

青少年体适能培训市场发展的影响因素研究——以成都市为例

张海丹 李蕊 乃皮萨·艾尼 张佳黎

西南民族大学商学院，四川成都，610041；

摘要：科技发展、电子产品普及的当下，青少年体育活动量下降，而“双减”政策落地、家长健康重视度提升和各地体考改革，使青少年体适能培训市场成为焦点。本研究旨在探究影响该市场发展的内外部因素，为市场问题提供策略并为相关研究提供借鉴。研究通过文献综述与理论依据，提出国家政策、了解程度、宣传程度、学校课程安排与体适能培训市场发展的关系假设。采用问卷调查法收集青少年及青少年父母两个群体的数据，运用SPSS软件统计分析。结果表明，对这两个群体而言，了解程度、国家政策、宣传程度对体适能培训市场发展有显著正向影响，学校课程安排则呈显著负向影响。

关键词：青少年体适能；培训市场；影响因素；回归性分析；成都市

DOI:10.69979/3041-0673.25.02.091

引言

青少年的健康成长是国家可持续发展的珍贵资源和强大动力。然而，在科技日新月异、生活水平稳步提升的当下，电子产品愈发普及，其功能也日益多元，这致使不少青少年沉迷于手机等电子产品，体育活动随之减少，威胁到身心健康。而经济社会的发展为青少年体适能提供了充足的物质保障。以西南重镇成都为例，“双减”政策的落地，使校外学科类教培减少，为青少年参与体适能培训创造更多机会；家长对青少年健康也越发重视，国家相继出台提高中学体考分数等举措，引导家长和青少年重视体适能。

市场或行业的发展，既受内部因素制约，也受外部环境影响。青少年体适能培训市场影响因素也分为内外生两类：外生因素涵盖社会环境中健康意识的传播（如教育普及、政策引导）、媒体的宣传推广及经济状况对家庭消费能力的作用。内生因素包含父母对青少年健康的重视程度、对健康产品以及健康生活方式的态度。基于此，本研究将青少年体适能培训市场发展的影响因素归为社会、父母及青少年这三个层面，通过调查探究各因素关联，进而得出研究结论。

1 相关概念界定

1.1 青少年

有学者将美国6-18周岁处于小学到高中阶段的群体称为青少年。有学者将青少年分成儿童（6-11岁）、青

少年（12-17岁）和青年（18-40岁）三阶段^[1]。有学者作出分层：儿童（1-6岁），少年（7-12岁），青年早期（13-15岁），青年中期（16-18岁），青年晚期（19-25岁^[2]）。有学者提出了狭义青少年年龄范围（12-17岁），适中青少年年龄范围（6、7岁-17、18岁），广义青少年年龄范围（6-45岁）^[3]。本文的研究对象包含参与成都市体适能培训的青少年，综合各种划分标准，结合成都市培训对象的实际情况，本文研究的青少年年龄段是指10-14岁、15-18岁、18-22岁的青少年。

1.2 体适能培训市场

体适能是从体育学角度评价健康的综合指标，是指机体有效与高效执行自身机能的能力，也是机体适应环境（自然环境和心理环境）的一种能力^[4]。体适能培训市场是指专注于提升个体身体适应能力的培训服务市场。体适能培训市场是通过体育服务项目中的体适能项目，通过课程的形式向对该项目有需求的消费者提供体适能培训项目服务的场所，通过体适能培训项目的锻炼，来达到受训者的消费需求^[5]。

2 实证研究设计

2.1 研究对象

本研究以成都市青少年体适能培训市场为研究对象，选取了成都市武侯区、金牛区、双流区等青少年体适能培训机构作为调查对象，以培训机构的学员及家长情况、教练员及教学水平等为调查内容。实地走访氧气巴

巴、河马体育等数家青少年体适能培训机构，了解基本现状，从中探寻其发展的内部优劣势、外部机遇及威胁，为成都市青少年体适能培训机构的可持续发展提出科学、健康的发展策略。

2.2 理论与假设

2.2.1 国家政策与体适能培训市场发展的关系

2021年国务院颁布《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》(以下简称“双减”政策)，对课外学科类补习班表明严令态度，对体育及艺术类校外培训教育呈支持态度。借助“双减”政策，加快发展我国体适能培训教育，推动体育教育行业的进一步发展^[6]。

随着“双减”政策的实施，我国儿童体适能行业逐渐成为一个热点：以成都市为例，(1)对比“双减”政策前后该行业外部环境变化，儿童体适能产业发展前景乐观，为培训机构构建创造了良好的平台，培训中心发展迅速，逐渐成为转行重点，大量资金进入该领域。(2)对比“双减”前后市场供需情况变化，体适能中心的学生以5-9周岁为主，家庭经济状况良好且有一定消费水平；父母对子女教育理念发生变化，选择适合儿童体质、增强免疫力、锻炼儿童体能、体育意识的运动项目。学生的体能锻炼以周末、假期为主；父母优先考虑培训机构名气，培训时间、场地和费用。以专业、课程内容、训练效果为主要影响因素^[7]。

综上所述，提出以下假设：

H1：国家政策与青少年体适能培训市场发展呈显著正向相关关系。

2.2.2 学校课程安排与体适能培训市场发展的关系

当前学校体育的发展存在课程占用的阻碍，建议体育教师要与学校保持沟通，杜绝文化课占据体育课的情况，为体育课的正常开展提供基础条件^[8]。“体教融合”理念源于当前日益重视全面发展的教育背景，强调体育与教育的有机结合，以营造对青少年全面发展的良好环境。该理念的提出，主要是基于对青少年身心健康均衡发展的关注。体教融合理念为提升青少年的健康开辟了新途径^[9]。

综上所述，提出以下假设：

H2：学校课程安排与青少年体适能培训市场发展呈

显著负向相关关系。

2.2.3 了解程度与体适能培训市场发展的关系

由于青少年体适能市场刚刚兴起，市场对其认知多停留在技能培训的层面，对体适能知之甚少。以MAH儿童体适能馆在市场调研中获取数据为例，52%的家长未听说过体适能的概念，34%的家长听说过相关概念，但对训练意义了解不够，只有14%的家长对儿童体适能有一定了解^[10]。

在家庭体育教育中家长对促进学生健康体适能的了解和重视程度不够，参与指导学生体育锻炼的频率较低，对初中阶段学生的健康饮食习惯和正确生活方式认识还有待提高。MAH儿童运动馆在分析家长拒单原因，排名前三位的是：参加儿童体适能教育看不到实际效果；儿童体适能的作用可以通过家庭的户外活动取代；儿童的时间被艺术培训、学科培训占用。可见家长尚未意识到早期的体适能教育对儿童全面发展的重要性，将体育培训放在儿童培训序列靠后的位置。

综上所述，提出以下假设：

H3：了解程度与青少年体适能培训市场发展呈显著正向相关关系。

2.2.4 宣传程度与体适能培训市场发展的关系

现阶段，随着行业竞争愈加激烈，市场营销在提高机构知名度，塑造良好品牌形象是至关重要的。该行业作为一种新兴产业，必须要加大宣传力度以提高知名度，增强社会各界对该领域的认知程度，吸引消费者关注。通过对成都市体能培训机构走访调查得知，目前成都市体适能培训市场招生宣传方式主要有学员转介绍、网络推销、海报宣传单、课程现场推销、课程促销等为主。其中，海报宣传单方式的最多，可见在宣传方式上还应当多考虑其他科学有效的方法^[11]。

综上所述，提出以下假设：

H4：宣传程度与青少年体适能培训市场发展呈显著正向关系。

2.2.5 理论模型构建

本研究构建的理论模型如图1所示，国家政策是三维变量（包括政策扶持、“双减政策”、体考政策），宣传程度是二维变量（包括宣传多样性、宣传有效性），了解程度是二维变量（包括健康认知、信息获取），课

程安排是二维变量(包括课程体系科学性、课程灵活性)。

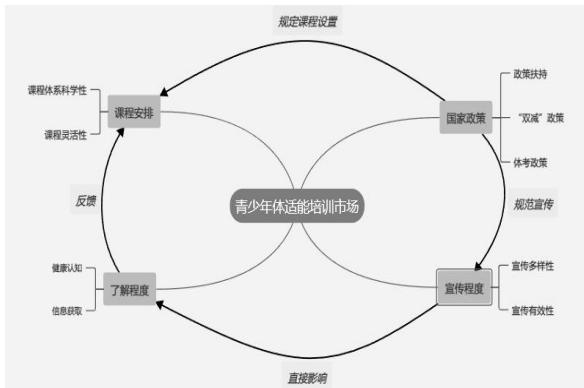


图1 理论模型

2.3 研究方法

2.3.1 文献资料法

通过查阅中国知网、百度文库等网站及青少年体适能培训市场的相关资料，充分掌握青少年体适能培训市场现状以及存在的问题，依据所查阅的文献进行细化和完善研究框架、问卷设计以及访谈提纲，为论文的撰写提供理论支撑。

2.3.2 问卷调查法

本文通过参考相关文献，共设计了青少年、青少年父母两份问卷。青少年问卷内容包括对体适能的了解程度、参加体适能锻炼的频率等。青少年父母的问卷包括对青少年体适能培训的了解程度、重视程度、对培训机构的看法等。通过随机抽样进行问卷发放，同时还采取线上渠道发放，在被调查者的配合下，问卷回收率和有效率均为良好。问卷信效度如下：

克隆巴赫Alpha系数用于评估问卷或量表的内部一致性，取值范围是0到1，值越高表示量表内部一致性越好。我们采用SPSS 27.0软件分析得出如下结果，可知两份问卷的克隆巴赫Alpha系数均大于0.7，说明本研究的量表信度良好，数据真实可靠。KMO值用于衡量数据适合进行因子分析的程度。取值范围是0到1，值越高表示数据更适合因子分析。由下表可知两份问卷的KMO值均大于0.7；显著性为0.000，小于0.05，问卷量表结构效度良好，适合因子分析。

表1 量表信效度检验

	针对青少年问卷	针对青少年父母问卷
克隆巴赫 Alpha	0.755	0.844
KMO	0.820	0.755

2.3.3 访谈法

为更深入了解成都市青少年体适能培训市场发展

状况，经过阅读大量文献后，梳理出对青少年及青少年父母的访谈提纲。听取受访人群对于成都市青少年体适能培训市场发展的看法以及感受，分析出与青少年体适能培训市场发展影响因素有关数据。本文运用的访谈法为此研究收集到了大量具有价值的资料，为本文的研究提供很大帮助。

3 结果与分析

3.1 描述性分析

3.1.1 青少年问卷

在311份青少年有效问卷中，男女分布较均匀（男48.5%，女51.5%），受访群体以15-18岁为主（占54.3%），显示青少年对体适能培训关注度高。在了解渠道的调查中，大部分受访者通过学校教育（39.2%）和机构广告（43.4%）了解体适能。在体育活动频率上，每天参加体育活动的频率最高，占32.1%，体现了青少年对健康的重视和积极生活态度。

3.1.2 青少年父母问卷

在针对青少年父母的324份有效问卷中，男女分布较均匀（男45.1%，女54.9%），受访群体以38岁以上为主（占42.0%），反映出青少年父母较重视孩子体能发展，且该问题社会关注度高。大部分父母为孩子选体适能机构时，主要通过实地观察（27.8%）和培训机构宣传广告（48.1%）了解信息，实地观察评估环境、师资等，而宣传广告提供课程、口碑等关键信息；父母为孩子选机构时，最看重场馆环境的安全性（64.2%），其次是场馆设施完备性（47.0%）和课程价格合理性（46.3%），说明父母在选择机构时，始终将孩子上课环境的安全性放在第一位，并重视场馆设施与课程价格；周末时段青少年参与体适能培训占比最高（38.4%），周一到周五次之（24.4%），表明家庭对青少年体质发展积极投入，重视其健康成长。

3.2 数据回归分析

3.2.1 针对青少年

本研究采用皮尔逊相关性分析法研究变量关系，分析结果见表2。了解程度与国家政策、宣传程度显著正相关；学校课程安排与了解程度、国家政策、宣传程度之间呈负相关。

表2 变量相关系数表

了解程度	国家政策	宣传程度	学校课程安排

了解程度	1			
国家政策	0.379**	1		
宣传程度	0.304**	0.470**	1	
学校课程安排	-0.232**	-0.294**	-0.397**	1

*p<0.05 ** p<0.01

基于变量相关分析的结果，进一步开展回归分析。将市场发展作为因变量，了解程度 X1、国家政策 X2、宣传程度 X3、学校课程安排 X4 这四个变量作为自变量。回归分析结果见表 3。因此，得出该模型的回归表达式如下：

$$\ln(p/1-p) = -1.948 + 0.478X_1 + 0.927X_2 + 0.402X_3 - 1.307X_4$$

(其中 p 代表市场发展为 1 的概率, 1-p 代表市场发

展为 0 的概率)。

由表 3 所示，了解程度、国家政策、宣传程度及学校课程安排可解释市场发展的 0.38 变化原因。其中了解程度、国家政策、宣传程度与市场发展呈显著正向影响关系，回归系数分别是 0.478 (P<0.05)、0.927 (P<0.01)、0.402 (P<0.05)。对应 OR 值为 1.613、2.527、1.495，即各因素增加一个单位，市场发展分别增加 1.613 倍、2.527 倍、1.495 倍。

而学校课程安排与市场发展呈显著负向影响关系，回归系数为 -1.307 (p<0.01)，OR 值为 0.271，即该因素增加一个单位，市场发展减少 0.271 倍。

综上，了解程度、国家政策、宣传程度正向影响市场发展，学校课程安排负向影响。H1、H2、H3、H4 验证成立。

表 3 二元 Logit 回归分析

项	回归系数	标准误	z 值	Waldχ2	p 值	OR 值	OR 值 95%CI
了解程度	0.478	0.217	2.205	4.863	0.027	1.613	1.055~2.467
国家政策	0.927	0.213	4.360	19.010	0.000	2.527	1.666~3.834
宣传程度	0.402	0.160	2.514	6.321	0.012	1.495	1.093~2.045
学校课程安排	-1.307	0.230	-5.689	32.364	0.000	0.271	0.173~0.425
截距	-1.948	0.760	-2.565	6.578	0.010	0.142	0.032~0.632

备注：因变量=市场发展 McFadden R 方=0.385 Cox & Snell R 方=0.397 Nagelkerke R 方=0.543

3.2.2 针对青少年父母

利用 Pearson 相关系数分析数据相关性。由表 4 可知，各变量显著正相关。其中了解程度与国家政策的 P<0.001，相关系数 0.320；了解程度与宣传程度的 P<0.05，相关系数 0.175；国家政策与宣传程度的 P<0.001，相关系数 0.219。

表 4 变量相关系数表

	了解程度	国家政策	宣传程度
了解程度	1		
国家政策	0.320**	1	
宣传程度	0.175**	0.219**	1

*p<0.05 ** p<0.01

对青少年父母问卷调查数据进行二元回归分析，以

表 5 二元 Logit 回归分析

项	回归系数	标准误	z 值	Waldχ2	p 值	OR 值	OR 值 95%CI
了解程度	1.273	0.180	7.071	49.992	0.000	3.571	2.509~5.082
国家政策	0.448	0.198	2.264	5.125	0.024	1.566	1.062~2.309
宣传程度	1.000	0.168	5.953	35.433	0.000	2.717	1.955~3.777
截距	-6.556	0.751	-8.734	76.284	0.000	0.001	0.000~0.006

备注：因变量=市场发展 McFadden R 方=0.353 Cox & Snell R 方=0.367 Nagelkerke R 方=0.506

4 结论与建议

4.1 研究结论

本研究聚焦成都市青少年体适能培训市场，经系列研究得出重要结论。

4.1.1 国家政策对市场发展呈显著正向影响

国家“双减”政策推动，家长关注孩子体适能培训；“三胎”政策的放开；近年来体考政策逐渐受重视等因素都对市场产生积极影响。

4.1.2 了解程度对市场发展呈显著正向影响

青少年与青少年父母对健康认知水平的不断提高，以及现如今信息传播与信息获取越来越方便，在一定程度上影响市场发展。

4.1.3 宣传程度对市场发展呈显著正向影响

宣传活动和宣传方式的多样性，以及宣传的有效性等都对体适能的普及以及体适能培训市场的发展起关键影响。

4.1.4 学校课程安排则显著负向影响市场

课程时间被占用以及校园课程的丰富等情况在一定程度上阻碍了体适能培训市场发展。

4.2 实践启示

4.2.1 政府部门

(1) 进一步细化“双减”和“三胎”政策，加强对培训市场的引导和支持。同时加强市场监管，制定严格的准入标准和资质审核机制并加强宣传的规范性，防止虚假宣传和不正当竞争行为。

(2) 加强信息传播与科普，提高家长和青少年对体适能重要性的认识；通过社区活动、线上讲座等形式，普及科学训练知识，提升公众的认知水平。

4.2.2 体适能培训机构

(1) 加强教练团队专业化建设，确保教练具备科学的训练方法和教学经验；注重课程内容的创新和个性化设计，满足不同年龄段的青少年。

(2) 优化宣传策略，利用多种宣传渠道，扩大品牌影响力；突出机构的特色和优势，定期反馈孩子的训练成果，提升家长的满意度和信任度。

(3) 加强行业自律，积极参与行业协会的活动，遵守行业规范和标准，共同维护市场秩序，提升体适能培训行业的社会形象和公信力。

4.2.3 学校和教育机构

(1) 合理安排体育课程，避免过度占用学生课余时间。同时，丰富体育课程内容，增加体适能训练的比

重，注重培养学生的运动兴趣和习惯。

(2) 加强家校合作，定期开展体育健康讲座，向家长普及其重要性，加强家校沟通；鼓励家长参与学校体育活动的组织和监督，形成家校共育的良好氛围。

4.2.4 市场消费者

(1) 家长应充分认识到体适能的积极作用，避免过度关注学业成绩而忽视孩子的身体健康；树立科学教育观念，支持孩子参与体适能培训，培养运动兴趣。

(2) 理性选择培训机构，充分考察机构资质、师资力量、课程内容和安全设施。

(3) 关注孩子兴趣与身体状况，及时调整培训计划，提升孩子的培训体验

参考文献

- [1]王贵学.基于卡诺模型的青少年营地教育功能需求优先度研究[D].北京体育大学,2020.
- [2]狄小慧.青少年参加课外体育培训机构影响因素研究[D].北京体育大学,2019.
- [3]吴利利.体育舞蹈对青少年身心健康的影响研究[D].上海体育学院,2018.
- [4]陈佩杰,王人卫,胡琪琛等.健康体适能评定理论与方法[M].黑龙江科学技术出版社,2005.
- [5]卢忠林.基于SWOT-AHP模型的成都市区儿童体适能培训市场发展机遇与对策研究[D].四川师范大学,2022.
- [6]史心阳.“双减”政策背景下儿童体适能培训教育发展策略研究[D].辽宁师范大学,2023.
- [7]李冰.“双减”政策前后成都市儿童体适能培训机构经营管理现状对比研究[D].成都大学,2023.
- [8]张丰.“双减”背景下的学校体育发展研究[J].中国教育学刊,2023,(S1):135-136.
- [9]王礼勇,田培钢.体教融合背景下增强青少年儿童健康体适能的路径分析[C]//国际班迪联合会,国际体能协会,中国班迪协会.2024年第一届国际数字体育科学大会论文集(下).哈尔滨体育学院;,2024:5.
- [10]相九州.儿童体适能运动馆市场现状及开发策略分析[D].南京体育学院,2017.
- [11]唐刘念.成都市儿童体适能培训机构经营管理现状、困境与出路研究[D].成都体育学院,2021.

项目信息：本论文为西南民族大学大学生创新创业训练计划项目（项目编号：S202410656073）资助。