

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

武術養生教練員之訓練與證照研究

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC94-2413-H-034-001-

執行期間：94年08月01日至95年07月31日

執行單位：中國文化大學國術學系

計畫主持人：李志明

計畫參與人員：洪巧珍 白以文

報告類型：精簡報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 95 年 10 月 30 日

武術養生運動教練員之訓練與證照研究

關鍵詞：武術、養生、教練員、訓練、證照

研究背景：

現代人的致病因子為不均勻的身體勞動量、心理壓力、行為習慣不良等因素。運動可以增進身體健康及調適心理壓力，達到身心平衡的狀態；因此，運動健身俱樂部在現代社會中持續擴大經營；其經營的訴求已從體適能轉變成壓力抒解與身心平衡。運動俱樂部經營內容的轉型，以及消費者運動與養生觀念的轉變，造就了以養生為主題的課程；因此，運動教練員也應該進行轉變，以適應時代的需求。武術養生教練員的提出，以證照制度的訓練給予一定品質保證，並予以品牌的認定，有其必要性。

研究目的：

建立武術養生教練員的專業證照制度及訓練內容。

研究方法：

本研究採用質的研究方法，以文獻探討與訪談調查法來進行研究。研究假設為：武術養生具有市場需求，武術養生教練員有必要與體適能教練進行專業區隔。

研究結果：

武術養生主題課程為未來運動健康俱樂部經營趨勢；課程內容以內家拳、氣功導引術、傳統武術整復為主，結合養生食補、藥補，來達到養生的目的；武術養生教練員應有別於一般運動教練員，接受武術養生專業訓練。武術養生教練員證照考核應結合武術教練證、保健按摩師證照、藥膳師證照。由於武術能滿足人們運動娛樂和祛病延年的需要；因此，從中國武術的國際化，以及高齡化社會對養生的需求來看，武術養生運動教練員證照具有國際競爭力，能以本土的事物為台灣創立國際品牌，吸引國際人士考取武術養生證照。

Research of Training and Certification for Wushu Health Instructor

Key Words: wushu, health, training, certification, instructor

Research Background: Unbalanced body work load, psychological pressure and bad behavior habit are the causes of disease for modern people. Exercise can promote body healthy and adjust psychological stress to reaching the balance of body and mind. Therefore, sports clubs keep on the market in modern society. Their conducts transfer from physical fitness to pressure release and mind-body balance. The change of sports club's conducts and the consumers exercise and health concepts, have make health as the main topic for curriculum. Hence, exercise instructors also should be changed to adapt the need. Wushu health instructors, with the quality guarantee under the training of license system to reach the confirming of a brand, have it need.

Research Purposes: To Build up the professional certification program of wushu health instructor and its training contents.

Research Methods: This research belongs to a quality study with document field research. The hypothesis is: Wushu health program has the market need, and the wushu health instructor should be divided with physical fitness instructor.

Results: Having Chinese martial theme courses maybe become the trend of sports health on sports marketing. The main curriculums are internal school martial arts, Chi-Ku, traditional Chinese bodywork and health food with Chinese herbs. Chinese health coaches should different from normal coaches and need professional training on Chinese martial arts health. The certification of Chinese health coacher should combine the certifications of Chinese martial arts coacher, health massage and Chinese herbs food cooking. Wushu can satisfy people's need on exercise amusement, health and long life. So, from the internationalization of wushu and the aging society's demand to health, wushu health instructor's certification has the international competition ability. We could establish wushu health instructor certification as an international brand, to attract the international person to take the wushu health instructor certification.

一、緒論

1.研究背景

(1) 品牌

Berry and Parasuraman 認為一個良好品牌建立，不僅是企業與競爭者有所區別，也較能吸引消費者，維持消費者的信心與忠誠度。良好的品牌可以讓企業更快獲得利潤，達到成長的目標，而透過良好的品牌形象，可建立消費者的口碑(任芙儀，2003)。美國運動醫學學會(ACSM)所發出的體適能訓練員證照，已成為世界運動俱樂部界之知名品牌。張毓倫(2004)研究運動健身俱樂部之人力現況，發現：目前國內主要三家運動健身俱樂部中，中興健身俱樂部與亞力山大健康休閒俱樂部以 ACSM 執照為主，而加州健身中心則擁有屬於自己公司的證照制度；並認為：加州健身中心之證照非國際執照，在專業能力上與國際證照有差異。研究者認為：體適能概念源自西方，由西方的單位發出證照當然較具公信力；反之，武術養生運動教練員證照由中國人發出，也較具公信力。從世界性的中國武術熱潮，以及對養生的需求來看，武術養生運動教練員證照具有國際競爭力，能以本土的事物為台灣創立國際品牌，吸引國際人士考取武術養生證照。

(2) 市場需求

隨著國家經濟實力的不斷增長，人們生活和消費水平的不斷提高，“花錢買健康”成為時尚，人們更加關注生活質量，積極尋求延年益壽的科學養生方法。武術恰好在健身娛樂康復和祛病延年等方面能夠滿足人們的需要(栗勝夫，2003)。隨著高齡化社會的來臨，養生還被認為是 21 世紀主要產業。養生不但能增進老人健康，降低醫療成本；更能促進身體機能，讓老人再投入工作，增加社會產值。因此，武術養生市場前途與錢途看好。

武術養生不但符合整體的時代需求性，更能滿足個別市場區隔的要求。「區隔」是指某一市場可以用各種區隔的變數(如年齡、性別、所得、教育程度、價值觀、生活型態、宗教信仰等)，將市場分割成為具有顯著差異的各個不同、較小的市場。(陳曙光，2000)。目前體適能運動的市場區隔較不明顯，讓體弱者與銀髮族比較不適合參與，而武術養生運動則較能滿足這類市場的需求。Jang, Morrison, & O'Leary(2002)認為：市場區隔主要的目標就是識別這些區隔對於某特定的商品與服務感興趣，並且用最有效的方法及集中經濟效益在這上面。將運動市場進行區隔，使武術養生為專業，具專業訓練與證照，不但能滿足市場需求，更能以最有效的方法達成養生目的，使消費者的經濟效益集中。

(3) 形象與專業

研究者身為武術界一員，發現：外國人對傳統武術教練有崇高的敬意，而國人則藐視武術教練為「打拳頭、賣膏藥」者，雙方具有極大的差距。然而，從高中、大學的傳統武術社團的數量以及社會上無數的武術養生社團來看，國人是熱

衷於武術的；再從這些社團學員對教練的態度來看，教練又是備受尊重的，具有崇高地位的。這樣的弔詭現象，研究者認為可能是因為：專業技術以及訓練的成果，使學員尊重教練；然而缺乏運動科學專業知識，使武術教練被認為是不學無術之輩；缺乏專業認證，使武術不被認為是專業，學習武術沒有出路。

傳統武術進入大學專業殿堂已有 20 年，培養無數具有武術專業技能與運動科學專業知識的學生。然而，研究者發現：缺少一張具有品牌特質的證照，使的武術專業學生自覺無容身之處，考取 ACSM 證照成為武術專業學生自我肯定的方式之一，因為學生認為擁有證照就等於擁有飯碗。就武術的國際地位與未來社會需求性而言，武術專業學生大可以以武術養生專業自我肯定；因此，建立武術養生專業證照有其必要性，不但能扭轉武術教練員的形象，更能提供消費者更專業、更好的服務。

2. 研究目的

(1) 了解武術養生教練員的專業訓練內容

了解武術養生教練員所需要的專業內容，讓傳統武術教練與一般運動教練能對自己所缺少的項目，進行專業的教育與訓練。

(2) 建立武術養生教練員的專業證照制度

建立武術養生運動教練專業從業人員證照制度，使武術養生教練員在證照制度的要求與訓練下，具有固定品質，建立獨特的品牌，能與西方體適能教練產生區隔。

3. 研究方法

本研究採用質的研究方法，以文獻探討與訪談調查法來進行研究。建立在武術養生具有市場需求，武術養生教練員有必要與體適能教練進行專業區隔等研究假設下，探討武術養生教練員的訓練內容與證照制度。除了文獻探討外，藉由調查訪談，透過運動教練、業者與消費者，才能瞭解武術養生是否真正擁有消費市場，武術養生教練員制度是否有其必要性。調查訪談也能協助了解，運動教練、業者與消費者希望武術養生教練員能提供何種服務、需要甚麼訓練。此外，與大陸健身氣功計畫參與者深度訪談，才能知道中國計畫性推展健身氣功的原因與未來走向。

二、文獻探討

1、致病因子的改變

19 世紀工業革命，人類以機器代替勞工，不但能增加生產力，降低人的體力工作量，工作時數的減少，更給人們帶來充分的閒暇時間，使人類生活產生質與量上的飛躍進步。歷經 20 世紀工業經濟社會到 21 世紀資訊經濟社會的今天，人類擁有更高科技的產物來協助日常生活工作的處理，然而生命並不因此而獲得更多的幸福。過於仰賴科技設備，容易使人的活動量減少；分工的細緻，使人們局部的肢體容易過勞；體力勞動量降低了，但快速變動的社會卻導致心力的勞動量增加了，整體的勞動量並沒有多少改變。

不均勻的身體勞動量、心理的壓力，使現代人所會產生的疾病與過去有所不同。林文郎（2003）認為：醫療服務水準提高，人類死亡的原因也由急性的傳染性疾病，轉變為運動不足所產生的退化性疾病。美國疾病防制中心的一項研究也顯示：飲食習慣不當加上缺乏運動導致的肥胖症，可能在 2005 年左右取代吸菸，成為美國可預防疾病的第一殺手（中國時報，A14 版）。陳俊忠（2003）認為：過去人類的疾病以生理所導致的因素較多，而現代人則有所謂的文明病，而文明病致病致死的危險因子，以行為因素與不健康的生活型態及遺傳為主要影響因素。其實，很多精神疾病和軀體疾病，都與激烈的競爭，過度緊張的社會生活有直接關係。美國綜合醫院門診對病人進行隨機研究，發現 65% 的病人，與社會逆境、失業、工作不順利、家庭不和等因素有關。不合理的社會制度、惡劣的社會習俗、落後的意識形態，以及人與人之間種種鬥爭矛盾等，都可使人體代謝功能紊亂，導致早衰（王玉川，1999）。

從以上的現象可知，現代人的致病因子為缺乏運動、心理抗壓性低、行為習慣不良等因素；因此，增加運動量、提升心理適能、改變生活習慣，以抵抗疾病，成為現代人健康促進的中心思想。

2、從體適能到壓力釋放

運動舒壓

有規律且適度的運動不但可以增進身體健康，更可以調適個人的心理壓力，達到身心平衡的狀態，因此現在市面上最常見且持續擴大經營的行業就是運動健身俱樂部。

在過去，運動健身俱樂部經營的健康訴求以體適能為主，所提出來的健身活

動以有氧運動與重量訓練為主，希望達到增加心肺耐力與肌力的需求。然而，現代社會競爭性強，使得人們的工作壓力大，生活過於緊張，心理的失調，除造成本身的健康受到嚴重威脅外，還嚴重影響個人生活品質以及工作效率，於是許多人開始尋求各式各樣的方法來紓解壓力。陳俊忠研究指出：規律的運動可增加心肺功能，減少冠狀動脈心臟病的危險因子，減低死亡和罹患率，並能調適心理與精神壓力，增加工作效率（姜慧嵐，2000）。由於運動不但可以促進身體健康，更是最好的壓力紓解模式，因此現代運動健身俱樂部主打的訴求是身心靈 spa，以壓力的紓解為行銷的主題。

在 1990 年代後，健康體適能俱樂部產業進入了另一個轉變期。姜慧嵐(1999)表示：健康體適能活動的課程內容有顯著的改變，高強度的激烈運動被溫和適度的運動取代，如健走、水中體適能、東方運動（氣功、太極、瑜珈）。李志明（2003）認為：從生活型態的改變與健康定義的變遷來觀察，追求身心合一的生活型態與健康觀念已成為現代的社會趨勢；再從新時代運動或未來學的觀點來看，身心整合成為新時代人類的生命取向。從近年來運動俱樂部逐漸融入的一些特殊健身課程，可以看出這樣的轉變趨向。例如：亞力山大健康休閒俱樂部“太和氣功”課程與伊士邦健康俱樂部“太極拳”，主打傳統武術性命雙修的養生課程；佳姿氣身工程館“身心靈”課程，以及“彼拉提斯”，強調鍛鍊身心合一。

身體療法與壓力釋放

以指壓按摩來紓解壓力，目前在社會上也愈來愈受歡迎。以推拿按摩為主題的養生館，不但生意興隆而且也不斷地在擴大營業中；許多休閒場所也推出 spa、精油按摩、身心靈按摩等項目，經由肢體療法來紓解壓力。以運動健身為主要經營訴求的健身俱樂部，也不斷地開始雇用推拿師或按摩師為顧客進行壓力舒解的服務。經由推拿、按摩，不但可以消除顧客運動後所產生的疲勞，亦可以紓解顧客的精神壓力，使個人的身心狀態能夠快速地復甦；因此，以推拿、按摩的模式為顧客進行壓力紓解的服務，一時之間成為運動健身俱樂部中的風尚與熱門項目。

3、轉變與創新

從社會發展的脈絡來看，現代企業的經營模式已呈現複合式的型態來管理，雖然提供許多的產品項目，但都是專業化、特殊化的一流品質與服務，這是維持與提升市場競爭力的其中要素之一。因此，單一型態的經營模式已無法滿足多變的消費者的需求，唯有採取多元化的供給陣勢，增加刺激消費的需求因子，才能提供消費者豐富且別出心裁的價值感受。因此 Bradley & Soskin（1999）認為：主題俱樂部的經營模式，就像任何一個持久的產品企業，必須從舊有的顧客身上獲得商業持續增加的部分。為了要吸引有潛力的顧客，業者必須要確信消費者都

會持續地光顧新的及改進的俱樂部，而減少參與較差或是無任何變化的俱樂部。為了使這個策略有效、新穎並且具有吸引力，整個俱樂部必須重新設計與建造。

運動俱樂部課程的轉變，導致諸如銀髮族、體弱族等不適合高強度激烈運動族群也能參與俱樂部的運動；同時，還能提供不想主動運動，而透過被動的運動——推拿、按摩方式等，進行身體健康的維護與心理壓力的抒解。關照特殊族群市場，滿足這類非主流族群的健康需求，不但增加了運動人口，也提升了運動俱樂部的營業額與教練員的收入。

運動健身俱樂部經營內容的轉型，以及消費者運動與養生觀念的轉變，造就了俱樂部以養生為主題的課程。其課程特色與過去運動健身俱樂部提供的課程迥然不同，不再以體適能為主要訴求，只注重身體的健康，而是重視身心的和諧與平衡。課程的內容，既能以運動為主體，也能以推拿按摩為中心，以身心的健康為主要目的，強調生命品質的提升。在教學方面，則需要偏重個別化的服務，以及人性化的指導。

從運動俱樂部運動課程由西方快速、律動式的課程，以運動健身為主要訴求的模式，漸漸加入東方式緩慢、放鬆式課程，要求身體調養與壓力紓解的轉變趨向來看：運動俱樂部已逐漸由西方的、追求外在的身體健康觀念，轉為東方的、向內的、追求身心合一、形神共養的概念。此外，推拿、按摩不但能消除運動後的疲勞，也可以解除壓力，有益於身體健康，更能為教練員增加收益。因此，一個新世代的運動教練員也應該進行轉變，適應時代的需求；學習東方的運動模式、養生觀念與推拿、按摩技術。

4、中國武術與運動養生

Zeithaml & Bitner 表示：當顧客在一段時間內對同一服務產品重複消費後，顧客的服務滿意水準便會容易隨著對此一服務產品的熟悉度增加，逐漸失去新鮮感，進一步對此一服務產品的服務感知水準降低且與服務期望水準之間的差距愈來愈大，使顧客的服務滿意水準下滑，而由於此服務滿意水準的下滑，顧客對新服務的需求便會相對的因應而生（張景弘、張孝銘，2004）。

由於運動與消費模式的變遷及健康觀念的改變，在二十一世紀的今天，運動健康俱樂部產業進入另一個轉變期，從健康體適能的訴求朝向身心健康的模式發展。因此新時代的運動健身俱樂部應該以身心學為主要觀念，以身心動作技巧為主要運動性課程，配合推拿按摩等身體調整與心靈放鬆課程，再加上其它周邊的養生服務，例如養生飲料、養生膳食等，才能吸引消費者。

像這樣的整體性服務，需要有一個中心思想，才能凸顯其特質，並有一貫的脈絡可循，可以繼續發展。中國武術承襲中國傳統哲學，立足於中國醫學，以其廣大的內容，正足以為此新時代的健身潮流服務。廣義的武術內容分類眾多；羅開明（1984）將武術的內容分之為學科、術科、基本功；學理中與養生有關的有傳

統哲學與醫學，包含經絡、營衛、針灸、傷科醫療等；基本功中與養生有關的有內功、氣功、道功等。因此武術能為運動健身俱樂部提供的運動與養生內容有：

- i. 武術運動類：南拳、北拳、內家拳（太極拳等）、自衛術
- ii. 氣功養生類：氣功、導引術、靜坐
- iii. 推拿整護類：推拿、整骨、腳底按摩等按摩放鬆整護手法；足浴、溫灸等溫熱療法；刮痧、拔罐等其它手法
- iv. 養生藥物類：食補、藥補、藥酒、養生藥飲

然而對新時代的運動健身俱樂部而言，僅僅是一個訓練優良的武術教練是遠遠不夠的；一個適任的武術養生教練員，尚須吸收西方體適能教練員與運動俱樂部經營的相關知識，再加上身心學的相關知能。因此，提出武術養生教練員的訓練，以證照制度給予一定品質的保證，並予以品牌的認定，有其必要性。

5.組織與證照

中國武術的教學證照最原始的為教練證；然而段位制被認為是造成東洋快速發展的因素之一，於是1998年中國武術界吸收段位制的觀念，成立武術段位制，希望段位制能帶給武術新的生機；然而，缺乏武術組織以比賽權進行市場控制的中國武術段位制，一點作用也沒有。證照要產生作用必須要有公信力，要有相關的組織來背書要，有組織的制裁力量來維護證照的價值。相同的，中國武術養生教練員證照的公信力來自於中國武術相關的組織。

目前的武術組織

武術組織是由一群從事武術活動的人所組成。之所以稱之為從事武術活動，而不稱之為從事武術工作，是因為武術組織中沒有武術職業的相關協會。例如，武術家協會、武術教練協會；但是醫學除了有醫學學會，也有醫師公會；音樂也有音樂學會與音樂家協會等相關組織。甚至於職業別中也沒有武術家一詞，彷彿從事武術活動的人不需要靠武術來謀生。

醫師開業，開的是醫院或診所。從事武術及武術養生工作的人開業，以前稱之為武館或國術館。在台灣，進行職業工商登記的時候，並無所謂的國術館，也就是說沒有國術這一個行業。無此職業別、無此行業別，從事武術工作的人都是靠行為生，或一直以來都是在沒有法律的保障下，甚至於可以說都是非法維生的。

武術職業組織

工會或職業人的協會是非常重要的組織，透過組織的力量可以保障從業人員的工作利益；組織能統合從業人員，建立相關制度，進行培訓，發予職業證照，給予從業人員工作機會。然而，武術界一直以來都缺少武術職業的相關組織，雖

然有武術教練證與段位證作為教學能力與實力證明，但是沒有職業組織的職業證照與保護力量，武術教練工作沒有保障。至於有執行養生整復工作的傳統國術館業者更可憐，他們所從事的工作雖然被列入民俗療法而不予管理，但由於與按摩、物理治療及骨傷科業者爭利，因此常因無證照受到干擾。所以籌組武術從業人員的職業組織，是當前武術界的大事。武術從業人員的職業組織能喚起社會對武術與武術養生工作的重視，讓武術與武術養生能正其名於工作職場，使其名實相符。更重要的是，組織武術與武術養生從業人員，建立武術教練及武術養生教練員職業制度，配合專業訓練及專業能力認證的段位制度頒發武術教練及武術養生教練員證照。

三、結果與討論

1. 建立本土的，但具國際競爭力的運動教練員品牌

友達光電董事長李焜耀（2004）認為：自有品牌是台灣企業唯一的出路，因為“*No brand is nothing, no body can see you.*”影響全球消費者的能力只有靠品牌。向東方靠攏與科際整合是 20 世紀末、21 世紀的走向，而專業化本來就是 20 世紀的現象。武術養生專業具有強烈的世紀特質，要求中、西體育與醫學的整合，形成由本土走向國際的特殊專業。若能配合證照制度，使得世界各國人士都知道此一專業證照，成為一種品牌，不但能塑造國際形象，有利於國家發展，更為武術專業人員取得國際化地位。這對於提升國內武術學習地位，解決武術專業人員工作，提升武術學習師資，有可預知的貢獻。

2. 建立武術健康教練員組織，培養專業，建立證照

一項事業想要在現實的社會中永續存在，必須能夠永續經營；想要永續經營，則需要創造永續的利益；欲創造永續的利益，則有賴專業能力的肯定、職業位置的建立、組織與制度的健全。

武術與武術養生無疑的是一項專業，但未必是職業，在職業分類中並未見武術師或武術養生家一詞。就如同醫學是一項專業，但醫師才是職業一樣。擁有職業證照才是工作的保障，才有收入，才能永續發展。武術組織也不是武術工作者的組織，就如同醫師公會不同於醫學學會一樣。建立武術與武術養生工作者的職業組織，讓組織、政府、社會和武術與武術養生工作者溝通，規劃專業訓練制度與證照，合理分配組織與工作者的利益，才是永續發展之道。

此外，武術養生教練員與體適能教練員，最大的差距不僅是提供的服務內容不同，更重要的是服務模式的轉變。武術養生教練員要以身心學的觀念進行服務，要求人性化、個別化，注重養生理念的灌輸與身心的再教育。因此，武術養生教練員的專業訓練除有關武術養生內容之外，最重要的是身心學的身心教育理念；而這個理念不僅僅是建立在武術養生教練員身上，更要讓武術養生教練員灌輸給消費者，讓消費者建立正確的養生觀念。

參考文獻

- 林文郎 (2004)。我國健康體適能產業發展的前景。興體育、拚經濟：體育與台灣經濟發展。天下遠見出版社。
- 陳俊忠 (2003)。台灣健康評估產業發展趨勢。載於李誠 (主編)，興體育、拚經濟：體育與台灣經濟發展。天下遠見出版社。
- 鍾玉珏 (2004, 3月11日)。肥胖要人命將成美頭號殺手。中國時報，A14版。
- 王玉川 (1999)。中醫養生學，上海科學技術出版社。
- 李志明 (2003)。孫祿堂拳學的身心教育觀，阿舍文化。
- 姜慧嵐 (2000)。台灣健康體適能俱樂部產業之研究。未出版碩士論文，中國文化大學，台北市。
- 姜慧嵐 (1999)。美國健康體適能俱樂部產業現況分析。大專體育，43，94-99。
- Braun, Bradley M.; Soskin, Mark D. (1999). Theme park competitive strategies. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 438-442.
- 張景弘、張孝銘 (2004)。以顧客需求為基礎的服務創新在休閒服務上的應用。大專體育，71，頁 116-121。
- 羅開明 (1984)。國術分類法研究。中華國術，1 (1)，頁 53-60。
- 任芙儀 (2003)。品牌忠誠度與顧客終身價值之研究。未出版碩士論文，淡江大學。
- 張毓倫 (2004)。休閒運動俱樂部經營管理現況及策略之探討：以亞力山大、加州及中興為例。大專體育，72，頁 122-127。
- Jang, Soo Cheong; Morrison, Alastair M.; O'Leary Joseph T. (2002). Benefit

segmentation of Japanese pleasure travelers to the USA and Canada: selecting target markets based on the profitability and risk of individual market segments.

Tourism Management 23, 367-378.