

# 短视频传播视域下匹克球运动的普及路径 与校园品牌 IP 构建研究

高 奇

南京传媒学院, 江苏 南京 210000

**摘要:** 在全民健身与数字媒体深度融合的背景下, 匹克球作为一种融合了多种运动特色的新兴运动项目, 其发展迎来历史性机遇。借助短视频平台强大的传播能力和能让内容快速在社交圈中扩散的效果, 探索匹克球运动的高效普及路径, 同时构建贴合校园场景、带有校园文化内涵与校园市场价值的校园品牌形象, 推动小众运动走向大众视野, 丰富体育消费的新场景类型, 带动校园文体旅及城市校园周边文体旅相关产业的融合发展。文章研究了短视频传播视域下匹克球运动的普及路径与校园品牌 IP 构建策略, 期望能为相关人员提供参考。

**关键词:** 短视频传播; 匹克球运动; 普及路径; 校园品牌 IP

DOI: 10.64649/yh.jydk.issn3080-2660.202604024

## 0 引言

匹克球凭借低门槛、强社交、全年龄段都能参与的独特优势, 正从北美地区传遍全球, 并且在中国校园及大众市场快速掀起一股参与热潮。在大家注意力容易被快速分散的当下, 以抖音、快手为代表的短视频平台已经成了打造校园流行体育文化、带动校园体育消费潮流的主要阵地。这项融合了网球、羽毛球和乒乓球特点的运动, 击球时发出的清脆声响和快节奏的攻防变化节奏, 刚好和短视频的视听特点相匹配, 为匹克球运动跳出小众圈子走进校园、被更多师生了解提供了良好的条件。如何借助短视频平台的流量优势, 合理规划匹克球运动在中国校园市场的发展路径, 成了当下重要的研究课题。

## 1 短视频传播视域下的匹克球运动的传播属性分析

在短视频的传播场景中, 匹克球运动展现出和新媒体传播思路高度匹配的重要传播特点, 匹克球运动首先具备能适配校园师生各类受众的特点, 打破了传统球类运动原本存在的年龄、技术和消费层级的限制, 可以覆盖校园全年龄段师生的受众, 和短视频平台面向校园用户的传播特点刚好匹配。匹克球运动以及很强的能自己产生传播内容的特点, 参与起来没有太高难度的特点让每一个校园参与运动的师生都可以变成内容创作者, 形成用户自己创作内容、自己传播内容的良性循环链条, 搭建起靠自己就能不断扩大校园传播范围的增长体系。与此同时, 匹克球运动的内容刚好和短视频平台的推荐规则相匹配, 以积极的社交互动, 不会有太多激烈对抗, 能让人学到东西为主要特点的

内容特质, 可以突破平台流量推送的限制, 获得更多的推送机会, 而匹克球运动本身自带的强社交特点, 又可以借助短视频能让内容快速在校园社交圈中扩散的特点, 成倍扩大传播范围, 完成从线上让校园用户看到内容到线下校园参与运动的完整转化过程, 形成了和传统竞技运动不一样的独特传播优势。

## 2 短视频传播视域下匹克球运动的普及路径

### 2.1 长效内容体系搭建

在短视频传播的场景中, 想要让匹克球运动在校园得到普及, 首先要突破网红运动同质化内容带来的短期流量瓶颈, 搭建适配校园场景、分层级、能持续产出的长效内容体系, 按照专业影视制作和新媒体运营的思路, 构建适配不同平台推荐逻辑、贴合校园需求的内容布局。面向抖音这类主打公域用户流量的短视频平台, 要打造节奏紧凑、容易留下印象的简短内容, 突出校园场景下动作拆解的细节、趣味互动的玩法以及竞技高光的瞬间这些核心看点, 贴合平台上校园师生刷短视频时碎片化的观看习惯, 让更多校园普通师生看到这项运动的魅力所在。面向小红书等主打生活分享的平台, 要深耕校园场景化的内容创作, 将匹克球和校园日常社交休闲的场景、日常穿搭的搭配等紧密结合, 强化运动和校园师生日常生活的关系。

### 2.2 圈层社群生态构建

利用短视频自带的社交裂变特性, 搭建从公域用户流量触达到校园私域社群留存的完整转化流程, 解决网红运动“热度过后就没人关注”的行业痛点, 构建具备凝聚力、充满活力且能长期维持的校园匹克球社群生态。运营人员可

以借助短视频内容发起话题挑战、线下约赛以及打卡激励等互动活动,将分散在各处的线上校园流量用户聚集到垂直社群当中,按照学生的年龄、技术水平以及地域分布这些不同情况,搭建校园新手入门的社群、进阶提升的社群以及区域联动的社群等多层级的社群体系。通过统一的社群运营规则,完善的成长激励机制、内容共创模式以及线下活动安排,定期组织社群内的技术交流、友谊赛事以及新手教学课程,增强校园师生用户的归属感和参与感。同时引导校园师生社群用户发布运动日常、技术分享等普通用户自发创作的内容,为短视频平台的校园匹克球内容创作提供素材,形成内容引流、社群留存、内容反哺的校园良性循环。

### 2.3 校园运动 IP 孵化

面向校园场景进行深入渗透,利用短视频传播打造专属的校园匹克球传播品牌 IP,为这项运动的长期普及培育稳定的校园青少年用户群体,实现从一时流行到校园常态化体育项目的彻底转型。面向当下的年轻学生群体平时看短视频的习惯和喜欢的内容类型,相关团队可以打造适配校园场景的短视频内容体系,包含校园社团的日常活动、师生之间的互动赛事、新手入门的教学内容以及校园达人的成长故事等多种内容,联合校园官方账号、学生社团以及校园达人组成校园匹克球 IP 传播队伍,利用短视频平台的校园流量支持政策,像滚雪球一样在校园圈层中传播。将短视频校园匹克球品牌运营和校园体育建设紧密结合,让匹克球融入校园体育课程、社团活动以及校级赛事体系,打造校园专属的联赛品牌以及校园运动达人的个人品牌。通过专业的影视制作手法,打造成系列的校园匹克球内容,形成持续稳定的校园传播热度。同时借助校园匹克球 IP 品牌的影响力,开展校园体育教师培训、青少年赛事举办等活动,完善校园匹克球的推广体系,让匹克球紧密融入校园体育文化,实现这项运动普及的代代传承。

### 2.4 全民健身场景融合

在短视频传播场景下,校园匹克球品牌 IP 的构建与推广,需契合国家全民健身要求,依托学校社区及场地优势,以校园匹克球 IP 为核心,联动校内多部门、整合创作资源,借鉴校园匹克球进社区实践经验,结合相关专业教学实践,由师生打造适配全民健身与校园体育的短视频内容矩阵,实现校园 IP 与全民健身场景及校园体育场景同频共振。借助短视频平台与校园媒体矩阵,联动地方体育相关机构,依托学校产教融合资源,对接周边社区与基层体育协会,组建匹克球校队,推动校园赛事与地方

全民健身赛事及校园赛事体系对接,让校园品牌 IP 走出校园、融入社区与校园周边体育生态。

## 3 短视频传播视域下匹克球运动的校园品牌 IP 构建策略

### 3.1 IP 核心价值确定

构建匹克球校园品牌 IP 要突破网红运动重流量轻内核的发展困境,确定匹克球校园品牌 IP 的差异化关键价值,构建贴合校园文化、有校园师生认可,有长期生命力的 IP 价值体系。与其他潮流运动的短期社交标签不同,匹克球校园品牌 IP 要仔细挖掘适合校园师生参与、入门简单但能玩出不同水平、同时具备校园社交和竞技特点的关键特点,结合校园师生在短视频平台的喜好和使用习惯,将 IP 的关键价值和校园师生想要健身、想要轻松社交、想要健康生活的需求紧密结合,确定以校园全民轻运动加上校园新社交方式作为 IP 的关键定位。同时为 IP 加入专业的体育文化内容,梳理匹克球的发展过程、比赛规则、运动精神,搭建完整的校园品牌 IP 文化框架,避免 IP 变得空洞只靠流量吸引校园师生关注。靠着明确的价值定位,匹克球校园品牌 IP 可以在大量体育内容中让师生记住不一样的特点,同时搭建统一的 IP 视觉形象标准、内容表达规范、内容制作规则,保证 IP 在校园传播场景中,视频关键价值不会发生变化,为之后的校园品牌 IP 传播推广打下牢固的基础,完成从网红流量热点到有长期价值的校园体育 IP 的转变。

### 3.2 多平台内容矩阵布局

结合短视频平台的传播特点,搭配专业的影视制作和新媒体运营方法,搭建覆盖全平台、分层次、有区别的校园品牌 IP 内容发布体系,让 IP 的传播能跳出原有圈子,同时让优质内容被校园师生用户牢牢记住。根据不同短视频平台的用户喜好和算法推荐规则,制作适合每个平台的校园品牌 IP 内容,在抖音平台上,主打简短快速的校园比赛精彩片段、发起趣味性校园挑战活动等具有互动性质的内容,这些内容符合平台的流量推荐逻辑,能让校园 IP 快速传播。在小红书平台中,专注制作贴近校园日常场景的内容,将匹克球和校园日常等场景相结合,加深校园师生用户对 IP 的情感认可,让师生愿意主动分享相关内容。在 B 站这类垂直领域平台上,制作系统的技术教学、比赛分析、运动文化科普内容,这些内容能积累 IP 的专业价值,培养一批忠实的师生群体,让喜欢专业内容的校园用户愿意持续关注。同时和体育明星,跨界达人,专业运动员,民间爱好者一起

合作制作IP内容,靠着每个账号的流量优势和粉丝群体,扩大IP的传播范围,靠着统一的内容生产标准和专业的影视制作方法,保证IP内容能持续产出优质的作品,打造出兼顾跳出原有圈子传播和让内容被用户牢牢记住的IP内容传播体系。

### 3.3 全场景 IP 价值落地

校园品牌运营团队要推动匹克球IP从线上短视频传播的模式,延伸到线下全场景的推广实践,搭建起从线上传播到线下推广再反哺发展的完整路径,破解网红IP只靠话题走红但无法实现校园商业价值、只有关注度但无法变现的困境,最终实现校园品牌IP能够长期稳定发展的目标。

短视频传播过程中积累的校园品牌IP影响力,可以和线下校园赛事活动的搭建结合,结合IP本身的影响力推出不同难度等级、定期举办的校园匹克球比赛体系,通过短视频平台开展赛事直播,剪辑比赛中的精彩片段,运营相关的讨论话题,实现赛事IP的再次传播和出圈,强化IP在专业竞技层面的辨识度。

IP还可以和校园运动相关产业进行结合,推出围绕IP开发的校园运动装备研发服务,运营专用的运动场地,开展针对爱好者的运动技巧教学,搭建起覆盖多领域的商业服务链条,完成IP商业价值的转化。IP还可以和面向大众的公共体育场景结合,例如,设计校园健身活动、体育项目、体育课程等,通过短视频内容持续展示IP在不同生活场景中的实际应用价值,让匹克球IP融入校园师生的日常生活当中,摆脱对短期网红流量的依赖,实现从潮流话题IP到校园师生参与的体育IP的全面升级,搭建起长期发展的整体环境。

### 3.4 跨界 IP 联动破圈

在短视频传播场景中,匹克球校园品牌IP

#### 参考文献:

- [1] 张军,刘杰.体育强国背景下匹克球运动推广的路径研究[J].体育科学进展,2024,12(1):97-101.
- [2] 沈乐群.匹克球运动产业发展现状与前景分析[J].文体用品与科技,2025(11):50-52.
- [3] 罗众存,邓文韬,朱孝红.匹克球赛事对高校匹克球运动发展的多维影响[J].亚太科研论坛,2026,08(01).

**作者简介:**高奇(1989.04—),男,汉族,江苏常州,硕士,讲师,研究方向:体育教学,数字体育与智慧校园体育。

想要实现长期稳定发展,必须打破校园体育圈层的固有限制,结合校园自身专业方向,通过多元跨界联动实现影响力的跨圈层增长。借助学校相关部门、新媒体运营团队与短视频实训平台资源,一方面与校内优质校园IP、传媒类社团、短视频达人深度联动,打造校园原创匹克球传播内容;另一方面联动校外潮流生活领域头部IP、文旅休闲品牌、国货品牌及娱乐文化主体开展跨界合作,推出联名项目与主题活动。围绕短视频传播逻辑,定制适配不同平台算法与用户观看习惯的联名内容,策划贴合主题的校园线下赛事、体验快闪、文创市集等活动,开发匹克球校园衍生产品,精准匹配合作IP的受众偏好与内容风格。通过跨界IP的粉丝基础与传播势能,拓宽匹克球校园品牌IP的受众覆盖范围,同时依托学校专业及影响力,丰富IP的文化内涵与内容形态,跳出单一校园体育IP的传播局限,强化IP的年轻化、潮流感与大众接受度,为校园IP带来持续流量热度与校园商业价值,构建适配短视频传播、可长期运营的匹克球校园品牌IP跨圈层发展模式。

### 4 结语

短视频不仅是匹克球运动校园普及的重要助推工具,更是其校园品牌IP打造的重要展示平台。未来匹克球的发展不会局限在校园体育领域,还会将其融入城市的文化脉络和居民的日常生活中。通过持续调整短视频的校园匹克球内容创作环境,优化校园比赛活动的整体安排,加强和相关产业的结合,匹克球有望从短期走红的话题IP变成长期受欢迎的校园运动IP,形成兼顾健身推广、校园文化自信增强、校园经济收益提升的可持续发展模式,为国内校园体育产业的创新发展提供参。