



教育部體育署於2020年透過舉辦主題式研習活動，強化賽事主（承）辦單位營運管理知能及整合行銷策略，致力提升臺灣百場國際運動賽事籌辦質量及推播賽事辦理成果。敬請掃描QRcode至體育署官網、「夯運動in Taiwan」Facebook粉絲專頁，瞭解相關活動及國際賽事資訊。



教育部體育署官網 >
國際及兩岸 >
優化國際體育交流專區



夯運動 in Taiwan
Facebook粉絲專頁

廣告



夯運動 IN TAIWAN

國際賽事成果專刊



教育部體育署
Sports Administration, Ministry of Education





讓世界走進來 也讓臺灣驕傲地走出去！

打造臺灣品牌國際賽事

體育署致力打造臺灣品牌國際賽事，希望透過國際賽事成功在臺舉辦的亮麗表現「行銷臺灣」，帶動周邊「經濟效益」，強化賽事與城市的連結重要性，逐步建構品牌觀念。

每年在臺灣舉辦的國際賽超過百場以上，去年現場觀賽人數突破 100 萬人次，透過媒體觀賽人數成長超過 1 億人次，豐碩成果足見受到國內外選手及民眾的高度關注。今年受到新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，國際賽事大多停辦，但受惠於防疫人員的奉獻與防疫措施成功，臺灣各項體育運動推展工作仍得以進行。

體育署回顧近 2 年在臺舉辦的國際賽，以行銷力、收視力、參與力及經濟力等 4 項指標遴選出「臺灣國際賽 12 金選」，期盼透過優質賽事發揮標竿楷模之效，鼓勵賽事主(承)辦單位，共同提升籌辦格局與品質，讓世界看見臺灣的軟實力，也進而吸引民眾持續支持在臺主辦國際賽。

我們希望讓國外民眾耳聞臺灣的美好，或來感受過臺灣的賽事籌辦品質就不想走，而回到自己的國家還念念不忘想再來參加，這就是成功且優質的賽事。如同 12 金選中的世界 12 強棒球錦標賽、臺北馬拉松、臺北羽球公開賽、國際自由車環台公路大賽及新北市萬金石馬拉松，成功將臺灣形象行銷出去，吸引國外的人進來，實際做到「讓世界走進來，也讓臺灣驕傲地走出去！」體育署未來將持續與各部會、地方政府及賽事單位合作，結合在地觀光及周邊相關產業，形塑臺灣專屬的品牌國際賽。



今年 10 月傳出好消息，新北市與臺北市首度聯名成功申辦「2025 年世界壯年運動會」，申辦及決選期間獲國際壯年運動總會 (IMGA) 一致肯定，繼 2017 臺北世大運後，臺灣將再度主辦國際大型綜合性運動賽會，顯見臺灣辦理各項國際運動賽會的能力，受到國際體壇及國內各界共同支持與肯定，且讓我們拭目以待，一起為臺灣加油，也期待透過各國選手、教練及貴賓們的到訪，帶動城市運動觀光及國際文化交流，讓臺灣全民蓬勃的活力，具體展現在世界的眼前。

教育部體育署長

張少熙

中華民國 109 年 11 月謹誌

臺灣國際賽 12 金選

為重溫夯運動 in Taiwan 的感動，體育署今年回顧近 2 年在臺舉辦的精采國際賽，以行銷力、收視力、參與力及經濟力 4 項指標遴選出「臺灣國際賽 12 金選」，包括足以代表臺灣行銷國際的「MVP 賽事」、具有潛力的「績優賽事」，以及深具培育青少年選手意義或賽事屆數 3 屆以下的「新星賽事」。另外，首次辦理「夯運動大賞」網路人氣票選活動，邀請民眾從 12 場賽事中票選人氣賽事，期盼發揮標竿楷模之效，共同提升賽事籌辦格局與品質，讓世界看見臺灣的軟實力。

MVP 賽事

「夯運動大賞」網路人氣獎



世界 12 強棒球錦標賽



臺北馬拉松



臺北羽球公開賽



國際自由車環台公路大賽

績優賽事



新北市萬金石馬拉松



威廉瓊斯盃國際籃球邀請賽



台灣裙擺搖搖 LPGA



臺北海碩網球公開賽

新星賽事



諸羅山盃國際軟式少年棒球邀請賽



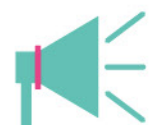
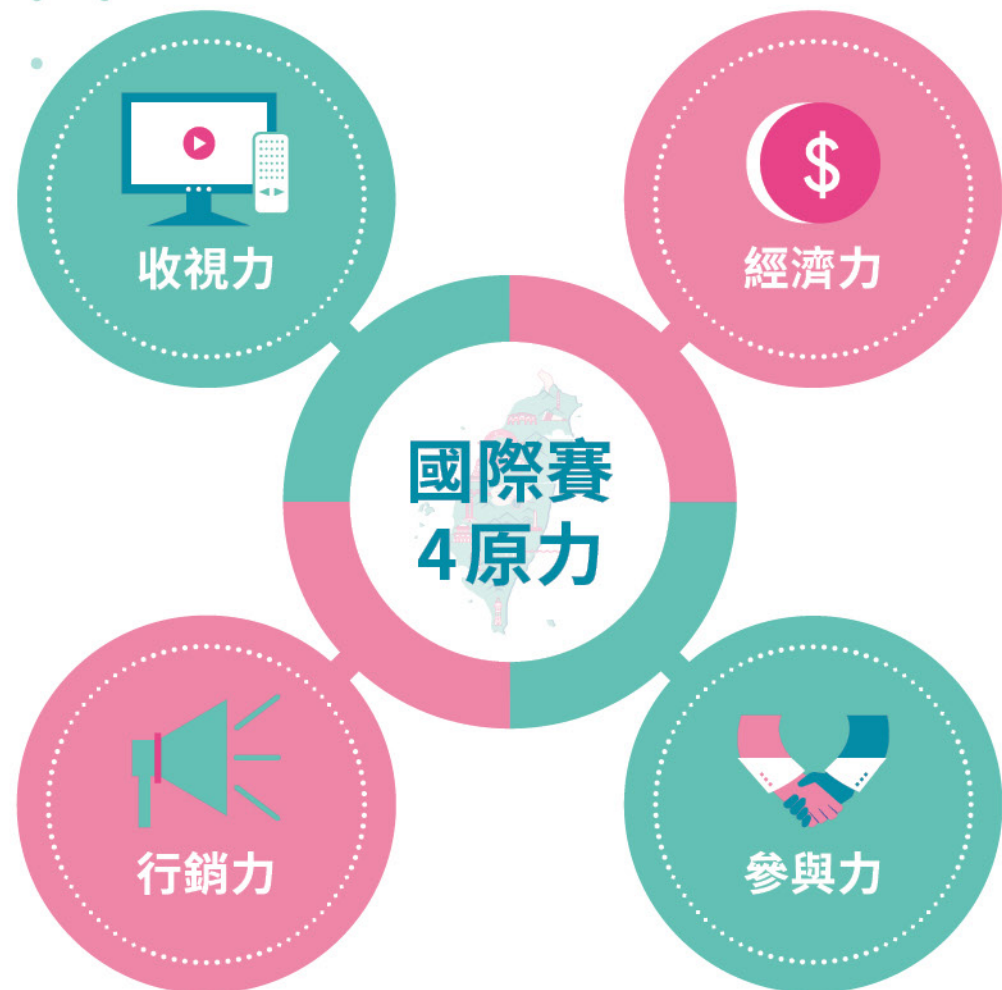
臺北國際金卡納大獎賽



棲蘭 100 林道越野賽



日月潭萬人泳渡 & FINA 世界馬拉松游泳系列賽 (南投站)



行銷力

- 賽事冠名臺灣或城市名稱，結合在地文化與觀光資源。
- 整合賽事及城市周邊資源，致力賽事周期的宣推作業。



收視力

- 善用國內外電視或網路等多元管道，傳遞賽事資訊。
- 賽事轉播具備專業解說，吸引民眾觀看及媒體聲量。



參與力

- 具國際總會認證或納入積分、邀請頂尖或明星級選手。
- 運用場佈及周邊活動，營造賽事氛圍，吸引民眾觀賽。



經濟力

- 結合政府資源、企業贊助及觀光旅遊，帶動產業經濟效益。
- 開發賽事周邊商品、提升門票 CP 值，促進運動消費力度。



MVP賽事

1. 世界 12 強棒球錦標賽

相信中華 我們挺棒

世界盃棒球賽於 2011 年走入歷史，世界棒壘球總會(WBSC)決定打造國際頂級賽事，新創世界 12 強棒球錦標賽，每 4 年舉辦一次，是全球最高等級的國際棒球賽，世界排名前 12 的國家才能參賽。首屆於 2015 年開打，由臺灣與日本共同辦理；2019 年為東京奧運資格賽之一，我國代表隊獲得第 5 名，締造參賽最佳戰績。

2019 年賽事期間，吸引大批國內外媒體、球迷湧進現場觀賽，造就現場觀賽人數超過 4 萬人為選手熱情喊聲，電視媒體收視率達 34 萬人次，網路更累積超過 500 萬人觀看，除了將精彩競賽傳送至全球，更讓世界看見臺灣之美。

棒球在臺灣深具歷史意義，賽事期間總能掀起高度討論、一票難求，不僅網羅國際

好手，在臺灣同場競技，國家隊也藉此機會，在臺灣球迷面前展現魅力。

中華民國棒球協會積極申辦國際賽，其舉辦賽事能力獲得世界各國肯定，不僅吸引國內球迷熱情支持，更有海外觀眾及各國媒體來到臺灣觀看比賽，並實地走訪 2019 年賽事的主辦城市—臺中及桃園，體驗在地文化與觀光。

透過國際賽的舉辦，不只臺灣球迷能在家鄉看到頂級賽事，國外球迷也可趁著賽事期間走訪城鎮，飽覽美景，感受臺灣人民的熱情，有效帶動觀光熱潮，創造經濟效益，將臺灣行銷至國際。在體育署今年辦理的「夯運動大賞」網路人氣票選活動中，正因為棒球對臺灣民眾的深刻意涵，獲得最多民眾支持。



2. 臺北馬拉松

臺北馬拉松就是臺北市的名片



臺北馬拉松在 2019 年經世界田徑總會 (WA) 銅標籤認證，正式晉升為世界級城市馬拉松，去年賽事創下國內 25,061 人、國外 62 國 2,939 人的參賽紀錄，並預計在 2021 年，以全新賽道申請金標籤認證。

從全民參與走向菁英化，許多國際知名跑者將其視為挑戰自己的重要賽事，賽道中好評如潮，行經臺北市四座古城門的古蹟巡禮，也吸引各界好手前來朝聖，藉由賽事，讓國內外跑者認識臺灣歷史風情與發展脈絡。為提供更舒適的賽道，臺北馬拉松持續進行賽道調整、優化，今年不只納入市中心路段，感受臺北城市新舊面貌，也是首次將終點移至跑者聖地「臺北體育園區」，讓跑友跑

進臺北田徑場，享受民眾熱情歡呼。

同時，臺北市政府也規劃辦理馬拉松博覽會、訓練營等周邊各項活動，希望透過賽事，讓市民熱愛運動，用運動行銷臺灣，讓臺北馬拉松成為城市的象徵，讓世界感受臺北市的熱情與活力。也因為賽事打造多元共榮的城市意象，鼓勵不同族群跑友共襄盛舉，凝聚市民與城市間的認同與歸屬，更獲得民眾支持，在今年「夯運動大賞」網路人氣票選活動中，獲選人氣賽事。

今年賽事以「Dare to Breathe」#勇感呼吸，作為賽事 Slogan，除了向辛苦的防疫人員致敬，更進一步向世界宣告臺灣防疫工作的成功，使賽事得以正常舉辦。



3. 臺北羽球公開賽

滿場觀眾 擠爆臺北小巨蛋

臺北羽球公開賽是世界羽聯 (BWF) 世界巡迴賽的其中一站，屬於第 5 級別(超級 300 賽事)，亦為亞洲地區重要國際積分賽之一，獎金高達 50 萬美元，吸引國內外優秀選手報名參賽，每逢賽事期間，臺北小巨蛋湧進上萬人次到場支持，精彩時刻更透過電視與網路轉播，放送至各地。

臺灣近年羽球發展有成，誕生「世界球后」戴資穎，以及兩大男單好手周天成與王子維等人，讓賽事不僅獲得臺灣民眾支持，更吸引國際目光，球迷們也把握一年一度的機會，一睹國內外羽球頂級球員英姿，眾多臺灣男女羽球好手，在國人面前拚戰，爭取世界積分，如此精彩賽事吸引各國媒體前來報導，且近年賽事現場觀賽逾萬

人次，假日更是座無虛席，媒體觀賞更達 200 萬人次收看。

中華民國羽球協會用心舉辦賽事，與臺北市政府合作，一同行銷臺北，每逢賽事期間，都能在大眾運輸工具、網路看到相關賽事露出，也將臺北市地標融入賽事宣傳影片，進一步讓世界看見臺灣之美，提升臺灣國際能見度，國際貴賓、裁判及選手們也趁著賽事期間，走訪臺北市及近郊等觀光景點，帶動國內經濟。

近年賽事擁有超旺人氣，進而帶動國內羽球運動觀賞人口增加，不僅吸引大批民眾進場或透過轉播觀賽，在今年辦理「夯運動大賞」網路人氣票選活動中，也獲得民眾的熱烈支持。





績優賽事

4. 國際自由車環台公路大賽

結合各地特色 行銷最美臺灣

國際自由車環台公路大賽自 1978 年首度舉辦，並於 2005 年由國際自由車總會列入亞洲巡迴賽事，是臺灣唯一經國際自由車總會 (UCI) 認證的 2.1 級自由車公路多日賽事，也是亞洲巡迴洲際公路賽 (Asia Tour) 具代表性的重要賽會之一。

今年 3 月「臺灣一哥」馮俊凱展現旅歐的堅強實力及精彩表現，奪下象徵亞洲第一的藍衫殊榮。

賽道設計選擇多樣，結合臺灣各城市特色景點，共分為臺北、桃園、浪漫臺三線、屏東及高雄 5 站，賽事為期 5 日，由經典城市繞圈賽揭開序幕，以臺北市政府為起點，穿越城市裡的森林秘境－仁愛路林蔭大道；第 2 站桃園，行經都市鬧區、濕地、漁港，最後抵達泰雅原鄉－復興區角板山；在浪漫臺三線站，探訪翠綠山林

之美，飽覽遠近錯落的客庄村舍美景，感受臺三線蘊含的濃厚客家文化氣息；接著來到臺灣的最南端屏東，騎乘海岸線公路，行經恆春半島楓港、車城等地競技，沐浴在國境之南的湛藍海景中；壓軸高雄市站，以深具歷史意義的 228 和平公園作為起終點，行經舊鐵橋溼地公園、月世界地景公園、蓮池潭風景區等地，讓選手感受港都人文風情，一探藏身於都市中的美景。

無論開賽前臺灣特色文化表演、高水平競技賽事與賽道途經的城市特色景點，都飽受青睞，不只吸引國際好手來臺角逐冠軍，臺灣選手也積極爭取單站第一，賽事透過國際媒體與網路媒體的放送與發酵，收視涵蓋 50 多個國家，宣傳效果驚人，除展現精湛競賽外，更將臺灣之美放送國際，帶動國內運動觀光熱潮。

5. 新北市萬金石馬拉松

享受跑在最美的維納斯海岸線賽道

以東北角標幟－野柳女王頭，做為賽事主視覺，結合在地特色，賽道沿新北市海岸山區－萬里、金山、石門設置，跑友能一覽東北角景致，碧海藍天盡收眼底，在維納斯海岸線賽道，感受海港山城的浪漫。萬金石馬拉松舉辦多年，為我國經典馬拉松賽事，2018 年受世界田徑總會 (WA) 肯定與認證升格為銀標籤 (Silver Label) 賽事，並持續朝金標籤努力。

獨特北海岸景致，吸引每年逾萬名國內外跑友前來朝聖，成功帶動當地經濟，創造共榮；賽事獲當地居民認同與支持，每年 3 月，聚集熱情民眾到場支持，此起彼落的歡呼與加油聲，成為賽場上另一道美景，透過電視與網路媒體轉播，世界不只看見東北海岸美景，更感受臺灣人民的熱情。

6. 威廉瓊斯盃國際籃球邀請賽

暑假籃壇盛事 陪伴無數球迷成長

為紀念國際籃球總會 (FIBA) 前秘書長威廉瓊斯 (William Jones) 對臺灣籃壇的支持，威廉瓊斯盃自 1977 年起創辦至今，已成為臺灣最具傳統的籃球經典賽事，集結國內外好手在臺較勁，讓臺灣籃球迷得以近距離欣賞高水準競技，不只吸引籃球迷到現場觀賽，媒體轉播觀看人次更達百萬。

賽事打造自有品牌建立知名度，亞洲各國更將瓊斯盃視為備戰國際賽的重要熱身賽，藉此提升臺灣籃壇的競爭力。2019 年男籃預賽首度移師彰化體育館舉辦，讓熱潮延伸中南部，並結合在地美食與文化，讓更多球迷能一同參與，感受籃球熱。



7. 台灣裙擺搖搖 LPGA

高球場上最美麗的戰爭

為世界高爾夫積分組織 (WWGR) 及美國女子職業高爾夫協會 (LPGA) 授權在臺灣舉辦之女子高球賽事，總獎金達 220 萬美元，吸引全球排名前 62 名的女子高爾夫選手來臺參賽，是臺灣觀眾能近距離觀賞頂尖選手的賽事，歷年均吸引逾萬人次球迷到場觀賽。

賽事結合臺灣在地文化、視覺藝術等元素，除了讓參與賽事的國內外高球好手認識臺灣，透過媒體轉播，也將臺灣之美傳送到全球逾 150 個國家及地區，提升臺灣國際曝光度。



8. 臺北海碩網球公開賽

粉紅勢力 夢想需要不怕失敗的堅持

賽事自 2007 年創辦至今，總獎金達 12.5 萬美元，是女子職業網球 WTA 挑戰賽最高等級賽事，每年皆吸引大批球迷進場觀賽，為我國重要國際網球盛事。不只讓臺灣網球好手得以地主之姿爭取職業積分及展現實力，也讓臺灣球迷能在家鄉觀賞國際級賽事。

歷年來多位傳奇球星都曾在海碩盃登場，大會每年也邀請世界前百選手來臺較勁，參賽陣容與賽況精彩可期。賽事多年來除了冠名贊助商長期贊助，也結合公益活動，幫助弱勢團體，民眾透過捐贈發票就能入場觀賽，是臺北海碩網球公開賽的一大特色。



★ 新星賽事

9. 諸羅山盃國際軟式少年棒球邀請賽

展現棒球原鄉的英姿與永不放棄的 KANO 精神

臺灣年度最具歷史傳承意義少棒賽事，於我國少棒發源地—嘉義市舉辦，讓國內外棒球好手看見嘉義棒球原鄉英姿及永不放棄的 KANO 精神。

賽事每年吸引超過 200 支少棒隊，參賽隊伍屢創新高，更邀請國外隊伍一同參與，讓選手們建立友誼，透過賽事彼此交流、開拓視野。賽事期間也吸引全國棒球愛好者齊聚嘉義，並透過現場及媒體轉播，讓更多球迷一同參與這場國際少棒嘉年華賽會，不只帶動棒球熱潮，更促進在地觀光經濟發展。



10. 臺北國際金卡納大獎賽

決戰凱道 華麗甩尾

金卡納為綜合所有汽車基礎操控技巧的賽事，2019 年賽事為國際汽車聯盟 (FIA) 認證授權之國際賽，除了是全球第 1 場「汽車金卡納洲際賽事」，更是臺灣歷史上首次在總統府前凱達格蘭大道舉行汽車賽事，引起許多觀眾及媒體關注。

賽事邀請來自全球五大洲 11 個國家共 12 支隊伍來臺競賽，現場除了賽事進行，周邊也以賽車嘉年華會的方式舉辦各項活動，適合全家一同歡樂。透過新媒體宣傳行銷，賽事期間現場約有 5,000 人共襄盛舉，網路收視超過 500 萬人次收看。

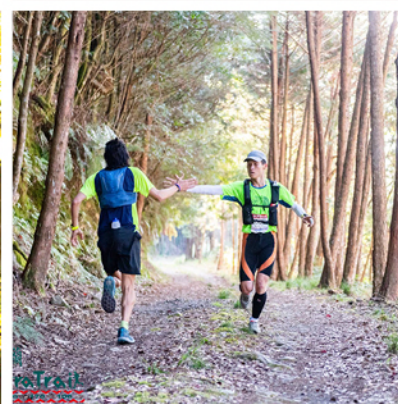
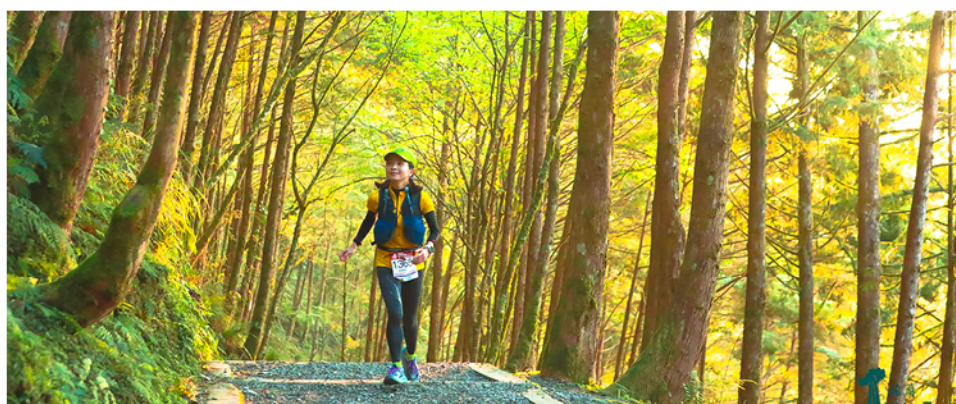


11. 棲蘭100林道越野賽

越野越美麗 相約在棲蘭秘境的越野盛會

是國際越野跑協會 (ITRA) 積分賽之一，路線穿越臺灣特有臺灣杉、紅檜、扁柏森林，許多國內外參賽者為一睹路線內的百年臺灣杉而來，其中「三姊妹」更是招牌，讓選手見識臺灣豐富原始生態，體驗臺灣森林美景。賽事不僅開啟臺灣越野運動，更曾因國家地

理頻道實地拍攝的紀錄片「透視內幕：棲蘭秘境馬拉松」，在國內外輪番播映，造成轟動。同時，賽事單位亦建立環境保育行動，呼籲國內外跑者多搭乘大眾交通工具至活動會場。



12. 日月潭萬人泳渡 & FINA 世界馬拉松游泳系列賽 (南投站)

齊聚湖光山色日月潭 泳進臺灣好山水

2019 年賽事為我國首次辦理 FINA 授權的正式賽事，吸引各國頂尖好手於日月潭同場較勁，透過電視及網路轉播，除讓國內外觀眾一睹臺灣年度國際長泳賽事，也藉由賽事將日月潭美景行銷到世界各地。在南投縣政府長年耕耘下，每年吸引萬名國內外民眾及泳客參與及觀賽，為深具地方特色及結合觀光資源的標竿賽事，亦是一場盛大的水上嘉年華活動。賽事結合在地特色，將原住民文化融入開幕表演為賽事揭開序幕，透過媒體轉播行銷日月潭，帶動當地觀光產值。



臺北市與新北市首度聯名主辦2025年第11屆世界壯年運動會

世界壯年運動會起源為支持奧運及推廣全民運動而成立，至今已舉辦9屆，第10屆將於日本關西舉行。參賽選手來自110個國家，約有3萬名的選手參賽，屬觀光性質較高的綜合型運動賽會。

目前雙北規劃舉辦32項競賽種類，包含射箭、田徑、羽球、棒壘球、籃球、輕艇、自由車、舉重、桌球、網球、足球、高爾夫、曲棍球、定向越野、划船、鐵人三項、排球、射擊、壁球、衝浪、拔河、水上運動、空手道、橄欖球、救生、手球、運動舞蹈、飛盤、跆拳道、帆船及柔道，另有示範種類-槌球，場館規劃橫跨臺北、新北、宜蘭、桃園及新竹，共5個縣市。

「運動無界 | 人生無限」為2025年世界壯年運動會標語，以「超越年齡，沒有設限」的態度代表壯年選手的意志，同時呼應大會促進國際交流與追求突破自我的宗旨，歡迎國內外愛好運動的朋友們，屆時一同參與這個運動盛會。





2020 夯運動in Taiwan 交流分享會

“**聚焦臺灣品牌國際賽事的行銷力、收視力、參與力和經濟力等 4 原力，蓄積能量，讓臺灣運動賽事成為躍上國際的「臺灣之光」。**”

體育署今年首度跨域結合運動賽事籌辦及地方觀光資源辦理 2 天活動，透過大師講座、品牌對談、工作坊及商圈導覽等多元形式呈現，讓近百名國內體壇人士、縣市政府與企業界代表共襄盛舉，彼此交流賽事的行銷經驗，期導入運動觀光概念，共同探討持續形塑臺灣品牌國際賽事的「行銷臺灣」及「經濟效益」的核心價值。

賽事行銷 深耕品牌

「台灣精品」是臺灣具創新價值產品的共同品牌，代表 MIT 驕傲，在透過外貿協會多元與整合行銷推廣下，「台灣精品」的標誌遍及全球，本次特邀行銷專案處處長吳俊澤分享如何藉由內部跨域整合及國際品牌行銷經驗，期增進我國賽事舉辦質量，擦亮臺灣國際賽的品牌。

同時邀請獲選為臺灣品牌國際賽的主(承)辦單位，臺北市體育局蔡培林副局長(臺北馬拉松)、新北市體育處龔東昇副處長(萬金石馬拉松)、羽球協會張國祚理事長(臺北羽球公開賽)、棒球協會趙士強副理事長(世界 12 強棒球錦標賽)及自由車協會李開志秘書長(國際自由車環台賽)，分享自身的賽事特色及品牌。另外，也邀請品牌輔導委員分享國際標竿案例，借鑑馬來西亞環蘭卡威自由車賽、日本那霸馬拉松、印尼羽球公開賽等

成功打造品牌賽事經驗，同時，藉由工作坊形式，讓與會人員分組互動及討論，融合各項豐富多元的實務案例，彼此腦力激盪，研討強化賽事單位整合行銷能力及辦賽質量的創新發想。

除此之外，更首度表揚臺灣國際賽 12 金選、臺灣品牌國際賽事、夯運動大賞網路人氣賽事，以及近 2 年在臺舉辦的潛力賽事，感謝各賽事單位長年來對國際賽的努力推動與辛苦付出，不只成功讓世界走進臺灣，也讓臺灣驕傲地走向全世界。



運動觀光 城市行銷

體育署積極推動賽事與地方特色文化、旅遊觀光結合，因此，本次活動特別安排商圈導覽，體驗在地旅遊，體現國際賽亦應善用周邊節慶及地方元素，強化賽事與城市連結的重要性，也響應政府一體、共心合力振興商圈經濟的具體行動，並藉此帶動城市行銷及周邊產業經濟效益，讓運動賽事不僅是賽事，更可展現專屬臺灣的特色與價值。

「贊」賽事 創雙贏

中華奧會主席林鴻道與勤美集團董事長林廷芳，從「企業贊助」角度切入，暢談贊助經驗及未來如何深化、擴大運動產業，並分享各項賽事籌辦規劃應從產業面思考，過往賽事較著重競賽成績，賽事雖然順利辦完，但通常難以獲利及延續賽事效益。從過往的中華職籃經驗，到今日的職棒、職籃或各項企業聯賽，在尋找企業贊助時，都需要先充分了解企業的核心價值，以及與賽事合作的延伸效益，才可能充分創造賽事與企業雙贏，甚至多贏局面。

創新科技 點亮你的運動生活

數位科技的時代，就連運動也要結合科技創新才能永續發展，為持續結合國際運動創新風潮趨勢，體育署委請交大加速器中心透過本次活動，以視訊方式與全球運動創新推手 HYPE 運動創新基金會(HYPE Sports Innovation)簽署 MOU，延續雙方第 3 年的

合作關係，並於活動中邀請國內傑出的運動新創團隊，透過有趣的體驗方式介紹自家創意產品，如環保機能服飾、攝影設備、AI 課程等，讓與會人員大開眼界，思考實際運用在運動賽事或日常生活的可能性。

