

# 健身类 APP 在大学生中的使用现状研究

黄亨奋, 张文腾

(华侨大学体育学院, 福建 泉州 362021)

**摘要:**为使章丘市在校大学生更加科学合理地使用健身类 APP, 形成正确的体育锻炼意识与行为习惯, 采用数理统计、问卷调查等研究方法, 把章丘市 5 所高校的大学生作为研究对象, 对大学生健身类 APP 的使用现状进行调查与分析, 得出以下结论: 近年来用户规模呈上升趋势; KEEP 下载量位居第一位, 大四年级使用健身类 APP 更频繁; 女生比男生使用次数更多; 约六成的大学生使用健身类 APP 进行健身; 大多数大学生了解健身类 APP 的途径是通过微信、微博等社交平台; 大学生使用的主要目的是监测运动数据、减脂塑形等; 最常用的功能有数据记录、定制训练计划功能等; 使用健身类 APP 的时间在半年至 1 年之间; 每次使用 APP 的时间大多在 0.5 到 1 个小时之间。研究旨在引起大学生、高校、开发商对健身类 APP 的重视。

**关键词:**健身类 APP; 大学生; 使用现状

中图分类号: G 806

文献标识码: A

文章编号: 1007-7413(2022)03-0080-06

## Research on the Application of Fitness App in College Students

HUANG Heng-fen, ZHANG Wen-teng

(School of physical education, Huaqiao University, Quanzhou, 362021, China)

**Abstract:** In order to make Zhangqiu college students how to use fitness app more scientifically and reasonably, and form correct physical exercise consciousness and behavior habits. Using mathematical statistics, questionnaire and other research methods, taking the students of five universities in Zhangqiu City as the research object, this paper investigates and analyzes the current situation of College Students' fitness app use, and draws the following conclusions: in recent years, the user scale is on the rise; The number of downloads of keep ranked the first, and the use of fitness app was more frequent in senior grade; Girls use it more than boys; About 80 % of college students use fitness app for fitness; Keep is the most popular fitness app; Most college students understand fitness app through wechat, microblog and other social platforms; The main purpose of college students is to monitor exercise data, reduce fat and shape; The most common functions are data recording and customized training plan; The time of using fitness app is between half a year and one year; Most of the time to use the app is between 0.5 and 1 hour. It aims to arouse the attention of college students, colleges and developers.

**Key words:** fitness app; college student; use status

## 1 研究背景

随着小康时代的到来, 全民健身战略也被上升到了国家层面, 与此同时, 各种健身类 APP 出现于大众的视野之内。2016 年国务院印发了《全民健身计划纲要(2016—2020)》, 明确指出: 利用现代信息技术手段与全民健身相结合, 构建服务平台; 加快群众体育的发展, 搭建多元化的运动健身平台, 同时为群众

体育提供科学的运动健身指导, 激励全民健身打造“运动民族”<sup>[1]</sup>。近年来, 学生的体质在逐年下降, 而大学生应努力培养健身锻炼习惯, 提高自身身体素质, 形成正确的健康意识与健康水平。

## 2 文献综述

健身类 APP 的出现改变了传统体育锻炼模式的枯燥性, 使得体育运动更加科学化。现如今, 健身类

收稿日期: 2021-07-07

基金项目: 2019 年度国家社会科学基金重大项目(19ZDA353)

第一作者简介: 黄亨奋(1978—), 男, 福建南安人, 教授, 博士, 博士生导师。研究方向: 体育产业管理。

APP卓越的功能受到大学生的追捧,在大学生群体中比较受欢迎。

关于大学生体育锻炼效果方面的研究,经查阅文献得知我国绝大多数学者研究认为大学生通过体育锻炼都会取得良好效果。刘圣君《大学生体育锻炼、自我控制与主观幸福感关系的研究》指出体育锻炼对主观幸福感具有促进作用,体育锻炼量与主观幸福感之间是正比的关系,且男大学生在锻炼中所获得的幸福感要高于女大学生<sup>[2]</sup>。

石晓在《“互联网+体育”背景下运动健身APP在大学生中的应用研究》一文中以济南市高校大学生为主要调查对象,在“互联网+体育”背景下通过大学生利用运动健身类APP进行体育学习、运动锻炼、体育消费、娱乐社交等现状,发现使用过程中存在的问题,针对在校大学生的具体需求,提出了相应的对策和建议,以更好地满足大学生对运动健身类APP的不同需求<sup>[3]</sup>。

乔福晋在《大学生使用运动健身APP现状及用户体验研究》一文中通过分析健身类APP的发展现状,分析大学生使用健身APP的现状,共得出9个结论,分别从大学生接触健身类APP的类型、使用功能、目的、时间、频率、场所和需求来进行阐述<sup>[4]</sup>。

骆意在《基于TAM的大学生移动健身APP使用影响因素的实证研究》一文中指出,大学生对健身APP的使用态度正向与使用行为呈正相关,其中感知易用性、有用性及感知成本正向影响大学生使用健身APP的态度<sup>[5]</sup>。

综上所述,我国多数研究学者都以问卷调查的方法来进行研究,并指出健身类APP对大学生的积极作用,但研究成果数目较小、研究方式还较单一,而且缺乏相对应的理论知识支撑,另有望更多研究者参与钻研阐发。另一方面,不少学者也在研究中发现健身类APP在大学生使用的过程当中还存在着较多问题,这需要在以后慢慢得到改善。

### 3 研究对象与方法

#### 3.1 研究对象

相关数据表明,济南市地方高校在校大学生数居山东省各地市大学生拥有量之首,而章丘市高校也有8所,大学生拥有量紧随其后,所以本文选取章丘市地方高校大学生作为研究对象具有较强的代表性。

本文以章丘市高校大学生作为研究对象,通过线上问卷的形式对章丘大学生5所地方院校进行分析

统计,分别是齐鲁师范学院、山东财经大学、山东工程职业技术大学、山东电子职业技术学院、山东传媒职业学院,并通过部分同学的访谈对问卷以作补充。

#### 3.2 研究方法

##### 3.2.1 文献资料法

根据研究的内容,在中国知网、万方数据库和百度引擎中查找关于健身类APP、大学生使用健身类APP的现状问题等为关键词的相关文献,共有3795篇,相关著作6本,最后对搜寻到的相关资料进行整理、归纳和借鉴。

##### 3.2.2 问卷调查法

问卷调查法是这次研究运用的最主要研究方法。在设计问卷时,我们严格依照体育科研方法的要求,制定了“关于章丘市高校大学生使用健身类APP参与体育锻炼现状的问卷调查表”。因新冠病毒肺炎疫情的影响,本次研究于2021年1月至2021年3月间进行问卷调查,对章丘市5所地方高校的大学生均采用线上问卷调查的方式。

调查问卷完成后,为确保问卷的合理性,咨询多位专家学者,对问卷的拟定、内容和问卷成果进行了效度的查验,查验成果符合要求。为确保问卷的可信度,此文采用重测法进行查验。在问卷发放的两星期后随机挑选填写过该问卷的学生,再次填写问卷,两次测验信度的相关系数为 $R=0.805$ ,表明该问卷的信度较高,切合问卷信度核检。

##### 3.2.3 数理统计法

本次研究主要选用问卷星软件对数据进行处理,将所获得的数据进行录入整理。采用描述性分析对健身类APP在大学生群体中使用现状的相关数据进行分析。

##### 3.2.4 访谈法

针对此次研究,对部分接受问卷调查的学生采取面谈、电话交流等形式,了解到大学生对使用健身类APP的目的、时间和每次使用健身类APP的意见以及存在的问题和建议。

### 4 研究结果与分析

#### 4.1 调查对象的基本情况分析

对搜集到的数据进行整理如表1所示:齐鲁师范学院共计186人占问卷总数的28.6%,山东财经大学共计154人占问卷总数的23.7%,山东工程职业技术大学共计122人占问卷总数18.7%,山东电子

职业技术学院共计 102 人 占总数 15.7 % , 山东传媒职业学院共计 85 人 占问卷总数 13.0 % 。

表 1 调查对象基本信息统计表 (n = 649)

学校名称	人数/人	比例/%
齐鲁师范学院	186	28.6
山东财经大学	154	23.7
山东工程职业技术大学	122	18.7
山东电子职业技术学院	102	15.7
山东传媒职业学院	85	13.0

在使用健身类 APP 的 5 所高校大学生中,各年级之间存在的差异如表 2 所示:大一年级学生使用健身类 APP 的人数总占总体比值的 22.7 % ,大二年级学生占比为 19.4 % ,大三年级学生为 28.1 % ,大四年级学生为 29.8 % 。由此可知,大三、大四学生使用健身类 APP 的数量最多,大一、大二年级使用人数较少。究其原因可能是,一大二大学生刚入学有早操、体育课,学生平时时间也能得到锻炼,所以使用健身类 APP 软件的次数就较少。而大三、大四年级的学生没有选修体育课,缺乏教师指导,空闲时间较多,因而导致使用健身类 APP 的人数就比较多。

表 2 调查对象年级统计表 (n = 649)

年级	人数/人	比例/%
大一	147	22.7
大二	126	19.4
大三	182	28.1
大四	194	29.8

按性别分类,问卷中的女生比例远高于男生(如表 3 所示):齐鲁师范学院女生比例较高,相关数据显示,原因一是齐鲁师范学院男女比例为 2:8;原因二是女生在体育锻炼中处于劣势的地位,自己不能单独顺利完成体育锻炼,需要借用健身类 APP 来辅助完成体育运动。

表 3 调查对象性别统计表 (n = 649)

性别	人数/人
男	275
女	374

因此,综合各因素,本文所得到的数据基本符合研究的科学性、合理性以及可信性。

4.2 大学生使用健身类 APP 基本情况

4.2.1 大学生是否使用健身类 APP 分析

由表 4 可知,在被统计的 649 名大学生当中,有 59.8 % 的大学生使用健身类 APP,而不使用健身类 APP 的大学生占总体比值的 40.2 % 。由此可知,接近六成的高校大学生一般会选择使用健身类 APP 来进行体育运动,这也能说明高校大学生群体也很乐意使用健身类 APP 来进行体育运动。

表 4 大学生是否使用健身类 APP 统计表 (n = 649)

使用意愿	人数/人	比例/%
是	388	59.8
否	261	40.2

从以上可知,大学生对它的熟知率还是比较高的,健身类 APP 在大学生群体中具备很大市场的缘由也是因为健身类 APP 能满足广大学生多样化的需求。大学生们通过 APP 可以随时自己制定专属训练计划,根据自己的爱好和兴趣来选择喜欢的运动项目,同时大学生群体的身体素质和接受新鲜事物的能力也比较强,比较易于接受并使用健身类 APP 来进行锻炼。

4.2.2 大学生使用健身类 APP 类型统计分析

由表 5 可知在被调查的 388 名使用健身类 APP 的大学生当中,排名最高的健身类 APP 是 KEEP,占总数的 31.2 % ,位居第二位的是咕咚占总数的 28.1 % ,还有 21.9 % 的学生选择了悦动圈,17.3 % 的学生选择了乐动力,剩余 1.5 % 的学生选择了别的健身软件。由此可见,大多数学生都更加倾向于使用 KEEP 和咕咚进行体育锻炼。

表 5 大学生使用健身类 APP 类型统计表 (n = 388)

软件名称	人数/人	比例/%
KEEP	121	31.2
咕咚	109	28.1
悦动圈	85	21.9
乐动力	67	17.3
其他	6	1.5

4.2.3 大学生了解健身类 APP 的途径

通过表 6 可知,在 388 名使用健身类 APP 进行运动的大学生当中,通过微信、微博等多种社交平台了解健身类 APP 的人数最多,占总体的 39.9 %。排在第二位的是朋友推荐,共有 31.1 % 的大学生通过此途径去了解运动类 APP。因健身类 APP 拥有非常专业的健身指导,得到广大用户的认可,用户体验感较为满意,随之分享推荐给了周围的朋友。除此之外,还有 13.1 % 的同学通过广告这个途径来了解健身类 APP。当今网络技术的快速发展,广告被投射到各个区域,由于体育服务平台与互联网技术的结合,再加上许多明星的亲情代言,运动健身的广告随之也被得到推广。

表 6 大学生了解健身类 APP 途径一览表 (n = 388)

了解途径	人数/人	比例/%
微信、微博等社交平台	155	39.9
朋友推荐	121	31.2
健身类 app 广告	51	13.2
手机自带	45	11.7
体育论坛	8	2.0
其他	8	2.0

4.2.4 大学生使用健身类 APP 的目的

如表 7 所示,在 388 名使用健身类 APP 的大学生当中,有 256 名大学生使用目的是进行监测运动数据,排首位;排第二位的是减脂塑形有 223 名;排第三的是视频教学有 209 名;排第四、五位的分别是督促锻炼和量身定制训练计划,有 167 和 87 名;其余依次排列为健康饮食、体育赛事和其他。健身类 APP 最大的特点就是多元化,它可以满足广大用户的多种需求。健身类 APP 的监测运动数据功能深得大多数学生群体的青睐,它能够通过 GPS 定位追踪系统实时记录用户的运动轨迹、运动时间和运动距离等情况,反馈给用户最直接的数据显示。越来越多大学生群体进行体育锻炼最主要的目的是减脂塑形,对于这类用户可以通过健身类 APP 的专业减脂塑形的指导,使他们在运动中排汗减脂达到真正塑形减脂的目的。视频教学让许多大学生在进行锻炼的时候有专业教练的正确指导,不仅能够满足不同人的需求,还可以提供多种体育教学视频以供参考。健身类 APP 不仅能督促使用者完成体育

锻炼坚持每日打卡,还可以根据运动者的情况而制定合适的训练方案,从而避免了运动强度过大或不足;可以为增肌、减脂人群提供健康营养食谱,让不同的锻炼人群达到自己锻炼的真正目的;还可以让使用者了解体育赛事,报名参加比赛,收获经验,结交朋友。

表 7 大学生使用健身类 APP 的目的一览表 (多选)

使用目的	人数/人	比例/%
监测运动数据	256	65.9
减脂塑形	223	57.4
学习体育技能	209	53.8
监督和督促锻炼	167	43.0
量身定制训练计划	87	22.4
获取营养食谱	65	16.7
获取体育赛事	14	3.6
其他	9	2.3

4.2.5 大学生对健身类 APP 功能的使用

由表 8 可知,在使用健身类 APP 的 388 名学生之中,有 226 名学生选择定制训练计划功能,根据不同学生的需求定制独特的训练方案,例如有想身体局部瘦身的同学,健身类 APP 会有一系列专门的腿部练习并配有相应的拉伸活动。有 223 名学生选择了数据记录功能排名第二,记录分享运动轨迹,优化健身课程。排在第三的则是社交功能,共有 218 名的学生选择了此功能,健身类 APP 不仅有健身功能还有社交功能,学生们可以将自己的运动数据上传至体育服务平台或者其他第三方应用,在锻炼的同时也能够结交朋友,使体育锻炼不再那么枯燥无味。第四名是体育知识,共有 177 名的学生选择,大学生在锻炼的同时也会了解一些体育常识,比如什么时间跑步最合理,如何跑步膝盖不磨损等等。排在第五名的是视频教学功能,共有 143 名的学生选择。软件里的各类教学视频均为资深教练录制,用户可以重复观看或者观看现场直播,也可以随时随地进行学习。此外,大学生最常用的功能还有健康监测、健康饮食指导、运动商城、运动激励等功能。

综上所述,大学生使用健身类 APP 最经常用的几个功能有监测运动数据、拟定训练方案、社交、体育知识和视频教学等,这几个功能均和大学生们的日常联系密切。



表 8 大学生对健身类 APP 功能的使用一览表(多选)

功能	人数/人	比例/%
数据记录	223	57.4
定制训练计划	226	58.2
社交功能	218	56.1
体育知识	177	45.6
视频教学	143	36.8
健康监测	126	32.4
健康饮食指导	125	32.4
运动商城	89	22.9
运动激励	50	12.8
赛事活动信息报道	25	6.4
支持智能可穿戴配件	19	4.8
其他	11	2.8

4.2.6 大学生持续使用健身类 APP 的时间

由表 9 可以看出,在 388 名使用健身类 APP 的大学生之中,约 42.8 % 的大学生持续使用健身类 APP 的时间在 0.5 ~ 1 年之间,27.6 % 的大学生持续使用健身类 APP 的时间在半年以下,21.9 % 的大学生持续使用健身类 APP 的时间在 1 ~ 1.5 年之间,而仅 7.7 % 的大学生持续使用健身类 APP 的时间在 1.5 年以上。由此可以说明,喜欢健身类 APP 的学生人数在大学生群体中逐年提升。

表 9 大学生持续使用健身类 APP 的时间一览表( n = 388 )

持续使用时间/年	人数/人	比例/%
0.5 以下	107	27.6
≤0.5, ≤1	166	42.8
<1, ≤1.5	85	21.9
1.5 以上	30	7.7

4.2.7 大学生每次使用健身类 APP 的时间统计

由表 10 可知,在使用健身类 APP 的 388 名大学生之中,约 17.5 % 的大学生每次用健身类 APP 的时间小于 0.5 小时,有 37.1 % 的学生每次使用 APP 的时间在 0.5 到 1 个小时之间,有约 27.3 % 学生每次使用健身类 APP 的时间在 1 ~ 1.5 小时之间,有 12.1 % 学生使用时间在 1.5 ~ 2 小时之间,另外还有 5.9 % 的大学生使用 APP 的时间大于 2 个小时,由此

可知,大学生使用健身类 APP 进行锻炼的时间基本上不会超过 1 小时。

表 10 大学生每次使用健身类 APP 的时间一览表( n = 388 )

使用健身类 app 的时间/h	人数/人	比例/%
<0.5	68	17.5
≤0.5, ≤1	144	37.1
<1, ≤1.5	106	27.3
<1.5, ≤2	47	12.1
>2	23	5.9

4.2.8 健身类 APP 存在的问题

调查显示,大学生在使用健身类 APP 的过程中还存在许多问题,由表 11 可知,有四项较突出问题:一是健身类 APP 内容过于单一,占总体的比值为 68.8 % ;二是数据记录不准确,共 63.9 % 的大学生选择;三是内容更新慢共有 58.2 % 的学生选择;四是广告推送频繁 33.5 % 的学生选择。此外,出现的问题还有 GPS 定位不准确、信息的反馈缓慢等。健身类 APP 的发展还处在慢慢探索当中,势必存在许多问题和不足,这些问题的存在影响了用户的体验感和运动质量。

表 11 健身类 APP 存在的问题汇总(多选)

存在的问题	人数/人	比例/%
数据记录不精准	248	63.9
内容更新缓慢	226	58.2
GPS 定位不准确	46	11.8
广告的推送频繁	130	33.5
内容单一	267	68.8
健身信息的反馈缓慢	12	3.0
其他	39	10.0

5 结论与建议

5.1 结论

基于全民健身计划的推行和终身体育理念的贯彻,健身类 APP 体育运动与互联网结合的新兴产物,打破了传统的体育锻炼模式,营造了一种新的体育锻炼方式,使得大学生能够方便快速地获取运动数据,

更加科学合理地进行体育健身运动。本次研究通过分析研究章丘市5所地方高校大学生使用健身类APP现状的相关情况,现得出以下结论:

#### 5.1.1 健身APP的发展现状

(1)近年来健身类APP的用户规模呈逐年上升趋势。

(2)从2020年有关健身类APP的下载情况来看,KEEP下载量位居第一位,咕咚和小米运动的下载量相差不大。

#### 5.1.2 章丘市大学生使用健身类APP的现状

(1)大四年级相比于其他年级使用健身类APP更频繁;女生比男生使用健身类APP更多。

(2)调查发现约六成的大学生使用健身类APP进行健身,由此可以说明健身类APP在大学生群体中比较受欢迎。

(3)在使用健身类APP的大学生中,大学生使用最多的健身类APP软件是Keep。

(4)大多数大学生了解知道健身类APP是通过微信、微博等社交平台或朋友介绍等途径。

(5)大学生使用健身类APP的主要目的是监测运动数据、减脂塑形、学习体育技能等。

(6)大学生最常使用健身类APP的功能有数据记录、定制训练计划功能、社交功能等。

(7)使用健身类APP的大学生中,持续使用时间在半年至1年之间的占大多数。

(8)大学生每次使用APP的时间大多在0.5到1个小时之间。

(9)健身类APP在使用过程中出现的问题反映最多的几个问题是:数据不精确、内容更新缓慢、GPS定位不准确。

### 5.2 建议

本次研究分析了“全民健身”背景下健身类APP在大学生中应用现状情况,针对研究发现问题现提出以下建议:

#### 5.2.1 对大学生的建议

健身类APP是体育运动与互联网结合的一种新兴体育服务平台,作为健身类APP最大的受益对象,大学生应积极实践全民健身计划,科学合理地使用健身类APP。与此同时,大学生群体还应当正确认识健

身类APP,提高体育意识,从真正意义上发挥健身类APP的价值。

#### 5.2.2 对各高校的建议

健身类APP对推动学校体育的发展起着积极的作用,因此高校应当重视健身类APP的使用及推广。与此同时,各高校还要引导普及大学生正确选择健身类APP,另外,体育教师也可以充分使用健身类APP进行体育教学等,使得学生在课外体锻的时间摆脱无指导、无场地的困扰,从而提高学生的身体素质、真正达到强身健体的功效,为推动我国体育事业发展以及全民健身做贡献。

#### 5.2.3 对运动健身类APP开发者的建议

通过调查研究发现,大学生在使用健身类APP的过程中有这样几个问题需要改进:精准数据记录、加快健身内容的更新速度、丰富教学内容、精准定位GPS、减少相关的健身广告的推广等。因而,本文对健身类APP的开发者提出了以下几点建议:要创新APP内容,设计的内容要结合不同程度身体素质的大学生来开发不同的体育锻炼内容,优化使用体验;精准化地投递广告宣传,创新广告形式,采用多种形式进行传播,优化使用界面,让用户切实感受到健身类APP的实用价值并乐意接受;优化现有硬件设备,让其占有更少的内存,充分挖掘潜在的用户,真正实现全民健身。

### 参考文献

- [1] 成康,曹卫华.“全民健身”战略背景下运动健身类APP的对比分析[J].安徽体育科技,2019,40(4):25-29,33.
- [2] 刘翌君.大学生体育锻炼、自我控制和主观幸福感关系的研究[D].扬州:扬州大学,2016.
- [3] 石晓.“互联网+体育”背景下运动健身类APP在大学生中的应用研究[D].济南:山东体育学院,2019.
- [4] 乔福晋.大学生使用运动健身APP现状及用户体验研究[D].北京:首都体育学院,2019.
- [5] 骆意.基于TAM的大学生移动健身APP使用影响因素的实证研究[J].首都体育学院学报,2017,29(1):72-77.

[责任编辑 魏 宁]