

江苏省城镇居民体育消费的发展趋势

胡乐咏, 王爱丰, 陈勇军

(南京体育学院 体育系, 江苏 南京 210014)

摘 要:分析了江苏省城镇居民体育消费的发展趋势,了解体育经济系统中的作用,以及在家庭休闲消费支出中的比重、形式和结构,以便更好地促进和推动江苏群众体育活动及江苏体育事业的发展。

关键词:城镇居民;体育消费;发展趋势;江苏省

中图分类号:G80-05 文献标识码:A 文章编号:1006-7116(2001)04-0028-04

Developing tendency of Jiangsu city and town dwellers' consumption in sport

HU Le-yong, WANG Ai-feng, CHEN Yong-jun

(Department of Physical Education, Nanjing Institute of Physical Education, Nanjing 210014, China)

Abstract: After brief analyses of the sports consumption in sports economic system, and the proportion, form and structure of the sports consumption in family leisure expenses in an attempt to promote sports activities among Jiangsu city and town dwellers as well as develop sports enterprise.

Key words: city and town dwellers; consumption in sport; developmental tendency; Jiangsu province

体育消费作为体育经济系统的重要组成部分,作为促进和推动体育产业发展的重要因素,在我国体育产业化、市场化的进程中正发挥越来越重要的作用。随着社会生产力发展,人民群众的生活质量、消费方式和消费需要发生了许多变化,体育消费由于可以满足人们的多种需要,日益受到人们的青睐,并在居民家庭休闲消费支出中的比重越来越大,其形式和结构上也越来越向多元化格局发展,本文以江苏省城镇居民的体育消费为研究对象,通过大量调查研究,对江苏城镇居民的体育消费未来变化趋势做了一些简要分析和展望,并提出一些发展体育消费的基本对策,以期对促进和推动江苏群众体育活动和江苏体育事业的发展有所裨益。

1 研究方法

1.1 研究方法

1.1.1 问卷调查法 本课题所设计问卷均经过效度与信度检验,并符合社会学的研究要求。

1.1.2 数理统计法 本课题所收集的数据通过 SPSS 8.0 社会统计软件处理,所有操作均在 PⅢ 微机处理。

1.2 研究对象

本调查随机抽取了江苏省南京、徐州、无锡、苏州、镇江、淮阴、南通、连云港、常州 9 个城镇的 1 133 名居民进行问卷调查。其中男 678 人,占 59.8%;女 455 人,占 40.2%。调查对象的地区、年龄、职业和文化程度分布如表 1、2、3、4

表 1 调查对象的地区分布

地区	南京	徐州	无锡	苏州	镇江	淮阴	南通	连云港	常州	合计
人数	181	117	118	188	112	116	89	93	119	1133
%	16.0	10.3	10.4	16.6	9.9	10.2	7.9	8.2	10.5	100.0

表 2 调查对象的年龄分布

年龄/岁	≤20	22~25	26~30	31~35	36~39	40~59	≥60	合计
人数/人	195	290	174	143	91	181	59	1 133
%	17.2	25.6	15.4	12.6	8.0	16.0	5.2	100.0

收稿日期:2000-11-07

基金项目:江苏省教育厅人文社会科学研究项目,文号:98SJD890004

作者简介:胡乐咏(1950-),女,江苏常州人,讲师,研究方向:市场经济理论。

表3 调查对象的职业分布

职业	工人	农民	干部	教师	医生	学生	经商	其它	合计
人数	262	49	167	93	84	283	116	79	1 133
%	23.1	4.3	14.7	8.2	7.4	25.0	10.2	7.0	100

表4 调查对象的文化分布

文化程度	本科及以上	大专	初、高中	小学及以下	合计
人数	187	334	562	50	1133
%	16.5	29.5	49.6	4.4	100.0

2 结果与分析

2.1 体育消费概况

体育消费是个人在满足基本的生存消费之后的以追求发展和享受等方面需要的个人消费行为,也是个人在完成正常的工作和必要的家务劳动等时间之外的闲暇时间里的个人消费行为。体育消费在个人闲暇消费中占有重要的位置,也是社会大消费结构中不可缺少的组成部分。一定量的体育消费支出,是人们参与体育活动的前提条件和经济基础,也是衡量体育消费程度的一个方面。因此,体育消费是人在

一定社会中经济、观念、意识、行为等方面的综合反映。

2.2 江苏省城镇居民体育消费未来变化趋势

2.2.1 体育消费在家庭休闲消费支出中的比重越来越大

由于社会生产力的发展、社会消费基金的增长、人们收入水平的提高、生活条件的改善,人们的消费结构在不断发生变化,从温饱型不断地向小康型、富裕型转变,这其中一个重要的方面就是文化教育支出的不断增长,体育作为社会大文化的一个方面,在城镇居民家庭休闲消费支出中的比重也越来越大。调查结果如表5、表6。

表5 被调查家庭每年在体育方面的开支

体育消费	无开支	50元以下	51~100元	101~200元	201~300元	301元及以上	合计
人数	81	249	286	261	129	127	1133
%	7.1	22	25.2	23.0	11.4	11.3	100.0

表6 被调查家庭拥有的运动器材

拥有器材	一般运动器材(如羽毛球拍、哑铃等)	高级运动器材(如跑步器、健美器械等)	无运动器材	合计
人数	676	133	324	1 133
%	59.7	11.7	28.6	100.00

通过方差分析,了解影响城镇居民体育消费水平的相关因素。从表7、表8可以看出,被调查家庭每年在体育方面是否有开支,以及开支的多少与被调查者的家庭月收入、文化程度、职业、健康状况有很显著性差异。其中与被调查家庭的月收入关联程度最高。另外调查表明,不同家庭月收入、文化程度、职业不同,家庭拥有体育器材的情况也不同,说明家庭经济状况、文化程度、职业与体育器材的消费情况有很大的相关,其中也与家庭月收入关联程度最高。

表7 被调查家庭每年在体育方面的开支与性别、年龄、职业等的F值

项目	F值
性别	1.658
年龄	0.639
职业	3.114
文化程度	7.295
健康状况	2.597
家庭月收入	16.507

表8 被调查家庭拥有各类运动器材的情况与性别、年龄、职业等的F值

项目	被调查家庭拥有各类运动器材的情况
性别	0.902
年龄	0.914
职业	3.137
文化程度	5.940
健康状况	1.739
家庭月收入	9.480

值得注意的是,以上两表的统计结果都表明,无论是被调查家庭每年在体育方面的开支,还是家庭拥有体育器材的情况都与家庭月收入、文化程度、职业3个方面共同相关,而且其中与家庭月收入的关联程度最高,家庭月收入越高,人们的体育消费水平也将呈现上升趋势。改革开放以来,由于江苏省各地采取有效措施拓宽居民收入渠道,城乡居民收入持续保持一定的增长,到1998年底,城镇居民人均可支配收入达6017.8元,高出小康标准26.7%,收入水平的提高必然导致城镇居民的消费结构发生变化,全省居民用于食品消费支出的比例在逐步下降,非食品型支出,特别是包括体育在内的教育、娱乐等服务性支出比重不断增加,调查表明,居民文教娱乐等生活服务支出比重达25.4%,高出小康标准8.4%。

2.2.2 体育消费在形式和结构上越来越向多元化格局发展原有的体育消费模式的内容多从体质出发,以常规的集体活动、竞技比赛和运动会为主。由于工作体制多元化和工作内容的不同,使得群众在健身、调心、益智等方面找到多样的与其它文化形式相结合的方式,使得体育消费在形式和结构上越来越向多元化格局发展。

从表9可以看出城镇居民体育消费方式的变化。一些规模小、消费低、周期短、见效快的体育消费项目正越来越受到人们的欢迎,人们可以根据自己年龄、爱好和身体状况选择适合自己的体育消费方式。体育消费方式不再是传统的做操、跑步、打球,而日益呈现出多样化的格局。可以预计,随着社会发展和生活水平的提高,一些新的体育形式将进入人们,特别是青年人的生活,如回归自然的生态体育、开阔眼界和丰富阅历的体育旅游,以及新奇刺激的冒险娱乐体育等,使体育消费的格局越来越向多元化方向发展。

2.2.3 体育实物性消费仍将占有一定的比例,而体育非实物性支出将会呈现上升趋势。调查表明,城镇居民的体育消费支出中,体育实物性消费仍将占有一定的比例,但随着人们生活水平的提高,体育非实物性支出将会呈现上升趋势。

城镇居民体育消费支出主要以购买体育服装、运动器材等实物性消费为主,占了63.3%,是体育消费的主要内容。原因主要是,近年来,随着人们对体育功能认识的提高,参加各种体育健身、娱乐休闲活动人数日益增多,体育物质产品的消费量在增加。值得引起我们重视的是,体育非实物性支

出的比例也较大,如购买体育彩票的人数占了32.7%,体育书刊也占有较重要的位置,占了2.3%。随着人们体育消费结构的高级化和体育消费意识的增强,人们对体育非实物性消费的需求将会越来越迫切,其消费水平将会呈现上升趋势,近年来,以体育郊游、体育度假和体育探险为代表的一些更高档次和规模的体育消费项目正在我国蓬勃发展,其发展势头非常迅猛。它们将会在人们的体育消费中占有越来越重要的地位。

表9 关于参与体育消费情况项目的调查统计

体育活动的項目	人数	%
跑步	411	36.3
打球(篮球、足球、排球)	450	39.7
武术	98	8.6
拳击	57	5.0
健身操	196	17.3
太极拳、剑	55	4.8
气功	63	5.6
网球	104	9.2
羽毛球	248	21.9
保龄球	131	11.6
游泳	180	15.9
门球	38	3.4
棋牌	109	9.6

2.2.4 体育消费的状况与人们受教育程度的关联度将越来越强。教育的发展,人们受教育程度的提高,对体育消费的意向、动机、水平、方式将有很大的影响。方差分析结果见表10、表11、表12。

从表7、表8、表10、表11、表12方差分析可以看出,江苏省城镇居民对体育消费重要性的认识、体育开支的多少、被调查家庭拥有体育器材的多少、体育消费的动机以及人们观看体育比赛的方式都与人们的文化程度相关,有的关联度还较高。

由此我们可以看出,人们的受教育程度是影响体育消费的一个重要因素。随着人们受教育程度的提高,人们的体育消费将会发生许多变化。

表10 体育活动的重要性与性别、年龄、职业等的F值

项目	F值
性别	0.017
年龄	3.694
职业	6.354
文化程度	3.809
健康状况	1.391
家庭月收入	2.086

表 11 购买运动服装、鞋袜的动机
与性别、年龄、职业的 F 值

项目	F 值
性别	6.369
年龄	1.424
职业	3.012
文化程度	3.718
健康状况	0.914
家庭月收入	2.734

表 12 人们采用何种方式观看体育比赛
与性别、年龄、职业等的 F 值

项目	F 值
性别	0.017
年龄	3.143
职业	0.583
文化程度	3.100
健康状况	2.273
家庭月收入	4.539

3 结论

- (1) 体育消费在家庭休闲消费支出中的比重越来越大。
- (2) 体育消费在形式和结构上越来越向多元化格局发展。
- (3) 体育实物性消费仍将占有一定的比例, 而体育非实物性支出将会呈现上升趋势。
- (4) 体育消费的状况与人们受教育程度的关联度将越来越强。

参考文献:

- [1] 张尚权, 张岩. 体育经济学概论[M]. 长春: 吉林人民出版社, 1990. 146-169.
- [2] 易丹辉, 尹德光. 居民消费统计学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1994. 2-8.
- [3] 鲍明晓. 体育产业——新的经济增长点[M]. 北京: 人民体育出版社, 2000. 81-84.
- [4] 邵淑月, 陈梦周, 张智会. 我国体育消费发展趋势及其开发途径研究[J]. 天津体育学院学报, 1997(6): 57-59.
- [5] 马宇峰. 新形势下体育消费的战略思考[J]. 体育函授, 1996(3): 15-16.

[编辑: 周威]

(上接第 27 页)

3 建议

(1) 通过各种传播工具加强对电脑型体育彩票意义的宣传, 强化广大消费者的体育彩票意识, 提高广大消费者购买体育彩票的欲望和兴趣。

(2) 加强电脑型体育彩票市场的调查和预测, 改善体育彩票的经营和销售工作。目前宁波地区体育彩票的销售网络集中于经济发达的县城, 还有许多县城尚未触及。从体育彩票的长远利益考虑, 要进一步充实边缘县城, 理顺各方面的关系, 提高工作效率。

(3) 需要对体育彩票的各种经营管理活动进行规范, 纳入法制化的轨道。建议通过立法, 确定国家对彩票的垄断发行, 由国家彩票公司独家统一在全国经营, 体育部门按章参与分成, 做到全国统一化、标准化、专业化和定期化, 以利于扩大销售额和提高经营效益。

(4) 加强对体育彩票市场的管理、监督和调控, 使体育彩票的发行取之于民, 用之于民, 真正成为筹集体育事业资金

的重要来源, 为我国体育事业的发展作出贡献。

(5) 加强体育彩票的形象设计, 提高消费者对体育彩票的信任度, 刺激消费者的购买欲。尤其是面对福利彩票的竞争时, 只有维护体育彩票的形象和信誉, 才会对广大的消费者产生一种难以抗拒的吸引力。一旦拥有了这种吸引力, 体育彩票就会在彩票市场中保持长盛不衰。

参考文献:

- [1] 王忠信. 我国体育市场管理法规研究[J]. 体育科学, 1998, 18(1): 42-46.
- [2] 卢锋. 我国体育市场的发展与问题分析[J]. 武汉体育学院学报, 1999(1): 18-21.
- [3] 何祖新. 河南省体育产业发展现状及发展趋势研究[J]. 体育与科学, 2000. (5): 20-23.
- [4] 赵炳璞. 体育产业政策体系研究[J]. 体育科学, 1997, 17(4): 22-27.

[编辑: 李寿荣]