



经济管理学术文库·经济类

我国体育产业信息网站 运营模式研究

WOGUO TIYU CHANYE XINXI WANGZHAN
YUNYING MOSHI YANJIU

张春萍 李世民 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



经济管理学术文库·经济类

我国体育产业信息网站 运营模式研究

WOGUO TIYU CHANYE XINXI WANGZHAN
YUNYING MOSHI YANJIU

张春萍 李世民 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

我国体育产业信息网站运营模式研究/张春萍, 李世民著. —北京: 经济管理出版社, 2016.9

ISBN 978-7-5096-4457-7

I. ①我… II. ①张… ②李… III. ①体育产业—网络营销—经营方式—研究—中国 IV. ①G812

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 126022 号

组稿编辑: 张永美

责任编辑: 杨国强 张瑞军

责任印制: 黄章平

责任校对: 王 淼

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 12.75

字 数: 188 千字

版 次: 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4457-7

定 价: 45.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

序 言

体育与互联网不断融合发展,体育产业的信息化发展已经成为趋势,体育产业信息网站作为体育产业信息化的主要产物,逐步兴起并且发挥作用,这对于我国体育产业的可持续发展具有一定价值。体育产业信息网站应成为信息发布、商务互动平台,整合资源促进产业快速发展,但目前我国体育产业信息网站尚未长足发展,行业与社会影响力不显著,运营过程存在一定问题,与市场、社会需求不相适应,极有必要从应用与理论角度重新梳理其运营模式。

本书以我国体育产业信息网站的运营模式为主要研究对象,同时以互联网、“互联网+”、“体育产业”、“互联网+体育”、国外体育产业信息网站、非体育行业网站等为辅助研究对象;运用文献资料法、案例分析法、调查研究法、实地考察法等,对我国典型体育产业信息网站的分类、栏目设置、技术支持及目标功能等方面进行运营分析,找出相应问题,并借鉴国外成功经验,从原则、定位、内容、功能、盈利模式、推广方式等探索建立适合我国发展的体育产业信息网站的运营模式。

本书共包括九章内容。第一章为概述,主要说明本书的研究背景、研究目的与意义、研究对象与方法、文献综述、理论基础,并界定了体育产业、信息、盈利模式、运营模式的概念。第二章为互联网的产生和发展,阐述了国内外互联网的产生和发展情况,并对我国互联网发展相关政策、互联网技术的发展、“互联网+”的产生和发展、我国网站发展现状进行了说明。第三章为体育产业的产生和发展,阐述了国内外体育产业的产生和发展,并对我国体育产业的产生和发展阶段、发展现状、相关政策进行了



说明。第四章为体育与互联网的融合发展。第五章为我国体育产业信息网站运营模式,首先阐述了国外体育产业信息网站发展现状,并对国外典型体育产业信息网站——Sportcal 网站运营进行了分析;其次从网站分类、栏目设置、技术支持、特征、目标功能、盈利模式、建站流程等方面分析了我国体育产业信息网站运营模式。第六章对我国体育产业信息网的案例,对我国体育产业信息网运营模式进行了分析。第七章为我国体育产业信息网站运营模式存在的问题。第八章为我国体育产业信息网站运营模式优化原则及策略。第九章说明了本书研究结论和展望。

本书的主要创新点:重点研究我国体育产业信息类网站的运营模式,此类研究相对较少;注重实证分析,从我国体育产业信息类网站运营的实际需求出发,结合典型网站进行调查研究,可信度较高,如中国体育产业信息网、体育资讯网、国家体育总局官网等;通过与体育界、互联网领域相关专家及管理者进行访谈交流,兼具理论价值和实践价值,科学性较高;对国外体育产业信息类网站的建设与运营进行介绍,并对典型网站进行说明与分析;重新构建了我国体育产业信息类网站运营模式,有益于我国体育产业信息类网站运营模式的发展与完善。

本书的顺利完成,要感谢同行业专家学者所提供的理论和实践支持,感谢本书所调研网站的协助和配合,感谢关心和支持本书的所有人员。同时,由于笔者在体育产业信息网站领域研究经验欠缺,研究层次和深度有待进一步提高,所以本书有许多缺点和不足,敬希读者批评。本书的后续工作将继续进行,努力完善和进一步研究体育产业信息网站的运营模式,更加细化研究成果。

目 录

第一章 概 述	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的与意义	2
一、研究目的	2
二、研究意义	3
第三节 研究对象与方法	4
一、研究对象	4
二、研究方法	4
第四节 文献综述	5
一、有关“运营”、“运营管理”的相关研究	5
二、有关“模式”、“管理模式”的相关研究	9
三、有关“运营模式”的相关研究	10
四、有关“网站运营”、“网站运营模式”的相关研究	13
五、有关“体育网站”、“体育产业信息网站运营模式”的相关研究	16
第五节 理论基础	18
一、运营管理理论	18
二、网络营销理论	20
第六节 概念界定	25
一、体育产业	25



二、信息	26
三、盈利模式	26
四、运营模式	27
第二章 互联网的产生和发展	29
第一节 国外互联网的产生和发展	29
第二节 我国互联网的产生和发展	34
一、我国互联网的产生和发展概述	34
二、我国互联网发展相关政策	39
三、互联网技术的发展	44
四、“互联网+”的产生和发展	48
五、我国网站发展现状	53
第三章 体育产业的产生和发展	57
第一节 国外体育产业的产生和发展	57
第二节 我国体育产业的产生和发展	67
一、我国体育产业的产生和发展阶段	67
二、我国体育产业发展现状	69
三、我国体育产业发展相关政策	74
第四章 体育与互联网的融合发展	81
第五章 我国体育产业信息网站运营模式	87
第一节 国外体育产业信息网站发展现状	87
一、国外体育产业信息网站发展概览	87
二、Sportcal 网站运营分析	100
第二节 我国体育产业信息网站运营模式分析	101
一、网站分类	101



二、栏目设置	120
三、技术支持	121
四、特征	123
五、目标功能	124
六、盈利模式	125
七、建站流程	127
第六章 案例分析：中国体育产业信息网	131
第一节 中国体育产业信息网发展历程	131
第二节 中国体育产业信息网运营模式	132
一、网站定位	132
二、网站内容	132
三、栏目设置	133
四、盈利模式	134
五、服务范围	134
六、优化措施	135
第七章 我国体育产业信息网站运营模式存在的问题	137
第八章 我国体育产业信息网站运营模式优化原则及策略	141
第一节 优化原则	141
第二节 优化策略	142
第九章 结论与展望	147
第一节 结论	147
第二节 展望	148



附 录	149
附录一 专家访谈提纲	149
附录二 国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见 (节选)	151
附录三 体育发展“十三五”规划 (节选)	166
附录四 2015 中国“互联网+体育”报告 (节选) ——艾瑞咨询	178
参 考 文 献	189

第一章 概 述

第一节 研究背景

如今，我国体育产业发展受到政府与相关各界的高度重视，取得了令人瞩目的成果，体育产业正以“朝阳产业”的角色在经济和社会发展中发挥着日益重要的作用。2014年10月，《国务院关于加强发展体育产业 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，充分调动全社会积极性与创造力，提供适应群众需求、丰富多样的产品和服务”。该《意见》为我国体育产业发展提供了最新的政策支持，鼓励社会团体进入体育产业，大力助推我国体育产业良性发展。

同时，体育产业逐步与互联网相互融合，O2O、B2B、B2C等商业模式作用于体育产业，“互联网+体育”已经成为体育产业发展的新趋势。根据第37次《我国互联网络发展状况统计报告》，截至2015年12月，我国网民规模达6.88亿人，全年共计新增网民3951万人，互联网普及率达50.3%，较2014年底提升2.4个百分点。我国网络受众人数多，市场广阔。同时，随着我国体育产业不断良性发展，相关信息日益增多，人们对于网络上体育产业信息资源的需求和要求不断增多和提高。百度指数显



示, 2015 年关键词“体育”整体搜索指数平均值为 45067 条, 同比增长 28%。以媒介传播为主要内容的体育产业信息网站的逐步发展, 对于优化体育资源配置、提升体育资源利用率具有重要作用, 能够为公众和相关组织提供便捷的信息获取渠道。

第二节 研究目的与意义

一、研究目的

(一) 整体概述我国体育产业信息网站发展现状

随着我国体育产业跨越式发展, 体育产业信息网站逐步兴起, 各相关体育组织, 包括国家体育总局及相关企业等, 为体育产业信息网站的建设 and 运营提供了一定的资源, 当前我国体育产业信息网站的发展已经取得了一定成绩。首先本书将尽可能全面搜集我国所有处在运营中的体育产业信息网站, 并进行归类。其次在各分类中选取 3~5 个具有代表性的网站作为实例, 研究其网站定位、网站内容、网站盈利模式、网站推广方法等。再次归纳出我国体育产业信息网站的主要特征, 拟从发展阶段、发展方向等方面进行说明。最后提出我国体育产业信息网站的目标功能, 拟从形象展示、信息发布、商务合作、资源整合等方面进行阐释。

(二) 结合网站运营实际和相关理论分析典型案例

课题组负责人担任我国体育产业信息网特约专家, 课题组成员进入我国体育产业信息网的运营公司任职, 实际参与网站具体运营。我国体育产业信息网主要为各运动协会、产业基地、体育企业及关注和支持体育产业发展的投融资机构、知名企业、服务中介等, 提供体育项目招商、体育产业无形资产开发与转让、体育企业股权交易、体育实物资产交易、体育项目融资、体育收藏品等服务。本书将结合企业运营管理、网站运营模式等



理论,拟从网站分类、栏目设置、技术支持及目标功能等方面分析我国体育产业类信息网现状,并就相关问题提出优化策略。

(三) 探索建立我国体育产业信息网站运营模式

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。我国体育产业信息网站的运营不仅要满足公众获取体育信息需求,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。本书将参考各类网站运营模式,从网站核心产品及功能、盈利模式、运营团队、运营流程等方面构建我国体育产业信息网站的运营模式。

二、研究意义

(一) 有利于丰富网站运营模式理论研究的系统性与全面性

目前,网站运营模式理论多用于研究其他行业,而对于体育产业这种既包括有形的体育用品又包括无形的体育服务,并且服务属性突出的特色领域研究还比较少。从体育产业信息网站运营者的角度研究其运营模式,视角新颖,内容丰富,网站运营模式理论与实践充分结合,并注重完整的分析网站运营整体过程,使研究更具系统性。

(二) 有利于拓展企业运营模式理论的应用范围

目前,互联网体育已经成为体育产业热门理念,互联网为体育产业拓宽了发展渠道,“互联网+”是对传统产业更新方式的重大突破,将发挥重要的作用与功能。体育产业的潜在社会效益和经济效益不断提升,体育产业相关信息日益增多,人们对网络上体育产业信息资源的需求渐增。随着此类网站不断发展,如何合理化其运营模式引起社会广泛关注。对于体育产业信息网站运营模式的相关研究较少,企业运营模式的研究成果可以为体育产业信息网站的运营提供理论基础。



（三）有利于促进我国体育产业信息网站的发展

尽管我国体育产业信息网站近年发展迅猛，但网站运营模式方面存在较多问题，不能满足体育市场主客体体育产业信息资源的需求。课题组通过实际参与和调研我国典型体育产业信息网站的运营，借鉴国外成功经验，针对目前我国体育产业信息网站运营过程中存在的相应问题提出建议，并探索建立体育产业信息网站运营模式，促进我国体育产业信息网站的发展。

第三节 研究对象与方法

一、研究对象

本书以我国体育产业信息网站的运营模式为主要研究对象，着重研究主办机构为企业的网站、企业化运营的网站、行政单位与企业合作运营的网站；同时，以互联网、“互联网+”、“体育产业”、“互联网+体育”、国外体育产业信息网站发展情况、非体育行业网站发展情况等为辅助研究对象。

二、研究方法

（一）文献资料法

根据研究需要，通过国家图书馆、北京体育大学图书馆查阅大量有关管理学、计算机科学等多种基础理论方面的书籍；广泛查阅企业运营管理、网站建设运营等专业书籍，通过中国知网、百度、谷歌等网络资源收集、整理互联网、“互联网+”、“体育产业”、“互联网+体育”、运营模式、网站运营管理等相关资料，阅读有关我国体育产业、互联网、体育产业信息网站相关的政策、法规、文件等，从而确定本书的研究方向、内容及理论与方法依据。



（二）实地考察法

课题组负责人担任我国体育产业信息网特约专家，课题组成员在本书研究案例之一“中国体育产业信息网”的运营公司宏育（北京）科技发展有限公司任职，通过实际参与网站具体运营，获取第一手资料，增加感性认知。由此课题组对网站运营的整个过程和具体工作有切身的体会和感受，为本书的案例研究提供了第一手资料。

（三）专家访谈法

为切实解决本书研究的基础性、关键性问题，课题组对我国体育产业信息网站各高层管理人员进行访谈，围绕网站定位、网站功能、盈利模式、推广方式及技术支持等方面，获得网站运营相关的数据和资料，吸取了建设性的意见和建议，以此为提高研究的可行性和有效性创造条件，同时为结题报告的理论构架提供了现实依据，拓宽撰写思路。另外，课题组与体育界、互联网领域的相关专家、高层管理者、相关体育部门官员进行交流探讨，以丰富并增强本书研究的主要内容。访谈提纲见本书附录一。

（四）案例分析法

本书选取英国的 sportcal 网站（www.sportcal.com）和中国体育产业信息网（www.sportsii.cn）分别作为国外和国内典型的体育产业信息网站进行案例分析。对 sportcal 网站的发展历程、主要产品和服务、网站内容进行了阐述和分析；对中国体育产业信息网的运营模式进行了阐述分析，包括发展现状、运营团队、盈利模式、服务设计、栏目设置等内容。

第四节 文献综述

一、有关“运营”、“运营管理”的相关研究

《辞海》中定义“运营”为“（车船等）运行和营业”。



黄宪律在《MBA 生产运营管理精华读本》中提到,管理学科源于制造业,最初主要限于对有形产品的生产研究,其学科被称为“生产管理”。后来,随着经济的发展、技术的进步和生活水平的提高,对有形产品形成之后相关服务的需求不断提高,相关的行业也在不断扩大。因此,对所有这些提供无形产品(即提供服务)运营管理的研究应运而生。而且无形产品的生产过程与有形产品的运营过程都具有下述共同特征:①都能够满足人们的某种需求,即都具有一定的使用价值;②都存在着“投入—变换—产出”的过程,即都要投入一定的资源,经过一系列形式的转换,向社会提供某种形式的产出(有用的产品),实现价值增值;③都需要面对市场,把设备和人员组织起来,进行计划、组织、控制。人们开始把对无形产品“生产”的管理研究纳入生产管理的范畴,或者说,生产管理的范围从制造业扩大到服务业。这种扩大了了的“生产”概念,在西方管理学界被称为“Operations”,即运营(有的译为运作、作业、业务)。其把生产运营定义为,对一个组织(包括企业或其他任何形式的组织)的生产运营管理系统战略决策、设计、运行、控制与改进。

申元月主编的《生产运作管理》一书将运营定义为“是一切社会组织将它的输入转化为输出的过程,是一个投入一定的资源,经过生产运作系统的转换,使其价值增值,最后以某种形式的产出提供给社会的过程”。

爱德华·M. 诺德和理查德·J. 舍恩伯格在《运营管理:满足全球顾客需求》中定义,“运营管理是一系列创造、实施和过程改进的活动,它将输入的资源转化为输出的产品或服务。运营管理活动存在于企业各个方面,它针对的活动涉及企业各个层面,包括工作中的某一个具体环节以及企业范围内的活动。”

APICS (Association for Operations Management) 即运营管理协会,对运营管理定义:运营管理是应用设计工程、工业工程、管理信息系统、质量管理、生产管理、库存管理、会计和影响机构运作的其他职能的概念,以对生产或服务机构进行有效的规划、利用和控制。

美国运营管理经典教科书 Operations Management for Competitive Advan-



tage 对运营管理的定义是：运营管理是设计、运作和提高公司的整个体系，以制造并提供产品和服务。

王丹的《西方运营管理领域研究现状的分析——基于运营管理 3 个顶级期刊（2006~2011）的文献》以 2006~2011 年发表在“Journal of Operations Management、International Journal of Operations and Production Management”和“Production and Operations Management”期刊上的 883 篇学术论文为研究对象，采用基于量化分析的定性研究方法，结合运用 N VivoS 软件分析工具，通过频次分析和时间序列分析等数学分析工具，探讨了近六年西方运营管理领域的研究主题、实证研究方法及研究学者的基本状况，并指出了未来可能的研究趋势。研究表明，运营管理研究主题已经从库存控制、作业计划、流程设计和综合计划等战术性的视角转向更具战略性与综合性的研究视角，如供应链管理、制造战略、服务运营、绩效管理、质量管理、产品开发与设计、精益生产、资源计划系统和跨学科研究等主题。三个期刊研究的侧重点存在着差异性，“Journal of Operations Management”研究的重点是供应链管理、制造战略、服务运营和质量管理的；“International Journal of Operations and Production Management”研究的重点是供应链管理、制造战略、绩效管理和服务运营的；“Production and Operations Management”研究的重点是供应链管理、服务运营、跨学科研究和制造战略的。供应链管理的研究主要集中在供应链关系管理、基于电子商务的供应链管理、环境意识型供应链管理、供应链风险管理及供应链的物流管理等方面；对制造战略的研究主要集中在战略内容上，而对战略过程的研究相对较少；绩效管理研究的主要关注点是绩效的影响因素，对绩效评估测量的研究不足；服务运营主要集中在顾客满意度和服务质量上，对新服务的开发是此主题新的关注点；质量管理主要关注 ISO9000 系列、六西格玛和供应链质量管理；精益生产系统主要是对其模式及与绩效的关系研究；跨学科研究集中在营销和运营管理相结合的研究，还有少量研究关注财务和人力资源管理对运营管理的影响。供应链管理、制造战略、服务运营和绩效管理由于其重要性仍将成为学者持续热衷的研究焦点，物料管理、物流



和订单履行、柔性制造系统、先进制造技术、项目管理、技术管理和组织变革仍是运营管理领域面临的重要现实挑战,值得花费时间和精力加以研究。研究学者对新兴研究主题也产生了极大的兴趣,如非营利性组织、服务和制造边界的模糊化、产品和服务的模块化、资源在运营管理研究方法上,学者已经从建模与仿真方法中抽离,转而更多地采用实证研究方法。在实证研究数据收集的方法中,问卷调查和案例研究占主导地位,但问卷调查可能出现下降趋势;二手数据和多研究方法得到了较广泛的应用,并呈现上升趋势;行为研究、访谈法、关键事件法和实验等方法应用较少。研究学者的分布呈现多地域化特征,但主要集中在两个地域:美国和加拿大组成的北美地域;英国、荷兰、西班牙、瑞典和意大利等组成的欧洲地域。中国、韩国、新加坡、澳大利亚等亚洲和大洋洲国家也有学者在期刊上发表论文,但数量相对较少。学者之间的合作形式也呈现多样化,有校内合作、校际合作和国际合作等,而且校际合作和国际合作的比重不断增加。

李雪在《现代企业运营管理的发展方向》中阐述了现代企业运营管理的发展趋势:现代运营管理的涵盖范围越来越广;现代企业运营管理中获得的经济效益对企业发展的影响越来越大;信息技术成为运营系统控制和运营管理的重要手段。

桂明晖在《企业运营管理活动绩效考核指标的确定》中基于财务维度(主要通过财务指标从股东的角度来考察企业的成长性、盈利能力)、客户维度(主要从客户角度考察企业的价值创造能力)、内部流程维度(主要从企业自身角度考察其内部管理能力)、学习与成长维度(主要从企业的组织环境角度考察其成长和创新能力)四个维度,把企业运营管理活动绩效考核指标分为结果指标、流程指标、管理行为指标三大类,结果指标对应财务维度,流程指标对应客户和内部流程维度,管理行为对应学习与成长维度,分别从结果、流程和基础三个角度考核企业绩效目标的实现。

Birge J. R. 在“Operations and Finance Interactions”中介绍了运营和财务及其相互关系,并对运营和财务相互间作用的经验表达看法。其认为关