

陕西省“互联网+大众体育服务信息”平台构建探究

陈红军

西安理工大学, 陕西 西安

收稿日期: 2022年10月31日; 录用日期: 2022年11月30日; 发布日期: 2022年12月7日

摘要

本研究以陕西西安、宝鸡、咸阳、渭南、汉中五市大众体育服务为研究对象, 对陕西省“互联网+大众体育服务信息”的网站子平台、手机APP客户端平台, 进行栏目设计, 提出互联网+大众体育服务信息的资源管理模式, 包括大众体育服务信息的资源管理的场馆运行模式、社区体育设施的管理模式、商业性运作模式和体育培训业的运行模式, 旨在构建合理、可持续发展的大众体育服务模式, 为政府管理部门对大众信息服务提供一些思路。

关键词

陕西省, 大众体育, 互联网加, 体育服务

Research on Construction of “Internet+ Mass Sports Service Information” Platform in Shaanxi Province

Hongjun Chen

Xi'an University of Technology, Xi'an Shaanxi

Received: Oct. 31st, 2022; accepted: Nov. 30th, 2022; published: Dec. 7th, 2022

Abstract

This study takes mass sports service in Xi'an, Baoji, Xianyang, Weinan and Hanzhong of Shaanxi Province as the research object, carries out column design on the website sub-platform and mobile APP client platform of “Internet+ mass sports service information” of Shaanxi Province, and

proposes the resource management mode of Internet+ mass sports service information. It includes the venue operation mode of the resource management of mass sports service information, the management mode of community sports facilities, the commercial operation mode and the operation mode of the sports training industry, aiming at building a reasonable and sustainable mass sports service mode, and providing some ideas for the government management department to provide the mass information service.

Keywords

Shaanxi Province, Sports for All, Internet+, Sports Service

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着科技技术互联网技术的快速发展,信息化服务蔓延到了各个领域,并得到了迅速发展。[1]体育产业作为新时期的朝阳产业,加上国家政策的大力扶持,全民健身运动也得到了空前的发展,体育与互联网的契合,是体育产业、服务业等第三产业发展的需求,大众体育与互联网加的融合,有利于推动我国全面健身运动的发展,为广大群众提供更加便利的信息服务,满足广大群众日益需要的体育需求,促进我国国民经济的进一步发展,促进体育第三产业的全面发展,为体育产业的发展插上了双翼。[2]由于我国互联网与体育融合尚处在不成熟阶段,还存在者诸多问题。本研究借助计算机互联网加平台,构架构建陕西省大众体育服务信息平台,为广大群众参与体育健身提供信息服务,为全面建成小康社会体育信息化的资源共享,提供一些理论依据。

2. 研究背景

随着体育信息化的发展,基于互联网的竞技体育信息资源的互联互通,可以使全世界的体育信息资源连成一体。国家体育管理与运动项目组织系统网络、国家专门性体育信息网、国家体育总局各运动项目管理中心的项目信息系统、各省市自治区体育局及下属单位信息网站、国际专业体育组织和机构网站的建立,以及出版发行机构、图书馆、媒体(报纸、电视台、电台)、体育网站等提供的海量网络竞技体育信息资源,意味着我国的体育信息服务已进入基于互联网的共享时代,这就要求在更广泛的范围内进行竞技体育信息资源的集成,在竞技体育信息服务组织上,进行面向用户的集成化服务。[3]2014年10月,《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见(国发(2014)46号)》(以下简称《意见》)发布,《意见》指出,要“发挥市场作用,遵循产业发展规律,完善市场机制,积极培育多元市场主体,吸引社会资本参与,积极调动群众的体育需求。[4]大众体育服务是实施全民健身计划的重要载体,也是体育服务业的重要组成部分。随着我国社会经济的快速增长、人们生活水平的不断提高和全民健身计划的推行,参与体育活动已逐步纳入人们的日常生活,社会对大众体育服务信息的需求也在不断增长,而大众体育服务信息“正是满足社会大众参与健身休闲娱乐体育活动的重要形式。[5]通过提供各种类型的社会体育服务产品,一方面可以吸引更多的普通百姓关注、参与健身休闲娱乐等体育活动,另一方面也可以进步推动全民健身活动的开展。互联网加与体育的融合,为体育经济的发展注入新的生命力,因此,互联网加体育在我国正处在方兴未艾的发展时期。

根据研究课题的需要,通过中国期刊网、中国知网、中国硕博数据库查阅相关研究素材,为课题的前期研究做好铺垫;通过互联网,广泛查阅体育部门与体育产业相关网站以及国家对互联网加相关的政策,阅读《信息资源管理》、《体育服务导论》、《我国体育产业信息网站运营模式研究》、《体育管理信息系统》和《竞技体育信息集成服务》等与课题研究相关的著作以及政策文件,为课题的研究提供一定的理论依据。在广泛查阅文献资料、充分收集课题的相关研究资料,深入分析的基础上,通过对互联网域视大众体育服务信息网的运营模式进行了阐述分析,构建陕西省大众体育服务信息的资源管理管理模式。

3. 陕西大众体育服务信息子平台构建策略

本部分将以网站子平台、手机 APP 客户端平台作为案例,具体论述陕西大众体育服务信息平台构建的方式。

3.1. 网站子平台的构建

陕西省互联网加大众体育信息平台的构建,可以参展我国一些体育信息平台服务构建比较好的省市,由政府出资,政府体育主管部门召集体育届的专家和教授,征集方案,委托计算机方面的专家进行网站的建设与维修。首先对大众体育服务信息进行采集,从原始的信息到有价值的信息资源,需要一系列过程,需要对信息资源的处理过程进行管理来达到获取更有价值的信息资源的目的。为了准确地采集大众体育信息,必须仔细调查信息需求和信息来源,对互联网加大众体育信息服务平台构建的必要性,进行深层次的论证,进行调研和问卷调查。对现有的群众体育开放的场馆和器材,进行全面的统计,组织人力调查目前体育俱乐部的基本情况,全面统计在册的社会体育指导员,组织专门人员做好体育知识,体育健康资讯的宣传。陕西省互联网加大众体育公共服务平台网页的构建。可以从以下几个网络模版构建:体育资讯主要介绍近期赛事的要情和各个体育协会的主要信息,指导员和教练员板块,主要对各个项目的裁判员和教练员进行详尽的介绍,建立社会指导员、体育教练员、赛事裁判的数据库。场馆预定板块,主要到服务大众的体育场馆的运行情况,进行全面的统计,能够及时查阅每个项目场馆的使用情况,让大众能够及时查看健身场馆的饱和情况。培训机构板块应该行详尽的录入每个体育健身俱乐部的信息与网站,及时了解近期各个项目的近期培训情况。赛事报名板块必须及时更新赛事情况,有各个项目的报名系统。首页可以设置五个大的模块,分别为“体育资讯”、“指导教练”“场馆预订”、“培训机构”和“赛事报名”。打开每个模块,就可以看到详细的近况。也可以建立互联网加大众体育信息服务的手机 APP 公众号,做好宣传工作,让更大的市民指导体育信息服务平台,便于登录和购买相关的服务。陕西省互联网加大众体育信息服务平台网页的模版(见图 1)。

3.2. 陕西省“互联网+”大众体育服务信息的运行模式

随着信息化程度的提高,信息系统在组织中的作用越来越重要,组织的事物处理、信息管理和决策都离不开信息系统的支持。[6]单一的信息服务随着网络的发展将不能满足社会用户的需求。而大众体育信息的采集收集,影响着网络平台的正常运行。[7]因此,信息系统建设的质量管理也越来越受到重视,成为信息系统资源管理的一个重要组成部分。

3.2.1. 承包经营形式

体育场馆的承包经营一般采取个人和集团经营承包,承包经营要损耗大量的人力和财力。通过互联网加体育服务的经营模式,可以减少承包成本,而且方便简捷,提高一定的效率。同时,承包经营是互联网加体育信息服务下的场馆经营模式,通过合同制分方式,取得经营的权利。承包者必须懂得商业模

式的运行理念，热衷于体育运动的经营管理者。承包经营可按照承包的合同，进行投标，标价高者方可有场地的经营使用权。承包经营运行，可以保障固定的经济收入，但是必须对承包经营者进行规范的管理，保障场馆的有序运行。[8]

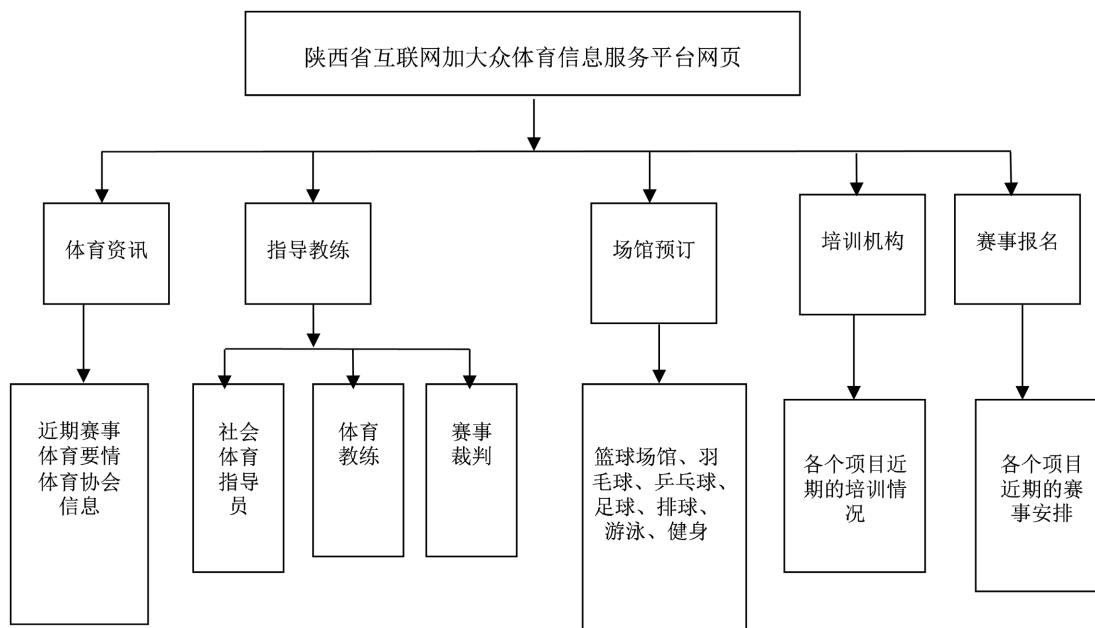


Figure 1. The construction of the website of the sports public service platform by the public in Shaanxi Province
图 1. 陕西省大众对体育公共服务平台网页的构建

3.2.2. 股份制经营形式

体育场馆属于国家共有财产，产权属于国家。在互联网加大众信息平台下，场馆采用股份管理经营模式，避免了场馆运行过程中出现亏损的经营情况，降低了资金周转的风险，从管理体制上做到“管”和“办”的分离，充分体现了经营者的自主权利。[9]共同体育场馆通过股份制改造真正起到了转变机制，建立新的经营管理理念模式。当然在股份制改造的过程中也存在一些不利因素，譬如股份制的分配持有、资金的配置以及盈利分红等诸多的处理。在互联网加体育服务模式下，应该考虑到抓大放小的原则，对城市核心地带和高档社区，居民高度聚集的核心体育场馆，应该加大资金、器材场地的经费投入，在整个管理过程中形成系统的监管模式，资金的顺畅周转，建立健全互联网时代股份制经营管理的良性发展轨道。

3.2.3. 体育服务的平台的商业的赞助经营

赞助商的投入是企业资金经费的来源的形式之一，体育场馆通过举办各种赛事，扩大影响力，可以通过招标的方式，吸纳一些企业作为赞助商，为赛事的顺利进行与体育场馆的经济收入提供一定的保障。[10]广告赞助费以产品、赞助商的意愿冠名，广告词以吸引眼球的广告语为载体。赞助商可以是运动品牌企业，饮品企业或保险等等。或者通过爱心人士赞助，例如举行残疾人体育赛事，可以寻求社会名流和一些爱心人士企业进行赛事广告的赞助。

3.2.4. 连锁经营

在互联网加体育信息平台下的体育培训模式，一般采取连锁经营的营销模式。在政府体育部门的统一指挥和领导下，各个俱乐部结成联盟，联合加盟，资源互补，优势互补形成联合体，连锁经营模

式能够实现资源的最大化利用。各俱乐部将各个项目的裁判员、体育社会指导员,教练员由体育主管部门管理,在统一模式下进行培训管理,实现不同项目的连锁经营,达到统一优化管理,实现行业的统筹化经营管理。

3.2.5. 网络营销

随着科技与经济的飞速发展,网络营销已经成为了互联网时期的重要营销手段,网络营销借助网络平台,以互联网为载体,进行产品的营销,也可通过电子商务平台,实现网络营销。全面网络营销铺天盖地,手段多样,发展势头迅猛,网上电子商务交易量也急剧增长。体育培训服务业的网络营销,就是构建的在互联网信息平台上,建立裁判员、体育社会指导员、教练员培训的商务平台,建立一系列报名、付费便捷的体育培训模式。

3.2.6. 广告服务的营销模式

互联网+大众体育服务信息视域下的广告服务活动也是网络平台的经费收入的一个重要组成部分。所谓体育广告就是以体育活动、体育场馆、体育报纸杂志、运动员以及其他与体育有关的形式为媒体,将商品、服务和军事产品等信息传递给经营者和销售者的手段和方式。^[11]互联网+大众体育服务平台下的广告服务,就是在特定的互联网平台下对体育组织、俱乐部、体育赛事与商家、企业之间提供体育广告服务的经济组织或活动集合。现代和社会市场竞争激烈,商业广告铺天盖地,使消费者产生了一种强烈的厌倦心理。而利用大众体育信息服务平台提供广告服务,特别是在网页的首页插播醒目的广告,使阅览者在浏览网页,观看精彩体育视频时,插入广告,就会起到非常好的宣传效果。

4. 结语

体育产业信息网站是一个信息化的过程,其可以通过网络平台满足不同体育产业信息获取者的需求。^[12]大众体育信息网站的运营不仅要满足公众获取体育信息的需求,更要通过网站开展商务合作,提供定制服务。体育产业信息网站运营者应该利用各类技术、策略、方法优化运营模式,使其更能符合不断发展的体育市场需求,这样才能完善和创新体育产业信息网站运营模式,提升竞争优势。

参考文献

- [1] 钟天朗. 体育服务业导论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2008.
- [2] 苏秀华. 体育产业经营与管理北京[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2008.
- [3] 钟天朗. 体育经营管理理论与实务[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [4] 陈洪琪, 孙晋海. 大众体育信息资源网络数据库平台的设计与开发[C]//中国体育科学学会. 第九届全国体育科学大会论文摘要汇编. 上海: 中国体育科学学会, 2011: 6-7.
- [5] 王青, 程华. 上海社区体育服务平台构建的影响因素及对策研究[J]. 山东体育学报, 2010, 26(2): 11-18.
- [6] 左伟, 李建英. “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(5): 140-144.
- [7] 贺慨. “互联网+体育”产业的兴起与发展策略[J]. 体育文化导刊, 2016(5): 130-133.
- [8] 张新秀. “互联网+”体育产业新业态发展模式研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2017.
- [9] 周兰君, 张天建. 国内外体育信息网络化发展现状及对策研究[J]. 广州体育学院学报, 2003, 23(6): 5-7+15.
- [10] 邱旭东, 刘文浩, 梁效平, 杨健民. 我国体育信息化建设现状及对策研究[J]. 中国体育科技, 2013, 49(5): 134-138.
- [11] 王春雨. 河北省体育科技信息平台构建理论研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北师范大学, 2007.
- [12] 卞雯文. 基于“互联网+”湘西州大众体育服务信息平台构建研究[D]: [硕士学位论文]. 吉首: 吉首大学, 2016.