

数字化转型背景下体育赛事运营管理模式创新研究

姚珊虹

埃克塞特大学, 英国 埃克塞特市 EX2 4TH

DOI:10.61369/EDTR.2025100033

摘 要 : 数字化转型正在重塑体育赛事运营管理的底层逻辑与实践路径。当前体育赛事运营面临数据资源整合不足、传统模式固化、技术应用受限等现实困境,难以适应数字经济时代的发展要求。本文在分析数字化转型对体育赛事运营管理模式创新价值的基础上,剖析当前赛事运营管理存在的突出问题,并从构建数据驱动的智慧决策体系、重塑数字化赛事运营流程、打造沉浸式智能观赛体验等方面,提出了数字化转型驱动体育赛事运营管理模式创新的实践路径,以期为体育赛事运营管理的数字化转型提供参考。

关 键 词 : 数字化转型; 体育赛事; 运营管理; 模式创新

Research on the Innovation of Sports Event Operation and Management Models under the Background of Digital Transformation

Yao Shanhong

University of Exeter, Exeter, UK, EX2 4TH

Abstract : Digital transformation is reshaping the underlying logic and practical path of sports event operation and management. At present, the operation of sports events is confronted with practical predicaments such as insufficient integration of data resources, solidification of traditional models, and restricted application of technology, making it difficult to meet the development requirements of the digital economy era. Based on the analysis of the innovative value of digital transformation in the operation and management model of sports events, this article dissects the prominent problems existing in the current operation and management of sports events. It also proposes practical paths for digital transformation to drive the innovation of the operation and management model of sports events from aspects such as building a data-driven intelligent decision-making system, reshaping the digital operation process of sports events, and creating an immersive intelligent viewing experience. With the aim of providing references for the digital transformation of sports event operation and management.

Keywords : digital transformation; sports events; operation management; model innovation

引言

随着数字技术的深度渗透,体育赛事运营管理正经历着前所未有的变革。5G、大数据、人工智能等新兴技术的广泛应用,为体育赛事运营模式创新提供了强大动力。然而当前不少体育赛事运营管理仍停留在传统阶段,数据价值挖掘不够,运营流程僵化,观众体验单一,制约赛事的高质量发展,面对数字化转型的时代机遇,如何创新体育赛事运营管理模式,提升赛事运营效率与商业价值,成为体育产业发展的重要课题。基于此,本文拟在分析数字化转型价值的基础上,剖析体育赛事运营管理面临的现实困境,进而探讨数字化驱动下的赛事运营管理模式创新路径,为推动体育赛事高质量发展提供参考。

一、传统文化赋能中国古代文学课程思政改革的价值意蕴

(一) 顺应数字经济发展趋势,推动产业转型升级

数字经济已经成为全球经济增长的新引擎,而体育产业作为朝阳产业,它的数字化转型是符合时代发展需要的必然之举。体育赛事属于体育产业的中心载体,具有较大的经济和社会价值,

对它的运营管理模式展开数字化革新,关乎体育产业整体的转型升级。数字技术深度融入,冲破传统体育赛事在时间、空间上的限制,将线下赛事延展到线上线下的新领域,明显扩大赛事的覆盖范围和影响范围。赛事组织方创建数字化运营管理体系以后,可以达成资源的优化分配和有效整合,缩减运营成本,改善管理效能,进而加强体育赛事的市场竞争力以及可持续发展水平^[1]。数字化转型不但是技术层面的革新,更是运营理念、管理模式、

商业逻辑的全方位重构，为体育赛事注入新的发展动力，促使体育产业向数字化、智能化、平台化方向迈进，在数字经济的大潮中占据先机。

（二）提升赛事运营效率，优化观赛体验品质

数字化技术给体育赛事运营管理效率的提高给予强有力的支撑。传统的赛事运作大多依靠人工，手续麻烦，低效率，容易出现信息不对等，资源分配不合理等情况，数字化运营管理模式通过构建智能管理平台实现赛事筹备、执行和收尾的全流程数字化管理，各环节信息实时共享，协同高效运转，大幅提高运营效率。赛事组织方可以依靠数字化工具实时掌握赛事进展情况，及时发现并解决突发问题，保证赛事顺利进行^[2]。数字化转型为观众提供了全新的观赛体验，通过5G网络、VR和AR技术以及智能穿戴设备等数字化手段，观众不受现场观赛或者电视转播所限，能体验多视角、沉浸式、个性化的观赛体验。观众可以选择任何角度观看，随时获得运动员的有关资料，参与到互动游戏之中，还可以借助虚拟现实的方式“进入”比赛场地进行观赛。数字化技术冲破传统观赛的单向传播模式，使观众由被动接受变为主动参与，极大地丰富了观赛体验的层次和维度，提高观众的满意度和忠诚度。

（三）拓展商业价值空间，增强市场竞争实力

数字化转型为体育赛事开辟全新的商业价值空间。传统体育赛事的商业变现主要是门票收入、赞助收入、转播权收入，变现渠道比较单一，商业价值挖掘不够。以数字化运营管理模式为基础，可以搭建起数字化平台，对观众行为数据进行准确地捕捉，并且深入分析用户的需要，从而为赛事精准营销、商业开发提供数据支持。赛事组织方根据大数据分析来开发个性化的衍生产品和增值服务，虚拟纪念品、NFT数字藏品、会员订阅服务等，拓展多元化的收入来源，数字化平台可以实现赞助商品精准曝光和互动营销，提高赞助商的投资回报率，吸引更多的优质赞助资源。通过搭建线上社区、开展直播互动、推出电子竞技等途径，赛事可以延伸产业链条、创建起赛事+生态圈，赛前预热、赛中观看、赛后延续的整周期运营模式就可以被打造出来，从而让赛事持续发挥商业价值。数字化转型让体育赛事成为集观赏、娱乐、社交、消费于一体的综合文化产品，大幅提升了赛事的市场竞争实力和盈利能力，为体育产业的高质量发展增添了强大力量。

二、体育赛事运营管理模式的现实困境

（一）数据资源整合不足，管理决策缺乏精准支撑

数据是数字时代最宝贵的资源，但是目前体育赛事运营管理中存在着数据资源整合不足的问题，从而造成管理决策不科学、不精确。赛事组织者有很多观众数据、赛事数据、商业数据，但分散在各个系统中，没有集中在一起做统一的分析。因为数据采集标准不统一、数据格式不兼容，所以各部门之间的数据无法实现有效共享，从而使数据价值不能充分发挥出来。赛事管理者的运营决策、资源配置、效果评价多依据以往的经验或者零散的信息，没有综合的、系统的数据支撑。数据分析能力薄弱进一步加

深了这一困境，尽管有海量的数据，很多赛事主办方也没有专业的数据分析团队和先进的分析工具，不能从数据中找到有价值的发现，数据只是“沉睡”。观众行为特征、消费喜好、观赛习惯等关键信息不清楚，造成赛事营销没有针对性，资源使用不科学，运营效果不好。

（二）传统运营模式固化，难以适应数字化需求

长期以来体育赛事运营管理一直沿用着相对固化的传统模式，在数字化转型的背景之下，这种模式已经变得越来越落后，不能适应快速变化的市场需求和技术环境。传统的赛事运营是以线下为主，流程复杂且缺乏标准化的程度，从赛事筹备、场馆管理、安保协调到观众服务，各个环节大多依靠人工操作和纸质文档传递，效率低下并且容易出错^[3]。粗放式的管理方式对于小规模比赛来说是适用的，但是大型综合性赛事会因为信息的传递滞后、资源调配的混乱和应急反应的迟缓等问题影响赛事的质量。传统运营模式的又一显著问题就是缺少灵活性和新意，赛事组织方习惯按照已经制定好的模板、流程来操作，对新兴技术的接受程度低，在数字化工具的使用上只是浅尝辄止，缺少主动拥抱变革的意识。面对数字化时代观众需求多样化、个性化的发展趋势，传统的运营模式是僵化的、单一的，不能为观众提供个性化的服务体验。

（三）技术应用场景受限，观众参与体验有待提升

虽然数字技术在体育赛事中运用越来越多，但是从总体上来说，技术的运用还很浅层次、片面化，观众体验的提升还有很多可挖掘的空间。目前许多赛事对数字技术的应用仅限于简单的赛事直播、电子售票环节，并没有将5G、大数据、人工智能、虚拟现实等前沿技术用在赛事中。技术同赛事场景融合度不高，很多技术只是作为“装饰品”点缀着赛事，没有真正融入赛事运营管理的各个环节当中，没有发挥出技术赋能的作用。观众参与体验上传统的观赛方式占主要地位，互动性、沉浸感不强，现场观众的观赛体验主要依靠肉眼观察和大屏幕回放，不能得到更多的信息和多样的视角；线上观众受限于单一的直播画面，没有自主选择权利，缺乏参与感。

三、数字化转型驱动体育赛事运营管理模式创新路径

（一）构建数据驱动的智慧决策体系

数字化转型就是发挥数据的作用，体育赛事运营管理模式创新要以建立数据驱动的智慧决策系统为前提。赛事组织方要破除“数据孤岛”，搭建起统一的数据管理平台，将观众数据、赛事数据、场馆数据等各路数据汇聚到一起，对不同的数据采集标准和接口进行统一，使得不同系统之间能够畅通无阻地进行数据交换和共享，形成一个完整的数据资源池。在此基础上，利用大数据分析技术对海量的数据进行深度挖掘和智能分析，从中提炼出有价值的情报，根据观众画像来准确识别各个观众群体的特征和需求，为精准营销以及个性化服务提供依据，根据赛事运营数据分析管理流程中存在哪些薄弱环节以及改进之处，为流程再造提供参考，根据商业数据监测来评价赞助成效、衍生品销售状况，为

商业开发策略的调整给予支撑^[4]。以数据为基础、以决策支撑的智慧管理系统应贯穿于赛事管理各个阶段的各项活动,比如赛前筹备阶段场馆位置选择、票价设置、宣传推广等、赛中实施阶段的人流控制、安全协调、观众服务、不断改进等,在任何环节的决策都要依据数据分析,而不是凭主观判断。赛事组织方要加强数据分析团队的建设,引进专业数据科学家、分析师,使用先进的数据分析系统、工具来提高数据分析的专业程度。与此同时要加强数据安全和隐私保护意识,建立健全的数据安全制度,在发挥数据的价值的同时,保证观众的个人信息不泄露、不滥用,得到观众的信任和支持。

（二）重塑数字化赛事运营流程

数字化转型不能只是改变技术手段,还要对传统的赛事运营流程进行全方位的重塑,构建出符合数字化时代需求的全新的赛事运营体系。赛事组织方要以数字化思维重新认识赛事运营的各个方面,打破部门壁垒,改进业务流程,做到线上线下融为一体。赛事筹备期间,依靠数字化协同办公平台来实现各部门之间高效协作、信息共享,筹备计划、任务分配、进度追踪等全部线上化,提高筹备效率。借助 BIM 技术做场馆的设计及仿真,提前找出并化解潜在的问题,使用智能排程系统来安排赛程,保证赛事进程的合理性和观赏性,在赛事执行阶段搭建智能化指挥调度中心,集成视频监控、通讯调度、应急预警等各个系统,对赛事现场实现全方位、实时化的监控与管理。运用物联网技术连接场馆设施、安保设备、医疗器械等,实现设备的智能化管理与远程控制,提高应急响应能力。在观众服务上推出官方 APP 或者小程序,为观众提供电子门票、赛程查询、互动游戏等一站式数字化服务,提升观众的便利性以及参与感。就商业开发而言,创建数字化营销平台,借助社交媒体、短视频、直播等新媒体渠道展开全方位的宣传推广,从而扩大赛事的影响范围,开设线上商城,售卖赛事衍生品、虚拟纪念品等,进而拓宽收入渠道。数字化赛事运营流程的重塑,就是实现由物理赛事到数字赛事的转变,使赛事冲破时空的束缚,扩展到更为宽广的虚拟世界中,塑造起线上线下彼此促进、相得益彰的全新运营态势。

（三）打造沉浸式智能观赛体验。

观众体验是体育赛事的核心竞争力,数字化转型给打造沉浸式智能观赛体验提供了无限可能。赛事组织方要充分利用 5G、

VR/AR、人工智能等前沿技术,为观众创造超越传统的全新观赛体验,利用 5G 网络的高速率、低延时的特点,可以实现赛事直播的超高清传输和多视角展现,观众可以自由切换视角来得到个性化的观赛体验。用 VR 和 AR 技术给观众创建虚拟现实观赛场景,戴上 VR 头盔就仿佛置身于比赛中央全方位观看比赛,感受身临其境的震撼,AR 技术可在现场观赛或电视转播时加入运动员实时数据、战术分析、历史记录等信息,使观众在观看比赛的同时获取更加丰富全面的知识与观点^[5]。人工智能技术的运用可以为观众提供智能化的观赛服务。观众可通过 AI 语音助手随时查询到比赛日程、球员信息、比赛规则等内容,也可以用 AI 推荐算法找到自己感兴趣的内容,还能使用智能剪辑技术自动生成个性化的精彩集锦。赛事组织方还要创建线上互动社区,使观众在观看比赛时可以和其他球迷交流讨论、分享心情,增加社交属性与归属感。开展线上竞猜、互动游戏、虚拟签名等活动,提高观众的参与度与粘性,沉浸式智能观赛体验的打造要实现从“观看比赛”到“参与比赛”的跨越,使观众不再是比赛的旁观者,而是赛事的参与者、共创者,极大地丰富了观赛体验的维度、层次,提高了观众的满意度和忠诚度

四、总结

数字化转型为体育赛事运营管理模式创新提供了强大动力与广阔空间。通过整合数据资源、优化运营流程、创新技术应用,提升赛事运营效率,优化观众体验品质,拓展商业价值空间,增强市场竞争实力。数字化转型不仅是技术层面的革新,更是理念、模式、文化的深层变革,需要赛事组织方持续探索、大胆创新、勇于实践。在数字经济蓬勃发展的时代背景下,体育赛事运营管理模式创新任重道远,广大体育从业者要以开放的胸怀拥抱新技术,以创新的思维探索新模式,以务实的态度推进新实践,让数字化转型真正赋能体育赛事高质量发展,推动体育产业在数字化浪潮中乘风破浪、扬帆远航,为建设体育强国、健康中国贡献力量。

参考文献

- [1] 蒋广浩. 数字化赋能体育赛事组织与服务的现状与对策研究 [J]. 文体用品与科技, 2025, (18): 119-121.
- [2] 刘蔚宇, 黄海燕. 数字化平台何以提升体育赛事监管效能?——基于上海体育赛事“一网通办”的案例研究 [J]. 中国体育科技, 2024, 60(10): 77-87.
- [3] 赵慧慧, 李文召. 数字化时代大型体育赛事视听传播的转型发展——以抖音平台转播世界杯为例 [J]. 新闻世界, 2023, (7): 42-45.
- [4] 岳润朴, 管胜锋. 基于赞助商视角体育赛事营销数字化的动力、实践与路径 [J]. 浙江体育科学, 2025, 47(5): 71-77.
- [5] 李培. 体育赛事的数字化票务: 区块链与智能合约的前沿探索 [J]. 文体用品与科技, 2024, (1): 46-48.