

## 浙江省部分高校学生体育消费调查

罗建英, 张 辉

(杭州师范学院 体育部, 浙江 杭州 310012)

**摘 要:**运用问卷调查、文献资料、访谈、数理统计等,对浙江省大学生的体育消费结构水平、体育消费动机等方面进行了调查、分析,认为浙江省大学生已具有较强的健身意识和体育消费观念,但消费总体水平较低;大学生的实物消费水平明显高于劳务消费水平,体育消费支出的内容还比较单一;大学生体育消费水平跟生活消费支出的水平成正相关,其中,劳务消费水平的增长幅度比实物消费水平的增长幅度更大;男、女大学生的体育消费动机存在明显差别。

**关 键 词:**体育消费结构;体育消费水平;体育消费动机;健身市场

**中图分类号:**G80 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2001)06-0047-04

### Analysis of undergraduate PE consumption at eight university in Zhejiang Province

LUO Jian - ying, ZHANG Hui

(Department of Public Physical Education, Hangzhou Teachers College, Hangzhou 310012, China)

**Abstract:** Questionnaire investigation method, consulting data method, interview method and statistical method are widely used in this paper to study and analyze the PE consumption level, structure, and motivation of undergraduates in Zhejiang Province. The conclusions are that undergraduates in Zhejiang Province have possessed better exercise consciousness and PE consumption ideas, but the general consumption level is low. Undergraduate consumption of material objects is lower than that of labor services obviously, which means the component of PE consumption is very single. And there is a positive correlativity between their PE consumption and life consumption. In detail, the increase of consumption on labor services is much higher than that of consumption on material objects; and the PE consumption motivations between male and female undergraduates are obviously different.

**Key words:** structure of PE consumption; level of PE consumption; motivation of PE consumption; exercise markets

体育消费是指人们购买或使用体育有形产品与无形的体育劳务用品以满足自身体育需求的活动,它包括有形的实物消费和无形的劳务消费两种。随着社会生产力的发展,人们生活方式的改变,体育价值观的改变,以及全民健身运动的推广,体育消费在人们的生活消费中已占据了一定位置,并有扩大的趋势。随着市场经济对高校的冲击,大学生体育活动的经济行为是不可避免的,对有着较高的文化修养、深远的思想和强烈的主体意识的当代大学生,他们作为体育运动开展的主要群体,其体育消费的结构水平、体育消费的动机又是如何呢,笔者通过对我省部分高校学生的体育消费现状进行调查和分析,旨在为发展和改善我国的体育产业,促

进全民健身运动的稳定发展,开发我国高校体育健身市场,提供决策依据。

随机抽取浙江省8所高校(杭州师范学院、新浙江大学、浙江财经学院、浙江工业大学、浙江师范大学、绍兴文理学院、宁波大学、温州大学)男女本科生各50名,共800名(不包括一年级新生和体育系学生)。共发放调查问卷800份,回收750份,回收率93.8%。其中女生问卷回收380份,回收率95%,男生问卷回收370份,回收率92.5%,回收问卷有效率为100%,问卷调查时间为1999年1月至2000年1月。搜集及参阅了国内关于消费、体育消费、动机理论等资料。并对部分大学生进行访谈,访谈的内容为:你的日常消

收稿日期:2001-09-03

基金项目:杭州师范学院青年基金,科研编号:2001XC724。

作者简介:罗建英(1971-),女,浙江上虞人,讲师,研究方向:体育理论。

费及体育消费支出情况;你认为花钱在体育方面是否值得?你花钱在体育方面主要用于什么,为什么?你的日常体育活动情况等问题。对调查所得指标进行数据分析。

## 1 大学生体育消费结构水平

### 1.1 消费水平的基本情况

体育消费包括有形的实物消费和无形的劳务消费两种。本文在调查问卷时,把运动服装、鞋帽、体育健身器材、体育书报、音像制品、运动饮料、食品等方面的消费归为实物消费;把体育健身咨询与培训、体育彩票、观看体育比赛、医疗康复、体育旅游等方面的消费归为劳务消费。从调查的情况看,1999年参加过体育消费的人数为750人,占被调查总人数的100%,说明体育消费观念已普遍被当代大学生所接受。表1中,大学生实物型消费支出中100元以下的占11.2%,100~150元的占23.4%,150~200元的占50.2%,200元以上的占15.2%。劳务消费支出中100元以下的占

42%,100~150元的占26.9%,150~200元的占19.8%,200元以上的占8.2%,0元的占3.1%。通过平均数中值加权法计算,大学生实物型消费年人均均为158.15元,占57.36%,劳务消费支出年人均约为117.57元,占42.64%,说明浙江省大学生体育消费以实物型为主,劳务型为副。通过访谈得知,学生的实物消费主要用于运动服装、鞋帽,其次为小型的运动器具,因为运动服装、鞋帽不仅可以用于上体育课、进行课外体育活动,还可用于日常生活,这样的消费一举两得。劳务型消费主要用于校内的一些有偿健身场所,如乒乓球房、滑冰场、游泳池等,这些场所面向学生的收费较为低廉,学生相对可以承受,而且高校内的有些劳务性消费是福利型的,这是造成大学生劳务性消费水平低下的原因之一。学生普遍反映,对体育旅游、社会上组织的体育比赛、社会上的一些健身俱乐部等都较有兴趣,但费用太高,有限的经济水平抑制了这些消费欲望。由此也说明了,我省大学生已具有较强的健身意识和体育消费观念,但体育消费支出的内容还比较单一,目前仍集中于有形的体育产品的消费。

表1 大学生实物型与劳务型体育消费水平

消费结构	<100		100~150元		150~200元		>200		0元	
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
实物型	84	11.2	176	23.4	376	50.2	114	15.2		
劳务型	316	42.0	202	26.9	148	19.8	62	8.2	22	3.1

### 1.2 男、女大学生体育消费结构水平的比较

由表2可知,男大学生体育实物消费中100元以下的占3.2%,100~150元的占11.4%,150~200元的占64.9%,200元以上的占20.5%;女大学生体育实物消费中100元以下占19.0%,100~150元的占35.3%,150~200元的占35.8%,200元以上的占10%。通过平均数组中值加权法计算,男大学生实物消费人均均为176.35元,女大学生实物消费人均均为143.42元,说明男大学生的实物消费水平明显高于女大学生。主要有以下几个方面原因:第1,尽管女大学生也有较强的健身意识,但她们对体育活动的兴趣明显低于男

大学生,因此,男生自觉地参加课外锻炼的次数远远大于女生,显而易见,男生对运动服装、鞋帽、饮料、运动器具的消耗量和需求量必定比女生大;第2,男生感兴趣的体育项目大多集中在大球方面,女生则较喜欢小球类或韵律操类项目,大球类的价格明显高于小球类;第3,出于生活行为方式的不同,男生在日常生活中更喜欢运动服装、鞋帽等代表阳刚之气的服饰,自然会增加这方面的消耗量和需求量。通过同样方法计算,男大学生的劳务消费人均均为127.03元,女大学生的劳务消费人均均为110元,男生略高于女生,这也跟两者对体育活动的兴趣及参加体育活动的频率有关。

表2 男女大学生体育消费水平的比较

性别	人数	消费结构	<100元		100~150元		150~200元		>200元		0元	
			人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
男	370	实物型	12	3.2	42	11.4	240	64.9	76	20.5		
		劳务型	146	39.5	86	23.2	88	23.8	44	11.9	6	1.6
女	380	实物型	72	19.0	134	35.3	136	35.8	38	10.0		
		劳务型	170	44.7	116	30.5	60	15.8	18	4.7	16	4.2

### 1.3 不同消费支出的大学生体育消费水平的比较

由表3可知,对月均总消费支出分别为500元以下、500~600元、600元以上的大学生的体育消费水平作了调查,通过计算,月均消费为500元以下的学生的年实物消费人均均为129.27元,劳务型消费为90.85元;月均总消费为500~600

元的学生的年实物消费人均均为162.5元,劳务消费为108.51元,月均总消费为600元以上的学生的年实物消费人均均为178.33元,劳务消费为157.62元。说明随着大学生月消费支出的提高,无论实物消费水平还是劳务消费水平均相应提高,两者之间呈正相关,其中500~600元组同500元以下

组的实物消费水平相比提高幅度较大,600元以上组的实物消费水平提高幅度相对较小;而500~600元组同500元以下组的劳务消费水平相比提高幅度较小,600元以上组的劳务消费水平提高幅度非常大,而且,家庭生活水平较好的学生,不仅对实物消费的要求提高,受其家庭的影响,他们还会

更多地涉足校外一些消费较高的健身场所,其劳务消费的水平提高更快。随着大学生生活水平的提高,经济支付能力的增强,大学生体育消费的结构会更趋向合理化,大学生对有形的体育产品的需求会渐渐向无形的体育劳务产品的需求发展,同一般居民相比,这种需求的变化将更为明显。

表3 不同消费支出的大学生的体育消费水平

月消费支出	人数	实 物 消 费							
		<100元		100~150元		150~200元		>200元	
		人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
<500元	164	48	29.2	64	39.0	42	25.6	10	6.1
500~600元	376	30	8.0	76	20.2	228	60.6	42	11.2
>600元	210	6	2.9	36	17.1	106	50.5	62	29.5

  

月消费支出	人数	劳 务 消 费									
		<100元		100~150元		150~200元		>200元		0元	
		人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
<500元	164	96	58.5	46	28.0	6	3.7	4	2.5	12	7.3
500~600元	376	194	51.6	114	30.3	48	12.8	16	4.3	4	1.0
>600元	210	26	12.4	42	20.0	94	44.8	42	20.0	6	2.8

## 2 男、女大学生体育消费动机

体育消费动机是指激起一个人在体育方面进行消费的一种内在的原因,也就是直接促使一个人去进行体育消费的直接动力。笔者把大学生的体育消费动机分为强身健体、精神娱乐、审美追求、社会交往、体育成就、攀比炫耀等6类。在对男、女大学生体育消费动机的调查中,要求每位学生选择一种自己认为最直接、最强烈的动机,调查显示(见表4),男生的社会交往动机居首位,占35.6%,明显高于女生,这跟男、女性不同的生理、心理特征有关,这些特征决定了男、女大学生在需要及行为上的巨大差异,反映了更多的男生把体育消费作为扩大人际交往、锻炼并显示自己能力的一种手段;女大学生的审美追求动机居首位,明显高于男生,通过访

谈得知,女生乐意花钱在体育方面主要是为使自己拥有健美、匀称的身材,高雅、大方的气质,这跟女性爱美的天性有关;强身健体、精神娱乐这二种体育锻炼最直接、外在的功能被相当一部分男、女生作为体育消费的动机,其中强身健体动机居于稍次的位置,随着整个社会生活节奏的加快,工作、生活压力的增大,大学生作为高层次的年轻人,同样会感到身心疲惫,体育活动作为一种增进健康、消除疲劳、愉悦身心的独特有效的方法,自然地成为了大学生们的选择;而把体育成就作为体育消费动机的学生主要是几个学校运动队成员,他们在体育某一方面较有天赋,希望自己在这一方面有所成绩;把攀比炫耀作为体育消费动机的学生,主要是个别家庭经济条件较好的学生,他们追求名牌运动服饰、出入校外的高档健身场所,并以此作为炫耀自己的资本。

表4 男、女大学生体育消费动机

性别	人数	强身健体		精神娱乐		审美追求		社会交往		体育成就		攀比炫耀	
		人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%
男	370	74	20.0	92	24.8	42	11.2	132	35.6	10	2.9	20	5.2
女	380	72	18.8	98	25.8	146	38.2	54	14.2	6	1.6	4	1.1

## 3 制约我省大学生体育消费的因素

经过调查显示,83.5%的大学生认为主要是目前的经济支付能力制约了体育消费的水平,认为目前市场上质量上乘的有形体育产品,包括好的服装、鞋帽、健身器具等价格太高,社会上的健身场所、体育比赛现场等门票太贵,经济无法承受;15%的学生认为学业太忙无暇顾及体育锻炼,更谈不

上体育消费了;还有个别学生认为没有必要体育消费。

## 4 结论

(1)我省大学生已具有较强的健身意识和体育消费观念,体育消费已成为我省大学生生活消费的一个组成部分,但体育消费总体水平比较低,主要是经济支付能力制约了大

学生的体育消费水平。

(2)我省大学生的体育实物消费水平明显高于劳务消费水平,体育消费支出的内容还比较单一,其中男大学生的体育实物消费水平明显高于女大学生,男大学生的劳务消费水平略高于女大学生。

(3)随着我省大学生生活消费支出的提高,其体育消费水平也相应提高,两者呈正相关。其中月消费水平越高,其劳务消费水平的增长幅度比实物消费水平的增长幅度更快。这表明:随着大学生生活水平的提高,体育消费结构会更趋于合理化,大学生对有形的体育产品的需求会渐渐向无形的体育劳务产品的需求发展,同一般居民相比较,大学生的这种需求变化将更为明显。

(4)男、女大学生的体育消费动机存在明显差别,男大学生的社会交往动机居首位,明显高于女生,而女大学生的审

美追求动机居首位,明显高于男生,这是由男、女性的生理、心理特点决定的,这种特点不同,决定了男、女生在需要及行为上的巨大差异。有相当一部分男、女生都把强身健体、精神娱乐作为体育消费的动机。

#### 参考文献:

- [1] 尹世杰. 消费经济学原理[M]. 北京:经济科学出版社, 1992.
- [2] 赵鸣九. 大学心理学[M]. 北京:人民教育出版社, 1995.
- [3] 司金鉴. 消费心理学[M]. 北京:中国商业出版社, 1995.

[编辑:周威]

(上接第46页)国和省市各种项目的运动比赛,从不同渠道获取资金,使学校体育教学条件得到全面改观,建起了耗资1700万元,可容纳1.5万名观众的全封闭400m标准塑胶跑道田径场,近百万“皇冠”牌等先进的运动器材和设备;1万m<sup>2</sup>的多功能体育馆(由3个相连的馆组成)新增加50多万元的多功能彩色显示屏和其它较先进的设备。通过承办上述运动比赛,学校获得前所未有的经济效益和社会效益。体育教学部门通过这些现代化的体育场馆和设施又为开办学校体育产业创造了良好的条件。

#### 3.2 提高运动水平,将运动队推向市场

多数高校拥有不同项目的高水平运动队,培养了一批较高水平的运动员。由于经费困难,参赛机会少,影响到比赛成绩的进一步提高。运动比赛,通过电视、广播等新闻媒体的传播,观众多、影响大,有远见的企业家特别看中这一点。高校体育部门应主动出击,将学校运动队推向市场,由企业出资解决训练比赛的经费,运动队冠以该企业名称参加比赛。通过联合办队,不但有利于高水平运动队的生存和提高,同时也将扩大学校声誉和提高教师的待遇。

#### 3.3 面向师生开辟新的体育消费渠道

高校师生处于一个特殊的高层次文化氛围之中,随着市场经济的日益繁荣,物质生活水平的不断提高,对体育活动有了更深的认识和理解。为了丰富自身课余文化生活,追求个体的发展和享受,体育已成为首选方式。作为发展高校体育产业的一种方式,开展师生青睐的各种时尚体育活动,如:健身、健美、交谊舞、溜冰、游泳、网球等课外有偿训练辅导。同时,提供各种活动场馆器材的有偿服务,既满足了师生的时尚需求,又扩大了体育产业的收入。

#### 3.4 面向社会开发健身市场

“全民健身计划”是全国12亿中国人身体建设的跨世纪工程。广大群众开展健身活动最主要的困难是缺少活动场所和指导人员。相比之下,这两点正是高校的优势之处。高

校相对具有较多体育场馆设施和高层次的体育教师。高校体育教学部门在完成好教学训练任务的基础上,应以体育场馆为阵地,以运动技术为武器,面向社会建立完善的大众健身市场。通过场馆设施建立服务市场,为社会大众提供健身、健美的综合服务,为企业单位、社会团体、中小学提供比赛、文娱活动、表演活动的场所。通过教师队伍建立技术市场,为社会开展健身、娱乐活动的技术培训,为社会各团体开展各种竞赛、文体活动的技术信息咨询、策划、承办等有偿服务,全民健身活动无疑是发展高校体产业的一个大市场。

#### 3.5 面对体育厂商开展技术服务

高校具有众多从事各种运动项目的专家、研究人员、教练员、裁判员,参加国际国内各种大型运动比赛的机会很多,对当前国际上最先进、最流行的体育场馆建设、布局,器材设施改革,健身、健美运动器材发展,大众体育的需求趋势等较为了解。如果有条件的多所高校联合起来,成立体育场馆建设、器材设备开发的技术研究和咨询公司,直接与厂商对话,由学校提供技术,厂商提供资金进行最先进的体育产品的开发,必将获得较高的市场效益。

#### 参考文献:

- [1] 沈孟楝. 市场经济与学校体育[J]. 北京体育大学学报, 1997, 20(4): 1-4.
- [2] 洪国武. 试论社会主义市场经济条件下的学校体育发展[J]. 体育科学, 1999, 19(6): 37-38.
- [3] 陈万章. 试论体育教育产业化问题[J]. 体育与科学, 1999, 20(3): 56-58.
- [4] 李炳. 体育法学概要(第10章:体育经营)[M]. 北京:人民体育出版社, 1998.

[编辑:邓星华]