

上海对外贸易学院产业经济学研究系列

中国城市体育消费 构成实证

——基于产业市场开发的研究

魏农建 等著

上海对外贸易学院产业经济学研究系列

中国城市体育消费构成实证

——基于产业市场开发的研究

魏农建 等著



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国城市体育消费构成实证:基于产业市场开发的研究/魏农建等著.-上海:上海财经大学出版社,2010.3
ISBN 978-7-5642-0659-8/F·0659

I.①中… II.①魏… III.①城市 - 体育 - 消费者行为论 - 研究 - 中国 - IV.G80 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 009265 号

ZHONGGUO CHENGSHI TIYU XIAOFEI GOUCHENG SHIZHENG

中国城市体育消费构成实证 ——基于产业市场开发的研究

魏农建 等著

责任编辑 何苏湘 封面设计 钱宇辰

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)
网 址:<http://www.sufep.com>
电子邮箱:webmaster@sufep.com
全国新华书店经销
上海竞成印务有限公司印刷装订
2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷

总 序

作“序”,要求的是对“序”之对象进行评价与介绍。所以,往往会请一些著名的、权威的专家学者对文章或书进行客观的述评,这对“书”的传播有意义。为此,关于本套专著系列,出版社也要求作一个总序。原本想按照惯例请权威人士撰写,然而,最终还是亲历而为。主要基于这样的考虑:书是给人们读的,让人读得顺畅,读得有兴趣,读得有感觉,读得有收获,不仅是写书人的追求目标,也只有作者本身最清楚关键所在。因此,作为上海对外贸易学院产业经济学学科的带头人,写一总序应该是责无旁贷的。

上海外贸学院是一所原对外贸易部部署院校,是全国两所对外经济与贸易特色高等院校之一。新中国对外经济与贸易事业发展的需要催生了上海对外贸易学院的诞生。学校创办于1960年,经过几十年的历程,从一所百人高等院校发展成为万人大学。更重要的是,2004年制定了《2004~2010年发展规划》,标志着学校从以规模扩张为主的外延发展阶段转向以教学质量提高为主的内涵建设阶段,确认了学校办学理念、办学定位和办学特色;2006年以优秀成绩通过教育部本科教学水平评估,表明已基本完成学科和专业设置结构调整;2007年以加强学科建设为突破口,制定了《2008~2012年学科建设规划》,明确了把学校建成上海国际贸易中心建设的人才培养基地和决策咨询思想库的发展目标。而适应学校内涵建设要求和“人才培养基地”、“决策咨询思想库”发展目标的产业经济学科是学校重点建设学科,承担着服务于学校学科结构完善并为之提高学科建设水平的重任。2009年,产业经济学科被上海市教育委员会批准为重点学科,这一新平台的提供,催生了产业经济学学科建设的高起点,专著系列的出版成为适应这一高起点建设的支撑力量。

改革开放以来,特别是加入世界贸易组织以来,中国通过全面参与经济全球化,在2008年成为全球第三贸易大国,目前正面临如何适应新的经济全球化趋势的严峻挑战。特别是在开放的全球产业分工体系中,一国产业发展路径和方式迫切需要形成基于全球产业价值链下的产业发展模式、路径和方式。同时,作为中国最重要的经济、贸易、金融和航运中心,上海也面临着城市功能转型和产业结构调整的巨大任务。因此,高质量地培养出能为国家、社会、经济的科学发展和对外开放服务的对外经济贸易应用型专门人才和研究型高级人才,

成为上海适应新的经济全球化趋势严峻挑战的关键。社会需求和学校的办学定位引导了产业经济学学科建设的方向,也为作为重点学科建设的上海对外贸易学院产业经济学学科提供了建设的重点。本学科的建设一定是立足于融入全球化这一背景,紧密结合上海要建成“四个中心”及“四个率先”的目标,充分发挥同一文化背景下信息沟通优势和长期对外经济、贸易研究的学术积累,在区域层面、企业层面、政府层面和人才培养等方面为上海经济发展服务。其中研究队伍的建设是实现建设战略目标的重中之重,而队伍建设的一个主要环节是阶段性、持续性地对研究成果进行总结并予以传播。专著系列的出版起到了这一作用。

本系列的作者均为我的同事,他们多年来从事产业经济学教学和研究,其中大部分成员具有博士学位,他们迫切需把一些已有的研究成果汇集,以“堆积”起新的研究高地。所以,专著系列的出版实现了这一愿望。

自1996年研究生教育的学科分类中设立产业经济学学科以来,其理论的研究不断深入,对象更加具体,范围更加广泛,如新兴产业、支柱产业、传统基础产业的研究,产业结构转型、产业升级、产业转移、产业整合、产业博弈和产业组织形态的研究等,都对中国经济发展的效率整合具有重要的现实意义和理论意义。专著的作者毕业于多所高校和研究所,他们的研究紧密地结合了产业经济学的发展,涉及各个领域。所以,专著系列的出版可以展现多视角研究产业经济学的态势。

一套脱胎于专业研究的专著系列的出版,无论是对作者本身还是对学科队伍建设,以及对学科的影响力都会带来相应的效果。为此,我们感谢提供资助的上海市教育委员会,感谢为本套专著系列的出版提供条件的上海财经大学出版社,感谢为专著系列出版提供精心审阅的何苏湘副编审、李成军编辑,当然,也要感谢为本专著系列提供自己研究成果的每一位作者,正是由于你们的支持、帮助与辛劳,才让这套“系列”得以高质量地出版。

魏农建 2010年1月于上海松江

序 言

对消费的研究,始终是经济学研究的核心内容之一。但是消费是发展的,起因于消费的结构是变化的,会随着消费能力、环境条件、相关群体以及长期积累后的消费理念转变而变化,起源于“草根”的体育消费也如此。

一、意义和价值

国外对体育消费结构的实证研究大多是进行特定市场的分析。从以往国内学术研究的成果看,国内对体育消费构成的研究受制于对体育产业研究的水平,以经济学及其相关实证分析方法研究体育消费构成的成果较少,现有研究成果虽然从不同侧面都涉及体育市场和体育消费特征的关联分析,但是缺乏针对性的体育消费实际构成和趋势性构成的分析和对中国体育产业发展做出整体的判断。

因此,从消费基础构成这一本源上进行“效用、成本、稀缺和配置”的实证性分析研究就具有了重要意义和学术价值。

其一,我们认为,体育消费及其构成是人类维持生存和发展的基本要求之一。

其二,体育消费是一种以追求“发展”和“享受”而出现的增加型的消费行为。说其“发展”,在于体育消费不仅是恢复体力、脑力或心理健康的消费,也是开发人的体力、脑力、增进身心健康的必要条件。

其三,体育消费在性质上应该可以归属于文化精神类的消费,因此,其消费的构成研究也就必须站在广义的角度进行一个具体的要素系统研究。

其四,本研究项目通过构建中国体育消费的“理念—行为—内容”的模型,提供了研究消费构成的新路径和视角。

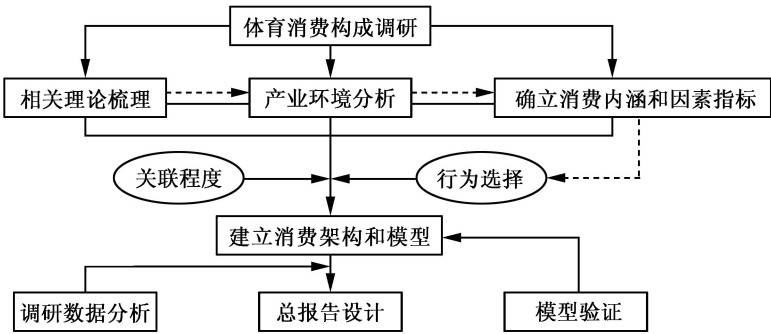
二、研究的内容和基本框架

体育消费构成的研究首先要以经济学对消费的诠释和分析模型为出发点,辅之以社会学、心理学等研究工具,对体育消费进行“纵向”型历史的系统的分析和“横向”型相关影响关联分析;其次,需要借助一定规模的实地调查,通过研究论据和大量新的实际数据(城市体育消费构成的抽样调查数据)论证体育消费构成对体育产业的支撑作用;再次,按设计模块(即理念、行为、内容三大构成,细分为文化、环境、价格、能力、偏好、项目等主要方面)分清中国体育消费构成的现状和潜在、实际、合格的三种消费容量、趋势以及消费内容的构成

比例;最后,建立当前和未来某个时期可能的主要消费影响因素指标,揭示体育消费与体育市场间的数量关系,建立符合中国体育消费实际的数量构成模型,并进行必要可能的验证。

本着上述设想,本书设计的主题是:站在产业市场的角度,认识城市体育消费的构成,从而为产业市场的开发提供基础数据。完成这一主题依赖于两条主线,一是体育消费构成的数据收集以及论证;二是产业市场开发基本问题的认识。

开展研究的思路见以下示意图:



资料来源:根据内容设计

图1 研究的基本框架

三、研究方法、主要内容和创新

(一)研究方法

本书按照设计的要求,综合运用社会性、心理学、行为科学、营销学和体育产业等学科的理论与方法,借鉴国内外已有的研究成果,采用系统论、规范研究与实证研究相结合的方法,深入探讨了中国城市体育消费构成的影响因素、行为构成模式以及市场细分、市场开发等问题。

(二)研究的主要内容和创新等

作为把中国城市体育消费构成与中国体育产业市场的发展结合起来进行交叉学科演绎、前沿性理论与实践项目,本书研究的内容和创新主要体现在以下几个方面。

1.视角创新。多年来,对体育产业的研究随着研究的深入,范围和深度都日益完善。学者们对体育产业进行了越来越全面的分析。但是,更多集中于体育

产品的供给者——组织(企业)层面的研究,而构成市场的两大主体之一——体育“产品”的消费者角度的研究却鲜有学者问津。在本书中,通过对历史文献的梳理与归纳,我们从中国城市体育产业发展的重要组成部分——中国城市体育消费角度出发,通过对中国城市体育消费构成的分析,主要考察了消费者消费行为构成。

2.模型创新。通过从消费层面对中国城市体育产业进行分析,利用多学科的交叉研究和指标选择,本书构建了中国城市体育消费构成模型:“理念结构——行为结构——内容结构”。指出:中国城市体育消费的构成演进,依靠“理念——行为——内容”的发展路径,这一研究路径是前所未有的,从而为体育产业市场的开发和利用提供了理论依据和政策取向。同时,进行了消费构成影响要素对中国城市体育发展产生影响效用的分析,进而分析了体育产业市场开发和利用的一些基础问题的解决方案,这一研究成果对中国体育产业及其市场的发展提供了有效的指导。

3.结论创新。本书进行了相对大规模的调研,利用调查统计得来的原始数据,我们通过实证与定量分析,确定了信念等结构的组成变量:“人脉与关系”因子、“消遣与释压”因子、“生活与健体”因子;确定了行为结构的组成变量:“品质与信赖”因子、“选择与消费”因子、“释压与刺激”因子、“主观与否定”因子、“客观与拒绝”因子、“需求与了解”因子。因子的总结,反映了城市体育消费构成的要素体系。这一高度的总结,有利于更加深刻的理解中国城市体育消费构成的本质和作用机制,理解中国城市体育产业发展与中国城市消费者消费构成的关系,同时为形成中国城市体育消费构成验证模型提供了基础。

4.方法创新。本书首次立足中国城市体育消费实践,运用实证研究方法对体育消费影响中国体育产业发展这一问题进行研究。从“消费构成”角度出发,根据实证检验确立的体育产品消费构成影响因素,利用 SPSS for Windows 13.0 软件,对中国城市体育消费构成进行了分类,在结构上充分体现了以往不多的研究方法的科学性和实践性,实现了项目设计上的方法创新要求。

5.学术价值和应用价值。总之,通过构建中国体育消费的“理念-行为-内容”的模型,提供了研究消费构成的新路径和视角;调研数据同时反映了中国体育消

费的环境影响导致的消费块状形态,从而为体育资源的科学和合理的投资、应用、组合提供了基础数据和实践依据;调研所得的大量数据,为建立初步的体育消费数据库提供了支撑;研究中进行的城市体育消费的分类和建立的指标体系,为后续展开深入的研究提供了基础;本书的前期和中期研究成果得到了社会的肯定,发表的论文被《人大复印资料》转载。

四、全文的结构

本书由四编组成。

第一编,范围界定和逻辑思路,这是本书的绪论部分,目的在于阐明项目研究的主要思路、原则和意义、价值。该部分共有引言等四章内容组成。

第二编,中国城市体育消费构成实证,这是项目研究的主体内容,旨在表明:通过大量的问卷调查和分析所得出的结论和对预期观点的支撑。共分三章。

第三编,体育产业市场开发与利用,这部分的内容既是项目研究的主题所在,也是对第二部分内容的延伸和深化,希望达到的目标就是结合消费构成数据,对中国体育产业市场的现状进行必要的分析,并在此基础上提出体育产业市场的诸多开发问题和路径方案。

第四编,项目研究的附件部分。共包括三个附件:附件一:研究项目的调查表;附件二:调查数据整理的编码说明;附件三:调查数据整理(因数据量较大,采用光盘形式,本书正式出版时略去)。

五、不足和需要深入研究的问题

其一,本书所作的是实证研究,对在实证研究中揭示的诸多问题,未予以展开论述,这不仅受制于主题界定的约束,也为今后的持续研究留下了必要的空间。

其二,本书的结论建立在数千份调查问卷的基础上,如果有更多的样本数,其数据的全面性乃至可靠性将会更高。并且,对研究结果中的消费模型和板块消费结构需要提供更多的实践依据和理论依据。

其三,对本书已经揭示的体育消费行为可以做更深入的实证研究,并且应该在定点的基础上实施进一步的研究,以保持数据的连续性、完整性和可靠性。

其四,应该在对数据整理的基础上,顺着完成数据库的建立,这项工作虽说不是项目设计的要求,但有待于尽快完成。

此外,自 20 世纪末以来,对消费问题的研究往往有涉及文化因素的,本书虽说有所涉及,但并未将其作为主要的思考、分析对象,这有待于在今后的研究中利用并扩展现有数据进行细化,以完善对体育消费构成的研究体系。

魏农建 2009 年 12 月

目 录

总序

序言

第一编 范围界定与逻辑思路

引言

1 产业构成、市场构成与消费构成

- 1.1 产业构成及其影响因素
- 1.2 市场构成与消费构成
- 1.3 市场构成与产业构成
- 1.4 产业构成与消费构成
- 1.5 结论

2 体育消费及其构成的文献综述

- 2.1 消费结构
- 2.2 体育消费界定
- 2.3 体育消费构成
- 2.4 体育消费动机理论
- 2.5 影响体育消费需求的主要因素

3 思路与观点

- 3.1 研究开展的主要思路
- 3.2 需要论证的基本观点

第二编 中国城市体育消费构成实证

4 研究设计及总体描述

- 4.1 中国城市体育消费构成研究设计
- 4.2 假设检验及数据分析方法
- 4.3 预调研数据分析

4.4 数据总体描述

4.5 变量分析

4.6 结论和启示

5 相关影响因子分析及验证模型

5.1 数据的信度与效度分析

5.2 假设检验

5.3 假设检验结果汇总

6 基于模型的中国城市体育消费市场结构分析

6.1 基于验证模型的市场细分

6.2 不同地域消费者体育消费行为比较

6.3 结论与启示

第三编 体育产业市场开发与利用

7 体育市场投资体制的改进

7.1 投资体制与体育投资体制

7.2 中国体育投资体制的历史回顾和现阶段的特点

7.3 中国体育投资体制改进的方向与路径

8 基于体育消费需求的体育产业兴衰阶段的分析

8.1 产业兴衰判别指标和标准的价值与意义

8.2 国内外关于产业兴衰的一般理论

8.3 产业兴衰的实践分析

8.4 产业兴衰的识别

8.5 中国体育产业兴衰的消费识别

8.6 总结与展望

9 建立良性循环的体育消费与供给环境

9.1 体育消费影响因素分析

9.2 体育供给影响因素分析

9.3 中国体育消费和供给环境中存在的问题

9.4 改善体育需求和供给环境

参考文献

后记

第一编 范围界定与逻辑思路

引 言

引 言

中国体育产业在北京奥运会的带动下有了惊人的发展,竞技水平、体育设施、媒体报道、体育产品设计和生产以及各种体育专业人才的培养等方面都形成了一定的规模和体系。然而,在体育事业上所取得的成就并不能等价于体育产业竞争力的提高,更无法确保体育产业的可持续发展,因为产业竞争力不能完全由竞技成绩代表。体育产业竞争力的核心支点在于消费的要素决定,消费的持续与扩展才是实现体育产业可持续发展的根本之路,其关键在于有一个稳定的、不断发展的体育消费市场。在中国,体育消费不仅是提高国民身体素质的系统工程,更是满足体验时代讲究效用的娱乐性消费和促进产业发展壮大的经济性行为。面对中国整体消费率较低的情况(见表 1),如何在分清体育消费构成的前提下,通过体育市场的适应性开发引导体育消费的高涨,进而提高中国消费者的消费率,不仅是一个经济性的问题,也是带有社会进步意义的战略性问题。这是由体育消费的作用和地位所决定的。

我们认为,体育消费是对服务业的消费;体育消费与文化习俗和环境条件结合,注重适应性,既具有区域特征也具有很强的关联性;体育产业价值的大小是由体育消费成熟度决定的;体育供给的预期“收益”由体育消费者的满意度决定;体育供给中的信息传递不对称直接影响体育消费的成熟度,从而产生消费的强烈替代性。因此,对体育消费的判断必须立足于其消费的构成。

表 12000~2007 年中国消费率的变动状况单位:%

年份	最终消费率	居民消费率		
		居民消费率	农村居民消费率	城镇居民消费率
2000	62.3	46.4	15.3	31.1
2001	61.4	45.2	14.5	30.7
2002	59.6	43.7	13.5	30.2
2003	56.8	41.7	12.0	29.7
2004	54.3	39.8	10.9	28.9
2005	51.8	37.8	10.2	27.6
2006	49.9	36.3	9.5	26.8
2007	48.8	35.5	9.1	26.4

数据来源:根据《中国统计年鉴 2008》相关数据整理。

体育消费构成问题应该包括两类的区分:一是狭义的对体育消费构成的认识,即体育消费中的产品内容(项目)、行为形式等。从狭义角度而言,构成往往就是通常意义上的“结构”,体现出一种数量上的比例(比重)关系。二是广义的对体育消费构成的认识,即体育消费是一个构成体系,从思想到行为、从内容到形式、从信息接受到处理执行等的构成都是体育消费构成的研究范畴。从广义角度而言,对体育消费构成的认识体现出一种系统的完整性。

本项目设计的消费构成应该是从广义的角度展开的。这是因为,构成是事物实体组成部分的构成比例或关联关系的归纳表述;构成的变化,不仅意味着事物内部关系的变迁,同时也会外化为事物功能的改变以及同环境相互作用关系的改变。所以,对构成的分析既是研究事物内部组成要素特征的基本手段,也是认识事物动态运作轨迹和趋势的基本方法,其系统的完整性保证了特定事物的稳定性及其发展的方向。

体育消费在性质上应该可以归属于文化精神类的消费,因此其消费的构成研究也就必须站在广义的角度进行一个具体的要素系统研究。对其研究,既要求从行为和内容(项目)的传统角度,也要求从理念角度——一种信念、思想、看法和动机的角度进行研究。这不仅反映了我们在项目设计时的一种想法,即努力形成一种新的研究视野,同时对我们进行的实证研究方法提出了新的挑战。

本着上述设想,本项目设计的目标:

一是依靠调查数据试图建立中国体育消费的板块理论,即区域消费构成;

二是通过历史、系统的分析说明中国体育消费的变动趋势以及与之有关的主要因素,建立体育消费构成的要素体系;

三是在要素体系明确的基础上,建立体育消费构成的理论模型,表明相关要素、因素变动的关联影响;

四是对体育消费的市场做出确定的解释,分别证实经济变动和消费偏好对体育产业存在、发展的影响度;

五是运用产业经济学和营销管理学的分析工具,为中国体育消费市场的开发设计路径,提出包括投资、风险管理在内的一系列科学的解决方案。

由于本项目主要的目标是论证体育消费对体育产业的支撑作用,借助体育消费的构成证实目前中国体育消费的状态,因此需要有一些总量的指标描述和一些关联性的描述。

其中,总量的指标描述包括:

(1)就现有的调查表中的每个问题作一个基本数据的标注,反映数量上的差异并列出一个主要的排序表。

(2)罗列出理念、行为、内容的调查指标在地区、职业、收入、教育程度、年龄、职业、性别上的数据。

而有关按统计要求做出调查数据分析则体现在:

(1)证明在理念、行为、内容的三个基本的维度上,存在地区、职业、收入、教育程度、年龄、性别上的差异或没有差异。即关联性强否、影响大小。

(2)证明理念、行为、内容这三个构成要素体系以及地区、职业、收入、教育程度、年龄、职业、性别这些相关的因素构成一个关联的构成模型。

至于具体比较的立足点则通过以下内容予以表示:

(1)基本情况:

①选择的一般构成:不同的个人资料和家庭消费的基本条件对体育消费及其构成的影响。

②体现出三个基本维度——理念构成、行为构成、项目(内容)构成——的地区消费差异。

③目的在于论证出个人消费行为中的社会消遣和娱乐消费的主要载体之一——体育消费,以及从体育消费的构成中尽可能地总结出成熟度。