

体育赛事网络直播平台的多元变现方式探析

朱小茜

(湖南大学, 湖南省、长沙市, 410000)

摘要: 为了消化高昂的赛事版权费用以及运营成本, 除了基础的网络广告收入以及用户付费直播外, 我国的体育赛事网络直播平台如今也积极的探索其他变现方式, 为用户提供多元服务的同时增加平台收入。

关键词: 变现方式; 装备售卖; 体育旅游; 体育游戏

中图分类号: G8 **文献标识码:** D

用户付费观赛是近年来我国的体育赛事网络直播平台大力推行的变现方式, 在支付手段便捷、赛事网络直播质量改善、用户付费意愿开放等多重因素的综合作用下, 付费观赛取得了不错的成果。不过对于高昂的平台运营成本依旧是杯水车薪。因此, 为了降低平台的运营压力, 我国的赛事网络直播平台结合用户需求, 推出了售卖体育装备、体育旅游、体育游戏等多种服务。这些服务的提供为体育赛事网络直播平台探索多元变现方式, 增加平台收入提供了重要渠道。

一、售卖体育装备及赛事周边

通过平台的线上社区和线下社交活动聚拢用户, 再将用户流量导入到平台拥有的线上商店, 进而鼓励用户购买平台所运营的产品, 这是各赛事直播平台进行体育装备及赛事周边售卖的主流方式。

腾讯体育推出了“腾讯体育专营店”, 店内主要售卖运动服饰、鞋帽等运动装备以及NBA 花样周边产品。值得一提的是, 其线上商店并未内嵌在腾讯体育官网, 而是依托国内知名电商平台——京东商城运营。不过, 其导流的主要渠道依然是通过腾讯体育社区。腾讯官方会经常在社区内的“生活—运动装备”板块发帖, 通过对球衣、球鞋等的介绍来推广“腾讯体育专营店”售卖的商品, 帖子底部并附上商店的链接。看到产品推介的用户既可以在社区内发帖咨询产品的详细特性, 也可以直接点击链接进店购买, 方便快捷。

与“腾讯体育专营店”运营模式类似的还有乐视体育的线上商店。乐视体育的早期的线上商店“乐视体育商城”在2017年初曾拥有独立域名“mall.lesport.com”, 作为独立的网站存在。乐视爆发资金链断裂事件后, 乐视体育商城进行了相应整顿, 为了压缩成本, 撤掉独立的网站商城, 转而进入天猫和京东, 分别成立“乐视体育(天猫)旗舰店”和“乐视体育运动(京东)旗舰店”, 主营足球、网球领域的运动鞋服。

与腾讯体育和乐视体育通过线上旗舰店售卖运动装备的方式不同, 新英体育虽然也进行赛事周边产品的售卖, 但并不通过线上商店售卖。准确讲, 新英体育并没有线上商城, 其运动装备和赛事周边的售卖, 是通过会员秒杀等形式, 作为会员福利实现的, 其目的更多的在于会员培养。在新英体育官网可以看到, 其会定期开展会员活动, 推出一部分超值商品进行售卖, 只有成为新英体育的尊享会员, 才可以参与商品的低价购买。这一商品售卖形式有助

于增加会员的黏性和忠诚度，对于新英体育的长远发展还是十分有利的。

二、组织体育旅游

体育产业是极具增长潜力的产业，旅游产业则是蓬勃发展的朝阳产业，两者结合后，便是发展前景广阔的“体育旅游”。据世界旅游组织发布的数据显示，近年来，体育旅游以每年14%的速度增长，是全球旅游市场中增长最快的细分行业，超过旅游产业4%至5%的整体增速。2020年，全球体育旅游市场规模更是有望突破4000亿美元。正是在这一背景下，国内的赛事直播平台将目光对准体育旅游，与专业旅行机构合作，为平台用户提供定制化的体育旅游服务，在增强用户粘性的同时获得一定收入。

其中，最具代表性的是掌握英超赛事资源的新英体育。英超是世界上发展最成熟的足球联赛之一，凭借其独特魅力吸引了世界各地的众多球迷，国内电视台早年对英超的转播为我国培养了一大批英超球迷。早在2015年，知名足球调研机构Premier League Season Review和Repucom联合发布的球迷报告就显示，全球英超球迷数量约有12亿，中国则拥有最大的英超球迷群体，总数量达到了1.7亿。这些球迷大多集中在广东、北京、江苏、浙江、上海等经济发达地区，不仅受教育程度高，而且拥有较强的消费能力。作为英超在大陆地区的重要转播商，新英体育的直播平台上便汇聚了一批这样的优质付费用户，考虑到球迷了解国外足球文化以及现场观赛的强烈愿望，新英体育联合英国旅游局，与铁杆体育、托酷迈客体育等旅行机构合作，推出了为球迷量身定制的“足球朝圣之旅”。

足球朝圣之旅的行程设计，不仅仅限于现场观赛，还包括探访训练基地，参观俱乐部荣誉室、体验球迷酒吧等，力求让球迷多角度感受国外的足球文化。这一设计备受球迷欢迎。据2017年10月新英体育联合英国旅游局发布的《新英球迷朝圣报告》显示，在受访的4万余名新英体育付费用户中，约有75.6%的球迷已经参加过朝圣之旅，而非会员以及尚未进行现场观赛的球迷，也对朝圣有较强需求，约有97.3%的球迷表示有条件的话也会选择在现场观赛，近距离感受主队文化。由此可见，随着国民经济收入的提高，我国的体育旅游市场会迸发出更大的发展潜力。

三、开发体育游戏

近年来，《阴阳师》、《王者荣耀》等手游的风靡，给我国手游市场注入了一股强劲活力。据中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会(GPC)、伽马数据(CNG 中新游戏研究)、国际数据公司(IDC)联合调查发布的2017年度上半年中国游戏产业报告显示，2017年1-6月，中国游戏用户规模5.07亿人，同比增长3.6%，中国游戏(包括客户端游戏、网页游戏、社交游戏、移动游戏、单机游戏、电视游戏等)市场实际销售收入达到997.8亿元，同比增长26.7%。其中，中国移动游戏用户数量4.35亿人，同比增长7.5%，2017年1-6月，中国移动游戏市场实际销售收入达到561.4亿元，增速虽较2016年有所放缓，仍处于高速增长区间。

然而，具体到移动游戏的细分领域，体育手游的发展并不尽如人意。目前，我国体育手

游用户约为 2500 万，在 4 亿多手游用户中所占比重仅为 6%，可以说是相当小众的群体。不过，从侧面看，面对我国 6 亿体育爱好者，体育手游市场仍有巨大的开发空间。而且，体育游戏在聚集核心用户方面有优势，玩家活跃度和黏性都很高。因为体育爱好者对于喜爱的项目或者联赛大都有较强的归属感，愿意购买相关产品，其中就包括联赛官方授权的体育类游戏，因此体育游戏的用户付费能力比较值得期待。一些技术能力强大的赛事转播商已经依托自己的赛事 IP，开发出了一系列体育手游。

腾讯在 2017 年先后发布了两款体育手游——《王牌 NBA》和《最强 NBA》，二者均是依托腾讯体育的重磅 IP 赛事 NBA 而开发的赛事衍生手游。《王牌 NBA》是一款基于 iOS 和安卓系统的体育卡牌策略类手游，侧重于卡牌养成收集。在游戏中，玩家通过模拟教练收集和养成 NBA 球星，组建自己的梦之队，通过策略的比拼，最终战胜其他球队，夺取最高荣耀，体验到成为 NBA 球队经理的运筹帷幄，打造属于自己的王朝球队。

《最强 NBA》则更加侧重于体育竞技，在游戏中，玩家之间可以进行 3V3 六人实时街头对战，或者 1V1 球队对战等多种方式的 PVP 对局，还可以选择游戏的闯关玩法，在满足条件后可以参加游戏的排位赛等。游戏中的角色以现实世界中 NBA 的球员为主，包括科比等一百位 NBA 球员，游戏设计上，不仅动作技术高度还原 NBA 球星，还斥巨资聘请国外顶尖团队，从画质到音乐完美呈现 NBA 赛场，让玩家从内到外深度体验 NBA 的精彩和刺激。

游戏上线后立即得到游戏玩家的响应，据统计，《王牌 NBA》登录 iOS 平台的首日，就登上了 AppStore 体育免费榜的榜首，并且连续 3 天维持在游戏前 3 名，超过了欢乐斗地主与阴阳师等热门游戏。《最强 NBA》自 2017 年 10 月 26 日开启不限号开放后，短短 5 天内就收到了超过 1200 万玩家的预约申请。足见玩家高涨的热情。

然而，尽管《王牌 NBA》在初期受到用户欢迎，但是仅半个月后，其在 AppStore 的下载量就跌下了游戏榜前 100，在论坛中检索用户的游戏体验，到处可见对该款游戏体验的吐槽。这一现象值得游戏开发商和设计者深思，虽然我国有广阔的体育手游市场，但是只有抓住用户痛点推出诚意之作，并结合用户的反馈不断修复游戏 bug，才能得到用户的认可。

探索多元变现方式，是体育赛事网络直播平台增加收入的重要方法，值得体育赛事网络直播平台尝试。但是，体育赛事网络直播平台也要脚踏实地，切忌盲目跟风，一定要在深入了解市场情况，洞察用户需求的基础上，根据平台特点做出理性选择。

参考文献

[1] 中国体育付费直播领域或许迎来了变革性的 12 个小时[OL]. 搜狐体育,

http://www.sohu.com/a/101351619_438057, 2016-07-05.

[2] 新英球迷朝圣报告[OL]. 新英体育, <http://www.ssports.com/news/1917154.html>, 2017-10-11.

[3] 2017 年 1-6 月中国游戏产业报告[OL]. 搜狐游戏: 行业报告研究院,

http://www.sohu.com/a/161883840_720186, 2017-08-03.

[4] 体育手游今年将崛起? 解决这 3 大痛点可先发制人[OL]. 游讯网,

<http://www.yxdown.com/mnews/347857.html>, 2017-04-27.

[5] 体育版权变现记: 内容付费爆发, 多元变现势不可挡[OL]. 搜狐体育: 互联网+体育,

http://www.sohu.com/a/167889713_482792, 2017-08-28.

[6] 球迷体育旅游——以足球语言拥抱世界[OL]. 搜狐体育: 环球体育传媒,

http://www.sohu.com/a/154775035_505667, 2017-07-06.

An Analysis of the Multiple Realization Modes of the Live Web Platform of Sports Events

Zhuxiaoxi

(Hunan University, Changsha / Hunan, 410000)

Abstract: In order to absorb the high cost of copyright and operating costs of the games, in addition to basic online advertising revenue and user-paid live broadcasts, China's online live broadcast platform for sports events is now actively exploring other realizable modes to provide users with multiple services while increasing platform revenue.

Keywords: Realization; equipment sales; sports tourism; sports games

作者简介(可选): 朱小茜(1992-)、湖南大学新闻传播与影视艺术学院 15 级在读研究生、新闻传播学