育中介服务、体育培训、运动消费、体育旅游、体育装备和服饰等领域,“互联网+体育”是采用现代化的互联网、云计算、物联网等技术,在与传统体育行业进行深度融合的基础上,跨界合作,利用现代信息互联技术促进体育行业的产业升级,进一步形成的体育产业新形态。“互联网+体育”使得传统体育产业在互联网的背景下具有线上线下结合多场景营销社交、用户体验为主、大数据追踪、跨界合作等新的产业特点^[4]。

1.2 “互联网+”的技术应用

“互联网+”主要包括靠大数据、网络、智能终端支持、鹰眼技术等具体应用。大数据是指通过云计算的使用让人们更加便捷地利用数据资源,为自身的决策和计划提供数据支持;网络提供链接使人们更方便和快捷地接触新的事物以达到传播信息的目的;智能终端指的是个人电脑、移动设备(手机)、可穿戴设备和传感器;鹰眼技术可以体现在体育领域的主要是瞬间捕捉人体或者球类的移动,如网球、排球的鹰眼设备的运用,近来也扩展到羽毛球等其他项目中。

1.3 “互联网+”与体育产业

互联网的信息传播速度快、交互性强,可以升级体育产业的输出信息、信息传播和信息存储方式。实现体育产业各个环节之间的信息资源共享,进一步优化体育资源配置,最终提高体育资源的利用效率。

2015年9月17日,国家统计局发布了“全国体育产业统计分类”。1. 体育管理活动;2. 体育竞赛表演活动;3. 体育健身休闲活动;4. 体育场馆服务;5. 体育中介服务;6. 体育培训与教育;7. 体育传媒与信息服务;8. 其他体育相关服务;9. 体育用品及相关产品制造;10. 体育用品及相关产品销售、贸易代理与出租;11. 体育场地设施建设。每个类别都可以通过互联网进行链接和整合,提出了“互联网+”行动计划,是将互联网的作用渗透到体育产业的各个领域,包括制造和销售体育用品,体育赛事的转播、终端运动社区、体育场馆运营、移动体育培训、第三方服务组织等等。“互联网+”可以促进体育资源整合,带动整个体育产业走向科学化、现代化的综合化道路。

2 “互联网+”背景下体育产业的发展现状

随着互联网技术的快速发展和近年来互联网公

司的快速发展,许多互联网巨头已经发现了体育产业的市场潜力。他们纷纷布局体育相关产业,阿里巴巴、腾讯、乐视、新浪都成立了体育事业部门,积极发展和体育相关的智能体育、可穿戴设备、虚拟娱乐产品等等,从以下几个方面,我们可以看到中国“互联网+”背景下体育相关产业的现状。

2.1 体育竞赛表演业

体育竞赛表演是体育产业最主要的部分,其创造的商业价值最大,但我国目前体育竞赛表演业依然采用的是传统的电视转播、现场观赛、网络直播等方式。不过最近几年,体育竞赛表演业也引入了几家互联网巨头,如腾讯体育在2015年与NBA深度合作,成为NBA在中国的独家官方合作伙伴,增加腾讯QQ、互动娱乐、弹幕等衍生业务,实现了线上到线下的互动娱乐模式,由此腾讯体育的影响力得到了极大的提高。然而由于大量非法网络平台的侵权,体育竞赛的直播权遭到极大侵害,严重影响了体育产业的健康发展。

2.2 体育场馆业

体育场馆是我国竞技体育比赛和群众体育休闲娱乐最重要的活动场所,也是体育产业的重要组成部分。体育场馆需要通过出租场地、发布广告等方式获得赢利,如何让体育场馆获得丰厚的赢利以维持运营是众多学者研究的课题,在“互联网+”的背景下,体育场馆业可以和现代互联生态相结合,如广州的公共健身服务平台——“群体通”,用户通过网络和手机APP登录就可以进行场馆活动查询、场馆预定、全民体质检测等信息互动。“互联网+体育场馆”的模式在一定程度上提高了体育场馆的利用率,促进体育场馆往商业发展,解决了用户的信息不对称问题,有力弥补了体育场馆商业服务不足、场地预定信息不透明等问题,有效地提高了场馆的经济收益。

2.3 体育用品业

国际上著名体育企业如尤尼克斯、阿迪达斯,国内如李宁、安踏等企业都通过生产制造体育器具、体育服装等获得市场空间,体育用品业涵盖范围广泛,包括场地设备、运动器材、运动服装等。互联网和体育用品的结合是指通过在体育用品中加入互联网技术使用户及时、准确地获得运动数据,并通过大数据计算为用户提供其他健康服务。目前中国市场上最主要的体育用品智能化是可穿戴设备的应用,美国公司易观国际2013年下半年推出健康腕带和手表,全球共售出160万部。目前市场比较流行的智能用品

有小米手环、华为荣耀手环等,其他的产品还有智能篮球、智能篮球架、智能羽毛球拍、智能跑鞋等。但目前这些智能用品的出货量仍然较少,市场仍然有待开发和挖掘。

2.4 体育传媒业

体育传媒业目前是和互联网结合最为紧密的行业,由于互联网和传媒业具有先天的联系,当前我国体育传媒业较为发达。随着互联网网速的加快、智能手机功能的多样化,人类已经进入移动时代,传统媒体行业遭到了前所未有的冲击和革新。如今,用户主要通过移动电话和互联网访问信息。早在几年前,新浪、腾讯、乐视等互联网媒体就开始对欧洲足球五大联赛、NBA、四大满贯网球比赛进行转播和新闻报道,通过网络通信生成的观众数量远远超过传统媒体。由此可见,未来的互联网传媒业仍然将持续高速地发展,传统媒体只有通过不断地创新,通过和互联网结合才能获得更好的发展。

2.5 体育培训业

传统的体育培训业主要是通过现场教学等方式进行培训,随着互联网技术的推进,在线教育成为一种崭新的学习模式。用户可以通过网络在线学习,获得基本的运动知识和技能,同时虚拟设备和技术的发展也可以让用户在虚拟的网络空间进行技术动作练习,甚至模拟比赛。不过由于体育培训的特殊性,有些项目并不适合进行网络学习。目前互联网和体育培训业的结合仍然处于探索之中,只是简单地停留在培训信息的在线课堂教学、简单的网络互动等方面,发展相对较慢。

3 “互联网+”时代体育产业发展的路径选择

3.1 虚拟技术开发

通过“互联网+”的技术可以提升我国体育产业的发展 and 进步,虚拟技术能够给观众提供更加真实的体现感,腾讯在直播美国 NBA 比赛中就利用了 3D 的虚拟技术,给观众提供了更为直观的现场体验感。同时虚拟技术的开发可以使运动员更高效地完成竞技技术和技战术的训练。美国国家橄榄球联盟的达拉斯牛仔队与虚拟现实体育领域的公司 STRIVR Labs 合作,在未来两年将利用 STRIVR Labs 的虚拟现实技术对球员的竞技战术训练进行观察和模拟。2015 年 5 月,腾讯公司在 NBA 战略发布会中表示将在未来的画面转播中采用虚拟现实技术。目前虚拟技术的

开发过程中还存在一些问题,主要是我国在技术开发上欠缺核心技术人才,导致目前的虚拟技术还不够成熟。我国应该加强人才的培养和技术研发,开发出更加符合运动员和观众的虚拟技术产品。“互联网+”在体育产业中的应用也给人们带来了便利,同时也影响了人们的思维方式。提倡以科技为先导,推动“互联网+”的发展是解决市场竞争激烈的环境下企业生存的关键^[5]。

3.2 整合大数据资源

大数据是一种基于云计算的统计分析。据统计发现,体育观众除了直播之外还有以下需求没有得到满足:比赛回放占 32.5%,精彩镜头回放占 28.3%,技术分析占 18%,技术指导占 9%,场外八卦占 12%。这些数据说明观众除了观看比赛还有更多赛事的延伸需求。同时在比赛中大数据的分析可以使观众观看比赛时更加了解运动员和比赛的情况,增加比赛趣味性。如网球比赛中,球员更愿意把球击打在什么位置,通过数据分析就能统计出来,同时可以辅助运动员在今后的比赛中更了解对手,更明确自己的打法。此外,网络数据传播的大容量性和快速性不仅体现在节目的传送上,还可供人们下载和编辑。比如教练员和体育教师可以下载网上信息,编辑成有用材料用于运动教学等^[6]。

3.3 发展移动终端

截至 2014 年 12 月,我国网民规模达 6.49 亿人,互联网普及率为 47.9%,移动互联网用户数达到 5.57 亿,比 2013 年末增加 5 672 万。2015 年,我国互联网体育月度平均覆盖人数 2.75 亿人,其中 PC 网民中渗透率 54.5%,人均月度浏览时长 52.8 分钟;互联网体育视频平均阅读观看人数 8 000 万人以上,PC 互联网体育用户渗透率 30%,移动体育 APP 在互联网体育用户中渗透率 26%^[7]。这些数据说明我国的移动终端和体育用户群体庞大,移动终端的发展有利于观众在观看比赛的同时更好地参与和到体育比赛的讨论当中,如腾讯在直播美国 NBA 比赛的同时开放了聊天对话功能,观看比赛的观众可以发表个人对于比赛的看法,还可以参与抽奖活动等。由于互联网信息传递的便捷和存储大的特点,互动交流可以促进信息传播,以社交扩散影响力让体育更加全球化的同时降低信息沟通的成本,大量的体育视频和即时互动使观众能够深度参与到比赛中。目前,大量体育类 APP 层出不穷,通过 APP 预定场馆也变得更为便捷,人们可以从网上直接预约场馆,并能提前

了解场馆预约情况,便于及时做出合理的出行安排。网络服务平台的出现有力地促进了移动终端与运动休闲的融合发展^[8]。

3.4 体育场馆智能化

目前,有几个因素限制了我国体育场馆的发展:1. 体育馆硬件设施落后;2. 整体经营概念不强;3. 营销概念落后;4. 没有建立有效的管理机制。场馆的盈利方式主要有体育竞技表演、文艺演出、商务活动、广告等。体育场馆的智能化可以提升场馆的现代技术水平,同时有助于增加收入。2014年五棵松体育馆安装WiFi并在2015年搭建O2O平台。2015年12月,乐视体育宣布将成为五棵松体育馆新的冠名赞助商,在2016—2020年期间,五棵松体育馆将改为“乐视体育生态中心”。

乐视体育的加入一方面是为了将五棵松打造成全球领先的智能化场馆,到2016年支持360度全景/VR实时直播的乐视云将应用于五棵松体育馆,另一方面乐视体育和五棵松体育馆的双方合作将整合线上线下的资源,在体育竞技表演和文艺演出活动上满足大众的文化消费需求,创造新的增值服务。乐视体育的加入可以将场馆体育赛事和演出等线下实时内容高效、清晰地发至线上、户外、广电以及公共媒体等渠道,创造多元化的合作模式。

3.5 开发智能可穿戴设备

传统的体育用品尚未满足人们的多样化需求。2016年1月在拉斯维加斯举办的国际消费电子产品展(CES)上越来越多的科技公司开始在体育技术领域工作。在展会上,安德玛与HTC联合发布了互联健身系统——UA Health Box,用于测量、监测及管理一系列影响人体健康的因素。体育用品巨头New Balance也成立了“数字运动”部门,其与英特尔公司合作研发的智能手表也在展会展出,这让它成为了继耐克、阿迪达斯和安德玛之后第四家进军智能可穿戴领域的运动品牌。之所以很多公司进军智能可穿戴领域是因为智能可穿戴是体育产业发展的重要组成部分,2015年中国智能可穿戴设备市场规模达到125.8亿元。

智能穿戴是应用技术对日常穿戴产品进行的一种智能化设计,和其他终端一起配合使用能达到更好的训练效果。如运动手环Fitbit Charge,其主要功能是在运动中测量步数、距离和卡路里,平时还可以看时间和设置闹钟。运动背心Hexoskin在运动和日常

中可以计量步数和消耗卡路里数,还可以检测到心率、心跳的次数、呼吸的频率和肺活量,以及检测睡眠和睡姿。福建宜准信息科技有限公司通过设计整合,在其产品上增加了运动过程中的数据感知、运动社区的管理以及个人运动管理服务。2014年8月至2015年3月半年的时间,销售总量达到十几万只,同时也拥有了十几万个APP软件的注册用户。2016年,智美体育集团成立了智美运动科技公司,主要业务是智能穿戴、智能健身设备、线上服务平台以及体育O2O和健康云。

4 结语

目前我国体育产业的科技化程度仍然不高,在互联网飞速发展的今天,“互联网+”的特点和可带来的附加值没有得到充分利用。只有把互联网技术和体育产业深度融合起来,新的附加值才能够更快地创造出来。我国体育产业选择路径应该是大力发展体育大数据、将体育场馆智能化与赛事转播相结合、增加线上线下的球迷互动等。只有充分利用互联网的优势,结合我国体育产业的实际情况,我国的体育产业才能发展得越来越好。

参考文献

- [1]王振,李伟.“互联网+”新业态与新商业模式研究[M].上海:上海社会科学院出版社,2015:6-7.
- [2]马化腾.关于以“互联网+”为驱动,推进我国经济社会创新发展的建议[R].北京:全国两会,2015.
- [3]张森木.互联网+体育产业发展战略研究[J].体育文化导刊,2016(3):121-124.
- [4]张榕林.“互联网+”背景下“智慧场馆”的路径选择[D].北京:首都体育学院,2017.
- [5]颜小燕.“互联网+”促进体育产业创新驱动发展及其策略[J].体育与科学,2017,38(6):67-72.
- [6]潘国斌.互联网在体育产业中的应用及前景[J].武汉体育学院学报,2001,35(4):19-21.
- [7]远志.图说:2015年的中国“互联网+体育”用户[EB/OL].(2015-12-09)[2018-03-20]<http://www.8264.com/viewnews-105127-page-1.html>.
- [8]左伟,李建英.论“互联网+”体育产业的内涵、特征及呈现方式[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2016,39(5):140-144.

[责任编辑 江国平]