

安徽省居民体育消费 统计调查制度

安徽省体育局制定

2023 年 3 月

本调查方案根据《中华人民共和国统计法》有关规定制定

《中华人民共和国统计法》第七条规定：国家机关、企业事业单位和其他组织以及个体工商户和个人等统计调查对象，必须依照本法和国家有关规定，真实、准确、完整、及时地提供统计调查所需的资料，不得提供不真实或者不完整的统计资料，不得迟报、拒报统计资料。

《中华人民共和国统计法》第九条规定：统计机构和统计人员对在统计工作中知悉的国家秘密、商业秘密和个人信息，应当予以保密。

本制度由安徽省体育局负责解释。

目 录

一、总说明	4
二、报表目录	8
三、调查表式	9
安徽省居民体育消费调查问卷	9
四、主要指标解释	12

一、总 说 明

（一）调查目的

为更好地贯彻落实《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》（国办发〔2019〕43号），全面了解安徽省居民体育消费状况，依照《中华人民共和国统计法》，参考《国家体育消费试点城市居民体育消费调查方案（试行）》，特制定《安徽省居民体育消费统计调查制度》。

本制度制定与实施旨在摸清安徽省居民体育消费情况，洞悉安徽省居民体育消费的总量规模、基本结构和发展趋势，探索建立消费视角下的安徽省体育产业统计制度和核算方法，进而为体育产业高质量发展提供全面系统、真实可靠的统计信息支撑，也为政府主管部门科学制定中长期体育产业发展规划、社会投资主体创新产品供给提供不同视角下的有力支撑。

（二）调查范围和对象

调查范围为安徽省下辖的16个市。

被调查者选取3周岁及以上的，在本区域内居住长达半年以上的个人。（3-13岁由家长代填，14-17岁由孩子及家长共同填写，18岁以上由本人填写）

（三）调查内容

本次调查内容包括居民消费支出（体育用品消费、健身休闲消费、体育观赛消费、体育培训与教育服务消费、体育旅游消费、其他与体育相关消费）、居民体育消费偏好、居民体育消费意愿、居民体育运动参与情况、居民体育消费的影响因素、居民背景信息。（具体内容见调查表式）。

（四）调查频率

调查频率为年度调查。

（五）调查时间

调查时间为2023年3月——2024年9月

（六）调查方法

本调查采用线上调查和实地抽样调查相结合的方法，由各市体育管理部门先开展体育消费线上调查，抽样调查采用分层随机的方法（详见抽样调查方案）。第三方根据样本回收情况（性别结构、城乡结构、年龄结构），进行15%线下样本补充调查的形式。

（七）抽样调查方案

本调查采用分层随机抽样的方式，由省级确定各市样本数量及城乡配额、年龄配额等要求，各市根据本市人口结构分布进行抽样调查。

根据国家统计局《住户收支与生活状况调查方案》，在进行居民可支配收入、消费支出等指标调查时，样本量在95%的置信度下，居民人均可支配收入、消费支出以及主要收入

项和消费项的抽样误差控制在 3%以内，因此，本次居民体育消费调查，16 个市每市样本量最少为 1067 人。

1.安徽省各市人口分布

根据安徽省统计局开展的安徽人口发展情况统计及各市国民经济和社会发展统计公报，2021 年安徽省各市人口分布如下表：

表 1 2021 年安徽省各市人口分布

市	2021 年常住人口 (万人)	比重 (%)
总 计	6113	100.0
合 肥 市	946.5	15.5
淮 北 市	197.4	3.2
亳 州 市	498.6	8.2
宿 州 市	532.5	8.7
蚌 埠 市	331.7	5.4
阜 阳 市	817.1	13.4
淮 南 市	304.0	5.0
滁 州 市	399.0	6.5
六 安 市	440.5	7.2
马鞍山市	215.7	3.5
芜 湖 市	367.2	6.0
宣 城 市	248.7	4.1
铜 陵 市	130.6	2.1
池 州 市	133.1	2.2
安 庆 市	417.1	6.8
黄 山 市	133.2	2.2

根据《2022 年安徽统计年鉴》，各地市性别结构、城乡结构、年龄结构如下：

表 2 2021 年安徽省各市性别结构、城乡结构、年龄结构

市	城镇化率	性别比	年龄比重		
	(%)		0-14 岁	15-59 岁	60 岁及以上
总 计	59.39	104.31	18.65	62.6	18.75
合 肥 市	84.04	105.85	16.71	68.21	15.08
淮 北 市	64.78	100.71	20.09	63.37	16.54
亳 州 市	43.19	105.3	24.57	58.31	17.12
宿 州 市	45.03	103.07	23.01	58.94	18.05
蚌 埠 市	56.9	103.13	20.93	60.94	18.13
阜 阳 市	42.74	103.44	23.36	59.73	16.91
淮 南 市	61.91	104.51	18.53	60.03	21.44
滁 州 市	62.92	105.77	15.99	64.17	19.84
六 安 市	49.46	106.55	17.32	61.76	20.92

市	城镇化率	性别比	年龄比重		
	(%)		0-14 岁	15-59 岁	60 岁及以上
马鞍山市	72.39	105.17	14.24	64.51	21.25
芜湖市	72.99	106.18	14.21	65.98	19.81
宣城市	61.75	105.36	13.39	64.22	22.39
铜陵市	66.33	99.64	14.05	63.12	22.83
池州市	60.09	100.43	15.02	62.18	22.8
安庆市	56.17	102.39	16.11	62.67	21.22
黄山市	59.25	102.85	14.06	62.22	23.72

2.设计效应

考虑到各市人口差异带来的抽样差异，根据各市人口占省人口的比重，为各市设置相应的设计效应¹（一般为 1-3 的数字），最终的各市样本数量为 1067*该市对应的设计效应。

表 3 各市设计效应

市	2021 年常住人口占比 (%)	设计效应
总 计	100.0	-
合 肥 市	15.5	2
淮 北 市	3.2	1
亳 州 市	8.2	1.5
宿 州 市	8.7	1.5
蚌 埠 市	5.4	1.5
阜 阳 市	13.4	2
淮 南 市	5.0	1.5
滁 州 市	6.5	1.5
六 安 市	7.2	1.5
马鞍山市	3.5	1
芜湖市	6.0	1.5
宣城市	4.1	1
铜陵市	2.1	1
池州市	2.2	1
安庆市	6.8	1.5
黄山市	2.2	1

3.样本量总体分布

按照抽样方法设计，兼顾合肥、黄山国家体育消费试点城市居民体育消费调查工作的样本量要求（不少于 3000 个），本次调查样本量共 26277 个（包含合肥市 3000 个、黄山市 3000 个、其他各市样本数量之和为 20277 个）。样本分布将会考虑各地市性别结构、城乡结构、年龄结构。

¹ 设计效应为一个特定的抽样设计（包括抽样方法以及对总体目标量的估计方法）估计量的方差与相同样本量下无放回简单随机抽样的估计量的方差之比。

表 4 样本量总体分布

市	计划样本数量 (人)	比重 (%)
总 计	26277	100.0
合 肥 市	3000	11.4
淮 北 市	1067	4.1
亳 州 市	1601	6.1
宿 州 市	1601	6.1
蚌 埠 市	1601	6.1
阜 阳 市	2134	8.1
淮 南 市	1601	6.1
滁 州 市	1601	6.1
六 安 市	1601	6.1
马鞍山市	1067	4.1
芜 湖 市	1601	6.1
宣 城 市	1067	4.1
铜 陵 市	1067	4.1
池 州 市	1067	4.1
安 庆 市	1601	6.1
黄 山 市	3000	11.4

(八) 质量控制

抽样精度在 95%的置信度下，最大相对误差控制在 3%以内。

(九) 职责分工

1.安徽省体育局

- (1) 负责牵头组织、全程协调、建立部门间沟通协调机制等工作；
- (2) 督促各地体育行政管理单位完成样本配额；
- (3) 协助制作调查公文等文件。

2.各地体育行政管理单位

- (1) 按照省体育局要求，根据样本配额完成本地的线上样本调查工作；
- (2) 在第三方实地调查过程中给予必要的行政支持和技术指导。

3.第三方

- (1) 负责全流程的方案设计、样本抽样；
- (2) 根据线上样本回收情况（性别结构、城乡结构、年龄结构），进行线下样本补充调查；
- (3) 负责所有样本数据审核汇总；
- (4) 数据分析及报告撰写。

(十) 数据发布

本次调查核算的数据，将以调查分析报告等方式公开，仅作为内部使用，也可以协议共享的方式与有关部门共享。个人填报的消费数据作为内部资料使用，不向社会公布。

二、报 表 目 录

表号	表名	报告 期别	统计范围	报送单位	报送日期	备注
AHXF01	安徽省居民体育 消费调查问卷	年报	省辖 16 个市	居民	2023 年 9 月前	

三、调查表式

安徽省居民体育消费调查问卷

表 号： A H X F 0 1
制 定 机 关： 安徽省体育局
批 准 机 关： 安徽省统计局
批 准 文 号：
有 效 期 至：

您好：

为提供更好的体育产品服务，我们正进行 年度安徽省居民体育消费调查，需要询问您在体育消费方面的一些问题。我们将严守国家《统计法》规定，对您提供的信息仅作决策支持使用，并严格保守您个人的隐私。感谢您的配合与支持。

G1. 记录受访者性别：

①男 ②女

G2. 请问您的年龄是多少岁？

记录：[]岁

G3. 您的受教育程度是：

①高中及以下 ②大学本科（含大专） ③研究生及以上

G4. 您的职业是

①政府机关在职人员 ②事业单位在职人员 ③企业在职人员 ④在校学生（含大学、高职等在校生）
⑤自由职业 ⑥退休人员 ⑦其他

G5. 您个人去年全年的总收入是多少？

①2 万元以下 ②2-5 万元 ③5-10 万元 ④10-15 万元 ⑤15-20 万元
⑥20-30 万元 ⑦30-50 万元 ⑧50 万元以上

G6. 请问您目前居住在城市还是农村？

①城市 ②农村

Q1. 2022 年，您个人是否有体育及相关消费

① 是 ② 否（结束调查）

Q2. 2022 年，您个人主要参与的运动项目？（可多选）

①羽毛球 ②足球 ③篮球 ④网球 ⑤游泳 ⑥乒乓球 ⑦瑜伽 ⑧轮滑 ⑨自行车 ⑩滑冰 ⑪滑雪 ⑫跆拳道
⑬空手道 ⑭拳击 ⑮围棋 ⑯桥牌 ⑰钓鱼 ⑱帆船 ⑲皮划艇 ⑳街舞 ㉑广场舞 ㉒高尔夫球
㉓跑步、健步走 ㉔登山 ㉕攀岩 ㉖电子竞技 ㉗其他（请填写）_____

Q3 2022 年，您购买过的体育用品有哪些？（可多选）

①运动鞋 ②运动服装、配饰 ③健身器材、器械（跑步机、瑜伽垫等） ④球类用品
⑤户外装备（帐篷、睡袋等） ⑥运动护具（滑雪镜、护腕、护膝等） ⑦垂钓用品
⑧骑行运动用品 ⑨运动康复用品 ⑩游泳用品 ⑪智能设备（健身环、智能运动手表、手环等）
⑫其他(请填写)_____

Q4 2022 年，您本人在体育用品方面的消费是(单位：元)。

记录：[]元

（1）其中购买运动服装和鞋帽花了多少钱？

记录：[]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

①实体店 ②线上渠道

①质量 ②实用性 ③价格 ④品牌 ⑤款式 ⑥评价 ⑦购买渠道

⑧其他 (请填写)

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | |]元

记录: [| | | |]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

①羽毛球 ②足球 ③篮球 ④网球 ⑤游泳 ⑥潜水 ⑦乒乓球 ⑧瑜伽 ⑨轮滑 ⑩自行车 ⑪滑冰 ⑫滑雪
⑬跆拳道 ⑭空手道 ⑮拳击 ⑯围棋 ⑰桥牌 ⑱帆船 ⑲皮划艇 ⑳体育舞蹈（包括摩登舞和拉丁舞两个舞种，摩登舞又分为华尔兹、维也纳华尔兹、探戈、狐步和快步舞五支舞，拉丁舞又分为伦巴、恰恰、桑巴、牛仔和斗牛舞五支舞） ㉑高尔夫球 ㉒击剑 ㉓其他（请填写）

①环境设施 ②地理位置 ③师资质量 ④口碑评价 ⑤时间安排 ⑥服务态度 ⑦价格高低 ⑧安全性
⑨其他（请填写）

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

记录: [| | | | |]元

(3) 其中购买体育彩票花了多少钱?

四、主要指标解释

居民体育消费 指居民从市场生产者那里购买的、供私人享有(用)的体育货物与服务,其资金来源于个人(家庭)可支配收入。

体育用品消费支出(Q4) 指居民个人(家庭)在进行体育教育培训、竞技运动训练和体育健身休闲的过程中购买相关物品的支出。

运动服装和鞋帽消费支出(Q4) 包括非智能体育服装、帽、运动手套、运动鞋、袜及其它运动配饰等。

运动健身设备、器材和相关用品消费支出(Q4)

1.健身器材、器械消费支出:指跑步机,踏步机、仰卧起坐器等;划船训练器;椭圆训练器材;阶梯机;攀登机;带固定轮或无飞轮健身车;杠铃、跳绳、阻力带等。

2.专项运动用品消费支出:指运动用球,含胶制可充气运动用球、不可充气运动用球,及其它运动用球;运动用球类器材及器械,含球拍、球棒、高尔夫球器械及配件、乒乓球球台、发球器、篮球架及其他运动用球类器材及器械;体操及蹦床器械;田径器械;举重、拳击及摔跤器械;钓鱼项目各品类用品;轮滑(滑板)类器材;围棋、象棋、扑克等各种棋牌类项目用品;运动型自行车、以及越野、山地、场地等运动用途汽车、摩托车;赛艇、皮划艇、帆船、帆板、汽艇、摩托快艇、小艇、轻舟等运动器材;无线电器材、定向器材、航海模型器材、航空器器材及其他未列明的专项运动用品等。

3.运动护具消费支出:指运动防护用手套;运动防护用帽;运动防护用鞋靴;运动专用护具;滑雪镜、防护眼镜、骑行镜、篮球眼镜等。非智能与智能性运动护具都包含在此类。

4.运动康复用品消费支出:指运动康复训练器材;恢复按摩器材

5.其他体育用品消费支出:指体育用品维修费用支出(个人承担的体育器材、车、船、航空器等用品的维护费和修理费);运动功能性饮料、运动营养食品;比赛用奖杯、纪念品、奖牌、奖状等;体育书报、体育杂志、体育音像制品、体育收藏品等,体育文化消费货物除外。

智能体育装备消费支出(Q4) 指智能可穿戴运动手环、手表、服装、配件等。

户外运动装备消费支出(Q4) 指帐篷、睡袋、折椅、登山包等;户外运动专用手表、望远镜等。

体育健身活动场地、相关器材、用品租赁消费支出(Q9) 指足球场、篮球场、溜冰场、游泳池、高尔夫球场、健身中心、网球场、台球厅、滑雪场等参与体育活动的场租费(含购票入场)支出;以租赁方式获得健身器材、器械、护具、运动车、船、航空器及其它用品所支付的费用。

体育保健与康复服务消费支出(Q10) 指体质测试与监测服务,运动理疗服务,运动康复按摩服务,科学健身调理服务,科学健身指导服务,专科医院、中医院、民族医院和疗养院提供的运动创伤治疗、运动康复等服务,运动康复辅具适配服务,运动减控体重、运动养生保健等其他体育健康服务方面的支出。

体育赛事门票消费支出（Q11） 指现场观看体育比赛的门票费用，限本地观看体育比赛，赴外地观赛的门票支出，在体育旅游消费中计算。

体育赛事节目订阅消费支出（Q12） 指购买体育赛事（直播、录播）节目的费用，如腾讯体育、咪咕直播等。

体育培训和教育服务消费支出（Q13） 指居民接受体育相关专业学历教育所支付的最基本的教育支出，以及基本教育之外的运动技能培训费、考试费和咨询费等扩展性、选择性消费支出。如体育学历教育消费支出；非学历体育技能培训消费支出；取得体育职业资格的消费支出；体育资讯服务消费支出。

体育旅游消费支出（Q16） 指居民以游客身份，围绕体育活动，赴现场观赛或以参与体验及参观游览为主要形式，来满足健康娱乐、旅游休闲等目的的消费活动的费用支出。包含以下几个方面：

（1）往返交通费用支出：指赴现场观赛或到达体育旅游目的地参与体验及参观游览而必需的交通费用支出。

（2）观赛门票费用支出：指赴外地观看现场体育赛事的门票费用。

（3）休闲活动费用支出：指赴体育旅游目的地参与体验、参观游览、研学交流的门票费、报名费、场地费、活动费等。

（4）其他伴生性消费支出：指在体育旅游活动期间，发生的餐饮、住宿、购物等支出，属于体育旅游的伴生性消费。

其他与体育相关的消费支出（Q17） 指体育文化消费支出（体育影视作品消费支出、体育新闻和出版物消费支出、展览创意类体育文化产品和服务消费支出、数字体育内容的产品和服务消费支出等）、体育保险服务支出、其它体育信息服务支出及其它未列出的居民体育消费支出项目。

电子竞技及体育动漫游戏消费(Q17) 仅包括体育电子游艺活动，网络（手机）体育游艺、展演、电子竞技及体育动漫游戏等体育娱乐活动

体育彩票消费支出（Q17） 主要包括以下两类彩票娱乐产品的消费：

（1）竞猜型体育彩票消费仅包括超级大乐透、排列3、排列5、22选5、七星彩、传统足彩胜负/半全场/进球彩等，在彩票点提前购买预测竞猜结果的娱乐支出；

（2）即开型体育彩票消费仅包括在一个销售点上一次完成购票和兑奖全过程的体育彩票娱乐支出。