

三峡库区移民体育消费研究

潘建华, 谭 宏

(重庆大学 体育学院, 重庆 400044)

摘要:文章运用问卷调查法、文献资料法、专家调查法及数理统计法等对三峡库区移民家庭体育消费的态度、动机及其影响因素等进行了详细的调查、分析,旨在为我国城市变迁的居民体育消费研究以及形成积极健康的体育消费模式提供破解策略;为提高三峡库区城市居民体育消费水平提供一些有利的措施,引导居民体育消费,促进体育产业发展。

关键词:三峡库区;移民;体育消费

中图分类号:G80

文献标志码:A

文章编号:1008-5831(2007)04-0099-05

随着三峡工程建设的不断推进,三峡库区城市移民受自然、地理、历史以及移民搬迁等多种因素的影响,新的家庭体育需求正逐渐涌现,三峡库区城市移民家庭体育消费也越来越受到人们的广泛关注。显然,对三峡库区城市移民家庭体育消费进行调查,不但有助于了解城市变迁后人们的体育消费在其生活中所处的位置,并可为我国区域体育消费理论特别是城市变迁的体育消费理论形成提供实证资料。基于此,笔者试图在对三峡库区城市移民家庭体育消费态度、动机、消费行为方式及消费水平、影响消费因素等现状调查分析的基础上,把握其参加体育消费活动的规模,探讨其参加体育消费的发展前景,以期在城市变迁后形成积极健康的体育消费模式提供参考,并为相关体育产业部门在制定体育消费市场开发的决策方面提供科学性的依据与建议。

一、研究对象与方法

(一)研究对象

调查于2006年11月-2007年2月进行,主要对三峡库区内的万州区、巫山县、奉节县、云阳县、丰都县、忠县、开县等7个区县的2500名移民进行调查。

(二)研究方法

一是问卷调查法。根据研究需要共发放问卷2500份,回收2392份,回收率为95.7%,其中有效问卷为2335份,问卷回收效率为93.4%。经检验,调查问卷的效度和信度符合本研究的要求。

二是专家访谈法。本研究在专家访谈的基础上,对问卷内容进行归类、排列、增删,并对问卷进行修正与完善,使问卷具有满意的结构效度。

三是文献资料研究法。本研究采用文献资料研究法,收集和查阅了有关消费理论、体育消费及体育产业等方面的专著和文献资料,作为本课题的研究基础。

收稿日期:2007-05-08

基金项目:全国教育科学“十五”规划重点课题,BLA10108 国家级课题子课题

作者简介:潘建华(1972-),男,重庆人,重庆大学体育学院讲师,主要从事体育教育训练学研究。

四是数理统计法。在问卷调查获得的数据基础上,使用 spss10.0 统计软件做出符合统计学规范和本文研究目的和要求的数理统计,作为本课题研究的重要依据。

二、结果与分析

(一)三峡库区城市移民家庭体育消费态度与动机分析

调查表明,三峡库区城市移民中有 10.4% 的人认为进行体育消费“非常值得”,有 70.3% 的人认为“值得”,二者的比例之和为 80.7%;相反,认为进行体育消费“不太值得”与“根本不值得”的居民比例分别为 17.8%、1.5%。上述数据说明,三峡库区城市移民对体育健身消费从总体上持肯定态度。与此相对应,三峡库区城市移民体育消费动机比较单一,其消费动机依次为“保持身体健康,增强体质”为 40.6%;“减肥和健美”为 37.3%;“消遣娱乐”为 12.7%;“提高某项技术水平和能力”为 19.9%;“扩大社会交际面”为 5.7%;“宣泄苦闷,排除忧虑”为 3.4%;“过有规律的生活”为 2.5%。上述结果表明,现阶段三峡库区城市移民进行体育消费的第一需求仍然是强身健体。但同时应注意到的,三峡库区城市移民体育消费在追求更高层次的精神享

受,以不断满足人的持续发展需要中所占的比例不高。

(二)三峡库区城市移民体育消费现状分析

体育消费就是指人们在体育活动方面的个人消费支出。根据不同的分类标准,可以把消费者的体育消费行为分为不同的类别。本文根据体育消费者通过支付货币而获得的体育消费品不同功能,将体育消费者的行为分为观赏型体育消费、实物型体育消费及参与型体育消费 3 类^[1]。调查结果显示(表 1):三峡库区城市移民中每年体育消费支出值“低于 50 元”与介于“50~100 元之间”的居民占大多数,其比例分别为 55.8% 与 34.4%,二者之和为 90.2%。据国家体育总局 2002 年 12 月 5 日公布的中国群众体育现状调查结果表明,我国城乡居民以家庭为单位全年体育消费平均为 397.42 元^[2],三峡库区城市移民在体育消费绝对值不仅落后于全国平均水平,更远远落后于沿海发达地区。三峡库区城市移民中首选“实物型体育消费”,约占 79.8%;其次为“参与型体育消费”,约占 15.6%;最后为“观赏型体育消费”,约占 4.6%。值得注意的是,三峡库区城市移民对观赏型体育消费的投入不高。

1. 实物型体育消费现状分析

表 1 三峡库区城市移民体育消费形式

年支出体育消费总值分布及所占比例					消费形式及所占比例		
<50 元	50~100 元	100~200 元	200~300 元	>300 元	实物型体育消费	观赏型体育消费	参与型体育消费
55.8%	34.4%	4.3%	3.9%	1.6%	79.8%	4.6%	15.6%

实物型体育消费,是指人们通过支付货币购买各种和体育健身活动有关的体育实物消费资料的消费行为,如购买相关的运动健身器材、运动服装、运动饮料以及各种体育报纸杂志、体育图书画册等^[3]。

调查结果显示(表 2),有 73.4% 的三峡库区城市移民对于此类体育消费内容主要选择了“运动服装等”实物消费品。此类消费形式年支出水平处于“50 元以下”的居民占 46.1%。

表 2 实物型体育消费现状分析

年支出体育消费总值分布及所占比例					消费形式及所占比例			
<50 元	50~100 元	100~200 元	200~300 元	>300 元	运动服装	运动器材	体育报刊杂志	其它
46.1%	35.5%	13.2%	6.3%	1.9%	73.4%	10.7%	12.7%	3.2%

2. 观赏型体育消费现状分析

观赏型体育消费是指人们通过支付货币购买各种运动竞赛入场券、门票以观看、欣赏达到视觉神经满足为目的的各种消费行为^[1]。研究表明(表 3),三峡库区城市观赏型体育消费水准年支出水平大多处于 50 元以下的占到了 83.9%,主要观赏项目为篮

球、足球及其它项目比赛,而篮球、足球之和占了 97.9%,这说明三峡库区城市移民在观赏型体育消费中需求很单一。

3. 参与型体育消费现状分析

参与型体育消费,就是指人们用货币购买各种和体育活动有关的体育服务消费资料的消费行为。

如为参加各种各样的体育活动、健美训练、健康咨询等所支付的各项费用^[3]。调查结果显示(表4):三峡库区城市移民信息接受型体育消费的年支出水平大多处于50元以下,其比例为72.6%;居于第二位的是年支出水平处于50~100元之间,比例为20.5%。有65.7%的三峡库区城市移民的信息接受

型体育消费指向于接受“健身指导”类体育信息;有7.8%的居民指向于接受“健康咨询”类体育信息;10.9%的居民指向于接受“场地使用费”。研究表明,三峡库区城市移民参与型体育消费目的单一,大都为了获得更清晰的关于“体育健身、健美、培训指导进行相关消费。

表3 观赏型体育消费现状分析

年支出体育消费总值分布及所占比例					消费形式及所占比例				
<50元	50~100元	100~200元	200~300元	>300元	篮球赛	足球	其它比赛	其它	
83.9%	11.5%	3.1%	1.3%	0.2%	47.2%	50.7%	1.8%	0.2%	

表4 参与型体育消费现状分析

年支出体育消费总值分布及所占比例					消费形式及所占比例				
<50元	50~100元	100~200元	200~300元	>300元	体育健身、 健美培 训指导	健康咨询	场地使用费	其它	
72.6%	20.5%	5.2%	1.4%	0.3%	65.7%	7.8%	10.9%	15.6%	

(三)影响三峡库区城市移民体育消费的因素分析

调查结果显示(表5):制约与影响三峡库区城市移民体育消费的因素主要是社会及居民自身的经济条件。而制约三峡库区城市移民进行体育消费因素排序在前三位的依次为“经济收入水平较低”占53.4%;“缺乏完善的体育健身场地设施”占50.7%;“体育消费价格较高”占49.2%。调查数据表明(表6),三峡库区城市移民收入水平较低,参与体育消费的主要群体集中在个人月收入1200~1400元的群体,而2005年成都体育消费的主要群体集中在月收入1600~2000元的群体^[3],若与东部相比则相差更远。恩格斯将人民的需要划分为3类:生存性消费、发展性消费、享受性消费^[4]。体育

是一种高层次的消费,只有人们的生存需要得到满足的时候,才可能追求更高层次的发展及享受。基于此,我们能够理解的是当三峡库区城市移民的实际经济收入及体育健身场地设施等社会经济条件均没有达到理想状态时,他们的体育消费水平存在着较大的潜在发展空间(且不谈体育消费价格这种客观因素的影响作用)。研究结果表明:即使现阶段三峡库区城市移民拥有较积极的体育消费价值观,但是在现实客观条件还没有达到一定水平的前提下,他们的体育消费水平仍将处于较低级的水准。但是可以预见,随着我国经济的不断发展,人们生活水平的不断提高,人们对生活质量将会提出更高的要求,他们势必会在体育消费方面产生更高层次的需求。

表5 制约三峡库区城市移民体育消费的主要因素

具体因素	缺乏完善的体育 健身场地设施	经济收水 平较低	体育消费 价格较高	缺乏专 人指导	无较多余 暇时间	没有体育锻炼 的氛围	其他
比例	50.7%	53.4%	49.2%	32.1%	19.6%	24.2%	1.5%

表6 居民参加体育消费的意愿和个人经济收入的关系

月收入	200以下	201~400元	401~600元	601~800元	801~1000元	1001~1200元	1201~1400元	1400元以上
参与比例	15.6%	17.9%	21.8%	20.3%	36.7%	42.4%	45.9%	43.5%

三、结论与建议

(一) 结论

其一,三峡库区城市移民对体育消费从总体上持肯定态度。调查结果表明:三峡库区城市移民中有80.7%人认为进行体育消费“非常值得”或“值得”。家庭体育消费的动机是在消费需要的基础上产生的,它具有发动和终止消费行为,指导和选择行动的方向,维持和强化消费行为的功能。

其二,现阶段三峡库区城市移民体育消费动机呈现出单一化的特征,其进行体育消费的主要需求是“保持身体健康,增强体质”。消遣娱乐、健美减肥、治疗疾病等是其参加体育活动、进行体育消费的次要目的。青少年学生和老年人口参加体育健身活动的远远高于成年人,而成人正处于个人事业的关键时期,参加体育健身活动过少,势必对今后的生活和身体带来不良影响。

其三,三峡库区城市移民体育消费支出结构不太合理,“实物型体育消费”的支出远远高于“观赏型体育消费”和“参与型体育消费”的支出。家庭体育消费中非实物类消费较低,实物类消费和体育博弈消费相对较高。体育健身项目上的消费主要集中在健美、乒乓球等室内项目及游泳等水上项目上。实物型体育消费支出(特别是用于购买体育服装、运动鞋以及各类小型体育健身器材的消费支出)要远远高于参与型体育消费支出及观赏型体育消费支出。

其四,现阶段三峡库区城市移民因受实际经济收入水平及体育健身场地设施等现实条件的限制,他们的体育消费水平仍处于很低级的水准。不同类型家庭体育消费水平呈逐步增长趋势。一般来讲,经济收入较高的家庭,各种体育消费支出相应较高,这主要反映在参与型体育消费支出及实物型体育消费的支出比例上。

其五,三峡库区城市移民体育消费的人群主要在月收入1200元以上的群体。市民家庭具有一定的体育消费能力,但体育消费的总体水平比较低。户均体育消费的绝对值不仅远低于沿海发达城市,甚至还低于全国平均水平。

其六,制约三峡库区城市移民体育消费的主要因素为经济收入水平较低,缺乏完善的体育健身场地设施,体育消费价格较高等,此外也与缺乏专人指导等因素有关。

(二) 建议

其一,主管部门应该加强对三峡库区城市移民全民健身活动的宣传力度,适应三峡库区城市移民的经济水平。正确指导体育消费,是促进其体育消费结构改善的必要措施。只有强化人们的体育锻炼意识,才能使其体育活动行为趋于主动和习惯化。要充分利用各种媒体,如报刊、电视、电台等的宣传和影响,使每个家庭都能树立正确的体育价值观,并引导其进行合理的体育消费。

其二,政府等相关部门应在加强对三峡库区城市移民体育消费整体发展重视的程度,加快对三峡库区城市移民体育场地设施的建设,建立配套的体育场所,全方位地向大众开放,全面提高与开发现有体育场馆设施的服务质量。政府应该加大全民健身活动的宣传力度,充分利用大众传播媒介,加强对非体育人口的宣传,强化家庭体育观念,举办家庭体育运动会和家庭体育节,扩大家庭体育的组织形式;加大社会体育的投入,建立配套的体育场所,体育场馆应全方位地向大众开放,采取灵活多样的方法,充分挖潜,既可以吸引更多的大众来参加体育锻炼,为举办各类比赛提供场地服务,又能取得一定的经济效益和社会效益;在政策上加大支持力度,在社会投入体育消费行业方面,政府要提供各项优惠政策,通过各项优惠政策推动和吸引社会各界人士投资体育消费活动,增加有效供给,使经营者能够按照“等量资本获得等量利润”的原则获得平均利润,调动投资者的积极性。

其三,相关主管部门应在政策上加大支持力度。在体育消费行为方面,提供优惠政策,吸引社会各界关注三峡库区体育市场开发的层次性,为促进三峡库区体育消费市场的健康发展奠定基础。家庭体育的开展需要社区的支持,需要社会的广泛关注,可以成立社区家庭体育协会或委员会,组织家庭开展社区家庭体育运动会;成立家庭体育、学校体育、社会体育一体化的组织管理体系,建立家庭体育的培训组织,设立家庭体育的服务咨询处,使家庭的体育活动开展组织化、科学化。在制定有关家庭文化政策时,要考虑到家庭体育的开展,使之与教育政策紧密联系,可以像国外一样制定出有如“家庭节”或者“家庭体育日”之类的纪念日,使家庭体育的开展有法律上的保障。

其四,加大民族民间健身项目的开发和推广力

度,实现民族体育现代化和竞技体育的民族化。三峡库区有丰富的民族民间体育文化资源,又是一个民族民间体育文化的“集散地”,不能因为移民迁移而让这些优秀的民族民间体育项目淡出民间,也不能因为移民迁移使三峡库区丧失其民族民间体育文化“集散地”的优势。因此,加快对库区民族民间体育文化抢救性挖掘和保护,建立以重庆为龙头的三峡库区体育文化走廊就显得非常急迫和重要。一是对一些民族特色强,健身价值、艺术价值高,竞技特点突出的体育项目加以改造和包装,使其成为竞技体育项目,并逐步推向世界;二是将一些地方特点浓郁,亲和力强,娱乐性与健身性兼备的项目进行加工改造,使之产生其应有的样板性、示范性和凝聚性作用,为全民健身服务。在搞好民族民间体育项目开发的同时,也应重视对奥林匹克竞技项目的改造利用,使之成为易于开展的全民健身项目。通过对民族体育的现代化和竞技体育的民族化改造,为三峡库区移民提供更多、更容易开展的体育活动项目。

其五,加强移民社区体育建设,完善社区体育服务体系。移民社区健身场地设施不健全、组织指导不力是制约全民健身活动开展的重要因素。在移民城镇和移民社区规划建设中,应重视和维护移民的健身权利,将体育场地设施建设和健身场所建设纳入规划,为移民参与健身创造良好的环境和条件。社区(街道、村组)应将开展全民健身工作纳入工作范畴,配备专职人员,建立健全全民健身组织机构,因地制宜、因人制宜、因时制宜地组织开展经常性的社区(街道、村组)全民健身活动,让三峡移民享受体

育权利,得到基本的体育服务,感受到政府和社会的关心和爱护。

其六,加大体育帮扶力度,增强移民体育的自我发展能力。三峡移民为三峡工程建设“舍小家,为大家”,作出了巨大的贡献。因此,对三峡移民的体育帮扶不仅仅是政府的事,也是全社会义不容辞的责任。国务院号召中央部委和兄弟省市对口支援三峡建设,为三峡移民解围和扶持发展的成效都是十分显著的。我们应当借鉴这一成功的经验,发挥兄弟省市的经济优势和体育优势,积极帮助三峡移民体育发展。在给予必要的经费、器材支持,改善健身活动条件的同时,加大体育人才培养、培训以及体育科研等智力支持力度,提升三峡社会体育指导员质量,帮助三峡发展体育。三峡各区县应利用当地体育资源,在设施建设、人才培养、项目开发、市场开拓等方面挖掘潜力,借助外力,苦练内功,因地制宜地开展全民健身活动,增强自身“造血”功能,逐步缩短与发达地区的差距。实现三峡移民体育的可持续发展。

参考文献:

- [1]钟天朗. 体育经济学概论[M]. 上海:复旦大学出版社, 2004:138,139-140.
- [2]孔文清,陈卓源. 我国城市居民体育消费水平的调查研究[J]. 北京体育大学学报, 2002(6):740-741.
- [3]周挺. 成都市城市居民家庭体育消费现状调查[J]. 成都体育学院学报, 2005(2):32-34.
- [4]曾壁钧,等. 我国居民消费问题研究[M]. 北京:中国计划出版社,1997:79.

Research on the Sports Consumption of the Three Gorges Immigrants in Cities

PAN Jian-hua, TAN Hong

(College of Physical Education, Chongqing University, Chongqing 400044, China)

Abstract: With the combination of the documentary analysis, questionnaire investigation, expert interview and statistic analysis, this paper conducted an investigation to explore the current situation of the attitude, the motivation, action, and factors influencing sports consumption of the Three Gorges Immigrants in cities. It will offer reference for the research of sports consumption of citizen in changing cities, offer favorable countermeasures for increasing sport consumption level of the Three Gorges Immigrants in cities, lead sports consumption of citizen, promote the development of sports industry.

Key words: Three Gorges; immigrant; sports consumption