

# 新媒体时代体育赛事视频直播平台的研究

黄兴

(新疆报业传媒集团(新疆日报) 新疆 乌鲁木齐 830000)

**[摘要]** 体育赛事的传播需要一定的媒介平台, 在新媒体时代, 体育赛事视频直播平台的信息传播速度和传播途径更加快速、多元, 并且能够有效提升受众的观赛体验, 从而满足多元化用户的个性化需求。但当前体育赛事视频直播平台发展依旧面临视频版权保护难度大、观众互动环境差等不足, 影响到体育赛事的传播以及视频直播平台的效益, 因此本文通过分析新媒体时代体育赛事视频直播平台的发展特征, 针对当前体育赛事视频直播平台发展面临的瓶颈, 提出新媒体时代体育赛事视频直播平台的发展路径, 以促进视频直播平台的良好发展。

**[关键词]** 新媒体时代; 体育赛事; 视频直播平台

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.03.1553

## 1. 新媒体时代体育赛事视频直播平台的发展特征

### 1.1 盈利模式为主

我国体育赛事视频直播平台分类多样, 主要包括门户类、垂直类、聚合类平台。随着体育行业的快速发展, 大量资金进入到体育新媒体领域, 而大部分企业参与体育赛事视频直播的核心目的是为提高自身的经济效益, 这就使得新媒体时代的体育赛事视频直播平台主要以盈利模式为主。在体育赛事直播过程中, 通过赛前、赛中广告以及各赞助商的赞助, 外加新媒体时代信息的精准推送会刺激用户直接观看, 这都会在无形中增加体育赛事视频直播平台的盈利<sup>[1]</sup>。

### 1.2 多元赛事格局

新时期互联网技术的快速发展, 推动了体育赛事视频直播平台的优化和完善。新媒体时代体育赛事视频直播平台大多以单项热门体育赛事为核心, 并根据不同受众的需求合理设置其他赛事板块, 从而形成多元赛事格局, 以此吸引更多受众, 增加受众黏性, 持续产生更多的点击量和关注度, 有效维持体育赛事视频直播平台的热度。新媒体时代多元化的信息传播途径以及高清、流畅的赛事直播都能有效提升受众的观看体验, 满足受众随时随地观看体育赛事的需求。

## 2. 当前体育赛事视频直播平台发展面临的瓶颈

### 2.1 视频版权保护难度大

在信息技术快速发展的时代背景下, “网络直播+体育赛事”的运营模式已被众多体育互联网直播媒体平台所关注和借鉴, 这就使得现阶段体育直播平台的核心竞争力之一就是体育赛事直播版权的竞争和使用。新媒体时代信息渠道来源广泛, 外加我国网络信息行业发展尚处于起步阶段, 法律法规制度等尚不健全, 使得体育赛事内容的直播门槛较低, 而体育直播平台对体育赛事转播盗版等的防范意识较差, 都导致当前体育赛事视频版权的保护难度较大。如常见的网络直播间盗播、P2P下载或网盘资源分享、OTT端聚合应用盗播等各种类型的盗播视频广泛存在, 不仅会直接侵权有版权的视频直播平台, 对其造成一定损失, 还会直接扰乱网络环境, 导致平台维权时间长、成本高等不良发展局面出现<sup>[2]</sup>。

### 2.2 体育观众互动环境差

互联网背景下, 用户在视频直播平台中的身份和信息都具有一定的虚拟性, 外加低门槛、言论自由的影响, 使得素质不高用户的不当言论充斥在整个直播空间, 甚至辱骂场上队员、解说人员等负能量, 都会导致体育观众的互动环境较差; 出于利益考虑, 平台存在故意制造话题热度甚至广告插播时间过长等情况, 既会影响受众观看体育赛事的注意力, 甚至还会出现反作用的宣传效果。

## 3. 新媒体时代体育赛事视频直播平台的发展路径

### 3.1 重视完善视频版权机制

我国视频直播平台的发展起步较晚, 为有效防控视频直播平台的营销风险, 要重视完善体育赛事视频直播平台的版权机制, 以推动体育赛事视频直播平台持续健康发展。做好我国体育赛事消费市场调研, 明确人均体育服务消费支出, 并根据实

际体育赛事直播的制作和传播实际, 合理评估视频版权价值, 避免出现版权泡沫化; 高效联结多家平台共同筹集和购买视频版权, 避免由于买家过于分散而抬高版权价格的现象, 从而在降低造价成本的基础上丰富赛事内容<sup>[3]</sup>。

### 3.2 加强体育社区管理规范

新时期体育赛事视频网络直播平台的发展趋势是以盈利为主, 而核心受众与高黏度用户是视频直播平台收入的重要来源, 这就需要视频直播平台在进行体育赛事直播过程中要加强对边缘受众的吸引力和培育, 使其逐步转变为核心受众, 而这需要加强体育社区管理规范, 以营造良好的舆论氛围。提高体育赛事的评价门槛, 严格处理低素质用户的不当言论, 并对体育赛事进行详细、生动地直播讲解, 进一步推广体育竞赛文化, 以增强用户对体育赛事的了解和兴趣。

### 3.3 有效提升赛事观看质量

在加强体育赛事视频直播平台监督管理力度的同时, 要想有效吸引更多受众观看体育赛事, 就要有效提升体育赛事的观看质量。深度开发已购买的体育赛事版权, 在保证节目内容具有真实性、客观性的基础上, 进一步丰富体育赛事内容素材和表现形式, 降低单一赛事内容的占比, 高效挖掘其他赛事的内容收入增长点。与此同时, 加强对视频直播平台的建设投入力度, 增强内容直播的清晰度和流畅度, 合理设置广告植入时机, 从而实现良好的体育赛事营销。

### 3.4 科学打造自主品牌赛事

新媒体时代, 多元化的信息宣传渠道以及丰富的内容和形式都会在很大程度上分流体育赛事的用户群体, 从而影响体育赛事视频直播平台的点击量和关注度。结合新时期用户的精神文化需求拓宽体育赛事的内容资源和节目表现形态, 严格遵守直播平台的相关要求和规范, 营造健康的体育赛事宣传氛围, 依托平台原有的客户资源加大体育赛事的宣传力度, 科学打造自主品牌赛事, 有效增加视频直播平台的用户数量, 并长期举办系列赛, 反向推动线下体育联赛发展。

## 4. 总结

新媒体时代为体育赛事视频直播平台的进一步发展起到了很强的推动作用, 尤其是信息技术的快速发展, “互联网+”的产业模式也成为当今主流发展趋势。因此, 新媒体时代, 体育赛事媒体直播平台要重视完善视频版权机制, 加强体育社区管理规范, 有效提升赛事观看质量, 并营造良好的赛事观看氛围和讨论环境, 从而有效结合新时期受众的精神文化需求, 科学打造自主品牌赛事, 才能保证体育赛事视频直播平台顺应时代发展趋势, 并推动体育联赛的持续发展。

## 参考文献

- [1] 朱小茜. 体育赛事网络直播平台的兴起与发展[D]. 湖南大学, 2018.
- [2] 卢嘉伟. 我国体育赛事互联网视频直播平台运营研究[D]. 广州体育学院, 2020.
- [3] 王艺. 新媒体环境下体育直播平台发展路径分析[J]. 新媒体研究, 2020, 6(16): 110-111.