

文章编号: 1007-2985(2010)03-0112-03

湖南城市不同阶层居民体育休闲消费差异分析^{*}

马志军, 石 红

(吉首大学体育科学学院, 湖南 吉首 416000)

摘 要: 体育休闲消费已成为大众生活消费的重要内容, 为了了解城市各阶层居民体育休闲消费情况, 对湖南省各州市城市居民体育休闲消费的现状进行调查。结果显示: 不同阶层居民在消费态度、消费动机方面存在显著差异, 在消费场所、消费水平与消费结构方面不存在显著差异。

关键词: 阶层; 城市居民; 体育休闲消费

中图分类号: G811.4

文献标识码: B

随着经济快速发展和人民生活水平的提高, 城市居民的闲暇时间有了大幅度的增加, 居民越来越关注自身生活质量, 从满足物质生活需要转向对精神生活的追求。体育休闲已越来越成为提升生活品质、滋养精神、改善福利、沟通人际关系、培养正确的价值观、促进社会和谐的良好途径。为了较全面地了解和掌握当前湖南省城市不同阶层居民体育休闲消费的现状及规律, 引导城市居民对体育休闲消费的认识, 构建科学、健康、文明的生活方式, 笔者对湖南省城市各阶层居民体育休闲消费情况进行了抽样调查与分析。

本研究以问卷调查为主, 问卷经专家效度和重测信度检验, 符合社会学研究的问卷调查要求。采用比例分层随机抽样与整群随机抽样相结合的方法进行抽样。根据各市(州)、县(市、区)、社区的人口密集程度确定样本量, 在样本确定时对各市(州)、县(市、区)、社区等进行分层并确定抽查比例。对确定样本中的长沙市、株洲市、湘潭市、衡阳市、益阳市、常德市、岳阳市、邵阳市、郴州市、娄底市、永州市、怀化市、张家界市、湘西自治州 18~65 岁的城市居民(不包括学生群体)发放问卷 2 000 份, 回收问卷 1 712 份, 回收率为 85.6%。其中有效问卷 1 631 份, 有效率为 81.6%。调查数据使用 spss17.0 软件进行统计分析。

因为调查的目的在于了解湖南省不同阶层的体育休闲消费特点, 所以采用申亮^[1] 社会阶层量表, 按受教育程度、月平均收入、职业 3 个不同指标分别由低到高分 7 个层次赋予 1~7 分分值, 按 3 项总分情况将社会成员划分为 5 个阶层: 上层 18~21 分; 中上层 15~17 分; 中层 11~14 分; 中下层 8~10 分; 下层 1~7 分。在此次有效的调查群体中: 下层居民 173 人, 占 10.6%; 中下层 428 人, 所占比例为 26.2%; 中层居民 565, 占 34.6%; 中上层居民 331 人, 占 20.3%; 上层居民 134 人, 占 8.2%。

1 体育休闲消费态度

表 1 列出城市不同阶层居民体育休闲消费态度调查结果。

表 1 湖南省城市不同阶层居民体育休闲消费态度一览表

人(%)

体育休闲消费态度	下层	中下层	中层	中上层	上层
非常值得	16(9.2)	28(6.5)	104(18.4)	60(18.1)	43(32.1)
值得	45(26.0)	156(36.4)	248(43.9)	196(59.2)	78(58.2)
一般	87(50.3)	185(43.9)	199(35.2)	75(22.7)	13(9.7)
不值得	25(14.5)	59(13.8)	14(2.5)	0	0

对表 1 结果进行 X^2 检验, 得 $X^2 = 259.725, P = 0.000 (P < 0.05)$, 说明湖南省城市不同阶层居民在体育休闲消费态度方面存在显著性差异。由于经济条件是开展一切文体活动的基础, 居民收入水平的高低直接影响其休闲体育消费能力^[2]。

* 收稿日期: 2010-01-13

基金项目: 2009 年湖南省教育厅科学研究项目(09C813)

作者简介: 马志军(1977-), 男, 宁夏灵武人, 讲师, 硕士, 主要从事体育教育训练学与体育经济学研究。

高阶层居民收入较高所以十分重视个人的生活质量,而低阶层的居民收入水平较低,在满足基本生活消费后已经没有太多经费去进行休闲消费.当然,另一方面也可能由于高阶层的居民中文化水平相对较高,对体育休闲有较深入的认识.

2 体育休闲消费动机

表2 列出城市不同阶层居民体育休闲消费动机调查结果.

表2 湖南省城市不同阶层居民体育休闲消费动机一览表(多选) 人次(%)

体育休闲消费动机	下层	中下层	中层	中上层	上层
强身健体	93(53.8)	258(60.3)	359(63.5)	195(58.9)	65(48.5)
休闲娱乐	40(23.1)	155(36.2)	267(47.3)	170(51.4)	93(69.4)
健美减肥	31(17.9)	86(20.1)	147(26.0)	74(22.4)	31(23.1)
治病保健	47(27.2)	79(18.5)	103(18.2)	52(15.7)	21(15.7)
与人交往	23(13.3)	73(17.1)	126(11.4)	74(22.4)	38(28.4)
满足兴趣	18(10.4)	67(15.7)	94(22.3)	83(25.1)	40(29.9)
其他	5(2.9)	12(2.8)	9(1.6)	6(0.9)	2(1.5)

消费动机是诱发和维持人们进行体育消费以达到个人对体育需求目的的内在动力,体育消费行为则是这种内在过程的结果^[3].对城市不同阶层居民消费动机采用进行 X^2 检验,得 $X^2=10.119, P=0.041(P<0.05)$,说明湖南省城市不同阶层居民体育消费动机存在显著性差异.表2显示,湖南省城市下层和中下层居民体育休闲的主要动机为强身健体,而中层以上居民随着收入与文化水平的提高,参与体育休闲消费已由强身健体较多地转向注重体育的休闲娱乐性与社会交往.

3 体育休闲消费场所

表3 列出城市不同阶层居民主要体育休闲消费场所调查结果.

表3 湖南省城市不同阶层居民主要体育休闲消费场所一览表 人(%)

体育休闲消费场地	下层	中下层	中层	中上层	上层
高档健身场所	0	0	11(2.0)	23(6.9)	32(23.9)
中低档健身场所	8(4.6)	32(7.5)	231(40.9)	129(39.0)	20(14.9)
单位福利性场所	23(13.3)	75(17.5)	132(23.4)	73(22.1)	25(18.7)
公园社区广场	96(55.5)	182(42.5)	93(16.5)	65(19.6)	19(14.2)
学校对外开放的体育场馆	26(15.0)	86(20.1)	76(13.5)	26(7.9)	21(15.7)
自家庭院或室内	13(7.5)	33(7.7)	13(2.3)	10(3.0)	9(6.7)
其他	7(4.0)	20(4.5)	9(1.6)	5(1.5)	8(6.0)

体育活动场地作为一种物化的体育环境,它是城市居民进行体育消费的基本条件之一.良好的体育环境对促进居民从事体育消费有着积极的导向作用.它能给人一种无形的力量,从而激发居民产生体育消费的欲望,并使他们在体育消费的过程中身心得到愉悦,精神上受到良好的物化作用^[4].对表3结果进行 X^2 检验,得 $X^2=0.000, P=1.000(P>0.05)$,说明湖南省城市不同阶层居民体育消费场地选择不存在显著性差异.这可能是由于湖南省除了省会城市长沙外,其他城市缺乏场地设施较好的收费体育休闲场所,造成了各阶层居民体育休闲消费场所主要集中于公园社区广场、学校对外开放的体育场馆和中低档健身场所.

4 体育休闲消费水平

表4 列出城市不同阶层居民年体育休闲消费水平调查结果.

表4 湖南省城市不同阶层居民年体育休闲消费水平一览表 人(%)

体育消费水平	下层	中下层	中层	中上层	上层
100元以下	142(82.1)	283(66.4)	245(43.4)	102(30.8)	36(26.9)
101~500元	31(17.9)	128(30.0)	143(25.3)	79(23.9)	28(20.9)
501~1000元	0	17(4.0)	123(21.8)	83(25.1)	41(30.4)
1000元以上	0	0(0)	54(9.6)	67(20.2)	29(21.6)

对表4结果进行 X^2 检验,得 $X^2=0.000, P=1.000(P>0.05)$,说明湖南省城市不同阶层居民年体育休闲消费水平不存在显著性差异.表5显示,湖南省城市大部分居民年体育休闲消费水平仍处在较低层次.这可能由于现代城市居民在教育、医疗以及住房方面的投入加大,从而限制了休闲性消费.中层以上居民体育休闲消费水平较低,一方面可能是由于可选的休闲方式较多,另一方面也可以是由于缺乏健康的休闲意识.

5 体育休闲消费结构

表 5 列出城市不同阶层居民体育休闲消费结构调查结果。

表 5 湖南省城市不同阶层居民体育休闲消费结构一览表(多选)

体育消费结构	人次(%)				
	下层	中下层	中层	中上层	上层
运动服装	126(72.8)	357(83.4)	471(83.3)	284(85.8)	113(84.3)
体育健身器材	18(10.4)	56(13.1)	81(14.3)	97(29.3)	38(28.4)
观看体育比赛	12(6.9)	31(7.2)	67(11.9)	132(39.9)	54(40.3)
参加健身培训	11(6.4)	47(11.0)	170(30.1)	143(43.2)	68(50.7)
体育彩票	13(7.5)	30(7.0)	61(10.8)	56(16.9)	17(12.7)
体育旅游	2(1.2)	7(1.6)	28(5.0)	27(8.2)	34(25.4)
体育报刊和杂志	13(7.5)	26(6.1)	49(8.7)	80(24.2)	36(26.9)
其他	6(3.5)	9(2.1)	16(2.8)	19(5.7)	15(11.2)

消费结构是指人们在消费过程中的多种消费资料和劳务的构成或比例关系,可以用各项消费支出在生活消费支出中所占比重来表示。它是反映居民生活消费质量变化状况以及内在构成合理化程度的重要标志^[5]。对城市不同阶层居民体育休闲消费结构采用 X^2 检验,得 $X^2=0.000$, $P=1.000$ ($P>0.05$),说明湖南省城市不同阶层居民年体育休闲消费结构不存在显著性差异。表 5 显示,湖南省各阶层城市居民体育休闲消费结构以实物性消费为主,购买体育服装支出频数最高,这符合我国居民消费心理与观念,而且体育服装在功能上与同类物质产品有一定的替代性^[6]。中层以上的居民参与性消费与信息性消费开始增加,说明随着居民生活水平的提高,非实物性体育休闲消费的比例在逐渐增大。

综合以上调查结果说明:湖南省城市不同阶层居民在体育休闲消费态度方面存在显著性差异。居民的体育消费观念随着收入水平的提高而提高;不同阶层居民体育消费动机存在显著性差异,下层和中下层居民体育休闲的主要动机为强身健体,而中层以上居民由强身健体较多地转向注重体育的休闲娱乐性与社会交往;不同阶层居民体育消费场地不存在显著性差异,各阶层居民体育休闲消费场所主要集中于公园社区广场、学校对外开放的体育场馆和中低档健身场所;不同阶层居民年体育休闲消费水平不存在显著性差异,湖南省城市大部分居民年体育休闲消费水平仍处在较低层次;不同阶层居民年体育休闲消费结构不存在显著性差异,湖南省各阶层城市居民体育休闲消费结构以实物性消费为主,但随着居民生活水平的提高非实物性体育休闲消费的比例在逐渐增加。

参考文献:

- [1] 申亮,肖焕禹.城市不同社会阶层居民体育消费决策探析[J].山东体育学院学报,2008,24(2):43-47.
- [2] 王根伟,高峰.珠江三角洲地区城镇居民休闲体育消费现状的研究[J].广州体育学院学报,2008,28(2):70-73.
- [3] 郭立平.城镇居民家庭体育消费现状的调查研究[J].北京体育大学学报,2006,29(6):762-763.
- [4] 孙文.北京市不同家庭类型体育消费特征研究[D].北京:首都体育学院,2008:21.
- [5] 刘灵芝.湖北城乡居民消费的比较研究[D].武汉:华中农业大学,2005:40.
- [6] 杜熙茹,许宗祥.广东省经济欠发达地区女性休闲体育消费状况分析[J].上海体育学院学报,2008,32(4):65-67.
- [7] 吴江萍.长株潭三市居民休闲体育消费研究[J].消费经济,2009,39(6):63-66.
- [8] 陈正.我国社会不同阶层体育休闲活动的特征[J].武汉体育学院学报,2005,25(2):10-13.

Analysis on Differences in Sport Recreation Consumption of Urban Residents in Hunan Province

MA Zhirun, SHI Hong

(College of Sports Science, Jishou University, Jishou 416000, Hunan China)

Abstract: Sports recreation consumption is an important part in the mass living consumption. In order to study sports recreation consumption of urban residents from each stratum, this paper makes an investigation on current status of sports recreation consumption of urban residents from each stratum in Hunan. The results indicate that significant differences exist in consumption attitude, consumption motive, and no significant differences exist in consumption place, consumption level and consumption structure.

Key words: stratum; urban residents; sports recreation consumption

(责任编辑 易必武)