

陕西省体育健身娱乐市场考察

雷敏¹, 张西平¹, 龚军²

(1. 陕西师范大学体育学院, 陕西 西安 710062; 2. 陕西省体育局, 陕西 西安 710000)

摘 要:通过文献资料、逻辑分析对陕西省体育健身娱乐市场的发展现状进行了调查分析, 指出其存在的问题及发展的对策。

关键词:体育健身娱乐市场; 陕西省; 市场调查

中图分类号:G812.741; G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2003)04-0050-03

Analysis of current development situation and research of countermeasures on the sports body - building and recreation market in Shaanxi Province

LEI Min¹, ZHANG Xi-ping¹, GONG Jun²

(1. College of Physical Education, Shaanxi Normal University, Xi'an 710062, China;

2. Shaanxi Sports Bureau, Xi'an 710000, China)

Abstract: The article, with document reference and logical analysis, investigates and analyzes the current development situation of the sports body - building and recreation market in Shaanxi Province. This essay puts forward the present problems and the countermeasures.

Key words: body-building and recreation market; Shaanxi Province; market investigation

社会经济的快速发展,人们生活水平的提高,为体育健身娱乐市场的发展提供了直接动力;而闲暇时间的增多,也为健身娱乐提供了保证;体育设施的增加和完善更为人们参与健身娱乐提供了广大的空间;同时,“花钱买健康”已经成为人们追求的一种时尚,这为体育健身娱乐市场的发展奠定了基础;人们的生活方式和消费观念的改变又极大地促进了体育健身娱乐市场的发展。目前,随着陕西省经济体制改革的不断深化,市场经济的不断发展,国民经济的持续增长,人民收入的日益增加,以及《全民健身计划纲要》的贯彻执行,双休日的出现,这些都使得全省的体育健身娱乐市场得到迅速发展,但由于社会经济水平、居民消费意识以及体育健身娱乐经营单位经营管理水平等因素的影响^[1],全省体育健身娱乐市场的拓展还存在一些问题。对全省体育健身娱乐市场的发展现状、存在问题及发展对策进行分析研究,为全省体育健身娱乐市场逐步走上健康有序、可持续发展的轨道提供参考。

1 陕西省体育健身娱乐市场的现状

(1) 体育健身娱乐市场的项目

目前,陕西省健身娱乐项目较为丰富,有健身、健美、篮球、排球、足球、乒乓球、羽毛球、台球、网球、保龄球、沙狐球、

游泳等等,其中健身、健美、游泳、羽毛球、篮球、太极拳、木兰拳等项目深受群众喜爱。

(2) 体育健身娱乐市场的场所

为了适应群众休闲健身的需求,陕西省有关部门加大了体育设施的建设步伐,加大了体育场馆对外经营开发的力度。到2001年,全省拥有经营性健身健美场所近300个;足、篮、排球场馆3560个;乒乓球、羽毛球、台球场馆830个;田径、综合场馆1030个;网球、高尔夫、射击、射箭、保龄球场馆141个;野营、攀岩、摩托、汽车等极限训练场11个;水上运动场馆127个。健身场馆分布见表1。

(3) 体育健身娱乐市场的收费方式

体育健身娱乐经营单位普遍采取分时段和月票、年票及会员制等多种形式相结合的收费方式,较好地满足了不同群体的消费需求,形成了相对固定的消费群体。

(4) 体育健身娱乐市场的类型

我省除了拥有一些健身健美的小型俱乐部、一些单项的体育健身娱乐市场外,现在,一些较有实力的宾馆、饭店也附设了大量的休闲健身场馆和体育器材设施兼营体育健身娱乐,如游泳、健身健美、保龄球、网球、台球、乒乓球、沙狐球等。曲江宾馆就附设有游泳池、健身房、乒乓球桌、台球桌;汉中市仅有的两块塑胶网球场也建在宾馆中。

收稿日期:2002-06-12

基金项目:国家体育总局基金项目(项目号:407ss02053)。

作者简介:雷敏(1975-),女,讲师,研究方向:体育社会学。

总的说来,陕西省的体育健身娱乐市场仍处于初级发展阶段,各地区发展不平衡,健全的健身娱乐市场尚未形成。

表1 陕西省经营性体育场馆分布情况¹⁾

地市	1	2	3	4	5	6	7
西安	120	1 360	360	530	100	10	60
咸阳	30	370	100	90	15		10
宝鸡	25	350	90	80	4	1	10
渭南	22	330	70	70	5		8
榆林	20	300	40	50	2		5
延安	20	290	40	60	2		5
铜川	15	140	30	30	1		3
商洛	13	130	30	30	3		4
汉中	15	150	40	60	3		12
安康	18	140	30	30	6		10
合计	298	3 560	830	1 030	141	11	127

1):①健身健美场馆;②足、篮、排球场馆;③乒、羽、台球场馆;

④田径、综合场馆;⑤网、保龄等场馆;⑥极限运动训练场;

⑦水上运动场馆

2 陕西省体育健身娱乐市场存在的问题

(1) 体育经费投入不足,自给率低

陕西省体育健身娱乐市场总体规划起步晚,经营规模较小。贯彻全民健身计划,应由政府提供公共健身娱乐场所的体育设施,对此,陕西省的各级政府投资力度不够。这是因为,虽然近年来陕西省的经济迅速发展,但就总体而言仍处于全国的较低水平,发展中的陕西省各行各业都需要大量的资金,这给体育投资带来一定的困难。虽然各级政府及部分单位想方设法地向体育进行投资,但对全省发展滞后的体育健身娱乐市场来说仍显不足。

(2) 市场发展不平衡

1)地域发展不平衡:西安及关中地区在健身娱乐市场的发展速度、规模上远远高于陕北、陕南地区,城市好于农村,这与省内的经济发展水平不平衡直接相关。

2)产业结构和布局不平衡:这突出表现在高档体育休闲娱乐健身服务发展过快,中低档体育健身娱乐发展缓慢。另外,健身、健美、保龄球等项目市场份额多,而在东部广受欢迎的体育旅游、野营、生存训练、攀岩、摩托车、汽车等极限运动在陕西省基本上处于空白状态,经营单位寥寥无几,活动开展也非常有限,一些自驾车越野活动也多为传统旅行社作为一项副业开展。作为与体育健身娱乐市场密切相关的体育中介服务,全省竟无一家。

(3) 管理体制不健全

管理体制发展相对滞后,使得体育健身娱乐市场多头管理现象十分严重。体育健身娱乐业作为我省的一个新兴行业,政府缺乏协调管理,经常出现多头管理现象,使得许多体育健身娱乐项目既属文化局管辖,又受体育行政部门管理,许多经营者都抱怨管理部门太多,以致影响经营。同时,体育行政主管部门由于多种原因不能完全行使《体育法》所赋予的权力,导致许多管理经营项目的体育部门不能介入,不

利于发挥行业优势,不能进行有效的行业管理^[2],出现空头管理,甚至出现部分经营者为牟利不择手段非法经营。陕西省体育用品销售中假冒伪劣商品较多,特别是在一些批发市场、小商店、小经营点,此种现象比较严重。由于这些商品的价格低,占据了很大市场(如学生运动服装市场基本被其占领)。而政府却未及时制定出完善的管理制度,从而严重损害消费者的利益和体育事业的声誉,阻碍了体育健身娱乐市场的健康有序发展。

(4) 部分项目建设不尽合理

体育健身娱乐市场应全方位发展,而全省的健身娱乐项目设置以及市场定位存在很大的随意性和盲目性。经营项目的设置不是建立在科学考察市场的基础上,而是凭感觉、随潮流、重复性地定位在“器械健身”、“健康指导”、健美、台球、网球、保龄球等^[3]。部分体育健身娱乐项目由于近几年需求的增长,经济效益较好,回报率高,许多投资者在毫无市场调查的情况下就一哄而上,大量投资,造成供给过剩,导致行业竞争激化,经济效益下降,经营困难^[4]。例如,保龄球馆前几年增长速度十分惊人,西安市一度达到近70余家,而布局也不甚合理。近几年的盲目发展,使得效益下降,许多保龄球馆开道率和营业额下降,收益减少,目前仅余10多家,如今只有少数盈利,大部分都处于保本甚至微亏状态。

(5) 缺乏市场经营管理的专门人才

体育健身娱乐市场的发展依赖于体育市场的繁荣,这就需要一批懂经营、善管理的专门人才及具有一定专业知识的专业人员,而目前全省从事体育经营管理的人员大多缺乏体育经营所必需的专门知识,从业人员素质低,在一定程度上制约了体育健身娱乐市场的拓展。省直系统4个大型场馆部门经理以上管理人员中仅有不足5%的人学习过经营管理,大多数是退役运动员,他们没有接受过专业培训。体育市场的从业人员中,运动员比较多,或是从其他行业转过来的,缺乏必要的知识和经验。

(6) 相关服务不完善

体育健身娱乐消费品同其他商品一样,需要一套完善的售后服务,否则将阻碍其健身娱乐消费市场的发展。而目前,绝大部分体育用品商店只注重销售,忽视消费咨询、培训和指导。曾经火爆一时的体育保健健身器材市场,现在已是昙花一现。究其原因,主要是由于健身器械的选择与使用的指导没有配合起来,有些产品根本没有使用说明,即使有,也极其简单,不起作用。同时,对消费者没有科学的“健身计划”,也没有合理的运动指导,使得健身器械难以畅销^[5]。

3 对策

3.1 明确市场方向,制定发展目标

体育总局在《2001~2010年体育改革与发展纲要》中明确指出:应尽快着手制定科学的体育产业发展规划和政策法规,加速培育体育市场;努力把体育产业培育成国民经济新的增长点。根据体育总局的要求,我省在今后3~5年内将以挖掘现有资产潜力为核心,走集约化发展道路,加大体制改革力度,严格规范体育市场竞争行为,整顿市场经济秩序,

理顺市场管理体系,发挥市场在资源配置中的主导作用,发挥国有资产的效力,积极开展对外交流与合作,以多种形式大力培养专业人才,做好科学技术向实用成果的转化,提升体育产业的竞争力,拓宽渠道,广开财源,积极探索,大胆实践,与时俱进,努力将体育产业培育成陕西省新的经济增长点。今后,应将体育产业纳入陕西省国民经济统计体系,及时掌握体育产业发展状况信息,为政府制定产业政策、企业制定发展规划及投资决策提供科学、可信的信息。

3.2 增加体育经费来源,加快场所建设

由于陕西省体育经费不足,要大力发展体育健身娱乐市场,就必须首先增加陕西省的体育经费来源。可在体育行政管理部门的宏观调控的基础上,引导社会团体、个人等投资主体独立设立商业化的体育健身娱乐企业,引进多方投资,有效利用社会各界的资金完善我省的体育健身娱乐市场整体布局^[7]。大力加强体育基础设施建设步伐,建立更多可供消费者健身、娱乐、休闲使用的体育场所。场所建设将本着服务人民、提高效益、合理布局、多种渠道、规范管理的原则,实现社会效益和经济效益最大化。

3.3 遵循市场规律,兼顾不同层次的消费

体育健身娱乐市场作为体育健身、娱乐、消遣的卖方市场,其发展必须遵循市场规律。经营者出售自己商品和服务的目的就是为了获得利润,即以最低的成本获取最大的经济效益,没有利润就没有该行业生存与发展的基础。想要获得利润就应对人口、购买力和购买欲望等市场要素进行分析,根据对市场与消费者需求的调查研究和预测,进行市场细分,确立市场定位与市场进入策略。为自身的存在和发展,注重市场调研,了解消费需求,把握市场脉搏,找准市场定位,不可盲目地把期望值定得过高,避免脱离消费实际。在硬件设施投入的同时,强调并注重软件及服务质量,充分挖掘潜力,降低成本与消耗,以合理的价格面向不同层次的消费群体^[7],高档体育健身娱乐要搞得合理,大众化的体育健身娱乐市场要加大开发力度^[4],促进体育健身娱乐市场化,推动体育健身娱乐业向规模化、集约化方向发展^[8]。

3.4 以推行全民健身运动为契机,开拓健身娱乐消费市场

陕西省体育人口基数大,潜在巨大的体育消费市场。我省相对于全国来说,地区经济发展缓慢,人们的物质文化生活水平较低,人们不太注重第三产业的消费,从而导致我省的体育健身娱乐市场缺乏消费者而不景气。因而要大力宣传全民健身计划,提高社会的体育意识,引导群众为健康投

资,吸引更多的人加入体育健身娱乐队伍,促进健身娱乐消费需求,拓展其市场发展^[9]。

3.5 大力培养专业人才

要使体育健身娱乐服务由单项运动健身服务向集健身、娱乐、保健和康复为一体的综合服务,应大力培养一流的经营管理人才和保健康复方面的专业人才^[10],可依托体育院校采用产学结合的方式,培养出新型的懂管理、善经营的专业人才。体育健身娱乐业是我省的一项朝阳产业,有着极大的发展空间和广阔的发展前景,应进一步拓展体育健身娱乐市场,这不仅可以丰富群众的生活内容和提高生活质量,还可以扩大劳动就业、提高国民收入和人民生活水平。只有这样,才能促进经济的发展和进步、促进我省体育产业的蓬勃发展,扩大体育经费来源,增强体育事业的活力,提高体育事业向市场经济转轨的适应能力,极大地增强体育发展的后劲^[2],使其向着健康有序、可持续发展的方向发展。

参考文献:

- [1] 钟天朗.上海体育健身娱乐市场的现状及发展对策[J].上海体育学院学报,1998,23(3):12-16.
- [2] 金 形.关于我国体育健身娱乐市场的前景探讨[J].南京体育学院学报,2001,15(5):136-137.
- [3] 李永智,师灿斌,罗普磷.我国体育健身娱乐业经营管理研究现状分析[J].西安体育学院学报,2002,19(1):7-9.
- [4] 张 岩,柳伯力.我国体育健身娱乐市场的现状与存在问题[J].成都体育学院学报,2000,26(1):14-17.
- [5] 徐 忠.我国体育产业发展的回顾与难点分析[J].成都体育学院学报,2001,27(3):18-21.
- [6] 楼恒阳,丛湖平.云南省体育健身娱乐业发展现状及发展战略研究[J].成都体育学院学报,2001,27(3):14-17.
- [7] 柳伯力,屈世琼.四川省体育市场的其他影响因素与市场发展分析[J].成都体育学院学报,2001,27(3):10-13.
- [8] 施芳芳.健身娱乐市场的特点与思考[J].体育文化导刊,2002,4:27.
- [9] 张启明.新世纪我国体育产业发展的对策与建议[J].成都体育学院学报,1999,25(3):28-29.
- [10] 鲍明晓.体育产业:新的经济增长点[M].北京:人民体育出版社,2000.

[编辑:李寿荣]