

数据可视分析视域下体育产业数字化转型路径研究

前言

本研究采用文献资料分析法,探究数据可视分析视域下我国体育产业数字化转型路径。本文从体育产业数字化转型的含义与特点出发,对体育产业中企业数字信息应用和技术人才存在不足、对数字化转型的认识及体育监管存在缺失、就业结构的变革与数字鸿沟等问题层面进行深刻分析,以明确问题,从人才培养、平台支持、宣传力度、融合发展、多元管理、政策扶持六个层次,探究数据可视分析视域下体育产业数字化转型路径,为新时期背景下我国体育产业发展提供借鉴,以推动体育产业高质量发展。

关键词

数字经济;数据可视分析视域下;体育产业;数字化转型

目前,国内对“体育产业数字化”的研究,主要集中在数字技术对体育产业发展的影响、数字技术与体育产业的融合发展等角度的探究^[1]。在我国体育事业的发展中,数字化转型具有极其重要的意义,然而基于可视化分析视域下体育产业转型与发展的研究则相对较少,无法为实际发展路径作出正确指导。与此同时,可视化分析作为大数据分析的一个重要工具,通过利用计算机的自动分析功能,可以让人们更加直观有效地理解隐藏在大数据背后的信息。因此,本文将围绕“体育产业数字化”这一议题,深入探讨数据可视分析视域下体育产业数字化转型的路径,旨在为我国体育产业未来数字化发展提供重要理论指导。

1 体育产业数字化转型的含义与特点

1.1 含义

信息化、智能化等内容数字化是新经济形态的“总称”,作为一种新型经济形态,体育产业数字化可以看作是体育产业各项发展与数字技术结合过程中产生的一种新经济形态,具体指以数字为核心的体育产业数字化转型、升级、再造的全产业链^[2]。在数据可视分析的视角下,体育产业数字化转型要将数字化技术与体育产业紧密结合,利用数码技术进行业务流程优化、提高生产效率、推动与其他行业的融合、创新经营方式、提高体育服务和产品的价值^[3]。

1.2 特点

《国家体育产业统计分类(2019)》和《体育产业发

展战略规划》等文件表明,我国体育产业发展具有以下特点,广泛的产业链、高附加值和巨大消费潜力。近年来,在数字化转型的进程中,我国体育产业呈现出三大特点:产品形态、商业模式、组织结构。随着产品形态的改变,人们对运动和健身产品的需求不断增加,数字技术供应渠道的日趋成熟促使产品的标准化和智能化水平提高。随着商业模式的改变,网络上出现了大量的电子交易平台,从而推动体育用品网络化生产转变,实现长期销售,消费者可在任何时间、任何地点重新使用产品,打破了过去“即产即销”的供应方式,使得生产和消费在时间和空间上的约束越来越小。此外,体育企业组织结构发生了改变,其组织形式趋向扁平化、去中心化,并逐渐独立与分散^[4]。

2 数据可视分析视域下体育产业数字化转型存在问题

2.1 数字信息应用和技术人才存在不足

2.1.1 数字信息应用不足

我国体育产业数字化信息技术在我国的应用尚处于初级阶段。尤其是中小企业信息化水平和专业化程度普遍较低,企业在数字化转型的推广和应用方面还存在一些问题。《中国产业数字化报告2020》指出,超过70%的企业在进行数字化转型时,只投入了不足3%的资本^[5]。体育企业是体育产业发展的微观主体,其数字化转型的现状可以从数字资讯科技的应用程度上体现。我国企业数字化转型的水

平较低,加上我国体育企业在数字与信息化领域起步较晚、基础较薄弱,现阶段我国的体育行业信息化建设尚处在初级阶段,信息建设不足,这限制了我国体育产业的数字化转型。

2.1.2 数字技术人才匮乏

在体育产业数字化转型的进程中,缺乏专业的数字技术人才是一个问题。一是企业的数字化转型是一个动态的发展过程,然而在我国体育产业的数字化转型中,数字化人才的培养标准、培养方向等问题较为突出,不能满足数字化转型的需要^[6]。二是我国体育产业的数字化转型策略和定位模糊,对体育产业的数字化人才培养影响较大。在数据可视分析下,体育行业在互联网、大数据等信息技术的背景下,已经成为一种新兴产业,但具体落实数字化转型的企业却很少,这在某种程度上限制了体育产业的转型与发展^[7]。

2.2 对数字化转型的认识及体育监管存在缺失

2.2.1 体育企业对数字化转型的认识不足

尽管许多体育企业都在积极地进行数字化转型,但对于数字经济的认知意识普遍较为浅薄。大部分体育企业仍局限于利用数字技术来管理体育行业,比如利用现代信息技术进行体育比赛的现场直播,利用5G技术和VR/AR技术对体育场馆进行智能化改造,利用信息化、科技化技术,实现体育生产的全过程和服务^[8]。大部分的体育企业都把数字化技术转化为产业数字化管理与数字化发展,反映了企业对体育产业数字化转型认知不足。在我国实施数字经济和实体经济深度融合的过程中,体育行业如何更有效地利用数字化技术进行转型,以及数字技术对体育产业进行有力的赋能,是当前体育产业迫切需要解决的问题。

2.2.2 体育监管不足

体育监管存在难度大且不足的问题。在当今数字经济飞速发展的背景下,数据作为数字化转型的重要生产要素,其存在的问题越来越突出。目前,数字化信息智慧财产的管理和使用责任尚不明确,新兴数字企业与传统企业之间的界限尚未清晰,这给监管工作带来了困难。在互联网时代,商家通过吸引一定数量的顾客“刷单”等不正当竞争手段来提升品牌知名度,这种行为难以根除。此外,工商部门难以直接控制消费者的行为,电商平台也难以对消费者的行为进行有效监督。总体而言,网络电商平台兼具私有属性和公共属性,而我国体育市场的网络化管理还不完善,这限制了体育产业的数字化转型。

2.3 就业结构的变革与数字鸿沟

一方面,体育行业的就业结构正经历着深刻的变革。据统计,我国的体育行业吸纳就业的能力较弱,仅在2018年,体育行业的从业人口只有443.9万人,在第三产业中的比例只有1.2%^[9]。由于不同群体间的数字能力与数字素养存在不同(即数字鸿沟),个体或者企业数字素养与数字技能水平越高,越容易参与数字化发展,而个体或者企业则会因数字素养、数字技能水平过低而被淘汰。另一方面,企业的数字化转型是一项复杂的系统工程,必须持续投入,并且面临高昂的成本问题,单凭个人的力量很难实现。通常情况下,接受数字教化教育和培训的个人或企业多数具备一定经济实力,并占据较大的市场份额。体育市场因数字化转型而引发的就业结构变革,以及体育市场中就业人口比重的重新配置,可能会给体育市场造成结构性失业风险,这是需要引起重视的问题。

3 数据可视分析视域下体育产业数字化转型路径探析

3.1 人才培养:强化体育产业人才教育功能

实现体育产业的数字化转型,核心在于培养数字化技术人才。首先,从政府层面出发,在对我国体育行业的人才需求进行分析的基础上,提出相应的发展对策。这包括加强对体育行业的吸引力,促进数字技术人员的参与;在融资、准入门槛等方面制定相关的政策支持制度;针对小型中小型体育企业数字化人才短缺的问题,提供人才服务平台;考虑数字化人才的工作特点,可从社会保障、养老保险等方面提供相应的支持,并在税收等方面作出相应的调整;通过政府扶持、政府采购等途径,培养体育电商直播专业技术人才。其次,从企业角度出发,需要调查数字体育企业的人才短缺情况,提高体育资源的利用效率。在数字化经济的背景下,重构体育企业和人才之间的合作关系,建立一种新型的雇佣关系;创造开放的就业与创业平台,有效促进人力资源的流动与利用,拓展数字化技术人员的培训渠道。

3.2 平台支持:利用科技平台支持体育产业数字化转型

随着国家对数字经济和实体经济的深入融合,科技平台成为促进数字经济发展的关键因素。首先,充分利用体育行业科技平台的资源整合作用。技术平台可以赋能中小企业,有效解决转型成本高、数据资源获取困难等问题。其次,充分利用科技平台,促进体育产业数字化转型。技

术平台可以帮助体育企业从一个单一的企业建设转向同一产业的协同发展,建立整合体育市场资源的平台,促进企业间的分工合作,增强内部联系,发挥平台经济的作用。最后,要充分利用科技平台在体育行业中的孵化功能。通过数字平台,体育企业实现了以市场为导向,打破了传统的供求关系,根据市场需求实现体育产业精确生产和个性化服务,对原有的体育产业组织结构进行重组。

3.3 大力宣传:极力推广体育产业数字化转型发展

加强宣传是使体育产业数字化转型意识深入到企业管理与发展、化解现阶段体育企业面临巨大难题的关键。要做好宣传工作,首先,通过多种途径进行宣传支持。深刻理解体育产业数字化转型的要求,为其发展提供新的支持,为数字体育产业的数字化转型创造有利舆论氛围;其次,强化领导和表率作用。以中国体育产业的龙头企业为榜样,如以安踏体育、李宁体育,以数字技术为基础的C2B业务

模式以及体育O2O平台为例,重点分析体育培训、健身领域,促进体育产业数字化转型,提高生产效率,加快转型升级,从而提升企业的经济和社会效益。

4 结语

在信息技术的革命和工业的变革推动下,数字技术和信息技术已成为推动我国体育事业发展的重要内容。然而,数字化发展过程中也伴随着不少挑战。针对现阶段我国体育产业数字化发展所面临的问题,我们应从数字化转型的角度出发,积极推动体育产业数字化转型。通过建设数字体育支撑平台,整合数字信息技术,培养应用型数字化技术人才,为推动我国体育事业的高水平发展和广大群众的幸福生活提供有力支持。

文/何婷,伍聪(福建师范大学体育科学学院,福建福州 350108)

作者简介:何婷,女,安徽芜湖人,福建师范大学体育科学学院在读硕士研究生,研究方向:传统武术;伍聪,男,安徽芜湖人,福建师范大学体育科学学院在读硕士研究生,研究方向:体育教学。

参考文献:

- [1] 殷洁森.我国体育产业数字化转型路径研究[J].苏州市职业大学学报,2022,33(3):49-54.
- [2] 任波.数字经济时代中国体育产业数字化转型:动力、逻辑、问题与策略[J].天津体育学院学报,2021,36(4):448-455.
- [3] 沈克印,寇明宇,吕万刚.数字经济时代体育产业数字化的作用机理、实践探索与发展之道[J].上海体育学院学报,2021,45(7):8-21.
- [4] 李荣日,刘宁宁.理论框架与逻辑通路:我国体育产业高质量发展研究[J].天津体育学院学报,2020,35(6):651-657.
- [5] 任波,黄海燕.中国数字经济与体育产业融合的动力、机制与模式[J].体育学研究,2020,34(5):55-66.
- [6] 任波.后疫情时期中国体育产业助力体育强国建设的机遇、挑战与策略[J].南京体育学院学报,2020,19(12):15-24.
- [7] 张棚棚.我国体育产业发展研究[J].合作经济与科技,2021(12):40-41.
- [8] 韩朝阳,杨苓,李拓键.我国体育产业数字化转型的现实需求与实现路径[J].湖北体育科技,2022,41(1):6-10+40.
- [9] 栗刚,李雪君,夏杰长.后疫情时代中国体育产业高质量发展的短板及对策[J].体育文化导刊,2021(2):83-88.