

成都市民消费结构与 休闲活动关系研究

杨国良 朱 红

(四川师范大学 资源与环境学院, 四川 成都 610068)

摘要:通过对成都市七城区城镇居民的歌舞、茶棋牌、电影及城市公园休闲消费活动的调查分析,我们发现,食品、衣着开支比例较低的高收入家庭,参与休闲活动比较频繁,主要选择歌舞、茶棋牌等高消费娱乐项目,花费多,范围广,时间以晚上或深夜为主;食品、衣着开支比例较大的低收入家庭,休闲活动次数少,范围小,多选择电影、公园休闲等低消费娱乐项目。可见,城市居民消费结构与消费水平会影响居民休闲活动的次数、花费、休闲活动的方式、态度以及参与活动的时间、空间等。

关键词:成都市;消费结构;休闲活动

中图分类号:F127.71 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-5315(2003)03-0030-06

城市居民的休闲活动在国外早有研究[1][2],国内柴颜威[3][4]、王其延[5]等人对城市居民的日常休闲活动展开过研究,但未涉及歌舞、茶棋牌等活动。本文通过对成都市七城区(包括锦江区、青羊区、金牛区、武侯区、成华区、青白江区和龙泉驿区)城镇居民1978年以来家庭消费结构变化、休闲娱乐业发展状况与居民休闲活动特征的调查分析,重点探讨了居民消费结构与歌舞、茶棋牌、电影和城市公园休闲行为特征的关系。

一 成都市民消费结构及其变化

本研究选取317名茶棋牌休闲者、136名歌舞娱乐者、790名电影观众、750名城市公园休闲者进行问卷调查,收回有效问卷1482份。利用SPSS进行统计分析,结果显示,茶棋牌消费者与歌舞娱乐者年龄集中在25—44岁,大专、本科文化居多,企事业单位管理人员和销售服务人员是该消费群的主流。电影观众、公园休闲者以15—44岁年龄居多,高中、大专文化的企事业单位管理人员和学生所占比重较大。休闲者中,歌舞娱乐者花费最多,每人约200元人民币;茶楼消费者次之,平均100—200元;电影观众和城市公园休闲者花费最少,仅数十元。

1978年以来,成都市城镇居民(含七城区和12郊县)消费结构出现了三个变化趋势[6](150—151页)。第一,食品、衣着开支比例下降。1978年,成都市城镇家庭人均食品、衣着开支占当年总消费支出的57.6%、17.2%,1999年,却分别下降为43.9%、10.7%。第二,医疗、交通通讯、文教、住房等方面的消费比例呈上升趋势。其中,医疗、住房和文教上升最快,分别比1978年提高了5.4、5.2和5.0个百分点,交通通讯只上升

收稿日期:2002-04-02

项目基金:四川省教委人文、社会科学基金项目,项目编号:(2000)118。

作者简介:杨国良(1965—),男,汉族,重庆市大足县人,四川师范大学资源与环境学院副教授。

了3.7个百分点。第三,文化娱乐消费的绝对数额增加了,但消费比例却与1978年基本持平。这说明成都市城镇居民的休闲欲望增强了,但增强的程度不大,主要表现在娱乐消费比例仍然偏低。

二 休闲消费能力与休闲意愿

(一) 休闲活动次数与花费

1. 歌舞、茶棋牌娱乐者

专业/文教科技人员和军人由于职业时间限制,多数人参加歌舞、茶棋牌娱乐每月的次数不足3次;服务销售人员、企事业管理者和公务员因工作关系,需要参加大量社交活动,歌舞、棋牌、饮茶不失为一种很好的沟通方式,这在某种程度上体现了公、商务人员休闲娱乐的多目的性,因此,他们参加休闲娱乐活动的次数较多。工人、学生中虽然有很多歌舞、棋牌迷,但因其收入有限,每月参加这类高消费活动的次数并不多。如参加的工人中24%、学生中39%的人不足3次,而服务销售员、企事业管理者和公务员则不同,他们每月参加歌舞、茶棋牌活动在5次以上的占35%。这部分休闲者不仅参加活动的次数多,而且消费水平高,有近50%的人每次活动花费在200元以上,其中还有20%的人超过500元。90%的工人、学生,80%的文教科技人员,每次娱乐费用不足200元(见表1)。这与商业人员和企事业管理者的消费能力形成鲜明对比。

在歌舞、茶棋牌消费者中,他们参加活动的次数和消费水平还与其受教育程度有一定关系。高中、中专文化以下消费者中,有40%的人活动次数偏少,每月不足3次,但也有30%左右的人特别喜欢唱歌、跳舞、棋牌、喝茶,月活动频率超过5次。专科以上文化者月活动次数比低文化者多,活动费用也随学历层次提高而增加,如初中以下文化的茶棋牌娱乐者每次花费不足100元的占38.5%,超过500元的占7.6%,而硕士获得者两项指标分别为18.2%和21.7%,前者消费能力明显低于后者。

表1 休闲者每次活动花费

单位:%

		职 业						文化程度				
		A	B	C	D	E	F	a	b	c	d	e
歌舞厅娱乐活动者	①	10.1	29.3	56.3	13.4	58.6	56.9	32.9	39.9	26.4	22.7	17.9
	②	28.4	21.7	25.9	25.9	35.2	40.1	45.3	37.6	20.5	27.2	20.4
	③	41.5	20.5	13.6	37.2	5.4	3.0	13.7	17.5	39.9	38.9	37.4
	④	20.0	28.5	4.2	23.5	0.8	0.0	8.1	5.0	13.2	11.2	24.3
茶棋牌娱乐活动者	①	17.2	37.9	62.1	26.7	43.8	54.7	38.5	44.4	37.9	29.2	18.2
	②	49.8	22.2	19.6	31.2	51.1	38.4	46.2	37.0	37.9	20.8	25.8
	③	22.3	16.7	11.2	34.8	4.7	5.6	7.7	14.8	13.8	41.7	34.3
	④	10.7	23.2	7.1	7.3	0.4	1.3	7.6	3.7	10.4	8.3	21.7
电影观众	①	-	41.3	48.5	18.8	62.2	69.7	72.9	50.7	41.3	31.9	12.1
	②	-	44.4	42.7	49.1	23.7	28.5	21.5	34.5	42.1	42.7	55.2
	③	-	11.8	8.8	26.2	13.1	1.8	4.2	13.8	11.8	18.4	23.8
	④	-	2.5	0.0	5.9	0.9	0.0	1.4	1.0	4.8	7.0	8.9
城市公园休闲者	①	43.9	37.3	43.4	21.8	57.6	52.6	74.7	47.5	39.8	34.8	10.7
	②	31.8	37.9	47.4	49.1	28.8	44.3	26.4	38.5	42.8	39.5	57.1
	③	19.7	17.0	5.3	25.5	10.6	2.1	7.7	10.0	12.4	17.8	21.4
	④	4.6	7.8	3.9	3.6	3.0	1.0	2.2	4.0	5.0	7.9	10.8

资料来源:课题组问卷调查,四川师范大学资源与环境学院1998级1班学生协助完成,2000—2001年。

注:(1)表示每次活动花费,其中①小于99元,②100—199元,③200—499元,④大于500元。

(2) 职业代码: A—公务员; B—企事业单位管理人员; C—专业/文教科技人员; D—服务销售员; E—工人; F—学生。

(3) 文化程度代码: a—初中及以下; b—高中、中专; c—大专; d—本科; e—硕士及以上。

2. 电影观众、城市公园休闲娱乐者

与歌舞、茶棋牌娱乐者相反,服务销售人员、企事业单位管理者、文教科技人员和公务员每月看电影的次数不如工人、学生多,但平均每次活动费用比他们高,其中销售服务人员的花费最多。从学历层次看,文化程度较高的人看电影的次数较少(如本科,月活动频率超过5次的只有17%,而50%以上的人不足3次),但每次活动花费多。造成这一现象的主要原因是,高文化者从事企事业单位管理和商务活动的人较多,电影院、城市公园不适合“商务休闲”,只能作为一般“休闲地”,故不能吸引商务休闲者前往“休闲”。针对此种情况,电影院和城市公园要扩大自己的业务范围,必须增加其休闲功能,否则,很难与歌舞厅、茶楼和棋牌馆竞争。

(二) 休闲意愿

1. 对娱乐项目的选择

不同职业者对娱乐项目的第一爱好选择各有不同。消费者可能有多种爱好,他们对娱乐项目的选择也不止一个。为统计方便,将其最喜欢的娱乐项目作为第一爱好进行统计,其结果(表2)显示:歌舞娱乐与茶楼休闲者中,白领阶层较喜欢歌舞酒吧、茶棋牌和郊外旅游,蓝领则更注重电子游戏、电影和农家乐;白领阶层的电影观众和城市公园休闲者比较喜欢茶棋牌与保龄球,蓝领则选择电子游戏和看电影的人较多。电影观众中,白领去城市公园游玩的人少于蓝领,而去郊外旅游的人则多于蓝领;城市公园休闲者中白领与蓝领在郊外旅游、歌舞酒吧的喜好选择上相差不大。这说明歌舞娱乐、旅游已逐渐成为广大城镇居民休闲消费的时尚。

表2 休闲娱乐者的消费意愿差异

单位:%

		娱乐项目选择 ^①									活动目的				所持态度			
		歌舞酒吧	茶、棋牌	电子游戏	保龄球	电影文艺	农家乐	城市公园	郊外旅游	其它	解除疲劳	消除烦恼	兴趣爱好	工作需要	不可缺少	偶尔参加	无所谓	一般不去
歌舞娱乐者	白领	37.3	18.4	1.0	7.4	10.1	5.2	1.1	18.3	1.2	32.9	16.6	39.1	11.4	60.3	18.7	16.8	4.2
	蓝领	30.8	11.5	9.2	5.5	16.7	10.9	4.8	9.1	1.5	8.7	15.8	69.3	6.2	54.7	25.1	17.3	2.9
	高中 ^①	33.6	17.0	8.2	5.6	7.2	10.8	3.3	6.5	7.8	9.1	20.7	63.6	6.6	47.8	31.3	16.5	4.4
	大学	38.4	14.2	3.5	9.1	9.3	4.4	1.8	16.2	3.1	24.5	15.2	51.6	8.7	67.2	13.9	12.9	6.0
	硕士 ^②	36.7	15.9	0.1	10.0	10.9	2.1	1.2	19.7	3.4	30.9	10.3	35.8	23.0	64.5	15.5	15.7	4.3
茶棋牌活动者	白领	16.4	38.4	1.4	8.2	17.8	0.0	2.7	13.7	1.4	30.3	23.7	40.8	5.2	64.9	15.6	15.6	3.9
	蓝领	8.6	34.3	5.7	8.6	18.7	8.7	2.9	10.0	2.5	9.5	19.0	64.3	7.2	59.1	22.7	18.2	0.0
	高中	12.5	39.6	4.2	8.2	8.3	6.3	0.0	8.4	8.5	10.6	27.7	55.3	6.4	50.0	29.2	18.7	2.1
	大学	14.7	32.4	2.9	5.9	16.2	2.2	1.6	14.7	6.6	29.9	19.4	43.3	7.4	71.6	11.9	13.5	3.0
	硕士	26.1	32.5	0.0	3.2	15.8	1.4	1.6	16.7	2.7	23.7	10.2	51.9	14.2	66.7	14.1	15.8	3.4

资料来源:同表1。

注:①含高中或中专以下文化程度;②包括硕士及以上学历。其余栏与此相同。③对娱乐项目的选择是指休闲娱乐者的第一爱好选择。休闲娱乐者可能有多种爱好,以最喜爱的娱乐项目(称为第一爱好)作为统计对象,其它项目未作统计。

不同文化层次的人对娱乐项目的第一爱好选择:歌舞娱乐与茶楼休闲者随文化层次的提高,他们将歌舞、文艺演出和郊外旅游作为第一爱好选择的人逐渐增多;相反,选择电子游戏、农家乐的人则有所减少。电影观众与城市公园游玩者中随文化层次的提高,喜欢郊外旅游、保龄球和喝茶的人数比例逐渐增大,喜欢歌舞酒吧、电子游戏、农家乐的人数比例则略有减少。去城市公园休闲的低文化(高中以下)和高文化(硕士以

上)者较多,中间层次(专、本科生)相对较少。从总体上看,无论什么职业和何种文化的休闲者对郊外旅游、茶棋牌以及文艺演出都比较喜欢,以此作为第一爱好选择的人数比例大大多于其它娱乐项目。此外,歌舞娱乐活动也普遍受到人们的关注,因为该项目为广大消费者提供了越来越多的休闲和商务联络的机会。

2. 参加娱乐活动的目的

职业与休闲活动目的:娱乐者的四项活动目的有共同特征,即白领以解除疲劳和工作需要为目的的人远多于蓝领,以纯兴趣爱好为目的的则少于蓝领,说明白领娱乐的商务性和多目的性特征明显。白领和蓝领以消除烦恼为目的的人数比例大致相当,蓝领略多于白领。

文化与休闲活动目的:一般而言,随文化程度提高,快节奏工作者增多,以解除疲劳,或以联络工作需要为目的的休闲者所占比重增大,以消除烦恼或满足自身兴趣爱好为目的的人数比例减少,如茶、棋牌活动中高中以下文化者以解除疲劳为目的的占该文化层消费者总人数的10.6%,以工作需要为目的的占6.4%,而本、专科生两项指标分别为29.9%和7.4%,特别是前项指标,本专科文化层次的消费者比高中以下文化者多19.3个百分点;相反,他们以消除烦恼、满足自身兴趣为目的的人数却分别比高中以下文化者低8.3和12个百分点。

3. 对娱乐活动所持的态度

从总体上说,无论白领或蓝领,也不管其文化程度是高或低,随着人们生活水平的提高,将文化娱乐视为生活中不可缺少的组成部分的人占50%以上,另有40%左右的人偶尔参加或持无所谓的态度,只有极少数人(不足10%)对娱乐活动一点都不感兴趣。从职业上讲,白领对娱乐活动所持的态度更积极,但对看电影这样的活动则蓝领比白领更喜欢,说明不同职业的人对娱乐活动有所选择,随项目变化而有所不同。若按休闲娱乐者的文化层次来区分,文化程度越高的人对参加娱乐活动更积极,但看电影属例外,可能是因为电影活动不适合“商务休闲”,高文化者以商务娱乐为目的的人占多数,故电影活动更受低文化者青睐。

三 休闲活动的时空利用结构

(一) 休闲活动的时间耗费

首先,参与不同娱乐项目的人每次活动所花时间是不同的,城市公园休闲者每次活动超过8小时的人数最多,比其它几个项目的娱乐者大约多10个百分点;每次活动4—8小时的人数比例差异较大,其中歌舞娱乐者超过40%,而城市公园休闲者不足30%;每次活动低于4小时的各项目娱乐者人数比例基本接近,相差约5个百分点。

其次,即使参加同一娱乐项目,职业不同的人每次活动所花时间也是不相同的。歌舞娱乐者、电影观众中白领的活动时间短于蓝领,茶棋牌和城市公园休闲者白领与蓝领活动时间相差不大,白领略长于蓝领。

第三,不同文化层次的人每次活动所花时间也有差异。文化程度较低的歌舞娱乐者和电影观众每次活动所花时间长于高文化娱乐者,如高中、中专以下文化的电影观众每次活动超过8小时的人数占该学历层消费者总人数的12.2%,而具有硕士及以上学历的电影观众只占4.3%,前者长时间活动的人数明显比后者多。茶棋牌娱乐者和城市公园休闲者刚好相反,随文化层次的降低,每次较长时间活动的人数比例在减少,而不是在增加。

(二) 休闲者活动的时间段

不同项目、职业和文化的休闲者每次活动所选择的时间段是不相同的。一般而言,歌舞厅娱乐者在晚间和深夜活动,电影观众多选择晚上看电影,喝茶、棋牌活动不太受时间限制,只是晚上喝茶的人稍多于白天。

由于职业、文化差异,歌舞厅和茶棋牌娱乐者中白领深夜活动的人比蓝领多;低学历者因失业率高,白天闲暇时间较多,所以,他们选择白天娱乐的人较多,如高中、中专及以下文化的茶楼消费者在白天、晚上和深夜三个时段活动的分别占45.2%、48.8%、6.0%,而专、本科茶楼消费者在这三个时段喝茶的人数比例分别为33.8%、45.3%和20.9%,后者在深夜活动的人明显多于前者。

表3 休闲娱乐者的时空利用结构变化

单位:%

		时间耗费			时间段			活动距离			
		小于4	4-8	大于8	白天	晚间	深夜	小于1	1-5	5-10	大于10
歌舞厅娱乐者	白领	52.7	40.6	6.7	5.3	67.6	27.1	3.2	35.2	38.0	23.8
	蓝领	48.4	47.2	4.4	7.8	72.4	19.8	8.7	45.9	33.2	12.2
	高中 ^①	44.9	51.7	3.4	8.2	75.1	16.7	11.0	48.8	29.7	10.5
	大学	51.3	42.8	5.9	6.3	66.9	26.8	5.5	38.7	37.5	18.3
	硕士 ^②	55.8	37.9	6.3	4.1	68.3	27.6	1.9	30.4	45.7	22.0
茶棋牌娱乐者	白领	55.4	37.8	6.8	32.7	44.0	23.3	4.1	54.0	28.4	13.5
	蓝领	58.3	36.1	5.6	41.6	46.9	11.5	16.7	38.1	28.6	16.6
	高中	57.8	36.9	5.3	45.2	48.8	6.0	14.6	45.8	25.0	14.6
	大学	60.9	29.7	9.4	33.8	45.3	20.9	7.6	47.0	31.8	13.6
	硕士	37.1	55.4	7.5	31.4	49.1	19.5	2.1	32.3	48.6	17.0
电影观念	白领	60.4	32.9	6.7	8.3	79.0	12.7	11.2	54.1	28.6	6.1
	蓝领	54.6	33.9	11.5	19.6	63.3	17.1	20.7	57.71	18.7	2.9
	高中	51.8	36.0	12.2	21.5	57.2	21.3	21.8	62.9	15.3	2.0
	大学	59.3	32.7	8.0	10.1	76.6	13.5	13.3	53.4	27.3	6.0
	硕士	63.7	32.0	4.3	4.2	84.1	11.7	7.9	55.2	30.7	6.2
城市公园休闲者	白领	53.4	26.3	20.3	-	-	-	8.4	38.3	36.3	17.0
	蓝领	54.6	29.3	15.1	-	-	-	16.7	33.6	30.1	19.6
	高中	60.7	25.8	13.5	-	-	-	15.0	35.0	27.8	21.9
	大学	52.0	27.1	20.9	-	-	-	9.8	36.3	38.3	15.6
	硕士	39.0	36.9	24.1	-	-	-	3.2	25.8	38.7	32.3

资料来源:同表1。

注:①含高中、中专及以下学历;②包括硕士及以上学历。其余栏与此相同。每次娱乐活动平均所花时间的单位为小时;时间段指白天7:00—19:00,晚间19:00—23:00,深夜23:00—7:00;活动距离单位为公里。

(三) 休闲活动的空间结构

歌舞、茶棋牌、看电影、逛公园四项休闲娱乐活动,以歌舞娱乐者活动距离最远,电影观众最近,这可能与消费者的收入水平有关。歌舞、茶棋牌娱乐者收入水平较电影观众高,外出活动一般都有自备车,或以的士作为交通工具,故每次活动距离超过5公里的人数比例远大于电影观众。城市公园休闲者虽然活动距离较远,但其活动时间主要在白天,乘公交车的人较多,其消费水平远低于歌舞和茶棋牌娱乐者。从休闲者职业、文化与活动距离的关系来看,高文化的白领阶层比低文化的蓝领阶层活动距离稍远。

四 消费结构与休闲活动的关系

城镇居民消费结构对休闲娱乐活动的影响可采用消费结构影响度进行度量。一般来说,居民消费结构对休闲娱乐活动所产生的影响度随家庭年均收入和娱乐消费比例的提高呈指数递增。为此,我们设计了以下公式计算其影响度:

$$\beta = f_j^{\alpha} \cdot R^{\gamma}$$

式中: β 代表居民消费结构变化对休闲活动所产生的影响度; f_j 表示某种消费结构对娱乐项目的作用分;

Y_{ij} 、 R_j 分别表示第 j 项目消费者的家庭年均收入和他们在 j 项目上的支出占总消费支出的比例; Y_i 表示该地区所有城市居民的家庭年均收入。

表 4 消费结构对休闲项目的作用分和影响度

	歌舞厅娱乐		茶棋牌活动		看电影		公园休闲	
	1990 年	2000 年	1990 年	2000 年	1990 年	2000 年	1990 年	2000 年
作用分(f_j)	25	35	25	45	40	55	30	55
计算得到的 β	1.62	2.35	1.56	2.31	1.25	1.90	1.22	1.82

注:1990、2000 年成都市城镇居民文化娱乐占总消费支出的比例分别为 1.8%、3.5%

由于作用分(f_j)不仅随娱乐项目的变化而变化,同时也受消费结构水平的影响,因此,先将居民的休闲消费能力分为四个等次,即娱乐消费占总支出的比例小于 2%、2%—5%、5%—10% 以及大于 10% 这样四个档次,每个档次分别赋予作用分。以成都市 1990 年和 2000 年城市居民的消费结构为例,赋予作用分(见表 4)。运用我们所设公式,求得 1990 年和 2000 年居民消费结构因素对各休闲项目的影响分值。由此可见,居民消费结构的改变将对不同娱乐项目产生不同程度的影响。从列出的四个项目来看,对歌舞娱乐活动和茶棋牌活动产生的影响最大,且这种影响度随娱乐消费支出比例的提高而指数递增。

参考文献:

- [1] 罗歇·苏. 休闲[M]. 北京:商务印书馆,1999.
- [2] 奥斯古德. 新的闲暇社会[J]. 现代外国哲学社会科学文摘,1985,(3).
- [3] 龚华,柴颜威,等. 深圳市民工作日生活活动时空结构特征研究[J]. 人文地理,2000,15(6).
- [4] 李峥嵘,柴颜威. 大连城市居民周末休闲时间的利用特征[J]. 经济地理,1999,19(5).
- [5] 王琪延. 中国城市职工生活时间分配研究[J]. 统计研究,1998,(6).
- [6] 成都市统计年鉴[M]. 北京:中国统计出版社,2000.

Relation Between Consumption Structure and Recreations of Chengdu Residents

YANG Guo-liang, ZHU Hong

(Institute of Resources and Environment, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610068, China)

Abstract: An investigation and analysis of Chengdu residents' recreational activities reveals that, high-income families of low proportion of food and clothing expense frequently participate in all kinds of recreations of expensive night or late-night activities, while low-income families of high proportion of food and clothing expense take part in fewer recreations of less expensive activities. It is obvious that urban residents' consumption structure and consumption standard determine the frequency, expense, manner, attitude, time and space of the residents' recreational activities.

Key words: Chengdu city; consumption structure; recreations

[责任编辑:凌兴珍]