

SPORTS

¥\$

¥

SPORT

我国居民 体育消费行为 研究

人民体育出版社

《我国居民体育消费行为研究》课题组

JUMIN TIYU XIAOFEI XINGWEI YANJIU

国家社会科学基金项目

我国居民体育消费行为研究

《我国居民体育消费行为研究》课题组 编著

人民体育出版社

(京)新登字 040 号

图书在版编目(CIP)数据

我国居民体育消费行为研究 / 《我国居民体育消费行为研究》课题组编. — 北京: 人民体育出版社, 2000

ISBN 7-5009-1958-1

I. 我… II. 我… III. 体育-消费者行为论-研究-中国 IV. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 15814 号

人民体育出版社出版发行
中国铁道出版社印刷厂印刷
新华书店经销

★

787 × 1092 毫米 32 开本 5.5 印张 120 千字

2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1—570 册

★

ISBN 7-5009-1958-1/G · 1857

定价: 10.00 元

社址: 北京市崇文区体育馆路 8 号(天坛公园东门)

电话: 67143708(发行处) 邮编: 100061

传真: 67116129 电挂: 9474

(购买本社图书, 如遇有缺损页可与发行处联系)

课题组组长

孙汉超(武汉体育学院)

课题组成员

欧阳柳青(武汉体育学院)

唐宏贵 (武汉体育学院)

刘永东 (武汉体育学院)

何国民 (武汉体育学院)

周治金 (武汉体育学院)

成协祥 (中南财经大学)

向德平 (武汉大学)

李晓轩 (武汉体育学院)

前 言

随着我国市场经济体制的建立与逐步完善,体育社会化进程的步伐加快,体育管理体制向着纵深发展,人们对于居民体育消费问题越来越加以关注。因此,对我国居民体育消费行为这一全新问题的研究,探索居民体育消费行为的概念、观念、环节、类型、影响因素等问题,以及对居民体育消费水平进行客观分析与评价,对于引导居民合理地进行体育消费,扩大我国体育市场,促进体育产业化,推动我国体育事业的发展,以至扩大我国内需,为促进国家整个经济发展服务,均具有极其重要的意义。

这项研究,由武汉体育学院申报,于1997年被列为国家哲学社会科学基金项目(97BTY014),是体育学列为国家一级学科后首批在国家社会科学基金立项的项目之一。该项目研究以马列主义、毛泽东思想和邓小平理论为指导,以心理学、经济学、社会学、文化学等多学科理论与方法为基础,以广泛的社会调查为依据,确立调查对象和范围并采用多种抽样方法,具有广泛性、代表性、可比性。居民问卷共发放2020份,回收1961份,有效问卷1551份。同时对数十位专家进行了咨询。所有统计处理工作由计算机统计专家用SPSS软件完成。研究方法科学、可信。

该项目研究以系统理论为依据，首次提出我国居民体育消费行为系统的构架，并对该系统六个主要问题的内在联系进行了初步探索，完成了主题报告和六个子课题报告，从而填补了我国居民体育消费行为系统、全面研究的空白。在调查研究、专家咨询基础上，经分析论证提出的若干对策与建议，为体育、经济等部门制定政策、措施提供了可靠的科学依据。

该项目的研究得到国家体育总局政策法规司、湖北省宣传部哲学社会科学规划办公室的关心和指导，得到北京体育大学、哈尔滨体育学院、人民体育出版社及许多专家学者们的关心和支持，也得到武汉体育学院科研处、管理学心理学系的大力支持与帮助。在编写中，还参阅和引用了有关同志的著作、论文等，在此一并表示感谢。这项研究只是初步的，还有不少深层问题有待进一步研究和探讨。由于我们研究的时间和水平所限，难免会有一些缺点和错误，敬请读者批评指正。

《我国居民体育消费行为研究》课题组

目 录

总报告	(1)
1 问题的提出	(1)
2 国内外研究现状	(4)
3 研究对象与方法	(6)
4 结果与分析	(10)
5 结论与对策	(55)
6 主要参考文献	(61)
子课题	(68)
我国居民体育消费行为研究综述欧阳柳青 何国民	(68)
我国居民体育消费行为的心理学分析周治金 欧阳柳青	(80)
我国居民体育消费行为的经济学分析成协祥 欧阳柳青	(101)

我国居民体育消费的社会学分析·····	
·····刘永东 向德平(125)	
我国居民体育消费行为的文化学分析·····	
·····欧阳柳青(136)	
我国居民体育消费行为的成因与发展·····	
·····唐宏贵(148)	

总 报 告

1 问题的提出

社会主义现代化建设为人的全面发展创造了最根本的物质前提。随着劳动方式、生活方式的深刻变化,体育将成为人类生存之必需,成为人们社会生活中必不可少的内容。

在建立社会主义市场经济体制过程中,我国国民经济呈高速发展,居民经济收入提高较快,同期恩格尔系数不断下降,整体消费水平上升,居民非商品消费,特别是文化服务、生活服务和精神服务需求上升,余暇时间增加。延年益寿,促进自身的身心健康,要求自身价值能更好实现,成为人们的共同选择。居民体育消费需求不断增加,群众性体育活动蓬勃开展。

最大限度地满足广大人民群众日益增长的体育需要,为社会主义现代化建设服务,是我国体育事业的根本目的。通过宣传动员广大人民群众参加体育活动,逐步提高劳动者的健康水平和体力、智力素质,促进生产力发展。我国社会主义市场经济体制的逐步确立,为体育与经济的密切结合构置了内在机制。一方面发展体育产业,培育体育市场,满足和扩大人们的体育活动需求,并为国家增加财政收入,促进整

个国民经济持续健康地发展；另一方面也为在市场经济条件下发展我国体育事业，走向产业化道路提供了重要保证。

从体育经济学的观点看，体育也是一种生产活动，它投入人力、物力和财力，为社会提供体育用品、体育劳务和体育精神产品，同样也是在为社会创造价值，创造利润。体育这种生产活动，除必须遵循社会一般经济规律以外，还要充分考虑人们的体育消费需求和体育消费行为。体育消费和体育生产作为一对矛盾，体育生产决定体育消费，体育消费反作用于体育生产，二者呈现对立统一关系，因此，在战略上应把体育生产与体育消费放在同一地位上。积极的体育消费是体育生产得以顺利进行的基本条件，是促进体育再生产发展的强大动力，体育消费的规模和速度制约着流通的规模和速度。正如马克思所说：“没有生产，就没有消费。但是没有消费，也就没有生产，因为如果这样，生产就没有目的。”由此看来，对体育消费问题的研究，是有效组织体育生产活动，发展体育产业，扩大体育市场，进而促进整个体育事业发展的一个极其重要的前提条件。

对体育消费行为的研究，是所有体育消费问题研究中具有极为重要意义的领域。从目前的情况来看，我国对体育消费行为的研究尚存在诸多不足。首先，我们还没有从社会学和经济学的角度弄清体育事业、体育产业、体育消费的关系；体育消费与生活消费的关系；体育消费行为与体育参与行为之间的关系。其次，我们还不善于在社会主义市场经济条件和法律法规的基础上，激发、加强、维持人们的体育消费行为，以满足人们的体育运动需求，以至于不能对我国正在兴起的体育产业起到强大的助推作用，进而扩大内需，刺

激消费,使体育产业成为新的经济增长点,促进整个国民经济健康持续地增长。特别是在国际金融风波的巨大冲击下,我国经济要保持强劲增长的势头,体育产业和体育消费是一个十分重要的扩大内需的领域。

因此,有必要调查了解居民体育消费行为的现状,分析居民体育消费行为的影响因素,分析居民体育消费行为的特征与规律,寻找居民体育消费行为的实现途径及如何引导居民合理的体育消费行为,探讨适合我国国情的居民体育消费结构和消费方式。这些研究可以为培育、规范体育消费市场、促进体育产业的发展提供参考依据。同时对发展体育事业,促进社会主义经济发展均具有重大的理论意义和实践意义。

本课题研究对象“居民”是体育消费行为的主体,研究重点是居民个人购买体育商品或享受体育劳务服务时的“行为”(不研究社会性消费)。居民体育消费主要是指居民体育生活中的经济支出,一定量的体育消费水平是居民体育生活得以顺利进行的前提和保证,也是衡量居民体育消费行为的重要经济指标。居民体育消费需要是多种多样的,不同收入水平、价值观念、生活方式、体育认知、个性与气质的居民,其体育消费行为也不同。居民个人性体育消费行为与经济因素、社会因素、文化教育等密切相关,研究居民体育消费行为不能脱离这些影响因素。居民消费心理是消费行为研究的基本内容,居民体育消费的一切活动,都是居民心理活动过程的反映,居民体育消费行为是在满足其体育需要的欲望促使下,经过体育消费抉择过程,采取购买行为,实现需要的过程。因此,探索居民消费者个人的心理动机、态度、

行为特征，寻求居民消费者心理活动的一般规律，应当成为本课题研究的基本内容。

2 国内外研究现状

已有的各种消费行为理论在不同的范围内，从不同的角度考察了收入与消费、社会因素与消费、心理因素与消费之间的关系，如“简单消费行为理论”用“欲望饱和规律或边际效用递减规律”说明欲望的满足情况；“吉芬理论”提出“吉芬商品”与价格变化成正比关系；“货币幻觉理论”强调消费者由于货币幻觉作用而增加了自己的购买量，其消费行为与简单消费行为理论不符；“边际效用理论”尝试描述出统治购买消费物品的个人行为的机制；“社会学消费理论”提出消费行为的变化必须考虑社会学因素的影响；“消费函数理论”则力图把消费与收入联系在一起并预测出一般消费的变化；而心理学消费理论注意到各种类型的刺激因素，消费者行为、习惯、愿望和动机是在重要的、有力的刺激因素下产生的，如果刺激因素的作用使消费者的愿望发生变化，这种变化则是相对持久的。这些消费理论有不少相似之处，它们都把消费者作为各自模式的中心要素，而把环境作为影响因素来研究消费及消费关系。

国内外关于居民体育消费行为的研究报道并不是太多，梁增寿、阎世铎等以沈阳、南京两地区抽样调查为依据撰写的《城市居民体育现状的基本调查》一文表明：1987年城市居民的体育消费水平不高，但已基本列入常规家庭开支；

有体育消费的家庭年人均体育消费为 14.88 元,月人均体育消费为 1.24 元,体育消费占人均收入的 1.8%;调查还发现,体育消费与职业性质、文化程度和经济收入水平之间无显著性差异;结论是我国城市人口在体育方面的经济支出处在一个差异不太明显的范围内。该文还对城市人口体育消费水平相同的原因进行了分析。

七年后,广东省魏振兰等发表的《珠江三角洲体育现状及其发展战略研究》一文谈到了居民体育消费问题。抽样调查结果表明:我国沿海地区城镇居民人均生活费收入为 2337 元(1994 年珠江三角洲调查),群众用于体育方面的支出为人均 14.24 元,体育消费占生活费的 5.4%,珠江三角洲的体育消费不算低;结论表明体育消费已在成为家庭消费结构中的组成部分;体育消费取向呈多元化的特点。

1996 年《武汉体育学院学报》发表的唐宏贵《论体育消费系统》,从系统论的观点出发,把体育消费看成是由体育消费观念子系统、体育消费行为子系统、体育消费效果子系统组成的一个大系统,每个子系统又包括若干因素,通过系统的反馈,保持内部密切联系,发挥体育消费系统的功能。

1997 年《体育科学》发表的西安体院蔡军等《我国城市居民体育消费比较研究》一文,认为体育消费是现代社会生活消费的重要组成部分。认为人们对体育消费品的消费方式、消费结构和消费水平,直接影响到体育产业发展的规模和体育市场的拓展。该文调查了部分城市居民体育消费的现状、制约因素,并在此基础上初步提出了我国居民体育消费的一般规律和发展趋势。

综观国内外研究现状,目前该类课题比较系统、全面的

研究几乎没有。但是国内外学者关于居民体育消费的初步研究,对本课题系统全面的研究却有一定的参考价值。本文尝试以邓小平理论为指导,以哲学、心理学和社会学消费理论为基础,借助经济学、文化学、体育学、行为学等理论,从理论到实践,综合探讨居民体育消费行为。

3 研究对象与方法

3.1 研究对象

本课题研究对象为全国居民体育消费行为。在研究中采用分层抽样、整群抽样、随机抽样相结合的方法,在全国范围内抽取。有效样本容量为 1551 例。

3.2 研究方法

3.2.1 文献资料法

①国内外有关刊物上发表的关于体育消费及体育消费行为的研究报道,以及有关居民体育活动的调查研究。

②国内外出版的与本课题有关的哲学、社会学、心理学、经济学、营销学、市场学、行为学、统计学、体育理论等文献资料。

3.2.2 调查法

①问卷设计

1996~1997年间我们分别在武汉、上海等地对居民体育消费进行了初步了解,查阅并听取了有关专家的意见,收集了一些关于居民体育消费方面的资料。

在座谈、访问、咨询基础上,根据有关理论与知识,编制调查问卷;为确保问卷的合理、有效性,将调查问卷发给有关专家,请专家提修改意见;同时在小范围内进行了问卷调查,收集居民对调查问卷的意见,在此基础上,我们对调查问卷进行了补充修改,将修改的问卷再次咨询有关专家,基本上得到了专家的认可。

问卷列出了居民体育消费行为的15个问题和居民基本情况8个方面(年龄、性别、职业、文化程度、家庭类型、家庭人口、家庭收入、家庭住址);评价采用LIKERT五级、三级评分法;为保证问卷的有效性,请有关专家对问卷的结构和内容效度进行了检验;为保证问卷的可信性,于1997年7~8月,间隔30天,请30名居民进行了两次测试,相关系数 $R=0.89$ 。

问卷正式调查于1997年12月~1998年3月进行,共发放问卷2020份,回收问卷1961份,其中有效问卷1551份。

②抽样设计

分层抽样。根据我国各省(市、区)的地理环境、经济发展水平,将它们分为三类(层)地区:东部(或沿海)、中部(内陆)、西部(边远)三类地区,在各类地区内随机抽取若干省(市、区)为调查层,分层抽样结果如表1所示。

整群抽样。为方便起见,在每一抽取的各省(市、区)中,用整群抽样方法抽取大、中、小城市及农村乡镇若干为调查

表 1 分层抽样结果

分层	各层包括省(市、区)	各层抽取省(市、区)
东部(沿海)	辽宁*、天津*、北京*、山东*、江苏*、上海*、浙江*、福建*、广东*、海南*、河北、广西、台湾、香港	打“*”者为抽取的省(市、区)
中部(内陆)	黑龙江*、吉林*、江西*、湖南*、湖北*、河南*、重庆*、内蒙古、山西、安徽、陕西	打“*”者为抽取的省(市、区)
西部(边远)	新疆*、贵州*、云南*、四川*、西藏*、宁夏、甘肃、青海	打“*”者为抽取的省(市、区)

地区。

随机抽样。在所抽取的城市及乡镇中,由调查人员按随机抽样原则抽取若干居民作为调查对象,让他们认真如实填写问卷表。

③调查过程的组织

在武汉高校学生中(以武汉体院管理系、心理系学生为主)组织了家庭分布在所调查城市和乡镇的学生 123 人作为调查人员,对他们进行了为期一天的培训,使他们对本次调查的目的、意义有深刻的认识,特别对调查中的随机抽样方法进行了严格训练,以保证所抽取的样本具有代表性。

3.2.3 特尔菲法

体育消费对策在“居民体育消费行为”问卷结果的基础上对 20 位专家进行了专家调查。

3.2.4 数理统计法

①对一般的问题进行常规统计；

②对“消费行为”“消费目的”“消费动机”“消费信息”“消费行为角色”“影响消费行为因素”“消费后评价”等主要问题进行了 R 型因子分析，各取得几个主要因子；

③对不同类型居民(性别、年龄、文化等)“体育消费行为”“消费目的”等进行多重比较；

④所有统计计算均用 SPSS 统计软件完成。

3.2.5 逻辑分析法

在马克思主义哲学思想指导下，运用行为学、经济学、社会学、文化学、心理学、体育学等理论对调查进行归纳、综合、分析、演绎、推理。