

超時代運動健康促進風尚

主講人：
中國文化大學 運動與健康促進學系
系主任 蘇俊賢 博士

背景-

全適能(wellness)是經由履行正向健康有關的生活型態而獲得，已被大部分研究者所認同。Wellness 一詞濫觴於學者唐氏(Dunm)，意即健全的健康(robust health)或簡稱健康(health)。唐氏以全適能連續線(wellness continuum)的概念，進一步解釋死亡、疾病、健康危險區和全適能的關係，其中健康危險區是介於有病理症狀和健康適能區之間的身體健康狀態。然而，遠離健康危險區朝向正面的健康適能區，有賴於個人、家庭、社區、學校等設置(settings)，提供健康促進所需的資源，其中包括生理性、心理性和社會性的元素。最近，世界衛生組織(WHO)的一項全球性調查顯示，全世界真正健康的人佔 5%，經診斷有疾病的人佔 20%，處於亞健康的人佔 75%。根據 WHO 的定義：健康促進是使人們能夠強化其掌控並增進自身健康的過程。它是一種新的飲食、運動與生活模式。科學研究結果已經證明，規律的運動和正向的生活型態，可使個體獲得較好的健康及品質豐富的生活。預防醫學界普遍認知個人身體健康，大部分可以經由自我調控而獲得；疾病和意外死亡，可藉由正面生活習慣之養成而達到預防效果，這些因素的促進將可幫助現代人達到健康的生活目標，降低社會醫療服務傳輸的成本。運動健康促進產業市場認為運動是健康促進的重要一環，運動健康的趨勢在於規律運動對慢性疾病，包括：肥胖、心臟疾病、中風、高膽固醇等的攀升，具改善效益。

運動健康促進產業趨勢-

經濟部工業局 103 年度推動健康產業發展計畫，首先由消費者需求與產業發展潛力，歸納出「健康管理」、「健康安全餐食」、「運動健身」、「心靈健康」等四大面向，就市場現況顯示 2013 年健康產業整體產值約 1,044 億元，其中健康服務約佔 22%、設備產值約佔 78%，經濟部工業局將大力推展輔導「健康產業」，讓整體健康產業產值持續成長，到 2020 年整體產值達 2,467 億元，2011-2020 年複合成長率達約 12.3%。美國著名經濟學家保羅•皮爾澤在其著作《財富第五波》中，將健康產業稱為繼第四波網路革命後的明日之星，認為

目前尚未普及的保健產業將為美國下一個 10 年創造兆億美元的商機。調查結果顯示，美國每年在健康領域的花費已占其年 GDP 的 15%，加拿大、日本約占 10%，而擁有 13 億人口、處於健康與財富交叉點的中國，目前只占 5%-6%，其龐大的健康市場空間將難以預期。先進國家在健康促進的趨勢與機會，在研究中發現幾個因子，如：醫療費用難以為繼、病人保護和支付得起醫療花費的醫療法案、肥胖的流行、糖尿病的增加、整體健康的相對下降、認識到健康不僅是健康照護的觀念等，加速推動了健康促進的變革。不健康的行為沒有消失、不健康的行為導致增加健康風險、健康風險導致成本增加，如何降低健康風險導致成本增加及提升生活工作的能量、更棒的感覺、更棒的睡眠，將成為健康促進的趨勢與機會。

全球瘋飆汗商機- 超運動時代 (商業周刊 1462 期)-

- 3C 產品狂跌價，運動用品猛漲價，指標股耐吉、UA 股價大漲，運動衣產值年增率，是全球經濟成長率 2 倍！
- 當運動變成一種流行，紡織、時尚、科技等各行各業都在瘋跨界混搭。
- 根據研究機構 Piper Jaffray 年度調查顯示，2014 年年初，美國青少女對運動休閒服飾品牌的偏好度達 14.4%，不只五年來成長近 13 個百分點，更首度超越牛仔丹寧品牌的 12.7%。
- 根據歐睿國際 (Euromonitor International) 估計，全球運動服未來三年產值成長率將超過 6% (2014 年至 18 年平均成長率 6.2%)，這個數字，是國際貨幣基金 (IMF) 預估今年全球經濟成長率 3.1% 的近 2 倍！
- 台灣資本市場到今年 11 月中，大盤指數下跌近 11%、電子股跌 13%，扮演國際運動相關品牌供應鏈要角的紡織上市櫃類股，則分別上漲超過 2% 和 15%，居所有類股之冠。這個現象背後代表的意義是：未來 5 年，運動商機超越全球經濟成長率的變化，正在發生。
- 全球運動商機鼎盛，《富比世》雜誌就創出「運動鞋經濟」(Sneakernomics) 這個新名詞，形容全球運動鞋每年 550 億美元的商機。
- 龐大的商機背後，來自人口結構的質變。高盛「千禧世代」(Millennials) 報告指出，這群 1980 年到 2000 年出生的千禧世代，年齡由 15 到 35 歲的美國族群人數達 9,200 萬，比嬰兒潮世代還多，成了新消費主力。這群人更勤於運動、更重視健康飲食，願意花大錢買名牌運動用品，包括運動服和運動鞋。

- 以擁有約 200 萬人口的慢跑運動為例，包括上衣、短褲、跑鞋在內，從上到下一身行頭加總動輒破上萬元，已經比搭配門號的智慧型手機還貴，總商機上看 300 億元，其他如瑜伽、籃球、登山等主流室內、外運動，相關商機則動輒 50 億、上百億元起跳，自行車更上看千億元。

2016 年健康體能趨勢預測-

- 數位化運動館- 線上虛擬體能訓練已經有增多的趨勢，但今年，看好更多的大型體育場館(健身俱樂部)開展網上平台。隨著越來越多的精品健身室和專業運動健康教室頻頻迸出在網絡，提供消費者在哪裡在什麼時候進行健身鍛練的選擇方式，會看到更多主要的體育場館(健身俱樂部)仿效。
- 恢復為中心課程- 健身專業人士早就知道，在運動鍛練後，在恢復階段，讓身體真正獲得更多的訓練適應結果。在 2016 年，你會看到更多針對恢復體能以獲得最佳鍛練效果的訊息和產品（泡棉滾筒，冰浴，按摩，熱敷，以及其他策略來加快和優化恢復和細胞組織重建）。
- 快速(高強度)運動鍛練- 鑑於我們日益繁忙的人群的慾望（和需求），以“培養更聰明，而不是更長時間的運動鍛練”，在 2016 年希望看到更多的快速運動鍛練風格（30 分鐘以內）。
- 瑜伽作為交叉訓練- 大部分人群沒有經歷過像 CrossFit 提供的高強度間歇訓練(HIIT)及循環訓練課程，他們對身體穩定性和機動性的需求，瑜珈課程可以提供雙面性功能。
- 矯正運動對疼痛管理和姿勢問題- 當大多數人和私人教練的第一次見面時，他們的目標之一，通常是“感覺更好”；另外，通常包括減少慢性疼痛，可能會是一直困擾著該客戶多年的問題（如腰痛，關節炎，頸部或肩部的問題）。
- 增進腦力的運動訓練設計- 2016 年的一個趨勢，即運動鍛練結合認知能力提升的挑戰和具體的運動模式，今年以改善腦功能的運動課程會繼續擴大。“人們熱衷於創造腦的壽命如同身體壽命般。
- 營養站上中間舞台- 人們比以往任何時候都更加認識到他們吃的東西的重要，甚至認為比投入健身的時間還重要。“所以這是一個很好的機會，在 2016 年你會看到更多的以營養為基礎的產品，如食品 and 飲食指導教練”。
- 小團體運動訓練課程- 從精品健身室到大型健身連鎖店，小組培訓今年將繼續蓬勃發展。這種類型的培訓提高溫馨感，營造團體歸屬的感覺，並顯著增加有趣的因素，特別是一個懂得團體動力的教練。

- 穿戴式健身器材- 可穿戴式健身器材不再是一個健康和健身迷 - 它們被佩戴是因為想要多動一點，感覺更好一點。在未來幾個月內，期待看到技術和連接更加進步的可穿戴式健身器材繼續發展。
- 全人健康指導- 這種以全適能為焦點的行業已經看到了產業穩定增長多年，但專家們預測，在今年從傳統只訓練身體體能，將有一個更大轉向全方位健康促進的教練指導。Wellcoaches 是專家所推動的變革 (包括生理和心理)，隨著時間的推移的過程中，他們與客戶合作，實現超過他們所想像的可能性。

結語

健康就是指沒有疾病的概念，已經漸漸被全適能的觀念所取代。當全適能被定義為經由努力和有計劃的訓練，維持健康及達到身心最高的安寧狀態，個體除了擁有良好體能，沒有疾病的症狀之外，還必須消除影響健康的危險因子。從國內和美國十大死因比較，其共同性相當高，應用科學研究結果，積極找出危害國民健康的主要因素，培養健康促進生活型態之養成，將是今日最重要之課題，支持提升國民高品質生活的健康促進產業，將成為明日紅花。