

doi:10.3969/j.issn.1001-4616.2026.01.007

# 消费者需求视角下的民族地区体育特色小镇建设研究

——以广西为例

宋 瑞<sup>1</sup>,王 慧<sup>2</sup>,张永存<sup>3</sup>

(1.中国社会科学院财经战略研究院,北京 100006)

(2.南宁师范大学旅游与文化学院,广西 南宁 530001)

(3.百色学院文学与传媒学院,广西 百色 533000)

[摘要] 建设体育特色小镇对于促进民族地区经济发展、产业融合与新型城镇化建设具有重要意义。其中,准确把握、有效满足并积极引导消费者的需求是关键所在。鉴于现有研究多侧重于供给角度,文章从消费者需求视角出发,使用魅力质量理论及卡诺(KANO)模型等,以广西 13 个体育特色小镇为案例,就消费者对 5 个方面 27 项要素的需求情况进行科学分类和优先排序,以期为建设 and 优化民族地区体育特色小镇提供科学依据。研究发现,对消费者而言,卫生条件和民族特色餐饮为必备要素,体育项目场地安全性、医疗救援应急能力等 6 项为期望型要素,民族传统器材、民族赛事节庆活动等 12 项为魅力型要素,体育产业发达程度、智慧购物等 7 项为无差异型要素。因此,要有效满足消费者需求、建设好体育特色小镇,需重视基础设施建设、提高安全应急能力、加强环境保护、创新项目内容、营造运动氛围。

[关键词] 体育特色小镇,消费者需求,魅力质量理论,民族地区

[中图分类号]F407.9 [文献标志码]A [文章编号]1001-4616(2026)01-0056-09

## Construction of Sports Characteristic Towns in Ethnic Regions

From the Perspective of Consumer Demand:

Taking Guangxi as an Example

Song Rui<sup>1</sup>, Wang Hui<sup>2</sup>, Zhang Yongcun<sup>3</sup>

(1.National Academy of Economics Strategy, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100006, China)

(2.School of Culture and Tourism, Nanning Normal University, Nanning 530001, China)

(3.School of Literature and Media, Baise University, Baise 533000, China)

**Abstract:** The construction of sports characteristic towns is significant for promoting economic development, industrial integration, and new urbanization in ethnic regions, and the key approach is to accurately grasp, meet and guide the consumer needs. Given the existing research focusing on supply, this paper, from the perspective of consumer demand, uses the charm quality theory and KANO model, takes 13 sports characteristic towns in Guangxi as cases to scientifically classify and prioritize consumers' demand for 27 elements in 5 aspects. The purpose is to provide a scientific basis for the construction and optimization of sports characteristic towns in ethnic regions. The study finds that, for consumers, sanitary conditions and ethnic-specific catering are must-have elements; the safety of sports venues and emergency medical rescue capabilities are among the six one-dimensional elements; traditional ethnic equipment and ethnic festival events are among the twelve attractive elements; and the development level of the sports industry and smart shopping facilities are among the seven indifferent elements. In order to effectively meet the needs of consumers and enhance the development of sports characteristic town, it is necessary to attach importance to infrastructure construction, improve safety emergency capacity, strengthen environmental protection, innovate project content and create a sports atmosphere.

**Key words:** sports characteristic town, consumer demand, charm quality theory, ethnic region

收稿日期:2025-06-09.

基金项目:国家社会科学基金重大项目(23ZDA092).

通讯作者:王慧,博士,教授,研究方向:休闲经济. E-mail:wanghui@nnu.edu.cn

体育强则中国强,国运兴则体育兴。党的十八大以来,习近平总书记高度重视体育事业发展,始终从中华民族伟大复兴和人民群众对美好生活向往的高度引领体育事业健康有序发展。党的二十大报告再次强调要“加快建设体育强国”,并从全民健身运动、青少年体育工作、群众体育和竞技体育等方面提出要求。

体育特色小镇作为体育产业转型升级与新型城镇化建设相结合的重要载体<sup>[1]</sup>,在促进全面健身运动、推动体育事业发展、实现城乡统筹发展等方面具有重要意义<sup>[2]</sup>。特别是在民族地区,民族传统体育文化面临器物文化消逝、生存基础缺失、精神文化疏离和异国文化侵蚀等方面的危机。体育特色小镇建设对于坚定民族传统体育文化自信,保证民族传统体育文化传承发展具有重要意义<sup>[3]</sup>。

当前民族地区体育特色小镇建设实践中,广西具有很强的代表性,具体体现在两个方面:一是典型性。在“体育强区”的目标引领下,广西积极探索体育产业供给侧结构性改革。截至目前,广西共建设培育13个体育特色小镇,其中南宁市马山县古零镇攀岩体育特色小镇等4个小镇被国家体育总局列为首批运动休闲特色小镇试点项目。这些小镇尚处于发展初期,对其开展深入调研,不仅有助于探索符合本地实际的发展路径,而且对于全国其他地区体育特色小镇的建设具有借鉴意义。二是特色性。广西作为我国少数民族人口最多的省区,其深厚的民族体育文化底蕴为体育特色小镇建设注入了独特的文化内涵。壮族抢花炮、仫佬族舞草龙等丰富多彩的民族体育项目,不仅承载着各民族的历史记忆与文化传统,更成为吸引游客、促进体育与旅游融合发展的重要资源。广西每年举办“壮族三月三·民族体育炫”、京族哈节、歌圩运动会等具有本土民族特色的全民健身活动,将民族体育与休闲旅游相结合,为体育特色小镇的发展提供了强大动力。

纵观现有体育特色小镇建设的研究,就其方法而言,大体可分为定性和定量两类。在定性研究方面,学者们分别围绕体育特色小镇的内涵类型<sup>[4]</sup>、动力机制<sup>[5]</sup>、现状问题<sup>[2]</sup>、建设路径<sup>[6]</sup>等展开研究。石秀廷通过总结国外体育特色小镇经验为我国体育特色小镇建设寻求借鉴<sup>[7]</sup>。张未靖等在梳理现有理论上强调,要创建具有地方历史、族群情感、体育特色和产业空间的体育特色小镇<sup>[8]</sup>。不少学者提醒,在其蓬勃发展的过程中,体育特色小镇建设存在定位不明晰、特色不明显、产业融合度低、设施不完善、建设同质化等问题<sup>[2,9]</sup>。朱罗敬等藉由案例地的调查研究指出,要解决体育特色小镇产业“合而不融”、体育象征意义大于实际意义等问题,就需要科学地规划小镇建设方向、推进产业融合并创新体制机制<sup>[10]</sup>。在定量研究方面,田学礼等构建了由小镇基本信息、体育特色产业、体育特色资源、体育公共服务等4个维度指标构成的体育特色小镇发展水平评价体系<sup>[11]</sup>。陈治等基于“ABC”态度模型实证分析了体育特色小镇的空间游客依附机制<sup>[12]</sup>。周文静等则从空间、生态、动能、人文等4个维度出发,构建了体育特色小镇建设与新型城镇化耦合测度指标体系,并实际测度了二者的耦合协调水平<sup>[13]</sup>。总体来看,现有成果多从供给侧出发,通过定性或定量研究,为把握体育特色小镇的内涵、现状和问题提供依据,为促进其健康发展做出指引。然而,不容忽视的是,要全面优化体育特色小镇建设、促进可持续发展,仅从供给角度研究是不够的。按照经济学的供求规律,需求决定供给,供给引导需求,供给能否取得合宜的效率、效益和效果,在很大程度上取决于其是否匹配和适应需求。在产业竞争日益激烈、消费者需求日益多元化的背景下,消费者需求的内容、类型、特征、影响因素和演变规律等成为重要议题<sup>[14]</sup>。因此,如何准确把握、有效满足并积极引导消费者需求是建设好体育特色小镇的关键所在。显然,现有研究在这方面尚付之阙如。

基于此,本文从消费者需求视角出发,基于魅力质量理论,创新性地将卡诺模型、满意度-不满意度系数和重要性系数引入民族地区体育特色小镇研究领域,以广西为案例地,通过对13个体育特色小镇的问卷调查获取一手数据,就消费者对各类要素的需求进行识别、分类和优先级排序,从而提出具有针对性的优化策略。本文可能的边际贡献在于丰富体育特色小镇建设的研究视角与方法,为推动民族地区体育特色小镇高质量发展提供科学依据。

## 1 理论基础

1984年,日本狩野纪昭教授(Noriaki Kano)受顾客质量感知模型和相关理论的启发,提出顾客满意度和需求满足状况之间是非线性关系的假设,构建了魅力质量理论和卡诺(KANO)模型。该理论认为,产品质量特性是动态的,随着时间的推移,一种质量特性会演变成另一种质量特性;而不同类型要素的满足程度与消费者满意度之间是非线性关系。在具体分析中,根据消费者的感受和质量特性的实现程度,将要素

和质量属性划分为必备型、期望型、魅力型、无差异型和反向型等 5 种类型,即卡诺模型(见图 1)<sup>[15]</sup>. 其中,必备型要素(must-have quality, M)意指针对此类要素的需求得到满足时,消费者满意度并不会提高,而未得到满足时,满意度则会大幅降低;期望型(或称一维型)要素(one-dimensional quality, O)意指针对此类要素的需求得到满足时,消费者满意度会提高,而未得到满足时,满意度会降低;魅力型要素(attractive quality, A)意指针对此类要素的需求得到满足时,消费者满意度会急剧上升,而其未得到满足时,满意度并不会降低;无差异型要素(indifferent quality, I)意指无论针对此类要素的需求是否得到满足,消费者的满意度皆无变化;反向型要素(reverse quality, R)意指不提供此类要素时,消费者满意度反而会提高.

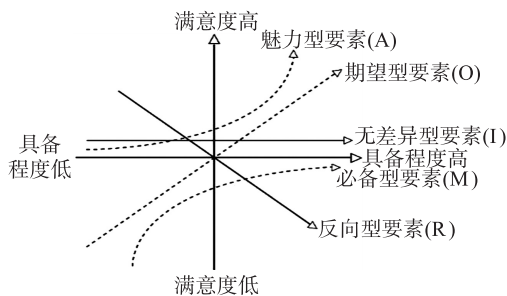


图 1 卡诺模型  
Fig. 1 KANO model

魅力质量理论和卡诺模型起初应用于质量管理领域,由于其理论内核具有广泛的跨领域适用性,此后被广泛引入旅游<sup>[14]</sup>、康养服务<sup>[16]</sup>、体育综合体<sup>[17]</sup>等研究. 在解析消费者需求复杂结构时,卡诺模型的核心价值在于系统揭示消费者需求的多维结构及其对满意度的差异化影响,为理解并响应消费者复杂且动态的需求提供理论依据. 在服务主导的场景中,消费者往往无法明确表达全部需求,甚至未完全意识到某些潜在期望. 借助卡诺模型,不仅可识别出消费者显性的基本需求与功能期望,更能有效发掘那些尚未被满足却极具满意提升潜力的魅力型需求,从而实现对消费者需求体系的深层解构与分类管理. 就民族地区体育特色小镇而言,其服务场景兼具功能性和体验性,准确识别消费者的需求并根据消费者偏好对产品、设施、服务等进行优化极为重要. 魅力质量理论和卡诺模型可精准区分消费者基础需求与增值体验需求,清晰定位各要素在需求体系中的位置,可为民族地区体育特色小镇有针对性地提升服务质量提供科学依据.

## 2 研究设计

### 2.1 研究思路

体育特色小镇建设涉及多个利益攸关者主体,包括消费者、当地居民、政府和企业等,其需求存在差异,其中,消费者需求是关乎体育特色小镇设施、产品、服务等建设的关键因素. 为了精准把握市场需求、提升消费者满意度,推动体育特色小镇的高质量发展,本文聚焦于消费者这一核心群体,就其对体育特色小镇各类要素的需求进行识别、分类和排序. 在需求方向与需求内容方面,主要通过问卷调查,获取消费者对广西体育特色小镇各类要素的需求信息,并运用卡诺模型识别出必备型需求、期望型需求、魅力型需求和无差异型需求,同时结合满意度-不满意度系数和重要性系数,确定优先序,从而为民族地区体育特色小镇精准匹配需求、实现高质量发展提供科学依据.

### 2.2 研究方法

为准确了解消费者对民族地区体育特色小镇多元服务要素的需求,本文采用狩野纪昭(Noriaki Kano)提出的卡诺模型及其结构性问卷法开展研究. 问卷主体部分设计正反双向问题,并采用李克特五级量表,以期全面了解消费者对民族地区体育特色小镇不同要素的需求状况. 而后,根据问卷结果对各要素属性进行归类,并通过卡诺评价表做出定性判断(见表 1).

表 1 卡诺评价表  
Table 1 KANO evaluation form

选项	反向					
	很满意	理应如此	无所谓	可以忍受	不满意	
正向	很满意	Q	A	A	A	O
	理应如此	R	I	I	I	M
	无所谓	R	I	I	I	M
	可以忍受	R	I	I	I	M
	不满意	R	R	R	R	Q

传统的卡诺模型能有效实现需求分类,但难以进一步辨别同一需求层次的优先级.为进一步提高研究的有效性与决策价值,本文运用 Berger 等提出的满意度-不满意度(Better-Worse)系数对卡诺结果进行量化.具体而言,满意度(Better)系数表示其具备度越高,对消费者满意度提升的影响效果越大;不满意度(Worse)系数表示其具备度越低,对消费者满意度造成的负面影响越大.因此,系数绝对值较高的产品或服务需优先执行.在此基础上,进一步引入重要性系数(importance index, ID)对同类型要素进行优先排序, ID 值越大,表示其重要性越高.综合使用以上方法,既保留了卡诺模型在需求类型识别上的理论优势,又通过量化方式克服了原有局限,可对民族地区体育特色小镇复合服务场景的精细化需求进行分析,从而为满足消费者多元需求、提升其满意度提供科学依据.

具体计算公式如下:

$$\text{Better 系数} = (A+O)/(A+O+M+I), \quad (1)$$

$$\text{Worse 系数} = -1 \times (O+M)/(A+O+M+I), \quad (2)$$

$$\text{ID} = (5 \times M + 3 \times O + A \times 1 + 0 \times I)/(M+O+A+I). \quad (3)$$

### 2.3 指标体系

考虑到体育特色小镇是特色小镇的一种类型,其需求指标体系构建综合参考其他类型特色小镇、体育综合体、旅游接待地等相关研究.本文根据《关于推动运动休闲特色小镇建设工作的通知》、《运动休闲特色小镇试点项目建设工作指南》等文件,结合民族地区独特地域特征与文化底蕴,并综合参考丁云霞<sup>[17]</sup>、何莽<sup>[18]</sup>的研究,从自然环境、设施、项目内容、社交环境和氛围等 5 个维度构建民族地区体育特色小镇需求指标体系.结合文献梳理、半结构式访谈、预调研及专家意见,最终确定 27 项要素.具体选取依据如下:

其一,自然禀赋是体育特色小镇建设的立足之本.民族地区的自然环境不仅为体育活动提供了基础空间载体,更与民族传统体育活动的形成、传承密切相关,呈现出“山水林田”与民族体育活动的共生性.例如,壮族“抢花炮”多依托河畔平地进行,苗族“爬坡杆”充分利用陡峭山地的地形特色.综合参考 Mikulić 等<sup>[19]</sup>、高振峰<sup>[20]</sup>、华正伟<sup>[6]</sup>的研究,选取气候气温、空气质量、水质和自然风景 4 个指标,体现自然环境对民族体育活动的支撑作用.

其二,良好的基础设施是体育特色小镇发展的根基所在<sup>[2]</sup>.民族地区体育特色小镇的设施需兼顾功能性与文化适配性.综合参考田学礼等<sup>[11]</sup>、蔡文菊等<sup>[2]</sup>、陈治等<sup>[12]</sup>、聂春丽等<sup>[21]</sup>的研究,具体选取民族传统器材、体育项目场地安全性、民族特色住宿、民族特色餐饮、卫生条件和医疗救援应急能力、交通网络等 7 个指标.

其三,特色小镇的核心在于“特”.对消费者而言,独具特色的项目内容是体育特色小镇的核心吸引力.田学礼等<sup>[11]</sup>、陈治等<sup>[12]</sup>和聂春丽等<sup>[21]</sup>的研究指出,体育产业发达程度、项目多样性、项目新颖性、体育指导培训专业性与服务质量是体育特色小镇的核心内容.对于民族地区体育特色小镇而言,其“特”的灵魂更根植于民族文化土壤,如能充分结合少数民族文化资源和民间传统体育项目,则可进一步凸显特色<sup>[5]</sup>.为此,在项目核心内容基础上,本文特别纳入民族赛事节庆活动和民族特色体育项目两个指标,既覆盖体育特色小镇的共性需求,又凸显民族地区的独特性.

其四,目前消费者需求呈现个性化、品质化和情感化趋势,除了规范化的内容服务之外,营造良好的社交环境成为满足消费者情感体验需求的重要途径之一.综合参考何莽<sup>[18]</sup>、田学礼等<sup>[11]</sup>、蔡文菊等<sup>[2]</sup>的研究,选取知名度、民族体育技艺学习、结交新朋友、智慧购物 4 个指标.

其五,作为典型的服务型消费场所,体育特色小镇的氛围是吸引消费者的重要因素之一.综合参考 Mikulić 等<sup>[19]</sup>、何莽<sup>[18]</sup>、高振峰<sup>[20]</sup>、蔡文菊等<sup>[2]</sup>和华正伟等<sup>[6]</sup>的研究,选取居民热情好客度、民族文化氛围、整体运动氛围、消费水平、饮食习惯和生活习惯 6 个指标.

### 2.4 数据来源

本文数据来源于实地问卷调查.研究团队于 2024 年 2-3 月在广西南宁市马山县古零镇攀岩体育特色小镇、河池市南丹县歌娅思谷运动休闲特色小镇、柳州市鹿寨县中渡十里洛江体育特色小镇等 13 个体育特色小镇发放问卷.问卷发放对象为消费者,发放地点为上述体育特色小镇的经营区域,问卷发放与填写为面对面形式,共发放问卷 500 份,回收有效问卷 474 份,有效率达 94.8%.问卷依据卡诺模型设计,围绕体育特色小镇需求指标体系从 5 个方面 27 个指标设置正反双向问题,并同时搜集受访者性别、年

龄、职业、民族等基本信息. 样本的人口统计变量描述性统计见表 2.

表 2 人口统计变量描述性统计  
Table 2 Descriptive statistics of variables

类别	选项	占比/%	类别	选项	占比/%
性别	男	51.7	家庭人口数	2 人及以下	2.5
	女	48.3		3 人	11.8
年龄	18~25 岁	36.7		4 人	34.4
	26~40 岁	31.2		5 人及以上	51.3
	41~55 岁	22.8	家庭年总收入	5 万元及以下	26.4
	56 岁及以上	9.3		5~10 万元	36.2
职业	公务员及事业单位人员	18.8		10~15 万元	21.2
	企业工作人员	15.4		15~20 万元	10.6
	服务业	14.9		20~30 万元	3.3
	农林牧渔业	15.6	30 万元以上	2.3	
	个体	11.7	民族	汉族	40.5
	学生	13.9		壮族	39.0
其他	9.7	瑶族		13.9	
受教育程度	初中及以下	15.4		苗族	3.0
	高中(含职高、中专)	25.3		侗族	1.7
	大专	19.2		其他民族	1.9
	本科	34.0			
	硕士及以上	6.1			

### 3 实证分析

#### 3.1 信度检验

使用 SPSS 26.0 软件对调查数据进行信度检验可见:各正向题项 Cronbach's  $\alpha$  系数值范围为[0.894, 0.949], 总体为 0.978;各反向题项 Cronbach's  $\alpha$  系数值范围为[0.909, 0.957], 总体为 0.980, 表明问卷具有较高的信度.

#### 3.2 基于需求的要素分类

根据前述研究思路和方法,基于调查数据,计算出满意度-不满意度(Better-Worse)值(见表 3),并根据 27 个指标的满意度-不满意度值,做出象限图. 具体而言,以 27 个指标不满意度系数绝对值的平均值(0.294)和满意度系数的平均值(0.464)为交叉原点,将各要素划分到 4 个象限,其中期望型(O)6 项、魅力型(A)12 项、无差异型(I)7 项、必备型(M)2 项,没有反向型(R)(见图 2).

表 3 体育特色小镇要素分类  
Table 3 Classification of elements of sports characteristic towns

维度	序号	指标	A	O	M	I	R	Q	满意度系数	不满意度系数
自然 环境	N1	气候气温	168	58	61	150	3	34	0.52	-0.27
	N2	空气质量	170	75	78	119	5	27	0.55	-0.35
	N3	水质	163	66	73	136	2	34	0.52	-0.32
	N4	自然风景	179	74	59	133	3	26	0.57	-0.30
设施	N5	民族传统器材	170	62	67	142	5	28	0.53	-0.29
	N6	体育项目场地安全性	83	162	82	113	6	28	0.56	-0.55
	N7	民族特色住宿	93	21	45	241	30	44	0.29	-0.17
	N8	民族特色餐饮	99	63	76	206	4	26	0.36	-0.31
	N9	卫生条件	89	95	145	112	5	28	0.42	-0.54
	N10	医疗救援应急能力	93	152	75	124	4	26	0.55	-0.51
	N11	交通网络	170	79	69	131	2	23	0.55	-0.33
项目 内容	N12	民族赛事节庆活动	168	62	68	147	5	24	0.52	-0.29
	N13	项目多样性	169	62	61	155	4	23	0.52	-0.28
	N14	项目新颖性	169	57	61	160	2	25	0.51	-0.26
	N15	民族特色体育项目	180	53	64	152	3	22	0.52	-0.26
	N16	体育产业发达程度	101	57	63	226	5	22	0.35	-0.27
	N17	体育指导培训专业性与服务质量	168	57	56	168	4	21	0.50	-0.25

续表 3  
Table 3 Continued

维度	序号	指标	A	O	M	I	R	Q	满意度系数	不满意度系数
社交环境	N18	知名度	102	45	55	248	5	19	0.33	-0.22
	N19	民族体育技艺学习	164	57	63	166	3	21	0.49	-0.27
	N20	结交新朋友	174	53	51	171	2	23	0.51	-0.23
	N21	智慧购物	100	53	50	242	4	25	0.34	-0.23
氛围	N22	居民热情好客度	165	69	49	162	3	26	0.53	-0.27
	N23	民族文化氛围	175	62	54	156	2	25	0.53	-0.26
	N24	整体运动氛围	163	73	54	152	4	28	0.53	-0.29
	N25	消费水平	75	34	46	236	55	28	0.28	-0.20
	N26	饮食习惯	109	41	48	246	5	25	0.34	-0.20
	N27	生活习惯	104	44	49	246	5	26	0.33	-0.21

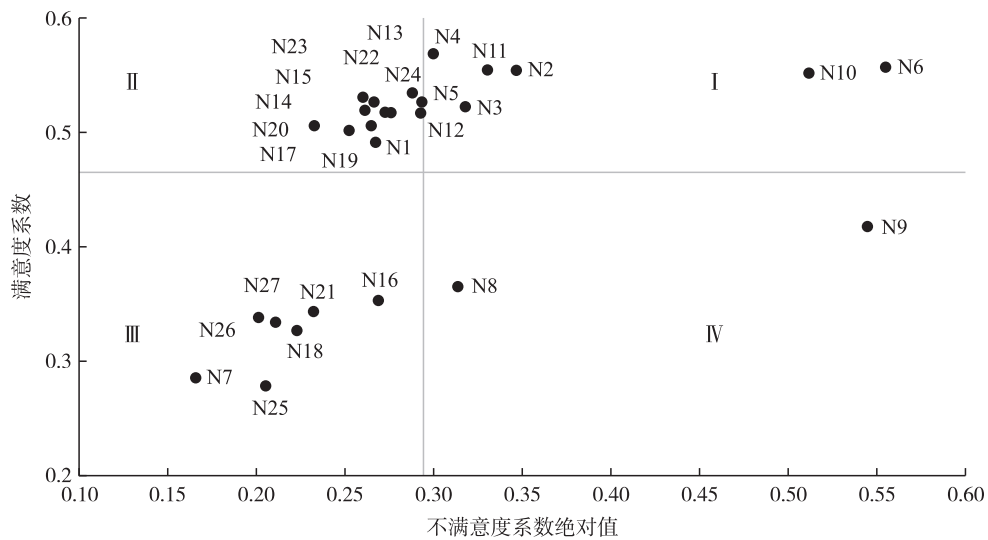


图 2 满意度-不满意度 (Better-Worse) 系数分析象限图

Fig. 2 Distribution of Better-Worse coefficient analysis

第 I 象限属期望型(O),是消费者期望民族地区体育特色小镇提供的要素,具体包括空气质量(N2)、水质(N3)、自然风景(N4)、体育项目场地安全性(N6)、医疗救援应急能力(N10)、交通网络(N11)等 6 项. 该象限满意度系数值高,不满意度系数绝对值也高. 这说明,若体育特色小镇能提供此类要素服务且服务质量较高,则消费者的满意度会明显提高,反之,不满意度将会明显提高.

第 II 象限属魅力型(A),是能激发消费者需求潜能、提高满意度的要素,具体包括气候气温(N1)、民族传统器材(N5)、民族赛事节庆活动(N12)、项目多样性(N13)、项目新颖性(N14)、民族特色体育项目(N15)、体育指导培训专业性与服务质量(N17)、民族体育技艺学习(N19)、结交新朋友(N20)、居民热情好客度(N22)、民族文化氛围(N23)、整体运动氛围(N24)等 12 项. 该象限满意度系数值高,不满意度系数绝对值低. 这意味着,若提供此类服务且服务质量较高,将会明显提高消费者的满意度,如不提供此类服务或服务质量较低,对消费者的不满意度也无太大影响.

第 III 象限属无差异型(I),即此类要素具备与否以及具备程度对消费者的满意度并无影响,具体包括民族特色住宿(N7)、体育产业发达程度(N16)、知名度(N18)、智慧购物(N21)、消费水平(N25)、饮食习惯(N26)、生活习惯(N27)等 7 项. 该象限满意度系数值和满意度系数绝对值均低. 这意味着,针对此类需求,体育特色小镇提供与否以及服务质量高低,消费者的满意度均无变化.

第 IV 象限属必备型(M),是消费者认为民族地区体育特色小镇必须具备的要素,具体包括民族特色餐饮(N8)、卫生条件(N9)2 项. 该象限满意度系数值低,不满意度系数绝对值高. 这说明,体育特色小镇提供此类服务且服务质量较高,并不能提高消费者的满意度,但若不提供此类服务或服务质量较低,则消费者满意度会大幅降低.

显然,在优先次序方面,象限 IV 优于象限 I,象限 II 优于象限 III,即 IV > I > II > III. 需要强调的是,受消

费者习惯养成等因素影响,各类型之间存在相互转化的可能.例如,无差异型可能会转化成为必备型或期望型,甚至是魅力型.因此,民族地区体育特色小镇需根据实际情况进行动态调整和不断完善,从而强化必备型要素、创设期望型要素、深挖魅力型要素、避免反向型要素、识别无差异型要素.

### 3.3 同类型要素的重要性排序

为进一步区分同类型要素中不同要素的重要性,依据公式(3)计算出每个指标的重要性系数值(ID)以及所有指标的均值,将其引入 KANO 模型.依据学者 Yang<sup>[22]</sup>的分类方法,以高于和低于平均值为标准,将重要性分为“高”和“低”两个等级.从结果来看,高重要性的指标包括空气质量(N2)、水质(N3)、自然风景(N4)、民族传统器材(N5)、体育项目场地安全性(N6)、民族特色餐饮(N8)、卫生条件(N9)、医疗救援应急能力(N10)、交通网络(N11)和民族赛事节庆活动(N12);低重要性的指标包括气候气温(N1)、民族特色住宿(N7)、项目多样性(N13)、项目新颖性(N14)、民族特色体育项目(N15)、体育产业发达程度(N16)、体育指导培训专业性与服务质量(N17)、知名度(N18)、民族体育技艺学习(N19)、结交新朋友(N20)、智慧购物(N21)、居民热情好客度(N22)、民族文化氛围(N23)、整体运动氛围(N24)、消费水平(N25)、饮食习惯(N26)和生活习惯(N27)等.依据指标 ID 值及高低重要性分类情况,对同类型要素可进行排序(如表 4 所示).

表 4 同类型要素的重要性排序

Table 4 Importance ranking of same type of elements

类型	指标及其优先次序
必备型要素(M)	卫生条件(N9)>民族特色餐饮(N8)
期望型要素(O)	体育项目场地安全性(N6)>医疗救援应急能力(N10)>空气质量(N2)>交通网络(N11)>水质(N3)>自然风景(N4)
魅力型要素(A)	民族传统器材(N5)>民族赛事节庆活动(N12)>气候气温(N1)>项目多样性(N13)>整体运动氛围(N24)>项目新颖性(N14)>民族体育技艺学习(N19)>民族特色体育项目(N15)>民族文化氛围(N23)>居民热情好客度(N22)>体育指导培训专业性与服务质量(N17)>结交新朋友(N20)
无差异型要素(I)	体育产业发达程度(N16)>智慧购物(N21)>知名度(N18)>生活习惯(N27)>饮食习惯(N26)>消费水平(N25)>民族特色住宿(N7)

## 4 结论与建议

### 4.1 主要结论

本文从消费者需求角度出发,基于魅力质量理论,综合运用卡诺模型、满意度-不满意度系数和重要性系数等,通过对广西 13 个体育特色小镇的调查,探究了各要素的类型和次序,为优化体育特色小镇建设提供了实证依据.研究结论主要有三:

其一,民族地区体育特色小镇需立足民族文化基底与体育功能双重特性,从 5 个维度加以建设和完善:(1)自然环境是先决条件.空气质量、气候气温等自然要素不仅支撑环公路自行车赛、漂流、滑翔伞等现代体育活动,而且是民族体育文化传承的天然载体.(2)设施是发展基础.民族地区体育特色小镇除常规器材设施、安全保障外,民族体育器材、民族特色住宿与餐饮是增强民族文化沉浸感的重要载体,这是其区别于普通体育特色小镇的关键所在.(3)项目内容是形成吸引力的核心要素.富有民族特色的体育运动项目和民族赛事节庆活动更能吸引消费者的目光,凸显民族体育独特的竞争力.(4)社交环境是发展的助推器.在小镇学习民族体育技艺、结交新朋友的追求体现了消费者对“尊重”和“自我实现”的高层次需求追求.(5)氛围是体育特色小镇发展的凝聚剂.良好的氛围有利于提高消费者幸福感和满足感.

其二,根据卡诺模型,27 个指标分为 4 种类型.按其重要性依次如下:(1)必备型要素包括民族特色餐饮和卫生条件,为消费者基础需求,需优先保障.(2)期望型要素,具体为空气质量、水质、自然风景、体育项目场地安全性、医疗救援应急能力、交通网络等 6 项,此乃体育特色小镇的竞争力所在.(3)魅力型要素,具体为气候气温、民族传统器材、民族赛事节庆活动、项目多样性、项目新颖性、民族特色体育项目、体育指导培训专业性与服务质量、民族体育技艺学习、结交新朋友、居民热情好客度、民族文化氛围、整体运动氛围等 12 项.提升这些要素的供给质量可有效提高消费者对民族地区体育特色小镇的满意度.(4)无差异型要素,包括知名度、生活习惯等 7 项,这些并不会对消费者的满意度有太大影响.总体而言,在民族

地区体育特色小镇发展中,应依次关注必备型要素、期望型要素,在此基础上重视魅力型要素,从而有效提高消费者对体育特色小镇的满意度和忠诚度。

其三,在同类型要素中,不同要素的重要性有所差别。具体来看:(1)必备型需求中,卫生条件重要性高于民族特色餐饮。(2)期望型需求中,体育项目场地安全性与医疗救援应急能力更为关键。(3)魅力型需求中,民族传统器材、民族赛事节庆活动与气候气温位列前三。(4)无差异型需求对消费者的满意度并无影响。在时机成熟的情况下,可依据重要性依序推进其转化。

#### 4.2 管理启示

民族地区体育特色小镇建设中,实现环境、设施、服务等供给要素与需求的精准契合极为关键。为提升体育特色小镇的建设效率,更好地满足消费者需求,需特别关注以下问题:

其一,重视基础服务设施建设,满足消费者基本需求。研究发现,对于消费者而言,卫生条件和民族特色餐饮属于必备型要素。体育特色小镇应重点关注基础服务设施建设,重视环境和设施的卫生、清洁、通风、消毒等工作,为消费者提供整洁干净的消费环境和卫生安全的餐饮服务。

其二,强化安全管理和应急能力,确保消费者的各项安全。研究发现,体育项目场地安全性和医疗救援应急能力是期望型需求中重要系数最高的两项要素。为此,一方面需依据法律法规与行业标准,健全体育场地、设施及活动的安全管理制度,强化人员安全意识与专业素养;另一方面需完善医疗救援预案,加强急救技能培训与定期演练,确保消费者生命财产安全。

其三,保护生态环境,坚持绿色开发。研究发现,空气质量、水质、自然风景是消费者对体育特色小镇的期望型需求。民族地区体育特色小镇需以“绿水青山就是金山银山”理念为指导,加强对小镇从业人员、周边居民、消费者的生态环保意识宣传,实现开发与保护良性互动。

其四,深挖民族特色,创新项目供给。研究发现,项目多样性、新颖性及民族特色体育项目等均属于魅力型要素,是差异化竞争的核心。民族地区体育特色小镇需充分挖掘民族传统体育文化,对民族传统体育项目进行创造性转化和创新性发展,开发民族康体运动项目、民族传统体育精品项目、民族传统体育趣味比赛、民族传统体育项目竞技比拼等,增加民族传统体育运动的趣味性与观赏性。

其五,营造运动氛围,创设多元化的社交环境。研究发现,在魅力型要素中,民族赛事节庆活动、整体运动氛围、民族体育技艺学习、体育指导培训专业性与服务质量等均较为重要。可借鉴广西马山县古零镇攀岩特色体育小镇、贵州丹寨县万达小镇的经验,通过举办民族特色赛事与节庆活动提升影响力,吸引更多消费者。同时,要注重小镇体育运动氛围的营造,提供沉浸式运动体验环境,打造全龄、全域运动社交环境,满足消费者社交需求与自我提升需求。

#### [参考文献]

- [1] 周晓虹. 产业转型与文化再造:特色小镇的创建路径[J]. 南京社会科学,2017(4):12-19.
- [2] 蔡文菊,肖斌,布和. 新时代推进体育强国视域下的体育特色小镇建设研究[J]. 北京体育大学学报,2019,42(10):1-9.
- [3] 王松,张凤彪,毛瑞秋,等. 体育特色小镇:民族传统体育文化保护、传承与弘扬[J]. 沈阳体育学院学报,2019,38(6):130-138.
- [4] 张雷. 运动休闲特色小镇:概念、类型与发展路径[J]. 体育科学,2018,38(1):18-26.
- [5] 杨恺然,张凤彪. 运动休闲特色小镇建设“三重”耦合动力机制及实现路径[J]. 体育文化导刊,2022(7):78-84.
- [6] 华正伟. 体育特色小镇:新经济空间的赋能、融合与优化[J]. 学术交流,2022(2):86-96,191.
- [7] 石秀廷. 体育特色小镇建设的国际经验及其启示[J]. 广州体育学院学报,2018,38(2):39-42.
- [8] 张未靖,刘东升. 新时代我国体育小镇发展研究:理念、实践与对策[J]. 沈阳体育学院学报,2020,39(3):107-115.
- [9] 王志文,沈克印. 产业融合视角下运动休闲特色小镇建设研究[J]. 体育文化导刊,2018(1):77-81.
- [10] 朱罗敬,方春妮,肖婷. “1.0代体育小镇”阶段性实践经验、实践困境与优化路径:以城市近郊邻水镇体育小镇为例[J]. 体育与科学,2021,42(1):106-113.
- [11] 田学礼,赵修涵. 体育特色小镇发展水平评价指标体系研究[J]. 成都体育学院学报,2018,44(3):45-52.
- [12] 陈治,屈晨旭. 旅游型体育特色小镇的空间游客吸附机制研究[J]. 山东体育学院学报,2021,37(6):52-59.
- [13] 周文静,张瑞林. 体育特色小镇建设与新型城镇化耦合发展的测度及应用研究[J]. 山东体育学院学报,2022,38(5):

1-9.

- [14] 宋瑞,史瑞应. 京张体育文化旅游带建设:基于游客需求的分析[J]. 北京体育大学学报,2021,44(4):49-59.
- [15] Kano N. Attractive quality and must-be quality[J]. Journal of the Japanese Society for Quality Control,1984,31(4):147-156.
- [16] 刘丽佳,田洋,刘思羽,等. 森林康养基地服务的消费者需求类型研究:基于卡诺模型及顾客满意度与不满意度系数分析[J]. 林业经济,2021,43(4):83-96.
- [17] 丁云霞,张林. 体育综合体消费者服务需求研究:基于对江苏省 14 家体育综合体消费者的样本调查[J]. 体育与科学,2019,40(2):105-114.
- [18] 何莽. 基于需求导向的康养旅游特色小镇建设研究[J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版),2017,15(2):41-47.
- [19] Mikulić J, Krešić D, Prebežac D, et al. Identifying drivers of destination attractiveness in a competitive environment: a comparison of approaches[J]. Journal of Destination Marketing & Management,2016,5(2):154-163.
- [20] 高振峰. 我国体育特色小镇品牌竞争力的培育机制研究[J]. 体育与科学,2019,40(2):47-53.
- [21] 聂春丽,邓艳香. 乡村振兴背景下运动休闲特色小镇高质量发展路径探析[J]. 体育文化导刊,2022(6):15-22.
- [22] Yang C C. Establishment and applications of the integrated model of service quality measurement[J]. Managing Service Quality: An International Journal,2003,13(4):310-324.

[责任编辑:黄 敏]