

时间成本、体育场所消费支出对个体参与体育运动的经济考量

徐雄¹, 鹏飞², 苏群珍¹

(1.湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412000; 2.张家界国光实验学校, 湖南 张家界 427000)

摘要: 基于个体参与体育的经济成本与效益产出间的研究视角, 对个体参与体育运动进行经济考量, 以期了解个体参与体育运动的差异情况。研究认为:时间成本、体育场所消费支出的不同影响个体的运动参与状况, 并影响个体的运动收益;时间-体育场所消费支出成本曲线具有3种模式, 分别是经济成本最小化模式、经济成本高效化模式、机会成本最大化模式。优化个体参与体育运动行为效益的策略: 关注个体差异, 细分商业性体育场所消费主体; 关注场所性质, 优化场所布局, 公益与商业相得益彰; 关注时间成本, 打造社区健身圈, 优化体育场所资源。

关键词: 经济成本; 时间成本; 体育场所消费支出; 成本曲线; 群众体育

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-7116(2022)04-0080-06

Economic considerations of time cost and sports venues consumption expenditure on individual participation in sports

XU Xiong¹, PENG Fei², SU Qunzhen¹

(1.School of Physical Education, Hunan University of Technology, Zhuzhou 412000, China

2.Zhangjiajie Guoguang Experimental School, Zhangjiajie 427000, China)

Abstract: From the perspective between economic cost and benefit generation of the individuals' participation in sports, this paper took an economic consideration to explore the differences among individuals when they participate in sports. The results showed that: the time cost and the different consumption expenditure in sports venues affected individuals' participation conditions in sports and their benefits from sports; the time cost and sports venue consumption expenditure formed three modes, namely the economic cost minimization, economic cost high efficiency and opportunity cost maximization respectively. Accordingly, some approaches to improve individuals' benefit from sports are as follows: focusing individuals' differences and classifying the consumers in commercial sports venues; categorizing the site sorts, optimizing the venue layout and integrating the public welfare and business benefits; emphasizing the time cost, building up a fitness circle in communities and optimizing the resources allocation of sports venues.

Keywords: economic cost; time cost; consumption expenditure in sports venues; cost curve; mass sports

2019年颁布的《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》^[1],为我国群众体育事业的发展带来了改革的春风。2019年末所出现的卫生疫情,对当前的社会经济产生了重大不利影响,也严重影响体育经济产业的发展和体育商业场所的经营^[2]。在群众体育逐步趋好的背景下,审视时间成本、体育场所消费支出等经济成本因素对个体参与体育运动的影响,可梳理个体参与体育的行为状况,

拓展与完善群众体育事业的发展路径。

以中国知网、万方数据库、国家数字图书馆检索群众体育相关文献资料,并进行梳理,发现群众体育的研究主要集中在3个方面:一是基于科研理论的需要,对群众体育的基本内涵、性质、特征等基础性理论进行学理研究^[3-4]。二是基于国家、社会的发展需要,侧重于宏观层次,着重从政府、社会的角度对群众体育的发展进行分析和提出对策,引领群众体育事业的

发展^[5-7]。三是对社会经济发展影响个体参与体育运动的现状研究^[8-10]。通过梳理发现:我国社会经济发展直接影响着群众体育的发展,以及个体参与体育运动的动力来源于经济因素。有鉴于此,本研究就厘清经济成本中时间成本、体育场所消费支出与个体参与体育运动之间的状况,以及时间成本、体育场所消费支出如何影响个体参与体育运动进行探讨。

1 理论与方法

1.1 理论依据

1) 时间-体育场所消费支出成本曲线。

时间所具有的成本属性,已在经济领域中充分展现。崔松^[11]从成本内容、具体技术方法方面对TQM模式与TBC模式进行对比研究,从经济管理角度提出了时间竞争策略下时间-成本曲线。基于TBC条件下的时间成本模式使得成本曲线向下移动,从而提高了企业的管理水平,降低经济成本,从而提高了经济效益。在时间竞争条件下时间-成本曲线基础上,借鉴“帕累托最优”经济效率规律^[12]和“边际报酬递减”经济收益规律^[13]的数理函数,将个体参与体育运动的时间成本(C)、体育场所消费支出成本(T)作为影响个体参与体育锻炼的自变量, Y 为效益分析时间成本、体育场所消费支出成本的数理变化,以及二者所形成的最佳组合策略的曲线变化,提出体育经济领域中的时间-体育场所消费支出成本曲线: $Y=CT, C \geq 0, T \geq 0, T_0 C_0$ 为个体参与体育运动的经济成本最佳组合点(见图1)。基于时间-体育场所消费支出成本曲线,对时间-体育场所消费支出成本曲线的特征进行分析,对个体参与体育所考量的经济因素、表现状况、选择偏好与消费情况等进行研究,以期解答时间成本、体育场所消费支出对个体参与体育运动的经济影响。

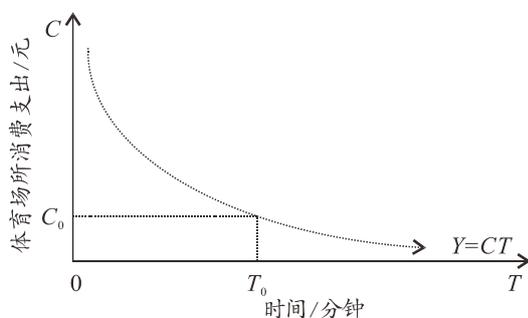


图1 时间-体育场所消费支出成本曲线

2) 参与动机与运动效益构成的消费行为理论。

谭焱良^[14]从影响体育消费及行为的4大要素(意识、意向、行为、影响因素)阐述消费互惠理论,遵循

“认知、动机、行为意向、行为”4要素为一体的消费过程,构建体育消费形成机理与影响因素。由此可见:群众个体的经济(运动)效益主要是基于经济成本与经济效益之间的一种消费心理决策与行为的过程。但由于群众个体的自身差异,使得其由各种经济支出所组合而成的经济成本和经济效益存在差异。一方面,群众个体依据自身的时间、经济收入情况,以参与体育运动的动机为起点,首先通过衡量着路程损耗时间、运动参与时间、体育场所消费支出进行经济成本抉择,并是否参与体育运动,然后择取适宜的商业性体育场所或公益性体育场所,从而完成一次经济成本的体育消费心理决策过程。另一方面,个体以参与体育运动后所获得的运动效益为终点,对参与动机和经济成本组合进行体验式评价与反馈。并根据此次的评价及时调整个人的经济成本组合,以期下次能获得更好的经济收益(运动效益),从而又完成一次经济收益的心理抉择过程。

1.2 研究方法

以体育场所的经济属性与个体的体育消费所形成的社会热点为研究的现实基础,以时间成本、体育场所消费支出为曲线自变量而形成的时间-体育场所消费支出成本曲线为数理基础,对个体参与体育的状况进行调研。遵循已成熟的体育消费调查问卷的设计方法^[15],从个体参与体育运动与进行体育消费的时间成本、体育场所消费支出成本两个维度构建问卷结构。从个体的基本情况、参与动机、路程时间、参与时间、体育场所的选择偏好与消费支出等5个方面设计问卷内容。以合格性为效度指标,邀请相关专家从问卷的维度、内容、结构对问卷效度进行检验;遵循重测信度法的相关步骤对问卷进行两次测验,据此进行效度检验。依据两次测验,检测结果为 $R=0.91$,问卷信度良好。运用问卷调查、实地访谈所收集的数据与资料,对时间和体育场所消费支出所构成的自变量数值差异、变化及组合所形成的曲线进行分析,从而对群众参与体育运动需要付出时间成本的相关情况与差异、体育场所消费支出情况与差异以及不同个体对二者的选择特征、考量路径等进行数理分析。

2 结果与分析

2.1 访谈和调查对象的基本情况

对湖南省株洲市、张家界市的社区体育场所、学校体育场所、商业健身场所、高尔夫俱乐部、公园与广场等体育场所参与体育锻炼的群众进行问卷调研和实地访谈。共收集到有效调查问卷与访谈材料1333份,其中有效调查问卷1168份,有效访谈材料165份。

调查和访谈对象的基本情况:性别因素中,男性远高于女性,男性885人,占比66.39%;女性448人,占比33.61%。年龄因素中,中青年群体高于其他群体,824人,占比61.81%;其中18岁及以下16人,19~28岁541人,29~40岁283人,41~60岁419人,61岁及以上为94人。职业因素中,事业单位最多,414人,占比31.06%;企业单位271人,公务员50人,学生176人,个体工商户153人,离退休人员141人,进城务工人员106人,其他职业22人。月收入因素中,3001~5000元的最多,458人,占比34.36%;2000元及以下的145人,2001~3000元的200人,5001~8000元的279人,8001~10000元的159人,10001元及以上的92人。

2.2 参与动机与经济效益

参与动机是个体参与体育运动的起点,“经济效益”是个体参与体育运动的终点,二者共同构成个体参与体育运动的成本与经济效益心理决策过程。群众个体通过参与体育运动所获得经济效益为非物质化的身心收益,主要体现为参与动机。一是身体方面的参与动机,个人身体得到锻炼,获得或巩固相关的运动技能。二是心理方面的参与动机,个人心理得到运动后的满足,使得心情愉悦。个体参与运动时带有不同程度的运动动机,使得其心理需承受一定的运动负荷。三是社会交往方面的参与动机,以体育运动为交往手段,通过参与体育运动加强了个体间的人际交往,达到个人的利益诉求。因此参与动机直接影响着个体参与体育运动后的“经济效益”获得状况。

调查和访谈的对象中,参与过体育运动的人数为1096人,未参与体育运动的人数为237人。参与动机因素(多选)中,选择“强身健体、预防疾病”因素的次数最多,为638次;其次选择“兴趣爱好”因素,为577次。选择“增肌减肥、形体健美”因素的416次,选择“保持、提高个人的运动能力”因素的216次,选择“社交需要”因素的143次,选择“陶冶情操、消遣娱乐”因素的159次,其他因素的22次。这表明个体参与体育运动较为注重“强身健体、预防疾病”的身体收益和“兴趣爱好”的心理收益。

对237份未参与过体育运动的问卷与访谈材料进行分析,可了解个体不参与体育运动的原因。不参与体育运动人员的职业因素中,进城务工人员 and 个体工商户的人数居前两位,分别为97、76人,占总不参与人员的40.93%、32.07%。不参加体育活动的原因(多选)中,“没有时间(要赚钱及有替代活动)”和“健身效果不理想”占前两位,选择次数为152、106次,占比为58.14%、44.73%。这表明:“时间”是影响个体参

与体育运动的重要因素之一。时间的“机会成本”表现为单位时间内,时间所具有的经济属性可被量化为各种经济收入,参与体育所获得的运动效益仅仅是个体的收入形式之一。结合访谈可知:时间所具有的“机会成本”是影响个体参与体育运动的重要因素。即:参与体育运动时所付出的时间成本,在其他方面是否可获得更好的经济收益。若能获得更好的收益,则会放弃参与体育运动。若参与体育运动获得的运动收益大于其他方面,则会选择参与体育运动。同时,健身效果不理想导致个体难以获得良好的运动收益,也是个体不参与体育活动的重要因素之一,阻碍了个体参与体育活动的投入。

2.3 路程时间与参与时间

无论个体出于何种目的参与体育运动,其必须耗费一定的时间,是参与体育运动的经济成本之一。参与体育运动的时间成本由参与体育运动前所花费的准备时间、运动中的时间、运动后的恢复时间等3个方面构成。因此个体参与或不参与体育运动,都是基于时间成本和时间所具有的“机会成本”所产生的经济效益上的考量结果。当时间成本 and 其所具有的“机会成本”高于体育锻炼效益所带来的心理满足程度时,则会选择不参与体育运动,将时间用于其他方面,以期经济效益最大化。

对1096参与过体育运动的个体进行参与时间因素分析,每周参与运动次数为1次及以下的326人,2~3次的507人,4~5次的170人,6次及以上的93人。运动时间段主要集中在“早晚间”“空闲时间”,分别有351、341人,“锻炼时间无规律”的195人,“每周有固定时间”的94人,“根据心情而锻炼”的43人,其他时间段的72人。这表明参与运动的时间段主要是早晚间及周末。每次锻炼的运动时间中,31~60分钟的431人,16~30分钟的319人,61~90分钟的178人,15分钟及以内的96人,91分钟及以上的72人。每次参与运动花费的总时间中,31~60分钟的406人,30分钟及以内的296人,61~90分钟的173人,91~120分钟的103人,121分钟及以上的118人。这表明:个体每次参与体育锻炼的主要分布在31~60分钟,每次参与运动所花费的总时间主要分布在31~60分钟。单次锻炼时间接受度情况中,锻炼时间为“31~60分钟”和“61~90分钟”的人数最多,分别为583、403人;锻炼时间为“15分钟及以下”和“121分钟及以上”的接受度最差,分别为18、34人。这表明个体对于锻炼时间有着一定的要求,倾向于锻炼时间适中。

路程时间情况中,常去锻炼场所距离家或单位的

路程与时间中,500米以内或5分钟以内的482人,1公里以内或15分钟以内的404人,3公里以内或30分钟以内的178人,5公里以内或45分钟以内的31人,其他的6人。在对于时间成本的接受程度中,偏好选择路程损耗时间为“16~30分钟”的最多,501人;其次为“31~60分钟”的,289人;最差的为“121分钟及以上”的,26人。这表明:个体优先考虑离家或单位较近的体育场所。

2.4 体育场所的选择偏好与消费支出

通过访谈和调研可知:个体首先选择公益的或商业的体育场所,然后选择参与方式和运动项目进行体育锻炼。具体表现为:一是个体通过考量商业性体育场所的消费支出与使用情况所获得的运动收益能否满足自身的运动需求;二是在相同的锻炼需求下,个体通过选择与使用哪种体育场所能得到满足,然后参与体育运动,形成体育场所选择(消费)偏好。个体经常锻炼的体育场所中,434人选择公益性公园或广场,412人选择公益性社区或学校体育场所,59人选择公益性街道体育场所,109人选择商业性俱乐部或健身场所,61人选择商业性社区或学校体育场所,33人选择其他的体育场所。而选择场所的主要原因(多选)中,最多的是公益性体育场所不收费,为529次;其次是522次的“路程较近、节约时间”,483次的“健身环境与设施较好”;有191次的选择为“服务完善、锻炼效果好”;选择“具有专业指导教练”的40次;其他则为36次。这表明:个体参与体育运动优先考虑公益性公园与广场、公益性社区与学校体育场所。主要原因是公益性体育场所不收费、路程较近与节约时间。且体育场所的商业属性影响个体的选择偏好,公益性体育场所能极大地减轻个体参与体育运动的经济负担,从而成为个体的优先选择。

对访谈和调研数据进行消费支出分析,381人有过商业性健身场所锻炼并支付场所费用,715人没有参与过商业性健身场所锻炼并支付场所费用。进一步对有过商业性健身场所锻炼并支付场所费用的318人进行年度消费支出调研中,100元及以下的114人,101~500元的76人,501~1000元的32人,1001~1500元的22人,1501~2000元的21人,2001元及以上的116人。在是否在商业性社区、学校体育场所进行锻炼并有消费支出情况中,394人有过消费支出,702人没有过消费支出。通过对参与过商业性社区和学校体育场所年度消费支出的394人进行消费现状分析,100元及以下的149人,101~500元的46人,501~1000元的41人,1001~1500元的11人,1501~2000元的15人,2001元及以上的132人。这表明:在商业性

体育场所进行锻炼并消费的个体占比较少,体育场所消费支出呈现“两头大,中间小”特点。人数过少与消费偏低的情况在一定程度上显现出个体在商业性体育场所的参与度偏低。而参与过商业性体育场所锻炼与消费的群体中,不满意和非常不满意的人数分别为69、24人,占比为17.51%、6.09%,表明个体对在商业性体育场所消费支出与锻炼的满意度整体较高。

2.5 时间-体育场所消费支出成本曲线的特征状况

通过对参与体育运动的1096位调查者进行数据梳理,绘制时间-体育场所消费支出成本曲线: $Y=TC$, ($T \geq 0, C \geq 0$) (见图2)。

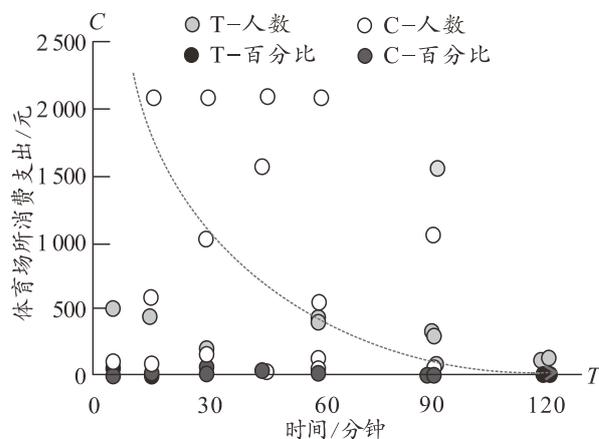


图2 时间-体育场所消费支出成本曲线

通过对曲线进行分析,时间-体育场所消费支出成本曲线的构成特征为:时间成本与体育场所消费支出呈反比。即:时间越充足,参与运动的群众则更侧重于选择公益性体育场所,体育场所消费支出就会越少;时间越紧张,参与运动的群众则更偏好于选择商业性体育场所,体育场所消费支出就会产生。个体基于自身,有差异的组合时间与体育场所成本,使得其考量的经济成本也有所不同,并从中选取符合自身的最佳成本组合点,进而衍化出3种主要的时间-体育场所成本组合模式,即经济成本最小化模式、经济成本高效化模式、机会成本最大化模式。需要指出的是:3种模式并不是一成不变的,在实践中亦可转换。

1)经济成本最小化模式。

该模式下,成本曲线趋向于 T ,且体育场所消费支出趋向于0, T_0 与 C_0 所形成的最佳结合点(T_0C_0)应位于成本曲线前端,成本趋向于时间,曲线靠近 T 轴,曲线的离散程度较为稳定。结合调研数据可知: T_0 处于30~90分钟之间, C_0 处于0~100元区间。即:该模式下,个体在参与体育运动中忽略时间成本,对体育场所的消费价格较为敏感,倾向使用公益性体育场所

或费用较低的商业性体育场所,降低体育场所消费支出,以此来达到经济成本最小化。

调研中发现高达 95.98%的学生群体和 98.40%的离退休群体由于经济收入水平不高或来源单一,运动时间较为充足且固定,在参与体育运动时会忽略时间成本,选择与使用公益性体育场所,在降低体育场所消费支出的基础上实现经济成本最小化,并满足其运动需求。

2)经济成本高效化模式。

该模式下,成本曲线趋向于 C , T_0 与 C_0 所形成的最佳结合点(T_0C_0)应位于成本曲线上半端,成本趋向于体育场所消费支出,曲线靠近 C 轴,曲线的离散程度偏高。结合调研数据可知: T_0 处于 30~90 分钟之间, C_0 处于 2 001 元及以上区间。即:该模式下,个体在参与体育运动中重视时间成本,对时间成本较为敏感,倾向使用商业性体育场所或收费的学校体育场所,以此来达到健身效果或运动效益最大化。

调研中发现企事业工作人员群体、个体工商户群体中的个体经济收入水平较高,运动时间较少且不固定,参与运动的目的明确,使得其倾向选择和使用商业性体育场所,年度体育场所消费支出处于 2 001 元及以上,是经济成本高效化模式的代表群体。该群体中的个体在参与体育运动时会注重运动效益,使得其为追求更好的运动效益而花费一定的金钱来使用商业性体育场所。同时该群体的个体在追求健身效益时是考虑购买他人的时间为自己服务,从而在单位时间内获得较好的运动效益。

3)机会成本最大化模式。

该模式下,成本曲线趋向于 C , T_0 与 C_0 所形成的最佳结合点(T_0C_0)易变,且 T_0C_0 点容易处于 0 点。即:个体将时间所具有的机会成本量化为时间的效益,追求经济利益、不参与体育运动的概率较高,导致曲线的离散程度最高。机会成本最大化模式下的个体需以耗费时间为前提谋取经济利益,从而激化了个体在参与体育运动与谋求经济利益之间的时间矛盾,导致个体在考量机会成本后不参与体育运动的概率非常高,以进城务工人员群体和个体工商户群体最为明显。而在参与体育运动中,该模式下的个体具有参与时间较短、次数较少、倾向于公益性体育场所的参与体育运动特点。调研中发现:时间的“机会成本”表现为单位时间内,时间所具有的经济属性可被量化为各种经济收入,参与体育所获得的运动效益仅仅是收入之一。即:参与体育运动时所付出的时间成本在其他方面是否可获得更好的经济收益?若能获得更好的收益,则会放弃参与体育运动;若参与体育运动获得的运动收

益大于其他方面,则会选择参与体育运动。

3 结论与建议

3.1 结论

1)时间成本、体育场所消费支出的不同影响个体的运动参与状况,并影响个体的运动收益。一是职业与经济收入上的差异是影响个体参与体育活动的重要因素之一。职业差异与经济收入所具有的工作时间与生活时间的差异,造就了不同个体的不同时间成本,从而影响个体对体育场所与消费支出的选择、行为,产生体育场所消费偏好。二是参与动机的不同,影响着个体的运动效益。是否参与体育运动的动机中,强身健体、预防疾病是个体参与体育运动的首要动机,没有时间是个体不参与体育运动的首要因素。个体参与体育运动注重的运动效益主要是“强身健体、预防疾病”的身体收益和满足“兴趣爱好”的心理收益。三是时间成本影响个体的体育运动参与情况。体育场所的位置所具有的路程损耗时间、参与运动的时间影响个体对体育场所的抉择,且二者成反比。即:距离体育运动参与者的家庭、工作单位越远、路程时间花费越多的体育场所,参与者越不会选择和参与。四是体育场所的性质影响个体的体育场所选择与消费,并形成体育场所消费偏好。个体通过考量体育场所消费支出所具有的经济成本,从而衡量体育场所消费支出中所获得的运动满意度,进而影响自身的体育运动参与方式与行为。

2)时间成本与体育场所消费支出呈反比是时间-体育场所消费支出成本曲线的主要构成特征。时间-体育场所消费支出成本曲线主要有 3 种变化模式:经济成本最小化模式、经济成本高效化模式、机会成本最大化模式。

3.2 建议

1)关注个体差异,细分商业性体育场所消费主体。个体的职业差异使得个体的休闲时间不同,也在一定程度上影响个体参与体育运动。同时个体的经济收入差异影响着个体对体育场所的偏好。针对个体的职业差异、经济收入差异,商业性体育场所可采取灵活的营销手段,以此来吸引不同职业的个体选择商业性体育场所进行锻炼和消费。一是构建低价多次、错峰锻炼的运营体系,采用低价多次、且按次数计费的价格营销手段,降低个体对价格的敏感度,从而引导个体参与商业性体育场所消费,并形成持续性低价消费,既避免了商业性体育场所的闲置,提高利用率,也有效地保证了高峰期体育场所的服务质量。二是保质提效,构建完善的服务体系。“经济成本高效化”的体育

运动参与者追求锻炼效果,对商业性体育场所的服务要求较高,具有重视时间成本和对价格敏感度较低的特点。经营者可采用健身次数会员制、健身效果价格化的营销手段,开发健身内容,完善健身档案,从而提高服务质量与健身效果。同时,经营者应根据参与者的时间状况,采取“会员约课、课次收费、教练指导、档案记录”的健身服务模式来提高健身效果,构建以会员为中心的健身消费服务体系,引导个体参与商业性体育场所健身与消费。三是转观激趣,逐步壮大体育运动参与者群体。“机会成本最大化”的体育运动参与者具有注重经济效益、量化时间效益、高概率不参与体育运动的特点。经营者可采用前期低价体验、中期折扣引导、后期会员服务的价格营销手段,激发个体参与体育运动的兴趣。同时,该群体的部分个体对体育运动的认知不高,难以深度参与体育运动,经营者可开发娱乐性较强的健身内容,增强机会成本最大化模式下个体参与体育运动的黏性,提升体育锻炼的身心收益,从而壮大体育运动参与者群体。

2)关注场所性质,优化场所布局,公益与商业相得益彰。以个体的体育场所选择偏好与消费支出行为偏好为依据,优化体育场所的市场布局。“经济成本最小化”的个体倾向使用公益性体育场所,政府部门应在现有的体育场所基础上,适当地开放政府单位体育场所、学校体育场所,合理规划与建设社区和公园的体育场所,节省参与者的路程时间与体育场所消费支出,使得个体能较好地受用公益性体育场所。“经济成本高效化”的个体倾向使用商业性体育场所,社会机构应围绕人流较多和商业繁荣的商业社区布局体育场所,节省高收入目标群体参与体育运动的路程时间;注重提升健身效果和服务质量来增强参与运动的时间效益;以完善的健身环境与场所设施来吸引个体参与体育运动、进行体育消费。“机会成本最大化”的个体倾向量化时间的机会成本,应加大力度进行体育认知宣传,树立参与体育与身心健康的观念,以期吸引其参与体育锻炼之中。

3)关注时间成本,打造社区健身圈,优化体育场所资源。个体参与体育运动时优先选择距离家庭、单位较近,路程时间损耗较少的体育场所。而且由于个体的职业差异与经济收入的不同,使得个体对时间成本的接受度不同。体育场所经营者应根据时间成本的特点,通过将体育场所小型化、健身资源连锁化、健身内容项目化布局在居民社区,形成具有节省路程时间的社区健身圈,引导个体参与体育运动之中。体育场所经营者以时间为经济杠杆,分时段、分群体建立体育场所价格体系,提升体育场所资源在各个时段的

效用,从而提高时间成本的运动效益,满足运动需求。特别是针对体育场所锻炼时间高峰时所出现的“人地矛盾”,可采取高峰时段市场价、闲置时段低价的价格营销策略,从时间的价格上引导参与体育运动人群的分流。同时完善体育场所的配套设施,延长体育场所的开放与使用时间,从而缓解体育场所中个体与场所之间的“人地矛盾”。

参考文献:

- [1] 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]. (2019-09-17)[2021-11-10]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content_540555.htm
- [2] 朱嫚子,王昊鹏. 体育产业受新冠疫情影响及体育产业发展趋势研究[J]. 浙江体育科学, 2021, 43(1): 24-27.
- [3] 陈秀娟. 我国群众体育的性质与供给机制研究[J]. 体育科学, 2009, 29(1): 85-91.
- [4] 李国. 基于WSR方法论的群众体育系统影响因素与评价模型研究[J]. 体育科学, 2012, 32(4): 29-34.
- [5] 冯晓丽. 建国以来群众体育政策的变迁特点与影响因素[J]. 体育学刊, 2012, 19(3): 41-45.
- [6] 纪惠芬. 从十九大报告解读群众体育国策和体育强国内涵[J]. 广州体育学院学报, 2019, 39(2): 5-8.
- [7] 郑家鲲. 五大理念引领下“十三五”我国群众体育发展研究[J]. 上海体育学院学报, 2016, 40(2): 19-24.
- [8] 李宁. 我国群众体育发展趋势研究——基于全国3次群众体育调查结果的比较分析[J]. 体育学刊, 2012, 19(1): 31-34.
- [9] 杨永钟,江瑞,袁锋,等. 我国全民健身活动发展特征研究——基于4次全国群众体育调查结果的比较分析[J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2017, 42(6): 111-127.
- [10] 刘次琴. 转型期我国公共体育服务供给主体多元发展研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2019.
- [11] 崔松. 时间成本研究[D]. 武汉: 华中科技大学, 2007: 75-81.
- [12] 梅宇东. 帕累托最优涵义之辨[J]. 中国经贸导刊, 2014(14): 57-59.
- [13] 高鸿业. 西方经济学(微观部分)[M]. 第7版. 北京: 中国人民大学出版社, 2018: 57-149.
- [14] 谭焱良. 体育消费的互惠机理及市场发展研究[D]. 长沙: 中南大学, 2014: 31-40.
- [15] 黄海燕,朱启莹. 中国体育消费发展: 现状特征与未来展望[J]. 体育科学, 2019, 39(10): 11-20.