

健身風潮興起—健身資訊分享平台

王睿哲

清華大學 工業工程與工程管理學系

摘要：近年台灣健康意識抬頭，人們越來越重視體態、塑身等議題，健身需求提高，在這股風氣之下，健身已成為台灣的一個國民運動。然而，在健身風潮的興起下，有些新手欲投入健身行列但往往因為缺乏相關知識不足，造成投入大量時間而成果不如自己所預期的問題。為解決上述問題，本研究欲建立一個健身資訊網站享平台，而該網站將提供每日健身資訊給健身新手並提供特別折扣給購買健身器材（如啞鈴、按摩器材等）之健身新手。

1.研究動機與目的

隨著網路技術的發展，健身之所以普及也與網路密不可分，許多網紅、明星都熱衷於錄製健身影片或是發表健身心得，另外像是 PTT、Dcard 也都有設置專板提供健身族群交流、討論，也較有利於引進國外新穎的健身觀念。因此，現代人也逐漸依賴網際網路獲取健身話題之流行趨勢且更為重視投入討論相互討論。

然而，在網路發達的情況下，人們愈來愈傾向於網路平台取得健身資訊，根據 AI 自動分群技術進一步解析各大健身專版的討論文本資料《OpView Social Watch 電子報》歸納出健身族群所關注議題的三大面向：一、健身房相關（健身房、教練、課程）、二、營養攝取相關、三、肌肉部位與鍛鍊方式

為幫助健身新手清楚了解這些資訊，本研究欲建立一個健身資訊網站享平台，而該網站將提供每日健身資訊給健身新手並提供特別折扣給購買健身器材（如啞鈴、按摩器材等）之健身新手。除此之外，***。

2.文獻探討

1.1 健身對健康的研究

- (1) 減少脂肪增加肌肉：力量訓練專家對數千名女性做過大量的力量訓練研究，沒有發現任何女性會因適度的肌力訓練而使肌肉發達隆起。凡是每週進行 3 次力量訓練的女性，在堅持鍛鍊 8 周後，平均增加了 1.75 磅肌肉，同時減掉了 3.5 磅脂肪。與男士不同，女性一般不會因肌力訓練使身軀發達，因為女性身體使肌肉發達的激素水準只有男性的 1/10 至 1/30。

- (2) 健身房健身的好處－增加肌肉有助於減肥：隨著肌力訓練帶來的肌肉增多，肌體在靜態下的新陳代謝率也會逐步增加，所以每天你都會消耗更多的熱量。研究發現，肌體每增加 1 磅肌肉，每日會多消耗 35-50 千卡熱量。
- (3) 健身房健身的好處－強壯體格：研究表明，中等強度的力量訓練能使人體的肌力提高 30-50%。力量的增強不但會使人們更容易完成一些日常勞動，而且還能使人變得精神飽滿，精力旺盛，由裡到外散發著勃勃生機。
- (4) 健身房健身的好處－強壯骨骼：當我們中學畢業時，骨骼中的礦物質密度就已經定型了，除非經常從事肌力訓練。經過 6 個月的力量訓練，能使練習者脊柱骨骼中礦物質的密度增加 13%。這對於防治骨質疏鬆症，具有非常重要的作用。
- (5) 健身房健身的好處－減少糖尿病危險：從事力量訓練 4 個月後，能使肌體對葡萄糖的利用率提高 23%，這對防治糖尿病具有重要意義。
- (6) 健身房健身的好處－防治心臟病：肌力訓練能降低膽固醇與血壓水準，對於維護心血管正常功能及防治心臟病作用重大。當然，在練習過程中增加一些有氧運動及柔韌訓練項目，收效會更加明顯。
- (7) 健身房健身的好處－防治腰背及關節疼痛：加強腰背肌肉鍛鍊，能夠顯著減輕或消除該部位的病痛。力量訓練還能緩解關節疼痛，增強關節功能等等。
- (8) 健身房健身的好處－增強競技能力：力量訓練能夠增強運動員的競技能力，因此不管你選擇何種運動項目，最好附加上肌力訓練，因為這種鍛鍊方法不但能提高你的運動水準，而且還會減少受傷的危險。
- (9) 健身房健身的好處－增添活力、交到新朋友：肌力訓練適合於任何年齡的人。（不過，老年人從事這項鍛鍊時，一定要有專業人員給予指導。）去健身房鍛鍊，讓您從中感受到活力無極限的快樂，還能讓您交到更多的朋友。
- (10) 健身房健身的好處－維護心理健康：哈佛大學的研究發現：精神抑鬱症患者經過 10 周的肌力鍛鍊，與通常使用的心理諮詢方法相比，能顯著減少臨床出現的各種抑鬱症狀。原因在於肌力訓練能增強“快樂遞質”經色胺與內啡肽的分泌。所以，經常從事力量訓練的人會有這樣的感受：通過肌力訓練，不僅增強了自信心，提高了處理各種事物的能力，而且心情也變得像風一樣飄然自在。

1.2 運動參與動機

(1) 動機概述

張春興（2001）指動機（motivation）為「引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在作用」。在黎士鳴（2008）心理學概論一書中，將動機定義為促使人們去行動、思考和感受他們所做的，動機性行為是充滿活力、方向性和持續的。動機是決定一個人要去做事的原動力，也是引起個體繼續再次行動之要素（顏智淵，2009）。總合上述學者對動機的定義，可知動機是個體的內在過程而引起外部行為，存在著一定的強度及方向。

一般動機多指個體的動機，可分為生理性動機及心理性動機：

（一）生理性動機

生理性動機如飢餓、性、母性等（張春興，2001）。盧俊宏（1994）指出，生理性動機是指以生理變化為基礎的動機，也就是原始性動機或生物性動機，起因於身體組織需要某種物質所引起。

（二）心理性動機

心理性動機為一切非以生理變化為基礎的動機，包括兩個層次，一個是較為原始的三種驅力：好奇、探索與操弄，其雖超越生理限制，但不含社會性意義，另一層次是人類特有的成就動機與親和動機，可經學習而得的，且與別人有關，所以有社會意義（盧俊宏，1994）。

(2) 動機的相關理論

有關動機的理論有許多，國內外學者也有不同的看法。本研究參考國內外學者對於動機的研究，利用心理分析論、成就動機論、認知論、需求層次論，來了解使用者參與動機的因素，各理論內容如下：

（一）心理分析論

心理分析論也稱為精神分析論，此理論由佛洛伊德所提出。黎士鳴（2008）指出，佛洛伊德認為潛意識是人類外在行為的主要原因，生活中的行為，即使是小小的舉止都受到潛意識的影響而有特別的含意。另外盧俊宏（1994）也指出，佛洛

伊德將性和攻擊的兩種人類本能用來解釋人類的行為，性衝動是人類天生具有的本能，而性滿足為一切行為動力。

（二）成就動機論

以 Atkinson (1957) 所提之成就動機概念為代表，將成就動機主要分為兩個面向：如何實現追求成功及避免失敗的行為動機。

（三）認知論

動機的認知論指個體的行為是按其設想與計畫，向預訂目標進行的，認知論除了解自己行為並依抱負水準 (level of aspiration) 及預期價值 (expectancy value) 引導自己的行為 (盧俊宏，1994)。

（四）需求層次論

層次需求論由心理學家 Maslow (1943) 所提出。Maslow 認為人類的行為是源於需要，他將人類分為五個需求層次。這些需求層次由低至高分別為生理需求 (Physiological needs)、安全需求 (Safety needs)、愛與隸屬需求 (Love and belongingness needs)、尊重需求 (Esteem needs)、自我實現需求 (Self-actualization needs)。當低層次的需求滿足時即會有另一高層次的需求。

生理需求如飢餓、口渴、性等 (張春興，2001)。張春興將生理上的需求解釋為個體生理上的一種匱乏狀態，如為達到體內均衡作用必須調節時，個體就會感到需求的存在；安全需求如安全感、避免危險、保持健康等；愛與歸屬需求指人都希望愛人與被愛，在團體中幫助與被幫助；尊重的需求指人總是希望有自己個人的威信、自尊，且自己的努力獲得別人的肯定和尊重；自我實現需求指人類把自我潛在的東西變成現實的行為傾向，實現自己的理想和抱負。

(3) 運動參與動機相關研究

王同茂、康世平與許樹淵 (2007) 在中華民國體育白皮書報告中提到，在「推展全民運動」、「強化競技運動實力」與「行銷臺灣」等施政主軸的引領下，我國的體育運動發展跨入新世紀。因此了解運動的參與動機對於增加運動人口，養成良好運動習慣是有幫助的。本研究將參與運動的個體本身之生理性動機及心理性動機歸類於個體因素，而外在環境為外在因素：

（一）個體因素

個體因素中以健康需求最為主要。陳鴻雁與謝邦昌（2003）針對臺灣地區 25 縣市之 15 歲以上且具行為能力之民眾，進行國民運動意識調查，發現民眾從事運動的原因，前三項依序為「為了創造健康、體力」、「樂趣，轉換心情」和「因職業上或學校需要」。教育部（2011）在 99 年度各級學校學生運動參與情形調查報告中對於影響學生參與運動的主要原因，大專校院學生前四名分別為身體因素（26.6%）、時間充足（20.2%）、有成就感（15.5%）及同伴鼓勵（14.0%）。

艾建宏（2005）研究臺北市民運動中心消費者行為，將參與動機分為知性需求、社會需求、成就需求及健康需求，其中以健康需求的參與動機為最高。李真玲（2006）以臺中縣公立體育場館民眾為對象進行運動參與動機研究，以馬斯洛需求理論為架構，將運動參與動機分為健康安全、社會歸屬、自尊知性、自我實現四個構面以「健康安全需求參與動機」最高。

可知大多數的運動參與動機多與健康需求有關，在生理需求如飢餓、口渴已滿足的情況下，多數人都傾向於馬斯洛需求理論的第二層次的安全需求，保持身體的健康，和理論中的較低層次的需求滿足時即會產生另一較高層次的需求是相對應的。

（二）外在因素

根據國際健康及體能俱樂部協會（International Health, Racquet and Sportclub Association; IHRSA）研究，設施設備是影響消費者加入俱樂部關鍵因素之一（引自劉田修，2010）。江界山等（2001）在行政院體育委員會委託研究指出，會員流失的原因在健身房（體適能中心）相關的因素是設備過於老舊而不敷使用，可見健身器材是健身房使用者參與的重要因素之一。由上可知在健身房運動中，健身設備亦是參與者重要動機因素。也有學者指出影響年經人運動參與的外在因素也可能是與金錢、父母、異性朋友以及與性別有關的運動經驗（Coakley & White, 1992）

另外對於女性運動參與動機的研究，林偉儒（2007）探討女性休閒運動阻礙中發現女性參與健身俱樂部動機以多元化的服務、知性訴求、健康與適能、社會安全需求及成就需求等為最主要之參與健身俱樂部的動機。林鈺真（2008）在臺北市萬華區市民運動中心使用者參與動機與滿意度之研究，以 354 位臺北市萬華區市民運動中心使用者為研究對象，利用自編「臺北市萬華區市民運動中心使用者參與動機與滿意度問卷」為研究工具。其研究結果發現：（1）參與動機構面上使用頻率

高者的參與動機以「健康與體適能需求」最高。(2) 女性使用者對於成就需求與紓壓需求的參與動機高於男性使用者。

對於女性健身運動的參與動機研究，王玟婷(2009)研究臺北地區運動健身俱樂部女性會員消費行為發現其參與動機強度由高至低排序為「健康需求」、「紓壓需求」、「休閒需求」、「成就需求」及「社交需求」。由上可知女性運動參與動機亦多為「健康需求」、「紓壓需求」、「社交需求」及「成就需求」。

(4) 小結

運動參與動機是多元的，且運動參與動機的各構面會因研究主題、研究背景、研究問題、研究者、研究對象等而有不同。就上述學者之研究可發現參與動機可概略分為心理性因素及生理性因素。心理性因素如：認同、成就感、紓壓。Daniels 與 Leaper (2006) 認為同儕的認同在青少年運動參與當中扮演重要的關鍵。也就是說社交需求在青少年參與運動來說仍具有一定的影響。

而生理性因素如：體適能、健康，體重胖瘦等。故本研究結合上述專家學者之發現，以馬斯洛需求層次論為基礎，參考周嘉琪、胡凱揚(2005)所編製的「健身運動參與動機量表」，此量表包含「體適能/健康管理」、「外表/體重管理」、

「壓力/情緒管理」及「社交/休閒」。另外配合本研究之目的，將參與動機構面分為健康需求、紓壓需求、社交需求、成就需求及健身房健身環境等五個構面來探討健身房使用者參與其中之主因。

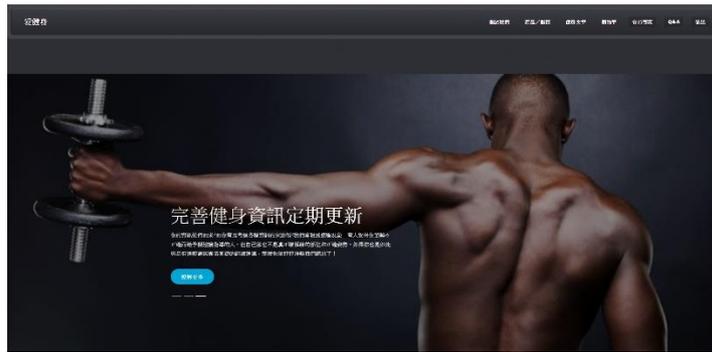
3.方法

本研究欲建立一個健身資訊網站平台，而該網站將提供每日健身資訊給健身新手並提供特別折扣給購買健身器材(如啞鈴、按摩器材等)之健身新手，以幫助健身新手獲得更多健身相關知識，或是解決健身新手無足夠的預算使用每月費用高達上千元的私人教練費，期望透過此行銷方法能促進國人更熱烈的健身風潮。

4.網頁呈現

4.1 網頁首頁

網頁首頁會顯示網頁資訊，而消費者可以先於上方列表或下方瀏覽網頁服務，如圖一、圖二所示。



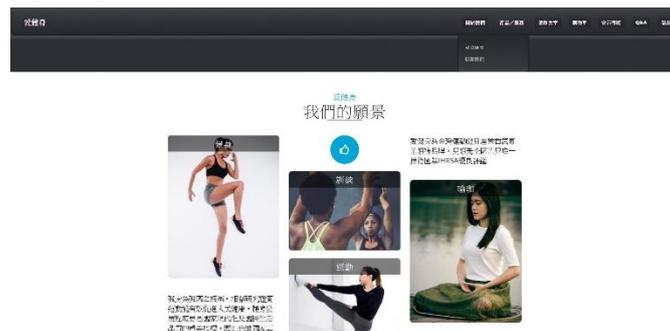
圖一



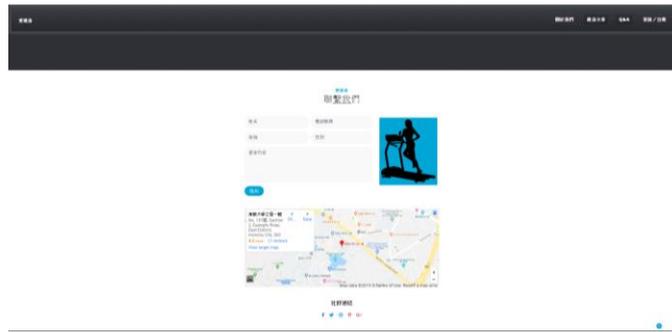
圖二

4.2 關於我們

若消費者對此網頁有興趣可瀏覽「關於我們」，其中包含成立願景與聯繫我們，如圖三、圖四所示。



圖三



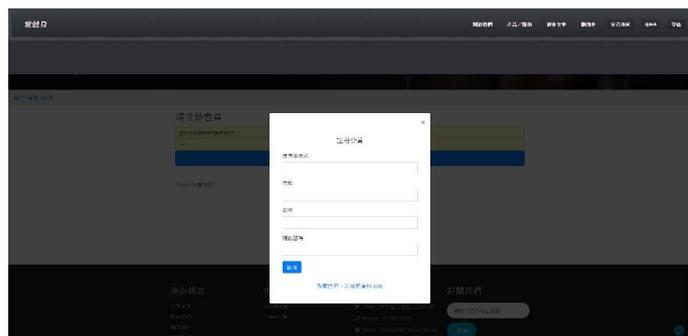
圖四

4.3 會員登錄

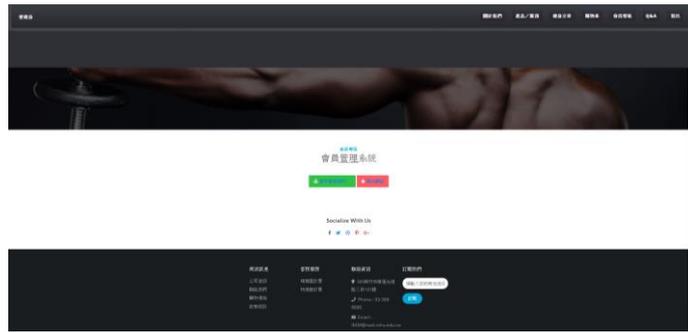
消費者若想瀏覽更多網頁資訊可於上方點選「登陸/註冊」，其中包含登錄頁面與註冊會員，如圖五、圖六所示，若登錄成功可於會員專區使用修改會員資料與登出功能，如圖七所示。



圖五



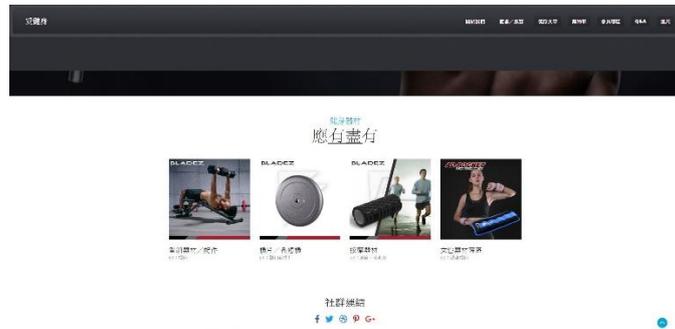
圖六



圖七

4.4 商品/服務

消費者可於上方點選「商品/服務」瀏覽健身商品與服務，其中包含健身用品購買與預約教練服務，如圖八、圖九所示。

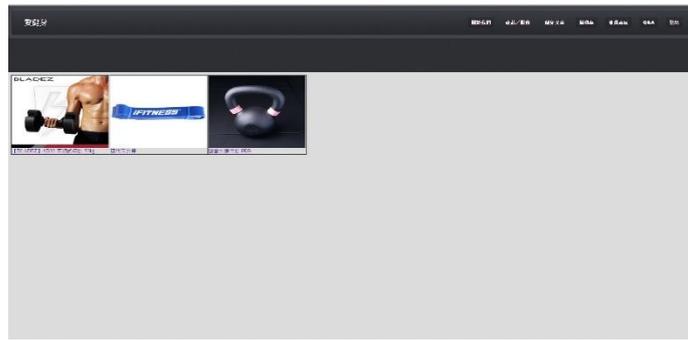


圖八

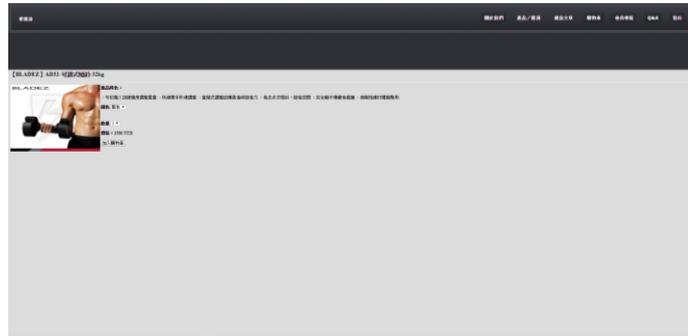


圖九

下圖十、圖十一、圖十二為某商品的購買頁面，消費者可將商品加入購物車，方便稍後直接購買；而下圖十三、圖十四、圖十五為某教練的預約頁面，消費者可將教練加入預約車。



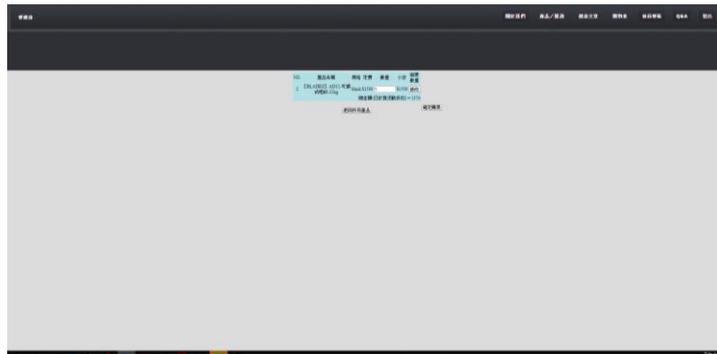
圖十



圖十一



圖十二



圖十六



圖十七



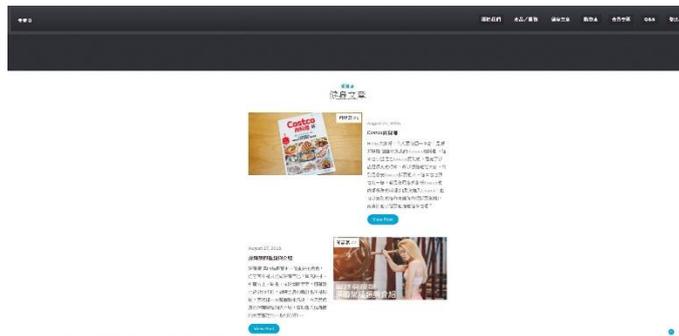
圖十八



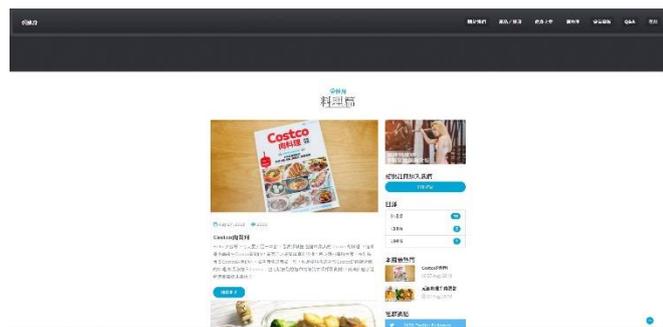
圖十九

4.5 健身文章

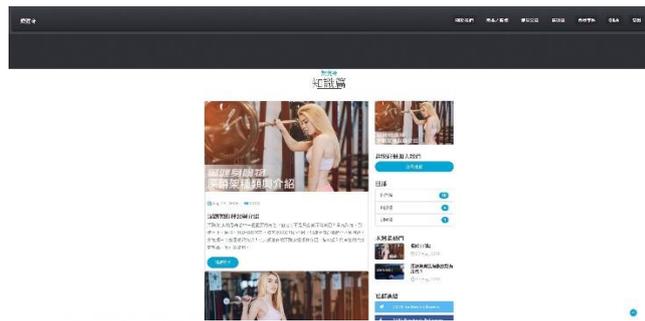
消費者可於「健身文章」中瀏覽各個關於健身類文章，其中包含料理類、知識類以及訓練類，如圖二十至二十二所示。



圖二十



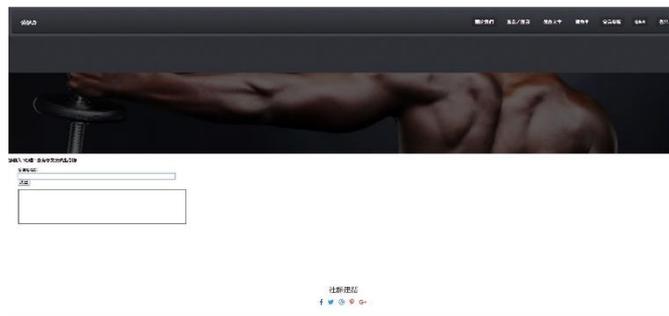
圖二十一



圖二十二

4.6 Q&A

若消費者有相關問題可使用 Q&A 之聊天機器人，其中會有相關提示將會引導消費者如何使用此網頁，如下圖二十三所示。



圖二十三

5.結論

本研究係針對因無專業健身知識或無高額預算於各大健身房簽約使用專業私人教練等困擾之消費者建立一個健身資訊與商品服務的分享購買平台。除此之外，本研究亦期望能與各大健身房合作吸引更多健身新手加入健身行列促進國人養成週週健身的習慣，除了使過人保持健康身心且幫助國家促進經濟成長。

參考文獻

https://www.opview.com.tw/portfolio_item/20180614

<https://www.npf.org.tw/2/1820>

http://www.twtrend.com/share_cont.php?id=62