

广州市足球彩票彩民的构成与消费特征

王 进

(华南农业大学 体育部, 广东 广州 510642)

摘 要:从广州市1462个投注站随机抽取150个进行问卷调查,揭示出广州市足彩彩民的性别、年龄、文化、职业、收入以及对足彩的喜爱程度等基本构成特征和消费心理、消费意向、消费动机等消费态度特征以及购买时间、地点、方式、消费水平等消费行为特征,旨在扩大彩民队伍,增加足彩销量。

关键词:足球彩票;彩民;消费特征;广州市

中图分类号:G843 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2005)02-0034-03

Constitution and consuming characteristics of soccer lottery players in Guangzhou city

WANG Jin

(Department of Physical Education, South China Agriculture University, Guangzhou 510642, China)

Abstract:The author carried out a questionnaire survey on 150 lottery vending stations randomly selected from 1462 lottery vending stations in Guangzhou city. The results revealed the following characteristics of soccer lottery players in Guangzhou city: Characteristics of basic constitution such as gender, age, educational background, occupation, income and the intensity of soccer lottery liking, characteristics of consuming attitude such as consuming psychology, consuming orientation and consuming motive, and characteristics of consuming behaviors such as the time, location, manner and level of consumption of lottery buying, so as to increase the number of lottery players and the sales volume of lottery.

Key words:soccer lottery; lottery player; consuming characteristics; Guangzhou city

足彩销售的进一步发展必须要深入了解彩民的基本构成及其消费特征,通过充分发掘潜在彩民群体,逐步稳定地壮大成熟彩民群体,采取有针对性的营销服务手段,不断提高销售量,并在此基础上培育与建立成熟的足彩市场。本研究于2003年8月从广州市1462个投注站中随机抽取150个,每个投注站随机选取20名现场购买足彩的彩民共计3000人进行问卷调查。发放问卷3000份,收回2789份,其中有效问卷2688份,有效回收率为90%。采用单变量描述统计和多元统计分析方法,对所得数据进行统计处理。现将调查分析的结果报告如下。

1 足彩彩民的构成

调查结果显示:投注足彩的男性占97%,女性占3%,这可能与社会文化传统有关。一般而言,男性的风险意识、博彩意识、竞争意识都强于女性,另外男性比女性有着更为独立的购买决策权。但是仅从数据并不能下结论说足彩与女性无缘,目前广州市的忠实球迷中也有不少是女性。男性彩民的发展已比较稳定,女性将是未来足彩市场的潜在消费者,在拓展市场中占有重要地位。

从年龄分布来看,31~45岁的彩民占66%,并随着年龄的增长,31~35、36~40、41~45岁各年龄段的彩民数量呈递减趋势,分别为32%、23%、11%。因为作为投资行为的长期购买需要有一定的经济基础,处于这一年龄段的人大都收入稳定,有着独立的消费自主权。18~30岁年龄段的彩民也较多,占27.4%,处于这一年龄段的人经济相对较独立,有着强烈的消费欲望,并且生活方式自由、随意,乐于接受新鲜事物,从众心理强烈。46岁以上年龄段的人只占6.6%,这一部分人消费观念落后,不愿意接受新生事物,但他们有充裕的资金和时间,因此也是一个不容忽视的消费群体。

依据受教育程度将彩民分为4组:初中以下(3%)、高中或中专(20%)、大专或本科(75%)、研究生以上(2%),由此可见,足彩消费与文化程度成正比,这是因为足彩是智慧成分超过运气成分的博彩游戏,彩民除了观看比赛、关心媒体介绍动态外,还要制作联赛成绩统计表,搜集相关球队的资料剪贴成册,日积月累,综合加工,形成自己当期投注的指导意见,而这一切都与彩民的分析、判断能力和收集信息的能力密切相关,尤其在当今信息时代社会,因此,文化程度的高低就显得尤为重要。

收稿日期:2004-08-26

作者简介:王 进(1969-),男,讲师,硕士,研究方向:体育教育训练学及体育社会学。

从彩民的职业看,公司职员、个体经营者是主要消费群体,分别为33%和29%。公司职员属于白领阶层,思想前卫,爱追求时尚,消费属于自由、冲动型。而公务员、教师或医务人员、行政或科技人员虽然经济收入与前类人相当,但其消费属于理性型。另外,打工者中也有部分人投注足彩,占6.5%,主要是出于投机心理,希望一夜暴富,改变现状。离退休人员比例偏低,这可能与他们获取信息的能力不强有关。

以家庭月人均收入为分类指标,将彩民分为3组:低收入组(2000元以下)、中等收入组(2000~4000元)、高收入组(4000元以上)。中等收入组彩民是投注足彩的最大群体,占被调查人数的56%,低收入组占30%,高收入组占14%,比起其它投资方式,投注足彩风险小、趣味性强,最受普通大众的欢迎。

2 足彩彩民的消费态度特征

消费心理是足彩这一客观事物作用于彩民的感觉器官,以感觉、表象、思维、情感、愿望等各种形式在彩民头脑中的反映,从而使他们产生心理变化。调查表明,对足彩外观感觉关心的834人,31%;一般的1075人,40%;不关心的779人,29%。认为投注时不受影响的1505人,56%;影响不大的698人,26%;影响较大的485人,18%。认为投注时与经济实力无关系的1128人,42%;有关系的941人,35%;关系很大的619人,23%;“投注时有无中奖联想”,无的268人,10%;有的1532人,57%;非常有的888人,33%。“投注后心理是否变化”,平静的为0;有点兴奋的1022人,38%;非常兴奋的1666人,62%。“投注后是否注意开奖”,不太注意的242人,9%;一般的564人,21%;非常注意的1882人,70%。“对开奖结果是否记录”,不记录81人,3%;记录2043人,76%;认真记录并保存564人,21%。“开奖时的心理感觉”,焦急的161人,6%;兴奋的860人,32%;盼望的1667人,62%。“开奖后的心理状态”,平静的1666人,62%;无所谓887人,33%;沮丧的135人,5%。足彩的外观、外界环境的影响及个人经济实力等问题的心理状态反映均无大的变化,但在投注足彩时有无中奖联想、投注足彩后的心理状态、开奖时的心理感觉、开奖后的心理状态方面反映强烈,说明丰富的中奖联想是彩民购买足彩的心理诱因,也是彩民的消费心理基础。彩民的消费心理是“丰富的中奖联想——极度的心理兴奋——焦急盼望的等待——平静或沮丧的结果”这样一个比较完整的消费心理过程,把握消费心理过程变化的规律,将有助于销售部门采取有效措施不断激发并延续彩民的中奖联想,制定适宜的销售计划,建立“轻松购买——联想丰富——开奖刺激——继续努力——微笑奉献”的良性循环锁链。

消费意向反映彩民对足彩消费的认识水平,笔者主要调查了彩民对足彩消费在日常生活所处地位的认识。调查显示:74%的彩民认为足彩消费对个体是重要的,在日常生活占有较高地位。

消费动机指人们从事各种消费行为的内部原因,它主要

解决“为什么要买”的问题,直接影响到人们的购买行为。41.3%的彩民因为喜爱足球,而将投注足彩作为一项消遣娱乐,28.5%的彩民将投注足彩作为一种投资方式,反映出多数彩民的消费心理比较成熟,但值得注意的是,有23.1%的彩民只想中奖发财,只有7.1%的彩民想为体育做贡献,说明喜爱足球或想获大奖心理是促使彩民购买足彩的主要因素。从彩民对足球的喜爱程度来看,44%的彩民酷爱足球,49%的彩民比较喜欢足球,这反映出兴趣在足彩投注中的重要性。

3 足彩彩民购买彩票的行为特征

据统计,有63.5%的彩民是从2001年足彩上市开始投注足彩的,以后随着时间的推移,彩民队伍以每年8.6%的速度递增,这说明足彩已经得到越来越多的人的认同,同时也显示出其旺盛的生命力。此外,有83.9%的彩民在购买足彩之前已经介入一般体育彩票。

从购买时间上看,78.8%的彩民选择周末购买,这与有关足彩的信息发放时间相吻合。从购买地点来看,55%的彩民选择单位或住宅区附近投注,可见,方便性是彩民选择投注地点所考虑的首要因素,这对网点布局有重要启发。在彩票业发达的意大利,足球彩票不仅在专门的销售网点可以买到,而且在咖啡馆、酒吧、香烟铺及小型商场均可买到,十分方便。另外有27%的彩民采用随机购买的方式,这主要是因为方便兑奖和与其他彩民进行信息交流。

在投注方式上,按照投资数额的多少可分为单式投注和复式投注,按照资金的来源可分为单独投注和合伙投注。数据显示:35.4%的彩民选择单式投注,37.8%的彩民选择复式投注,其余26.6%的彩民两种投注方式兼用,复式投注可以提高中奖率,有经验的彩民较多采用。有87%的彩民选择单独投注,13%彩民与他人合伙投注,因为合伙投注不仅可以扩大投资额,而且可以集中大家的智慧,提高中奖率。另外,从获取信息的途径看,报纸是彩民获得足彩信息的最主要来源,占78.2%,其次是电视、网络,分别占32.4%和27.7%。由于互联网的普及,通过网络了解竞猜对象的比例在升高,由此可见报纸、电视等传统媒体宣传的重要性,与此同时,要充分发挥新兴媒体的宣传作用。

消费水平是衡量消费的重要指标,它是消费行为的前提条件,也是消费行为得以存在和发展的保证。衡量消费水平的指标是消费频率与强度,彩民每次投注金额是反映彩民消费强度的指标,每月投注次数是反映彩民的消费频率的指标。足彩每周开奖1次,调查显示:68%的彩民每期必买,59%的彩民每次投注金额在22~100元之间。统计显示,彩民的每月投注次数和每次投注金额与其家庭人均月收入、文化程度、职业有很显著差异。

调查表明:73.8%的彩民在购买彩票时选择全部或大部分买足彩,表现出彩民对足彩的青睐;有68.3%的彩民在购买足彩的同时,也购买其它类型的彩票(如体彩的36选7、幸运七星和福彩);31.7%的全买足彩的人中大部分属于中低收入足球爱好者,有限的收入使他们优先选择投注足彩,

足彩对其它彩票具有冲击作用。

4 影响彩民购买足彩的因素

影响彩民购买足彩的因素有很多,按其重要性依次排列最高奖金额对彩民的影响最大,其次是竞猜对象,然后是玩法。经济的发展状况不同,彩民对大奖的期望值也不同,广州彩民不再满足于 500 万奖金封顶。据调查,55%的彩民对“胜、负、平”玩法持“满意”态度,10.3%的彩民对这种玩法不满意或不太满意,并提出一些建议,比如可以猜单场比赛、竞猜比分、竞猜进球数、用赔率的方式进行记奖等。竞猜对象对足彩市场的影响很大,广州球迷对英超独有情钟,2002~2003 赛季的竞猜球队因为抽掉了英超而影响部分彩民的热情,使广州单期销量下降了 600 多万和世界杯足彩销量的下滑就充分体现了这点。有关国内联赛是否可以作为竞猜对象的问题,57.7%的彩民认为目前还不具备这个条件,主要是因为近年来,国内足球联赛的一些不规范化运作在球迷中造成的负面影响,要想竞猜国内联赛,首先要加大赛风赛纪的整治力度,规范我国的职业足球市场。

5 结论

(1)彩民中男性多于女性;年龄在 31~45 岁之间,家庭月人均收入中等,文化程度偏高,以公司职员和个体经营者为主的彩民是最大消费群体。

(2)大部分彩民认为足彩消费在日常生活中占有较高地位。丰富的中奖联想是彩民购买足彩的心理诱因及消费心理基础。喜爱足球或想获大奖是促使彩民购买足彩的主要因素。

(3)大部分彩民喜爱足球,从足彩一上市就开始投注足彩。投注时间主要在周末,投注地点主要在住宅和单位附近,信息获取主要通过报纸和电视。大多数彩民采取单独投注和复式投注。大多数彩民每期都投注,每期投注金额在 22~100 元之间,频率和强度都较高。

(4)影响足彩市场的前 3 位因素是最高奖金额、竞猜对象和玩法。

参考文献:

- [1] 何永祺,傅汉章.市场学原理[M].广州:中山大学出版社,2001.
- [2] 龚 振,荣晓华,刘志超.消费者行为学[M].长春:东北财经大学出版社,2002.
- [3] 赵明宇.体育彩票理论与实践[M].北京:人民体育出版社,1999.
- [4] 吴 剑.浙江省体育彩票消费行为的调查分析[J].中国体育科技,2002,36(8):36-37.
- [5] 屈东华.国内外足球彩票发展现状的比较[J].体育学刊,2002,9(5):28-30.
- [6] 藏鸣放.民众对体育彩票认知程度及消费心理的调查研究[J].体育科学,2003,23(1):39-40.
- [7] 闫华,罗朝峰.河南省体育彩票可持续发展的对策[J].体育学刊,2003,10(6):29-31.
- [8] 王 颖.海南省体育彩票现状研究与分析[J].体育科研,1999(3):12-13.

[编辑:李寿荣]