

基于全民健身视角下广州、长沙销售体育行为与优化策略

前言

通过问卷调查、访谈、数理统计、文献资料等研究方法对广州、长沙两个城市销售人员的体育行为进行了对比分析，找出两个城市销售人员体育行为的差异。通过对比分析为不同地域销售人员体质健康的提高找到切实可行的优化路径，提高企业劳动力质量和竞争软实力，推动全民健身、健康中国战略实施。

关键词

全民健身；职工体质健康；体育行为；企业体育文化

1 研究背景

党的十九届五中全会提出了“体育强国”的“十四五”发展目标^[1]。2021年7月18日国务院发布的《全民健身计划（2021—2025）》中再次提出在“十四五”时期，要深入实施健康中国战略和全民健身国家战略，构建更高水平的全民健身服务体系^[2]。国务院要求，在未来10年左右的时间内，经常参加体育锻炼的人数要保持增长到占人口总数三分之一以上。只有面向大众、深入基层、努力调动全社会力量共同推进，才能真正实现中国体育文化建设战略构想^[3]。

表 1 1982—2005 年商业、服务业人员的职业结构占比^[4]

年份	1982	1990	2000	2005
占比	10.22%	15.31%	22.83%	27.72%

属于商业、服务业人员职业类别的销售人员^[5]是企业与客户之间的桥梁，关乎企业效益。职业结构是一个国家和地区现代化程度的重要指标^[6]，在新经济形势下，以第三产业为主导的职业结构下商业、服务业人员占比逐年增加（表1），是推动全民健身不可忽视的群体。

2 研究对象与方法

2.1 研究对象

以长沙、广州各企业从事销售工作人员的体育行为为研究对象。

2.2 研究方法

2.2.1 文献资料法

通过中国知网、广州体育学院图书馆等资料库查阅关于“企业体育文化”“销售人员”“全民健身”等相关参考文献，了解销售人员在当前社会背景下的地位和企业体育文化推行程度，为论文的写作和研究提供一定的理论基础和研究依据。

2.2.2 问卷调查法

制定关于销售人员体育行为的调查问卷，通过问卷星对广州、长沙合计315名销售人员发放问卷。

2.2.3 访谈法

分别对广州、长沙部分销售人员进行以体育行为、运动环境、企业对员工健康关注度等话题的访谈，切实了解两地销售人员体育行为等具体情况。

2.2.4 数理统计法

通过问卷星导出问卷调查数据，用Excel表格对数据进行统计处理，运用SPSS19对两地销售人员各项数据进行卡方检测，对比分析两地销售人员体育行为的特征，根据特征提出两地销售人员体育行为的优化策略。

3 结果与分析

3.1 广州、长沙城市规模对比分析

广州位于中国南部，是广东省的省会城市。2021年末广州市常住人口1881.06万^[8]，长沙同样是长江中游的重要中心城市。根据国务院2014年11月发布的《国务院关于调整城市规模划分标准的通知》，广州、长沙虽然在规模上同属“超大城市”，但是从地区经济生产总值可以看出，长沙与广州不论在人口还是经济上都存在很大差距，作为沿海城市的广州明显优于长沙。

3.2 广州、长沙销售人员学历对比分析

表 2 广州、长沙销售人员学历情况

地区	初中	高中或中专	大专	本科及以上	合计
广州	3	15	60	72	150
长沙	6	24	96	39	165
合计	9	39	156	111	315

教育程度对健身意识和行为的影响广泛、持续，会在多方面、长时间跨度内发挥作用。表 2 是参与调研广州、长沙的销售人员学历情况，从表中可以看出，高学历销售人员（本科及以上）比例广州占比 48%，而长沙仅有 23.6%，大部分销售人员的学历在大专程度（城市 GDP 与职工学历关系）。

对两个城市销售人员学历数据进行卡方检测，得到结果 $c^2=20.528a$ ， $P=0.000<0.01$ ，表明广州与长沙两个城市的销售人员学历构成存在显著差异性，位于粤港澳大湾区的广州销售人员的学历水平明显高于长沙销售人员。

3.3 广州、长沙销售人员体育行为对比分析

体育行为是指人们有意识、有目的进行的以体育方法或动作为手段的健康行为。

3.3.1 广州、长沙销售人员每周体育锻炼频率与每次锻炼时间对比分析

表 3 广州、长沙销售人员每周体育锻炼频率

地区	3次以上 (包括3次)	3次以下	无	合计
广州	48	51	51	150
长沙	30	48	87	165
合计	78	99	138	315

表 4 广州、长沙销售人员每次锻炼时间

地区	60分钟以上 (包括60分钟)	30~60分钟	30分钟 以下	合计
广州	36	45	69	150
长沙	30	27	108	165
合计	66	72	177	315

表 3、表 4 分别是广州、长沙销售人员每周体育锻炼频率与每次锻炼时间，在广州每周锻炼 3 次以上（包括 3 次）的销售人员占比为 32%，在长沙仅为 18.1%。每周无锻炼习惯的销售人员广州占比为 34%，而在长沙高达 52.7%。广州

销售人员每次锻炼 60 分钟以上的占比 24%，长沙为 18%，差异不大。但是，每次参与锻炼时长在 30 分钟以下的销售人员广州占比 46%，长沙占比高达 65.4%。

对表 3 的数据进行卡方检测，得出结果： $c^2=12.951a$ ， $P=0.002<0.01$ ，表明广州与长沙销售人员每周体育行为的频率存在非常显著性差异，并且广州销售人员每周参与体育行为的平均频率高于长沙。

对表 4 的数据进行卡方检测，得出结果： $c^2=12.954a$ ， $P=0.002<0.01$ ，表明广州与长沙销售人员每次体育行为的时长也存在非常显著性差异，并且广州销售人员平均体育行为进行时长高于长沙。

不论是在每周参与频率还是每次锻炼时间上，广州销售人员都明显优于长沙销售人员。

3.3.2 广州、长沙销售人员体育活动内容分析

图 1 广州、长沙销售人员体育活动内容

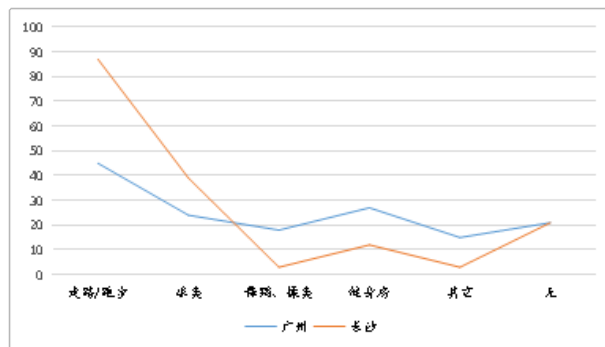


图 1 是两个城市参与调研的销售人员体育活动内容折线图。从体育活动内容上来看，广州销售人员比长沙销售人员呈更多样化发展，广州的折线图较长沙明显更加平稳。长沙销售人员参与锻炼的方式多以常见的走路、跑步或者球类为主，在其它项目方面鲜少涉及；而广州销售人员在参与方式上更为丰富，除了常见的走路、跑步或者球类、舞蹈、操类以及健身房，其他项目也均有涉及。广州地处粤港澳大湾区，在体育发展上有着长沙难以抗衡的地理优势，依托粤港澳大湾区的优势，广州各个体育项目发展的土壤比长沙更为优渥。

4 结论与建议

4.1 结论

4.1.1 大部分销售人员工作时间过长、工作时间不稳定，难以养成体育锻炼习惯

研究显示,95%以上的销售人员愿意参与体育锻炼,但每周锻炼3次以上(包括3次)的人数仅为25%,不参与锻炼的人数却高达44%,每次锻炼时长60分钟以上的人数占比21%,长沙为18%,而每次参与锻炼时长在30分钟以下的人数占比56%。

这样呈现出来的体育行为参与频率、进行时长与体育锻炼意愿严重不匹配。参与调研的销售人员中平均每日工作10小时以上占比为31%,78%的销售人员每周工作5天及以上,不定期的加班,没有固定的下班时间,在这样的的工作强度下,销售人员很难在业余时间坚持锻炼,形成固定的锻炼习惯。

4.1.2 占据优势的广州,体育行为现状中“优秀率”不理想

据统计,2020年广州地区生产总值比长沙高出将近一倍。在周边体育环境上,广州地处沿海经济发展带,属于粤港澳大湾区,在体育文化传播方面有着独厚的优势,各方面明显优于内地城市长沙。

但是,各方面均占据优势的广州,在销售人员体育行为上与长沙进行对比时,双方在“优秀”层面差距不大,主要差距都体现在“不及格”上。譬如,对工作体育活动环境基本满足的销售人员广州占比为20%,长沙占比16.4%,差异不大,但是,不满意的销售人员在广州占比36%,而在长沙占比高达58.1%。在广州、长沙,企业对销售人员健康关注度以及销售人员的体育行为中同样存在此类现象。从广州的位置、经济以及销售人员素质来说,与长沙相比占据优势的广州在销售人员体育行为现状中的“优秀率”并不理想。

4.2 建议

4.2.1 从企业入手,打造碎片时间企业体育文化

体育作为一个文明的橱窗,可以迅速并鲜明地反映一个企业、地区文明发达的程度。将企业作为销售人员体育行为的主战场,利用碎片时间组织员工进行体育锻炼,是解决销售因为长时间工作无法进行体育锻炼的重要手段。

此举既能优化销售人员体育行为,增强其体质,也能调节销售人员工作状态,提高工作效率,还能利用积极的体育行为打造属于企业独特的体育文化,增强企业凝聚力,一举三得。

4.2.2 政府部门发挥指挥棒作用,加强指引,强化监督

政府部门加强企业中体育文化的宣传和健康知识教育,加强对企业的监督,保障员工权益,适当采取经济政策激励企业体育文化发展。譬如对企业置办硬件体育设施或者对组织体育竞赛费用采取相应的免税、减税、返税政策,以鼓励企业发展体育,重视员工健康。

4.2.3 利用城市优势,推动城市体育发展

广州地处粤港澳大湾区,是国内经济GDP高水平发展地区,体育项目发展属国内前沿,利用其自身的地理、经济优势,加强宣传,推动城市体育文化,是推动全民健身,也是员工体育行为优化的重要路径。

长沙作为拥有“广电湘军”“出版湘军”“演艺湘军”等众多文化资源的文化名城,文化产业在不断发展中已经形成了自己的特色。长沙可以利用文化产业优势,利用媒体多组织社会性的体育竞赛活动,如2008年湖南台推出的大型户外体能竞技节目《奥运向前冲》获得了全民追捧,这对体育文化的传播、全民健身的推广起到重要作用。文化名城运用优势媒体造势,是互联网+娱乐时代最快捷的宣传手段。

由于研究者本身知识、人力、人脉等方面受限,本文的研究只是针对广州、长沙一小部分销售人员进行调研,与实际可能存在偏差。每个城市有其独特的历史、人文、经济背景,每个职业有其独特的职业特性,不论是不同的城市还是不同的职业,都不能一概而论,应仔细分析城市特性、职业特点,针对不同城市、不同职业提出优化策略是将政策落实的必然手段。“全民健身”既要注意主流群体,也要注意需求高、易忽略的“偏远”群体。整合各方力量,减少全民健身负效应,是推动全民健身发展的必经之路。

文/徐艳¹,宋波¹,王曙玲²(1.广州体育学院,广东广州 510500;2.江西科技学院,江西南昌 330098)

作者简介:徐艳,女,江西南昌人,广州体育学院讲师,研究方向:全民健身、运动舞蹈;宋波,男,河北涿州人,广州体育学院副教授,研究方向:体育教育训练学;王曙玲,女,湖南湘潭人,江西科技学院助教,研究方向:体育舞蹈理论与实践教学。

