



如今流行手机看奥运。

“风云组合”输球后，小雨的心情低落了很久，为这事碎碎念了好长时间。

网络让观赛变“参与”

从2008年北京奥运会开始，除了家里的电视机，很多人的奥运观赛体验与互联网联系在了一起。从1996年亚特兰大开始，奥运会开始“触网”，2000悉尼奥运会和2004年的雅典奥运会，也有互联网的报道，但是比赛视频通过互联网传播，还属于首次。

2008年北京奥运会，国际奥委会首次将互联网、手机等新媒体作为独立转播机构，与传统媒体一起列入奥运会的转播体系。北京奥运会也成为奥运史上首次通过网络、手机等新媒体方式转播的奥运会。

在新媒体中，经过几届奥运会的历练，互联网对奥运的报道终于修成正果，而无线互联网则成为一匹最大的黑马，与传统互联网同被列为独立转播机构，体现出迅猛发展的态势。观众通过互联网、手机观看比赛，阅读奥运手机报，随时发表自己的见解、参与奥运，成为那届奥运会的重要标志，而这种特点也随着移动互联网时代的发展一直延续至今。

首次参与奥运会报道的无线互联网凭借其随时、随地、随身的特点，在奥运报道中异军突起：如空中网利用图文、音视频、直播间等对奥运进行多维度报道，在夺金点等重点新闻的报道中，达到和现场同步，前后不超3秒，使更多无法坐在电视机前观看比赛的人们及时了解奥运信息，充分体现了无线互联网的及时性。

当年的智能手机还不普及，很多手机厂商通过加装电视模

块推出所谓“电视手机”，利用移动信号播放比赛视频。佳成还记得，中国男篮对阵西班牙的比赛时间正好是在下班回家的路上，他和同事一起，用一部山寨手机看了好一会，虽然信号不怎么样，画质也很“感人”，但是这种从未有过的独特体验，让他也去买了一部可以随时看电视的山寨机。

在北京奥运会上，移动终端——智能手机还是“王谢堂前燕”，门户网站也没有把移动互联网作为重点。但是，随着移动互联网风生水起，2012年伦敦奥运俨然成为移动互联网大战的演兵场，移动互联网因其内容丰富、选择多样逐渐成为观赛的另一主流方式，手机、电脑等多种终端也给了中国观众更多选择。

得益于社交网络的发展，运动员与观众也有了亲密的互动关系。在伦敦获得中国男子游泳历史上首枚奥运金牌后，孙杨在微博中写道：“我做到了，我成功了！感谢大家的支持！”尽管发出时已日凌晨4点，但仍获得了178316次转发，205373条留言。

伦敦奥运会后的一项数据调查显示，那届奥运会期间，国内通过移动互联网渠道获取奥运资讯的用户达到了28.56%，超越了通过电视等传统媒体渠道获取奥运资讯的用户数量。业内人士指出，3G的发展、成熟，是推动移动互联网观赛方式转变的最关键因素。

到了上届里约奥运会，中国观众观看比赛、获取奥运会资讯的渠道，更是发生了翻天覆地的变化。用户通过微信、搜索引擎、视频网站关注奥运的指数逼近电视，社交新媒体成为年轻人关注奥运会的主要渠道。

4G技术的成熟运用和流量资费的下降，让手机“小屏”作为奥运报道窗口的生力军。当时网络直播正在国内兴起，央视将第五频道客户端“变身”奥运客户端，力图抢占手机小屏的“风口”，上百个记者、评论员、解说嘉宾的手机里都装有一个专业的手机直播工具“PGC”，在电视直播之外，他们可随时利用手机完成直播。

腾讯和阿里两大互联网巨头则向央视买下里约奥运新媒体版权。依靠自身的社交优势和大数据能力，腾讯以全民直播的方式全景式直播奥运会。阿里体育和优酷土豆则与签约的上百位奥运冠军在奥运会期间进行自媒体直播。

时光走到今年的东京奥运，新冠疫情虽然使得本届观众的线下科技体验感大打折扣，但是5G商业服务的出现也在革新赛事的观看方式，利用5G通信大带宽、低延时、多连接的特性，观众可以在本届奥运帆船、游泳、高尔夫球赛事转播中，观看到12K分辨率的比赛情况。显然，更新的互联网技术，将使中国人的奥运观赛体验得到进一步的提升。■