

电子商务对体育旅游推动的制肘与破局之策

韦学究, 郭义勇*, 钟宇芳, 杨先黛, 田荣胜, 吴俊杰

贵州大学体育学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年12月6日; 录用日期: 2024年12月20日; 发布日期: 2025年1月28日

摘要

在互联网时代, 电子商务对体育旅游的推动作用日益显著, 但也面临诸多困境与制肘。面临的困境包括网络技术不稳定与数据信息安全性弱、产品服务质量和商家信誉不足、缺少复合型人才。制肘体现为网络覆盖不均与基础设施差、产品质量参差和售后服务弱、市场规范欠缺和标准不明确。为突破困境, 可采取提升技术稳定性保障数据安全、提高产品服务质量和商家信誉、促进产业融合培养复合型人才、完善基础设施规范市场标准等破局之策。本文综合运用文献资料法, 查阅有关互联网、数字化、电子商务与体育旅游的研究文献; 对比分析法, 对比不同策略的效果。旨在推动电子商务与体育旅游深度融合, 为体育旅游在互联网环境下的可持续发展提供有益参考。

关键词

互联网, 数字化, 电子商务, 体育旅游

Constraints and Solutions for the Promotion of Sports Tourism by E-Commerce

Xuejiu Wei, Yiyong Guo*, Yufang Zhong, Xiandai Yang, Rongsheng Tian, Junjie Wu

School of Physical Education, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Dec. 6th, 2024; accepted: Dec. 20th, 2024; published: Jan. 28th, 2025

Abstract

In the Internet era, e-commerce plays an increasingly significant role in promoting sports tourism, but it also faces many difficulties and constraints. The difficulties include the instability of network technology and the weak security of data information, the lack of product service quality and business reputation, and the lack of compound talents. The system is reflected in uneven network coverage and poor infrastructure, uneven product quality and weak after-sales service, lack of market norms

*通讯作者。

文章引用: 韦学究, 郭义勇, 钟宇芳, 杨先黛, 田荣胜, 吴俊杰. 电子商务对体育旅游推动的制肘与破局之策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 3693-3698. DOI: 10.12677/ec.2025.141458

and unclear standards. In order to break through the dilemma, we can take measures such as improving technical stability to ensure data security, improving product service quality to enhance business reputation, promoting industrial integration to cultivate compound talents, and improving infrastructure to standardize market standards. This paper comprehensively uses the literature data method to consult the research literature on the Internet, digitization, e-commerce and sports tourism; and the comparative analysis method is used to compare the effects of different strategies. It aims to promote the deep integration of e-commerce and sports tourism, and provide a useful reference for the sustainable development of sports tourism in the Internet environment.

Keywords

Internet, Digitalization, E-Commerce, Sports Tourism

Copyright © 2025 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

在互联网、数字化高速发展的时代大背景下，电子商务与体育旅游的融合发展成为新的趋势。2024年4月商务部印发关于《数字商务三年行动计划(2024~2026年)》的通知指出：“坚持数据赋能，坚持融合发展；以数据、场景等为纽带，推动商务领域线上线下融合、城市乡村融合、国内国际融合，破除行业壁垒，鼓励跨界发展，有效推动内外贸一体化进程”[1]。同时，中国平台企业的云转播首次成为奥运会主要转播方式，助力奥运会数字化转型。视频平台创新“体育+电商”商业模式，融合赛事转播、品牌合作和商品销售。主要电商平台加快推出人工智能运营工具[2]。目前电子商务在推动体育旅游发展的过程中面临着诸多困境。网络技术的不稳定性使得在偏远体育旅游目的地的游客难以获取服务，数据信息安全性弱可能导致用户信息泄露。关于《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》强调，深化体旅农商融合发展，推动体育与农业、商业、旅游、健康、养老、教育培训等产业深度融合，带动村民就业创收，为乡村经济赋能[3]。促进电子商务更好地推动体育旅游发展提供理论支持与实践指导，推动体育旅游产业在电子商务的助力下实现新的跨越。对体育旅游产业的繁荣发展提供理论支持和实践指导。

2. 电子商务对体育旅游推动的机理探析

2.1. 信息传播与共享机制

在“互联网+”背景下，信息资源是整个社会的共同财富，每个社会公民均有利用信息的平等权利[4]。电子商务通过信息传播与共享机制有力推动体育旅游发展。一方面，在体育旅游目的地信息推广上，电子商务平台借助互联网强大传播力，以精美的图片、详细的文字介绍和生动视频展示不同目的地的自然风光、体育设施及特色活动。专业体育旅游电商平台对热门滑雪胜地全方位介绍，涵盖雪道状况、周边配套设施和当地美食等，吸引众多滑雪爱好者前往。另一方面，体育赛事资讯传递及时高效。平台发布各类体育赛事的时间、地点、参赛队伍及赛事亮点等信息，用户能轻松了解国内外重大体育赛事动态，如奥运会、世界杯等，还可便捷预订赛事门票和相关旅游套餐。此外，用户评价与分享也发挥重要作用。消费者体验体育旅游产品后在平台留下评价和心得体会，为潜在消费者提供参考，促使商家不断改进产品和服务质量。例如徒步旅行后游客分享路线规划、沿途风景和遇到的困难，成为其他徒步爱好者的宝贵经验。

2.2. 资源整合与优化机制

在互联网、物联网、大数据、AI 等技术升级、消费升级和流通产业升级的三重驱动下，电子商务发展遇到新机遇；实现全渠道供应链的整合与优化，提高客户满意度，实现客户价值最大化[5]。电子商务通过资源整合与优化机制推动体育旅游发展。在体育旅游产品组合方面，将体育赛事门票、酒店住宿、交通接送和餐饮服务等不同类型产品组合打包，为消费者提供一站式体育旅游解决方案。如观看足球比赛时，可在电商平台预订门票、酒店及交通工具，提升出行便利性。体育场馆与旅游景点联动，整合体育场馆和周边旅游景点，推出“体育 + 旅游”特色线路。参观完体育场馆后可前往附近历史文化景点或自然风景区，丰富旅游体验。此外，供应商合作与协同也很重要。电子商务平台与体育赛事主办方、旅游景区、酒店、交通运营商等产业链上的各个供应商建立合作关系，通过信息共享和业务协同，提高整个产业链的效率和服务质量。例如电商平台与酒店合作，为消费者提供优惠住宿价格和优质服务。

2.3. 营销推广与服务机制

在“互联网+”背景下，电子商务通过营销推广与服务机制有力地推动体育旅游的发展。营销推广层面，精准营销利用大数据分析和用户画像技术，针对不同消费者精准推送个性化产品和服务。如对常买户外运动装备的用户推荐户外探险旅游项目，为关注体育赛事的用户推送赛事门票及周边旅游套餐。社交媒体营销借助微博、微信、抖音等平台的强大传播力和互动性，旅游企业和体育赛事主办方发布精彩内容吸引用户关注和分享。像刺激的漂流视频可能引发大量用户对漂流旅游的兴趣。线上活动营销举办抽奖、优惠券发放、打卡签到等活动，提高用户参与度和粘性，体育赛事期间电商平台推出猜比分赢奖品活动吸引用户预订旅游产品。服务机制方面，在线交易平台提供便捷、安全的交易环境，多种支付方式确保交易安全便捷，且对交易进行监管保障消费者权益。客户服务体系完善，提供售前咨询、售后服务和投诉处理等服务，消费者可通过在线客服、电话客服随时咨询问题获得帮助。评价与反馈机制鼓励消费者评价反馈，商家据此改进产品和服务质量，平台也可通过分析用户评价了解市场需求和产品不足，优化产品组合和提升服务水平。

3. 电子商务推动体育旅游发展的制肘

3.1. 网络覆盖不均，基础设施差，数据安全性低

在体育旅游发展中，网络覆盖不均及基础设施差带来诸多问题。在资源有限的前提下，电子商务企业将战略重点放在业务拓展、用户和流量争夺以及投融资方面；电商行业特殊的行业属性和市场结构导致的信用风险与关联方占用风险[6]。一方面，网络覆盖不均严重制约了电子商务在偏远体育旅游目的地中的作用发挥。如山区徒步、骑行路线和海上运动区域，网络信号微弱甚至缺失，导致游客无法借助电子商务平台及时获取信息、预订服务或分享体验。这不仅影响游客的出行决策和体验质量，也阻碍了商家在这些地区的市场拓展。另一方面，数据安全风险也不容忽视，电子商务涉及大量用户数据，体育旅游因户外活动和旅行安排，用户需提供更多个人信息，若这些数据遭泄露或滥用，会给用户带来严重损失。同时，网络攻击和黑客入侵威胁着电子商务平台安全。电子商务技术快速发展，不同平台、设备和软件间兼容性不佳，体育旅游相关 APP 可能在某些操作系统或设备上运行不畅，降低了用户体验。同时，技术更新换代快，商家和消费者需不断适应新的技术和平台，增加了成本与学习难度，不利于体育旅游与电子商务的深度融合发展。

3.2. 产品质量参差，售后服务弱

在体育旅游领域，电子商务面临产品质量差和售后服务弱的问题。电子商务平台上体育旅游产品种

类虽多,但质量难以保证。部分不良商家夸大产品优势或提供虚假信息,如一些“高端体育旅游套餐”实际与宣传不符,致使消费者失望,进而影响对平台的信任。一方面,不良商家夸大产品优势或提供虚假信息,使得消费者购买后失望,如一些“高端体育旅游套餐”实际与宣传不符,影响消费者对平台的信任。另一方面,售后服务也不完善,体育旅游涉及户外活动和旅行安排,易出现意外情况。若平台售后服务不佳,消费者遇到问题难以及时解决。如天气变化或设备故障时,无法及时联系商家或平台客服获取解决方案。此外,个性化服务不足,虽可通过大数据分析推荐,但不够深入。此外,由于网络虚拟性,消费者选择产品时存在信任顾虑,担心商家信誉、产品质量和服务可靠性。不同游客兴趣爱好、运动水平和身体状况各异,需要更个性化产品和服务,如特定运动损伤游客需专业康复指导和合适项目推荐,而目前多数电商平台难以满足,阻碍了体育旅游与电子商务的深度融合发展。

3.3. 缺少电子商务与体育旅游复合型人才

在电子商务与体育旅游融合发展的过程中缺少复合型人才成为一大难题。电子商务的专业人才主要分为三类:一是运营类人才,主要从事网络营销推广、平台运营等工作;二是技术类人才,主要负责平台的开发、数据库建设、网页美工、平台维护等技术工作;三是管理类人才,该类人才需要有深厚的专业知识和较强的实践能力,还应该丰富的工作经验,主要从事电商企业综合管理、平台开发项目管理工作[7]。一方面,对既懂电子商务又了解体育旅游的复合型人才需求大。这类人才需具备互联网技术、市场营销、旅游管理、体育知识等多方面能力,然而目前市场上此类人才相对短缺,难以满足行业快速发展的需求。另一方面,人才培养难度大。培养电子商务与体育旅游复合型人才需要跨学科的教育体系和实践经验,高校专业设置和课程体系往往难以满足,企业内部培训也有局限性。这使得人才培养需要政府、企业和高校共同努力。此外,人才流失问题突出。由于行业发展速度快,人才流动性大,尤其是缺乏竞争力的中小企业可能面临人才流失,这不仅影响企业正常运营,还增加了人才培养成本,进一步加剧了电子商务与体育旅游复合型人才短缺的困境。

3.4. 市场规范欠缺,标准不明确

在体育旅游电子商务市场信息资源及以此为基础的监测非法违规、假冒伪劣等信息化、智能化手段尚未建立,市场规范欠缺、标准不明确问题突出[8]。市场竞争激烈引发价格战,商家为争夺市场份额降低产品价格,这虽能吸引消费者,但过度价格战导致企业利润下降,影响服务质量与产品创新,还会让消费者质疑产品质量。同时,市场规范不完善,存在不正当竞争行为,如虚假宣传、恶意评价等,损害消费者利益,破坏公平竞争环境。此外,品牌建设困难,消费者更注重体验和口碑而非品牌知名度,企业需投入大量时间和资源提升产品质量与服务水平以建立良好口碑,但小型企业缺乏资金和资源进行品牌建设,限制了其在电子商务平台的发展。这一系列问题都源于市场规范欠缺和标准不明确,亟待建立健全相关规范和标准,以促进体育旅游电子商务的健康发展。

4. 电子商务推动体育旅游发展的破局之策

4.1. 提升技术稳定性,保障数据安全

加大技术投入,鼓励体育旅游企业和电子商务平台加大对网络技术的研发和投入,提升平台的稳定性和可靠性。引入先进的云计算技术和分布式服务器架构,确保在高流量情况下也能保持稳定运行。同时,加强对网络设备的维护和更新,确保网络信号的强度和覆盖范围。强化数据安全措施,建立健全的数据安全管理体系,采用加密技术、身份认证等手段保障用户数据的安全。建立应急响应机制,制定数据安全应急预案,一旦发生数据安全事件,能够迅速响应并采取有效措施进行处理。建立数据备份和恢

复机制，确保在数据丢失或损坏的情况下能够及时恢复数据，建立与相关部门的合作机制，共同应对数据安全事件。

4.2. 提高产品质量，增强商家信誉

建立严格的产品服务质量监管体系，制定体育旅游产品和服务的质量标准，加强对商家的监管力度。加强商家信誉管理，建立商家信誉评价体系，通过用户评价、投诉处理等方式对商家信誉进行评估；例如，对体育旅游产品的安全性、舒适性、专业性等方面进行严格检测和评估；建立用户反馈机制，及时了解用户对产品和服务的满意度，并对商家进行相应的奖惩。提供优质的售后服务，鼓励商家提供优质的售后服务，建立完善的售后服务体系。例如，设立专门的售后服务部门，及时处理用户的投诉和建议；提供退换货服务，确保消费者的权益得到保障。

4.3. 促进产业融合，培养复合型人才

电子商务推动了体育与旅游资源的整合，打造出多样化的体育旅游产品和线路；同时，电商平台不仅连接了体育和旅游产业，还带动了交通、餐饮、住宿等相关产业。但也亟需复合型人才，在优化高校专业设置，鼓励高校开设电子商务与体育旅游相关专业，培养既懂电子商务又了解体育旅游的复合型人才。例如，在课程设置上，既包括电子商务的技术、营销、管理等方面的课程，又涵盖体育旅游的规划、开发、运营等方面的知识。加强企业内部培训，体育旅游企业和电子商务平台应加强对员工的培训，提高员工的综合素质和业务能力；同时，引进高端人才，通过优厚的待遇和良好的发展环境，吸引国内外的高端人才加入体育旅游和电子商务领域。

4.4. 完善基础设施，规范市场标准

加强网络基础设施建设，政府和相关部门应加大对网络基础设施的投入，提高网络覆盖范围和稳定性。例如，在体育旅游目的地和偏远地区加强网络基站建设，确保游客能够随时随地接入网络；推进 5G 网络建设，提升网络速度和质量，为电子商务在体育旅游领域的发展提供更好的网络环境。提升体育旅游基础设施水平，加大对体育旅游基础设施的建设和改造力度，提高体育旅游产品的质量和服务水平。同时，提升体育旅游基础设施水平：加大对体育旅游基础设施的建设和改造力度，提高体育旅游产品的质量和服务水平。制定体育旅游产品和服务的质量标准、价格标准、合同标准等，规范市场秩序；加强对电子商务平台的监管，打击虚假宣传、价格欺诈等不正当竞争行为，保护消费者的合法权益；建立行业自律机制，引导企业遵守市场规则，共同推动体育旅游电子商务市场的健康发展。

5. 结束语

在“互联网+”背景下，电子商务虽为体育旅游带来诸多机遇，但也面临诸多困境与制约。网络技术不稳定、产品质量参差不齐、复合型人才短缺以及市场规范欠缺等问题，制约着体育旅游电子商务的发展。然而，通过提升技术稳定性、保障数据安全，提高产品质量、增强商家信誉，促进产业融合、培养复合型人才，完善基础设施、规范市场标准等破局之策，有望推动体育旅游电子商务迈向新的发展阶段。未来，各方应共同努力，克服困难，充分发挥电子商务在体育旅游中的积极作用，为消费者提供更优质的体育旅游产品和服务，促进体育旅游产业的持续健康发展。

参考文献

- [1] 商务部关于印发《数字商务三年行动计划(2024-2026 年)》的通知[EB/OL]. 2016-04-26.
https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202404/content_6948104.htm?ddtab=true, 2024-08-26.

- [2] 商务部电子商务司负责人介绍 2024 年 1-7 月我国电子商务发展情况[EB/OL].
https://www.gov.cn/lianbo/fabu/202408/content_6970015.htm, 2024-08-26.
- [3] 姜春艳. 体育总局等十二部门协力推进体育助力乡村振兴工作[J]. 乡村科技, 2023, 14(13): 2.
- [4] 吴昊. 大数据时代中国政府信息共享机制研究[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2017.
- [5] 张建军, 赵启兰. 面向新零售的全渠道供应链整合与优化——基于服务主导逻辑视角[J]. 当代经济管理, 2019, 41(4): 23-29.
- [6] 王昕. 大数据对电商企业财务风险管理的影响分析[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019(24): 122-125.
- [7] 郭超. 乡村振兴背景下农村电商发展的现状、问题与对策研究[J]. 中国商论, 2023(7): 163-168.
- [8] 柴跃廷. 电子商务监管主要问题、成因及对策建议[J]. 中国市场监管研究, 2017(4): 27-30.