

玩運動——運動城市樂活時尚的初探

新北市政府教育局教育研究與資訊發展科副研究員 王永成

近年來，玩運動逐漸成為風尚，運動除了帶來健康、充滿活力、紓壓休閒，運動更是一項最有價值的活動課程。這是因為運動有許多元素，一一反映樂趣，不僅是工作專業的表現、生命經驗的分享，亦是企業領導者的智慧。《遠見》（2017）專訪熱愛運動的成功人士、各領域專家，從其中的運動筆記中，窺見健康的人生觀，讓人發現：「原來，運動這麼不簡單！」，當你運動時，除了身體動，腦筋更要動，細細品味運動為自己的人生上了什麼課？相信身體力行後，將有更不同的體驗。

「頭腦不簡單、四肢很發達」已是新興的觀念，運動成為現代人另一門不得不的「必修課」，今天你運動了嗎？已成一句流行語，玩運動（play sports）就是隨心所欲就是Fun。你可以運動一邊玩一邊享受，也可以運動一邊玩一邊流行。不知道該怎麼玩，就看看別人怎麼玩吧！能夠玩運動得自在，玩自己真正想玩，才最重要。如何建構健康快樂的運動城市的玩運動，玩運動令人著迷的時尚城市運動，從運動樂活與運動時尚分析，值得深入探討的課題，本文試圖提供未來運動的新思維。

壹、從運動行銷到玩運動

程紹同（2008）歸納運動行銷（Sports Marketing）在1979年的《廣告年代》（Advertising Age）雜誌，主要是描述當行銷人員使用運動賽事做為促銷的工具透過運動或運動員來銷售產品的策略，主要概念在購買運動節目的廣告。美國的職業運動發展愈來愈成熟，運用了很多商業的行銷手法來經營各種運動項目，運動行銷可分為運動行銷本身，例如奧運的籌備委員會要行銷「奧運會」、SBL超級籃球聯賽要推廣「籃球」運動，美國大聯盟行銷棒球周邊產

品等，而最主要、直接的收入就是門票收入。另外是企業透過運動來達到行銷的目的，例如Panasonic透過贊助世界盃足球賽的方式，來達到跟消費者接觸的目的。

林文郎等（2016）認為如何建立品牌的喜好度或認知程度，連結熱情與喜好，提升品牌好感度，而贊助是藉由企業所獲得的贊助權利，可以為消費者做什麼？贊助不僅仍會有廣告的效果存在，更重要的就是產生關聯性，而要產生關聯，就要善用活化策略，透過活動策略的運用，讓消費者或運動迷把對這個運動賽事的激情、興趣、喜愛、好感，轉移到企業的品牌和產品上。例如萬金石馬拉松藉由各項活動創造趣味性十足的話題；同時在媒體宣傳與VR虛擬實境、博覽會等，巧妙地將運動、時尚、娛樂的元素結合在一起。

玩運動之所以愈來愈受到重視，主要是因為運動這件事，其實是許多人生活的一部分，儘管台灣民眾的運動風氣還不算盛行，對許多運動項目的關注，也不如歐美國家來得深，但隨著臺灣生活水準的提升、愈來愈多的國際型賽事在周邊發生，未來運動一定會變成臺灣民眾生活中的一部分。但面對琳琅滿目的玩運動活動，到底應該要買球場看板、贊助運動員、在電視上買廣告、還是招待貴賓到現場去看比賽，才是既符合經濟效益、又能贏得消費者的認同。不同的運動賽事，操作手法都不一樣。企業可以透過持續性的操作，從規模較小的、地區性的活動開始贊助，當做練習，然後擴大到城市、全國、跨國，全球性的運動，從過程中來累積運動行銷的經驗，即可熟悉運動行銷的手法，進而讓運動和企業的行銷相輔相成。

貳、樂活當下玩運動

教育部體育署（2013）公布〈體育運動政策

焦點話題 >>>

白皮書》，以「健康國民卓越競技活力臺灣」為願景，擘劃我國全民與競技運動發展，以及結合運動產業及人才培養策略之方針，內容規劃未來體育運動發展的重大使命，並訂定施政推動的具體執行策略。推動的重要系列計畫主要有〈浪潮計畫〉、〈千里馬計畫〉、〈伯樂計畫〉、〈大跑步計畫〉、〈約用運動傷害防護員巡迴服務試行計畫〉、〈足球中程計畫〉、〈基層高爾夫球扎根計畫〉及〈臺灣i運動計畫〉等。另外，依據〈國民體育法〉修正條文，訂定發布〈高級中等以下學校體育班設立辦法〉，推動〈學生每週在校運動150分鐘方案〉，並推廣「國民體育日」相關活動。

在全民運動方面，以「人人運動、時時運動、處處運動」的理念，陸續推動〈陽光健身計畫〉、〈運動人口倍增計畫〉、〈改善國民運動環境與打造運動島計畫〉等相關計畫，以及海洋、游泳、自行車及民俗運動等相關方案，並擴及原住民及身心障礙國民等族群之運動。為改變現況，提升學生體適能，有必要透過學校團體運動規劃，期能藉由趣味化活動設計，培養高中以下學生運動樂趣，進而能達到個人運動習慣養成之目標。

為培育學生運動知能，激發學生運動動機與興趣，養成規律運動習慣，奠定終身參與身體活動的能力與態度。推廣運動樂活系列活動讓學子找到自己喜愛的運動，亦鼓勵各校推廣特色體育運動，創意玩運動，利用在地資源，發展各校創新獨特的校園特色體育運動，如創意汽排球、浮潛、溯溪、帆船、獨木舟等活動，提升學生體適能及強化校園團隊精神凝聚力，落實普及化運動之精神，儲蓄終身健康樂活資本。

參、時尚流行玩運動

玩得開心最重要；攀岩、衝浪、溯溪、單車環島，將運動當作是玩耍，發現原來「玩」是真的可以玩得出一番事業，開民宿、開活動公司辦路跑與夜跑、幫運動品牌做公關、做運動經紀、

甚至自己成立教室玩瑜珈或有氧拳擊。運動娛樂中心，讓全家人一起玩一種球類，還沒輪到的人在旁邊吃喝聊天，或玩桌遊什麼的；全家人可以一起運動娛樂。在這個講究養生與身材管理的社會，幾乎所有流行好玩的事情，都和玩有關；尤其運動經紀當紅，把「玩」、「運動」當作創業的核心這點。

SENSE（2015）講求健康的重要，要擁有愉快的身心，運動絕對是生活中不能少的習慣。慢跑、騎車與健身類運動，都是現在都市人最熱衷也最方便持續的運動，不管是只有一個人的街邊慢跑，還是成群結伴的公路車遊，時尚運動夜跑、城市單車、瑜珈、ZUMBA、拳擊有氧、TRX、健身芭蕾，英國ELLE雜誌整理出2017年最新的運動趨勢，像是水中運動、拳擊、瑜珈都有新玩法，還在做傳統運動的話可就落伍囉，利用水中阻力做個高強度間歇性運動（蘋果日報，2017）。

科技廠啟用體保生，締造傲人實蹟，跑客戶當練球一樣，反覆嘗試，球路（做事方式）拿下了「不可能的訂單」。面對委屈，總是正面以對。在文化感染擴散下，同仁的耐挫力都提升了，離職率也降低。運動員在工作的表現超乎預期，因此建議體育署建立績優體育生人才庫，讓企業晉用這些「好用」的體保生。老闆們愛運動，運動員出身的CEO治理成果卓著，運動競技不僅能幫助領導人面對挑戰時有更高的競爭力，學習如何面對輸贏與挫折，及跟團隊成員溝通的能力。

CEO是運動場上的健將，有媒體更曾邀請著名的薪酬專家，針對運動CEO與公司業績的相關性進行研究，獲利能力好的企業，幾乎都是有運動習慣的CEO。愛運動不只是西方成功人士的專利，鴻海董事長郭台銘有上百萬名員工，迄今仍堅持抽空練瑜珈，超級馬拉松，打太極拳更成為生活不可或缺的一環。爬百岳、跑馬拉松、玩鐵人三項，學了太極拳，體會更深。太極拳所有動作都是圓和弧線，重視平衡，講求「意氣勁」，

啟發是學任何事，都要「靜」跟「敬」。太極拳強調平衡與鬆，遇到事情太多、心情繁雜時，讓心回於平靜，做出好的決策判斷。規律運動可提升工作效率；規律運動可強化工作時的心理狀態，有運動習慣的工作者在遭遇逆境時，更能正面以對。名人向運動取經成功者心法，運動中的哲理受重視，除了用人舉才，運動更已成為企業管理者取經的元素。哈佛商學院就曾將美國職棒大聯盟紅襪隊的經營模式，做為企業擬訂策略的參考。最喜歡談的就是運動，例如高爾夫、單車環島、登玉山、鐵人三項、戈壁挑戰等，還會揪團運動（遠見，2017；Abigail Hes, 2017）。

肆、新北動健康

運動是國民健康的基礎，也是休閒享受的展現，新北市也推動樂活系列活動，今年以「玩運動」為主軸，在校園推動12種班際性運動，希望透過趣味化的活動設計，「動出健康、玩出快樂、游出活力、跑出自信」。為增加國中小學運動人口並養成規律運動習慣，以國中小校園為基地，趣味、安全之活動為媒介，結合現有健康與體育領域課程實施，創意新北動健康，祖孫總動員，透過共同推動帶領「動健康」風潮，推動「新北祖孫動健康」政策，藉由小朋友帶動家中祖父母及長輩，一起參與「動健康」。「新北祖孫動健康」融入運動會、家長日及重要節慶活動，以祖孫共同參與的方式，增進小朋友與祖父母的健康，促進祖孫及家人間的情感連繫，進而建立健康和諧的家庭。鄰近運動休閒中心及樂齡學習中心，一起健康動一動（中國時報，2017）。

「新北玩運動計畫」是希望民眾能從小養成規律運動習慣，方能有助於提升本市未來規律運動人口比例，將新北市打造成全國最進步的運動城市。因此，在未來發展面向上將提倡適合在學校、社區推動，進而能推展到全市的運動項目為主，並以「跑出自信」、「玩出快樂」、「動出健康」、「游出活力」作為推動主題，結合本

市多元運動場域，規劃出8大運動項目之系列活動，包含路跑、登山健行、桌球聯誼賽、棒球與幼兒足球聯賽、水域活動體驗、社區運動教室及單車快樂遊。「中小學大隊接力」、「國小樂樂足球」、「國小師生樂樂棒球」、「國小健身操」比賽，並增加「中小學大隊接力」、「國小師生樂樂棒球」、「中小學躲避球賽」、「中小學班際拔河比賽」、「『校際30人31腳』及『班際10人11腳』趣味競跑賽」、「中小學班際跳繩擂臺賽」、「中小學夏季班際飆泳賽」、「中小學秋季每人魚班際游泳挑戰賽」、「中小學班際3對3籃球賽」、「中小學小鐵人競賽」、「中小學躲避球賽」、「中小學班際拔河比賽」、「中小學夏季班際飆泳賽」行政組競賽組別，讓親師生來運動玩運動（新北市政府教育局，2017）。

推動「運動i臺灣」計畫：執行四季玩運動，春季辦理社區運動教室、夏季推動「山海運動遊」套裝行程、秋季辦理桌球社區聯誼賽，冬季辦理社區棒球、幼兒足球聯賽及全民路跑活動，鼓勵親子同樂，提升市民運動風氣，穩定提升本市規律運動人口比率。新北市萬金石馬拉松成為國內賽事標竿學習對象，使更多縣市政府願意投入辦理國際賽事，共同提升臺灣及城市的曝光度與知名度。藉由舉辦國際賽事，強化籌辦國際體育賽會能力，培養全球化視野，提升臺灣體壇水平。為培養學生健康體魄，養成正確運動及健康生活作息，協助學校興建風雨操場，增加學生生活活動空間；推動普及化運動及適應體育運動，並強化學生健康行為習慣。一、增加體育活動時數：協助無雨天設施之學校興建風雨操場；推動零時體育，善用課前、課間、課後時間鼓勵學生運動，以提升學生體育課程外每週參與體育活動時間比率、參與普及化運動比率（新北市政府教育局，2016）。

伍、運動城市的推手

新北市政府教育局（2016）在校園力推「玩運動」政策，今年以「動出健康、玩出快樂、游

焦點話題 >>>

出活力、跑出自信」為年度主題，自3月份起陸續辦理大隊接力等12種校園班際性普及化運動競賽，並以象徵「跑出自信」的大隊接力競賽做為開端。結合親師生黃金三角，營造社區資源投入機會，社區加入健康促進行列，彼此觀摩互動與學習，將正確的健康概念引進社區，深入到社區的每一個家庭之中，「童趣玩運動」不但能強身，也能提升專注力，還可讓孩子則在運動過程中，學習到團隊合作與互動，對於人際關係的發展與情緒控管上都很有幫助。此外他也強調，家長若能適度陪同孩子一起運動，也可以增加運動效果與親子互動，鼓勵家長可以陪同小朋友參加運動中心的親子課程，增進親子關係，就是健康及家長陪伴，現在的兒童接觸太多3C產品，希望爸媽可以陪著孩子們一起來運動中心，一起運動健康，孩子成長過程中運動非常重要，家長陪伴更為重要，親子一起養成運動習慣，才能培育健康下一代。

為提升國人參與運動人口、活絡地方辦理體育活動風氣並能帶動地方民眾參與運動、厚植休閒運動發展基礎以及活絡社區運動發展。期能促進全民參與，提升國人運動生活品質，並配合教育部體育署運動i臺灣計畫中全民運動二大指標：強化基層體育組織與養成規律運動習慣。以打造新北市成為人人愛運動、處處能運動、時時能運動的運動城市形象。「新北玩運動」為理念基礎結合跨世代運動風潮，繼續帶動所有市民養成規律運動習慣，使新北市成為最適合居住、最有活力的健康城市。運動城市提升本市規律運動人口、提供境內優質多元運動環境及持續精進萬金石馬拉松賽事品質，規劃相關計畫及執行方案，以期打造優質新北運動城市。

參考文獻

蘋果日報（2017年1月11日）。2017年玩這些運動最潮。取自<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/supplement/20170111/37516321/>

中國時報（2017年3月2日）。4000人大隊接力！一起來「玩運動，動健康」。取自<http://www.chinatimes.com/realtimews/20170302006828-260405>

Abigail Hess (2017). If you want to be a CEO later, play sports now. CNBC.com.reference from<http://www.cnbc.com/2017/01/11/want-to-be-a-ceo-later-play-sports-now.html>

SENSE（2015）。玩運動令人著迷的時尚城市運動，中文版。臺北：欣傳媒。

林文郎等（2016）。運動行銷學，2版。臺中：華格納。

程紹同（2008）。瘋運動玩行銷。臺北：經理人月刊

遠見（2017）。偷學成功者的運動筆記。臺北：遠見天下。

新北市政府教育局（2016）。新北市 2016～2018卓越人才 LEADING未來三年計畫。新北：作者。

新北市政府教育局（2017）。2017新北市運動樂活系列活動總體計畫。新北：作者。

教育部體育署（2013）。運動城市調查。臺北：作者。