

浅析“互联网+”趋势下我国体育产业发展新路径 ——以乐视体育为例

张婉 李晓东

(湖南大学体育学院, 湖南省长沙市, 410000)

摘要: 近两年来, “互联网+”的概念异常火爆, 诸多产业纷纷走上了“互联网+”的道路, 其中就包括体育产业。我国的体育产业还处于传统产业的阶段, 发展水平不高, 增长速度趋于平缓, 发展动力不足, 很有必要通过“互联网+体育”的方式, 深度融合资源, 带动相关产业的共同发展, 做到多赢。乐视体育是我国“互联网+体育”的探索者, 其积极的实践带动整个产业向着良性方向发展, 但是, 由于产业问题根深蒂固, 我国“互联网+体育”还有很长一段路要走。

关键词: 互联网+ ; 体育产业 ; 乐视体育

中图分类号: G8

文献标识码: A

1、“互联网+体育”为何物

21 世纪可以说是互联网的世纪, 网络充分发达, 手机等移动网络终端不断的更新换代, 人们接触互联网越来越便利, 获取资源和发表意见成了“举手之劳”, 但是, 对于互联网的作用, 人们有更大的期待。2012 年, 易观国际董事长于扬首次提出了“互联网+”的概念; 在这个概念沉寂了两年之后, 2014 年, 李克强总理在世界互联网大会上强调用互联网来作为中国经济的“新引擎”, 再次点燃了大家对于互联网的探索热情, 紧接着, 在 2015 年 3 月的十二届全国人大三次会议上, 李克强总理首次在政府工作报告里提出了“互联网+”行动计划, “互联网+”成为了一项国家级的战略。

“互联网+”是指充分利用互联网优化和集成社会资源配置中的作用, 将互联网的创新成果深度融合于各个传统领域之中, 提高整个社会的生产力以及创新能力, 铸就一个更加广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新态势。[1]因此, 具体的说, “互联网+”其实就是“互联网+传统产业”, 是用作为新兴事物的互联网与传统的产业深度结合, 充分发挥互联网的优势和传统产业成果积淀, 以实现资源的优化配置, 救活传统的产业, 创造更多机会, 塑造新兴的产业。“互联网+”已成趋势, 任何产业想要稳定发展, 不被时代淘汰, 都一定要借助“互联网+”的力量。

从图一我们可以看出, 我国体育产业的发展在 2006 年以来稳步增长, 2009 年因为北京奥运会的余热效应而增长率达到峰值, 但在 2010 年以来增长趋于平缓, 体育产业发展的动力不足; 而就体育产业增加值来看, 中国体育产业虽然发展已久, 但是规模和产业效益不高, 于是, 一场体育产业的转型迫在眉睫。

中国体育产业增加值

(图一) 中国体育产业增加值¹

在各个产业争相拥抱“互联网+”的同时，体育产业也兴起了“互联网+体育”的热潮。“互联网+体育”并不是平常所理解的简单的互联网和体育相加，而是利用互联网技术，充分结合互联网和体育产业线上线下的资源，打造出一种新型的生态平台。因为体育产业在广义上可以分为“”“体育服务业”“体育用品”“其他”三部分，所以“互联网+”的融合也是要细致到三部分的具体实践。²

2、乐视体育的“互联网+”新路径

不仅仅传统产业能在“互联网+”的浪潮中受益，互联网也通过与传统产业的深度融合而由线上扩展到线下。于是，互联网也纷纷拥抱传统产业，成功范例有电子商务等等。而就体育产业而言，互联网公司向体育产业伸出橄榄枝早已有之，在早期，门户网站如网易、新浪或者腾讯等等自页卡分区开始，就已有了体育页卡，专门上线体育新闻。随着网络直播的兴起，在线体育直播成了热门，但是这些都称不上是“互联网+体育”的具体实践，而只是互联网的应用。真正做到“互联网+体育”的是近两年来乐视体育、阿里体育和虎扑体育的“互联网+体育”布局，尤以乐视体育的“互联网+体育”最为典型。

之所以说“互联网+”是一种深度融合，是因为“互联网+”要深入到体育产业的每一个环节，无论是服务、产品还是其他。因此，乐视体育的核心是基于“赛事运营+内容平台+智能化+增值服务”的垂直生态链，这也意味着，乐视体育必须打通上自内容 IP，下至 2C 服务的体育消费全产业链。[2]而具体总结起来，乐视“互联网+体育”的布局有以下几个组成部分：

2.1 围绕体育场馆，打造全球领先的智能场馆服务系统

在体育场馆方面，乐视体育冠名了北京五棵松体育馆，成为国内首家互联网公司冠名的体育场馆，乐视体育希望借由这个新冠名为“乐视体育生态中心”的体育馆，打造出一个智能化的体育中心。而具体方式就是充分利用互联网的便利性，大数据的精准定位和线上线下的资源，提高场馆利用率，便利观众关注赛事或者演出，开发周边产品。此外，还开发专门的 APP 方便观众购票和关注比赛信息。观众们只要一打开 APP 就能收到精准推送的赛事信

¹ 图片来源于易观智库，转引自搜狐公众平台：<http://mt.sohu.com/20150827/n419863221.shtml>

² 关于体育产业的分类，众说纷纭，有按照产品和劳务生产方式分类的，也有按经营管理体制分类，本文为了“互联网+体育”的描述更加直接明快，将体育产业分为服务业、用品和其他三部分。

息，轻轻一点就可以方便选座购票，还可以方便快捷的购买食品并送到自己的位置，此外，场内快捷的网络也使得在观战当中收看回放，与其他观众互动，而 VR 技术使得不在现场的人们仿佛置身于运动场中，可以说，这样的场馆是真正做到了通讯网、互联网和物联网三网的融合，也改变了五棵松体育馆闲置的状况。

2.2 拒绝盲目抢版权，采用大数据精准细分观众

在过去，争夺体育赛事的独家版权是非常高昂的，如果不购买版权，就会损失掉忠实的用户，所以互联网公司不得不忍痛购买大量版权。而现在，借由“互联网+”，通过用户的收看习惯，乐视体育能够精准的定位用户的偏好，不再大量购买版权，而是想办法取悦细分领域的观众，通过精准的推送来满足用户的需求。“据了解，乐视拿到 121 项赛事的版权，其中超过一半是细分领域的比赛。”[3]具体来说，其战略就是不仅要有“点”，还要有“面”。点就是有大量观众喜爱的热门赛事，比如说世界杯、NBA 等版权；而面就是部分观众喜欢的小众赛事，比如说冰壶等，精准的推送给喜欢这类运动的观众，提高收视效果。

2.3 打造智能运动装备和设备

在线下，乐视体育也将重点放到了周边产品，即智能运动装备和设备上，比如说乐视体育与飞鸽公司合作的产品——智能自行车，这是乐视体育的首款智能产品。乐视智能自行车整合了包括指纹传感器、地磁传感器、光线传感器、霍尔传感器、陀螺仪、紫外线传感器、心率传感器、温度湿度感应器和电子罗盘等等实用的智能设备。在使用过程中，能随时感应使用者的身体状况，行驶里程还有路面状况，把这些线下的资源全部显示在显示屏中，既提醒使用者，也能通过这些信息，配合绑定的 APP 来给出合理的出行和锻炼建议。这样的智能自行车就不仅仅是一辆自行车，而是一个导航仪，一个心率测试机，一个温度计... 所有出行需要的信息，全部都在小小的屏幕里。

2.4 O2O 培训，方便民众健身

所谓的 O2O 培训，就是我们通常所说的（online to offline）培训，是一种整合了线上和线下培训资源的培训方式，他包括两种模式：第一种就是类似于在线学习，或者叫网校，民众可以通过互联网平台获得想要的运动视频、运动建议，甚至可以专业教练视频陪练；第二种就是通过互联网平台，整合所有线下教练的信息，包括擅长领域、评价等等，民众只需要轻轻一点，就能够预约教练进行体育锻炼。这两种模式也是统一于一个平台，民众可以自主选择。乐视体育同样重视这方面，把他视为整个生态平台中所必不可少的一环内容。

3、乐视体育的“互联网+”发展启示

可以看出，乐视“互联网+体育”充满诚意，从线上到线下，从体育服务到体育产品都进行了大变革，资源整合也在大张旗鼓的进行，打造的这个开放的生态平台几乎让我们轻松的获取体育产业的一切信息、服务或者产品，也因此收获了巨大的成功。在 2015 年 5 月，此时的乐视体育仅仅才成立了一年，就估值高达 28 亿元，且获得了 8 亿元人民币的融资，创下了我国体育产业估值还有融资额度的“双冠王”。

但是，由于我国体育产业的发展模式问题根深蒂固，产业构成也不合理，再加上发展速度不高，始终处于初始水平，乐视体育的前景仍面临着巨大的挑战。“产业链是个无比庞大的系统工程，单靠（乐视）一家新兴公司很难完成...”[4]而张森木则提出了一个观点：“在这么一个充满着机遇还有挑战的时代里，运用‘互联网+’构建一个体育产业平台生态圈，营造包含着赛事、健身、休闲...等为一体的社交平台，培养并促进体育产业消费市场的发展，然后反哺竞赛表演、体育用品、场馆运营、健身休闲...”[5]诚如他们所说的，乐视体育的

实践可谓是“互联网+体育”实践的弄潮儿、引路人，但是体育产业要想良性快速发展，要想带动相关产业，就不能只靠这么一家公司去做，而必须要组建这么一个生态平台。朝着这个目标，我们还有很长一段路要走，比如说：降低市场准入机制；改变部分不适应时代要求的体育管理体制；平台资源公开共享和完善相关法律法规等等。但是，中国体育产业的未来是光明的，在与“互联网+”的深度融合下，我国体育产业终将成为社会主义建设和经济发展的重要推动力，成为民众满意的一项事业！

参考文献

- [1] 马化腾等. 互联网+国家战略行动路线图[M]. 北京: 中信出版社, 2015:18-21.
- [2] [3] 新浪科技互联网页卡: <http://tech.sina.com.cn/i/2015-05-18/doc-iawzune5737551.shtml>
- [4] 《“互联网+体育”格局谋变》中国经济信息[M], 2015 总第 540 期.
- [5] 《“互联网+”体育产业发展战略研究》张森木. 体育文化导刊[M], 2016 年 6 月第 3 期.

The new path of sports industry in China is based on the trend of “Internet plus”--take Letv sports for example

Wan Zhang Xiaodong Li

((Hunan University, Changsha /Hunan, 410000)

Abstract: In the past two years, the concept of “Internet plus” has become so popular that many industries have embarked on the path of “Internet plus”, including sports. Sports industry of our country is still in the stage of the traditional industry, the development level is not high, growth is stabilizing, development dynamics is insufficient, it is necessary, by means of “Internet + sports” depth fusion resources, common development in related industries, to do more to win. Letv sports is “Internet + sports” explorer in China, its positive practice driving the development of the industry toward a positive direction, however, due to the industry problems deeply, “Internet + sports” in our country still has a long way to go.

Keywords: Internet plus; Sports industry; Letv sports

作者简介（可选）：

姓名：张婉

性别：女

就读学校：湖南大学

就读专业：体育人文社会学

硕士类型：学术型硕士

入学年份：2014.09

导师：李晓东