

休闲体育产业互联网化思维模式的变革

Reform in the Thinking Mode of Internet Leisure Sports Industry

张和莉¹，潘丹旌²

ZHANG Heli¹, PAN Danni²

摘 要：休闲体育产业互联网思维应立足于互联网技术去思考和解决休闲体育产业中出现的问题。“互联网+”使得休闲体育产业出现了强大的连接与聚合、打破信息不对称的既得利益、消费互联网向产业互联网转变的互联网化特征现象，重构了休闲体育产业商业模式的平台思维、大数据思维、粉丝思维、碎片化思维、个性化服务思维的互联网思维模式。

关键词：休闲体育；体育产业；互联网；思维模式

Abstract: The thinking mode of Internet leisure sports should consider and solve the problem in leisure sports industry base on the internet technology. "Internet +" makes it possible for the leisure sports industry to connect and aggregate strongly, to break the vested interests of asymmetric information, and to change the consumer Internet to the industrial Internet, which restructures the commercial leisure sports industry's thinking mode of platform, Big Data, fans, fragmentation and personal service.

Key words: Leisure sports; Sports industry; Internet; Mode of thinking

中图分类号：G80-05

文献标识码：A

休闲体育是以释放压力、休闲身心、强健身体为目的，以身体活动为主要形式，在余暇时间自愿参与，自主开展的身体活动^[1]。休闲体育产业是社会各部门提供的与休闲体育活动相关的一切产品、服务以及有关经营活动的总和^[2]。国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》明确指出“发展体育事业和产业是提高中华民族身体素质和健康水平的必要要求，有利于扩大内需、增加就业、培育新的经济增长点”，显见我国体育产业发展需求已从自发的自由发展阶段向由政府主导的发展阶段迈进，积极吸引社会资本和推进政府购买服务支持，从过去注重数量与规模的壮大向“改善产业布局 and 结构”的优化格局转变，“体育产业发展成为推动经济社会持续发展的重要力量”。

互联网作为一种工具和平台，开启了中国 20 多年的互联网时代，从“1.0 时代”的互联网+信息、“2.0 时代”的互联网+交易、“3.0 时代”的互联网+综合服务到“4.0 时代”的互联网+金融服务，快捷的信息连接正逐步改变互联网时代各行业的逻辑思维和商业模式的结构。本文旨从互联网思维的研究视角，根据休闲体育产业互联网化的特征，明确休闲体育产业领域的互联网思维，探析休闲体育产业互联网思维模式的转变。

1 休闲体育产业互联网化的特征

1.1 休闲体育产业互联网化的“连接与聚合”

互联网最大核心价值体现在方法和效率上，互联网巨大的连接与聚合能力，快速提高商业交易的效率。将碎片化的、零散的、弱小的信息或资源以极其小的成本、极高的效率快速整合，以迅速而通畅的信息减少交易的环节和成本，促进交易的快速达成。休闲体育产业的发展同样离不开互联网的支持，互联网建立的产业环节间的网络商务联系，减少产业环节的交换信息成本，降低了休闲体育产业的经济成本，同时，互联网发展带动的电商和第三方支付平台也极大的降低交易成本，提升了产业的运营效率。但互联网仅是交易的工具和平台，它不能替代产品或服务，产品或服务的本身并没有实质性的改变。

“互联网+”时代为休闲体育产业发展提供了先进的技术创新手段。互联网创新成果深度融合于休闲体育产业，互

收稿日期：2019-04-09 修稿日期：2019-05-02
基金项目：四川休闲体育产业发展研究中心项目（2017H149）；四川省教育厅研究项目（2018Z091）
作者单位：1.成都信息工程大学，四川 成都，610041；
2.重庆大学，重庆，400044。
1. Chengdu University of Information Technology, Chengdu
Sichuan, 610041, China;
2. Chongqing University, Chongqing, 400044, China.

联网每次出现的新技术、新业务的改变都成为休闲体育产业的新经济增长点,优化跨平台的生产、消费以及服务间要素的配置,促进互联网从更大的范围和纵深的发展影响产业经济,统筹推进休闲体育产业的科技、管理、品牌和商业模式创新,提升休闲体育产业经济的生产力,形成以互联网为基础设施和实现工具的休闲体育产业经济发展新生态。

1.2 休闲体育产业互联网化的“打破信息不对称的既得利益”

马云认为“没有传统的企业,只有传统的思维,就是捍卫信息不对称带来的既得利益”。互联网“零距离”“去中间化”优势,省去过去商业流通的中间环节,大大削减信息成本。休闲体育产业是信息、技术和服务业密集的第三产业,产业价值的挖掘是其发展的核心,休闲体育产业的价值链环节包括产业设计、基础建设、产品或服务供给、销售与服务、追踪与反馈环节,与投资、管理、创新、政策共同构成产业价值链运行环境^[2]。互联网“全连接”的强大聚合能力,把休闲体育产业价值链各环节的信息孤岛连接起来,解决价值链各环节信息不对称的沟通问题,消融信息不对称和特殊渠道建立的差异化优势,削弱或去掉休闲体育产业价值链各环节相关联的中间成本或环节信息成本,稀释和衰退休闲体育产业依靠信息不对称带来的产业价值,重构休闲体育产业的商业化模式,从而实现休闲体育产品和服务的“零营销费”“零渠道费”的成本结构。

1.3 休闲体育产业由“消费互联网”向“产业互联网”的转变

在互联网 1.0 与互联网 2.0 时代,互联网是以满足人类消费为主线,通过高质量内容和有效信息的提供获得流量,通过流量变现的形式吸引投资商,最终形成完整的产业链条。电子商务的应用发展促进了消费驱动型经济的增长,移动终端的随时连接、随时在线及时获取的消费者各种购买或休闲娱乐的需求满足,使互联网的消费状态逐渐趋于饱和,消费经济的饱和状态又刺激国民经济发展去重新寻求新的经济增长点,为保持或提高新消费水平,从消费追根溯源到产业,促发产业“互联网+”各行各业的跨界融合,出现 2.0 时代的产品或服务向 3.0 和 4.0 时代的生产和研发技术的转变,由消费规模的横向扩展逐渐转化为产业的垂直纵深发展,互联网价值增长优势也从产品或服务终端的价值环节向价值创造环节渗透,众多细分领域行业也在“互联网+”后出现巨大产业价值空间。同时,互联网对生活方式的改变也将互联网商业化进程从消费互联网的眼球经济逐渐转化到产业互联网的价值经济。

互联网与休闲体育产业的融合形成互联网休闲体育服务业生态。休闲体育产业在围绕人的休闲娱乐活动需求而服务时,必然需要引入互联网思维和数字化的管理模式,提升休闲体育产业的生产和服务效率及品质,互联网与休闲体育产业的深度融合,推动了休闲体育产业创新发展,“全连接

和零距离”网络信息资源平台重构了休闲体育产业的结构和布局,进而带动整个休闲体育产业全面而深刻的变革发展。

2 互联网的思维

互联网最早是作为一种工具或手段进入人们的视野,最初是少数人的思维,即参与互联网发明和建设的人们的思维,经历了阿帕网、TCP/IP 交换协议、万维网和智能手机移动互联网的四步进阶阶段,互联网建设内涵的深化,逐步在影响和改变人们的生活方式、工作方式和经济活动方式。互联网思维是一种在互联网形成、发展及应用过程中不断深化和升华的全新思维。

互联网思维是人们立足于互联网技术去思考和解决问题的思维;是互联网发展和应用实践在人们思想上的反映,这种反映经过沉积而内化后成为人们思考和解决问题的认识方式和思维结构^[4]。互联网思维是一种高度重视互联网技术的思维,人们对休闲体育产业的生产和消费的认识需置身于互联网时代,关注互联网、了解互联网并使用互联网,萌发出能够改变人们的生产、服务和生活方式的思维,比如通过互联网进行休闲体育产业行业间的沟通交往和处理,借助互联网提升休闲体育产业的管理水平,以及通过互联网查阅和下载相关图书、资料等等。互联网这种“突破时间和空间的连接”“全连接和零距离”为核心特点的思维模式,重构“互联网+”各产业间的人和人和、企业和客户、商业伙伴之间的商业模式,驱动管理和研发模式内在形态的改变,促进互联网思想、理念和技术与传统行业思维模式的交融和共同发展。

3 休闲体育产业互联网思维的变革

思维方式存在于大脑,根源于实践和时代。休闲体育产业互联网的思维在“互联网+”价值重塑过程中改变了原有的商业模式,引发休闲体育产业互联网思维的转变。正如马云所说“互联网不仅是一种技术、一种产业,更是一种思想、一种价值观”。互联网思维是一切商业思维的起点,互联网不仅是提高效率的工具,更是构建未来生产方式和生活方式的基础,当互联网随处可见时,互联网思维就成为最根本的商业思维,用这种思维看待业务、看待市场、看待用户、看待管理,更用这种思维去规划业务、开拓市场、赢得用户、实施管理。互联网思维改变商业模式的成功案,例如雷军的“专注、极致、口碑、快”思维,马化腾的“用户”思维,周鸿伟的“免费”思维等,这些不同行业的领军代表人物利用互联网优势价值思维冲击或颠覆传统行业思维,使得互联网技术的变革引发整个社会经济的结构、人类生活方式的改变,甚至世界观和价值观也出现深达骨髓的思想转变。互联网思维虽然在不同行业涵盖的重点、突出的优势不尽相同,但都离不开互联网核心技术的思维。

3.1 平台思维

平台是为合作参与者和客户提供的合作和交易的网站,通过双边市场效应和平台的集群效应吸引关键资源,连接特定群体,以互动机制形成符合定位的平台,为买卖双方提供最大化的服务并从中盈利。互联网利用优势聚合众多合作伙伴和第三方开发者,提高平台价值,形成平台发展的良性循环。

互联网依据兴趣、价值观、娱乐和生活方式的不同,将散落在各地星星点点的分散需求聚拢在一个平台上,形成规模,形成新的共同需求。休闲体育产业应建立在准确理解和定位消费者行为的基础上,搭建休闲健身、休闲娱乐的主体产业和相关产业的网络信息平台,重构休闲体育产业的商业模式,驱动休闲体育产业的管理模式、运作模式,实现价值结构的重聚。使互联网成为传统体育产业创新的焦点,也是对传统体育产业数字化重构的起点。

3.2 大数据思维

推进实体零售进入大数据时代,利用互联网、物联网技术收集分析各种消费行为。消费者是产业链的中心和发言权,互联网将消费者的消费行为沉淀的数据从价格分布、关键属性、流量、成交量、消费者评价等方面,挖掘出主流价格段的分布、消费者需求、增值卖点、功能卖点等,指导厂家的研发、设计和生产。

我国民众不像西方人那样热衷于运动,而是更倾向于通过良好的饮食起居习惯和养生保健进行健康维护,基于这一国情需求,健康领域的大数据信息除了采集基本的体征数据外,还应收集人们的日常饮食起居如个人的饮食口味、喜欢的菜类、睡眠和起居时间,服用药物情况等,通过大数据分析处理,预判健康状况及健康需求,以及可能出现的锻炼行为、锻炼场所和锻炼方式。

休闲体育产业可以基于大数据信息采取更加适宜的战略战术,借助大数据杠杆提升运营效率和市场竞争力。休闲体育产业价值的生态环境应围绕消费者进行重构,通过互联网驱动的市场环境、消费环境、营销环境、竞争环境改变产业的价值链和商业生态系统。互联网化的休闲体育产业以数据为中心,产业生态、生产性服务业与消费者都依靠“大数据”进行对接融合,消费者的消费需求、消费习惯的网络化数据资产成为衔接产业生态与生产性服务业、生产性服务业与消费者的关系纽带,企业或商家在互联网信息平台快速获得产业供应链数据、商家经营数据、物流数据以及市场交易数据等,把对业绩、成本等的关注转向服务、效益和协同方向,构建出休闲体育产业的价值导向、战略和管理驱动的运作模式,增强休闲体育产业在产业链中的竞争优势。

3.3 粉丝思维

粉丝思维和用户思维最实质性差异,在于粉丝思维趋于感性消费而用户思维更趋于理性消费。移动互联网时代,最具粉丝思维代表的是乔布斯的苹果和雷军的小米,“粉丝就

是生产力,得粉丝者得天下”。从苹果到小米,消费者不仅是简单的消费顾客,更是忠诚的拥护客户,成功的品牌建立了与消费者的情感关系,从“粉节”到网上社区以及各种线下同城活动,形成紧密强大的聚集力,逐步将消费者发展成品牌的忠实顾客,再从忠实顾客进一步发展成品牌粉丝。粉丝不仅能提升品牌产品销量,还能为品牌带来正向口碑传播,“爱屋及乌”心理效应能够感染身边观望人群产生消费欲望,同时,粉丝还能为品牌出现的负面评价做出危机公关。休闲体育产业形成的产品和服务,可以借鉴成功品牌创建模式,以个性化的品牌理念和价值主张吸引目标粉丝群,以多样化的活动凝聚粉丝的力量,激发粉丝参与热情,用最人文的粉丝思维产生的粉丝经济来获得商业上的价值利润。

3.4 碎片化思维

互联网时代,由于智能移动终端方便、快捷、及时的特性,人们已经习惯在等车、乘车、购物、工作间隙或入睡前等短暂的碎片时间随时随地随身地浏览自己感兴趣的各类信息,这些碎片化信息隐藏着消费者的个性化需求,同时,信息内容进一步碎片化,消费者也能够不同时间线,查找和浏览海量信息中简短的、零碎的、需要整理的碎片化信息,碎片化的时间和碎片化的信息是赢得消费者的黄金窗口。对于休闲、娱乐服务业及其与之关联度极高的运动休闲产业需强化碎片化的思维,消费者用碎片化时间选择所需产品或服务,用具有价值的产品和个性化服务覆盖甚至霸占消费者碎片化时间。以“微”模式、碎片化需求为起点,以碎片化信息为基础,以个人中心为平台,“圈”出休闲体育产业的经营范围,建立以休闲体育产业为中心的信息圈、交流圈,催生社会网络服务性休闲体育产业的发展。

3.5 个性化服务思维

差异化是满足客户个性化需求的根本,管理学家亨德森认为“任何想要长期生存的竞争商家,都必须通过形成差异化而建立压倒所有其他竞争者的独特优势,极力维持这种优势差异,是企业长期战略的精髓所在”。消费过程中不断出现的免费、折扣、补贴等形式的价格战,表明消费经济已从短缺时代步入到过剩时代,过剩或过渡消费时代的标准化产品在满足基本需求之后,有向个性化需求方向发展,而定制化又是个性化的现实手段。定制化是以用户体验为中心,尊重人性的发展,实现人性的回归,企业或经营商家应以洞悉人性为长,为用户提供符合价值需求的产品或服务,将用户的参与发挥到极致。

休闲体育产业的产品和服务应基于消费者个体特质和需求痛点,以客户消费体验为中心,针对性和深层次制定个性化休闲健身管理服务和相关产业的产品定制。依据用户的运动规律、饮食结构、生活习惯、疾病史等健康状况和产品需求,建立个人健身运动数据库,监控运动量和运动强度,指导消费者科学合理锻炼。休闲体育产品制造业通过互联网平台将有限的资源转移到线上,资源的合理配

置和高效利用让更多的消费者获得更多、更优质的产品或服务,实现休闲体育产业的产品和服务与消费者从线下到线上、线上再到线下的深度交互,线上线下资源与服务的有效融合为消费者培养健康有序的生活方式。

4 结束语

互联网时代,休闲体育产业的发展离不开互联网的支持,休闲体育产业在围绕人的休闲娱乐活动需求而服务时,必然需要引入互联网先进思维和数字化的管理模式,互联网与休闲体育产业的深度融合,提升休闲体育产业的生产和服务效率及品质,推动休闲体育产业创新发展,网络信息资源平台的信息数据能够适度调节休闲体育产业的结构和布局,进而带动整个休闲体育产业全面而深刻的变革发展。

参考文献:

[1] 石振国,田雨普. 闲.休闲.休闲体育[J].体育文化导刊,2004

(上接 16 页)

发生。运动解剖学实验课的改革与创新研究一直都是体育院校实验课课程体系改革的热点与难点,改革与创新的焦点主要集中在教学方法、教学模式、考试模式、课程体系等方面,目前也取得了一些研究成果,但若想获得更大的突破,还有很长的路需要走,还需要在今后的运动解剖学实验课教学与科研中进行不断的探索。

参考文献

- [1] 运动解剖学编委会.运动解剖学[M].北京:人民体育出版社,2000.
- [2] 王瑞静. PBL 教学法在《运动解剖学》实验课教学中的实践研究[J]. 教育教学论坛,2013 (42): 126~127.
- [3] 蔡国梁,阚军常,张 卓,杨成波. 循证体育学的定义、基础、发展与实践[J]. 哈尔滨体育学院学报,2016 (06): 17~25.
- [4] 蔡国梁,屈金涛,孙君志,庄 哲,蔡国锋. 循证运动医学的定义、基础、实践与发展[J]. 中国组织工程研究,2015 (51): 8338~8343.
- [5] 乔玉成,卢向阳,张红娟,陈乐琴. 运动解剖学实验课程体系和教学模式的创新与实践[J]. 山西师大体育学院学报,2008 (04): 118~120.
- [6] 李双滨. 对提高哈尔滨体育学院运动解剖学实验教学质量探讨[J]. 哈尔滨体育学院学报,2007 (02): 68~70.
- [7] 蒋瑞光,汤 盈,楼方芳,王瑞芳,李 茹,李 亮,王德育. 应用型高校体育专业运动解剖学实验教学研究[J]. 宿州学院学报,2012 (08): 124~126.
- [8] 慕景强. PBL 教学法在我国可行性的研究[J]. 医学教育,2003 (06): 37~41.

(08): 45~46.

- [2] 王先亮,杨 磊,任海涛.我国休闲体育产业的特征及布局[J]. 体育学刊.2015 (02): 42~46.
- [3] 李东鹏,梁徐静,邓翠莲.“互联网+”背景下休闲体育产业发展趋势、动力和创新路径研究[J].广州体育学院学报.2017 (04): 33~36.
- [4] 周文彰.简论互联网思维[J].北京联合大学学报.14 (02): 1~7.
- [5] 王大勇.产业互联网时代下的商业模式变革[M].北京:电子工业出版社,2015.
- [6] 曹 磊,陈 灿,郭勤贵,黄 璜,卢 彦.“互联网+”跨界与融合.北京:机械工业出版社,2015.
- [7] 康天成.谁动了中国体育产业的奶酪?北京:人民日报出版社,2016.
- [8] 吴兴海,杨家诚,张 林,文丹枫.互联网+大健康重构医疗健康全产业链.北京:人民邮电出版社,2017.
- [9] 侯 娜. PBL 教学法在运动解剖学实验教学中的应用探讨[J]. 经营管理者,2014 (33): 358.
- [10] 黄红梅. 运动解剖学实验课中 PBL 与传统教学法教学效果的比较分析[J]. 哈尔滨体育学院学报,2010 (05): 94~96.
- [11] 黄红梅,毛 刚. PBL 教学法在运动解剖学运动系统实验课中的应用[J]. 体育科学研究,2009 (02): 70~71.
- [12] 李双滨,李艳梅. 多媒体教学在哈尔滨体育学院运动解剖学实验课中应用的研究[J]. 哈尔滨体育学院学报,2006 (04): 87~88.
- [13] 李双滨,王海良,杨淑媛,罗跃新,赵文艳. 哈尔滨体育学院研制多媒体系统课件优化运动解剖学实验教学模式[J]. 哈尔滨体育学院学报,2009 (05): 78~80.
- [14] 陶发胜,魏 德,刘圣祥,等.人体解剖学活体教学的探究[J]. 西北医学教育,2002,10 (02): 121~122.
- [15] 乔玉成. 活体教学法在运动解剖学实验教学中的应用[J]. 实验室科学,2009 (03): 33~34.
- [16] 许丽梅.“探究教学法”在运动解剖学实验教学中的应用研究[J]. 湖北体育科技,2012 (06): 723~725.
- [17] 李 晖.“目标教学”在运动解剖学实验教学中的应用研究[J]. 吉林体育学院学报,2005 (01): 189~190.
- [18] 于新凯,潘珊珊,余竹生,袁志斌,邓 雪. 运动解剖学课程教学模式改革的实验研究与思考[J]. 解剖科学进展,2012 (06): 594~596.
- [19] 宋卫红,张劲松,邹秋英. 运动解剖学实验考核模式改革探讨[J]. 内江科技,2011 (11): 80~81.
- [20] 苏国英. 运动解剖学中传统型与研究型教学效果比较研究——以“肌肉力量练习实验”为例[J]. 太原理工大学学报(社会科学版),2011 (03): 85~88.