

# 体育解说评论员自媒体账号研究——以篮球评论员杨毅为例

曾靖耀

首都体育学院, 北京 100191

[摘要] 社交媒体时代, 一系列体育自媒体账号随之成长壮大, 并在互联网中产生巨大影响。其中, 由体育解说评论员为代表所创办的体育自媒体账号作为推广体育运动和促进体育文化传播的重要载体, 是推动体育强国建设的宣传助力。本论文运用案例分析法、内容分析法和文献分析法, 以篮球评论员杨毅的自媒体账号为研究对象, 重点研究并提炼总结体育自媒体账号的内容生产与运营策略等。研究认为, 明确账号定位、打造独特人设、创新节目内容、加强运营互动和丰富商业模式是推进体育自媒体账号传播与发展的路径所在。

[关键词] 体育解说评论员; 自媒体账号; 杨毅

DOI: 10.33142/jscs.v6i1.18525

中图分类号: G206

文献标识码: A

## Research on Sports Commentary Commentators' Self-media Accounts — Taking Basketball Commentator Yang Yi as an Example

ZENG Jingyao

Capital University of Physical Education and Sports, Beijing, 100191, China

**Abstract:** In the era of social media, a series of sports self-media accounts have grown and expanded, and have a great impact on the Internet. Among them, sports self-media accounts founded by sports commentators and commentators as representatives serve as important carriers for promoting sports and promoting the dissemination of sports culture, and are a propaganda support for promoting the construction of a sports powerhouse. This paper uses case analysis, content analysis, and literature analysis methods to study the content production and operation strategies of sports self-media accounts, focusing on the self-media account of basketball commentator Yang Yi as the research object. Research suggests that clarifying account positioning, creating unique character designs, innovating program content, strengthening operational interaction, and enriching business models are the paths to promote the dissemination and development of sports self-media accounts.

**Keywords:** sports commentary commentator; self-media account; Yang Yi

### 引言

在新媒体技术飞速发展的当下, 自媒体账号已成为信息传播的重要力量。而体育自媒体账号作为其中的重要分支, 在满足大众对体育信息需求方面发挥着关键作用。具体而言, 体育自媒体账号是指基于互联网平台, 内容创作者注册并运营的账户, 用于发布其自主生产的体育相关内容, 在传播体育文化、推广体育运动的同时, 实现自身盈利目标。通过体育自媒体账号, 广大受众能接收到最新体育消息与比赛赛况等, 体育文化也能通过体育自媒体账号进行宣传推广, 有助于增强人民群众的体育意识和体育文化自信, 促进体育运动的展开, 为实现全民健身和体育强国目标建设作出应有贡献。

当前由体育解说评论员所创办的体育自媒体账号内容大多涉及足球和篮球, 相关代表性人物如足球解说于鑫淼、篮球评论员杨毅等。其中, 杨毅作为国内知名的体育解说评论员, 不仅专注于体育赛事解说, 还于 2016 年创建了个人自媒体账号“杨毅侃球”。2020 年 9 月, 杨毅官宣入驻喜马拉雅, 上线体育类播客“杨侃|杨毅电台”, 其在喜马拉雅的账号粉丝数达 35.5 万。2024 年 10 月 28 日,

杨毅在喜马拉雅发布了最后一期播客节目, 正式宣布与喜马拉雅合作结束并同时表示新的“杨侃|杨毅电台”将于每周五 8 点 24 分在“杨毅侃球”公众号定期上线。2025 年 2 月 7 日, “杨侃|杨毅电台”小程序上线; 2025 年 9 月 15 日, 由杨毅及其团队所打造的“听老杨”播客 app 正式上架 App Store, 标志着“杨侃|杨毅电台”进入全新发展阶段。在微博平台, 截至 2025 年 12 月 13 日, 笔者查询杨毅的微博账号粉丝数达 819.5 万; 在抖音, 杨毅同样拥有 207.2 万粉丝数。通过分析研究篮球评论员杨毅自媒体账号的具体内容、运营策略与商业模式等, 能为广大体育传媒工作者提供经验参考, 助力其未来发展和推进我国体育文化传播工作。

### 1 社交媒体时代体育解说评论员自媒体账号发展概况

#### 1.1 传播形式更加多样

##### 1.1.1 视频传播

社交媒体时代, 视频传播, 尤其是短视频传播, 作为体育自媒体账号内容创作者的首选, 顺应了当下受众视听化、碎片化和娱乐化的信息接收习惯, 能够直观生动地传

播体育内容。抖音是当下最流行的自媒体平台,主打高效便捷,生命力旺盛,在体育领域发挥了重要的传播作用,以抖音为代表的自媒体平台,通过短小精悍的视频内容,能够在短时间内传递更多的体育信息。而中长类视频则聚焦于内容的广度与深度,更加具体和全面。如篮球解说评论员王猛在抖音平台的自媒体账号内容既包含了赛事简评等短视频,也兼顾了中长类视频如运动员对话访谈,能够满足多数球迷的体育信息接收需求。

### 1.1.2 图文传播

体育自媒体账号的图文传播以微博、微信公众号、小红书等平台为主,通过图片加文字的形式传播体育资讯,仍是当下主流的传播形态之一。现如今,微博、微信公众号等平台上有多数体育评论解说员如杨毅、于嘉、苏群、王猛等人入驻,通过发布图文内容传播体育消息、进行赛事点评和发表个人观点等。得益于数字技术的发展,图文自媒体能够迅速传播,受众只要打开手机的自媒体平台便能在第一时间获取体育信息,相较于传统媒体来说,大大增强了信息传播的时效性。

### 1.1.3 播客传播

社交媒体时代,以音频为内容载体的节目类型一播客,逐渐兴起并越受欢迎。相较于其它传播形式,播客传播具有强烈的沉浸感,代入性极强,往往能使受众置身其中。其表现形式包括单人主讲、双人配合与多人对话等。当前由国内体育解说评论员所打造的体育播客当属“杨侃|杨毅电台”(现称“听老杨”)较为知名。从体育赛事到经典体育故事,该播客涉及内容较为广泛。而由国外体育评论员参与创办的体育播客则以“The Overlap Podcast”为代表,该播客由前英格兰足球运动员、教练员,现任天空体育足球评论员的加里·内维尔主持。

### 1.1.4 平台直播

平台直播同样也是当前体育自媒体账号传播内容的形式之一,其互动性、娱乐性与时效性更强。通过借助互联网在相关平台如抖音、B站等开展直播与广大球迷进行交流互动、点评赛事、分析局势和讨论最新消息等,既有助于体育解说评论员不断增强自身影响力与知名度,也能丰富广大受众的体育信息接收体验。如以皓篮球、雨说体育徐静雨等为代表的草根体育解说评论员所创办的体育自媒体账号在抖音、B站等平台均有一定程度的影响力,并受到部分球迷群体的关注与喜爱。

## 1.2 传播内容越加丰富

### 1.2.1 体育赛事点评与体育人物专访

体育赛事可以被视作传统体育传播的核心驱动力,是体育自媒体的首要关注对象。由体育解说评论员所打造的体育自媒体账号其具体内容首先以体育赛事点评为主,如赛后总结与复盘、球队和球员评价等,以充分发挥作为体育解说评论员的优势,凸显专业性。以国内知名篮球解说

评论员苏群为例,其在抖音平台所更新的内容以1~5min不等的赛后即时短评为主,与最新赛事热点紧密结合。除体育赛事点评外,体育人物专访也是当下热门的传播内容,为广大球迷群体所喜闻乐见。如杨毅在抖音和微博同步更新的专访NBA球员拉塞尔、中国篮球运动员周琦等视频,以及王猛在抖音发布的《猛·聊》系列篮球运动员专访节目。

### 1.2.2 体育新闻解读与体育知识科普

其次是体育新闻解读与体育知识科普。解说评论员通过聚焦于体育圈近期新闻热点,如球员转会、联赛改革等,以保持稳定的内容更新节奏。以足球解说员于鑫淼为例,其在抖音平台粉丝数超百万,会第一时间更新并解读最新足球新闻。而体育知识科普,包括球队战术拆解、比赛规则讲解等,则进一步丰富了解说评论员自媒体账号的内容。同样以解说员于鑫淼为例,他会发布在正式解说中无法详尽阐述的观点和相关知识。一个标志性的细节是,他在录制视频的房间中放置了一个地球仪,以便在讲解不同国家的足球内容时,能随时向观众直观展示其地理位置,体现出他对背景知识可视化的重视。

### 1.2.3 运动员故事与日常生活化内容分享

最后是运动员故事与日常生活化内容分享。具体而言,运动员故事内容主题可细分为致敬、热爱、励志等,体现出体育自媒体“情感转向”的发展趋势。如杨毅所创作的长篇评书类节目《姚明传》和播客节目《小山智丽,复仇者的女人》以及王猛创作的视频节目《罗德曼的故事》、《勒布朗·詹姆斯的故事》等;此外,解说评论员还通过分享日常生活化内容,将“后台生活”进行“前台展演”,以此吸引广大受众。如足球解说于鑫淼创作的解说员沉浸vlog系列节目,其具体内容包括呈现幕后工作花絮、分享现场观赛体验和品尝美食等,打造出一个鲜活、立体、亲切的人物形象。

## 2 杨毅自媒体账号分析

### 2.1 账号定位分析

#### 2.1.1 专业性与泛体育化色彩浓厚

杨毅作为国内资深的篮球评论员,担任中央电视台篮球解说顾问、《体坛周报》副主编。他曾参与过许多重大体育赛事的解说工作,如巴黎奥运会女篮比赛、2023男篮世界杯等,也是唯一一位采访中国三大中锋(巴特尔、王治郅、姚明)进入NBA的记者。从2001年6月采访NBA总决赛开始,至今为止他已有超过二十年的工作经验。也正因如此,他才能持续性地输出大量独到的专业性评论与见解。杨毅的自媒体账号覆盖微博、微信公众号、抖音、播客等。以杨毅播客“杨侃|杨毅电台”为例,该播客定位以生产专业性的体育点评节目为主,从最初以篮球内容为核心,重点聚焦NBA、CBA等赛事,再到内容逐渐拓展进体育人文领域,杨毅及其团队采用“泛体育化”

定位策略,在既保证内容专业性的同时,又与业内热点、社会热点、时代议题等方面相结合,不仅能满足球迷需求,还能吸引广大路人听众,实现了专业性与泛体育化的定位平衡。杨毅的微博、抖音账号“泛体育化”色彩同样十分浓厚,以更新与体育相关的活动居多,包括自己孩子的运动视频、球场观赛见闻等;专业化内容虽相对较少,但仍涵盖简短赛事点评、运动员访谈等,账号定位兼具专业性与泛体育化特征。

### 2.1.2 各平台账号定位的差异化

大数据时代,媒体的精准投放功能早已运用到工作生活中。清晰自媒体账号定位、确定目标受众及潜在受众无疑是新媒体时代最为有效的传播及发展模式。杨毅在各大平台的账号定位会根据平台特性做出相应调整,突出差异化。如其播客账号以“深度叙事共同体”为核心定位,具体表现为其播客内容以长时段音频(30~50min不等)为主,聚焦赛事热点、明星球员、业内动态等。而杨毅微博账号则定位为“即时议程设置者”,通过图文结合的形式实时点评热门赛事,设置相应比赛热点议题供球迷展开讨论。杨毅抖音账号定位侧重强调“碎片化娱乐解说”,从其直播中选取精彩内容进行短视频切片并加入BGM和特效,凸显账号娱乐属性,与抖音平台特性相呼应。杨毅采取差异化的账号定位策略,不仅顺应了各平台发展趋势,还能通过各个账号协同联动、互为补充,构建起立体化传播矩阵。此外,杨毅自媒体账号的目标受众也十分明确,如其播客以青年和中年男性群体为主,并以中年男性群体为核心受众。原因在于该群体具有一定的社会阅历和内容付费能力,他们并不仅仅满足于接收单一的赛事资讯,还更加重视内容的思考深度与独家幕后故事的披露等,能让他们在收听后有所收获。

## 2.2 人设打造分析

### 2.2.1 从现代评论员到传统评书先生

自2024年10月杨毅结束与喜马拉雅的合作以来,其主要工作重心转移至播客自媒体“杨侃|杨毅电台”的内容生产与独立运营。2025年9月15日,“听老杨”app上架App Store,“杨侃|杨毅电台”进入全新发展阶段。该播客自媒体的阶段性成功离不开杨毅及团队对其个人人设的精心打造,杨毅的人设巧妙地融合了多种社会身份,包括但不限于专业体育记者、资深篮球评论员、中国体育故事讲述者、评书先生等,这主要体现在其叙事风格和表演艺术上。在讲述《小山智丽:复仇的女人》和《东北往事,马家军的兴衰》等系列故事中,杨毅将现代体育评论与传统评书艺术相结合,在讲述过程中,杨毅如同评书先生一般,注重语速的变化、情绪的渲染、声音的高低、氛围的营造,形成极具个人特色的音频叙事风格,凸显其评书先生的人设。尤其是在进行到故事的高潮部分,杨毅通过加快语速、提高音量又或是突然收尾的方式,营造戏剧

化效果,使听众们欲罢不能。由杨毅主讲,任冉作为“捧哏”进行辅助,将单人主讲与双人互动对话相结合,为播客内容的讲述增添变化性与趣味性。得益于从小看书听书,杨毅能够熟练地运用评书中“栓扣”(设置悬念)等技巧来为后续节目持续引流,以保证整个系列故事的吸引力。如在讲述《小山智丽:复仇的女人》《东北往事,马家军的兴衰》等系列故事时,杨毅在每期节目的结尾都会设置关键悬念,事关故事的后续发展,使得听众产生继续收听的强烈愿望,这也正是评书节目中“且听下回分解”的现代化表达。

### 2.2.2 从体育赛事解说员到体育故事讲述者

相较于微博和抖音,杨毅播客“杨侃|杨毅电台”的破圈出圈在于其采用“故事化”深度叙事的方式,以八、九十年代的中国社会为故事背景,从运动员或教练员个人视角进行切入,完成从体育赛事解说员到体育故事讲述者的转变。在讲述《东北往事,马家军的兴衰》这一故事中,杨毅对于田径比赛、运动员使用兴奋剂等内容一笔带过,重点聚焦于故事背后的人与社会,带领听众重回20世纪90年代末,重温那个年代的标志性体育事件,重塑听众们的集体记忆。这启示广大体育媒体人,其自身的角色定位或人设不应仅局限于“评论解说员”或“记者”,而是应当多多思考,学会深入剖析体育事件或现象,并转变传统叙事范式,以受众更为喜闻乐见的方式开展节目,成为对于体育故事、体育现象进行深度解读的“故事讲述者”。最后,杨毅的自身经历同样也为其人设的打造提供了丰富的素材—从小热爱足球的他,曾希望长大后成为一名职业足球运动员。但在认清现实后,他开始专心读书,并把成为一名驻外记者当作理想。在大学期间,杨毅又产生了成为一名足球记者的理想,但为得到进入《北京青年报》的工作机会,他开始学习有关于篮球的一切,最终成为国内知名的篮球解说评论员。这一真实可感的人生经历有助于塑造出一个鲜活立体的人物形象,使受众印象深刻。

## 2.3 内容特点分析

### 2.3.1 深度叙事与评书艺术的创新结合

在以视频传播为主的抖音平台,杨毅所发布的视频内容除部分直播切片外,其余视频内容与微博视频内容大体保持一致并同步更新,其所录制的“视频版”播客节目也会上线抖音、微博等平台。但与抖音、微博重在凸显生活化、娱乐化不同,其播客“杨侃|杨毅电台”在内容的选题上包含球队球员点评、经典体育故事和业内热点议题等,在保证节目内容时效性的同时,也提供有深度、有价值的内容,不仅包含强烈戏剧冲突、能够反应时代议题,也能追忆体育历史和体育人文的经典故事。杨毅结合“评书式深度叙事”,较好地把控了故事节奏,凸显矛盾冲突,外加每期节目结尾设置悬念,不断提升用户黏性与节目完播率。以“杨侃|杨毅电台”的代表作之一《小山智丽:复

仇的女人》为例，该播客节目探讨了在二十世纪八十、九十年代的中国，个人与集体之间的关系，成功地将体育赛事与个人发展、时代特征等内容巧妙地融合在一起。而在《东北往事，马家军的兴衰》中，杨毅又探讨了体制、金钱、权力、名誉、人性等复杂议题，既关注运动员、教练员的个体发展，体育队伍的兴衰，也集中刻画了二十世纪九十年代末的中国社会。上述内容的产出，都源于杨毅从小到大的相关见闻、丰厚的工作经历以及自身对于该领域的思考。《小山智丽：复仇的女人》和《东北往事，马家军的兴衰》，这两大故事属于“杨侃|杨毅电台”独家的“中国体育四大故事”系列节目。该系列节目完全突破传统体育评论内容的边界，从最初以篮球赛事评论为主，再到讲解具有人文深度的经典体育故事，杨毅将视角放置于社会人文的历史背景中展开幕后披露与深入解读，超越传统体育解说评论的讨论范围，具备公共议题的属性，成为听众们了解中国体育、中国社会变迁的一扇窗口。杨毅将深度叙事与评书艺术创新结合，不仅有助于人物塑造，还能在一定程度上降低内容理解门槛，增强代入感。

### 2.3.2 理性客观与个人情感的相互交织

在杨毅的早期评书节目《姚明传》中，他就已经开始尝试用说书的方式来讲述我国著名篮球运动员姚明的人生故事。《姚明传》全篇共计 81 回，包含诸多独家内容。杨毅在较为理性客观地讲述姚明故事时也夹杂着细腻的个人情感。他详细讲述了姚明从出生到退役、从上海少年成为 NBA 巨星的人生历程，涵盖姚明的童年磨砺、与王治郅的“姚王争霸”、NBA 试训风波及火箭队生涯等关键节点，还通过“推翻卖身契签约耐克”、“首战奥尼尔”等事件，揭示职业篮球的复杂博弈，并首次披露未见于公开报道的幕后细节。在姚明职业生涯当中，其诸多重要时刻杨毅都在他身边。如在姚明去 NBA 的前两个月，当中国所有媒体都在国内观望的时候，只有杨毅一人到 NBA 现场，亲眼见证姚明从零分首秀到后来成为 NBA 统治级中锋的全部历程。此外，在杨毅播客“听老杨”app 所最新独家上线的“中国体育四大故事”之三《国家行动，中国女排大逆转》是杨毅至今为止所更新的三大故事中书目最长、人物最多、时间跨度最大、情节最复杂、讲述起来也最难的体育故事。但杨毅及其团队找到了一条引线，即用中国国家女子排球队前主教练陈忠和跌宕起伏的个人命运与几代中国女排的气运相连，也和国家的发展相连。通过此引线梳理整个故事脉络，能够较为全面与客观地展现出中国女排和中国体育，加之杨毅在讲述故事时对陈忠和的共情，能够进一步增强内容的感染力，打动听众，使其回味无穷。

## 2.4 运营互动分析

### 2.4.1 全域运营：多平台协同的战术布局

杨毅播客于 2020 年 9 月在喜马拉雅开播，借助喜马

拉雅的庞大用户基数与流量扶持，其播客逐渐名声大噪，影响力不断增强。2021-2023 年，“杨侃|杨毅电台”多次蝉联播客热播榜榜首；截至 2025 年 12 月，笔者查询“杨侃|杨毅电台”在喜马拉雅平台总播放量达 1.14 亿。2024 年 10 月，杨毅宣布结束与喜马拉雅的合作，转向多平台协同运营，包括微信公众号、微博与抖音等，并同步上线付费内容。2025 年 2 月 7 日，“杨侃|杨毅电台”小程序上线；2025 年 9 月 15 日，“听老杨”app 上线，有助于强化其与核心受众的联系，巩固自身稳定性。通过多平台矩阵式布局，能够有效降低自媒体独立初期的运营风险，维持自身传播力与影响力。同时也反映出在社交媒体时代，解说评论员对于寻求更大自主性与发展空间的追求。广大体育媒体人可通过积极入驻各大平台、打造专属小程序或 app 等方式，在全网构建起多方位、立体式的传播矩阵，这不仅有助于实现个体独立、减小依赖单一平台的风险，还能通过各大平台不断拓展新的受众群体，增强自身影响力。最后，自媒体运营最重要的还是建立一个正确的核心价值观及引导思想，形成经济效益与社会效益共赢。

### 2.4.2 传受连接：从单向传播到共创社群

构建体育社群，是推动解说员、用户等多元主体交互的重要舞台。体育用户在社交网络上的连接，情感特征显著。杨毅自媒体账号的运作不再是以传者为中心向受众进行单向信息的灌输，而是将传受双方作为平等主体，通过互动交流共同构建意义空间。同样以其播客自媒体为例，杨毅在讲述体育故事时，注重挖掘人们共同的情感和价值追求。这些故事的主题能够引发广大听众的共鸣，听众在消费内容的同时，也在寻找情感寄托和身份认同。而播客作为一种音频传播形式，具有强烈的“临场感”和独特的“陪伴感”，有助于强化传受者之间的情感连接，促进听众社群意识的形成，这是播客区别于其它传播形式的独特所在。听众们通过长期收听节目并参与互动，会逐渐形成社群归属感。杨毅还注重与听众开展互动交流，包括但不限于通过线上社交媒体或客户端以及线下粉丝活动等，如在 2025 年 11 月 29 日杨毅 48 岁生日当天，杨毅及其团队举办了一场粉丝听友线下娱乐活动。随着“听老杨”app 的上线，杨毅及其团队得以进一步巩固并壮大社群。在社交媒体时代，包括解说评论员在内的广大体育媒体人需摒弃居高临下的“说教”姿态，转向和谐共创的平等关系模式。

## 2.5 商业模式分析

### 2.5.1 个人品牌的资本化：从依附平台到完全独立

杨毅作为一名资深的篮球评论员，同时也是体育媒体行业的从业者，其个人品牌已从解说评论员转型为自媒体意见领袖。杨毅播客自媒体破圈出圈的本质就在于其个人品牌的资本化，是一个不断积累的过程。2011 年 7 月 20 日，杨毅与腾讯网合作的长篇评书节目《姚明传》上线；

2012 年在此节目的基础上改编而成的传记类图书《姚明传》出版；2014 年音频版的《姚明传》上线喜马拉雅。2016 年杨毅创建个人自媒体账号“杨毅侃球”开始内容创作，在微信公众号等各平台发布体育相关推文。杨毅凭借其个人资本，包括专业知识、工作经验、资源人脉等，借助新媒体平台进行再资本化，成功地将自身从媒体机构中的“依附品”转型成为一个具有市场影响力、竞争力与辨识度的个人品牌。从 2024 年 10 月杨毅正式宣布结束与喜马拉雅的合作开始，其播客自媒体顺势转为多平台独立自主运营，并在不到一周的时间内上新付费内容《东北往事，马家军的兴衰》。通过在微信公众号、微博、抖音、B 站等平台进行全面布局，尤其在上线专属客户端“听老杨”后，杨毅播客自媒体得以逐渐站稳脚跟，实现独立并开始盈利。

### 2.5.2 盈利方式的丰富化：从广告周边到内容付费

根据平台特性，自媒体账号的盈利方式也会有些许差异。在微信公众号，“杨毅侃球”以发布广告推文为主。在其公众号内附的“侃球商城”（侃球俱乐部）中还设有“杨侃精品读物”“杨侃知识付费”“听老杨专区”“杨侃文创礼物”“有 yi 思”（服装品牌）、“BANKSHOT”（服装品牌）、“NBA 官方授权”与“杨侃联名专区”。上述八大专区，从图书到服装，从文创周边到内容付费，覆盖较为全面。在与喜马拉雅合作时期，“杨侃|杨毅电台”主要通过平台签约、文创周边贩卖、插播广告等方式盈利。在转向独立运营后，“杨侃|杨毅电台”主要通过提供独家体育内容吸引听众付费购买单集节目或会员包。据笔者查询，《东北往事：马家军的兴衰》系列故事单是在微信公众号上的付费人数就已超一万，在全平台付费人次稳达二万份，累计总销售额超 100 万人民币。2025 年 9 月 22 日，杨毅在微博官宣“听老杨”app 上线新赛季的付费会员包，价格区间为 88 元至 228 元。“杨侃|杨毅电台”通过不断产出优质独家的付费内容、打造专属客户端，能够打破自媒体对于广告主或平台的依赖，实现持续性独立运营。杨毅及其团队还始终坚持更新免费内容，通过此种方式引流，能够逐渐与潜在受众或路人听众建立联系，不断强化用户黏性，最终将其引导至内容付费，构建起一套兼具流量与盈利的商业模式。

## 3 结论与展望

### 3.1 研究结论

本研究通过分析篮球评论员杨毅各平台的自媒体账号，尤其是其播客账号，归纳总结出以下几点策略：一、体育自媒体账号需明确自身定位并凸显优势。二、内容创作者需根据自身特点打造独特人设，使受众可感可触。三、体育自媒体账号内容需不断创新，呈现形式应多样化。四、加强体育自媒体账号的运营互动，推进共创社群。五、尝

试打造个人品牌，拓宽盈利手段，丰富商业模式。综上五点以期为广大体育传媒工作者提供经验参考，推动体育自媒体账号发展，促进体育文化传播。

### 3.2 研究不足与未来展望

本研究仍存在不足与局限。一是本文以分析杨毅播客自媒体账号为主，因其播客更为典型，相较于微信公众号、抖音等更具研究价值，但仍应加深对于杨毅其余自媒体账号的分析研究，使论文内容更为全面。二是对于其他体育解说评论员自媒体账号的研究较少，缺乏对比分析。三是对于杨毅各自媒体账号当前所存在的问题未进行系统性梳理。

未来研究可从上述不足展开：一是开展对比分析，将杨毅自媒体账号与其他解说评论员创办的自媒体账号进行比较，研究共性特征。二是可进一步分析杨毅或其他热门体育自媒体账号的受众构成、关注内容与消费动机等，加强受众研究。最后，新兴技术如人工智能、大数据、算法等在体育自媒体账号发展与传播中的应用同样值得关注。

### 【参考文献】

- [1]孟凌潇.新媒体时代体育自媒体发展的优化路径探究[J].当代体育科技,2024,14(19):91-94.
  - [2]王子豪,杨广辉,杨鑫.我国体育自媒体传播研究[J].体育文化导刊,2024(4):38-45.
  - [3]杨晨倩,张鲲,吴淑玲,等.网络自媒体中体育类作品的特征分析——以抖音平台为例[J].体育世界,2025(1):60-63.
  - [4]江天文,李浩然,孟宇轩.体育自媒体泛娱乐化的审视与重塑:背离、根源与破局之路[A].第六届国际体育科学大会论文集(下)[C].广州:广东省体能协会,2025.
  - [5]罗勇.浅析体育自媒体的发展[J].体育视野,2020(1):35-37.
  - [6]张美.浅析新媒体时代下体育自媒体发展之道[J].今传媒,2019,27(7):82-85.
  - [7]何丹.体育自媒体发展现状研究——以新浪微博为例[J].当代体育科技,2019,9(6):253-254.
  - [8]王子也,方俊,赵鑫鹏.体育自媒体的系统特性与社会价值分析[J].价值工程,2018,37(19):221-222.
  - [9]赵鑫鹏,张德胜,姜晓红.数字时代体育解说员的角色重塑与转型路径——基于主体间性的视角[J].武汉体育学院学报,2023,57(12):30-36.
  - [10]吴雨彤.新媒体语境下体育解说员转型升级的困境与突围策略[J].声屏世界,2024(19):32-34.
  - [11]毛正宇.融媒体时代体育解说员面临的变化、挑战及应对策略[J].西部广播电视,2024,45(8):194-197.
- 作者简介：曾靖耀（2002—），男，汉族，四川隆昌人，硕士在读，首都体育学院管理与传播学院，研究方向：体育新闻。