# 论关于西安市老年体育消费市场的研究

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2024-01-28

*[论文关键词] 西安市 老年人 体育消费 市场 [论文摘要] 本文通过对西安市老年人体育消费状况的 调查 研究,分析了老年人的消费动机、消费意识、消费结构以及对体育消费项目的满意度,探索老年体育产业的发展趋势,为老年体育市场的开发提供理论依...*

[论文关键词] 西安市 老年人 体育消费 市场

[论文摘要] 本文通过对西安市老年人体育消费状况的 调查 研究,分析了老年人的消费动机、消费意识、消费结构以及对体育消费项目的满意度,探索老年体育产业的发展趋势,为老年体育市场的开发提供理论依据。

一、前言

202\_年,中国以1.3亿老年 人口 开始步入世界人口老年型国家的行列。然而,我国老年人口的体育商品和 社会 体育服务需求却长期受到冷落,老年体育用品不仅数量稀少,而且品种单一。老年体育产业远远满足不了老年体育消费者的需要,尚待开拓老年体育市场新领域,以提高 经济 效益,满足老龄消费者的需求。因此,从 社会学 的角度探索发展老年体育产业,振兴老年体育市场,具有深远的社会意义。这是我国老年社会保障事业的重要组成部分,是实现“健康老年化”的必要保证,是促进经济持续增长和社会可持续发展的不可缺少的内容。

二、研究对象与方法

1.研究对象

选取西安市碑林区、新城区、莲湖区、未央区、雁塔区、长安区的部分社区的老年人，其中男283人（年龄60-75岁），女317人（年龄55-75岁）。

2.研究方法

(1)问卷调查法 与西安市老年人体育协会合作,向西安市各个社区发放调查问卷600份,回收587份,其中有效问卷为569份,有效率为94.8%。

(2)查阅资料法 查阅与社区老年人科学健身相关的资料20余种。

三、结果与分析

1.西安市老年人体育消费的动机

据调查老年体育消费动机因子中,改善精神、调查情绪、精神寄托动机占有很大比例。老年人离退休后,种种因素带来失落感和孤独感,要求老年人改变生活方式,不断调节自我,寻找精神寄托。另外,老年人或多或少都有一些慢性病,当前大多数老年人将健康视为第一位,接下来依此是娱乐、改善精神和调节情绪、精神寄托、运动能力、人际交往和防治疾病。为了防病治病,追求延年益寿,将目光投向集娱乐、健身为一体的体育消费。

2.西安市老年人体育消费的意识

对体育消费持正面态度的老年人占绝大多数,他们认为体育消费很正常,花钱买健康值得。调查显示:78.5%老年人对体育消费有不等数额投入。同时有11.7%的老年人对体育消费虽持肯定态度,但没有实际消费行为,这部分人有消费意愿,只是因为经济或其他方面的原因,暂时没有参与消费。另外,调查显示:收入越高、 文化 程度越高其体育消费意识越强。

3.西安市老年人体育消费的结构

4.西安市老年人对体育服务项目消费满意度

在调查问卷中,对市场不满意比较突出的项目有:买不到合适的运动服(495人占87%);找不到称心的运动器材(546人占96%);选不到合适的运动项目(387人占68%)；运动场馆收费高(563人占99%)。对于已消费的项目调查显示,55%的老年人对服务质量不满意,42.7%的人对产品质量不满意。

四、西安市老年人体育市场的发展趋势

从西安市老年人口的数量和老年体育消费动机来看,西安市的老年人口逐年增多,参加体育锻炼来增强体质和健康长寿是每个老年人的追求。西安市老年人口基数大,成长性好,老年体育市场的规模也会变得越来越大。

1.老年人体育消费能力不强

西安市老年人随着经济的增长,人均收入也逐步提高,老年人参加体育锻炼的人数也在增加,但这并不能代表老年人在体育方面的消费力加强。从这几年体育娱乐消费的趋势来看,西安市老年人在文化体育娱乐方面的支出有逐步提高的趋势,但变化幅度不大。老年人活动的项目选择比较多的是散步、跑步、太极类等项目,除服装外,基本不用花费;再有,老年人到收费体育馆活动的人很少。由此可以看出,提高老年人的消费能力,是一个复杂的过程。光收入提高了还不行,还要改变老年人的消费观念。

2.老年人体育消费产品滞后

从西安市老年人消费结构调查和消费项目满意度调查中可以看出,目前我国市场上的商品结构并不符合人口年龄结构的变化,产品结构属于粗犷型,老年服务行业还未得到充分重视,对老年人口的服务还处于一种无序的状态,从而使老年人的大量需求无法得到满足。因此,在目前市场需求不旺的情况下,我国企业应把握人口老年化的趋势,结合老年人群体的特征,细分老年体育市场,加强对老年产品的开发,培育新的需求增长点。

3.针对老年人知名品牌较少

对于已有的老年体育服务产品,在产品质量、价格和服务上,满意的顾客超不过30%,老年人信得过的品牌少。对于相关企业来讲,这样的一个市场状况,是一个很好的发展良机。从新产品开发、价格、服务、促销等方面做到优于其他企业,就会在老年人心中树立良好的品牌形象。

4.缺乏老年体育相关项目的创业人员

老年人进体育场馆锻炼的人数少,但有77.9%的人认为有必要参加科学健身培训;老年人消费能力低,但有42.6%的人已经购买体育锻炼的运动服装和器材;老年人勤俭节约,但对体育消费持正面态度的老年人占92%,他们认为体育消费很正常,花钱买健康值得。由此可以看出,老年体育市场还没有被真正开发。市场的开拓,需要 人力 !财力和物力,而人力是三者最核心的部分。老年体育市场是一个新兴的市场,存在着很多不确定的因素,需要一步步探索。老年人消费观念的转变、消费能力的开发以及市场的运作,都需要老年体育市场的创业者来完成,因此培养开发老年体育市场的人才显得尤为重要。

参考文献:

[2]刘鑫焱:恩格尔系数纳入指标体系[N].人民日报,202\_-07-11

[3]朱琦:普通高校高级知识分子体育消费现状的调查与研究[J].北京体育大学学报,202\_,29(5):617-618

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！