

对长株潭三市中产阶层体育参与及消费现状调查

李亚莉

(湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412008)

[摘要]长株潭城市中产阶层体育健身认知水平较高,群体中选择走跑类健身项目的人员最多;在健身场所的选择上,选择收费体育场馆健身的意向较高;同伴的选择主要是以亲朋好友为主;而每周锻炼3次以上人员最少,但多数人每次运动的时间还是比较合理;个人年均体育消费大多在千元左右,主要体育消费内容以实物性和参与性为主。

[关键词]中产阶层;长株潭;体育参与;体育消费

[中图分类号]G811.4

[文献标识码]A

[文章编号]1674-117X(2012)06-0138-04

Investigation on Sports Participation and Current Consumption Situation of the Mid-Class in Changsha-Zhuzhou-Xiangtan Cities

LI Yali

(School of Physical Education, Hunan University of Technology, Zhuzhou, Hunan, 412008, China)

Abstract: The citizens of middle class in the metropolitan region of Changsha-Zhuzhou-Xiangtan have strong awareness of keeping fit by doing sports. The most popular forms of exercises are jogging and running. On choice of the sports fields, most people have a tendency to choose some well-equipped commercial stadiums and gymnasiums. When it comes to partners, most people are more willing to keep themselves accompanied by their relatives or friends while working out. People who can work out three times a week are few but the duration of each workout is quite reasonable. The individual consumption on sports per year is about one thousand on average, most of which is spent on suits or participation fees.

Key words: mid-class; metropolitan region of Changsha-Zhuzhou-Xiangtan; sports participation; sports consumption

我国的中产阶层是在改革开放的推动下演变形成的,并在社会阶层的不断分化、整合中逐渐成长。^[1]中产阶层被认为是维持社会稳定、促进社会发展和引导社会消费的最主要的群体,也是体育健身运动的易动人群。^[2]因此,了解中产阶层体育参与及如何促进中产阶层的体育消费已成为当今学者们研究的一个重要课题。^[3]现阶段在阶层标准划分的问题上,主要依据是教育、财富、收入、生活方式与消费能力等五个方面。因此,笔者认为中产阶层是指在我国的一定区域内,拥有一定资产,具有

稳定收入,接受过良好教育且讲求生活品质的中等消费群体。2010年我国社科院的统计数据显示我国中产阶层的规模已占总人口的23%左右。^[4]

长株潭是湖南省经济发展的核心增长区域,三市的城市人口达到400多万,2011年长株潭人均收入已达22600元,2012年上半年,湖南省城镇居民人均消费支出为7236元,其中文教娱乐支出增长17%。本研究仅从社会学的角度对长株潭三市中间阶层的体育参与及体育消费现状进行分析,力求较全面地反映长株潭三市中间阶层的体育参与及

收稿日期:2012-10-05

基金项目:湖南省社科基金资助课题(11YBB146)

作者简介:李亚莉(1962-),湖南株洲人,湖南工业大学教授,主要从事高校体育教学与社会体育研究。

消费的真实现状。我们对长株潭部分具有代表性的市区进行调查访谈,从收入、职业和受教育程度三个维度来界定三市中间阶层,即居住在城市、受过高等教育的,个人年收入在 3-6 万元之间的从事非体力劳动的专业技术人员或管理人员(包括大中小学教育工作者)进行问卷调查和访谈,共发放调查问卷 550 份,回收 538 份,回收率和有效率为 97.8% 和 93.6%。其中男 290 人,女 248 人。年龄分布从 24 岁到 60 岁。

一 参与体育健身的认知及制约因素

(一) 参与体育健身的认知

表 1 体育健身的喜爱程度和体育健身的参与程度

N = 538

	非常 喜欢	比较 喜欢	一般	不太 喜欢	完全 不喜欢	经常 参加	很少 参加	基本 不参加
频 数	44	217	88	2	1	152	268	118
百分比%	19	38.3	40.2	1.6	0.9	28.3	49.8	21.3

调查结果显示:长株潭三城市中产阶层群体对体育健身活动的意义和作用有较充分的了解,体育锻炼促进健康的理念已深入人心,对体育健身非常喜欢和比较喜欢的占被调查人数的 57.3%,说明中产阶层群体对体育的健身功能有较深刻的认识。这些人大多受过高等教育,崇尚健康生活方式,具有正确的体育健身观,参加锻炼的意识高于普通人群。但因为其它原因,经常参加锻炼的人只有 28.3%,而较少参加锻炼的却占到了 49.8%,另还有 21.3%基本上不参加体育锻炼,有心动而无行动。造成这种现状有其自身的原因,但因为工作和家庭的原因导致难以实现锻炼行为应是主要原因。

(二) 制约因素

表 2 制约中产阶层群体参与锻炼的因素

N = 538

制约因素	无锻炼 时间	缺乏 组织指导	无运动 兴趣	没有爱好 的项目	无伙伴	无适宜 场地
频 数	209	50	71	84	51	110
百分比%	31.8	9.3	13.2	15.7	9.5	20.5

调查结果显示:工作忙、无锻炼时间是影响长株潭三城市中产阶层群体参与体育的重要因素。城市中产阶层群体是各行业中的精英和中坚力量,他们工作任务繁重,又因为上有老下有小,家庭生活的重担,的确无更多的时间参与锻炼健身。其次是没有适宜的运动场地,没有自己喜爱的运动项目,因此失去对运动的兴趣也是制约长株潭城市中

产阶层群体参与体育活动的重要因素。其实,长株潭城市中产阶层有着良好的体育健身意识和热情,但由于某些因素,只能通过喜欢服装品牌和时尚潮流来表现自己的对运动的热情。这也反映出长株潭城市中产阶层人员中的很多人还未将体育健身活动融入到自己的生活当中,未能实现体育生活化,并将其作为一种自然而然的生活方式。^[5]我们通过访谈得知,长株潭是工商业较发达的二三线城市,中产阶层平时的工作时间长,相对休息时间有限,他们大多有参与体育锻炼的愿望,但因诸多因素制约了他们参与体育锻炼的热情,他们只能偶尔参加而不能形成体育锻炼常规化和生活化。

二 参加体育健身的项目选择

表 3 群体参加体育健身的项目选择排序

N = 538

项目	全体(N = 538)		男性(N = 320)		女性(N = 218)	
	百分比%	位序	百分比%	位序	百分比%	位序
小球	49.4	2	49.2	1	49.5	3
舞蹈	34.9	3	12.8	8	56.9	2
走跑	52.8	1	48.4	2	57.2	1
大球	30.8	6	36.2	4	25.3	8
自行车	34.7	4	35.6	5	33.8	6
健身操	29.7	7	11.3	9	41.7	4
游泳	34.2	5	39.0	3	29.4	7
健身器材	21.7	8	26.2	6	17.1	9
网球	12.3	10	19.7	7	4.8	10
瑜伽	18.8	9	3.6	10	34.0	5

注:从列举的 20 项中选择全体前 10 位的项目进行分析

调查结果显示:从列举的 20 个选项中,长株潭三城市中产阶层群体参与最多的是走跑类项目,占有率 52.8%,其中男选为第二,女选为第一;其次为小球类项目,占有率 49.4%,男选为第二,女选为第三,排在第三、四、五位分别是舞蹈、自行车和游泳;再次,选择舞蹈的以女性为主,占 56.9%,选择自行车和游泳的男女成员差不多。从以上三城市中产阶层所选的运动项目分析,其特点是:最容易进行的项目,选择的人群最多;其二,占地面小,容易控制掌握并具备场地和器材的项目,选择的人群多;第三,时尚健身,易于推广,能满足个人表现欲望的项目,选择的人群较多。比如说当前城区健身广场舞的风靡说明了近几年来,长株潭城市中产阶层群体的健身意识在不断增强,体育人口在不断增长。这有利于全民健身运动的进一步扩大,同时也进一步说明体育锻炼不只具有健身的功能,还具有娱乐、交友、欣赏和展示自我的功能。

三 体育健身场所和时间的选择

(一) 体育健身场所

表4 长株潭城市中产阶层健身的主要场所调查 N=538

	体育活动主要场所(多选)					
	收费场馆	单位场馆	公共场馆	公园广场	公路街边	其它场所
频数	219	130	212	297	182	121
百分比%	40.8	24.2	39.5	55.3	34.0	22.5

调查结果显示:在体育活动主要场所的选择上,选择收费体育场馆的比例达40.8%,超出其他选项排在首位。说明长株潭城市中产阶层成员大都喜欢选择去收费的场馆,因为这些地方的服务较完善,运动氛围好,又能够显示他们的身份特征和经济实力。其次,公园广场和公共场馆是他们的第二、三选择,这也说明目前有相当多的城市中产阶层,体育健身的途径主要是选择方便、就近、收费低、人气旺、但又锻炼效果显著的健身场所。由于企业改制的原因,长株潭城市群大多单位运动场馆已归类到社区或已另作它用,为大众健身所用的场

馆已减少很多了,故选择的人不多属情理之中。我们通过查阅富裕城镇苏州中产阶层体育健身需求调查得知,在我国由于地域差异经济发展不平衡的原因,所以像苏州城区的中产阶层选择高档健身场馆的达到30%,选择一般收费性健身场馆的达到38.3%;而据杨双燕的调查:南京市中产阶层中则有41%的人去收费性健身场馆,而54.3%人是去公园广场进行健身。从以上部分城市的对比来看,各城市的中产阶层健身锻炼还是比较喜欢去收费性场馆,因为其具有良好的健身环境、素质较高的同伴,并彰显了自己的身份地位等。通过访谈还得知,他们参与活动的结伴方式主要是与亲朋好友同行,独自参加活动的较少;他们中的很多人是利用晚上或周末去收费体育场馆进行一次性较长时间的体育活动;他们普遍都认为只有放下工作,放松心情地与亲朋好友一同锻炼,才能得到更好的锻炼效果。

(二) 健身时间的选择

表5 每周体育健身的次数和每次健身的持续时间

N=538

	每周体育健身的次数				每次健身的持续时间				
	1次	2次	3次或3次以上	不固定	0.5h以内	0.5h-1h	1h-2h	2h以上	不固定
频数	142	132	128	136	67	278	80	13	104
百分比	26.5	24.5	23.7	25.3	12.6	51.6	14.9	2.4	19.4

体育人口的构成要素是指每周参加体育健身活动的次数和每次活动的时间(每周三次,每次1h左右)。城市中产阶级大部分具有较高的社会地位和较好的工作,工作和生活压力较大,应酬多是这一阶层的典型特点。根据访谈和调查结果显示:他们中部分人体育锻炼没有规律,属于有时间就锻炼的人群,占25.2%,每周锻炼1-2次的却占到了51%;在被调查的长株潭城市中产阶层人员中,基本符合体育人口标准的只占23.7%。由于种种原因,他们要做到每周锻炼达三次以上,还是有一些难度的。调查表中同时还显示中产阶层人员每次参加体育锻炼时间在0.5h-1h的最多,占51.6%。说明在参加体育锻炼的人群中,大多数人员每次参加体育锻炼的时间还是比较合理的。

四 体育消费及其特点

(一) 体育消费特点

表6 长株潭城市中产阶层健身消费特点调查

N=538

	追求时尚	锻炼健身	体现价值	丰富生活	减压	提高技能	交友
频数	45	168	43	108	116	39	19
百分比	8.4	31.2	8.0	20.1	21.6	7.2	3.5

体育消费包括直接体育消费(直接参加体育活动的消费)和间接体育消费(观看体育比赛和购买体育用品、体育彩票、体育报刊杂志等的消费)。调查发现:稳定的收入,能够较好地保证中产阶层的体育休闲行为与方式,长株潭城市中产阶层体育消费的特点,主要体现在以锻炼健身为主和丰富业余生活上,主要内容是传统的走跑类项目。其次,以减轻工作压力为主,然后才是追求时尚,体现个人价值。这与笔者查阅的其他城市中产阶层的体育休闲消费特征有所不同:如周晓红通过对北京、上海、广州等五市的调查,认为一线城市中产阶层的健身消费特点主要是新兴的体育休闲健身项目受到中产阶层的追捧,如女子的瑜伽、肚皮舞,男子的

羽毛球、游泳等。追求时尚、追求名牌、彰显身份等是他们的消费特点,表现出较明显的空间拓展

和积极消费的特征。

(二)体育消费支出

表 7 主要体育消费内容和个人年均体育健身消费金额

N = 538

	主要体育消费内容(多选)						个人年均体育消费金额(千元)					
	运动服装	体育健身	运动器材	体育书刊	体育彩票	比赛门票	其它	0.5 以下	0.5 - 1	1 - 2	2 - 3	3 以上
频 数	255	227	174	58	137	28	55	151	156	108	100	22
百分比	47.5	42.2	32.5	10.8	25.6	5.2	10.4	28.2	29.0	20.1	18.6	4.1

当前社会,中产阶层已成为运动消费群体和消费时尚的引领者,那么体育健身消费就成为了其重点选择的内容。由于中产阶层的生活方式与消费倾向的差异,本群体成员健身消费需求程度也存在一定的差异。调查结果显示,长株潭三城市中产阶层成员主要的体育消费支出为购买运动服装,占总人数的 47.5%;其次是体育健身,占总人数的 42.2%;再次就是购买运动器材、体育彩票、体育书刊和比赛门票等。其中,购买比赛门票的人只占总人数的 5.2%(见表 7)。通过走访得知,长株潭三城市中,除省会长沙竞技体育比赛或表演稍多一些外,其它两地这类活动开展甚少,加上媒体宣传不到位,参与者不多。巢湖学院赵胜国、邵崇禧等指出,我国的中产阶层是改革开放以来形成的第一代,他们可能刚刚进入中产行列,甚至还生活在“多阶层”家庭之中,对体育健身消费具有一定的节制,需要经历一定的发展过程。受我国特殊国情的影响,传统的节俭、实用等品格在他们身上仍然发挥着重要作用。^[6] 本研究的调查结果也显示了长株潭三城市中产阶层体育消费节俭和实用这一特性。统计到 2011 年止,被调查的长株潭三城市中产阶层人员的年健身消费水平大多在 1000 元以下,他们中的大多数人还是以选择经济实惠、服务良好的健身场所进行锻炼健身。

长株潭城市中产阶层群体对体育和健康的关系有清晰的认识,但认识与实践之间存在着差距,往往有心动而没有行动。他们对参与体育健身项目的选择主要是走跑类项目、小球类项目和舞蹈类(广场舞)项目,与一线城市比较,其选项有一些差异。长株潭城市中产阶层经济条件较优越,选择的锻炼场所多为收费性场所,体育参与的规律性不强,体育健身的连续性行为尚未形成;虽然人均消费支出达到 7 千多元,但面对高房价,高物价、医疗、教育等费用问题,长株潭城市中产阶层群体无

法轻松实施体育消费,年体育消费水平多在千元以内;但消费的结构较为合理,所消费的内容以购买运动服装和参与运动健身为主,显示了长株潭城市阶层体育消费的实用性和节制性的特征。影响长株潭城市中产阶层群体参与体育锻炼的主要因素,是工作太忙没有时间。随着《全民健身条例》的全面实施,应发挥政府的主导作用,从政策上鼓励和支持中产阶层主动参加体育锻炼,以此引领社会各阶层广泛参与全民健身;其次,应加强城镇健身场馆的建设、包括场地布局、配置及规格等,积极打造城市“15 分钟”健身圈;注重改善体育健身消费环境,引导中间阶层理性消费,提高健身消费档次,促进和引导中间阶层群体实物型、参与型和观赏型体育消费结构合理化。^[6] 相关政府部门在拓展城市公共体育休闲空间时,可充分考虑城市体育健身爱好者的行为特征,完善体育公共服务体系,从而为城市各阶层人群提供更好的全民健身服务体系。

参考文献:

- [1] 王晓东,吴莹.沈阳市中间阶层体育消费特征的社会学分析[J].辽宁体育科技,2010(10):14-16.
- [2] 孙淑惠.中产阶层的崛起与我国大众体育深入发展的关系探略[J].成都体育学院学报,2008,(4):7-10.
- [3] 孙高峰,刘燕.多维视角下的合肥市中间阶层群体体育休闲的特征分析[J].安徽体育科技,2011(12):56-59.
- [4] 董宏伟.中产阶层体育休闲消费的特征及其社会效应[J].沈阳体育学院学报,2011(12):32-35.
- [5] 杨双燕.南京市中产阶层体育生活方式研究[J].体育文化导刊,2011(4):43-47.
- [6] 赵胜国,邵崇禧.太湖区域苏州城镇中产阶层体育健身消费特征研究[J].北京体育大学学报,2009(8):34-37.

责任编辑:骆晓会