
浙江小康农村居民的体育消费研究

柴红年

(绍兴文理学院体育学院浙江绍兴 312000)

【摘要】体育消费是满足人民群众不断增长的物质和文化生活需要、提高生活质量、促进人的全面发展的重要手段,同进也是普及全民体育意识的重要途径。小康农村体育消费的研究有利于体育消费品市场在农村的开拓和发展壮大。从观看比赛消费、运动服装消费、运动器材消费、体育报刊消费、参与活动的消费以及总体体育消费等方面对小康农村居民的体育消费情况进行描述,并分析了影响体育消费的因素,提出了提高体育消费水平的建议。

【关键词】浙江;小康农村;农民;体育消费

【中图分类号】G80- 05

【文献标识码】A

【文章编号】1007- 323K(2007)01- 0080- 04

全面建设小康社会中的农村体育工作,是我国小康农村发展的一个重要内容。它是一项承上启下、继往开来的工作,需要对农村体育发展现状有一个客观的认识,对农村居民的体育认识、体育消费现状有充分的了解,才能对农村体育的未来有一个科学的预期。

据浙江省农调队调查,2003年浙江省农村居民人均生活消费支出为4286.70元,其中用于食品的消费支出人均1637.04元,恩格尔系数(食品消费支出占生活消费总支出比重)为38.2%,消费结构进一步优化,越来越多的农村居民开始注重精神生活消费,在一定程度上反映了浙江省农村居民生活由基本小康向全面小康又迈出了重要的一步,为农村体育工作发展提供了有利环境。浙江农村是我国小康农村发展的典范,其体育状况的研究对于我国新形势下农村体育的发展具有重要意义。体育消费是反映体育现状的一个指标,对浙江小康农村的体育消费的研究,可以从一个侧面了解全面建设小康农村进程中的浙江农村体育现状,对于发展我国小康农村体育、构建全面健身服务体系具有奠基性作用。

1 体育消费概述

一定量的体育消费支出,是人们参与体育活动的前提条件,也是体育活动得以存在和发展的前提和保证,还是体育消费品市场得以开拓和发展壮大的社会基础。小康农村居民的体育消费是满足农村居民不断增长的物质和文化生活需要、提高生活质量、促进农民全面发展的重要手段,同时也是普及农民体育意识,提高农村居民身体素质和体育运动水平的重要途径。浙江农村是我国农村发展的先锋和典型,已经步入全民建设小康社会阶段。对浙江小康农村居民体育消费的研究,不仅可以初步了解我国小康农村居民的体育消费现状,而且有利于浙江农村体育消费品市场的开发,为活跃农村体育氛围、丰富农村居民的生活、提高体育在农村精神文明建设中的积极作用打下坚实的基础。

体育消费是指人们在体育活动方面的个人消费支出,是个人生活消费中属于发展消费和享受消费的一个重要的有机组成部分。它是在人们的物质生活条件满足基本生活需要的前提下,为了追求个体的发展和享受所引发的适应更高层次需要所作出的一

收稿日期:2006- 10- 19

作者简介:柴红年(1974-),男,汉族,山西人,讲师

主要研究方向:体育经济和管理

种选择,是一种在对体育功能作用的主观认识基础上的新型消费类型。也是个人在完成正常的工作和必要的家务劳动后的闲暇时间里的个人消费行为。

体育消费有广义和狭义之分。广义的体育消费,则包括一切和体育活动有直接或间接联系和关系的个人消费行为,也就是说,消费者通过支付货币所得到的各种效用,或者说消费者通过支付货币所得到的各种价值和使用价值,均和“体育”有关。如为参加体育活动或观赏运动竞赛表演而需要外出旅行所支付的交通费、住宿费及购买食品饮料等费用。狭义的体育消费,主要指那些直接从事体育活动的个人消费行为,即消费者在参与体育活动与体育消费直接有关的实物产品和精神产品的消费,如买票观看体育比赛、体育表演、参加武术、健美、气功、健身等学习班的学费,个人购置的运动器材、健身器材、运动服装等。本文所研究的体育消费是狭义层面的含义,包括观看比赛消费、运动服装消费、运动器材消费、体育报刊消费、参与活动的消费以及总体体育消费等内容。

2 研究方法

本文在研究过程中,采用文献资料法查阅了有关农村体育和体育消费的相关资料,通过对浙江省绍兴、萧山、慈溪、诸暨、义乌、温州、湖州等市县 32 个农村的 607 名农村居民进行问卷调查,得出农村居民体育消费的真实数据,并运用 SPSS 统计软件进行了统计分析。

3 小康农村居民体育消费现状

经调查,在 2003 年,小康农村居民以家庭为单位,27.3%的小康农村家庭没有体育消费,10.3%的在 100 元以下,10.7%的介于 100.0- 200.0 元之间, 200.0- 500.0 元之间的占 23.9%,500.0- 1000.0 元之间的占 11.5%, 16.3%的小康农村家庭在 1000 元以上。2003 年小康农村的总体体育消费平均为 630.01 元,在结构方面表现为:购买运动服装鞋帽,平均 397.50 元;购买体育器材,平均 104.68 元;去场馆参加活动,平均 54.19 元;购买体育比赛门票,平均 37.28 元;订购体育图书,平均 36.36 元。从体育消费结构看,由多到少依次为“体育服装消费”、“体育器材消费”、“参与型体育消费”、“观赏型体育消费”和“体育图书消费”,表明物质性体育消费在目前小康农村居民体育消费结构中占绝对地位,约 85%,非物质性体育消费比例很小。

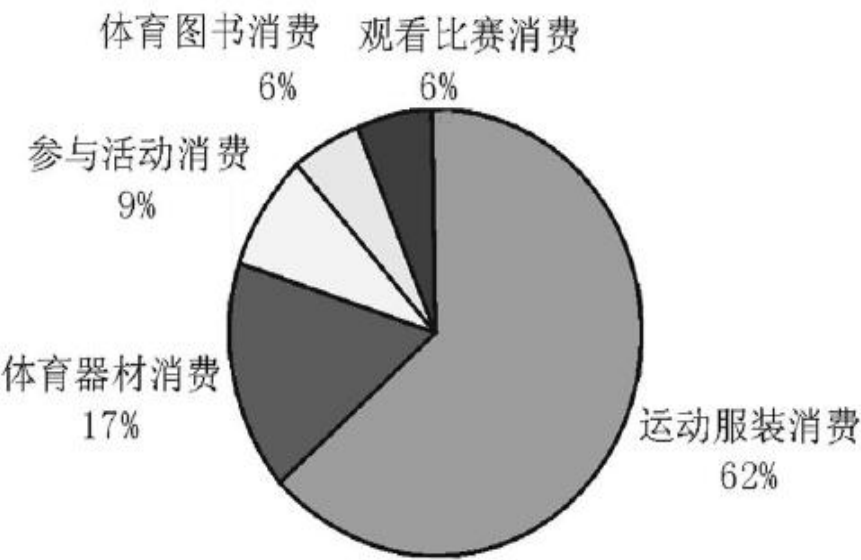


图 6.1 小康农村家庭体育消费结构

小康农村居民家庭 2003 年运动服装消费统计, 30.9%的家庭没有购买运动服装, 消费额在 100 元以下的占 17.4%, 介于 100.0~ 200.0 元之间的占 15.7%, 200 元以上的占 35.9%, 平均消费金额为 397.50 元。在体育器材消费方面, 2003 年有 57.6%小康农村居民家庭没有购买体育器材, 16.7%的家庭体育器材消费在 50 元以下, 10.3%的家庭介于 50.0~ 100.0 元之间, 15.2%的家庭购置了 100 元以上的体育器材, 总体体育器材平均消费为 104.68 元。体育报刊图书消费方面, 有 62.9%的小康家庭没有购买过体育类报刊图书, 20.4%的家庭体育报刊图书消费在 50 元以下, 16.7%的家庭购买了 50 元以上的体育类报刊图书, 总体平均消费为 36.36 元。

小康农村居民参与体育活动的场所依然以非经营性的体育场所为主, 2003 年参加体育活动的人中有 20.3%的人曾到经营性体育场馆去进行过体育消费, 但消费金额较低, 12.8%的调查对象的体育场馆消费在 100 元以下, 7.5%在 100 元以上, 总体平均消费为 307.14 元。

对小康农村家庭 2003 年观赏性体育消费调查显示, 81.2%的家庭没有到收费体育场馆观看比赛, 8.8%的家庭消费在 50 元以下, 7.7%的在 50.0~ 200.0 元之间, 2.3%的在 200 元以上。在到体育场馆观看了比赛的家庭中, 平均消费为 37.28 元。对经营性体育娱乐场馆的门票, 小康农村居民目前能承受的价格 5 元以下(包括 5 元)占 43.0%, 5~ 10 元的占 28.7%, 10 元以上的占 28.7%。与 2000 年全国城乡居民的承受能力(10 元以下的占 75%, 10 元以上的占 25%)相比, 略有提高。但相对来说还比较低。

从对运动服装品性选择方面来看, 小康农村居民在购买运动服装时, 绝大部分还是注重服装的初级品性, 其中 47.7%的人注重实用性, 35.6%的人注重耐用性。14.9%的小康农村居民对运动服装名牌性的关注和 1.8%的农村居民对奇特性的注重说明小康农村居民体育消费观念正在逐步转变。

在家庭拥有运动器材的数量方面, 35.8%的家庭没有体育器材, 18.4%的家庭只有 1 种, 20.9%的家庭有 2 种, 3 种及 3 种以上的家庭占 24.8%。而在运动器材品性的选择上, 46.3%的首要选择功效性, 44.8%的人注重耐用性, 仅有 7.4%关注运动器材的名牌性。说明在运动器材方面小康农村居民依然注重运动器材的实用功能。

4 小康农村居民体育消费的特点

通过对小康农村居民体育消费的调查数据的分析, 可以总结出小康农村居民的体育消费有以下几个特点:

4.1 物质型体育消费比例远远大于非物质型体育消费

物质型体育消费包括运动服装鞋帽消费、体育器材消费和体育图书消费, 占总消费的 84.4%, 非物质型体育消费包括到场馆活动消费和观看比赛门票消费, 占总消费的 15.6%。二者相差甚远。

4.2 体育消费水平与文化程度基本呈正相关的关系

小康农村居民中大专以上学历文化程度的居民全年平均体育消费 1887.13 元, 高中文化程度的为 732.67 元, 而初中小学和识字不多的人群全年平均体育消费相差不大, 分别为 488.02 元和 495.61 元。以大专、高中、初中及以下为三个文化程度等级标准, 文化程度越高, 体育消费水平也越高。

4.3 与 2001 年全国群众体育消费的比较

与 2001 年全国群众体育调查中的体育消费相比较, 除了参与型体育消费外, 小康农村居民的各項体育消费均高于 2001 年全国的体育消费水平。到经营性体育场馆人数比例、运动服装消费、观看比赛门票消费和总体消费水平都有了大幅度的提高, 体育

器材消费和体育图书消费有了明显提高,到场馆参与活动的消费水平稍微下降。具体数据比较见表 1。

表 1 2003 年小康农村居民体育消费与 2001 年全国城乡居民体育消费的比较

	经营性体育场 馆人数比例	全年平均 体育消费	运动服装鞋 帽平均消费	体育器材 平均消费	到场馆活动 平均消费	体育图书 平均消费	比赛门票 平均消费
2001 年全国 城乡居民	8.8%	397.42 元	204.37 元	92.09 元	56.78 元	26.28 元	17.85 元
2003 年小康 农村居民	20.6%	630.01 元	397.50 元	104.68 元	54.19 元	36.36 元	37.28 元
增加比例 %	134.1	58.5	94.5	13.7	-4.6	38.4	108.9

5 小康农村居民体育消费的影响因素

体育消费属于较高层次消费,只有当社会经济发展到一定水平、人均收入达到一定水平、恩格尔系数普遍降低、人们的基本物质生活需要较容易得到满足后,人们才会把这类消费放在比较重要的位置。体育消费水平的高低受社会经济发展的制约,同时也受社会文化背景、传统消费习惯和消费意识、体育社会化程度低、体育消费意识薄弱和体育消费供给不足的影响。

5.1 文化程度因素

小康农村居民的体育消费水平与文化程度呈正相关的关系,说明了文化程度是影响体育消费的一个因素。文化程度通过对小康农村居民的观念和健康观念和体育消费意识的影响,从而影响其体育消费行为,对体育消费水平具有间接作用。

5.2 经济因素

2003 年被调查的小康农村居民个人平均收入达到 12921.76 元,而且高收入群体(大于 8000 元)占 56%,家庭平均收入为 31570.25 元。与 2001 年全国农村体育调查结果相比,农民的收入水平有了大幅度提高。虽然有部分农村居民的收入较低,但是大部分小康农村居民已经步入小康水平。小康农村居民的恩格尔系数为 40.8%,食物性消费已经不再是主要消费,娱乐消费和体育消费有可能成为小康农村居民消费结构中的重要部分,这也符合当代社会经济发展规律和现代生活方式发展变化规律,从而为体育消费的发展提供了可能。因此经济因素对小康农村体育消费的发展有一定的影响,但不能成为制约小康农村居民体育消费发展的关键因素。

5.3 体育社会化程度

体育社会化对于体育主体的主动体育消费有直接的影响。体育社会化程度高,人民参与体育锻炼主动意识增强,对于体育物质和体育服务的需求增加,从而推动体育消费的增长。在小康农村中,体育场地和设施还远远不能满足居民的要求,人们参与体育活动的主动性不足,体育环境还不令人满意,体育人口仅有 8%,体育社会化程度还相当低,直接影响了小康农村的体育消费水平。

5.4 体育消费意识

目前小康农村居民的体育消费意识还比较薄弱,主要表现在两个方面。一是小康农村居民的消费观念和消费意识还没有根本转变,在消费结构方面一贯表现为重实用和耐用,这是在几千年农业文明的国度里小农思想的浸润下所形成和决定的消费观念,

一贯讲究勤俭持家,重视积累,一切以实用和耐用为目的。传统的消费观念、消费意识在小康农村居民的生活还具有惯性作用。因此,在生活消费中,往往只注重各种实物消费,轻视或忽视各种劳务或服务消费,在对运动服装和运动器材的品性选择方面都有表现,因而造成体育消费水平的低下。二是小康农村居民的体育价值观念还比较低级,还没有深刻全面地认识到体育消费的社会经济效益,从而影响到体育消费水平的提高。这与我国国民的教育水准偏低有着密切的联系。人们对体育消费的认识、体育消费意识的薄弱无疑成为制约我国小康农村居民体育消费发展的重要因素。小康农村居民还没有普遍地、深刻地、全面地认识到体育消费的作用和意义,也没有看到体育消费的社会经济效益,从而影响体育消费水平的提高。

5.5 体育消费的供给

体育消费供给影响体育消费水平。小康农村目前还没有足够的可供人们从事各种类型的体育消费的体育场馆设施及各种体育实物消费资料和体育劳务或服务消费资料,收费的体育场馆是小康农村居民参与体育活动的最少选择,农村组织体育活动较少,几乎没有高级别体育竞赛表演活动,体育服装和器材供给少而且低档。这些都从一定程度上制约了小康农村居民体育消费水平的增长。

因此,制约浙江小康农村居民体育消费的主要因素是体育社会化程度低、体育消费意识薄弱和体育消费供给不足,经济因素的影响相对较弱,文化程度对于体育消费具有间接影响。

6 发展小康农村居民体育消费的措施

6.1 提高小康农村居民文化素质,建立合理的健康观念

文化素质塑造人的价值观和生活态度,从而影响人的各种行为。现代社会提倡“以人为本、健康第一”,合理的健康观念非常重要。只有小康农村居民把体育作为达到健康的必要手段时,小康农村的体育消费才可以得到发展。

6.2 加强体育组织管理,提高体育社会化程度

针对小康农村体育组织管理薄弱的现象,应该加强小康农村政府对体育的组织和管理。政府应该提供各种有利条件,集聚社会资金,组建社会组织,鼓励社会力量参与农村体育的发展。

6.3 扩大体育消费宣传,改善体育消费意识

在经济发展和人民生活水平逐步提高的同时,必须从我国的实际情况出发,通过电台广播、电视、体育报刊杂志等小康农村经常接触体育信息的途径,大力宣传体育消费的作用和意义,大力宣传体育消费的社会经济效益,以促进和推动小康农村居民消费观念、消费意识和消费模式的变化,积极地引导小康农村居民的体育消费行为。

6.4 加大政策引导力度,发展农村体育消费供给市场

小康农村的经济条件和生活水平逐渐提高,体育消费需求也日益增长。为满足小康农村居民不断增长的体育消费需求,就必须重视对农村体育产业及和体育有关的产业的开发和利用,特别是对当前比较迫切需要的以健美、保健减肥、运动康复等为主要内容的体育劳务或服务消费资料及与此相关的小型运动器材、运动服装,运动鞋,多功能家庭健身器;体育报刊、杂志、图书、画册等体育产业及和体育有关的产业的重点开发,从而为体育消费者提供高质量、高水平、高效益的体育消费资料,拓宽和完善体育消费资料市场,以满足人民群众不断增长的体育物质消费需求。同时,应该向开放现有的体育场馆设施,增加体育场馆设施的建设投资,兴建、扩建和改建一批体育场馆和体育设施,特别是人民群众喜闻乐见的小型体育活动场所。在新建小康农村居民住宅

小区时,要充分考虑人民群众体育活动场地的配套建设,从而为人们从事各种各样的非物质型体育消费提供条件。当体育消费需求比较容易得到满足时,就会刺激小康农村居民进行体育消费,提高体育消费水平,发展小康农村的体育产业。

参考文献:

[1]中国群众体育现状调查课题组.中国群众体育现状调查与研究[M].北京:北京体育大学出版社.1998:237- 250.

[2]体育总局:中国群众体育现状调查结果报告[EB/ OL],

[http://news.xinhuanet.com/zhengfu/2002- 12/10/content_655317. html](http://news.xinhuanet.com/zhengfu/2002-12/10/content_655317.htm).

[3]中国群众体育现状调查课题组.中国群众体育现状调查与研究[M].北京:北京体育大学出版社.1998:237- 250.