

体育“网红化”背景下运动员发展的双重资本困局 与治理路径

——基于吴柳芳事件的个案研究

黄奕

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘要: 互联网+体育背景下, 体育“网红化”既延续了傅园慧等明星运动员的商业价值, 也使吴柳芳等低声望运动员陷入“无流量、无出路”的双重资本困境。本文以吴柳芳事件为切入点, 聚焦体育“网红化”浪潮下运动员发展与保障问题, 采用案例分析法(以吴柳芳事件为核心, 对比傅园慧、张国伟等高声望运动员案例)与文献研究法, 引入人力资本与声望资本理论, 剖析当前退役运动员保障体系的不足。研究发现, 个体声望作为人力资本的重要延伸, 深刻影响运动员网红化进程中资源获取与职业转型成效, 而现有保障机制对低声望运动员的关注存在缺失。基于此, 本研究从构建系统性的人力资本培训体系、优化声望资本梯度下的资源均衡配置、健全网红化转型的权益保障制度三方面提出治理路径, 为破解低声望退役运动员转型难题、提升退役运动员就业质量、优化体育人才保障体系提供参考。

关键词: 体育“网红化”; 运动员发展; 退役运动员保障; 人力资本; 声望资本; 职业转型

The Dual Capital Dilemma and Governance Pathways for Athletes under the Background of Sports “Influencer-ization”: A Case Study Based on the Wu Liufang Incident

HUANG Yi

(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: Against the backdrop of “Internet + Sports”, the trend of sports “influencer-ization” has extended the commercial value of star athletes like Fu Yuanhui, while simultaneously plunging low-prestige athletes such as Wu Liufang into a dual capital dilemma characterized by “no traffic, no prospects”. Taking the Wu Liufang incident as the entry point, this paper focuses on the issues of athlete development and support amid the wave of sports “influencer-ization”. It adopts the case study method (with the Wu Liufang incident as the core, comparing with cases of high-prestige athletes such as Fu Yuanhui and Zhang Guowei) and the literature research method, and introduces the theories of human capital and prestige capital to analyze the deficiencies in the current support system for retired athletes. The study finds that individual prestige, as a crucial extension of human capital, profoundly affects athletes’ access to resources in the process of influencer-ization and the effectiveness of their career transformation, while the existing support mechanisms lack attention to low-prestige athletes. Based on these findings, this study proposes governance pathways from three aspects: constructing a systematic human capital training system, optimizing the balanced allocation of resources under the prestige capital

gradient, and improving the rights protection system for influencer transformation. It aims to provide references for solving the transformation problems of low-prestige retired athletes, enhancing the employment quality of retired athletes, and optimizing the sports talent support system.

Key words: Sports “influencer-ization”; Athlete development; Retired athlete support; Human capital; Prestige capital; Career transformation

1 引言

1.1 研究背景

体育“网红化”成为行业新趋势，傅园慧、张国伟等体育明星借助互联网平台实现流量聚集与商业价值提升，形成独特的体育网红生态^[1]；但这一趋势呈现明显分化态势——高声望运动员借流量实现职业转型升级，低声望运动员却因缺乏适配能力与社会认可，面临“转型无门”的新困境，使得退役运动员保障问题从“传统就业安置”延伸至“网红化时代的资本适配”层面。

同时，退役运动员保障问题日益凸显，“体操明星沿街卖艺”“中超冠军兜售金牌”等案例频发^[2]，而吴柳芳事件进一步揭示了低声望运动员在职业转型中的现实困境，引发了社会对运动员退役后发展状况的广泛关注。

此外，人力资本理论在劳动就业领域应用广泛，但在体育运动员群体中，尤其是结合声望资本与网红化转型的相关研究仍存在空白。孟祥阳等（2023）指出，体育网红化对运动员转型的影响需结合“能力与声望”双重维度分析，但现有研究多聚焦高声望明星运动员，忽视对低声望群体的关注^[8]；尹钰潼等（2025）进一步发现，退役运动员人力资本与声望资本的“适配度”直接决定转型成败，而当前保障体系尚未覆盖这一核心需求，研究存在明显空白^[9]。

1.2 研究意义

1) 理论意义

将人力资本与声望资本理论引入体育“网红化”与运动员保障研究，丰富劳动经济学与体育社会学交叉领域的理论体系，为后续相关研究提供理论框架参考。

2) 实践意义

通过分析吴柳芳事件及高声望运动员网红化成功案例，梳理退役运动员保障体系的短板，提出针对性治理路径，助力改善运动员职业转型环境，提升其就业质量与生活保障水平。

1.3 研究方法与创新点

1) 研究方法

采用案例分析法，以吴柳芳事件为核心案例，对比分析傅园慧、张国伟等高声望运动员网红化案例；结合文献研究法，梳理人力资本、声望资本及体育网红化相关理论与现有研究成果。

2) 创新点

突破传统从经济视角研究退役运动员保障的局限，融入

声望资本维度，探究体育“网红化”背景下声望资本对运动员发展的影响；以吴柳芳事件为具体切入点，增强研究的现实针对性与实践指导意义。此外，本研究还尝试对“声望资本”进行操作性界定（如通过赛事成绩、粉丝规模、商业价值等指标衡量），为后续相关研究的量化分析提供参考。

2 相关概念与理论基础

2.1 核心概念界定

1) 体育“网红化”

体育“网红化”，指在互联网时代，体育明星依靠自身竞技实力与个人魅力，通过微博、抖音等新媒体平台积累粉丝、塑造个人品牌，并实现商业价值转化的现象。体育明星网红化能让体育明星在短时间内迅速获得极高的人气和关注度^[3]，这类运动员凭借卓越的竞技实力与独特的个人魅力，通过微博、抖音、Twitter、Facebook等国内外新媒体平台迅速积累大量粉丝。以知名跳水运动员全红婵为例，截至2025年5月26日，她在抖音平台拥有1809.9万粉丝^[4]，由此产生了巨大的商业价值。需区分“体育网红化”与“过度娱乐化”——后者指脱离体育专业、单纯以低俗段子、无关联娱乐内容博取流量的行为^[5]，不属于本研究的范畴。

2) 退役运动员保障

退役运动员保障涵盖制度保障、经济保障与就业保障三方面，制度保障指国家与体育部门出台的退役运动员安置政策；经济保障指运动员退役后稳定的收入来源；就业保障指通过技能培训、资源对接等方式助力运动员实现职业转型。

3) 人力资本

人力资本是现代经济的第一生产要素^[6]。依据劳动经济学理论，指个体在就业抉择与收入获取中具备的关键能力与资源。对运动员而言，人力资本是指各投资主体（国家、社会和运动员自身）为了获得收益（经济收益和社会收益），通过对运动员的体育天赋进行投资所获得的，依附于专业运动员身上的竞技能力、声誉等一切具有经济价值的体育资源的总称^[7]。适配体育“网红化”的人力资本需包含四类核心能力：一是内容转化能力，即将运动专业知识（如体操动作拆解、体能训练技巧）或个人特质（如训练日常、运动趣事）转化为大众感兴趣的内容，如黄晋莹将“体操运动员的皮肤护理需求”转化为“底妆小视频”^[8]，本质是专业知识与大众

需求的结合能力；二是数字运营能力，涵盖短视频剪辑、直播控场、粉丝互动技巧（如武大靖“教威震天滑冰”视频的场景设计、评论区趣味回复^[8]），是实现流量聚集的基础；三是商业对接能力，即识别合规商业合作、平衡“网红身份”与“体育专业性”的能力，如潘晓婷在直播带货中优先选择运动装备品牌，避免因过度娱乐化导致专业形象稀释。这三类能力是除传统运动技能外，运动员在网红化浪潮中需补充的关键人力资本；此外，还具备第四类能力——风险防范与心理调适能力，即运动员在网红化过程中规避法律纠纷、维护个人形象、应对网络舆论及管理“流量焦虑”等心理压力的综合能力，这是实现长期可持续发展的重要保障^[9]。

4) 声望资本

声望资本源于社会学研究，指社会对个体的评价与

认可^[10]，体现为个体的声誉、地位与影响力。运动员的声望资本主要与在役期间的运动项目市场价值、竞赛成绩相关，具有长期性与稳定性的特征^[9]。为对本概念进行可操作化分析并服务于后续案例比较，本研究在综合参考运动员商业价值评估^[3]、体育明星网红化现象^[8]及人力资本与个体声望^[9]等相关研究的基础上，结合体育营销领域的普遍实践，构建了包含四个维度的“运动员声望资本梯度划分标准”（如表1所示）。这四个维度分别对应核心竞技要素（赛事成绩）、市场环境要素（项目属性）、数字化影响力要素（社交媒体粉丝量）及商业价值兑现要素（商业代言）。其中，各维度下的具体阈值（如粉丝量 ≥ 100 万）是在观察大量案例后提出的经验性参考标准，旨在为高、中、低声望群体的划分提供清晰、可比较的分析框架。

表1 运动员声望资本梯度划分标准

声望梯度	赛事成绩要求	项目属性	社交媒体粉丝量	商业代言数量
高声望	奥运/世锦赛前3名、亚运会冠军	热门项目（游泳/田径/篮球等）	≥ 100 万	≥ 5 个（全国/国际级品牌）
中间声望	全运会冠军、全国锦标赛冠军	非热门项目（体操/举重等）	10~100万	1~3个（区域/行业品牌）
低声望	全国锦标赛前3名（非冠军）及以下	非热门项目	< 10 万	0个

注：1. 项目属性“热门/非热门”参考《2024中国体育运动项目行业市场运营现状及行业发展趋势报告》对运动项目商业化程度的划分；2. 中间声望运动员商业代言数量存在特殊情况，部分运动员因项目推广需求低、个人发展规划差异等，可能出现0个代言，如体操项目运动员周雅琴（2021年全运会平衡木冠军）暂未开展商业代言合作。

2.2 理论基础

1) 人力资本理论

人力资本理论由舒尔茨^[11]、贝克尔^[12]和明塞尔^[13]等学者发展，强调通过教育、培训等方式对个体进行投资所形成的知识、技能和健康等资本，是决定个人收入与就业的关键。本研究在此基础上，将运动员的“人力资本”具体操作化为前述四项适应网红化转型的核心能力，以更精准地分析其职业转型成效。

2) 声望资本理论

退役运动员的再就业是一种职业转换过程。运动员未退役前，其职业地位的获得靠的是自身的业绩资本；退役后随着职业的转换，自身的业绩资本随之转变为一种职业声望。换句话说，“业绩资本就是一种声望”。^[2]声望资本在个体职业转换与社会流动中发挥重要作用，高声望运动员凭借声誉优势可拓展社会网络、获取商业赞助，为退役后网红化转型奠定基础；而低声望运动员因缺乏社会认可，难以转化自身能力，这成为退役保障困境的重要成因，构成研究的核心理论支撑。

3 吴柳芳事件与体育“网红化”背景下的运动员发展差异

3.1 吴柳芳事件概述与困境分析

1) 事件回顾

吴柳芳作为前中国体操队队员，2010年获得全国体

操锦标赛平衡木季军，该成绩可通过官方体育记录核实，符合本研究对“低声望运动员”的界定（即拥有全国级奖牌但非冠军，且所属项目为冷门项目）。退役后，她的转型之路步履维艰。据多家网络分析报告援引的数据显示，其退役初期社交媒体粉丝数不足十万^[17]；2019—2021年尝试网红化转型期间，发布的数十条体操教学类短视频平均播放量仅数百次，传播效果极其有限。线上转型受挫后，吴柳芳转而开设线下体操培训机构。然而，根据腾讯新闻等媒体后续报道，该机构因招生困难、经营压力巨大，最终于2023年关闭^[18]。

2) 困境根源

从双理论视角分析，依据人力资本理论，吴柳芳缺乏内容策划与剪辑技巧（内容转化、数字运营能力缺失），导致视频播放量极低；依据声望资本理论，其“全国锦标赛季军+体操非热门项目”的属性使其声望资本薄弱，难以获得家长信任；最终陷入“想转型网红却无流量、想做线下却无口碑”的恶性循环。

3.2 中间声望运动员的转型瓶颈：以周雅琴为例

吴柳芳的案例集中体现了低声望运动员的困境。而在运动员群体中，还存在一类“中间声望群体”——他们虽符合“全运会冠军+非热门项目+粉丝10~100万+1~3个区域代言”的梯度标准（如周雅琴），具备优于吴柳芳的竞赛成绩与公众关注度，但因项目市场价值有限、商业

资源获取能力不足,仍面临独特的转型瓶颈。周雅琴作为中国女子体操运动员,2021年全运会夺得平衡木冠军,微博粉丝数约18.5万;其声望资本足以在垂直领域内获得关注(如体操爱好者群体),却不足以破圈吸引大众流量;人力资本方面,虽能结合训练干货设计基础内容(具备内容转化能力)、掌握简单剪辑技巧(基础数字运营能力),但缺乏专业团队运营与商业资源对接能力,无法实现流量变现。他们陷入“比上不足,比下有余”的尴尬境地,以及“有流量难变现、有知名度难突破”的发展天花板。

3.3 高声望运动员体育“网红化”的成功路径

1) 网红化转型的内在优势

新一代高声望体育明星(如傅园慧、张国伟)符合“奥运/世锦赛奖牌+热门项目+粉丝数百万+5个以上全国级代言”标准,多为数字原住民与Z世代,具备数字娱乐意识,倾向于通过社交平台分享专业知识或娱乐内容——傅园慧发布“快乐卷毛日常生活”相关内容、张国伟结合田径训练发布趣味短视频,具备成为“娱乐化网红”的潜质^[8];同时,他们的人力资本完备,擅长内容IP塑造、熟练掌握直播控场与粉丝互动技巧,能平衡专业性与商业合作(如张国伟合作运动饮料品牌)^[8]。

2) 网红化对职业发展与保障的助力

一方面,网络曝光延长了运动员商业价值周期,如前八一男篮球员曹岩转型网红后“一年收入比打球巅峰期翻10倍”;另一方面,高声望运动员凭借真实身份与

长生命周期优势,在互联网存量流量竞争中更易获得社会资本青睐,孙杨、潘晓婷等明星通过独家代言、直播带货等方式实现商业价值最大化,为退役后的职业发展与经济保障奠定基础^[8]。

3.4 三类运动员发展差异的核心成因:声望资本与人力资本的双重影响

1) 声望资本的梯度分化

因运动项目市场价值差异与竞赛成绩层级分化,运动员群体形成显著的声望资本梯度。高声望运动员凭借与国家荣誉绑定的“英雄式”形象,易通过网红化获取粉丝与社会资本;低声望运动员如吴柳芳则因缺乏社会认可,难以突破就业壁垒。

2) 人力资本的转化差异

高声望运动员在网红化过程中,可将声望资本转化为社交网络、商业资源等人力资本,进一步提升就业竞争力;而低声望运动员即便具备基础运动技能,因缺乏声望资本加持,难以将人力资本转化为就业优势(如表2所示)。如吴柳芳虽具备专业体操技能(基础人力资本),但因缺乏“内容转化能力”,无法像黄晋萱将“体操训练”与“大众兴趣”结合;同时因声望资本薄弱,即便发布专业内容也难以获得平台流量推荐(无声望加持的人力资本难以触达受众),最终导致“有技能却无展示渠道”;而张继科凭借“藏獒”人设(声望资本),即便发布日常动态也能获得百万点赞,进而吸引商业合作(声望资本反哺人力资本转化)。

表2 高、中、低声望运动员网红化转型条件与效果对比

分析维度	吴柳芳(低声望案例)	周雅琴(中间声望案例)	傅园慧/张国伟(高声望案例)
声望资本	全国锦标赛奖牌、非热门项目、粉丝数<10万、无商业代言	全运会冠军、非热门项目、粉丝约18.5万、无品牌代言	奥运奖牌/世锦赛奖牌、热门项目(游泳/田径)、粉丝数百万、5个以上全国/国际级品牌代言
人力资本	缺乏内容策划、剪辑、运营能力,无商业对接意识	具备基础内容转化能力(结合训练干货设计内容)、掌握简单剪辑技巧、缺乏专业团队运营与商业资源对接能力	擅长内容IP塑造(如傅园慧“快乐卷毛”人设)、熟练掌握直播控场/粉丝互动技巧、能平衡专业性与商业合作(如张国伟合作运动饮料品牌)
转型效果	视频播放量<1000次、线下培训机构因招生不足关闭	视频平均播放量4万次、线下机构收支平衡但规模难扩大、无长期商业合作	视频平均播放量超50万次、商业收入超运动生涯巅峰期、形成“网红+运动员”双身份优势
核心困境	声望与人力资本双重缺失,陷入“无流量—无收入”恶性循环	声望资本仅覆盖区域范围、人力资本停留在基础层面,陷入“有流量难变现—有知名度难突破”瓶颈	无明显转型困境,声望资本反哺人力资本转化,形成“流量—商业合作—声望提升”良性循环

注:本表从声望资本、人力资本、转型效果与核心困境四个维度,系统对比了三类运动员在体育网红化背景下的发展差异,揭示了声望资本与人力资本的交互作用如何导致其转型路径的分化。

4 体育“网红化”浪潮下退役运动员保障的现存困境

4.1 保障体系侧重经济补偿,忽视人力资本提升

现有的政策在很大程度上依然体现国家传统福利的倾向,即目前我国退役运动员社会保障仍受“生存型福利”“选择型福利”“补救型福利”理念的制约^[21],缺乏针对网红化运营能力、文化素养、职业规划等人力

资本的系统培训,导致运动员难以适应新趋势下的就业需求。

4.2 声望资本梯度差异加剧保障资源分配不均

社会资本与体制内保障资源更倾向于流向高声望运动员,形成制度性的资源排斥。如2022年新修订《中华人民共和国体育法》中“学校优先聘用优秀退役运动员”的规定^[16],以及日照市相关细则为奥运级运动员设立“周

转编制”^[14]的案例，均表明“优秀”标准在实践中与竞赛成绩直接挂钩，导致有限的体制资源向高声望群体倾斜。而懂球帝报道所揭示的“吴柳芳退役后进入地方体校的编制曾被他人占用”的关键案例^[19]，则为这种制度排斥提供了具体的微观证据。这使得吴柳芳等虽拥有国家级奖牌但所述项目冷门的运动员，在退役起点就处于弱势。该报道指出，此种困境本质上是“体制性”的^[19]：运动员在役期间被塑造为“精密的运动机器”，却因缺乏跨界知识与社会化技能，最终在制度与市场的双重夹击中难以立足。

4.3 体育“网红化”相关保障机制空白

当前缺乏针对运动员网红化转型及商业活动参与的专项保障机制，既无明确规范界定运动员与平台、主办方的权责边界，也无高效的纠纷解决通道，导致运动员权益受损风险频发：一方面，平台或主办方常为流量强行绑定运动员与未达成共识的商业活动，稀释其专业形象；另一方面，合作纠纷因无专项机制支撑，处理缺乏依据、耗时耗力。典型案例如2024年C罗中国行：某电商平台洽谈C罗直播带货被拒后，联合主办方说服利雅得胜利队以球队名义推进，却在宣传海报中仅使用C罗与网红肖像（违背球队合作约定，滥用C罗肖像权）；此外，主办方将晚宴席位售予网红，导致C罗遭遇无预告的签名、合影及直播请求，个人社交边界被突破，专业形象面临稀释风险^[20]。该事件中，即便C罗为高声望运动员，仍遭遇肖像权、形象管理等权益风险，而现有保障体系既无“商业活动肖像权使用细则”“非公开场合保护规范”，也无快速纠纷调解机制，充分暴露了体育“网红化”相关保障机制的空白。

4.4 运动员自身风险防范能力普遍缺失

部分运动员在网红化转型中，因缺乏法律知识与心理准备，面临多重风险：一是法律风险，如合同纠纷、肖像权滥用等问题；二是形象风险，为追求流量过度娱乐化导致专业形象崩塌；三是心理风险，陷入“流量焦虑”和职业认同困惑，影响长远发展。现有保障体系对此类新型风险缺乏关注与针对性指导。

5 基于人力资本与声望资本的退役运动员保障治理路径

5.1 构建“人力资本提升”专项培训体系

第一，开设网红化运营课程：由国家体育总局人力资源开发中心牵头，联合高校与头部互联网平台，开发系列化培训课程，为运动员提供短视频制作、直播技巧、粉丝运营等实用技能培训。

第二，加强文化素养与职业规划教育：鼓励并支持运动员在役期间进行文化学习与深造，同时针对退役运

动员开展职业规划指导，帮助其结合自身优势选择“知识型网红”“体育培训网红”等转型方向，提升人力资本综合水平^[15]。

5.2 完善声望资本梯度下的保障资源均衡配置机制

第一，设立低声望运动员网红化扶持计划：建议中国奥委会与体育总局牵头，与平台方合作设立专项基金，为低声望运动员提供初始流量包、一对一内容策划等支持，帮助其积累初始声望资本。

第二，建立多元化保障评价标准：改变以运动成绩为核心的资源分配逻辑，将运动员在役期间的训练贡献、社区体育服务等纳入评价体系，促进保障资源更公平地分配。

第三，增设中间声望运动员垂直领域IP孵化专项支持：针对周雅琴等“有流量难变现、有知名度难突破”的中间声望运动员，由地方体育局联合区域生活服务平台（如本地抖音政务号、大众点评体育板块）搭建合作机制。一方面，结合运动员项目优势（如体操、羽毛球等）打造“校园体操启蒙”“青少年体能培训”“社区运动指导”等垂直领域IP，避免与高声望运动员在大众流量领域直接竞争；另一方面，配套提供“定制化内容策划+本地精准流量扶持”——如联合本地学校、青少年体育机构开展线上直播教学，通过政务平台引流触达目标用户（家长、学校体育负责人），助力其将现有粉丝转化为线下培训生源或垂直领域商业合作资源，突破“流量难变现”的核心瓶颈。

5.3 健全体育“网红化”转型保障制度

第一，制定运动员网红化权益保护规范：由国家体育总局行政主管部门会同网信办，制定《运动员网络商业活动权益保护与合规指南》，并建立快速纠纷调解通道。

第二，搭建“政府—平台—体育组织”协同保障平台：形成三方联动机制，为运动员网红化转型提供从政策引导、流量支持到资源对接的全流程保障。

5.4 引导运动员个体提前规划与能力储备（针对全声望梯度运动员，尤其低声望、中间声望群体）

第一，推动“在役期人力资本前置积累”：建议运动队将新媒体运营、体育知识传播等纳入运动员在役期日常培训，鼓励其尝试“轻量级网红化”实践。

第二，提供“声望资本适配的转型方向指引”：为不同声望资本的运动员提供差异化建议，避免盲目跟风。高声望运动员可侧重个人IP打造；中间声望运动员可聚焦区域体育培训与垂直领域内容；低声望运动员可优先选择体育器材测评与线下小班培训。

6 结论与展望

6.1 研究结论

第一，体育“网红化”为退役运动员发展提供了新

路径,高声望运动员可借助声望资本与人力资本实现商业价值提升,而低声望运动员因双重资本不足面临转型困境,吴柳芳事件正是这一问题的典型体现;中间声望运动员则因资本“半完备”陷入“有流量难变现”的瓶颈,三类运动员的发展差异本质是声望资本梯度与人力资本转化能力共同作用的结果。

第二,现有退役运动员保障体系存在三方面核心问题:一是侧重经济补偿,忽视网红化所需的人力资本培训;二是资源分配受声望资本梯度影响,向高声望运动员倾斜;三是网红化转型的专项保障机制空白,无法覆盖法律、形象、心理等新型风险。

第三,通过构建人力资本专项培训体系、优化声望资本梯度下的资源均衡配置、健全网红化转型保障制度,可有效改善退役运动员发展环境,缩小不同声望资本运动员的发展差距,为低声望、中间声望运动员破解转型困境提供实践路径。

6.2 研究展望

未来研究可进一步扩大案例范围,深入分析不同运动项目(如热门项目与非热门项目)、不同地区(如一线城市与三、四线城市)运动员网红化转型的差异,探究区域资源、项目属性对转型成效的影响;同时,可量化研究人力资本(如内容转化能力评分)、声望资本(如粉丝活跃度、商业代言价值)与运动员网红化成效(如播放量、商业收入)的相关性,为保障政策制定提供更精准的数据支撑,推动体育人才保障体系向更科学、更公平的方向发展。

参考文献

- [1] 张丽梅. 互联网时代体育明星网红化分析[J]. 青年记者, 2017, 31(24): 54-55.
- [2] 郑文强. 声望与文化资本的权衡: 我国退役运动员职业地位两极化研究[J]. 体育科技文献通报, 2017, 25(7): 117-118.
- [3] 陆乃东, 李佳, 郑思洁. 基于数据分析的体育网红与体育明星之间的商业价值对比研究[J]. 产业与科技论坛, 2018, 17(23): 99-101.
- [4] 李姜宁. 新媒体时代运动员“网红化”现象影响分析[N]. 安徽科技报, 2025-07-23(014).
- [5] 崔国文, 孙晋海. 审丑文化视域下体育网红现象的批判性解读[J]. 体育文化导刊, 2018(1): 154-158.
- [6] 潘建华, 李忠, 王武年. 我国运动员人力资本内涵、特征及价值分析[J]. 成都体育学院学报, 2012, 38(6): 22-25.
- [7] 王慧文. 退役运动员人力资本对其社会融入影响的

实证研究[J]. 沈阳体育学院学报, 2019, 38(4): 57-63.

[8] 孟祥阳, 邹月辉. 体育明星网红化现象的衍生逻辑、风险审视与规避策略[J]. 广州体育学院学报, 2023, 43(2): 120-128.

[9] 尹钰潼, 王兆红, 白胜超, 等. 人力资本何以提升退役运动员的就业质量?——基于个体声望的作用机制[J]. 体育学研究, 2025, 39(3): 1-17.

[10] 王贵霞. 高等职业教育个体职业声望获得的变动研究——基于CFPS 2010—2018数据分析[J]. 职业教育, 2023, 22(33): 37-43.

[11] 舒尔茨. 论人力资本投资[M]. 吴珠华, 译. 北京: 北京经济学院出版社, 1990.

[12] 贝克尔. 人力资本: 特别是关于教育的理论与经验分析[M]. 梁小民, 译. 北京: 北京大学出版社, 1987.

[13] 明塞尔. 人力资本研究[M]. 张凤林, 译. 北京: 中国经济出版社, 2001.

[14] 日照市体育局. 日照市体育局对市政协十一届三次会议第113269号提案《关于日照市各学校设置学校体育教练员专业技术岗位的建议》的答复[EB/OL]. (2024-07-19).

[15] 张晓丽, 阎晋虎. 人力资本和社会资本对中国退役运动员收入影响比较[J]. 上海体育学院学报, 2020, 44(4): 31-40.

[16] 国家体育总局. 关于进一步做好全国优秀运动员保障工作的意见[EB/OL]. 2007-08-21 [2023-11-30]. <https://www.sport.gov.cn/gdnps/files/c25529490/25529522.pdf>.

[17] 澎湃新闻. “吴柳芳事件”, 体育总局体操中心回应→[EB/OL]. (2024-11-26). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_29464911.

[18] 腾讯网. “黑料”越扒越正? 吴柳芳“擦边”折射出的现象, 令人一言难尽[EB/OL]. (2024-12-07). <https://news.qq.com/rain/a/20241206A0AHIC00>.

[19] 懂球帝. 吴柳芳的“擦边”背后: 被遗忘的退役运动员[EB/OL]. (2024-08-13) [2025-10-15]. <https://m.dongqiudi.com/article/4713548.html>.

[20] 今日头条. C罗中国行为何成了一场尴尬的商业闹剧[EB/OL]. (2024-01-25) [2025-10-15]. http://mtoutiao.com/group/7327885084937060874/?upstream_biz=doubao.

[21] 崔佳琦, 王文龙, 杨泽森, 等. 积极福利视域下我国退役运动员转型保障政策的现实困境与创新路径[J]. 武汉体育学院学报, 2024, 58(5): 27-34.