



从 O2O 视角探索提升公共体育服务效能途径的研究

金伟红¹, 孙仲勋², 裴新贞², 李 燕², 周慧康²

摘要: 从电子商务领域广泛关注应用的 O2O 模式入手, 分析其特点及引发的人们生活、消费、思维等方式的转变, 结合现阶段公共体育服务现状与存在问题, 以上海市徐汇区公共体育服务领域信息智能化建设为案例, 探索 O2O 视角下提升公共体育服务效能的有效途径, 指出信息智能化建设将成为公共体育服务领域创新转型发展的必然途径和有效抓手, 并从宏观角度提出“两步走三阶段”的基本路径。

关键词: O2O; 公共体育服务; 效能提升; 途径研究

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-1207(2015)04-0048-06

Research on the Way of Promoting the Efficiency of Public Sports Service from the Perspective of O2O

JIN Weihong, SUN Zhongxun, PEI Xinzhen, LI Yian, ZHOU Huikang

(Sports Bureau of Xu Hui District, Shanghai 200031, China)

Abstract: The paper analyzes the characteristics of the pattern O2O, which has attracted great attention in the field of e-commerce and has induced the changes of people's life, consumption and the way of thinking. On the basis of the status quo and existing problems of the present public sports service and taking the case of the intelligent information construction of the Public Sports Service in Xuhui District as an example, the article tries to explore the effective way of promoting the efficiency of public sports service from the perspective of O2O. It points out that intelligent information construction will surely become an inevitable way and effective means for the innovation and transformation development in the field of public sports service. From the macro-perspective, the article suggests a basic way of two-step process in the three phases of development.

Key Words: O2O; public sports service; promotion of efficiency; research on the process

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

从 O2O 模式入手, 以信息智能化公共体育服务发展途径为主要研究对象。

1.2 研究方法

1.2.1 文献资料法

查阅国内外有关 O2O 模式、网络信息化、公共体育服务等方面的核心期刊、学术专著等文献材料, 了解公共体育服务现状以及 O2O 模式的概念、特点、优势以及国内外各行业应用情况。

1.2.2 专家访谈法

对公共体育服务以及相关体育网络、信息等方面专家、学者通过面谈或电子邮件以及电话的形式就本课题相关问题等进行咨询并征求意见和建议, 初步了解和探索 O2O 模式为体育行业带来的启示和思考。

1.2.3 调查研究法

以徐汇区 30 分钟体育生活圈建设中的信息智能化推进情况为例, 开展调查研究, 了解推进现状, 为提出合理途径与建议提供实践材料。

2 O2O 模式与公共体育服务理论

2.1 O2O 模式与应用

2.1.1 O2O 的概念

O2O 是作为一种崭新的电子商务模式出现的, 即 Online To Offline, 线上到线下。哈佛大学商学院的副教授本·爱德曼认为 O2O 是利用网络推动的离线购买。而中国学者对 O2O 最常见的解释是将线下的商务机会与互联网结合, 让互联网成为线下交易的前台, 让线下体验成为线上商品买卖和服务的增值项目, 线下服务可以通过线上的方式来吸引顾客, 消费者则可以通过线下的实体体验和线上提供的多项选择来筛选和决定所需的服务及其提供商^[1]。

收稿日期: 2015-03-10

基金项目: 2014 年上海市体育社会科学决策咨询课题(TYSKYJ2014026)

第一作者简介: 金伟红, 女, 上海市徐汇区体育局局长, 硕士研究生。主要研究方向: 民商法, 体育管理。

作者单位: 1. 徐汇区体育局 上海 200031; 2. 徐汇区体育局科研培训中心 上海 200031



对于 O2O 模式来说,既得益于互联网技术的快速发展,也得益于金融、物流等行业的进一步完善,本质是数字化在实体经济中不断扩散的过程。因为移动互联网能够支持人的位移,这样就产生了“线上营销,线下消费”的 O2O 商业模式。其核心理念是把线上用户引导到现实的实体商铺中,并通过在线支付,实体提供优质服务,并实时统计消费数据提供给商家,再把商家的商品信息,准确推送给消费者,这种模式对于服务型尤其是体验型的产品将是最佳的方式。O2O 依靠线上推广交易引擎带动线下交易,以加大商户的参与和用户的体验感,其特点是只把电子商务中的信息流、资金流放在线上进行,而把物流和商流放在线下^[2]。

O2O 模式的出现,加速了互联网思维形成,引发了人们生活消费模式改变,引发了供需关系交流模式改变,引发了传播路径改变,引发了管理思维变革,推动社会信息化智能化发展。

2.1.2 O2O 的运作与应用模式

O2O 模式存在两种基本的实施方式和路径^[3]: Online to Offline (线上营销和交易到线下体验) 和 Offline to Online (线下营销到线上完成交易), 分别简称为先线上后线下模式、先线下后线上模式。在现实中,很多本土生活服务性的企业如腾讯等都采用了前一种模式,而一些实体化企业如苏宁云商等则采用了后一种模式。在此两种模式基础上,衍生出另外两种实施方式和路径: Online to Offline to Online (线上营销到线下体验,再到线上交易) 和 Offline to Online to Offline (线下营销到线上交易,再到线下体验), 分别简称为先线上后线下再线上模式、先线下后线上再线下模式。在现实中,很多团购、电商等企业如京东商城都采用了第三种模式,而餐饮、美容、娱乐等本地生活服务类企业如棒约翰等则采用了第四种模式。

2.2 上海公共体育服务概况

公共体育服务来源于公共服务,其概念和内涵不同学

者有不同诠释。杜浩等^[4]学者认为公共体育服务是由政府等公共部门或准公共部门等提供的,以满足人们的基本体育需求为目的,着眼于提高人们身体素质、生活质量及相关保障制度等多方面的体育公共产品和服务的总和。王才兴^[5]结合公共服务概念,提出体育公共服务是指由公共部门或准公共部门共同提供的,以满足社会成员的基本体育需要为目的,着眼于提高市民身体素质和生活质量,既给市民提供基本的体育文化享受,也提供并保障社会生存与发展所必需的体育环境与条件的公共产品和服务行为的总称。总之,公共体育服务既包含公共物品的属性,亦是公众利益需求的体现,也是政府的重要职能之一。

从上海市的公共体育服务实践看,王才兴^[6]在对国外体育公共服务比较后认为上海市体育公共服务还处在初级阶段,面临 3 个突出矛盾即需求与供给之间的矛盾、管理与现实之间的矛盾和平等与保障之间的矛盾,存在 5 方面主要问题:一是公共体育服务资源严重不足;二是体育资源效益明显不高;三是公共体育服务与管理体制和机制不适应;四是公共体育服务支撑条件跟不上;五是公共体育服务不均等,还提出公共体育场地不足和公共体育经费严重短缺两个制约瓶颈。在直接反应公共体育服务效能的市民对公共体育服务满意度方面,也有专家学者进行了研究。沈建华^[7]在对上海市民进行公共体育服务满意度调查后发现上海市民对公共体育服务不满意主要表现在六个方面,在进行分析研究后总结出 4 个方面主要原因(见表 1)。整体来看,无论是从国家到地方,虽然公共体育服务已经引起政府高度重视,各级政府特别是体育行政部门把满足广大市民基本体育需求、提高市民身体素质作为公共体育服务的基本出发点、着力点和落脚点,也形成了一系列比较灵活、多样、丰富的公共体育服务体系,但随着大背景大形势的变化以及市民生活水平提升、生活方式改变、消费理念转变等,公共体育服务在满足多元需求、提升服务效能方面还有很大的空间去探索和完善。

表 1 上海市民对公共体育服务不满意的主要表现与原因分析

Table I Main Expression of the Dissatisfaction of Shanghai People toward the Public Sports Service and the Reasons

类别	内容
市民对公共体育服务不满意的 6 方面主要表现	(1) 能提供的市民开展公共体育场馆数量少, 免费开放率低。 (2) 某些公共体育服务场所免费开放时间段集中在早晨 6~8 点, 市民认为时间太早太少了。 (3) 健身场馆收费价格偏高, 一般百姓难以承受, 特别对于低收入者。 (4) 现有健身苑点已不能满足少年、青年和中老年人的体育娱乐需求, 希望就近参加些竞争性强的篮球、网球等球类项目。 (5) 政府所能提供公共服务产品稀少, 社区不能满足青年、中年的产品需求。 (6) 社区公共体育场在规模地点选择上不能满足群众需求, 全民健身点布局不尽合理。
市民对公共体育服务满意度低的 4 点主要原因	(1) 公共体育服务的法制化程度较低, 政策法规较滞后, 各种制度建设不够健全, 没有很好的为公共体育服务提供制度性保障。 (2) 政府所提供的体育指导服务产品不能满足市民健身需求。 (3) 对大型演示活动比较重视, 对居民身边的日常体育活动组织不够, 社区体育活动的组织体系不健全, 缺乏长效机制, 没有充分发挥非政府组织的作用。 (4) 体育公共服务质量不能满足不同层次人群的需要缺乏人性化的服务。

资料来源:沈建华《上海市体育公共服务的需求》



3 O2O 视角对提升公共体育服务效能的探索

3.1 O2O 视角下徐汇区公共体育服务的初步应用实践

2013 年 3 月,徐汇区被上海市体育局确定为全市“30 分钟体育生活圈”建设 6 个试点区之一。在通过调研走访、座谈交流、专家咨询等多方面、多途径、多角度掌握区域现状、明确试点内容、完善试点方案后,围绕场地资源、设施管理、多元活动、培训指导、个性监测等方面整合、挖潜、盘活体育资源,与此同时,徐汇区体育局从 O2O 视角尝试打造信息化智能化的综合性体育信息服务平台。

3.1.1 通过 6 个“一”融合 3 个“圈层”

在搭建徐汇区信息化智能化综合性体育信息服务平台过程中,通过前期 6 个“一”的打造,推动徐汇区“30 分钟体育生活圈”实现“居民圈”均衡体育休闲功能,“社区圈”多元体育健身功能,“区域圈”优化体育指导功能。

制作“一”本“幸福存折”,与徐汇区“五进社区五到家”结合,发放到全区 306 个社区居委会、社会体育志愿者、优秀社会体育指导员、全民健身干部等。幸福存折包含徐汇区公共体育场地、健身步道、体质监测站、体育指导员社区指导站、徐汇区体育总会和单项体育协会的服务指南和赛事指南。同时幸福存折还提供了 7 家游泳场所、3 家一兆韦德门店、2 家区级体质监测中心、4 家社区百姓健身房和 1 家飞镖运动场馆等近千元的免费体验券,将其送入百姓家庭,让百姓体验运动健身乐趣。

设计“一”款手机 APP 软件,名为“徐汇体育生活+”,“+”有“家”的概念,也有“加”的概念,即家庭的日常体育生活,家庭的体育健康加油。软件依托地图定位功能具有健身活动、健身场馆、健身信息、培训指导、体育欣赏等功能,方便居民通过网络就近就便感受快捷、实用、高效的圈层体育生活。

采购“一”批运动手环,面向白领和社区发放,组织重点人群进行体验活动,用来监控目标人群每天的运动时间、运动量、卡路里消耗及睡眠情况等多方面数据,指导居民科学健身。

制作“一”张卡通式手绘健身地图,以丝巾、手帕、冰箱贴、环保袋等为载体,挖掘体育生活的内涵,使体育宣传和场馆信息融入百姓日常生活。

制作“一”部体育宣传片,记录一批普通老百姓的健身故事,展现活力徐汇特色。通过加大宣传力度,提高居民强身健体意识,营造健康体育生活氛围。

建立“一”个体育发展联盟,加强对园区楼宇健身活动的激励引导,整合体育服务资源,通过资源整合,提升服务,构建亲民、便民、利民、惠民的圈层体育生活。

3.1.2 利用二维码管理健身苑点健身器材

徐汇区在构建 30 分钟体育生活圈中,在大众健身苑点的健身器材管理方面大胆尝试推出新的管理思路和方式,通过利用最新的移动互联技术,结合大众体育的特有属性,为健身的市民展示更丰富多彩的体育健身内容。除通过手机 APP 可以依托地图位置查找身边的体育活动、体育场馆(包括健身苑点)和体育指导站,及时了解最新、最近的体育信息,方便参与体育活动进行锻炼外,还尝试应

用物联网技术,选择在健身苑点的健身器材上制作张贴二维码,利用手机 APP 软件实现数据对接。社区居民可在健身苑点处通过手机 APP 扫描器械上的二维码进行签到、查询该器械的健身功能、使用方法、适合人群等信息,同时可查看该器械的锻炼指导视频。

通过综合性体育信息平台的打造,将新的信息技术手段融入徐汇区百姓的体育生活,使他们在感受健身快乐同时也享受到信息智能化带来的多元个性体验与便捷体育服务,与徐汇区提出的“活力 30 分,健康百分百”的口号相对应,成为徐汇区“30 分钟体育生活圈”独有的特色,也成为 O2O 视角下徐汇区公共体育服务信息智能化建设的初步尝试。

2014 年 10 月,国务院颁布了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(简称《意见》),将全民健身上升为国家战略,把体育产业作为绿色产业、朝阳产业培育扶持。对体育生活圈也提出新的要求,指出在城市社区建设 15 分钟健身圈,新建社区的体育设施覆盖率达到 100%。《意见》的出台,进一步将体育产业与全民健身联系在一起,更为 O2O 视角下的公共体育服务提升提供了制度保障与政策导向。

3.2 O2O 视角为体育系统改革发展带来的启示

O2O 模式在商业领域的广泛应用给当下体育系统改革发展提供了一个全新视角,也带来一些新的启示。从徐汇区初步尝试引进新技术,创新管理方式,构建综合性体育信息服务平台的实践基础上分析发现,在网络信息化时代,合理应用新型信息技术手段对包括公共体育服务在内的体育行业发展具有重要的推动作用。

3.2.1 信息化、智能化将成为体育改革发展的必经途径

随着信息化逐步融入社会生活的每个角落,新的生活方式和社会互动方式正在形成,政府的传统行政方式也正在改变,社会管理和公共服务逐渐向现代化转型。“十八大三中全会”成功召开后,体育系统的深化改革正启动推进,步伐也将逐渐加快,对于陈旧落后的体育管理制度与体育设施已经到了亟需变革的时间段,需要注入新鲜的血液来保持活力,O2O 视角下的信息化、智能化进程正好满足体育系统的改革需求,是体育行政管理部门精简组织结构、提高管理和工作效率、降低管理成本的迫切需求;也是体育管理粗放型转向精密型管理的需求。体育行政管理实际是一个信息交互的过程,智能化的应用可以让体育行政管理方能够高效、便捷地根据信息网所分析出来的反馈信息做出相应的决策和安排,有利于资源的优化配置,提高工作效率和服务水平,促进服务方式向便捷、透明、公平和高效转变。

3.2.2 物联网技术应用将有力促进体育管理改革

物联网技术作为新一代信息技术的代表,简单理解就是“物物相连的互联网”,它是在互联网快速发展的前提下,以传感、无线射频等新兴信息交换通讯技术为基础发展起来的新型信息技术。其核心不在技术本身,而在于需求为导向的技术应用。近年来,物联网技术也开始应用于体育领域。如深圳第二十六届世界大学生夏季运动会,采用 RFID(无线射频识别技术)门票的检验以及防伪措施。制造的 RFID 门票此前已经在北京奥运会和上海世博会

中成功使用。2014年,南京青奥会将物联网技术实现“智慧青奥”,编制“智慧青奥系统”。把城市划分为多个网络和领域,快速收集每个网络及领域所有类型的信息,并依据事件的性质,自行采取适当的行动,并能实时监督并及时响应突发事件等^[8]。徐汇区健身苑点管理中二维码的应用也是物联网技术在公共体育服务中的尝试应用。物联网技术应用于体育管理领域,必将引发体育管理思想、体育手段、体育管理过程、体育管理结构的变革和创新。

3.2.3 服务营销理念将推动公共体育服务效能提升

O2O电子商务模式下带来服务营销理念,所谓服务营销是指通过关注顾客,进而提供服务,最终实现有利的交换的营销手段,其实质是促进服务的交换,核心理念是顾客的满意度和忠诚度。将服务营销理念引入公共体育服务领域,其核心不是仅仅采用市场化、商业化的营销手段或活动,而是撇开营销的商业目的,借鉴先进的服务理念与方法,关注新形势下居民生活方式、消费习惯的转变,充分了解居民的多元体育需求,全面提高公共体育服务的水平与质量。服务营销作为提升公共体育服务效能的新理念和新方法,在信息网络时代其营销策略是以居民公共体育需求为导向,通过对公共体育产品、理念、服务进行构思、规划、整合,依托新的信息技术手段,吸引居民参与体育运动,为他们提供服务,使其能够适应市场的发展变化,最大程度地满足居民对公共体育信息资源产品的需求。

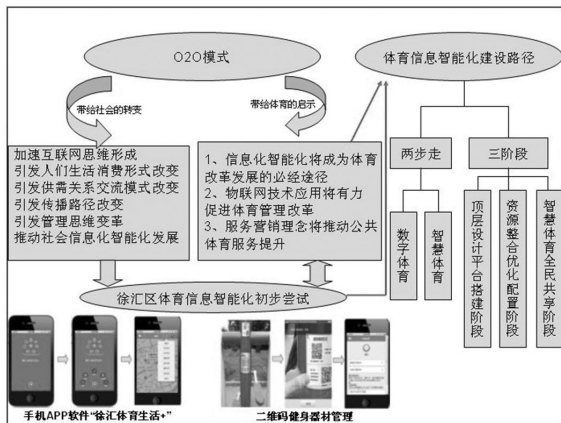


图1 O2O模式对体育行业的启示与思考

Figure1 Enlightenment of O2O toward Sports Industry

4 O2O视角下公共体育服务效能提升的途径

公共体育服务领域的信息化、智能化进程不是短期内就可以实现的,这将是一个比较漫长的过程,本文认为从发展进程看,应分两步走从信息化阶段的数字体育逐步推进创新到智能化阶段的智慧体育,在此过程中从公共体育服务职能角度看,体育行政管理部门可根据区域特点分三阶段逐渐推进。

4.1 分两步走,从数字体育逐渐向智慧体育转变

随着计算机技术、通讯技术、网络技术为代表的现代信息技术的迅猛发展,人们的生产生活方式逐渐发生改变,整个社会都在向信息化、智能化推进。体育信息化已走过十几年历程,近年来正向体育智能化逐渐迈进。

第一步是普及数字体育:即体育信息化阶段。信息化的本质是实现信息资源的高度共享,充分发掘社会智能潜力。而体育信息化是指利用信息技术对体育信息源进行广度和深度的开发利用,从而对体育实现有效的管理和监控。孙庆祝^[9]在研究《我国体育信息化发展趋势及对策研究》中指出,体育信息化内容应该包括体育信息处理的计算机化、体育信息传输的网络化、体育信息资源管理的数据化、体育信息应用的大众化、体育信息贡献的社会化和体育信息覆盖范围的全球化等6个方面。在层次结构上应由4部分组成:一是体育静态信息管理。二是体育工作过程的信息化。三是体育管理的信息化。四是体育决策支持系统(DSS)、专家系统(ES)。本文认为数字体育阶段是将系统内外各类体育静态、动态信息通过网络信息技术手段转化为数字模式,构建体育大数据库阶段,是体育信息智能化的初始和基础阶段,大数据库内容覆盖面、丰富度将直接关系到服务的广度与深度,因此扎实有效推进数字体育阶段建设是实现体育信息智能化的首要必经途径。

第二步是创新智慧体育:即体育智能化阶段。体育智能化是体育信息化的进一步发展和深化,是体育信息化的延伸、拓展和升华。智慧体育就是能让体育有更加聪明的管理与服务,通过与之相连的各种传感器全面感知各种体育行为,然后利用云计算等智能处理技术来处理和分析海量感知信息,如对竞技体育、体育设施、全民健身等各种需求做出智能响应和智能决策支持。智慧体育阶段作为体育改革创新发展的阶段,要使信息技术对于政府服务的提升发挥更大的价值,关键在于政府要尽快摆脱仅是将信息化作为一种工具替代品的初级阶段,尽快实现对信息化及其潜在效益的深度挖掘,尽快使信息技术应用从简单的数字替代向更具效率的智慧创新转变。

4.2 三阶段,逐步实现公共体育服务信息智能化建设

4.2.1 第一阶段:顶层设计,平台搭建阶段

4.2.1.1 转变思维,加强顶层规划设计,提供政策保障

首先,转变思维,提高各方对信息化、智能化公共体育服务体系建设的重视度。政府体育行政部门内部要统一思想,转变原有的传统服务观念和管理理念,引入互联网思维,做好信息化智能化服务管理效益的引导宣传,让基层充分认识到有效的信息化、智能化服务能提高政府的公共管理水平和效率,是增强政府运作透明度,提高政府公信力的有效手段,鼓励调动基层参与信息化、智能化公共体育服务建设的积极性,营造一个有利于、信息化智能化得以顺利实施的外部环境。

其次,加强规划,深化调研,做好符合区域特点的顶层设计,制定相关制度法规给予政策保障。政府体育行政部门规模较大、多部门分立、体育需求呈现多元化是目前公共体育服务的一个特色,从最大限度地方便和满足群众的角度出发,最好能从广义政府层面上规划智慧体育建设,广泛深入调研区域内公共体育服务体系现状,充分了解区域人群特点以及对体育的多元需求,从“以居民为中心”的理念加强顶层设计,重新对服务流程内容进行梳理,分阶段分解目标任务,使信息技术发挥更大作用。对涉及相关



信息监管、信息安全、知识产权保护、信息运营管理、个人信息保护等领域要明确法律体系予以规范,从法律、法规、标准等方面加以完善,为信息智能化提供政策保障。

第三,协调机构,建立独立负责信息智能化公共体育服务体系的组织机构,保障信息智能化建设持续推进。体育信息智能化必将引起管理制度、组织机构、运行机制的深层次变革,引发体育组织的全面创新。各单位第一把手的决心,在关键点上的决策与亲自领导、组织、协调是体育信息智能化工程顺利实施并取得成效的先决条件。在此基础上,设立领导小组,选拔信息智能化意识、能力及管理决策能力较强的人担任相关负责人,促进公共体育服务信息智能化建设顺利推进。

4.2.1.2 多渠道融资,引进先进技术人才,提供平台保障

首先,多渠道融资。公共体育服务体系信息智能化建设依托各种新的信息技术手段,需要较大的软硬件建设投入,因此资金保障至关重要。公共服务作为政府的一项重要职能,政府财政预算可成为前期资金投入主要来源,随着服务营销理念的推广,公共服务体系信息智能化的有效持续推进,可依托信息智能化平台的独特优势,逐渐引入市场机制,将体育赞助、体育彩票等传统体育融资方式融入其中,同时借鉴探索 O2O 模式企业、社会、个人等参与融资,为平台构建提供财政保障。

其次,引进先进技术,鼓励平台前端和后端的研发,充分利用互联网、物联网、移动互联网、泛在网、云计算等多种信息技术手段,根据区域实际情况,本着网络化、现代化、智能化、节约化原则,选择合适的信息技术和智能手段,构建门户网站、微博、微信、APP、二维码等多元信息智能网络,引进多元化移动支付技术,如二维码支付、手机钱包支付、拨号支付等,将网络技术、数据存储与数据挖掘、遥感技术与监测系统、可视化与虚拟实现技术等作为便捷服务平台的有效技术支撑。

第三,培养构建专业人才队伍,公共体育服务信息智能化过程的推进离不开技术人才主体。其中既包括信息网络专业人才,也包括熟悉公共体育服务内部各部门业务运作流程的专业体育人才。作为体育行政管理方,应多吸纳优秀技术人才,培养出属于体育事业专属的多元融合、业务精通的信息智能化人才队伍。这样不仅可以在信息智能化项目的实施上提高技术保障和技术支持,还能够为后续的后期服务提供助力。

第四,搭建数据库平台,将系统内的所有公共体育服务体系内的相关内容数据,如体育场地设施、体育活动开展、体育管理组织、体育服务指导、体育服务信息等数据资料调研整理,与地图、支付、线下服务形成闭环,构建初步公共体育服务信息智能化网络基础平台。

4.2.2 第二阶段:资源整合,优化配置阶段

4.2.2.1 整合公共体育服务信息,加强资源共享和应用服务

首先要促进公共体育服务内外部资源整合。公共体育服务供给质量和规模直接影响着服务效能。体育政府主管部门在保障自身供给基础上,要充分发挥和调动市场营利组织和非政府组织,即第三方或非营利组织,在公共体育服务领域的供给能力,将区域现有的所有公共体育内外资源调研梳理,加强综合整合利用,出台相关政策导向,引导和吸纳这些组织融入信息智能化平台,实现存量资源的共享。

其次要促进公共体育服务与其他公共服务信息资源

的整合。实现“大体育”概念下的共建共享,为教育、健康、卫生福利和人权等其他公共问题的合作解决提供路径。当前经济社会发展转型的客观形势也要求体育事业要与医疗卫生、科教文化、社会福利、城市建设、旅游休闲等相关领域全面对接,与建设中的“智慧城市”、“智慧社区”等相融合,节约信息资源同时也促进各项公共服务一体化,更加方便居民享受公共服务,多元提升公共服务效能。

4.2.2.2 推进重点区域项目试点,发挥宣传引导和示范效应

首先,要选择先行先试项目做好示范效应。公共体育服务体系信息智能化建设既有基础信息建设又有创新智能推进,而信息技术领域本身发展迅猛,市场变化节奏不断加快,区域有自身条件特色,居民有不同层次体育需求,因此实现过程不可能一蹴而就也不可能一帆风顺。这必然是个不断摸索、反复尝试、逐渐完善的过程。这就需要体育管理者敢于不断创新管理模式和理念,广泛开展调查研究,及时追踪国内外发展趋势和区域公共体育服务特点,选择合适项目在重点区域优先试点,本着“创新一个试点一个,成熟一个普及一个”的理念循序渐进地促进公共体育服务信息智能化的创新转型。

其次,要做好多元信息智能平台的宣传、引导和推广工作。居民对新技术新手段的接受速度和应用程度很大程度上依赖于广泛有效的宣传引导。公共体育服务信息智能化过程推进中一要注重新技术新手段以及平台的使用培训和宣传,二要加强互联网思维和信息智能化理念的引导,三要充分利用不同营销方式,创造各种体验模式,吸引居民享受信息智能化服务。

4.2.2.3 严格监管考评措施保障,注重民意反馈和绩效评估

首先,要开辟多元、双向互动沟通渠道,注重民意反馈。公共体育服务作为一种公共产品,其所供给的各个方面不能完全由政府所提出,应当广泛听取居民意见,开辟多元沟通渠道,特别是对于新技术手段的改进创新至关重要。一是让居民自由、方便地直接对话公共决策者,依托群众路线更有助于制定和实施贴合居民意愿的有效政策。二是体育行政管理部门也可通过各种信息智能化技术公布、实施与修订阶段性目标,实现双向互动,优化公共体育服务体系的信息智能化建设。

其次,要完善信息智能化公共体育服务绩效评估体系。从公共服务信息化的绩效评估角度看,国际很多研究机构、咨询公司曾提出一些非常有价值的评估指标和方法可以值得借鉴。比如世界市场研究中心与布朗大学联合测评后提出在整体评价时,可针对联系信息、出版物、数据库、门户网站和网上公共服务的数量 5 个方面 22 个指标进行绩效评估;埃森哲公司研究运用服务成熟度与传递成熟度两大类指标来评价政府电子公共服务的能力,提出服务成熟度指政府上网的程度,分为 3 个层次:公布信息、交互和政务处理,其服务成熟度分为很低、低、较低、和适中 4 个等级。传递成熟度指传递机制的成熟度,如:“一网式”的程度,根据顾客意向做设计的程度,顾客关系管理技术,网站链接的能力,额外增值服务的程度。从公共体育服务绩效评估体系的研究看,宋娜梅^[10]根据公共体育服务绩效评价的内涵和原则,选取了体育公共服务效能指标、公众满意度指标、体育公共服务投入度指标 3 大因素 14 个子级



系统共 58 个因子作为评价指标体系。刘亮^[11]以新公共管理理论为视角,在武汉城市圈“两型”社会建设背景下,构建了体育公共服务绩效评估的 5 个维度,即政府责任、资源投入、价值目标、社会回应和服务效能。而信息智能化公共体育服务绩效评估体系既具有信息化特征,又兼具公共体育服务特点,如何将两者整合开展绩效评估还有待在公共体育服务信息智能化建设推进过程中深入研究和探索。

4.2.3 第三阶段:智慧体育,全民共享阶段

4.2.3.1 完善技术手段,融入智慧城市建设,实现智慧体育

首先,要明确智慧体育内涵。公共体育服务信息智能化建设的最终目标是实现智慧体育。实现目标的前提首先要了解智慧体育的内涵和本质,单纯发展构建一些先进的网络基础设施、配备一系列高科技含量的信息技术手段并非智慧体育的全部内涵,而是实现智慧体育的硬实力。更重要的还有智慧体育的软实力,即提升体育服务效率同时为体育未来发展方向的民主讨论提供一种高效的教育和交流平台,这种平台可以帮助体育行政管理部门更有效的了解民众期望的智慧体育能为他们提供的各类体育服务,并将这种信息反馈整合到智慧体育建设的规划中,形成智慧体育的闭环良性循环。因此,智慧体育的最终实现既要依托高科技的信息技术手段,更重要的是靠作为主体体育人的思维决策,只有将技术使用与体育事业应用任务相结合,才能促进智慧体育的发展与实现。

其次,要融入智慧城市建设。智慧体育是作为智慧城市建设的重要组成部分出现,其实现离不开智慧城市建设的方向引导和组织构架。智慧城市是指具有较高的学习和创新能力的地区,其建设是基于该地区居民的创造力、知识创造制度以及为通信和知识管理服务的数字基础设施之上的^[12]。智慧城市的愿景是将信息通讯技术应用到城市运营和发展的方方面面,通过计算机化的系统结构有效完成感知、处理、决策等复杂行为,使得城市环境更加宜居、城市运营更加智能、城市管理更加高效^[13]。宁波市在实践智慧城市建设中,将人力资源纳入到智慧城市建设的战略框架中,指出智慧城市的愿景不仅涉及智慧技术的构建与铺设,还应给予教育、文化和人力资源应有的重视,只有这样才能让人汇聚智慧,让物拥有智能,通过两者的协调互补,实现城市的创新发展。因此,公共体育信息智能化建设应以智慧城市建设的条件和愿景为导向,结合社会对公共体育服务的需求特点,最终实现智慧体育建设。

4.2.3.2 调动社会资源,结合多元均等需求,实现全民共享

首先,要调动引导构建多元信息智能公共体育服务治理格局。在信息智能化公共体育服务建设中,涉及信息技术、信息手段、公共体育资源等各类服务供给,要合理界定政府、市场、社会在多元服务供给中的功能和定位,给予政府与社会的合作空间与政策导向,调动社会资源参与多元服务供给,灵活采用特许、授权、购买服务、合同外包、志愿者服务等多种模式,提供信息智能化的公共体育服务。同时要结合青少年学生、中青年职工、中老年社区居民等不同公共体育需求的人群,鼓励各种非营利组织与社会公众参与信息智能化服务供给,构建不同需求的多个信息智能服务平台,拓展信息智能化公共体育服务中公民参与渠

道与范围,将政府承担的某些技术性、服务性、行业性、协调性的职能逐步转交给社会中介组织、公共服务组织和社区自治组织,最终形成以政府为主导,各种社会主体共同参与的信息智能化公共体育服务治理格局。

其次,要全民共享,满足均等个性化信息智能公共体育服务需求。公共体育服务面向的是社会全体公民,以公民需求为导向,积极推进公共体育服务领域的信息资源深度开发利用、智慧体系化的融合应用,让百姓畅享便捷、高效、舒适、多元、个性、均等的体育生活,是推进广覆盖、易使用的信息智能化公共体育服务建设、实现智慧体育的重要目标,最终让全民充分享受到信息化、智能化带来的公平、个性化公共体育服务。

5 结语

O2O 模式在电子商务领域的广泛应用为体育事业的转型发展提供了借鉴思考,随着人们生活方式、消费方式的逐渐改变,以服务居民为中心的公共体育服务领域也面临创新转型,而信息智能化建设可成为体育事业改革发展和创新转型时期的一个有效抓手,甚至会对整个体育事业产生战略性的影响。但公共体育服务信息智能化建设是一项长期、艰巨富含创新与挑战的任务,现在还处于起步初级阶段,本课题仅提纲挈领从宏观角度提出三阶段两步走的基本路径以供参考借鉴,随着各阶段各环节的不断推进和渗透,还有很多需要值得反复研究和不断探索的问题。

参考文献:

- [1] 李乔丹. O2O 体验式营销模式探索[J]. 新营销,2012:28-29.
- [2] 马红春. O2O 电子商务模式在我国的应用现状分析[J]. 科技视界,2012(26),244-245.
- [3] 黎冲森. O2O 四大模式[J]. 经理人,2014(239):28-33.
- [4] 杜浩,陆亨伯,车雯.论我国体育场馆公共服务的概念、机理及类型[J].浙江体育科学,2014(36):32-35.
- [5] 王才兴.上海市体育公共服务的实践与探索[J].体育科研,2008(2):20-26.
- [6] 王才兴.体育公共服务国际比较及启示[J].体育科研,2008(2):27-31.
- [7] 沈建华.上海市体育公共服务的需求[J].体育科研,2008(2)37-41.
- [8] 杨双燕,张红梅.基于物联网时代的学校体育信息化发展研究.黑龙江高教研究,2014(240):73-75.
- [9] 孙庆祝,刘逢翔,陈家起等.我国体育信息化发展趋势及对策研究[J].西安体育学院学报,2007(24):7-12.
- [10] 宋娜梅,罗彦平,郑丽.体育公共服务绩效评价:指标体系构建与评分计算方法[J].体育与科学,2012(33):30-34.
- [11] 刘亮.新公共管理视角下体育公共服务绩效评估研究——基于武汉“1+8”城市圈的调查与分析[J].武汉体育学院学报,2011(45):28.
- [12] 赵大鹏.中国智慧城市建设问题研究[D].吉林大学博士学位论文,2013.
- [13] 许庆瑞,吴志岩,陈力田.智慧城市的愿景与架构[J].管理工程学报,2012(26):1-7.

(责任编辑:杨圣韬)