

浙江省哲学社会科学规划课题（课题号157157）

浙江省城市居民体育消费市场 供需结构与优化研究

Zhejiangsheng Chengshi Jumin

Tiyu Xiaofei Shichang

Gongxu Jiegou yu Youhua Yanjiu

王乔君 胡小玲 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

浙江省城市居民体育消费市场 供需结构与优化研究

王乔君 胡小玲 著

图书在版编目 (CIP) 数据

浙江省城市居民体育消费市场供需结构与优化研究 /
王乔君, 胡小玲著. —杭州: 浙江大学出版社, 2015. 11

ISBN 978-7-308-14449-0

I. ①浙… II. ①王…②胡… III. ①体育产业—消
费构成—研究—浙江省 IV. ①G812

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 042052 号

浙江省城市居民体育消费市场供需结构与优化研究

王乔君 胡小玲 著

责任编辑	葛娟
责任校对	董雯兰
封面设计	春天书装
出版发行	浙江大学出版社 (杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007) (网址: http://www.zjupress.com)
排版	杭州中大图文设计有限公司
印刷	杭州日报报业集团盛元印务有限公司
开本	710mm×1000mm 1/16
印张	13
字数	215 千
版印次	2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷
书号	ISBN 978-7-308-14449-0
定价	38.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

前 言

在我国社会经济水平高速发展的今天,体育产业作为“朝阳产业”也呈现出迅猛发展的态势。统计数据显示,至2012年,我国从事体育事业以及相关产业的人员达到375.62万人,实现增加值3135.95亿元,增长率达14.44%,占GDP的比重为0.6%左右。虽然我国体育产业占GDP的比重逐年增长,但依然远低于社会经济发展国家1%~3%的比例水平。国民经济收入水平不断增长必然导致人们对高品质精神文化生活的追求,人们的健身健康意识以及由此产生的健身健康消费意识也必然不断增强,人们的这种需求通常都是通过体育健身得以实现的。因此,体育健身服务市场作为体育产业的后发市场,必将迎来快速发展。

浙江省作为我国社会经济文化发展强省,体育健身服务市场的发展水平相对较高,这是由体育产业的属性所决定的。依照国际标准,当人均GDP达到3000美元时,休闲消费指数就会上升;当人均GDP达到5000美元时,将基本进入全民休闲时代;当人均GDP超过1万美元时,健身服务业将惠及并普遍走进城镇家庭。浙江省人均GDP已越过1万美元的标准,可以预期,体育健身服务市场的爆发式发展将如期而至。

然而,体育健身服务市场的快速增长离不开国家政策的支持,在我国尤其如此。2011年,国家体育总局颁布的《体育产业“十二五”规划》首次提出了体育产业发展的主要目标以及发展措施。

国家工商行政管理总局为了大力支持全民健身服务业的健康发展,激发社会资本参与全民健身服务业的投资热情,推动完善全民健身事业发展的市场运营机制,于2012年出台了《关于充分发挥工商行政管理职能作用鼓励和引导民间投资健康发展的意见》《关于大力支持小型微型企业创业兴业的实施意见》,积极鼓励和引导民间投资兴办全民健身事业,支持发展各类非公有制全民健身业市场主体,在政策上鼓励并促进全民健身领域小微企业的发展。此外,国务院总理李克强在2014年9月2日举行的国务院常务会议上首次提出了:“加快发展体育产业、促进体育消费推动大众健身。”

在体育健身服务市场快速发展的同时,我们必须对产业发展中存在多年的老问题及不断出现的新问题给予足够的重视,有些问题需要破题,有些问题需要研究,这也是本研究之意义所在。

本书结合浙江省总体经济情况,根据《浙江统计年鉴(2013年)》,最终确定四个城市(杭州市、宁波市、温州市、绍兴市)作为研究区域,在实地实证调查与访谈过程中收集了一些看似偶然实则必然的案例,并结合产业理论对其做出分析、论证及阐述。本书的特色如下:

▲首先,对目前浙江省体育健身服务市场的整体现状进行系统的数据分析与研究,并结合消费行为学中的霍华德—谢思模式对需求方进行了分析。

▲运用经济学的供需理论并结合产业整体现状,对体育健身服务市场供需双方的影响因素进行了系统的结构分析。

▲通过对浙江省体育健身服务市场供给方与需求方及影响因素的分析,分别研究供给方和需求方在各自影响因素下的变动及供需双方的共同作用,并结合尼科西亚模式进行评估,试图发现和挖掘供需结构问题。

▲本书的重点是体育健身服务市场中供需结构问题分析,选用一些实际案例则是为了便于将复杂的经济问题变得通俗易懂。结合一般经济学原理,从技术性、摩擦性、波动性、调控性失衡情况对供需结构的失衡现象进行分析,则是为了使经济学问题变得更直观也更实用。

▲最后,本书以“供需双赢、供需平衡”为出发点和归宿,提出了一些可供政府和市场选择的优化政策,深化“看得见的手”的扶持政策 and “看不见的手”的市场决定,以促进体育健身服务市场健康有序、可持续发展。

本书在撰写过程中参阅了大量消费行为学、经济学、管理学以及市场营销学的文献资料,获得了很多启迪,促进了本书的完善。当然,需要说明的是,尽管本人已极尽所能,仍难免在观点、理念及数据上出现疏漏和瑕疵,还望广大读者不吝批评指正,在此表示诚挚的感谢。

是为前言。

王乔君

2014年9月于宁波

目 录

1 绪 论	1
1.1 研究背景及研究意义	1
1.2 研究论域、研究思路和内容结构	3
2 文献综述	5
2.1 相关理论	5
2.2 有关体育消费研究的回顾	10
2.3 有关体育市场研究的回顾	14
2.4 有关体育服务业研究的回顾	18
2.5 有关体育健身服务业研究的回顾	21
3 浙江省城市区域经济优势评估	27
3.1 经济发展水平	28
3.2 社会结构水平	31
3.3 生活质量水平	33
3.4 经济优势综合评估	35
4 浙江省城市居民体育健身服务市场供需特征的分析	36
4.1 供给方的特征分析	36
4.2 需求方的特征分析	47
5 浙江省城市居民体育健身服务市场的影响因素分析	65

5.1	供给方的影响因素分析	65
5.2	需求方的影响因素分析	79
6	浙江省城市居民体育健身服务市场供需结构的评估	88
6.1	态度的概念、特征以及影响力	88
6.2	企业态度评估	90
6.3	信息源的传递途径	101
6.4	消费者态度评估	102
6.5	消费者动机的形成	107
6.6	消费者对企业的评价	109
6.7	消费者的购买抉择	111
6.8	信息反馈	114
7	浙江省城市居民体育健身服务市场供需结构的问题分析	120
7.1	供给方的问题分析	121
7.2	需求方的问题分析	139
7.3	供需结构的问题分析	147
8	浙江省城市居民体育健身服务市场供需结构优化建议	157
8.1	市场性优化建议	158
8.2	政策性优化建议	181
附录 1		185
附录 2		189
附录 3		192
主要参考文献		194
索 引		197

1 绪 论

1.1 研究背景及研究意义

1.1.1 研究背景

随着中国经济稳步、高速的发展和全面建设小康社会的进程,中国经济增长的模式已从供给约束型转换为需求约束型,消费、投资和净出口这三大需求已成为影响中国经济稳定增长的关键,然而,这三大类的指标是不可等量齐观的。保持中国经济稳定增长主要靠内需的拉动。内需的两个重要组成即为消费和投资。随着市场经济体制在资源配置中的基础性地位不断强化和消费者主权模式的确立,消费将进一步影响中国经济增长。与此同时,人们的生活理念和消费需求发生了巨大的变化。城市居民收入和消费水平提速之快让世界震惊,居民消费由追求基本生活的满足发展为注重生活质量的提高,消费结构从以农产品消费为特点的温饱型进入了以工业品消费为特点的小康型。由于人们的兴趣爱好不同以及所处环境的差异,人们产生了各种各样的需求。美国心理学家马斯洛提出一个著名的需要层次论,他把人的需要分成生理的、安全的、社会的、尊重的和自我实现的需要,揭示了人类需要的层次性上升,也反映了消费需要的层次性。我国的体育消费是顺应社会经济消费结构变化,且极具增长潜力的服务性消费。基于体育消费迅速增长的这一趋势,体育消费结构的研究也日益成为体育经济研究

的热点之一。

浙江省是我国综合实力较强的区域,在社会主义现代化建设全局中具有重要的战略地位和带动作用。随着浙江经济的快速发展、城市群经济实力的提升、城市居民收入增加和闲暇时间总量的增加,浙江省城市居民的生活水平得到不断地改善和提高、消费结构也在不断地改变,同时,人们的体育消费内容和体育消费市场也发生了变化。从消费者行为角度出发,消费的基础是需要,满足需要通过消费来完成。按照马斯洛“需要层次论”,人的需要是一个从低级到高级的顺序固定的发展过程,只有当低层次的需要被满足之后,才能激活人对下一个层次的需要。这说明人的需要不仅具有多层次、多样性的特征,而且在满足各种需要时还存在着先后的次序关系,一个人首先必须满足基本需要才能上升到更高层次,他的需要取决于他目前能够得到什么。因此,只有当生产方以供给的形式参与进来与需求形成互动之后才能最终实现消费。本研究选择浙江省城市体育健身服务业——企业作为供给方、城市居民作为需求方,以体育健身服务市场的供需结构作为研究内容。为政府及相关部门制定有效的政策,改善体育健身服务市场供需结构,对促进体育消费升级,进一步拉动经济增长,具有十分重要的意义。

1.1.2 研究意义

随着我国生产力水平的不断提高,居民的生活水平达到了新的层次和高度。在经济较发达的地区,体育消费在人们的日常消费中已经占有很大比重,随着体育消费水平的增长,居民的需求层次也随之提高。从消费的角度看,在居民消费结构中,除居于主体地位的“生活消费”外,“发展消费”和“享受消费”所占的比例在稳步增加。体育消费作为发展和享受消费的内容之一,也有了明显的提高。因此,体育消费是21世纪体育事业发展的重要内容之一,将合理引导社会居民开展健身活动和科学的消费活动。

本研究基于当前我国经济社会的发展背景,以相关经济学理论为支点,从浙江省体育健身服务业和城市居民体育健身消费者现状的调查着手,了解经济较发达地区体育健身服务业供需方的情况。城市居民体育消费的内容和结构会直接影响消费品的生产结构。对城市居民体育健身服务消费问题的研究和认识,一方面,有助于正确引导消费,实现体育消费中供需双方结构的合理化;另一方面,有助于产业结构和产品结构的调整、解决供需矛

盾。为促进浙江省经济的良性循环,繁荣浙江省体育健身服务消费市场、推动浙江省体育产业的健康发展,具有十分重要的现实意义。

理论意义:从经济学、社会学、行为学和消费学角度出发,采用调查问卷形式分析浙江省城市居民体育健身服务消费市场供给方特点,并运用霍华德—谢思消费行为理论,分析需求方现状,在分析了供需双方各自的影响因素后,采用尼科西亚模式对其结构进行系统评估,为体育健身服务消费市场供需匹配、供需双赢奠定理论基础。

应用价值:从影响体育健身服务消费市场的经济因素、教育文化、体制机制、消费环境和决策过程等角度出发,通过发放调查问卷以及专家访谈,对浙江省城市居民体育健身服务消费市场供需方现状进行系统评估,找出问题,提出促进浙江省城市居民体育健身服务消费市场供需结构优化的建议。

1.2 研究论域、研究思路和内容结构

1.2.1 研究论域

体育消费可分为有形体育产品消费与无形体育产品消费。有形体育产品是指满足体育消费者从事体育活动的各种实体性产品。有形体育产品消费包括购买体育服装以及运动器材,购买体育期刊、书报等实物性支出等。

无形体育产品消费具有一般物质产品的基本属性,是体育消费的有机组成部分。无形体育产品是指以活动形态向社会提供各类体育服务产品,主要包括观赏性体育产品以及参与性体育产品。观赏性体育产品是指满足人们欣赏和享受精神文化娱乐需要的高水平竞赛表演等产品(例如,职业体育联赛、各种商业性比赛)。参与性体育产品是指人们通过亲身从事体育活动,以满足健身、娱乐、学习技能等需求的过程和结果。即人们可以通过体育活动,达到增强体质、获取快乐、掌握技能等目的。

在诸多体育产品中,最能反映体育本质特性的当属体育服务消费。体育服务消费包括体育健身服务业、竞技表演业、体育中介业、体育旅游业、体育传媒业、体育博彩业、体育保险业。

本研究内容:体育健身服务业

本研究对象:根据 2013 年浙江省统计年鉴,对浙江省城市区域经济优势进行评估,选取在经济发展水平、社会结构水平和生活质量水平指标中排列前四位的城市(杭州市、宁波市、温州市、绍兴市),在每个城市随机抽取 10 家(共 40 家)以健身项目为主营业务的综合型经营性体育健身服务企业作为供给方,在每家健身服务企业中,随意选取 10 名消费者(共 400 名)作为需求方。

1.2.2 研究思路

本研究以浙江省城市居民体育健身服务消费市场的消费者作为需求方,以体育健身服务业作为供给方,本着“提出问题—分析问题—解决问题”的逻辑顺序,依据市场供需“演进趋势—系统评估—优化结构”的研究顺序,通过对供需双方的实证调查,以霍华德—谢思模式为理论构架,对浙江省城市居民体育健身服务市场现状进行分析,挖掘浙江省城市居民体育健身服务消费市场的影响因素,运用尼科西亚模式对体育健身服务消费供需结构进行系统评估,然后基于以上分析总结浙江省城市居民体育健身服务消费市场供需结构存在的问题,最后提出促进体育服务消费市场供需结构调整和优化的建议。

1.2.3 内容结构

本研究内容框架,如图 1-1 所示。

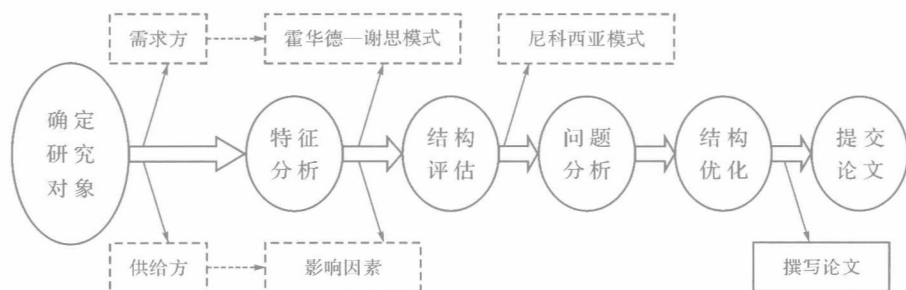


图 1-1 研究内容框架

2 文献综述

2.1 相关理论

2.1.1 恩格尔系数

恩格尔系数(Engel's coefficient)是食品支出总额占个人消费支出总额的比重,用于衡量一个国家、一个城市富裕程度。一个家庭,收入越少,家庭收入中(或总支出中)用来购买食物的支出比例则会上升,所以一个国家越贫穷,每个国民的平均收入中(或平均支出中)用于购买食物的支出所占比例就越大。当一个国家或城市加快了经济的发展,城乡居民收入水平会大幅度增加并直接促进恩格尔系数的下降,城乡居民收入水平提高了,必然会提高居民的生活消费水平。也就是说,恩格尔系数越低,居民越富裕。联合国根据恩格尔系数的大小,对世界各国的生活水平有一个划分标准,即一个国家平均家庭恩格尔系数大于61%为贫穷;51%~60%为温饱;41%~50%为小康;31%~40%属于相对富裕;21%~30%为富裕;20%以下为极其富裕。

2.1.2 需要层次论

马斯洛“需要层次论”是研究人的需要结构的一种理论,它是由美国心理学家马斯洛首创的一种理论。马斯洛理论中把需要分成“生理需要、安全

需要、社交需要、尊重需要和自我实现需要”五类,依次由较低层次上升到较高层次,他指出只有满足低层次的需要后才会有能力追求更高档次的精神享受,其中“生理需要和安全需要”属于温饱阶段,“社会需要和尊重需要”属于小康阶段,“自我实现需要”属于富裕阶段,如图 2-1 所示。



图 2-1 需要层次论

2.1.3 霍华德—谢思理论

20 世纪 60 年代由霍华德先提出,后经修改并在与谢思合作出版的《购买行为理论》一书中正式提出,如图 2-2 所示。该模式由 4 大因素组成:

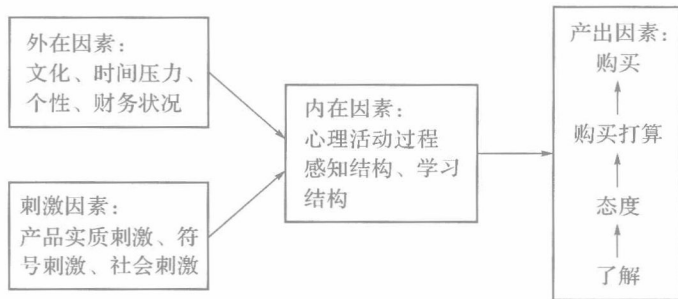


图 2-2 霍华德—谢思模式

(1)刺激因素,叫做输入变量。包括产品实质刺激(某客体的特点:产品质量、价格、产品特征、可用性、服务)、产品符号刺激(指商业媒体,广告媒体或推销员将产品特征传递给消费者)、社会刺激(分析产品特征的来源与社会环境)三个部分。

(2)外在因素,叫做外在变量。指文化、财力、时间和个性等。

(3)内在因素,叫做内在过程。介于刺激和反应之间起作用的因素,主要指心理活动过程。

(4)产出因素,叫做结果变量。指认识反应、情感反应、行为反应。

产入因素和外在因素是购买行为的刺激物。它们通过唤起和形成动机,影响购买者的心理活动状态,形成购买决策的中介因素。动机与中介因素的相互作用,产生某种倾向或态度,最后产生购买结果。

该模式借鉴心理学、社会学和管理学的知识,从多方面解释消费者行为。结构严谨,内容完整,适用于研究各种不同的产品和不同消费者的购买模式,参考价值较大,可操作性较强。

2.1.4 尼科西亚模式

尼科西亚模式主要是将消费者购买过程划分成决策程序的流程图,对消费者决策过程进行模拟,如图 2-3 所示。

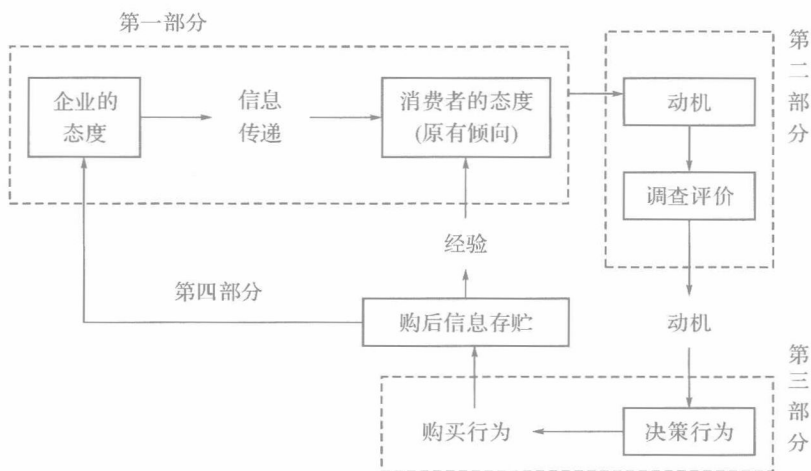


图 2-3 尼科西亚模式

该模式由四大部分组成:

第一部分,从信息源到消费者态度,包括企业和消费者两方面的态度;信息流程,厂商将有关产品的信息通过广告等媒介传至消费者,经过消费者的内化(internalization)后,形成态度;

第二部分,消费者对商品进行调查和评价,并且形成购买动机的输出;信息寻求及方案评估,消费者态度形成后,对厂商的产品产生兴趣,通过信

息收集作为评估准则,因此产生购买动机;

第三部分,消费者采取有效的决策行为;购买行动,消费者将动机转变为实际的购买行动,这一过程受品牌的可用性、经销商因素的影响;

第四部分,消费者购买行动的结果被大脑记忆、贮存起来,供消费者以后的购买参考或反馈给企业。信息反馈,消费者购买产品以后,经过使用过程,对所购买的产品产生实际的经验,由购后使用的满意程度,影响再购行为,同时厂商也通过消费者的购买意向与使用的满意程度,获得信息的反馈,以作为品质改进、定价、广告以及其他营销策略的参考依据。

2.1.5 供给理论

1. 供给、供给表、供给曲线

- 供给是指生产者(企业)在某一特定时期内,在每一价格水平时愿意而且能够供应的某种商品量。是供给愿望与供给能力的统一。

- 表示某种商品的价格与供给量之间关系的表就是供给表。

- 供给曲线是根据供给表画出的,表示某种商品价格与供给量之间的关系的曲线,向右上方倾斜。

2. 影响供给的因素,供给函数

- 影响供给的因素包括影响企业供给愿望与供给能力的各种经济与社会因素,这些因素主要是:生产要素的数量与价格、技术以及预期。

- 供给函数用来表示影响供给的因素与供给之间的关系。

3. 供给定理

供给定理是说明商品本身价格与其供给量之间关系的理论。其基本内容是:在其他条件不变的情况下,一种商品的供给量与价格之间呈同方向变动,即供给量随着商品本身价格的上升而增加,随商品本身价格的下降而减少。

4. 供给量的变动与供给的变动

- 供给量的变动是指在其他条件不变的情况下,商品本身价格变动所引起的供给量的变动。供给量的变动表现为同一条供给曲线上的移动。

- 供给的变动是指在商品本身价格不变的情况下,其他因素变动所引起的供给的变动。供给的变动表现为供给曲线的平行移动。

2.1.6 需求理论

1. 需求、需求表、需求曲线

• 需求是指消费者(家庭)在某一特定时期内,在每一价格水平时愿意而且能够购买的某种商品量。需求是购买欲望与购买能力的统一。

• 表示某种商品的价格与需求量之间关系的表就是需求表。

• 需求曲线是根据需求表画出的,表示某种商品价格与需求量之间关系的曲线,向右下方倾斜。

2. 影响需求的因素,需求函数

• 影响需求的因素包括影响购买欲望与购买能力的各种经济与社会因素,这些因素主要为:收入、替代品、消费者嗜好与预期。

• 某种商品的需求还与其他相关商品的价格相关。相关商品有互补品和替代品两种。

互补品是指共同满足一种欲望的两种商品,它们之间是相互补充的。两种互补品之间价格与需求呈反方向变动。

替代品是指可以互相代替来满足同一种欲望的两种商品,它们之间是可以相互替代的。两种替代品之间价格与需求呈同方向变动。

• 需求函数用来表示影响需求的因素与需求之间的关系。

3. 需求定理

需求定理是说明商品本身价格与其需求量之间关系的理论。其基本内容是:在其他条件不变的情况下,一种商品的需求量与其本身价格之间呈反方向变动,即需求量随着商品本身价格的上升而减少,随商品本身价格的下降而增加。

4. 需求量的变动与需求的变动

• 需求量的变动是指在其他条件不变的情况下,商品本身价格变动所引起的需求量的变动。需求量的变动表现为同一条需求曲线上的移动。

• 需求的变动是指在商品本身价格不变的情况下,其他因素变动所引起的需求的变动。需求的变动表现为需求曲线的平行移动。