

健康中国战略视域下云南省城市居民体育消费现状研究

前言

随着时代的不断发展,健康中国战略要求下的城市居民体育消费情况已经逐步进入我们的生活,我国城市公民对于体育健康消费的认识意识越来越深入。为进一步梳理公民在健康中国战略视域下对于个人体育消费的认识,对现有的意识成果进行检视,本文以云南省城市居民为蓝本,研究他们在体育消费方面的具体情况,并根据研究数据进行结论整理和分析总结,从实践上发现目前公民在健康中国战略视域下影响体育消费方面因素,并提出相应的解决方案以及建议意见,以提高云南省城市居民的体育消费能力,给其他城市扩大体育消费需求提供参考与启发。

关键词

健康中国战略;城市居民;体育消费;消费需求

经济全球化给予了中国经济飞速发展的机会,也让中国人民的思想观念与国外的开放思想形成碰撞与融合,我国的人民越来越注重精神层面的需求,对身体健康也愈发重视。体育消费作为衡量人民群众物质生活水平与生活习惯的重要指标,对新时代的经济市场发展方向具有重要参考作用。本文也主要是对此问题进行实际案例研究和分析。

1 研究对象、方法 and 研究意义

1.1 研究对象

本文在云南省内分别选取8个地级以上城市(昆明、曲靖、昭通、普洱、保山、临沧、玉溪、丽江),8个少数民族自治州(楚雄彝族自治州、大理白族自治州、德宏傣族自治州、迪庆藏族自治州、红河哈尼族彝族自治州、怒江傈僳族自治州、文山壮族自治州、西双版纳傣族自治)为蓝本,

研究这些城市的居民消费意识与体育消费情况。研究人群以18~60岁为主,男女性别比例为1:1,各种职业人数也大体相同。

1.2 研究方法

1.2.1 调查问卷法

制作包含职业、年龄等基本信息在内,和以体育消费问题为主的消费问卷,通过在线方式向每个城市发放1600份问卷,有效问卷占比91%。

1.2.2 数理统计法

问卷内容的采集与问卷的整理分析主要依靠大数据实现。互联网技术的应用保证了问卷回收率为100%,并快速筛选出了无效问卷。

1.2.3 文献调查法

通过文献调查法可以了解云南省个别城市的体育消费

状况，个别群体的体育消费状况，以及全国的城市居民体育消费现状，其他城市的体育消费情况等，根据这些数据可以对云南省的城市居民体育消费现状进行全面深刻的分析，有助于完善研究成果。

1.3 研究意义

体育消费指数与人民群众的健康观念和文化观念有着直接关联，一定程度上反映了我国国民的身体素质和文化素质的发展情况。因此，对云南省城市居民体育消费现状进行研究，对于国家、民族、个人以及经济、政治、文化等各方面均有着重要意义。

2 研究结果与分析

2.1 问卷调查情况分析

2.1.1 地级以上城市问卷调查情况

8个以上地级城市共进行了12800份问卷，其中有效问卷共11506份，有体育消费行为的人数共7939人，约占有效问卷的69%；有体育消费行为的人群中，男性占比是女性占比的2倍，18~23岁与55岁以上人群在体育消费方面花费较多，如表1。

表1 8个地级以上城市问卷调查情况表

总份数	12800	有效份数	11506	体育消费人数	7939
不同性别	不同年龄				
男	女	18-23	24-35	36-55	55岁以上
66%	34%	29%	18%	21%	32%

2.1.2 民族自治州问卷调查情况

8个少数民族自治州共进行了12800份问卷，其中有效问卷共11790份，有体育消费行为的人数仅有1533人，约占有效问卷的13%。在有消费行为的人群中，女性仅有不到300人。体育消费人群中，25周岁以下人群占据约70%的比例，高年龄段人群很少有体育消费行为，如表2。

表2 8个民族自治州问卷调查情况表

总份数	12800	有效份数	11790	体育消费人数	1533
不同性别	不同年龄				
男	女	18-23	24-35	36-55	55岁以上
82%	18%	68%	7%	11%	14%

2.1.3 不同职业人群的体育消费状况分析

从职业方面分析，综合16个城市的调查结果显示，体育消费方面花费最多的群体为公务员，知识分子次之，普通职员体育花费最少。体育消费的人数也是公务员最多，知识分子次之，普通职员最少。知识分子与公务员拥有的健身卡与购置的健身器械也是最多的，如表3。

表3 不同职业人群的体育消费状况表

项目 职业	体育消费 人数占比	健身卡持有 人数占比	拥有体育器械 的人数占比
职员	22%	16%	13%
知识分子	35%	33%	42%
公务员	43%	51%	43%

备注：某职业群体体育消费行为=具有消费行为的职业人数/体育消费总人数9472；健身卡持有人数占比=该职业持有健身卡人数/健身卡总数；拥有体育器械的人数占比=该职业拥有器械的人数/拥有器械的总人数

2.2 问卷调查结果与分析

2.2.1 云南省城市居民的体育消费水平存在不均衡性

根据上述表格1与表格2的数据显示，云南省少数民族居民的体育消费意识严重不足，远远比不上汉族为主的城市居民体育消费。

2.2.2 男性比女性更重视体育消费

根据上述表1与表2内容所示，不管是汉族，还是少数民族，都是以男性为体育消费主力，女性在体育消费方面的意愿远不如男性。特别是少数民族地区，具备体育消费习惯的女性更是少见。

2.2.3 人生不同阶段的体育消费行为是不同的

表1与表2都显示，云南居民在青少年时期与退休阶段的体育消费行为比进入社会岗位的体育消费行为更少。青少年时期主要以学业为主，18~23岁正是大学阶段，55岁以上的人群则主要为预退休或已退休人群，而24~55岁则是人生的主要奋斗期。不同的人生阶段人状态不同，也就有不同的消费行为。

2.2.4 不同职业的人群体育消费行为是存在差异的

公务员、知识分子与普通职员，他们的工作内容、工作性质、工作时间，以及要承受的工作压力都是不同的。其

中公务员的体育消费意识最强, 知识分子的体育消费意识也不错, 但是其体育消费习惯与公务员存在明显差别。普通职员则受限于各种条件, 在体育消费方面有一定意识, 但意识并不强。

2.3 体育消费的影响因素分析

云南省城市居民在体育消费方面存在的问题是有迹可循的, 想要提升体育消费在居民生活消费中的比例, 扩大体育消费人口, 增强人们的体育消费意识, 可以从自身和外在两个方面入手寻找原因。

2.3.1 消费者自身的因素分析

2.3.1.1 收入水平的影响

消费与收入是挂钩的, 体育消费并非基础消费, 是在物质生活得到满足之后的娱乐性质的消费。进行体育消费的人群多数都拥有一定的经济自主权。根据国际标准, 家庭收入恩格尔系数在 40% 以下的家庭才拥有足够支撑体育消费的能力, 但云南城市与农村居民收入恩格尔系数均在 40% 以上, 大多数人的生活只能够勉强度日, 体育消费就无从谈起。

2.3.1.2 闲暇时间的影响

闲暇时间决定体育消费行为能否顺利完成。物质经济水平的提升并没有让人们在社会劳动中拥有更多空闲时间, 只是相比于以前体力劳动减少了而已。大部分工作岗位需要依靠加班去实现价值, 大部分人每天的工作时间都在 10 小时以上, 成年人还要处理家务和带孩子, 拥有闲暇时间的人群相对较少, 进行体育消费的人数也就比较少。特别是我国以工薪阶层居多, 云南省除少数以旅游为主的都市外, 很多城市地区的生产力水平依旧低下, 劳动时间和劳动强度依旧较大, 没有多余的时间去进行体育消费。

2.3.2 外在因素的影响分析

2.3.2.1 体育馆的开放时间与开放程度的影响

体育消费还与体育馆的开放时间和开放程度有关。体育馆属于公共场所, 为人们进行体育活动提供了条件。体育馆通常拥有基础体育设施, 比如跑道、操场、篮球场、羽毛球场、乒乓球桌等, 还能租借设备。在体育馆还能找到志同道合的人一起锻炼, 是激发人们体育活动兴趣, 促进体育消费的有效手段。但体育馆的开放时间每个地方不同, 有些地方的体育馆只在周末开放, 或白天开放, 有些地方的体育馆大部分设施用于商业运营, 只有跑道和操场是免费提供。开放时间与开放程度的不同, 能够影响到一部分时间和经济条件受到限制的人群。

2.3.2.2 体育场馆的设施完善程度与服务态度的影响

体育馆的设施完善程度以及服务态度与人们的体育消费行为也关系密切。如果附近有其他娱乐场所, 群众的兴趣就会转移到其他消费上。体育馆作为打开群众体育消费习惯的钥匙, 对群众的影响主要依靠实地游玩实现, 如果体育馆的设施与服务无法留住群众, 群众并不会无端地主动产生体育消费的想法。

3 提升云南省城市居民体育消费水平的建议

3.1 提高居民收入

提高居民收入是培养体育消费群体的有力举措, 通过收入的提高可以让一部分想消费而没有钱消费的人群大胆消费。提高云南地区居民收入, 可以从促进就业、调整收入结构、完善收入分配制度入手。针对云南少数民族地区与汉族地区的收入差距, 要做到积极招商引资, 促进城市与城市之间的合作, 积极开发少数民族特色产品, 通过城市经济的发展, 带动少数民族群众收入的提高。

3.2 优化体育消费结构

体育消费包括实物消费与观赏性消费两类。调查中发现云南居民对实物消费的接受度较高, 对体育赛事等观赏性消费较少。因此, 应当有意识地增加体育赛事活动, 培养居民在观赏性体育方面的消费习惯。

3.3 规范体育消费市场

在当前的体育消费市场中, 不少商家存在捆绑销售的行为, 比如某水上乐园只能在内部购买泳衣, 不能自带, 但内部购买渠道价格往往比外面市场价贵好几倍。隐藏“威胁”“强制”销售的行为给消费者带来了许多困扰, 也引发了不少纠纷。对于消费者进行体育活动和体育消费的积极性来说是一种打击, 不利于群众形成长久持续的体育消费习惯。所以, 必须保证体育消费市场规模, 不强买强卖, 不坐地起价, 才能让消费者心目中在此次体育消费有良好的体验, 不排斥再次进行体育消费。

3.4 加大体育健康宣传

“全民健康”是国家喊出的口号, “终身体育”是 90 年代体育改革与发展的新概念。体育消费的最终目的除了发展经济, 还有增强民众体魄。对于人民群众来说, 后者比前者更重要。特别是对于云南城市居民体育消费意识薄弱的情况而言, 从居民自身角度出发, 让他们认识到体育好处, 从

(下转 20 页)