

移动社交对促进业余网球运动发展的实证研究

——对厦门市网球e族QQ群的调查

练光祥¹, 江国平²

(1. 集美大学体育学院, 福建 厦门 361021; 2. 集美大学学报编辑部, 福建 厦门 361021)

摘要:采用文献资料、访谈、问卷调查和逻辑分析等方法,对厦门市网球e族QQ群的球友进行调查,客观分析了当前移动社交网络平台对网球运动发展的作用。研究表明:近几年,厦门业余网球运动发展较快,但客观存在着诸如场地少且使用不均、比赛机会少、约球交流缺乏等问题,而移动社交网络平台的出现,适时地弥补了这些影响网球运动进一步发展的因素,加强了网球爱好者之间的交流,自发组织的比赛大大增加,同时还可以利用网络社交平台促进网球产业以及其他产业的发展。

关键词:移动社交;网球运动;业余;体育产业

中图分类号:G845

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2016)04-0046-05

On the Influence of Mobile Social Communication to Amateur Tennis Development: Investigation of Xiamen City Tennis e QQ Group

LIAN Guang-xiang¹, JIANG Guo-ping²

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

2. Editorial Department of Jimei University Journal, Xiamen 361021, China)

Abstract: Documentations researching, interviewing, questionnaire, logical analysis and other some methods are used to make a survey on the Internet surfers of QQ group in Xiamen and to analyze the influence of mobile social communication to amateur tennis development. Researches show that in recent years tennis sport develops rapidly in Xiamen but some problems also exist such as sites lack, few competition opportunities, unfair usage and communication lack between amateurs. The appearance of mobile social communication makes up the negative elements to tennis sport development to some extent and offer people more opportunities of arranging competition voluntarily to enhance their communication. Meanwhile, apart from tennis, mobile social communication will also benefit the development of other fields.

Key words: mobile social communication; tennis sport; amateur; sports industry

近几年,厦门业余网球运动发展较快,网球不仅能给人带来强魄的体格,而且能够修身养性,促进人们和谐相处。然而诸如网球运动参与者缺乏相互约球渠道、各参与者成小群体分散等原因,在一定程度上制约了网球运动更好地发展。而近年来移动社交网络平台如QQ群、微信群等的出现,成为一个很好促进业余网球运动发展的契机。通过移动社交网络平台对业余网球运动的发展进行研究,能进一步深入了解移动社交这个新兴平台对网球运动发展的实质性作用,有利于增进业余网球运动参与者之间的联络、交流,更好地促进网球运动在群众中的开展,促进

网球这个新兴产业的蓬勃发展。

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

厦门市“网球e族”QQ群里的球友共135人。

1.2 研究方法

1.2.1 文献资料法

在论文题目的确定和论证过程中,通过学校图书馆、中国知网和中国期刊网等,查阅有关网球运动和移动社交的相关文献,为课题研究提供理论基础。

1.2.2 访谈法

通过对厦门市网球协会会长、厦门市网球私人教练和专家的访谈,听取他们对课题的意见及建议,了解厦门市目前网球发展概况。通过对 QQ 群内成员的访谈了解移动社交在参与者中的作用和他们对移动社交这个新平台的期望。

1.2.3 问卷调查法

在“通仙杯”网球赛期间,对厦门市网球 e 族 QQ 群的成员进行问卷调查,了解网球参与者对移动社交的使用情况及建议。发放问卷 135 份,回收 127 份,无无效问卷,有效回收率为 94 %。

1.2.4 数据统计法

对回收的问卷进行分析、统计,为研究提供数理依据。

1.2.5 逻辑分析法

根据收回的问卷和访问结果,结合实际情况,运用逻辑分析法分析厦门市网球 e 族 QQ 群的发展情况。

2 结果与分析

2.1 厦门市业余网球运动发展现状

2.1.1 厦门市业余网球运动发展现状

近几年,李娜在法国网球公开赛和澳大利亚网球公开赛上的夺冠,在一定程度上激发了人们参与网球运动的热情,北京网球公开赛、上海大师赛等一系列高规格的赛事在我国举办,网球作为一项新兴运动项

目在我国发展迅猛。作为沿海城市的厦门,网球运动也呈现蓬勃发展的态势。通过走访厦门市网球协会会长了解到:目前厦门市网球运动的发展已初具规模,业余网球运动的发展在全国范围内属于中上水平。目前厦门已经举办过 WTA 女子巡回赛、ATP 国际青少年网球排名赛等一系列专业网球比赛;每年都会举办“通仙杯”网球赛、“电信杯”网球赛等业余网球比赛;在槟榔小学、前埔小学、集美小学、同安小学、双十中学、少体校、厦门理工学院、集美大学等中小学以及高等院校都有设立网球兴趣班或网球选修课,符合学校体育发展的趋势。由此可见,不论是专业赛事、业余赛事或者校园网球运动的发展,厦门市的网球运动都已经初具规模,也已经形成了一个较为完整的体系。而网球运动年龄跨度大,可从五六岁到七八十岁,甚至更长,这样的运动生命是很多运动项目所缺少的,并且它具有娱乐性、竞技性、实效性的特点^[1]。

在收回的问卷中,厦门市业余网球参与者男性 95 人,女性 32 人,男女比例接近 3:1。年龄结构相对合理,各个年龄段的人都有,且分布均匀。从表 1 可以看出,18—30 岁的有 34 人,约占总数的 27 %;31—40 岁的为 41 人,约占总数的 32 %;41—50 岁的有 29 人,约占总数的 23 %。从表 1 中可以清晰地看出,在厦门市网球运动参与者中,年龄分布广,青壮年参与人群较多,幼年、老年也占据一定的比例。厦门市网球运动群众基础好,男女老少都喜欢参与。

表 1 厦门市业余网球参与者年龄结构表

年龄	18 岁以下	18—30 岁	31—40 岁	41—50 岁	50 岁以上
人数	10	34	41	29	13
比例/%	8	27	32	23	10

从表 2 可以看出,厦门市网球运动参与者的球龄主要集中在 5 年以上,说明网球运动在厦门发展已初具规模,且有着较高的普及度。网球运动初学者上手较慢,QQ 群中球友一般能够对打,可是球龄 2 年以下的有 29 人,约占总数的 23 %,说明近几年厦门业余网球运动发展较快,每年有很多新的人员参与到网球这项运动中来。

表 2 厦门市业余网球参与者球龄结构表

球龄	2 年以下	2—5 年	6—8 年	8 年以上
人数	29	26	31	41
比例/%	23	20	25	32

综上所述,厦门市业余网球运动已经进入稳步发展的阶段,网球运动参与者的职业范围广泛,涉及到中小学生在、职员工以及退休老年人,球龄结构、性别

结构趋于合理化。这充分说明厦门市业余网球运动发展前景良好。

2.1.2 厦门业余网球运动发展的制约因素

近些年来,网球运动在厦门发展呈现出日益良好的趋势,参加网球运动的人群逐渐增多,已经成为了深受大众喜爱的运动。但是就是这样深受大众喜爱的运动项目也存在着一些制约其继续快速稳步发展的因素。通过对厦门市网球 e 族 QQ 群的成员进行调查,从图 1 可以看出,目前制约厦门市网球运动的发展因素有如下几点:1) 专业从事网球教练工作的人员水平参差不齐,消费虚高。2) 虽然近些年新建不少场地,但有的网球场分布在各高校、俱乐部、宾馆、高档小区内,场地使用情况不乐观,本来场地就比较紧缺,但还有场地没派上用场^[2]。3) 业余比赛较少,实战机会匮乏。4) 有 106 位(占 83 %)球友认为组织分散,相互间约球交流机会较少,约球机会少成为了球友反映最突出的问题,也是目前制约厦门市网球运动发展的主要因素。

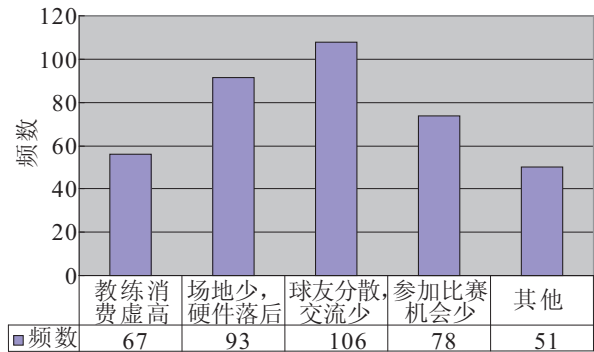


图 1 影响厦门市网球运动发展的因素图

2.2 移动社交平台的发展

2.2.1 新兴的移动社交网络平台

从名人社交到大众“约跑”,无不体现移动社交网络平台的作用。移动社交网络主要是通过手机、iPad 等各种移动通信设备在虚拟网络空间里形成人际关系网络。移动社交网络目前是世界上最受欢迎、发展最快的互联网服务形式^[3]。移动社交网络平台以真实人际关系为基础,拓展虚拟网络人际交往,扩充了人们的交际圈,加强了相互间的交流。以腾讯 QQ、微博、微信(朋友圈)等为代表的新一代移动社交网络平台越来越受到大众的欢迎,在大众中有着较高的使用率。移动社交网络平台的出现,适时成为了改变目前厦门市网球运动发展中场地使用不均、球友分

散、相互间交流少这一主要制约因素的良好契机。

2.2.2 移动社交网络平台的功能、特点

移动社交依托网络构建平台,加速了人们之间的交往,冲破旧有通讯方式的时空局限性。作为互联网发展历程中的变革性产品,社交网络一度改变了人们的沟通方式和信息传播渠道。伴随着移动社交的应运而生,社交方式又将迎来新的颠覆性转变^[3]。移动社交网络平台呈现出沟通速度快、不受时空限制、交际面广、传播范围大等鲜明特点,深受大众的喜爱。

现代“移动社交”网络平台主要分为熟人社交、陌生人社交、多维化社交。熟人社交是传统移动社交方式最主要的实现形式,它是指相互熟识的用户之间的交际往来,是用户运用一定的方式(工具)传递信息、交流思想,以达到某种目的的社会活动^[4]。陌生人社交,用户多为互不相识,通过移动互联网形成新的社会关系^[4]。多维化社交是指用户好友既包括通讯录上的熟人,又可以通过移动互联网结实新的朋友^[4]。这种结合了熟人社交跟陌生人社交的新型社交网络平台更受大家的青睐,陌生朋友将会逐步转变为熟人关系。厦门市网球 e 族 QQ 群就是这样的一个先熟人后多维化的社交群体。

2.3 移动社交平台对业余网球发展的影响

2.3.1 移动社交与网球运动的有机结合——以厦门市网球 e 族 QQ 群为例

厦门市网球 e 族 QQ 群是移动社交平台与网球运动有机结合的一个产物。通过对群主的访问得知:厦门市网球 e 族 QQ 群是通过厦门市网球协会举办的“通仙杯”比赛为媒介组建的 QQ 群,群里的成员再将自己原本熟人社交中的朋友推荐到 QQ 群中来,使群里既有之前本就认识的朋友,又有新认识的朋友,通过交流活动不断扩充新成员加入。这样就形成了以熟人社交为基础,以陌生人为补充的新型多维化的社交平台。由于是建立在熟人社交的基础上,所以大家相互之间的信任感也比较强,在这个平台上进行约球交流也相对比较简单。

2.3.1.1 球友之间的交流增加

通过对网球运动参与者的个别访问,得知在移动社交网络不普及的时候,网球运动爱好者只能在熟人社交这样相对狭隘的圈子里进行交流,练球的机会相对比较少,还经常出现约不到人、订不到场馆等问题而被迫取消本就少有的练习机会。球友们加入厦门网球 e 族 QQ 群后,球友之间只要在群里约个具体的时间和地点,在时间上合得上的球友就可以相约一起

打球,一定程度上避免了原来单个熟人社交群体中因个别人时间原因不得已而取消本就少有的交流机会的情况。

通过图2我们可以清晰地看出网球e族QQ群组建前后,网球运动参与者在一个月内参与网球练习次数的变化:在网球e族QQ群组建前,大部分网球运动参与者由于各种原因每月练习次数均在6次以下,平均每周一次左右。而厦门网球e族QQ群出现

后,促进了网球运动参与者之间的联系,大部分运动参与者每个人每月练习次数都在8—10次以上,基本保证每周至少2次,每月练习次数在8—10次以上的人数也有明显的增加。由此可见,网球e族QQ群的组建,很好地克服了影响厦门市网球运动发展因素中群体分散、交流较少这一不利因素,推动了厦门市网球参与者之间的相互交流互动,促进厦门网球运动的发展。

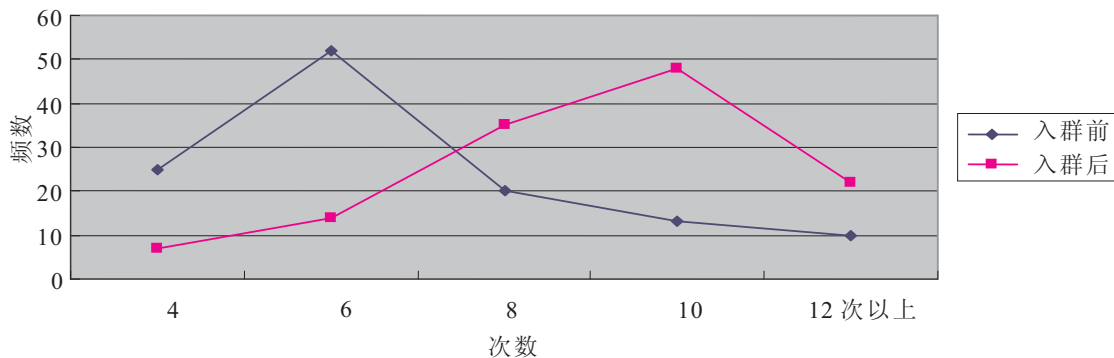


图2 厦门网球e族QQ群组建前后每月练习次数对比图

2.3.1.2 场地使用不均情况改善

移动社交网络没普及时,会出现这样的情况:体育中心、工人体育馆等相对集中的网球场馆经常人满为患,而一些高档小区、健身俱乐部、机关事业单位的场地有时连双打的人都凑不齐,本来场地就比较紧缺,可有的场地还没派上用场。而厦门网球e族QQ群是成立最早、厦门网球爱好者人数最多的一个群,吸引了大部分网球场馆的管理者也加入群,推广自己的场地,发布实时场地信息,网球爱好者也自觉发布自己的情况,只要有时间打球的球友都能在QQ群里知道哪个场地人多,哪个场地还缺人。网球场馆使用不均的情况大大改善。

2.3.1.3 球友自发组织比赛,参赛机会增多

网球爱好者参加比赛和各阶段水平的球员交流,是网球爱好者提高运动水平和继续参与运动的动力,才会在以后的练习中更有激情,形成良性循环。可是厦门每年举办的业余网球比赛很少,所有人都能参加的比赛只有“通仙杯”网球赛,几年前举办的“电信杯”网球赛现在也停了。针对这种情况,QQ群群主每月组织一次网球比赛,每逢单月组织单打,双月组织双打。比赛时间、地点、业余等级、可报名的对数等信息在QQ群发布,球员自愿报名,双打自己找搭档。采用信任制,现场抽签分组比赛,有时球员还会带上

一些家里的特产作为比赛的奖品,比赛的场地和比赛用球费用大家均摊。每次比赛,大家的积极性都很高,提前订好搭档,比赛经历和参赛机会增多,形成良性循环。

大部分人都对网球e族QQ群的出现表现出了欣喜的态度,并很好地肯定了网球e族QQ群在促进球友之间相互交流、联系的作用。同时他们也提出了一些建议,希望厦门网球协会能够多成立类似的网球e族QQ群网络公众平台,加强网球组织管理者和运动参与之间的联系,更大地发挥厦门网球协会的作用。

2.3.2 “移动社交”平台对网球运动发展的拓展

体育产业是促进城市持续、快速、健康发展的重要动力^[5]。我国网球市场起步较晚,这使我国网球市场发展有其一定的“劣势”,但也有“后发优势”。所谓“后发优势”就是后起者可直接引进、吸收和利用先行者所创造出来的诸多成果和经过长期积累的成功经验,在较短的时期内实现某种跨越,而不必样样从头开始,重蹈先行者的弯路^[6]。在网球运动发展较快的国家,早期网球运动的发展是依托网球运动培训学校,教练员匮乏,专业场地少且不好预约,网球产品必须通过实体店购买等一系列不利因素。而随着网络时代的到来,移动社交网络平台被越来越多的

人所接受和使用,网络平台成为了一个很好的改变旧有模式的平台。中国网球运动的发展又刚好遇上网络时代的迅猛发展,可以有机地将网络平台与网球运动发展结合。从网球用品、网球赛事到网球培训市场都是一块巨大的市场^[6]。面对这样一个巨大的商机,可以发挥网络平台的优势,促进网球产业的发展。通过网络平台进行网球运动用品的销售,打破了原来实体店的局限。教练员也可以在网络平台上进行注册,有助于提高教练员的知名度,以及方便网球运动参与者对网球教练员的选择。同时各网球场馆也可以依托移动社交网络平台开发网上场地预定系统,网球运动参与者可以通过场地预定系统清晰地了解各个场馆的信息,可以有效地克服原有电话预定和现场预定的诸多不便。

网球运动不仅是一项运动,更是一种产业文化^[7]。“微店”是一个借助移动互联网,将消费者、品牌和零售商共同连接起来、共同建设和成长的平台^[8]。微店也是依托“移动社交”网络平台兴起的一种新型的销售方式。目前我们所见的 QQ 空间、微信朋友圈当中就有很多人利用这样的平台进行商品的销售。通过调查访问得知,厦门市网球 e 族 QQ 群人员来自全国各地,已经有部分成员在群里销售网球用品和自己家乡特产,由于大家彼此之间通过网球运动结识,相对信任,通过网球 e 族 QQ 群的销售量也相对可观。由表 3 可以看出,大部分网球运动参与者,绝大部分都会选择购买球友中所销售的一些物品。由此可见,厦门市网球 e 族 QQ 群这样的“移动社交”还可以进行微店的开发和利用,且效果可观。

表 3 是否愿意购买球友商品调查结果表

态度	不愿意	愿意	很愿意
人数	12	87	28
比例/%	10	69	21

3 结论与建议

3.1 结论

如今移动社交网络平台发展迅猛,移动社交网络平台与网球运动的有机结合,一定程度上缓解了制约

厦门市网球运动发展的主要因素。使球友之间的交流联系增加;场地使用不均情况改善;球友自发组织比赛,参赛机会增多;而且还促进了网球用品和其他产品的销售。所以,移动社交网络平台与网球运动的有机结合,是新时期网球运动发展的必然趋势,依托移动社交网络平台可以很好地促进网球运动的发展。此外,还可以依托移动社交网络平台开发商品的销售,增加就业机会,促进运动发展的同时还可以促进经济的增长。

3.2 建议

希望厦门网球协会能够开发比网球 e 族 QQ 群更高层次的网络公众平台,加强网球组织管理者和运动参与者之间的联系,加强运动参与者之间的交流;教练员也可以在网络平台上进行注册,有助于提高教练员的知名度,以及方便网球运动参与者对网球教练员的选择;同时各网球场馆也可以依托公众平台开发网上场地预定系统,网球运动参与者可以通过场地预定系统清晰地了解各个场馆的信息,可以有效地克服原有预定场馆的诸多不便。

参考文献

[1] 颜景昕,朱晓东. 网球项目在我国的发展现状和对策研究[J]. 现代商贸工业,2014(20):87-88.

[2] 谭本波,张孝禄. 成都市业余网球联赛发展研究[J]. 运动,2014(10):39-40.

[3] 张利,王欢. 我国移动社交网络服务的发展现状与方向研究[J]. 现代情报,2012,32(11):68-77.

[4] 李媛. 国内移动社交产品的用户体验设计研究[D]. 昆明:昆明理工大学,2013:16-20.

[5] 蒋良骏. 体育产业促进南京城市发展的对策研究[D]. 南京:南京航空航天大学,2005:1-2.

[6] 关学雷. 对我国网球市场发展的分析[J]. 渤海大学学报(自然科学版),2006,27(3):284-286.

[7] 闫亚新. 我国体育运动的商业价值研究——以网球运动为例[J]. 价值工程,2012(21):322-323.

[8] 杨柳. 微店发展趋势探析[J]. 才智,2015(5):17.

[责任编辑 江国平]