

对体育消费市场现状分析与对策研究

作者：红河学院体育学院 钱光田 郑勇

【摘要】 本文主要通过文献资料调查和访谈法,对体育消费现状进行分析,根据体育需求的日益增长和体育消费市场的不断扩大的现状,为实现体育消费市场的健康发展,指出体育消费发展现状及存在问题和体育消费制约因素,有针对性的提出体育消费发展的相应对策。即,1、新时期要努力转变国人体育消费的观念;2、加大投资体育设施建设,制定多元化发展战略目标;3、扩大内需刺激体育多元化消费;4、加强体育管理体制改革,建立健全体育市场管理法规。

【关键词】 体育消费;发展现状;市场;对策

随着经济的发展和人们物质文化生活水平的提高,体育消费已越来越受到人们的青睐和重视,影响体育消费因素主要是个人收入水平及消费水平等经济因素制约,也受消费心理、消费习惯、体育场馆设施不足以及政府投入不够等因素的制约。然而人们对健康和生活质量特别关注,花钱买健康的现代消费观念强烈,体育消费成为人们所追求的消费时尚,由原来生存与发展的消费观念向精神享受的消费转变,刺激了体育消费市场的需求,拉动体育消费与体育产业互动化,激活体育产业,推动了我国体育产业和体育市场的健康发展。

一、国内体育消费市场状况

1、我国体育消费市场现状

当今社会随着生活水平的不断提高与改善,人们的思想观念也发生显著变化,原来生存与发展的消费观念向精神享受的消费转变。体育消费从本质上讲属于满足人们享受消费和发展需要的消费,而人们对健康和生活质量特别关注,“花钱买健康”的体育消费意识不断深入人心,体育消费进入人们的生活成为越来越多人所追求的消费时尚。据国家信息中心统计,1992年~1997年全国居民的文化体育消费指数平均增长率达5.1%,城镇居民在体育娱乐方面的人均消费支出从84元增加到112元,年平均增长20.2%[1]。在对江苏省参加体育锻炼的20074人的调查中发现人均体育总消费每月50元以上为调查人数的4.0%,在全民健身活动开展较好的上海市,43.7%的市民每月体育消费支出达100元以上[2]。最新统计表明:我国城市居民每人平均参加体育活动3.54项,到体育场馆90%的消费者一次花费在50~100元,1997年全国居民用于体育用品支出位于日常基本生活费之外重要消费支出的第三位,我国城市居民的体育消费方式在过去的10年里发生了很大的变化[3]。据车坦、何晓渝学者调查,东部地区人均收入均值和体育消费均值分别在15160元和1146元,体育消费所占的比例约为8.0%。而西部地区人均收入均值和体育消费均值分别为8351元和491元,体育消费所占比例也超过了7%。东部地区体育劳务消费与体育实物型消费之比约为4:6。西部约为2:8;从各项消费水平来看,东部远远高于西部[4]。这说明消费者去体育场馆次数增加,外出体育休闲、旅游的次数增加,随着经济的发展,收入水平的提高,体育消费意识的增强,体育训练培训市场的发展也勃发生机,使辅



导站、俱乐部吸纳越来越多的人参与体育健身娱乐。

2、我国体育产业市场现状

来自国家体育总局的最新数据表明我国体育产业的总产值为 3000 多亿人民币,其中一半以上依赖于体育用品业的迅猛发展。而美国体育产业的年产值为 2100 亿美元,是汽车制造业总收入的两倍,占 GDP 的 2%,而我国体育产业对 GDP 的贡献却不足 0.5% [5]。据资料表明,1991 年我国恩格尔系数为 53.82%,2000 年下降到 48.8%,2010 年可望下降到 44.2%; 文化娱乐费用支出占总消费的比重,1996 年为 0.30%,2000 年上升到 0.50%,2010 年将达到 0.80% [6]。因此,只有国民经济增长了,收入富裕了,也就是恩格尔系数降到 40% 以下,我国的体育消费市场需求才有可能逐步增长。

二、影响我国体育消费市场的因素

1、我国的经济实力低制约了体育消费市场的水平

体育消费水平的增长与国民经济的增长是正比例关系。在改革开放 20 多年来,我国人均 GDP 值不高,用 GDP 来表示我国只属于中下等年收入的发展中国家。收入的增长必然导致消费水平的提高,一个家庭收入越少,总支出用于购买食物的费用所占比例就越大,因为人们预期支出增加,普遍存在从紧消费的心理,从而很大程度影响和制约了城市居民的体育消费。个人经济收入水平不高,社会福利制度不完善是制约居民生活消费和体育消费增长的主要因素之一。同时我国居民的消费习惯、消费心理等因素也进一步加剧了生活消费和体育消费的脱节。其次,不发达地区经济水平影响了我国居民的整体消费和体育消费水平,只有随着劳动生产力的提高,国民收入的稳步提高,生活消费品越来越便宜,外环境和自身的切身利益得到提升,对生活质量的情趣和品味得到提高,人们对健康的消费追求与渴望将会促进体育消费的增长。

2、体育消费的地区发展不平衡限制了我国体育消费市场的发展

20 世纪 90 年代,随着东部地区经济迅速发展,加大了东西部之间的差距,按照上述地域消费看,东部明显高于西部,也充分说明了我国地域经济发展不平衡的现状。从我国国情来看,目前我国城市住房、医疗、养老、就业和教育体制的改革方案陆续出台,居民预期支出将大幅度上升,影响居民未来生活的不确定因素增加,使体育消费受到一定程度的影响,另外从地区经济发展严重不平衡,也导致了体育消费呈现不平衡的态势。因此,体育消费与整个社会生产力的发展、体育社会化程度的高低以及全民体育意识的强弱是分不开的。

3、体育资源利用率不高制约了我国体育消费市场水平

体育场馆是居民体育消费的物资条件,也是整个社会文明程度的标志,它已逐步成为现代城市的窗口和体育经济的支柱。依据国家体育总局“第 5 次全国体育场地普查”的统计结果,截止 2003 年底,我国已建成 85 万多个体育场(馆)设施。从绝对数量上看,虽已具备相当规模,但相对我国居民体育消费需求来讲,还远远不够,与日本、法国、美国等发达国家的人均体育场地面积 4m² 相比,差距甚大。目前,我国体育场(馆)的建设主要服务于各级综合性运动会以及专业队的训练,基本的发展模式是“一场两馆”,这种建设模式已经违背了体育场(馆)的发展规律,与现代国外体育场(馆)整体发展趋势背道而驰。体育场(馆)的建设和管理的条块分割现象十分严重,造成重复建设和资源浪费的情况十分严重,这与居民体育消费的多种需求不相适应,从而制约了体育消费的增长 [7]。

四、对策

1、新时期转变国人体育消费的观念

体育消费市场并非是完全自然形成的,也需要国人的精心培育。其关键在于国家对体育经济的正确引导和组织管理,依靠教育推广与普及,提高全民族体育知识,依靠广大国民的积



极参与,依靠经济发展动力,积极推动国民投身于健身健美娱乐消费活动中去。

2、加大投资体育设施建设,制定多元化发展战略目标

体育消费在地域分布上存在着较大的差距,各级部门在制定产业开发政策时,应充分考虑我国体育市场发展的地域性特征,制定具有地方特色的体育市场发展战略。场地和设施是群众从事体育活动的物质基础和基本条件,为满足人民群众健身活动多元化需求,场地建设也要形成多元化结构,如多设计适合在社区、居民区建设的多功能、小型适用的体育健身娱乐场所等,面向大众的体育服务性实体,以各种形式发展体育产业的同时把文化产业、旅游产业结合起来,拉动经济的增长。

3、扩大内需刺激体育多元化消费

我国城市居民体育消费需求的增长点很多,尤其抓好主体产业的发展,重点发展健身健美娱乐、场馆服务、体育用品等产业,搞好市场的开发与培育。加快大众传播对体育消费的宣传,改变人们对体育消费的意识、观念、正确认识体育消费的作用,形成良好的全民健身、体育消费的氛围,广泛推进体育消费市场的健康发展。

4、加强体育管理体制改革,建立健全体育市场管理法规

现阶段,我国体育市场管理的法制建设十分薄弱,应该明确管理部门及职能,管理范围,管理权限,权利和义务,规范体育市场的主体,维护市场秩序。加强对体育市场的管理,严格监督和调控,使中国的体育产业独立按照市场规律来运作,早日辉煌腾达。

【参考文献】

- [1] 蔡军.对我国城市居民体育消费的研究[J].体育科学, 1999,(4)
- [2] 孙飙.姜文凯江.苏成年人体育生活部分情况调查分析[J].南京体育学院学报, 1999,(1)
- [3] 于振峰.对我国体育消费现状的研究[J].体育科学, 1999,(3)
- [4] 车坦.何晓渝.我国城镇居民体育消费比较研究[J].商场现代化, 2007,9(516):152
- [5] 龙慧祯.我国体育消费现状分析与对策研究[J].商场现代化, 2007,11(522):167
- [6] 魏礼群.1996--2010年中国社会全面发展战略研究报告[M]. 辽宁人民出版社, 1996,3
- [7] 崔海燕.我国城市居民体育消费现状及展望[J].西安体育学院学报,2007,(6)

【作者简介】

钱光田,(1974----),男,哈尼族,云南.元阳,云南红河学院,讲师,主要研究高校体育教学和民族体育。

