

# 消费升级视域下我国自行车运动 参与人口的消费水平和群体特征

陈元欣, 邱 茜

(华中师范大学 体育学院, 湖北 武汉 430079)

**【摘 要】**：采用问卷调查法、数理统计法、访谈法,就我国自行车运动参与人口消费水平和群体特征进行研究,认为我国自行车运动参与人口消费水平较高,但仍以实物消费为主;消费需求呈多元化发展;消费群体呈现中青年化、高学历、社交性特征;个人年收入水平、骑行月里程、骑行对本人的重要程度和参与形式是影响自行车运动参与人口消费水平的主要因素;老年参与群体具有较大的可挖掘的消费潜力。研究建议:要丰富自行车运动产品和服务供给;促进自行车运动与相关产业融合发展;加快自行车道路建设,夯实自行车运动发展基础;加大自行车运动的推广和宣传力度;充分发挥自行车俱乐部作用,提高人口可持续消费能力;提高老年群体和女性群体参与比例;完善赛事体系建设,促进赛事改革进一步落地,进一步扩大我国自行车运动参与人口消费水平。

**【关键词】**：自行车运动产业;自行车运动装备;自行车道路建设;自行车旅游指导员;赛事体系;产业融合

**【中图分类号】**：G872 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：2096-5656(2019)04-0044-07

目前我国已经进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济增长作用明显增强的关键时期<sup>[1]</sup>,近年来,国家出台了一系列促进消费的相关政策文件,旨在通过构建更加成熟的消费细分市场,培育壮大消费新增长点。扩大体育消费,是体育产业发展的内生动力,也是扩大国内需求,实现经济稳增长的重要途径<sup>[2]</sup>,运动项目产业的发展是促进新时代体育产业发展的重要着力点,也是助推经济强国建设的重要内容<sup>[3]</sup>。我国作为自行车大国,潜在消费人群巨大,自行车运动已成为仅次于跑步和健身的高频运动<sup>[4]</sup>,其所带动的实物消费和服务性消费对扩大新兴消费、稳定传统消费、挖掘潜在消费有着重要作用,政府部门和各类市场主体高度重视自行车运动在扩大体育消费方面的潜力。

2017年国家发展改革委牵头制定了《支持社会力量举办马拉松、自行车等大型群众性体育赛事行动方案(2017年)》,提出2017年自行车赛事拉动各类消费要超过200亿元<sup>[5]</sup>;2018年初,国家体育总局等11部委联合发布了《自行车运动产业发展规划》,强调发展自行车运动产业对于全面建成小康社会、促进消费升级、推动经济社会全面协调可持续发展具有重要作用<sup>[6]</sup>。自行车运动参与人口是我国自行车运动产业发展中最为重要的消费主体;全面掌握我国自行车运动参与人口消费水平以及影响消费的主要因素,刻画我国自行车运动参与人口主要消费群体特征,有助于培育自行车运动消费细分市场,充分挖掘潜在消费需求,实现创新模式的解构和建构<sup>[7]</sup>,为我

收稿日期:2019-07-06

基金项目:国家体育总局体育消费研究项目(项目编号:CSYB2017/09)。

作者简介:陈元欣(1980-),男,河南南阳人,教授,博士生导师,研究方向:体育产业与体育场(馆)运营。

国自行车运动产业创新发展提供科学的理论依据,同时对扩大消费、改善消费结构、促进消费升级亦具有十分重要的意义。

本研究以至少拥有一辆运动自行车,骑行频率至少为偶尔(即每月至少骑行一次)且每月有一定骑行里程的自行车运动参与人口作为研究对象,采用线上和线下两种形式向全国发放调查问卷共2 000份(其中线上调查主要采用针对特定自行车骑行俱乐部等群体会员群定向邀请填写调查问卷),回收有效问卷1 658份,有效率92.11%,对回收的问卷数据进行基础性描述统计、多元方差分析和聚类分析,以对我国自行车运动参与人口2017年的消费水平和消费群体特征进行分析。为保证问卷调查内容的可靠性和相关性,对问卷内容和构成比例经过了多轮专家论证,并进行了信度和效度检验。经检验,Cronbach's  $\alpha$  信度系数为0.88,经过专家论证该问卷能较好地反应我国自行车运动参与人口的消费情况,这说明调查问卷具有比较理想的信度和效度。此外,运用访谈法对我国相关专家学者、自行车运动参与人口和企业进行访谈,以对定量分析进行补充,提出进一步扩大我国自行车运动消费存在的问题及建议。

1 我国自行车运动参与人口的消费水平

1.1 自行车运动参与人口总体消费水平

如表1所示,我国自行车运动参与人口消费水平整体较高,由参与自行车运动产生的直接消费,包括购买整车、零配件、运动服装鞋帽及可穿戴设备等装备方面的消费达7 034.63元,由参与自行车运动产生的休闲旅游费用和其他衍生健身娱乐费用共为6 089.12元,总体平均消费水平为13 123.75元。其中,自行车运动装备消费仍是我国自行车参与人口的主要消费部分。随着我国居民收入水平不断提高,旅游产业的快速发展,以自行车骑行为主题的嵌入型休闲旅游模式在各大景区和主题公园蓬勃开展,根据样本分析我国自行车休闲旅游平均消费水平为4 577.85元;此外,其他衍生健身娱乐消费目前在我国自行车运动产业消费金额中占比较小,水平相对较低,平均消费水平为1 511.27元。

表1 我国自行车运动参与人口消费水平  
Table 1 China's bicycle participation in population consumption levels

|            | 均值        | 标准差       | 最小值 | 最大值        |
|------------|-----------|-----------|-----|------------|
| 总消费        | 13 123.75 | 27 568.67 | 0   | 271 000.00 |
| 自行车运动装备消费  | 7 034.63  | 16 138.05 | 0   | 220 000.00 |
| 自行车休闲旅游消费  | 4 577.85  | 14 520.69 | 0   | 200 000.00 |
| 其他衍生健身娱乐消费 | 1 511.27  | 5 770.54  | 0   | 100 000.00 |

在自行车运动装备消费结构上,主要以自行车整车消费、零配件和服饰消费三类为主。其中以自行车整车消费占比最大,为42%。《2017中国骑行运动大数据报告》公布的数据显示,达20%的自行车运动参与人口购买过单价在1万元以上的自行车,并且我国大部分自行车运动参与人口拥有两辆以上自行车,呈现出收入水平越高,越倾向于拥有多辆自行车的消费现象<sup>[8]</sup>。此外,零配件消费和服饰消费分别占32%和20%。在消费频次上,以服饰消费频次最高,说明我国在骑行服饰方面需求量大,但消费水平不高。

自行车运动参与人口在购买运动自行车时,仍以国际品牌和台湾品牌为主,2017年我国运动自行车整车消费大陆品牌所占比例为42%。通过对我国自行车运动参与人口所拥有的运动自行车价格和运动自行车品牌进行综合分析发现,拥有大陆品牌运动自行车的人口,运动自行车的平均价格在1 700元左右,而拥有国际品牌或台湾品牌运动自行车的人口,运动自行车的平均价格在3 600元左右,这从侧面反映大陆运动自行车装备制造业品牌价值认可度不高。

自行车休闲旅游消费结构中交通仍是主要部分,占比38%;其次是住宿和餐饮,占比分别为24%和23%。自行车休闲旅游中专用在旅游项目上的消费占比较少,仅有15%。自行车休闲旅游过程中仍以基础性消费为主。国内学者通过对自行车骑行网络文本进行分析,发现在骑行目

的方面,以公益、宣传骑行最多,其次是有组织的节事活动,出于锻炼和旅行观光的比例相当<sup>[9]</sup>,这一方面说明我国目前自行车休闲旅游的消费形态较为单一,另一方面说明我国在自行车休闲旅游体验消费方面还有较大的挖掘空间。

1.2 基于人口社会阶层的自行车运动消费水平

从多元方差分析结果来看,学历( $F = 2.23, P \leq 0.01$ )、职业( $F = 5.98, P \leq 0.01$ )、年收入( $F = 35.40, P \leq 0.01$ )分别对我国自行车运动消费水平具有显著性差异。其中,学历基本表现出学历越高,消费水平越高的趋势。通过对比分析来看,学生和退休人员的平均消费水平相对较低,但退休人员的消费潜力要比学生群体略大。自由职业者、企业工作者和机关及事业单位工作者平均消费水平均在万元以上。其他职业工作的参与人口离散程度较大,为保证数据所表达的真实性故将其剔除。在总消费、自行车休闲旅游消费和其他衍生健身娱乐消费中,年收入在 30 万~50 万的消费群体平均消费水平均为最高,以 30 000 元以上为主,基本表现出自行车运动参与人口消费水平与年收入水平成正向相关。

从社会阶层来看,我国自行车运动参与人口以高学历、高收入的社会中层人士为主要消费群体,在社会发展中的中层人士在自行车运动消费过程中表现出强大的购买力和购买意愿。

1.3 基于人口性别、年龄的自行车运动消费水平

多元方差分析结果表明,性别( $F = 22.44, P \leq 0.01$ )、年龄( $F = 2.44, P \leq 0.01$ )对我国自行车运动参与人口消费水平具有显著性差异,其中,男性群体的消费水平普遍高于女性消费群体。在自行车装备消费、自行车休闲旅游消费和其他衍生健身娱乐消费方面,男性群体的平均消费水平为女性群体一倍多。

从年龄特征来看,主要消费力量集中在 18~65 岁之间,在总体平均消费水平上均超过万元。但在主体间效应检验结果中,在  $P = 0.05$  的显著性水平下,年龄与总体消费的显著性差异水平  $P = 0.286$ ,不具备显著性差异。55~65 岁之间的参与人口平均消费水平达 16 160.41 元,尤其是自行车休闲旅游消费和其他衍生健身娱乐消费均显著高于其他年龄参与人口,这表明我国参与自行车运动的老年群体在积蓄有余、时间充裕的条件下,进行自行车运动消费尤其是体验服务性消费的意愿较为强烈。

1.4 基于骑行水平的自行车运动消费水平

在锻炼坚持阶段,体育消费需求略有下降,随着锻炼行为阶段的向前发展,体育消费满意度逐渐增强,体育消费呈现上升趋势<sup>[10]</sup>。通过分析发现骑行频次( $F = 7.83, P \leq 0.01$ )、月骑行里程( $F = 14.96, P \leq 0.01$ )对我国自行车运动参与人口消费水平具有显著性差异。其中,两天一次的平均消费水平最高,其次是每天一次、每周一次、每月一次和偶尔依次递减。

骑行频次和骑行月里程是反映自行车运动参与人口骑行水平的重要指标。综合这两个指标来看,骑行水平越高,参与自行车运动的消费水平就越高,这从一定层面说明,在自行车运动过程中,更多的参与行为能引发更多、更高层次的消费发生。

1.5 基于参与动机、参与形式和重要程度的自行车运动消费水平

多元方差分析结果显示,参与动机( $F = 5.14, P \leq 0.01$ )、骑行对本人的重要程度( $F = 9.18, P \leq 0.01$ )、参与形式( $F = 4.95, P \leq 0.01$ )对我国自行车运动参与人口消费水平平均具有显著性差异,总体平均消费水平表现出以双重动机激励参与人群 > 仅以内在动机激励参与人群 > 仅以外在动机激励参与人群,而在主体间效应检验中,参与动机与其他衍生健身娱乐消费的显著性水平为  $P = 0.065$ ,不具备显著性差异,这表明在现行阶段,参与动机对自行车运动其他衍生健身娱乐消费影响不大,自行车运动参与人口并不会过多地因为积极的参与动机而进行衍生健身娱乐消费。

从平均消费水平来看,多种方式并行 > 仅和群体一起骑行 > 仅个人骑行,这表明广泛的骑行社交对消费具有促进作用。在对我国相关专家学者访谈中,强调到自行车店以及依托自行车店

成立的自行车俱乐部是大众参与自行车运动的重要纽带和组织形式,在维系俱乐部成员关系和感情、交流骑行经验、推荐骑行用品等方面发挥了重要的作用。因此,在促进我国自行车运动参与人口消费过程中应充分发挥自行车店以及自行车俱乐部的纽带功能。

## 2 我国自行车运动参与人口的群体特征

### 2.1 基于 K-means 聚类分析的自行车运动参与人口消费群体特征

根据消费水平将我国自行车运动参与人口细分组别之后,所得到的消费群体显示出的特征呈现出一定的相似性,如都是主要以男性为主的高学历人群,参与动机多元,参与形式注重自行车运动的社交属性等。此外,不同群体在年收入、骑行月里程上表现出了比较显著的区别,如骑行里程越长,年收入越高,消费水平越高。在职业、骑行频次和重要程度上也表现出了一定的区别,如学生的消费水平较低,事业单位工作人员的消费水平不会太高。

### 2.2 基于决策树模型的自行车运动参与人口消费群体特征

为进一步明晰我国自行车运动参与人口主要的消费群体以及高消费水平的群体特征,采用 SPSS21.0 中的决策树模型做进一步分析,从分析结果来看,目前我国自行车运动主要消费群体平均消费水平为 14 523.20 元。

决策树模型也常用于评估变量的相对重要性,在输出的自变量对模型的重要性分析中,个人年收入对自行车运动消费水平的影响是最大的,相关影响因素按照重要程度进行排序依次为个人年收入>骑行月里程>骑行对本人的重要程度>参与形式>职业>骑行频率>参与动机>性别>年龄>学历。在重要性靠前的相关影响因素中,骑行月里程、骑行对本人的重要程度、骑行频率等因素可归类为骑行的积极性,参与形式可归类为骑行的社交性,因此,对我国自行车运动消费具有重要影响的因素可表述为年收入、骑行的积极性和骑行的社交性。

## 3 我国自行车运动参与人口的消费特点

### 3.1 消费水平较高,但仍以实物消费为主

根据国家体育总局公布的《2014 年全民健身活动状况调查公报》中数据显示<sup>[11]</sup>:2014 年,在我国 20 岁及以上人群中,有 39.9% 的人有过体育消费,全年人均消费 926 元。通过对比发现我国自行车运动参与人口消费水平较高,平均总消费水平高达 13 123.75 元。虽然我国自行车运动参与人口消费水平较高,但仍表现出以实物消费为主的特征。在消费构成上,以购买自行车运动装备消费为主,占比达 53%;其次是自行车休闲旅游消费;其他衍生健身娱乐消费金额占比最少。

### 3.2 消费需求呈多元化发展

当前,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。我国虽然是自行车大国,但是自行车运动产业化发展却刚刚起步,在对自行车运动参与人口进行访谈中发现,自行车运动产品和服务供给不足与消费者的需求多元化之间的矛盾逐渐加深,我国现有自行车运动产品和服务的供给不能满足参与人口在质量和多样化上的需求。

自行车运动参与人口消费需求呈现出总量上增加、质量上提高、结构上多元的特点。在消费需求上,2017 年自行车运动参与人口非实物类产品和服务的消费占自行车运动参与人口用于自行车运动消费总额的 47%。这表明我国自行车运动参与人口已不满足于单一的实物性消费,消费需求日益多元化。

### 3.3 消费群体呈现中青年化、高学历、社交性特征

明晰我国自行车运动参与人口的共性群体属性,对我国自行车运动产业从业者来说,更有利于对自行车运动市场的了解,在产品和服务的设计和供给上能有更强的针对性,以迎合潜在消费者需求。2017 年我国自行车运动参与人口近千万<sup>[12]</sup>,主要表现出以下共性:(1)以男性为主。男女群体比例为 78.17:21.83。(2)呈现高学历特征。专科及以上学历自行车运动参与人口比例达 63.69%。(3)中青年消费者是主力军。参与人口以 18~55 岁为主,占比达到 89.26%。(4)参与动机多元。(5)注重自行车运动的社交属性。

3.4 四大要素影响自行车运动参与人口消费水平

分析发现影响我国自行车运动参与人口消费水平的因素以个人年收入、骑行月里程、自行车运动对本人的重要程度和参与形式等为主。

由群体特征可见,促进由低消费群体向一般消费群体、一般消费群体向高消费群体转变的因素中,除了年收入外,骑行的积极性以及重视骑行的社交性最为重要。促进低消费群体向一般消费群体转变,主要是提高参与人口的骑行积极性。

3.5 老年参与人口具有较大的可挖掘的消费潜力

自行车运动有利于改善老年人的身体自尊和心境状态,低锻炼负荷有助于缓解老年人心境状态中的紧张、疲劳、慌乱,且老年参与自行车运动多以锻炼身体和扩大交际范围,减少孤独感为动机<sup>[13]</sup>,基本满足自行车运动高消费群体对社交性的要求,提高老年人参与自行车运动的积极性将是挖掘老年参与人口消费潜力的重要着手点。因此在我国人口老龄化逐渐加剧的社会背景下,供给针对老年人的自行车运动服务内容,一方面能扩大老年人自行车运动参与人口基数,另一方面通过休闲性质的自行车运动锻炼,实现养老向“康养”的提升。

4 进一步扩大自行车运动消费存在的主要问题

根据调查结果以及对自行车运动参与人口和有关专家的访谈,目前,进一步扩大自行车运动消费尚存在以下几个方面的问题:

4.1 自行车运动产品供给不足

我国自行车运动参与人口消费整体上呈现出较强的发展潜力,但在对我国自行车运动参与人口、相关从业人员访谈中发现,进一步扩大我国自行车运动消费目前仍面临着诸多障碍。目前我国自行车运动消费产品供给较单一,适合群众参与的自行车赛事和自行车休闲旅游产品供给不足,如节假日骑行旅游产品的供给等。

4.2 骑行+旅游产业深度融合不够

自行车骑行旅游,也可称为骑游,目前已是我国最受欢迎的旅游方式之一,但目前我国各地在发展自行车休闲旅游时存在着产业融合发展深度不够的问题,除了存在公共交通工具(高铁、动车等)的自行车携带问题、自行车专用道路缺乏等共性问题,也存在着区域性问题<sup>[14-15]</sup>。

4.3 自行车场地设施发展滞后

我国道路交通网络发达,人文、自然资源丰富,可用于骑行的场地设施本应充足且具有多样性,但由于各地对于自行车道路建设不够重视,致使自行车专用道路建设十分滞后,骑行驿站等配套服务设施比较缺乏,一定程度上抑制了参与人口的消费积极性和可持续消费能力。

4.4 自行车运动的宣传和推广力度不足

由于自行车运动参与人口数量比较有限,各地在自行车运动的宣传与推广方面投入比较有限。加之自行车赛事观赏性不强,群众对于自行车赛事的关注度不高,大部分自行车赛事品牌效应较弱,本土明星匮乏,未能对全民参与起到很好的示范和促进作用。

4.5 自行车运动俱乐部等组织结构较为松散

各级各类自行车运动俱乐部和协会等组织是维系自行车运动参与人口的重要组织,但目前该类组织结构较为松散,影响力比较有限。

5 进一步扩大自行车运动消费的建议

5.1 丰富自行车运动产品和服务供给

在供给侧结构性改革背景下,让体育供给带动消费需求<sup>[16]</sup>,提高自行车运动产品和服务的供给数量和质量,结合区域特点,充分利用当地自然和人文资源,深度挖掘和整合当地自行车运动资源,为公众提供形式多样、内容充足、层次丰富的自行车运动产品和服务。

5.2 促进自行车运动与相关产业融合发展

推动“骑行+旅游”深度融合发展,鼓励各地区依托现有景区、体育小镇等资源,修建难度不