

普通高校大学生体育消费现状调查研究

——以湖北民族大学为例

前言 高校大学生体育消费水平可以在一定程度上反应大学生体育锻炼状况，因本文以湖北民族大学为例，对普通高校大学生体育消费现状进行分析和研究，本文主要采用文献资料法、访谈法、问卷调查法和数理统计法对湖北民族大学在校大学生体育消费现状进行调查。调查结果显示影响湖北民族大学在校大学生体育消费的主要影响因素是：可支配收入低、体育运动动机缺乏、体育消费认识不足和体育消费项目少。建议：加强体育宣传力度，提高体育参与积极性、加强学生体育消费意识培养、增加学生的每月可支配收入额度，提高体育消费能力、注重体育消费群体的差异性。

关键词 体育消费；影响因素；对策分析；大学生

体育消费可以在一定程度上反应国家的经济发展水平及体育发展状况，社会消费的发展变化与体育消费的发展变化息息相关，因此社会经济的变化也会对体育消费产生较大影响。由于我国地域广阔，人口众多，经济发展不平衡的显示情况，导致目前的体育消费发展较为缓慢，且体育消费水平在不同地区有明显差异^[1-2]。从国家统计局的数据可以看出，大学生群体是当前体育消费的主力军，他们的体育消费情况不仅关系到这个群体的身心健康与未来发展，还将直接影响中国未来体育消费的倾向^[3]。基于以上背景，本文研究调查了湖北民族大学在校大学生，从其体育消费水平，体育消费动机情况等方面出发，分析其特点，寻找其规律，以获取更加准确的数据。希望可以为提高大学生体育运动的参与意识，激发运动兴趣以及建立正确的体育消费观念做出贡献。

1 研究对象和研究方法

1.1 研究对象

以湖北民族大学体育消费现状为研究对象。

1.2 研究方法

1.2.1 文献资料法

运用中国知网、湖北民族大学图书馆查询系统等平台进行相应的搜集资料，通过对体育消费、高校大学生消费等理论进行资料的搜集、分析和整理，本研究提供数据依据。

1.2.2 问卷调查法

通过阅读大量资料文献，以科学设计为原则，运用统

计学原理、体育科研方法制订了《普通高校大学生体育消费现状问卷》，以此来调查恩施普通高校大学生体育消费现状，来为调查研究结果数据分析提供论据与参考共发放问卷200份，回收问卷196份，有效问卷190份，问卷回收率为98.00%，有效问卷率为95.00%。

表1 问卷的发放和回收一览表(N=190)

	发放问卷	回收问卷	有效问卷	回收率/(%)	有效率/(%)
人数	200	196	190	98.00	96.93

1.2.3 数理统计法

将回收的有效调查问卷进行整理，并通过表格软件对问卷得到的数据进行分析，为本研究提供数据支撑。

2 调查结果与分析

2.1 学生体育消费的动机情况

体育消费动机是指体育消费者对消费特定的体育产品而产生的内在驱动力，对消费主题本身产生较强的引导或是制约作用，从而使得体育消费主体去从事消费活动，以满足其进行消费的需求^[4-5]。

通过对190名学生体育消费的动机调查进行调查，结果显示：持“强身健体”动机参与体育运动的人数最多，有162人，占比85.26%，排在所有体育消费动机首位；其次是“休闲娱乐”，人数有145人，占比为76.31%；排在第三位的是“缓解压力”，人数为101人，占比为53.15%；第四位是“掌握运动技能”，人数有92人，占比为48.42%；最后一位的是“攀比心理”，人数为30人，占比为15.78%。

2.2 学生体育消费水平现状

2.2.1 学生每月可支配收入情况

通过对190名学生每月可支配收入调查一览表进行调查发现：每月可支配收入在600~1000元区间的在校大学生人数有62人，占比约为32.63%，排在第二位；在1001~1500元区间人数有72人，占比约为37.89%，排在第一位；在1501~2000元区间的人数有52人，占比约为27.36%，排在第三位；而2000元以上区间的人数最少，只有24人，占比约为12.63%。从数据可以看出，600~1000元、1001~1500元和1501~2000元区间的人数相差无几。能在2000元以上的区间人数较少，这也从侧面反映了恩施地区经济不发达，消费水平不够有力，进而影响到学生每月可支配收入。

2.3.2 学生每月可支配体育消费情况

学生的每月可支配体育消费水平与每月可支配收入有很强的关联性，每月可支配收入是每月体育消费水平的基础。通过对学生每月可支配体育消费调查，结果为：每月可支配体育消费在“0~100”区间的人数最多，有90人，占比约为47.36%，超过半数，排在首位；其次是“100~300”区间的人数较多，共有57人，占比约为30.00%；然后是“300~500”区间的人数较少，有32人，占比约为16.84%；最后是“500元以上区间”最少，有11人，占比约为5.78%。由此可以看出学生的体育消费大多集中于“0~100”区间，说明还有很多学生认为体育消费的投入不宜过多，或者是家庭经济状况不能负担较多的体育消费支出。

2.4 体育消费项目情况

体育消费一般分为实物型消费和参与型消费，实物型消费是指用货币购买各种有体育活动有关的体育物质消费资料。

通过对参与调查的大学生体育消费项目进行调查发现：在校大学生的实物型体育消费主要是以“购买运动饮料”与“运动服装”消费为主。排在第一位的是购买运动饮料消费人数最多，有175人，占比约为92.10%，运动饮料是上课或者是运动之余的必需品，购买运动饮料的消费相对其他项目而言较小，且对学生的压力不大；其次是“运动服装”消费，人数有158人，占比约为83.15%，购买运动服装一为审美，二为便于进行体育运动；第三位是“体育器材”，人数有102人，占比约为53.68%，其中各种运动器材需要进行购买，不同的器材价格费用也不尽相同；排在第四位的是“观看比赛”，人数有78人，占比为41.05%，现在的科技发展迅速，各种网络体育比赛的直播转播，很好地满足了学生即时观看比赛的需要；之后排在第五位的是“运动场地”消费，现

在的许多运动需求学校暂时无法满足，因此催生了校外的各种运动场所，为学生服务；最后一位是“体育彩票”消费，人数有32人，占比约为16.8%。

2.5 学生体育消费影响因素分析

2.5.1 可支配收入低对学生体育消费影响

对学生体育消费影响因素进行调查分析，结果显示：在被调查的190名湖北民族大学在校大学生中，有83.15%的学生是因为“可支配收入低”因素才导致参与体育消费能力不足，这个因素在众多影响因素中排首位。从这里可以看出影响大学生体育消费最主要的因素在于“可支配收入低”。经济拮据导致有些学生想要参与体育运动，但是无法购买入门所需的相关器械、服装，最后只得选择放弃。

2.5.2 体育运动动机缺乏对学生体育消费影响

体育运动动机缺乏这个影响因素在学生体育消费影响因素中排在第四位，人数有65人，占比约为34.21%。一个好的体育消费动机就是进行体育运动的良好开端，也是努力坚持下去的动力。面对运动动机缺乏这种情况，短时间的兴趣吸引是不够的，需要让他们认识到参与体育运动的重要性，是关系到自己的一生健康，把运动兴趣与终身锻炼联系起来。

2.5.3 体育消费认识不足对学生体育消费影响

体育消费认识不足在学生体育消费影响因素中占比为53.68%，人数有102人，鉴于我国体育人口基数小的现实情况下，高校对于体育消费宣传不到位，导致大学生对于体育消费观念有所不同。有部分学生认为学校应该无偿提供场地及服务，也有同学认为学校与个人共同承担健身场所设施。对于体育本身抱着免费就去，花钱就不去的观念的学生也不在少数，这些都成为体育消费在大学生日常消费中很难提高比重的制约因素。

2.5.4 体育消费项目少对学生体育消费的影响

由于大学生对于体育消费认识不当，再加之缺乏正确的体育运动动机，导致学生的体育消费项目仅仅局限于购买运动饮料及运动服装，而对于提高身体素质与锻炼身体的消费项目则参与人数相对较少。当然最主要的还是学生每月可支配收入较低，无法满足消费层次相对高的项目。因此要着力于提高学生每月可支配收入，及加强体育宣传。

3 结论与建议

3.1 结论

3.1.1 湖北民族大学在校大学生对于体育运动态度的分析
持“不喜欢”态度的学生占比相对高，有20.52%，表

示对于体育运动热爱参与程度不太理想。当然,也有很大一部分学生对于体育运动是持“非常喜欢”和“喜欢”态度的,这两者合起来的比例超过三分之一,而持“一般”态度的学生占比最高,有34.21%,远超过其他态度。

3.1.2 湖北民族大学在校大部分学生对于体育消费态度的分析

绝大部分是持积极态度为主的,其中持“一般”态度的学生人数较多,超过一半,总的体育消费态度情况不错,当然也有一部分学生对于体育消费的理念有所偏差,认为“不赞成”和“非常不赞成”态度的人数近乎三分之一。

3.1.3 湖北民族大学在校大学生对于体育消费观念的分析

绝大部分认为体育的功能应该是“强身健体”“休闲娱乐”“缓解压力”。因此从表中可以看出这三者排在前三位,强身健体当然是排在首位,毕竟拥有一个好身体才有各种可能,因此大学生对于体育的消费观念应该是积极值得肯定的,当然也有部分同学把体育消费的动机归结于“攀比心理”,但毕竟占比不大,需要加以重视即可。

3.1.4 湖北民族大学在校大学生每月可支配收入情况分析

其中基本以“1000元以内”和“1001~1500元”为主,两者占比超过一半以上。学生的每月可支配体育消费与每月可支配体育消费有很强的关联性,由此可以看出学生每月可支配体育消费也不会很高。所以学生的体育消费高低与可支配收入有很大关系。

3.1.5 湖北民族大学在校大学生体育消费影响因素

可分为:可支配收入低、体育运动动机缺乏、体育消费认识不足,其中最主要的是可支配收入低这个因素,超过三分之二的人受累于这个因素从而影响体育消费,其次是体

育运动动机缺乏,占比也相当高,有63.15%,之后是体育消费认识不足,占比有53.68%。

3.2 建议

3.2.1 加强体育宣传力度,提高体育参与积极性

我们要用正确的思想来武装自己的大脑,只有大范围,全面推广体育运动的益处,将对体育运动感兴趣与终身体育锻炼结合起来,使人们认识到体育的魅力,方可为体育消费打下一个坚实的基础。高校应该鼓励成立各种体育类型的社团,多举办各种体育趣味比赛,提高学生参与的积极性。

3.2.2 加强学生体育消费意识培养

根据上面的统计结果可知,当前还有相当部分同学的体育消费意识有所偏差,这样不仅影响自己同时还会产生负面作用影响到周围的同学。因此学校应当及时帮助学生树立良好的体育消费意识,鼓励同学参与多种类型的体育活动,进行合理正确的体育消费。

3.2.3 增加学生的每月可支配收入额度,提高体育消费能力

学生的可支配收入与家庭的经济状况及每月可支配体育消费有很强的关联性,三者是相互关联的,只有家庭经济状况好,学生的每月可支配收入才会高,进而每月可支配体育消费能力才能增加。因此我们要提高家庭的经济收入水平。

3.2.4 注重体育消费群体的差异性

体育运动项目门槛有高低,针对不同人群,进行不同项目的引导。这方面需要体育教师及体育专业的学生多加注意,选择不同的消费项目切入点,对体育消费项目进行分解宣传教学,让学生得以较轻松地进行体育运动,激发对体育运动的兴趣。

文/雷海洋(福建师范大学体育科学学院,福建 福州 350117)

作者简介:雷海洋,男,湖北荆门人,福建师范大学体育科学学院在读硕士研究生,研究方向:不区分研究方向。

参考文献:

- [1] 汪雅莉,刘芳枝,杨铁黎.我国体育消费发展现状及促进策略[J].体育文化导刊,2021(12):84-90.
- [2] 李晶.太原市大学生体育消费现状调查分析[D].太原:太原理工大学,2016.
- [3] 桂永锋.武汉市普通高校大学生体育消费现状调查及对策研究[D].武汉:武汉体育学院,2009.
- [4] 刘杰,邵继萍.大学生体育消费现状分析——以兰州理工大学为例[J].兰州:兰州文理学院学报(自然科学版),2021,35(05):88-91.
- [5] 滕飞.武汉高校大学生运动品牌消费现状及影响因素的研究[D].武汉体育学院,2012.