

为身心健康“充值”、为运动体验付费——

大学生体育消费版图里有悦己也有理性

中青报·中青网记者 刘俞希 卞心怡
实习生 赵 涵

从健身房的力量训练到户外山野的徒步攀登,从在橄榄球场上感受身体对抗,到独行在雪山之巅完成极限挑战……上海大学的徐仲元所涉猎的体育范畴从未局限于单一维度。

高中时,徐仲元就沉迷于健身房,请私教、买补剂,将力量训练作为重点运动方式。上大学后,他加入了学校的橄榄球社团,又花了六七千元购置了全套装备,以便在绿茵场上体验“身体对抗的原始快感”。如今,徐仲元的兴趣又转向了户外运动,开始追求探索自然的精神体验。

随着徐仲元的运动版图的“扩张”,他的体育消费场景也日趋多元。近日,中国青年报·中青校媒面向以大学生为主的青年发起有关体育消费的问卷调查,共回收有效问卷1413份。调查显示,约六成受访大学生曾因参与运动项目或体育赛事产生过消费,其中,93.18%受访者将不超过生活总体开销的三分之一用于体育运动。

为体验和热爱“买单”,受访大学生解锁多元体育消费新场景

上海财经大学的陈蒋逸是一名羽毛球爱好者。两年前,由于踢足球时受伤,他逐渐爱上了羽毛球。比起踢足球,他认为打羽毛球要“费钱得多”。陈蒋逸平均一周打3次羽毛球,一次在2个小时左右,会消耗两三个球。“现在比较好的羽毛球要130元左右一桶。”算下来,他每个月在羽毛球上的消费将近400元。“如果打球的频率太高,球拍也会有损坏的可能。”就他个人而言,一两个月球拍线可能就会断一次,换线的花费在60元到90元。但在他看来,热爱值得这样的投入。

中青校媒调查显示,75.53%受访者的体育消费主要投入在运动装备购买(如服装、鞋类、器材、智能穿戴等)上,运动参与(33.06%)、休闲娱乐(21.53%)、健康管理(19.53%)、数字服务(13.29%)等也是受访者开销的一部分。

“橄榄球是追求竞技的快感,户外是面对大自然的震撼。”2023年国庆假期期间,徐仲元成功登顶哈巴雪山,这不仅是他第一次接触户外运动,也成为他的兴趣转折点。“忘不了看不到尽头的雪坡,路上的狂风还有大雪。”他“像是在做梦”,一边沉浸在原始自然风光中,一边被向导拖着登上了山顶。

体能短板刺激徐仲元开始长跑、攀岩和徒步训练。最近半年,为备战登山,他又闯入越野跑赛道,“以赛促练”提升自己的运动表现。这也成为徐仲元很大一笔开销。“一次长线徒步或越野赛的报名费约3000元,加上往返交通、住宿人均200元一晚的开支,单次活动总花费大约四五千元。”过去一年,他总共参加了3次越野赛和3次长线徒步,不算日常训练和装备投入,已花费数万元。

中青校媒调查显示,76.01%的受访者在购买运动装备时更看重性价比,61.06%受访者注重舒适性和耐用性,品牌(50.93%)、外观设计(46.11%)、功能与科技含量(42.99%)、明星代言或博主推荐(13.71%)等也是影响受访者购买选择的因素。



追求悦己,体育消费满足受访大学生多元化需求

“市场上球拍的价格高低不等,小几百元到一两千元的都有。”由于受过伤,陈蒋逸会花更多时间钻研相关知识,让自己更安全地运动。他了解各种功能球拍,学习如何判断羽毛球质量,以及如何做好运动防护,因此护具购买也是他的开销之一。

中青校媒调查显示,64.94%受访者进行体育消费的主要动机是体验多元运动类型、运动场景,59.76%受访者以健康改善为目标,心理满足(46.82%)、形象管理(37.18%)、社交拓展(29.76%)等也是他们为运动“买单”的原因。

95后青年唐一路已坚持健身4年了。对他而言,运动不仅能改善一天的情绪,还让他的身体产生了很大的变化,“我的体脂率降低了很多”。受益于此的他,一发而不可收地爱上了健身房的团课,比如燃脂搏击、尊巴等。一个月上25至30节的团课花费在3000元左右。在团课中,他获得了极高的情绪价值。“教练在台上充满了激情,我也会被感染。”健身过程中,唐一路经常会被“种草”好看的健身服。“穿上不同的健身服,就仿佛让自己换了心情。”回忆起第一次上单车课,他随便穿了一件短袖,“一点都不吸汗,很难受”。此后他便开始购买专业的健身服。为了保持身材,他还会格外注重饮食,比如吃高蛋白之类的补剂,购入燕麦等食物,做“健康饭”。

对武汉大学的高国妍来说,消费是刺激自己运动的一种手段。目前在北京实习的她白天的运动时间少之又少,自己也坚持不了每天在户外跑步,于是在单位附近的健身房办了月卡,每月500元。“办卡之后如果不去锻炼就会觉得很

受访者进行体育消费的主要动机是:

- 运动参与(如体验多元运动类型、运动场景) 64.94%
- 健康改善(如强身健体、疾病预防、体态管理等) 59.76%
- 心理满足(如减压放松、自我提升等) 46.82%
- 形象管理(如改善外观、打造个人风格等) 37.18%
- 社交拓展(如人际互动、兴趣社交等) 29.76%
- 专业成长(如提升技能、参与赛事竞技等) 15.76%
- 潮流追随(如跟随风潮、明星引领等) 7.18%
- 装备升级(如获取专业器材、科技产品等) 4.24%
- 其他 0.47%

亏,这对我来说也是一种变相监督。”

在高国妍看来,适当的消费能够提升自己的运动体验。例如她所在的健身房环境比校内的健身房环境更好,不仅设施更好,还配备阳光泳池。“每天下班在那里运动一下,洗个澡,感觉整个人又‘活’过来了。”

中青校媒调查显示,67.18%受访者通过体育消费获得了多元化的运动体验,46.24%受访者得到了专业化的产品与服务,精细化的运动装备保障(28.00%)、圈层化的赛事体验(26.94%)等也是他们为运动付费的收获。

徐仲元近期最大的一笔开销是报名参加山地初级指导员培训,5天课程仅报名费就达3300元,住宿餐饮还需自理。但在他看来,这类培训是进入专业领域的

“入场券”——“没有证,连当徒步领队的资格都没有”。

尽管徐仲元的父母认为这类消费“危险且回报低”,但他仍愿将生活开支的绝大部分投入其中。那份“用脚步丈量世界”的独特价值感是他的“精神刚需”。

唐一路也有同样的追求。因为想要把健身的快乐带给更多人,他考取了团课教练资格证。从培训到认证,他已经花费了接近一万元。此后,他还需要持续缴费认证,每年1250元。“不过因为我真的想要成为教练,所以愿意去花这份钱。”

北京工业大学的博士生齐景仲正运营着一家飞盘俱乐部。新冠疫情期间,一些运动方式受限,“当时只能在草地上‘撒’飞盘,也不收费”。齐景仲正是在这个时候接触了飞盘。“后来我发现这是一个很有潜力的市场。”之后,他便开始组局,并于2023年创立了体育公司。

目前,他不仅以俱乐部的形式承办面向散客的飞盘活动,还会承接企业的团建需求,以及派遣教练去学校开展飞盘教学。在齐景仲看来,在飞盘刚刚风靡起来的时候,社交属性和时尚属性的占比很大。“但过了这几年,真正留下来的都是热爱飞盘的人了。”

体育消费市场“野蛮生长”,受访大学生更趋向理性

回忆初入健身房时,高国妍为了能纠正动作、防止受伤买过私教课;学习新泳姿时,她也专门请过教练。但是,希望通过消费获得专业运动指导的她也走过弯路,比如在健身房遇到消费“套路”。锻炼时,高国妍经常会被推销各种课程:“他们会用你身材不太好的地方来‘PUA’你,劝你花钱买课或者请私教。”这些推销话术让她感到厌烦,有时她又不好意思拒绝,“但这时候的消费是不情不愿的。”

同样的“难题”唐一路也遇到了。由于他每个月上团课的数量多,很多教练都想和他保持“稳定的关系”。但唐一路坦言:“其实让我为某个特定的教练花钱是一件很难的事情,我不仅要看教练的专业水平怎么样,还会看我和他是否性格相合。”有一次,由于时间安排的原因,他选择了一位陌生教练的课,“我发现他打拳还没有我打得好,所以还是要找自己相熟的教练,不要轻易‘开盲盒’。”

随着越来越多的健身房“跑路闭店”,唐一路对于预付式消费可谓“心有余悸”。“我之前在一家全国连锁的健身房充值了一年的年卡,结果没过多久,就听说这家店经营管理不善,教练们陆续开始辞职,我的心开始慌了。”之后,唐一路采取了疯狂上团课的方式来“回本”。过了几个月,这家健身房就关门了。

中青校媒调查显示,54.94%受访者在体育消费时感到产品价格过高,38.71%受访者认为产品质量较差,38.47%受访者遇到过品牌虚假宣传,优惠力度不够(34.00%)、服务保障不到位(26.12%)、预付消费风险高(16.35%)等也都是他们曾遇到过的问题。

为自己热爱的体育运动“买单”并非总是物有所值。徐仲元曾花3200元报名了一个商业徒步团,向导却只顾自己前进,根本不理会队员,服务与价格严重不匹配。尽管体验很不好,但他知道反馈和投诉也无济于事。“户外向导资质缺乏统一标准,主办方责任界定模糊,所以维权很困难。”

同样的问题还出现在运动装备市场上。近年来羽毛球价格水涨船高,生产厂商也如雨后天春笋一样发展起来。“可以看出大众羽毛球在向好发展,但目前市场有些混乱,产品质量参差不齐。”价格的飞涨让陈蒋逸有点望而却步,他曾经购买过一些宣称性能好又价格低廉的球,但“一打就知道质量跟好球完全不一样”,试打过一次他就立即退款了。

中青校媒调查显示,价格是受访者考虑未来是否会为体育运动付费的最关键因素。对于一些高端的健身服品牌,现在的唐一路逐渐保持理性。“说实话,有时候我认为这些品牌的宣传噱头过大品质。”一件高端品牌的背心大约需要450元,而且极少有折扣,“有时候看到价格会觉得购物热情被消灭了”。

为了进一步提升体育消费的体验,中青校媒调查显示,58.67%受访者希望体育消费市场能够推出更多优质平价产品,54.49%受访者希望产品种类和品牌选择能更为丰富,51.03%受访者希望产品质量和科技含量能够提升,43.95%受访者希望增设优惠政策;此外,受访者还希望体育消费市场能创造更多运动消费场景、进一步优化售后服务、加强行业监管、杜绝虚假宣传等。

“可以这样说,如果一项运动没有商业的属性,没有经济的价值,就很难发展。”据齐景仲介绍,目前,参加飞盘比赛基本上都需要队员自己承担差旅和报名费,经济上的压力会阻碍一些选手的参与和热情。但随着参与的人数越来越多,齐景仲认为这样的情况会有所改变,“现在的公开赛越来越多,赛事保障和地方扶持也越来越好,我相信飞盘运动会是一个包容且普遍的运动”。

在北京工业大学的校园里,齐景仲一直在积极推进飞盘运动。在他的推动下,下学期北工大就要开飞盘课了。他希望之后有校级飞盘赛的时候,北工大可以选出更多优秀的飞盘手。同时,他还想让更多外校的大学生加入进来。“组织大学生们玩飞盘的时候,为了让他们不会因为价格而退缩,我只会向学生收场地费。”齐景仲说。



令人心动的社团



福州大学学生心理学社

福州大学学生心理学社以“了解人的心理特征,培养心理学素质,健全人格,促进心理健康发展”为宗旨,组织承办系列心理学公益活动、心理学公益讲座、大型团训等,帮助学生提升心理素质,促进人格发展。社团创办17年来,多次获得校级五星级社团荣誉。



仰恩大学国旗班

仰恩大学国旗班由仰恩大学校主吴庆星先生于1995年9月亲自组建,实行半军事化训练管理。国旗班恪守“团结的气氛,向上的思想,过硬的本领,严谨的作风”班训,先后荣获第二届福建省高校学生社团嘉年华“百优社团项目”金奖、福建省五四红旗团(总)支部、第十二届“泉州青年五四奖章”集体、全国高校“活力团支部”、全国高校百强学生社团、仰恩大学“先进基层党组织”等荣誉称号。



洛阳理工学院环境保护协会

洛阳理工学院环境保护协会成立于2000年,由学生自发组织成立,以宣传环保知识、组织环保活动、开展环保教育为主。协会以“尽心尽力、保护环境、播种绿色、奉献爱心、造福人类”为宗旨,曾获得“全国大中专学生最具影响力环保社团”等国家级荣誉4项、省级荣誉10余项。



华侨大学ARD机器人协会

华侨大学ARD机器人协会致力于有志学习机器人知识的同学提供交流学习的平台,同时广泛发动协会成员积极参与校内外竞赛,以赛促学。优秀协会会员组成华侨大学EDR战队,参加RoboMaster机甲大师赛,与全国高校学生同场竞技。



南京财经大学扬子文学社

南京财经大学扬子文学社自2001年注册成立,作为校五星级社团,深耕财经高校文化沃土,构建高校文学氛围,为所有热爱文学的同学提供一个实现文学梦想的“乌托邦”。在扬子人的共同努力下,社团成功举办了一次次精彩纷呈的立项晚会、宣讲会、读书分享会。

毕若旭/整理

报效祖国 建功西部

实习生 赵 涵
中青报·中青网记者 毕若旭

高嘉李宿舍的桌子上放着一张特殊的“奖状”——几张奖状样式的贴纸贴在一个小纸包上,里面包着一个张小纸条,上面写着:“高老师,给你点个赞。”来到重庆市巫溪县支教的8个月,高嘉李与当地的学生有了深深的联结。奖状承载着学生们对这位年轻老师的认可:“高老师进步很大,也值得鼓励。”

一颗种子的三年生长

“本人自愿放弃普通类保研资格,情况属实,恳请批准。”2023年9月,成绩位列专业第一的高嘉李向辅导员提交了《自愿放弃保研承诺书》,选择支教1年后,再攻读研究生。

作出这一决定并非出于冲动,支教的种子早在3年前就在她心里种下了。高嘉李大一时,一位师兄分享了自己 在巫溪的支教经历。“虽然具体故事记不清了,但那种触动很真实。”于是,高嘉李萌生了加入研究生支教团的想法,并开始了长达3年的准备。

从大一一开始,她就奔走在各类志愿服务活动中。云支教、社区普法、阳光助残……大学期间,高嘉李共完成1800小时的服务时长,得到很强满足感的同时,

高嘉李:在支教岗位上收获“青春奖状”

她认为:“志愿服务也在‘反哺’我。在帮助他人的过程中,自身也在不断成长。”到大四时,高嘉李综合成绩排专业第一,多次获得各级各类奖学金,并荣获“中国大学生自强之星”、重庆市优秀本科毕业生等多项国家级和市级荣誉。当学校研究生支教团开始招募志愿者时,高嘉李毫不犹豫地报名参加,并入选了西南政法大学第26届研究生支教团。

两百多个日夜

2024年9月17日高嘉李和支教团的其他成员一起奔赴被分配到的支教地——巫溪县峰灵镇中心小学校。这一日期对于高嘉李来说像是命运的安排:1年前的同一天,她通过了研支团的选拔考试;1年后,她作为西南政法大学第26届研究生支教团副团长,从重庆市先后乘轻轨、高铁、大巴和摩托车4种交通工具,来到巫溪县。如今,她已经把这里视作自己人生中的“第二故乡”。

“说不累,那是不可能的。”在巫溪县峰灵镇中心小学校,高嘉李负责教授五年级数学课与劳动教育课,以及幼儿园的数学课与安全教育课。

教学过程并非一帆风顺。在上第一堂课时,精心准备的高嘉李收获的却是孩子们一双双茫然的眼睛。“我平时说话比较

快,没有考虑到孩子们的年龄阶段和接受能力。”高嘉李在课后对自己的教学方式进行了复盘,向学校的数学老师郑昌雪请教教学经验,并主动到其他老师的课堂上听课。

她在反思中成長,在课堂上学会放慢语速,也利用学生们日常所见来讲解数学知识点,调动学生兴趣。“比如在教梯形的面积计算时,我会让学生们观察家里的梯田,引发他们的关联思考。”就这样,高嘉李与学生的默契度越来越高,学生们的成绩也有了很大突破。

再后来,高嘉李的办公桌上开始出现一些小礼物——一张手绘贺卡、一封手写信、一朵野花……最让她意外的是,今年春天,她只是随口提了一句“油菜花开得很漂亮”,第二天,班上的孩子们几乎每人都给她摘了一束油菜花。

乡村里的大梦“享”家

随着和学生接触越来越深,高嘉李有了新的发现。由于接触外界信息有限,这些大山里的孩子对于现代社会的新兴职业几乎没有清晰的概念,学生家长们的孩子的未来发展也没有什么规划。于是高嘉李萌生了对学生进行职业启蒙的想法。在她看来:“职业启蒙教育作为生涯教育的初级阶段,能够为同学们未来的职业选择和发展奠定基础。”