

# 粤北山区城镇居民的体育消费现状

雷艳云<sup>1</sup>, 欧小华<sup>2</sup>

(1. 湖南师范大学 体育学院, 湖南 长沙 410012; 2. 韶关体育运动学校, 广东 韶关 512026)

**摘 要:** 粤北山区城镇居民的体育消费意识已逐步形成, 参加体育活动的主要价值取向为强身健体, 主要形式为和家人在一起活动, 但体育消费意识和消费水平与经济发达地区相比还存在着一定的差距。

**关 键 词:** 体育消费 城镇居民 粤北山区

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2002)05-0040-02

## Current situation of sports consumption of the dwellers from the cities and towns in the mountain area of Guangdong

LEI Yan-yun<sup>1</sup>, OU Xiao-hua<sup>2</sup>

(1. College of Physical Education, Hunan Normal University, Changsha 410012, China;

2. Shaoguan Sports School, Shaoguan 512026, China)

**Abstract:** The results showed that the reality of sports consumption of the dwellers from the cities and towns in the mountain area of Guangdong has gradually shaped; The primary value on participating in sports activities is aimed to keep fit; Participating sports activities together with family members is the major model. At the same time, there is still a certain difference between the mountain area and economic developed area on reality and level of sports consumption.

**Key words:** sports consumption; dwellers from cities and towns; the mountain area of Guangdong

地处广东北部的韶关、清远和阳山等地, 由于地域状况、经济发展水平、文化教育发达程度、人口构成、地方风俗习惯等方面与经济发达地区存在着很大的差异, 这样必然会影响到粤北山区居民的体育消费意识、观念、价值取向、消费方式和行为等诸方面。那么体育消费也必将反映出明显的地域特征、地方特色和地方方式, 因此有必要对粤北山区城镇居民的体育消费现状进行研究, 以便及时地为体育消费市场和流通提供信息, 正确引导居民体育消费, 拓宽体育消费领域, 促进粤北山区经济和体育事业的发展, 提高粤北人的综合素质。本研究于2000年12月至2001年2月随机抽取了韶关、清远、阳山3地20~60岁的城镇居民756人进行问卷调查, 回收问卷721份, 回收率95.4%, 有效问卷634份, 有效率83.9%。经统计学鉴定, 信度和效度符合要求。在参阅有关文献及相关研究成果的基础上, 采用数理统计、归纳、类比、分析等方法对问题进行研究和分析。

### 1 体育消费需求的经济环境

改革开放20多年来, 全国居民生活水平不断提高, 人均生活费增长了10倍之多。居民生活费的恩格尔系数在逐年下降, 20世纪80年代的恩格尔系数高达62.7%, 进入90年代初已降低为56.7%, 到1998年又降低到53.7%。而另一

方面居民用于文化教育娱乐、体育的消费比重则在不断上升。居民为了生存, 必须有一个必需的生存型消费, 即以食品类消费为主, 但随着经济的发展, 这一情况正在改变, 城镇居民非食品类消费, 特别是精神文化性、服务性消费支出的比例正逐步加大, 全国居民娱乐教育文化服务消费由1985年的8.1%增至1997年的10.7%。居民娱乐教育消费从动态来看是不断提高的, 然而从静态的分析来看, 增长幅度还不快, 地域间发展也不平衡, 体育消费增长速度较为缓慢, 最多只能达到经济发达国家20世纪80年代的水平。因此, 我国无论是经济发达地区还是经济欠发达的边远地区, 体育消费市场都应受到重视和大力开发。

扩大内需包括扩大投资和扩大消费需求两个方面, 缺一不可, 一方面, 投资需求对经济增长的短期拉动作用十分明显; 另一方面, 只有消费需求才是经济的真正和持久的拉动力量。体育消费是生活消费的一部分, 是居民消耗一定的消费资料和劳务以满足体育需求的过程, 一方面它是居民维持自身生存和发展的自然过程, 如健身、健美、观看体育比赛、表演、利用体育信息等; 另一方面它又是在一定社会关系下进行的社会过程。它是通过体育消费意识、体育消费的价值取向及活动方式、体育消费水平等方面得到体现的。

## 2 粤北山区城镇居民体育消费的现状

### 2.1 体育消费意识

体育消费意识是人所特有的一种心理现象,它具有自觉性、能动性、创造性的特点,在人的各种心理活动中发挥着调节、控制、指导的作用,体育消费意识及其强弱,直接影响着体育消费行为方式。调查结果显示,粤北山区城镇居民中认为体育活动在生活中非常重要或较重要的分别占22.51%和37.41%,认为不重要的占12.31%,认为在体育上花费一定数量的钱值得和较值得的分别占29.26%和38.43%,认为较不值得和不值得的分别占10.1%和5.78%。另外,城镇居民在体育活动场所的选择上,大多数人选择了免费的体育活动场所,占39.23%,选择到收费的体育活动场所进行锻炼的只占19.34%,其它的在社区、公园或自家庭院。粤北山区居民体育消费意识还较差,这在很大程度上会影响体育产业和体育消费市场的发展。

### 2.2 体育消费的价值取向及活动形式

人的价值观包括价值评价和价值取向,价值评价是个体对客观现象的、有用与否的主观评价和主观判断,由于评价的不同,价值取向才会有所差别。调查显示,粤北山区城镇居民参加体育活动的主要原因是强身健体(占70.21%),兴趣爱好(42.3%),消遣娱乐(35.23%),陪伴子女参加体育活动(34.37%)分别居3、4位,其它依次为:美容减肥、受学校体育的影响、健美、人际交往、完善个性和其它。

男女在健美的价值取向上表现出较大的差异(男6.23%,女11.4%);不同学历在消遣娱乐、健美、强身健体的体育消费价值取向上,随学历升高而增加,年龄越年轻越倾向于健美、个性完善、增进人际交往价值的选择。年龄越大,越倾向于强身健体价值的选择;31~40岁年龄组在陪子女参加体育活动的价值选择上明显高于其他年龄组。这是因为人在不同生活周期中,其主要的生活内容是不同的,因而在对参加体育活动这一现象的价值评价、价值取向上也有所不同,这说明体育的功能在不断被人们所开发、认识和利用,也充分显示了体育对社会发展与人民生活质量的提高有着越来越重要的价值。

居民对参加体育活动方式的选择上,调查显示:与家人一起锻炼的排在第1位(28.33%),与朋友一起锻炼的排在第2位(25.14%),其他依次为个人独自锻炼、单位组织、辅导站和俱乐部及其他。这说明了居民参加体育活动的形式已趋于多样化,多数人期望通过体育活动加强家庭成员之间的密切联系与协作,但不足的是参加体育辅导站和俱乐部锻炼的人数比例较少。

### 2.3 体育消费水平

#### (1) 体育观赏消费水平

观赏性体育消费是指居民为了观赏运动比赛、体育表演而购门票等支出的费用。粤北城镇居民2000年人均体育观赏性消费为20.68元,不同经济收入和不同文化程度的居民存在着显著性差异;月收入在400元以下的居民,体育观赏性消费为10.17元,月收入在500~800元之间的居民消费额为15.28元,900~1100元的居民消费额为19.87元,1100

元以上的居民在41.16元,随着居民收入的增加,观赏性体育消费的支出逐年增加。另外,文化程度的差异,也带来体育观赏性消费支出的差异,文化程度在初中以下的居民年均体育观赏性消费水平只有10.89元,而本科以上学历的居民体育观赏性消费水平为42.57元。这一现状说明,随着居民文化水平的提高,体育观赏性消费水平增加幅度非常明显。因此,目前在开发教育产业,扩大教育消费的同时,也会给体育产业和体育消费的增长提供了一个良好的契机。

#### (2) 体育健身、培训消费水平

体育健身、培训消费是指居民为了身体健康、体态健美、娱乐休闲、促进体力和智力的协调发展而参加各种体育活动而支出的费用。经调查分析得知,排在此项消费第一位的是健身、健美,其次是羽毛球、乒乓球,其余依次为:武术和气功、游泳、保龄球、门球、网球。从此排序可看出,在经济欠发达地区,受自然环境和生活水平的影响,价格偏高的项目不受居民青睐,因此,有关部门在体育消费项目的配置上一定要和各地的经济水平、体育资源、居民的体育消费需求紧密结合。另外,不同年龄层次在各项消费支出中存在显著性差异,如健身、健美项目主要消费者是20~40岁的女性,人均消费为68.72元,游泳项目主要为20~40岁的男性,平均消费为48.79元,武术、气功项目主要是在40~60岁的居民中进行消费,支出额为22.45元。

#### (3) 家庭体育消费水平

家庭体育消费行为是家庭经济行为的重要内容。而粤北地区有体育消费的家庭只占被调查家庭总数的41.3%,还有半数以上的家庭根本无体育消费;有体育消费的家庭,体育服装、鞋帽年均消费为212.3元,小型体育用具为89.75元,大型健身消费器材年均消费为157.23元,体育报刊、图书年均消费为32.47元。这与全国六城市居民家庭体育消费调查统计的数据存在着一定的差距,这在一定程度上说明了粤北地区居民体育消费支付能力还是较差。

粤北山区居民的体育消费意识、体育消费水平以及体育场馆的开发与建设,与经济发达地区相比还存在较大的差距。建议政府部门从实际出发,制定相应的体育消费发展战略和体育产业发展战略,加强对体育消费市场的开发,并建立、健全相应的政策和法规,以确保体育消费市场健康、有序的发展和完善。

### 参考文献:

- [1] 凌翔.从体育消费关系结构谈体育产业发展模式[J].上海体育学院学报,1998,22(3):11-15.
- [2] 蔡军.对我国城市居民体育消费的研究[J].体育科学,1999,19(4):23-28.
- [3] 赵炳璞.发展体育健身、促进扩大内需、推动经济增长[J].体育文史,1999(4):24-28.
- [4] 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,1999,33(1):18-21.