

新质生产力视域下电子商务与体育产业的融合发展

韦学究, 吴俊杰*, 田荣胜, 王 旺, 陈 赟

贵州大学体育学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月12日; 录用日期: 2024年10月12日; 发布日期: 2024年11月26日

摘 要

本文运用了文献资料、逻辑归类等方法对新质生产力视域下电子商务与体育产业的融合发展进行研究。研究发现: 新质生产力视域下电子商务与体育产业融合面临着智能体育设备兼容性挑战、沉浸式体验打造的技术成本挑战、个性化服务强化方面的挑战、区块链技术在体育电商中应用方面的挑战以及跨境电商与体育产业全球化方面的挑战。提出电子商务与体育产业融合优化方案, 即智能体育设备的深度融合、沉浸式体验的打造、个性化服务的强化、区块链技术在体育电商中的应用和跨境电商与体育产业全球化。

关键词

新质生产力, 电子商务, 体育产业

The Integrated Development of E-Commerce and Sports Industry from the Perspective of New Quality Productivity

Xuejiu Wei, Junjie Wu*, Rongsheng Tian, Wang Wang, Yun Chen

College of Physical Education, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 12th, 2024; accepted: Oct. 12th, 2024; published: Nov. 26th, 2024

Abstract

This article uses methods such as literature review and logical classification to study the integrated development of e-commerce and sports industry from the perspective of new quality productivity.

*通讯作者。

文章引用: 韦学究, 吴俊杰, 田荣胜, 王旺, 陈赟. 新质生产力视域下电子商务与体育产业的融合发展[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4800-4805. DOI: 10.12677/ec.2024.1341706

Research has found that the challenges faced by the integration of e-commerce and sports industry from the perspective of new quality productivity include compatibility challenges of intelligent sports equipment, technological cost challenges in creating immersive experiences, challenges in enhancing personalized services, challenges in the application of blockchain technology in sports e-commerce, and challenges in the globalization of cross-border e-commerce and sports industry. Propose an optimization plan for the integration of e-commerce and the sports industry, which includes the deep integration of intelligent sports devices, the creation of immersive experiences, the strengthening of personalized services, the application of blockchain technology in sports e-commerce, and the globalization of cross-border e-commerce and the sports industry.

Keywords

New Quality Productivity, Electronic Commerce, Sport Industry

Copyright © 2024 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

2023年9月，习近平总书记在黑龙江考察时首次提出“新质生产力”这一概念，指出“整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，加快形成新质生产力”[1]。当今时代，新质生产力的崛起正在重塑各个产业的发展格局。新质生产力以关键核心技术的突破为引领，以数据等新生产要素为支撑，体现了生产力的跃升。与此同时新质生产力不断催生新的技术、产品和商业模式。对于体育产业而言，电子商务的融入早已改变了其传统的发展模式。在新质生产力的影响下，这两者的结合正孕育着新的发展机遇。一方面，新质生产力为体育产业提供了更先进的技术手段，如大数据、人工智能、区块链等，这些技术为体育产业的运营与管理带来了新的思路。另一方面，电子商务的发展拓宽了体育产业的市场边界，使体育产品与服务能够更高效地触达消费者。在这样的背景下，深入探究电子商务与体育产业在新质生产力下的发展新趋势具有重要意义。这不仅有助于我们把握体育产业未来的发展方向，还能为企业的战略布局提供理论依据，推动体育产业在新的时代潮流中实现可持续发展与突破。

2. 新质生产力视域下电子商务与体育产业的融合现状

2.1. 电子商务拓展体育用品销售的销售渠道

目前电子商务在体育用品销售当中被广泛应用，随着线上销售渠道拓展，体育迷和消费者不再需要亲自前往实体店购买体育用品，而是通过电商平台即可轻松选购球衣、鞋类、健身器材等商品。这种销售模式的转变，不仅为体育用品制造商和零售商提供了更多的销售渠道，还大大提升了购买的便利性。电子商务的全球化特性，电子商务平台打破了地域限制，使得体育用品企业能够将产品销售到全国乃至全球范围，极大地拓展了市场规模，触达更广泛的消费者群体。同时，通过电商平台的数据分析，品牌可以更精准地了解消费者需求，优化产品设计和营销策略。

2.2. 电子商务推动体育用品行业的创新发展

电子商务平台的出现，有效促进了智能技术在体育用品行业的广泛应用，如智能穿戴设备、智能运动器械等，为消费者提供更智能、便捷和个性化的运动体验。体育用品制造商与科技创新公司进行合作，

设计开发出智能运动鞋、智能器械等高科技产品。这些产品能够记录运动数据、提供个性化训练建议，并与手机应用程序配合使用，为消费者带来全新的运动体验。随着消费者对健康和健身的重视程度不断提高，智能体育用品市场需求持续增长。基于数据分析结果，体育用品企业可以开发符合消费者个性化需求的定制化产品，如定制运动鞋、运动服装等，提升运动产品的附加值和竞争力。

2.3. 电子商务推动体育产业链的数字化转型

电子商务在推动体育产业链的数字化转型中发挥着重要作用，在数字化平台上，商家、供应商、物流公司等各类企业能够实现信息共享、资源整合和协同合作，提高整个体育产业链的效率和竞争力[2]。电子商务推动了体育产业链上下游的协同发展。例如，电商平台可以与体育赛事主办方合作，推出赛事门票、周边商品等销售服务。通过电子商务的推动，目前体育产业正逐步形成一个涵盖赛事运营、媒体传播、产品销售等多个环节的生态系统，这个生态系统内的各个环节相互依存、相互促进，共同推动体育产业的繁荣发展[3]。

3. 新质生产力视域下电子商务与体育产业的融合挑战

3.1. 智能体育设备兼容性挑战

在电子商务与体育产业新质生产力融合发展的过程中，智能体育设备兼容性面临着严峻挑战。从技术层面来看，不同厂商在设计智能体育设备时采用了各自独立的技术标准和通信协议。例如，有的设备使用蓝牙低功耗技术，而有的则基于专有无线传输协议。这使得设备之间的数据传输和交互变得困难，像运动手环的数据难以与不同品牌的健身器材同步。从市场角度而言，众多品牌为了争夺市场份额，缺乏统一的行业标准制定动力。这导致消费者在使用多种智能设备时，需要在不同的应用程序间切换，增加了操作复杂性。另外，设备兼容性差也限制了数据的整合与分析。例如，运动过程中多个设备产生的数据无法集中处理，影响了个性化运动方案的制定。这些兼容性挑战不仅降低了用户体验，也阻碍了智能体育设备在体育产业电子商务领域的协同发展。

3.2. 沉浸式体验打造方面技术成本挑战

在电子商务与体育产业新质生产力融合发展中，沉浸式体验的打造面临着技术成本方面的挑战[4]。一方面，虚拟现实(VR)与增强现实(AR)技术的研发和设备制造需要大量资金投入。高质量的 VR 头显和 AR 眼镜等硬件设备成本较高，这使得相关技术在体育领域的普及受到限制。另一方面，构建互动式体育电商平台以及虚拟体育场馆等场景，需要复杂的软件开发和维护。例如，开发逼真的虚拟体育赛事直播场景，涉及到图像渲染、实时数据传输等多项技术，研发成本高昂。而这些成本最终可能会转嫁到消费者身上，导致产品或服务价格较高，市场接受度降低，从而影响沉浸式体验在融合发展中的推进速度。

3.3. 个性化服务强化方面的挑战

在电子商务与体育产业新质生产力融合发展中，个性化服务强化面临多方面挑战。数据方面，尽管大数据可助力，但获取精准、全面且有效的消费者运动数据并非易事，数据质量参差不齐。技术上，要根据复杂多样的数据定制个性化运动方案，对算法和分析模型要求极高，且需不断优化升级以适应不同个体需求，这需要大量研发投入。人才方面，既懂体育知识、又具备数据分析和电子商务运营能力的复合型人才短缺。服务提供上，个性化运动方案的执行需要整合多方资源，如专业教练、运动康复专家等，协调难度较大。而且，消费者对于个性化服务的期望与实际体验之间可能存在差距，如何平衡也是一个挑战。这些都制约着个性化服务在两者融合发展中的强化。

3.4. 区块链技术在体育电商中应用方面的挑战

在电子商务与体育产业新质生产力融合发展中,区块链技术在体育电商应用方面存在挑战。首先是技术复杂性,区块链的构建、维护与优化需要专业技术人才,而这类人才相对稀缺,导致企业实施成本增加。其次,消费者认知度有限,许多消费者对区块链技术不了解,不清楚其在产品溯源、交易安全等方面的优势,影响了该技术在体育电商领域的推广。再者,与现有电商系统的整合存在困难,区块链系统与传统体育电商的运营、管理及数据处理模式需要磨合,否则容易出现数据不兼容等问题。另外,监管政策尚不完善,在区块链应用于体育电商的具体细则、法律责任等方面缺乏明确规定,给企业运营带来了一定的不确定性。

3.5. 跨境电商与体育产业全球化方面的挑战

在电子商务与体育产业新质生产力融合发展中,跨境电商与体育产业全球化面临着诸多挑战。从市场环境来看,不同国家和地区的政策法规差异大,如贸易壁垒、知识产权保护规则等,这给体育产品的跨境销售带来合规难题。在物流方面,跨境运输距离远、时间长且成本高,体育用品的运输还可能面临包装损坏、货物丢失等风险,影响消费者体验[5]。文化方面,不同国家的体育文化存在差异,导致对体育产品的需求偏好不同,企业需要深入了解当地文化进行产品调整。而且,跨境支付也存在汇率波动、支付安全等问题,影响交易的稳定性和安全性,这些都制约了跨境电商在体育产业全球化进程中的发展。

4. 新质生产力视域下电子商务与体育产业的融合趋势

4.1. 智能体育设备的深度融合

智能穿戴设备在新质生产力的推动下,功能得到了进一步的拓展。除了基本的运动数据监测(如步数、心率、睡眠等)外,还增加了更多的健康监测功能,如血压、血糖、血氧饱和度等。例如,一些新型的智能手环可以实时监测用户的血压变化,并提供血压异常提醒。此外,智能穿戴设备还在运动数据分析方面进行了升级,能够根据用户的运动数据提供更加精准的运动建议[6]。同时,随着技术的不断进步,智能穿戴设备的体积越来越小,重量越来越轻,便携性得到了极大的提升。例如,现在的智能耳机不仅具备音频播放功能,还集成了运动监测、语音助手等功能,而且体积小巧,可以方便地佩戴在耳朵上。

智能体育装备的普及,智能健身器材的智能化升级:智能健身器材在新质生产力的影响下实现了智能化升级。例如,智能跑步机可以根据用户的身体数据(如体重、身高、年龄等)自动设定跑步速度、坡度等参数,还可以实时监测用户的运动状态,如心率、消耗的卡路里等,并在显示屏上直观地展示出来。同时,智能健身器材还具备互动功能,用户可以通过设备与其他用户进行在线竞赛、互动交流等。例如,智能动感单车可以连接到虚拟骑行平台,用户可以与全球的骑行爱好者一起参加虚拟骑行比赛。

4.2. 沉浸式体验的打造

虚拟现实(VR)与增强现实(AR)在体育领域的应用,VR 体育赛事直播:虚拟现实技术为体育赛事直播带来了全新的体验。观众可以通过佩戴 VR 设备,身临其境地观看体育赛事,仿佛置身于比赛现场。例如,在足球世界杯期间,观众可以使用 VR 设备观看 360 度全景直播,感受现场的热烈气氛。同时,VR 直播还可以提供沉浸式解说、多角度切换等功能,让观众更好地理解比赛。AR 辅助体育训练:增强现实技术在体育训练中发挥了重要作用。例如,在篮球训练中,运动员可以佩戴 AR 眼镜,在视野中看到虚拟的教练示范动作、战术布置等信息,帮助他们更好地掌握训练技巧。此外,AR 技术还可以用于运动损伤的康复训练,通过在真实环境中叠加虚拟的康复训练场景,提高康复训练的效果。

互动式体育电商平台的构建，基于增强现实的线上试穿体验：为了解决消费者在线上购买体育用品时无法试穿的问题，一些电商平台开始引入增强现实技术，提供线上试穿体验。消费者可以通过手机、平板电脑等设备的摄像头，将虚拟的体育用品(如运动鞋、运动服装等)叠加到自己的身体图像上，查看试穿效果。例如，某体育品牌的电商平台推出了基于 AR 的运动鞋试穿功能，消费者可以在手机上选择不同款式、颜色的运动鞋，并在屏幕上看到自己穿上鞋子后的效果，包括鞋子的外观、尺码是否合适等。虚拟体育场馆与商品展示：电商平台还通过构建虚拟体育场馆和商品展示场景，为消费者提供更加直观、生动的购物体验。例如，在一个虚拟的篮球场馆中展示篮球装备，消费者可以在虚拟场景中查看篮球、篮球鞋、护具等商品的详细信息，并可以与其他虚拟用户进行互动交流。

4.3. 个性化服务的强化

基于大数据的个性化体育产品推荐，根据消费者运动习惯与偏好推荐产品：电子商务平台通过收集和分析消费者的运动习惯、偏好等数据，为消费者提供个性化的体育产品推荐。例如，如果一个消费者经常进行跑步运动，电商平台会向他推荐适合跑步的运动鞋、运动服装、运动手表等产品。同时，平台还会根据消费者的购买历史、浏览记录等信息，不断调整推荐内容，提高推荐的精准度。动态调整推荐内容：大数据分析可以实现对消费者需求的实时监测和动态调整推荐内容。例如，在某个季节或者体育赛事期间，消费者对特定类型的体育产品的需求会发生变化。电商平台可以根据这些变化及时调整推荐策略，为消费者提供更加符合他们当下需求的产品。

个性化运动方案的定制，结合个人健康数据与运动目标定制训练计划：新质生产力使得个性化运动方案的定制成为可能。通过收集消费者的个人健康数据(如身体各项指标、疾病史等)和运动目标(如减肥、增肌、提高体能等)，利用大数据分析和人工智能算法，为消费者定制个性化的运动方案。例如，一个患有高血压的消费者想要通过运动来改善健康状况，运动健康管理平台会根据他的血压情况、年龄、体重等因素，为他制定适合的运动强度、运动时间、运动项目等训练计划。提供配套的体育服务：在定制个性化运动方案的同时，还为消费者提供配套的体育服务。例如，为消费者配备专业的运动教练进行在线指导，或者提供运动营养咨询、运动康复服务等。这些配套服务可以帮助消费者更好地执行运动方案，提高运动效果。

4.4. 区块链技术在体育电商中的应用

利用区块链确保体育用品的正品来源：区块链技术具有不可篡改、可追溯等特点，可以有效解决体育用品的假冒伪劣问题。在体育电商中，每一件体育用品都可以在区块链上进行登记，记录其生产、流通等环节的信息。消费者在购买体育用品时，可以通过扫描商品上的二维码或者查询区块链信息，了解商品的来源、真伪等信息。例如，某知名体育品牌采用区块链技术对其运动鞋进行溯源管理，消费者可以清晰地看到运动鞋从原材料采购、生产加工到销售环节的全过程信息，确保购买到正品。

交易安全与透明化，区块链保障体育电商交易的安全性：在体育电商交易过程中，区块链技术可以保障交易的安全性。通过加密算法和分布式账本技术，确保交易信息的安全存储和传输，防止交易数据被篡改、窃取等。例如，在跨境体育电商交易中，区块链可以避免因不同国家和地区的法律法规、支付体系等差异而导致的交易风险。实现交易信息的可追溯与透明：区块链技术使得体育电商交易信息可追溯、透明。无论是商家、消费者还是监管部门，都可以查询交易的详细信息，这有利于维护市场秩序、保障消费者权益。例如，在出现交易纠纷时，可以通过查询区块链上的交易记录，快速确定责任方。

4.5. 跨境电商与体育产业全球化

国际体育品牌的跨境电商发展，国际知名体育品牌的跨境销售策略：国际知名体育品牌纷纷利用跨

跨境电商平台拓展海外市场。它们通过优化网站设计、提供多语言服务、与当地物流企业合作等方式,提高跨境销售的效率和用户体验。例如,耐克公司在全球多个国家和地区建立了电商网站,并针对不同国家和地区的消费者推出了本土化的产品和促销活动。拓展海外市场的机遇与挑战,跨境电商为国际体育品牌带来了拓展海外市场的机遇,但也面临着一些挑战。例如,不同国家和地区的文化差异、消费习惯、法律法规等因素会影响品牌的市场推广和销售。此外,跨境物流、支付等环节也存在一定的问题,如物流成本高、配送时间长、支付安全等。

本土体育产业的国际化机遇利用跨境电商平台推广本土体育产品与文化:本土体育产业可以借助跨境电商平台,将具有本土特色的体育产品和文化推向国际市场。例如,中国的太极拳相关产品(如太极服、太极剑等)通过跨境电商平台受到了国外消费者的喜爱,同时也传播了中国的太极文化。与国际体育赛事的结合:本土体育产业可以与国际体育赛事相结合,通过跨境电商平台进行赛事相关产品的销售和推广。例如,在举办国际马拉松赛事期间,举办地的本土体育企业可以在跨境电商平台上销售赛事纪念品、运动装备等,提高本土体育产品的知名度和影响力。

5. 结束语

新质生产力的推动下,电子商务与体育产业的融合发展展现出了令人瞩目的新趋势。智能体育设备的深度融合为人们带来更智能的运动体验;沉浸式体验的打造使消费者仿佛置身于体育场景之中;个性化服务的强化满足了人们多元化的需求;区块链技术的应用保障了交易安全与产品质量;跨境电商与体育产业全球化则开拓了更广阔的市场空间。这些新趋势不仅为体育产业注入了新活力,也为电子商务的发展开辟了新路径。然而,我们也应清醒地认识到发展过程中面临的诸多挑战。未来,我们需要不断地探索与创新,克服困难,把握机遇,推动电子商务与体育产业在新质生产力的浪潮中迈向更辉煌的新阶段。

参考文献

- [1] 晏志伟. 新质生产力: 出场语境、理论内涵和发展路径[J]. 湖南社会科学, 2024(5): 83-90.
- [2] 蓝伯雄, 郑晓娜, 徐心. 电子商务时代的供应链管理[J]. 中国管理科学, 2000(3): 2-8.
- [3] 林显鹏, 虞重干, 杨越. 我国体育产业发展现状及对策研究[J]. 体育科学, 2006(2): 3-9.
- [4] 周文, 许凌云. 论新质生产力: 内涵特征与重要着力点[J]. 改革, 2023(10): 1-13.
- [5] 孙鑫. 电子商务环境下体育企业营销策略探析[J]. 现代营销(下旬刊), 2018(6): 168.
- [6] 李威超. 电子商务时代下影响体育消费特征因素研究[J]. 辽宁体育科技, 2017, 39(6): 28-30+37.