

互联网

未来
无限遐想

体育

郑元男 著

非外借

ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

互联网

未来
无限遐想

体育

郑元男 著



图书在版编目 (CIP)数据

互联网+体育:未来无限遐想 / 郑元男著. —杭州:
浙江大学出版社, 2018.9

ISBN 978-7-308-18055-9

I. ①互… II. ①郑… III. ①互联网络—应用—体育
产业 IV. ①G812

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018)第 049808 号

互联网+体育:未来无限遐想

郑元男 著

策划编辑 吴伟伟 weiweiwu@zju.edu.cn

责任编辑 杨利军

文字编辑 魏钊凌

责任校对 沈巧华 李增基

封面设计 魏 清

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 虎彩印艺股份有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 13.5

字 数 163 千

版 印 次 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-18055-9

定 价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社市场运营中心联系方式:0571-88925591; <http://zjdxcb.tmall.com>

本书出版得到

中央高校基本科研业务费专项资金资助

浙江大学文科教师教学科研发展专项资助

序

2014年10月,国务院发布《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“46号文件”),提出到2025年“体育产业总规模超过5万亿元、人均体育场地面积达到2平方米、经常参加体育锻炼的人数达到5亿、体育公共服务基本覆盖全民”的目标。体育市场化改革步伐加快,让体育产业处于风口浪尖,成为众多投资者和创业者眼中的“蓝海”。

2015年,“互联网+”写入李克强总理的政府工作报告,旨在推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新,发展壮大新兴业态,打造新的产业长点,为大众创业、万众创新提供环境,为产业智能化提供支撑,增强新的经济发展动力,促进国民经济提质增效升级。“互联网+”正式被纳入顶层设计,成为国家经济社会发展的重要战略。

数据显示,截至2017年12月,我国网民规模达7.72亿,全年共计新增网民4074万人;互联网普及率为55.8%,较2016年年底提升2.6个百分点。另外,我国手机网民规模达7.53亿,较2016年年底增加5734万人。网民中使用手机上网人群的占比由2016年的95.1%提升至97.5%。因体育拥有天然的社交属性、庞大的现场人流、积极的消费互动场景,且粉

丝黏性强、参与度高，在移动互联网时代，互联网与体育产业的融合发展，已经成为一种全新趋势。

赛事是体育产业的重中之重，“互联网+”的发展带动网络直播成为赛事的主流传播方式之一，虚拟现实将成为赛事直播的标配。广告、体育彩票、赛事周边产品等可借助互联网产生更大的影响力。

全民健身也将进入科技时代，传统体育也借助互联网的力量迎来健身新热潮。与互联网相结合的运动 APP、智能可穿戴设备等不断涌现。在体育衍生行业，体育旅游、体育彩票、体育电商等等都可在互联网的推动下，获得网络渠道优势。体育电商是“互联网+体育”时代一个不可或缺的商业环节，而电子竞技则是“互联网+体育”的新商业热点。毫无疑问，“互联网+体育”是加快发展体育产业，促进体育消费的必由之路。可以预见，到 2020 年，“互联网+体育”将是我国体育产业总产值将达到 5 万亿元市场规模的重要推动力。

在国务院 2014 年 46 号文件印发一年后，“互联网+体育”产业发生了翻天覆地的变化。我国“互联网+体育”产业逐渐形成了以赛事直播平台为中心，以用户偏好为基础，覆盖智能穿戴、O2O 运动、爱好者社区及运动电商等衍生行业的产业生态圈。在上游，包括乐视、腾讯、阿里等互联网大公司开始快速布局，从赛事版权、投资方向等进入；在中游，一些传统的体育公司开始求变，与互联网结合，开始探索利益与机会；在下游，“互联网+体育”创业大潮兴起，围绕不同种类的运动健身细分领域开始厮杀。从 2015 年 1 月到 2016 年年中，体育产业一级市场发生了将近 300 起投融资案例，累计交易金额在 180 亿元左右。而且在资本的驱动下，很多知名运动员、媒体人、互联网名企高管等开始加入“互联网+体育”创业，这种趋势也预示着新的希望与可能。

本书作者郑元男博士毕业于韩国延世大学休闲体育学专业，现为浙江大学教育学院体育学系讲师，主要研究方向为休闲体育学、体育统计学。

他基于产业融合理论,运用文献分析法、逻辑分析法,梳理了中国“互联网+体育”的发展情况;在界定“互联网+体育”的概念基础上,对目前已经出现的“互联网+体育”的发展模式进行归类并分析“互联网+”技术和体育产业融合发展的途径,在此基础上,分析“互联网+体育”发展中存在的问题和未来发展趋势、对策。

目前,我国人均体育消费仅为全球平均水平的十分之一。在全民健身和健康中国建设大背景下,“互联网+体育”生态圈和产业链不断完善与细化,我国互联网体育消费前景将更加广阔,“互联网+体育”的发展方向也愈加清晰。体育行业现阶段需要的人才,应该是拥有互联网、金融和体育背景的跨界复合型人才。希望郑博士的这本书会对大家有所启发和帮助。

浙江大学教育学院副院长 周丽君 教授

2018年9月20日

目 录

第一章 “互联网+”大潮已至 / 1

一、“互联网+”是什么 / 4

二、“互联网+”的前世今生 / 7

三、“互联网+”的本质 / 9

四、“互联网+”的影响 / 11

第二章 风口上的“互联网+体育” / 15

一、何谓“互联网+体育” / 17

二、体育产业为什么容易被互联网侵袭 / 20

三、“互联网+体育”市场格局 / 24

第三章 “互联网+”动力之源 / 29

一、政策利好——重要支持 / 31

二、体育消费爆发——重要基石 / 35

三、资本利好——金融基础 / 37

四、互联网技术的进步 / 38

第四章 互联网巨头的布局和野心 / 41

一、BAT 三巨头的布局和野心 / 44

二、抢滩登陆的乐视体育 / 54

三、苏宁、京东能否分一杯羹 / 59

第五章 体育 O2O 能否行得通 / 67

一、体育 O2O 兴起的原因 / 69

二、体育 O2O 模式和评价 / 70

三、体育 O2O 的代表性企业 / 79

第六章 互联网+体育健身休闲 / 85

一、互联网让跑步火了 / 87

二、自行车会是下一个风口吗 / 95

三、“互联网+”能颠覆传统健身房吗 / 100

四、“互联网+健身”的未来 / 108

五、电子竞技：群雄争霸 / 110

第七章 互联网+体育竞赛表演 / 121

一、IP 争夺战 / 123

二、赛事转播的变革 / 139

三、大数据对体育产业的冲击 / 149

四、“互联网+足球”的发展 / 157

五、“互联网+篮球”的创业潮 / 163

六、“互联网+场馆”的变革 / 167

第八章 体育电商的发展 /171

第九章 互联网+体育其他服务 / 179

一、体育旅游 / 181

二、体育彩票 / 183

第十章 “互联网+体育”的未来 / 187

一、“互联网+体育”的融资情况 / 189

二、从资本布局流向的角度分析细分领域的竞争态势 / 192

三、“互联网+体育”的死亡原因 / 196

四、“互联网+体育”的未来 / 200

参考文献 / 203

索 引 / 206

致 谢 / 207

第一章

“互联网+”大潮已至

技术改变商业,商业改变生活。从 18 世纪 60 年代瓦特改良蒸汽机开始,在过去 200 多年的时间里,人类社会一共发生过三次重大的技术革命。以蒸汽时代、电力时代为代表的前两次技术革命极大地提升了社会生产力,新的能源、新的行业、新的生产单元,乃至新的经济理论不断演化。

“互联网+”革命,始于第一台计算机的诞生,至今已有将 70 多年的历史,作为一种通用的目的技术,它和 100 多年前的电力技术、200 多年前的蒸汽机技术一样,已经日渐成为一种基础设施在社会中广泛应用。近年来云计算、大数据的出现和应用,意味着一个又一个变革的临界点已经到来,信息社会这一宏大概念正在成为现实。从 1994 年中国开始接入国际互联网起到 2016 年,互联网在中国只发展了短短 20 多年,但是每个人都能明显感觉到互联网对传统行业从颠覆、渗透到融合以及互联网本身的自我演进、自我迭代、自我颠覆。截至 2015 年 12 月,中国网民规模已经达 6.88 亿人,互联网普及率为 50.3%;手机网民规模达 6.2 亿人,占比提升至 90.1%,无线网络覆盖明显提升,网民的 Wi-Fi 使用率达到 91.8%。^①“互

^① 中国互联网络中心. 第 37 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2016-01-22)[2017-04-01]. http://www.cac.gov.cn/2016-01/22/c_1117858695.htm.

联网+”已经给中国经济的格局和产业版图带来了巨大改变，正如同人类经历的前两次技术革命一样，“互联网+”令资源可以被重新获取和分配，因此我们需要重新去定义经济规律、生产关系及社会关系。

一、“互联网+”是什么

2015年3月，在全国两会上，“互联网+”这个词首次出现在《政府工作报告》中。报告指出“互联网+”代表一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提高实体经济的创新力和生产力，形成以互联网为基础设施和实现工具的更广泛的经济发展新形态。

2015年7月4日，《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》正式公开发布，提出了“互联网+”创业创新、“互联网+”协同制造、“互联网+”普惠金融等11项重点行动。“互联网+”行动计划将重点促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新，发展壮大新兴业态，打造新的产业增长点，为大众创业、万众创新提供环境，为产业智能化提供支撑，增强新的经济发展动力，促进国民经济提质增效升级。

重视互联网已经是世界各国的共识。早在1993年，美国就推出了为期20年的信息高速公路国家战略规划，重点是互联网的普及和网速的提高。2009年5月，美国总统奥巴马公开表示，数字化基础设施是美国的战略性国家资产，并出台了网络空间国家战略等政策。2015年2月，奥巴马在美国斯坦福大学演讲时表示，互联网世界就像当年蛮荒时代的西部，美国政府应当成为那里的警长。

“互联网+”的实践风起云涌，极大地改变着经济、社会的面貌，然而关于“互联网+”的概念国内并没有统一的定义。

“互联网+”战略是全国人大代表、腾讯董事 CEO 马化腾 2015 年向人大提出的四个建议之一。马化腾解释说,“互联网+”战略就是利用互联网的平台,利用信息通信技术,把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来,在新的领域创造一种新的生态。马化腾最早提到“互联网+”是在 2013 年 11 月 6 日众安保险开业仪式上。众安保险是国内首家纯互联网保险公司,致力于为互联网生态护航,成立不到一年的时间,累计服务客户超过 2 亿。马化腾当时提道:“互联网加一个传统行业,意味着什么呢? 其实是代表了一种能力,或者是一种外在资源和环境,对这个行业的一种提升。”

这是马化腾的理解,同样作为互联网巨头的阿里、百度、小米也有他们的理解方式。

阿里版:所谓“互联网+”就是指,以互联网为主的一整套信息技术(包括移动互联网、云计算、大数据技术等)在经济、社会生活各部门的扩散应用过程。

百度李彦宏版:“互联网+”计划,是互联网和其他传统产业的一种结合模式。这几年随着中国互联网网民人数的增加,现在渗透率已经接近 50%。尤其是移动互联网的兴起,使得互联网在其他产业当中能够产生越来越大的影响力。我们很高兴地看到,过去一两年互联网和很多产业一旦结合的话,就变成了一个化腐朽为神奇的东西。尤其是 O2O(线上到线下)领域,比如线上和线下结合。

雷军版:李克强总理在报告中提“互联网+”,意思就是怎么用互联网的技术手段和互联网的思维与实体经济相结合,促进实体经济转型、增值、提效。

亿欧网版:“互联网+”指互联网作为一种先进生产力,通过和线下融合互动,促进传统产业和传统消费转型升级的同时,助力国家提

升综合国力的长远目标。^①

通俗来说，“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”，但这并不是简单将两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，经过互联网改造后传统产业的各项业务的在线化、数据化。

无论是淘宝、京东等网购平台，滴滴、快的等打车软件，还是饿了么、美团外卖等外卖软件，婚恋网站、手机点餐、在线订票等等，其所做的工作分享都是努力实现交易、匹配等活动的在线化。在线化使得数据流动起来，其价值也得以最大限度地发挥出来。以往的数据仅仅封闭在某个部门或企业内部，而在线化的数据流动性强，随时可以在产业上下游、协作主体之间以最低的成本流动和交换。

其实“互联网+”这个词最早是易观国际董事长于扬在2012年11月易观第五届移动互联网博览会上提出的，他认为“互联网+”是互联网对传统行业的渗透和改变。在未来，“互联网+”公式应该是我们所在的行业目前的产品和服务，在与我们未来看到的多屏全网跨平台用户场景结合之后产生的这样一种化学公式。“互联网+”的“+”，并不是简单的数学意义上的相加，实际上是一个化学的模式。供需的本质不变，只不过是利用互联网这种方式去实现，去把一些低效率的点打通，继而创造价值，这是一个价值再造的过程。

于扬是国内最早具有“互联网+”意识的人，其所创建的易观国际集团已经成为中国经济互联网化的转换器和加速器。早在2007年，易观国际就提出了“互联网化”和它的四个层次：第一个是营销的互联网化。比如广告主从在报纸上做广告到在网络上做广告。第二个是渠道的互联网化。

^① 黄渊普. 一篇文章读懂“互联网+”的内涵[EB/OL]. (2015-06-25)[2017-04-01]. https://baijia.baidu.com/s?old_id=90108.

最大推手是 2008 年开始的全球金融危机。最典型的案例是京东的出现，逼着国美和苏宁开始转型互联网。第三个是产品的互联网化。这个进程从 2010 年开始，其最大推手是智能手机的爆发，典型的案例如小米。第四个是运营的互联网化。这一层次的互联网化当下正在进行，目标是实现企业完全数字化和网络化。

伴随创新驱动“新常态”的提出，也有专家认为，所谓“互联网+”，实际上是创新 2.0 下的互联网发展新形态、新业态，是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进。“互联网+”不仅仅是互联网改造了传统行业，更会同无所不在的云计算、大数据，造就无所不在的创新。创新又反过来作用于新一代信息技术形态的形成与发展，并进一步推动知识社会以用户创新、开放创新、大众创新、协同创新为特点的创新 2.0，改变了我们的生产、工作、生活方式，也引领了创新驱动发展的“新常态”。

二、“互联网+”的前世今生

早在 2007 年，张荣寰就提出了“互联网+”的理念，不过 2007 年的中国互联网不过是一个冲浪工具而已，那时候的时机还不够成熟，而这个理念也仅仅是在互联网以及科技圈里面小范围地传播一下而已。但在 2015 年写入政府工作报告之前，“互联网+”已经在神州大地上进行得如火如荼。在第三产业中，“互联网+”模式实际上已经得到全面应用，比如电商的京东模式和淘宝模式，都有大批传统第三产业参与，网上银行也是以实体银行业为基础，滴滴、快的模式正在改变传统交通业，而大批的融合传统媒体的新媒体也正在兴起，还有几乎席卷整个服务业的 O2O 模式。

中国的很多名词都是从国外引进的，但是“互联网+”这个词是十分具有中国特色的。美国没有“互联网+”这个词，早先的信息技术也是从美国发源的。美国信息化的过程，就是各行各业的企业以及消费者在用电脑。