

南昌市高知人才群体的体育消费特征及对当地体育经济的影响

文/胡红霞 胡杰

高知人才群体是社会发展的主力军，也是体育消费的主要群体之一，他们的体育价值观，消费动机和消费效用观将会对体育市场的发展产生较大的影响。因此，研究南昌市高知人才群体的体育消费动机、消费结构、影响因素等特征对我市体育产业的良性运行及南昌市社区体育的和谐发展将起到较好的促进作用。

体育消费分为广义的体育消费和狭义的体育消费。广义的体育消费指包括一切和体育活动有直接或间接联系的个人消费行为。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。狭义的体育消费就是指通常所说的体育用品消费和劳务消费。体育用品是指工业部门生产的产品在体育生活中的使用或耗费，如体育器材、体育服装、鞋帽等。体育劳务消费则是指消费者对体育部门生产出来的劳务进行的消费活动，如观看体育比赛、表演、接受训练指导和健康咨询等。

1、研究对象和方法

1.1 研究对象

本文研究对象的样本为南昌市副高以上职称或硕士以上学历的人群。调查抽样样本总量为900人，其中教师300人，医生200人，公务员150人，工程师130人，会计师120人。

1.2 研究方法

1.2.1 问卷调查法

发放问卷900份，回收892份，其中有效问卷875份，有效回收率97.22%，问卷回收后经过分析筛选，以剔除无效的问卷，进行了信度和效度检验，最后统计分析出调查对象样本的详细数据。

1.2.2 文献资料法

在论文进行过程中，本文参阅了大量的相关书刊及著作，为全面、系统地研究提供了丰富详实的资料。

2、结果与分析

2.1 影响南昌市高知人才群体体育消费的主要因素

2.1.1 体育价值观念

所谓观念，是指客观现实事物在大脑中的反映，属于意识形态领域的范畴。价值观是主体对客体需要的关系在大脑中的反映。体育价值观是人们以自身需要为尺度来评价体育这种社会现象的存在和发展的根本观念，是体育意识的具体体现和清晰的表达。

人们的体育价值观念与人的需要和活动动机相联系，影响着人们的体育态度，体育情感和体育行为。下面是南昌市高知人才群体的体育价值观调查数据。（表1）

表1 不同性别高知人才群体的体育价值观（%）

	休闲娱乐	强身健体	健美体形	增进人际交往	追求社会时尚	其他
男性	79.87	52.08	33.35	39.03	26.06	1.09
女性	63.77	45.23	80.69	27.15	17.33	1.54

分析中发现，男性体育价值观念中是休闲娱乐、强身健体、增进人际交往。女性排在前三位的则分别为健美体形、强身健体、休闲娱乐；这充分说明男女高知人才都非常重视身体的健康；除此外男性相对重视休闲娱乐和增进人际交往，女性对健美的体形则相对男性要重视，这反映出男性想通过体育运动来缓解工作压力及通过人际交往来开拓事业的期望。

2.1.2 健康观念

早在本世纪三十年代，美国的教育学家鲍尔和霍尔就提出了一个比较完善的健康定义：“健康是人们的身体、心理和精神方面都自觉良好，活力充沛的一种状态。其基础在于机体一切器官组织机能正常，并掌握和适应物质、精神环境的科学规律。”可见，“健康”不仅仅指具备强健的身体，更重要的是积极向上的精神状态和健全的心理品质。

那么南昌市高知人才群体是如何增进自己的健康？体育在他们健康观念中的地位如何呢？调查数据显示，南昌市高知人才群体的健康观念中，对良好的饮食习惯和参加体育锻炼是很看重的。有29.9%的男性认为，良好的饮食习惯是健康的根本保证，其次是参加体育锻炼和保持心情愉快。体育在人们健康观念中的地位会直接影响到人们在增进身体健康方面的消费支出倾向，这种消费倾向很可能是影响体育消费水平高低的一个重要的因素。

2.1.3 余暇时间

余暇时间是指除必要的社会劳动、满足基本生理需要(吃饭、睡觉)、必要的家务劳动等时间之外,用于休息和娱乐的可以由个人自由支配的时间。它对于文化消费生活来说是非常重要的。那么,南昌市高知人才群体的余暇时间如何呢?

据调查,绝大多数的高知群体其余暇时间大都有3小时以上,其中教师的余暇时间5小时以上者达17.7%,从公务员到会计师的高知人群中,有28.11%到44.59%的人群每天有3—5小时的余暇时间。这就为他们参加体育活动提供了良好的时间条件,从而为参与余暇文化消费生活提供了前提条件,对体育消费行为也具有同样的意义。

2.2 体育消费动机

人们参与体育消费要受到各种内外因素的影响和制约,其中,内部因素是促进高知人才群体参加体育消费的主要因素。调查数据显示,57.49%的南昌市高知人才群体参与体育活动消费是基于身体健康健美的考虑,16.21%的高知人才是为了增进人际交往。

2.3 体育消费水平及结构分析

体育消费水平是指一定时期内为满足生活需要而消费各种体育物质产品和劳务的数量,它说明一定时期内人们的个人及家庭体育消费需求满足的程度。

2.3.1 参加体育锻炼与培训消费情况分析

对参加体育锻炼及培训各个子项进行调查的过程中发现:男性在网球、健美、交谊舞(拉丁舞)、羽毛球等项目中消费比较突出,而女性在网球、健美操、瑜珈羽毛球等项目中消费相对较高。这从中也反映出高知人才群体追求社会时尚及注重人际交往的个性。

2.3.2 对体育比赛、表演市场消费需求分析

体育比赛、表演市场分为两大方面,第一是在家里观看电视的体育节目;第二是到现场购买门票观看。因我国的电视大多数都属于开放的公共电视,收看电视是不用付费的。因此,这里以高知人才观看电视体育节目的时间作为调查内容。结果显示,每天都看电视的高知人才很少,占调查对象的5.01%,而对于重大体育比赛(指:NBA、CBA、英超、德甲、意甲、奥运会、世乒赛等)则关注度很高,占40.8%。

对于现场观看,调查显示,有37.24%的人愿意花钱到现场一览足球的魅力,男性中有53.27%的人认为花钱看足球赛值得,女性也有21.21%的人持此观点。此外,观看篮球比赛是男性的第二大爱好,而女性则有独到的见解,他们认为,除了欣赏足球、篮球之外,体育舞蹈,跳水等更有魅力,看得出女性对美的追求比男性更高,审美情趣别具一格。

3、高知人才群体的体育消费特征对南昌市体育经济的影响

3.1 体育消费作为需求力量对我市经济增长起拉动作用。随着高知人才群体生活消费结构的变化,其体育消费需求总体上呈上升趋势,体育消费的开拓可以带动大批相关产业的发展,对我市经济的快速增长产生了积极的影响。

3.2 高知人才群体的体育消费特征有助于促进南昌市体育用品制造业的发展。据调查,在我省大中型商场销售的体育产品中,除江西省体育电子设备研究所的产品专业性强,技术水平和科技含量高而有较大市场占有率外,其它产品绝大多数来自广东、福建、江苏等及国外,江西省体育产品竞争力较低,所占份额微乎其微。产品主要以模仿为主,无知名品牌,现省内体育用品业定位在低价位的占大多数,与外省及国外的产品差距很大。而南昌市高知人才群体以购买体育用品为主的消费结构特点,客观上为当地体育用品制造业提供了有利的条件。南昌市可利用这一有利条件,进行宣传推广,注重促进体育运动服装鞋帽和器材的生产,大量吸引外外资和精英人才,创建自己的知名品牌。

3.3 休闲娱乐为主的体育消费导向有助于南昌经济的发展。随着现代生活节奏的不断加快及物质生活的不断丰富,越来越多的高知人才已意识到“健康是人类最在的财富”,“有健康才有未来”,他们都想选择一种让身心愉快的生活方式,都舍得把时间和部分收入花在强身健体上,这种休闲观念的改变必然推动南昌体育经济的飞速发展。

4、结论与建议

4.1 南昌市高知人才群体的体育价值观念以休闲娱乐、强身健体(男)、健美体形(女)为主;健康观念则主要是良好的饮食习惯和参加体育锻炼。

4.2 南昌市高知人才群体的体育消费动机主要是出于健康健美的考虑,其次是为了增进人际交往;其体育消费结构主要以购买体育服装鞋帽及参加体育锻炼与培训为主。

4.3 南昌市高知人才群体的体育消费特征有助于促时当地体育经济的快速发展。

4.4 充分发挥大众传播媒介的作用,加强信息的沟通,培养高知人才群体正确的体育消费观念,积极引导他们进行适度、健康、有益于身心全面发展的体育消费。

4.5 积极发挥高知人才体育消费的引导作用,大力进行宣传,多方吸纳资金,创建本土体育用品品牌(作者单位:南昌工程学院军体部)

体育新闻在体育经济效益中的作用及其应用
我国体育经纪人的发展现状及对策
我国体育产业的现状及发展研究
论我国体育产业的发展与对策
2006年中国运动鞋市场分析
论我国体育经济的发展
我国篮球产业的发展现状与对策
2对我国体育彩票业发展的可行性研究
南昌市高知人才群体的体育消费特征及对当地体育经济的影响

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心