

苏州市居民体育消费结构研究

黄鑫

(昆山市周市中学, 江苏昆山 215314)

摘要 ▶ 体育消费结构对整个体育经济具有指向作用。作为全国经济发展强市, 苏州市居民的物质生活条件也在不断提升, 消费水平的改变促进了消费结构的改善。为了更好地了解苏州市居民体育消费结构, 文章通过对苏州市区、昆山市、张家港市、太仓市等区市的居民开展问卷调查, 梳理、归纳出影响苏州市居民消费的因素, 并提出了优化苏州市居民体育消费结构的方案, 以期为苏州市体育经济发展提供理论支持。

关键词 ▶ 消费结构; 体育经济; 苏州体育

DOI: 10.16730/j.cnki.61-1019/g8.2024.08.015

体育消费结构是现代生活消费的一个重要组成部分, 对整个体育经济具有指向作用, 不仅有助于社会消费结构转变、消费模式转化, 而且对促进商品市场发展、国民身体素质增强及群众体育发展意义重大^[1]。2019年9月17日, 国务院办公厅印发的《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》明确指出, 要促进体育消费, 增强发展动力, 优化体育消费环境, 出台鼓励消费政策, 开展促进体育消费试点, 同时实施全民健身行动, 探索实行学生运动技能标准达标评定制度^[2]。

2020年8月26日, 国家体育总局官网公布国家体育消费试点城市名单, 共有四十个城市入围, 江苏3市(南京、苏州和常州)榜上有名。江苏体育消费水平也处在全国前列, 苏州市作为我国地级市第一强市, 排名全国大陆地区第六名。2019年苏州市实现地区生产总值(GDP) 23 958.30亿元, 排名全国大陆地区第六名。按可比价格计算, 比上年同期增长2.0%。分产业看, 2022年第一、第二、第三产业分别实现增加值193.0亿元、11 521.4亿元、12 244.0亿元, 增速分别为3.0%、1.8%和2.1%。当前, 苏州市整体经济发展水平不断提高, 居民的物质生活条件不断提升, 消费水平发生改变, 促进了消费结构的改善。

为了更好地了解苏州市居民体育消费结构, 对苏州市区、昆山市、张家港市、太仓市等区市的居民发放1 200份问卷进行调查。其中苏州市区、太仓市、张家港市分别发

问卷200份, 昆山市发放问卷600份, 共计回收问卷980份, 有效问卷980份。

1 苏州市居民体育消费结构分析

1.1 消费者基本特征

从回收问卷中的性别、年龄段、学历、职业和收入相关数据显示, 男性消费者占55.3%, 女性占44.7%; 20~35岁的消费者占47.6%, 36~50岁占29.3%; 专科学历占32.4%, 本科及以上学历的占42.7%, 企事业单位、公务员的占62.1%; 中等收入群体占36.6%, 高收入人群占40.1%。可以看出, 目前苏州市男性体育消费者居多, 女性体育消费者占比接近男性, 男女比例相对比较平衡。消费者年龄以中、青年为主, 这部分人群占比超过75%, 少年和老年消费者占比较少。体育消费者学历层次以专科及以上学历为主, 学历层次越高, 说明他们更愿意通过体育消费带来物质或精神上的满足, 提高生活质量和水平。体育消费者职业划分也非常明显, 达到体育消费的基本上都是以企、事业单位和公务员人群居多, 而其他职业人群体育消费相对不足。体育消费者的收入水平与参加体育消费呈正相关关系, 他们的收入越高, 可支配收入就越多, 有更多的资本去进行体育消费。

2.2 体育消费类型分析

通过对不同性别、年龄、学历、职业和收入五个方面进行深入调查, 更加明确苏州市居民的消费类型, 并对调查的

作者简介: 黄鑫, 男, 中学一级教师, 研究方向: 体育教育训练学。

数据进行分析,以期找到体育消费结构层次的问题所在,并提出合理化建议,促进苏州市居民更加科学化的体育消费,推动体育产业高质量发展,提高居民生活指数和质量。

调查数据显示,苏州市居民体育消费受性别、年龄、学历、职业和收入等不同因素的影响。苏州市经济发展水平高,人们物质财富丰富,参与体育消费的项目就越多,他们

的消费内容侧重于购买运动装备、参加体育培训、购买体育门票以及体育锻炼场地付费等,尤其以最基本的运动装备和体育培训的消费为主。据了解,他们认为体育彩票、杂志和器材对自己不是必需品,平时锻炼项目也很简单,平时用到的机会较少。

表1 苏州市居民体育消费影响因素一览表(N=21)

影响因素	明显(5分)	较明显(4分)	一般(3分)	不太明显(2分)	不明显(1分)	得分(分)
	人/%	人/%	人/%	人/%	人/%	
消费者特征	15/71.4	4/19.0	1/4.8	0	0	4.48
消费价值取向	13/61.9	6/28.6	1/4.8	0	0	4.38
消费需求	13/61.9	5/23.8	1/4.8	1/4.8	0	4.29
消费动机	12/57.1	6/28.6	1/4.8	1/4.8	0	4.24
消费满意度	12/57.1	5/23.8	2/9.5	1/4.8	0	4.19
消费环境	11/52.4	5/23.8	3/14.3	1/4.8	0	4.10

3 苏州市居民体育消费影响因素分析

通过查阅资料、深度访谈,梳理、归纳出影响苏州市居民体育消费的5个因素,并请专家根据基本理论、专业知识和现实情况按五级区分度进行填答,然后按照5、4、3、2、1分来计算,并统计所有答案的均数(见表1)。通过数据显示,得分越高的因素,说明其在苏州市居民消费中起着更为重要的影响与作用。通过分析表1的数据可以了解,影响因素中“明显”和“较明显”的选择率分别为60.3%和24.6%。如果按得分均值分析,所有6个影响因素均在4分及以上,得分由高至低依次为:消费者特征、消费价值取向、消费需求、消费动机、消费满意度、消费环境。从表1的调查数据显示,影响苏州市居民体育消费最高的消费者特征,最低的是消费环境,但是以上6类的得分均高于4分,所以我们将以上6类均考虑到影响范畴内。

4 优化苏州市居民体育消费结构的方案

4.1 丰富消费项目,促进体育消费产品升级

苏州市经济逐年增长,人们物质生活水平不断提高,体育消费意识、观念不断增强,市民对于休闲、娱乐、闲适的体育消费项目不断向往,尤其是购买比赛门票,观看体育项目以及精神层面的内容等。因此,政府部门结合实际,因地制宜发展新兴体育项目及其配套服务,满足不同年龄和兴趣消费者的需求,不断扩大体育消费的规模和潜力,促进苏州市体育项目产品的优化升级。

4.2 加大宣传力度,促进体育消费观念转变

从经济学角度来看,目前我国已经逐步由生产型社会迈向消费型社会,消费不再只是为了满足实用需求,但体育消费内容的丰富性并没有刺激到更多的居民产生实际消费,并且居民主要消费类型仍以参加体育锻炼、购买体育用品等实体性消费为主,而对于服务型体育消费的认知并不高,如观看体育赛事、挑选私人教练等。因此转变和提高居民的体育消费观念是促进体育产业增长的重要因素,同样也是丰富体育消费的产品种类。一方面,政府和相关部门可以制定相关政策和制度,刺激服务型体育消费的提高,同样也能够规范市场秩序,积极打造安全放心消费环境;另一方面,通过视频号、抖音号、微信公众号等新媒体平台对体育消费理念进行宣传推广落地,进一步提高苏州市民体育消费的知晓率、参与率。

4.3 完善消费环境,促进体育消费服务质量

我们常说的体育消费主要包括体育自然消费和体育社会消费两种类型,面对体育场所经营管理不善、体育设施不完备、体育报道言过其实等问题频繁出现,多数居民对体育消费的认知仍然停留在过去。因此,目前首先迫切需要不断优化体育消费环境,以“自然环境”和“社会环境”为抓手,逐步提高服务型体育消费的水平 and 质量,逐渐让体育消费结构优化升级,促进“大环境”和“小环境”稳中有进。其次,只有用更完善的制度去管理体育消费市场秩序,用更好的体育产品质量去提升体育消费动力,用更佳的服务水平去提高体育消费环境,才能够为居民提供一个良好的消费环

境,让他们敢于消费、放心消费。

5 结语

作为全国经济强市,苏州市居民体育消费是一个庞大的群体。通过调查苏州市范围内的居民,可以看出男性消费者比女性消费者略多,年龄段以20~50岁者居多,此外学历多为专科及以上,职业以企事业单位、公务员居多,收入也以中高收入为主。苏州市居民体育消费多以购买运动装备、

参加体育培训等体育消费必需品为主。影响苏州市居民体育消费的因素有6类,分别有消费者特征、消费价值取向、消费需求、消费动机、消费满意度、消费环境。政府和相关部门要多措并举丰富消费项目,促进体育消费产品升级、加大宣传力度,提高体育消费观念转变、完善消费环境,提高体育消费服务质量,最终优化苏州市居民体育消费结构,激发体育消费新活力,构建体育产业发展新格局。

参考文献:

- [1] 王乔君,童莹娟.长三角城市居民体育消费结构研究[J].体育科学,2013,33(10):52-62.
- [2] 国务院办公厅.关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见[Z].2019-09-17.