

投稿類別:觀光餐旅類

篇名：

旅跑生機-休閒路跑融合觀光地方特色產業

作者：

張毓家。私立葳格高級中學。觀光科三年丙班
陳渝方。私立葳格高級中學。觀光科三年丙班
蘇會雅。私立葳格高級中學。觀光科三年丙班

指導老師：

江馨以老師

壹●前言

一、研究動機

隨著時代變遷，跑步不在純粹是競賽，而是一種休閒活動一種生活態度。報章雜誌曾根據統計平均兩天就有一場比賽，若適逢周末假日，一天甚至有五、六場路跑同時登場(註一)，各種不同性質的主題賽事中，有針對競賽、裝扮、趣味等類型，在活動背後帶來龐大的商機。在國民休閒意識高漲的今日，運動結合觀光成為最具發展性的市場，顯然運動與觀光結合成為不可忽視的新領域(註二)。

結合休閒運動及觀光，帶動旅遊、文化交流及經濟發展，綜觀國外路跑活動，藉由企業贊助與政府支持，透過媒體的傳播，提升企業的形象與國際知名度。世界風行路跑多年，藉由路跑來達到的觀光宣傳效益已頗為優異。以美國堪薩斯動物園路跑、東京馬拉松、法國波爾多梅鐸紅酒馬拉松、澳洲黃金海岸馬拉松等為例，成功的引起成千上萬各國跑者參加及全世界的關注，吸引各國旅行社規畫行程搶賺這筆觀光旅遊財，在台灣也吸引了不少觀光團成行共襄盛舉。反觀國內近年來政府推行台灣運動島，積極舉辦上百種路跑，但名氣卻低迷無法成功引起國外人士之興趣，因此本次專題針對路跑賽事結合觀光休閒產業探討國外成功的案例，看見他們的缺點，吸取他們的優點，希望藉由產業結合提升國內觀光事業之發展，帶進大筆觀光財，更為在地產業、文化，創造新的生機，故以此做為研究主題。

二、研究目的

- (一)了解國內外路跑發展
- (二)了解台灣路跑的舉辦情形
- (三)探討民眾對於台灣路跑的認知意象

三、研究流程



▲圖一 研究流程示意圖(自製)

貳●正文

一、路跑的起源

據說西元前 490 年希臘聯軍在馬拉松戰役中擊敗波斯軍隊，希臘連軍派菲迪皮德斯從當時的馬拉松跑回雅典，傳達戰勝的消息，結果抵達雅典後卻力竭而死。而在 1896 年奧林匹克運動會，布里爾曾經到希臘考察時，得知馬拉松戰役中的傳奇英雄菲迪皮德斯的故事，布里爾為了紀念菲迪皮德斯向國際奧委會秘書長顧拜提出舉辦一項路線由馬拉松至雅典的長跑項目，並且命名為「馬拉松」。在之後馬拉松又衍生出半馬、超馬、路跑等，路跑相對於馬拉松來得輕鬆、有主題性，又挑戰性低所以吸引年輕族群的關注。

二、台灣路跑發展

1995 年台灣路跑協會成立，從 1978 年，在中華民國田徑協會前理事長王惕吾先生與總幹事紀政女士的領導下開始推展(註三)，開始陸續在各地舉辦路跑及馬拉松，隨後中央政府成立體育委員會，藉由政府宣導政策和民間路跑協會相互落實推廣跑步運動，提倡全民健身運動。2008 年時，當時台北市市長馬英九先生開始利用政府組織舉辦城市路跑，以仿效國外知名路跑活動的方式，成功打響路跑知名度後，各地政府也相繼舉辦類似性質的路跑。自台新金控於 2013 引進 The Color Run 後，台灣迅速晉升為路跑大國，路跑活動舉辦的次數逐年遞增，吸引老弱婦孺參與，發展出各式路跑型態。

三、國內外路跑發展

(一) 國外路跑探討

路跑已成為全球民眾為之瘋狂的運動之一，本研究小組茲就國外的路跑活動，列舉四項特色路跑介紹如下：

表一：國外路跑列表

路跑名稱	創始年	主題特色	主辦單位	活動海報
澳洲黃金海岸馬拉松	1979	是南半球第一個獲得國際公路賽金標認證的路跑，沿著黃金海岸迷人的沙灘美景、平坦筆直的道路，是令跑者最嚮往的原因。	Events Management Queensland	

法國波爾多梅鐸紅酒馬拉松	1984	主旨開宗明義寫道：「追求打破紀錄者，不在邀請之列」。全程賽道穿越 50 幾座美麗酒莊，沿途酒莊提供自家名酒及在地美食鵝肝醬、生蠔等供參賽者品嚐。	Commanderie du Bontemps Médoc & Graves Sauternes & Barsac	 (圖 2)
美國堪薩斯動物園路跑	2004	每年都會選一位有環保、教育意義及瀕臨絕種的保育動物明星代表主題，奠定保育動物明星的傳統，賽後更邀請動物專家分享保育動物的知識。	堪薩斯城動物園	 (圖 3)
東京馬拉松	2007	每年均在 2 月底舉行。參賽者可以裝扮自己，加上日本原有的 cosplay 文化，成為比賽的特色，沿途還會經過許多觀光景點。	東京馬拉松財團	 (圖 4)

資料來源：本研究自行整理

(二) 國內路跑探討

自彩色路跑於 2013 年打開全民路跑的那一頁起，緊接著一連串大大小小的路跑賽事即開始瘋迷全台。茲舉四項台灣特色路跑介紹如下：

表二：國內路跑列表

路跑名稱	創始年	主題特色	主辦單位	照片
太魯閣峽谷馬拉松	2000	獨步全球唯一的峽谷馬拉松，讓民眾以雙腳親近自然，體驗太魯閣鬼斧神工的自然美景。	花蓮縣體育會	 (圖 5)
台南古都國際馬拉松	2007	台南以文化與美食聞名，透過馬拉松路跑，結合臺南古蹟赤崁樓、億載金城等，推展運動觀光旅遊，提昇臺南運動休閒產業及城市行銷。	臺南市政府、戰國策國際顧問股份有限公司	 (圖 6)
台北木柵動物園路跑	2010	主辦單位提供免費「動物彩繪」，並規劃一系列「動物園攝影展」等活動，打造回歸自然與狂野的動物園路跑賽，享受大自然的樂趣。	台灣 New Balance 股份有限公司	 (圖 7)
彩色路跑	2013	有「地球上最歡樂的 5 公里路跑」之稱，沒有傳統路跑計時的壓力，活動中噴灑彩粉讓參與者化身為畫布，創造出獨一無二的畫作。	台銀金控	 (圖 8)

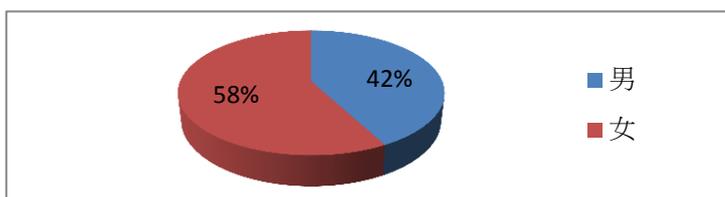
資料來源：本研究自行整理

自從 2013 年起台灣晉升為世界五大馬拉松國(註四)，遍布全國的路跑、馬拉松賽紛紛舉辦。路跑已是全民運動，在現今人們重視健康、追求樂活的趨勢下，路跑成為新世代潮流，為響應這股風潮，本土的路跑賽事也逐年增加，至今年已破百場，路跑協會秘書長陳華恒表示，**運動觀光是整合度高的產業，一場路跑在軟硬體上投入約七千萬，總產值可達六億，近收九倍效益，產值相當驚人(註五)**，如果企業團體能與政府機構及與當地觀光特色產業相互合作，不僅能藉由路跑帶動觀光、文創、行銷等產業結合，設計安排一系列路跑活動，更能將路跑視為城市行銷的一環，帶動觀光產業發展，將國家行銷國際，創造不一樣旅遊商機，更能將台灣在國際間打響知名度。

四、探討民眾對於台灣路跑的認知意象

本問卷發出 200 份，全數回收後取得有效問卷 200 份，最後將問卷結果分析統計，作為本組研究時參考的依據。

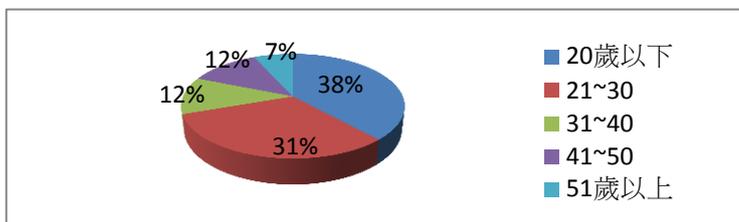
(一) 請問您的性別?



▲圖一：性別比例分布調查(自製)

由此可得知，女性人數占 58%，男性占 42%。

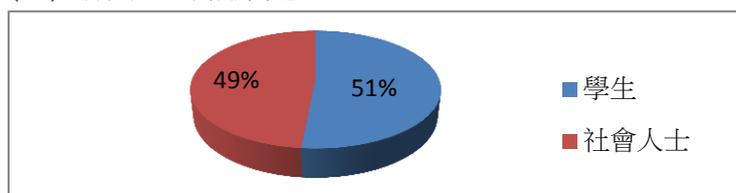
(二) 請問您的年齡是?



▲圖二：年齡比例分布調查(自製)

由此可得知，本組所發出的問卷以 20 歲以下居多，其中 20 歲以下人數有 73 人，21~30 的人數有 60 人，31~40 的人數有 31 人，41~50 的人數有 23 人，50 歲以上的人數有 13 人。

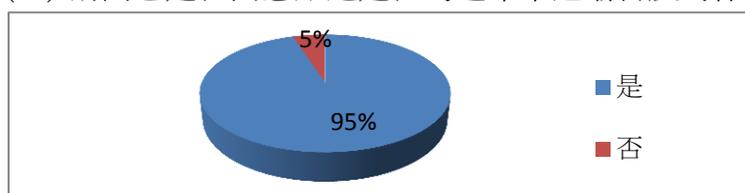
(三) 請問您的職業是?



▲圖三：職業比例分布調查(自製)

由此可得知，學生人數有 103 人，社會人士有 97 人。

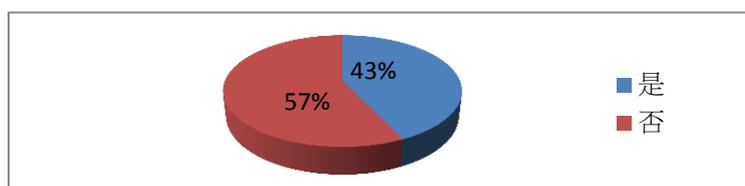
(四) 請問您是否同意路跑是台灣近年來逐漸普及的休閒運動?



▲圖四：路跑為台灣普及休閒運動調查(自製)

由此可得知，有 95%的受訪者認為路跑是台灣目前最普遍的休閒運動。

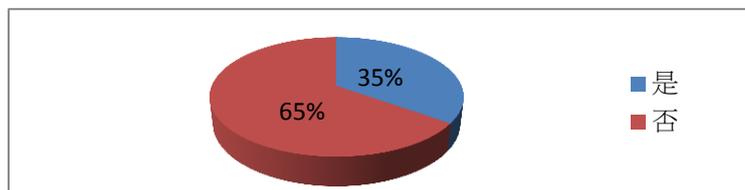
(五) 請問您是否曾經參加過路跑?



▲圖五：是否曾經參加過路跑調查(自製)

由此可得知，近 6 成的民眾參加過路跑，路跑已逐漸成為大眾化活動。

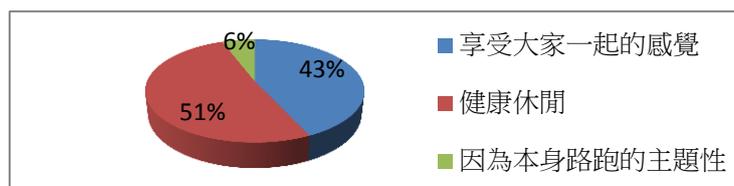
(六) 請問您知道所參加路跑的主辦用意?



▲圖六：知曉路跑主辦用意調查(自製)

由此可得知在 57%參加過路跑的民眾中，有將近 65%的民眾對於他們所參加的路跑並沒有深入了解路跑的主辦用意，由此可知主辦單位在宣傳上並未深入心。

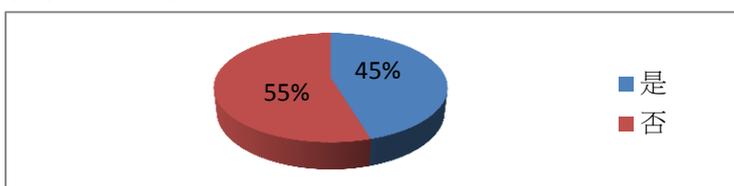
(七) 請問您參加路跑的主要目的是因為?



▲圖七：參加路跑的主要原因調查(自製)

由此可得知，有 51% 的參賽者是以健康休閒為主要參加原因，有 43% 的參賽者是因為想享受大家一起的感覺而參加的，僅有 6% 的人是因為路跑本身的主題性參加，由此可推斷企業在推廣路跑上，雖然有達到宣傳的效果，卻沒有讓主題凸顯出來。

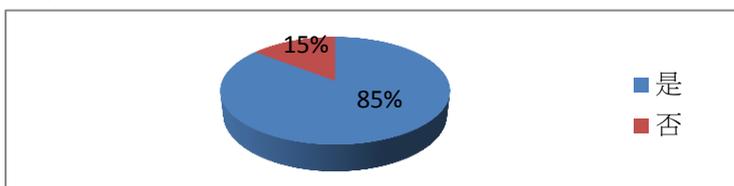
(八) 請問您參加完路跑後，有加深您對當地的印象嗎?



▲圖八：是否有加深對當地的印象調查(自製)

由此可得知，近 6 成的民眾認為參加路跑並無對當地有更深入的印象。傳統典型路跑是以健身運動為動機，跑者主要為喜愛健身的民眾。而現今路跑是以休閒主題性為主，並且如火如荼的發展，例如殭屍路跑、彩色路跑等，增添許多趣味和話題性。以上這些路跑都無法加深跑者對當地觀光產業的深刻印象，一個是專注於跑步，另一個是享受和大家一起的感覺，如果動態加上靜態，把路跑主題著重在文化觀光，廣泛結合當地歷史古蹟、特色景點和產業文化，增加其活動產品的意義、行銷主題及附加價值，加深跑者對當地的瞭解。

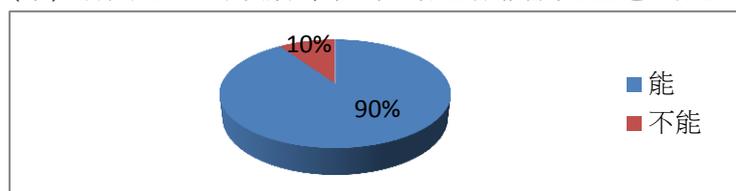
(九) 請問您認為路跑如果能融合地方觀光特色是否能提升地方觀光效益?



▲圖九：路跑融合地方觀光特色是否能提升地觀光效益調查(自製)

由此可得知，有 85% 的人認為路跑融合地觀光特色是能提升地方觀光效益的，但在台灣相關的路跑卻是少之又少，如果在地政府能積極的與企業合作舉辦觀光型態的路跑，那將能為台灣帶來一筆可觀的觀光財。

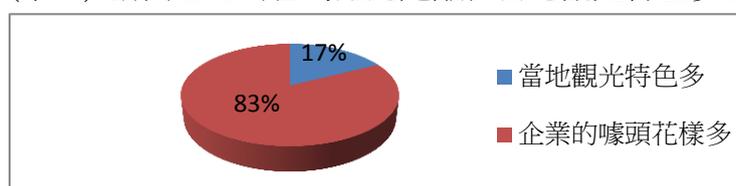
(十) 請問您認為政府單位舉辦運動兼觀光型態的路跑能提升城市形象嗎?



▲圖十：政府單位舉辦運動觀光的路跑是否能提升城市形象調查(自製)

由此可得知，近 90%的人都認為政府單位舉辦路跑，將運動休閒結合觀光資源有助於提升城市形象及國際形象，藉由各縣市政府大力推展運動觀光旅遊，提倡全民運動，提供正面能量、消除工作壓力，使運動休閒成為當代生活中不可或缺的一環。

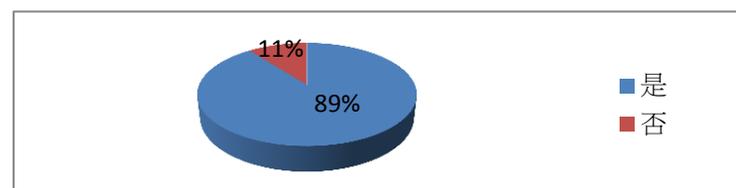
(十一) 請問您認為台灣路跑是融合當地觀光特色多還是企業花樣噱頭偏多?



▲圖十一：台灣路跑融合觀光特色多還是企業的花樣噱頭偏多調查(自製)

由此可得知，有 83%的民眾認為台灣現今的路跑以企業的花樣噱頭多，僅少數 17%的人認為否。路跑活動日益火紅，許多企業爭相搶這塊大餅，藉由公益性質的路跑、運動明星的加持或者運動品牌贊助商等，創造經濟效益與龐大商機，不過卻造成某些路跑活動太過商業化，失去其本質的意義及缺乏教育性質，導致路跑的品質參差不齊，市場機制會決定這市場的變化，現在正是流行之際，慢慢發展到飽和之後，就會慢慢走下坡，能存活下來的路跑活動，肯定是受大家認可且有它的特殊價值。

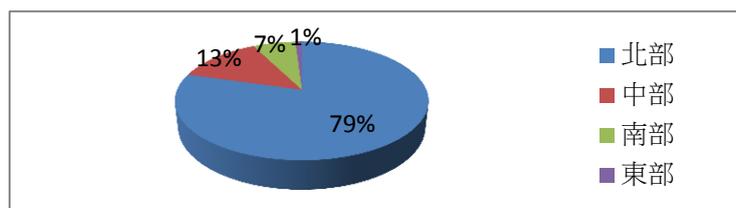
(十二) 請問您是否同意路跑活動能為社會注入新的活力及城市行銷嗎?



▲圖十二：路跑活動是否能為社會注入新的活力及城市行銷調查(自製)

由此可得知，近 9 成的民眾同意路跑能為社會注入新的活力。現今休閒運動意識高漲，在忙碌工作或上學之餘，培養適切的運動習慣，藉以抒發壓力。舉辦路跑並邀請知名馬拉松好手一同參與，活動具有教育性、環保議題、公益等，皆是可以提升一個城市的正面形象。

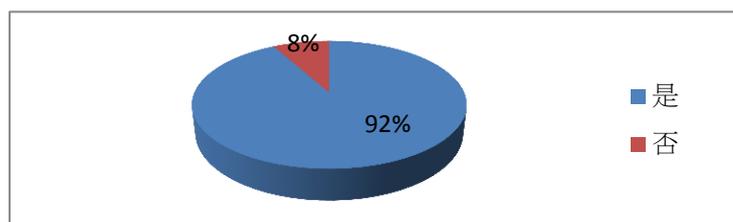
(十三) 請問您認為路跑舉辦次數及哪個地區最常舉辦路跑活動?



▲圖十三：路跑舉辦次數及哪個地區最常舉辦路跑活動調查(自製)

由此可得知近 8 成的民眾認為路跑賽事大多都是在北部舉行。依據跑者廣場全國賽事資料數據，本研究小組自行統計出來 2014 年北部路跑總共有 180 場賽事，中部 100 場，南部 96 場，東部 49 場，北部舉辦路跑賽事確實舉辦的比較頻繁，東部更不及北部的一半，地方政府若能積極舉辦路跑賽事，讓外縣市的民眾來參加，有助地方運動觀光產業發展，甚至帶動地方經濟。

(十四) 請問如果將路跑加入許多有趣的元素或者增添特色村莊及文化，是否會提升您的參加意願?



▲圖十四：將路跑加入許多有趣的元素或者增添特色村莊及文化，是否會提升您的參加意願調查結果(自製)

由此可得知，有 4 成的民眾沒有參加過路跑，卻有近 9 成的民眾認為將路跑加入有趣的元素或者是將路跑深入特色村莊及文化可以大幅提升參加路跑的意願，由此可知政府及企業不管是一起舉辦還是單一舉辦路跑活動，只要加入在地特色產業，定能使參加人數大幅提升，還能增加觀光效益。

參●結論與建議

本研究經由此次的專題研究，了解到在地特色產業在融合運動休閒方面非常薄弱，並經由問卷調查結果顯示，大多數的人對於觀光型態的路跑不夠了解，並發現路跑在媒體宣傳方面不夠明確，研究重點如下：

一、研究結論

(一) 路跑商業性質高，主題推展不足。

以現今台灣路跑來看，企業在推廣路跑上，並沒有把自身主題的意義凸顯出來，由問卷 7 可得知大多數民眾都忽略路跑主題背後的涵義，企業及政府都想為自身做行銷，其活動本身不深入契合民眾的需求。

(二) 台灣地區舉辦路跑次數地區差異性大。

全台路跑舉辦次數逐年增加，其帶來的經濟及觀光周邊效益不容小覷，但根據調查 8 成的賽事都聚集在北部，忽略了中南部和東部的城鄉之美。

(三) 民眾對於路跑的態度正向積極。

全台灣在近幾年來，對於路跑這種休閒運動已越來越普及，但路跑主題都偏向娛樂性質較多，多數民眾認為路跑融合當地特色可帶來更大的觀光效益，但此類型路跑在台灣寥寥無幾。

二、研究建議

(一) 將路跑融入台灣各個角落，發展當地特色觀光，平均分配路跑資源，讓人們能以健康正面的旅遊新形勢，跑進台灣的不同角落，讓路跑不再只有表面的經濟效益而是扎實地結合許多每個地方獨特的文化，創造參賽者永恆的回憶。

(二) 政府機構和企業不管是舉辦主題性的路跑或者公益性質的路跑，皆能間接影響旅遊人潮，如能和各旅行社合作，推展路跑兼觀光旅遊行程，運用路跑帶動周邊觀光效益，創造運動觀光商機。

(三) 廣泛善用媒體資源、知名藝人、運動明星的影響力，利用簡單又有意義的廣告標語，取得大眾的共鳴，以增強其路跑的知名度、宣傳度。

肆●引註資料

一、書籍資料

註二、劉照金(2010)。運動觀光。台中市：華都文化。

註三、邱榮基、畢璐鑾(2005)。台灣地區馬拉松賽會服務品質與滿意度之研究。台灣體育運動管理學報。第六期。

二、網路資料

註一、公視新聞議題中心。全民瘋路跑。(檢索日期 2014/02/13)

<http://pnn.pts.org.tw/main/2014/02/13/%e3%80%90%e7%8d%a8%e7%ab%8b%e7%89%b9%e6%b4%be%e5%93%a1%e3%80%91%e5%85%a8%e6%b0%91%e7%98%8b%e8%b7%af%e8%b7%91/>

註四、大紀元電子日報。全台瘋路跑健康又時尚。(檢索日期 2013/08/21)

<http://www.epochtimes.com/b5/13/8/22/n3946513.htm%e5%85%a8%e5%8f%b0%e7%98%8b%e8%b7%af%e8%b7%91%e5%81%a5%e5%ba%b7%e5%8f%88%e6%99%82%e5%b0%9a.html>

註五、旅遊界周刊。全民瘋路跑 運動觀光行銷國際。(檢索日期 2013/09/08)

http://www.wtweekly.com/current_detail_2.php?index_id=932

三、圖片網址

圖 1、https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSm87h8TPVeEkjr1ke_svXAJWJtodF_aaHEGHxJmTNc3krJAQI4

圖 2、https://lh3.googleusercontent.com/5jSHhVJVrC8RupAqm3hdxk4RXZ6tOUwCtREaNA_Yg16GOhonlMb79bJtugaWz8oX64m24M=s85

圖 3、https://lh3.googleusercontent.com/LB5QQVsSn6WyMbPBwRG_OHiVZu1hnFC6LQH0nKJHSoLU3A9brJVh-odBE4Dd8RwjeYdi=s85

圖 4、<http://www.don1don.com/archives/21130>

圖 5、https://lh3.googleusercontent.com/8T4Wsu9n6i2lgP_TO16X7Yvui7isVmZSRWBWwS_9aufLcjYcBR9xhdagDwlQw9MNqk8Ad5Q=s140

圖 6、<http://tw.running.biji.co/index.php?q=news&act=info&id=5118>

圖 7、<https://lh3.googleusercontent.com/z-WYdXYtpT-ExG4BbAAbA-0SiTrma6DH7cPzOdFzKgYg9bZoL-43xkjhTGgLXyaQ4BRIjg=s162>

圖 8、<http://tw.running.biji.co/index.php?q=news&act=info&id=646>