



# 双奥之城背景下北京高校女教师 参与型体育消费研究

许奕昕



# 目录

1 / 研究动机

2 / 文献回顾

3 / 研究方法

4 / 研究设计

5 / 预期结果



# 01 *Part One* 研究动机

---





# 研究背景

奥运、健康、政策



## 奥运保障

双奥赛事举办激发大众运动参与、体育旅游热情  
城市和区域发展遗产保证参与型体育消费开展

## 健康促进

运动是良医，参与型体育消费成为越来越多女性的休闲消费选择  
在疫情防控常态化背景下，民众运动健身意识增强，健康消费势头强劲

## 政策支持

国家出台大量政策文件，发展体育产业，促进体育消费  
寻找体育消费新的突破口和增长点



## 体育消费相关政策概述

### 《进一步促进体育消费的行动计划（2019-2020年）》

2020年全国总规模1.5万亿

支出占比上升，结构更合理

消费业态、消费观念、运动技能、消费空间、  
发展环境、政策体系、权益保护七大重点任务

### 《体育强国建设纲要》

广泛开展群众性体育活动

丰富节假日体育赛事供给

拓展体育消费新空间

创新体育消费支付产品



5

4

3

2

1

### 《十四五“体育”发展规划》

总规模超过2.5万亿

深化体育消费试点、  
培育居民体育消费习惯、  
完善体育消费政策

### 《国务院办公厅关于促进全民健身和 体育消费推动体育产业高质量发展的意见》

优化体育消费环境、出台鼓励消费政策、  
开展促进体育消费试点、培养终身运动习惯

### 《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》



# 研究目的及意义

理论、实际

**研究目的：**本研究通过对女性参与型体育消费方面的文献进行梳理，并以北京高校女教师为研究对象进行调查研究，了解其体育参与和体育消费行为现状，分析影响体育消费的因素，找出其存在的问题，提出相应的促进消费策略，把握体育消费趋势，为有关部门提供参考，为女性体育消费相关研究提供启发。

## 理论意义

体育消费研究较多，女性体育消费研究较少，从参与型体育角度入手研究女性体育消费的更少，且研究人群的选择具有代表性，有助于扩展该研究领域，为后来研究提供参考借鉴。

## 现实意义

“她经济”时代，应鼓励女性参与体育运动，进行体育消费，拉动经济增长。北京高校女教师的思想意识、行动力，包括体育意识和体育行为也都在全国以及社会各阶层中具备一定的领先性，因此，该群体极具代表性，未来极有可能成为国内女性体育消费发展的风向标和标杆。



# 02 *Part Two* 文献回顾

---







# 体育消费概述

目前国内体育消费的研究内容主要集中在概念界定、特点归纳、问题分析及解决路径等方面，相对更宏观，普适性较强。从已有文献中可以看出体育消费受性别、职业影响，且存在参与型体育消费较少的现实困境，因此本选题聚焦高校女教师群体，具有研究代表性。国内外研究丰富，角度多样，为研究女性体育消费提供了很好的研究思路和视角。







# 女性消费概述

## 女性经济、她经济

- 《经济学人》，经济新的驱动力，人群经济形态
- 史清琪，商业视角关注女性消费课题

## 消费影响因素、特点及趋势

- 就业水平提高、互联网参与度增加与产销企业投其所好
- 女性传统领域消费品销量迅猛增长、男性消费主导领域向女性倾斜、消费结构支出构成改变、传统消费领域焕发新机
- 女性逐渐成为消费市场的主力军，消费升级、消费结构转型，美丽消费及母婴消费增加
- 京东发布的《2020女性消费趋势报告》显示，大批女性开始加入运动大军，壁球、棒球、乒乓球、健美操、瑜伽的女性消费占比大幅提升，占比增速分别达到34.8%、25.0%、16.1%、14.6%、11.9%。

## 消费心理/动机

- 注重购物便利性和产品实用性，受传统文化影响具有积极性和主动性，追求时尚和个性
- 更看重产品和服务背后的象征、情感及心理调节作用
- 产生非理性的情绪消费



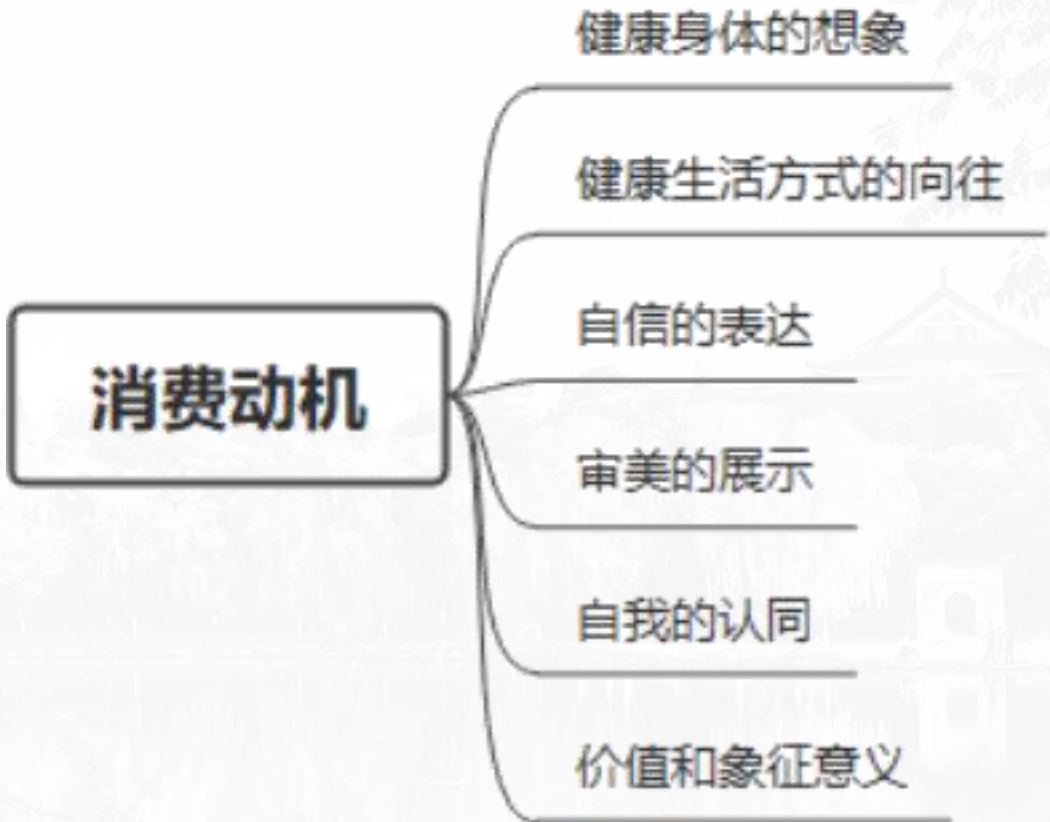
# 我国女性体育消费概述







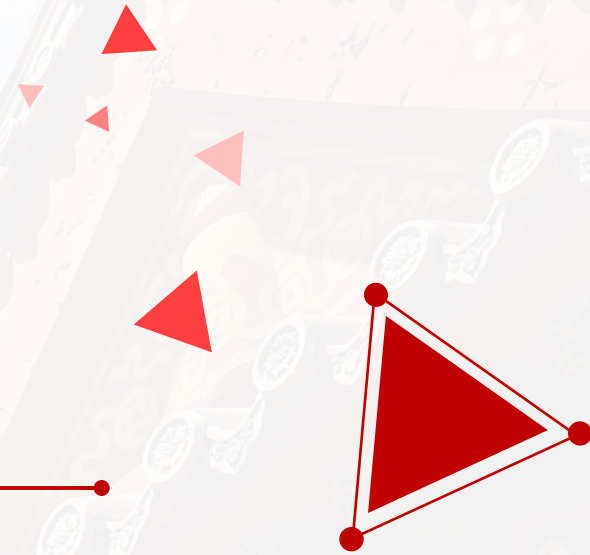
# 我国女性体育消费概述



所选研究对象地处北京（经济发达地区），群体覆盖年龄层广泛，具有探究价值。

# 03 *Part Three* 研究方法

---







## 研究方法



问卷调查法



访谈法



文献资料法



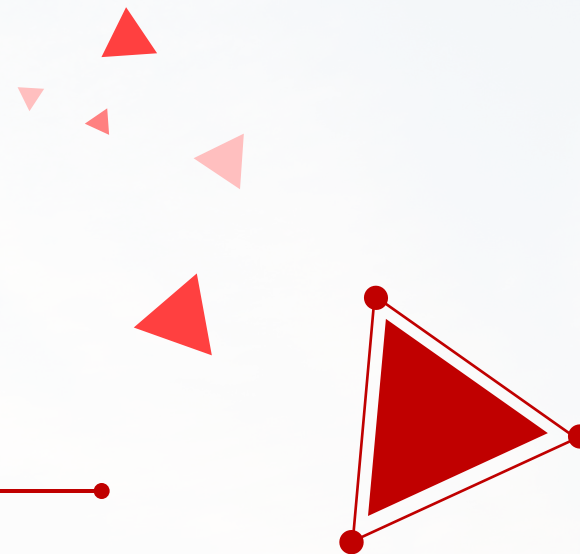
数理统计法

因变量是体育消费支出，自变量包括体育运动时间、体育运动强度、年龄、收入等，虚拟变量为是否在冬奥周期内参与冰雪运动，采用多元回归的方法。

# 04

*Part Four*  
研究设计

---

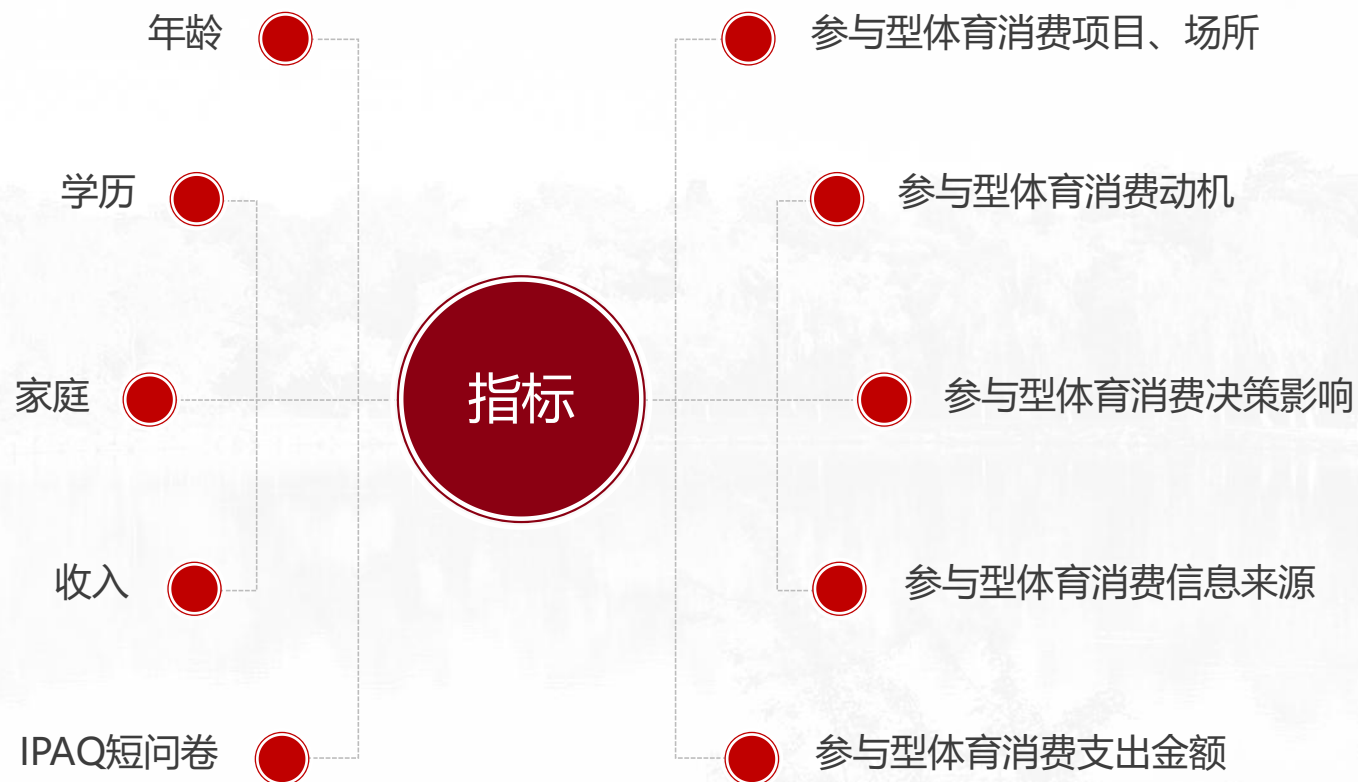






# 研究设计

## 体育参与+体育消费

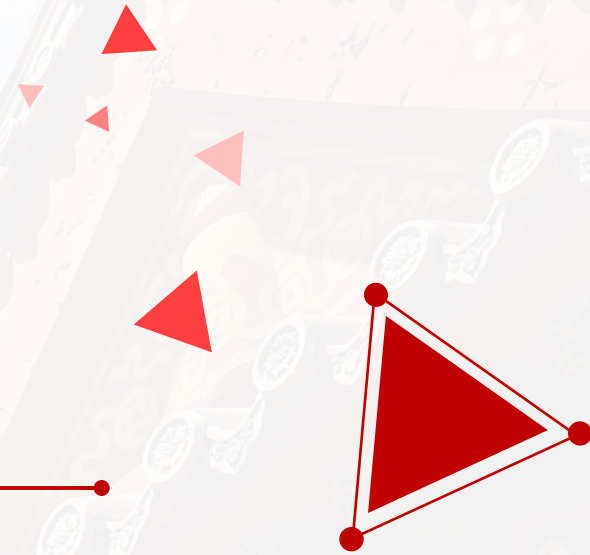


双奥背景对参与型体育消费水平的影响

# 05

*Part Five*  
预期结果

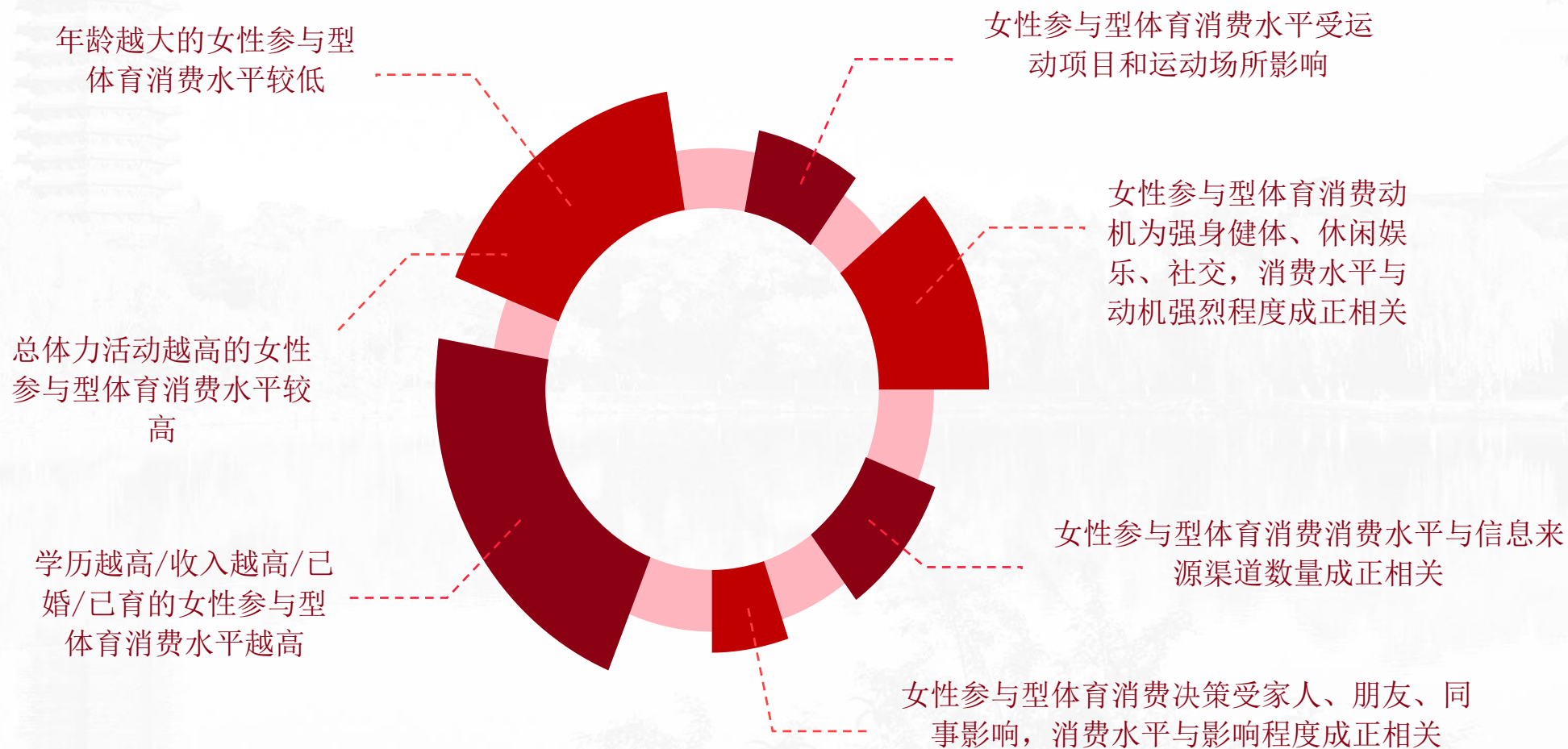
---







## 预期结果





## 参考文献

- [1]易剑东.“双奥之城”的历史意蕴、时代使命及未来愿景[J].西安体育学院学报,2022,39(03):263-273.DOI:10.16063/j.cnki.issn1001-747x.2022.03.002.
- [2]于洁.长春市白领女性参与型的体育消费研究[D].吉林大学,2021.DOI:10.27162/d.cnki.gjlin.2021.001449.
- [3]孙杰.延吉市女性体育消费行为调查研究[D].延边大学,2019.
- [4]郑向敏,范向丽.论“女性经济”时代的女性旅游市场开发[J].旅游科学,2007(03):65-71.
- [5]高琦,夏成前.“她经济”视域下女性体育消费主要问题及对策[J].体育文化导刊,2020(01):87-92.
- [6]胡坚.女性消费浪潮的影响研究[J].人民论坛,2019(21):62-64.
- [7]胡晓梅.基于女性消费心理统计分析的营销策略[J].中国商贸,2010(17):24-25.
- [8]姚金武.当代女性消费的新特征与女性市场营销策略[J].消费经济,2010,26(04):62-64+71.
- [9]林建君,从湖平.我国体育消费研究综述[J].体育与科学,2001(02):18-22.
- [10]鲍明晓.论场景时代的体育产业[J].上海体育学院学报,2021,45(07):1-7.
- [11]陈元欣.体育新经济的发展趋势与前景展望[J].人民论坛,2021(28):68-71.
- [12]徐钟仁.论体育消费[J].体育论坛,1989(3):7~9
- [13]程林林,胡承洪,张永韬.我国体育消费研究进展与前景[J].成都体育学院学报,2010,36(01):9-12.
- [14]邓芳啸,布特.经济转型背景下的居民体育消费[J].山西财经大学学报,2021,43(S2):35-37+52.
- [15]张永韬,张莺凡.体育产业高质量发展视域下促进我国体育消费升级研究[J].体育文化导刊,2021(04):14-20.
- [16]国务院.国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见[EB/OL].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-10/20/content\\_9152.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-10/20/content_9152.htm),2014-10-20.
- [17]国务院办公厅.国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知[EB/OL].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content\\_5426485.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm),2019-09-02.
- [18]国务院办公厅.国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见[EB/OL].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content\\_5430555.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content_5430555.htm),2019-09-17.
- [19]国家体育总局.进一步促进体育消费的行动计划(2019-2020年)[EB/OL].[http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/16/content\\_5358218.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/16/content_5358218.htm),2019-01-04
- [20]国家体育总局.十四五“体育”发展规划[EB/OL].<https://www.sport.gov.cn/n315/n330/c23655706/content.html>,2021-10-08
- [21]刘东升.女性体育消费方式的演变及现代消费特征分析[J].体育与科学,2016,37(06):86-93.
- [22]马德浩,季浏.我国女性体育消费研究[J].体育文化导刊,2015(02):131-134.
- [23]松家萍,白琳.城市不同年代女性体育消费的实证分析[J].体育与科学,2012,33(03):90-94.
- [24]胡莉萍,储志东,张文静.江苏省商业性体育健身场所女性消费者现状调查[J].体育与科学,2004(05):58-59+80.
- [25]张越.浙江城市女性休闲体育消费现状调查[J].体育文化导刊,2008(05):22-24.
- [26]杜熙茹,许宗祥.广东省经济欠发达地区女性休闲体育消费状况分析[J].上海体育学院学报,2008,32(04):65-67.
- [27]陈建杰,李晓光,黄今.我国中部城市职业女性健身消费结构及其影响因素分析[J].北京体育大学学报,2006(12):1623-1624+1627.
- [28]闫静.身体观念与衣着实践:城市女性时尚运动服饰消费行为的质性考察[J].体育与科学,2021,42(03):89-94.



# 请您批评指正

许奕昕