第十五期 ISSN 1816-532X （1~14）

新北市板橋區高齡者運動參與行為與生活滿意度之研究

黃敏銓/國立體育大學
藍孝勤/開南大學

通訊作者：黃敏銓
通訊地址：235 新北市中和區華福街 42 巷 2 弄 16-1 號 2 樓
電子郵件：hmc2650@yahoo.com.tw

摘　要

本研究旨在探討不同背景變項之新北市板橋區高齡者於運動參與行為與生活滿意度之差異，以及兩者間的相關情形。本研究採問卷調查法，以運動參與行為與生活滿意度問卷為研究工具，以新北市板橋區第一、第二運動場及板橋國民運動中心從事運動之高齡者為研究對象，採便利取樣，共發出 300 份問卷，回收有效問卷 276 份，有效回收率 92%。本研究以 SPSS 20.0 版套裝軟體進行資料處理，以描述性統計、t-test、單因子變異數分析、皮爾遜積差相關統計方法進行分析。研究結論如下：一、不同年齡、不同婚姻狀況之新北市板橋區高齡者在運動參與行為上達顯著差異；二、不同婚姻狀況、不同教育程度、不同健康情形之新北市板橋區高齡者在生活滿意度上達顯著差異；三、運動參與行為與生活滿意度中之對老化態度和情緒構面上有顯著的正相關存在。最後，研究者根據研究結果，分別對高齡者運動推廣相關單位和未來之研究提出建議。

關鍵詞：老化、老年人、運動參與程度

第十五期 ISSN 1816-532X （1~14）

壹、緒論

一、研究背景與動機

人口老化是全世界先進國家共同面臨的問題，根據聯合國衛生組織 （World Health Organization） 定義一個國家或社會其65歲以上的人口占7%以上，就稱為高齡化國家。國家發展委員會 （2016） 統計顯示臺灣於1993年老年人比率超過7.1%，邁入高齡化社會；預估於2018年此比率將達14%，成為高齡社會；2026年此比率將再超過20%，成為超高齡社會。要如何有效因應人口結構改變所帶來的老人問題，是不容忽視的重要課題。

高齡者生理因老化的影響，身體活動及抵抗疾病的能力較一般人低，身體組織不易恢復 （林麗娟，1993）。而規律性運動對身體健康有相當益處，適度運動對老人更是必要的，不僅可維持老人日常生活所需功能、降低心血管疾病、骨質疏鬆症、糖尿病、高血壓等疾病產生 （Brody, 1977; Wilson, 1991）。李蘭 （1993） 指出，藉由運動參與可以提升體適能，對於生理、心理及社會三個層面的健康皆有幫助，並可幫助情緒控制有效延長壽命及接受各種挑戰、充分享受人生。蕭淑芬 （2002） 研究也發現，從事規律運動能減少醫療就診次數，高齡者參與休閒活動頻率愈高，其生活滿意度也愈高。由此可見，規律運動對於高齡者的重要性，除了可以改善身體健康，也可使自己有活力、樂觀，減少醫療就診次數，降低醫療資源的支出，對提升生活滿意度也具正面效益。

Hollis （1998） 認為生活滿意是指個人對其經濟、體力、情緒、心理各社會因素等層面，是否適應良好的主觀判斷。白靜芳 （2002） 則認為生活滿意度是以精確、直接且穩定的方法，界定個人是否在生活中適應良好，作為生活良窳的判斷標準。綜觀國內外學者的定義後，本研究所指的生活滿意度，係指高齡者對生活的主觀評估，被視為是一個多面向的概念，並將其歸納為五個構面，包括：對生活熱衷的程度、對老化的態度和情緒、對生活的接受程度、社會互動的程度與自我概念，並以這五個層面進行生活滿意度之評量。

國內外對於高齡者的定義不一。依據老人福利法第2條的定義，凡年滿65歲以上稱為老人 （全國法規資料庫，2017）。此外，根據老人福利機構如松柏大學、北區老人文康活動中心、老人大學、長青大學等社會教育機構，將55歲以上者界定為高齡者 （林麗惠，2001）。本研究為更廣泛的瞭解高齡者之運動參與行為，乃將年齡55歲以上者定義為高齡者。板橋區為新北市首善之區，地處於新北市主要人口、商業、政治、經濟中心。根據新北市政府民政局 （2015） 資料顯示，新北市板橋區55歲以上高齡者約13.7萬，占全區人口25%。面對如此眾多的高齡者人口，有必要瞭解他們在運動參與的狀況以及對生活滿意度的判斷反應，以做為相關單位資源投入與身體活動辦理之規劃依據。

有關規律運動部分，行政院衛生署國民健康局 （2010） 將規律運動參與行為定義為，以每週至少3次、每次至少20分鐘以上、心跳到達每分鐘120下。美國運動醫學會（American College of Sports Medicine, 1990） 指出，一般人從事運動每週至少5次，每次至少20分鐘，最大心跳達到60-90%之強度或最大耗氧量50-85%的有氧運動，以維持心肺適能。

綜上所述，參與運動對於高齡者而言，能促進高齡者在身體健康、心智健康、促進

第十五期 ISSN 1816-532X （1~14）

社會和諧與整體的效益 (陳娟娟，2005)；而且，參與休閒活動能使人們感到放鬆、活力提昇、發展及幸福的機會；所以高齡者休閒活動的參與，則是可提供一個正向的態度以創造新的社會關係。因此，應正面思考運動對高齡者的幫助，積極促進高齡者參與，建立其身心靈層面的滿足與安適。本研究歸納出以運動次數、運動時間、運動強度做為運動參與行為之構面，編製運動參與行為量表；以對生活熱衷的程度、對老化的態度和情緒、對生活的接受程度、社會互動的程度與自我概念等構面，做為編製生活滿意度量表之基礎。並基於上述之研究背景與動機，本研究擬針對不同背景變項之新北市板橋區高齡者進行調查，藉以瞭解其於運動參與行為之差異，以及與生活滿意度之關係。

二、研究目的

（一）探討不同背景變項的新北市板橋區高齡者在運動參與行為之差異。

（二）探討不同背景變項的新北市板橋區高齡者在生活滿意度之差異。

（三）探討新北市板橋區高齡者運動參與行為與生活滿意度之關係。

貳、研究方法

一、研究對象

本研究以板橋區第一、第二體育場及板橋國民運動中心內，參與運動之55歲以上高齡者為研究對象。研究者於2016年5月至6月間，分別至上述三個運動場域發放問卷，各發出100份問卷，共計發放300份。剔除無效問卷24份，有效問卷共276份，有效問卷比率為92%。

二、研究工具

本研究所使用的測量工具為「新北市板橋區高齡者運動參與行為與生活滿意度問卷」共分三部份：個人基本資料、運動參與行為量表、生活滿意度量表。茲將研究工具內容分別說明如下：

（一） 個人基本資料

即樣本之人口背景變項，內容包括：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、健康情形、居住狀況等六項。

（二） 運動參與行為問卷

此部份在調查新北市板橋區高齡者最近半年內之運動參與行為，包含每週運動次數、每次運動時間及運動強度，並以此三項做為評估運動參與行為程度高低之依據。依據 Fox （1987） 的公式：運動參與行為＝次數x（時間＋強度），換算之後，高齡者在運動參與行為公式計算結果所得數字愈高者，代表其運動參與行為愈高。

（三） 生活滿意度量表

生活滿意度量表共分為五個構面，分別為對生活熱衷的程度、對老化的態度和情緒、對生活的接受程度、社會互動的程度與自我概念，共 36 題。本量表計分方式採用李克特 （Likert） 五點式量表，填答得分愈高者，表示對該項生活滿意度愈高。本研究採用 Cronbach’s α 係數來考驗本量表內部一致性，總量表之 Cronbach’s α 值達.881，各分量表 Cronbach’s α 值介於.821～.921 之間，分別為對生活熱衷的程度.821、對老化的

態度和情緒.921、對生活接受程度.834、社會互動的程度.832、自我概念.856，顯示本量表具有良好信度。

三、資料處理

本研究以 SPSS for Windows 20.0 版套裝軟體，針對所蒐集之資料進行統計分析，並採取下列統計方法，分別對各項假設進行考驗，瞭解是否達到統計上要求的顯著水準，本研究顯著水準訂為 $p < .05$。茲分別說明如下：

（一）以 t-test 考驗不同性別之運動參與行為與生活滿意度之差異情形。

（二）以單因子變異數分析 （one-way ANOVA） 考驗不同年齡、婚姻狀況、教育程度、健康情形及居住狀況的運動參與行為與生活滿意度之差異情形，若各組之間差異達顯著水準，則以雪費法 （Scheffe's method） 進行各組間之事後檢定。

（三）以皮爾遜積差相關 （Pearson’s product moment correlation） 來探討運動參與行為及生活滿意度之間的關係。

參、研究結果

一、不同背景變項的新北市板橋區高齡者在運動參與行為上之差異情形

表一　不同背景變項在運動參與行為上之差異分析摘要表

	個人背景變項	人數	平均數	標準差	*t* 值	*F* 值	事後檢定
性別	1.男	88	23.57	14.78	-.100	.020	—
	2.女	188	23.77	14.84			
年齡	1.55-59 歲	118	20.16	13.31	—	4.416*	3>1 4>1
	2.60-64 歲	57	25.03	15.55			
	3.65-69 歲	42	28.73	16.17			
	4.70-74 歲	31	29.32	14.27			
	5.75 歲以上	28	22.17	14.11			
婚姻狀況	1.未婚	13	12.15	5.82	—	3.812*	2>1 4>1
	2.已婚，配偶健在	227	24.31	14.74			
	3.喪偶	29	22.06	15.32			
	4.離婚或分居	7	32.42	16.67			
教育程度	1.國小	69	23.57	14.78	—	.646	—
	2.國中	42	26.02	15.62			
	3.高中/高職	69	22.92	15.00			
	4.大專/大學	85	22.75	14.34			
	5.研究所以上	11	28.00	14.73			
健康情形	1.很好	56	25.10	14.00	—	.114	—
	2.好	129	25.28	14.26			
	3.普通	88	20.62	15.55			
	4.不好	3	20.33	22.18			
居住狀況	1.單獨居住	18	16.16	14.62	—	2.609	—
	2.與配偶/子女同住	246	24.45	14.74			
	3.與親戚/朋友同住	7	15.28	11.55			
	4.其他	5	26.00	14.47			

*p < .05

由表一顯示，不同年齡的新北市板橋區高齡者在運動參與行為上達顯著差異（F=4.416，p < .05），進一步以雪費法進行事後檢定，結果如下：年齡在 65-69 歲

（M=28.73） 大於 55-59 歲 （M=20.16）；70-74 歲 （M=29.32） 也大於 55-59 歲 （M=20.16）。

不同婚姻狀況的新北市板橋區高齡者在運動參與行為上亦達顯著差異 （F=3.812，p < .05）。進一步以雪費法進行事後檢定，結果如下：已婚，配偶健在 （M=24.31） 大於未婚 （M=12.15）；離婚或分居 （M=32.42） 也大於未婚 （M=12.15）。

於不同性別、教育程度、健康情形及居住狀況的新北市板橋區高齡者在運動參與行為上皆無顯著差異。

二、不同背景變項之新北市板橋區高齡者在生活滿意度上之差異情形

（一）性別：由表二顯示，不同性別的新北市板橋區高齡者，在對生活熱衷程度（t=-.918，p > .05）、對老化態度和情緒 （t =.216，p > .05）、對生活接受程度 （t =-.026，p > .05）、社會互動程度 （t =-1.304，p > .05）、自我概念 （t =-.164，p > .05）五個構面上，均無顯著差異。

表二 不同性別在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表

生活滿意度各構面	組別	人數	平均數	標準差	*t* 值
對生活熱衷程度	男	88	3.67	.63	-.918
	女	188	3.74	.59	
對老化態度和情緒	男	88	3.95	.72	.216
	女	188	3.93	.66	
對生活接受程度	男	88	3.85	.74	-.026
	女	188	3.85	.65	
社會互動程度	男	88	3.49	.71	-1.304
	女	188	3.61	.68	
自我概念	男	88	3.75	.70	-.164
	女	188	3.76	.65	

*p < .05

（二）年齡：由表三顯示，不同年齡的新北市板橋區高齡者，在自我概念構面上達顯著差異 （F=3.318，p < .05），然以雪費法 （Scheffe's method） 事後檢定比較時發現，各組之間無顯著差異存在。在對生活熱衷程度 （F=1.194，p > .05）、對老化態度和情緒 （F=1.91，p > .05）、對生活接受程度 （F=1.157，p > .05）、社會互動程度 （F=1.085，p > .05） 四個構面上，均無顯著差異。故本研究認定，不同年齡的新北市板橋區高齡者在生活滿意度各構面上皆無顯著差異。

表三 不同年齡在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	*F* 值	事後檢定
對生活熱衷程度	1.55-59 歲	118	3.77	.51	1.194	—
	2.60-64 歲	57	3.66	.78		
	3.65-69 歲	42	3.77	.53		
	4.70-74 歲	31	3.63	.69		
	5.75 歲以上	28	3.53	.55		

*p < .05

表三　不同年齡在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表 （續）

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	*F* 值	事後檢定
對老化態度和情緒	1.55-59 歲	118	3.91	.68	1.91	—
	2.60-64 歲	57	4.07	.66		
	3.65-69 歲	42	4.04	.52		
	4.70-74 歲	31	3.91	.70		
	5.75 歲以上	28	3.68	.84		
對生活接受程度	1.55-59 歲	118	3.89	.63	1.157	—
	2.60-64 歲	57	3.91	.82		
	3.65-69 歲	42	3.85	.58		
	4.70-74 歲	31	3.62	.74		
	5.75 歲以上	28	3.79	.59		
社會互動程度	1.55-59 歲	118	3.53	.58	1.085	—
	2.60-64 歲	57	3.63	.87		
	3.65-69 歲	42	3.73	.67		
	4.70-74 歲	31	3.51	.80		
	5.75 歲以上	28	3.45	.61		
自我概念	1.55-59 歲	118	3.83	.57	3.318*	—
	2.60-64 歲	57	3.78	.80		
	3.65-69 歲	42	3.89	.53		
	4.70-74 歲	31	3.51	.83		
	5.75 歲以上	28	3.46	.61		

*p < .05

（三）婚姻狀況：由表四顯示，不同婚姻狀況的新北市板橋區高齡者在對老化態度和情緒上達顯著差異 （F=5.561，p < .05）。進一步以雪費法進行事後檢定，結果如下：已婚，配偶健在 （M=4.01） 大於喪偶 （M=3.49）。在對生活熱衷程度（F=.684，p > .05）、對生活接受程度 （F=1.529，p > .05）、社會互動程度（F=2.204，p > .05）、對自我概念 （F=2.065，p > .05） 四個構面上，均無顯著差異。

表四　不同婚姻狀況在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	*F* 值	事後檢定
對生活熱衷程度	1.未婚	13	3.81	.27	.684	—
	2.已婚，配偶健在	227	3.73	.61		
	3.喪偶	29	3.57	.65		
	4.離婚或分居	7	3.78	.58		
老化態度和情緒	1.未婚	13	3.77	.74	5.561*	2>3
	2.已婚，配偶健在	227	4.01	.66		
	3.喪偶	29	3.49	.69		
	4.離婚或分居	7	3.87	.66		
對生活接受程度	1.未婚	13	3.94	.52	1.529	—
	2.已婚，配偶健在	227	3.88	.68		
	3.喪偶	29	3.63	.70		
	4.離婚或分居	7	3.61	.73		
社會互動程度	1.未婚	13	3.18	.49	2.204	—
	2.已婚，配偶健在	227	3.62	.69		
	3.喪偶	29	3.42	.79		
	4.離婚或分居	7	3.45	.58		

表四　不同婚姻狀況在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表 （續）

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後檢定
自我概念	1.未婚	13	3.79	.56	2.065	—
	2.已婚，配偶健在	227	3.79	.65		
	3.喪偶	29	3.47	.78		
	4.離婚或分居	7	3.71	.44		

*p < .05

（四）教育程度：由表五顯示，不同教育程度的新北市板橋區高齡者，在自我概念上達顯著差異 （F=3.071，p < .05）。進一步以雪費法進行事後檢定，結果如下：大專、大學畢業 （M=3.87） 大於國小畢業 （M=3.53）。在生活接受程度構面上達顯著差異 （F=2.430，p < .05），然以雪費法 （Scheffe's method） 事後檢定比較時發現，各組之間無顯著差異存在。在對生活熱衷程度 （F=1.932，p > .05）、對老化態度和情緒 （F=1.649，p > .05）、社會互動程度 （F=.746，p > .05）三個構面上，均無顯著差異。

表五　不同教育程度在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	F 值	事後檢定
對生活熱衷程度	1.國小	69	3.58	.54	1.932	—
	2.國中	42	3.67	.67		
	3.高中/高職	69	3.71	.56		
	4.大專/大學	85	3.82	.65		
	5.研究所以上	11	3.95	.54		
老化態度和情緒	1.國小	69	3.80	.67	1.649	—
	2.國中	42	3.92	.69		
	3.高中/高職	69	3.91	.72		
	4.大專/大學	85	4.07	.63		
	5.研究所以上	11	4.09	.79		
對生活接受程度	1.國小	69	3.70	.63	2.430*	—
	2.國中	42	3.81	.73		
	3.高中/高職	69	3.80	.61		
	4.大專/大學	85	4.01	.70		
	5.研究所以上	11	4.06	.81		
社會互動程度	1.國小	69	3.54	.66	.746	—
	2.國中	42	3.60	.76		
	3.高中/高職	69	3.48	.62		
	4.大專/大學	85	3.63	.74		
	5.研究所以上	11	3.76	.74		
自我概念	1.國小	69	3.53	.65	3.071*	4>1
	2.國中	42	3.76	.75		
	3.高中/高職	69	3.81	.47		
	4.大專/大學	85	3.87	.73		
	5.研究所以上	11	3.93	.69		

*p < .05

（五）健康情形：由表六顯示，不同健康情形的新北市板橋區高齡者在生活滿意度五個構面上均有顯著差異存在。分別說明如下：

1. 對生活熱衷程度達顯著差異 （F=24.735，p < .05），事後檢定結果如下： 健康情形很好 （M=4.15） 大於健康情形好 （M=3.74）、健康情形普通 （M=3.45）及健康情形不好 （M=2.45）。健康情形好 （M=3.74） 大於健康情形普通 （M=3.45） 及健康情形不好 （M=2.45）。健康情形普通 （M=3.45） 大於健康情形不好 （M=2.45）。
2. 對老化態度和情緒達顯著差 （F=11.289，p < .05），事後檢定結果如下：健康情形很好 （M=4.17） 大於健康情形普通 （M=3.66） 及健康情形不好 （M=3）。健康情形好 （M=4.05） 大於健康情形普通 （M=3.66）。
3. 對生活接受程度達顯著差異 （F=17.954，p < .05），事後檢定結果如下：健康情形很好 （M=4.30） 大於健康情形好 （M=3.86）、健康情形普通 （M=3.58）及健康情形不好(M=2.77)。健康情形好（M=3.86）大於健康情形普通（M=3.58）及健康情形不好 （M=2.77）。
4. 社會互動程度達顯著差異 （F=15.9，p < .05），事後檢定結果如下：健康情形很好 （M=4.02） 大於健康情形好 （M=3.55）、健康情形普通 （M=3.36） 及健康情形不好（M=2.33）。健康情形好（M=3.55）大於健康情形不好（M=2.33）。
5. 自我概念達顯著差異 （F=8.459，p < .05），事後檢定結果如下：健康情形很好 （M=4.03） 大於健康情形普通 （M=3.61） 及健康情形不好 （M=2.55）。健康情形好 （M=3.76） 大於健康情形不好 （M=2.55）。

表六 不同健康情形在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	*F* 值	事後檢定
對生活熱衷程度	1.很好	56	4.15	.50	24.735*	1>2 1>3 1>4 2>3 2>4 3>4
	2.好	129	3.74	.54		
	3.普通	88	3.45	.55		
	4.不好	3	2.45	.72		
對老化態度和情緒	1.很好	56	4.17	.71	11.289*	1>3 1>4 2>3
	2.好	129	4.05	.59		
	3.普通	88	3.66	.67		
	4.不好	3	3.00	.83		
對生活接受程度	1.很好	56	4.30	.60	17.954*	1>2 1>3 1>4 2>3 2>4
	2.好	129	3.86	.65		
	3.普通	88	3.58	.61		
	4.不好	3	2.77	.19		
社會互動程度	1.很好	56	4.02	.64	15.9*	1>2 1>3 1>4 2>4
	2.好	129	3.55	.63		
	3.普通	88	3.36	.67		
	4.不好	3	2.33	.64		
自我概念	1.很好	56	4.03	.68	8.459*	1>3 1>4 2>4
	2.好	129	3.76	.60		
	3.普通	88	3.61	.65		
	4.不好	3	2.55	.83		

*p < .05

（六）居住狀況：由表七顯示，不同居住狀況的新北市板橋區高齡者，在生活滿意度之對生活熱衷程度 （F=.436，p>.05）、對老化態度和情緒 （F=1.919，p>.05）、對生活接受程度 （F=1.64，p > .05）、社會互動程度 （F=1.185，p > .05）、自我概念 （F=.148，p > .05） 五個構面上，均無顯著差異。

表七 不同居住狀況在生活滿意度上各構面之差異分析摘要表

生活滿意各構面	組別	人數	平均數	標準差	*F* 值	事後檢定
對生活熱衷程度	1.單獨居住	18	3.69	.55	.436	—
	2.與配偶/子女同住	246	3.71	.62		
	3.與親戚/朋友同住	7	3.95	.20		
	4.其他	5	3.71	.46		
對老化態度和情緒	1.單獨居住	18	3.69	.50	1.919	—
	2.與配偶/子女同住	246	3.97	.68		
	3.與親戚/朋友同住	7	4.03	.69		
	4.其他	5	3.42	.95		
對生活接受程度	1.單獨居住	18	3.57	.55	1.64	—
	2.與配偶/子女同住	246	3.86	.69		
	3.與親戚/朋友同住	7	4.04	.44		
	4.其他	5	4.20	.83		
社會互動程度	1.單獨居住	18	3.28	.65	1.185	—
	2.與配偶/子女同住	246	3.60	.70		
	3.與親戚/朋友同住	7	3.54	.37		
	4.其他	5	3.44	.90		
自我概念	1.單獨居住	18	3.77	.57	.148	—
	2.與配偶/子女同住	246	3.75	.67		
	3.與親戚/朋友同住	7	3.85	.42		
	4.其他	5	3.60	.92		

*p < .05

三、新北市板橋區高齡者運動參與行為與生活滿意度之相關情形

由表八顯示，運動參與行為與老化態度和情緒之間有顯著的正相關存在 （r=.163，p<.05），運動參與行為愈高者，在「對老化態度和情緒」構面之得分愈高。

表八 運動參與行為與生活滿意度各構面之相關分析摘要表

生活滿意度	生活熱衷程度	老化態度和情緒	生活接受程度	社會互動程度	自我概念	整體
運動參與行為	.046	.163**	.051	.109	.013	.094

*p < .05

肆、討論與建議

一、討論

（一）不同背景變項之新北市板橋區高齡者在運動參與行為上之差異

本研究結果發現，不同年齡與不同婚姻狀況之新北市板橋區高齡者在運動參與行為上有顯著差異存在。「65-69 歲」大於「55-59 歲」、「70-74 歲」大於「55-59 歲」，此研究結果與吳科驊 （2006）、陳益晟 （2008） 之研究不一致，其認為年齡不是影響運動參與的因素。「已婚，配偶健在」大於「未婚」、「離婚或分居」大於「未婚」，此研究結果與吳永發 （2006）、吳科驊 （2006） 是一致的，認為婚姻狀況是會影響運動參與行為。其餘，不同性別、教育程度、健康情形及居住狀況在運動參與行為上，均無顯著差異。此研究結果與林麗惠 （2001）、吳郁銘 （2004）、陳益晟 （2008） 等之研究發現不太一致，其研究認為不同教育程度、健康情形及居住狀況也是影響高齡者運動參與行為的因素。研究者認為，65 歲是大部分高齡者退休的開始，可以從事運動的空閒時間較多；因此，運動參與行為的程度相對而言也較高。已婚，配偶健在者，夫妻之間相互鼓勵或一同運動之社會支持較強，這些都有可能是影響高齡者參與運動的重要原因之一。

（二）不同背景變項之新北市板橋區高齡者在生活滿意度之差異

本研究結果發現，不同婚姻狀況之新北市板橋區高齡者在對老化態度和情緒上有顯著差異存在。「已婚，配偶健在」大於「喪偶」。這與多數研究結果相近，指出喪偶的老年人，面對老伴的離去，所帶來的是孤單及負面的情緒，進而直接影響對生活滿意度（何麗芳，1992；林佳蓉，2001；吳郁銘，2004；吳永發，2006；吳科驊，2006）。

不同教育程度之新北市板橋區高齡者在自我概念上有顯著差異存在。「大專、大學畢業」大於「國小畢業」。此結果也與簡素枝 （2004） 與林麗惠 （2001） 的研究結果相近，其研究結果皆指出，高教育程度者的生活滿意度較低教育程度者高。

不同健康情形之新北市板橋區高齡者在對於生活滿意度五個構面上，包含對生活熱衷程度、對老化態度和情緒、對生活接受程度、社會互動程度及自我概念等都有顯著差異存在，健康情形愈好者在各個構面上的滿意度愈好。此研究結果與黃心珍 （1995）、賴爾柔 （1998）、林麗惠 （2001） 的研究結果一致。大多數研究結果均顯示健康狀況愈好其生活滿意度愈高。研究者認為，健康是維持日常生活的基本要件，當人邁入老年，身體器官逐漸老化，若能保持健康的身體，可免受疾病之苦，對其生活的滿意程度便有所提昇。

其餘，不同性別、年齡及居住狀況，在生活滿意度構面 5 個構面上，均無顯著差異。性別方面研究結果與林麗惠 （2001）、吳郁銘 （2004）、吳科驊 （2006） 的研究結果一致，顯示生活滿意度並不會因為性別的不同而有所差異。年齡方面研究結果與林麗惠 （2001） 及 Larson （1978） 的研究相近。但與陳肇男、林惠生 （1995） 的研究，生活滿意度會因年齡的增加而提高而有所不同。居住狀況方面，黃心珍 （1995） 研究結果顯示與家人同住者其生活滿意度較高。研究者認為，與本研究婚姻狀況的情況一樣，新北市板橋區屬於人口高密度地區，當子女各自成家獨立之後，身旁的鄰居、運動社團或親朋好友平時的照顧及協助，高齡者就算是與配偶同住、或配偶不在身邊陪伴，

在生活滿意度方面並沒有不同。

（三）新北市板橋區高齡者運動參與行為與生活滿意度之相關

本研究發現，運動參與行為與對老化態度和情緒之間有顯著的正相關存在。此研究結果與吳郁銘 （2004）、陳益晟 （2008） 的研究結果相近，其結果指出生活滿意度和運動休閒涉入之間有顯著的正相關，亦即，運動休閒參與較高的退休老人，其生活滿意度也比較高。

二、建議

本研究分別就高齡者運動推廣相關單位和未來之研究提出下列建議：

（一）對高齡者運動推廣相關單位的建議

1.研究結果發現，年齡在 65 歲~74 歲之間與已婚的高齡者，其參與運動行為程度也較高。因此，相關單位在推廣運動上，應該加強針對 75 歲以上的高齡者族群，設計適合該年齡層高齡者之設施、身體活動或運動推廣策略，以提高他們從事運動的動機，進而培養運動習慣，落實全民運動並促進全民健康。

2.研究發現，已婚，配偶健在者較喪偶者具正面的老化態度和情緒，且運動參與行為程度愈高者，在老化態度和情緒上傾向正面評估。因此，建議政府相關單位可結合民間運動相關團體，多辦理與運動相關之活動或於社區開設運動相關社團，增加高齡者接觸運動與社會互動的機會，鼓勵單身之高齡者參加運動社團，建立規律運動的習慣，以促進身心健康並提升生活滿意度。

（二）對後續研究之建議

1.在研究對象上

本研究以運動場、國民運動中心從事運動之高齡者為研究對象，以隨機發放問卷方式進行調查，受試者填答問卷之準確度掌握較不易。因此，建議後續研究，可以以運動班隊或運動相關社團之學員為對象，以提升研究嚴謹性。

2. 在研究方法上

本研究係採用現有的理論建立假設，以問卷調查法對受試者進行運動參與行為、生活滿意度等資料蒐集，再利用統計分析進行量化研究。未來可兼採質性研究法，以深度訪談法進行資料之蒐集，將可以取得更詳盡的資料，得以更深入瞭解高齡者運動參與行為與生活滿意度之間的重要訊息。

3.在研究範圍上

本研究以新北市板橋區高齡者為研究對象，未來可再擴展至其他行政區或其他縣市，以獲得更豐富、多元之資料進行探究比較，以提升研究信度。

參考文獻

1. 白靜芳 （2002）。*農家老人社會支持對其生活滿意度之影響研究*。未出版碩士論文，國立臺灣大學，臺北市。
2. 全國法規資料庫 （2017）。*老人福利法*。取自全國法規資料庫網址 http://law.moj.gov.tw
3. 行政院衛生署國民健康局 （2010）。*民國九十二年台灣地區中老年身心社會生活狀況長期追蹤 （第五次） 調查成果報告*。取自行政院衛生署國民健康局網址 http://www.bhp.doh.gov.tw
4. 何麗芳（1991）。*台北市老人休閒活動與生活滿意度研究*。未出版碩士論文，東吳大學，臺北市。
5. 吳永發（2006）。*路跑運動參與者持續涉入、休閒效益與幸福感之研究*。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
6. 吳科驊 （2006）。*登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究*。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，臺中市。
7. 吳郁銘（2004）。*活動型老人休閒運動參與生活滿意度之研究-以中華基督教青年會萬華會所會員為例*。未出版碩士論文，輔仁大學， 臺北縣。
8. 李蘭（1989）。*衛生教育與促進健康*。臺北市:巨流圖書公司。
9. 林佳蓉（2001）。*老人生活滿意模式之研究*。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
10. 林麗娟（1993）。運動與老化。*中華體育*，*7*（3），p120-125.
11. 林麗惠（2001）。*高齡者參與學習活動與生活滿意度關係之研究*。未出版博士論文，國立中正大學，嘉義縣。
12. 國家發展委員會（2016）。*中華民國人口推計105年~150年*。臺北市：國家發展委員會。
13. 陳娟娟 (2005)。*高雄都會區老年人參與休閒活動與生活滿意之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
14. 陳益晟（2008）。*桃園市高齡者運動休閒涉入與生活滿意度之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣體育大學（桃園），桃園縣。
15. 黃心珍（1995）。*嘉義市老年婦女的自我概念對其生活滿意度及參與學習意願之影響研究*。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉義縣。
16. 新北市政府民政局（2015）。*103年新北市人口統計年報*。新北市：新北市政府民政局。
17. 蕭淑芬（2002）。*中老年人運動行為與醫療就診記錄關係之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，臺北市。
18. 賴爾柔（1998）。*台灣鄉村老人生活滿意度之研究*。（國科會研究報告，計畫編號:NCS86-2412-H013）。臺北市：國立臺灣大學農業推廣學系暨研究所。

19. 簡素枝（2004）。*高齡學習參與者與非參與者在人際關係、生活滿意度之比較研究*。未出版碩士論文，國立中正大學，嘉義縣。
20. American College of Sports Medicine.（1990）. Position statement on recommended quantity and quality of exercise for developing and maintaining fitness in healthy adults. *Medical Science in Sports and Exercise, 22*, 529-533.
21. Brody, J. E.（December 11, 1977）. *Heart disease goes out of style*. The New York Times, E-6.
22. Fox, K. R.（1987）. Physical self-perceptions and exercise involvement. Tempe, AZ: Arizona State University.
23. Hollis, L. A.（1998）. Sex comparisons in life satisfaction and spy- Cho social adjustment scores with an older adult sample: Examining the effect of sex role differences in older cohorts. *Journal of Women & Aging, 10*（3）, 59-77.
24. Wilson, R. L.（1991）. *Physical activity, absenteeism, stress, and attitude toward work*. U. M. I. Dissertation services.

Research on the Sports Participation Behavior and Life Satisfaction of the Senior in Banqiao District, New Taipei City

Min-Chuan Huang / National Taiwan Sport University
Hsiao-Chin Lan / Kainan University

Abstract

This research aims at exploring the difference of the senior in Banqiao District, New Taipei City in terms of sports participation behavior and life satisfaction which belong to different background variables, and related elements between them. This research adopts questionnaire as the methodology, the sports participation behavior and life satisfaction of the senior in Banqiao District of New Taipei City as research tool, and the senior in Banqiao First Stadium and Second Stadium as well as the Banqiao Civil Sports Center in New Taipei City as the research objects. The three places are accessible for the research samples. This research sends out 300 questionnaires, recycles 276 and the effectiveness is 92%. The research materials use SPSS 20.0 software package to make analysis and adopt descriptive statistics, t-test, one-way analysis of variance （one-way ANOVA） , Pearson’s Product-Moment Correlation and other statistical methods to make analysis. The research conclusions are drawn as follows: 1. there are significant differences in terms of different ages and marital status of the senior in Banqiao Districts of New Taipei City; 2. the senior in Banqiao Districts of New Taipei City apparently differ in life satisfaction in regard to marital status, educational background and health condition; 3. the sports participation behavior and life satisfaction have significant positive correlation between attitude toward aging and emotional dimension. Finally, according to the research results, the researcher respectively gives suggestions to the competent authorities of senior citizen sports promotion and future study.

Keywords: aging, senior citizens, sports participation degree

第十五期 ISSN 1816-532X （15~21）

現代健身氣功的發展與現況

吳培協/臺北市立大學

通訊作者：吳培協

通訊地址：251 新北市淡水區真理街 32 號

電子郵件：au5479@mail.au.edu.tw

摘　要

健身氣功在國際上發展迅速，對比台灣則相對屬於剛開發的階段，隨著老年化社會的來臨，健身氣功有著選擇性多元、不受場地及時間限制的特點，習練功法又有著健身的功效，可以搭配政府健康營造的相關計劃來配合進行，筆者長年推動健身氣功功法的教學，並多次參與國際交流比賽大會與各國愛好者相互交流，台灣在加入國際健身氣功聯合會後，期盼有更多人了解及參與健身氣功的學習，甚至參加比賽，本文就健身氣功的發展及競賽規則進行介紹，期望讓台灣更多的民眾能深入了解及認識並參與其中，使健身氣功深植民心獲得蓬勃的發展。

關鍵詞：氣功、健身氣功、民族傳統體育

壹、健身氣功的特色

氣功在古代常有吐納、導引、行氣等說法，「氣」代表呼吸的意思，「功」就是不斷調整呼吸和姿勢的練習(李抱朴，2009)，古至今長期以來一直是人們強身健體、延年益壽的重要方法之一，而現代的健身氣功是定義在民族傳統體育項目之下，強調以自身形體活動、呼吸吐納、心理調節相結合，有鮮明的健身特點(國家體育總局健身氣功管理中心，2007)。因健身氣功習練時對於場地的要求不高並無太多的限制，所需的器材也只需可撥放音樂的設備，此外健身氣功的功法都簡單易學，加上富有一定的健身價值，而在習練的過程中大家可彼此分享其經驗與心得，進而有效促進人與人之間的交流。故而在行銷推廣健身氣功上有著上述的特色與優點，這也是弘揚中華傳統文化及推動全民健身運動的重要方式之一(江玲玲，2009)。另外，健身氣功的功法具有其健身性、觀賞性、娛樂性、民族性、群眾性、安全性等特徵，符合各年齡層學習(石展望，2009)。另外健身氣功具有多樣性可以選擇，都是獨立的功法，或坐或站、可以空手，也可拿杖，種類很多以供選擇自己有興趣的來習練，每一個動作都可以單獨的多次練習，因此民眾的接受度很高。

貳、現代健身氣功的推廣及組織發展過程

2000年中國國家體育總局在會議中通過「健身氣功管理暫行辦法」對於健身氣功的概念進行界定：「本辦法所稱健身氣功是中華悠久文化的組成部分，是以自身形體活動、呼吸吐納、心理調節相結合為主要運動形式的民族傳統體育項目，是中華悠久文化的組成部分。」（王言群，2009），並於2001年6月成立健身氣功管理中心，2006年11月，中國國家體育總局頒布的「健身氣功管理辦法」，於當年12月施行，同時也廢除了「健身氣功管理暫行辦法」，不過對於健身氣功的界定仍然繼續沿用這一概念。

為了行銷與推廣，健身氣功管理中心以傳統的養生功法為樣本，開始整理創編新的功法，編創健身氣功新功法工作嚴格按照中國科研課題管理辦法進行，為高質量地完成編創任務，國家體育總局健身氣功管理中心向全國20所具有氣功教學和科研實力的體育、中醫院校和科研單位公開招標；並本著「公開、公平、公正」的原則，舉行的競標會，經過激烈角逐和嚴格評審，武漢體育學院、上海體育學院、中國中醫研究院西苑醫院、北京體育大學等單位申請的歷史悠久，深受廣大群眾歡迎且具有品牌效益的易筋經、五禽戲、六字訣和八段錦四個功法的研究課題中標(健身氣功新功法叢書編委會，2003)。2010年中國健身管理中心有再推出增列五套新的健身氣功功法（太極養生杖、導引養生功十二法、十二段錦、馬王堆導引術、大舞），雖然推廣成果不錯，但在推廣上及國內外的比賽還是以易筋經、五禽戲、六字訣和八段錦四個功法為主。

中國健身氣功管理中心成立後積極向世界各國行銷推廣健身氣功相關功法，並每兩年辦理一次國際交流比賽大會，促進各國交流與推廣。2012年9月21日國際健身氣功聯合會成立，共計33個國家和地區、共52個社團組織的86名代表出席(健身氣功，2012)，在此之前國際健身氣功(展示)交流比賽大會都是由中國健身氣功協會主導辦理，於2013

年第五屆國際健身氣功交流比賽大會時國際健身氣功聯合會召開執委會，確認將國際健身氣功交流比賽大會更名為世界健身氣功交流比賽大會，每兩年舉辦一次，由各會員協會提出申辦，次年再由中國辦理中國國際健身氣功交流比賽大會(各屆訊息如表一)。

表一：各屆國際（世界）健身氣功交流比賽大會活動表

年份	比賽名稱	舉辦地	參與
2006	首屆國際健身氣功交流展示大會	中國北京	
2007	第二屆國際健身氣功交流展示大會	中國北京	
2009	第三屆國際健身氣功交流比賽大會	中國上海	
2011	第四屆國際健身氣功交流比賽大會	加拿大	台灣派隊參賽
2012	國際健身氣功聯合會成立	中國杭州	
2013	第五屆國際健身氣功交流比賽大會	美國	台灣派隊參賽
2014	首屆中國國際健身氣功交流比賽大會	中國安徽	台灣派隊參賽
2015	第六屆世界健身氣功交流比賽大會	葡萄牙	加入國際氣聯
2016	第二屆中國國際健身氣功交流比賽大會	中國安徽	台灣派隊參賽
2017	第七屆世界健身氣功交流比賽大會	荷蘭	尚未辦理

本研究整理

參、健身氣功的競賽規則

依據健身氣功競賽規則簡要將其評分法與標準重點摘列如下：

一、評分方法與標準

(一)評分方法

1. 每個比賽項目滿分為 10 分，其中動作規格分值為 5 分，演示水準分值為 5 分。
2. 採取裁判長、A 組裁判員扣分制和 B 組裁判員給分制相結合的評分方法。(依裁判人員組成規定，A、B 組裁判員人數為 3 名或 5 名)

(二)評分標準

1. 動作規格扣分累計不超過 4 分(含 4 分)，A 組裁判員根據下列錯誤類型每出現一次扣 0.1 分;同一錯誤在同一動作中出現多次，同一動作出現多種錯誤或多人次在同一動作中出現錯誤，累計扣分最高為 0.4 分。
   (1)動作類：動作不符合功法規格標準，不規範的口型和發音。
   (2)平衡類：不屬規範動作內的肢體移動、晃動。
   (3)呼吸類：明顯的氣喘或憋氣。
   (4)神態類：意念不集中的分神、走神。
   (5)其他類：遺忘動作，動作與背景音樂不合拍。
2. 演示水準分值為 3 個檔次，每個檔次分為 3 級，共分 9 個分數段。給分的方法是先確定給分的檔次再確定給分的級別，爾後在對應的分數段中以 0.05 為單位的倍數給分（小數點後第二位數或者是 0 或者是 5)。

第十五期 ISSN 1816-532X （15~21）

(1)評分檔次

檔次	級別	分數段
優秀	1 級	5.00~4.80
	2 級	4.75~4.50
	3 級	4.45~4.10
良好	1 級	4.00~3.80
	2 級	3.75~3.50
	3 級	3.45~3.10
一般	1 級	3.00~2.80
	2 級	2.75~2.50
	3 級	2.45~2.10

(2)評判標準

凡動作規範、呼吸順暢、意念集中、演示神韻與專案規格標準及特點融合、動作和隊形整齊、動作與背景音樂和諧一致者，視為優秀。

凡動作較規範、呼吸較順暢、意念較集中、演示神韻與專案規格標準及特點較融合、動作和隊形較整齊、動作與背景音樂配合較一致者，視為良好。

凡動作不規範、呼吸不順暢、意念不集中、演示神韻與專案規格標準及特點不融合、動作和隊形不整齊、動作與背景音樂配合不一致者，視為一般。

3. 裁判長扣分

(1)比賽中因參賽隊員個人因素造成的重做扣 1 分。

(2)參賽隊員演示結束時間每提前或滯後 3 秒扣 0.1 分，累計扣分不超過 0.3 分。

(3)集體賽每多或缺 1 名參賽隊員扣 0.5 分。

(4)著裝不符合指定的式樣扣 0.1-0.3 分。

(三)得分計算

1. 動作規格的平均分和演示水準的平均分以及參賽隊（隊員）的最後得分分別計算到小數點後第二位數，小數點後第三位數不做四捨五入。
2. A 組 5 名裁判員評分時，去掉一個最高分和一個最低分，取其平均值為參賽隊（隊員）動作規格得分；如 3 名裁判員評分，則取其平均值為參賽隊（隊員）動作規格得分。
3. B 組 5 名裁判員評分時，去掉一個最高分和一個最低分，取其平均值為參賽隊（隊員）演示水平得分；如 3 名裁判員評分，則取其平均值為參賽隊（隊員）3 名裁判員評分的平均值為參賽隊（隊員）演示水平得分。
4. 參賽隊（隊員）動作規格得分與演示水平得分之和減去裁判長扣分為其最後得分。
5. 參賽隊（隊員）未完成整套功法演示，則不予評分。

二、扣分內容及標準

(一)每出現一次錯誤，扣 0.1 分。

(二)每出現一次移動、晃動、跳動扣 0.1 分。

(三)每出現一次附加支撐或改變動作性質，扣 0.2 分。

(四)每出現一次倒地，扣 0.3 分。

(五)同一錯誤在同一動作中出現多次，同一動作出現多種錯誤時，累計扣分最高為 0.4 分。

肆、台灣健身氣功的發展現況

台灣中華武術健身氣功總會於 2011 年派員至杭州培訓，也陸續派員參與健身氣功的各項教練及裁判的研習，亦參與國際氣聯所主導的各項交流比賽，如遠赴加拿大、美國、中國、葡萄牙等地參加國際健身氣功交流比賽、兩岸四地健身氣功交流比賽等等，都獲得相當不錯的成績，在台灣積極推廣及爭取加入國際組織的行動中，於 2015 年 8 月 27 日以中華台北健身氣功總會(中華武術健身氣功總會更名)之名成功加入國際健身氣功聯合會，並於 2016 年辦理第一屆中華盃健身氣功錦標賽，並規劃成慣例的競賽每年辦理，逐漸為台灣民眾所知，在台灣算是新興的民族傳統體育項目，台灣雖然有傳統的氣功功法，但功法種類繁雜各有愛好擁護者，不易推廣。但因隨著世界潮流趨勢慢慢使健身氣功的走向更為明確，透過國際組織的行銷推廣能快速獲取知識及習練功法，台灣目前也有幾所大專院校逐漸開設這樣的課程，也帶入社區及樂齡族群去做推廣，而在中華民國 105 學年度大專校院國術錦標賽中也增設健身氣功項目，逐步的讓國人慢慢認識健身氣功的發展。

伍、結語

健身氣功雖然適合各年齡層來習練，但相對更貼近老年族群的需求，有不易受傷、簡單又有成效的優點，加上台灣老年社會的來臨，人口老化迅速，在推廣上可讓群眾多了一種選擇，選擇中又有很多的選項，豐富多元又不單調。為了有效行銷推展傳統運動，需要整合與創新，現健身氣功已經將功法整合創新，並於世界各地推展，發揮成效相當落實，運動學習的人口逐年提升，隨著健身氣功在國際上迅速的推展，對比上目前台灣雖屬於剛開發的階段，但在國際交流比賽大會的成績上卻有著不錯的表現，如能結合政府相關健康營造的政策，可達雙贏的效果。

參考文獻

1. 健身氣功編輯部(2012)。國際健身氣功聯合會成立。*健身氣功，49*，4。
2. 中國健身氣功協會審定(2012)。*健身氣功競賽規則2012*。北京：人民體育出版社。
3. 國家體育總局健身氣功管理中心編(2003)。*健身氣功新功法叢書*。北京：人民體育出版社。
4. 王言群(2009)。*新編健身氣功的理論構建*。北京：北京體育大學出版社。
5. 石展望(2009)。健身氣功新功法的創編及其價值分析。*山東體育學院學報，25*（5），18-20。
6. 江玲玲(2009)。健身氣功新功法探析。*黃石理工學院學報，26*（5），84-86。
7. 國家體育總局健身氣功管理中心編(2007)。*【健身氣功】社會體譽指導員培訓教材*。北京：人民體育出版社。
8. 李抱朴(2009)。*圖解中國養生術*。華威國際。

第十五期 ISSN 1816-532X （15~21）

Modern Health Qigong development and present situation

Pei-Hsieh Wu / University of Taipei

Abstract

Health Qigong in the international rapid development. Taiwan is relatively early stage of development. With the advent of the aging society, health qigong has a selective diversity and not subject to site and time constraints. Practice health qigong have a fitness effect. Can be used with the government to create a good plan to carry out. Author for many years to promote the teaching of healthy qigong exercises, and participate in the international exchange competition with the national enthusiasts exchange. Taiwan to join the International Health Qigong Federation, looking forward to more people understand and participate in Health Qigong study, and even participate in the competition. The study of the development of fitness qigong and the rules of competition are introduced, and it is expected that more people in Taiwan will have better understanding and awareness and participation. So that Health Qigong deeply rooted in the vigorous development of the people.

Keywords: Qigong, health qigong, national traditional sports

第十五期 ISSN 1816-532X （22~32）

智慧觀光平台顧客關係管理之探討

謝謹如/國立體育大學

通訊作者：謝謹如

服務單位地址：33301 桃園市龜山區文化一路 250 號

電子郵件：meisru105@gmail.com

摘　要

隨著智慧型載具的普及與資訊技術的發展，使得觀光平台的竄起，同時數據顯示，61%的旅行者通過智慧型手機規劃行程，說明智慧觀光平台在旅遊搜尋與安排上具有相當的重要性。在競爭激烈的市場環境之下，如何保持與既有顧客間的良好關係，以及發掘潛在的客戶群，均為驅動顧客關係管理之主要因素。本文經文獻回顧後，將強化顧客關係之方法類型列為以下四種：一、財務性連結；二、社交性連結；三、客製化連結；四、結構性連結，並以此為主要分析架構，探討智慧觀光平台之顧客關係管理。研究結果發現觀光科技化之際，善用上述四種關係連結，並結合科技的力量，能有效強化使用者的認同感與黏著度，吸引再度消費，更能藉此良好互動關係形成正向生態圈，最終使平台與平台使用者達到互利互惠的長遠發展。本文根據研究結果，擬出以下幾點建議：一、運用科技以消弭財務性連結之缺口；二、追求智慧觀光平台卓越的網路外部性；三、深耕市場區隔提供使用者專屬貼心服務；四、打造高端的附加價值服務以提升使用者轉換成本。以作為未來相關企業組織在經營與規劃智慧觀光平台之顧客關係時之參考。

關鍵詞：智慧觀光、觀光平台、關係連結

壹、前言

進入行動、雲端、社群的新時代，不僅改變企業間的鏈結關係，也改變產業運作模式。以觀光產業而言，過去以團客為主的旅遊方式，現以自由行為主流，愈來愈重視個人體驗與行程的彈性安排。而科技的普及，也愈來愈常透過行動裝置進行旅遊資訊的蒐集與規劃，旅遊網站Skyscanner公布台灣地區有超過61%的人會使用行動裝置安排行程(陳葦庭，2017)。與此同時，我國交通部觀光局2016年的「國人旅遊調查現況」，同樣指出旅遊資訊來源自網際網路共占64.6%（電腦網路占38.1%、手機上網占26.5%），相較於2015年，「手機上網」的比率，更增加8.4個百分點。由此可知，智慧觀光平台有其存在的重要性。

智慧觀光平台強調以旅客角度為核心，運用諸多智慧技術，例如物聯網、互聯網、大數據等，透過行動終端提供旅客便利、個人化、即時性的旅遊服務，甚至幫忙安排行程，亦或是旅程的紀錄與分享等多元服務 (張瀅，2015)。目前臺灣智慧觀光平台，無論是在開發新穎且操作簡單的平台，或是提供人性化服務的方面，表現已相當傑出，舉凡kkday、niceday、fungogo等平台，皆注重在旅客的思想感受與需求，給予最適化旅遊建議與服務。

只不過隨著智慧行動裝置的普及，上網愈來愈方便，消費者的消費行為產生巨大變化，隨時都可能淪為競爭對手的顧客。因為智慧觀光平台除了不斷開發創新體驗服務之外，也應連結到消費者個體，注重其經驗感受，有效使雙方建立深厚且長遠的互動關係(葉旻宏，2017)。因此，在科技發展迅速與競爭激烈的市場環境之下，如何保持或深化與顧客間良好的關係，以及發掘潛在的客戶群，均為驅動顧客關係管理之主要因素。

從企業策略角度來看，顧客關係管理的目標是，透過給予顧客最佳價值和滿意度，交換取得企業價值，從而發展長期競爭優勢。因此，V. Kumar與Werner Reinartz將其定義為「顧客關係管理是選擇顧客的策略過程，讓企業可以最有利的方式服務和塑造與顧客的互動，最終目標是最佳化顧客對企業的現值和未來值 (黃明蕙譯，2016)。

為了使顧客和企業間的關係更加緊密，關係連結是有效的策略。關係連結為企業與顧客建立長期關係的策略或技術，也是發展電子平台的重要關鍵成功因素之一 (Schoder & Medeja, 2004)。因此，本文綜合整理相關文獻，Berry與Parasuraman於1991年首先提出之三種方法，依層級低至高，分別為財務性連結、社交性連結、結構性連結。另外，有鑑於本文以旅客需求與價值為中心的智慧觀光平台為對象，故增加Zeithaml與Bitner於2003年提出之客製化連結進行更豐富的討論。而如何搭配此四種關係連結，以建立平台使用者與平台之間的長遠關係，係為本研究目的。據此，本文將以此四種關係連結之方法為主要分析架構，透過文獻分析法以探討智慧觀光平台之顧客關係管理，作為未來相關企業組織在經營與規劃智慧觀光平台之顧客關係時之參考。

貳、智慧觀光概念

傳統的觀光資訊是由相對獨立且不同單位所提供的，例如景點資訊的搜尋、當地天

氣狀況等，皆需至各相關網站做查詢。然而，科技的不斷創新演進，透過資通訊技術使各獨立平台和系統之間的資訊，不僅相互流通且能共享，誕生智慧觀光的概念，以下將首先瞭解智慧觀光為何，再探討智慧觀光平台的現況為何。

一、智慧觀光

智慧觀光的概念最早源自IBM提出的智慧地球與智慧城市。所謂的「智慧」是透過新一代的資訊科技，例如物聯網、雲端運算、移動互聯網、智慧終端等，應用到城市中的各種物件，提高效率、靈活性與生產力，使得城市運轉更加智慧化 (方旻蔚、鄭俊，2013)。奠定城市智慧基礎設施後，活絡城市交通運輸系統、整合在地觀光資源、有效串連商家、提供旅客個人化整合資訊服務，間接改變觀光經營模式，實現觀光科學化管理，最終推動智慧觀光的發展。

智慧觀光是一系列資訊技術手段，以旅客需求為中心，透過智慧型行動裝置等設備，主動傳遞旅遊相關資訊。讓旅客、觀光產業、觀光管理部門得以即時了解旅遊資訊、安排旅遊計畫，並提供各類旅遊公共服務，從而實現智慧化的旅遊服務、行銷和管理的新旅遊型態 (張瑩，2015)。在科技創新時代下，以及以自由行市場的趨勢發展，智慧觀光備受高度關注。

智慧觀光背景下，旅遊資訊服務可以最大限度地滿足旅客、政府及相關業者，據此，學者韓玲華 (2014) 提出三個智慧觀光內涵以符合此三方對於觀光資訊的需求如下：

(一) 對旅客而言，智慧觀光使其在出遊前足不出戶就能充分獲取旅遊產品、住宿、交通等資訊，並進行產品的預訂和交易；在旅途中，旅客還能根據位置動態了解旅遊相關訊息；在旅途結束後，旅客可即時回饋和分享旅遊體驗等。

(二) 對管理部門而言，透過統計、定位、反饋等系統，充分掌握遊客動態、景點資源、遊客建議等內容，以作為科學的決策和管理之依據。

(三) 對觀光相關企業而言，突破傳統被動宣傳方式，可利用智慧觀光系統全面宣傳企業品牌形象與服務，實踐網路行銷及推廣。

由此可見，智慧觀光為一套先進的資通訊技術，透過智慧化方式將旅遊過程中所需之硬體基礎設施、資訊基礎設施、社會基礎設施和商業基礎設施連接起來，高度化整合後，滿足旅客「一站購足」之需求，提供其旅遊前中後完備性與便利性，甚至是旅行後之經驗分享與交流。

二、智慧觀光平台現況

智慧觀光平台是結合「服務」與「科技」的旅遊創新服務，為現今世界各地正積極推動與發展的方向。根據世界觀光組織於 2015 年數據顯示，目前北美是引導旅遊創業潮的主要地區，佔全球 42%，不過，已漸漸向東方轉移的趨勢，特別是大陸出現大量的旅遊創業，估計未來亞洲旅創公司將佔全球市場的 35%，超越美國 (32%) 和歐洲 (27%) (詹子嫻，2016)。

臺灣旅遊網站自 1997 年上線開始記錄至今，依照不同的經營類型，將其分為旅遊媒體內容網站、旅遊社群網站、電子商務旅遊網站，詳細內容如表 1。

表 1 台灣旅遊網站

種類	內容	範例
旅遊媒體內容網站	台灣最早出現的旅遊網站類型，以文字+超連結放置入口網站內的旅遊頻道內，類似媒體報導旅遊資訊的網站	ETtoday 東森旅遊雲、Yahoo!奇摩旅網、Yam 輕旅行
旅遊社群網站	是以社群形式的旅遊網，利用 Blog 行銷推出部落格旅行團	痞客幫、背包客棧
電子商務旅遊網站	消費者可以在網路上直接訂購、消費	傳統旅行社、航空公司或飯店所設立的網站

資料來源：蔡宗保 (2016)。五張圖表看懂台灣旅遊網站。旅遊研究所，取自 https://travel20.blogspot.tw/2016/05/blog-post_27.html

由上表可知，傳統觀光網站多屬單方面傳遞旅遊資訊，已不太能滿足現今重視小眾、主題式、互動性、客製化個人需求的發展趨勢。首先政府部門意識到此困境，資策會前瞻所利用台灣本身擁有先進資通訊產業、4G 通訊基礎建設、核心技術與加價值應用等優勢，開發以旅客價值為導向的智慧觀光虛實整合互動應用，高度整合觀光相關產業，於 2016 年上線至今，無論在旅客面（B2B2C）或產業面（B2B）皆已有明顯貢獻，突破產業業者單打獨鬥的轉型壓力。

其他相關業者也正嘗試突破舊有的產業思考模式，利用平台延伸出共建、資源共享、共贏、開放的概念，搭配資訊科技的輔助，並建立在「滿足多方需求」的基礎之上 (趙大偉，2015)，積極打造創新的智慧觀光平台。

智慧觀光平台強調以人為本的思想理念，以旅客角度為核心，運用科技以簡單便利的裝置介面，提供旅客客製化、個人化、即時性的旅遊服務，甚至是幫忙安排行程，亦或是旅程的紀錄與分享等多元服務。目前臺灣智慧觀光平台，在提供多元互動服務的經營面來說，可說是可圈可點，舉凡 kkday、niceday、fungogo 等平台，皆注重在旅客的思想感受與需求，給予最適化旅遊建議與服務。

只不過隨著智慧型手機及平板電腦的普及，多螢世代來臨，上網的操作介面越來越方便，消費者購物行為產生巨大變化，而每一位消費者在不同裝置上的消費行為不盡相同。因此，透過過程中的數據，除了不斷迎合旅客需求之外，也應連結到消費者個體，注重其經驗感受，使雙方建立深厚的互動關係，一方面維繫長遠的顧客關係，另一方面才能有機會在平台經濟下勝出 (葉旻宏，2017)。

綜合上述，旅遊新創的蓬勃發展，服務平台的提供者只會越來越多，加上智慧型手機不受限於時間與地理位置，讓旅客可以輕易地透過智慧型手機或電腦等終端，安排屬於自己的旅遊行程，自己訂機票、飯店讓行程更加彈性，將旅遊產業引領到「科技+旅遊」的智慧觀光的時代。各方業者為迎合此趨勢，正積極鑽研觀光平台的經營，在眾多平台下，以及旅人追求「自我價值」的旅遊新形態，平台經營者若能重視與使用者之間的關係，利用資訊科技用心了解其真正的需求，提供貼心客製化的服務，即使隔著冷冰

冰的網路與行動裝置，旅人能感到溫暖，平台亦能從中脫穎而出。

參、顧客關係管理

顧客關係管理最早始於 1980 年代初期所謂的「接觸管理」(Contact management)，專門蒐集顧客與企業之間所有的資訊；至 1990 年初期，演變為包括電話服務中心與支援資料分析的顧客服務功能，並運用資料倉儲（data warehouse)、資料探勘（data mining）等技術；發展至今，顧客關係管理是多種資訊科技的結合，藉由顧客的溝通過程中，進一步了解並影響顧客的行為，以增加新顧客、留住舊顧客、增加顧客忠誠度與利潤貢獻度的管理方式（林義屏、李勇輝、董玉娟，2007；劉文良，2017)。

以往行銷活動重視如何取得顧客，卻忽略維持及持續與顧客保持關係，造成即便滿意度高卻也無法保證企業收益提高。如同過去許多有關滿意度、忠誠度和企業利潤直接關係的實證研究中，部分研究發現有正面關係，其他研究則顯示沒有關係。也就是說，現有證據尚不足以說明建立滿意度或忠誠度和企業收入之間的直接關係（Ittner & Larcker, 1998, Zeithaml, 2003)。這正是企業經營顧客關係值得思考的一部分。

企業與顧客之間除了保持良好關係之外，須加以著墨的是如何強化之間的關係。Wayland 與 Cole 於 1997 年所指出「關係」才是一項可貴的資產，而非顧客本身，因為企業與顧客之間的關係，可評估未來的現金流量，其中，關係「連結」策略，對於相關營運目標更具關鍵（Christian Grönroos, 1994)。對顧客而言，連結會形成一種強而有力的退出障礙或較高的轉換成本，間接地防止顧客使用其他公司服務或產品（Liljander & Strandvik, 1995)。因此，強化顧客關係不僅提高滿意度、忠誠度，更有機會替企業創造與收益成正比的正面影響。

關係連結可視為企業與顧客聯繫、保留，且建立長期關係的方式，並可促使兩者間的關係愈趨緊密（Carolyn & Gautam, 2011)。Berry 與 Parasuranman 於 1991 年首先提出三種關係連結類型，依層級低至高，分別為財務性連結、社交性連結，以及結構性連結，彼此間不同的層次，也代表著不同程度的顧客忠誠度。為諸多研究（王玉珍、黃振誼，2012；余旻薇、吳秉育、李逸菲、黃文宏、黃識銘，2005；余泰魁、黃識銘，2014；徐村和、唐嘉偉，2014）用以探討各產業顧客關係連結策略或行銷作法之主要依據。

此外，講求自我獨特性的客製化經濟興起，Zeithaml 與 Bitner（2003）認為在社交性連結之後，可採取客製化連結，以個別化的方式來服務顧客，或者一對一專屬關係的方式，容易讓顧客感受到專注且特別的服務，並產生出對於企業的忠誠度，進而建立更深一層的關係，因此學者們（林俊昇、簡永讚，2010；蕭富峰，2007）也將之納入探討，成為目前強化顧客關係常見的主要四種方法。故本文將依循上述，整理以下四種關係連結的方法類型，分別說明如表 2。

表 2 關係連結之方法

方法類型	說明
財務性連結 (Berry & Parasuranman, 1991)	企業運用財務相關激勵措施與顧客連結，目的是追求短期的鎖住顧客，且行銷的導向是以顧客為主，競爭優勢較低，穩定性有待考驗。
社交性連結 (Berry & Parasuranman, 1991)	此連結主要使用人際溝通作為行銷要素，以提升客戶留住率，行銷導向則從顧客 (customer) 轉變成以客戶 (Client) 為主，由於重視與客戶聯繫溝通，故可使顧客有良好的信賴與滿意度。
客製化連結 (Zeithaml & Bitner, 2003)	將累積的大量顧客資料，萃取出獨特見解的消費者洞見，並針對不同消費族群的不同偏好與需求，量身訂做不同的產品或服務。
結構性連結 (Berry & Parasuranman, 1991)	結構性連結是最難模仿的，以科技為基礎，融入顧客的個別需要，提供專屬產品與服務，傳送高水準的服務品質，並藉由長期導向的交換關係，培養客戶信賴、承諾及持續的關係，因此可創造客戶價值並提高其轉換成本。

綜合以上論點，顧客關係是企業成功關鍵之一。顧客關係的精髓在於了解消費者需求，運用有限資源、在對的溝通管道裡，建立與增加顧客滿意度與忠誠度，進而提升顧客服務品質，最終增加企業經營效益。以旅客思想為中心的智慧觀光平台迫切需要透過顧客關係管理，運用資訊科技，區分不同類型的顧客，了解與掌握各類顧客需求，為其量身打造服務內容，將行銷與客戶服務等功能加以整合。且隨著時代的演進，訂定與時俱進的經營管理與營運目標，加強企業與顧客之間關係，方能有效提升企業競爭力。

肆、智慧觀光平台之顧客關係

當顧客在平台上瀏覽，若無法找到滿意的或想要的資訊，只要一按滑鼠，所有的商機可能就落在競爭對手中，因此網路流傳著「忠誠與背離，只有滑鼠一按之隔」此一句話。這也說明顧客關係管理是否妥善經營，對於商業活動有相當大之影響力。因此，智慧觀光平台經營者在選定目標客層之後，應立即強化與顧客間的關係連結。根據 Berry 與 Parasuraman (1991)、Zeithaml 與 Bitner (2003) 所提出強化顧客關係之方法，本文將以下四種類型進行說明：財務性連結、社交性連結、客製化連結、結構性連結。

一、財務性連結

財務連結策略最常見的方式是以價格為誘因，拉攏顧客，只不過財務性連結是最容易被競爭者所模仿的，通常不易維持長久 (王玉珍、黃振誼，2012；余泰魁、黃識銘，2014；Berry & Parasuraman, 1991)。以淘寶網為例，在營運初期打著讓買賣雙方免費加入的口號，不到數年便霸占整個市場，然而在 2006 年推出收費機制，卻遭上萬家店組聯合罷市抵制，最終收費機制被迫告終。此例說明財務性連結能夠短時間內吸引大量使用者加入，卻無法為企業帶來長久獲利來源。因此，財務性連結需再配合以下三種連結，才能有效解決財務性連結在平台服務上的缺口。這種對顧客誘之以利的財務性利益可用許多不同方式呈現，例如，初次加入平台費用提供折扣，提供贈品甚至獎金，或者主動

協助不熟悉平台服務使用者完成初次體驗。

電子優惠券的便利與即時性，能解決傳統優惠券不易取得且容易遺失等缺點，而有價值的電子優惠券，亦能減少消費者的購物成本，提升消費者的購物愉悅感（曹文琴、謝明蒼，2013)。以淘寶網為借鏡，在智慧觀光平台上，我們可以透過導入無紙化的電子優惠券，運用新興資訊科技與網路地圖，結合智慧型手機，平台使用者只需打開行動應用軟體，即可搜尋與取得附近周圍，方圓半徑兩公里內平台合作商家之電子優惠資訊。然而，這些折扣資訊具有地理相關性，不僅能夠提升優惠卷的實際使用率，還能及時迎合消費者的隨機需求。

二、社交性連結

社交性連結除了重視經濟性質的激勵之外，亦加強與客戶間的個人化接觸，主要任務乃提昇客戶留住率，將顧客轉換為客戶（Berry & Parasuraman, 1991)。藉由頻繁的互動及人際之間的交流，讓平台使用者產生強烈認同感，進而成功創造顧客社群，而《平台革命》一書中也指出平台商業模式的特點正是利用群眾關係來建立起無限增值的可能性，也就是網路外部性（余卓軒、陳威如，2013)。如同諸多社交通訊軟體，利用網路平台、手持式裝置，即能與朋友互相分享生活、傳送訊息、分享圖片，透過各種功能增進彼此間的互動以及溝通的便捷性。相對傳統的觀光旅遊網站，大多為單方面地提供旅遊資訊，缺少雙向及人與人之間溫暖的互動關係，這樣的互動平台機制是智慧觀光平台值得思考努力的方向。

當平台使用者越多，就能吸引更多人，進而創造更多提供實體或虛擬產品服務的供應商(李秋滿、張玉琳，2014)。在智慧觀光平台中，若藉由多元化服務的建立來吸引平台使用者，舉例來說，透過平台可直接與伴手禮店家下單、線上換匯、智慧型手機付費、網路叫車、點評推薦系統、顧客意見回饋等一切有關觀光行程前中後的互動消費體驗，讓各方不同的群體能透過平台相連，達到為彼此增值的特性，最後將能創造更多的價值。

三、客製化連結

客製化連結是更深一層的顧客連結，而觀光旅遊業強調以旅客需求為主，以及近年來旅遊平台數量竄升，對此，傳媒分析師亦提及客製化旅遊將成為旅遊平台是否勝出的主因（黃冠智，2017)。在這樣的前提下，顯得市場區隔機制格外重要，若能善用市場區隔，可達成熟的供需配對與滿足各方需求，不僅是大眾喜歡的項目受到重視，其他冷門的項目也能找到屬於自己的追隨者（余卓軒、陳威如，2013)。因此，在平台使用者需求不同的基礎上，應善用市場區隔，打造客製化機制，來滿足各方需求，這種客製化或專屬服務關係的方式，也容易提升旅客內心深層的感受。

對於智慧觀光平台，除了將龐大的使用者人口特性、消費特性、搜尋歷史紀錄等資料縝密分析後，可依此直接做分類，將熱門與冷門的選項一併列出，再藉由平台開放的特性，多元化的選擇與簡單便利的操作介面結合，讓使用者能迅速找到最適、最感興趣的產品與服務，減少不必要浪費的搜尋時間。

四、結構性連結

結構性連結與客製化連結的共同點都是開發顧客個別需求之產品或服務，但最大不同之處在於，前者更強調藉由科技的輔助，讓顧客享受更便利、更低成本、更有效率的

產品與服務，除此之外，提供附加價值利益和不易自他處取得的服務，不僅能提升企業品牌印象與滿意度，亦可作為維持與增加彼此關係的強力基礎，提高客戶轉換至競爭者處的成本 (余旻薇等人，2005；吳金山、金必煌、陳冠臻，2015；Berry & Parasuraman, 1991)。

網路平台最可貴的價值在於互動擁有即時性，彼此間透過不同的溝通介面，例如訊息交流、網路聊天、視聽數位匯流等功能，互相傳遞資訊，進行知識交流、溝通、分享等，一方面可發掘更多潛在顧客，而對舊有的使用者更能增加認同感與黏著度 (呂博裕、陳欽雨、蘇培豪，2016；黃偉宙，2017)。

因此，智慧觀光平台可讓使用者擁有一份專屬的電子地圖，標記自己去過的每個地方，並鼓勵使用者們進行照片、心得交流，推出結伴同遊布告欄或是旅遊資源共享，這些豐富的附加價值服務可讓使用者與平台間產生情感連結，進而提高使用者轉換成本。

綜合上述，若能妥善經營顧客關係，善用此四種關係連結，不僅能強化使用者的認同感與黏著度，吸引再度消費，更能藉此良好互動關係形成正向生態圈，最終達到互利互惠的長遠發展。

伍、結語

智慧觀光與個人化旅遊是世界旅遊業的發展趨勢，而智慧觀光平台的建置是一種多重機制下的產物，是以旅客互動體驗為中心，強調一體化的資訊管理，兼顧旅客、觀光相關企業、政府等全方位的旅遊新風貌，且藉由數位化讓觀光產業得以持續快速拓展。然而，觀光科技化之餘，建立與強化顧客關係乃為首要行銷策略之議題。本文整合諸位學者所提出之四種常見的方法類型，以探討智慧觀光平台之顧客關係管理，以下將提供未來智慧觀光平台管理者在經營顧客關係時之參考建議。

一、運用科技以消弭財務性連結之缺口

雖然財務性連結被視為各連結中最弱的層級，仍可藉由科技的日新月異，利用其便利性與即時性，搭配傳統以價格為誘因的各項優惠方式，除了能短時間吸引大量使用者，還能提供符合消費者需求的優惠活動，藉此彌補財務連結的缺點。

二、追求智慧觀光平台卓越的網路外部性

藉由各項智慧技術，讓各方不同的群體能透過平台相連，加強彼此間對觀光平台的認同感、歸屬感、黏著度，進而培養與客戶端的信任與承諾，達到為彼此增值的特性，以建立長期的顧客關係，並從中吸引更多的使用者，最終創造更豐富的價值。

三、深耕市場區隔提供使用者專屬貼心服務

擁有豐富資料數據的觀光平台，應針對不同旅客的人口特性、消費特性，縝密分析後，深耕市場區隔，提供專屬貼心服務，解決旅客旅行前中後各項需求。

四、打造高端的附加價值服務以提升使用者轉換成本

智慧觀光實現指尖化的旅遊服務，藉由軟硬體科技的新興發展，開發高品質與互動娛樂性的附加價值服務，提升使用者對平台的依賴性。

綜合上述，若能掌握智慧化系統工具以整合推動各項智慧觀光服務，透過平台內對

使用者資料蒐集與資訊挖礦，並有效應用上述所提及之四種關係連結方法，精確創造出用戶流量的顯性價值，以及獲利模式的隱性價值，當能促進平台生態圈的整體發展。

參考文獻

1. 王玉珍、黃振誼 (2012)。保險業關係行銷策略之研究：三層次觀點。*育達科大學報*，*33*，1-22。
2. 方旻蔚、鄭俊 (2013)。淺談智慧旅遊建設。*計算機時代，5*，68-70。
3. 呂博裕、陳欽雨、蘇培豪 (2016)。O2O商務模式下社群媒體行銷對消費者社群認知及行為意圖之影響。*行銷評論，13*(1)，1-35。
4. 余旻薇、吳秉育、李逸菲、黃文宏、黃識銘 (2005)。*關係連結模式對關係品質、品牌關係與品牌權益之影響*。盧瑞陽 (主持人)，服務行銷。科際整合管理研討會，東吳大學城中校區。
5. 石展望(2009)。健身氣功新功法的創編及其價值分析。*山東體育學院學報，25*（5），18-20。
6. 余卓軒、陳威如 (2013)。*平台革命：席捲全球社交、購物、遊戲、媒體的商業模式創新*。臺北市：商周出版。
7. 余泰魁、黃識銘 (2014)。重要客戶管理之關係連結對調適銷售、關係品質與工作滿意之影響。*中山管理評論，22*(2)，271-322。
8. 吳金山、金必煌、陳冠臻 (2015)。市場導向、社群顧客關係管理與經營績效之研究。*行銷評論，12*(4)，395-429。
9. 林義屏、李勇輝、董玉娟(2007)。顧客關係管理在網路銀行服務的應用：網站服務品質對顧客忠誠度的影響。*交大管理學報，27*(1)，57-85。
10. 林俊昇、簡永讚 (2010)。工業性行銷通路中供應商對經銷商關係連結作法之研究。*行銷科學學報，6*(2)，141-163。
11. 李秋滿、張玉琳 (2014)。以媒介豐富與社會臨場感理論探討LINE貼圖價值、流行涉入、網路外部性對虛擬社群意識與黏著度之影響。*電子商務研究，12*(4)，419-449。
12. 徐村和、唐嘉偉 (2014)。顧客關係管理策略發展分析模式。*管理評論，33*(1)，1-17。
13. 陳葦庭 (2017)。*台灣人最愛赴日旅遊，安排多靠行動裝置*。中央通訊社，取自 http://www.cna.com.tw/news/ahel/201709250121-1.aspx
14. 曹文琴、謝銘倉 (2013)。應用QR Code優惠券於行動行銷-以知覺QR Code優惠券價值為觀點。*亞太經濟管理評論，16*(2)，27-38。
15. 張瀅 (2015)。智慧旅遊的發展意義及策略。*中國市場，9*，151-152。
16. 黃明蕙 (譯)(2016)。*顧客關係管理：觀念、策略與工具*。臺北市；雙葉書廊有限公司。(V. Kumar & Werner Reinartz, 2016)。
17. 黃冠智 (2017)。*網路旅遊平台夯，客製化成關鍵*【電子報文字】。中時電子報，取自 http://www.chinatimes.com/newspapers/20170311000763-260309

18. 黃偉宙 (2017)。*流量變現金！自媒體行銷術：掌握集客銷售力，低成本高效益的臉書整合操作法*。臺北市：麥浩斯資訊股份有限公司。
19. 詹子嫻 (2016)。*旅遊新創，GO! 跟你一起繞著地球跑*【網路文字】。取自 https://www.bnext.com.tw/article/38681/BN-2016-02-08-003326-178
20. 葉旻宏 (2017)。*互動零秒差，超越期待的關係之道*。動腦雜誌，490，取自 http://www.brain.com.tw/news/articlecontent?ID=44433&sort=
21. 趙大偉 (2015)。*互聯網思維的致勝九大關鍵：換掉你的腦袋，成為新時代商場贏家*。臺北市：四塊玉文創有限公司。
22. 劉文良 (2017)。*顧客關係管理：新時代的決勝關鍵*(第四版)。臺北市：碁峰資訊。
23. 蔡宗保 (2016)。*五張圖表看懂台灣旅遊網站*。旅遊研究所，取自 https://travel20.blogspot.tw/2016/05/blog-post_27.html
24. 韓玲華 (2014)。*江蘇省智慧旅遊公共服務平台建設與應用研究* (未出版碩士論文)。南京郵電大學，江蘇省南京市。
25. 蕭富峰 (2007)。*行銷管理*。臺北市：智勝。
26. Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Service: Competing Through Quality*. New York: The Free Press.
27. Carolyn, H. B. & Gautam, P. (2011). From social media to social customer relationship management, *Strategy & Leadership, 39*(5), 30-37.
28. Christian, G. (1994). From marketing mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. *Management Decision, 32*(2), 4-20.
29. Ittner, C. D. & Larcker. D. F. (1998). Innovations in performance measurement: Trends and research implications. *Journal of Management Accounting Research, 10*, 205-238.
30. Liljander, V. & Strandvik, T. (1995). The nature of customer relationships in services", in Swartz, T.A., Bowen, D.E. and Brown, S.W. (Eds). *Advances in Services Marketing and Management, 4*, JAI Press, London.
31. Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2003). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (3rd ed). Boston: McGraw Hill.

第十五期 ISSN 1816-532X （22~32）

Customer Relationship Management in Smart Tourism Platform

Chin-Ju Hsieh / National Taiwan Sport University

Abstract

With the development of internet and information explosion, travel platforms are emerging. Also, data shows that 61% travelers would like using smart phones to plan travel schedules, which describes smart tourism platform plays a very important role in travel searching and planning. In this very competitive market environment, how to keep and maintain existing customer relationship, and develop the potential customers are the key elements of customer relationship management. According to literature reviews, there are five types of components for enhancing customer relationship: financial bonds, social bonds, customized bonds, structural bonds. This study will use these four bonds to explore the customer relationship in smart tourism platform. The research shows that when smart tourism platform makes good use of the above four bonds and combines with technology, it can not only strengthen the user loyalty and build up the positive eco-system, but also achieve long-term mutual benefit. Based on the results, there are four following suggestions: First, the use of technology to eliminate the gap of financial bond. Second, to pursue excellent network externality of smart tourism platform. Third, to use market segment to provide personal services. Last, to keep providing the services which are with exclusive adding value to raise up the user switching cost. These suggestions are the references for future related corporations who want to operate and organize customer relationship in tourism platform.

Keywords: Smart tourism, tourism platform, relationship bonds

第十五期 ISSN 1816-532X （33~43）

臺灣十項運動發展之探討—以楊傳廣成績為例

張政玄/國立體育大學

通訊作者：張政玄

服務單位地址：33301 桃園市龜山區文化一路 250 號

電子郵件：1050913@ntsu.edu.tw

摘　要

這次的世大運臺灣代表隊的佳績，讓人回想起在傳媒並不普遍的 1960 年代，當時臺灣的田徑好手楊傳廣早以成為臺灣之光。本文研究根據蒐集相關文獻資料及報章媒體報導的相關資料加以參考，以楊傳廣的運動成績為例，探討他對臺灣十項運動發展的成績及影響，他在十項運動的競賽中，發揮超乎一般選手的奮戰精神，和實力在伯仲之間的競爭對手奮戰到最後一個項目，並從相關文獻資料及報導中瞭解十項運動的內涵，以及臺灣十項運動的成績表現，進而學習楊傳廣在賽場上的奮戰精神，建立培養十項運動專業教練人才的管道與機制，期能在未來具體提升臺灣十項運動的實力與成績，才能為目前幾近斷層的十項運動投入新的契機與轉機，再創臺灣十項運動另一個高峰，繼續在國際舞台上發光發熱。

關鍵詞：楊傳廣、十項運動、田徑

第十五期 ISSN 1816-532X （33~43）

壹、前言

隨著今年夏天在臺北舉行的第29屆世界大學運動會（29th Summer Universiade）圓滿落幕，臺灣代表隊在主場優勢及觀眾熱情的加持下，獲得了包含26面金牌在內的90面獎牌，在田徑項目取得2金2銀4銅的佳績，其中楊俊瀚拿下男子100公尺短跑第一名，標槍項目的鄭兆村奮力一擲，不但超越勁敵勇奪金牌，更締造了新的亞洲紀錄，同場競技曾經拿過2015年亞錦賽標槍金牌的黃士峰也得到銅牌，這些好成績除了掀起國內一波關心田徑運動的熱潮，更凝聚國人的向心力。

這次世大運臺灣代表隊的佳績，讓人回想起在傳媒並不普遍的1960年代，當時臺灣的田徑好手楊傳廣早已成為「臺灣之光」，他與加州大學（UCLA）的同學強森（Rafer Johnson），1960年在羅馬奧運會上爭奪十項全能運動的過程中，兩人所展現的運動家風範與態度，更成為膾炙人口的勵志故事與體壇佳話；本文將以蒐集相關文獻資料及報章媒體報導的相關資料加以參考，就楊傳廣的運動成績為例，探討他對臺灣十項運動發展的影響，期能在未來具體提升臺灣十項運動的實力與成績。

貳、十項運動的內涵

舉凡田徑項目中，要屬十項運動為代表奧林匹克精神和個人英雄主義的完美體現，早在西元前708年的第十八屆古代奧林匹克運動會上，就舉行過古代五項全能運動，項目有鐵餅、跳遠、標槍、賽跑和角力。經過項目的修改，在1904年於美國聖路易舉行的第三屆近代奧運會上，首次將男子全能運動（Men’s all-round）列為正式比賽項目，這是當今十項運動（decathlon，又稱混合運動）的前身（台灣Wiki網站：十項全能，2017）。而自1912年第五屆斯德哥爾摩奧運開始，又列入由瑞典人首創，分成兩天舉行的男子十項運動比賽項目。十項運動從1922年開始有世界紀錄，比賽項目至今沒有改變，但計分方法從1884年到1914年以各項1000分的千分制計算，經過多次變動，有1920、1934、1950、1962和1986年五種計分法（香港體育教學網，2005），並於1972年起開始採用電動計時；計分方法每次變更都對運動員的體能、素質和技術有更高的要求，十項運動計分方式如表一，現今的十項運動比賽中，則是採用1986年的計分法（台灣Wiki網站：十項全能，2017）。

表一 十項運動歷次更改計分方式各單項獲得1000分的成績

項目＼年代		1920	1934	1950	1962	1986
第一天	100公尺	10.6	10.5	10.7	10.25	10.39
	跳遠	7.60	7.70	7.56	7.89	7.76
	鉛球	15.34	15.70	16.00	18.75	18.40
	跳高	1.93	1.87	1.96	2.17	2.21
	400公尺	48.2	48.0	48.1	46.00	46.17
第二天	110公尺跨欄	15.0	14.6	14.4	13.70	13.80
	鐵餅	45.21	58.99	51.20	57.50	56.18
	撐竿跳高	3.95	4.20	4.42	4.78	5.29
	標槍	61.00	69.98	70.40	81.00	77.20
	1500公尺	3:56.8	3:54.0	3:55.0	3:40.2	3:53.79

本研究彙整

十項運動是一項結合了田徑種類中跑、跳躍、投擲項目，運動員必須有良好的速度、爆發力和耐力（陳穎祈，2006），參加比賽的運動員必須在兩天內按順序完成十個項目。第一天為100公尺、跳遠、鉛球、跳高、400公尺，展現運動員的是體能速度，第二天則是110公尺跨欄、鐵餅、撐竿跳、標槍、1500公尺，主要考驗選手的徑賽技巧爆發力和耐力，獲得比賽優勝的選手並非贏得其中最多項目的運動員，而是各單項累積分數，以總和分數最高者贏得勝利。選手在比賽過程中，得有優異的穩定性，在各單項的競賽中，充分表現出最佳成績。以烏茲別克選手加尼耶夫（Ramil Ganiyev）為例，他在第十二屆廣島亞運會十項全能運動中以8005分奪得金牌，雖沒有突出的強項，十個項目的成績均較為平均而奪得金牌（呂明信，2005）。王強（2003）指出，全能比賽項目是按順序進行，兩天的賽程若有一個項目出現失誤（如犯規無成績），都會前功盡棄。另外，在王家宏（2000）的研究中發現，混合運動大多屬於速度力量的運動項目，運動肌肉類型以爆發性為主；所以不管十項運動員的類型偏向跑步、跳躍或投擲，這三大類型都有相同的特質，在訓練中要對弱項多加強，才能使各項成績平均，減少每一個項目的差距。因此十項運動著重於各項目的平均發展，所以被視為田徑運動的最高境界，也是展現綜合體能與運動精神的最佳發揮。

參、臺灣十項運動成績表現

臺灣的十項運動自臺灣光復後開始持續發展（李福恩，1995），即光復後第二年（1946年）為慶祝臺灣光復週年慶的第一屆臺灣省運動大會（郭鴻明，2007）。在歷屆亞洲運動會等級以上的賽事中，臺灣也曾派出優秀選手爭取榮耀，如早期的「亞洲鐵人」楊傳廣揚威世界體壇，繼而有吳阿民、陳進龍等傑出好手，之後則因實力落差或臨場表現等因素，除少數田徑項目外，臺灣選手難在國際田徑運動賽會場上作名次之爭。1970 年第

六屆亞運會，因敏感的政治問題，導致臺灣 20 年未能參加亞運會，而在退出亞運期間，從 1983 年第五屆到 1989 年第八屆的亞洲盃田徑賽，臺灣的十項運動仍有輝煌的成績表現（吳錦雲，2006），李福恩、古金水在這幾屆的比賽中都能為臺灣奪得獎牌。1990 年臺灣以奧會模式重返亞運會場，國內兩位亞洲盃十項運動金牌得主李福恩、古金水，得以參加 1990 年第 11 屆北京亞運，與其他亞洲好手同場競技。

事實上，臺灣的田徑運動曾經一度出現所謂「黃金 20 年」，那是指 1973 年至 1992 年間，聯合報創辦人王惕吾在人團法實施前後，共持續當了三屆十二年的全國田徑協會理事長（曾清淡，2017），之後交由女傑紀政擔任兩屆八年，這 20 年的期間，田徑協會訂定各種獎勵辦法鼓舞選手和教練，因此風氣鼎盛，人才輩出，例如古金水、李福恩的十項運動，400 公尺接力的鄭新福、林金雄、蔡益成、謝宗澤，吳清錦的 110 公尺跨欄，林正智的 400 公尺跨欄，「風速女王」王惠珍的 100 及 200 公尺，以及女子七項的馬君萍等好手。而在田徑運動項目中，十項運動更一直是臺灣在亞洲賽會上的傳統強項，楊傳廣退休後為延續十項運動發展，也積極培育更多的原住民新人，如吳阿民最佳成績是 7209 分，而後有王英師的 6556 分；楊傳廣在任職左營訓練中心教練與總監督時，則先後培養出古金水、李福恩等十項全能好手。有新鐵人之稱的古金水，在退役前只以 7714 分作收，雖然超越 7417 分的亞運紀錄，最後在第 11 屆北京亞運上以 7623 分贏得銀牌（許漢唐，2014）。本研究將臺灣選手在歷屆國際賽事十項運動之得獎紀錄整理如表二。

表二 臺灣選手在歷屆國際賽事十項運動中得獎紀錄表

年度	賽事	屆次	舉行地點	選手姓名	名次
1954	亞洲運動會	2	馬尼拉	楊傳廣	金牌
1956	奧林匹克運動會	17	墨爾本	楊傳廣	第八名
1958	亞洲運動會	3	東京	楊傳廣	金牌
1960	奧林匹克運動會	17	羅馬	楊傳廣	銀牌
1963	聖安東尼運動會	-	美國胡桃市	楊傳廣	金牌
1964	奧林匹克運動會	18	東京	楊傳廣	第五名
1966	亞洲運動會	5	曼谷	吳阿民	金牌
1973	亞洲田徑錦標賽	1	馬尼拉	陳進龍	銅牌
1983	亞洲田徑錦標賽	5	科威特	李福恩	金牌
1983	亞洲田徑錦標賽	5	科威特	古金水	銀牌
1985	亞洲田徑錦標賽	6	雅加達	古金水	金牌
1985	亞洲田徑錦標賽	6	雅加達	李福恩	銀牌
1987	亞洲田徑錦標賽	7	新加坡	李福恩	銅牌
1989	亞洲田徑錦標賽	8	新德里	李福恩	金牌
1989	亞洲田徑錦標賽	8	新德里	彭煥樹	銅牌
1990	亞洲運動會	11	北京	古金水	銀牌

註：1963 年楊傳廣在美國聖安東尼運動會上，以 9121 分締造新的世界紀錄。

本研究彙整

然而，當時在王惕吾和紀政相繼交棒後，田徑協會歷經多次改組，領導者即使有滿腔熱忱，但由於眾多因素，甚至出現群龍無首的局面，於是人才逐漸凋零，臺灣田徑在亞洲賽中由主角淪為配角，一金難求，令人不勝唏噓（曾清淡，2011）。十項運動是一個講求全面又富挑戰性的運動項目，在臺灣的田徑運動發展史上，具有其傳統性和傳奇性，隨著世界競技水準的快速發展，臺灣在這項運動已經漸漸失去競爭能力，因此，如何延續過去臺灣十項運動在亞洲，甚至國際體壇佔有一席之地的優勢，縮小與世界水準距離，以期能夠及時建立一套具有臺灣特色的人才選訓機制，促進臺灣十項運動項目的普及化與競技能力的提升（呂明信，2005），是國內現階段發展十項運動要向下紮根，並改善選手成績水平的當務之急。

肆、楊傳廣的十項運動成績

1933 年出生的楊傳廣（族名：Misun），是馬蘭部落的阿美族原住民（文化部臺灣大百科全書：楊傳廣），在未成名前其實最早接觸的運動是棒球，雖然沒有太突出的成績，卻為他日後在跑、跳、擲三方面紮下雄厚的根基；1951 年自台東農校畢業後，進入聯勤田徑隊，在國軍運動會中以 7.32 公尺的成績得到跳遠冠軍；其後深受「臺灣田徑之父」關頌聲的賞識與資助，1954 年在馬尼拉舉行的第二屆亞運會中拿下第一個十項全能運動金牌，這是臺灣的首面亞運獎牌，也因此被當地媒體譽為「亞洲鐵人」（Asian Iron Man）（教育部教育百科：亞洲鐵人，2015）。

楊傳廣在四年後的東京亞運會再接再厲，打破亞運紀錄再度蟬聯十項全能金牌，之後進入加州大學洛杉磯分校（UCLA）體育系就讀，在德瑞克（Elvin C. "Ducky" Drake）教練的指導下，與 1956 年墨爾本奧運會的銀牌得主拉福‧強生（Rafer Johnson）一起練習，他們同時參加 1960 年羅馬奧運會的十項全能運動比賽，楊傳廣在競賽中雖有七個項目領先強森，不過因鉛球一項落後太多，最後以 58 分的些微差距獲得銀牌，而楊傳廣也成為臺灣第一位在奧運會中獲得獎牌的運動員（2017 維基百科：楊傳廣）。

1963 年 1 月楊傳廣在美國國際田徑邀請賽中以 16 呎 3.25 吋（4.84 公尺）的成績，打破撐竿跳世界紀錄，同時當年以 9121 分刷新十項全能運動的世界紀錄，成為第一位在十項全能史上打破 9000 分的選手，並於 1964 年 6 月獲國際田徑協會頒贈「世界紀錄保持者」的紀念牌（張文瀞，2015）。

原本國人寄望楊傳廣能在 1964 年的東京奧運會為臺灣奪下首面金牌，甚至賽前他也是冠軍呼聲最高的選手，不料表現失常，僅以第五名作收，該次賽會後楊傳廣即退休轉任教練，培養十項運動好手李福恩與古金水（取自楊傳廣生平表，2007 年）；1997 年時，楊傳廣與當年十項運動對決的同門師兄強森，同獲美國業餘運動基金會頒發的「終生成就獎」。1999 年時，楊傳廣曾胸有成竹地提出重建「亞洲十項王國」大計畫，不過隨後便因罹患肝癌與肝硬化而未能實現，期間雖然轉危為安，但在返回美國後，不幸於 2007 年元月 27 日在洛杉磯因腦中風過世，享年 74 歲，然而他所締造的成績和對臺灣體壇的貢獻，卻在歷史上留下珍貴的一頁，讓國人永久懷念（姜魯，2016）。

伍、以楊傳廣的精神再創臺灣十項運動高峰

由於十項運動是一項結合田徑中徑賽、跳躍、投擲的項目，兼顧速度、跳躍與投擲等多項運動能力，因此一位優秀的十項運動選手，都須具備有良好的爆發力、速度、協調性、耐力、以及熟練的專項技術等特質（黃向東，1998），參賽選手必須全面性的發展，各單項中不得有較差的項目，這樣才能成為一位傑出的十項全能運動選手。

回顧 1950 年代中期至 1990 年代，臺灣選手在十項運動的傑出表現，可說是臺灣田徑史上的一頁輝煌歷史。楊傳廣當年曾寫下諸多「第一」，不但是「臺灣之光」，在國內更成為全民偶像，堪稱是台灣的世紀英雄。楊傳廣為臺灣贏得史上第一面奧運獎牌，也是亞運十項運動二連霸的第一人，他於 1963 年創下的十項運動世界紀錄，更是史上首位突破 9,000 分的選手，迫使國際田徑總會修改計分方式，同時也成為第一位登上美國《運動畫刊》（Sports Illustrated）封面的亞洲運動員，1988 年更創華人首例，入選國際田徑總會名人堂（陳婉箐，2016）。 在那個年代，由於楊傳廣的傑出表現，的確曾經帶動臺灣的一股運動熱潮，他在十項運動的競賽中，發揮超乎一般選手的精神，和實力在伯仲之間的競爭對手奮戰到最一個項目，兩人的君子之爭被譽為該屆奧運會上最具奧林匹克精神的代表，而這個畫面和楊傳廣在田徑場上的拚勁，在當時也深深地烙印在國人心中，更造就了往後幾年國內田徑運動的巔峰。

然而，這股熱潮卻未蔚為全民運動的習慣與風氣而長久延續下去，因為孕育優秀運動選手不容易，選訓一位出類拔萃的十項運動人才更非易事，以楊傳廣所培養的臺灣十項運動名將古金水為例，他生涯最佳成績為 7714 分，在臺灣田徑史上排名第三，中華民國田徑協會原有意栽培他成為國內十項全能專項教練，無奈「立榮案」讓他受盡折磨，他培訓的最後一個選手蕭賜斌曾在 2005 年的全國運動會中締造 7632 分，此後 11 年台灣沒有任何人能突破 7200 分大關（龍柏安，2016）。根據中華民國田徑協會的記錄，國內歷年十項運動前二十傑之成績如表三，足見臺灣的十項運動迄今未能培養新的接班人，儼然是青黃不接的態勢，正呼應了古金水曾說過：「十項運動不好練，你必須每一項都保持相當的水準，才會有好成績出現。有些年輕選手，在當中幾項遇到瓶頸就放棄了。」

表三 臺灣選手十項運動歷年二十傑

名次	成績	姓名	比賽名稱	時間	地點
1	8010	楊傳廣	聖安東尼賽	1963/04/27-28	胡桃市
2	7739	李福恩	奧運年比賽	1988/04/16-17	宜蘭
3	7714	古金水	全國中正盃	1985/08/10-11	宜蘭
4	7632	蕭賜斌	全國運動會	2005/10/17-18	斗南
5	7544	陳建宏	全國運動會	2001/10/21-22	鳳山
6	7500	彭煥樹	全國中正盃	1991/06/01-02	板橋
7	7245	孟祥祖	全國大運會	2005/04/30-05/01	民雄

8	7154	吳阿民	夏季奧運會	1968/10/18-19	墨西哥
9	7117	董承穎	全國大運會	2008/05/10-11	彰化
10	7043	陳穎祈	全國分齡賽	1999/11/25-26	鳳山
11	7014	廖學松	全國大運會	1993/04/26-27	台北
12	7005	林升權	全國大運會	1998/05/09-10	彰化
13	6952	楊國華	全能公開賽	1978/12/09-10	台中
14	6938	陳進龍	日本大學賽	1978/09/23-24	東京
15	6922	黃茂良	台灣區運會	1979/10/22-23	台北
16	6893	林森麟	全能公開賽	1979/06/16-17	台中
17	6889	江竹偉	全國大運會	2005/04/30-05/01	民雄
18	6804	楊家麟	台灣區中運	1999/04/16-17	鳳山
19	6795	王鉦元	全國錦標賽	2016/10/21-22	宜蘭
20	6773	楊忠憲	全國大運會	1999/03/27-28	嘉義

資料來源：(中華民國田徑協會，2017)

田徑協會秘書長王景成表示過：「不是每個田徑選手退下來，都有心往教練這條路發展，古金水雖有意願，可惜「立榮案」纏訟十幾年，也讓他的士氣都沒了。」，目前在竹南國中任教的蕭賜斌，保有蟬聯三屆全國運動會十項冠軍輝煌紀錄，民國 89 年至 95 年間，連得四屆全國田徑錦標賽十項金牌，92 至 96 年拿下全運會十項全能三連霸，他的最高紀錄 7632 分是自楊傳廣、李福恩、古金水以來的第四傑，也感嘆：「台灣田徑有很多單項教練，卻沒有十項專任教練，因為教練人才斷層，所以也導致選手斷層。」（龍柏安，2016）。

從另一個角度來看，雖然臺灣選手在這次 2017 年臺北世大運屢創佳績，總獎牌數排名第三，成為有史以來參加這項賽事最好的名次，無疑地為臺灣的競技運動打了一劑強心針，然而在開心慶祝的背後，我們不禁要問，做為主辦國，有絕對的「主場優勢」，這些優勢包括了選手對於場地與氣候的適應、主隊選手較為優遇的賽程安排、亦克服了飲食及時差的問題；另外主辦國還可以選辦自身具有優勢的項目，本屆世大運臺灣大部分獎牌卻是來自羽球、滑輪溜冰、舉重等選辦項目，從爭取到比賽歷經了六年，臺灣的十項運動仍在這次世大運，只有一位選手王鉦元參賽，沒有特殊的成績表現，可見十項運動的人才呈現斷層。

臺灣田徑運動的氛圍如此，十項運動何嘗不是如此，正因為臺灣對於運動選手的培訓、分級、分類毫無章法（石明謹，2017），使得許多原本早就應該去挑戰更高領域的選手，依然選擇留在校園裡。因為臺灣特殊的體育班升學制度，讓選手一旦脫離校園，就失去了各項資源的庇蔭，所以才形成臺灣的優秀選手長期留在校園，出了社會反而沒有職業與專業舞台。在亞、奧運等層級更高的賽事上，臺灣目前還是缺乏競爭力；世大

運的優異表現，頂多是說明了在學生層級的比賽，我們依然擁有競爭力，可是脫離了校園的世界，我們依然遠遠落後（石明謹，2017）。

在田徑運動屬於世界各國發展與奪牌的重點項目之際，臺灣田徑選手曾有一段時間在世界性的重要賽會上，要爭取獎牌實屬不易，雖然在亞運會的競技場上仍有發展空間，且就過去光榮傳統的角度觀之，發展田徑運動在臺灣體育發展史上已具有指標性意義（陳志航、陳金盈，2006）。

隨著立法院於今年 8 月 31 日三讀通過《國民體育法》修正草案，這次的修法重點不在於「國家奧會」或「中華奧會」的名稱爭議，最重要的任務與目標就是體育改革，改革各單項協會既往的運作方式，過去為國人詬病單項協會黑箱作業的情形，未來也期望獲得改善。同時讓選手能承先啟後，特別是在十項運動，在緬懷楊傳廣的運動家風範與精神的同時，讓這個過去臺灣曾有過輝煌歷史的運動單項上，就當今選手的選拔、訓練等方面，盡速導入科學化、科技化的訓練方式，對於十項運動專業教練人才的培養與紮根，則可向歐美國家取經，強化及提升台灣十項運動選手的心理及生理素質；另一方面，讓投入十項運動的選手們有家人的支持作為後盾，獲得更多的社會關注與資源，解決日後升學及就業的問題，這些都應該擬訂紮實、長遠，且面向甚廣的通盤計劃，才能為目前幾近斷層的十項運動投入新的契機與轉機，再創臺灣十項運動另一個高峰，繼續在國際舞台上發光發熱，這也是提高臺灣能見度最有效的方法之一。

陸、結語

田徑是所有運動的基礎，也是運動之母。世界各體育強國無不在田徑項目上投入龐大經費與資源，展現其田徑競技的運動實力，而十項運動又是臺灣曾揚威國際田徑舞台的重點項目，因此，藉著過去臺灣在國際運動賽事上留下的輝煌紀錄，由早期楊傳廣在田徑場上馳騁，所展現的奧林匹克精神，亦即在互相了解、友誼、團結與公平競爭的運動家風範為目標承先啟後，配合此次世大運臺灣代表隊的傑出表現與相關法規修正通過，希望這一切榮耀並非短時間的熱潮，而是主事及權責單位在賽會之後，能持續檢討並擬訂中長期計劃與發展方向，落實從基礎及根本做起，以「健康國民、卓越競技、活力台灣」為主軸，普及全民運動風氣，強化振興田徑運動，建立培養更多優秀運動人才的管道與機制，做為其他項目的選才基礎；同時讓選手們在訓練之餘無後顧之憂，在升學或就業兩方面都有妥適的安排與保障，進而以貫穿匯通「優質運動文化」、「傑出運動表現」與「蓬勃運動產業」三大核心理念，期盼在紮實的基礎與安頓好選手的前提下，透過計畫性的發展，讓未來臺灣在國際競技舞台上能佔有一席之地，再造臺灣田徑運動更多的「黃金 20 年」，看到更多昔日的楊傳廣在競技場上為臺灣的十項運動爭光。

今年適逢「亞洲鐵人」楊傳廣逝世 10 週年，回顧當年他穿著繡有中華民國國旗的運動衫在田徑場上為國爭光的影片，當國人們銘記這段歷史與他所創下的紀錄同時，楊傳廣在競技場上展現的堅強鬥志，與為國家榮譽及自我突破的精神與態度，更是每位運動員邁向成功的典範。

參考文獻

1. *十項全能*。取自：http://www.twword.com/wiki/%E5%8D%81%E9%A0%85%E5%85%A8%E8%83%BD
2. 丸山吉五郎（1992）。*田徑教室*（頁 6）。臺北市：聯廣圖書股份有限公司。
3. *中華民國田徑協會男子歷年二十傑*。中華民國田徑協會。取自：http://www.athletics.org.tw/public/web_page.aspx?id=362 (2017年止).doc
4. 王強（2003）。影響男子優秀十項全能運動員成績因素的灰色關聯分析。*武漢體育學院學報，37*（3），71-73。
5. 王家宏（2000）。*運動選材*。西桂林市：廣西師範大學出版社。
6. 石明謹（2017，8月31日）。*世大運還留給台灣那些價值？*取自：https://www.twreporter.org/a/opinion-what-universiade-left-for-us
7. *世大運官網*（2017）。取自：https://www.2017.taipei/home。
8. 李福恩（1995）。*台灣區運動會十項運動發展分析*（頁 6）。臺北市：文景出版社。
9. 吳錦雲（2006）。亞洲田徑混合運動近況分析比較與成績鑑別。*輔仁大學體育學刊，5*，156。
10. 呂明信（2005）。*我國十項全能運動發展潛力之分析*。國立臺灣體育學院體育研究所，未出版碩士論文。
11. 林正智 （2005，6月15日）。*中華田徑協會籌備處網站*，取自：www.sportol.idv.tw/history/show.asp
12. *亞洲田徑錦標賽我國歷年獎牌數*。取自：台灣長跑競技網 http://milestrials.taiwanathletics.com/stats/champion/asian-athletics-championships
13. 亞洲運動會田徑項目我國歷年獎牌數。取自：台灣長跑競技網 http://milestrials.taiwanathletics.com/stats/champion/asian-games?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1
14. *亞洲鐵人*。取自：教育部教育百科2015 https://pedia.cloud.edu.tw/Entry/Detail/?title=亞洲鐵人
15. *香港體育教學網*。取自：http://www.tswong.net 2005.03.31
16. 姜魯(2016)。【台灣奧運英雄】*楊傳廣／他是世界上最強的十項鐵人*。取自：民報 http://www.peoplenews.tw/news/ecd1aa62-936f-4e25-a290-b94175a3e2b9
17. 翁志成 （2009）。我國競技運動政策之發展。*育達學院學報，19*。102-118。
18. 陳婉箐（2016）。奧運傳奇逝世10週年紀念 永遠的亞洲鐵人楊傳廣。*台北畫刊*，588。
19. 陳志航、陳金盈 （2006）。兩岸全運會田徑成績之比較。*海峽兩岸體育運動論壇學術研討會論文集*，59。
20. 郭鴻明（2007）。*優秀台灣原住民參與田徑運動賽會發展之研究*（1946-2006 年）。國立台東大學體育學系，體育教學碩士學位論文。

21. 張文瀞（2015）。*臺灣田徑運動發展歷史之研究*（1945-2012 年）。國立台東大學體育學系，碩士論文。
22. 國家運動訓練中心（2017，4月12日）。*中華民國田徑協會參加2018年第18屆亞洲運動會選手培訓參賽實施計畫*。
23. 教育部體育運動政策白皮書（2013）。取自：http://ws.moe.edu.tw/001/Upload/3/RelFile/6315/6920/%E9%AB%94%E8%82%B2%E9%81%8B%E5%8B%95%E6%94%BF%E7%AD%96%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B82.pdf
24. 黃向東（1998）。*田徑*。北京市：人民體育出版社。
25. 曾清淡（2017，5月24日）。*再創「黃金廿年」田協薪火 誰來接棒*。取自：聯合新聞網 https://udn.com/news/story/7339/2481268
26. *維基百科*（2017）。取自：https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%A5%8A%E5%82%B3%E5%BB%A3
27. *楊傳廣生平表*（2007）。取自：http://beta.nmp.gov.tw/main/04/4-2/valangaw/yang/yang02.html
28. *楊傳廣*。取自：文化部臺灣大百科全書 http://nrch.culture.tw/twpedia.aspx?id=26124
29. *聯合新聞網*（2017，8月26日）。取自：https://udn.com/news/story/11444/2665805
30. 龍柏安（2016，5月26日）。*台灣十項全能斷層 11年來苦無接班人*。取自：蘋果日報。

Discussion on the Development of Decathlon in Taiwan- To Yang Chuan-Guang results as an example

Cheng-Hsuan Chang / National Taiwan Sport University

Abstract

This World Grand Canal Taiwan's success, Reminiscent of the 1960s when the media was not commonplace, At that time, Taiwanese athlete Yang Chuang-kuan had long ago become the light of Taiwan. This study is based on the collection of relevant literature and press media coverage of relevant information for reference, Take Yang Chuan-Guang's performance as an example, Discuss his achievements and impact on the development of Taiwan's decathlon, He is in the decathlon competitions, Play more than the average player's fighting spirit, And the strength of the competition between the two competitors to the last project, And understand the content of the decathlon from the relevant literature and reports, As well as the performance of Taiwan's decathlon performance, Then learn Yang Chuan-Guang fighting spirit in the game, Establishing the Pipes and Mechanisms to Train Ten Professional Trainers, The period can enhance the strength and achievements of Taiwan's decathlon in the future, Can we devote new opportunities and opportunities to the current 10 near-fault movements, Create another ten peaks in Taiwan, Continue to shine in the international arena.

Keywords: Yang Chuan-Guang、Decathlon、track and field

第十五期 ISSN 1816-532X （44~54）

運動與性別的新聞再現-以 105 學年度高中籃球甲級聯賽總決賽之報導為例

蕭宇珊/國立體育大學
楊宗文/國立體育大學

通訊作者：蕭宇珊
服務單位地址：33301 桃園市龜山區文化一路 250 號
電子郵件：1050904@ntsu.edu.tw

摘　要

運動在媒體的播送下獲得許多關注，所使用的新聞用字對於大眾也可能造成一定的影響。本文以 105 年 HBL 甲級籃球聯賽總決賽之報紙報導為研究，探究在報紙報導上男女性運動員的報紙版面所佔的篇幅及照片多寡是否有差異，對於報導上男女運動員的用字遣詞是否具性別迷思並且帶性別歧視的意味，報紙新聞對於 105 年 HBL 男女性運動員的報導中欲呈現的意境是否有性別迷思。本研究使用文本分析法進行報紙文字的分析，採用 Saussure 的符號學以及簡秋暖、杜光玉 (2007) 對性別議題以及媒體表現的定義，針對有對 105 年 HBL 冠軍賽所有的報紙報導,進行分析研究。發現 (一) 總篇幅較無差異，但照片數量男女運動員之分配出現較多差異、(二) 在文字的使用上，容易把女性運動員導向較為溫柔、平穩、柔弱的氣質，並且相較於男性運動員的報導較少琢磨於球技展現、 (三) 女性運動員相關新聞氣氛相較於男性運動員相關新聞氣氛來的感動及溫馨；筆者對於表達內容中，發現具有性別迷思，以及保有傳統性別氣質的觀點在報導中，對於男女運動員的報導不夠中立。

關鍵詞：新聞再現、高中籃球聯賽、符號學、性別議題、媒體表現

壹、緒論

隨著時代的的進步，從以前就存在的古老觀念，像是種族、性傾向、性別歧視等，因為觀念改變以及法律條文的規範而逐漸消失，然而在大眾心中的潛意識無法因為上述方式而加以規範，故透過日常生活中的習慣與教育，對大眾的想法產生潛移默化的效果。從許多地方都可以看出男女歧視的問題存在，以廣告來說，有意無意強化兩性傳統的刻板印象，男當強壯、英俊瀟灑、養家活口等;女當賢淑、溫柔婉約如慈母等(李明玉，1994)。運動場上的歧視更加嚴重，這種男女有別的報導內容，使得女性參與運動的自由受到媒體報導的制約和限制，加深性別角色刻板印象對女性參與運動的影響 (張俊一、彭宛宜，2018)。新聞報導的內容，除了提供資訊外，無形中影響大眾的價值觀念，而體育運動報導的內容，更是影響人們對於運動看法的重要關鍵因素 (林建宇、王美麗、李炳昭，2007)。因此，媒體的一言一行可能對於大眾產生一定的影響，甚至出現新聞帶風向的社會問題，影響大眾的想法，甚至影響到事件發展的結果。

高中籃球甲級聯賽 (High school Basketball League，簡稱HBL) 在1993年起逐漸得到企業贊助，並因媒體公關策略得宜，賽會曝光率高，廣告宣傳效益宏大，深獲學校及社會認同 (孫朝，2007；孫朝、李翠英，2009)。而在目前臺灣各級籃球聯賽中，高中籃球聯賽對球迷的吸引力更是一枝獨秀 (莊俊喬，2008)。HBL的比賽充滿熱血青春，球員拚盡全力為學校爭取最高榮耀，球迷更是看得熱血沸騰，場上打得熱鬧，場外的排隊人潮更是盛況，每年賽季造成大批球迷的觀賞與迴響。從場內外皆湧進大批人潮，其中不乏各校後援隊，有人手持加油海報，也有人在臉上塗抹彩繪，盡全力為自己所支持的學校加油打氣 (曾銀助、屈生東、陳膺成，2011)。冠軍賽的觀賞，造成搶票風潮並且進場人數破萬，近年來成為深受國人喜愛的賽事，更是票房保證。就201在高收視的關係下，與HBL相關的視頻、商品、報導等關注度相對也較高，對於媒體部分的HBL相關資訊與新聞對大眾也有一定的影響。

本文以105年高中籃球甲級聯賽總決賽的報紙媒體報導並進行文本分析，分析男女性運動員報導的方式是否具性別迷思，新聞內容中是否使用帶有對於男女性運動員歧視字眼的用語，以及文章呈現的方法在男女性運動員上是否有性別迷思，影響讀者對男女運動員的看法，並保有記者應具備的資訊素養。

透過本文希望能瞭解以下問題:

一、報紙新聞對於105HBL男女性運動員的報紙版面所佔的篇幅多寡是否有異。

二、報紙新聞對於105HBL男女性運動員在文字的用字遣詞上是否具性別迷思。

三、報紙新聞對於105HBL男女性運動員的報導中欲呈現的意境是否具性別迷思。

貳、方法

以高中籃球甲級聯賽總決賽之報導內容進行文本分析。藉由各種領域層次和面向發展的理論架構，對文本和談話內容進行描述與分析，正式論述分析的特色之一 (陳瓊如，2000)。Saussure所提出的符號學觀點認為，符號是具有意義的實體，由符號具和符號

義組成，符號具是符號的形象，符號義則是符號所指涉的心理上的概念 (張錦華等譯，1995；John，1990)；本文將利用Saussure的符號學觀點進行內文分析。

Saussure認為符號是由符號具與符號義組成，符號具是符號的語音，外在的形象，看到什麼就是什麼沒有特別意義，，符號義是指延伸的概念，由兩部份組成符號，故本研究之文本分析，就是利用這個概念，解讀報導中使用的用字。

研究類目主要參考簡秋暖、杜光玉 (2007) 針對Kimkem & Harris (2000)、翁宜寧(2001)等針對運動文本、奧運新聞所歸納的研究主題，並檢視本文內容所需要的類目進行修改。採用簡秋暖、杜光玉 (2007) 對於性別議題以及媒體表現的解釋進行分析。

一、性別議題：強調不同性別的表現、性別的差異。

二、媒體表現：描述媒體的表現。

以2017年還在發行的報紙報導，其中與HBL相關報導作為研究目標，針對105HBL高中籃球甲級聯賽三月四日與三月五日兩天總決賽的新聞報導作為研究對象，由於報紙是隔天出版，在比賽前一天可能會報導關於戰況分析等相關新聞，研究者以出版日期為三月四日到三月六日的報紙針對總決賽兩天的比賽報導內容進行分析。

2017年台灣還有發行的報紙有工商時報、太平洋日報、更生日報、中國時報、電子時報、中華日報、世界論壇報、民眾日報、人間福報、自由時報、蘋果日報、經濟日報、台灣時報、台灣新生報、眾聲日報、青年日報、聯合晚報以及聯合報；其中有針對HBL高中籃球甲級聯賽做報導的報紙有中國時報、中華日報、自由時報、蘋果日報、台灣時報、青年日報、以及聯合報，其他家報紙沒有做相關報導，本研究是針對全部HBL，總決賽這三天的報紙報導內容，全部的相關報導當作研究對象，解析新聞報導關於男女球隊的篇數，照片數量，以及報導內容的用字遣詞，故以這幾家報紙HBL報導的內容作整理。

參、結果

由表 1 可以發現，各家報紙報導的男女性分布的刊數具些微的差距，男性為主報導則數一共 24 篇（52.2%）大於女性報導則數的 19 篇（41.3%）。

對於 HBL 賽事進行較多報導分析的報紙分別是自由時報以及蘋果日報，兩報刊登總則數占總報紙則數的 56.6%，超過一半的報導由這兩報所提供，但在男女性報導則數上卻嚴重失衡，男生相關報導則數將近是女性的兩倍。

表 1. 各家報紙報導 HBL 統計表

	分類屬性	刊登則數	男性為主報導則數	女性為主報導則數	皆無關
中國時報	A1 要聞 A7 生活綜合	3	2	1	0
中華日報	A13 運動 A5 話題	6	2	3	1
自由時報	A1 焦點新聞 S1 運動天地 S3 運動場上	13	7	6	0
蘋果日報	D1 SPORTS D2 SPORTS	13	8	4	1
台灣時報	17 運動焦點	3	1	2	0
青年日報	14 體育	4	2	1	1
聯合報	A13 運動 A5 話題	4	2	2	0
	合計	46	24	19	3
	比例	100%	52.2%	41.3%	6.5%

本類目主要檢視男女性報導的篇幅長短，以及照片數量，藉以觀察報導的議題受到關注的程度與討論的深度，進行淺談，故先以照片數料作為簡單的分類。在照片呈現的數量上，明顯指出男性與女性相片的版面分配不均（如表 2），各家報紙所有女性相關之照片一共 27 張（36.5%）少於男性的 42 張（56.8%）。照片提供最大量集中在自由時報及蘋果日報，呈現出男女性照片數量有較大的差距，照片數量會受到報導則數的影響，所以報導男性多於女性的結果是可見的，由於照片數量上實在有些懸殊，故研究結果上還是有一定的指標。

表 2. 各家報紙報導 HBL 照片統計表

月份	照片總數量	男性內容相關照片	女性內容相關照片	男女性都有	與運動員無關
中國時報	4	2	1	0	1
中華日報	6	4	2	0	0
自由時報	32	18	12	0	2
蘋果日報	19	12	6	0	1
台灣時報	3	1	2	0	0
青年日報	5	2	2	1	0
聯合報	5	3	2	0	0
合計	74	42	27	1	4
比例	100%	56.8%	36.5%	1.3%	5.4%

一、性別議題之呈現

男性運動員在自由時報、聯合報的標題呈現中，均使用封「王」此字詞；女性運動員的報導所使用的標題，自由時報、中國時報、聯合報、青年日報以及中華日報便使用了封「后」等詞形容女性運動員獲得冠軍，在形容詞的表現中已呈現差異；「王」在古代常形容男性領導者或是統治天下的君王，「后」的形容除了有君王的意思，甚至有君王嫡妻之意義；男女性運動員皆為獲得該領域的冠軍，而女性卻使用「后」所形容，較少聽到女性用「王」此字形容，是否在字詞的使用已顯現潛意識性別的差異呢?

內文部分對於女性的形容詞使用上容易偏向表現女性柔弱、軟弱的一面，可能對大眾產生對於傳統性別的刻板印象，印證盧沛樺、張玉佩（2010）年所提及的女性形象較以舞蹈、雜技較為柔美、需要穩定的運動，而不以競技運動走向、較能夠展現力量以及速度的運動。以下從報導中突出對於女性意象強烈的字眼進行分析解釋。

二、形容詞意象如下:

(一)*中國時報*

1. 顏值頗高:在女性運動員的角色上，當外型較為出色時，經常會在女性的外表大作文章，而忽略了應該重視的能力及內在。
2. 花瓶:花瓶的外表很漂亮，但裡面卻空空如也，指一個人中看不中用，虛有其表，沒有內容；花瓶一詞通常會在形容女性的文章中出現，不曾看過報導使用花瓶形容男性運動員。

(二)*蘋果日報*

1. 美少女:女性的文章常常出現對於外表放大其詞用語，美少女一詞，針對外表較為出

眾的女性做比喻，但在實際內涵沒有實質的形容，也許會引導讀者偏向重視女性運動員的外表。

2. 懊悔的眼淚:眼淚為正常的生理反應，也許是難過的，或是喜極而泣，在筆者的形容下，卻變成是懊悔的眼淚，也許在筆者的心理潛意識中女性是較為低落，負面的形象。

3. 人「正」球技好→形容女性運動員長得漂亮又會打球，很少看到男性的報導中使用相同的語句，將讀者導向先看外表在看球技的刻板印象。

(三)*自由時報*

1. 小可愛:形容女性嬌小玲瓏可愛，但在男性的報導中卻不用這麼柔軟的形容詞，因此建立女性運動員在大眾心中較柔弱的形象。

2. 「女」柯瑞→柯瑞為 NBA(National Basketball Association) 勇士隊的明星球員，但筆者卻以一位男性頂尖運動員的姓名前加一個「女」字，形容女性運動員跟某頂尖男性運動員一樣厲害；是否在階層上已為男女運動員做區分。

(四)*聯合報*

娘子軍:娘子軍在現今泛指以女子所組成的隊伍，文章中使用一詞，已為男女性運動員做區隔；報導男性的運動員並不會用軍隊等詞形容，但在女性卻會出現娘子軍此形容詞，特別強調此隊伍由女性所組成。

三、相同意義不同形容詞:

(一) *聯合報*

男性:重返榮耀←→女性:去年失去的真的拿回來了

再次拿到名次的形容，標題寫出的語意用法上，男性以「重返榮耀」形容顯得較有力量，並有頂尖的感覺；女性以「去年失去的真的拿回來了」，其中文字的使用產生一定的差異，女性則用較負面的「失去」一詞形容，相同意思的兩句話，卻用不同力量的語句形容，也可能加深讀者對於男女性別氣質產生區隔。此分析可以發現，一直到現今已過十年之久，到現今卻未能在報紙報導上找到男女運動員應有的平衡關係。

四、媒體表現之呈現

男性運動員之報導較少提到不好或是柔弱的一面，但女性運動員之報導卻經常把負面的問題寫出；例如在報導中提到松山高中這次的 HBL 尋求隊史上第五座冠軍，女性運動員對於隊史紀錄只是輕描淡寫，在中國時報、中華日報、青年日報、聯合報中均提到普門高中食物中毒、小拇指吃蘿蔔、撞斷鼻梁等問題，放大檢視女性負面議題，顯示了筆者可能具有潛意識的刻板印象與歧視問題。

個人報導部分，男性運動員均以個人過去所締造的成績及記錄做深入的探討，但女性運動員卻以「劉昕妤人氣最夯 靠球技拒當花瓶」(蘋果日報)、「普門問鼎后座 劉昕妤先登熱搜女」(自由時報)作為新聞標題，男性運動員之報導聚焦在球場以及球技上的表現，而女性運動員的話題卻跳脫比賽相關內容，是否在女性運動員的文字呈現上有物化女性的嫌疑，有待商酌。

報導新聞上男女運動員所呈現的方式以及想表達的意境也不同，男性運動員的報導呈現有力量、堅強、強勢的感覺，像是「對決」、「決戰」、「復仇」、「巔峰」；而女性運動員則在內文中表達出穩定、柔美、軟弱的氣氛，「頗有發揮」、「加強防守」、「慢慢占

上風」、「奇蹟似的」，在讀者心裡便產生男女運動員之間的落差。

段落差異:

男子籃球甲級聯賽冠軍之報導（*蘋果日報*):

「綠色神盾」不止能守，也能強攻!松山高中昨天靠三王牌控衛高國豪拿下 HBL (High School Basketball League，高中籃球聯賽) 生涯最高的 38 分，他個人得分就超過全隊一半，率隊 74 比 62 扳倒衛冕軍南山高中，拿下隊史第五冠，高國豪沒有懸念獲選冠軍賽 MVP(Most Valuable Player，最有價值球員)。

女子籃球甲級聯賽冠軍之報導 (*蘋果日報*):

在現場球迷倒數聲中，聲先紅色與金色彩帶在小巨蛋天空交織出最美的風景，普門板凳球員興奮地衝上場中央相互擁抱，普門高中在 HBL 女子組決賽 74 比 58 擊敗永仁高中，相隔 7 季後再奪女子組冠軍，全場拿下 30 分 7 籃板、3 助攻與 2 阻攻的前鋒羅培甄，也獲選冠軍賽 MVP。

從上述的段落中可以發現，筆者針對男女性運動員之報導期望給予讀者的意境有著極大的差異，男性運動員報導具有力量以及衝擊力，文字使用強而有力，相較於女性運動員報導便顯得柔軟唯美，以索緒爾符號學中的符號義解釋，是否因筆者想呈現柔弱的意境傳達予讀者，可能形成女性在大眾心中柔弱的形象。女性參與運動的人數逐年提升，在賽會的規定上也慢慢駛向兩性平等的正軌，但在報紙的傳播中向大眾播送賽事要點，是否能秉持中立態度並保持該有的資訊素養，也是現今一大課題。

肆、討論與建議

一、討論

(一)、報紙新聞對於 105HBL 男女性運動員報紙版面上所佔的篇幅多寡是否有異。

根據研究者的資料收集中發現男女性運動員報紙版面的刊數，總刊數差異並不大，但在針對 105HBL 進行較多報導的自由時報與蘋果日報，甚至在照片出現的多寡數量，卻產生極大的差距，是否在排版上，沒有確實做到男女平等的實踐。跟李衛平、李君華、米靖 (2006)所提到的報紙對男子運動員報導的重視程度遠遠高於女子運動員，主要表現在男、女體育報導量相同。

(二)、報紙新聞對於 105HBL 男女性運動員文字上的用字遣詞上是否具性別迷思。

報導在呈現男女性運動員的報導文字中，易形成強烈的對比，男性欲傳達的意境為強壯有力，語句也相對陽剛，而女性傳達較為平穩，柔弱的一面給予大眾；一樣層級的比賽，冠軍的殊榮是一樣的，只是在分組差別以生理性別區分為男子組與女子組，也發現筆者在寫報導時便潛意識的為男女性的性別氣質上用不同的詞語，容易造成大眾對於男女性運動員的既定印象，甚至是加深性別差異；男性的比賽內容給予大眾有力量具爆發力的感覺，而女性運動員則必須是優雅、氣質的印象，男女運動員的傳統性別氣質，是否適用在現今兩性平等的社會，有待大眾探討商酌。

報導中筆者常常使用對於女性運動員的外表，加以形容並且大做文章，甚至寫在文章的標題上以吸引讀者目光，此舉可能會造成大眾容易先注意女性運動員的外表，再探討內在的技巧，球技能力等;與廖清海（2007）提到，運動媒體報導內容依然存在著性別失衡、歧視、不公平、不合理的現象不謀而合。

(三)、報紙新聞對於 105HBL 男女性運動員報導中想呈現的意境是否具性別迷思。

明顯的發現，筆者對於男性運動員與女性運動員的報導，想呈現的文章意境與內容不一樣，男性運動員會以運動員「爆發」、「強攻」等增強男性強而有力並充滿熱血正向，而女性運動員的形容卻讓人覺得感動、十分唯美的氣氛，可能對於女性運動員在大眾中的印象，因而加深傳統男女刻板印象。蕭世緯、巫坤達 (2005) 內容取向上的描述來看，女性報導焦點仍較男性多於被描述身體外貌上，且強調其柔弱感情家庭生活等性別定位。

二、結論

研究中發現，105HBL 總決賽賽事，男女運動員所分布照片數量多寡、文字的使用、以及傳達的意境均有差異；以 Saussure 的符號學觀點來說，筆者所寫下的文字為符號的形象，符號義則是筆者心理上的概念，在筆者心裡是否就已經對男女做區隔；蕭世緯、巫坤達 (2005) 可見運動新聞報導在描述女性時，仍無法擺脫女性固有的刻板印象與偏見。湯雅婷 (2016) 研究結果發現，男性角色在報導中的重要性及能見度皆大於女性。

做為文字傳播者，必須保有應有的資訊素養，傳達中立的立場給予讀者，也許可以憑藉文字傳達對於男女平等的意識。

三、建議

未來研究可增加更多男女運動種類的報導分析，並且針對不一樣的運動進行研究，對於展現力量的舉重、拳擊、摔角的比賽，或是較展現優雅流暢特質的射箭、溜冰、跳水等進行深入的分析，了解運動本身具備某些既定特質時，是否在報導的用字遣詞上，而有加深男女性別迷思的可能。

也可針對網路新聞做研究，但在網路新聞容易因搶快或是洗版，文字使用可能產生錯誤，語句用法沒經過深思熟慮，因此對於想要使用網路新聞作為研究類目，必須經過嚴謹的篩選與考量，才能讓研究結果更加準確。

參考文獻

1. 李明玉(1994)。廣告與性別歧視。*新使者，22*，16-17。
2. 李衛平、李君華、米靖 (2006)。也論報紙的女子體育報道。*中華女子學院學報，18*(1)，68-72。
3. 林建宇、王美麗、李炳昭(2007)。論運動與媒體之關係。*興大體育學刊，8*，157-164。
4. 陳怡誠、魏志德、張宏源、許瓊云 (2004)。臺灣主要綜合性報紙對釜山亞運報導內容之研究。*北體學報，12*，273-287。
5. 陳瓊如(2000)。*從專業意理檢視小報與大報的誹聞報導－以大成報、中國時報與聯合報對黃義交誹聞事件的報導為例*。輔仁大學未出版碩士論文，輔仁大學，新北市。
6. 孫朝(2007)。*企業贊助對HBL之影響*。國立臺灣師範大學未出版碩士論文，臺北市。
7. 孫朝、李翠英(2009)。高中籃球聯賽(HBL)人力資源管理之探討。*國民體育季刊，38*(4)，85-92。
8. 翁宜寧(2000)。*奧運新聞文本分析—符號學的觀點*。國立體育學院未出版碩士論文，桃園市。
9. 張俊一、彭宛宜(2018)。烈陽下的奮鬥：性別角色刻板印象對女子棒球選手之影響。*國立金門大學學報，7*(2)，91-106。
10. 張雅惠(2004)。女性運動員之源起、角色衝突及對體育、運動本身的意義與價值。*大專體育，72*，92-96。
11. 張錦華(1994)。*傳播批判理論*。臺北市：黎明。
12. 張錦華(1994)。*媒介文化、意識形態與女性：理論與實例*。台北：正中書局。
13. 莊俊喬(2008)。*我國高中籃球聯賽發展之研究*。國立臺灣師範大學未出版碩士論文，臺北市。
14. 曾銀助、屈生東、陳膺成(2004)。探討高中籃球聯賽HBL成功發展之關鍵。*大專體育，224*，40-47。
15. 湯雅婷(2016)。*台灣平面新聞報導之性別再現分析*。國立臺灣藝術大學未出版碩士論文，新北市。
16. 廖清海(2007)。媒體體育運動內容中呈現的性別差異情形。*中華民國體育季刊，21*(3)，94-102。
17. 廖美貞(2004)。兩性平等與運動倫理。*學校體育，14*（2），108-117。
18. 蔡明河、謝靜瑜(2011)。99年全國大專校院運動會報紙報導性別呈現之分析。*休閒社會研究，3*，105-114。
19. 盧佩樺、張玉珮(2010)。性別差異政治:女性運動員的媒體再現與認同糾葛。*中華傳播學刊，17*，139-170。
20. 蕭世緯、巫坤達(2005)。運動新聞的性別呈現之分析-以報紙報導第二十八屆雅典奧運為例。*輔仁大學體育學刊*，180-191。

21. 簡秋暖、杜光玉(2007)。索倫絲坦參加「殖民地高球賽」之新聞文本分析。*嶺東體育暨休閒學刊，5*，142-156。
22. De Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P.S. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: an investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing, 26*(2), 83-91.
23. Jahn, B., & Kunz, W. (2012). How to transform consumers into fans of your brand. *Journal of Service Management, 23*(3), 344-361.
24. Kotlor, P., & Levy, S. J. (1969). Broadening the Concept of marketing. *Journal of marketing, 33*, 10-15.

第十五期 ISSN 1816-532X （44~54）

The Representation of Sport and Gender: Reports of 105 High school Basketball League Finals

Yu San Hsiao / National Taiwan Sport University
Tsung-Wen Yang / National Taiwan Sport University

Abstract

Sport in media support get more attention, the use of news word maybe cause effect. The writings base reports of 105 High school Basketball League finals as the object, to know male athlete and female athlete of newspaper report space and photo quantity have difference; the words in report have sex stereotypes; newspaper create artistic conception have sex stereotypes. Using Saussure's Semiotics and gender issue and media performance conduct research. Invent all the report space no difference, but photo quantity have more difference. In word using, describe female athlete stable and weak image. Compare to male athlete reports surrounding feeling, female athlete reports feel moving and warm. Reporter news content have sex stereotypes and keep traditional gender image. Report not enough neutral.

Keywords: Representation, High school Basketball League, Semiotics, Gender issue, Media performance

第十五期 ISSN 1816-532X （55~69）

馬拉松路跑參與者動機之研究-

以「第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松路跑」為例

何聰賢/國立金門大學

通訊作者：何聰賢

服務單位地址：892 金門縣金寧鄉大學路 1 號

電子郵件：0939.wv@gmail.com

摘　要

本研究之目的旨在探討馬拉松路跑參與者參與動機與價值內涵。研究方法採訪談法、內容分析法，針對金門地區熱愛路跑之跑友為研究對象，以立意抽樣擇跑齡達 3 年以上經驗之 20 位跑友進行一對一訪談，運用方法目的鏈理論-階梯法導出受訪者參與路跑活動之屬性、結果與價值內涵。研究結果發現：(1) 經內容分析法歸納出：4 項活動屬性、6 項休閒利益及 5 項最終價值之階層要素。(2) 各階層要素中：屬性要素以「參與運動」最高，其次為「休閒」。結果要素以「身心健康」最高，其次為「增強體能」。價值要素以「自我實現」最高，其次為「愉悅」。綜合結論，金門縣「第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松路跑」參與者，主要以「健康」為運動考量，本研究透過質性研究運用 MEC 理論模式-階梯法導出受訪者參與路跑活動之經驗，藉以探究金門地區熱愛路跑參與者之內心深層動機，可供路跑賽事舉辦之參酌，期許馬拉松路跑熱度不減，提升路跑運動永續經營與發展。

關鍵詞：馬拉松路跑、參與動機、方法目的鏈

第十五期 ISSN 1816-532X （55~69）

壹、緒論

一、研究背景與動機

近年來路跑運動發展熱絡，改變了國人的運動習慣，在運動城市2014年調查之中顯示，有運動習慣之民眾最主要的運動方式為「散步」，其次是「慢跑」(教育部電子報，2014)。據體育署2015年運動城市調查，國內路跑人口數從2014年25.7%上升至2015年的27.8%(教育部體育署，2015)。端看2016年馬拉松賽事，運動筆記登錄的路跑賽事計有512場(運動筆記，2017)。顯見臺灣路跑運動熱潮至今不斷，換言之，平均一天就有超過一場路跑活動，是民眾接受度與CP值最高的運動項目。路跑亦不再是運動選手的專屬舞台，取而代之的是民眾參與運動的途徑(陳薇先、邵予玲，2006)。

回顧文獻之中，馬拉松跑者參與動機的相關研究，跑者透過馬拉松參與，體驗不同的休閒感受與內在心靈的抒發，並達到成就感，進而提升自信心(連央毅、陳美燕，2015)。而「路跑活動」是最適合普及國人參與規律運動之全民運動項目(劉照金、黃仲凌、郭芳坤、陳志明、莊哲明，2016)。邵雅卿（2010）在「馬拉松跑者參與動機、深度休閒與幸福感之研究」中，以2010年2月28日櫻花之美雙溪馬拉松參與者為研究對象，採量化方式進行資料分析；研究發現：參與者社會支持度與結交志同道合的朋友及提升親屬之情感，是參與馬拉松的主要動機。李麗卿、郭進財、江毓華（2014）在參與動機與再參與意願之研究－以2013年金虎爺全國路跑賽參與者為例，以路跑參與者為研究對象，採便利抽樣方式，引用改編學者張家銘等人參與動機量表進行量化分析；研究發現：參與路跑賽會活動之男女選手的參與動機因素，在「身心知覺」、「自我肯定」、「人際關係」、「觀光誘因」與「紓解壓力」等均無差異存在，顯示金虎爺全國路跑賽不同性別參與者的參與動機是具一致性，也就是說不同性別的參與者在參與動機是沒有差別的。賴文儀、周政德、陳麗珠(2015)，在馬拉松跑者參賽動機研究中，以參加「2013 府城安平仲夏夜浪漫星光馬拉松」之選手，並且完賽42.195公里或9公里為研究對象，採便利抽樣方式進行量化分析，其量表亦引用修編國內外信效度高學者之問卷進行資料蒐集；研究發現：參賽動機以「紓解壓力」最高，其次為「身心健康」，是影響參賽動機構面之內在因素較高因子，參與者重視健康因素，也提高了參賽的動機，馬拉松跑者參賽動機之自我展現與社會支持程度愈高，對於休閒效益之心理效益與生理效益之程度亦愈高即馬拉松跑者的參與動機愈高，感受到的休閒效益愈多，對於賽會滿意度的程度亦會有所提升。

本研究以金門縣觀光協會在金門縣烈嶼鄉所舉辦的「第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松賽事」，活動以金門傳統吉祥物「風獅爺」為主題，賽程分為10k與21k為主，吸引不同族群跑友共襄盛舉，大會指出此次活動計有700餘人參加。活動的另一大特色則為參與金門五個鄉鎮之路跑活動，並以金門烈嶼為首站，若能全數參與並成功完賽所獲得獎牌即能拼湊為一面大尊風獅爺，組裝完成的獎牌別具意義，是跑友參與活動後值得珍藏的紀念。大會亦表示，路跑活動目前在金門地區發展熱絡，屬時下最流行的運動之一，也是金門發展運動觀光的特色活動，而活動能夠吸引這麼多民眾熱烈參與，主要為路跑參與者透過活動，沿途除了可欣賞烈嶼秀麗風景、各知名景點與傳統聚落，感受傳統文

化之外，在路跑健身之餘，亦可品嚐道地傳統烈嶼特產與美食，是滿足現代人追求休閒、遠離都市與工作壓力下的一種紓壓方式。

然而，探討路跑參與者行為模式，可由參與者行為分析，將可深入瞭解參與者內心感受。張春興(2004)指出，動機 (motivation) 係指某種內在狀態，引起個體產生外在行為，並持續已產生活動朝目標進行的內在歷程。本研究由馬拉松路跑參與者角度探討參與動機之內涵為本研究動機之一。

綜觀目前路跑研究中，研究方式仍以量化研究為主流，諸如(林佳慧，2009；江毓華，2013；林志鈞、湯和展，2015)等，皆由研究者的觀點應用文獻或理論基礎，以自編、引用或改編之問卷法，進行資料蒐集分析。採量化研究雖有容易取樣、便利性等優點，卻無法深入瞭解個體內心思緒的行動與需求，亦不易探索個體多變化與多樣化之特質(黃仲凌，2011)。回顧文獻中，質性研究已呈現重要之趨勢，以方法目的鏈為基礎研究，更廣泛應用於休閒運動領域中，諸如：水域運動參與動機(黃仲凌，2011)、滑雪決策選擇行為 (Klenosky et al.,1993)、自行車成員單車活動體驗(李宛璇，2015)等皆具有實證性研究結果與可行性；基於此，誘發研究者構思，嘗試改變過去偏重量化方式，採質性研究法之特性，具有量化取向資料不易獲得的重要資訊，並以方法目的鏈為理論基礎，透過深入訪談進行研究資料的蒐集、歸納及分析，「訪談」著重在經驗上之探討、價值及本質，特別是闡述人們內心想法，是質性研究之精神所在。因此，探究第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松參與者動機與價值內涵為本研究動機之二。

二、研究目的

(一) 歸納馬拉松路跑參與者對活動屬性與參與動機之類目。

(二) 建構馬拉松路跑參與者活動屬性、結果與價值之階層關係連結 (HVM)。

(三) 分析馬拉松路跑參與者認知結構之階層關係的重要性程度。

本研究結果可供路跑活動賽事舉辦之參酌與推廣策略，期許馬拉松路跑活動熱度不減，提升路跑運動永續經營與發展。

貳、方法

一、採方法目的鏈為理論模式

方法目的鏈(Means-end chains)以下簡稱：MEC理論，最早應用在消費者購買行為，由Gutman在1982年提出，主要探討消費者購買行為決策(Gutman，1982)。Pitts et al.; Walker et al., (1991，1986) 提到，MEC理論研究法，強調每個產品皆有多項「屬性」(Attribute)，屬性會引發消費者的購買使用「結果」(Consequence) ，由結果帶給消費者「價值」(Value)即是消費者心中存在著「屬性」-「結果」-「價值」的鏈結(引自林勤豐、葉明義、邱兆民，2000)。

MEC理論認為，消費者購買商品，不單一為了某種因素，而是期待商品能滿足自己需求。舉例而言：以「牙膏」為例，除了牙膏產品本身的實體，其品牌、價格、外觀等皆為商品屬性，而消費者由購買牙膏，從使用中幫助牙齒清潔、美白、預防蛀牙、常保口氣清新之外(結果)，消費者更期待藉由產品能幫助個人口腔獲得健康狀態(最終價

值)。同理而言，馬拉松路跑參與者透過該項運動屬性，在實際參與活動後所獲得的結果，並達到內心所期待之價值。

二、研究對象與抽樣方式

本研究以參加2017年11月19日在金門縣烈嶼地區所舉辦的「第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松路跑」活動，針對金門地區熱愛路跑之跑友，並擇賽會規定時間內完賽者(半程馬距離為21K)，條件以跑齡達3年以上經驗，徵詢同意參與本研究之跑友20人。由於賽後參與者體力流失因素，故先行留下受訪者聯繫方式，擇期受訪者適當時間進行訪談，訪談時間從11月24至26日計三天完成訪談。採MEC理論方式，研究對象之族群應有一定程度的參與經驗，方能有效呈現出參與行為；並應符合Reynolds, Dethloff,與Westberg (2001)指出，進行階梯訪談法樣本數至少為20人的原則(引自黃仲凌，2011)。

三、資料收集與分析

(一) 訪談法

採 Reynolds & Gutman (1988)所提出的軟式階梯法(laddering)，使其有效引導參與者對活動屬性、結果與價值之認知要素及關連，優點為使受訪者自由的答題，較能獲的完整的資訊。訪談問題如下：

第 1.針對活動屬性提問：請問您為什麼喜歡參與路跑活動？對您而言路，路跑活動吸引你的原因有哪些？請說出你內心的想法？

第 2.針對參與結果提問：請問您參與路跑活動後的內心感受是如何？參與路跑活動帶給您什麼樣的益處？請說出你內心的感受。

第 3.針對參與價值提問：請問您這樣益處對您有何幫助？有滿足您何種需求與意義？

上述訪談應告知受訪者答案並無對錯，請放心作答，若有必要時，再予適時的提示，框架仍以逐題階梯式提問，獲得答案後再往下一題續問，直到受訪者的答案無法回答為止，訪談時間每位受訪者介於 10-25 分鐘內完成。

(二) 內容分析與類目建構

王石番(1990)指出，內容分析法即為將回收後的詞句語意資料，有系統的分析、歸納或統整，便於達到所需資訊。楊孝濚(1993)指出，類目的形成可根據已發展理論或過去實證研究結果。本研究綜合過去實證結果對路跑活動相關變數定義，依受訪者回答內容，歸納為 MEC 中之屬性、結果及價值三大層級，作為類目建構的依據。

(三) 編碼

參酌過去發展理論及實證研究結果，將前述相關參與動機構面列為因子(如表 2-1 所示)。

表 2-1 參與動機構面因子參考表

年份	作者	研究動機構面
2013	江毓華	參與動機與再參與意願之研究。構面以「自我肯定」、「人際關係」及「紓解壓力」等因子。
1994	盧俊宏	運動心理學。參與運動具「促進健康」、「社交」、「紓壓」、「忘掉煩惱」、「放鬆」、「表現自我」、「成就感」、「自我肯定」與「自我實現」等因子。
2010	李宛璇	以方法目的鏈分析自行車社團成員之單車活動體驗。構面以「強健體魄」、「調劑身心」、「享受飆汗」、「自我實現」、「成就感」、「愉悅」等因子。
1989	Kahle & Kennedy	價值觀量表 (List Of Value; LOV) 「歸屬感」、「享樂的生活」、「安全感」、「自尊心」、「自我實現」、「成就感」、「被尊重」

資料來源：本研究整理

價值認知部份則參酌 Kahle, L. R., & Kennedy, P. (1989)，LOV 量表之研究構面，由熟悉 MEC 理論編碼員二位及研究者進行編碼。編碼完成並進行結果比較，並計算其信度值，取得編碼信度。

(四) 信效度驗證

根據 Budd, Thorp, & Donohew (1967) 建議編碼完成後作為檢視信效度之方式，並採用評分者間信度(inter-judge reliability)進行檢驗；為達可信度參酌依 Kassarjian(1977)建議內容分析法須達.85 以上標準，以符一致性程度，其相互同意度之計算原理為：兩兩編碼員相互同意題數除以編碼之題數，本研究編碼員，經由兩兩編碼員相互同意信度之計算後再進行複合信度分數(composite reliability score)之計算；複合信度分數之計算原理為：所有編碼員兩兩之相互同意度之平均數信度之計算原理為：n × (複合信度分數) / {1 + (n - 1) × (複合信度分數) }，其中 n 為編碼員人數(引自黃仲凌，2011)。本研究由三位編碼員參與，編碼員以 01、02、03 為代號，相互同意度計算後，整體信度計算符合前述所稱.85 以上標準。信效度檢驗如表 2-2 所示。

表 2-2 編碼員同意度與信效度檢驗表

編碼員代號	01 與 02	02 與 03	03 與 01
相互同意度	0.87	0.90	0.89
複合信度分數為 (0.87 + 0.90 + 0.89) / 3 = 0.88 整體信度為 3 × 0.88 / (1 + 2 × 0.88) = 0.95			

參、結果

一、受訪者資料分析

由參與者樣本得知，性別以男性 13 位佔 65%，而女性 7 位佔 35%；年齡分布，以

30-39 歲 9 人佔 45%最多，其次是 40-49 歲的 6 人佔 30%，20-29 歲 4 人佔 20%，50-59 歲僅有 1 位。跑齡以 3-4 年最多共 10 人佔 50%，其次是 4-5 年的 7 人佔 35%，再其次是 6-7 年的 2 人佔 10%，8 年以上經驗僅有 1 位。教育程度以大學(專)最多佔 80%人數 16 人，其次是研究所以上佔 10%人數 2 人，高中(職)僅有 1 位。在職業方面，以軍公教最多，計有 9 人佔 45%，其次為服務業計有 7 人佔 35%；第三則以學生 2 人佔 10%。婚姻狀況已婚佔 90%最多共 18 人。在月收入方面，以新台幣 5-6 萬最多佔 35%計有 7 人，其次為 3-4 萬佔 30%計有 6 人，再其次為 7-8 萬的 15%計有 3 人，8 萬以月薪上僅有 1 位。如表 3-1 樣本資料分析所示。

表 3-1 路跑參與者樣本資料分析表

樣本資料		人數	百分比
性別	男性	13	65%
	女性	7	35%
年齡	20-29	4	20%
	30-39	9	45%
	40-49	6	30%
	50-59	1	5%
跑齡(年)	3-4	10	50%
	4-5	7	35%
	6-7	2	10%
	8 年以上	1	5%
教育程度	高中(職)	1	5%
	大學(專)	16	80%
	研究所以上	2	10%
職業(別)	服務業	7	35%
	農林漁牧業	1	5%
	軍公教人員	9	45%
	學生	2	10%
	家管與待業	1	5%
婚姻裝況	未婚	2	10%
	已婚	18	90%
收入	2 萬以下	2	10%
	2-3 萬	1	5%
	3-4 萬	6	30%
	5-6 萬	7	35%
	7-8 萬	3	15%
	8 萬以上	1	5%

資料來源：本研究整理

二、歸納屬性與參與動機類目

本研究歸納後共彙整出 15 項類目，62 個要素，將要素歸入屬性、結果、價值三個類目層級中。如表 3-2 所示。

表 3-2 類目定義表

類目	定義說明
A：屬性（attributes）參與者對路跑運動屬性之認知	
A1　參與運動	可以運動、想運動、運動健身、興趣是運動
A2　休閒	空暇時間的參與、不受空間限制、沒有壓力、消磨時間
A3　社交	可認識新朋友、拓展朋友圈、志同道合、可結交同好
A4　時下潮流	流行活動、響應活動、熱潮、賽事吸引、慕名而來、CP 值高
C：結果（consequences）參與者在路跑活動後所帶來的內心結果	
C1　身心健康	保持健康、增強抵抗力、維持體能、促進新陳代謝
C2　紓解壓力	壓力釋放、忘掉煩惱、放鬆、放空、轉換心情
C3　體重管理	可維持身材、控制體重、使體態完美、可減肥、消耗熱量
C4　獲得贈品	參加送贈品、有紀念性完賽禮、可獲得獎品
C5　增強體能	訓練體能、鍛鍊體力、保持身體肌力、變壯
C6　享受飆汗	舒暢的流汗、飆汗快感、可排毒
V：價值（values）參與者獲得的最終內心感受	
V1　自我實現	超越自我、實現目標、設定目標、參賽經驗、挑戰能力
V2　成就感	成就感、肯定自我、證明自己、好成績、成功完賽
V3　表現自我	別人會注意我、吸引目光、自信心
V4　愉悅	心情愉快、獲得快樂、很開心
V5　歸屬感	成為跑友的一份子、歸屬感、獲得認同、被肯定

資料來源：本研究整理

三、屬性 (A) -結果 (C) -價值 (V) 鏈結建構 (簡稱：A-C-V)

(一) 蘊含矩陣

Reynolds & Gutman (1988)提到，蘊含矩陣是繪製價值階層圖 HVM 之基礎。透過鏈結以數值方式繪製，表中的行與列分別代表 A-C-V 三個階層之類目，矩陣內的數字是由整數及小數組成，整數代表要素之間具直接關係的次數，小數則代表要素之間具間接關係的次數；整數即要素間被受訪者直接提及關係的次數；小數則為要素間接提及關係的次數(Reynold & Gutman，1988)。數值之高與低代表要素間的關係次數愈高，兩要素間的關係愈密切，反之則弱。表 3-3 總體直接及間接連結次數為 292 次(直接連結 201 次，間接連結 91 次)，本研究 HVM 之有效力約為 80 %，符合 Gengler 與 Reynolds (1995)建議的參考值 70%之要求。如表 3-3 所示。

表 3-3 蘊含矩陣表

類目	C1	C2	C3	C4	C5	C6	V1	V2	V3	V4	V5	合計
A1	15.12	11.04	09.05	02.01	10.05	04.00						51.27
A2	01.00	10.08	01.01	04.05	01.00	02.05						19.19
A3		01.00	01.00									02.00
A4	02.00	02.02	02.04	01.02	02.00	05.01						14.09
C1		02.00			01.00	01.00	16.06	03.08	02.04	12.12	00.08	37.38
C2	02.09									11.06		13.15
C3	04.04				00.02		02.07	07.08	03.06	03.07	00.08	19.42
C4										05.05		05.05
C5	05.08		01.00			00.01	15.06	02.05	06.04	01.07	01.01	31.32
C6	02.00		04.04		01.00		01.00			01.00		09.04
合計	31.33	26.14	18.14	07.08	15.07	12.07	34.19	12.21	11.14	33.37	01.17	201.91

資料來源：本研究整理

(二) 階層價值圖 (Hierarchical Value Map 以下簡稱 HVM)

Grunert & Grunert (1995)提到，若將所有 A-C-V 要素關係繪入全然視為有效鏈結，將產生 HVM 圖過於複雜，失去真正著重的涵意(引自林筱淇、李君如，2008)。為避免產生前揭所述情形，故擇以 4 以上(含)截斷值(cut-off)為繪製基準 (Reynolds & Gutman，1988)，方能呈現出 A-C-V 連結的重要程度。各層級與層級間連結線，採線條粗細標示原則，參酌 Fotopoulos, Krystallis,與 Ness (2003)建議的三種粗細線條定義，強大關係以粗線表示(11 次以上連結)，最弱關係則以最細線表示(5 次以下連結)、中等關係連結線則介於兩者間(6 至 10 次連結)予區分 (引自黃仲凌，2011)，即粗線條代表關係越密切。如圖 3-1 價值階層圖(HVM)所示。

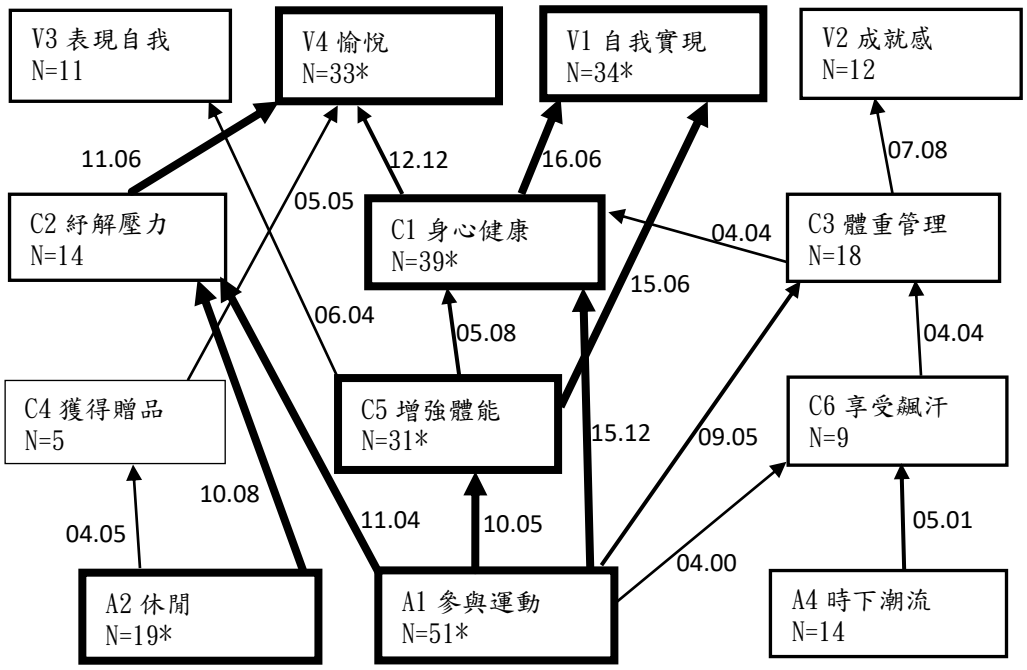


圖 3-1 價值階層圖(HVM) 資料來源：本研究整理

各層級要素受訪者提及次數中，屬性以「A1 參與運動」被提及次數最高(N=51)，其次為「A2 休閒」(N=19)。在結果要素被提及次數，最高為「C1 身心健康」(N=39)、其次為「C5 增強體能」(N=31)。最終價值要素被提及次數最高為「V1 自我實現」(N=34)、其次為「V4 愉悅」(N=33)。要素間連結的研究結果發現，最高次數統計，以「A1 參與運動」連結至「C1 身心健康」最高 (15.12)，由結果連結至價值之次數以「C1 身心健康」連結至「V1 自我實現」最高 (16.06)為本研究中路跑參與者最強烈的動機連結。

四、參與者認知結構之階層關係重要性

由表 3-4 要素與要素間鏈結次數中的外延(to)與內引(from)數值，皆引自表 3-3 蘊含矩陣。外延(to)與內引(from)數值意義代表一個要素向其他要素連結的次數，整數代表要素被所有受訪者直接提及而直接連結的次數，而小數則為間接提及而間接連結的次數。由表 3-4 得知，類目之中屬性認知以「參與運動」最高、其次為「休閒」;「社交」則是跑友較低的感受。透過屬性引發個體參與動機要素，以「身心健康」最高、其次是「增強體能」，為參與者滿足個人心理需求結果，最低則為「獲得贈品」。由動機滿足後產生的最終價值，最高以「自我實現」、其次為「愉悅」，是參與者最終達成內心價值，亦反映出參與者心理需求的滿足後往更高的層次追求的目標。如表 3-4 所示。

表 3-4 各要素與要素間鏈結次數表

類目	編碼	定義	外延(to)	內引(form)	合計
屬性	A1	參與運動	41.27	00.00	41.27
	A2	休閒	19.19	00.00	19.19
	A3	社交	02.00	00.00	02.00
	A4	時下潮流	14.09	00.00	14.09
結果	C1	身心健康	37.38	31.33	68.71
	C2	紓解壓力	13.15	26.14	39.29
	C3	體重管理	19.42	18.14	37.56
	C4	獲得贈品	05.05	07.08	12.13
	C5	增強體能	31.32	15.07	46.39
	C6	享受飆汗	09.04	12.07	21.11
價值	V1	自我實現	00.00	34.19	34.19
	V2	成就感	00.00	12.21	12.21
	V3	表現自我	00.00	11.14	11.14
	V4	愉悅	00.00	23.37	23.37
	V5	歸屬感	00.00	01.17	01.17

資料來源：本研究整理

由表 3-5 中的 18 條連結 MEC 關係，已代表各階層之間重要要素連結程度。表中外延(to)數值代表該條 MEC 由屬性要素連結至價值要素的總和次數，而內引(from)數值代表該條 MEC 價值要素至屬性要素連結的總和次數。數值中之整數部份為直接連結次數，而小數部份為間接連結次數，合計之數值則為該條要素外延數(to)與內引次(from)數的總

和，簡言之，即該連接要素被受訪者直接提及的總次數。舉例；以編號 1 鏈別為例，代表「A1 參與運動」連結至「C6 享受飆汗」再連結至「C3 體重管理」再連結至「C1 身心健康」再連結至「V1 自我實現」連結之中包括 107 次直接外延連結與 11 次間接外延連結，以及 95 次直接內引連結與 55 次間接內引連結，因此，該條 MEC 共計被所有受訪者提及 202 次直接連結與 66 次間接連結。如表 3-5 所示。

表 3-5　A-C-V 鏈結要素關連程度表

編號	鏈別	外延	內引	合計
1	A1-C6-C3-C1-V1	107.11	95.55	202.66
2	A1-C6-C3-C1-V4	107.11	85.95	193.06
3	A1-C5-C1-V1	109.97	77.55	187.52
4	A1-C3-C1-V1	98.07	83.66	181.73
5	A1-C5-C1-V4	109.97	69.77	179.74
6	A1-C3-C1-V2	98.07	61.68	159.75
7	A1-C1-V1	78.65	65.52	144.17
8	A4-C6-C3-C1-V1	42.55	95.73	138.28
9	A1-C1-V4	78.65	54.7	133.35
10	A4-C6-C3-C1-V4	42.55	85.91	128.46
11	A1-C5-V1	72.59	49.26	121.85
12	A1-C6-C3-V2	69.73	42.42	112.15
13	A1-C2-V4	54.42	49.51	103.93
14	A1-C5-V3	72.59	26.21	98.8
15	A1-C3-V2	60.69	30.35	91.04
16	A4-C6-C3-V2	42.55	42.42	84.97
17	A2-C2-V4	32.34	49.51	81.85
18	A2-C4-V4	24.24	30.45	54.69

資料來源：本研究整理

肆、討論與建議

一、屬性與參與動機之類目歸納及建構

本研究經訪談法所獲得資訊，經內容分析法歸納後，建構出馬拉松路跑參與者活動屬性之認知，共歸納出四項馬拉松路跑活動屬性如下：「參與運動」、「休閒」、「社交」、「時下潮流」等屬性。針對受訪者所回答的語詞分析，「參與運動」屬性對參與者表示，平時就有跑步的習慣，參與路跑也可以運動，由於自己本身想運動與藉由路跑運動健身等，即參與者對路跑活動的感受是參與路跑可以運動與健身，運動對自己會有美好人生等字語。在「休閒」屬性，參與者認為路跑具休閒性，空暇之餘可參與，且不受空間的限制，也是很好消磨時間的活動。在「社交」屬性，參與者透過路跑活動認識新朋友，加入跑團拓展朋友圈與結交興趣同好的朋友。在「時下潮流」屬性，受訪者表示路跑是

目前 CP 值高的流行運動，除了響應活動外，不同主題性路跑活動亦是吸引跑友慕名而來的參與動機。

從活動屬性帶來的結果歸納，有「身心健康」、「紓解壓力」、「體重管理」、「獲得贈品」、「增強體能」、「享受飆汗」等 6 項結果，受訪者表示藉由屬性引發的結果可使人「身心健康」包括增強抵抗力、維持身體機能、促進新陳代謝等要素。參與運動可「紓解壓力」包括生活壓力的釋放、忘掉煩惱、放鬆、放空、轉換心情等要素。參與運動可幫助「體重管理」包括可維持好身材、控制體重、使體態完美、減肥等要素。參與運動可「獲得贈品」包括有紀念性完賽禮、有機會獲得抽獎品等要素。參與運動可「增強體能」包括可以訓練體能、鍛鍊體力、保持身體肌力、使自己變得強壯等要素。參與運動可「享受飆汗」包括舒暢的流汗、享受飆汗快感、亦可排放身體毒素等動機要素。本研究以第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松路跑為例，研究對象以金門地區熱愛路跑擇跑齡達 3 年以上經驗之 20 位跑友為受訪者，藉由訪談法導出參與者動機，研究結果與賴文儀等人（2015）在馬拉松跑者參賽動機、李麗卿等人（2014）以 2013 年跑出金虎爺全國路跑賽參與動機研究結果較為相近。亦呼應林佳慧 (2009) 歸納的動機因素包括「身心健康」、「紓解壓力」、「成就感」、「減輕體重」及盧俊宏 (1994) 歸納的動機因素有「促進健康」、「社交」、「紓壓」、「成就感」與「自我實現」等因素，與本研究較為相近，具有參考價值。故本研究者推測每年參與路跑次數達 3 次以上，為馬拉松路跑運動愛好者，其參與動機並會不侷限於本次賽會，參與不同類型的路跑賽會，除健康之外，其結合休閒及時下潮流，與同好經驗分享，同時又可自我實現，並體驗運動後的舒暢，減緩生活壓力增強體能是很好的休閒活動。本研究應用 MEC 理論模式，探究馬拉松路跑參與者的動機內涵，經由上述討論，對於馬拉松路跑運動屬性所引發的動機與內涵有更深層的瞭解與體悟。

二、屬性、結果、價值階層連結關係與重要性

根據圖 3-1 彙整出表 3-5 共計 18 條完整 MEC 鏈結關係與重要性程度；鏈別在各結果層級的心理動機皆具有階層性關係。依據 Reynolds 與 Gutman (1988)指出之 HVM 繪製基礎，研究結果共產生 18 條完整的 MEC 鏈結，此 18 條 MEC 分別經由六項心理性結果之動機「C1 身心健康」、「C2 紓解壓力」、「C3 體重管理」、「C4 獲得贈品」、「C5 增強體能」及「C6 享受飆汗」，串連至四項屬性「A1 參與運動」、「A2 休閒」、「A3 社交」及「A4 時下潮流」與五項最終價值性「V1 自我實現」、「V2 成就感」、「V3 表現自我」「V4 愉悅」及「V5 歸屬感」。而這 18 條 MEC 所連結的要素代表 18 種不同連結「價值」至「行為」的參與動機，可用以解釋參與活動(購買商品)的選擇如何達成期望(價值性)的最終狀態之模式(Gutman,1982)。

如編號 1 的鏈別代表透過活動具有「A1 參與運動」之屬性可達到「C6 享受飆汗」之動機，再幫助「C3 體重管理」，進而促進「C1 身心健康」最終達成「V1 自我實現」之最終價值，顯示動機階層性，此又以教育部體育署 2015 參與運動人口調查研究較為相近。

在認知結構之重要性程度分析上，編號 1 的 MEC 連結具有最多的連結次數，其中包括 A1 外延的次數加上 C6、C3、C1、V1 外延及內引的次數 再加上 V1 內引之次數

(外延：41.27＋09.04＋19.42+37.38＝107.11，內引：12.07＋18.14＋31.33＝95.55)共計 202 次直接的連結以及 66 次間接的連結，此條 MEC 連結代表受訪者參與路跑活動具有「參與運動」屬性，可「享受飆汗」，藉由「享受飆汗」可幫助「體重管理」，進而促進「身心健康」，最終達成「自我實現」之最終價值狀態。其數值越高表示參與動機越強烈，要素連結次數越多者，表示參與動機關係越密切，參與動機越高的另一層面，也代表馬拉松跑者的熱愛度及給予賽事主辦單位的肯定與認同評價，經由上述探究路跑參與者之階層關係連結後，更能體悟與掌握參與者之動機關鍵。本研究以 MEC 為理論模式探討參與者動機的方法與量化方式為基礎之研究具有差異，其操作方式非與量化研究上做競爭之意，亦顯示 MEC 理論用於馬拉松路跑參與者動機的探討上具有價值與另類的研究法。

三、結論

質性研究中，著重事件之真相、經驗及本質的原始脈絡，從脈絡中以自然、客觀、觀察與分析中探究事件之原意，是質性研究中強調的研究精神所在。本研究經分析與討論後，對金門「第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松路跑」參與者動機脈絡作明確的闡釋，亦明確顯示出路跑參與者的認知結構具有層級的關係，原針對消費者行為模式探討的 MEC 理論運用於分析路跑參與者動機能徹底喚起個體內心差異想法，具有價值與研究必要性，在階級價值 HVM 鏈結中，對路跑參與者內心深層參與活動感受具頗析與理解。金門縣「第二屆魅力金門烈嶼半程馬拉松路跑」參與者，主要以「健康」為運動考量，研究亦發現，現今社會工作型態改變，累積生活與工作壓力，適度參與路跑具有提升抗壓性與身心調適之功能，是滿足現代人追求休閒與紓壓方式，進而獲得人生更美好的價值與意義，亦符合心理學家馬斯洛所提出的需求層次理論。因此，樂愛路跑者藉由路跑活動之參與追求自我目標，在人生旅途之中，何嘗不是一件有意義的事。

四、研究限制與建議

本研究對象僅針對參加金門地區「第二屆魅力烈嶼半程馬拉松路跑」活動之參與者，因受限受訪者均居住於金門地區及其他外在因素，無法推論是否與其他區域相同，為本研究之限制。後續研究中，建議可針對金門年度馬拉松賽事，樣本數可採隨機及擴大樣本數，使研究結果更趨近於母群之推論。

經由繪製 HVM 圖顯示，馬拉松屬性與參與者所追求的結果與價值具關連性，從中瞭解各層級間要素連結關係，藉由參與者的角度得知馬拉松路跑之推展上所應具有的關鍵意涵。然而，研究結果所得完整的 MEC 中，參與動機要素將是影響與決定參與者認知的重要關鍵，可助於掌握動機關鍵，將可提供舉辦馬拉松路跑活動推廣及賽事創意決策擬訂之參考，例如：參與者動機著重於「健康因素」，主辦單位若能規劃地區特色性或閩南特色美食的路跑活動吸引跑友參與，或藉由每屆不同紀念性完賽贈品之收集、頒與參賽證明等等，亦可吸引不同層次的參與者共襄盛舉，由金門烈嶼地區獨特自然景緻、結合在地體驗活動，讓參與者體會路跑活動除了具有促進健康的內涵外，更能吸引其他參與者的參與動機，不僅能提高運動觀光效益亦能提升運動參與的興趣，讓大家從路跑中體驗樂趣，跑出健康、活力與幸福，最終達成全民運動為目標。

參考文獻

1. 王石番(1990)。*傳播內容分析法-理論與實證*(初版)。臺北：幼獅文化。
2. 江毓華(2013)。*參與動機與再參與意願之研究－以2013年跑出金虎爺全國路跑賽參與者為例*。國立台灣體育運動大學。碩士論文，臺中市。
3. 李宛璇(2010)。*以方法目的鏈分析自行車社團成員之單車活動體驗*。朝陽科技大學。碩士論文，臺中市。
4. 李麗卿、郭進財、江毓華(2014)。參與動機與再參與意願之研究－以2013年跑出金虎爺全國路跑賽參與者為例。*嘉大體育健康休閒期刊，13*（2），頁231-242。
5. 邵雅卿(2010)。*馬拉松跑者參與動機、深度休閒與幸福感之研究*。未出版碩士論文，輔仁大學，新北市。
6. 林志鈞、湯和展(2015)。路跑運動參與者參與動機、遊憩專業化與流暢體驗之研究。*興國學報*，第*16*期 (2015/01/28) ，頁1-20。
7. 林佳慧(2009)。*長跑運動俱樂部會員參與動機和社會支持之關係研究*。國立臺東大學。碩士論文，臺東市。
8. 林勤豐、葉明義、邱兆民(2000)。探討消費者「屬性－結果－價值鏈」之建構特性。*輔仁管理評論，第七卷第二期*，頁21-48。
9. 林筱淇、李君如(2008)。觀光工廠遊客體驗與顧客價值之研究－方法目的鏈之運用。*觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會，第八集*，頁202-211。
10. 連央毅、陳美燕(2015)。馬拉松運動參與動機、休閒效益與滿意度之研究。*休閒研究*，*6*(1)，頁48-69。
11. 陳薇先、邵于玲(2006)。2004 ING台北國際馬拉松參賽者涉入程度、滿意度及再參加意願之研究。*北體學報，14*，2006，頁146-156。
12. 張春興(2004)。*心理學概要*。臺北市：東華書局。
13. 教育部(2014)。*我國運動人口調查、統計*。教育部電子報635期。取自http://epaper.edu.tw/topical.aspx?topical_sn=814
14. 教育部體育署(2015)。*104年運動城市調查資料*。取自https://www.sa.gov.tw/wSite/ct?xItem=23278&ctNode=1139&mp=11
15. 運動筆記(2017)。*2016跑步大調查-賽事篇*。運動筆記編輯團隊，2017/02/03。取自http://tw.running.biji.co/
16. 黃仲凌(2011)。方法目的鏈模式應用於水域運動參與動機之研究。*臺灣體育運動管理學報，11* (4)，頁337-361。
17. 楊孝濚(1993)。*內容分析：社會及行為科學研究法*(第十三版，下冊)。臺北：東華書局。
18. 劉照金、黃仲凌、郭芳坤、陳志明、莊哲明(2016)。路跑賽事參與者行為評估工具發展之研究。*美和學報，35*，頁1-28。

19. 賴文儀、周政德、陳麗珠(2015)。馬拉松跑者參賽動機、休閒效益與幸福感之相關研究－以2013府城安平仲夏夜浪漫星光馬拉松為例。*創新研發學刊，第十一卷*，No. 2，頁12-27。
20. 盧俊宏(1994)。*運動心理學*。臺北市：師大書苑。
21. Gutman, J. (1982). A Means-End Chain Model Based On Consumer Categorization Processes. *Journal of Marketing, 46*, 60-71.
22. Gengler, C. E., & Reynolds, T. J. (1995). Consumer understanding and advertising strategy: Analysis and strategic translation of laddering data. *Journal of Advertising Research, 35* (4), 19.
23. Klenosky, D., Gengler, C., & Mulvey, M (1993). Understanding the Factors Influencing Ski Destination Choice: Ameans-End Analytic Approach. *Journal of Leisure Research, 25* (4), 362-379.
24. Kahle, L. R., & Kennedy, P. (1989).Using the List of Values (LOV) to Uunderstand Consumers", *Journal of Consumer Marketing, 6*: 3, pp.5-12.
25. Reynolds, T. J., & Gutman, J. (1988). Laddering theory, method, analysis, and interpretation. *Journal of Advertising Research, 28* (1), 11-31.

第十五期 ISSN 1816-532X （55~69）

The Research of Marathon Racer's Motivation

Case Study of Amazing Kinmen Half Marathon

Tsung-Hsien Ho / National Quemoy University

Abstract

The purpose of this study was to explore motivations and intrinsic meanings of the marathon participants. The research methods were composed of content analysis and interview methods. This research sampled and applied one-on-one interviews of 20 enthusiastic runners in Kinmen with more than 3 years of experience. The results were: (1) throughout the content analysis, there were 4 activity attributes, 6 leisure interests and 5 ultimate values. (2) Among all factors: the most important attribute was participating in sports, and the second important attribute was for leisure. Body and mental health was the most important value, and improving body fitness is the second in ultimate values. Self-fulfillment is the most important value and happiness is the second in all values. The conclusion of this study was "health consideration" for the participants in Amazing Kinmen Half Marathon. This study uses MEC theoretical ladder method to conduct the subjects' experiences, thus explores the motivations that is deeply hidden. The results could be used as a reference for future marathon events.

Keywords: Marathon Racer, participation motivation, Means-end chains

第十五期 ISSN 1816-532X （70~83）

股四肌群對排球選手移位攻擊下肢關節傷害探討

任家荃/宏國德霖科技大學
吳政文/元智大學
黃宏裕/大葉大學

通訊作者：任家荃
通訊地址：新北市土城區青雲路 380 巷 1 號
電子郵件：jenray.tw@yahoo.com.tw

摘　要

人體著地傷害，常肇因於著地瞬間承受過大的地面反作用力，致使下肢肌肉骨骼系統無法適時採取有效的緩衝機轉以因應，或是日積月累反覆性及過度性的衝擊同一部位所造成。因此在著地之後，下肢的肌肉骨骼系統會從向心收縮轉成為離心收縮，倘若此時下肢的肌力不足、身體協調能力不佳或是攻擊著地的方式應用不當時，就會造成肌肉的拉傷或關節不當的扭轉傷害等問題。本研究以大專院校公開級男子排球選手為受測者，共計 4 名，來進行 72 公分移位攻擊躍起動作的分析。研究使用 11 部 Motion 攝影機進行三維空間的影像收集，利用反光球來追蹤身體重心位置。利用股四肌群肌力參數資料，再藉由單因子變異數分析其顯著性後，再以 LDS 法進行事後比較股四肌群對排球選手移位攻擊在下肢肢關節的差異性。結果顯示；研究結果得知: A 選手的助跑方式與技巧，在助跑時為降低水平速度橫移現象，會有明顯向上跳的動作而不是單純的向前跨步，於是 C 選手在助跑時，有較低的水平速度，以利於下蹲起跳動作，而 A 選手則透過較高的垂直速度提升離地時的重心速度，因此選手必須藉由起跳階段下肢肌群的收縮來取得較高的起跳速度以提升跳躍高度。著地瞬間時下肢若以較大的屈曲角度及活動範圍，能減少下肢的負荷。股四肌群對移位攻擊著地的緩衝動作時，A 選手運用較多的髖、膝關節彎曲角度來緩衝地面反作用力， B 選手產生較多踝關節側向角度，顯示移位攻擊對 B 選手較容易造成前距腓韌帶的傷害以及 D 選手著地運用較少的髖、膝關節角度，極可能造成前十字韌帶(ACL)的撕裂。著地瞬間較大的髖關節角速度可降低最大水平地面反作用力。故 B 選手運用較少的髖、膝關節，進而產生較大水平地面、垂直地面反作用力，這樣的結果，將無法有效穩定身體等問題。在脛骨剪力、垂直地面反作用力及水平地面反作用力方面，A 選手皆大 B 選手之平均值。A 選手著地時有較大的脛骨前的剪力、地面反作用力，較容易形成下肢關節負荷，增大前十字韌帶(ACL)傷害的風險。

A 選手移位攻擊著地時被動力量未小於 50~75ms 的力量，但在從事移位攻擊時，應降低著地瞬間垂直重心的高度、減少軀幹側傾的角度、增加踝及髖關節屈曲的角度，以降低下肢關節傷害的發生。

關鍵詞：排球選手移位攻擊、股四肌群、下肢關節運動傷害

壹、研究背景與動機

人體著地傷害，常肇因於著地瞬間承受過大的地面反作用力，致使下肢肌肉骨骼系統無法適時採取有效的緩衝機轉以因應，或是日積月累反覆性及過度性的衝擊同一部位所造成。因此訓練運動員強化下肢主作用的股四肌群，如圖1所示，來增強肌力與肌耐力以延長著地緩衝時間以降低撞擊力、善用膝髖關節彎曲角度以減少衝擊等有效緩衝機轉是預防著地傷害的良好策略(楊智全,2008)。



圖1 股四肌群圖(擷取自網路)

研究顯示，膝關節的傷害(前十字韌帶(ACL)斷裂)常發生在於有「側向」的移動的動作行為。如側向(橫向)或斜向的跨步跳躍動作(Sigward ， S.M.,& Powers,C.M., 2006) (Sigward, S.M., &Powers,C.M., 2007)。而在排球選手移位攻擊的型態中，諸多為側向(橫向)或斜向躍起著地的行為，勢必會造成著地後身體平衡穩定的難度。因此；要如何克服側向(橫向)或斜向攻擊躍起著地的身體穩定，便是一項很有趣的研究課題。依據Nigg(1985)研究指出，人體骨骼肌肉系統所需要的反應時間約為50至75毫秒之間，當作用於人體的作用力發生時間小於50毫秒時，骨骼肌肉系統便無法即時產生反應去吸收撞擊的力量，因此可能會對人體造成影響，以跳躍後的著地動作為例，在著地之前，人體由高處自由著地後，會產生向下的重力加速度，人體也會從位能轉換為動能，當足部開始接觸地面時，下肢各關節也逐漸進入負重的狀態，此時股四肌群進入收縮階段，以承受著地後所產生的衝擊，此時股四肌群的收縮通常為離心收縮，因為離心收縮可以產生較大的反作用力與力矩。所以在著地之後，下肢的肌肉骨骼系統會從向心收縮轉成為離心收縮，倘若此時下肢的肌力不足、身體協調能力不佳或是攻擊著地的方式應用不當時，就會造成肌肉的拉傷或關節不當的扭轉傷害等問題，如圖2所示。



圖2 股四肌群骨骼系統向心離心收縮圖(擷取自網路)

目前對於選手在舉球員的左方以踏併跳的方式迅速躍起，並將舉球員舉出的正面第二時間的球擊出，在這樣的移位攻擊躍起著地之後，下肢的肌肉骨骼系統會從向心收縮轉成為離心收縮，倘若此時股四肌群的肌力不足、身體協調能力不佳或是攻擊著地的方式應用不當時，就會造成下肢關節不當的扭轉進而造成運動傷害等問題(黃宏裕,2016)。因此對股四肌群在助跑移位攻擊的方式加以分析探討，藉由股四肌群肌力參數的量測數據與分析，期能了解股四肌群對排球選手移位攻擊之動作特性有更清楚的認知。對爾後指導選手的教練及運用科學力量訓練來提高排球選手的運動表現水平等具有非常重要的意義。

貳、研究對象與方法

一、研究對象與方法

公開招募大專院校105年公開一級男子排球選手為受試者，並取得該隊教練及選手同意後，本研究召募到4位選手。再進行72公分的移位攻擊躍起著地動作，受試者條件設定範圍：身高設定在160~200(公分)之間、體重設定在60~100(公斤)之間、球齡設定在4~15(年)之間、年齡設定在18~40(歲)之間、位置設定在2~4之間。表1為參與實驗選手基本資料。

利用股四肌群肌力參數資料，藉由單因子變異數分析其顯著性後，再以LDS法進行事後比較股四肌群對排球選手移位攻擊在下肢肢關節的差異性。期望能將所得到各項參數協助各級教練、選手與排球愛好者們，更加瞭解股四肌群對排球選手移位攻擊之相關結構變化，除填補著地類別生物力學研究領域的完整性，並期望透過這些研究，提出其因應的緩衝策略，為未來教練及選手在比賽及訓練之參考。

表 1 參與實驗選手基本資料分配表

項目	A 選手	B 選手	C 選手	D 選手	平均 M±SD
身高(cm)	172	172	177	176	174.25±2.63
體重(Kg)	66	64	71	71	68±3.56
球齡(year)	10	10	9	7	9±1.41
年齡(year)	20	20	20	21	20.25±0.50
股四肌群平均力矩峰值/體重(%)	296.1	369.5	469.1	361.6	374.08±71.38
位置	4 號位置	4 號位置	3 號位置	2 號位置	

N=4

二、場地佈置

所有受試者皆操作相同的助跑移位攻擊躍起著地動作，過程中並無實際攻擊球的動作，而是在實驗室中掛置一個固定物，模擬實際助跑躍起著地攻擊的行為，其流程為:受試者從2號位置助跑移位攻擊在A點躍起空中轉身攻擊固定物後，著地於B點3號位置。如圖3所示。

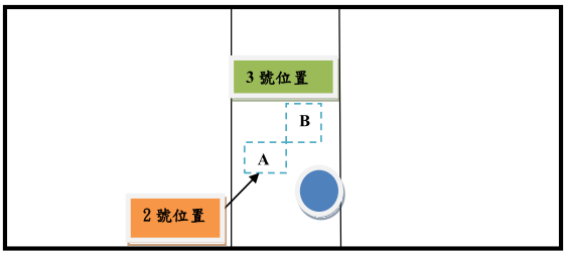


圖3 實驗場地佈置圖(黃宏裕, 2016)

三、實驗流程

本實驗是以選手習慣性起跳方式來進行移位攻擊躍起著地，受試者於起跳後必須在空中轉身攻擊，完成擊球動作後著地，攻擊著地後皆正面朝向正前方(亦指球網方向)。執行動作前，受試者的起始位置皆距離起跳測力板中心三步之步數助跑，實驗分別從每位參與者助跑躍起攻擊著地的動作中，選擇三次成功的動作。

預備時受試者面向測力板中心，聞開始口令，進行助跑方式起跳的動作，在空中完成轉身攻擊擊球動作後著地，每人依序完成72cm的移位助跑躍起著地動作。攻擊著地時採用受試者自身習慣的動作，並盡快維持穩定蹲姿，眼睛直視前方並保持平衡3秒鐘，如圖4所示。



連續起跳助跑側向圖



連續起跳助跑正向圖

圖4 助跑躍起著地正、側向圖(黃宏裕, 2016)

四、統計方法

藉由單因子變異數分析(one-way ANOVA)考驗比較股四肌群肌力在各項運動學及動力學量測數據，以了解股四肌群是否會產生差異性及造成傷害風險的潛在影響等問題，若呈現顯著差異，再以費雪爾最小顯著差異法(LSD)進行事後比較，以了解移位攻擊選手股四肌群各項運動學及動力學量測數據的差異情形及下肢關節潛在影響的傷害風險。其顯著水準定為p=.05 (表示在95%的信心水準)。

參、結果

一、股四肌群對排球選手移位攻擊之運動學分析

表 2 為股四肌群對排球選手移位攻擊躍起之瞬間速度變異數分析，由表中結果得知，水平速度之 F 值為 3.11，P 值為 0.02；垂直速度之 F 值為 2.84，P 值為 0.03；及合速度之 F 值為 2.80，P 值為 0.03。由 P 值得知；水平速度、垂直速度及合速度之 P 值皆小於 0.05，顯示在 95%信心水準之下，且達顯著性水準。即表示排球選手的股四肌群對移位攻擊躍起之瞬間速度在水平速度、垂直速度及合速度有差異存在。

再經最小顯著差異法(LSD)之多重比較分析得知，股四肌群對移位攻擊躍起之水平速度方面，A 選手比 C 選手之平均值為高；垂直速度方面，A 選手比 B 選手之平均值為高；在合速度方面，A 選手比 B 選手之平均值為高。

由上述研究分析結果推論，A 選手在股四肌群對移位攻擊躍起水平速度的運用較 C 選手產生較大的水平位移。垂直速度與合速度的運用，A 選手較 B 選手更能夠掌握移位攻擊躍起的技術與觀念，這也說明股四肌群最大肌力較小選手在從事移位攻擊時，躍起時有較多水平位移及掌控較好的垂直及合速度的表現。

表 2 股四肌群對排球選手移位攻擊躍起之瞬間速度變異數分析

項目\選手		個數	平均數(m/s)	標準差	F 值	P 值	LSD 事後比較
水平速度	296.1 (A)	3	0.89	0.06	3.11*	0.02	A＞C
	369.5 (B)	3	0.77	0.04			
	469.1 (C)	3	0.70	0.07			
	361.6 (D)	3	0.78	0.12			
垂直速度	296.1 (A)	3	3.68	0.11	2.84*	0.03	A＞B
	369.5 (B)	3	3.47	0.06			
	469.1 (C)	3	3.58	0.08			
	361.6 (D)	3	3.51	0.12			
合速度	296.1 (A)	3	3.80	0.11	2.80*	0.03	A＞B
	369.5 (B)	3	3.58	0.06			
	469.1 (C)	3	3.67	0.08			
	361.6 (D)	3	3.62	0.13			

*p< .05 F 值為變異數分析中的 F 檢定統計量值。

表 3 為股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角度變異數分析，由表中結果得知，髖關節之 F 值為 15.94，P 值為 0.01；膝關節之 F 值為 5.11，P 值為 0.02；及踝關節之 F 值為 29.12，P 值為 0.01。由 P 值得知；髖關節、膝關節以及踝關節之 P 值皆小於 0.05，顯示在 95%信心水準之下，即表示股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角度在髖、膝關節以及踝關節有差異存在。

再經最小顯著差異法(LSD)之多重比較分析得知，股四肌群對移位攻擊著地之瞬間角度在髖關節方面，A 選手比 D 選手及 B 選手之平均值為高；膝關節方面，A 選手比 B 選手之平均值為高；在踝關節方面，B 選手比 D 選手、C 選手、A 選手之平均值為高。從生物力學的角度探究攻擊落地時前十字韌帶(ACL)傷害的原因發現，膝關節在著地時會呈現較大的伸展角度，若膝關節著地時較僵直，會導致較大的地面反作用力，而產生較大的合力作用於髕骨韌帶和脛骨之間，並伴隨著較大的股四頭肌離心收縮，因此抑制膝關節彎曲的動作，會增加脛骨相對於大腿骨向前的移動，致使前十字韌帶(ACL)的撕裂(Kernozek, T. W., Torry, M. R., Hoof, H. V., Cowley, H. and Tanner, S. 2005)。

由上述研究分析結果推論，A 選手在移位攻擊著地時，運用較多的髖、膝關節彎曲角度來緩衝地面反作用力。而在踝關節方面，B 選手在移位攻擊著地，產生較多踝關節側向角度，主要原因為移位攻擊的橫向著地特性，造成踝關節著地後產生較大的角度。這樣的結果；顯示移位攻擊對 B 選手較容易造成前距腓韌帶的傷害情形以及 D 選手著地運用較少的髖、膝關節角度，極可能造成前十字韌帶(ACL)的撕裂。

表 3 股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角度變異數分析

項目\選手		個數	平均數(^{0})	標準差	F 值	P 值	LSD 事後比較
髖關節	296.1 (A)	3	20.88	7.06	15.94*	0.01	A＞D＞B
	369.5 (B)	3	5.11	2.59			
	469.1 (C)	3	24.03	3.04			
	361.6 (D)	3	5.72	2.90			
膝關節	296.1 (A)	3	30.36	11.50	5.11*	0.02	A＞D
	369.5 (B)	3	18.89	4.56			
	469.1 (C)	3	30.82	1.79			
	361.6 (D)	3	11.61	6.98			
踝關節	296.1 (A)	3	-9.87	1.97	29.12*	0.01	B＞D＞C＞A
	369.5 (B)	3	-32.30	5.54			
	469.1 (C)	3	-17.75	1.77			
	361.6 (D)	3	-27.73	2.02			

*p< .05 F 值為變異數分析中的 F 檢定統計量值。

表 4 為股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角速度變異數分析，由表中結果得知，髖關節之 F 值為 8.29，P 值為 0.02；膝關節之 F 值為 6.82，P 值為 0.03；及踝關節之 F 值為 0.49，P 值為 0.70。由 P 值得知；髖關節、膝關節之 P 值皆小於 0.05，顯示在 95%信心水準之下，即表示股四肌群對移位攻擊著地之瞬間角速度在髖、膝關節有差異存在，而踝關節沒有產生差異性。

表 4 股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角速度變異數分析

項目\選手		個數	平均數(rad/s)	標準差	F 值	P 值	LSD 事後比較
角速度髖關節	296.1 (A)	3	-13.51	5.14	8.29*	0.02	A＞D＞C＞B
	369.5 (B)	3	-3.57	0.76			
	469.1 (C)	3	-5.62	0.42			
	361.6 (D)	3	-6.13	0.35			
角速度膝關節	296.1 (A)	3	13.17	2.78	6.82*	0.03	A＞D＞C＞B
	369.5 (B)	3	7.69	0.29			
	469.1 (C)	3	8.87	1.23			
	361.6 (D)	3	9.57	0.73			
角速度踝關節	296.1 (A)	3	-16.43	7.88	0.49	0.70	
	369.5 (B)	3	-14.08	1.24			
	469.1 (C)	3	-13.00	0.42			
	361.6 (D)	3	-16.02	1.11			

*p< .05 F 值為變異數分析中的 F 檢定統計量值。

再經最小顯著差異法(LSD)之多重比較分析得知，股四肌群對移位攻擊著地之瞬間角速度在髖、膝關節方面，A 選手比 D 選手、C 選手及 B 選手之平均值為高。由表中得知，A 選手髖、膝關節為-13.51 rad/s、膝關節為 13.17 rad/s，就移位攻擊著地瞬間角速度發現，A 選手有較大的髖、膝關節角速度產生。

依據 Yu 等人(2006)研究指出，著地期間最大地面反作用力，受著地瞬間膝及髖關節的角速度所影響，若著地瞬間較大的膝關節角速度可降低最大垂直地面反作用力，著地瞬間較大的髖關節角速度可降低最大水平地面反作用力。故針對選手移位攻擊著地之瞬間角速度值推論，A 選手著地後運用較大髖、膝關節的角速度，來降低最大水平地面、

垂直地面反作用力。而 B 選手運用較少的髖、膝關節，進而產生較大水平地面、垂直地面反作用力，這樣的結果，將無法有效穩定身體等問題。

表 5 為股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角加速度變異數分析，由表中結果得知，髖關節之 F 值為 2.42，P 值為 0.05；膝關節之 F 值為 0.03，P 值為 0.81；及踝關節之 F 值為 0.50，P 值為 0.11。由 P 值得知；髖關節之 P 值皆小於 0.05，顯示在 95%信心水準之下，即表示股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角加速度在髖關節有差異存在，而膝、踝關節沒有產生差異性。

再經最小顯著差異法(LSD)之多重比較分析得知，股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角加速度在髖關節方面，A 選手比 B 選手之平均值為高。由表中得知，A 選手髖關節為 331.97 rad/s2、B 選手為 28.20rad/s2。

依據相關學者研究著地之瞬間角加速度指出，下肢關節的最大角加速度會因高度增高而有所增加，也就是說必須增加下肢關節的角加速度以減緩所承受的地面反作用力，而無論高度多少，其運用最大角速度的時間順序皆為踝關節、膝關節以及髖關節，即是說踝關節是最先緩衝地面反作用力的關節，其次為膝關節，最後為髖關節。符合 Davies (2002)認為閉鎖式動力鏈為多關節且會產生連續性動作的移動說法。但從選手移位攻擊的數據發現，A 選手移位攻擊著地會運用較多髖、踝關節來緩衝地面作用力，而膝關節為了平衡身體以連續下一個準備動作。而 B 選手移位攻擊著地則運用較多膝關節來緩衝地面作用力。就結果推論，A 選手膝關節運用較少的時間來做緩衝地面作用力，這樣減少膝關節緩衝的方式，對 A 選手移位攻擊時容易造成下肢膝關節的傷害。

表 5 股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間角加速度變異數分析

項目\選手		個數	平均數(rad/s^2)	標準差	F 值	P 值	LSD 事後比較
角加速度髖關節	296.1 (A)	3	331.97	310.08	2.42*	0.05	A＞B
	369.5 (B)	3	28.20	39.37			
	469.1 (C)	3	44.24	49.88			
	361.6 (D)	3	56.57	62.65			
角加速度膝關節	296.1 (A)	3	-16.71	657.42	0.03	0.81	
	369.5 (B)	3	52.28	126.99			
	469.1 (C)	3	24.36	131.20			
	361.6 (D)	3	51.54	155.76			
角加速度踝關節	296.1 (A)	3	-487.40	327.12	1.50	0.11	
	369.5 (B)	3	-228.62	73.10			
	469.1 (C)	3	-214.06	71.91			
	361.6 (D)	3	-290.74	98.41			

*p< .05 F 值為變異數分析中的 F 檢定統計量值。

二、股四肌群對排球選手移位攻擊之動力學分析

表 6 為股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間反作用力變異數分析，由表中結果得知，脛骨剪力之 F 值為 8.41，P 值為 0.01；垂直地面反作用力之 F 值為 7.69，P 值為 0.02；及水平地面反作用力之 F 值為 4.03，P 值為 0.02。由 P 值得知；脛骨剪力、垂直地面反作用力及水平地面反作用力之 P 值皆小於 0.05，顯示在 95%信心水準之下，且達顯著性水準，即表示股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間反作用力在脛骨剪力、垂

直地面反作用力及水平地面反作用力有差異存在。

再經最小顯著差異法(LSD)之多重比較分析得知，在脛骨剪力、垂直地面反作用力及水平地面反作用力方面，A 選手皆大 B 選手之平均值。

由表中得知，A 選手脛骨剪力為-5.88 B.W、垂直地面反作用力為 11.32B.W 與水平反作用力為-1.70 B.W，其中脛骨剪力與水平反作用力皆呈現負向脛骨剪力。依據 Yu 等人(2006)研究指出，著地期若有較大的脛骨前的剪力、地面反作用力，較容易形成下肢關節負荷，增大前十字韌帶(ACL)傷害的風險。就結果推論，A 選手形成較大的脛骨剪力，可能易造成前十字韌帶(ACL)傷害的風險。

表 6 股四肌群對排球選手移位攻擊著地之瞬間反作用力變異數分析

項目\選手		個數	平均數(B.W)	標準差	F 值	P 值	LSD 事後比較
脛骨剪力峰值	296.1 (A)	3	-5.88	1.36	8.41*	0.01	A＞B
	369.5 (B)	3	-2.83	0.46			
	469.1 (C)	3	-4.71	0.55			
	361.6 (D)	3	-3.85	0.17			
垂直地面反作用力峰值	296.1 (A)	3	11.32	1.69	7.69*	0.02	A＞B
	369.5 (B)	3	7.33	0.42			
	469.1 (C)	3	8.73	1.25			
	361.6 (D)	3	8.06	0.34			
水平地面反作用力峰值	296.1 (A)	3	-1.70	0.27	4.03*	0.02	A＞B
	369.5 (B)	3	-0.91	0.49			
	469.1 (C)	3	-1.51	0.17			
	361.6 (D)	3	-1.67	0.26			

*p< .05 F 值為變異數分析中的 F 檢定統計量值。

表 7 為股四肌群對排球選手移位攻擊著地之衝量變異數分析表，由表中結果得知，50ms 被動衝量之 F 值為 13.56，P 值為 0.01。由 P 值得知；50ms 被動衝量之 P 值皆小於 0.05，顯示在 95%信心水準之下，且達顯著性水準，即表示股四肌群對排球選手移位攻擊著地之衝量在 50ms 被動衝量有差異存在。

再經最小顯著差異法(LSD)之多重比較分析得知，在 50ms 被動衝量方面，B 選手為 0.078B.W-S 大 A 選手 0.052 B.W-S 之平均值。

依據 Nigg(1985)研究指出，人體骨骼肌肉系統產生反應的時間為 50~75ms 之間，發生在 50~75ms 之前的力量，人體骨骼肌肉系統並不能主動產生反應去吸收撞擊的力量，此種力量稱為被動的力量(passive force)，因此當 50ms 內的被動力量越高時，就代表人體下肢受傷的機率越高，因為人體無法產生自主反應以啟動自身的緩衝機制，只能夠靠人體的結構去吸收衝擊力。

表 7 股四肌群對排球選手移位攻擊著地之衝量變異數分析表

項目\選手		個數	平均數(B.W.S)	標準差	F 值	P 值	LSD 事後比較
50ms 被動衝量	296.1 (A)	3	0.052	0.006	13.56*	0.01	B＞A
	369.5 (B)	3	0.078	0.006			
	469.1 (C)	3	0.077	0.008			
	361.6 (D)	3	0.072	0.003			

*p< .05 F 值為變異數分析中的 F 檢定統計量值。

由結果推論，A 選手移位攻擊著地時的被動力量未小於 50~75ms 的力量，但著地高度愈高所產生的衝擊力就越大，下肢關節就無法及時產生主動力量加以緩衝地面反作用力。所以 A 選手在從事移位攻擊時，應降低著地瞬間垂直重心的高度、減少軀幹側傾的角度、增加踝及髖關節屈曲的角度，以降低下肢關節傷害的發生，並且於膝關節處穿戴護具以減緩膝關節的傷害。

肆、結論與建議

一、結論

根據力學原理，身體重心的速度將會影響身體重心位移的距離，其中包含了垂直距離與水平距離。助跑與離地瞬間的身體重心速度是整個動作結構中重心速度表現最具有指標性的二個時間點。助跑的速度可提供起跳階段所需的水平動量，而離地瞬間的重心速度則決定了起跳後的跳躍高度與垂直位移(任家荃、黃宏裕,2017)。進一步分析研究結果，可以得知 A 選手的助跑方式與技巧，在助跑時為降低水平速度橫移現象，會有明顯向上跳的動作而不是單純的向前跨步，於是 C 選手在助跑時，有較低的水平速度，以利於下蹲起跳動作，而 A 選手則透過較高的垂直速度提升離地時的重心速度，因此選手必須藉由起跳階段下肢肌群的收縮來取得較高的起跳速度以提升跳躍高度。著地瞬間時下肢若以較大的屈曲角度及活動範圍，能減少下肢的負荷。股四肌群對排球選手移位攻擊著地的緩衝動作時， A 選手運用較多的髖、膝關節彎曲角度來緩衝地面反作用力，B 選手產生較多踝關節側向角度，顯示移位攻擊對 B 選手較容易造成前距腓韌帶的傷害以及 D 選手著地運用較少的髖、膝關節角度，極可能造成前十字韌帶(ACL)的撕裂。著地瞬間較大的髖關節角速度可降低最大水平地面反作用力。故 B 選手運用較少的髖、膝關節，進而產生較大水平地面、垂直地面反作用力，這樣的結果，將無法有效穩定身體等問題。在脛骨剪力、垂直地面反作用力及水平地面反作用力方面，A 選手皆大 B 選手之平均值。A 選手著地時有較大的脛骨前的剪力、地面反作用力，較容易形成下肢關節負荷，增大前十字韌帶(ACL)傷害的風險。

A 選手移位攻擊著地時被動力量未小於 50~75ms 的力量，但在從事移位攻擊時，應降低著地瞬間垂直重心的高度、減少軀幹側傾的角度、增加踝及髖關節屈曲的角度，以降低下肢關節傷害的發生。

二、建議

在訓練時強化下肢主要作用肌群增強肌力與肌耐力、延長著地緩衝時間以降低衝擊

力以及善用髖、膝關節彎曲角度，注重協調平衡著地的動作以減少衝擊等，則是預防著地傷害的良好策略。當從事移位攻擊著地動作時，當高度增加時，理想的著地策略應是同時增加髖關節和膝關節的屈曲角度，以減緩地面反作用力的衝擊，其目的是以降低下肢關節傷害的機率，也可以延長選手的運動生命。在每次訓練或是比賽時因於膝關節處穿戴護具以減少下肢關節外翻所產生的壓力， 進而降低下肢關節肌肉或韌帶的負荷，減緩膝關節的傷害。

三、未來研究的建議

本研究對於選手的生理、心理等素質，以及在實施訓練之外時間無法做有效的控制，研究結果也無法推論於不同性別、等級之選手。建議未來可針對不同肌群比較其移位著地時的差異，藉以了解著地動作的技術及隱藏的風險性。

綜觀所述，造成選手移位攻擊下肢關節肌肉或韌帶傷害的情形，參雜許多不可抗拒的原因，例如對撞、踩到對方選手以及訓練、比賽過度時所造成韌帶肌腱的超負荷等等因素，需要更多的研究以了解移位攻擊傷害的原因。今後面對時，除了防止膝、踝扭傷外，也應重視外側副韌帶(LCL)的保護，以降低前十字韌帶(ACL)以及外側副韌帶(LCL)撕裂等下肢關節傷害風險，並查明下肢關節傷害真實的原因，才能有效預防運動傷害的發生。

參考文獻

1. 黃宏裕(2016)。*排球選手移位攻擊躍起著地對下肢關節傷害之研究*。博士論文，大葉大學機械與自動化工程學系，頁1-126。
2. 任家荃、黃宏裕 (2017)。*移位攻擊在不同群組排球選手下肢關節之傷害分析*。2017休閒餐旅觀光教育全國學術研討會，頁420。
3. 陳膺成(2012)。*女子排球選手沙地起跳動作之運動生物力學研究*。博士論文，國立台灣師範大學體育學系，台北市。
4. 楊明智(2008)。*運動方向與高度著地之生物力學分析*。碩士論文，國立臺北教育大學，台北市。
5. Nigg B. (1985). Biomechanics. Load analysis and sports injuries in the lower extremities. *Sports Medicine, 2*, P.367-379.
6. Yu, B., Lin, C. F. and Garrett, W.E.(2006). Lower extremity biomechanics during the landing of a stop-jump task. *Clinical Biomechanics, 21*, P.297-305.
7. Davies, S. E. H. (2002). Strength and power characteristics of South African beach volleyball players. *South African Journal of Research in Sport, Physical Education, and Recreation, 29*, P.29-40.
8. Kernozek, T. W., Torry, M. R., Hoof, H. V., Cowley, H. and Tanner, S. (2005). Gender differences in frontal and sagittal plane biomechanics during drop landings. *Medicine and Science in Sports and Exercise, 37*(6), P.1003-1012.
9. Sigward, S. M., & Powers, C. M. (2006). The influence of experience on knee mechanics during side-step cutting in females. *Clinical Biomechanics, 21*(7), P.740-747.
10. Sigward, S. M., & Powers, C. M. (2007). Loading characteristics of females exhibiting excessive valgus moments during cutting. *Clinical Biomechanics, 22*(7), P.827-833.
11. http://blog.xuite.net/charles640604/blog/213862081
12. 每日頭條https://kknews.cc

第十五期 ISSN 1816-532X （70~83）

Study of the Injury of Lower Extremity Joint by the Quadriceps Group on the Moving Spike of Volleyball Players

Chia-Chuan Jen / HungKuo Delin University of Technology
Cheng-Wen Wu / Yuan Ze University
Hung-Yu Huang / Da-Yeh University

Abstract

The human body land injure, Because of the land to withstand excessive land reaction force. resulting in the Lower Extremity musculoskeletal system can not take effective buffer machine to the appropriate response, or accumulated over the repeated and excessive impact of the same site caused. Therefore, after the land, the musculoskeletal system of the Lower Extremitys will be transferred from the centripetal contraction into centrifugal contraction, if at this time the Lower Extremity muscle strength, poor coordination of the body or attack the way the use of the land, will cause muscle pull or joint improper torsion injury and so on. In this study, the public-level male volleyball players in colleges and universities were tested, and the total 4 players was used to analyze the leaping motion of the 72cm move attack. The study uses the one section Motion camera for three-dimensional image collection, using a reflective ball to track the body's center of gravity. By using the data of Muscle force parameters of the quadriceps group, and by analyzing its significance by single factor mutation, the difference between the femoral quadriceps group and the limb Joint of the Lower Extremitys after the transposition attack was compared with the LDS method. The results show that the results of the study indicate that : A The player approach and skill of the runner, in order to reduce the horizontal velocity movement during the run-up, there will be an obvious upward jump rather than a simple step forward, so C The player has a lower level of speed in the run-up, which facilitates squat take-off, and A The player increases the velocity of the center of gravity from the land up through a higher vertical speed, so the player must obtain a higher take-off speed by shrinking the Lower Extremity muscle group during take-off. the Lower Extremity load can be reduced by a large flexion angle and range of activity at the end of the land. when the quadriceps group moves the buffer against the move attack, the A Player uses more hip and knee bending angles to cushion the land reaction, and B The competitor produces more lateral angles of the ankle, indicating that the move attack is more likely to cause the anterior ligament damage by the B player as well as the D The use of less hip and knee angles is likely to result in a torn anterior cruciate ligament. The large hip angular velocity can reduce the maximum horizontal land reaction. Therefore, the B players use less hip, knee, and then produce a larger horizontal surface, vertical land reaction, such

第十五期 ISSN 1816-532X （70~83）

results will not effectively stabilize the body and so on. In the area of tibial shear, vertical land reaction and horizontal land reaction, the average of the players in the A is large B. When the player is on the land there is a larger anterior tibial shear, land reaction, easier to form Lower Extremity joint load, increase the risk of anterior cruciate ligament injury. A the passive force is not less than when the player moves to attack the land 50~75ms the force of the, but when engaged in the Moving Spike, we should reduce the height of the vertical center of gravity, reduce the angle of the lateral inclination of the torso and increase the flexion angle of the ankle and hip joints, so as to reduce the injury of Lower Extremity joint.

Keywords: Volleyball Players Moving Spike, quadriceps group, Lower Extremity Joints Injuries

第十五期 ISSN 1816-532X （84~93）

體驗行銷現況與分析

陳廷軒/國立臺灣大學

通訊作者：陳廷軒

服務單位地址：10617 台北市大安區羅斯福路四段 1 號

電子郵件：r05h42008@ntu.edu.tw

摘　要

體驗行銷概念已發展多年，不同於傳統的行銷方式，體驗行銷將策略核心著重於創造「有價值之回憶」，進而改變消費者行為。本文整理國內關於體驗行銷相關文獻，描述當前體驗行銷在各產業與運動產業中的發展現況與相關研究問題。在一般產業當中，體驗行銷當前多與顧客滿意度、體驗價值、品牌形象和顧客忠誠度相關聯，多數文獻指出體驗行銷與相關主題之正向影響關係。運動休閒產業中，體驗行銷研究則多與路跑賽事與運動場館相關，結果也顯示該行銷策略在運動場域中的效益，未來研究可往更多元的運動場域著墨，且關注於「如何」創造有價值之回憶。

關鍵詞：消費者行為、運動產業、顧客忠誠度、顧客滿意度

第十五期 ISSN 1816-532X （84~93）

壹、前言

由於競爭環境日趨激烈，每個企業為凸顯產品與服務，必須有更創新的行銷策略抓住消費者目光，開創新消費者同時，也要穩固原有之消費者(Shieh & Lai, 2017)。

傳統行銷策略多半將資源投注在產品本身性質或者競爭者競爭活動上，以宣導自身產品性能與效益的行銷活動作為主要策略，亦或是隨著競爭者的產品價格與性能而發展促銷或削價競爭。

為跳脫以產品為導向的行銷策略，消費者體驗為主的體驗經濟是目前企業行銷上的趨勢(Skorek, 2016)。體驗行銷(Experiential Marketing)和傳統的行銷方式的不同在於，體驗行銷核心目的為創造「體驗回憶」，重視消費者的消費環境，體驗回憶雖是無形的，但卻是影響消費者行為的重要因素 (黃惠貞、李俞麟、許富淑，2003)。Pine和Gilmore (1998)認為體驗是企業製造出一個以服務為核心的舞台，並以企業的產品做其道具，創造出值得消費者回憶的活動。

為檢視體驗行銷在一般產業與運動休閒產業之國內研究趨勢，本文將整理 2013至2017年間的相關文獻，為近年來關於體驗行銷相關文獻做一分類與歸納，並嘗試為未來研究方向提出建議。在資料搜集部分，以關鍵字「體驗行銷」於電子網路資料庫「Airiti Library華藝線上圖書館」進行搜尋。本文主題將包含：一、體驗行銷模型簡介；二、體驗行銷於一般產業之應用；三、體驗行銷於運動休閒產業之應用；四、結語與未來展望。

貳、體驗行銷模型簡介

體驗行銷 (Experiential Marketing)為行銷策略的一種，Norris (1941)是最早提出消費者體驗概念的學者，認為消費者所追求的為一個滿意的體驗，並非所購買之產品本身；Holbrook(2000)認為只有少數消費者在決策過程中為完全理性，大多數人將消費視為一場冒險，通常為帶有情感的消費，因此業者必須調整其行銷策略以適應經驗為主的消費者；Kotler(2003)說明體驗行銷是透過多種產品與服務的組合，以創造出市場經驗的一種行銷方式。因此，體驗行銷之目的乃藉由創造一個美好的體驗回憶，進而改變消費者之消費行為。

一、體驗行銷構面

Schmitt (1999)提出體驗行銷理論，從消費者的感官(sense)、情感(feel)、思考(think)、行動(act)與關聯(relate)思考，為消費者創造不同的體驗形式，成為至今體驗行銷的基本架構，架構中五個體驗模組定義分別如下：

(一) 感官體驗 (sense)：

感官體驗主要透過人類的五感作為主要訴求，包含視覺、聽覺、觸覺、味覺和嗅覺，利用此創造美好體驗感受，附加產品價值並改變消費者行為。

(二) 情感體驗 (feel) ：

情感體驗以創造消費者內心情感為主，藉由創造溫暖、歡樂或者激情等正面情緒，讓情感體驗與產品或服務有所連結。

(三) 思考體驗 (think) ：

思考體驗從消費者的智力出發，激起消費者思考、創造認知或者解決問題的體驗，引發消費者產生對於自身或者產品好奇心、創意或者發人深省的想法。

(四) 行動體驗 (act)：

驗而試著改變其現有生活型態，尋求替代生型態或者替代做事方式，進而購買商品。

(五) 關聯體驗 (relate) ：

關聯體驗包含上述感官、情感、思考和行動等體驗，透過各體驗的連結，讓消費者與理想自我、他人和社會文化產生關聯。

二、體驗行銷案例應用

體驗行銷可用於各行業。在一般產業部分，以美容SPA業作為例子，在李曉青、陳玉苓與陳鈺瑄(2014)的研究中，美容SPA業在體驗行銷的五個構面定義中，感官構面為顧客有參與過SPA 館所提供的體驗後，經由視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺功能所引發的感受；情感構面為顧客在參與SPA 館所提供的體驗後，所產生的正面情感，消費情境與人員互動；思考構面為顧客在參與SPA 館所提供的體驗後，所產生的集中、分散思考及好奇心；行動構面為顧客在參與SPA 館所提供的體驗後，誘發自內心的行動，展現自我價值觀與品味的追求；關聯構面為顧客經由品牌購買與使用產生連結，獲得社會識別與歸屬。

在運動休閒產業部分，以蔡宜臻(2016)關於體驗行銷應用於The Color Run路跑運動的研究做為範例說明，在該作者研究中體驗行銷的五個構面定義為，感官構面為利用不同以往的情境的主題設計，提供路跑者更鮮明的感官感受，讓路跑者非單純僅有跑步體驗；情感構面為引發跑者內在感受，尤其活動以積極的方式鼓勵正在與病魔對抗的跑者，鼓勵跑者為愛而跑；思考構面為讓跑者從路跑過程重新思考健康生活方式的定義，倡導傳遞正能量與快樂的活動；行動構面為透過其獨特的色彩過終點的方式，讓跑者體驗到每個人都是獨特，進而改變其對於生活的看法；關聯構面為透過其他構面的結合，讓跑者往更深層的人文關係與他人關係產生結合。

參、體驗行銷於一般產業之應用

目前國內在各領域皆有應用體驗行銷的案例與研究，體驗行銷研究多與滿意度、體驗價值、品牌形象和忠誠度相關。

一、顧客滿意度

李哲瑜、劉曉蕙、賴菁怡、陳念婷、呂筱媛、吳怡萱、洪慧珊與何家君(2017)研究餐飲業中的主題咖啡廳關於體驗行銷的應用，此研究探討體驗行銷、服務品質與滿意度之關聯性並比較受訪者之不同的屬性特質。研究結果顯示，在三個變項間皆兩兩皆呈現正相關，且在體驗行銷「情感體驗」購面能觸動消費者內在情緒，為與服務品質有最大的相關性。同樣餐飲業中，吳姿音(2014)在景觀餐廳的研究也指出，在抽樣六成為 21 歲至 30 歲的樣本且男女性別均半的樣本中，關聯體驗對於顧客滿意度無顯著性影響，但在感官體驗對於顧客滿意度最有顯著影響，推論消費者在景觀餐廳中最為在意良好優美

的環境，因此相關景觀餐廳可朝優美良好的餐廳環境發展行銷策略。

在觀光業的相關研究中也有相同結果，馮惠珊、余惠芳與曾梓昇(2015)針對士林夜市與寧夏夜市兩個代表現代與傳統的觀光夜市進行問卷調查，並以體驗行銷模型分析其顧客滿意度、顧客忠誠度與消費族群差異。在 510 份問卷的結果顯示，在士林夜市與寧夏夜市中，體驗行銷各構面對於顧客滿意度和顧客忠誠度皆呈中度正相關。

二、體驗價值

體驗價值，是指消費者在體驗過程中，所感受到的有形產品服務價值，與超過顧客期望之外的無形情感價值(Pine & Gilmore, 1998)。

楊濱燦(2015)以體驗行銷做為自變項，體驗價值作為中介變項，探究體驗行銷如何對綠色消費意願產生影響。綠色消費意願意旨消費者購買對環境衝擊最小的商品以達到消費目的，該研究為服飾業中的綠色消費，為採用綠色環保材質製成的服飾。從不同施行體驗行銷活動的服飾品牌公司的消費者中抽樣做問卷調查，結果顯示，在綠色消費意願與體驗行銷的五大構面之間，體驗價值皆具有中介變項效果。

朱永蕙與劉嘉麒(2016)探討高雄市公共腳踏車(C-Bike)體驗行銷、價值體驗、滿意度與再購意願間的關係，針對其使用者以問卷調查方式回收 344 份問卷。研究結果顯示，該研究中四個變項間兩兩皆有正向影響，且體驗行銷對於體驗價值的影響最大，消費者若能從 C-Bike 的設施功能與感官魅力獲得越深刻體驗時，越能增加消費者對於價值體驗中的舒壓力與趣味性。

三、品牌形象

體驗行銷為行銷策略的一種，而行銷產品或者服務的目的之一即提升品牌正面品牌形象。品牌形象根據 Keller(1993)的定義為消費者對於品牌名稱所產生的聯想，反映消費者對於該品牌的認知。

胡同來、何怡萱與謝文雀(2014)探討百貨業中體驗行銷對於品牌形象、忠誠度與關係信任間的關聯，以全台百貨公司之消費者做網路問卷調查，並同時進行訪談，發展不同變項間的理論架構。研究發現，體驗行銷對品牌形象有其正向影響關係，若百貨業者能提供多樣化且引發消費者內心共鳴的行銷策略，可顯著性地提升其品牌形象。

不同於上述研究的結果，趙仁方與郭采彥(2013)在關於主題樂園業的研究中，以義大遊樂世界消費者作為研究對象，探討體驗行銷與品牌形象對於消費者重遊意願的影響。研究結果顯示，體驗行銷對於重遊意願有顯著性正向影響，但對於品牌形象卻不具影響，品牌形象對於重遊意願也無顯著影響，作者推論可能義大遊樂世界未建立明確品牌形象，因此無法透過品牌形象來提高消費者重遊意願，作者建議除透過體驗行銷推動遊樂園人潮外，應加強品牌形象之塑造。

四、顧客忠誠度

陶聖屏(2013)以文創產業中購買法藍瓷的消費者作為研究對象，以問卷和訪談方式，探討人格特質、體驗行銷、產品創造力認知以及忠誠度之關係，建立「文創產品消費者體驗模型」，不同於其他體驗行銷研究的構面分類，該研究將五個主要體驗行銷構面分成「情感思考」、「感官饗宴」與「人際關連」三構面。研究結果顯示，該產品的體驗在作者建立的模型中具有中介效果，且對於文創產品創造力認知與忠誠度具有直接顯著

效果影響，因此提出體驗行銷為文創產業中最佳的行銷策略之一。

劉銘欽、姜海與周偉融(2015)針對參加國立海洋生物博物館特展的消費者作為研究對象，檢視體驗行銷、滿意度與忠誠度之關係。研究結果顯示，雖然體驗行銷正向影響滿意度，進而顯著性影響忠誠度，但在五個體驗行銷構面中，僅有感官體驗和行動體驗兩構面在此特展的體驗行銷策略上發揮效果，其餘三構面在此研究中未能發揮效果，作者建義若能在其他方面也產生預期行銷效果，將產生更大忠誠度，提升博物館舉辦特展的效益。

肆、體驗行銷於運動休閒產業之應用

Chanavat and Bodet (2014)在研究中提出，在現今的運動產業中，服務扮演一個重要角色，但卻少有相關研究探討體驗行銷對於消費者在運動產業中消費者行為的影響。在運動休閒產業中，對於體驗行銷的文獻和其他產業相比的確較少，且多集中於路跑賽事與運動場館經營，以下就不同運動領域中的文獻做探討。

一、路跑賽事

由於跑步運動是作為普遍且經濟實惠的運動項目之一，其不受時空間的限制，因此「路跑」在過去幾年成為多數人假日的休閒活動，不同主題式的路跑如雨後春筍般的出現，如何在競爭激烈的路跑市場中脫穎而出，成為跑者心目中喜愛的路跑活動，為各大企業品牌努力的目標，因此各大企業逐漸注意到體驗行銷的概念，並實際應用到其路跑活動當中(蕭郁璇，2015)。

黃嘉華(2015)以參與「2014 CONQUER TAIWAN 征服障礙運動挑戰」之民眾為研究對象，採用質性訪談法，從文獻整理出理論基礎與訪談大綱，欲從民眾訪談中獲得路跑活動中關於各式體驗的實際現象與問題。研究結果發現，在情感體驗與思考體驗上，是參賽民眾最為深刻的構面，且各式的體驗感受都會對活動有正向的認同感影響，因此若要讓參賽民眾有更佳的體驗感受，可結合多種體驗，誘發民眾對於活動之正向感受。

蕭郁璇(2015)以參與 Nike Women 路跑的女性參賽者作為研究對象，研究其體驗行銷與體驗價值之目的，以問卷調查作為研究方式。從研究結果發現，在體驗行銷構面方面，各構面在此活動中發揮的效果大小依序為關聯、思考、情感、感官及行動體驗，並發現體驗行銷與體驗價值間有正相關關係。

蔡宜臻(2015)分析 The Color Run 賽事本身如何應用體驗行銷模型，研究結果發現，不同的體驗形式對於消費者都有不同層面上的正向影響，讓參賽者思考自己個人的獨特性與對於運動的熱情所在，因此體驗行銷比起傳統行銷方式單純推廣賽事外，更激起消費者內心對於生活的思考。

綜合上述研究可知，體驗行銷對於路跑賽事活動都有其正面影響，且體驗行銷對於類似的主題式路跑有許多發揮之處，但如何透過體驗行銷方式延續跑者對於路跑賽事的活動熱情，為後續研究可進一步思考之處。

二、運動場館經營

由於現代人生活空間狹小、生活忙碌，室內運動場館解決空間和時間不足的問題，

而越來越多的運動場館興起，多樣化的行銷策略便順勢而出，其中，體驗行銷在競爭環境中提供一特別的行銷策略，透過特別的體驗並留住消費者為各大場館的經營目標(謝家祥、陳挺豪、田效文、陳獻文，2015；楊東翰、鄭勵君，2013)。

相較於傳統行銷方式，體驗行銷模型在運動場館的優勢為何，葉美玲與羅國倫(2015)的研究比較兩種行銷方式的異同，歸納出體驗行銷策略優於傳統行銷之處。研究結果發現，透過不同的體驗媒介與體驗平台，場館可將其理念傳達給消費者，與不同的體驗作結合，不同於傳統行銷只注重產品功能與效益，體驗行銷更加入重視消費者內心感受的因素，獲得更多附加價值，提升其願意再次前來消費的意願。

在運動場館的相關研究中，為探討體驗行銷構面在運動場館業的影響架構，謝家祥等人(2015)針對 10 位運動場館相關教練、管理人員和經理作為研究對象，透過訪談後回收專家問卷，進一步探討五大構面和 20 項準則間的因果關係，以決策實驗室分析法(DEMATEL)呈現其因果關係與關係網路。研究結果顯示，「行動體驗」構面為總影響源，而「關聯體驗」為最終影響源，在準則方面，「生活型態改變」為總影響源，而「親屬關係」為最終影響源，從其結論可推論體驗行銷關鍵在於影響消費者改變原有的生活型態，該研究建立未來運動場館經營策略發展參考依據。

不同於路跑賽事的研究，目前在運動場館部分的體驗行銷研究非針對個別場館，而是探討運動場館大環境中關於體驗行銷構面的細節項目，未來研究可朝個別不同場館間體驗行銷的實際執行情況探討。

三、其他運動休閒產業

路跑賽事與運動場館之外，體驗行銷亦應用於其他運動休閒產業。

陳文江(2014)研究以質性研究的方式進行，探討我國自行車運動結合體驗行銷之相關行銷效益。研究結果發現，自行車愛好者喜愛團體歸屬感，創造社會上人與人間的親密關係，並勇於挑戰，在自行車運動過程建立與個人內在的對話，找到生活主控權，因此無論是政府、營利組織或者非營利組織，在推廣自行車運動上可從以上自行車愛好者特性切入，在其運動中增加其體驗強度，強化推廣自行車的行銷效果。

張雅涵、胡俊傑、陳正國(2017)以澎湖浮潛活動作為研究標的，收集 448 份研究問卷，探究浮潛運動在不同人口統計變項中，體驗行銷、體驗價值與休閒效益間的關係。研究結果顯示，不同人口統計變相在體驗行銷、體驗價值與休閒效益間皆有顯著差異，在體驗行銷部分，不同之「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」及「居住地」為其有顯著差異之變項，而職業、教育程度及月收入則不具差異。

從上述研究發現，目前多數研究為初探性研究，說明體驗行銷在運動產業的應用應還處於初始階段，有許多問題待未來研究做釐清，因此需更多相關研究團隊聚焦於該議題之探討。

伍、結語與未來展望

體驗行銷概念已發展多年，在各領域中皆有相關文獻支持其對於顧客滿意度、體驗價值、品牌形象和顧客忠誠度上之正向影響。但現今的研究問題已不再是體驗行銷對於

各消費者或者品牌因素之影響關係，而是「如何」創造出一個有價值之體驗回憶。Knobloch, Robertson, and Aitken (2017)針對不同運動領域之參與進行非結構性訪談研究結果指出，即使同樣時間且同樣活動，也會因為不同人而有不同的體驗評價，即使同樣活動都被評價為有價值的體驗，其原因也可能都不同，體驗評價結果為何取決於每個人個體上的不同，對於每件事情的情緒和意義都不同，而現今體驗行銷的最大問題在於，每個品牌或者企業皆在尋找如何創造一個最值得回憶的體驗，但值得回憶的體驗卻很少共同點，而是依照個體的不同而不同。因此，未來在運動休閒產業中關於體驗行銷的研究除了可往不同運動場域發展外，更可聚焦於每個運動場域中，如何創造個別消費者有價值體驗，使體驗行銷策略發展上往更客製化的目標前進。

參考文獻

1. 吳姿音(2014)。以體驗行銷觀點探討體驗價值，顧客滿意度與忠誠度關係-以景觀餐廳為例。*中州管理與人文科學學刊，2*卷2期，71－96。
2. 李哲瑜、劉曉蕙、賴菁怡、陳念婷、呂筱媛、吳怡萱、洪慧珊與何家君(2017)。體驗行銷，服務品質與滿意度之研究-以旅遊主題咖啡廳為例。*觀光與休閒管理期刊*，*5*(1)，119-128。
3. 李曉青、陳玉苓與陳鈺瑄(2014)。體驗行銷，體驗價值，幸福感與關係強度等關係之研究-以 SPA 體驗為例。*亞太經濟管理評論，17*(2)，47-72。
4. 胡同來、何怡萱與謝文雀(2014)。探討百貨業於關係信任，品牌形象，體驗行銷與顧客忠誠度關聯性之研究。*北商學報*，*26*，55-75。
5. 張雅涵、胡俊傑與陳正國(2017)。澎湖浮潛活動參與者體驗行銷，體驗價值及休閒效益之研究。*運動休閒餐旅研究，12*(3)，46-72。
6. 陳文江(2014)。體驗行銷應用在推廣自行車運動之效益初探。*觀光與休閒管理期刊*，*2*(2)，179-196。
7. 陶聖屏(2013)。體驗行銷與人格特質在文創產品創造力認知與忠誠度之研究-以［法藍瓷］為例。*行銷評論，10*(1)，1-17。
8. 馮惠珊、余惠芳與曾梓昇(2015)。觀光夜市對體驗行銷與顧客滿意度忠誠度之探討-以士林夜市與寧夏夜市為例。*華人經濟研究，13*(1)，1-19。
9. 楊濱燦(2015)。綠色服裝體驗行銷，體驗價值與綠色消費意願之研究。*紡織綜合研究期刊，25*(3)，31-41。
10. 葉美玲、羅國倫(2014)。體驗行銷對付費運動場館設施規劃之探討。*國防大學通識教育學報*，*4*，51-60。
11. 趙仁方、郭采彥(2013)。主題樂園的體驗行銷與品牌形象對消費者重遊意願之影響-以義大遊樂世界主題活動為例。*觀光與休閒管理期刊，1*(1)，33-55。
12. 劉銘欽、姜海與周偉融(2015)。國立海洋生物博物館特展體驗行銷，滿意度與忠誠度關聯性之研究。*科技博物，19*(1)，67-82。
13. 蕭郁璇與黃美珍(2015)。Nike Women 女性路跑體驗行銷與體驗價值相關研究。*高師大體育，13*，57-74。
14. 謝家祥、陳挺豪、田效文與陳獻文(2015)。運動健身俱樂部體驗行銷之評價模型。*運動與健康研究，4*(1)，13-25。
15. Chanavat, N., & Bodet, G. (2014). Experiential marketing in sport spectatorship services: A customer perspective. *European Sport Management Quarterly*, *14*(4), 323-344.
16. Holbrook, M. B. (2000). The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Experience and Entertainment. *Journal of Macromarketing*, *20*(2), 178-192.
17. Knobloch, U., Robertson, K., & Aitken, R. (2017). Experience, Emotion, and Eudaimonia: A Consideration of Tourist Experiences and Well-being. *Journal of Travel Research*, *56*(5), 651-662.

18. Kotler, P. (2003). Marketing Management, *Millenium Edition (10th ed.)*.
19. Norris, R. T. (1941). The Theory of Consumer's Demand. New Haven CT: Yale Satisfaction Decision, *Journal of Marketing Research 17(November)*: 460-469.
20. Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy, *Harvard Business Review*, *76*(4), 97-105.
21. Pitts, B. G., Fielding, L. W., & Miller, L. K. (1994). Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model. *Sport Marketing Quarterly*, *3*(1), 15-24.
22. Schmitt (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brand*. New York: Free Press.
23. Shieh, H.-S., & Lai, W.-H. (2017). The relationships among brand experience, brand resonance and brand loyalty in experiential marketing: Evidence from smart phone in Taiwan. *Journal of Economics & Management, 28*.
24. Skorek, M. (2016). Attitudes of Polish Consumers Toward Experiential Marketing. *Journal of Management and Business Administration, 24*(4), 109-124.
25. Stum, D. L. & A. Thiry (1991). "*Building Customer Loyalty," Training and Development Journal*, April, 34-36.
26. Wahyuningtyas, F. M., Achmad, F., & Zainul, A. (2017). The Effect Of Experiential Marketing On Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, *61*(1).

第十五期 ISSN 1816-532X （84~93）

The current status and analysis of experience marketing

Ting-Syuan Chen / National Taiwan University

Abstract

The concept of experiential marketing has existed for many years; unlike traditional marketing methods, the core strategy of experiential marketing focuses on creating “valuable memories” using them to alter consumer behavior. The purpose of this paper is to organize domestic papers regarding experiential marketing, describe the current condition and research topics related to experiential marketing in multiple fields. In traditional industry, related research topics are include the customer loyalty, customer satisfaction, brand recall, brand image, and repurchase intention, as well as the number of papers that point out the positive influence experiential marketing has on the above criteria. In sports industry, related research topics are about road running and sport facilities, and the experiential marketing strategy is beneficial to sport industry. The future challenge of experiential marketing is regarding “how” to create valuable memories.

Keywords: Consumers behavior, Sport industry, Customer loyalty, Customer satisfaction

真理大學觀光休閒與運動學院『運動知識學報』徵稿

活動宗旨：本學報以學術研究為目的，研究範圍為體育場館、運動贊助、運動行銷、職業運動、健康體適能俱樂部、運動資訊、運動觀光與休閒、水域運動休閒及運動休閒管理相關之原創性或敘述性學術論文，皆歡迎投稿，中英文不限。

指導單位：真理大學

主辦單位：觀光休閒與運動學院

參加對象：國內政府及大專院校運動、休閒領域先進教師以及研究生。

投稿須知：本學報預計每年七月出刊一次，投稿者請於每年五月十五日前，將 **Word 電子檔原稿**（電子信件至 **au1bbh@mail.au.edu.tw**，註明作者、單位及聯繫方式）、**匯票（抬頭為真理大學觀光休閒與運動學院）**、**投稿者基本資料**以及**著作權授權書**郵寄掛號本院（新北市淡水區真理街 32 號）真理大學觀光休閒與運動學院辦公室 張雅惠 小姐收，請註明投稿運動知識學報。

審稿事項：本學報採匿名雙向單審稿制。

投稿事項：

1. 完稿論文須附上中英文摘要（500 字內），文長請以 8-15 頁為原則。投稿論文酌收行政審查費 1,500 元整（郵政匯票）。為鼓勵本校教師投稿，凡本校教師列名第一作者（或是單獨作者），行政審查費為免費。
2. 力求審稿內容統一，稿件格式請依 APA (美國心理學會)第五版撰寫。
3. 投稿時需繳交投稿者基本資料（若屬共同著作，聯絡方式以聯絡代表人為準）及著作授權同意書。
4. 審查通過接受刊登者，英文摘要及內文如經審查委員建議修改，一律由作者自行校對，如作者委託本刊修改者，其修改費用由投稿者支付。
5. 發表作者至多三人，稿末請註明作者姓名、服務單位與職稱以及主要聯絡人通訊地址、聯絡電話及 E-mail。
6. 本學報設有審稿制度，來稿一經發表，不另致稿酬，將贈學報一本與抽印本二本以致謝意（抽印本檔案請自行下載複印）；未經學報刊登之稿件，請自行保留稿件原始檔案及資料，恕不退件。
7. 曾於他種刊物發表或抄襲之稿件，一律拒絕刊載。未符合本學報規定格式撰寫或文件不齊全之論文，不予審查。

   學報 APA 格式及著作授權同意書請至觀光休閒與運動學院院網下載參照與列印。

聯絡事項：

對於投稿或是任何問題，請電洽（02）2621-2121 轉 7001。

學報聯絡人：張雅惠 小姐

運動知識學報 投稿格式說明

作者 / 服務機關
作者 / 服務機關

摘要

本文舉例說明 2008 運動休閒暨資訊傳播研討會投稿者撰寫論文時參考之用。論文必須附有 300-500 個字的摘要，題目、作者、服務機關、摘要及關鍵字等資訊單獨置於一頁，

關鍵字：(3~5 個關鍵字)運動管理、運動傳播、運動觀光

壹、格式

論文全文採用 A4 大小的紙張，每頁上下緣各留 2.5 公分及左右兩側各留 2.5 公分，文章不分欄，打字不可參差不齊、全文均採單行間距。中文文字全部採用標楷體、英文文字全部採用 Times New Roman。全文文章包括圖片、表格、參考文獻，長度以 8-15 頁為原則，並於每頁下方插入頁碼置中。全文文章請以 MS-Word 編輯軟體建檔，稿件投遞本院或電子信件到 **au1bbh@mail.au.edu.tw**（張雅惠 小姐收），並於***每年 5 月 15 日***前截稿。（有補助計畫編號，請務必填寫計畫編號。）

一、論文題目與作者

論文題目宜簡明，字形為 16 點標楷體、**粗體**，置於第一頁第一行中央。作者部分包含姓名與所屬機關，字型均為 12 點標楷體、**粗體**、亦置中，均採單行間距。

二、文稿

大段落標題與各段落內子段落標題均須採用標楷體、**粗體**、單行間距，大段落之標題應置於每行正中央、14 點字型，子段落標題或子段落內小段落標題均應置於每行之最左方、12 點字型。

三、投稿分節格式如下

壹、緒　　論（包含前言/背景、動機、目的等相關理論）

貳、研究方法（含對象、工具、資料處理等）

參、研究結果（含各項研究結果之統計表與解釋）

肆、討論建議（對於各項結果加以討論，並給予結論建議）

參考文獻（請依中文、英文、其他加以排列，並以不超過三十篇為限）

貳、關於圖片、表格及方程式

投稿論文以未曾發表之研究或實務性論文為限，其、表格、圖片規定如下。

（一）表格

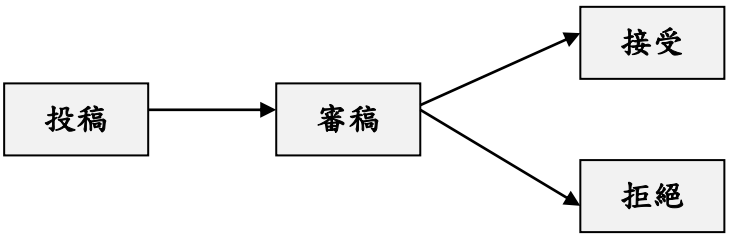
表格標題必須置於表格上方、**粗體**且置中。

表一 表格說明

資料來源：＊＊＊

（二）圖片

圖片標題必須置於圖片下方、**粗體**並置中。



圖一 圖示說明

資料來源：＊＊＊＊

參、參考文獻引用與格式

文中所引用的參考文獻，不論是國內外專書、譯書、期刊論文、會議論文、博碩士論文或技術報告，都應列明於參考文獻中，文獻部份請將中文列於前、英文列於後，**按姓氏筆畫或字母順序排列**，以三十篇文獻為原則。各類型參考文獻的編排格式，詳見下面的參考文獻範例。文中引用時採用方式為(作者，西元曆年)，例如: (趙麗雲，2001)、(黃金柱、王秀照，2002)、(Wang et al., 2002)。

參考文獻

1. 王秀照（2006）。室內溫水游泳池服務品質評量模式之建構。在真理大學編，*2006 運動知識學務研討會論文集*（頁 465-475）。台南縣：真理大學。
2. 趙麗雲（2006）。台灣健身運動俱樂部學員之運動參與行為分析。*體育學報，39*(4)，p133-148.
3. 盧俊宏主持（2001）。*大專運動員競技倦怠之研究*（國科會專題研究計畫成果報告，NSC 89-2413-H-179-017）。桃園縣：國立體育學院。
4. 盧煥升（2005）。*運動觀光績效評估指標之研究*。未出版之碩士論文，立德管理學院休閒管理研究所，台南市。
5. 高俊雄（2002）。*運動休閒事業管理*。桃園：志軒。
6. Steven, W. S. & Robert, J.（2003）。*特別節慶活動企劃與管理*（Special Event : Inside and Out）（陳惠美譯）。台北市：品度。
7. Lee, M. H. (2004), Disk System Design for Periodical Video Broadcast Services, *IEICE Electronics Express, 1* (8), 903-915.

真理大學運動知識學報

投稿者基本資料

主要聯絡人：

題　目	中：
	英：
姓　名	（一）
	（二）
服務單位（中英文）	中：
	英：
職　　稱	
聯絡電話	(Mobil)　　(Home)
	(Office)　　(Fax)
通訊地址	□□□
電子郵件	
備　　註	

真理大學觀光休閒與運動學院
College of Tourism, Leisure and Sports

真理大學運動知識學報

著作授權同意書

作　　者 （中英文）	
篇　　名 （中英文）	
服務單位	
本著作所有列名作者皆同意本篇文章被刊登於「真理大學運動知識學報」，為推廣本期刊內容，茲將本著作財產權讓與真理大學觀光休閒與運動學院，惟仍保有著作人格權，並本著作及出版、教學及網站等個人無償（非商業）使用之權利。	
立書人代表	簽章
身分證字號	
聯絡電話	(Mobil)　　(Home)
	(Office)　　(Fax)
通訊地址	□□□
戶籍地址	□□□
電子郵件	

中華民國　　年　　月　　日

真理大學觀光休閒與運動學院
College of Tourism, Leisure and Sports

真理大學『運動知識學報』編審委員會

組織細則暨編審流程

一、『運動知識學報』(以下簡稱「本刊」)設有編審委員會處理稿件之編輯與出版事項。

二、本刊編審委員會(以下簡稱「編審會」)組織設有發行人及主任委員各一人,將由真理大學校長與觀光休閒與運動學院院長(以下簡稱「本校」)擔任;總編輯一人、與副總編輯若干人,由本刊主任委員聘請擔任之,總編輯負責統籌審閱、分稿及召開編輯會議等事宜;副總編輯協助總編輯處理相關事宜;執行編輯一至二人,負責簽案、收集稿件、催稿、編輯排版以及連絡承印廠商等相關事宜;企劃編輯一人,協助執行編輯相關編輯事宜。

三、投稿本刊稿件由執行編輯檢視是否符合本刊稿約之架構、撰寫格式是否本刊之規定,如不符合者,請投稿者修改後再投,合格後由執行編即進行登錄,格式審查結果將於收稿後三天內完成。

四、總編輯依每篇稿件之領域送一位審查委員審查,審查者與投稿者採雙向匿名方式進行,稿件之審查結果以投稿者投稿後二月內完成並通知作者。

五、稿件經審查未達本刊要求之水準將予以退稿,若審查結果為修改後再審,將由執行編輯通知投稿者依審查意見於一週內完成修改,並將修改稿件連同答辯書一併寄回本刊編審會再審,若投稿者超過期限未修改寄回,將視同放棄審查。

六、審查結果將以電話通知並將審查意見掃瞄電子郵寄予作者,以下為四種不同審查結果及其處理方式:

(一)「通過刊登」—通知作者錄取刊登。

(二)「修改後刊登」—通知投稿者依審查委員意見修改後刊登。

(三)「修改後再審」—通知投稿者依審查委員意見,將其逐項條列式說明修改地方、以及不需修改之理由,撰寫成答辯書,並隨同修正稿送回編審委員會進行再審(由總編輯裁決是否刊登)。

(四)「不予刊登」—通知投稿者退稿。

七、本刊總編輯、副總編輯或編輯委員之投稿稿件,應迴避提供審查委員名單及其審查結果。

八、本刊預計每年七月底出版,稿件刊登順序由執行編輯依文稿性質與投稿時間之先後次序決定之。

九、確定刊登文件並取得作者「著作授權同意書」後,同步發行紙本。

真理大學運動知識學報 第十五期

發 行 人： 陳奇銘 校長

主任委員： 陳天賜 院長

總 編 輯： 陳天賜 院長

執行編輯： 呂佩宜、張雅惠

封面設計：吾印良品影印輸出

校　　對： 呂佩宜

排　　版： 呂佩宜

發 行 處： 真理大學觀光休閒與運動學院

地　　址： 新北市淡水區真理街 32 號

電　　話：（02）2621-2121 轉 7001

傳　　真：（02）2620-1262

出版日期： 2018 年 07 月

印　　刷：吾印良品影印輸出

真理大學觀光休閒與運動學院
College of Tourism, Leisure and Sports

運動知識學報 投稿格式說明

作者 / 服務機關
作者 / 服務機關

摘要

本文舉例說明 2008 運動休閒暨資訊傳播研討會投稿者撰寫論文時參考之用。論文必須附有 300-500 個字的摘要，題目、作者、服務機關、摘要及關鍵字等資訊單獨置於一頁，

關鍵字：(3~5 個關鍵字)運動管理、運動傳播、運動觀光

壹、格式

論文全文採用 A4 大小的紙張，每頁上下緣各留 2.5 公分及左右兩側各留 2.5 公分，文章不分欄，打字不可參差不齊、全文均採單行間距。中文文字全部採用標楷體、英文文字全部採用 Times New Roman。全文文章包括圖片、表格、參考文獻，長度以 8-15 頁為原則，並於每頁下方插入頁碼置中。全文文章請以 MS-Word 編輯軟體建檔，稿件投遞本院或電子信件到 **au1bbh@mail.au.edu.tw**（張雅惠 小姐收），並於***每年 5 月 15 日***前截稿。（有補助計畫編號，請務必填寫計畫編號。）

一、論文題目與作者

論文題目宜簡明，字形為 16 點標楷體、**粗體**，置於第一頁第一行中央。作者部分包含姓名與所屬機關，字型均為 12 點標楷體、**粗體**、亦置中，均採單行間距。

二、文稿

大段落標題與各段落內子段落標題均須採用標楷體、**粗體**、單行間距，大段落之標題應置於每行正中央、14 點字型，子段落標題或子段落內小段落標題均應置於每行之最左方、12 點字型。

三、投稿分節格式如下

壹、緒　　論（包含前言/背景、動機、目的等相關理論）

貳、研究方法（含對象、工具、資料處理等）

參、研究結果（含各項研究結果之統計表與解釋）

肆、討論建議（對於各項結果加以討論，並給予結論建議）

參考文獻（請依中文、英文、其他加以排列，並以不超過三十篇為限）

貳、關於圖片、表格及方程式

投稿論文以未曾發表之研究或實務性論文為限，其、表格、圖片規定如下。

（一）表格

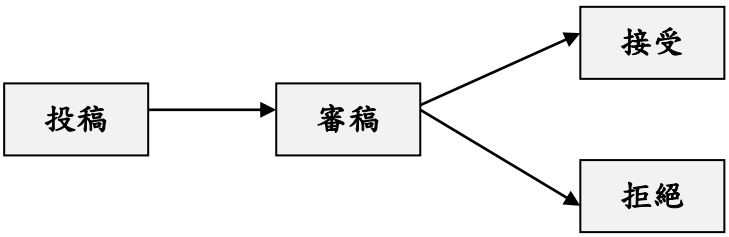
表格標題必須置於表格上方、**粗體**且置中。

表一 表格說明

資料來源：＊＊＊

（二）圖片

圖片標題必須置於圖片下方、**粗體**並置中。



圖一 圖示說明

資料來源：＊＊＊＊

參、參考文獻引用與格式

文中所引用的參考文獻，不論是國內外專書、譯書、期刊論文、會議論文、博碩士論文或技術報告，都應列明於參考文獻中，文獻部份請將中文列於前、英文列於後，**按姓氏筆畫或字母順序排列**，以三十篇文獻為原則。各類型參考文獻的編排格式，詳見下面的參考文獻範例。文中引用時採用方式為(作者，西元曆年)，例如: (趙麗雲，2001)、(黃金柱、王秀照，2002)、(Wang et al., 2002)。

參考文獻

1. 王秀照（2006）。室內溫水游泳池服務品質評量模式之建構。在真理大學編，*2006 運動知識學務研討會論文集*（頁 465-475）。台南縣：真理大學。
2. 趙麗雲（2006）。台灣健身運動俱樂部學員之運動參與行為分析。*體育學報，39*(4)，p133-148.
3. 盧俊宏主持（2001）。*大專運動員競技倦怠之研究*（國科會專題研究計畫成果報告，NSC 89-2413-H-179-017）。桃園縣：國立體育學院。
4. 盧煥升（2005）。*運動觀光績效評估指標之研究*。未出版之碩士論文，立德管理學院休閒管理研究所，台南市。
5. 高俊雄（2002）。*運動休閒事業管理*。桃園：志軒。
6. Steven, W. S. & Robert, J.（2003）。*特別節慶活動企劃與管理*（Special Event : Inside and Out）（陳惠美譯）。台北市：品度。
7. Lee, M. H. (2004), Disk System Design for Periodical Video Broadcast Services, *IEICE Electronics Express, 1* (8), 903-915.

真理大學運動知識學報

投稿者基本資料

主要聯絡人：

題　目	中：
	英：
姓　名	（一）
	（二）
服務單位（中英文）	中：
	英：
職　　稱	
聯絡電話	(Mobil)　　(Home)
	(Office)　　(Fax)
通訊地址	□□□
電子郵件	
備　　註	

真理大學觀光休閒與運動學院
College of Tourism, Leisure and Sports

真理大學運動知識學報

著作授權同意書

作　　者 （中英文）	
篇　　名 （中英文）	
服務單位	
本著作所有列名作者皆同意本篇文章被刊登於「真理大學運動知識學報」，為推廣本期刊內容，茲將本著作財產權讓與真理大學觀光休閒與運動學院，惟仍保有著作人格權，並本著作及出版、教學及網站等個人無償（非商業）使用之權利。	
立書人代表	簽章
身分證字號	
聯絡電話	(Mobil)　　(Home)
	(Office)　　(Fax)
通訊地址	□□□
戶籍地址	□□□
電子郵件	

中華民國　　年　　月　　日

真理大學觀光休閒與運動學院
College of Tourism, Leisure and Sports

真理大學『運動知識學報』編審委員會

組織細則暨編審流程

一、『運動知識學報』(以下簡稱「本刊」)設有編審委員會處理稿件之編輯與出版事項。

二、本刊編審委員會(以下簡稱「編審會」)組織設有發行人及主任委員各一人,將由真理大學校長與觀光休閒與運動學院院長(以下簡稱「本校」)擔任;總編輯一人、與副總編輯若干人,由本刊主任委員聘請擔任之,總編輯負責統籌審閱、分稿及召開編輯會議等事宜;副總編輯協助總編輯處理相關事宜;執行編輯一至二人,負責簽案、收集稿件、催稿、編輯排版以及連絡承印廠商等相關事宜;企劃編輯一人,協助執行編輯相關編輯事宜。

三、投稿本刊稿件由執行編輯檢視是否符合本刊稿約之架構、撰寫格式是否本刊之規定,如不符合者,請投稿者修改後再投,合格後由執行編即進行登錄,格式審查結果將於收稿後三天內完成。

四、總編輯依每篇稿件之領域送一位審查委員審查,審查者與投稿者採雙向匿名方式進行,稿件之審查結果以投稿者投稿後二月內完成並通知作者。

五、稿件經審查未達本刊要求之水準將予以退稿,若審查結果為修改後再審,將由執行編輯通知投稿者依審查意見於一週內完成修改,並將修改稿件連同答辯書一併寄回本刊編審會再審,若投稿者超過期限未修改寄回,將視同放棄審查。

六、審查結果將以電話通知並將審查意見掃瞄電子郵寄予作者,以下為四種不同審查結果及其處理方式:

(一)「通過刊登」—通知作者錄取刊登。

(二)「修改後刊登」—通知投稿者依審查委員意見修改後刊登。

(三)「修改後再審」—通知投稿者依審查委員意見,將其逐項條列式說明修改地方、以及不需修改之理由,撰寫成答辯書,並隨同修正稿送回編審委員會進行再審(由總編輯裁決是否刊登)。

(四)「不予刊登」—通知投稿者退稿。

七、本刊總編輯、副總編輯或編輯委員之投稿稿件,應迴避提供審查委員名單及其審查結果。

八、本刊預計每年七月底出版,稿件刊登順序由執行編輯依文稿性質與投稿時間之先後次序決定之。

九、確定刊登文件並取得作者「著作授權同意書」後,同步發行紙本。

真理大學運動知識學報 第十五期

發 行 人： 陳奇銘 校長

主任委員： 陳天賜 院長

總 編 輯： 陳天賜 院長

執行編輯： 呂佩宜、張雅惠

封面設計：吾印良品影印輸出

校　　對： 呂佩宜

排　　版： 呂佩宜

發 行 處： 真理大學觀光休閒與運動學院

地　　址： 新北市淡水區真理街 32 號

電　　話：（02）2621-2121 轉 7001

傳　　真：（02）2620-1262

出版日期： 2018 年 07 月

印　　刷：吾印良品影印輸出

真理大學觀光休閒與運動學院
College of Tourism, Leisure and Sports