

“为漂亮买单，更要为健康买单”

女性成体育消费市场新主力

女性用户占据健身房“半边天”，拉力带、瑜伽裤“火出圈”。眼下，体育市场正成为“她经济”的新风口，而在女性体育消费激增的背后，是人们生活水平、消费观念、健康意识等诸多因素共同变化作用的结果。

健身房女性用户超五成

徐女士在上海从事市场销售，忙碌的工作之余，她最常去的地方就是公司不远处的拳击馆。“来这儿打拳有几年了，基本每周都会上两节课私教课，已经成了习惯，不仅能锻炼身体，而且每次过来出一身汗，心情也会特别好。”年近五旬的徐女士身姿挺拔，肌肉线条优美，说话间脸上带着爽朗的笑容。

徐女士常去的拳击馆名叫普琳女子拳击俱乐部，是一家专收女性会员的拳击馆。其创办者弓瑾介绍，拳馆自2010年创办以来，会员逐年增长，目前已累计有超过3000名会员。

“越来越多的女性开始关注自己的身体和心理健康，也更愿意为此消费。”弓瑾说，过去练拳击的女性很少，但近年来愿意参与拳击运动的女性明显增多，拳馆为会员提供私教和团课两种形式的培训服务，固定会员每月的课时消费在1500元到2000元。

在全国多地调研发现，近年来女性日益成为健身消费市场的主力军。“现在女性顾客是我们的消费主力群体，她们的年龄大致在25岁至35岁，而且用户黏性强，续费率能达到60%以上。”山西太原一家健身房负责人张欢说。

健身产业互联网平台“乐刻运动”的数据显示，2022年其女性会员占比达到54%，女性用户平均每周锻炼三四次，平均时间为一小时，此外女性私教用户占比为男性用户的五倍之多。

中国体育用品业联合会秘书长助理熊妮说，联合会的抽样调研显示，在疫情引发的居家健身潮流中，女性成为消费主力军，女性平均体育消费在疫情期间呈现爆发式增长，其中女性在购买健身卡、私教课程、运动App会员等方面的消费均有显著提高。

女性运动装备销量上升

女性对健身的投入增加，也带动了健身类产品的销量上升。以往，男性是体育用品消费的主力，而现在，女性用户比例正在迅速扩大，尤其在运动服

装、小型健身器材等领域更加突出。

“过去打开我的淘宝购物车，里面都是各色化妆品、零食，现在它们很多都被运动服、哑铃取代了。”中学老师李丹丹说，最近几年她对健康越来越重视，在运动方面的投入也明显增加，“要为漂亮买单，更要为健康买单”。

京东《2022年女性消费趋势报告》显示，女性在游泳、冰上运动、滑雪运动等方面购买的商品件数持续增长，其中增长最快的商品品类包括飞力士棒、握力器、拉力带等，此外女性用户对于增肌粉等运动营养品的偏好显著高于男性。

“与男性相比，女性在选择体育服装或其他体育用品时，除了关注功能性和实用性外，还会更多地关注品牌和款式。”熊妮说，为了在竞争日趋激烈的市场分一杯羹，各大运动品牌也日益关注女性消费者的需求。

熊妮表示，针对女性体育用品消费增长的态势，将于年中举办的2023中国国际体育用品博览会在原有计划基础上作出调整，在家用健身展区将新增女性健身专区，届时，各大品牌也将展出针对女性人群健身偏好设计的相应器材和装备。

愿意为健康与快乐“买单”

CBA恢复主客场赛后，29岁的郭胜第一时间打开售票网站。“终于买到了两张VIP席位票，虽然有点小贵，但我觉得值得。”她说。“现在喜欢看球的女生越来越多了。”她说，“这些年我结识了一批女球迷，大家经常一起看球、一起聚会，成了很好的朋友。”

正如郭胜男所说，体育消费正成为越来越多女性日常生活的一部分，在她们看来，参与、观看体育活动所带来的健康收益、精神享受和社交价值值得自己“买单”。

与此同时，“她经济”的来袭也在影响着体育周边产品的市场。在太原市民杨惠家的柜子里，摆满了历年国内大小赛事的吉祥物，从萌萌的福娃，到可爱的冰墩墩、雪容融，足有几十个。“我是个体育迷，也喜欢收集毛绒玩具，这些都是我的收藏。”她说。

从北京冬奥会上的“一墩难求”到CBA赛场的“一票难求”，近年来国内日益火爆的体育市场背后，女性消费者正展现出越来越强大的购买力。

在山西大学体育学院教授任民铎看来，女性体育消费市场的日益壮大，



不仅是体育产业发展的结果，也是人民群众生活品质提高、健康意识增强的表现。

“随着女性成为消费结构升级的重要推动者，可以预见体育‘她经济’潜力将会进一步释放，女性体育消费规模将持续扩大。”他说。

(刘扬涛 马晓媛 季嘉东)

今年女性平均月薪8689元

中国女性职场现状调查报告出炉

本报讯(洪幸)近年来，职场女性权益保护受到社会各界的高度关注。近日，智联招聘发布《2023中国女性职场现状调查报告》，从职场发展、婚育家庭、职场性别平等维度，洞察职场女性生存发展状况。

从薪酬来看，2023年，女性的平均薪酬为8689元/月，与男性的9942元/月相差1253元，总体来看，男女薪酬差距呈逐年缩窄趋势。2019年，女性比男性月薪低23.5%，2023年相差约12%。报告认为，这在一定程度上说明女性的职场价值日益得到更多认可。

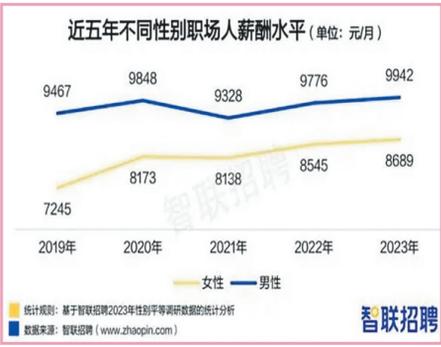
从工作时长来看，有41.9%的女性每天工作9小时以上。除了在工作上够拼，女性也是操持家务的主力军。68.8%的女性每天从事家务劳动1小时以上，远高于男性的47.2%，也高于去年的50.9%。

除了在工作中够拼，职场女性的业余生活也很充实。报告显示，约6成女性将业余时间主要用于休息和娱乐，但也有高达40.6%的职场女性在业余时间充电学习，与去年基本持平。女性的学习意识比男性更强，在业余时间充电学习的男性占比36.8%。

同时，女性在锻炼健身和社交会上投入的时间更多，分别有31.2%和27.5%的女性用业余时间锻炼和会友，占比高于去年的22%、16.2%。与此同时，将时间投入这两项业余活动的男性分别占比32.4%、27.2%，与女性大体相当。

婚育仍是职场女性重点关注话题。报告显示，超一成已婚女性不想结婚，超四成未婚女性希望30岁以后结婚或不婚。对于不准备生育的职场人而言，“养孩子经济负担重”是首要因素，总体占比达60.2%，与去年持平。而在已婚育的女性中，超七成“宝妈”当过全职妈妈，超两成成为缓解经济压力重返职场。

值得注意的是，数据显示，在已婚育职场人中，49.3%的女性认为配偶“基本没有承担家务、照顾小孩的责任”，占比高于去年的23.1%。仅6%的爸爸认可此说法。



西安市印发流感大流行应急预案

响应程度分四个级别

据西安发布 3月8日，西安市印发《西安市流感大流行应急预案》，加强对流感大流行的应对准备，指导和规范流感大流行的应急处置等工作，最大程度减少流感大流行对公众健康与生命安全造成的危害，保障经济社会可持续发展，维护社会稳定。

预案要求，在疫情防控中加强统一领导，联防联控；依法防控，科学应对，充分发挥专家作用，运用先进科学技术，提高防控水平；预防为主，常备不懈。此外，还要及时、主动引导社会舆论，维护社会稳定。

根据新型(或新亚型)流感病毒毒株或重现旧亚型毒株(以下简称新型流感病毒)的波及范围和危害程度，将流感大流行的应对过程划分为3个阶段，即应对准备阶段、应急响应阶段、恢复评估阶段。

预案规定将根据实际情况，由市应急指挥部办公室组织、联络相关领域的专家组成专家咨询组，各级各类医疗、疾病预防控制、院前急救、卫生监督、采供血、出入境检验检疫等专业技术机构，结合各自专业特点，在市应急指挥部的统一指挥下，开展流感大流行防控工作。

同时，预案中由低到高将应急响应阶段分为Ⅳ级、Ⅲ级、Ⅱ级、Ⅰ级4个级别。Ⅳ级和Ⅲ级响应的主要目标是将新型流感病毒遏制在有限范围内或者延缓其传播，Ⅱ级和Ⅰ级响应的主要目标是减轻流感大流行对公众健康和经济社会发展造成的危害。其中，最高级别Ⅰ级响应的措施包括，根据波及范围及严重程度，实施疫区封锁、交通检疫、停产、停业等措施；征用宾馆、饭店、招待所、体育场馆等社会资源，建立和启动临时医疗救治点；各级各类学校及托幼园所停课，并跟踪学生和幼儿健康状况；停止各种人群聚集性活动，关闭商场、剧场、影院、图书馆、博物馆、旅游景点等人员密集场所等。

新闻直通车

2023年陕西省民营企业专场招聘会本周六举办

本报讯(记者 兰增千)由中国西安人才市场管理委员会办公室、陕西省人才交流服务中心主办的“就”在民企，“职”向未来——2023年陕西省民营企业专场招聘会”将于3月11日上午在中国西安人才市场招聘广场(陕西省体育场北区E1-N2-N3看台)举办。

省人才交流服务中心有关负责同志介绍，届时将有近200家来自各地的大型民企、股份制单位、高新技术企业等现场进行招聘，欢迎陕西省高校毕业生及社会各类人才现场参会应聘，本次招聘会招聘专业涵盖理工类、经管类、医学类、文史类、农林类、艺术学类、法学类等综合类专业。

本次招聘会现场将设置专业面试专家团，免费为应聘者提供就业、政策等咨询服务，协助做好职业规划。招聘会现场还将设置就业指导台，为各高校毕业生就业创业政策讲解、能力提升帮扶、基础就业、灵活就业、就业手续办理等，求职者可拨打电话：029-62890806、62890868进行咨询。

咸阳市第三届全民健身运动会 3月18日开幕

本报讯(于忠虎 吕璐)3月7日，咸阳市第三届全民健身运动会赛事发布会举行，介绍此次赛事将于3月18日开幕。届时，来自咸阳市市直机关和13个县区的14支代表队共计1728名运动员，将参与篮球、羽毛球、乒乓球、中国象棋、健身气功、柔力球、广场舞、太极、瑜伽等9类比赛项目，参赛人数为历届之最。

截至目前，赛事筹办各项工作已全面到位，场馆改造提升焕彩出新、开闭幕式筹备推陈出新、赛事组织平稳精心、服务保障全面细致，包括文体展演、安保医疗、交通电力、志愿服务、住宿餐饮等在内的各方面准备工作均已就绪，将为市民呈现一届“简约、安全、精彩”的体育盛会。

据了解，咸阳市全民健身运动会自2017年首届开赛以来，已成功举办两届，本次在渭城区举办的第三届运动会是渭城区建区以来承办的规模最大的体育赛事。

本报讯(记者 邵荣军 通讯员 刘飞)3月7日，记者从陕西环保集团获悉：该集团2022年实现营业收入32.05亿元，固定资产投资8.26亿元，利润总额2.1亿元，连续八年超额完成省国资委下达的经营任务。

2022年，该集团紧紧围绕全省生态环境保护大局和政府关注、群众关切的污染治理重点、热点事项，在打赢污染防治攻坚战中彰显了国企担当，发挥了示范带动作用，助推全省环保产业进一步实现规模化、集群化、专业化发展。2022年实现营业收入32.05亿元，固定资产投资8.26亿元，利润总额2.1亿元，研发投入强度1.61%，连续八年超额完成省国资委下达的经营任务。全年助力全省减排二氧化碳13.58万吨、氮氧化物2.35万吨、烟粉尘234.63万吨；处理生活污水8661万吨、工业污水3949万吨；处置一般固废425.61万吨、危废26.11万吨，资源化综合利用一般固废36.82万吨。

下一步，该集团将充分发挥在生态环境污染治理全产业链的优势，确保今年实现营业收入39.15亿元，利润总额2.1亿元，固定资产投资4.41亿元，研发投入0.5亿元。

结合全省开展高质量项目推进年活动，全力促进项目建设提速提质增效，该集团今年计划投资20个固定资产投资项目，其中关中国固废处置中心刚性填埋场项目完成一期工程，商洛市全域污水处理PPP项目达到通水调试条件，神木高新区一般固废综合利用处置项目完成填埋库区、渗滤液区、防渗工程主体工程。

连续八年超额完成经营任务

陕西环保集团

解读旅游消费“她”密码

春季赏花游热度高 西安女性订单量同比增长近61倍



会错过的体验。此外，浪漫悠闲的“夜游”格外受女性青睐，广州“珠江夜游”以166%的涨幅成为最热门的夜游体验，苏州的“夜游园林”和南京的“秦淮河夜游”紧随其后。

途牛旅游网日前发布的《2022女性出游消费报告》显示，去年出游的女性用户中，80后、90后女性占比达73%。同时，女性用户的旅游消费意愿和消费能力也高于男性。2022年女性用户平均出游天数为2.8天，而男性用户平均出游天数为2.5天。消

费能力方面，女性用户购买的度假旅游产品人均订单金额高出男性用户40%。报告还进一步显示，在旅游产品的选择上，跟团游、自由行、自驾游等打包旅游产品受到更多女性用户青睐，其中，跟团游热度更为靠前，出游人数占比为29%；“机票+酒店”“酒店+景区”等自由行、自驾游产品则是更多00后、90后的热门选择。单资源产品预订中，门票、高铁/火车、机票等产品占据较大比例。

携程发布的《2023“她旅行”消费洞察报告》中获悉，2023年至今，女性整体旅游订单同比去年增长超过14倍，整体旅游消费均价高于男性近一成。跨境旅行放开以来，迫不及待看世界的她，出境订单占比比较

男性多6个百分点。根据报告，北京、上海、广州、成都、重庆、杭州、深圳、西安、南京、长沙的女性用户订单量最多。女性用户订单量前三十位的城市中，订单量同比增长最多的城市包括：西安(近61倍)，苏州(近45倍)，杭州、厦门、宁波、无锡、广州、哈尔滨(均超过20倍)。

携程研究院高级研究员谢晓青表示，“她经济”蓬勃发展之下，以女性消费偏好为主的细分领域不断拓展，其中旅行消费不仅寄托女性对美好生活的热爱，也成为推动疫后行业复苏的重要动力。“疫情”之后，女性消费者结构已经出现较大的变化，旅游商家需通过挖掘新人群、新需求、新渠道，促进“她力量”进一步绽放。



↑3月7日，国铁西安局在宝鸡片区开展“奋进新时代 巾帼展风采”女职工趣味运动会，来自陕北、安康、西安、宝鸡四个片区共2000余名一线女职工参加。 朱旭涛 摄



↓近日，韩城矿业下峪口矿组织开展“建功新征程 立业展风采”家庭诵读活动，为矿区发展凝聚巾帼力量。 卫宝娜 吴亚会 摄



↑3月6日，西安近代化学研究所组织40名女职工参加唐宋文化体验活动。女职工身着唐朝服饰在专业老师的指导下体验传统点心唐果子制作和宋代点茶。 郭晓辉 摄