

· 体育社会科学 ·

广州市城市居民体育实物消费品质量状况分析

韩凤月¹, 傅砚龙², 张孝平³

(广州体育学院 1. 体育理论教研室, 3. 足球教研室, 广东 广州 510075;

2. 烟台师范学院 体育系, 山东 烟台 264025)

摘 要 通过调查研究, 分析、探讨了广州市居民体育实物消费产品的质量状况、消费者对体育实物消费产品质量的认识、体育消费产品价格与质量的关系等问题, 为进一步探讨我国体育实物消费产品质量提供参考依据。

关 键 词 城市居民; 体育实物消费产品; 产品质量; 广州市

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2002)04-0014-03

Analysis on the quality of sports material consumer goods among city inhabitants in Guangzhou

HAN Feng-yue¹, FU Yan-long², ZHANG Xiao-ping³

(1. Sports Theory Office 3. Football Office, Guangzhou Institute of Physical Education, Guangzhou 510075, China;

2. Department of Physical Education, Yantai Teachers College, Yantai 264025, China;)

Abstract Through investigation and inquiry, the article investigated and analyzed the quality of sports material consumer goods that used a lot by Guangzhou citizen, discussed consumer's recognition on sports material consumer goods quality and the relationship between the price and quality of sports material consumer goods so that to serve a reference to further research sports material consumer goods quality in China.

Key words city inhabitant; sports material consumer goods; product quality; Guangzhou City

人类刚刚迈入 21 世纪, 北京“申奥成功”、“中国男子足球实现历史性突破”等喜讯极大振奋了民族精神, 同时在中华民族这块古老的土地上也掀起了一阵体育热潮, 参与体育消费已成为一种时尚。体育实物消费是体育消费的重要组成部分^[1], 近些年来, 销售量呈日益增长的态势, 产品质量问题也逐渐引起人们的关注^[2]。我们将广州市作为样本区, 采用调查访问法, 在广州市居民中随机发放了调查问卷 500 份, 回收有效问卷 469 份, 有效率 90.4%, 并对调查数据进行了常规的统计处理。通过对城市居民常用运动健身器材、运动服装和运动鞋的质量调查, 发现存在的问题, 提出相关的

建议, 为提高体育实物产品的质量, 促进体育消费市场的健康发展提供参考。

1 调查结果与分析

1.1 运动鞋的质量状况

运动鞋的质量问题包括脱胶、断底、鞋面破碎、鞋里破碎、鞋变形等。经调查统计发现, 在 469 人中有 280 人填写购买过运动鞋, 购买过运动鞋的人数占被调查人数 59.7%, 在 280 人中 179 人购买的运动鞋出现过质量问题, 占 63.9% (见表 1)。

表 1 广州市居民购买的运动鞋质量状况

| 购买金额 | 购买人数 | 脱胶 | 断底 | 鞋面破碎 | 鞋里破碎 | 鞋变形 |
|------------|------|----|----|------|------|-----|
| 30 元以下 | 21 | 14 | 11 | 15 | 13 | 14 |
| 30 ~ 50 元 | 45 | 26 | 5 | 14 | 10 | 11 |
| 51 ~ 100 元 | 81 | 16 | | 11 | 5 | 5 |
| 100 元以上 | 133 | 2 | | 2 | 3 | 2 |
| 合计 | 280 | 58 | 16 | 42 | 31 | 32 |

运动鞋属消耗品, 质量问题应是消费者在正常消耗范围内不应该出现的质量异常状况。按厂家一般规定, 购买运动

鞋类产品,在一定的时间限制内,出现质量问题可以退换,超出这个时间限制则不予受理。但作为消费者,则有一定的期望值,在消费者认定的期望值内出现了问题,就认定为质量问题。从表 1 可以看出,价位高的鞋,出现质量问题较少,如脱胶,100 元以上的只占 3.4%,名牌厂家的产品的价位相对较高,质量有保证,但消费者的要求也较高。如鞋面鞋里破碎一栏,100 元以上消费者认定的破碎程度可能对 30 元以下运动鞋消费者来说会不以为然。但以质量为标准,只要鞋面有裂口,鞋面装饰图断线、脱线、起皮,就应视作质量问题。

调查结果显示,运动鞋的质量存在较多的问题,如断底、脱胶的比例分别达到 5.7%、20.7%。运动鞋脱胶、断底,都会严重影响消费者的使用。所以,对生产厂家而言,所选用的材料和工艺都应有严格的检验标准。

1.2 运动服装的质量状况

购买的人数、档次与使用年限:被调查的 469 人中,有 301 人填写了购买不同价位的运动服装,占被调查人数的 64.2%,见表 2。

表 2 各档次运动服装质量状况调查 人

| 购买人数、使用年限、质量 | 50 元以下 | 50~100 元 | 101~200 元 | 200 元以上 | 合计 |
|--------------------|---------|----------|-----------|---------|---------|
| 购买人数 | 44 | 89 | 102 | 66 | 301 |
| 半年以下 | 8 | 1 | | | 9 |
| 半年至 1 年 | 24 | 3 | | | 27 |
| 1 年以上 | | 9 | 30 | 6 | 45 |
| 2 年以上 | | | 22 | 19 | 41 |
| 3 年以上 | | | 10 | 6 | 16 |
| 通透气不好 | 14 | 7 | 2 | 1 | 24 |
| 不吸汗 | 9 | 4 | 3 | 2 | 18 |
| 松紧失效 | 12 | 6 | 3 | | 21 |
| 脱线 | 35 | 10 | 5 | | 50 |
| 拉链失效 | 20 | 8 | 2 | | 30 |
| 掉扣 | 10 | 2 | | | 12 |
| 里层破碎 袖裤长短不 齐 | 18 3 | 2 | | | 20 3 |

在购买过运动服的 301 人中,有 168 人购买的运动服在 100 元以上,占购买人数的 55.8%;50~100 元的占 29.6%;50 元以下的占 14.6%。运动服的使用年限主要取决于所用的材料、工艺与平均每天使用的时间。根据统计,出现质量问题时间较短的,价位也较低,说明总体上价格与质量成正相关关系。

运动服装不仅在款式上要体现出运动服的特色、与运动项目合谐,而且从功能上讲,还要具备透气、吸汗的功能。购买 100 元以下服装的消费者认为“不透气”、“不吸汗”的占 81%。200 元以上的运动服装,消费者也有不透气和不吸汗的感觉,说明价格高的运动服也没有解决好这方面的问题。

运动服装的松紧带失效、拉链开合不好、掉扣、脱线是较为常见的质量问题,占出现问题总数的 63.5%,主要是厂家

选择的制衣材料和工艺不过关造成的,低档服装出现这些质量问题的比例较大,占 91.0%;200 元以上服装未出现此类问题。

由于运动用力和汗水侵蚀,运动服装的里层容易破碎,所以里层用料应更为考究。而在现有的运动服装里,中、低档运动服装则常常出现里层破碎。此外,袖裤长短不齐在低档次运动服装中也时有出现。

1.3 运动器材、家庭健身器材的质量状况

496 人中购买小型健身器材的有 246 人,购买运动器材的有 446 人,有 85 人购买了大型健身器材。统计数字显示,比较普及的运动项目所使用的器材购买者较多,排在前两位的是羽毛球拍、乒乓球拍,其次是篮球。大型健身器材由于价格高、占用空间大等因素,购买者较少(见表 3)。

表 3 运动器材、家庭健身器材质量调查 人

| 类别 | 项 目 | 购买人数 | 出现质量问题的厂家 | | | 合计 |
|--------|------------------|--------|-----------|--------|------|---------|
| | | | 名牌厂家 | 一般厂家 | 杂牌厂家 | |
| 运动器材 | 篮球 | 92 | | 4 | 30 | 34 |
| | 排球 | 23 | | 3 | 12 | 15 |
| | 乒乓球拍 | 131 | 1 | 11 | 15 | 27 |
| | 羽毛球拍 | 152 | 3 | 14 | 41 | 58 |
| | 早冰鞋 | 33 | | 5 | | 5 |
| | 滑轮鞋 | 15 | | 5 | | 5 |
| 小型健身器材 | 握力器 | 36 | | | | |
| | 拉力器 | 46 | | 14 | 7 | 21 |
| | 跳绳 | 77 | | | | |
| | 哑铃 | 74 | | | | |
| | 小杠铃 | 13 | | | 1 | 1 |
| 大型健身器材 | 健身用自行车 | 20 | 10 | 17 | | 27 |
| | 跑步机 | 21 | 4 | 13 | | 17 |
| | 太空漫步机 | 4 | 4 | 5 | | 9 |
| | 小臂训练器 | 2 | | 2 | | 2 |
| | 美腰按摩机 坐式蹬地训练器 | 4 6 | 2 7 | 4 7 | | 6 14 |
| | 多功能健身器 | 28 | 1 | 14 | | 25 |

小型健身器材的质量相对较好。但拉力器的质量问题则较多,脱簧断簧是拉力器比较常见的现象。运动器材中,旱冰鞋和滑轮鞋“脱轴”、“零件破碎”的情况较普遍。篮、排球,乒乓球拍“脱胶”、篮、排球漏气的比例较大,说明“脱胶”和“漏气”是篮排球、乒乓球拍主要的质量问题。较大型的健身器质量问题主要是“脱漆”现象,约占 57%左右,结构简单的器材,质量问题较少,结构复杂的器材,质量问题的比例相对较大。

1.4 质量问题讨论

(1) 生产厂家与产品质量的关系

目前我国生产体育实物产品的厂家可分为 3 类:一是生产国内外名牌产品的“名牌厂家”,其产品选用的材料、工艺

好、科技含量高。这类厂家生产的产品价格高,但质量相对较好,由于消费者数量不多,销售总量不大。但经济较发达地区的市民则对名牌产品情有独钟,购买名牌产品的人数占有一定的比例,如对广州市居民的调查统计中发现,在购买篮球的92人中,花费100元以上的有32人,占35%。购买乒乓球拍100元以上的有33人,占25%。说明相当比例的经济发达地区的市民购买体育实物用品时很注重以价格来衡量质量。二是有一定规格、工艺水平一般的“一般厂家”。产品有正式的品牌,但质量不稳定,这些体育实物消费品在市场上占有相当份额,价格比名牌产品低,质量相比也差一些,出现质量问题的比率比名牌厂家产品要高。尤其家庭用健身器械,国内目前有些机械厂仿制名牌、生产这类产品。由于选用材料、生产条件和工艺不过关,出现质量问题较多。三是规模较小、个体的“杂牌厂家”。由于技术力量弱,选用材料、设备、工艺差,这些厂家假冒名牌生产出来的产品,价格虽低,但质量低劣,这类产品在球、球拍等产品中占有很大比例。

(2)消费者对产品质量的认识

消费者对产品质量的认识有以下几种情况:第1,以价格衡量质量。以低价格购买的运动器材,只要不出现重大的质量问题影响体育活动,也可以视为质量不错;以高价格购进的运动器材,因一点质量问题或其功能未达到消费者的期望值,也可以视为质量不好。第2,比较客观地评定质量。撇开价格,完全按产品的规格和功能状况来评定质量。一般而言,名牌产品质量要好。第3,用数量代换质量来判定。如以2个50元的球的使用时间来比较1个100元的球的使用时间,忽视了在使用中其功能作用与质量标准的关系。不

看重制作材料的选用及工艺水平、球充气的厚度、大小、轻重、弹跳高度、手感,认为不脱胶、不漏气能正常使用的,时间2个能超过1个,则认为数量多、时间长的质量好。第4,对健身器材等用品能否真正具有某种功能、达到消费者的期望值作为判定质量的一个重要方面。总之,体育实物消费产品质量评价缺乏客观、统一的标准。

2 结论与建议

(1)体育实物消费产品总体质量不容乐观。名牌厂家生产的名牌产品价格较高,质量较好;一般厂家和个体小厂的产品价格适中或偏低,质量不稳定、问题较多。

(2)价格高的体育实物消费产品,购买者较少;价格便宜,较为普及的运动项目所需的体育实物产品购买者多。

(3)消费者对体育实物产品质量的评价缺乏客观、统一的标准,主要存在以下几种认识:以价格衡量质量;撇开价格,客观评定质量;以数量代换质量;以厂家宣传的产品功能和作用是否属实判定质量。

(4)管理部门对同类、同档次的产品,应建立基本的质量评价标准;对销售量较大的中、低档次产品加强质量监督,保护消费者的利益。

参考文献:

- [1] 愈继英. 体育产业指导[M]. 北京:人民体育出版社, 1997:46-47.
- [2] 傅砚农. 体育消费质量释义[J]. 体育义史, 2001(2):36.

[编辑:李寿荣]