

# 高校大学生体育消费现状分析

——基于武汉市 5 所部属高校的调查

邓成虎

(武汉理工大学 体育部, 湖北 武汉 430070)

**摘要** 随机选取武汉市 5 所部属高校 1 000 名在校大学生,对武汉市大学生体育消费的现状进行了问卷调查。分析结果表明:武汉市大学生的体育消费动机是多样的、体育消费意识较强、多持有节俭体育消费观念、体育消费水平较低、体育消费结构较简单、体育场地是影响体育消费的重要因素。提出应提高大学生体育消费意识、引导其合理消费,加强体育场馆建设及利用,丰富体育消费内容等建议。

**关键词** 大学生体育; 体育消费; 消费动机; 体育场馆

**中图分类号:**G 80-32 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2013)06-0144-06

21 世纪以来,随着生活水平的提高,生活方式的改变以及对体育健身的重视,体育活动已成为人们生活中不可或缺的一部分。尤其是作为祖国未来脊梁的大学生们,加强锻炼、增强体质显得尤为重要。教育部于 2004 年在“全国高校体育工作座谈会”上提出了“每天锻炼一小时,健康工作 50 年,幸福生活一辈子”的口号。大学生作为未来社会生活的主力军,了解其体育消费状况有利于有效引导未来的体育消费走向。有学者就天津、深圳大学生的体育消费现状进行分析并提出了合理化建议<sup>[1-2]</sup>。马宏霞研究发现不同性别、不同教育程度、不同城市的大学生的网络体育消费特征存在显著差异<sup>[3]</sup>。岳海侠就性别特征对体育消费的影响进行了分析,认为女性大学生消费相对保守,更理性、更加注重量入为出和计划性,且消费维权意识相对较强<sup>[4]</sup>。从已有的研究来看,鲜有对中部地区大学生体育消费认识、结构进行的研究。本研究以武汉市为例,选取其中 5 所部属高校的在校生作为消费群体,通过调查访谈了解其体育消费动机、体育消费意识、体育消费观念、体育消费水平、体育消费结构等,分析现阶段在校大学生体育消费现状并提出建议,以期促进在校大学生合理体育消费,并为进一步开发武汉高校体育消费市场提供理论和数据参考。

## 一、研究对象与方法

### 1. 研究对象

为了了解大学生体育消费现状,选取了武汉市 5 所部属高校大学生作为调查对象。湖北是教育大省,武汉市是高校聚集地,武汉市大学生具有较好的代表性,因而随机抽取武汉理工大学、华中师范大学、华中农业大学、武汉大学及华中科技大学 5 所部属高校部分在校大学生作为调查对象。共随机发放问卷 1 000 份,回收 946 份,其中有效问卷 865 份。

### 2. 研究方法

本研究主要采用问卷调查方法。通过查阅有关体育教育、体育消费、消费行为及心理、体育经济等方面的文献资料,准确把握相关基本理论及大学生体育消费研究的发展动态。在此基础上,走访了管理学、社会学、体育学等方面的专家学者,初步设计了大学生体育消费现状问卷,并请 12 位有关专家对问卷进行了修订,随后邀请武汉理工大学学生 20 人对问卷进行试填写,根据学生的填写意见对问卷进行了相应的修改,经过反复修订与完善,最终形成本调查问卷。同时采用特尔菲法,利用结构效度对问卷进行了检验,结果表明结构效度  $r=0.823$ ,具有较高的效度,符合社会学调查要求;采用再测法,先

随机抽取部分大学生进行试调查,一个月后进行再测,一致率达95.3%,说明调查具有较好的信度。

## 二、结果与分析

### 1. 武汉市大学生体育消费动机

消费动机是消费的原动力,只有具备消费动机

才会产生消费行为<sup>[5]</sup>。体育消费动机是消费者进行体育消费的最根本原因,只有了解了消费者的体育消费动机才能从起点把握体育消费的生命力所在。鉴于体育消费需求的多样性,体育消费动机必然是多样的,调查结果也表明,武汉市大学生体育消费动机是多样的、复合的,见表1。

表1 武汉市大学生体育消费动机分布(多选)

调查对象	物质需要	锻炼身体	社会交往	娱乐休闲	从众攀比	体育成就
男	370	334	314	325	76	266
占比/%	42.8	38.6	36.3	37.6	8.8	30.8
女	356	287	217	322	88	97
占比/%	41.2	33.2	25.1	37.2	10.2	11.2
合计	726	621	531	647	164	363
占比/%	84.0	71.8	61.4	74.8	19.0	42.0

由表1可见,大学生体育消费主要出于6个方面的动机。

(1)物质需要。体育消费中的物质需要包括体育服饰、体育器械、体育护具等,其中体育服饰不仅可在运动时穿着,绚丽的色彩、前卫的设计也使其成为大学生服饰的首选。另外,在高校体育教学中,为了防止运动伤害事故的发生,都要求学生在体育课时穿着运动装,有些还要求自备体育护具、体育器械等。因此,从多种角度考虑,物质需要是大学生体育消费的重要动机<sup>[6]</sup>。调查显示,因“物质需要”产生的体育消费动机排首位。从性别上看,因物质需要产生的体育消费动机没有明显差异。

(2)锻炼身体。体育锻炼可以强健身体,预防疾病。通过调查可以看出,锻炼身体以71.8%排在第三位,说明武汉市大学生具有较强的体育锻炼意识,但是由于自身年龄尚轻,体质尚好等诸方面的原因,他们还没有真正重视体育锻炼强健身体的作用。

(3)社会交往。在体育锻炼的过程中,参与者可以在放松的环境下沟通,这对互相交流信息、放松紧张情绪、联络感情、增进身心健康有极大的帮助,而且体育交往的群体性不仅使性格外向的人如鱼得水,而且可以帮助性格内向的人融入其中。调查结果显示,大学生乐于通过体育消费进行社会交往,其中男生明显高于女生,这也从侧面说明男生更愿意且更善于通过体育消费进行人际交往。

(4)娱乐休闲。娱乐休闲可以使人放松心情,调节情绪,从而能以更好的状态投入工作学习。大学生因为其年龄及身份的特殊性,尤其需要健康的娱

乐休闲方式来调节身心。体育活动因其趣味性、竞争性、参与性、群体性等特色尤其适合青春洋溢的大学生。调查结果显示74.8%的大学生愿意以体育消费作为娱乐休闲的方式,以娱乐休闲为动机进行体育消费人数排在第二位,且男女生没有明显差异。

(5)从众攀比。大学生同在“象牙塔”内朝夕相处,难免会有相似的需求和行为。而且由于人生观、世界观、价值观尚未成形,大学生的思想及行为容易受到周围人的影响从而产生从众的心理及行为。但是随着大学生阅历的增长必然会使其个性凸显,从众的心理及行为有可能被标示自我的攀比性心理及行为所取代。调查显示,19.0%的武汉市大学生在进行体育消费时存在从众攀比的心理动机,这有可能在大学生中产生不良影响,应该引起高校的重视,并给予及时的教育和引导。

(6)体育成就。调查结果显示只有42.0%的大学生因为可以获得体育成就感而进行体育消费。部分学生在某些体育项目上有突出特长,他们更愿意通过体育活动展示自己的才华,以获得自我认同感;而其他大学生在这方面没有优势,其需求较弱,因此,以获得体育成就感为动机的体育消费所占的比例不大。当然,这也说明,在重视大学生智育的同时,体育也不可偏废,体育成就感可以使大学生获得更强的自信及满足感,从而培养他们勇敢面对困难的品质。

### 2. 武汉市大学生体育消费意识

在被调查的武汉市大学生中(见表2),选择“为

健康买单”的占 37.4%，说明现今大学生认识到健康的体魄是一切的基础，只有拥有健康的体魄才能进行正常的工作学习和生活，才能面对各种各样的挑战。选择“现代生活的一部分”的占 36.0%，说明随着社会发展及竞争的愈发激烈，通过体育活动来放松心情、释放压力、增强自信的方式也越来越为人们所接受。还有 11.7% 的被调查大学生选择“终身成本投资”，说明有部分大学生已经开始认识到体育消费的长期价值是为了更好地实现自身发展。<sup>[7]</sup>

表 2 武汉市大学生体育消费意识

项目	为了运动而运动	为健康买单	现代生活的一部分	终身成本投资
人数	129	324	311	101
占比/%	14.9	37.4	36.0	11.7

表 2 中的数据可以说明武汉市大学生热爱体育运动，乐于为了维持健康的体魄进行体育消费，且接受体育消费为现代生活的一部分，但是对于体育消费是“终身成本投资”认识尚浅。体育消费不仅可以强健体魄、愉悦身心、增强自信；同时，在体育消费的过程中，大学生们还可以学习到团队合作、与人沟通、增进友谊等。只有深刻认识“体育消费是终身成本投资”，更加积极主动地参与体育运动，体会其中魅力，才能培养更健康合理的体育消费习惯。

### 3. 武汉市大学生体育消费观念

体育消费在我国有 2 种截然不同的观念，即节俭体育消费观和奢侈体育消费观。节俭体育消费观提倡量力而行，只要达到锻炼的目的，无需花太多的钱。而奢侈体育消费观认为体育消费是高档消费，应该体现价值及品质。调查结果显示（见表 3），武汉市大学生支持节俭体育消费观的占到被调查人数的 71.7%，说明在大学生群体中，由于没有直接经济来源及我国节俭传统思想的影响，节俭体育消费观仍然占据主导地位。但是，在大学生迈入社会后，为了追求更高的生活质量及体育素质的提高，奢侈体育消费观未必不是可行之路<sup>[8]</sup>。

表 3 武汉市大学生体育消费观念

调查对象	节俭体育消费观	奢侈体育消费观
男	285	158
女	335	87
合计	620	245
占比/%	71.7	28.3

### 4. 武汉市大学生体育消费水平

(1)武汉市大学生体育消费水平总体情况分析，见图 1。体育消费额在 401~600 元/年的大学生占 37%，说明武汉市大学生体育消费总体水平不高。以体育消费金额衡量武汉市大学生体育消费水平，调查表明，武汉市大学生的年生活消费总额为 7 154.23 元，年体育消费总额为 644.79 元，武汉市大学生年体育消费占年生活消费的 9.0%。根据恩格尔定律推出体育消费恩格尔系数可知，大学生体育消费水平较低，这与我国现阶段的经济水平是相关的，但是同时可以看出大学生对于体育运动的爱好<sup>[9]</sup>。大学生的经济来源主要来自于父母及勤工俭学，有限的收入使他们必须充分考虑如何合理分配，以满足自己各方面的需要。总体观之，武汉市大学生的体育消费水平在总生活消费水平中占的比例是比较合理的<sup>[10]</sup>。

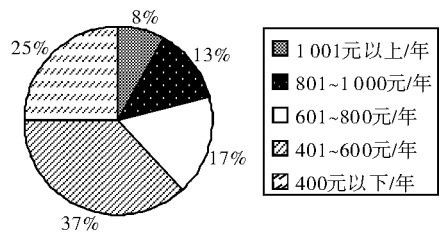


图 1 武汉市大学生体育消费水平分布

(2)武汉市不同性别大学生体育消费水平的差异性分析。表 4 中的数据说明，武汉市大学生中男生体育消费水平明显高于女生，究其原因主要是男女生对体育消费的动机、意识、观念上的差异致其体育活动的时、频率、项目等不同造成的<sup>[11]</sup>。

(3)武汉市不同年级大学生体育消费水平的差异性。从表 5 可以看出，武汉市不同年级大学生在体育消费上存在差异。大一新生刚入校，需要准备的物资较多，对体育用品的投入较大，主要用于实物消费。到了二年级，由于有了大一时的物质储备，大二学生体育消费水平有所下降。进入三年级，体育物资的储备下降进而需要补充性实物消费；而且由于体育意识的增强，并且更重视体育消费的多种功能从而使此时的体育消费有所增加，但是仍较理性。到了四年级，由于消费重心转移到进入社会前的准备，因此体育消费水平有所下降<sup>[12]</sup>。

表4 武汉市不同性别大学生体育消费水平分布

调查对象	各层消费水平人数分布及段内比例				
	1 001元以上/年	801~1 000元/年	601~800元/年	401~600元/年	400元以下/年
男(占比/%)	61(84.7)	83(73.5)	97(67.4)	157(48.8)	45(21)
女(占比/%)	11(15.3)	30(26.5)	47(32.6)	165(51.2)	169(79.0)

表5 武汉市不同年级大学生体育消费水平分布

调查对象	各层消费水平人数分布及段内比例				
	1 001元以上/年	801~1 000元/年	601~800元/年	401~600元/年	400元以下/年
大一(占比/%)	25(10.2)	33(13.4)	52(21.1)	107(43.5)	29(11.8)
大二(占比/%)	15(7.2)	28(13.5)	33(15.9)	64(30.9)	67(32.4)
大三(占比/%)	18(7.1)	30(11.9)	37(14.6)	94(37.2)	74(29.2)
大四(占比/%)	14(8.8)	22(13.8)	22(13.8)	57(35.8)	44(27.7)

### 5. 武汉市大学生体育消费结构

由表6可以看出,武汉市大学生体育消费结构具有以下特征。

(1)体育服饰类是武汉市大学生体育消费的最主要内容,这是由于大学生的经济来源主要是家长供给,其消费能力有限,而体育服饰兼有运动和生活两方面的功用,从资源利用率上看,购置体育服饰不仅可以满足运动所需,同时色彩绚丽、款式多样的体育服饰也是标识个性,展示自我的最佳载体。

(2)在运动器材的购置上,男女生有明显差别。由于男生较女生更喜欢高强度、力量型、有技术含量的运动,因此男生在此项上投入明显高于女生。

(3)体育纪念品的消费较受欢迎,而且男女生没有明显差别。由于近年来我国体育事业蓬勃发展,各类体育明星在国际上勇夺奖牌,使大学生也对体育活动及体育明星更加关注。体育纪念品消费不高,又可满足大学生表达对体育偶像的喜爱之情,因此颇得武汉市大学生的青睐。

(4)选择购买体育比赛门票的武汉市大学生最少,因为在武汉市举办的大型体育比赛较少,观赏价值有限,且体育比赛门票价格颇高,一般大学生负担不起。而且在当今信息化的社会,大学生可以非常方便地通过电视、互联网了解到最新最快的赛事报道。

(5)体育健身培训班的消费排在第二,且女生明显高于男生。这是由于大学生开始形成自我意识,有完善自身的渴望,因此对于系统专业的学习运动技能、完善形体有迫切要求。其中女生更偏向于健美操、形体舞蹈、游泳等室内项目,因此在此项的投入明显高于男生。

(6)选择体育信息类消费的武汉市大学生较少,其中女生更少。因为男生较女生更关心体育信息,更愿意通过传统媒体获得体育信息和体育知识。但由于高度发达的信息网络,大学生可以通过网络方便地了解体育动态、学习体育知识,使得体育信息类消费远低于体育纪念品消费<sup>[13]</sup>。

表6 武汉市大学生体育消费结构(多选)

消费类型	内容	男(占比/%)	女(占比/%)	总人数(占比/%)
体育实物类消费	体育服饰	331(74.7)	357(84.6)	688(79.5)
	运动器材	157(35.4)	31(7.3)	188(21.7)
	体育纪念品	149(33.6)	137(32.5)	286(33.1)
体育劳务类消费	体育比赛门票	76(17.1)	22(5.2)	98(11.3)
	体育健身培训班	156(35.2)	277(65.6)	433(50.1)
体育信息类消费	体育报刊、杂志、书籍	83(18.7)	21(5.0)	104(12.0)
	体育音像制品	72(16.2)	29(6.9)	101(11.7)

## 6. 影响武汉市大学生体育消费的因素

对可能影响武汉市大学生体育消费的经济、时间、价格、场地、项目、兴趣及其他共 7 项因素调查的结果如表 7。

表 7 影响武汉市大学生体育消费的因素

因素	人数	占比/%
经济	578	66.8
时间	559	64.6
价格	476	55.0
场地	690	79.8
项目	375	43.4
兴趣	87	10.1
其他	28	3.2

由表 7 可见,场地因素以 79.8% 高居首位,之后为经济因素和时间因素。近年来,全国各地高校不断扩招,学生人数不断增多,使得本就不充裕的体育场馆不堪重荷,这不仅影响到正常的体育教学活动,而且已成为制约高校大学生体育消费的重要因素。加强高校体育场馆的建设应引起有关部门的高度重视<sup>[14]</sup>。

## 三、结论与建议

### 1. 结论

(1) 9.4% 的武汉市大学生是出于 2 种或 2 种以上的动机进行体育消费。其中物质需要成为首要动机,娱乐休闲、锻炼身体分列二、三名,从众攀比的动机排名最后。另外,在社会交往及体育成就 2 种动机上,男女生有显著差异,男生明显高于女生。

(2) 武汉市大学生对体育消费有较高的认同度,并认识到体育消费不仅可以锻炼身体以维持健康的体魄,而且体育消费更是释放压力、增强自信以维护心灵健康的有效方式,将体育消费视为现代生活不可或缺的一部分。但是武汉市大学生对体育消费是终身成本投资认识不够,需要进一步加深认识。

(3) 武汉市大学生有 71.7% 支持节俭体育消费观,在大学生阶段,节俭体育消费观有其积极意义,但是大学生终将迈入社会,为了追求更高的生活质量及体育素质的提高,奢侈体育消费观未必不是可行之路。

(4) 武汉市大学生目前体育消费水平多为 800 元/年以下,男生体育消费水平高于女生。根据体育消费占生活消费的比例可知,武汉市大学生的体育消费水平整体偏低。

(5) 武汉市大学生体育消费的最重要方面是体育服饰,占到 79.5%。体育培训班/健身俱乐部和体育纪念品分列二、三名。体育比赛门票以 11.3% 排名最后。另外,在运动器材方面武汉市大学男生投入较女生高,而在体育培训班/健身俱乐部方面武汉市大学女生投入较男生多。

(6) 影响武汉市大学生体育消费最重要的因素是场地因素,占到 79.8%。

### 2. 建议

根据以上研究结论,高校大学生体育消费应从以下 5 个方面进行引导和完善。

(1) 高校及体育管理部门应重视培养大学生积极健康的体育消费意识,将大学生体育消费的意识提高到“体育消费是终身成本投资”的高度上,从根本上帮助大学生培养良好的体育消费习惯。

(2) 高校及体育管理部门应充分利用校内及社会上的各种媒体,大力宣传体育消费的近期及长期价值,引导大学生合理体育消费,使体育消费随其生活消费水平的提高而逐渐占据更重要的地位。

(3) 高校应加强对体育场馆等硬件设施的建设,并充分利用场馆,发掘其潜在价值,如以合理的价格开办体育培训班、举办各类体育赛事及展览会,再结合全民健身运动,在全社会行成人人爱运动的良好风气,为体育消费营造良好的社会氛围。

(4) 高校应重视开展各项体育活动,挖掘校园体育文化,如集中观看重大赛事、举行体育知识问答等,让大学生感觉到生活之中处处有运动,认识到体育消费的乐趣不止来源于实物类消费,还有劳务类及信息类体育消费。

(5) 体育相关企业应从大学生实际情况出发,丰富体育消费内容,提高体育消费质量,合理设置体育消费品价格,为大学生体育消费提供更多更好的选择。

## 参 考 文 献

- [1] 刘洪俊. 高校大学生课外体育锻炼的调查研究——以天津市普通高校为例[J]. 北京体育大学学报, 2011(3): 98-101.
- [2] 王耀东. 高校学生体育消费特征研究[J]. 北京体育大学学报, 2011(6): 100-101, 104.
- [3] 马宏霞. 网络媒体对大学生体育消费的影响[J]. 体育文化导刊, 2012(10): 105-108.
- [4] 岳海侠. 性别特征对影响西安市大学生体育消费行为的差异分析[J]. 南京体育学院学报, 2011(2): 119-122.

- [5] 王慧琳, 阎伟. 体育经济学概论[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2005: 27.
- [6] 江林. 消费者行为学[M]. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 2002: 16.
- [7] 刘勇. 体育市场营销学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2001: 33.
- [8] 夏元庆, 张辉. 当代大学生体育消费特点及倾向性之研究[J]. 南京体育学院学报: 自然科学版, 2011(6): 153-155.
- [9] 宋亨国. 大学生体育消费行为的研究[D]. 广东: 华南师范大学体育科学学院, 2005: 23-24.
- [10] 王伟, 梅茂荣. 高校学生的体育消费行为调查与分析[J]. 南京体育学院学报: 社会科学版, 2002(5): 16-17.
- [11] 佟小玲. 豫北地区大学生体育消费现状的调查分析[J]. 武汉体育学院学报, 2010(8): 61-64.
- [12] 梁小军, 刘云求. 肇庆市大学生体育消费现状调查与分析[J]. 体育科技, 2011(2): 75-77.
- [13] 林建君, 丛湖平. 我国体育消费研究综述[J]. 体育与科学, 2001(2): 18-22.
- [14] 郭文, 黄依柱, 朱建伟, 等. 消费价值观对体质健康突出问题大学生体育消费心理预期与行为的影响[J]. 北京体育大学学报, 2010(9): 86-90.

## Analysis on Status Quo of College Students' Sports Consumption

——An Investigation in Five Ministry-owned Universities of Wuhan

DENG Cheng-hu

(Department of Physical Education, Wuhan University of Technology, Wuhan, Hubei, 430070)

**Abstract** This paper randomly selects 1000 college students from five ministry-owned universities in Wuhan to conduct questionnaire survey on status quo of sports consumption of college students in Wuhan city. The result shows that motivations of sports consumption are various, the consciousness of sports consumption is relatively higher, frugality idea of sports consumption is popular, the level of sports consumption is relatively lower, the structure of sports consumption is simple and sports field is an important influencing factor. Consequently, this paper puts forward some suggestions, such as consciousness of sports consumption should be improved, rational consumption should be advocated, construction of sports field should be quickened and the content of sports consumption should also be enriched.

**Key words** physical education of college students; sports consumption; motivation of consumption; stadium

(责任编辑: 陈万红)