# 女性体育消费论文范文共7篇

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-11-14

*女性体育消费论文范文 第一篇论文关健词：体育消费水平体育消费结构影响因素大学生西部地区论文摘要：采用文献资料、社会调查和数理统计等研究方法，对西部地区大学生体育消费的特点及影响消费的因素进行了调查。结果表明:大学生普遍具有正确的体育消费理念...*

**女性体育消费论文范文 第一篇**

论文关健词：体育消费水平体育消费结构影响因素大学生西部地区

论文摘要：采用文献资料、社会调查和数理统计等研究方法，对西部地区大学生体育消费的特点及影响消费的因素进行了调查。结果表明:大学生普遍具有正确的体育消费理念，对体育健身作用的理解较为深刻。建议高校改善体育环境与场馆器材，促进高校体育健康发展。

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。大学生体育消费是指在校的大学生为了满足自身的生活和健身需要而耗费的体育物质产品、体育劳务产品和体育信息产品。

一、西部大学生体育消费意识

调查表明西部大学生对体育消费这种社会文化现象具有广泛的认同性，有89%的大学生认为健康投资有必要其中有56%的大学生认为非常必要这说明大学生对体育参与、体育锻炼有了比较深刻的认识和理解体育消费观念有所增强。总体而言大学生体育消费行为的动机比较单纯。大学生对体育消费功能的认识基本正确在体育消费过程中除了满足健身需求，还注重追求快乐的心理体验。这也与一直以来学校对学生传统体育知识的传授有关，大学生体育消费的最大动机是消遣娱乐与大学生的个性特征和价值理念相对应反映了大学生体育消费的主流方向。

二、西部大学生体育消费的水平

体育消费水平是指按人口平均的体育实物或劳务消费资料的消费数额是用消费的货币数额来衡量。从调查的情况看西部地区大学生20\_年参加过体育消费的人数占被调查总人数的90%这说明绝大多数西部大学生在日常生活费中存在着体育消费的支出体育消费观念已普遍被当代大学生所接受。调查显示西部大学生每年体育消费支出多在10。元一30。元之间其中男大学生每年体育消费在100元以下的占8%,100元一20。元的占42%,200元一300元的占26%,300元以上的占24%;西部女大学生每年体育消费支出在10。元以下的占20%,10元一20。元的占58%,200元一300元的占12%,300元以上的占10%。

通过调查得知在西部地区有94%的大学生的日常生活费用是由其父母或家庭提供，大学生生活费用的依赖性就决定了其体育消费行为的非独立性。随着大学生家庭提供的生活费金额数且的增加和自身在校期间创业能力的增强体育消费支出的比重会呈现逐渐下降的趋势但支出总量基本上保持稳中有升的趋势。调查结果显示大学生的体育消费水平还不高，虽然人们的生活水平在不断的提高但大学生一个纯粹的“消费者”还没有什么经济基础.所以也就没有那么多的钱用在除了生活外的其他的消费上。由于经济原因目前大学生的体育消费能力还比较有限.但相对已经发生的消费水平还有一定的提升空间。

三、西部大学生体育消费的结构

所谓体育消费结构.是一定体育意识和消费层面的具体反映。体育消费结构的划分方式是将其划分为物质性消费和劳务消费。实物型体育消费主要是指大学生在参与体育活动中所消耗的实物产品运动参与型体育消费主要是指大学生为了增强体质、增进健康、休闲娱乐、提升自我综合素质而参加体育协会、体育俱乐部、体育培训班等各种体育实践活动所支付的费用;休闲观赏型体育消费主要是指大学生为了观看、欣赏体育比赛、体育表演、电视转播等而支付的门票费用阅读型体育消费主要是指大学生为了学习与掌握体育知识或获取体育赛事、体育明星、知名球队等背景材料或信息所购买的体育书刊、报纸、杂志及音像制品等消费。从调查结果显示西部大学生体育实物消费所占比例最高，达到so%，与收入成正相关;健身消费和体育信息消费比例相对较低分别为12%和9%。

四、影响西部大学生体育消费的主要因素

1.经济因素。经济是消费的基础经济水平决定消费水平。大学生的经济收入来源主要靠家庭供给，消费承受力亦随着家庭的供给的变化而变化。大学生的体育消费受其可支配收入决定西部地区大学生的支出主要由其家庭提供，所以大学生的体育消费独立性差整体水平偏低。

2.兴趣爱好。消费者在体育消费需求形成过程中表现出来的差异反映了消费者对体育不同的价值取向而消费者的价值取向除受到不同个体差异影响外，还受到社会文化背景的影响，从而影响到体育消费结构的选择。调查了解到普通大学生中对某些体育运动有浓厚兴趣和运动技术水平高的大学生的体育消费意识较强品牌要求相对较高消费水平明显高于其他大学生，消费结构趋于合理体育专业大学生的体育消费意识、品牌要求最强，消费水平也最高，消费结构合理。体育锻炼习惯是影响体育消费结构的显著因素。:

3.缺乏体育消费的环境。体育设施对大学生提供的体育项目、服务价格、服务环境、服务质量等是影响大学生进行体育消费不可忽视的因素。选择该因素的男大学生为40%女大学生为45%体育场地器材设备和指导力量等条件不足、体育消费价格过高、也是制约西部大学生参与体育消费;受传统文化的影响虽然可支配收入增加了，但体育消费的资金比重仍然很少。

五、结束语

加强大学生体育消费意识的培养。虽然大多数大学生具备了体育消费的条件其中相当部分的学生已经具备了良好的体育意识并且拥有体育消费行为，但是都处于较低的水平。体育消费观念淡薄体育消费意识较差直接影响了大学生的体育消费水平。

加强高校体育教学的改革重视对高校学生体育兴趣、习惯、观念的培养促进学生积极主动参与体育活动.逐渐培养高校学生健康、文明的生活方式。加强对高校体育产业方面的研究，因地制宜的繁荣体育市场。进一步开放体育场馆.组织丰富多彩的校园体育健身娱乐活动，引导学生健康投资、消费。积极开发、拓宽高校体育消费市场。

**女性体育消费论文范文 第二篇**

论文关键词:大学生体育消费消费现状消费结构

论文摘要:主要运用文献资料法、问卷调查法、统计分析法等方法，对我院150名男女大学生的体育消费动机、体育消费水平及其体育消费结构进行了调查研究。认为我院大学生体育消费目的明显，体育消费动机是健康的;但体育消费仍处在一个较低的水平，体育消费以实物消费为主。影响体育消费的主要因素是消费价格太高、消费场地少和学习任务重。并针对引导大学生树立正确的体育消费观念，进一步深化“花钱买健康”的消费观念提出几点建议。

1.研究对象与方法

随机抽取黄冈师范学院150名在校大学生，其中男生75名，女生75名，作为研究对象。根据本文研究的内容和目的，设立问卷调查表，对我院的大学生随机发放问卷表150份，回收150份，有效问卷142份，其中男生67份，女生75份，有效率为。运用SPSS16.。对回收的问卷进行统计分析。

2研究结果与分析

大学生体育消费的动机

从可以看出，支配大学生体育消费的动机主要是增强体质，这说明大学生进行体育消费的目的非常明显，消费动机是健康、积极的，这与我国推行的全民健身计划是相适应的。但体育是一门综合性学科，仅有热情是不够的，在从事体育运动时必须掌握体育的知识和科学的方法，才能达到最佳的效果。

同时影响我院大学生积极的体育消费动机的主要因素有娱乐休闲、审美、明星效应、从众与攀比等等。其中娱乐休闲占的比重最大，可见我院学生体育消费动机是健康的，而且在审美的影响因素上女生明显高于男生。但是也不乏有一些不好因素的影响，像从众与攀比就占了，所以对我院大学生体育消费必须正确地引导。

大学生体育消费的水平

体育消费水平是指按人口平均的体育实物消费资料和体育劳务或服务消费资料的数量，可用价值单位来表示。

可以看出，大学生的体育消费主要集中在100元至20。元之间，男女平均占，可见仍然处于较低水平层次。其主要原因是大学生的生活费普遍来自家庭，消费能力受到影响，体育场馆数量偏少也限制了大学生的消费。但调查表明，大学生的体育消费能力正逐步提高。

大学生体育消费的结构

参与类体育消费

主要是指为了参加各种体育活动、健身训练、体育健康医疗、体育教育培训等所支付的各种费用。从表3看出此项消费女生要略高于男生，是由于女生比较乐于参加俱乐部的锻炼，以求达到健身、健美的效果。

观赏类体育消费

主要指为了观赏运动竞赛、体育表演而购买门票的费用，统称观赏类体育消费。调查结果显示此项消费的比例不是很高，这主要还是跟学生的经济支付水平不高有关系。

实物类体育消费

主要指大学生在参与体育活动中所消耗的实物产品，如运动服装、鞋袜、球拍、球等小型体育用品。表3显示，此项消费男女大学生占体育总消费的比例较大，男生占，女大学生占，男女生差异不大，说明男、女生都乐意花钱购买体育服装及体育用品进行体育锻炼与健康投资。

精神类体育消费

主要是指大学生为了学习和掌握体育知识或获取体育赛事、体育明星、名牌球队等背景材料或信息所购买的体育书刊、报纸、杂志及音像制品等消费。表3显示，此项消费男女生总体较高，男略高于女，但无显著性差异。说明当代大学生偏重于运动实践的锻炼效果，在讲求实惠的同时，也注重对体育知识、体育信息的获取及知识面的拓宽。

大学生体育消费方式

大学生体育锻炼的频度与体育消费的关系体育消费水平与积极参与体育的意识关系十分密切。表5的调查结果表明，每周参加3-4次以上体育锻炼的学生，体育消费的比例相对较高，其中男生占，女生占说明体育锻炼已经必不可少，同时体育消费已成为体育生活的重要组成部分。

影响大学生体育消费的因素

经济条件不允许

大学生的经济收入来源主要靠家庭供给，消费承受力亦随着家庭的供给的变化而变化。作为大学生经济上首先满足基本的生活和学习的需求，然后才会去考虑和承受其他各方面的消费支出。由于各自地域经济对其体育消费能力的影响，大学生之间体育消费水平不均衡，因此经济支付能力的大小决定着大学生体育消费行为的实现程度，从而影响大学生进行体育消费的水平。从表6可以看出此项对我院大学生体育消费水平的影响很大，这主要是跟大学生自身的经济来源有关。

体育设施太少

体育设施对大学生提供的体育项目、服务价格、服务环境、服务质量等，是影响大学生进行体育消费不可忽视的因素。由于现在学校学生人数大量增加，而学校场地数量有限，场馆数量不能满足学生参加体育锻炼的需要，造成学生参加运动的人数下降。从表6可以看出此项对我院学生体育消费水平的影响也很高，这应该引起学校的重视。:

学习任务重

由于学校规模不断扩大，学生就业压力增大，他们不得不把主要精力放在学习科学文化知识和准备考研上，这样用于参加体育锻炼的时间就减少了。对策与建议

（1)加强对大学生进行健康教育，引导大学生树立正确的体育消费观念，进一步深化“花钱买健康”的消费观念。

(2)根据大学生的实际情况，合理安排大学生参与体育消费的时间，如在周末适量延长体育场馆的开放时间等。

（3)加快高校体育课程改革，使高校体育课程与学生的体育消费有机地结合起来，如“俱乐部形式的体育教学模式”。

(4)加快体育场馆的建设，尽快解决现有场馆不足的矛盾;增设适合学生兴趣爱好的体育项目，尽量免费或以合理的价值满足学生的体育消费。

**女性体育消费论文范文 第三篇**

女 性自我意识的体现

现代社会，女性的社会地位在提高的同时，由于一些固有观念的存在，女性往往要承担家庭和工作两方面的压力，紧张的工作和繁重的家庭经常压得女性喘不动气，这样的状态非常不利于女性的身心健康。通过参与体育运动，女性可以有效地调节自己紧张的生活，加强人际交往能力。同时，还可以通过体育完善自己的外形，从而进一步提高自己的自信心，有利于培养女性张扬的个性和创新的精神，体现强烈的自我意识。女性的爱美之心是一直不变的。由于工作的需要或者人际的交往，现代女性对自身的外貌要求更加严苛。目前，越来越多的女性选择进行体育健身或者其他体育项目的培训班，而女性在体育健身上的支出也是女性体育消费比例中最重的一部分，我们称之为塑身型体育消费。这种体育消费主要体现在健身房、瑜伽馆和其他美体减肥会所等。

群体以年轻女性为主

在我国的女性消费群体中，年轻女性充当了主力军的角色。一方面是年轻女性对自身外貌的要求更重，塑身型体育消费支出更大。另一方面，年轻女性参与体育消费的方式更加多样。这些与年轻的女性消费群体有着很大的关系，以观赏性体育消费为例，现在越来越多的年轻女性尤其是80后、90后甚至是00后，都逐渐成为竞技体育的忠实观众。值得一提的是，很多运动员的球迷后援会的主力军基本都是以女性为主，比如张继科、马龙、宁泽涛、孙杨等。这些运动员往往都是男运动员，他们对年轻女性的吸引力极大。年轻的女性粉丝群愿意为运动员进行消费，例如买票看他们现场的比赛，又例如买带有男运动员信息的体育杂志，这些行为都带动了女性体育消费的形成。

内心精神追求的寄托

女性进行观赏性体育消费时的动机往往不是对某项项目技术的追求，更多是为了宣泄自己的感情。女性观看体育比赛很多都是出于对运动员的喜爱，她们以一种类似娱乐圈“追星”的方式参与到体育比赛的观看当中，这种球迷有一个更确切的名字——迷妹。迷妹们经常把男运动员幻想成自己心目中的理想对象，进行主动的消费、情感的投射，通过对男运动员的凝视和关注，满足自身内心的精神寄托。女性进行体育消费是对自身生理和心理的双面满足，女性进行体育消费是经济发展的重要组成部分。女性体育消费不仅可以使女性的体质得到提高，其生活质量和社会地位也会得到很大提高；同时，有利于女性释放内心压力，帮助女性追求内心的愉悦和幸福。

**女性体育消费论文范文 第四篇**

我国经济的蓬勃发展

女性体育消费的发展离不开我国体育经济的蓬勃发展。20\_年国民经济和社会发展统计公报显示，20\_年我国居民人均可支配收入达到28228元，实际增长，经济的迅速发展，极大地提高了人们的生活水平，促使人们开始更多地追求享受和娱乐，体育消费也就有了广阔的市场。此外，体育消费不断对经济进行反哺，体育消费的发展为体育产业的施行奠定了坚实的基础，使体育产业有了更好的前景和未来。一个国家的体育事业发展是与其经济的发展是相一致的，体育消费的水平取决于社会经济能给人们带来多少的物质财富。所以，从一定程度上讲，目前我国的体育消费，例如体育服务性消费、体育用品消费等，也从侧面反映了当前人们的生活水平、生活方式和生活质量等。

女性自身地位的提高

我国女性体育消费的迅速发展与女性自身地位的提高有着密切的关联。我国女性的地位提高主要发生在改革开放以后。政策上，国家颁布一系列保障女性权利的政策，如1992年全国七届人大通过的《妇女权益保障法》，中国的妇女权益在法律上得到保障；社会上，虽然某些单位在招聘人员的时候还是对女性表示歧视，但是总体的大环境却发生了很大的改进，女性参加工作的权益越来越完善。女性的权益得到保障，其消费的动力就越大，购买力也越高，体育消费能力自然而然得到提升。

网络社交媒体的影响

**女性体育消费论文范文 第五篇**

虽然我国的女性体育消费已小有所成，但是还是缺乏一定的系统性和秩序性，需要进一步得到完善，可以从以下两个方面进行思考。

建设女性体育消费的垂直项目

所谓“垂直”就是单独把某一个方面进行加强，形成独立的项目。针对女性体育消费的特点，可以为女性设立专门的体育消费方向。比如在实物性体育消费中，根据女体育消费者对运动员的个人喜爱，设计专门适用于女性的运动员周边产品，满足女消费者的需求；在观赏性体育消费中，可以成为专门的女性球迷组织，让其成为球场边一道特别的风景。这个可以参考山东鲁能足球队的措施：为了照顾球队的女球迷，球队的俱乐部专门成立了一个女性球迷组织——橙汁球迷会，并为橙汁球迷会专门划定了一个观赛区域，极大地提高了女性球迷的观赛热情，也促使她们买票看球，提高她们的体育消费水平。建设女性体育消费的垂直项目既是挖掘女性体育消费的更大潜力，同时也可以表示对女性消费者的尊重，让男女体育消费者感受到相同的购买权利，从而实现心理上的平衡。反过来，对女性体育消费的公平对待，又可以加强我国的体育消费能力，双方两者实现共赢局面。

**女性体育消费论文范文 第六篇**

1体育教育专业大学生不良消费习惯

享受生活的奢靡消费习惯

体育教育专业学生的消费习惯受到西方商业体育、体育运动明星的享乐奢靡生活的影响，或是在社会“物化”和拜金主义的潜移默化下，部分大学生的消费奢靡把追求享乐作为生活目标，这种全新的消费习惯已不能小视。使得这一部分大学生失去了学习奋斗的意志，浪费了青春毁掉了自己的未来。

虚荣盲目的攀比消费习惯

体育教育大学生由于虚荣心的驱使，在运动鞋、运动服饰、运动器材、运动饮品食物等方面，往往盲目追求名牌，不顾家庭经济能力。有甚者利用国家助学贷款将学费消费掉；还有将国家发放的贫困助学金用来满足自己的虚荣追求，购买运动名牌而不是用来解决自身的贫困问题。

标新立异的时尚消费习惯

部分体育专业大学生十分享受对于时尚的追求，面对社会上流行的时尚消费生活的引诱失去理智，不是根据自身的实际需求和商品的性价比来进行消费而是根据流行的喜好进行标新立异的时尚消费。高科技产品成为大学生追求标新立异的时尚消费的主要对象，还有追求夜生活的时尚消费也是大学生所追对象。

为搞关系的“人情消费”习惯

体育教育专业大学生人际人情消费过度，表现在消费项目不断增加、消费水平不断增高、消费比重不断扩大、消费金额不断膨胀，并呈现出愈演愈烈的趋势。

2体育教育专业大学生不良消费导致的危害心理

（1）这些不良的消费习惯导致体育教育专业大学生胸无大志，精神颓废，学业荒疏，更忘记了自己所应肩负的社会责任。

（2）这些不良的消费习惯导致体育教育专业大学生产生强烈的自卑感，甚至出现各种各样的心理或行为问题。

（3）这些不良的消费习惯导致体育教育专业大学生的消费欲望冲动和浮躁心理，出现了“符号主义”消费的特征。

（4）这些不良的消费习惯导致体育教育专业大学生背上沉重的“人情负担”，这种负担既有物质上的，也有精神上的。

3引导体育教育专业大学生正常正确消费观念

加强核心价值观教育，形成正确消费观

利用“富强、民主、文明、和谐；自由、平等、公正、法治；爱国、敬业、诚信、友善”的社会主义核心价值观规范引导体育教育专业大学生的消费习惯。成为体育教育专业大学生日常规范、自觉奉行的理念信念，自觉抵制享乐主义、拜金主义、个人主义、虚荣攀比等不良风气的影响。

加强国情教育，弘扬艰苦奋斗精神

体育教育专业大学生的正确消费习惯要建立在对国情透彻的了解的基础上。虽然我国经济总量排世界第二，但是还有几千万人口尚未解决温饱问题，我国大学生还要成为继续发扬艰苦奋斗的精神和勤俭节约美德，抵制不良消费习惯的排头兵。

加强校风建设，营造积极向上校园文化

良好的校风、学风、班风和寝风形成的优秀的大学校园氛围，成为大学生抵制不良消费观念和行为形成勤俭节约消费习惯的主导作用。加强学校的校风建设端正大学生的人生目标，营造“端正人生目标，构建节约校园”的育人氛围，营造积极向上的校园文化，潜移默化地影响和塑造大学生健康的消费心理和行为。

发挥家庭协同作用，形成健康的大环境

父母是大学生生活、学习和休闲费用的主要供给者，家庭是大学生消费开支的主要来源。家长首先要建立正确的消费观念，要本着对社会、孩子负责的态度规范自己的消费行为，做出榜样；同时，对于孩子的消费，不是孩子要什么都无条件的满足，要适当的限制孩子的不合理消费，形成必要的生活约束，注意培养他们勤俭节约、吃苦耐劳的好习惯，帮助他们树立正确的消费观和幸福观，在物质关怀的同时更要注重精神上的关怀。培养体育教育专业大学生的艰苦朴素的消费习惯，要营造良好的社会环境，规范社会的舆论导向；创造勤俭节约的大学氛围，引导大学生优良的神会习惯；家长建立正确的培养子女的消费观，适当限制子女的消费需求，社会、学校和家庭三方共同管理引导。

**女性体育消费论文范文 第七篇**

当今社会，女性的体育消费已经逐渐成为人们一个关注的问题。女性体育消费者进行体育消费的动力、心理以及方式都值得我们进行思考。从本来研究的社会学角度考虑，目前我国女性体育消费的现象正处于一个新兴阶段，有着巨大的潜力，同时也有一些不好的因素。这需要运用各种手段对女性体育消费者进行引导，促使女性体育消费平稳健康发展。

>参考文献

[1]徐芝芳.石嘴山市职业女性体育消费现状调查研究[J].当代体育科技,20\_,6(23):109-110.

[2]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,20\_,37(6):86-93.

[4]马德浩,季浏.我国女性体育消费研究[J].体育文化导刊,20\_(2):131-134.

[5]汪雄,陈玉林,杨晨飞.高校女大学生体育消费行为特征及其影响因素分析——基于昆明大学城8所高校的问卷调查[J].四川体育科学,20\_,36(3):139-142.

阅读次数：人次

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！