

“健康中国”背景下 体育消费的现状与升级路径研究

前言

近十年来,我国经济发展迅猛,居民收入显著提高,这为我国体育消费的发展提供了有利条件。加上我国正在实施以人民健康为中心的“健康中国”战略,政府和社会各界也开始在居民体育消费领域不断采取实际行动,体育消费的环境正在得到改善。如今,随着“健康中国”时代的到来,我国的体育事业发展进入了“快车道”。近年来,我国居民在体育方面的消费支出逐年增加,体育消费的层次进一步优化,体育运动项目也更加多样。但在体育消费方面仍存在观念陈旧、体育基础设施分布不均衡、体育企业发展困难等问题,严重阻碍了我国体育消费的升级。只有转变体育消费和产业发展理念、提升体育从业者的服务质量、加快体育文化建设、健全收入分配机制,才能促进我国体育消费进一步升级。

关键词

健康中国;体育消费;升级路径

1 我国体育消费的现状

1.1 居民体育消费意愿增强

为了促进国民身体健康,国家在近些年出台了推进体育事业发展的多项政策,并加大社会宣传力度,使得我国居民的健康观念有了较大变化。据国家体育总局体育科学研究所发布的相关数据显示,经常进行体育运动的居民人数比例由2014年的33.9%上涨到2020年的37.2%,相隔短短5年时间,涨幅就超过3个百分点。其中,儿童和青少年中经常锻炼的人数比例为55.9%,成年人经常锻炼的比例为30.3%。随着人们健康生活意识的提高,体育锻炼已经成为我国居民日常生活中重要的休闲方式,体育消费也随之增加,“2020,年成年人与老年人人均消费分别为1758.2元和1092.2元,与2014年的调查相比,分别增长了789.8元和588.2元。”^[1]

1.2 体育消费分层较为明显

近年来,虽然人们的收入水平提高了,但物价也随之上涨,这影响了人们在健康方面增加消费的信心。当然,目前大部分人都已经脱离了温饱线,慢慢将消费观念瞄准更高的层次。所以,体育这种既锻炼身体又舒缓精神压力的休闲方式便成为当下越来越多人的选择。目前,我国体育消费的群体主要有三类:第一类是空闲时间充裕,但无法投入大量

金钱锻炼的农民、老人和下岗失业人员;第二类是缺乏空闲时间,但有较高收入的青年和中年人;第三类是既有钱又有充足时间,但是在专业运动项目上缺乏技术的人^[2]。由以上三类消费群体的划分可以概括出,目前我国体育消费的影响因素中,收入和时间是最主要的影响因素。

1.3 体育消费结构进一步优化

根据国家体育总局体育科学研究所2021年发布的数据,2020年成年人与老年人实物型消费在体育消费中的占比由2014年的79%下降到2020年的53.7%,下降超过25个百分点,而观赏型消费和参与型消费占比则较2014年有所增加^[1]。从整体上看,我国居民的体育消费结构变化较为明显,以运动服装、器械等实物为主的体育消费结构,正逐渐向报名参赛、观赛等参与型和观赏型消费转变,体育消费结构得到了进一步优化,这也从侧面反映出我国居民收入水平的提高和对生活质量要求的提高。

1.4 新型运动项目助力体育消费转变

全球化让一些具有特色的体育运动不再是某一个国家、某一人群的专属,而是在全世界范围内被普遍喜爱。例如,帆船、皮划艇等水上运动,跳伞、滑翔等天空运动,跑酷、赛车、攀岩等极限运动最近几年在我国快速发展,这些本来

是国外流行的运动形式，但在全球化的过程中也开始被国人尝试。这些新型运动项目除了能锻炼身体，还因其高难度和惊险刺激而被大众广泛讨论，引发了人们对于体育消费的新思考。

1.5 体育运动消费习惯尚未形成

体育运动观念影响着人们参与体育运动和进行体育消费。近年来，随着各地政府相继出台了一些体育扶持政策，外加媒体的广泛宣传，我国居民的体育健身意识得以增强。但由于我国各地区经济发展不平衡，制约了我国体育事业的发展，居民的体育运动观念相对落后，未形成体育消费习惯。以及我国居民对体育运动的认识尚存在误区，尚未形成较为浓厚的体育健身氛围。

2 我国体育消费的升级路径

2.1 构建体育消费新理念

转变体育消费理念是体育消费升级过程中首先需要解决的问题。体育消费理念主要是指居民的体育消费理念，国家在体育消费的理念建设方面，首先强调以人为本，希望通过体育锻炼促进每个人身体素质的提升；其次强调全民参与，以全民参与带动体育消费的均衡发展；再次强调生态文明，要求发展体育消费不能以破坏环境为代价，在体育消费的发展过程中要做到协调可持续。体育消费理念的转变不可能一蹴而就，需要全社会共同努力，形成良好的体育消费环境，这样才能逐渐在体育消费理念方面达成共识^[3]。

2.2 转变体育产业发展理念

体育产业属于供给端，它的发展变化与国家政策和企业发展理念密切相关。近年来，我国政府出台的促进国民健康生活的相关政策在一定程度上为我国体育产业的发展提供了一些启示。但现阶段我国体育产业结构不合理、体育基础设施建设不到位、体育用品市场监管不到位的实质依然没有变，这严重制约了我国居民体育消费的升级。所以，合理调整体育供给理念，有利于促进居民体育消费的升级。

其一，要加快体育产业结构转型。目前，我国的体育产业中体育用品的制造加工依旧占据着较大比例，体育赛事、体育服务等产业的占比较少。针对这一现状，需要各体育企业加大人力、物力、财力投入，转变目前体育产业以生产加工为主的局面。并且，体育企业要利用好新技术和新营销模式，不断为消费者带来新的产品和体验，拉动体育消费。例如，传统的体育产品生产往往比较被动，产品供给常出现不足或过量的现象，而大数据技术的应用为体育企业很好地解

决了这一痛点。因此，体育企业可以使用大数据技术收集、整理、分析体育消费者的购买信息，从中找到消费者潜在的购买需求。根据消费者的潜在需求，设计、生产多种多样的产品，形成多元化的供给机制^[4]。多元化的体育供给能为企业带来很多好处，它不仅对企业供给成本的降低和供给效率的提升有较大影响，而且能为消费者带来更多选择，满足消费者多样化的体育消费需求。

其二，各地政府要加快完善体育基础设施。体育基础设施是体育事业发展的基础条件，对我国国民健康水平的提高意义重大。政府要划拨专项财政资金用于支持体育基础设施建设。并且，政府在规划各地基础设施建设的投入资金比例时，要考虑当地的人口数量和经济发展状况，在体育基础设施建设的资金投入方面需要具备科学性、合理性。此外，政府还可以与企业合作，举办多种由企业冠名的体育文化活动或体育竞技比赛，来吸引更多人关注体育基础设施建设，实现更好的社会效益。作为基础设施采购方的政府则要为体育企业提供更多订单需求，给予必要的财政补贴和税收减免，为体育企业与当地政府搭建沟通桥梁。

其三，要完善体育市场监管和治理制度体系。体育市场监管和治理体系的完善需要政府各部门联动，形成监管合力，并应严厉打击不合理的体育项目定价和体育消费欺诈行为，为消费者创造一个良好的体育消费环境。同时，监管机构也要给相关体育从业者提出改进意见，帮助体育从业者为消费者提供更好的产品。

2.3 提升体育从业者的服务质量

对体育从业者来说，客户就是上帝。良好的服务体验对客户来说十分重要，同时也是客户判断服务提供者在开展业务的过程中，是否达到优质服务标准的参考之一。因此，要达到优质服务标准，体育从业者就要在为客户提供服务时，理解客户的真实需求，简化服务的程序，提高服务的质量，并在一次次服务中不断完善服务理念。此外，体育从业者应该热爱自己的工作，树立爱岗敬业的服务精神，不断推动服务创新，如依托网络信息技术为客户提供便捷的网络服务。同时，还可以对营业时间做出调整，适当延迟营业时间，为不同时段客户的体育运动提供便利。

2.4 加强体育文化建设

文化具有继承的特性，体育文化也不例外，通过一定方式培养起来的体育文化能够在社会发展的过程中稳定地继承下来，并对社会观念和人的行为造成持久影响。政府可以采取以下方法建设体育文化。

首先,开展形式多样的文娱活动。目前,由于我国大部分地区居民的健康生活理念还未建立起来,对体育运动与身体健康之间关系的认识还不够充分,平时也不会在体育运动上投入自己的金钱和时间,这也导致了我国体育产业在很长一段时间内发展缓慢。因此,各地政府要将健康生活理念的宣传融入各项文娱活动当中,借开展活动的机会,把居民聚集到一起,宣传体育运动的好处,让居民的健康理念得到转变。

其次,定期为居民提供健康教育。文娱活动虽然能聚集大量居民,但由于文娱活动举办的次数较少,体育运动的好处难以让居民形成深刻的记忆。集体性的健康宣传虽然能让居民普遍认识到体育运动的好处,但仍有一些居民出于各种原因不想改变自己的生活方式,这就需要基层政府工作人员定期对居民进行健康教育,使人们能够对体育运动的好处形成深刻的认识。同时,一些自媒体平台也是我国体育文化建设的良好传播载体。在自媒体平台上,信息传播呈现出自主化、平民化、快速化的特点,这对健康运动理念的宣传十分有利,政府或体育企业可以用发生在新闻或实际生活中的各种真实事件,深化居民对体育锻炼的认识,以此来促使居民将体育锻炼付诸实践。

最后,加强健康生活理念宣传。健康生活理念宣传的主要内容包括宣传健康理念和体育运动知识两个部分,组织进行有效的健康理念和体育运动知识的宣传,既能够得到居民的广泛参与,也能够使运动健康宣传工作的效率进一步提高。在以往的健康生活理念宣传过程中,居民的主体意识并不是很强,他们习惯把体育运动与散步划等号,将体育运动片面化了,而且认为体育运动对健康的影响不是很大。因此,政府应该在这方面加大投入,用专项经费为相关宣传活动的组织、

培训工作提供帮助,为健康生活理念宣传活动的举办提供便捷通道,简化审批手续,宣传生活化的健康生活理念,帮助居民增强体育运动意识。只有居民树立起了体育运动的意识,才能让他们体育消费观念发生转变,进而带动体育消费。

2.5 维持居民收入平衡

体育消费是一种有利于人的身体素质全面提升的消费,收入差距是影响体育消费的主要因素之一。总体上来说,只有人们的收入普遍达到一定水平之后,体育消费市场才能慢慢走向繁荣。因此政府要健全居民的收入平衡和增长机制,保障居民收入差距在合理范围内。首先,要“稳就业”。“稳就业”在中央“六稳”工作中处于最前列,居民只有在找到合适的工作之后,才有机会提高收入。其次,要扶持创业,为青年人创业提供更多政策支持,让青年人最大限度地取得创业的成功,增加青年人的收入。再次,要减少居民在基本公共服务领域的开支,由政府承担这部分开支的大头,这样居民就能在体育消费上投入更多时间和花销。同时,要提高收入再分配的均衡性,再分配要向一般收入家庭倾斜,逐渐改善社会收入结构,为更多家庭提供体育消费的可能,并逐步壮大一般家庭体育消费规模。另外,在一些贫困地区,政府要注重体育健康知识的宣传,并引导当地居民树立体育运动意识,以体育产业的精准扶贫带动当地居民的体育消费。

3 结语

在我国,体育消费作为一种新兴的消费方式,对体育产业转型和经济高质量发展都颇有好处。因此,国家和社会要持续重视体育消费,不断推进我国体育事业的发展,为我国实现“体育强国”目标打下坚实的基础。

文/陈阳¹,欧阳撰²(1.邵阳学院,湖南邵阳 422000;2.邵阳市祥凤小学,湖南邵阳 422000)

基金项目:湖南省教育厅一般项目《湖南省城市不同阶层体育健身消费结构研究》(19C1680)

作者简介:陈阳,男,湖南邵阳人,邵阳学院讲师,研究方向:体育教学与训练;欧阳撰,女,湖南祁阳人,邵阳市祥凤小学一级教师,研究方向:体育教学。

参考文献:

- [1] 国家体育总局. 2020年全民健身活动状况调查公报 [EB/OL]. (2022-06-07) [2022-06-28].
- [2] 罗爽. “健康中国”背景下体育消费升级路径探索 [J]. 质量与市场, 2020(2): 31.
- [3] 浦义俊, 吴贻刚. 新时代我国体育消费升级的价值、挑战与推进路径研究 [J]. 西安体育学院学报, 2020, 37(2): 171.
- [4] 杨品臣, 易锋, 张文贤. “大数据”背景下体育消费升级研究 [J]. 体育成人教育学报, 2018, 34(5): 17.