

# 宝鸡文理学院学生的体育彩票消费行为分析\*

谢奇, 邓超

(宝鸡文理学院 体育系, 陕西 宝鸡 721013)

**【摘要】**本文采用文献资料法、问卷调查法等对宝鸡文理学院大学生进行有关体育彩票消费心理以及认知方面的研究,结果显示,21岁及以上的男性学生为主要消费群体,并且消费行为较为理性,消费动机主要以消遣娱乐为主,约80%的学生并不了解体育彩票的发行意义及基金用途。在此基础上建议政府加大宣传力度,端正消费者的购买心态,并在销售点实现环境改善,增加对彩民的吸引力。

**【关键词】**体育彩票;消费;心理分析

**【中图分类号】**F832.48 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1891(2013)04-0124-03

中国体育彩票是指,为筹集体育事业发展资金发行的,印有号码、图形或文字,供人们自愿购买并按照特定规则获取中奖权力的书面凭证。自体育彩票在我国统一发行以来,市场形势大为良好,管理中心大幅涌出,市场急剧扩张,销售队伍不断扩大,体育行政机构也对其相当重视。陕西省作为西北地区代表,在2008年,体育彩票年销售量突破了11亿元,自2004年以来,四年跨了四大步,四年上了四个新台阶<sup>[1]</sup>。这四年的体育彩票销售量达到了31亿多元,超过了体育彩票在陕西发行以来前10年的总和。本文在对宝鸡文理学院学生的调查基础上,了解学生对体育彩票的认知以及消费心理,总结体育彩票在学生消费群中的市场现状,并结合调查结果提出相关建议。

## 1 研究方法

### 1.1 文献资料法

查阅与之相关的各领域专著以及刊载在各类期刊上的论文,在中国彩票网站和体育网站上获取相关数据信息,使得宏观和微观上都有充分的依据和详实的基础资料。

### 1.2 问卷调查法

在宝鸡文理学院全校师生中,通过Email随机发送100份问卷调查表,回收95份,其中,经分析得到有效问卷90份,有效率达90%。

### 1.3 数理统计法

对回收的问卷进行数理统计及分析整理出结果。

## 2 调查结果分析

### 2.1 消费对象结构分析

(1)21岁及以上的男性学生为体育彩票消费主体

表1所描述的是宝鸡文理学院体育彩票消费主体的结构分析,分析数据可得,21岁的学生占45%,21岁以上的学生占30%,18、19及20岁的学生彩民仅占总人数的25%,即21岁及以上与21岁以下的比例为3:1。这一结果与年龄的增长呈上涨趋势,这也更好的诠释了宝鸡文理学院学生随着年龄增长对体育彩票的关注情况。这说明体育彩票消费群体有较好的理性,随着自己对体育彩票的认识和对中国体育事业的肯定去购买。另外,从调查结果来看,在宝鸡文理学院,72%的体育彩票消费者为男性,女性仅占28%,男女比例约为3:1,这一结果与其他省市如广东省、北京市的调查结果一致<sup>[2]</sup>。这一现象说明宝鸡文理学院的男生比女生对中国体育事业和体育彩票关注的比较多。也更好的表明男生比女生热爱体育热爱中国体育事业。

表1 消费主体的结构分析

年龄	占男彩民比%	占女彩民比(%)	占彩民总数比(%)
18岁	6.4	4.5	5.4
19岁	5.8	7.5	6.5
20岁	11.3	13.2	12.3
21岁	48.3	40.6	45.3
21岁以上	28.2	34.2	30.5

(2)核心彩民月消费占生活费10%左右

调查结果显示,在宝鸡文理学院,体育彩票消费上月消费占生活费10%~15%的学生为体育彩票的主要消费群,所占比例最大,占到40%以上。月消费占生活费在5%以下以及15%以上的学生,仅各占购买彩票人数的10%左右,虽各同学消费水平不同,但这一结果指明,大部分同学购买彩票的行为是理智的,会根据自身情况购买,不会盲目夸大投入。同时也表明了宝鸡文理学院的学生们会根据

收稿日期:2013-05-11

\*基金项目:宝鸡文理学院2013年校级“大学生创新项目”(项目编号:bw12013021)。

作者简介:谢奇(1981-),男,安徽灵璧人,硕士,讲师,研究方向:运动训练理论。

自己的能力去关注体育彩票关爱中国体育事业。

## 2.2 消费对象购买行为分析

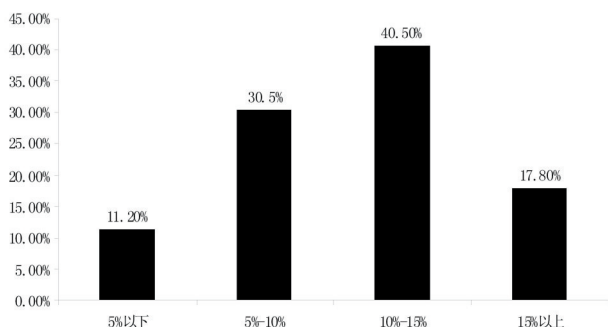


图1 彩民月消费占生活费百分比状况

据调查显示:在宝鸡文理学院,仅有20%左右的消费者对体育彩票有较深的认识,对其机制,用途有较深的了解,其余近80%的消费者都对体育彩票几乎没有了解,并不知道体育彩票公益金的使用范围和主要用途,由此看出,消费者购买彩票这一行为与彩票自身属性基本无关。

### (2) 消费者购买彩票的动机

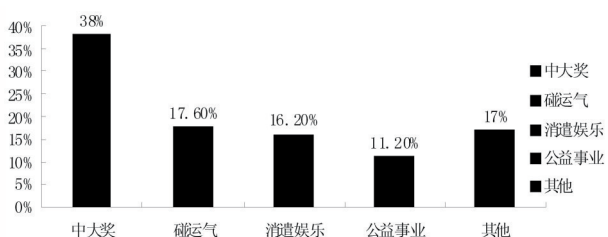


图2 彩民消费动机

对宝鸡文理学院彩民购买动机的调查数据表明:首先,消费者中出于“想中大奖”而购买的所占比例最大(38%),这些消费者的目的主要就是为了获取高额的奖金,以满足自己的物质需求,这类人往往是家庭状况不好,或工作压力太大,这种“一夜暴富”的心理是体育彩票给人们生活带来的首要消极影响,希望在体育彩票事业逐渐完善的过程中能够摒弃这一大“毒瘤”,将人们引向其积极地公益发展领域。其次是“碰碰运气”的(17.6%),而把购买彩票当作消遣娱乐的也不在少数(16.2%),这两类消费群我们将其消费动机归结为一点——“调节生活”,由于体育彩票价格适中,并且有一定几率中奖,不少人愿意将其作为一种生活娱乐项目,调动自身的希望与期待,这种“自我心理安抚”的精神消费有益于社会大众的身心健康<sup>[9]</sup>。最后是真正想为体育公益事业贡献的,这类消费者仅占总数的11.2%,由此我们可以得出这么一个结论,体育彩票事业虽日益蓬勃发展,但对于其本身的用途及属性,并没有太多深入人心,人们对其公益的一面还知之甚少,很少人能将体育彩票与体育事业联系在

一起,可见,体育彩票已经失去了体育的意义。

### (3) 消费者购买彩票的特点

据调查显示,①在我国发行的中国社会福利彩票和中国体育彩票这两者之间,仅有13.9%的人群会全部购买福利彩票,换言之,将近90%的消费者都有可能买体育彩票,但在所有购买体育彩票的消费者中,有65.4%的人曾经是福彩的彩民,可见体育彩票事业的发展还有待市场的进一步检验。②在体育彩票的消费群中,有超过50%的消费者会选择即开型彩票,这类彩票主要是开奖速度快,消费者可以在很短的时间内得到验证,不会耽误太多时间。③有超过40%的消费者会定期购买彩票,这也说明彩票的销售具有一定的稳定性。

### (4) 彩票消费能力情况

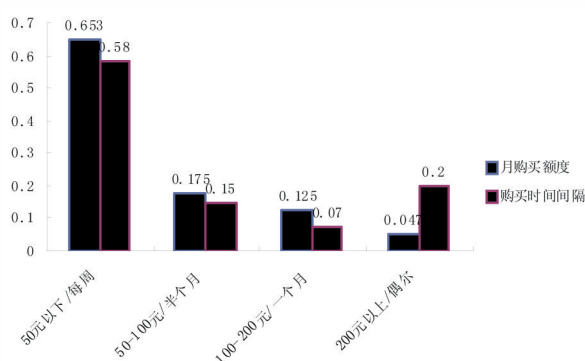


图3 彩民消费额度

调查表明:每月购买彩票在50元以下的占绝大部分(65.3%),这也是在校学生的基本消费能力,花费在50-100元的仅有17.5%,在100元之上的微乎其微。而在这些消费者中,每周或每期都会定期购买的人占60%,这是一部分很稳定的消费群,而15%的人半个月或一个月购买一次,20%的人只是偶尔碰碰运气。

### (5) 消费者购买彩票的影响因素

据调查结果显示:①价格合适。有80%的消费者均能接受2元一注,认为彩票价格适中,适当购买不会产生压力而对生活造成影响。②外在干扰。由于部分彩民的“一夜暴富”心理过为严重,在生活上造成严重干扰,使得其身边朋友产生消极情绪,也使得身边的彩民受其影响,对社会带来不利因素。③媒体的大力宣传。通过媒体对体育彩票事业的有力宣传,使人们对体育事业更为关注,自愿加入到公益事业队伍中,为体育事业的建设尽一份力。

## 3 结论与建议

### 3.1 结论

(1) 宝鸡文理学院体育彩票的消费者群体中,

男性彩民占主体,且男女比例高达3:1。在学生中以21岁及以上为消费主体,主要是大三以上学生,消费行为较为理性。这些消费者中月支出在1000~1500元的占40.5%,表明彩民主要集中在中等消费水平的人群中。

(2)宝鸡文理学院消费者的消费行为较为理性,消费心理较为成熟。有38%的彩民为“中大奖”,而有52%的消费者是为了“碰运气”、“消遣娱乐”以及“做公益”,这表明彩民的心理状态逐渐积极化。65%的消费者每月在购买彩票上的花费维持在50元以内,仅有4.7%的彩民会超过200元,娱乐的同时消费者并不担心影响正常的生活。

### 3.2 建议

(1)加大宣传力度。在所有彩民中,仅有20%的人是对体育彩票有一定了解的,更多的消费者不了解体育彩票与体育事业有何关系,体育彩票公益金作何用途,建议彩票管理中心加大对彩票的正面宣传,加强人们对体育彩票的认知,端正消费者的购买心态,帮助彩民正确认识体育彩票与赌博的区别,减少体育彩票给广大青少年带来的负面影响。大力宣传体育运动强身健体、健美塑形的效果,积极发展女性彩民,争取青少年和中老年人的关注、支持和参与,努力让彩民的家人、朋友乃至整个社会的多数人建立起对体育彩票的正确认识<sup>[4]</sup>。

(2)增加销售点。针对彩民购买彩票网点过少

问题,建议发行单位扩展销售区域,合理规划销售网点的布局,稳妥的增加销售点。进一步改善销售点的环境,根据消费流程开设各类窗口,以便交易有序进行,营造良好的营销氛围,以便吸引更多消费者的关注与加入。

(3)提高消费者的服务质量。体育彩票的销售不是一种物质上的销售,这种特殊的商品更加要求销售者能够获得消费者的信赖,因此,销售者自身素质的高低直接影响其网点消费者的购买心态,建议对所有彩票销售者进行统一培训与管理,使其在销售的同时不仅仅关注在金钱交易上,而是更注重对体育彩票文化内涵的宣传,对体育运动的推广,这样才能是体育彩票在社会上得到更广泛的支持,对社会发展起到积极地推动作用。

(4)增加体育彩票的种类和玩法。我国现行的体育彩票主要还是以其高额的奖金吸引众多彩民。现有的体育彩票种类已不能满足众多彩民的需求,只有推陈出新,标新立异,才能吸引更多消费者的关注,才能不断刺激消费者的冒险心理以及消费欲望,这样才能保证彩票市场稳定持续的发展。

(5)完善体育彩票机制,是彩票合法化。如今并没有一项法律法规专门规范彩票行业,以至于在彩票交易中出现的纠纷没有处理依据,建议尽快出台彩票相关的法律法规,将体育彩票纳入法制化管理轨道。

### 注释及参考文献:

- [1] 陈淑妆.广东省体育彩票消费者现状的调查研究[J].山西师大体育学院学报,2007(4):21-23.
- [2] 李智.北京市电脑体育彩票购买者现状的分析与研究[J].北京体育大学学报,2002(2):163-164.
- [3] 张象,朱杰民.中国体育彩票发展现状及部分热点问题的研究[J].北京体育大学学报,2006(3):31-34.
- [4] 陈立基.彩票的商品特性及集市式销售的营销技巧[J].中国体育科技,2002,36(2):3-5.

## Analysis of Baoji University of Arts and Sciences students' consuming behavior of Sports Lottery

XIE Qi, DENG Chao

(Department of Physical Education, Baoji University of Art and Science, Baoji, Shaanxi 721013)

**Abstract:** In this paper, using the method of literature, questionnaire survey method and so on, the sports lottery consumption psychology and the cognition of college students in Baoji University of arts and sciences shows, men about 21 years and older students are the main consumer groups, and consumer behavior more rational, consumer motivation mainly about entertainment based, about 80% of the students do not understand the issue and the significance of use and the funds of sports lottery. On this, we suggest that the government should increase the propaganda, correct consumer's buying mentality, and the improvement of the environment at the point of sale, increase the attraction to people.

**Key words:** Sports Lottery; Consumer; Psychology