

Present Situation Investigation of Amateurish Badminton Training Market in Chengdu

Min-min ZHU

Institute of aviation security, Civil Aviation Flight University of China, Sichuan, Province, China

Abstract—In order to meet the needs of more and more badminton enthusiasts to participate in the amateur badminton training and better develop amateur badminton sports in Chengdu, questionnaire survey, literature, mathematical statistics, logic reasoning and expert interviews were employed to study the current situation of amateur badminton training market in Chengdu. The results show that amateur badminton training institutions in Chengdu, generally, are on a small scale and coaches, although from extensive sources, are universally subjected to lack of experience; consumers' own conditions vary and their training time is short; training markets take on growing trend; the total sports material consumption grows but its consumption ratio appears a downward trend and consumer groups have the trend of fashion and diversified consumption purposes. The results of this study have a certain reference value for promoting healthy development of amateur badminton training market in Chengdu.

Keywords— Amateurish Badminton, Training Market, Chengdu, Present Situation

成都市业余羽毛球培训市场现状研究

朱敏敏

中国民用航空飞行学院航空安全保卫学院，四川 广汉 618307

摘 要 为了满足越来越多的羽毛球爱好者参与业余羽毛球培训的需要，更好地开展成都市业余羽毛球运动。本文采用问卷调查，文献资料，数理统计，逻辑推理和专家访谈等方法，研究成都市业余羽毛球培训市场现状。结果表明：成都市业余羽毛球培训机构普遍规模较小，教练员来源广泛，但普遍执教经验不足；消费者自身条件参差不齐，参与培训时间短；培训市场消费呈现增长趋势，实物性消费总额增长但所占消费比例呈降低趋势，而且消费群体具有时尚化和消费目的多元化趋势。本文研究结果对促进成都市业余羽毛球培训市场健康发展具有一定的参考价值。

关键词 业余羽毛球，培训市场，成都，现状

1. 前言

羽毛球运动是一项适合大众健身的高雅运动，它具有简便、观赏、娱乐、强身等特点。随着人民生活水平的提高，在“全民健身，利国利民”的号召以及羽毛球运动力与美结合魅力的吸引下，羽毛球的影响力日益增强。更多人愿意参加这项运动，成都市业余羽毛球爱好者急速扩大，业余羽毛球培训市场也随之逐渐增加，以至于羽毛球教练员人数数量也在迅速增长。羽毛球业余培训市场在发达城市中早已出现，但因为产业化进程、市场经济状况、体育社会化等因数的差异，在每个城市中现状也不尽相同。

本文对成都市六个主城区的业余羽毛球培训市场现状进行实地调查和问卷调查，通过对所获得的资料进行统计和分析，了解成都市业余羽毛球培训市场现状，分析研究

其发展趋势，同时就当前存在的问题提出一些建议，希望不仅可以初步构建起成都市业余羽毛球培训市场的基础理论，丰富全民健身理论的相关内容，而且可以为成都市有关部门制定科学合理的政策措施，为业余羽毛球培训机构制定合理训练管理办法提供科学的依据。最终为促进成都市业余羽毛球培训市场发展，解决制约市场发展的关键问题提供参考。

2. 研究对象与方法

2.1 研究对象

本文选取成都市六个主城区（武侯区、锦江区、青羊区、金牛区、成华区、高新区）业余羽毛球培训场、参与业余

羽毛球培训的消费群体及教练员为主要研究对象。

2.2 研究方法

2.2.1 文献资料法

通过查阅中国知网、中国期刊全文数据库、中国重要会议论文全文数据库、中国重要报纸全文数据库、中国优秀硕士论文全文数据库、中国博士论文全文数据库和外文数据库中的 Sport Discus 及各类图书、杂志、报刊等相关资料，搜集了与本文相关文献百余篇，并对所有查获的资料进行整理、归纳和分析，为本研究提供理论依据和文献参考。

2.2.2 问卷调查法

(1) 问卷的设计

根据研究需要，查阅相关资料和专业书籍，遵循体育科研方法和社会学调查方法关于调查问卷设计的要求，设计了“消费者调查问卷”和“教练员访谈问卷”。问卷征询多位专家意见，反复修改，并先对两个培训班进行了试调查检测，以确保问卷的顺利发放与回收。

(2) 问卷的效度检验

为了确定问卷的有效性，对本研究的消费者问卷和教练员问卷进行内容效度检验和结构效度检验，本人征求了成都体育学院、聊城大学体育学院、原四川省羽毛球共计 7 位专家的意见。从专家评定的反馈结果看出，本研究所采用的调查问卷具有一定的效度。专家对问卷设计评价表见表 1。

表 1 专家对问卷设计评价表（单位：人）

	问卷类型	完善	比较完善	基本完善	不太完善	不完善
内容效度	问卷一	4	3	0	0	0
	问卷二	3	4	0	0	0
结构效度	问卷一	5	2	0	0	0
	问卷二	6	1	0	0	0

(3) 问卷的信度检验

在问卷的发放填写过程中，对问卷调查目的进行明确的说明，并对题目作详细的解释，问卷采用教练发放、学生按要求回复的方式，最大限度地保证了调查内容的真实性和可靠性。为进一步检验问卷调查内容的可信度，本研究的信度检验运用再测法，判断抽取 15 名第一次被测者进行再测，测量时间间隔 14 天。两次测量的相关系数： $R=0.92$ ， $P<0.01$ ，从而证明问卷指标体系是可靠的。

(4) 问卷的发放与回收

通过分层抽样和随机抽样的方法走访成都市六个主城区多家业余羽毛球俱乐部或培训机构（场所），对成都市业余羽毛球消费者以及培训机构的教练员进行抽样调查，共计发放问卷 560 份，其中“消费者调查问卷”500 份，“教练员访谈问卷”60 份。回收问卷 541 份，其中有效问卷 528 份，有效问卷回收率为 94.29%，该结果符合研究需要。被调查对象的基本情况见表 2。

表 2 问卷的发放和回收情况

问卷类别	发放 (份数)	回收 (份数)	有效 (份数)	有效问卷 回收率(%)
教练员问卷	60	59	58	96.67
消费者问卷	500	482	470	97.51
合计	560	541	528	97.60

2.2.3 数理统计法

将收集到的数据进行数理统计，整个统计工作在 Excel 2003 上完成。

3. 成都市业余羽毛球培训市场现状

3.1 培训机构现状

成都市业余羽毛球培训机构可以分为个人独立投资和个人租用场地两种。在调查中发现，个人租用场地开办的培训班共有 49 个，占总数的 81.67%。个人独资开办的培训班，个人独资开办的培训班共有 11 个，所占比例较小。

3.2 教练员现状

随着羽毛球运动的发展，很多羽毛球爱好者需要具有一定羽毛球技术水平和教学能力的人对其进行指导或者作为其球伴，这种从业人群按市场经济的规律和羽毛球学习者之间构成了供给与需求的关系。羽毛球练习者按照时间付出一定费用，羽毛球从业人群付出知识，本文就把这这一人群称为业余羽毛球教练员。

从调查统计的数据来看：成都市业余羽毛球培训市场教练员的年龄分布 30 岁以下的人数最多，占调查总人数的 53.45%，31-39 的人数和 40-50 的人数分布占总人数的 36.21%和 8.62%，50 岁以上的教练员为 1.72%，可以忽略不计。从年龄结构看成都市业余羽毛球培训市场的教练员以年轻人为主，具体情况见表 3。

表3 成都市业余羽毛球教练员年龄结构（共58人）

年龄（岁）	30 以下	30-39	40-50	50 以上
人数	31	21	5	1
比例（%）	53.45	36.21	8.62	1.72

教练员的执教经历对教学水平有很大的影响，从调查的数据可见：44.83%的教练员执教经历在三年以下，而执教经历在5年以上的教练员加在一起只占调查人数的24.14%，教练员执教训练年限见表4。这说明成都市业余羽毛球培训市场的教练员群体中年轻的新教练员占据较大比重，在执教训练经验上存在一定不足。

表4 成都市业余羽毛球教练员执教训练年限（共58人）

执教年限（年）	1-3	3-5	5-10	10 以上
人数	26	18	10	4
比例（%）	44.83	31.03	17.24	6.90

调查结果还显示：成都市业余羽毛球培训市场教练员学历以本科和专科所占比例较大，分别为32.98%和41.49%，高中及以下的教练员所占比例只有17.02%，所占比例最小，教练员学历结构见表5。教练员学历水平呈现“中间大两头小”的形式，主要集中在本科和专科，学历水平较高，来源比较广泛，基本都是有一定专业水平的人员。

表5 成都市业余羽毛球教练员学历结构（共58人）

学历	研究生及以上	本科	专科	高中及以下
人数	8	21	23	6
比例（%）	8.51	32.98	41.49	17.02
排名	4	2	1	3

3.3 消费者结构调查分析

调查结果显示：成都市业余羽毛球培训市场消费人群在性别上男性占61.91%，女性占38.09%，男女的参与比例存在较大差异。消费人群的年龄结构随着年龄的增加有递减的趋势，参与业余羽毛球培训的消费群体多为企事业单位职员，管理人员，及其经商人员等，以脑力劳动者居多。

本文对消费人群的球龄进行了调查，调查发现：参与业余羽毛球培训的人群中球龄在一年以内的人群是最多的，说明成都市的业余羽毛球培训市场消费群体近年来发展迅速且以新生力量为主，这部分人群是业余羽毛球培训市场发展的最佳对象。初级球友对羽毛球培训充满着期望与兴趣，但也具有不稳定性，是市场发展的沃土，同时也是随时可能流失的培养对象，因此需要正确的引导培训。

3.4 消费现状

(1) 消费水平与消费结构分析

本文对成都市业余羽毛球培训市场实物性消费和培训消费进行调查研究。通过分析发现：实物性消费要略低于培训消费，这与体育消费中实物性消费占主要地位所不符。分析其原因：实物性消费包括球拍、服装、和羽毛球等，这些物品虽然价格不便宜，但是球拍和服装的使用期限比较长，不会频繁更新；羽毛球虽然消耗很快，但在一般的培训机构都提供训练用羽毛球，自备的羽毛球多在热身或比赛对抗中使用，消耗相对较少。因此平均来讲培训费用要略高于实物性消费。

(2) 消费动机

消费动机是促使人们进行购买行为的内部原动力。调查得知，健身健美动机是消费者进行业余羽毛球培训消费的首要动机，其次是休闲娱乐、兴趣爱好、人际交往等。

(3) 消费时间

调查得知：参与者每次参与活动的时间集中在1.5小时和2.0小时。究其原因：羽毛球运动对体力消耗较大，活动时间过长会造成疲劳，因此多以1.5小时或2小时为宜。同时在调查中还了解到，消费者参与培训的季节性比较明显，夏秋多，冬春较少，这与成都的气候有一定关系。

3.5 消费趋势分析

随着成都市六个主城区居民生活水平的提高和消费观念的不断转变，以及业余羽毛球培训市场的不断发展，业余羽毛球培训市场呈现以下几种消费趋势：

(1)消费群体呈增长趋势

随着时代发展和物质生活的改善，市民对精神生活的要求不断升级，娱乐，教育，文化服务类成为居民消费升级的热点，这其中就包括对体育运动的爱好与追求。另一方面随着社会的发展，人们的健身意识以及消费观念都在不断的改变，体育产业随社会生活压力增加呈现日渐繁荣的现象。上述两点都为羽毛球培训市场的发展创造了良好外部条件。

(2) 业余羽毛球培训的时尚化趋势

随着人们对生存和健康观念的转变，人们用于健身方面的消费呈现上升趋势，健身本身就已经成为都市休闲和人民日常生活的趋势和时尚。羽毛球运动是人们健身方式的重要组成部分，特别是近年来随着我国羽毛球体育健儿在世界赛场上的屡创佳绩，羽毛球运动的影响力正在不断扩大。越来越多的人愿意参与这项运动项目中来，学习这个项目逐渐成为一种时尚。

(3) 实物性消费稳定增长但在整个消费中所占比重下降的趋势

参与业余羽毛球培训消费包括购买球拍, 球衣以及羽毛球等实物性的消费以及雇佣教练员等非实物性的消费。随着培训市场的逐渐发展, 人们对羽毛球装备的要求将不断提高, 从而带动实物性消费。但是在培训市场消费结构分布上, 实物性消费所占比重之所以较高, 就是因为人们对非实物性的消费投入较少。随着业余培训市场的不断发展完善以及人们体育消费观念的转变, 将会有更多的羽毛球爱好者投资于非实物性的消费的频率和数额会不断加大, 使得实物性消费在总额增加的同时, 比重有所下降。

4. 结论

本文针对成都市六个主城区的业余羽毛球培训机构、教练员和培训学员, 通过实地调查、问卷调查、查阅文献等方法, 分析了培训机构和教练员现状, 培训学员构成和特点、新的发展趋势和消费趋势, 具体结论如下:

(1) 社会发展为成都市业余羽毛球培训市场的发展创造了良好条件, 成都市业余羽毛球培训机构多为个人租赁场地的培训班组成, 规模小、投资少; 教练员多为兼职教练, 来源广泛, 其中体育教师, 体育院(系)学生或毕业生和退役运动员所占比例最大, 学历结构较高, 具有一定的羽毛球技术水平, 年轻化但执教时间整体较短, 经验上存在不足。

(2) 成都市业余羽毛球培训市场的消费者以中青年为主, 多为男性, 多数参与培训时间较短。消费群体多由文化程度较高的社会人员和在校学生组成, 以收入稳定闲暇时间较多的职业从事者为主。消费水平偏低, 实物性消费率高于培训消费。消费动机具有多样性, 主要集中在健身健美、休闲娱乐、兴趣爱好、人际交往、培养一定特长等。

(3) 成都市业余羽毛球培训市场消费呈现增长趋势、

时尚化趋势; 消费群体的消费目的多样化趋势、实物性消费总额增长但所占消费比例呈降低趋势。

参考文献(References)

- [1] Dong Sheng. Training Market Investigation of Table Tennis for Children in Luoyang on the Social Transformation Period, Henan University, 2008.3.
- [2] Wang Ai-ping. Several Factors Analysis affected the Sport Consumption Behavior for the Residents in Jiangsu Province. The Chinese Sports Science and Technology, 2001,37(11)
- [3] Zhong Tian-lang. Overview of Sports Economics. Shang Hai: Fudan University Press, 2004:139-140
- [4] Xiao Gu-ping. Consumption Status Investigation for the Exercisers of the Mass Badminton in Beijing. Capital Institute of Physical Education, 2008
- [5] Qin Ye-hao. Present Situation and Countermeasure Investigation of Amateurish Badminton in Small and Medium-Sized City-- Chang DE City of Hunan Province as Example. Scientific and Technological Information(Scientific Research), 2006(2)
- [6] Zhuang Zhi-yong. Present Situation and Proposal of Badminton Market in China. Journal of Shanghai Sports Institute, 2002(S1)

Authors' information

Min-min Zhu is born at china in October 1983, She has received B.E. degree in physical education and M.S. degree in physical education and training from Chengdu Sport University, Chengdu City, China, in 2007 and 2011 respectively. She served with Civil Aviation Flight University of China, Guanghan City, China, as a teacher since 2011. Her research interests are physical education and aviation physical.