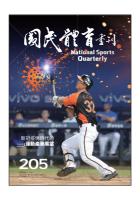


CONTENTS

國民體育季刊 No.205

NATIONAL SPORTS QUARTERLY April 2021



發行人:張少熙

主編者:教育部體育署國民體育季刊編輯//組

總編輯: 林哲宏

編輯委員:沈依婷、尚憶薇、邱炳坤、林華韋、俞智贏、黃月桂、黃 煜、劉宏裕

謝富秀、戴遐齡(按姓氏筆畫排列)

本期主編、專題委員:葉公鼎

執行編輯:孫佳琳 出版者:教育部體育署

地址:臺北市朱崙街 20 號 | 電話: (02) 8771-1724

編輯部:紅藍創意傳播股份有限公司 | 電話: (02) 2240-1141 | 傳真: (02) 2245-9149

政策導向 Policy Orientation

02 新冠疫情時代的運動產業展望

The Perspectives of Sport Industry in the Era of COVID-19

本期專題 Focus Topic

新冠疫情時代的運動產業展望

The Perspectives of Sport Industry in the Era of COVID-19

04 新冠疫情期間政府輔導運動產業的紓困 振興政策成效

The Effectiveness of Government Relief and Revitalization Policies on Sport Industry in the COVID-19 Pandemic Period

李世珍、黃彥璋 Shyh-Jane Li, Yan-Chang Huang

09 從 2020 東京奧運延辦看運動賽會產業 發展

The Impact of the 2020 Tokyo Olympic Games Postponement on Sports Development

葉公鼎、鄭宇容 Kong-Ting Yeh, Yu-Jung Cheng

14 新冠疫情對電競產業發展之影響

The Effect of COVID-19 on the Development of the E-Sport Industry

李世珍 Shyh-Jane Li

18 台灣運動彩券於新冠疫情之因應策略

The COVID-19 Pandemic Response Strategy of Taiwan Sports Lottery

林博泰 Bo-Tai Lin

23 疫情下國際鎖國對運動旅遊產業發展

The Impact on Sport Tourism Industry from the Waves of Nations' Boarder Closure Policies Caused by COVID-19

江崇標 Chung-Piao Chiang

30 新冠疫情時代的運動新創產業及異業 結盟發展

The Development of Sport Innovation Industry and Cross-Industry Alliance in the Era of COVID-19 株伯恒 Michael Lin

34 新冠疫情期間中華職棒大聯盟開打之 意義

The Significance of the Start of the Chinese Professional Baseball League in the COVID-19 Pandemic Period

吳志揚 Chih-Yang Wu

38 疫情時代運動場館業的挑戰與轉型

Sports Venue Challenges and Transformation in the Pandemic Era

周宇輝、劉昆祐、鄭童允 Yu-Hei Chou, Kun-Yu Liu, Tung-Yun Cheng

44 運動產業從業人員之法令遵循:以健 身中心常見工時爭議為例

The Legal Compliance of Sport Industry Businesses: Common Disputes About Fitness Center Working Time as an Example

何念修、陳宏志 Nien-Hsiu Ho, Hong-Zhi Chen

48 論運動產業發展策略-以科技導入觀 點分析

A Discussing of Sport Industry Development Strategy-the Viewpoint of Technology Introduction. 蔡育霖 Yu-Lin Tsai

52 新冠肺炎疫情下我國運動用品產業供 應鏈之轉變與因應策略

The Transformation and Response Strategy for Taiwan's Sports Equipment Industry Supply Chain Under the COVID-19 Epidemic

謝旻凱 Min-Kai Hsieh

56 從 FOX 體育台撤離臺灣市場事件看 運動媒體產業發展

Looking at the Development of the Sports Media Industry from the Angle of Fox Sport's Withdrawal from the Taiwan Market

陳子軒 Tzu-Hsuan Chen

59 體育運動文創新商機 – 以體育運動文 化數位典藏暨加值應用計畫為例

New sports Creative and Cultural Business Opportunities the Example of the Sports Culture Digital Archives and Value-added Application Program 謝爾丞 Yung-Cheng Hsieh

65 從我國人口結構改變看運動產業專業 人力的發展

The Development of Sports Industry Professional Human Power Resources Due to the Taiwanese Demographics Changes

張政偉、簡煒倫 Cheng-Wei Chang, Wei-Lun Chien

69 我國運動衛星帳編製對運動產 業發展之重要性

The Importance of Satellite Accounts to the Development of Sports Industry in Taiwan

張志強 Chih-Chiang Chang

十步芳草 Celebrity Affair

74 扎根基層 兆豐銀行力挺臺灣體育 送資源到偏鄉 善盡企業社會責任

Supporting Grassroots Sports in Taiwan: Mega Bank Fulfills its Corporate Social Responsibility by Contributing Resources to Remote Rural Communities

運動畫頁 Sports Pictorials

78 展現精彩邁向巓峰-菁英選手小檔案

Resounding Excellence and Towards the Top- Profile of Elite Athletes

編輯部 Editorial Department

署務報導 SA Report

82 教育部體育署署務報導

SA Report

教育部體育署

Sports Administration, Ministry of Education

大事記 Key Events

92 大事記

Key Events

教育部體育署

Sports Administration, Ministry of Education

專題摘要 Issue Excerpts

95 專題中摘英譯

Chinese / English Abstracts 編輯部 Editorial Department









新冠疫情時代的

運動產業展望

疫情時代的回顧與前瞻

嚴重特殊傳染性肺炎疫情(或稱新型冠狀病毒;COVID-19)於2019年12月開始,接著在2020年初迅速擴散至世界多國,引發全球大流行。至2021年3月25日止,全球已有192個國家和地區爆發疫情,累計1.24億例確診個案,超過274.6萬人死亡。除此之外,疫情是對全球經濟造成重大且破壞穩定的威脅,截至目前為止,疫情仍然持續進行,並持續影響社會、經濟環境。世界銀行(World Bank)於2021年1月《全球經濟展望》(Global Economic Prospects, January 2021)報告預估,隨著疫苗的問世與施打,今年全球經濟成長將達到4%,美國今年可望達到3.5%,當進入經濟恢復期的時候,等同於宣布正式進入了「長期抗疫」局面。

回顧這一年來疫情對運動產業的過程,以及政府與民間共同「抗疫」的對策,最初,2020年3月本署針對運動彩券經銷商等運

POLICY ORIENTATION

動事業、體育團體及民眾等對象,規劃運動產業紓 困振興方案,包括:(1)運動彩券發行應變方案; (2) 運動費抵用方案(動滋券);(3) 補助運動 事業營運成本(含運動事業紓困補助及體育團體籌 辦全國性及國際性運動賽事);(4)運動消費抵 用方案(動滋券);(5)辦理大型展銷活動,如 臺灣運動產業博覽。2020年7月透過動滋券之發 行於動滋網設計一站式服務,並獲撰參與國家發展 委員會109年「公私協力資料應用示範案例輔導」, 肯定動滋券對運動產業振興之效益,推而得以運動 相關數據資料,結合大數據分析,了解我國運動人 口和運動消費支出狀況,及評估動滋券的振興成效, 發展驗證式政府決策模式。

疫情時代加速新經濟發展

新經濟時代(New Economy)帶動了現代 服務業的發展,產生許多新模式成為新經濟的代 表,伴隨著網際網路的發展,巧妙的讓傳統產業 與知識經濟和數位經濟全面結合,產生一連串的 數位創新的新模式。新經濟時代通常意指從傳統 製造工業為主的經濟型態,轉變成為以資訊化 (Informatization)、全球化(Globalization)、 科技化(Technological)為主的經濟型態。此外, 在疫情的推波助瀾下更加速新經濟的發展,例如線 上健身課程、線上預約排程、零接觸數位認證、直 播電商、遊戲字商機與虛擬賽事等,間接影響到運 動休閒教育模式、運動場館營運、運動科技導入、 運動傳播模式等。政府更應該順應新經濟發展的潮 流,輔導運動產業業者投入更多研發創新與轉型。

建立運動產業數位治理與數據思維

波十頓馬拉松自 1897 年開辦, 是全球第一個 城市馬拉松,2020年因受疫情影響,宣布124年



來首次而取消辦理,實體賽事取消後也將改辦線上 虚擬賽方式進行,讓選手可以下載號碼布、英里標 記,在自己選擇的任何地方參加馬拉松比賽,讓參 與者成為第124屆波士頓馬拉松虛擬體驗的有趣 歷史之一。

在疫情時代,歷經百年的賽事活動,都因此受 到牽連,不僅打亂了全球市場建立的新秩序,也對 人們日常生活,包括求學、就醫、運動、飲食、購 物、娛樂、旅游及交通等,防疫的觀念與工作將成 為現代人的「新日常」。政府的施政也必須站在「新 日常」的基礎上,更迅速清晰地掌握產業的發展脈 動,以預防日後受到類似疫情的影響。2020年「動 滋券」負起振興運動產業的工作,本署採全數位方 式發行,無發行紙本,是引領業者及民眾轉型數位 的第一步,看似突發事情的因應,若能「新日常」 而長遠看待,延伸各項數位工具的使用,並善用店 家及民眾於線上交易的各項數據,建立完善之運動 產業統計資訊,以作為後續運動產業政策規劃之重 要參考依據,方能有效掌握產業的整體發展與變 化。(分)

新冠疫情期間政府輔導運動產業 的紓困振興政策成效

文/李世珍、黃彦璋

2020年新冠病毒疫情肆虐全球,衝擊全球經 濟活動,影響企業營運,各國政府無不絞盡腦汁、 卯足全力,推出各項振興經濟方案,刺激消費與投 資來帶動經濟復甦。基於疫情已嚴重衝擊影響國內 運動產業,為紓緩疫情遭受的衝擊及降低未來可能 面臨之風險,教育部體育署於3月期間啟動運動產 業紓困振興相關工作,分為前期紓困、後期振興及 長期強化三部曲幫助運動產業,其過程規劃則秉持 行政院指示申請條件寬鬆、作業流程快、撥款方便 等3大原則,協助運動產業業者度過疫情非常時期, 同時也兼顧體育署對未來運動產業發展的推動工 作。本文就現階段執行成果進行整理,除瞭解振興 運動產業的幫助外,也為運動產業發展的數位治理 政策,打下一個良好的基礎。

青、政策背景

新冠肺炎疫情來襲,導致國內諸多產業面臨危 機,其中也包含運動相關產業。以體育賽事而言, 因害怕多人群聚感染,多項國內外大型運

動賽事因疫情延期或取消,如美國職籃 (NBA)、奧運等國際賽事宣布延期,導 致賽事標的驟減,嚴重影響運動彩券業、 運動傳播業等相關運動產業之經營。以健 身產業而言,主要成本包括房租、人事薪 資、水電及店鋪裝潢與器材固定資產分攤 費用,健身場館遇到消費者不再進入室內 運動, 使來客數減少以導致營收衰退, 也

因面臨營收大幅衰退,業者首先會進行降低員工工 時或人員資遣等方式來控制支出,導致健身業者(含 自由工作者)面臨營運(經濟)困境。加上場館營 運所需之高額固定開銷,承攬業者也勢必面臨營運 虧損之問題。爰針對運動產業之紓困振興措施,顯 得急拍目必要。

貳、紓困振興三部曲

為因應疫情衍伸之相關困境,教育部體育署 (2020)以現有預算移緩濟急,並訂定《教育部對 受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業 紓困振興辦法》,分前期紓困、後期振興、長期強 化三階段幫助運動產業,並設置受疫情影響之運動 產業紓困振興專區。

一、第一部:前期紓困

(一) 運動產業紓困振興1.0

基於疫情嚴重衝擊影響國內運動產業,教 育部體育署於3月期間啟動「運動產業紓



圖 1 建置運動產業紓困振興專區

資料來源:教育部體育署(2020)。教育部體育署協助受疫情影響之運動產業紓困振興專區。 取自:https://rev.sa.gov.tw/COVID19/solution.html。



圖 2 運動產業紓困振興方案大事紀

資料來源:商業發展研究院(2020)。「運動產業紓困方案與振興計畫」執行成效分析。

困振興 1.0 」, 總預算約 12 億 5,500 萬元, 補 助體育團體營運成本,包括補助亞奧運特定體 育團體推動企業聯賽及人事薪資酬勞、補助非 亞奧運體育團體辦理體育賽事活動及人事薪資 酬勞,以及補助特定體育團體辦理國際賽事等; 運動彩券經銷商部分,教育部體育署緊急動用 運動發展基金撥付 1,334 家經銷商 3 月份之紓 困補助金1萬元,並於3月16日核定台灣運 動彩券公司所提「運動彩券緊急應變計畫」, 包括新增其他投注標的賽事、強化投注玩法及 動支責任準備金以提高獎支率等,自3月17 日起啟動運彩緊急應變計畫迄 12 月 31 日止, 台灣運彩合計提供638個投注標的,共2萬 8,908 場賽事,創造約 319 億的銷售,以經銷 商 6.25% 的銷售佣金計算,已彌補 1,574 家共 約 19 億 9,767 萬元收入,平均一家經銷商挹注 約 127 萬元銷售佣金收入,全年(1月1日-12 月 31 日) 銷售額更超過 403 億元。

(二)運動產業紓困振興2.0

因應疫情持續協助運動事業紓困,教育部於4 月初爭取行政院第2波紓困特別預算19.5億

元,並訂定《教育部對受嚴重特殊傳染性 肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興 辦法》,據以辦理相關紓困振興措施。 後續亦訂定《教育部對受嚴重特殊傳染性 肺炎影響發生營運困難運動事業紓困作業 須知》,針對營運困難的運動事業,補助 員工薪資酬勞、場地設備租金、貸款利息 補貼等營運成本,也針對受影響的運動產 業自由工作者補助其酬勞;同時為減輕業 者營運負擔,並鼓勵業者提升營運能力, 亦針對運動事業於疫情影響期間的研發創 新、技術提升及數位行銷等費用進行補助。 運動產業紓困振興措施由 1.0 版升級為 2.0 版,總經費達31億5,500萬元。

二、第二部:後期振興

為協助因新冠病毒疫情受影響之運動產業,教 育部體育署於 2020 年 3 月依據《運動產業發 展條例》第8條第1項第9款制訂實施計畫, 中央流行疫情指揮中心公布疫情趨緩後,將立 即啟動振興計畫,以帶動運動產業復甦。2020 年7月,當新冠病毒防疫進入「下半場」,教 育部體育署從「運動發展基金」提撥20億元, 規劃發放 400 萬份電子抵用券 (命名為「動滋 券」),響應防疫新生活,除鼓勵民眾從事「防 疫新生活」、出門去運動,也刺激運動消費發展, 帶動新一波運動商機。

動滋券於7月9日起開放符合運動產業發展條例 第4條業者,申請成為「動滋券」合作店家,民 眾則於7月20日上網登記,經公開抽籤後於8月 8 日正式開放中籤民眾領券使用。

民眾可使用動滋券來觀賞體育賽事、參與運動活 動或購買裝備等,民眾持動滋券至審議通過合作 之運動產業業者抵用消費,並為便利合作業者後 續請款,設計線上日日對帳、週週結算、速速撥 款之線上流程,給予合作業者最直接、便利的支 持。

三、第三部:長期強化

為協助運動事業及從業人員於疫情後可持續經營 之能量,教育部體育署除發行「動滋券」辦理促 進運動消費外,另規劃其他六項振興措施,包含 培植運動產業專業人才、提振運動賽事觀賞及參 與人口、建置運動產業資訊平臺、建立異業合作 及創新服務及推展運動產業研發與行銷等,在後 疫情時代,希冀藉由相關政策引導,持續協助運 動產業發展。

- 1. 培植運動產業專業人才:主要分二方面落實, 首先,在學習方面,以改善教育體系培育合宜 專業人力,建立各項專業職能基礎且完備證照 制;其次,在社會面,則應提升運動產業之附 加價值,促進更多領域人才投入運動產業,厚 實產業發展基礎。故以此為未來推動方向目標。
- 2. 提振運動賽事觀賞及參與人口: 為了提供業者 方便的平臺來使用,也讓提供民眾方便搜尋各 項賽事活動,並輕鬆完成報名工作,建置運動

賽事報名與管理系統,來提升有興趣的參與人 □數。

- 3. 建置運動產業資訊平臺:運動產業資訊平臺則 延伸動滋網 2.0 的網站規劃,成為連結目前運動 產業最完整的合作業者平臺,不論是參與者、 觀看者、贊助者,都能夠在網站平臺建構出客 製化的會員運動軌跡及運動旅遊觀賽服務。
- 4. 建立異業合作及創新服務: 為提升運動產業發 展,培植及輔導具潛力之創新創業團隊,推動 「運動服務業創新創業輔導計畫」並辦理「我 是運動創業家」創新創業競賽,期激發創新構 想、培植及開發具潛力之創新創業團隊。
- 5. 推展運動產業研發與行銷: 為鼓勵運動產業異 業結盟,推動運動元素納入旅遊行程規劃,依 據《教育部運動發展基金補助直轄市縣(市)政 府推動發展地方特色運動觀光遊程實施要點》, 辦理運動觀光游程發展工作坊,培育各縣市政 府研發運動產業游程,並建立行銷知識與技能。

參、紓困振興成果統計

運動產業振興方案一動滋券業於 110 年 1 月 31 日 截止抵用,領取動滋券計約376萬餘人,合作業者超 過 7.200 家,完成 382 萬餘筆交易,交易金額 47.19 億元,抵用金額約17.74億元,外溢效益達約29.45 億元,帶動運動消費產值提升。運動產業紓困方案, 業核定近 3,000 家業者(含自由工作者)計約 4.17 億 元,給予受疫情影響業者最直接之協助。

有關紓困 2.0 補助的成果方面,表 1 所示之受惠 業者前三名分別為「運動場館或設施營建業」、「運 動博弈業」及「職業或業餘運動業」。而振興方案的 成果方面,民眾則偏向先於「運動用品或器材製造、 批發及零售業」增添裝備,再從事喜愛的運動項目。

有關紓困 3.0 補助的成果方面,主要針對自 109

表 1 紓困 2.0、動滋券、紓困 3.0 受惠業者業別與補助金額統計

單位:新臺幣元;%

	紓困 2.0		動滋券		紓困 3.0	
項目 運動事業類別	補助金額	補助金額 比率	抵用金額	抵用金額 比率	補助金額	補助金額 比率
職業或業餘運動業	31,737,013	9.58%	17,703,266	1.00%	205,200	0.43%
運動休閒教育服務業	40,783,871	12.31%	50,984,446	2.87%	4,644,680	9.65%
運動傳播媒體或資訊出版業	8,371,320	2.53%	1,326,174	0.07%	9,569,320	19.87%
運動表演業	7,370,003	2.22%	5,598,058	0.32%	1,492,280	3.10%
運動旅遊業	511,278	0.15%	2,782,735	0.16%	-	0.00%
電子競技業	852,960	0.26%	15,413,496	0.87%	171,360	0.36%
運動博弈業	85,453,899	25.79%	12,668,928	0.71%	24,772,341	51.44%
運動經紀、管理顧問或行政管 理業	3,247,678	0.98%	2,145,295	0.12%	724,702	1.50%
運動場館或設施營建業	129,611,416	39.11%	30,583,531	1.72%	4,164,771	8.65%
運動用品或器材製造、批發及 零售業	15,237,628	4.60%	1,592,860,004	89.77%	2,180,960	4.53%
運動用品或器材租賃業	7,272,706	2.19%	3,345,238	0.19%	228,480	0.47%
運動保健業	958,133	0.29%	1,469,943	0.08%	-	0.00%
其他	-	0.00%	37,568,559	2.12%	-	0.00%
總計	331,407,905	100.00%	1,774,449,673	100%	48,154,094	100.00%

註1:統計至2021年3月18日止。

註:合作業者仍持續辦理結算作業,本表為目前結算是結果。 資料來源:教育部體育署 (2021) 。「運動產業紓困與振興計畫」執行情形。

表 2 振興消費措施比較

	三倍券	安心旅遊	農遊券	藝 FUN 券	浪漫客庄券	動滋券
預算金額	511 億元	82.21 億元	12.5 億元	12 億元	1.32 億元	20 億元
使用期間	2020 7/15~12/31	2020 7/1~10/31	2020 7/15~9/17	2020 7/22~12/31	2020 8/1~12/31	2020 8/8~2021/1/31
金額	1,000+ 2,000 元	每團 3-7 萬 每房 1,000 元	每人 250 元	每人 600 元	每人 800 元	每人 500 元
登記人數			512 萬人	253 萬人	358 萬人	698 萬人
數量	2,109 萬份	約 1,750 萬件	500 萬份	210 萬份	14 萬份	400 萬份
中籤機率			96%		4%	57.2%
已使用人 / 次數	2,332 萬人	1,725 萬人次	441 萬人	208 萬人 (抵用約 11.7 億)	14 萬人	376 萬人 (抵用約 17.7 億)

資料來源:商研院 (2021) 整理。

年7月1日起至9月底,凡任連續2個月之月平均 或任1個月之營業額,相較108年同期月平均或同 月之營業額減少達50%,申請通過後可獲得員工薪 資及一次性的營運資金補貼。在成果方面,則以運動 博奕業及運動傳播媒體或資訊出版業補助比率最多。

新冠病毒疫情發生太過突然,許多行業因應不 急而倍感壓力,如表2所示,政府各部會無不卯足 全力,做到超前部署。本次紓困及動滋券採數位方 式辦理,同步顧及業者端與民眾端的使用方便,在 系統開發方面,採取通用設計,讓不會利用行動載 具使用二維條碼動滋券的業者或民眾,都能簡單上 手。同時,利用大數據分析 (Big Data),掌握動滋券 的交易情形,亦是希望藉由政策引導,引領業者及 民眾數位轉型,教育部體育署對運動產業的掌握更 為全面。未來將透過業者及民眾線上申請及運動消 費抵用機制,蒐集完善之運動產業統計資訊,以作 為運動產業政策規劃之重要參考依據。

肆、結論

在歷經新冠病毒疫情期間的紓困振興工作過程 中,首要的認識是未來政府施政措施須持續與時俱 進,並善加利用數位科技做為施政的工具以提供便民 的服務,後續可以紓困網站、動滋網所建構的數位平



臺及資訊為基礎,進一步規劃建置運動產業入口網, 並優化辦理運動賽事觀賞、運動觀光、創新創業等 業務,以建構完善產業生態系。如此一來,政府端 可有效掌握產業脈動,企業端可透過消費者脈絡做 到精準行銷,民眾端可建立運動習慣,如此延伸運 用才不枉費運動產業的紓困振興的推動成果,讓運 動產業成為帶動幸福經濟的重要推手。

作者李世珍為財團法人商業發展研究院經營模式創 新研究所副所長、黃彦璋為教育部體育署綜合規劃 組科員

參考文獻

- 商業發展研究院(2020)。「運動產業紓困方案與 振興計畫」執行成效分析。教育部委託案。
- 教育部體育署(2020)。教育部運動發展基金補 助直轄市縣(市)政府推動發展地方特色運 動觀光遊程實施要點。教育部主管法規查詢 系統。取自:https://edu.law.moe.gov.tw/ LawContent.aspx?id=GL001802 •
- 教育部體育署(2020)。教育部體育署協助受疫情 影響之運動產業紓困振興專區。取自:https:// rev.sa.gov.tw/COVID19/solution.html。
- 教育部體育署(2020年3月19日)。因應嚴重特殊 傳染性肺炎疫情運動產業紓困振興方案。
- 教育部體育署(2020年3月26日)。因應新冠肺炎 影響振興運動消費抵用實施計畫(草案)。
- 教育部體育署(2021)。「運動產業紓困與振興方 案」執行情形。臺北市:教育部。
- 劉怡均(2021)。台灣數位藝FUN券使用率破9成7 文化部:APP先別刪!。台灣英文新聞。2021 年2月15日取自:https://www.taiwannews. com.tw/ch/news/4091777 °
- Google (2021)。冠狀病毒 (COVID-19)。 Google新聞。2021年2月15日取自:https:// news.google.com/covid19/map?hl=zh-TW&a mp;mid=%2Fm%2F02j71&gl=TW&c eid=TW%3Azh-Hant。

從 2020 東京奧運延辦看運動賽會 產業發展

文/葉公鼎、鄭宇容

壹、前言

「國際奧會」(International Olympic Committee, IOC) 2013年9月7日於阿根廷布宜諾 斯艾利斯舉行的第125次會員大會期間,選出東京 為第32屆夏季奧運會舉辦城市。經過7年籌備,原 本計劃2020年7月23日至8月8日舉行17天,卻因 「新型冠狀肺炎」(以下簡稱新冠肺炎,英文簡稱 COVID-19) 肆虐,不得不於2020年3月24日由日本

前首相安倍晉三,與國際奧會主席Bach共同宣布延 賽一年至2021年7月23日~8月8日。然而,截至本文 刊登時新冠疫情在日本並未改善,更甚者包括東京 都在內之許多日本行政區域已宣布進入緊急狀況。 因此,許多人對於歷經延賽一年的第32屆夏季奧運 是否可以舉行,仍抱持悲觀態度。而受新冠疫情重 創之第32屆東京奧運,是否對於相關賽會產業的發 展造成影響甚至改變作法?是本文探討的重點。



2020東京奧運因新冠疫情影響宣布延期一年。(圖片提供/紅藍創意)



東奧延期經濟損失預估高達數百億美金以上。(圖片提供/紅藍創意)

貳、東京奧運延辦的衝擊

2020 東京奧運屬於短期集結大量人潮的大型 運動賽會(mega event) (Torelsen, & Preuss, 2008)。從管理的觀點分析,延賽衝擊如下:

- 一、參與人員安全:因COVID-19散播速度快但防 治疫苗卻尚未普及,導致全球疫情頻仍是其可 怕之處,亦使許多國家因此擔心進而採取各種 防治與隔離措施以維護民眾安全。由於日本東 京與許多國家疫情仍嚴峻,無法保證來自2百 餘國/地區之奧運參與選手、教練、裁判、媒 體、觀眾、工作人員等利害關係團體成員,彼 此共聚一堂仍可免除感染之風險,此衝擊是導 致延賽考量的最主要原因。
- 二、申辦城市實踐:疫情使原先2013年東京勝 出十旦其伊斯坦堡及西班牙馬德里於2020年 奧運所承諾之申辦條件,已無法——兌現。 因此,需要靠「東京奧運與帕運組委會」 (Tokyo Organizing Committee of Olympic and Paralympic Games, TOCOPG) 與IOC進 一步協調。目前2020東京奧運「協調委員會」 (Coordination Commission)成立「即刻行

- 動」(Here We Go)之任務編組,藉以解決因 延賽所導致的相關問題 (IOCa, 2020)。
- 三、各種運動發展:舉辦一百多年的現代奧運會 系列活動,從宣布舉辦城市開始,到競賽運 動種類、參賽選手、裁判資格之決定,已與 各國際運動單項總會(International Sports Federations, IFs) 從各國家社區基層、全國, 以至於世界錦標賽相關系列活動之運動發展策 略環環相扣,形成以4年為一週期的生態規律。 雖然曾因第一、二次世界大戰中斷3屆;但從未 因為全球性的疫情導致延賽,因此Here We Go 及國際奧會與各單項總會多所協調,於2020年 3月20日修改「參賽資格準則」(Oualification System Principles)(IOCa, 2020),使延賽 導致IFs運動發展的衝擊減低到最小。各項賽 事舉行: 奧林匹克憲章目前定義之奧運系列 賽事涵蓋:夏/冬季(殘)奧運與、夏/冬青年 (殘)奧運等8種賽事。繼2020東京夏季奧運 後,COVID-19疫情已影響接下來2022年將要舉 行之相關活動,其中塞內加爾達卡(Darkar) 預定舉行之2022年青年夏季奧運,已於2020年 7月宣布延期至2026年舉行(IOCb. 2020)。 因此疫情使許多比賽無法舉行並產生骨牌效 應,許多單項選手參加奧運的機會,面臨挑戰 與不確定性,亦為2020東京奧運參賽資格準 則,因應COVID-19所修訂的重點之一。
- 四、撰手參賽準備:許多運動撰手視參加奧運為人 生要務並全力以赴。以往4年為一週期的奧運 準備,使其有關選、訓、賽、輔等工作均有所 依循。然因疫情導致許多賽事無法舉行以得到 成績,或須於2021年再行參加資格賽等變化, 勢必影響他們對奧運的準備。亦有選手可能瀕 臨運動員生涯末期,因延賽而產生無緣參加之 憾事。此外,使用禁藥被「世界反禁藥組織」

(World Anti-Doping Association, WADA) 裁 定禁賽者之處分係採取時間制而非賽事制。因 此,可能若干選手原被裁定禁賽至 2020 年無 法參加東京奧運,卻因延賽使他們可以參加。 如此,對於 IOC 所提倡與支持的清白運動員 (clean athletes)是否公平?不無疑問。

五、觀眾觀賞方式:自西元前8世紀之古奧運會舉 辦以來,與來自世界各地同好共同親臨、見證 **菁英選手精彩競技表現的奧運現場體驗**,是許 多粉絲觀眾永生難忘的經驗也是 4 年一度的盼 望。然若因疫情無法控制,東京奧運勢必改為 閉門比賽。無觀眾的比賽,將改變這段長達近 3 千年以來奧運會觀眾與選手互動形式;無掌 聲、加油等嘈雜聲,或變成機器播放的加油聲, 使奧運粉絲產生失落感, 也會使選手在比賽過 程當中感受不同氛圍。

六、運動設施設置:奧林匹克運動會從競賽、熱 身、練習場地,到選手村、媒體中心與轉播中 心等設施的設置,均有一定規範(教育部, 2017)。其數量眾多、規模龐大,設置多以 群聚的因素加以考量。例如:選手村提供幾 近2萬人住宿約1個月,開、閉幕典禮的會場 需要5萬5千席以上座位,許多賽事的觀眾 座位數也多有萬人以上的要求,較未考量類似 COVID-19 疫情來襲時的因應做法。東京奧運 組委會也依據規定,採取新建、整修、轉換, 以及使用既有場館等策略,於41處地點設置 滿足此次奧運 33 種運動所需的競賽場館。然 而,疫情的風險導致延賽,許多的設施可能面 臨與其他活動撞期無法按照原定計畫使用,致 使建設經費白白損失。

七、行銷贊助推動:此次東京奧運與數近百家涵蓋 IOC 第 14 期的 14 家「奧林匹克全球夥伴」

(The Worldwide Olympic Partners, TOP), 2020 東京奧運贊助廠商之 15 家「黃金夥伴」 (Gold Partners)、32家「官方夥伴」(Official Partners)、22家「官方供應商」(Official Suppliers)企業的合作關係(Tokyo 2020, 2021),按規定應該於奧運結束即終止。然因 延賽未辦活動且時間已延後之彼此權益問題, 也必須透過 Here We Go 這個任務組織加以妥 善解決。

八、媒體公關運行:大型國際賽事往往引人注目, 許多造勢宣傳活動與競賽相關資訊也廣受重 視。因此, 透過良好的公關管道, 告知世人本 賽會活動資訊是重要的工作。以 TOCOPG 的 官員而言,從 2020年 COVID-19 疫情開始, 即飽受停辦等流言的困擾,因此更需要有良好 的媒體公關策略與各界溝通;此外,面對可能 閉門比賽的現實, OBS 及 TOCOPG 應想出良 好的策略,以彌補世界各地的奧運迷無法親臨 2020 東京奧運現場的失落感。以往比完賽,記 者可藉著媒體混和區 (mix zone) 採訪選手; 然而,因疫情之故,恐怕以往的近距離只能隔 著安全距離,甚至遠距視訊來採訪了。

九、管理成本增加:由於 COVID-19 疫情的防治



[圖片提供/紅藍創意]

與延期, TOCOPG 在 2020 年 12 月 4 日進行 第5版預算調整,使2020東京奧運的籌辦 經費預算由 2019 年 12 月所宣布將第 4 版的 126 億美元上修至 154 億美元。增加的成本主 要為 COVID-19 的防疫風險管理經費,其中 6 億美元用於奧運;3億美元用於帕運(Tokyo 2020, 2020)。IOC 再由「奧林匹克團結基金」 (Olympic Solidarity)加碼 4,670 萬美元補助, 以鼓勵各會員國及各利害關係團體參與東京 2020 奧運。

十、賽會效益損失:在經濟效益方面,若因疫情嚴 重,導致東京奧運以及帕運宣布閉門比賽, 除了將損失8億美金(目前已賣出約550萬 張)門票收入外,無觀眾所帶來的觀光收益損 失,據關西大學榮譽教授宮本勝宏(Katsuhiro Miyamoto)之估計約為2兆4千億日圓(約合 224.3 億美元);更甚者若停止比賽則為數 154 億美元的成本將形成浪費,並將帶來4兆5 千億日幣(約420.5億美元)的整體產業產值 損失 (the japan times, 2021);東京也喪失了 向廣大世界民眾介紹該地區的機會,以及帶動 民眾運動風氣與國家認同的非經濟效益機會。

參、未來賽會產業的因應

以上 2020 東京奧運延賽之衝擊,基於賽會風 險管理的觀點,對於未來運動賽會產業推動者之因 應,個人提出以下的看法:

一、安全賽會環境的塑造: IOC 主席 Bach 表示此 次東京奧運延賽的最大考量為參與者之安全 (IOCc, 2020),因此如何塑造安全的賽會環 境,值得各界關注。目前 IOC 係遵照 WHO 有 關群聚活動的規範;就實際案例而言,臺灣有 最佳範例,亦即 2020 年中華職棒大聯盟第 31 年球季,由於防疫措施健全,順利舉行了所 有 240 場季賽以及總冠軍爭霸戰。此為世界 級的成就,因此被「時代雜誌(Time)」選 為 2020 年度大事 (Firsts & Lasts) (Time, 2020),相當值得參考。

- 二、**參與者免疫證明的確認:**賽會籌辦單位應設計 有效機制,藉以辨識若運動賽會的參與者具備 正確的免疫證明,包括未染疫或者已經施打疫 苗證明,方可保證參加或者觀賞此運動賽事安 全無虞。
- 三、自動化服務系統的提供:例如無人化生物辨識 系統、自動化設備、機器人等方式,盡量創造 非人際接觸的環境,除可減少感染機會外亦可 以降低現場服務人力成本。
- 四、遠距比賽的可行性:雖然 IOC 以往不接受電子 競技運動為一種 sport;但 COVID-19 肆虐的 2020年迄今,導致許多傳統運動的訓練、比賽 方式受到限制甚至取消,反觀電子競技運動卻 大行其道。因此在 2020 年 4 月 10 日, IOC 主 席 Bach 也公開呼籲國際運動單項總會應該開 始考慮與電競業者密切合作(Bach, 2020)。 若可透過物聯網,把現有運動競賽方式擴增遠 距化的功能, 在類似此次疫情發生時, 即能減 少利害關係團體群聚的感染風險,讓比賽持續 舉行。
- **五、有彈性的設施空間:**許多單位為因應變化莫測 的疫情發展,採取關門比賽、現場觀眾限量、 安全環境監測、遠距現場觀賽、自動化服務等 策略。因此,運動設施的建設應該跳脫以往動 輒固定座位數萬人的思維,朝向可彈性變動的 設計,以免因為類似此次疫情導致許多場館成 本無法回收而虧本,及空間閒置的不利情形。
- 六、賽會停辦險(cancellation insurance)的推 **動**:就運動賽會風險管理角度而言,有諸多導

致停賽或延賽的原因,例如:天氣(下雨、颱風、地震等自然因素)、暴動、球團勞資糾紛、戰爭、恐怖攻擊等(葉公鼎,2013);而流行病疫情亦屬賽會風險之一,以往不乏因疫情蔓延而導致賽會活動延期或取消的事例(Acquah, Dahal & Sloan, 2016);但並未有如COVID-19同時並長時間影響世界各地許多賽事的情事。因此,除參與者個別保險、賽事單位多投保公共意外責任險(public liability insurance)的傳統作法外,因應此次COVID-19的損失,國外業者開始重視賽會停辦險(Chor, September 2020),例如2021年英國溫布敦網球賽主辦單位即已購買,亦值得賽會舉辦單位及保險業者注意參考。

肆、結語

所謂一葉知秋,2020 年 COVID-19 對東京奧運 的延賽衝擊是 120 餘年來奧運史上所未見,相信世 界許多運動賽會產業組織感同身受並有所啟發。疫 情迄今仍未減緩,人類受此衝擊後,各產業也產生 了不少新的因應做法,在運動賽會產業的世界亦復 如此。若可利用此時機對賽會產業產生創新做法, 使未來的賽會舉行不中斷,籌辦單位所提供的服務 品質提高,未嘗不是因禍得福。**②**

作者葉公鼎為國立體育大學管理學院國際運動管理 與創新博士學位學程教授、鄭宇容為國立體育大學 管理學院休閒產業經營學系碩士生

參考文獻

- 教育部(2017)。**運動設施規範及分級分類參考手** 冊。臺北市:教育部。
- 葉公鼎(2013)。**大型運動賽會經營管理(2** 版),313-338。臺北:華杏圖書有限公司。

- Acquah, Dahal & Sloan (2016). 1918 Influenza Pandemic: In Utero Exposure in the United States and Long-Term Impact on Hospitalizations. American Journal of Public Health September, 107(9).
- Bach, T. (29 April 2020). Olympism and corona. Retrieved from: https://www.olympic.org/news/ioc-president-bachwrites-to-olympic-movement-olympism-and-corona. Swiss: IOC.
- Chor, L. (September 2020). A Turn of Event. BEST'S REVIEW. 88.
- IOCa (8 May 2020). Frequently asked questions about Olympic Games Tokyo 2020. Retrieved from: https://www. olympic.org/news/ioc/tokyo-2020-q-a. Swiss: IOC.
- IOCb (15 July 2020). Senegal and the International Olympic Committee (IOC) have mutually agreed to postpone the Youth Olympic Games (YOG) Dakar 2022 to 2026. Retrieeved from: https://www.olympic.org/news/senegal-and-the-ioc-agree-to-postpone-the-youth-olympic-games-dakar-2022-to-2026. Swiss:POC.
- IOCc (25 March 2020). IOC President: "It will require everybody's efforts to make these games a symbol of hope." Retrieved from: https://www.olympic.org/news/ioc-president-it-will-require-everybody-s-efforts-to-make-these-games-a-symbol-of-hope Swiss: IOC.
- The japan times (23 January 2021). Japanese economy would take ¥2.4 trillion hit with no spectators for Olympics. Retrieved from: https://www.japantimes.co.jp/news/2021/01/23/business/economy-business/tokyoolympics-losses-cancel/.
- Time (2020). The year in firsts & lasts. *Time Magazine Asia*, 196 (23-24), 17. Singapore: Singapore.
- Tokyo 2020, (14 December 2020). OCOG and Other Entities Budget. Retrieved from: https://tokyo2020.org/en/ organising-committee/budgets/. Japan: Tokyo Organizing Committee of Olympic and Paralympic Games.
- Tokyo 2020, (2021). The Worldwide Olympic Partners, TOP. Retrieved from: https://tokyo2020.org/en/ organising-committee/marketing/sponsors/. Japan: Tokyo Organizing Committee of Olympic and Paralympic Games.
- Torelsen, T., & Preuss, H. (2008). The spinning process of hosting a mega sport event: Seven aspects before it all starts. 2008 International Conference of Sport and Recreation Management. Taoyuan: Nation Taiwan Sport University.

新冠疫情對電競產業發展之影響

文 / 李世珍



由中國自行開發的《傳說對決》在2018雅加達亞運被列為比賽項目,並由中國代表隊奪冠。(圖片提供/中華民國電子競技運動協會)

壹、前言

2018年雅加達亞運會是「首次」將電子競技 項目納入大型的體育競賽賽會,「電子競技示範 賽」比賽項目包括競技項目如《爐石戰記》、《星 海爭霸 ||: 虚空之遺》、《部落衝突: 皇室戰爭》、 《傳說對決》、《英雄聯盟》、《世界足球競賽》 等六項比賽項目。其中,《星海爭霸川》賽程, AfreecaTV Nice 黃昱翔代表中華臺北出賽,最後在 金牌戰時,敗給南韓的選手 Maru,得到一面銀牌。 《傳說對決》由中華臺北、中國、香港、泰國、 越南、寮國、印度、印尼等八支隊伍捉對廝殺,

中華臺北代表隊首戰輕取印尼,第二場對上中國 隊不幸落敗進入敗部復活賽,不過在最終賽仍不 敵中國隊而讓出了金牌,奪下二銀一銅的成績。

在亞運會辦理「電子競技示範賽」之後, 很多人也開始關心電競產業的發展。根據荷蘭的 市調機構 Newzoo 於 2020 年 2 月發表的報告, 原先預期 2020 年電子競技營收成長可達 11 億 美元(較去年同期成長15.7%),全球電子競技 觀眾總數將增長到 4.95 億人,比去年同期增長 11.7%。其中,營收預估有 8.22 億美元來自權利 金與贊助收入、1.89 億美元的廣告收入,亞太地 區的中國大陸的營收預計將超過 3.85 億美元,成 為收入最高的電競市場,其次是北美的 2.53 億美 元及和歐洲的 2.01 美元 (Newzoo, 2020)。

貳、疫情對電競產業的衝擊

受新冠病毒(COVID-19)疫情的影響,世界 各地人口移動大幅降低,甚至有的人因封城、隔離 或不敢出門等各種因素,各行各業營收受到不少衝 擊, Newzoo 於同年 10 月將電子競技營收成長下 修至 9.503 億美元 (Newzoo, 2020)。然而,電 子競技的收視觀眾並未因疫情而減少,Twitch 及 Facebook Gaming 兩大遊戲實況平臺的直播或實 況線上收視率增加,產業的家數也沒有太大的影 響,研判主因是受電子競技賽事延辦或停辦所影 響。

- 一、產業範疇:依據教育部於 2019 年 2 月針對《運 動產業內容及範圍》之法規,電子競技業主要 內容與範圍包括以數位遊戲運動競技從事選 手培養、教練培育、競技教學、軟體出版、 賽事之舉辦、宣傳及轉播等行業(教育部, 2019)。教育部體育署(2020)對電競產業 (eSports industry)的定義,包括下列二項: (1)為滿足終端消費者藉由電子競技之娛樂目 的,提供軟硬體設備、電子遊戲、競賽活動、直 /轉播等產品或服務的行業;(2)以支援電競 的軟硬體設備、電競遊戲製作與發行、競賽/賽 事舉辦、直/轉播等四個行業為主,同時包括電 競周邊產品的開發(如相關影音製品、頻道、圖 書、商品、玩具等)。以下則針對上述範疇分別 進行分析。
- 二、**疫情對消費者娛樂為目的之電競行業影響:**根據 市場研究機構NPD Group於2020年3月的調查報

告顯示 (NPD Group, 2020), 美國消費者在 購買所有與遊戲相關的銷售,包括軟體、硬體 及配件,總計達到16億美元,相較去年同期增 長35%。其中軟體的銷售額達到7.39億美元, 增長了34%;硬體躍升了63%,達到4.61億美 元,做為無法隨意出門、或得長期關在家裡的 娛樂消遣。

2020年上半年,全球許多職業體育運動停播, 但由於居家隔離的民眾必須尋找各項娛樂可做,其 中網路影音收視與參與度皆因此飆高,如遊戲玩家 的實況直播平臺 Twitch,內容涵蓋了 91% 比例的 遊戲影音內容,流量排名全球排名上升至33名, 2020年平均在線觀看人數超過 200 萬人次,已高 過2019年的1.5倍,臺灣使用者的排名則為49名, 平均每位使用者每日觀看時間為 7 分 39 秒 (Alexa, 2021) •

三、疫情對軟硬體及周邊之電競行業影響:全球同 樣因為防疫隔離或封城的影響,民眾需要長期 待在家中,誘發宅經濟需求,使得這段期間電 玩相關的軟硬體銷售量暴增,如 2020 年任天 堂開賣的 Switch 生活遊戲《集合啦!動物森 友會》(Animal Crossing: New Horizons), 截至 2020 年 12 月 31 日為止,全球銷量已達 至 3,118 萬套 (Chang, 2021)。美國市值最 高的遊戲大廠暴雪(Activision Blizzard) 2020 年第三季營收達 19.5 億美元,較去年同期的 成長 52% (MoneyDJ, 2020)。

在硬體方面,全球因疫情所衍生出來的宅經 濟與零接觸商機,使電競電腦與筆電的需求大增。 翁毓嵐(2020)提到國際數據資訊(International Data Corporation; IDC) 最新調查報告指出, 2020年全球電競電腦與周邊產品的總出貨量估計 將較 2019 年增長 16.2%,達到 4,960 萬臺,預計 2024年出貨量達 6,190 萬臺。

年度	2020		20	年複合成長率	
產品	出貨量(萬臺)	ASP(美元)	出貨量(萬臺)	ASP(美元)	(%)
電競桌機	1,480	699	1,580	671	1.6
電競螢幕	1,240	348	1,600	341	6.4
電競筆電	2,230	967	3,020	955	7.9
合 計	4,960	_	6,190	_	5.7

表 1 電競電腦與周邊出貨量預估

資料來源:翁毓嵐 (2020)。



因電競產業營收大幅躍升,使電競電腦與筆電的需求大 增。(圖片提供/紅藍創意)

各大體育賽事活動因疫情而被迫停賽,但 對電競競賽相關的賽事相對影響較小,成為疫情 之下少數能維持運作的聯賽,如電子競技聯盟 (Electronic Sports League, ESL)、銳玩遊戲 (Riot Games)及暴雪,皆繼續進行賽事,但會 取消現場觀眾,或改以線上比賽方式進行。其中, 讓電競及手遊玩家引頸期盼的手遊《英雄聯盟: 激鬥峽谷》也於 2021 年 10 月開始於各地進行公 測,臺灣也在同年12月正式推出,東南亞區季前 賽也已在今(2021)年2月登場。

四、政府對振興運動產業措施:教育部依中央流行 疫情指揮中心公布如疫情較為趨緩後,立即 啟動「運動產業振興-運動抵用方案」措施, 教育部體育署協助運動事業及從業人員於疫 情後可持續經營之能量,鼓勵民眾於疫情趨 緩後積極投入運動健身或參與體育活動,響應 防疫新生活,補助民眾以「動滋券」使用合法 設立之運動場館業者、參加體育活動或觀賞運 動賽事,每人抵用消費額度最高500元,自 2020年8月8日正式抵用至2021年1月31 日為止,實施共179天,已逐步發揮出成效、 帶動產業復甦。

其中,電子競技業者申請成為「動滋券」合作 店家共計58家,最後僅15家實際參與收受民 眾動滋券的工作,參與合作業者的營運範圍, 包括販售電競軟硬體及周邊商品的之業者、電 子競技場館業者、資訊休閒服務(網咖)業者 等。民眾使用「動滋券」至店家抵用金額共計 15.4億元,消費金額創造5.3億元的消費金額, 抵用乘數約3.45倍,高於整體平均的1.34倍 (教育部體育署,2021)。

參、後疫情時代電競產業之展望

電子競技產業雖然已列入《運動產業發展條 例》之中,卻尚未成為政府正式承認的運動項目, 就現階段的發展來說,政府仍視國際奧委會的動向 才會將電競列入正式運動項目,也成為國內發展電 競產業的挑戰之一。然而自 2018 年在印尼雅加達 舉辦的亞運會,已首次將電競納入示範項目,緊接

著,2020 年 12 月亞洲奧林匹克理事會(Olympic Council of Asia;OCA)宣布,同意籌辦委員會將把電競納入正式競技項目之中,代表電競選手贏取的獎牌將正式計算在各國獎牌統計之中。OCA主席沙巴認為,電競是一種還沒被傳統體育廣泛接受的運動,而亞奧會願意向年輕人提供一個開放舞臺,持續推動電競主流化。這是電子競技繼 2018 年雅加達亞運會後,將再次出現在亞運賽場上另一次突破(簡育詮,2020)。

肆、結論

疫情雖然帶給產業不少衝擊,同時也加速部分 產業的發展,建議政府應在疫情結束後即早思考將 電子競技列入為運動比賽項目的方向。短期策略方 面,可以先強化相關電競專業人才培育與人才供需 協調之措施,在中期策略方面,可調整法規來增加 產業發展的誘因,例如鼓勵民間參與贊助和投資電 子競技運動事業發展,以建構活絡電競產業的利基 點。在短期策略方面,制定「促進電子競技運動發 展獎助辦法」,對於從事電子競技運動的單位進行 獎補助,包含研發創新、舉辦賽事、直轉播活動等, 此外,就現有的規定補助「參與」或「觀賞」電競 運動的消費支出與學校或弱勢團體觀賞及參與活動 等,不僅建立起電競運動項目及其周邊產業的完整 供應鏈,更為提升民眾素質與健康樂活的生活方式。

(4)

作者李世珍為財團法人商業發展研究院經營模式創 新研究所副所長

參考文獻

翁毓嵐(2020)。電競PC熱全球出貨拚5千萬台。中時新聞網。2021年2月10日取自:https://www.chinatimes.com/newspapers/20201010000145-2602047chdty。

- 教育部(2019)。運動產業內容及範圍。教育部主管法規查詢系統。2021年3月10日取自:https://edu.law.moe.gov.tw/LawContent.aspx?id=GL000913。
- 教育部體育署(2020)。「107-108年度電競產業 願景、策略及政策推動計畫」期末報告。臺北 市:教育部。
- 教育部體育署(2021)。「運動產業紓困與振興方案」執行情形。
- 簡育詮(2020)。更進一步!電競成2022杭州亞運 正式競技項目NewTalk新聞。2021年2月10日 取自:https://newtalk.tw/news/view/2020-12-717/510075。
- Chang Alicia.(2021)。《集合啦!動物森友會》 是過去9個月來最暢銷的Switch遊戲。2021年 2月15日取自:https://www.gamereactor.cn/ news/237383/。
- MoneyDJ(2020)。電競股飆高!疫情帶動宅經濟,美國電玩市場續旺。TechNews。2021年2月15日取自:https://finance.technews.tw/2020/11/02/covid-19-gaming-stock/。
- Adam Epstein. (2021) .Twitch is the undisputed champion of video game streaming. QUARTZ.
- Alexa. (2021). Twitch.tv competitive analysis, marketing mix and traffic ,Alexa. Retrieved from: https://www.alexa.com/siteinfo/twitch.tv. 2021/2/15.
- NPD Group (2020), First Quarter 2020 Sales of U.S. Video Games Boosted by Strong March Performance, The NPD Group, https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2020/first-quarter-2020-sales-of-us-video-games-boosted-by-strong-march-performance-according-to-the-npd-group/, Retrieved 2021/3/10.
- Newzoo. (2020). Newzoo Global Esports Market Report 2020 Light Version. Newzoo.Remer Rietkerk (2020), COVID-19 Continues to Impact the Esports Market: Newzoo Revises Its Esports Revenue Forecast, Newzoo.
- NPD Group. (2020). First Quarter 2020 Sales of U.S. Video Games Boosted by Strong March Performance. The NPD Group. Retrieved from: https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2020/first-quarter-2020-sales-of-us-video-games-boosted-by-strong-march-performance-according-to-the-npd-group/.2021/3/10.

台灣運動彩券於新冠疫情之 因應策略

文 / 林博泰

壹、前言

2020年初嚴重特殊傳染性新冠肺炎疫情 (COVID-19)快速且全面性爆發,對全球各行各業 都造成衝擊及影響,運動產業也首當其衝,特別是 需要面對面進行競技的運動比賽,可以說是停的停、 延的延,以運動競技為標的的運動彩券連帶也成為 疫情的重災戶,在這樣的衝擊及影響下如何應變及 因應,讓國家據以發展體育運動重要基金主要來源 的運動彩券,得以走出困境並穩定地長期發展,便 是現階段後新冠疫情時代極為重要的課題。

貳、短期的衝擊與應變措施

2020年初疫情剛爆發時,先是中國男子籃球 職業聯賽(中國職籃)2月1日起無限期停賽, 接著日本職業籃球聯賽2月28日也開始喊停,3 月12日美國國家籃球協會(National Basketball Association, NBA) 因球員確診感染新冠病毒, 立 即宣布無限期停賽,隨之全球各大職業聯賽及國際 賽事也接續宣布無限期停賽或延賽。

全球運動賽事幾平完全停擺的情況下,台灣運 動彩券瞬間成為「零產品」、「零銷售」、「零收 入」的「3零」產業,嚴重衝擊所有1,600家運動 彩券經銷商的生計以及政府藉以發展國家體育運動 的「運動發展基金」收入。

為減緩各大運動賽事停賽對運彩銷售及運發基 金的衝擊,台灣運彩於 NBA 宣布無限期停賽的隔日 (即3/13日)立即向主管機關體育署提報「緊急應 變計畫」,主管機關也在3月14日、3月15日第 一時間加班審查,並於3月16日召開業務督導委 員會審議。獲主管機關及督導委員會同意後,台灣 運動彩券立刻啓動以下三大應變措施。

措施 新增「其他」投注標的賽事—加開未因疫情 停賽之賽事

由於原本奉核可供開立的各大運動賽事幾乎全 而停擺, 面對架上沒產品可賣的困境, 只能另尋其 他還有比賽的投注標的,所幸當時仍有少數國家/ 地區的小型或區域型賽事不畏疫情還有比賽,將其 納入緊急應變計畫經主管機關同意後提供投注,包 括;足球的白俄羅斯超級聯賽、哥斯大黎加甲級聯 賽、尼加拉瓜甲級聯賽、網球的俄羅斯男子職業網 球聯盟、籃球的塔吉克國家聯賽、喀麥隆國家錦標 賽、冰球的俄羅斯彗星聯賽、排球的俄羅斯職業排 球聯賽,及羽球的亞美尼亞無限盃(男子單打)等 137 個賽事,約7,500 場的比賽,解決當時完全沒 有銷售的燃眉之急。

緊急應變計畫同時也獲准可以將較不受新冠疫 情影響的「電子運動競技(簡稱電競)」納入常態 性發行,包括曾在2018年雅加達亞運獲專案核准 提供冠軍投注的「英雄聯盟(League of Legends, LoL)」,以及近年來廣受大家喜愛的「電競足球」, 包括英乙球隊萊頓東方 (Leyton Orient) 發起的「電 競足球終極賽」以及俄羅斯「電競職業聯盟 Liga Pro」舉辦的「電競足球職業聯賽 (eFootball Liga Pro) 」,對銷售也有一定的貢獻。



圖1、運動彩券緊急應變措施 資料來源:台灣運彩(2020)。

措施二 強化投注賽事玩法—加開「場中投注」及 「單場」玩法

在全球各主要運動賽事停賽期間還能不畏疫情 進行比賽的投注標的,絕大多數是運彩購券者不熟 悉的國家/地區的賽事,為刺激並吸引消費者投注, 台灣運彩大量祭出平日即廣受大家喜愛的「場中投 注,及(或)「單場」玩法,平均每週超過100場, 並在全球各主要運動賽事陸續恢復比賽後,持續加 開「場中投注」及(或)「單場」玩法,以加速追 補停賽期間之銷售。

整個緊急應變計畫執行期間(2020/3/16至 2020/12/31) 總共就363個標的賽事,包括棒球的 中華職業棒球大聯盟(中職)、KBO聯賽(Korea Baseball Organization League, KBO, 韓職)、 社團法人日本野球機構(Nippon Professional Baseball, NPB, 日職),籃球的超級聯賽、 中國職籃,足球的德國甲級足球聯賽(Fußball-Bundesliga,德甲),大韓民國頂級足球聯賽(K League 1, 韓K1),網球的俄羅斯男網,及冰球的國 家冰球聯盟(National Hockey League, NHL, 國家聯 盟)等,合計超過12,000場的比賽都有提供「場中投 注」及(或)「單場」玩法。

措施三 提高獎金支出率

依據運動彩券發行條例第6條規定,運動彩券獎 金支出不得超過售出彩券總金額之 78%,但發行機構 提出營運維持計畫或配套措施,經主管機關核准者,不 在此限。

考量「措施一」新增的 7,500 場投注標的多為購券 者不熟悉國家/地區的賽事,以及「措施二」加開超過 12,000 場的「場中投注」及「單場」玩法,獎金支出 率均需高於法定 78% 的上限,為吸引購券者投注,追 補銷售的缺口,乃提請主管機關同意提高獎金支出率, 並就超出法定上限 78% 的部分動支責任準備金支應。

另外也在疫情銷售清淡的期間透過影片教學加強經 銷商人才培育訓練, 並協助主管機關受理經銷商紓困補 助金申請及發放作業,攜手共渡疫情難關(如圖1)。

全案緊急應變在主管機關政策支持以及全體近 1,600 家經銷商共同努力下有了顯著的成效,讓 2020 年受疫情影響原本可能只剩 198 億的銷售,成功追補 205 億,達 403 億,順利達成並超過年度預定銷售的 391 億目標,也成功挹注國家運動發展基金逾40億(如 圖 2)。

2020年運動彩券在其他國家受新冠疫情衝擊大幅 衰退的同時(如圖3),我國緊急應變得宜,全年銷售 再次站上 400 億大關,可說是我國抗疫有成的再一項 實證。

參、中長期的影響與因應策略的探討

本以為新冠疫情會跟以前的傳染病一樣在幾個月的 肆虐後就會獲得控制,沒想到一個月盼過一個月,未見 好轉卻更甚嚴重,努力抗疫希望可以如期舉行的 2020

緊急應變措施成功將 2020 年銷售拉升至 403 億

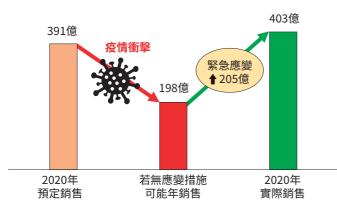


圖2、緊急應變措施成功拉升2020年銷售 資料來源:台灣運彩 (2020) o

東京奧運還是敵不過疫情順延到今年,甚至今年7 月能否如期舉行到現在(2月初)都還是個未知數, 完全須有運動賽事舉行才能有產品銷售的運動彩 券,除短期應變勉強渡過一時外,勢必也得要有中 長期的因應策略,就讓我們從新冠疫情一年來運彩 銷售結構的改變以及美、英等國運彩的他山之石來 探討可能的因應策略。

探討 運彩銷售結構的改變 產品多樣性及虛擬 通路的重要性

應變疫情近一年的結果,運彩銷售有了3個結 構性的變化:首先就是,足球的銷售首度在非世足 年超越棒、籃球。因為足球是全世界最多國家 / 地 區都有的賽事,有些國家/地區不畏疫情照常開踢, 運彩藉以加場銷售的結果,足球年銷售額創歷史新 高達 165 億, 佔整體銷售的 41%。

其次就是,運彩網路投注的金額及比例加速提 高,由於民眾減少外出,透過網路投注的金額首次 超過 120 億,達整體銷售的 30%。

最後就是,去年第二季開始常態性提供的新產 品電競銷售亮眼,創下2億元的銷售,其中英雄聯 盟世界大賽單一賽事短短一個月即吸引超過1億元 的投注,後勢看漲。

探討 美、英等國運彩的他山之石—虛擬運動競 技發行的必要性

美國雖然是近幾年才放寬運動博弈,但其發展 範疇及規模正以驚人的速度進行。2018年在最高法 院推翻「職業與業餘運動保護法案」(Professional and Amateur Sports Protection Act, PASPA)後, 全美各州都全力開始發展其運動博弈產業,短短 3年就有24個州將運動博弈合法化。美國是受新 冠疫情影響最嚴重的國家之一,疫情導致各州稅 收短缺, 急需運動博弈業帶來新稅收, 美國博弈 協會(American Gaming Association, AGA)副 總裁凱爾克 (Chris Cylke, Senior Vice President, Government Relations) 就表示將考慮持續擴大運 動博弈的範圍,並將討論各州開放線上的運動博弈 (online sports betting) (CBS Philly, 2020) •

奧勒岡州彩券局 (Oregon Lottery)2019年10 月才開放實體賽事的運動博弈,隨即銷售暢旺,平 均單月營收 15.1 百萬美元, 2020 年 4 月在疫情衝 擊下絕大多數實體運動競技停賽,銷售僅剩4.4百 萬美元,大幅減少7成,彩券當局隨即於6月宣布 開放虛擬運動競技(virtual sports),並於10月正 式上市接受投注,11 月營收立即上揚達 25 百萬美 元,較前一年同期的17百萬美元大幅增加47%, 同時也成為美國繼紐澤西州第二個提供虛擬運動競 技投注的彩券局。(Oregon Lottery Commission, 2020) 。

英國是世界各國運動博弈的先驅者之一,無 論是實體或是虛擬運動競技的投注都是行之多年, 新冠疫情肆虐下,英國博彩委員會(Gambling Commission UK) 2020年7月公布一份疫情對博 弈業影響的調查報告,其中,虛擬運動競技受惠於

實體賽事的停賽/延賽,成為英國民眾運動博弈的主要標的之一,不論是在投注的人數、筆數或是金額,在新冠疫情最嚴重也是實體賽事幾乎完全停擺的3月及4月都有非常顯著的增長,成功填補無實體賽事時的銷售,當5月德甲足球聯賽恢復比賽後,才又回到實體賽事的投注。

就拿投注人數來說,2020年3月的下半月在疫情重創幾乎無實體賽事的情況下,實體運動競技的投注人數較2019年未有疫情影響的3月同期減少11%,虛擬運動競技則是大幅增長88%;接著4月幾乎整個月都沒有運動比賽的情況下,實體運動競技的投注人數又較前一個月減少55%,虛擬運動競技的投注人數則是繼續大幅較前一個月成長44%(Gambling Commission UK, 2020 July)(如圖4);5月隨著德甲等足球賽的復賽,民眾的投注才又回到實體運動競技上,充份證明虛擬運動競技的投注可以成功填補無實體賽事時的銷售。

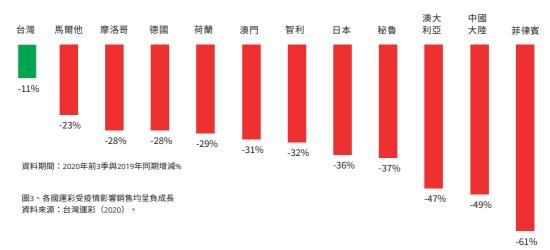
依國外發行虛擬運動競技的經驗,虛擬運動競技是使用真實世界中的運動競技例如足球、網球、 賽車等比賽過程設計為動畫,提供固定賠率的運彩 玩法讓消費者可以投注,並將亂數產生之比賽結果, 呈現於虛擬運動競技的畫面上。虛擬運動競技讓運 動彩券可以多一個開盤的主動性,減緩實體賽事停 賽對國家運動發展基金收入的影響。

肆、總結

這次新冠疫情的來襲,讓臺灣的運動彩券深切體認到整個發行體系存在一個非常危險的「系統性風險」,那就是「所有的雞蛋都放在同一個籃子」,亦即「所有的產品都必須靠有實體的比賽才可以被動性開盤提供」,也就是說,只要没了實體的比賽,台灣的運動彩券就成了「零產品」、「零銷售」、「零收入」的「3零」產業。

去年所幸緊急應變計畫獲政府即時且強力地支持,才能讓運動彩券得以渡過難關並再度站上 400 億銷售大關,挹注國家運動發展基金逾 40 億。但今年新冠疫情迄今(2 月初)仍未見趨緩,甚至有更嚴重的情形,各國主要聯賽雖然努力防疫讓賽事儘可能舉行,但隨著選手不斷傳出染疫,可如期比賽的隊伍愈來愈少,如 NBA 聯盟 30 支隊伍目前僅剩籃網、尼克、暴龍、金塊、湖人及快艇等 6 隊的

2020年前3季台灣運彩銷售衰退幅度遠小於其他國家



21

英國虛擬運動競技的投注人數在無實體賽事的新冠肺炎疫情期間大幅增長

	2020 年 3 月份與 2019 年 同期增減 % % y-o-y change March	2020 年 4 月與 3 月份增減 % % change from March 2020 to April 2020	2020 年 5 月與 4 月增減 % % change from April 2020 to May 2020
老虎機遊戲 Slots	25%	-2%	-5%
其他遊戲 Other gaming (including casino)	13%	5%	-4%
運動博弈 (實體運動競技) Betting (Real event)	-11%	-55%	13%
運動博弈 (虛擬運動競技) Betting (Virtual)	88%	44%	-48%
撲克 Poker	53%	53%	-11%

圖4、英國新冠肺炎疫情期間消費者投注標的之變化 資料來源:英國博彩委員會(2020)。

球員未受影響能完全如常出賽(陳元廷,2020年1 月28日),延賽一年的2020東京奧運今年7月能 否如期舉行還是個未知數。

台灣運彩當然會努力把握有比賽可以開盤的機 會盡力開盤,善用去年應變的經驗,讓可開盤的國 家、地區及賽事種類更多樣,也會讓網路投注更便 利,服務更多宅在家裡不出門的客戶,但因應新冠 疫情正本清源的做法還是應該仿效歐美各國,立法 將虛擬運動競技納入投注標的,讓運動彩券可以多 一個開盤的主動性,讓國家運動發展基金主要的來 源可以架構在一個更穩定的基礎上,長期且穩定的 發展。 🖸

作者台灣運動彩券股份有限公司 總經理 林博泰

參考文獻

陳元廷(2020年1月28日)。檢驗報告僅新增1例 確診 聯盟公佈上半季賽程調整。聯合新聞網。 2020年2月1日,取自聯合新聞網:https://nba. udn.com/nba/story/6780/5211611

Experts: COVID-19, Fan Eagerness May Expand Sports Betting, Online Casino Gambling. (2020, Dec 1). ATLANTIC CITY, N.J.: CBS Philly. Retrieved Jan 27, 2021, from the World Wide Web: https://philadelphia. cbslocal.com/2020/12/01/experts-covid-19-faneagerness-may-expand-sports-betting-online-casinogambling/

Oregon Lottery Commission Meeting. (2020, May 29). April 2020 Approved financial Statements [Announcement]. Oregon State: Author. Retrieved Jan 26, 2021, from the World Wide Web https://www.oregonlottery.org/ assets/wp-content/uploads/2020/04/Commission-Jan-2020-E2.pdf

Oregon Lottery Commission Meeting. (2020, Dec 18). November 2020 Approved financial Statements [Announcement]. Oregon State: Author. Retrieved Jan 26, 2021, from the World Wide Web https://www. oregonlottery.org/assets/wp-content/uploads/2020/12/ November-2020-approved-financial-statements.pdf

Oregon Lottery Commission Meeting. (2021, Jan 27). December 2020 Approved financial Statements [Announcement]. Oregon State: Author. Retrieved Feb 2, 2021, from the World Wide Web https://www. oregonlottery.org/assets/wp-content/uploads/2021/01/ EX-3-Approved-December-2020-financial-statements. pdf

Covid-19 and its impact on gambling - what we know so far [Updated July 2020] by Gambling Commission UK (2020 July). Birmingham: Gambling Commission. Retrieved Jan 15, 2021, from the World Wide Web: https://www.gamblingcommission.gov.uk/news-actionand-statistics/Statistics-and-research/Covid-19-research/ Covid-19-updated-July-2020/Covid-19-and-its-impacton-gambling-%E2%80%93-what-we-know-so-far-July-2020.aspx

疫情下國際鎖國對運動旅遊產業 發展的影響

文/江崇標

壹、前言

自 2020 年 3 月起受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情 影響,全球經濟發展停滯,許多國家為控制病毒傳 播,實施旅遊限制與封閉邊境,致使全球各地生活 模式改變也影響許多國際體育賽事。

在臺灣,因政府持續對國人進行疫情宣導,戴 口罩、勤洗手、定期量體溫,以及規範室內應保持 社交距離、出入實聯名制和定期清潔消毒環境,在 國際中繳出亮眼的防疫成績單。在限制下,國人在 2020年4月至7月的連續假期間,衍生報復性旅 游的「國旅大爆發」。

貳、歷年運動現況調查與觀光旅遊調查

一、國人歷年運動現況調查

體育署歷年的運動現況調查在受疫情衝擊下, 2020年最新調查指出;因疫情控制得宜下,七 成民眾運動不受影響,惟「運動人口」以及「規

90 至 108 年國人國內旅遊比率圖 98 96 94 **8** 92 旅遊比率(88 88 98 06 84 82 80 101年 102年 103年

圖1 2001年至2019年國人國內旅遊比率 資料來源:作者整理白交诵部觀光局(2001-2019)。 律運動人口」比例,都較去年微幅下降;「運 動人口(82.8%)」比例,自 2008 年以來連續 13 年維持 8 成以上的高運動參與比例;「規律 運動人口(33.0%)」比例,自2014年開始連 續7年穩定維持33.0%以上。國人雖然因疫情 受到運動場館的進出與社交距離的管制下,使 規律運動人口比例略降。但因疫情控制良好, 民眾認為生活快樂的比例為81.6%,較前年的 (78.3%) 上升 3.3%。在全球疫情中,臺灣是 少數能在控制下維持正常生活的國家(中華民 國 109 年運動現況調查,教育部體育署)。

二、 國人歷年觀光旅遊調查

觀光產業是地方經濟發展的重要角色,除了遊 客需求與偏好外,觀光發展通常對於國際與國 內整體大環境的變化有強烈敏感性,如氣候變 化、天然災害、重大意外、重要政策等,都影 響國人旅遊的選擇和意願。



圖2 2001年至2019年國人平均每人國內旅遊次數 資料來源:作者整理白交诵部觀光局(2001-2019)。

觀光局歷年針對國人進行國內旅遊之相關調查 彙整分析如下:

(一)國人國內旅游比率

1998年1月1日,施行隔週「週休二日」; 2001年1月1日起,全面實施「週休二 日」。就國人國內旅遊調查資料(圖1)來 看,20年來,國人於經濟成長及物質生活 滿足後,開始重視有品味的休閒生活,短 天數、精緻型旅遊型態逐漸在旅遊市場上 受重視。政府及業者積極開拓國民旅游市 場,國人開始享受本土化、精緻型休閒旅 遊。尤其實施隔週休二日及實施週休二日 後,國人休閒時間增加,刺激國民旅游意 願,從而促進整體休閒旅遊發展。

(二)國人國內旅遊次數

國人平均國內旅遊次數(詳圖2)是成長狀 態。國內旅遊在2005、2008和2009年旅 遊次數低於5次,肇因天災造成道路坍方 中斷、橋樑封閉,畢業旅行車禍、物價上 漲,以及全球金融海嘯、H1N1新型流感等 影響,致使國人國內旅遊意願下降。

(三)國人國內旅遊目的

國人國內旅遊目的在「觀光、遊憩、度 假」從2011年的72.6%逐漸提高至今2020 年的81.4%。「觀光、遊憩、度假」包括 **純觀光旅游、健身運動度假、生態旅遊、** 會議或學習型度假、宗教旅行。「觀光旅 遊」為國人每年國內旅遊首要項目,其 次為「健身運動度假」,再者為「宗教旅 行」。

(四)國人國內旅遊天數

國人國內旅遊天數平均約1.6天。平均旅 游規劃為當天來回佔67.2%;2天1夜游為

20.6%; 3天2夜者, 佔8.8%; 4天以上的 旅遊規劃比率最低,為3.5%。國旅的旅遊 規劃以「當天來回」為主要,其次為「2天 1夜」。

此外,民國87(1998)年和民國89 (2000)臺灣實施「隔週休二日」與實施 「週休二日」後,發現國內旅遊以「週末 及星期日」為大宗,其次為「平常日」, 「國定假日」反而出遊比率較低。

三、小結

依據體育署最新的運動現況調查報告,在疫情 控制下,七成民眾運動不受影響,惟「運動人 口」以及「規律運動人口」比例,雖較去年微 幅下降但比例也相去不遠,而調查顯示在運動 下,生活快樂比例上升3.3%。

在觀光局的國人旅遊調查資料中,國人對於旅 游需求、品味和目的,以短天數、精緻型旅游 型態在市場上成為趨勢。

交通部於 2021 年初舉辦 2021 疫後觀光轉型論 壇一超前蛻變 · 駕馭未來。在紓困及振興協助 同時啟動轉型與升級,讓政府與民間攜手將危 機化為轉機,掌握產業轉型機會,刺激臺灣觀 光產業及早掌握後疫情時代的競爭優勢。

參、運動休閒旅遊「心」生活

2020年5月衛福部提倡「防疫『新』生活運 動」,以「防疫樂活新態度」從戶外活動及餐飲兩 個面向,鼓勵民眾落實防疫之餘,也能放鬆享受生 活。

本文延續「防疫『新』生活運動」政策,提出「運 動休閒旅遊『心』生活」轉型行動;讓後疫情外在 環境改變下的國人,導向在休閒運動、休閒旅遊的 思考模式與習慣改變,業者與政府整合環境資源提 出和推廣創新遊程,經由休閒參與運動,或是透過 觀光進行運動走出戶外同時結合地方特色達到「運 動休閒觀光『心』生活」,紓解身、心、靈,也維 持國人體適能及建立規律運動習慣,未來發展以運 動的體驗完成休閒旅遊觀光模式。

提出以下說明與案例,以建立國人的「運動休 閒旅遊『心』生活」。

一、落實「運動旅遊」共好

(一)運動與觀光產業結合

隨著全球對於健康意識提升,運動競賽活動 日趨頻繁,人們利用休閒選擇戶外旅遊機會 從事運動賽事,成為當今流行趨勢,運動已 成為觀光主要目的之一。

運動旅遊的發展過程中,除了需要個人或團 體帶著參與動機外,另外在隨著社會結構的 轉變,包括交通運輸、餐飲住宿、景點的選 擇,必須透過合理的市場定位,才能有效地 行銷運動旅遊產品。運動旅遊讓「運動」與 「觀光」結合,其所含蓋的產業並非只是一 種產業的結合關係而已。在觀光產業的體驗 中,運動的價值更容易被突顯出來,二者的 特殊性及所帶來的附加價值更是運動旅遊產 業發展的核心,透過運動拓展遊客新奇興奮 的體驗,藉以豐富及增加遊客的正面感受, 而透過觀光也可以提升運動產業的發展。

(二)運動與觀光產業共好

運動旅遊兼具運動健康的特性與觀光旅遊休 閒的選擇,已經成為國際觀光產業的主流趨 勢。東部的官蘭和花蓮是臺灣的後山,筆者 提出在後疫情時代適合將「運動」結合「觀 光」的戶外活動項目:

1. 安農溪畔的「公園高爾夫」

官蘭縣安農溪流域經整治營浩出大片綠地及



圖3 宜蘭三星鄉安農溪畔公園高爾夫環境照 圖片來源:作者提供(2019)。

適合單車等健康休閒運動,為滿足社區參與 及促進地方運動旅遊,政府於三星鄉安農溪 畔打造占地 2 公頃的公園高爾夫球場。公園 高爾夫為 1983 年在日本北海道幕別町誕生 的運動(幕別町觀光物產協會網站),是一 種在高低起伏的草皮上打球進洞計算桿數競 賽的運動,性質結合槌球與正統高爾夫球, 由於容易上手和規則簡單,並且適合老人、 小孩。因此安農溪尾塹橋上下游各 350 公尺 長度及30公尺寬度範圍內規劃18洞的球 道,搭配綠美化及休憩景石座椅的規劃,提 供民眾、遊客及球友一個優質的戶外活動場 域,吸引很多運動旅遊游客前來體驗。

2. 冬山河生態綠舟「划獨木舟」

官蘭縣「冬山河生態綠舟」佔地約16公頃, 兩岸有冬山河自行車道。位於冬山河中、上 游,遊客可以利用冬山河地形地勢之特色, 划著色彩繽紛的獨木舟,體驗以河道為畫布 繪出美麗的運動旅遊體驗畫冊。

3. 吉安「自行車道」體驗樂

2020年初,吉安鄉榮獲臺灣經典小鎮2.0殊



圖4 宜蘭冬山鄉冬山河生熊綠舟划獨木舟景像照 圖片來源:作者提供(2019)。



圖5 花蓮縣吉安鄉木瓜溪自行車道環境體驗活動照 圖片來源:作者提供(2020)。

榮,同時也兼具山城小鎮風光成為全國新亮 點。吉安鄉為發展運動旅遊游程於鄉內建構 「環鄉自行車道網絡」,推動「體驗觀光・ 點亮村落」計畫,以小眾精緻的在地動觀光 游程行程,讓旅客放慢速度感受吉安鄉的人 情與溫度(吉安鄉公所網站)。

4. 壽豐「攀樹小泰山」活動

豐裡國小位於花蓮縣壽豐鄉的豐田,在日治 時期是花蓮境內三個官營移民村之一。成立 於1993年,是一處具歷史悠久的校園,藉由 校園中的茄苳、欖仁、榕樹老樹,體驗攀樹 與走繩樂趣與運動技巧,利用繩索力學的特 性, 啟動身體核心肌群, 並在繩索及安全確 保下,成為愛護環境與樹木的「小泰山」, 從不同高度的視野享受別人無法想像的大自 然親近模式。

二、建立「運動休閒觀光『心』生活」

運動旅遊分為觀賞型與參與型,在後疫情時代 落實防疫之餘可以聚焦於一日行或2天1夜之 「參與型」的運動旅遊;使不論有無運動習慣 的學齡前、學生族、上班族、菜籃族、銀髮族, 都可以透過休閒參與運動,或是透過觀光進行 運動走出戶外結合地方特色達到「運動休閒觀 光『心』生活」。

透過運動旅遊的引線進行休閒行為與觀光活 動,將各元素串起成為珍珠般的項鍊,除了紓 解身心靈外,同時也加強個人體適能及養成規 律運動習慣,未來更期待國人以選擇運動的方 式完成休閒觀光。

肆、結語

隨著國人健康意識提升,各種運動休閒活動鼓 勵國人從心底養成運動習慣的態度,發展成島內國 民休閒新趨勢,搭配臺灣豐富的自然和人文資源, 除帶動在地觀光產業新形態發展外,更可搭配政策 推動「防疫新生活運動」。讓國人走出戶外同時結 合地方環境特色、體驗道地的「食、宿、遊、購、 行」,進行運動旅遊不僅加乘「防疫新生活運動」, 也提升了運動旅游旅游服務品質,達到「運動休閒 觀光『心』生活」,同時獲得如下效益:



圖6 花蓮縣壽豐鄉豐裡國小攀樹體驗活動照 圖片來源:作者提供(2020)。

-、運動人口增加,國人身心健康又快樂

依據體育署近來5年來的「運動現況調查報 告」;全民運動人口從2016年的82.3%,逐 步提升至 2019 年為 83.6%, 去年(2020) 乃 因疫情關係略降為82.8%,但規律運動人口比 例,仍穩定維持在33.0%以上,且在疫情控制 良好下,民眾認為生活快樂的比例為81.6%, 較前年(2019)的(78.3%)上升3.3%。可知 全民運動人口增加外,同時也獲得健康與快樂 的幸福感。

二、持續安全防疫,養成規律戶外活動

在疫情中政府希望民眾在維持個人防疫措施 下,放心參與戶外活動。觀光局繼 2020 脊梁山 脈旅遊年推動 2.0 的「山城小鎮」,以及 2021 自行車旅遊年和「經典小鎮3.0」,結合小鎮風 光及臺灣特有山脈,讓國人進行國內的戶外運 動旅遊,導引國人透過運動模式深度旅遊在地 文化體驗,帶動「漫遊。慢遊」新熱潮。

三、運動旅遊市場潛力大,創造可觀旅遊產值

2020年,因疫情許多路跑活動場次取消。單 就近年臺灣路跑、馬拉松等運動賽事來看,自 2005年的全年42 場次、2014年的448 場次, 至 2017 年約將近 1,000 的活動場次。路跑、 馬拉松等運動賽事,所帶來的經濟效益也是運 動旅遊一大誘因。

體育署為促進運動產業發展,鼓勵運動產業與 異業結盟,自 2012 至 2018 年,辦理優質運動 遊程徵選,讓運動與旅遊深度結合;透過運動 拓展遊客新奇與興奮的潛能,藉以豐富及增加 遊客旅遊經驗,並藉由旅遊提升運動的發展, 讓全臺各地的特有旅遊資源,設計出好玩又新 鮮的運動游程。徵選出來的優質運動游程帶領 大家在探索臺灣風光的同時,也能體驗運動所 創造出的健康價值。

四、地方創生特色,讓運動旅遊服務升值

2020年是疫情年,也是地方創生元年,臺灣 各地方社區及偏鄉極富特色之人文風采、地景 地貌、產業歷史、工藝傳承均深藏文化內涵, 國發會挖掘在地文化底蘊,形塑地方創生產業 策略,推動「設計翻轉、地方創生」計畫,藉 由盤點各地「地、產、人」特色資源,以「創意、 創新、創業、創生」的策略規劃,開拓地方深 具特色的產業資源,引導優質人才專業服務與 回饋故鄉,透過地域、產業與優秀人才的多元 結合,以設計手法加值運用,帶動產業發展及 地方文化提升,使社區、聚落及偏鄉重新形塑 不同以往的風華。

新冠疫情對全球有重大影響,帶動國際鎖國風 潮。觀光局提出《2030台灣觀光政策白皮書》積 極以政策引導產業轉型,除超前部署及跨部會共同 推動外,並將觀光主流化推展到全國。臺灣的運動 旅遊旅遊雖然潛力大,但仍有很大努力空間,需要 靠各部門縝密規劃與共同行銷推廣;除了持續強化 國人養成運動習慣,保持防疫樂活新態度、落實新 生活運動,提高對運動旅遊的參與度與滿意度。更 須創造國內運動旅遊的品牌,以共創民眾、運動旅 遊產業業者及政府三贏局面,在後疫情時代將戶外 運動促成臺灣觀光主流化。 🙆

作者江崇標為宏國德霖科技大學休閒事業管理系助 理教授、國立體育大學體研所博士生

參考文獻

- 交通部觀光局(2020,5月)。TaiwanTourism 2030 台灣觀光政策白皮書。取自:https:// blog.xinmedia.com/article/185129 •
- 交通部觀光局(2017)。「體育運動政策白皮書」 2017修訂版。取自:https://www.sa.gov.tw/ PageContent?n=162 •
- 交通部觀光局。(2020,7月)中華民國108年國 人旅遊狀況調查取自:https://admin.taiwan.

- net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2019,7月)。中華民國107年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2018,7月)。中華民國106年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2017,7月)。中華民國105年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2016,7月)。中華民國104年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2015,7月)。中華民國103年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2014,7月)。中華民國102年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18bf05-0ab402789d59&appname=FileUploa dCategoryListC003340
- 交通部觀光局(2013,7月)。中華民國101年國人

- 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2012,7月)。中華民國100年國人 旅遊狀況調查取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2011,7月)。中華民國99年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2010,7月)。中華民國98年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego rvListC003340
- 交通部觀光局(2009,7月)。中華民國97年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2008,7月)。中華民國96年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2007,7月)。中華民國95年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340

- 交通部觀光局(2006,7月)。中華民國94年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego rvListC003340
- 交通部觀光局(2005,7月)。中華民國93年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2004,7月)。中華民國92年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2003,7月)。中華民國九十一年國 人旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 交通部觀光局(2002,7月)。中華民國九十年國人 旅遊狀況調查。取自:https://admin.taiwan. net.tw/FileUploadCategoryListC003340. aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCatego ryListC003340
- 教育部體育署(2020,12月)。中華民國109年運 動現況調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM_CD=T01&MENU_PRG_ CD=4&ITEM PRG CD=2
- 教育部體育署(2019,12月)。中華民國108年運 動現況調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM CD=T01&MENU PRG CD=4&ITEM_PRG_CD=2

- 教育部體育署(2018,12月)。中華民國107年運 動調查。取自:https://isports.sa.gov.tw/ apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU CD=M07&ITEM_CD=T01&MENU_PRG_ CD=4&ITEM PRG CD=2
- 教育部體育署(2017,12月)。106年運動現況調查, 教育部體育署。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM CD=T01&MENU PRG CD=4&ITEM PRG CD=2
- 教育部體育署(2016,12月)。中華民國105年運 動現況調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM CD=T01&MENU PRG CD=4&ITEM_PRG_CD=2
- 教育部體育署(2015,12月)。中華民國104年運 動城市調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU CD=M07&ITEM_CD=T01&MENU_PRG_ CD=4&ITEM_PRG_CD=2
- 教育部體育署(2014,12月)。中華民國103年運 動城市調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM_CD=T01&MENU_PRG_ CD=4&ITEM PRG CD=2
- 行政院體委會(2013,12月)。中華民國102年運 動城市調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM_CD=T01&MENU_PRG_ CD=4&ITEM PRG CD=2
- 行政院體委會(2012,12月)。中華民國101年運 動城市調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU_ CD=M07&ITEM CD=T01&MENU PRG CD=4&ITEM PRG CD=2
- 行政院體委會(2011,12月)。中華民國100年運 動城市調查。取自:https://isports.sa.gov. tw/apps/Download.aspx?SYS=TIS&MENU CD=M07&ITEM CD=T01&MENU PRG CD=4&ITEM_PRG_CD=2

新冠疫情時代的運動新創產業 及異業結盟發展

文 / 林伯恒

壹、前言

2020年因新冠疫情緣故,迫使眾多活動不得 不由面對面雙向互動轉變成遠端單向交流,這正是 疫情根本轉變生活態樣的寫照,亦如在賽事中,突 如其來的暫停卻看不到重啟比賽的狀態。而對於全 球運動產業,疫情的衝擊不僅是產值的暴跌,更多 營運模式的調整及改變,讓經營者從而思考如何從 困境中找到出路,並從危機中挖掘到巨大商機。-如美國新創企業 Peloton,以科技結合健身,透過 銷售器材與訂閱服務的創新模式,使公司在2020 一整年股價上漲約5倍,市值達到443億美元(依 據 2021 年 1 月 4 日的 PTON 股價計算),完美詮 釋疫情環境下,新創公司發揮快速整合的市場價值。 在這波產業經營改變的過程中,運動的科技新創正

帶領產業加速邁入新的使用者體 驗,轉變的核心正是數位化技術的 導入,驅使雲端運算、行動應用、 社群媒體、人工智慧、巨量資料、 物聯網等新興技術整合,將運動本 質(姿態、體能、生體特徵、健康 促進)及其周邊效益(數據分析、 感官分享……)更精準且效率轉化 成具備商業價值的行為及營運模式 創新。

貳、運動新創加速器

而臺灣朝向產業創新之際,運

動科技結合國內優勢的產品製造能力,正逐步擴散 到各類型賽事及全民運動中, 創新技術藉由新創公 司開發導入,將現有的運動產品及設備提升到更具 效率與精準的態樣,但最終市場的接受度往往是新 創公司嚴峻的考驗,這已經不是單純產品功能問題, 而是使用者價值體驗的試煉。過去三年間由教育部 體育署推動的運動新創加速器,由以科技創業培育 見長之交大產業加速器中心執行,透過國際合作夥 伴以色列之 HYPE Sports Innovation Foundation 共同建構亞洲第一個運動新創培育機制一 HYPE GAV TAIWAN (https://spin-accelerator.nctu.edu. tw/)。我們從國內外 200 多家新創團隊中挑選出 40 家的運動新創公司進入輔導專案內,進一步觀 察這些新創團隊的創意概念及面對疫情衝擊後的發



HYPE GVA TAWIAN運動加速器第五期Demo Day活動 資料來源:陽明交大產業加速器中心

展策略,可嘗試勾劃出未來運動新創產業的輪廓。 異業結盟為企業成長的核心策略之一,過往較成熟 的企業會聚焦於本身的產業內的垂直整合或擴大規 模,強化核心競爭能力,但對於新創公司而言,異 業結盟的目的希望能夠創造多元的商業合作機會, 並凸顯出創新的競爭優勢,透過取得新市場機會以 增加收入、擴大經營規模並節省成本、取得新技術 建構競爭力等策略,不過新創本身資源條件有限, 更應慎選合作夥伴進行鏈結,加速器為強化跨業合 作,邀請跨產業的企業(如:中華電信、台灣大哥 大、味全龍職業棒球隊、迪卡儂等)透過業師輔導、 商機媒合、投資評估等機制,讓新創公司可用最低 的成本(人力、時間、風險)與潛在對象達成合作。

參、精準數據分析

一直以來運動產業不單純只討論運動項目本 身,更是眾多專業領域的結合,2017年勤業眾信 發表 Sports Tech Innovation in the Start-up Nation (Deloitte, 2017) 一書中指出7個未來運動科技 的發展策略,不過從四個熱門的趨勢來看看新創產 業中的值得關注的題材。「精準數據分析」一直 在運動產業中扮演關鍵地位,最知名的個案便是 2002 年美國職棒大聯盟 (MLB) 奧克蘭運動家總 經理 Billy Beane 採用數據分析來佈局球隊戰力,成 功帶領球隊追平 MLB 20 連勝的紀錄。兩年後著名 財經作家 Michael Lewis 據此寫出暢銷書《魔球一 逆境中致勝的智慧(Moneyball: The Art of Winning an Unfair Game)》,並改編成賣座電影。近年 來廣泛使用的運動裝置設備讓相關數據的取得非常 容易,結合準確的演算法與強大的計算能力,大幅 提高判斷與決策的精準度。全球疫情迫使大眾遠離 運動健身場館,回到居家並專注個人訓練,因此強 調精準的個人數據分析成為相關器材設備的關鍵因 素。GoMore(博晶醫電)是一家專注於專業運動

科學及 AI 智能教練解決方案的公司,運用獨特的體力演算法,擷取生理訊號並轉換成有用的數據,提供專業的運動訓練所需的運動生理分析指標及 AI 智能教練解決方案。GoMore 的核心演算法,不僅應用在自家的設備上,同時也跟運動軟體平臺、手機大廠進行異業合作,賦予穿戴手錶更多智慧判讀的功能,就如同一個專業的虛擬教練隨時提供精準指導,蘊含著運動生理科學的知識以精進訓練成效,以便在實戰的賽事中創造更好的成績。

肆、多媒體技術運用

雖然疫情爆發超過一年,但各類球迷觀眾的 聚集仍受到嚴格的限制,職業運動在有限度地開放 下,僅能滿足少部分運動迷親臨現場的期盼,不過 運用新媒體平臺透過個人裝置則可無時差及時觀 賞球賽,並可經由3D/VR等技術呈現全新的體驗 感受。DP Smart(達標智源),便是一家標榜360 度全景影像8K攝影機,一鍵可在臉書/YouTube上 面進行直播,開啟後立即看見所有在線上活動或開 會者的全景影像,應用在戶外運動或精彩賽事更能 完整記錄當下情境,讓在遠端觀賞猶如身歷其境的 感覺,正是符合疫情時期的日常生活模式。未來在 邁入5G、AI時代, DP Smart 積極整合智慧化裝置 (VR)後,可以藉由高質影像的快速傳輸,除直 播運動競賽外,亦可應用在工業製程檢測,或是應 用影像辨識技術,創造更大的市場空間(陳君毅, 2019) •

近年來科技產業發展的重點之一是將各種物品 運用通訊技術加以串連起來,建構出彼此間具有控 制反應的智慧化功能。不意外是普及化的穿戴裝置 與感測設備被用來收集大量數據,同時結合 AI 運 算,便可即時回饋分析結果,使得運動時的績效可 以被適當的監控與評估。精準與微型化的技術再加



诱過3D/ VR 等技術可提供更精準的數據指導。(圖片提供/紅藍創意)

上更親民的人機介面,讓穿戴裝置的功能越來越強 大,無外乎能更廣泛地找出績效提升的弱點(國家 運動訓練中心 108 年度績效評鑑報告,2020)。臺 灣新創團隊在這個範疇是產業中的佼佼者,分散在 眾多的運動項目中,如:棒球、籃球、游泳、自行車、 跑步等均有亮眼的創新產品及服務。在棒球運動中, |INGLE(勁格貝爾運動科技)所開發的全球第一顆 智慧棒球 Strike,內建感測器與陀螺儀以偵測轉速、 轉軸、球速、軌跡、落點的精準資料,提供教練和 球員進行數據分析,是球員自主訓練或球隊評估訓 練成效時的最佳工具(Dennis L, 2020)。在籃球 運動中, PICKSUP(奧鵬國際)為籃球愛好者打造 自己的生涯紀錄,整合穿戴式感測器、手機 AR 以 及結合 AI 辨識技術的攝影機,產生個人數據資料 庫,未來也將整合全臺各地球場資訊以建構籃球社 群平臺,而竹科大廠牧德科技也看中 PICKUPS 的發 展潛力,結合其「PICKUPS」app 會應用在牧德盃 企業羽球排名賽來提供給參賽隊伍運動科技的新體 驗(Mamba H, 2021)。在跑步運動中,個人穿

戴裝置早已成為跑者的標準配備,不過一家醫療數 據新創 Singular Wins (奇異醫電) 反而是從行動式 心電圖(EKG)硬體結合大數據應用,推出預警服 務並跨入運動產業,即時提供跑者從事運動行為可 能產生風險的機率(蔡騰輝,2020)。

伍、結論

運動產業的商業模式一直與運動粉絲的感受與 體驗緊密鏈結,而拜網路方便之賜,各種數據資料 的傳遞與分析有助於粉絲緊密體驗運動本質(認同、 鼓勵、運動家精神),因此對於運動產業經營者首 要且最重要的是如何善用工具及環境,創造合適商 業模式以維繫粉絲的忠誠度(溫紹群,2019)。多 年前臺灣高爾夫球運動在大力推廣以降低門檻且臺 灣球員在國際賽事的優異成績助益下,打球人口曾 突破百萬,據高球協會分析近年整體經濟環境因素, 高爾夫運動人口降至88萬多。(中華民國高爾夫 球場事業協進會,2020)不過疫情並未對這項運 動造成太大衝擊,高爾夫反而因符合社交距離而吸 引更多球友前往球場打球,因而助長臺灣高爾夫產 業的業績發展。雖然臺灣在高爾夫球產業供應鍊有 極高的產值,高爾夫球場的經營仍是一個傳統的場 域。看準雲端服務創新機會,Golface(綠夾克運動 事業)從球友 APP 開始,逐步推出球車管理、揮桿 分析、預約平臺、線上訓練影片、數據分析等,讓 球友、球場及新創平臺三方成為價值鏈合作夥伴, 如今 Golface 一站式的服務,讓球友在跨球場之間 可以享受到相同的軟體服務,而球場日後也會因 5G 技術而強化球場 e 化功能(許庭萱,2020)。未來 Golface 期望能延伸價值鏈到現下的高爾夫球教學 與練習,進而形成高爾夫球服務的生態圈。

雖然全球疫情造成整體經濟下滑,運動產業中 強調自我訓練、保持距離及社群互動的項目反而有 望成為產業明日之星,且大多數都是由新創公司結 合新技術應用(如 AI, 5G, VR/AR)並定義新的遊戲 規則與建構市場價值傳遞途徑,在台灣具備有高素 質人才、優異的科技與製造能量的特質下,假以時 日我國具創新型的新創公司將有機會翻轉既有產業 成為市場領導者。 🖸

作者林伯恒為陽明交通大學產業加速器暨專利開發 策略中心副主任

參考文獻

- 中華民國高爾夫球場事業協進會(2020)。 台灣球場產業「公會」。Yahoo!運動。 取自:https://tw.sports.yahoo.com/ news/%E9%AB%98%E7%88%BE%E5%A4%AB-%E4%B8%AD%E8%8F%AF%E6%B0%91%E5% 9C%8B%E9%AB%98%E7%88%BE%E5%A4%AB %E7%90%83%E5%A0%B4%E4%BA%8B%E6%A 5%AD%E5%8D%94%E9%80%B2%E6%9C%83-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%90%83 %E5%A0%B4%E7%94%A2%E6%A5%AD-%E5%85%AC%E6%9C%83-032516203.html。
- 許庭萱(2020)。綠夾克GOLFACE啟動高球生活 服務協助高爾夫產業數位化轉型關鍵。FIND。 取自: https://www.find.org.tw/index/wind/ browse/399ae0c06ad03c7b21e2cd598f25 ad45/
- 陳君毅(2019)。負債1.5億仍選擇創業,MIT全景 攝影機能讓他東山再起?。數位時代。取自: https://www.bnext.com.tw/article/55933/dpsmart-2020-qa °
- 溫紹群(2019)。【專家觀點】新世代運動轉 播:運用數位科技打造圈粉策略!。未來商 務。取自:https://fc.bnext.com.tw/articles/ view/661 °
- 蔡騰輝(2020)。以3種以上商業模式出發 新創 奇翼醫電擁有40萬EKG醫療大數據。取自: https://www.digitimes.com.tw/iot/article.as

- p?cat=158&cat1=20&cat2=70&cat3=15& id=0000581097_a6c1qmqc8791zw8ijxq8x
- Deloitte. (2017). Sports tech innovation in the start-up nation.P.6. Retrieved from: https:// www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ us/Documents/process-and-operations/ussports-tech-report.pdf •
- Dennis L(2020)。嚥不下WBC輸日之縟 一日球 迷打造世界首顆智慧棒球。運動視界。取自: https://www.sportsv.net/articles/78298 °
- DPSmart(智源達標)。取自:https://www. dpsmart.co/ •
- Golface (綠夾克運動事業) (2021) 。取自: http://www.home.golface.com.tw/。
- GoMore(2021)。OPPO入局可穿戴設備,背 後是一場運動演算法大論戰。取自:https:// www.gomore.me/zh-tw/oppo%e5%85%a5%e 5%b1%80%e5%8f%af%e7%a9%bf%e6%88% b4%e8%a8%ad%e5%82%99%ef%bc%8c%e8 %83%8c%e5%be%8c%e6%98%af%e4%b8%8 0%e5%a0%b4%e9%81%8b%e5%8b%95%e6 %bc%94%e7%ae%97%e6%b3%95%e5%a4% a7%e8%ab%96%e6%88%b0/。
- GoMore(博晶醫電)(2021)。取自:https:// www.gomore.me/zh-tw/。
- |INGLE(勁格貝爾運動科技)(2021)。取自: https://en.jingletek.com/
- Mamba H (2021)。【專題報導】奧鵬科技成立 「運動新社群PICKUPS」,運動結合科技能激 盪出什麼火花?。運動視界。取自:https:// www.sportsv.net/articles/80389 •
- Singular Wins (奇異醫電) (2021)。取自: https://singularwings.com/zh-tw/。

新冠疫情期間中華職棒大聯盟 開打之意義

文/吳志揚



中華職棒率世界之先,在疫情期間決定閉門開打,受舉世矚目,成為另類臺灣之光。(圖片提供/李天助)

壹、新冠疫情期間,為何中華職棒仍須開打

職業運動賽事並非一般的節慶活動,可以視情 況決定是否舉辦;對球員來說,比賽就是他們的正 式工作,比賽就是他們上班的方式。而「紀錄」是 職業運動聯盟存在的重要基礎,也是球員職業生涯 的印記。如果不開打,就無法產生比賽紀錄,球員 就無法延續個人紀錄,也無法締造新的紀錄,球員 的職業運動生涯形同「斷鏈」。同理,職業球團也 無法延續或締造紀錄。從此一觀點來看,職棒聯盟 各項比賽中當以例行賽(即所謂的季賽)最重要,

其重要性比行銷推廣性質的明星賽、各國職棒的交 流賽、冬季聯盟,甚至奧運及其資格賽(例如六搶 一)都重要。各國職棒聯盟在疫情期間都以盡量完 成所有例行賽為目標。

此外,球員是職棒聯盟最重要的資產,所以保 持球員健康非常重要。如果遲遲無法正式開打而只 能不斷熱身,太久無法進行高強度的正式比賽,將 與他們每年固定的作息安排及身體狀況調整大不相 同,身心狀況非常容易失序。再加上如果太晚才決 定開打,又希望能至少完成完整賽季的所有場次,

將出現趕進度的狀況,可能會出現單日雙重賽或連續多日出賽無法適度休息。如此一來,前面熱身過久過於鬆弛,後面趕進度過於緊繃,此一鬆一緊之下極易受傷。(Hiyan, 民109)

事實上,中華職業棒球大聯盟(以下簡稱中職)原定2020年3月14日開賽,後來配合政府防疫需要決定延至3月28日(中職,民109年3月2日),後來又因為擔心春假期間尤其是掃墓的全國大移動會有社區感染情形延至4月11日(中職,民109年3月12日)。經過兩次的延期,中職研判疫情在短期內不會緩解,如要開打一定會被要求不得開放觀眾進場,反正遲早都要閉門打,為了選手健康的考量,經聯盟防疫應變小組會議決議不再延後,並採閉門方式開打(中職,民109年4月1日)。

貳、為何各球團願意閉門開打

由聯盟召開的球團代表會議及防疫應變小組會議在決定是否開打時,一直在三種價值間反覆思考衡量:球員價值、社會價值、商業價值。所謂「球員價值」如前所述係指球員的健康以及職業生涯;「社會價值」係指職棒賽事進行帶給社會的正向力量,例如:樂觀面對人生,對未來抱持希望等;「商業價值」則是指票房、餐飲、商品販售、轉播權收入等商業利益。經過熱烈的討論,聯盟及各球團代表均認為球員價值最重要,次為社會價值,再其次才是商業價值,最後終於決定閉門開打,因為閉門開打保住了球員價值,又能創造社會價值,在商業價值上雖遠不如較開放觀眾進場的情形,但至少還有轉播權的相關收入。

參、如何說服政府同意中華職棒閉門開打

即使中職願意並決定閉門開打,在當時疫情瞬息萬變風聲鶴唳的情況下,政府相關主管機關也可

能不同意開打,要求取消賽事或繼續延後開賽,觀察 疫情後續發展後再作決定。

在與相關主管機關溝通協調時,聯盟採取的原則為:尊重專業、配合政府、超前部署。

中職在 2020 年一月初注意到「疑似冠狀病毒肺炎」的相關外電報導,即指定相關同仁成立專案小組,追蹤蒐集相關資訊,保持警覺,預作研判。 2020 年 3 月初正式成立「嚴重特殊傳染性肺炎應變小組」由會長擔任召集人並親自主持。除球團代表及聯盟相關主管外,特別延請防疫專家及法律顧問加入,防疫專家提供專業疫情研判及公共衛生措施的相關意見,法律顧問負責相關法令遵守的建議及消費者權益保護的議題(中職,民 109 年 3 月 5 日)。該應變小組共召開九次正式會議,工作內容為蒐集分析疫情、了解各國職棒因應對策、擬定聯盟各項防疫計畫(針對與職棒比賽有關的每個利害關係人,例如球員、球團、聯盟同仁、球迷、媒體等都有個別的規範)(中職,民 109 年 4 月 1 日、 4 月 20 日)並撰擬職棒開打應變計畫(中職,民 109 年 5 月 5 日)等。

為求慎重,聯盟也特別召開專家諮詢會議,邀請疫情指揮中心列名的專家學者、中央及各地方主管機關官員参與,預審由聯盟草擬的應變計畫初稿並提供機會讓各球團與這些專家學者及官員直接溝通各項防疫作為的可行性及必要性。在此諮詢會議中,聯盟得到的反饋是即使只開放一小部分觀眾入場(原擬開放約150名已購買季票之球迷),部分地方政府仍存有疑慮,擔心成為防疫破口而遭輿論非議,故可能仍無法同意應變計畫。最後,球團代表會議決定配合政府閉門開打,並依此原則撰擬應變計畫,送審通過。

肆、閉門開打的行銷秘訣—危機就是轉機

中職率世界之先,勇敢決策閉門開打,舉世矚

目,成為臺灣之光。但因為沒有現場觀眾,票房收入 掛零,也無法販賣餐飲及授權商品,收入銳減,各球 團財務非常吃緊,如持續無法開放觀眾入場,經營上 將發生重大危機。但聯盟及各球團將此危機視為轉 機,絞盡腦汁,發揮創意,希望將損失降到最低。主 要的做法如下:

- 一、爭取更多轉播機會,讓更多球迷可以收看到中職 賽事:當時國內外職業非職業的運動賽事幾乎停 擺,體育頻道苦無節目可播,無球可看的全球球 打的這段期間爭取了更多轉播渠道:例如原本二 軍轉播乏人問津,不但沒權利金收入,還得自行 負擔製作費才能爭取「上架」播出;疫情期間體 育頻道極缺節目,聯盟與轉播單位達成協議二軍 賽事每天轉播,還能重播。以往由於各國運動賽 事眾多,鮮少外國人關注中華職棒,新冠疫情全 球肆虐,許多賽事都延賽甚至取消,外國球迷開 始關注全球唯一開打的中華職棒,中職賽事忽然 成為許多運動迷的精神食糧。所以,疫情促成了 中職賽事全面英語轉播,國際化大躍進。而原本 受到國內各OTT平台百花齊放衝擊而快要收攤 的 CPBL TV,突然成為中職賽事轉播唯一全球中 文平台,炙手可熱,詢問度極高。
- 二、由於沒有現場觀眾,轉播的角色更形吃重,各 球團於是把重心放在加強收視體驗:例如,即 使現場沒有觀眾,為了營造透過轉播感受的現 場氛圍,球員應援曲照常撥放;啦啦隊照樣對 著觀眾座椅應援加油,甚至在鏡頭前跳得更賣 力;各隊吉祥物上鏡頭機會大增,所以也要花 招百出賣力演出。換言之,為了提升觀眾的收 視體驗,場上的每個角色應該都要更鮮明突 出。
- 三、沒有現場觀眾,空出的空間要善加運用:原來應



閉門賽期間,空置的觀眾席成為廣告行銷的空間。(圖片提供/李天助)

坐著觀眾的座椅,在鏡頭可以帶到的地方,都 成為廣告行銷的空間。例如:放置機器人、假 人等充當球迷,又如透過座位上放置人形立牌、 應援道具、應援看板、小廣告等,讓球迷在閉 門期間仍可進行應援。

伍、國際媒體高度關注,中職揚名海外,呈現 臺灣防疫成果

由於中職領先全球開打,所有的防疫、行銷 作為都成為各國職棒後續開打的重要參考及學習對 象。由於當時全球疫情相當嚴峻,臺灣的職棒居然 可以開打,相當獨特,引起各國媒體爭相報導,成 為臺灣防疫有成的最佳例證,鼓舞人心的正面形象 深烙在世人腦海,成為臺灣之光。中職 31 年球季完 整 240 場例行賽,亦於 2020 年 10 月 23 日圓滿結 束,舉世矚目,榮獲時代雜誌(Time)列為2020 年度大事紀(Firsts & Lasts)(Time, 2020)。當然, 中職難得成為全世界鎂光燈的焦點,也把握此機會, 多方提升自我,包括球場的軟硬體設備、球員表現 的提升、聯盟規章制度的完善、國際行銷的能力等 等。



陸、再次世界第一,率先開放球迷入場,全新 挑戰

中職掌握契機,於疫情趨緩,疫情指揮中心宣布開展「防疫新生活運動」後,成功爭取於2020年5月8日開放1,000名球迷入場觀賽,再次率全球之先進行開放觀眾入場的職業運動賽事。然而,新的挑戰接踵而來,開放觀眾進場後,每一個環節都須非常謹慎,包括實名制、驗票、量體溫、符合安全社交距離的座位安排、飲食限制、人員移動限制、秩序維持、應援活動限制等,都必須在球迷需求及政府要求間取得平衡。聯盟的做法是盡量幫球迷爭取自由度,也會落實執行讓疫情指揮中心放心。終於逐步成功爭取更大程度的開放,5月15日開放2,000名觀眾、6月7日開放50%觀眾、下半球季開始7月24日開放78%觀眾。

柒、結語

新冠疫情期間中華職棒能夠率世界之先順利開 打,不但讓球員有球可打,維持健康,持續紀錄, 也讓臺灣運動產業龍頭能夠持續運作甚至強化演 進,更國際化。對外藉由開打讓世界看見臺灣,舉 世欽羨;對內則透過不斷的討論折衝,發展出一套 可以供運動世界參考依循的防疫準則,也讓政府各 項防疫政策有了最佳的試驗及示範場域。未來,更 期待與各國際運動組織維持密切互動及合作,建立

一個屬於職棒產業的「國際防疫安全網」。 🕢

作者吳志揚為前中華職業棒球大聯盟會長

參考文獻

- 中華職棒(2020a)。上半季賽程調整 中職開幕戰3月28日開打。2020年3月2日取自: http://www.cpbl.com.tw/news/view/19868. html?&news=19868&news id=19868。
- 中華職棒(2020b)。中華職棒疫情因應小組 召開首次防疫會議。2020年3月5日取自: http://www.cpbl.com.tw/news/view/19895. html?&news=19895。
- 中華職棒(2020c)。因應疫情發展 中職開幕 戰再延至4月11日。2020年3月12日取自: http://www.cpbl.com.tw/news/view/19918. html?&news=19918。
- 中華職棒(2020d)。中職開季4月11日開打配合防疫規範嚴格控管閉門比賽。2020年4月1日取自:http://www.cpbl.com.tw/news/view/19934.html?&news=19934。
- 中華職棒(2020e)。中職防疫再升級 相關人員 確診一律停賽。2020年4月20日取自:http:// cpbl-elta.cdn.hinet.net/news/view/19987. html?&news=19987。
- 中華職棒(2020f)。全球關注 中華職棒將於8日 起開放球迷進場觀賽。2020年5月5日取自: http://www.cpbl.com.tw/news/view/20300. html?&news=20300。
- Hiyan(2020)。日職/A咖傷兵潮來襲 打打停停 熱身不足肇禍?。聯合新聞網。取自:https:// udn.com/news/story/7001/4732329
- Time (2020). The year in firsts & Dime Magazine Asia,196 (23-24),17. Retrieved from: Singapore.

疫情時代運動場館業的挑 戰與轉型

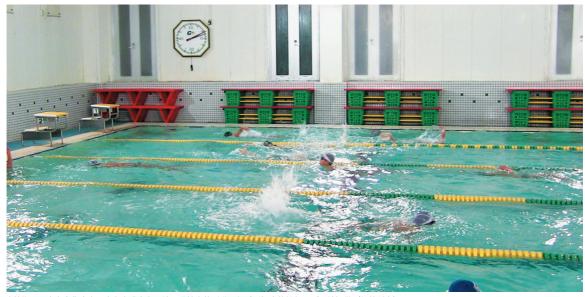
文/周宇輝、劉昆祐、鄭童允

壹、新冠疫情對我國運動場館業之影響情況

《經理人月刊》在「9成主管認新冠肺炎衝擊消 費!如何評估和因應?3關鍵指標」文章中指出,具 有停留時間長、人潮密集度高、人與人或人與環境互 動性高等特性之行業,最容易受到新冠疫情之影響 (楊少夫,2020)。 運動場館業恰巧兼具此三項特 性,故其營運狀況與新冠疫情之發展緊密連動。

新冠肺炎疫情發生不久,各縣市政府在2020年 2月起,即紛紛暫停大型活動,並延緩運動賽事及縣 市與社區活動之舉辦,亦導致2020年的97 場國際賽 會、棒球6 搶1賽會、全中運、全大運、全國身心障礙 運動會,及全民運動會等賽會延期或取消舉辦(高 俊雄,2020),可見「觀賞型運動場館」受疫情衝擊 影響之嚴重情況。

在疫情對於我國「參與式運動」市場的衝擊方 面,教育部於2020年3月函示各大專校院,全面暫緩 大專校院之游泳課程,並同步暫停對外開放,以減少 潛藏之傳染風險。全國各級學校亦於疫情初期便紛 紛暫停實施體育課及游泳課,後續視疫情發展再行 評估開放。直至2020年4月,衛福部疾管署函載示之 「目前尚無相關證據顯示COVID-19會透過使用游泳 池而感染」,教育部發文告知學校在加強衛生防疫



疫情期間,人潮密集度高、人與人或人與環境互動性高的活動,都受到極大的衝擊

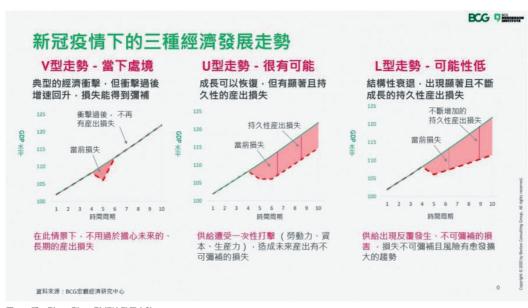


圖 1 三種(V 型、U 型、L 型)經濟發展走勢。

資料來源:從歷史推估疫情走向!BCG 報告:恐轉向 U 型復甦,並帶來 3 種影響。《經理人月刊》

措施,並擬定正式使用暨管理之正式規範後,始得恢復校內游泳課程。

在「參與式運動場館」的營運衝擊方面,新北市政府率先採取行政措施,將所轄國民運動中心閉館45天。隨後新竹市政府亦將其所轄的國民運動中心閉館35天。根據體育署「運動產業紓困振興方案」之統計,截至2020年12月31日止,累計所核定運動產業紓困振興之運動事業共1,865件,無論是核定件數及金額,「運動場館業」皆名列前三,可見「運動場館業」受疫情影響之嚴重程度(體育署,2020)。

觀賞型與參與型之「運動休閒服務業」同爲運動產業之核心產業,皆為運動產業之主要需求來源,分別扮演拉擡、推升及帶動周邊延伸產業之功能,「運動休閒服務業」發展式微,將連帶影響運動產業中甚多硬體產品與軟體服務供應商的業績。

貳、新冠疫情衝擊之復甦速度

《經理人月刊》引述美國波十頓顧問公司

(BCG, Boston Consulting Group)所發表「如何思考 COVID-19 過後的經濟影響」的文章內容,提出從歷史經驗中推演出新冠肺炎過後常見的經濟復甦軌跡共可分爲以下三種形式(圖1):

- 一、V 型復甦:短期跌落後便強勢回升。在疫情的影響下,經濟產生短期的震盪及跌落,但在疫情受到控制之後,經濟便強勢回升,呈現高成長率。因為震盪和復甦的曲線呈現 V 型軌跡,故稱做 V 型復甦。我國 2020 年在新冠疫情發生初期,因政府對於疫情管控的措施得宜,運動場館業的營運在歷經 2020 年 2~4 月的蕭條後,在去年 5 月起便復甦回升。
- 二、U 型復甦:經濟受疫情影響一段時間後,才又 回歸到最初的成長路徑和水平。但與前述之V 型復甦相比,U 型復甦處於底部的衰退時間更 長。運動場館業者須擁有足夠雄厚的資金,來 支應此震盪期間的虧損及營運開銷,企業必須 要能夠撐過此過渡期,否則可能產生永久性的



32 臺北小巨蛋舉辦HBL賽事的滿場觀眾盛況(圖片提供/作者)



圖3 臺大體育館入口的體溫量測及身份識別管制。(圖片提供/作者)

倒閉。

三、L型復甦:經濟成長受疫情影響嚴重而無法回到 過去水平,導致經濟長期發展趨緩,這是最糟糕 的情況。

由上述分析可以得知,我國運動產業及運動場 館業之發展與新冠疫情之管控情況密不可分。若新 冠疫情控制得當,運動場館業之發展便如前述之 V 型復甦般,在短暫下滑之後馬上就止跌回升。但若新 冠疫情控制失當,運動場館業之發展便恐面臨如歐 美之 U 型或 L 型復甦,得靠新技術或新的商業模式 來因應因疫情所改變的市場需求,否則只好停損殺 出、關門止血。

參、運動場館業在新冠疫情影響下之營運模式

運動場館業在新冠疫情影響下之營運演變可歸 納爲三個階段,分別爲傳統營運模式時期、過渡期, 及摧毀式破壞後的新營運模式期。

一、運動場館業的傳統營運模式時期

運動場館業傳統營運的核心概念是衝高空間的 週轉率及使用率,強調在運動場館有限的空間 場域內,如何透過高服務品質體驗感受的塑造, 讓前來運動或觀當賽會的民衆願意經常並重複 來館消費,使營運空間塞滿前來消費之民眾,以 增加運動場館內空間的週轉率,並創造營業時間 內各個空間的最大使用效益,故運動場館業傳 統的營業模式須透過各種手法驅使民衆(圖2) 來館進行運動消費,以利誘過大量的人潮帶入錢 潮。

二、運動場館業在疫情影響下的過渡期

受疫情羣聚感染風險認知之影響,疫情越嚴峻, 民衆越會減少到人羣聚集或密閉空間,休閒行 爲會由「實地碰面」往「透過數位視訊」的線上 互動移動、往「個人化」、「居家性」的休閒活動 移動,也往「部分實體、部分線上的運動消費活 動」或「全部線上的運動消費活動」移動。受疫 情影響,民衆的休閒行爲會不斷在「正常接觸」、 「少接觸」,及「零接觸」的光譜間移來移去。

運動場館業業者在此疫情期間,能做的不外平是 透過管理方式的轉變,以減少收入衰退並節省 營運成本,或透過新的商業營運模式,透過跨域 整合或新科技導入,擴大市場涵蓋面,以開發新 客戶並留住老客戶。

(一) 運動場館業因應疫情所應施行的管理措施

在疫情期間,運動場館業除了思考如何降低 營運成本,不要過早彈盡援絕外,還必須實 施有效的防疫安全管理措施,讓消費者能放 心、安心地進入場館進行消費,常見的防疫安 全管理措施簡述如下(Arrowhead Stadium, 2021; Mercedes-Benz Stadium, 2021) •

- 1. 人員健康管理(圖3):包含所有來館人員 的健康管理(所有入館人員都必須接受健 康篩檢,包括問卷調查和體溫量測)、落實 人員的安全防護(含提供消毒產品供館內 人員使用、所有人皆須戴口罩並經常用肥皂 和清水或洗手液清潔雙手、隨時保持社交 距離)。
- 2. 場館清潔及消毒管理: 運動場館在開、閉館 前後及營運時間中,須定時對高接觸區域 進行清潔和消毒。
- 3. 降低人員接觸的管理措施: 將現金支付轉 換為免接觸的無現金支付系統、特許商品 販售盡量販售事先密封包裝好的商品,不 提供所有帶蓋或現場裝填的飲料或食物。
- 4. 控管安全社交距離並縮短等待時間: 所有涉 及人員體驗互動或行走之區域皆須保持安 全的社交距離,並於地面上標示排隊之社 交距離。爲縮短民衆的等待時間,運動場館 可增加入口、穿越區域和出口數量,各座位 區亦應盡量設置各自的出入口,以減少動線 重疊或交錯所產生的接觸感染。國外很多 的大型運動場館在疫情期間會禁止民眾攜 帶包包入場,以減少安全檢查過程中的接 觸。場館內之販賣部則應減少銷售產品選 項,以加速服務速度。
- 5. 進行人流量的管制(圖4):衛福部疾管 署在 2020 年 4 月所發佈的「COVID-19 因

應指引-社交距離注意事項」中,僅規範 賣場或其他營業場所應盡可能保持室內 1.5 公尺、室外 1 公尺之社交距離,但對於運 動場館最適切的社交距離並無琢磨。美國 疾病管制局(CDC)建議有氧運動設備區、 自由重量區(Free Weight Area)、重量訓 練設備區和健身教室、游泳池等,應保持 社交距離至少6英尺,並確保健身房通風 良好,將最大量的新鮮空氣輸送到各運動 空間,並可考慮使用高效顆粒空氣(HEPA) 過濾裝置去除通風不良區域之空氣中的污 染物(CDC, 2020)。國際游泳總會則建 議 25m 游泳池每泳道最多可容納 4 名游泳 者,50m游泳池每泳道8個游泳者(FINA, 2020) 。

(二)運動場館業因應疫情所面臨的轉型壓力

即使沒有疫情發生,實體健身房即已面臨數 多跨界科技所帶來的競爭及衝擊。知名線 上家庭健身助手 & 免費私人健身教練App-Keep,提供了許多免費課程及多種訓練,讓 民衆在家就可以透過線上影片進行運動,還



圖4臺北體育館的人流量管制。(圖片提供/作者)



圖4 蘆竹國民運動中心的虛擬實境運動。(圖片提供/作者)

可由免費私人健身教練為你訂制全身性或身 體各部位運動的訓練計畫。「魔鏡MIRROR」 透過3D 動態補捉技術,提供即時的運動姿勢 校正與軌跡指引,讓消費者在家就可以參加 超過500堂不同性質與種類的線上運動健身 課程,還可邊運動邊比對「魔鏡」中所播放出 的運動教練動作跟「魔鏡」中所反射出的自己 動作影像的差異,以隨時修正調整自己的動 作。號稱居家私人教練健身房的「牆壁重訓 機Tonal」,採電磁阻力式設計,可依據需求調 整運動的阻力,還可測量訓練時的各種數據, 消費者在家就可以做到平常在健身房做到的 所有項目,線上的專屬健身教練,可隨時幫 你糾正錯誤。「Hydrow 划船」可透過大螢幕 選擇許多課程,讓消費者在家進行運動。「動 感健身車Peloton」也跟上述幾種的數位智能 健身器材具有類似的功能,都內建並綁訂了 大量的健身教學內容,讓消費者在家就能誘 過運動數據紀錄及分析,追蹤自己的進步幅 度,並針對自己的弱點加強針對性的訓練。 從遊戲中誕生的健身平台「Zwift」,讓消費者

在家就能透過連上網路數位播放載具的 跑步機或自行車,和遠端的朋友一起賽跑 或賽車,亦可加入線上同步的活動賽事, 或進行自己的訓練課程。「HOLOFIT VR Fitness」(圖4)及「BLACK BOX VR」皆將 虚擬實境與運動結合,將運動遊戲化,內 建多種運動虛擬環境,還可以與社群中的 其他成員PK運動。這些不斷推陳出新的 運動科技及商業模式,突破實體運動場 館時間跟空間的限制,直接打進消費者的 居家家庭,對既有實體健身房業者的挑戰 會越來越大。有鑑於戶外運動的空氣品質 較佳,實體健身房業者除了做好消毒防疫 及涌風外,亦可將健身運動由室內推往戶 外,或利用跨域整合,將運動與戶外觀光 結合。

疫情嚴重時,大型運動賽事幾乎停頓,大型運 動場館的營運也幾乎停擺。球團爲了生存,只能舉 辦閉門賽事,在減少票房收入的情況下,誘過賽事 的正常舉辦,多少帶入一些轉播權利金及媒體廣告 的收益,以支撐球團基本的運作。為強化閉門賽事 時的現場氣氣,並增加畫面的充實感,有些場館便 利用 LED 屏幕將滿場觀衆的畫面及吶喊效果帶入 場邊,並收取人頭肖像出現在 LED 觀眾席畫面的 費用,或直接利用數位科技將觀眾席區之背景直接 替換為滿場觀眾的虛擬背景,但這些都不是長久 之計。

國外已有透過場館中特定位置的攝影機影片 及熱感應裝置,及時監控並計算場館中各個區域的 人員密度,以利及時進行人員管控,但這種新科技 的導入,是否能去除消費者對羣聚感染的疑慮而願 意入場館觀看比賽尚不得而知,大型運動場館只能 勒緊褲帶,期待寒冬趕快過去。

肆、結論

新冠疫情衝擊雖導致運動場館使用者的流失, 但也刺激場館業者思考是否應將科技導入運動推廣: 惟運動服務業的靈魂核心是人,溫度與熱情方能感 動人心,科技雖能帶來便利性,但科技較難傳達人 與人接觸過程中所傳遞的熱情與溫度。參與型運動 場館不僅只提供運動健身,還有群體聯誼,及模仿、 激勵、互動等功效,疫情結束之後,傳統模式將會 逐漸恢復原有樣態,應不致被數位視訊模式取代。 觀賞型運動場館亦同,現場觀賽可及時與人互動, 在並建立情感與默契,或抒發球迷間同仇敵愾的激 情,這種情感和情緒上的渲染是冰冷的科技無法取 代的。運動場館業者應積極運用數位科技的力量, 並诱過活動設計與服務,創造優異的現場體驗感受, 即使疫情威脅,我們仍對運動科技應用和運動場館 的未來發展充滿希望和信心。 🐼

作者周宇輝為國立體育大學國際運動管理與創新博 士學位學程副教授、劉昆祐為樹德科技大學休閒遊 憩與運動管理系副教授、鄭童允為國立體育大學休 間產業經營學系碩士

參考文獻

林庭安(2020)。從歷史推估疫情走向!BCG報告:

恐轉向 U 型復甦,並帶來 3 種影響。經理人月 刊, 引述自https://www.managertoday.com. tw/articles/view/59572

高俊雄(2020)。台灣體育運動因應疫情之策略與產 業政策。

楊少夫(2020)。經理人獨家調查 | 9成主管認新冠肺 炎衝擊消費!如何評估和因應?3關鍵指標。經 理人月刊,引述自https://www.managertoday. com.tw/topic/view/73/post/59254

體育署(2020)。運動產業紓困振興方案持續給 力 拚經濟挺運動。引述自教育部全球資訊網 https://www.edu.tw/News_Content.aspx?n=9 E7AC85F1954DDA8&s=44BB2650BC272531

Arrowhead Stadium (2021), ARROWHEAD STADIUM COVID-19 GUIDELINES. 引述自官方 網頁https://www.chiefs.com/stadium/covid/ yourjourney

CDC (2020), COVID-19 Employer Information for Gyms and Fitness Centers. 引述自https:// www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/ community/organizations/gym-employers. html

FINA (2020), BACK TO WATER COVID-19 GUIDFLINES

Mercedes-Benz Stadium (2021), HEALTH & SAFETY PROTOCOLS YOUR SAFETY IS OUR PRIORITY. 引述自官方網頁https:// mercedesbenzstadium.com/health-safety/



運動產業從業人員之法令遵循: 以健身中心常見工時爭議為例

文/何念修、陳宏志



健身健身中心常見的工時爭議在於私人教練因須配合客戶可上課的時間,外觀上非持續提供勞務,以致難以劃分出確切的工作時間與休息時間。 (圖片提供/紅藍創意)

壹、前言

運動產業發展條例自2012年3月施行後,歷 經 2017 年 11 月之修正, 搭配相關計畫、獎勵及補 助資源投入,逐漸形塑有利運動產業發展之氛圍。 隨著國人健康意識抬頭,期間內國內運動產業之盛 行更有目共睹。以民營健身中心為例,2019年全臺 高達 620 間,銷售額已經突破新臺幣 100 億元 (教 育部體育署,2020)。

然而產業蓬勃發展的同時,以健身中心為例, 涉及之法律議題包含但不限於:設立登記時要符合 公司法或商業登記、及土地分區,聘僱教練或員工 需要遵守勞健保法令,規劃電商零售或線上教學有 消保法及定型化契約適用,場館內還有勞安衛、消 防及室內空氣品質等規範。且因違反法令可能會衍 生民、刑事責任或行政處分,對運動產業從業人員 來說,法令遵循實為營運核心事項之一。惟法規議 題包羅萬象,本文選擇較少人論述,但健身中心常 見的工時爭議作為討論核心。

透過法院民事判決及主管機關資料,本文據此 研析健身中心的營業型態與健身教練的工作模式所 衍生之工時爭議,協助釐清涉及之正常或延長工時 暨工資計算規範,及研提因應建議,以符合運動產 業從業人員之需求。

貳、健身中心營運與常見工時爭議

健身中心的營業性質,依運動產業發展條例第 4條第1項,屬於運動場館業(行政院主計總處, 2021)。業者在經營上,除與消費者間須依循健身 中心定型化契約應記載及不得記載事項,及成立民 事契約關係外,還須考量場地、設備維護及聘請專 業教練等成本。尤其聘僱關係上,依勞基法之定義, 事業主或事業經營之負責人若與健身教練等成立勞 動契約(契約性質尚須依個案實際狀況認定,可分 為定期、不定期或派遣),應遵守該法規定之勞動 條件最低標準。

勞基法規定之最低標準包含基本工資、正常工 時與延長工時,以及例休假等。經檢視折期判決(如 臺灣臺中地方法院 108 年度勞訴字第 66 號民事判 決、臺灣桃園地方法院 109 年度勞簡字第 23 號民 事判決),健身中心常提供一對一健身課程,及有 氧或飛輪之團體課程。而工時爭議常見於私人教練 提供的一對一課程,因其須配合客戶可上課的時間, 課餘時間還需要於場館內巡視、指導、諮詢或休息, 外觀上非持續提供勞務,以致難以劃分出確切的工 作時間與休息時間。

法院實務判決內亦明確指出健身教練如屬以業 績為導向的工作模式,依照所售出私人教練課程計 算獎金或是課時費抽成比例,且私人教練課程採預 約制,工作時間多配合健身中心會員進行調整,即 使會員預約之授課時間,遇到健身教練的排休假、 下班時間,教練也常配合會員進行授課。此外,因 採取預約制,健身中心通常不會明文規定健身教練 固定的休息或是用餐時間,而由教練依據預約課程 的時間自行分配用餐與休息時間。於這樣的工作形 態下,勞資雙方對工時、工資計算常有不同意見, 遂衍生出工時爭議。

又依勞動部違反勞動法令事業單位(雇主)查 詢系統,以關鍵字「健身」查詢所得,自 2014年 1月起纥至2020年12月底止,違反勞動基準法(以 下簡稱勞基法)經中央主管機關及各縣市地方政府 處分且有公告者計69案(勞動部,2020),其中 大宗案件包括:延長工作時間未依規定加給工資 18 案(違反勞基法第24條,約佔69件之26.1%)、 及延長工作時間超過法令規定8案(違反勞基法第 32條第2項,約佔11.6%),超過三分之一的案件 都與延長工時相關。

參、勞基法工作時間規範概要

勞基法自 2016 年開始,為落實週休二日,並 希望減少工作時間以及保障勞工權益,陸續修正第 30 條工作時間、第32 條延長工時及第36 條例休 假之重要規定,並連帶調整第24條工資加給以及申 訴處理與罰則等規範(全國法規資料庫,2020)。

在近幾年的修法當中,又以第36條第1項之 修正,即規定「勞工每七日中應有二日之休息,其 中一日為例假,一日為休息日」最受到各界關注, 俗稱「一例一休」制度。此一制定確定後,搭配正 常工作時間調整至 40 小時及工資計算等規定,連 帶地讓勞工福利提高不少;且勞資法之規範為最低 標準,業者必須遵守。

因工時為爭議之核心,但勞資雙方對其認知可 能並不一致,勞基法已考量各行各業有不同工作時 間需求,有設計對應之處理方式,茲先說明如下表

依勞基法規定,事業除正常工作時間(每日 不得超過8小時,每週不得超過40小時)外,另

表 1: 勞基法彈性工時規範整理

類型	內容說明	適用行業	勞基法依據
2週彈性工時	 ▶ 前項正常工作時間,雇主經工會同意,如事業單位無工會者,經勞資會議同意後,得將其2週內二日之正常工作時數,分配於其他工作日。 ▶ 其分配於其他工作日之時數,每日不得超過2小時。但每週工作總時數不得超過48小時。 	所有適用勞基法行業	第 30 條 第 2 項
4週彈性工時	 ▶ 中央主管機關指定之行業,雇主經工會同意,如事業單位無工會者,經勞資會議同意後,其工作時間得依下列原則變更: 1.4週內正常工作時數分配於其他工作日之時數,每日不得超過2小時,不受前條第2項至第4項規定之限制。 2.當日正常工時達10小時者,其延長之工作時間不得超過2小時。 3.女性勞工,除妊娠或哺乳期間者外,於夜間工作,不受第49條第1項之限制。但雇主應提供必要之安全衛生設施。 	如加油站業、銀行業、信託投 資業、資訊服務業、保全業、 大專院校等	第 30-1 條 第 1 項
8週彈性工時	 第1項正常工作時間,雇主經工會同意,如事業單位無工會者,經勞資會議同意後,得將8週內之正常工作時數加以分配。 ▶ 但每日正常工作時間不得超過8小時,每週工作總時數不得超過48小時。 	經指定適用勞基法第 30-1 條 行業,及製造業、營造業、遊 覽車客運業、航空運輸業、港 埠業、郵政業、電信業等	第 30 條 第 3 項

資料來源:研究者整理

經勞動部指定為勞基法相關規定之行業(勞動部, 2018) ,且雇主經工會同意,或如事業單位無工會 者,經勞資會議同意後,得依各該規定實施彈性工 時。須特別注意的是,因運動產業並未被指定適用 4或8週彈性工時,故僅能適用正常工時或2週彈 性工時。

肆、工時與工資爭議解析

由於運動產業之性質,與一般辦公室工作型態 不同,在勞資事件中常發生究屬工作或休息時間之 爭議。首先,對工作或休息時間並非由勞資雙方各 自認定,依勞動部 2015年5月14日勞動條3字第 1040130857 號書函說明:「勞動基準法所稱工作 時間,指勞工在雇主指揮監督之下,於雇主之設施 內或指定之場所,提供勞務或受令等待提供勞務之 時間」。

基此,依主管機關見解,教練進入健身中心或 至指定場館後,縱使沒有講授課程,只要在場館內, 即屬等待提供勞務之情形,例如:可能有消費者前 來詢問問題,或場館內有需要協助之突發事件等, 都必須計入工作時間。再者,如延長(俗稱之加班) 須符合勞基法第32條第2項之規定,即連同正常 工作時間每日不得超過 12 小時、每月不得超過 46 小時;但雇主經工會同意,如事業單位無工會者, 經勞資會議同意後,延長之工作時間,一個月不得 超過54小時,每三個月不得超過138(46*3)小時。

雇主除應依勞動契約給予正常工時之工資外,

關於勞基法延長工時加給之計算標準,依司法院大 法官解釋第 494 號之意旨,已闡明略以:事業單位 依其事業性質以及勞動態樣,固得與勞工另訂定勞 動條件,但不得低於勞基法所定之最低標準。關於 延長工作時間之加給,自勞基法施行後,凡屬於該 法嫡用之各業自有該法第24條規定之嫡用,俾貫 徹法律保護勞工權益之意旨(司法院,1999)。

綜上,如為工作時間,無論正常或延長工時, 都須給付工資。除勞動契約之約定不得低於基本工 資(2021年起月薪為24,000元、時薪為160元) 外,延長工時之工資依勞基法第24條計算,相關 約定亦不能低於法定標準。為利勞資雙方運用,勞 動部也有提供加班費試算系統 (https://labweb.mol. gov.tw/) 可供參考。

伍、結論與建議

健身中心自設立至營運等階段,涉及法律議 題甚多。站在經營者的立場無不希望持續降低成 本,以增加營收。惟無論產業型態或工作性質如何 改變,法令遵循為營運所必需付出之成本。本文提 醒,雇主與勞工常爭執正常與延長工時暨工資之計 算,除可參考主管機關之見解與利用試算系統外, 其規範核心在於:勞基法既已規定勞動條件之最低



依主管機關解釋,教練進入健身中心或至指定場館後,縱使沒有講授課 程,只要在場館內,都必須計入工作時間。(圖片提供/紅藍創意)

標準,且勞工付出時間、體力及專業知識等,換取雇 主提供之報酬,爰業者或管理人員不應予以減付或苛 扣。

本文另建議未來運動產業之經營者,為避免發 生勞資事件或降低可能風險,可配合營運規劃,分階 段考量法令遵循之配套措施:如在營運設計與發展階 段,委請律師或公司法務針對營運方式、員工出缺勤 管理、勞動條件與工作規則之設計等,出具法律意見 書,或草擬、審閱、修正勞動契約內容;在營運過程 中若有任何法規適用疑慮,應針對企業所欲採取的措 施, 洽詢律師等分析適法性並給予建議; 若真的發生 勞資事件或爭議,或因勞動檢查而受到行政處分,均 應盡速尋求專業協助,協處訴願或訴訟等程序,以利 營運與永續經營。 🙆

作者何念修為執業律師、東吳大學法律學系博士班博 士生; 陳宏志為淡江大學產業經濟學系兼任助理教授

參考文獻

- 司法院(1999)。釋字第494號。取自https:// cons.judicial.gov.tw/jcc/zh-tw/jep03/ show?expno=494
- 全國法規資料庫(2020)。勞動基準法,沿革。取 自https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawHistory. aspx?pcode=N0030001
- 行政院主計總處(2021)。行業統計分類,第11次 修正(110年1月)。取自https://mobile.stat. gov.tw/StandardIndustrialClassification.aspx
- 教育部體育署(2020)。一起去運動:健身運動 場館風潮興起。國民體育季刊,203,49(3), 2-3 °
- 勞動部(2018)。適用彈性工時之行 業。取自https://www.mol.gov.tw/ topic/3067/14530/36712/
- 勞動部(2020)。違反勞動法令事業單位(雇主) 查詢系統。取自https://announcement.mol.gov. tw/

論運動產業發展策略一以科技 導入觀點分析

文 / 蔡育霖

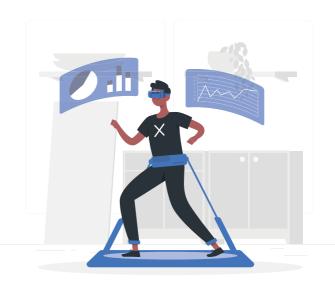
壹、前言

全球科技的變革,加速了民眾的生活樣態的改 變,而社會環境的變動,亦為產業數位化帶來更多 契機。受到新型冠狀病毒(COVID-19)影響, 2020 年各行各業的商業表現都直接或間接地受到衝擊。例 如,傳統國際運動用品大廠 Adidas 便公開表示,由 於疫情衝擊,全球 3/4 的實體門市必須暫時關閉,造 成企業營收大幅下滑。然而,美國蘋果電腦(APPLE) 卻在2020年9月之際,推出了全新個人化健身服務-Apple Fitness+。分析該產品上市時間點不難得知, 從高科技廠商角度評斷,運動科技突破時間、空間限 制的關鍵特色,或將成為未來疫情下,民眾被迫減少 進入健身房群聚, 在家自主訓練的新潮流。

運動科技的核心概念,在於以各類新興技術、智 慧載具與智慧運動場域等導入運動產業。一方面提供 運動者更具專業性之運動訓練,讓運動者進而獲得具 個人化之運動體驗,另一方面則讓運動者在運動時也 獲得社交感與娛樂感,讓運動體驗有著嶄新面貌。根 據國際調研 MarketsandMarkets 調查,全球運動科 技市場自 2018 年的 89 億美元,未來可成長至 2024 年的311億美元。由此可知,無論從使用者感受, 或從市場觀點,運動科技均具備極大潛力。

貳、科技導入運動產業之新契機

根據教育部體育署「運動產業發展條例」之定 義,運動產業係指提供民眾從事或觀賞運動之產品或 直接或支援性服務, 並能收增強國民身心健康、提升



體能及生活品質之效。而從科技的角度來看,新世 代的體感科技具備沉浸與真實、感官回饋、社群互 動等體驗,並以虛擬實境(VR-Virtual Reality)、擴 增實境(AR- Augmented Reality)技術為主軸,串 接虛擬與真實環境,結合實境體感裝置(如穿戴與 反饋裝置)與其關聯技術(如 3D 建模、空間定位、 動作捕捉、觸覺反饋、全息投影等)。若將上述科 技導入於運動產業中,結合運動與軟硬體科技,讓 使用者享受感官體驗的互動與回饋,亦與運動產業 之初衷相符。

根據我國教育部體育署 2020 年針對國民運動 狀況之調查,我國運動人口比例持續上升,有運動 習慣的民眾已逾828%,在家運動及國民運動中心 / 運動公園的比例持續上升,分 別已達 9.0%、7.4%, 其中「在 家運動」的比例在疫情影響下, 較 108 年 7.9% 上升 1.1%,並首 次進入民眾前五項選擇。此項改 變為運動科技的發展帶來契機, 許多在家運動的科技應用相應而 生。

本會產業情報研究所預測, 未來運動科技發展,將會經過4 個階段的發展,從傳統的輔助性 用涂,進入專業領域,最終誘過

科技達成「預防型運動」的長遠目標,引導民眾建 構更好的身體保健觀念與運動成效,展現運動科技 帶來的價值。

以國際知名健身課程服務商「Peloton」為例, 該公司成立於 2012 年,主要銷售智能跑步機和飛 輪, Peloton 產品已大量採用新科技,包含計算心 率、步伐、感測動作的感測器,並且提供直播教學

運動科技 運動科技 Nice to Have **Must Have** Sport 4.0 Sport 3.0 預防型運動 Sport 2.0 擬真型運動 個人化預防醫學 Sport 1.0 價值 專屬感 攜伴共動 單純型運動 價值 專屬感 回饋指導 社群感 價值 專屬感 有動就好 社群感 惠屬威 Z世代 躍升感 千禧世代 四升成 嬰兒潮世代 健康咸 傳統世代 圖1:運動科技發展4階段 資料來源:資策會產業情報研究所(2020)。

> 課程,以月付39美元的訂閱服務,用戶只要買線 上課程,在家就能下載超過上萬堂的健身課程,以 遠端上課的模式,搭配大型觸控螢幕與網路功能, 即時更新、顯示其他會員或朋友的成績排名,激勵 用戶並達成互動的效果,另外由於設備包含大量感 測器,可蒐集、分析運動情況及數據,進一步提供 運動建議,未來亦可延伸出更多專業的付費服務內

> > 容。Peloton 主要诱 過內容訂閱服務來吸 引客群,付費服務擁 有超過100萬名使用 者訂閱,回購率高達 96%,相較於傳統健 身房, Peloton 會員平 均一個月會運動 11 次 以上,遠超過其他運 動模式的比例。



圖2:運動產業博覽會中,運動科技主題 館之展示參與業者及運動員 資料來源:財團法人資訊工業策進會 (2020) 。

表 1、科技運用於運動產業 SWOT 分析表

優勢

- 1. 臺灣運動科技產業發展已具基礎,設備製造、資訊 服務與運動服務,擁有完整的加工體系及充足的零 組件供應,加上我國具備 ICT 軟硬體優勢,可逐步 完善運動與科技應用鏈結。
- 2. 運動器材廠商(如喬山、英達科技等)紛紛跨入運 動科技領域,擁有軟硬體整合能力,可扮演領航角 色帶動產業發展;資訊服務廠商(如精誠)可與設 備廠商合作,藉由軟體和數據分析能力,帶動產業 智慧化升級;運動服務廠商(如優力勁聯、海量數 位工程)亦具備國際輸出實力。

劣勢

- 1. 運動業界與資通訊廠商對運動科技的思維仍存在差異, 在跨領域結合上,自行尋找技術與合作研發產品較為困 難,需要相關單位提供支援,協助媒合或技術引進等。
- 2. 臺灣為全球運動器材代工重鎮,但除個別大廠外,仍有 不少中小型企業,雖具備科技創新實力,但較難自行發 展國際品牌形象,也欠缺國際行銷資源,亟需協助拓銷 國際等。
- 3. 運動與科技的結合,必須要結合運動 Know-how 與科 技實力;要將運動產業代工提升至發展高階運動科技, 包括科技研發與管理人才皆存在缺口,亟需縮短學用落 差,與電子、科技、網路產業合作培養跨領域人才。

機會

- 1. 伴隨 IoT、AI、AR/VR、Cloud 等科技逐漸成熟及 5G技術的蓬勃發展,加上智慧行動裝置趨於普及, 運動科技逐步往智慧化、系統化、服務化、社群化 等方向邁進,帶動包括智慧場館經營、智慧觀賽、 提高運動效能、運動數據管理、運動社群經營等創 新應用發展。
- 2. 全球運動產業逐步或深化導入科技應用轉型的趨勢 來襲,科技廠商亦從擴大經營版圖的角度跨足運動 創新研發,兩者相輔相成下有利產業之跨領域整
- 3. COVID-19 影響下為降低接觸,民眾採用運動科技 相關裝置、平台與服務等的意願提升,例如 VR 飛 輪、線上互動瑜珈、雲端馬拉松等新型態運動模式 興起,帶動智慧健身器材、穿戴裝置、相關周邊產 品與感測裝置的需求。

威魯

- 1. 歐美日等先進國家,以職業體育聯盟等賽事為推動核 心,加上民眾健身習慣普及,帶動運動科技蓬勃發展; 例如多視角賽事觀看、運動傷害防治數據分析、落點判 定、虛擬球迷等創新應用。相對於此,我國較缺乏具規 模的大型賽事作為奧援,市場誘因相對不利刺激運動科 技產業發展。
- 2. 歐美運動科技產業成熟度高,除有大型運動品牌廠商投 入外,亦有 Google、Amazon、Apple 等 IT 大廠布局, 加上眾多新創企業角逐,發展各種新興產品服務,顯著 增加了我國在日益激烈的國際競爭環境下嶄露頭角的難



資料來源:經濟部數位經濟產業推動辦公室(2020)。

以國際市場看運動科技之發展規模,全球運動科技產業發展已進入成長期,除 Google、Amazon、Microsoft等美國 IT 大廠相繼與美國四大職業體育聯盟合作以強化運動業務發展,Peloton、Tonal、Mirror等運動科技新創也陸續投入,國際大廠 Apple 更結合自家的智慧手錶(Apple Watch)、智慧型手機(iPhone),推出「Apple Fitness+」服務,對我國關聯產業上下游發展助益甚大,從硬體(運動用品、穿戴裝置設備等)到場域(運動中心、健身房)均因此而受惠。近 2 年在COVID-19 影響下,居家宅健身、自主訓練、虛擬看賽等服務,更成為運動產業關注焦點,不僅展現極大潛力,也加速運動產業的數位轉型,強化與科技的跨域連結。

參、科技運用於運動產業之 SWOT 分析與因應 策略

鑒於科技運用於運動產業後,兼具內容與軟硬體技術,所幅射之領域涵蓋 AR、VR、健身中心、終端裝置零組件組裝等,對國內產業影響甚鉅,故將其優勢與劣勢,以及外部環境之機會與威脅整理如茲。

面對科技與社會環境不斷變動的時代,台灣在 擘劃科技運用於運動產業之策略,應積極結合既有 資通訊的軟硬體優勢,持續優化中小企業創新環境, 推動跨領域創新應用、產業實證方案落地,將台灣 消費市場作為試煉環境,繼而推動特色解決方案接 軌國際,累積運動與科技產業品牌實力。

肆、結語

近年在教育部體育署推動下,我國運動產業發展蓬勃,運動科技亦成為各界關注焦點,2020年由體育署辦理運動產業博覽會,會中即展示大量運動



健身房目前已大量採用新科技,也強化了運動產業與科技的跨域連結。 (圖片提供/紅藍創意)

科技應用,並與經濟部工業局、資策會共同建構運動科技主題展館,提供民眾良好的運動科技發展體驗。而資策會亦將持續配合中央政策,協助科技導入運動產業之進程,厚植跨領域產業生態鏈動能,

創造新形態之市場價值。 🖸

作者蔡育霖為資策會地方創生服務處主任

參考文獻

教育部體育署(2020)。109年運動現況調查成 果發表記者會 防疫有成快樂運動 多元運動i臺 灣。教育部體育署新聞專區。2017年11月29 日取自:https://reurl.cc/pmYxrZ運動產業發展 條例。

MarketsandMarkets. (2019) . Sports technology market worth \$31.1 billion by 2024. Retrieved from: https://reurl.cc/kVoLLd

O'Toole, M. (2019) . Want to be the next Peloton? Here's how the fitness brand is expanding product line and impact. Forbs. Retrieved from: https://reurl.cc/3NM5Xl

Smith, E., & Damp; Belvedere, M.J. (2002). Adidas says first-quarter profits fell more than 90% due to coronavirus store closures. CNBC. Retrieved from: https://reurl.cc/WEOLle

新冠肺炎疫情下我國運動用品產業 供應鏈之轉變與因應策略

文/謝旻凱

膏、前言

臺灣運動用品製造業者擁有精良的製造能力, 許多知名運動品牌皆為臺灣廠商所代工生產。如 GIANT為Schwinn代工腳踏車、寶成工業為NIKE代 工鞋類產品、百洲化學工業為Wilson代工球類產品 等,這些知名品牌商品都出自於臺灣代工(范峻 豪,2010)。其中又以運動健身器材製造技術領先 全球,2016年5月運動用品製造業,產值達到新臺 幣163億元,佔臺灣製造業總體產值之5%,可見該 產業在我國運動用品市場中,舉足輕重(經濟部, 2016)。到了2020年臺灣文教育樂用品(含運動 用品)營業額達849億元,創102年以來新高(經濟 部,2021)。

在現今的全球化市場中,跨國間的產業鏈相互 結合,彼此截長補短,各取所需,共同聚集形成全 球化的生產供應鏈的趨勢下,臺灣運動用品的生產 製造亦在國際運動產業供給的產業鏈中,佔有舉輕 重的角色。面對2020年新冠肺炎席捲全球的疫情之 下,跨國間的產業鏈供給的角色逐漸開始轉變或產 生易位,面對這突如其來的轉變,我國的運動用品 產業的發展也面臨到前所未有的危機,因疫情擴散 全球,許多國家為了避免疫情擴散,限制了工廠的 群聚進而停工,產業鏈的供給也開始停滯,也因此

全球的經濟市場彷彿按下暫停鍵。根據運動數據分 析公司Sportradar,疫情的影響估計將在今年內持 續,並造成全球運動產業約50%至60%的經濟損 失,換算成金額約高達600億美元(約新台幣1.8兆 元)(CNBC,2020)

也因為許多國家限縮了一般大眾的活動範圍 及群聚機會,進而間接改變全球消費者的消費型態 與運動習慣。運動用品廠商為了降低疫情所遭受的 影響,在佈局全球化供應鏈中,開始重新分配供應 鏈的角色, 造成供應板塊產生質變, 身為國際運動 用品供應鏈中的研發、產製核心位置的臺灣運動用 品產業,該如何在此次全球供應鏈危機中創造出轉 機,重整產業鏈的角色定位,在疫情後的市場型態 轉變下能夠持續維持領先者的角色,是這次疫情過 後臺灣運動用品業找所必須也是亟需面對的轉型問 題。

貳、全球運動用品產業鏈於疫情後的變化

全球化產業鏈重整最初可以由美中貿易戰開始 追溯,各國也因此開始建構自有的產業鏈,降低全 球化的經營思維,加上新冠肺炎疫情的發生,進一 步加速了製造業去中心化的生產趨勢。在新冠肺炎 疫情的衝擊下,各國與主要產業龍頭恐怕將重新評 估以成本為優先的決策模式,取而代之的是納入國 家安全與產業供應鏈安全的考量。 在此新決策模式之下,在鄰近市場 處建構具一定規模且完整的產業供 應鏈,可望逐漸躍居為企業佈局策 略的主流(洪春暉,2020)。也 因此在疫情的推波助瀾之下,凸顯 全球供應鏈的「國家集中」問題, 「區域集中」與低庫存問題(李 淳,2020)。



資料來源:財政部關務署。 註:出口金額係指海關稅則號列9506。

過度集中於單一國家或區域做為生產基地,產生的風險過大。所以全球廠商透過加速「去中心化、分散式」供應鏈的布局規劃,以便在重要環節建立「防火牆」及其他「阻斷機制」,避免一個環節的問題導致整體供應鏈之癱瘓;同時廠商為了要降低庫存率,下單後才進入製程,由於新冠肺炎的疫情蔓延全球,各國邊境管理仍非常嚴格,全球經貿活動的解凍可能還需要一段時間才能重回正軌,所以低庫存就形成此波疫情之下消費者購物後無法即時拿到商品。為此,全球運動用品的供應鏈將導入更多加速數位科技建立大數據、人工智慧(Artificial Intellgence, AI)及物聯網等科技對供應鏈管理、弱點及風險評估能力,最適庫存之評估架構。為了因應天災疾病等導致之干擾的恢復力,也必須加速時動化生產速度,降低群聚風險。

參、疫情中臺灣運動用品供應鏈之轉變

近年來,隨著全球運動風氣興起,重大運動賽事的舉辦,加上國民健康意識提升,臺灣運動休閒的產業鏈持續提升,根據財政部關務署統計,2019年1月至2月分別成長了17.6%。2018年臺灣運動用品產業出口的產值達到19.4億美元(經濟部,2019)。

經濟部2019年9月發布臺灣運動用品之產值統計,更是創下歷年新高,其中運動用品業產值逐年成長,2014年突破4百億元,2018年升至470億元,連續3年創新高,年增8.2%,2019年上半年續增15.3%,達242億元,為歷年同期新高,預估全年將一舉跨越5百億元之門檻(經濟部,2019)。臺灣運動用品廠商之所以具有優勢,乃是因為臺灣的運動用品廠商不斷的致力於研發新產品及持續投入資源,為維持競爭優勢及強化研發、設計及量產能力,近年業者積極深耕技術開發能力及擴充資本支出。其中健身器材製造與開發為體育用品製造業成長之主力,以出口國際市場為導向,直接外銷比率達九成以上(經濟部,2019)。

臺灣運動用品的製造供應鏈主要分布於臺灣、中國、越南等其他東南亞國家,在2020年新冠肺炎疫情席捲全球之下,產業一瞬間被強勢的改變,其中改變的範圍有以下諸點:

一、人力資源投入方式:製造產業除了自動化機械 器具外,仍仰賴於勞力的投入,在新冠疫情肆虐 之下,因為各國政府施行的隔離政策及限制群 聚人數,對於大量依賴人力市場的中國及東南 亞國家在人力資源應用上出現了極度短缺勞力

53

的狀況,在疫情稍見趨緩後,雖然中國及東南亞 國家工廠開始復工,然而卻開啟廠商投入更多 自動化機具從事生產的契機,一方面持續降低 人力成本,一方面減少因疫情被迫形成的隔離 政策, 造成工廠無法運作的情況。

- 二、中小企業競爭優勢:2020年在美中貿易戰、新冠 疫情的肆虐之下,臺灣在淮擊貿易市場的過程 中,商機的重點不斷更新洗牌,因此加速數位轉 型與透過數位貿易(蘇信瑋,2020)。而我國製 告業及國內的中小企業,因具備靈活彈性與客 製化的優勢,未來可持續加強投入研發資源,而 政府亦诱過原有的群聚輔導機制,協助我國運 動用品的中小企業打開國際化市場,並在疫情 市場及供應鏈洗牌情況之下,逆境中開發出國 際訂單。
- 三、生產基地轉移陣地: 隨著國際經貿情勢環境瞬 息萬變,以往大規模生產與製造的型態已無法 滿足消費者需求,所以各國朝向水平分工進行風 險分散,並針對差異化產品發展不同市場之產 品。因新冠肺炎爆發後,直接對全球供應鏈造 成巨大衝擊,促使企業將供應鏈風險管理納入 工業管理的考量因素之一,同一也為了避免重 蹈因疫情導致大規模停工的覆轍,臺灣運動用 品製造業被迫加速移轉生產基地並強化與新南 向國家的連結(林虹妤,2020)。
- 四、供應鏈去中心化:此次疫情中,凸顯了全球供應 鏈過度依賴中國生產基地的問題,許多運動用 品製造廠商在建立供應鏈初期基於商業利益的 考量, 選擇進入勞力密集且成本低廉的中國市 場。疫情後開始有了供應鏈「去中心化」或「去 中國化」的經營模式(高長,2020)。將供應生產 鏈進行多元的分配,一方面可降低疫情影響出

貨,一方面可進行風險分散,降低產業的損失。

五、電子商務平台成為主流:電子商務通路的消費 型態,逐漸成為今日民生消費的主流消費模式 之一。經濟部統計,2020年電子商務營業額將 突破3,200億元,其他非店面零售業結合數位工 具與社群平台,業績快速成長,營業額自2007年 逐年攀升,2013年突破2,000億元,2020年1-11 月營收 2,977 億元 (其中電子購物及郵購業占 73.1%,直銷及自動販賣機占26.9%),創歷年同 期新高,年增12.3%,為2017年以來最大增幅。 在疫情尚未解除前,無店面零售業持續具有優 勢,零接觸商機將延續,2020年全年營業額可 望突破3,200億元(經濟部,2021)。

疫情爆發後,消費模式逐漸轉向為線上購物的 電子商務模式,以減少實體店面與人接觸的機會 (Abe Dunn & Alexander, 2020) •

美國 2020 年 3 月健身器材銷量激增 130%, 其中家用健身器材更大幅超越其他品項,飛 輪車增加 170%、自由重量如啞鈴等器材增加 181%,顯示未來因疫情影響,將改變人們的運 動習慣。

全球在疫情期間幾乎停止了一切商業活動,大部 分行業蒙受巨大損失,但仍有行業大發利市。根 據數據顯示,美國零售商在國際電子商務上,四 月訂購量增長了77%,五月更增長了109%(呂 宗耀,2020)。

臺灣引以為傲的健身用品產業雖也遭受疫情的 影響,但臺灣 51%民眾在疫情中可保持相同的 健身運動時間與強度(張育愷,2020),可以歸 功於政府的有效防疫政策及運動用品產業業者 持續的優化線上的健身服務,提供 APP 數位化 及 App 自行在家進行基本運動訓練。因此線上 購物家用健身產品及健身線上服務成為疫情之 下逆勢成長的品項,來因應新型冠狀病毒所帶來的運動新生活。

肆、結語

面對全球運動用品產業鏈在疫情之後的再度 重整,臺灣運動用品業者必須趁勢將去中心化的趨勢,逐漸轉變為以臺灣為研發及製程為核心,並加 強在各國及各區域間的倉儲管理,針對庫存及產線 供應進行有彈性的調整,降低因疫情(含天災)所 造成的供應鏈停頓,進而影響庫存量及銷售量。

並配合疫情下,消費者轉變的健身習慣,即為 將消費使用地點改為家用,這意味消費者願意花更 多時間在健身上,持續健全電子商務平臺,讓消費 者取得運動型消費更加簡易,並且提供社群媒體做 為消費者服務的管道之一,例如提供付費/免費的教 學影片,及時提供線上諮詢做為消費者的消費動機 誘因當疫情結束,這些培養起來的運動習慣,也將 日後疫情結束後帶來更多商機。

面對疫情的來襲,儘管引發了危機,但是危機就是轉機,臺灣運動用品業者若能針對運動用品供應鏈進行再一次的革新與重整,就能夠設法掌握未來運動用品消費與發展趨勢,保有臺灣運動用品領先製造與開發的先驅者地位。 🖸

作者謝旻凱為國立臺北科技大學附屬桃園農工高級 中等學校活動組長

參考文獻

- 呂宗耀(2020)。疫情蛻變全球健身內容 ——兼論 健身器材大廠岱宇,今週刊-名人專欄。1224。
- 李淳(2020)。新冠肺炎疫情之長期影響及新常 態趨勢,中華經濟研究院時事評論,取自:

- https://web.wtocenter.org.tw/Mobile/page.aspx?pid=342824&nid=126
- 林虹妤(2020)。淺談全球價值鏈分工挑戰下台灣產業的關鍵定位。臺灣經濟研究月刊,43(9),12-18。
- 洪春暉(2020)。供應鏈重構 美中貿易戰與疫情 後的電子產業在地化生產布局。**產經分析**,22-23。
- 范峻豪(2010)。體育用品製造業自創品牌與其重要性分析。**大專體育**,110,23-29。
- 高長(2020)。COVID-19疫情衝擊與全球供應鏈重整,展**室與探索月刊,18**(6), 63 79。
- 張育愷(2021年1月16日)。臺灣經驗與觀點-新冠肺炎(COVID-19)疫情下的運動產業轉型升級契機,臺灣研究亮點,網址: http://trh.gase.most.ntnu.edu.tw/tw/article/content/179。
- 經濟部(2019)。運動健身風潮助攻,上半年體育用 品業產值創歷年同期新高,產業經濟統計簡訊, 342,1-5。
- 經濟部(2016)。體育用品業產值可望連續三年突破 4百億元,產業經濟統計簡訊,255,1-5。
- 經濟部(2021)。零接觸商機爆發,109年其他非店面零售業營業額可望雙位數成長,產業經濟統計簡訊,374,1-4。
- 經濟部(2021)。疫情帶動需求,109年文教育樂用 品零售業營收創近8年新高,產業經濟統計簡 訊,376,1-5。
- 蘇信瑋(2020)。進擊的小巨人一淺談臺灣中小企 業國際化的機會與挑戰,臺灣經濟研究月刊, 43(8),13-20。
- A Dunn, K Hood &A Driessen (2020) Measuring the Effects of the COVID-19 Pandemic on Consumer Spending Using Card Transaction Data, *U.S. Bureau of Economic Analysis*, 2-22.
- Abigail, Ng (2020 \cdot May 15). Huge pent-up desire' for live sports could turn into an oversupply later this year, analyst says \circ *CNBC* \circ SPORTS.

從 FOX 體育台撤離臺灣市場事件 看運動媒體產業發展

文/陳子軒

壹、前言

在臺灣擁有三個體育頻道的FOX體育台,於 2020年12月31日正式結束臺灣的營運,儘管正式 更名為FOX體育台是在2013年1月份發生,但是 頻道的根源可追溯到1991年的Prime Sports,期 間原分屬迪士尼與FOX兩大媒體集團的ESPN與衛 視體育台,在亞洲業務整併為ESS(ESPN STAR Sports);2013年,FOX集團買斷ESPN亞洲業務, 自此ESPN退出亞洲市場,並以FOX Sports。然而, 國際媒體集團的競合詭譎多變,2019年3月,兩集 團業務再度整併。此次,獲得原先FOX體育台亞洲 經營權的迪士尼集團,反倒明快宣布結束在臺業 務,並逐步退出亞洲市場,留下極大的震撼。

此次FOX體育台的終止營運,除了有線電視 頻道之外,其官網、Facebook、Instagram等網路 平台亦同步歸零,使得過往30年FOX體育台系譜 下的臺灣運動媒體影像紀錄近乎一夜歸零,為臺 灣運動文化累積亦留下難以彌補的缺憾(陳子軒, 2021) 。

貳、傳統運動頻道的挑戰

新冠肺炎疫情之下的全球運動媒體市場面臨極 大挑戰,但這卻可能不是FOX體育台終止臺灣乃至 亞洲業務的主因,僅是最後一根稻草而已,包含有 線電視以及中華電信MOD平台IPTV在內的傳統「線 性電視(linear TV)」市占率全面衰退才是主因, 而屬相對邊緣運動頻道,則更難在有線電視系統、



2020年12月31日,FOX體育台於收播時,正式向觀眾道別。(圖片提供/陳子軒)

頻道代理商層層掌控下尋得穩定的獲利。尤其當前 運動賽事內容的特性為高度即時性,但是卻「保鮮 期」極短的特性,加上國際級運動賽事高度膨脹的 轉播權利金,在在使得經營不易。在此全球性的媒 體發展趨勢之下,線性電視的現場運動轉播必須透 過線上串流以跳脫其時間與空間的限制,並得以同 時延續電視運動轉播的邏輯與觀賞習慣(Hutchins. Li, & Rowe, 2019) •

1990年中華職棒成立後,導引運動從原先以 國族主義為基調的觀賞角度進入休閒娛樂。雖然前 兩年欠缺穩定的電視轉播與權利金,但是從1992 年開始到1997年,中華職棒由低廉甚至象徵性的 轉播權利金到3年15億和信集團的「天價」(劉昌 德, 1998), 到「黑鷹事件」與兩聯盟分裂時期的低 谷,1998年為臺灣運動有線頻道發展至數量上巔 峰的一年,共計有Star Sports、ESPN、TVIS、緯 來體育台、東森體育台、新世代體育台等六家,尚 且不計以播出摔角等格鬥技為主的朝日衛星台與全 日通Z頻道,;然而,1997年國內職棒因為黑鷹事 件、兩聯盟分裂走入低谷,1998年,職籃也由於 東森育樂台和中華職籃間轉播權利金的歧見走入歷 史。臺灣在此時期並無足夠的市場支撐如此大量的 運動頻道,年代集團下的TVIS於1998 年更名為年 代體育台,2001年再更名為Much TV,至今以年代 MUCH台經營,但在2014年世界盃足球賽與愛爾達 爭議遭轉播斷訊之後,除了零星轉播國內高爾夫球 賽之外,至今也與運動無涉。這過程中,除了反映 所有權在香港TVB與邱復生的年代集團之間的變化 之外,也反映了體育轉播對於該集團的比重下降, 轉型成為綜合型有線電視頻道,有線電視市場上僅 剩緯來、FOX Sports兩大集團的專業運動頻道,直 至2017年才有Eleven Sports的加入,成為有線電 視運動頻道的第三勢力,而富邦集團下的臺灣優視 momoTV (原名WINTV)雖然手中握有中華職棒 富邦悍將、P League+富邦勇士、UBA大專籃球聯 賽、職業美式足球NFL等賽事轉播權,但是仍以綜 合台的形式經營,與今年甫拿下109學年度HBL轉 播權的東森超視一樣,並不屬於專業體育台,顯見 其對於縱身投入專業運動頻道仍有疑慮。

而在IPTV平台上的中華電信MOD,於2003年2 月取得有線電視分區經營執照,並於同年11月經行 政院新聞局核准推出IPTV業務,以MOD互動式多媒 體服務系統作為發展平台。MOD用戶數在2013年 達到124萬,2014年增加至140萬,不過根據NCC 所公布的最新數據(2020年第一季),目前MOD 在臺灣計有208萬用戶,;反觀有線電視,儘管已 經連續三年的市占率衰退,從2016年的60.8%,下 滑到2019年的56.3%,但是MOD與有線電視整體 近500萬用戶相比,仍僅有其4成。MOD上自200台 之後的區塊屬於運動頻道,至今也有18個各式運動 頻道,包括愛爾達體育台、智林體育台、博斯運動 頻道家族八個頻道及境外的EuroSport、Outdoor Channel等等,但除了愛爾達體育台主導奧運、世界盃足球賽、中華職棒等等重大賽事轉播、智林體育台轉播國內較小眾賽事之外,其餘頻道多數是國外運動媒體商品直接輸入,無法改變他們處於相對邊緣,而欠缺主流影響力的事實。

參、探索中的OTT與新運動媒體形式

相較於臺灣飽受威脅的傳統有線與無線電視, 在美國運動轉播的領域裡這兩者依舊是最主流以及 難以撼動的運動媒體形式,但是世界各地新媒體 的OTT(Over the Top)平台加入運動轉播的戰局 方興未艾,OTT以其擺脫既有特定衛星服務或是有 線電視系統業者掣肘的特性,讓閱聽人得以擇其所 好,擺脫套裝以及固定合約的拘束。以運動OTT來 說,英國Perform Group旗下的OTT平台DAZN於 2016年在德國開播,2015年起便動作頻頻。10月 份首先買下NBA在德國、奧地利與瑞士的轉播權, 接著12月宣布從傳統衛星電視德國天空衛視(Sky Deutschland)手中奪下英超在德國、奧地利與列 支敦斯登三國的獨家轉播權,估計在2020年底, DAZN在德國的收視會可達到160萬戶(Easton, 2020)。臺灣的麥卡貝、LINE Today、Yahoo! TV等 平台都已積極投入運動轉播,以電競轉播聞名國際 的twitch亦投入中華職棒的轉播,OTT在臺灣運動轉 播的後勁不容小覷。如此一來,電視的王位已經受 到挑戰,新媒體可以「繞過、削弱或是彌補電視運 動轉播的霸權」(Hutchins & Rowe, 2012, 頁5)。 在此趨勢下,臺灣仍舊在探索運動新媒體的轉型。

臺灣的運動轉播開啟OTT第一步並不特別晚, 尤其是發展歷史最悠久的職業運動中華職棒,自從 2015年就開始全年CPBLTV的收費網路轉播服務, 其中基本方案為一季699元就可收視所有240場例行 賽,至於2021年賽季,則調漲至早鳥價1299元(原 價1,399元)販售,但由於中華職棒採取各隊單獨議 約的模式,擁有轉播權的五支球隊也各自擁有官方 授權的轉播平台,而且收視管道多元,目前在網路 與OTT平台,除了官方的CPBL TV之外,還可透過 Eleven Sports \ myVideo \ ELTA TV \ YAHOO! TV \ LINE TODAY、twitch、Hami Video、GtTV、麥卡貝 共計九大網路直播平台都可以收看。中華職棒抓準 年輕球迷網路觀賞的特性,時至今日已經完整建置 OTT的轉播,也為未來展開布局。

除了OTT之外,以運動為內容的新媒體包括 影像(YouTube)、聲音(podcast)逆勢崛起, 2020年更被稱為臺灣的「podcast元年」(吳學 展,2020)。此間,年輕世代迷群透過更具彈性 的新媒體平台,在運動訊息的傳播上,不只量的 倍增,質的部分也是前所未見的豐富,棒球、籃 球、跑步等等podcast內容不一而足。更別忘了, 疫情之下,除了巨觀領域的運動傳播產生轉變, 微觀下,個人對於健康的觀念、人際距離與社交 關係的改寫,也對於運動健身產業及相關訊息的 傳播揭開新頁,除了Apple Watch、Garmin等智慧 穿戴裝置改變人類對於健康的認知之外,2021年1 月,Google宣布以21億美金收購智慧穿戴知名品牌 Fitbit (陳冠榮, 2021),顯見健康與新媒體結合已 成不可阻擋的趨勢,Peloton、Tonal以居家聯網健 身快速崛起、MIRROR更透過喬山科技代理進入台 灣市場,這也是在運動頻道這個「大」運動媒體之 外的另一個新戰場。

肆、結語

FOX體育台的離開,雖然不是臺灣所終結的第 一個運動頻道,但是其規模以及承載的運動文化積 累,卻是臺灣難以承受的損失,但是我們也從中 看見,外資企業在對臺灣營運評估依舊以利益為 導向的現實面,也同時是對於臺灣傳統運動頻道 的不信任投票。在FOX體育台所遺留下來的頻道空 缺,由同樣是外資、但規模卻遠不如迪士尼集團的 Eleven Sports進駐,儘管少了三個主要運動頻道,

或許對於同一塊大餅的運動頻道經營而言是「短 多」,但是中長期來看,卻仍是整體市場不夠大的 「長空」。只是我們身處大媒體潮轉型的時期,新 型態的運動媒體如podcast與YouTube確實不斷冒 出頭,但是卻仍未見穩定的獲利型態,其中影像部 分,更可能涉及侵權的疑慮,因此,這是一個傳統 運動頻道進退維谷,但新運動媒體仍未站穩步伐的 不確定時期,一年多的全球新冠肺炎疫情,不僅打 亂全世界運動產業與媒體佈局,更可能是加速運動 新舊媒體交替的催化劑。 🐼

作者陳子軒為國立體育大學教授

參考文獻

- 吳學展(2020年8月30日)。 台灣「podcast 元年」的6個觀察。思想坦克。取自 https://www.voicettank.org/singlepost/2020/08/30/083002
- 陳子軒(2021年1月15日)。影像記憶歸零…FOX 體育台離開後,台灣運動文化保存難題。 udn鳴人堂。取自 https://opinion.udn.com/ opinion/story/5769/5176191
- 陳冠榮(2021年1月15日)。 Google 完成 Fitbit 收購案,再三強調保護用戶隱私、健康數據不 用於廣告。科技新報。取自 https://technews. tw/2021/01/15/google-completes-fitbitacquisition/
- 劉昌德(1998)。媒體在運動商品化過程中的角 色。台灣社會研究季刊32期,頁215-247。
- Easton, J. (2020, September 4). DAZN's core market strategy highlighted by German deals and acquisitions. Digital TV Europe. Retrieved from https://www.digitaltveurope. com/comment/dazns-core-market-strategy-highlightedby-german-deals-and-acquisitions/
- Hutchins, B., Li, B., & Rowe, D. (2019). Over-the-top sport: live streaming services, changing coverage rights markets and the growth of media sport portals. Media, Culture & Society, 41(7), 975-994. doi:10.1177/0163443719857623
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport. New York: Routledge.

體育運動文創新商機-以體育運動文化數位典藏暨加值應用計畫為例

文/謝顒丞

壹、背景說明

教育部之《體育運動政策白皮書》揭示:為延續體育運動文化歷史價值,透過數位化科技保存運動文化遺產,運用數位化素材結合運動休閒產業及文化創意產業資源,創造加值產品及服務,永續發揚傳承體育運動文化及發展運動產業(教育部,2017)。教育部體育署於2017年啟動「體育運動文化數位典藏計畫」,就體育文物、體壇耆老訪談進行數位典藏,達成資料的永久保存及可用性,透過推廣研究、教育、產業及加值應用達到宣傳體育運動文化(教育部,2020)。

教育部體育署建構「體育運動文化數位典藏計畫」,以數位典藏、公開展示、文化傳承、學術研究及未來加值應用為核心,第一至二期已完成45位人物及346件文物數位典藏,將體壇耆老或代表人物相關主題出版物、老照片、影音、記憶訪談等方式,透過數位化進行典藏,典藏成果建置於體育署之「體育文物數位博物館」網站。2019年計劃邁入第三期,在原有的人物及文物數位典藏基礎下,新增加值應用計畫,以傳統體育精神結合在地文化,打造新IP(智慧財產權,Intellectual Property),進而帶動觀光產業。加值應用計畫以體育運動文化,打造運動觀光示範點,活絡地方閱資運動文化,打造運動觀光示範點,活絡地方相關產業發展,展現數位內容一元多用的特性,詳如圖1所示。

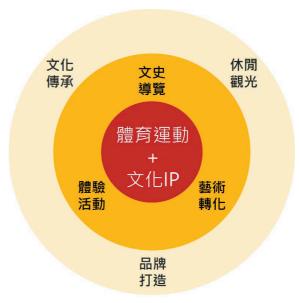


圖 1 體育運動文化加值應用概念圖。資料來源:2019年體育運動文化數位 典藏(第三期)暨加值應用計畫(圖片提供/謝顯丞)

貳、執行方法

加值應用計畫以專案管理方式執行,用心智圖發展擬定執行內容。團隊進行資料蒐整並展開田野調查,萃取當地體育運動文化之內涵,在田野調查過程中同步進行專家訪談,考證資料文本、設計轉化的正確性,並經審查委員、地方政府及體育署主管單位多次工作會議後定案。

本計畫以高雄內門、屏東萬巒及恆春三地之傳統體育文化與地方特色元素,打造擬人化之主視覺 及識別設計,結合當地傳統體育與觀光資源製作運 動觀光散走地圖,並設計具當地傳統體育文化精神 的農特產包裝,最後以微電影形式連結上述成果,



圖 2 加值應用計畫執行流程圖

進行網路官傳。由這些加值應用產品的引導,連結 遊客的體驗,進而達到體育運動文化傳承與觀光休 閒推廣之目的,執行流程詳如圖2。

參、執行成果

「體育運動文化數位典藏(第三期)暨加值應用 計畫」於2019至2020年間執行,成果包含20位人 物與310件文物的數位典藏及加值應用1式。加值應 用內容以高雄內門宋汀陣、屏東萬戀夜祭以及屏東 恆春豎孤棚之特色傳統體育文化為主,連結當地觀 光景點、特產,應用文創設計產出主視覺,應用於 包裝設計、散走地圖及宣傳片等,由體育署授權地 方需要者申請使用。

加值應用示範點由體育署及審查委員決議,選 定高雄內門、屏東萬巒及屏東恆春,三地傳統體育 活動文化特色說明如下:

一、高雄內門宋江陣:文化特色:保家衛國、強身健 體、驅邪。

活動由來:內門環山圍繞,土匪容易躲藏山林中 居民深受其擾,官府遠水救不了近火;為了護衛 家園,各村便自發性地組成武陣。武陣精神取自 於「水滸傳」108條好漢相聚武陣隨著宮廟戲舞 酬神文化,加入水滸傳的劇情排演成戲,至今藝 術性質越發添多,遂演化出大名鼎鼎的「宋江 陣」。(台灣宗教文化地圖,2020)

二、屏東萬巒加匏朗夜祭:文化特色:仙蛋傳說、越 戲、祈雨豐收、自然農作。

活動由來:據說仙姑祖來自一顆仙蛋,村中老婦

撿到後孵化成人, 並由老婦養育成為少女。少女 成長至16歲時,向老婦與村人表明其仙女的身 份,摘下頭上的龍頭針給村人後便登天而去,成 為村人信仰中祈雨靈驗的神明「仙姑祖」,龍頭 針則成為加匏朗尪姨(夜祭儀式的主持者)祈雨 的法器。仙姑祖法力高強有求必應,漸成為替居 民消災解厄、趨吉避凶的聚落守護神。居民為感 謝仙姑祖,每逢農曆正月十五仙姑祖誕辰,準備 祭品、聚集在加匏朗村仙姑廟前,舞蹈歌唱酬神 祈求豐收。(台灣宗教文化地圖,2020)

三、屏東恆春豎孤棚:文化特色:中元普渡、分享施 捨、團結向上、孤柱、孤棚。

活動由來:豎孤棚為在中元普渡時節,恆春鎮的 善心人士祭拜來臺開墾而死亡的單身壯丁,也是 為了避免這些無人祭祀的孤魂野鬼作亂。每年 農曆七月十五日普渡過後,將供品分送救濟附 近的孤貧人家,因此普渡的供品也稱作孤品。為 免分發孤品時造成爭搶推擠,因此設計「豎孤 棚」的比賽方式,爭取孤棚上的供品。(台灣宗 教文化地圖,2020)

本加值應用計畫透過視覺系統IP設計,打造體 育運動休閒小鎮觀光。以體育運動為核心,多元 化活動吸引不同族群參與;個性化的內容強調 文化差異;時尚化的手法讓傳統體育注入新意。 並進行大量曝光與社群媒體的行銷,將此三個 目標向外輻射出多元的產業,完成加值應用示 範內容,說明如下:

(一)主視覺、視覺識別設計

主視覺融合體育運動文化精神與地方特

色,形塑文化旅遊所具之話題性在地運動 角色。高雄內門宋江陣的角色塑造,將特 殊地景化為角色的頭髮,使用宋江陣代表 的武器與金獅頭像作為服飾特色,角色雙 手分別持刀及當地農特產火鶴花,作揮刀 姿態呈現宋江陣及內門的力與美;屏東萬 戀夜祭則以仙姑祖原型設計,身穿傳統平 埔族服飾,披掛檳榔與象徵仙蛋的糰子。 雙手持當地平埔族釀造之小米酒 mai,盛 情激請觀眾參與活動;屏東恆春豎孤棚角 色以攀爬孤柱重現活動的狀態,以標誌恆 春的旗子、鞭炮及象徵熱情的火焰頭髮等 元素增加連結性,設計圖詳如圖3:







地區:高雄內門 運動項目: 宋江陣

地區: 屈東萬變 運動項目: 夜祭

地區: 屈東恆春 運動項目:豎孤棚

圖 3 主視覺設計圖 資料來源:2019年體育運動文化數位典藏(第三期)暨 加值應用計畫 (圖片提供/謝顒丞)

視覺識別以體育活動中的動作為發想,簡 化圖像並運用相關色系,增強識別度,建 立系統化的識別符碼。標準字字體重心下 移,框架向外延伸,呈現體育運動的穩健 與外放氣勢;在字體筆畫中融入臺灣廟宇 屋簷的特色連結傳統文化,詳如圖 4:







C90% M93% Y43% K16%
 C100% M60% Y41% K2%

圖 4 運動項目視覺識別設計圖。資料來源:2019年體育運動文化數位典藏 (第三期) 暨加值應用計畫(圖片提供/謝顒丞)

(二)包裝設計

包裝設計以在地體育運動文化元素結合當 地特產,以帶動體育運動休閒觀光。經地 方政府及專家會議討論決議,以表 1 所列 特色產品研發兩組不同風格之包裝設計。 以傳統體育運動的文化歷史為核心,取其 元素及符碼創造出具連結意義的包裝,詳 如表 2 至表 4,資料來源為「2019 年體育 運動文化數位典藏 (第三期)暨加值應用 計畫 1:

表 1 代表運動項目及特產說明表

地點	運動項目	特產				
高雄內門	宋江陣	龍鳳酥、花生糖、龍眼				
屏東萬巒	夜祭趒戲	蓮霧、豬腳、可可				
屏東恆春	豎孤棚	洋蔥、黑豆、琅嶠米				

表 2 代表運動項目及特產說明表





B方案 龍鳳酥





設計理念

發想自宋江陣發彩陣形,拉開禮盒同時觀賞宋江陣 陣式。外盒設計結合內門特有的龍陣、金獅陣,內 包裝設計則應用隊形所配置武器安排。

A 方案 花生糖





B方案 花生糖





設計理念

A 利用牛皮紙袋的懷舊感與宋江陣代表人物李逵的 圖像連結經久不衰的內門特產;B運用圓形陣式走 位動線至包裝開盒,以金獅、武器元素保衛內門遠 近馳名的花生糖。

A 方案 龍眼





B方案 龍眼





設計理念

以宋江陣特色武器應用至包裝產品設計, A 將武器 製作成冰棒棍,食後可將冰棒棍模擬宋江陣把玩; B將武器結合八卦陣形製作龍眼禮盒,內包裝以令 旗發想作為三角粽型袋。

表 3 屏東萬巒包裝說明

A 方案 蓮霧





B方案 蓮霧





設計理念

越戲為夜祭的重頭戲,人們手牽手圍成一個圈,故 包裝採用圓形盒裝,將人物圖像置於側邊,盒中象 徵仙女的七顆蓮霧宛如新鮮直送的豐盛供品。

A 方案 豬腳





B方案 豬腳





設計理念

從夜祭席地宴盛放食物的姑婆芋發想,承裝萬巒名 產豬腳。A用姑婆芋圖案至盒體及風呂布(收納物 品之包袱布);B採折疊式結構作外包裝,結合檳 榔、糰子營造夜祭意象。

A 方案 可可





B方案 可可





設計理念

夜祭傳說仙姑祖從仙蛋誕生,登天後主掌降雨。A 包裝以雨滴帶入豐饒萬巒土地意象,採用不同色系 及比例的巧克力單片包裝;B方案以仙蛋發想,將 外盒作為蛋形,拆開後是印有仙姑圖案的巧克力 袋,開啟與仙女邂逅的緣分。

表 4 屏東恆春包裝說明

A 方案 洋蔥





B方案 洋蔥





設計理念

以順風旗做設計發想,A案考量普渡祭祀用途,結 合立袋特性,呈現豎立令旗,以祥龍手抓洋蔥強調 內容物;B案將順風旗鑲邊運用至撕盒效果,拆下 的部分除呼應令旗,也可防止零食倒撒。

A 方案 黑豆茶





B方案 黑豆茶





設計理念

以搶孤團結疊羅漢、不分階級享供品的精神,使用 三個一組可疊放的茶罐,讓圖案中的選手在疊放時 產生向上攀爬的趣味。A案以各隊伍著不同顏色、 留下一空柱等細節強化搶孤文化;B方案採紅黃色 調,加入塗著牛油的孤柱與金紙元素呼應活動。

A 方案 琅嶠米





B方案 琅嶠米





設計理念

以恆春特有的孤棚轉化成具普渡祭拜功能的組合式 平安米禮盒,利用天地蓋盒及米柱組合搭起孤棚, 盒面加入孤棚上擺放的三牲圖像,盒側則以孤棚的 城牆造型作為設計元素。

(三)運動觀光散走地圖

為方便攜帶,散走地圖設計為三折頁的 A5 尺寸,內頁16頁。經田野調查及專家訪 談,濃縮當地文化歷史、自然生態、地貌 景觀、農特產等在地資料。主視覺設計導

入散走地圖,包含地方傳統體育活動 IP 設 計及說明、趣味四格漫畫,結合體育吉祥 物以插圖方式說明地方特色觀光景點及伴 手禮。以內門為例介紹散走地圖內容如圖 6-9,散走地圖總成果如圖 5,資料來源為 「體育運動文化數位典藏(第三期)暨加 值應用計畫:





圖 5 散走地圖實品照(圖片提供/謝顒丞)



圖 6 內門宋江陣主視覺IP及趣味四格漫畫(圖片提供/謝顒丞)



圖7內門宋江陣歷史介紹(圖片提供/謝顒丞)



圖 8 內門自然景觀介紹(圖片提供/謝顒丞)



圖 9 內門特色農產介紹(圖片提供/謝顒丞)

(四) 宣傳片

以微電影形式拍攝之宣傳片《憶鄉》,強調在 地體育運動文化傳承, 敘述離鄉背井的小宋, 久未回老家,接到母親來電要小宋回家照顧受 傷的爺爺。陪伴爺爺的時間裡,過往回憶湧現 讓小宋頓悟, 進而使小宋深入了解家鄉的傳統 體育文化。為方便國際宣傳,影片製作中、 英、日三種字幕,成果呈現詳如圖10所示。



圖 10 宣傳片(中、英、日)成果呈現圖。資料來源:2019年體育運動文化 數位典藏 (第三期) 暨加值應用計畫 (圖片提供/謝顯承)

肆、結論與建議

「體育運動文化數位典藏計畫」將體育運動項 目分為傳統體育、學校體育、社會體育、奧林匹克 及運動賽會等五大類別。第三期之加值應用計畫為 體育署試行傳統體育結合文化歷史及地方特產推廣 體育休閒觀光之示範,供未來數位內容加值參考。 因應發展體育運動觀光之政策及國人旅遊型態的改 變,未來地方政府或相關體育協會亦可參考加值應 用計畫發展地方運動主題特色,例如臺東縣延平鄉 可結合原住民文化與紅葉少棒的元素打造運動產業 特色聚落。

體育運動文化數位典藏計畫執行至今,深植文 化典藏的重要性,更重視內容加值應用,從靜態的 典藏到動態推廣的加值服務,期望透過數位與整合 的加值應用設計,發展臺灣體育運動文化,使典藏 機構、地方運動觀光產業受惠於龐大的後續效益。 加值應用以「體育運動文化」為核心價值,對外推 廣觀光外,對內更作為當地文化活力的展現,期望 诱過文化創意的結合,深耕地方運動產業,活絡體 育運動,共同營浩體育運動文創新生活,展現體育 文化多樣性的內容,並強化在地認同與歸屬的文化 價值。 🐼

作者謝顋丞為國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系 (所)專任教授

參考文獻

- 教育部(2020)。臺灣體育運動文化數位典藏與加值 應用之推動。國民體育季刊,201 (第49卷第1 期),台北市,2-3。
- 教育部(2017)。體育運動政策白皮書。臺北:教 育部。2021/1/28 https://www.sa.gov.tw/ PageContent?n=162
- 內政部(2020)。內門宋江陣。臺灣宗教文化地圖網 站。2021/1/29 https://www.taiwangods.com/ html/landscape/1_0011.aspx?i=89
- 內政部(2020)。恆春搶孤及爬孤棚。臺灣宗教 文化地圖網站。2021/1/29 https://www. taiwangods.com/html/landscape/1 0011. aspx?i=91
- 內政部(2020)。屏東縣萬巒鄉加匏朗夜祭挑戲。 臺灣宗教文化地圖網站。2021/1/29 ttps:// www.taiwangods.com/html/cultural/3 0011. aspx?i=193

從我國人口結構改變看運動產業 專業人力的發展

文/張政偉、簡煒倫



國外銀髮族仍積極參與運動競賽(圖片提供/作者)

膏、前言

近20年來臺灣人口結構轉變的方向日趨顯明, 內部主要變化為高齡化與少子女化。較大規模的外 來人口移入則有新住民與外籍移工。政策與產業的 制定規劃與人口結構變化有高度關聯,資源與人力 亦需進行相應的調整與發展。

貳、高齡化與多元專業整合

根據世界衛生組織對高齡人口結構的定義為: 65歲以上人口所占比率達14%為「高齡社會」;達 20%為「超高齡社會」。臺灣於2008年進入高齡社

會,預估將於2025年進入超高齡社會(國家發展委 員會,2021)。行政院因應臺灣進入高齡社會之狀 況,提出「老人健康促進計畫」,並將此計畫列為 首要工作項目,以提前預防與改善老人的健康狀況 (行政院衛生署國民健康局,2009)。

老人運動最關鍵的因素是安全顧慮,因此, 多數的老人選擇和緩的運動方式。如清代曹庭 棟 (1700-1785) 《養生隨筆》提倡「老年易行」 的「臥功」、「立功」、「坐功」三種「導引」 活動(曹庭棟,2017)。又如臺灣有運動習慣的 老人中,近7成的主要運動項目為「散步(含健



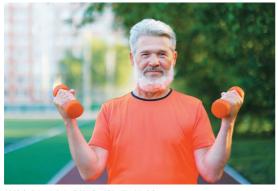
運動指導員協助銀髮族運動(圖片提供/作者)



銀髮族利用公園器材進行身體活動(圖片提供/作者)

走)」,2成為「體操」、「甩手」。然而,高齡 運動不僅是預防,更是治療。每位老人身心狀況不 同,若要提昇運動效能,必須甄別與考量個別差 異,提供多元運動方式(謝宛玲、陳亮恭、何鍾 佑、胡曼文、高崇蘭,2010)。

目前推展老人健康政策卓有成效的芬蘭,為諸 多先進國家仿效的對象。芬蘭非常注意老人健康知 識、觀念的宣導,結合實際的行政作為,讓老人只 要支付象徵性的費用,就可以獲得使用運動設施與 專業協助的權利。芬蘭高齡運動機構除提供場地、 器械、儀器等設施外,最重要的是人力資源規劃, 如配置大學運動科學教授、運動指導員、運動科學 研究檢測員、體操講師、物理治療師與體育系學生 (時薪工讀生)等,進行多元分工並整合,給予老



芬蘭老人運動卓有成效 (圖片提供/作者)

人知識與服務上的協助。

臺灣未來高龄運動產業發展,或可借鑑芬蘭的 老人運動計畫,在政府與相關團體的支持下,朝向 個別化與專業化發展。即以多種關於老人運動、健 康專業為基礎,針對個案或族群提供最佳的運動處 方。因此,針對高齡運動產業人才的培養,除運動 專業外,勢必增加資訊、醫學、心理學等學能,進 行多元分工,專業整合,才能符合實際需求。

參、少子女化與教育行銷

1970至1980年,臺灣每年新生兒人數約維持 40萬人。生育率隨後逐年下滑,自2017年開始,每 年新生兒數降至20萬人以下。

少子女化對體育運動的發展相當不利。最直接 的影響是各項運動選手養成、招募問題。如臺灣最 受歡迎的棒球項目,因少子女化的關係,在基層面 臨組訓不易的困境(邱志遠、吳國銑,2009)。 其次是過去的體育技能教育產業,如跆拳道館、空 手道館、運動營隊等的面臨生源銳減與課程排擠問 題。後者是家長為子女優先選擇、知識、語文、才 藝等課程,相對之下排擠運動課程與時間。這種狀 況在某些私立幼兒園尤為明顯,應該為課程核心的 幼兒運動遊戲課程之資源及時數被語文、才藝課程 壓縮(黃以文,2009)。延伸出的嚴重後果是臺灣 青少年運動量普遍不足。根據世界衛生組織於2019 年於《刺胳針兒童暨青少年健康》(Lancet Child & Adolescent Health) 發布調查相關結果:臺灣 84.4%的青少年無法達到充分活動量(世界平均值 81%)。想要快速提昇幼兒、青少年的活動量,養 成運動量,可由教育體制變革方面進行。如日本 2017年提出「運動基本計畫2期」,即經由制度革 新進行,成效良好。

在運動產業方面,少子女化是危機,但也是 轉型的契機。大致而言,少子女化讓家長有能力、 意願投入對子女教育、娛樂、生活、文化等消費, 這促使臺灣兒童產業轉型,朝向精緻化、多元化發 展,成為熱門產業(施宜煌,2013)。另一個角 度來看,少子女化讓家長傾聽接納孩子的想法。所 以,兒童、青少年運動產業的消費選擇,將漸次由 家長主導,走向家長與子女共議,甚至是尊重子女 決定。因此, 運動產業要能吸引兒童、青少年目 光,讓他們產生參與意願,積極投入。如逐漸在青 少年同儕間形成流行氛圍的街舞、極限運動等,目 前相關產業發展的態勢良好。基本上只要有規劃完 整、具有特色的「產品、課程設計」與行銷方式, 就有機會在兒童、青少年運動產業立足。此方面的 人才培養,除了運動專業外,還需要教育(課程規 劃)、運動傷害防護與行銷宣傳等知識。



外籍移工對足球運動充滿熱情(圖片提供/作者)

肆、新住民、移工與體育交流

由清代開始,臺灣形成移民社會的結構。各個 歷史時期,有為數眾多的外來族群融入臺灣社會。 近年來,規模最大,成長最快的移入移民為外籍配 偶;外來人口則是移工。根據內政部移民署統計, 2020年12月外裔、外籍配偶達19.5萬人,以越南 籍最多(約11萬人);中國以及港、澳地區配偶達 36.9萬人(內政部移民署,2021)。加上新住民 二代現約40多萬人,則新住民及其子女人數已突破 100萬人。依據勞動部統計2020年12月在臺外籍移 工人數達70.9萬人,以印尼、越南、菲律賓三國最 多,合計92%(行政院勞動部,2021)。

新住民與移工讓臺灣文化持續保持更新活力, 更能提昇國際影響力。近年來,地方政府投入資源 舉辦新住民與移工的體育運動與休閒活動。較早時 此類活動對象多為新住民與移工共列,如2012年桃 園市「新移民運動會」、2014年屏東縣政府舉辦 「新移民運動會」。近年則區分對象,如體育署主 辦「107年Women動起來:新住民女性運動活力推 廣計畫」,又如嘉義市政府主辦「新住民親子體適 能運動會」。以外籍移工為主要對象的運動賽事有 「桃園國際移工體育競賽」(2018~20)、新北市 「國際移工足球賽」(2017~20)。

新住民與移工的運動性質傾向社區活動與文 化交流,旨在增進族群融合與社會和諧。以新住民 與移工為對象之運動產業發展而言,尚在探索、嘗 試階段。目前較為明顯的方向是專項運動的引進與 交流。如泰國的搏擊運動、藤球,近年發展頗為興 盛。比較值得注意的是足球,外籍移工對足球活動 充滿熱情,尤其是越南、泰國。2000年越南已有足 球職業聯賽,2006年越南在國際足球總會(FIFA) 排名172名,至2019年上昇至96名,現為東南亞排 名最佳的國家。泰國足球歷史最佳排名為45名,近



泰國藤球運動近年發展頗為興盛(圖片提供/作者)

年滑落,但是泰國足球風氣熱絡,其超級聯賽被譽 為東南亞發展最成功之職業足球賽事。現今已有民 間團體與政府單位合作,多年來辦理臺灣移工足球 賽事,對促進文化交流,提昇足球運動風氣頗有實 績(臺灣外籍工作者發展協會,2020)。相信未來 臺灣足球風氣在此互動下,在技術與觀念方面能有 大幅增進。未來臺灣足球運動產業發展,應可樂觀 期待。

綜上所述,多項新住民、移工母國廣受歡迎的 運動,在臺灣的普及程度較低,甚至可稱為冷門。 然而,隨著新住民、移工數量增多,體育運動交流 必然順勢展開,某些專項運動或可形成規模,相關 產業的專業人才需求應會逐漸提昇。

運動產業的基礎是核心運動產業,包含運動服 務、銷售、製造業(葉公鼎,2001),這些產業與 人口結構的組成與變化有高度關聯。在人口結構大 幅變化的形勢下,運動服務業的家數與產值仍呈現 成長趨勢(周秩年、黃怡姍,2018)。然而,主 要的成長來自以青壯年為主要服務對象的健身中心 與健康俱樂部。針對高齡與兒童、青少年的運動服 務雖逐漸興起,但是成長速度較緩。高齡、幼兒、 青少年與新住民、移工相對於青壯年的消費能力與 需求,較不為運動產業青睞,在經濟資本供需法則 下,業者投入的資源設備與人力服務相對較少。建 議政府相關單位可鼓勵、協調、扶持民間運動產業 共同籌辦相關軟硬體之建置,以全面因應人口變化 的趨勢。 🐼

作者張政偉為國立體育大學副教授兼體育運動與社 會發展中川組長、簡煌倫為國立體育大學體育推廣 **學系**福十牛

參考文獻

- 行政院內政部 (2021)。「外籍配偶人數與大陸(含港 澳)配偶人數統計查詢」。取自:https://www. immigration.gov.tw/5385/7344/7350/8887/?al ias=settledown
- 行政院國家發展委員會(2021)。人口重要指標 大事紀,取自:https://pop-proj.ndc.gov.tw/ index.aspx
- 行政院勞動部(2021)。「產業與社福移工人數 (按國籍分)查詢」。取自:https://statfy. mol.gov.tw/index12.aspx
- 行政院衛生署國民健康局(2009)。老人健康促進 計畫,臺北市:作者。
- 邱志遠、吳國銑(2009)。少子化現象下國內少棒 隊組訓策略之探討。大專體育,100,36-43。
- 周秩年、黃怡姍(2018)。產業分析:運動服務 業發展趨勢(2018年)。TTR臺灣趨勢研究報 告,1-6。
- 施宜煌(2013)。探討少子化趨勢下的臺灣兒童產 業。經國學報,30,37-50。
- 曹庭棟(2017)。養生隨筆。香港:中和。
- 葉公鼎(2001)。論運動產業之範疇與分類。運動 管理季刊,1,8-21。
- 臺灣外籍工作者發展協會(2020)。野地球生:臺 灣移民工足球紀事。臺北市:作者。
- 謝宛玲、陳亮恭、何鍾佑、胡曼文、高崇蘭 (2010)。老年人運動原則。臺灣老年醫學暨 老年學雜誌,5(2),83-93。
- 黃以文(2009)。少子化對幼兒運動遊戲教師之影 響(未出版碩士論文)。國立體育大學,桃園 市。

我國運動衛星帳編製對運動產業 發展之重要性

文/張志強

壹、前言

所謂「體力即國力、強國先強身」,一個國家運 動風氣普及程度及競技水平,通常可反映該國生活水 準及經濟發展進步概況,而隨民眾壽命延長感受運動 有利健康日益重要,不僅規律運動者比率逐年上升, 對運動產品與服務消費需求亦逐漸增加,伴隨而來對 我國運動產業發展也會帶來更多正面效應。

我國運動產業於民國 70 年代配合外銷帶動經濟 成長政策及創新複合材料應用開始蓬勃發展,首先 是羽球、網球及高爾夫球等球具研發、生產及出口, 後續亦有直排輪、健身器材等較具高附加價值產品的 加入,惟隨國內生產及經營成本的上升,廠商生產模 式又從國際體育用品大廠委託製造(OEM),再轉 為生產線外移或國內接單海外生產三角貿易模式,生 產動能已不若過往活絡;所幸近年來雖傳統運動用品 生產製造活動大幅減弱,但在國內職業及大型運動興 起,新興運動電子產品(如電競、運動隨身裝置等) 研發創新,及運動健康意識日益重視下,國人對各種 參與、觀賞、休閒性的運動活動更樂於參加,這股風 潮也勢必將帶動國內運動產業另一波契機。

依據教育部體育署最新規劃之「運動產業發展 政策綱領」(110年至113年)內容,已明確闡明 運動產業發展是經濟成長的重要驅動引擎,在日漸老 化的未來,與其將更多資源投入醫療照顧,遠不如提 倡、培養國人重視、願意及規律運動的習慣,並造就 運動產業朝正向發展,這對國內高齡化的景況將可產 生更多健康、活力及生產力等多項有利價值。因此 政府部門在輔導推動產業方向上,如何加強產業基 礎資料蒐集調查,完整陳示運動產業發展樣貌,更 是擬定正確政策及合宜法規,進而提供運動產業更 佳經營環境最須優先辦理的重點工作,而體育署正 積極規劃建立我國運動衛星帳就是達成上述目標最 主要的捷徑。

貳、運動衛星帳的介紹

-、國民經濟會計制度:二次世界大戰結束後,聯 合國為提振各國戰後經濟復甦及發展,特別訂 定一套具一致與標準性的總體經濟指標的統計 編算方法,即國民經濟會計制度(System of National Accounts,簡稱SNA),其內容與相 關經濟統計數據計算係以會計收支帳表方式, 去分析及表達不同部門或單位間生產(供給) 之來源與所消費(需求)的去向,而透過SNA 完整的架構設計及供需間的解析,除了提供各 國總體經濟主要指標(如國內生產毛額(Gross Domestic Product, 簡稱GDP)、民間消費、 固定投資、經濟成長率……等),更進一步可 說明不同部門或單位間經濟活動供需關聯性及 長期觀察下之發展趨勢。底下分別以二個簡單 例子說明這種產品或服務供需間的解析:

例一:某人購買一台國內廠商生產之自行車供 運動休閒用(售價5,000,生產廠商出廠價格 4,000,零售商毛利1,000)

生產面(供給)	生產價值	消費面(需求)消費金額	
製造業		民間消費	5,000
自行車製造	4,000	政府消費	0
批發零售業		投資	0
自行車零售	1,000	輸出入淨額	0
合計:生產(即(SDP)=5,000	合計:消費(即(GDP)=5,000

例二:某人購買一隻進口之運動手環(售價 2.000, 進口價格1.500, 零售商毛利500)

生產面(供給)生產價值		消費面(需求)消費金額	
製造業	0	民間消費	2,000
批發零售業		輸出入淨額	
運動手環零售	500	(輸出-輸入)	-1,500
合計:生產 (即 GDP)=500		合計:消費 (即 GDP)=500	

二、SNA衛星帳:由於為利國際比較時須具有共通 性的定義及編算標準,各國就產業統計結果之分 類方式,一般多採用聯合國所頒訂之行業標準分 類,不過為能適用國際上不同國家政府統計作業 辦理的良劣,通常多僅要求編算結果分類至較大 的產業(如農、礦、製造、批發零售、交通運 輸、金融……等)即可,但有時因為某些在經濟 上有特殊重要性之產業或產品須進行細緻化的分 析時,在SNA的主體帳表體系是無法處理的,如 可以知道整體服飾批發零售銷售數據,但卻無法 了解其中運動服飾的比重占多少,除非有更多的 資訊或資料可供應用; 為解決這種特殊需求無法 滿足的問題,在SNA編製手冊中很有彈性的訂定 所謂「衛星帳戶和其他擴展」章節,針對具有特 殊重要性或經濟發展上必須了解的產業或產品, 可以單獨組成立一關鍵部門來獲取或編算相關經 濟統計結果,這種在SNA主體帳戶外,編算方式 只要符合原有的定義原則,以附屬方式再進一步 擴展至特殊需求的產品或產業即是SNA所謂的衛 星帳。

三、國內外運動衛星帳編製概況

(一)國內部分:

由於衛星帳編算須仰賴龐雜、更細的資料 及投入眾多人力經費,故通常多由各國政 府統計部門透過國民所得統計相關統計結 果在 SNA 規範下來進行,國內配合國際 發展潮流與政策運用需求,現已有之衛星 帳編製主要有環境衛星帳 (Green GDP 或稱綠色 GDP)、觀光衛星帳、資通訊 (ICT) 衛星帳及非營利機構(Non-Profit Institutions, NPI) 衛星帳等。對運動產業 而言,雖然目前尚未有全國運動衛星帳編 製結果,惟陳美燕教授等在臺北市體育局 的委託專案「臺北市運動產業發展暨經濟 效益分析 - 運動衛星帳及投入產出模型」 中,已先就運動產業定義與範疇、運動衛 星帳架構內容及試編結果與在臺北市的應 用方面多所探析,更重要的是本項臺北市 運動衛星帳架構內容與編算方式可直接移 轉,不會因臺北、高雄或全國之地域不同 而有所差異,只有受資料範圍不一樣而對 最終統計指標數據結果造成影響;另外體 育署多年來亦透過多次委外研究專案如全 國運動服務(產)業產值及就業人數推估、 我國民眾運動消費支出調查等,已初步就 運動產業所生產之服務與產品及國人在以 運動為目的之相關消費支出分析了解,這 些研究均已為未來編製我國運動衛星帳奠 定良好的基礎。

(二)國外部分

目前國際上已編製有運動衛星帳者多屬經 濟進步、重視運動及運動產業發達之國 家,如歐盟各國、日本等國,他們編製的 共涌點主要在於運動產業相關經濟指標數 據編算方式均須符合 SNA 規範,以利最終統計結果可供國際比較;另則是可依各國國情、產業發展、消費習慣及政府統計提供之資料資源多寡等,運動產業所生產之產品、服務及運動消費、投資支出之項目內容,納入之範圍可以彈性處理有所不同,這點在未來應用國外相關資料時須加以留意。此外由於網路發達,國外運動衛星帳研究探討文獻可輕易取得,故國外運動衛星帳的詳細內容,在此就不多做敘述。

參、我國運動衛星帳架構建議與效益評析

為因應疫情衍伸之相關困境,教育部體育署(2020)以現有預算移緩濟急,並訂定《教育部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業舒困振興辦法》,分前期紓困、後期振興、長期強化三階段幫助運動產業,並設置受疫情影響之運動產業紓困振興專區。

一、我國運動衛星帳編製架構建議:前已提及陳美 燕教授等在臺北市運動衛星帳編製研究相關內 容可直接引導至全國應用,故建議未來我國運 動衛星帳架構與帳表內容可參考並依下列說明 進行規劃。

(一)架構部分

由於運動衛星帳主要目的在於完整陳示與 掌握運動產業供給需求發展樣貌,在供給 方面,首先要釐析運動產業定義與範疇, 在定義上所有廠商生產之產品與服務必須 以運動為主要使用目的者,方能稱之為運 動產品或運動服務,如前例自行車生產, 若主要用於運動健身休閒,就可列為運動 商品,如主要因上下班交通運輸所需,則 應歸類為運輸設備;又如 3C 產品用於辦 公就不能列為運動商品,但同樣產品用於 競技則就須納入運動衛星帳編算項目。至於那些商品與服務可視為以運動為主要目的,又涉及是由那些相關產業所生產,這是編製供給面時前必須先予釐清者。另依經濟學原理有供給生產就必有需求消費且二者會平衡相等(不考慮統計方法上造成之誤差),即生產之運動產品及服務將會由民間消費、政府消費、投資及輸出入之一方所使用,而透過這種較詳細的分類整理,就可完整掌握我國運動產業所生產之產品服務內涵及其確切流向之訊息。(圖1)

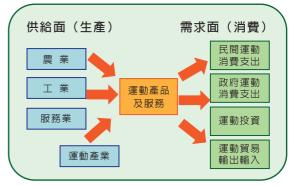


圖 1 我國運動衛星帳架構圖

(二)主要帳表內容

透過我國運動衛星帳架構設計,在經過相關 資料數據蒐集及分析後,可以先建立如表 1 之運動衛星帳核心表,其表側係陳示運動產 品與服務的產出價值,並彙整編算出 SNA 所規範之生產總額與生產毛額;在表頭部分 則分別依運動核心產業與運動周邊及水平產 業向下明列這些產業生產了那些運動產品與 服務及所產生之生產價值;至於表頭最右 方,係運動需求項目可再向右細分由民間消 費、政府消費、投資及輸出入,並同樣可觀 察這些需求部門使用了那些運動產品與服務 及支用了多少金額。

至於表 2 及表 3 則直接引用臺北市運動衛星

表 1 運動衛星帳核心表

	運動供給統計				18 40 A0 B			
運動産業	運動核心產業		運動周邊及水平產業			合計	運動需求 統計	
運動商品	1		n	1		m	否可	砂 C 6丁
運動服務								
1								
:								
p								
運動産品								
1								
:								
q								
運動生產總額								
運動生產毛額								

帳最新運動產品及服務以及運動核心與周 邊及水平產業之分類項目,直接引用的原 因除前述臺北市編製概念並不受地域差別 影響外,最主要此分類方式已納入最新運 動產業發展條例修正內容及運動產業有關 專家學者研討建議而得,況且如同國外運 動衛星帳編製內容,運動產品與服務本來 就可依國情、經濟發展、需求不同,可以 有彈性地滾動式修改,故建議可直接引用 較具效益。

- 二、運動衛星帳編製之效益評析:欲完成運動衛星 帳編製實際上絕對需要動用極為龐大之資源, 不過歷經多年來公私部門努力,衛星帳內一些 編算項目的研究也均有具體成果,相信未來將 重點放於尚未著手研編之項目上(如政府消 費、投資、輸出入等),完成全國運動衛星帳 編製工作絕對指日可待。而完成後至少有下列 效益可立即顯現:
 - (一)全盤了解運動產業供需發展現況與問題: 由於衛星帳同時呈現產品及服務生產及流 向各部門情況,當產品及服務增減、差異 變動幅度大時,可立即透過相關需求變化 來了解可能發生原因。
 - (二) 完整資訊可以提供未來政府運動產業輔導 政策及法規訂頒參考:衛星帳建立常川性 運動供需資料蒐集機制,歷史數據及趨勢

表 2 紓困 2.0、動滋券、紓困 3.0 受惠業者業別與補助

金額統計						
運動 商品	分類別	說明				
	職業運動服務					
	運動場館服務					
	運動用品、器材批發服務					
	運動用品、器材零售服務					
	運動及娛樂用品租賃服務					
	運動及休閒教育服務					
運	運動成衣批發服務					
動	運動成衣零售服務					
服	運動鞋類批發服務					
務	運動鞋類零售服務					
	運動經紀					
	運動醫療					
	運動博弈					
	運動觀光					
	運動傳播					
	運動相關播放服務	運動賽事轉播				
	運動服飾品					
	運動成衣					
	運動鞋類					
運	運動用品及配備					
動産品	主要運動用品及配備	球類用具、田徑用品、衝浪板、溜冰鞋、動操及健身器材、皮製運動手套及運動帽製造				
		競技自行車				
運動產品	其他運動用品 及配備	皮製鞍具及馬鞭藥、 體育用植競彈、體 為 門 大 門 大 門 大 門 大 門 大 門 大 門 大 門 大 門 大 門				
	運動飲料					
	運動場館設施					
	運動傳播					
	運動相關出版品	書籍、雜誌				
	運動相關錄影片	紀錄片				

表 3 運動產業各行業分類

產業別	分類	行業別	行業分 類標準
運動核	#HALL NIZ	體育用品製造業	3311
	製造業	玩具及遊戲機製造業	3312
		職業運動業	9311
		運動場館	9312
	服務業	運動用品及器材批發業	4582
心產業		運動用品及器材零售業	4762
		玩具及娛樂用品批發業	4583
		玩具及娛樂用品零售業	4763
		個人及家庭用品租賃業	7730
		運動及休閒教育業	8593
		非酒精飲料製造業	0920
		成衣製造業	1210
		服飾品製造業	1230
		鞋類製造業	1302
	製造業	電腦、電子產品及光學製 品製造業	27
		汽車及其零件製造業	30
		船舶及浮動設施製造業	3110
		自行車及其零件製造業	313
	營造業	建築工程業	4100
		新聞出版業	5811
		雜誌及期刊出版業	5812
	服務業	服裝及其配件批發業	4552
		服裝及其配件零售業	4732
		鞋類批發業	4553
運動周 邊及水		鞋類零售業	4733
平產業		影片及電視節目業;聲音 錄製及音樂發行業	59
		電視節目編排及傳播業	6020
		管理顧問業	7020
		藝人及模特兒等經紀業	7603
		旅行及相關服務業	7900
		醫療保健業	86
		居住型護理照顧服務業	8701
		博弈業	9200
	其他運動產業	其他皮革及毛皮製品製造業	1309
		未分類其他金屬製品製造業	2599
		未分類其他運輸工具及其 零件製造業	3190
		其他未分類製造業	3399
		其他運動服務業	9319

分析將是政策及法規訂定最重要基礎。

- (三)編製方法有標準利於國際接軌比較:我國 運動衛星帳亦遵循聯合國SNA編製標準,與 各國運動產業發展比較上不會有太多標準不 一致問題。
- (四)透過編算結果供需關係可推估對經濟所產 生之效應:衛星帳細緻之供需分析結果與產 出投入模型,將可提供國內舉辦重大賽事可 衍生之經濟效益評估及規劃辦理方式參考。

肆、結語

一個好的管理或決策,通常都需要有效之統計 數據分析及行政規劃處理的緊密結合才能達成,面對 運動產業特色及未來變化,我國運動衛星帳編製實刻 不容緩,透過運動衛星帳所呈現之完整參考訊息,才 能讓公部門制定良好輔導政策與法規,運動產業部門 亦可詳細掌握產品與服務供需流向,適時調整營運方 向,完成我國運動衛星帳編製工作將是提供運動產業 優良經營環境及激勵國家經濟發展與創新升級最重要 助力。🕢

作者張志強為國軍退除役官兵輔導委員會統計資訊處 處長

參考文獻

- 行政院主計總處(2016)。中華民國行業標準分類 (第10次修訂)。臺北市:行政院。
- 臺北市政府體育局(2021)。105年臺北市運動產業 衛星帳編製報告書(初稿)。臺北市:臺北市政 府。
- 教育部體育署(2019)。107年度我國民眾運動消費 支出調查。臺北市:教育部。
- 教育部體育署(2018)。推估試算我國104年度及 105年度運動產業產值及就業人數等研究案。臺 北市:教育部。
- System of National Accounts. (2008). Retrieved from: https:// unstats.un.org/unsd/national account/docs/SNA 2008.pdf

扎根基層 兆豐銀行力挺臺灣體育

送資源到偏鄉 善盡企業社會責任

採訪整理/葉佳慧 資料/圖片提供 兆豐銀行文教基金會



兆豐銀行文教基金會連續多年贊助宜蘭地區多所國小的少棒隊伍,提供完整的器材設備及完善的場地和訓練計劃,以厚植國家棒球實力。(圖片提供/兆豐銀行 文教基金會)

兆豐銀行文教基金會大力支持國内基層體育發展, 每年皆投入上千萬元贊助體育類活動,於2019、 2020年連續兩年榮獲教育部體育署頒發最高榮譽 「體育推手獎-贊助類金質獎」,為打造臺灣優質 運動環境與培育國家選手,盡一份心力。

中華職棒 32 年新球季, 今年 3 月 13 日在臺南 棒球場正式點燃戰火。開幕戰中,不但匯聚各方媒 體與球迷的關注,現場更是嘉賓雲集,包括蔡英文 總統、臺南市長黃偉哲、司法院長許宗力等人都蒞 臨現場加油助陣。其中,長期贊助統一獅的兆豐銀 行董事長張兆順,當天不但特地南下為開幕賽開球, 更響應政府支持鳳梨內銷, 從高雄、屏東等地採購 國產鳳梨,贈送現場兆豐卡友,以實際行動支持臺 灣農業,更希望延續去年冠軍隊的氣勢,替統一獅 隊集氣助攻,奪冠好旺來。

用體育走出困局 厚植國家軟實力

受特殊政治情勢影響,臺灣在國際上的發展空

CELEBRITY AFFAIR

間經常受到侷限,而運動競技活動, 經常成為突破僵局、提升國際能見 度,甚至是發展國家凝聚力重要的 黏著劑;尤其臺灣傑出的運動選手, 不但一次次在國際體壇上創造傲人 佳績,更帶給國人無與倫比的光榮 感,成為國家軟實力重要的一環。

不管是優異的體壇佳績,或是 優秀的運動員,從基層訓練起,都 是培育人才的不二法門。有鑑於此, 兆豐銀行文教基金會於 1992 年成 立以來,即以教育、體育、藝文、 公益四大主軸,多元參與社會公益 事業。其中在體育項目上,從2017

年起開始編列預算,為使有限資源發揮最大效益, 張兆順董事長力邀熟悉國內體育環境的前棒球國手 趙士強擔任基金會董事協助規劃,共選出了符合國 人體格與文化優勢的棒球及射箭兩大項目,再針對 宜蘭及花蓮偏鄉學校,規劃為期三年的校隊贊助經 費。「我們不花大錢掛名贊助辦大比賽,而是在能 力範圍內,儘可能將可運用資源做最適當的分配。」 張兆順董事長認為,讓最急、最需要幫助的人,得 到最合適的協助,並且讓更多人可以共享資源,能 發揮最大效益,就是基金會成立以來最主要的目的。

健全升學管道 選手培育不間斷

在基層選手的培育上,選定宜蘭縣竹林、三星、 馬賽、大同、寒溪、清溝、內城、南安、金洋、蓬 萊、東澳共 11 所國小為基層選手的培育基地。花 蓮則主要發展射箭項目,包括花蓮縣玉里國高中、 宜蘭縣東澳國小,與花蓮縣南澳高中射箭隊。在兆 豐銀行文教基金會的資金挹注下,皆提升了各校的 訓練設備水平,且為了讓選手有更健全的升學管道,



兆豐銀行文教基金會二度獲「體育推手獎一金質獎」,由蔡英文總統(左)頒發獎座,張兆順董 事長(右)代表受獎,肯定其贊助體育活動的用心。(圖片提供/兆豐銀行文教基金會)

基金會更進一步贊助花蓮玉里高中改建射箭場,讓 學子不必為了練射箭離鄉背井,讓培訓不中斷,進 而提升家長與學生邁向職業選手之意願。

舉辦專業賽事 累積實戰經驗

在 2019 年荷蘭世界射箭錦標賽中,臺灣射箭 代表隊射下3金、1銅的新紀錄,不但締造隊史最 佳成績,更取得東京奧運門票,目標直攻奧運金牌。 奧運以及各種國際賽事雖是選手競技的至高殿堂, 但日常培訓與技術交流,更是選手開拓眼界與提高 訓練素質的基石。為了激勵學習成效與驗收培訓成 果,在棒球方面,兆豐銀行文教基金會於宜蘭縣舉 辦「兆豐盃圓夢少棒錦標賽」,邀請外縣市隊伍參 賽,增加選手互相觀摩的機會,達到刺激學習動機, 提升整體少棒水平的目的。而射箭競技,則在花蓮 玉里高中舉辦「兆豐盃全國射箭菁英邀請賽」。射 箭雖然是我國參與國際賽事熱門的奪牌項目,但國 內針對中、小學舉辦的射箭賽場次卻十分有限,因 此兆豐盃菁英邀請賽不但提供獎金鼓勵,所有參賽

十步芳草 CELEBRITY AFFAIR

選手更是國內各級成績至少前 16 強的好手,成為選 手們最重要的競技平台之一。而張兆順董事長亦相當 重視這些賽事的舉辦,甚至還曾搭火車親臨玉里高中 射箭比賽會場,替這些未來的種子選手加油打氣。張 兆順董事長相信,透過賽事舉辦,能更強化選手的自 我認同與家人的共榮感,得到周遭親友的肯定,絕對 是運動員能堅持奮戰到底的最大助力。

超夯射箭夏令營 尋找下一個小小神射手

為了推廣國內運動風氣,普及國人對射箭的認 識與愛好,自 2019 年起兆豐銀行文教基金會於吉林 大樓大禮堂年年舉辦射箭夏令營,為五~七年級的學 生規劃兼具豐富與趣味性的射箭體驗活動,活動共分 三梯次,參加總人數約在200名左右,消息一公告, 網路報名即刻秒殺。夏令營除了由專業射箭教練現場 指導外,由基金會贊助的射箭隊選手則擔任助理教 練,協助示範與指導。由於射箭是高度專業之運動項 目,設備與場地皆難以取得,因此在課程內容設計, 包括射箭基本介紹、射箭基本動作指導與實作之外, 當然還有刺激的對戰遊戲。透過教練的指導,第一次 拿到反曲弓的小朋友們不但超興奮,更充分體驗到射 箭所需要的張力、穩定性與精準度,絕對不是只有眼 睛看到的酷帥而已,職業選手之所以能精準射出每一 箭,背後付出的努力才是最令人敬佩的運動家精神。

志工活動最熱門 愛運動也能做公益

兆豐銀行對於體育的推廣不遺餘力,在企業內 部也發揮了影響力,同仁們不但組成網球、壘球、高 爾夫球等隊伍,參加金融盃等相關比賽外,也關注國 內體壇的最新動態與國際比賽戰績,除了在企業內部



兆豐銀行文教基金會在宜蘭舉辦第三屆「兆豐盃圓夢少棒錦標賽」共有33支國小少棒隊報名切磋競技。(圖片提供/兆豐銀行文教基金會)

CELEBRITY AFFAIR



兆豐銀行文教基金會舉辦第二屆「兆豐射箭夏令營小小沖射手」,吸引家長競相為孩子報名,在暑假體驗生動有趣的射箭課程。(圖片提供/兆豐銀行文教基金會)

創造出融洽的工作氣氛外,也凝聚了同仁的向心力 與榮譽感。尤其當基金會成為參與公益活動的管道 與平台時,每每都能獲得同仁們熱情相挺;例如由 基金會所贊助的宜蘭縣東澳國小射箭隊,由於地處 偏鄉、資源有限,為了籌措出國比賽經費,該校鄔 校長帶著射箭隊的小朋友及部落居民,製作在地傳 統飛魚辣椒義賣來籌措經費, 一圓孩子出國比賽的 夢想。得知此消息的兆豐銀行文教基金會,便號召 同仁擔任一日志工,前往東澳國小協助製作飛魚辣 椒,不但立刻緩解人力短缺之困,同仁也藉此了解 了基金會所從事的體育贊助與社會公益,更幫這群 孩子圓夢。「臺灣人普遍認同為善不欲人知,但是, 做好事就應該要讓大家知道,才能拋磚引玉,正向 的力量才能得到循環。」不論是東澳國小的飛魚辣 椒製作,還是萬里海洋淨灘活動,甚至是與贈物網 媒合,號召同仁捐出家中閒置物品的「愛箱送」贈 物活動,每一次的活動不但圓滿完成,同仁滿滿的 正面回饋,更堅定兆豐銀行在穩健經營本業的同時, 也能夠和文教基金會一起推動社會公益,支持運動 發展,善盡企業社會責任。

兆豐銀與全民一起努力 讓世界看見臺灣

2019 與 2020 年,是兆豐金融集團的豐收年, 不但在國內外獲得多座金融獎項,更連續兩年榮獲 體育署最高榮譽體育推手金獎。未來,兆豐金控集 團與兆豐文教基金會仍會繼續扮演國家重要的體育 推手,同時秉持著張兆順董事長聚焦「基層培訓工 程」與「照顧偏鄉」的兩大原則,深耕在地、優化 基層培訓,平衡城鄉教育差距、打造優質運動環境, 並以棒球與射箭為最重要贊助項目,支持全國性賽 事的舉辦,鼓勵運動員邁向顛峰、挑戰極限,朝國 際舞台邁進,用體育實力,讓世界看見臺灣。 🚱

運動畫頁 SPORTS PICTORIALS

文/紅藍創意、圖片提供/中華民國舉重協會、威爾力斯股份有限公司、鍾豐榮、花蓮縣三民國中、台灣電力股份有限公司、 YAMAHA川葉機車

戴資穎》甜蜜復仇逆轉勝世界羽球巡迴賽年終賽冠軍



1月份赴泰國參加3場「世界羽球巡迴賽」的戴資穎,前兩站不敵西班牙好手瑪琳僅獲亞軍,第3場「世界羽球巡迴賽年終賽」中,戴資穎甜蜜復仇,以14:21、21:8、21:19逆轉勝,奪得年終賽冠軍。

戴資穎在「Yonex泰國公開賽」中,因過敏問題輸給瑪琳;「Toyota泰國公開賽」中戴資穎也以19:21、17:21敗陣。連敗二場的戴資穎年終賽決賽上再次遇上瑪琳,第一局因出現多次非受迫性失誤,被瑪琳拿下。第二局戴資穎仍以消耗瑪琳體力為策略,精準擊球讓瑪琳敗下陣。雙方鏖戰至第三局,下半局瑪琳仍是領先狀態,但戴資穎最終靠著靈活戰術,將球吊到對手的反手拍,最後瑪琳不敵攻勢,讓戴資穎成功逆轉勝,奪下后冠殊榮。這也是戴資穎繼2014年、2016年之後,在年終賽獲得的第3座冠軍。

李洋、王齊麟》世界羽球巡迴賽年終賽,奪臺灣首座男雙冠軍

世界排名第7的男子羽球雙打組合李洋與王齊麟,1月參加由「世界羽球聯盟BWF」在泰國所舉辦的「Yonex泰國公開賽」、「Toyota泰國公開賽」及「年終總決賽」,兩人一連拿下15連勝,橫掃3座冠軍,世界排名更躍升至第3名。

「Yonex泰國羽球公開賽」是「世界羽球巡迴賽超級1000系列」的頂級大賽首站。李洋和王齊麟迎戰里 約奧運銀牌的馬來西亞選手吳蔚昇、陳蔚強,以21:16、21:23、21:19勝出奪冠,這也是兩人合拍後首次

奪得超級1000系列賽冠軍,更是我國首組拿到超級1000大賽的男雙搭檔。緊接著的「Toyota豐田泰國公開賽」,在決賽對戰馬來西亞選手的謝定峰及蘇偉譯,李洋及王齊麟最終以直落二拿下超級1000系列第二座冠軍。「世界羽球巡迴賽年終賽」,決賽遇上世界排名第2的印尼老將Hendra Setiawan及Mohammad Ahsan,延續前兩週的絕佳手感,最終以21:17、23:21拍落實力堅強的印尼組合。此次泰國行,可說是李洋及王齊麟收穫最多的一次賽事,回國後兩人仍繼續備戰奧運,以奪金為目標前進。





陳恩慈 》舉重青年盃女子76公斤級金牌,3破全國紀錄



奧運舉重項目培訓國手陳恩慈,在本屆「舉重青年盃」女子76公斤級項目中, 以抓舉104公斤、挺舉126公斤、總合230公斤三項目全破76公斤級的全國紀錄。

曾在高中時期締造全中運二連霸紀錄的陳恩慈,在2019年的寧波「亞洲舉重錦標賽」挺舉時,意外傷斷左膝前十字韌帶,花了四個月的辛勤復健,重返舉重戰場,但成績卻一直不理想。從2020年的「總統盃」及「全大運」後,陳恩慈漸漸找回手感、突破自己,接連達成亞運前兩階段參賽標準。有了舉重青年盃的好成績,她將持續往236公斤的亞運參賽標準挺進,展望2022杭州亞運會等亞洲級賽事。

SPORTS PICTORIALS

郭娃淳 ≫舉重青年盃女子64公斤級金牌,奧運資格勢在必得

「舉重女神」郭婞淳在本屆「舉重青年盃」中,挑戰女子64公斤級出賽,並在抓舉第二把以107公 斤,打破同樣由她個人所保持的106公斤全國紀錄,比賽最後以抓舉107公斤、挺舉133公斤,總和240 公斤奪下女子64公斤級金牌。「舉重青年盃」可說是郭婞淳今年賽事的暖 身賽,目標鎖定7月的東京奧運。

郭婞淳第一次抓舉時,成功舉起105公斤,第二次便以超越全國紀錄 的106公斤為目標,試舉107公斤成功過關,但第三次挑戰110公斤時失 敗。在挺舉的部分,前2次分別試舉130及133公斤,因狀況不佳,她決定 放棄直接第三把,最終便以總和240公斤奪冠。目前郭婞淳在女子59公斤 級的奧運積分排名世界第1,距離奧運門檻僅差一場國際賽,預計4月參加 烏茲別克的亞洲舉重錦標賽,以補足國際舉重總會規定的6場參賽門檻。



謝孟恩》舉重青年盃挺舉、總和破全國紀錄,達亞運標準



來自高雄市桃源區部落,年僅19歲的「布農族力士」舉重選手謝孟恩,繼 2020年「總統盃舉重賽」創下男子89公斤級抓舉、挺舉、總和皆破的3項紀錄 後,今年他減重降級參加男子81公斤級,最後以抓舉150公斤、挺舉190公斤、 總和340公斤成績摘下金牌。其中挺舉及總和重量,不僅打破全國紀錄,更一 舉達到亞運參賽標準,讓他對出戰2022年亞運的目標更有自信。

本屆賽事結束後, 潾潠出2022年中國杭州亞運、2024年巴黎奧運會的培、 儲訓選手,由於謝孟恩幾次賽事表現亭眼,已入選為培訓隊國手,未來也將以 81公斤級作為國際賽參賽規劃。參賽時他剛減重不久,身體肌肉還未達到最佳 狀態,因此未來目標重量,教練替他設定為抓舉160公斤、挺舉200公斤的目 標,教練認為以此為實力基礎,在國際賽事才有足夠競爭力。

楊勇緯》卡達柔道大師賽奪銀 進入奧運安全名單

2020年2月「德國杜塞道夫大滿貫賽」奪銀後,因疫情影響,已近 -年沒有參與國際賽事的柔道好手楊勇緯,2021年1月,再次出席國際 賽事一「卡達大師賽」。冠軍戰中,楊勇緯對上世界第12名的韓國選 手金源鎮,在1分19秒被摔出「一本」(ippon),最後獲得銀牌並進 帳1260分奧運積分,也展現這段日子以來訓練備戰的實力。

柔道各量級積分前18名者可取得奧運資格,目前楊勇緯的60公 斤級項目世界排名第9,仍在安全名單内。由於東京奧運預計於7月 舉行,若是順利,他預計再出戰「安塔利亞大滿貫」的大滿貫賽事、 「亞洲大洋洲柔道錦標賽」和「世界盃柔道錦標賽」共3場比賽。





由台灣大哥大主辦的TLPGA台巡賽年終大賽「台灣大哥大女子公開賽」, 2020年12月開打,在美國LPGA征戰的我國好手錢珮芸,以3回合206桿總桿 (-10),8桿差距奪下后冠,這也是她在台灣第1場公開賽級的大賽奪冠。

首輪錢珮芸繳出67桿佳績,一桿之差領先業餘撰手陳伶潔。第二回合錢珮 芸靠著4隻小鳥,擊出全場最佳69桿,將領先差距擴大為6桿。決賽中,錢珮芸 與徐薇淩同組競桿,繳出3隻小鳥、1柏忌成績,以70桿收尾。1月份錢珮芸接 著參加「日立慈善盃高球賽菁英賽」,前兩回合分別繳出68桿、65桿,握有4 桿領先優勢,第3回決賽,她射下4鳥、1柏忌,以69桿繳卡,最後以總桿數低 於標準桿14桿的202桿,成功摘下后冠,累計個人職業冠軍獎座來到第6座。

陳怡帆 》立勝盃全國拳擊聯賽,女模特化身女拳王

110年「立勝盃全國拳擊俱樂部聯賽」1月在臺中舉行,本次比賽是以拳擊職業賽規格所舉辦的拳擊賽, 共有19個拳擊俱樂部、68位拳手參與,預計本年度將有4場比賽。其中女生拳擊手中最引人矚目的,就是模

特兒陳怡帆與雙寶媽徐詩賢的雙姝對決。練拳2年第一次參賽的陳怡 帆,賽前教練針對出拳力道及位置都有擬訂,但實際上場後表示,比 賽雖只有短短的6分鐘3回合,但全神貫注、拳拳到位的過程讓她幾乎 耗盡力氣,最後以2:1險勝。

有別於以往拳擊俱樂部各自舉辦的零星賽事,這次賽事不但有國 家級裁判嚴格評判比賽結果,這也是國內拳賽邁向職業化的第一場先 鋒賽事。目前全臺共有2百多間拳擊俱樂部,本次參賽成員不到十分 之一,若是能夠诱過職業賽事的舉行,創造拳擊產業經濟,也是推廣 拳擊運動的正能量。



洪健堯》高爾夫球台豐公開賽奪冠,創冠軍最低桿紀錄



高爾夫球台巡賽2020年底最後一賽,在彰化台豐高爾夫球場 舉行。洪健堯抓下七鳥二柏忌、67桿,最終以67桿完成最後18洞 競桿,總桿數以低於標準桿19桿的269桿奪冠,這也是他職業生涯 以來拿下的台巡賽第9勝,更創下台豐公開賽與台豐ADT賽史中冠 軍選手最低桿的紀錄。

洪健堯在前9洞被亞軍葉昱辰抓鳥緊追在後,直到第12洞葉昱 辰吞下「雙柏忌」,洪健堯則連抓二鳥,兩人拉開6桿差距後,洪 健堯才有信心領先之路十拿九穩,最後也順利奪得冠軍寶座。

SPORTS PICTORIALS

花蓮三民國中學重隊 》 大獲全勝,全國舉重技術錦標賽大贏家

中華舉重協會舉辦「第二屆全國舉重技術錦標賽」,吸引全臺舉重新秀參賽,其中來自花蓮玉里 鎭的三民國中舉重隊,派出的7名選手皆在比賽中獲獎嶄露頭角,亮眼表現令人刮目相看。

7名選手佳績分別為:洪嘉軒、施厚齊、余濰銘3人包辦U12國男 組冠、亞、季軍;柯冠廷、洪俊熙榮獲U13國男組冠、亞軍;黃歆穎 和汀靜怡則拿下U13國女組亞、季軍。其中柯冠廷更是首次參賽就拿 下抓舉和挺舉總和228分,加上垂直跳6.5分和握力8分,以242.5分奪 冠,被視為舉重界的明日之星。曾是舉重強隊的三民國中隊員多是原 住民孩子,舉重隊目前有14人規模,教練詹依燃期待帶領隊員重返當 年的榮景。



台電男子排球隊》企業16年排球聯賽例行賽、挑戰賽雙料冠軍



企業16年排球聯賽例行賽進入下半季賽程,決賽中,由經驗 豐富的常勝軍台電男排對上conti隊,最後以3:1獲勝。台電男排 也創下本季開季以來24戰全勝的輝煌紀錄,穩坐冠軍寶座。

賽季結束後緊接著的挑戰賽,是採3戰2勝5局賽制。決賽 中,台電男排也以25比13、25比23、25比14連3勝,力壓雲林 MIZUNO隊,締造挑戰賽7連霸佳績。另外在女子組賽事中,台電 女排也以3:1擊敗台北鯨華,直落2完成挑戰賽5連霸紀錄。企業 16年排球聯賽,最終便由台電男女排第7度囊括挑戰賽雙料冠軍。

花蓮美育東北虎足球隊》

YAMAHA CUP足球賽封王,12年來東部球隊首奪冠

第12屆YAMAHA CUP足球賽,共有來自全臺180支隊伍「腳」逐冠軍。進入決賽的12支隊伍,1 月9號在臺中朝馬足球場對決。最終由成軍7年,來自花蓮的美育東北虎以PK1-1(4-2),打敗2013、 2014和2016年三度封王的地主隊協和國小,成為12年來首支封王的東部球隊。

決賽上半場兩隊勢均力敵,下半場第27分鐘時,美育東北虎林佑家右翼突破低傳吊中,由江定祐

進球率先得分,但協和國小立刻於1分鐘內壓迫至禁區, 讓美育東北虎後衛失誤產生烏龍球,正規比賽時間内雙方 戰成1比1平手。延長賽兩隊仍維持平手,最後只能PK賽 定勝負。美育東北虎因有門將余宇宸守住第2球,加上協 和國小第5球踢中門楣,讓他們在PK大戰中以4比2戰勝協 和國小,迎來首度於全國賽等級的YAMAHA CUP冠軍。



■ 運彩新闢桌球、格鬥 電子競技後勢看漲

109年全球運動賽事受嚴重特 殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情 影響,無法正常舉行或展延,本署 核定啟動運動彩券緊急應變計畫, 提出增加投注標的、強化玩法及 動支責任準備金以提高獎金支出 率等三大措施以為因應, 在疫情影 響下,109年全年銷售額達新臺幣 403億元,挹注運動發展基金超過 40億元,協助運動人才培育及產 業發展。110年台灣運彩將持續增 加投注標的,包括新增桌球及格鬥 兩種運動項目,電競項目也新增 「絕對武力CS:GO」賽事,並規 劃在籃球、足球、排球、冰球等運 動項目增加8,000場國際賽事。

運動彩券每投注100元就有10 元自動挹注到國家運動發展基金, 作為政府培育、照顧運動人才及協 助產業發展之用。台灣運彩持續透 過新增投注標的、玩法及春節相關 加碼促銷活動等,吸引國人關注體 **育賽事**,淮而挹注運動發展基金, 每一人皆能為國內體育運動發展盡 一份心力。

桌球

- 新增賽事:
- 世界桌球巡迴賽(含總決賽)、 世界桌球錦標賽、世界盃桌球賽 (預估有>1,000場賽事)
- 規劃玩法,有7種: 1. 不讓分、2.讓分、3. 大小、 4.單局不讓分、5.正確比數、 6.冠軍、7.特別項目

格鬥

- 新增賽事: 終極格鬥冠軍賽; 其他重要比賽 (預估有500場賽事)
- 規劃玩法,有4種: 1. 不讓分、2. 大小、3. 冠軍、 4.特别項目





台灣運彩足球銷售109年首度在非世足年超越棒、籃球。足球是全世界最多人參與的運動,有些地 區不畏疫情照常開踢,加場銷售的結果,年銷售額創歷史新高達165億元,佔整體銷售41%,較108年 成長16.5%;其次在通路面,由於民眾減少外出,提高網路投注的金額,109年首次超過120億元,達 整體銷售的30%,較108年提升2.78%;109年第二季開始常態性提供的新產品電子運動競技(電競) 也創下2億元的銷售,其中英雄聯盟世界大賽單一賽事短短1個月即吸引超過1億元的投注,後勢看漲。

為了讓更多民眾認識運動彩券的公益性,台灣運彩特別跟Youtuber含羞草「含老闆」及張璃、方 昶詠、肉圓合作「關於夢想……」形象影片,「含老闆」化身夢想的推手,希望可以讓更多人瞭解每

張運動彩券都是幫助運動員前進的動力,「支持你愛的運動員,讓他們離夢想更近一步!」,完整影 片請上台灣運彩FB粉絲專頁觀賞。

相關賽事投注、賠率及網路投注申請,可上台灣運彩網站(https://www.sportslottery.com.tw/)查 詢。

■ 新進專任運動教練研習 優化運動訓練 強化專業知能

為強化109年度新進職場的專任 運動教練專業知能,本署於109年12 月3~4日辦理新進專任運動教練增能研 習,以增進運動教練專業知能,提高後 續訓練效率,課程包含最新修正的各項 體育政策、教練相關專業知能,透過專 業先輩之經驗分享、傳承,讓新進教練 們在未來職場上能有更好的表現。

從許多運動科學相關的實證研究 結果顯示,運動教練影響選手的發展甚 鉅,教練素質的良莠往往也是決定該運 動種類在國際競技舞台成功與否的關鍵 因素。稱職的運動教練不僅扮演伯樂的 角色,更是運動的推手,以甫過世的中 華民國少年籃球發展協會終身榮譽理事 長陳勝稔教練為例,終其一生致力推動 國內少年籃球發展,並培育出顏行書、 陳志忠、劉孟竹及洪志善等無數優秀的 籃球好手,實為籃球選手學習的典範。



109年12月3日至4日辦理109年度新淮專仟運動教練研習



國立臺灣師範大學季力康院長講授教練倫理守則課程

目前(109學年度)全國計20縣市、730所高中以下學校設立體育班,體育班學校依法聘任專任運 動的比率,由106年的60.45%提升至109年11月底的98.88%,在各級學校服務的專仔運動教練人數較 106年增加300多人,總人數即將突破千人,近一年來新進的專任運動教練人數將近150人,創新高紀 綠。

本次辦理新進專任運動教練研習的課程包括:運動教練倫理守則、重要法令規定說明、運動心理 學、行政配合、訓練計畫撰寫等實務課程。另邀請教育部體育署《專任運動教練訓練輔導及性平意識 O&A》的作者,國立臺北大學蕭嘉惠教授,透過實際發生之案例,強化專任運動教練相關法律觀念, 建置安全的校園運動訓練環境。

■ 109學年度中等學校5人制足球聯賽參賽隊伍破紀錄



南區預賽高市小港vs中市明道



教育部體育署周國金專委致詞



「109學年度中等學校5人制足球聯賽」記者會會後大合照

109學年度中等學校5人制足球聯賽參賽 隊伍數破紀錄,155隊將在110年春天逐鹿冠 軍榮耀,108年冠軍隊伍臺北市復興高中、 高雄市瑞祥高中及桃園市中興國中今年也持 續報名參賽,賽事精彩可期。

為普及學生運動人口、提升健康體適 能,本署積極辦理各項學生聯賽。為鼓勵學 生投入足球運動,自108年起辦理「學校足 球建設工程計畫」,主要協助各直轄市及縣 市政府每年聘用50名足球教練,並辦理20場 裁判及教練增能研習及20場足球教師教學研 習,以建立縣市永續性足球三級培育體系、 培養基層足球運動人才。

邁向第10年的5人制足球聯賽,109年共 有155隊報名參加,其中高中男生組49隊、 高中女生組12隊;國中男生組62隊、國中女 生組32隊。賽制與往年略有不同,男生組採 **預賽、**複賽、決賽三階段,先依報名隊伍縣 市辦理南區、北區預賽,各取8名進入全國 複賽,再將晉級全國複賽的16支隊伍,依實 力均分兩組進行循環賽,兩組再分別取4名 (合計8名) 晉級最後的全國決賽;女牛組 採預賽、決賽兩階段,亦各取8名晉級全國 決賽。

而全國決賽均採循環賽賽制進行,是最

公平的競賽機制;透過密集的循環賽事,考驗每支隊伍的實力,讓每支隊伍都有完整發揮的機會,也 讓進入決賽的每支隊伍,都有機會和另外7支隊伍交手,促進校際體育交流,彼此切磋磨練球技。

同時,為了選手安全,在硬體及軟體上均有加強。硬體部分,引進西班牙設計之安全球門,這種 球門柱的外部覆以軟質表面,能有效防止傷害、降低衝擊力,亦能兼顧足球撞擊後的反彈,與傳統球 門柱的反彈相同;軟體部分,聯賽在裁判執法上嚴格要求,禁止做出粗魯或有攻擊性的爭球動作,避 免球員在爭球過程中產生不必要的肢體衝突,確保球員在比賽中的安全無虞。

南區高中男生組晉級隊伍依序為:嘉縣民雄、南市北門、南市新豐、中市青年、中市惠文、高市

中山、高市瑞祥及屏縣內埔;國中男生組晉級隊伍依序為:高市左營、嘉縣東石、中市爽文、屏縣東 港、南市歸仁、嘉縣新港、中市福科及高市前鎮。

■ 體育逆光飛翔天使 傳達生命鬥士的真諦

來自新住民家庭的張禹萱,高中期間連三年拿下全中運、總統盃的角力冠軍,是體壇備受注目 的角力好手。雖然家中經濟狀況不佳,但她不畏逆境、勇敢追夢,入選國手的禹萱,奮力地在每場賽 事中奪下勝利,希望誘過比賽的獎金,幫助減輕家中經濟的重擔;而禹萱最大的目標是希望「摔進奧 運」為國家爭光,也成為家人最大的驕傲。

目前就讀臺南大學研究所的林家文,在俏麗外 型下,其實是個網球健將,雖然有聽覺障礙,但林 家文曾在2017年代表臺灣參加「土耳其薩姆松聽障 奧林匹克運動會」,並在雙打及單打賽事中各拿下 一面金牌,己有專仔網球教練資格的林家文,期許 成為一名優秀的網球教練,為臺灣爭光也為同為聽 障的選手們開創不一樣的人生道路。

來自南投的吳興明,自小和姐姐、阿嬤相依為 命,跟隨姐姐的腳步自國小起練習空手道,從幫忙 學長姐倒水、煮茶葉蛋等雜事學習起,吳興明說人 生就如茶葉蛋一樣,要有裂縫才會入味,目前就讀 國立臺灣體育運動大學的他,未來希望繼續往職業 撰手的路前進。

來自高雄的舉重潛力新星「布農族大力士」 謝孟恩,家境雖不富裕,但謝孟恩從不氣餒,自國 一起就加入舉重隊訓練,並在109年全國總統盃舉 重錦標賽三度打破全國紀錄,努力追夢,期盼能在 2022年亞運拚出佳績、為國爭光。

就讀高雄獅甲國小的羅柏勛,出生就因為視網 膜母細胞瘤導致雙眼全盲,面對一次次的檢查與化 療,卻未阻礙羅柏勛對於學習各項事物的熱情,他 的毅力克服了障礙,他曾泳渡日月潭、攻上玉山, 對於彈鋼琴、打爵士鼓也是相當拿手,在黑暗的視 界裡精彩著自己的人生。「在那裡跌倒就在那裡爬 起來」是羅柏勛的座右銘,未來他的心願是研發新 輔具,來幫忙更多多重障礙的朋友們。



體育署王水文副署長於109年度體育逆光飛翔天使影片首 映會致詞



身障桌球國手伊斯坦大 莎霏出席首映會並鼓勵選手能超越自己



109年度體育逆光飛翔天使首映會大合照

「體育逆光飛翔天使計畫」執行已邁入第7年,本署希望藉由攝影鏡頭特寫,深入刻畫呈現「逆光 飛翔天使們」的感人故事,並能更廣泛深入莘莘學子及社會大眾的心靈,觸動社會的正能量,以啟發 青年學子培養正確的人生觀,勇於克服困難,實現生命真正的價值。

■ 體育育樂營 快樂運動兼抗疫

本署於110年寒假期間持續辦理學生體育育樂營,由國立體育大學統籌規劃,結合各特色學校在 臺灣北、中、南、東4大區域同時舉辦,規劃辦理34個梯次,每梯次課程為期2天,吸引2,000名學生參 與。

本次延續「走出戶外、擁抱山海」之活動,辦理「山系列」、「水系列」及「綜合系列」活動, 包含攀岩、登山健行、帆船、獨木舟、射箭、足球、漆彈、體能王……等11種多元運動項目,在防疫 措施完備之下,陪伴青年學子盡情體驗戶外運動。

歷年熱門的體能王活動,讓學生在遊戲中體驗多元運動項目,像是將卡通舞蹈的元素融入競技啦 啦隊技巧,體驗前滾翻等簡單的體操動作,而深受學生喜愛的團康遊戲,則以趣味化的方式訓練身體 協調、反應力及專注力等,增進體適能,於2天活動中盡情享受運動的樂趣,並培養運動興趣與團隊合 作精神。

射箭是一項動靜皆宜且具有休閒、健身及競技等多樣特性的運動,為體育育樂營長期辦理並積極 推廣的活動項目。其中寶山國中場次除了由國家級專業教練指導基本射箭動作外,也安排射箭史、禮 儀教學及生活安全常規教育,帶領學生體會注重禮儀及安全的射箭精神,活動最後透過小比賽,讓學 生們盡力去達成教練所訂定的目標,挑戰自我,也在過程中與隊友互助成長。



體育育樂營射箭活動



體育育樂營體能王活動

■ 109年運動i臺灣計畫 7縣市榮獲績效特優

為表彰109年推展績效特優之縣市,本署舉辦「109年運動|臺灣縣市績效評核頒獎典禮」,邀請基 降市、臺北市、新北市、桃園市、臺中市、南投縣及高雄市等7個縣市之教育、體育局(處)長代表出 席。

本署署長張少熙表示,為推廣全民運動,發展地方運動特色,體育署從105年開始推動「運動i臺 灣」計畫,希冀透過「中央倡導、地方協力」之模式,整合各縣市政府資源與結合地方人文及環境特 色,打造多樣且優質的運動環境,鼓勵國人規律從事運動,提升全民運動風氣,共同守護國人的健 康。從歷年運動現況調查結果顯示,我國規律運動人口比例逐年成長,109年雖然受到嚴重特殊傳染性

響,由於我國疫情控制良 好,七成民眾運動不受影 響,八成民眾生活快樂, 足見我國推動全民運動政 策之成效。

肺炎 (COVID-19) 疫情影

頒獎典禮現場除進行 降重的獎牌頒贈儀式外, 亦有各獲獎縣市辦理特色 運動等相關體育活動之成



果與案例展覽,不僅能夠讓各縣市進行交流與經驗分享,更可作為其他縣市推展全民運動之參考。

■ 打造原鄕氣息 增加競賽種類及舉辦天數 110年原民運亮點搶先看

全國原住民族運動會(以下稱原民運)是兩年一度的原住民族體育盛會,110年賽會訂於3月19 至22日在宜蘭縣舉行,共有17種競賽種類,包括具有優勢或屬團體性、適合推動於多數原住民族的運 動如田徑、柔道、跆拳道、籃球、棒球、角力、慢速壘球、槌球等,及原住民族特有或傳統民俗運動 如傳統射箭、傳統樂舞、傳統路跑、傳統負重、傳統摔角、傳統鋸木、傳統狩獵、傳統擲矛、傳統拔 河。

為讓110年原民運能與原住民族文化更加緊扣,本署積極輔導宜蘭縣政府籌辦賽會朝原汁原味方向 辦理,且更加重視原民運參賽主體55原鄉之角色。強化事項包括強化原鄉參與、營造賽事走入原鄉氛 圍、原住民族文化意象展示、增加舉辦天數及運動種類等。

宜蘭縣政府於賽會期間開放原鄉原 住民文物生活館免費參觀,同時也在原 鄉規劃一系列的原住民族藝文展演及嘉 年華活動,以宣揚原住民族文化、行銷 地方特產及促進觀光發展。為加強原住 民族文化,設計相關原住民族意象展示 宣傳,除提供遠道而來的選手及賓客最 優質的服務與比賽品質外,讓參與者感 受到原汁原味的原住民族盛會。



■ 109年運動現況調查成果發表



20191202體育署林哲宏副署長(前排左4),全民運動組專門委員呂王浩禄 (前排左3) 及與會貴賓大合照

為持續瞭解全民運動推展各 項政策的執行情形,本署委託世 新大學進行「運動現況調查」, 並於109年12月2日公布109年運 動現況調查成果。調查成果顯示 參與運動人口比例達82.8%,自97 年以來連續13年維持八成以上的 高運動參與比例。規律運動人口 比例達33.0%,自103年開始連續 7年穩定維持33.0%以上。

109年雖然受到嚴重特殊傳染

性肺炎(COVID-19)疫情影響,對運動場館進出與社交距離進行管制,使規律運動人口比例略降,但 因為疫情控制良好,民眾認為生活快樂的比例為81.6%,較108年(78.3%)上升3.3%。71.6%的民眾 不受疫情影響,顯示推動全民運動有成,運動習慣已深植在民眾生活中。

109年度調查內容除了解民眾運動意願外,更希望透過問卷了解民眾的思維,以作為未來推出多元 化運動服務的參考。展望未來,本署將持續推動運動生活化,運用推動多元運動策略,提升民眾參與 運動的意願與頻率,進而養成規律運動習慣,落實「自發(規律運動)、樂活(運動結合生活)、愛 運動(因興趣而運動)」之目標。

■ 展望後疫情時代 國際暨兩岸交流成果展示會

本署及中華奧林匹克委員會於109年12月10日共同舉辦 109 年國際暨兩岸交流成果展示會,現場 以「STAY STRONG STAY ACTIVE」為主軸,呈現了 2020年雖受疫情影響,中華奧會仍以彈性創新的方



109年國際暨兩岸交流成果展示會合影

式,在國際暨兩岸交流及國內奧林匹克精神宣揚方面做出成效。本次成果發表會結合「國際體育事務 人才培育計畫」結業式,該計畫已邁入10週年,一路走來培訓了超過千位國際體育事務人才,為臺灣 體壇注入相當多生力軍,也促進中華奧會與各國家奧會之間的交流,提升臺灣國際曝光度。

109年度中華奧會不受疫情及奧運延期影響,仍積極進行東京奧運及明年度各項賽事的組團準備, 並持續參與各項國際以及兩岸體育交流活動,包括了18場線上國際會議及研討會及3場次兩岸線上論 壇與研討會,累計年度參與人數達373人次。同時中華奧會也不斷向國際運動組織傳遞國內各項活動訊 息,並獲 IOC、OCA、ANOC 等國際組織刊登超過 50 篇新聞報導,大幅提升我國的能見度,也持續保 持國際間的交流,並完成「2014 布萊頓暨赫爾辛基女性與運動宣言簽署儀式」,共同追求更平等的體 育環境。

「國際體育事務人才培育計畫」迄今累計培訓人數達 1,418 人,為因應疫情,培訓營課程首次採 取數位與實體並進的方式,除了專題研討維持實體課程進行外,其餘基礎/進階課程全面升級數位化, 也邀請 19 個國家奧會、125 名國際學員一同參與課程,增進互動交流。

■ 視訊串連全世界 國際大學體育交流不中斷

透過科技的無遠弗屆,本署及中華民國大專院校體育總會(以下簡稱大專體總)在歲末年終之

際,於109年12月21日至23日在台 北市有園飯店舉行「2020國際大學 體育交流的推動與分享研習營 1, 提供國內大專院校學生三天兩夜的 國際交流課程,邀請國際大學運 動總會(FISU)、歐洲大學運動總 會(EUSA)、亞洲大學運動總會 (AUSF)、澳洲及新加坡等高階主 管以視訊方式分享大學體育發展交流 的現況與展望。此外,因應我國成功 取得2022世界大學射擊錦標賽主辦 權,課程中特別安排學員體驗空氣手



國際大學體育交流的推動與分享研習營始業式,體育署林哲宏副署 長(中)及大專體總李鴻棋副秘書長(左2)

槍的射擊課程,讓國內大學生實際體驗射擊運動的樂趣,寓教於樂。

這次的視訊研習,講師陣容可謂史上最強,來自FISU的瑞士籍第一副會長Leoz EDER將於會中說明 FISU的規劃策略,分享最新動態,讓國內大學生與全球同步接軌,同時藉由EUSA Matjaz Pecovnik秘書 長、AUSF周冠華秘書長、澳洲蒙納許(Monash)大學體育主管Martin Doulton及新加坡國立大學司徒 振輝學務長等國際講座帶來不同層次的分享與見解,開拓我國大學生的視野,並開放提問,促進與其 他大專體總的經驗互惠,實踐國際體育交流的宗旨。

本次研習營是本署委託大專體總主辦國際重要體育會議,為讓國內大專院校學生瞭解政府為他們

做了些什麼,同時希望藉由彼此的互動,請與會學員提出想法及建議,讓政府政策更為親民、貼近大 學生的需求。2020年臺灣因防疫有成,成為全世界矚目的焦點,未來將輔導協會持續透過視訊,接軌

■ 臺灣運動創新加速器第5期成果發表會 西門紅樓亮眼登場

本署引進國際資源,為臺灣運動產業打造的「臺灣運動創新加速器」(HYPE SPIN Accelerator



臺灣運動創新加速器第5期Demo Day成果發表會

Taiwan),110年1月20日在西門 紅樓舉行第5期培訓專案成果發表 會,邀請味全龍職業棒球隊情蒐科 技代表呂彥翰先生,分享球隊結合 創新科技,以及與運動創新團隊合 作發展之經驗,並邀請前期優秀結 業團隊奧鵬國際 (PICKUPS) 執行 長李晨帆先生和BiiB共同創辦人陳 旭湧先生分享相關經驗談。

自107年起,本署與交涌大學

加速器中心(IAPS)及HYPE運動創新基金會(HYPE Sports Innovation, HYPE)合作,共同為臺灣運動 產業打造HYPE SPIN Accelerator Taiwan,目的在結合交大加速器中心的科技網絡,以及培育近百個創 新團隊的經驗,協助有志參與運動創新的團隊結合我國科技業、製造業與服務業的優勢與強項,開拓 嶄新發展領域與潛能,加速鏈結國際網絡資源,並將我國創新元素引介至國際社會,為我國運動創新 帶來更多可能性。自本計畫結業的前4期優秀運動創新團隊,透過參與多項國內外相關創新活動與會 議,已募得超過新臺幣3億元資金。

本期培訓專案共招募10個優秀具潛力的國內外運動創新團隊,第5期培訓專案為期2個半月,採實 體及線上課程同步進行,邀請國內外專家學者與業師共同參與,包含IAPS全球合作夥伴及HYPE國際業 師群,不受全球疫情影響,帶領運動創新團隊持續成長,期望各運動創新團隊能夠突破極限,創造更 多國際鍵結與投資的機會。

■設施設計有一套 友善運動環境一把置

本署110年1月21~22日於臺北、新北舉 辦「110年運動設施規劃設計研習會」,參 加對象包含各縣市政府及國家運動訓練中心 承辦運動設施業務主管及基層人員計80人, 懷抱著精進自我以提升運動設施設計功力的 熱切,從臺灣各地齊聚一堂。



本次研習會規劃課程包含「運動設施簡易造價分析」、「科技場館規劃」、「全民運動館政策執 行一游泳池、健身房、瑜珈教室專項運動空間參考手冊」、「公共工程生態檢核」、「性別友善空間 營造」、「樂齡運動友善環境營造」及「戶外參訪體驗」,邀請各領域專業講師授課,並安排至新北 市板樹運動園區進行體驗及參訪。

在推動全民運動之前,更重要的是在規劃設計階段,以使用者角度出發,唯有滿足各族群使用需 求的良好設計方案,才能真正提供安全、友善、優質的運動環境。期望學員們未來回到各地方政府, 都能持續將這些設計落實到實務工作之中,為民眾設計規劃出更為完善、健全的運動設施,提升民眾 參與運動及永保健康的原動力。

■ 悠游杳畝營 緑色鄉村鐵馬行

本署「騎亮臺灣一最讚亮點自行車路線」系列領騎活動第8站—臺南市查畝營自行車道領騎活動, 109年12月9日於臺南市柳營區太康有機農業專區舉行,以「查畝營愜意時光 農遊騎旅」為活動主題, 由王水文副署長、臺南市黃偉哲市長、王揚智副秘書長、林義順體育處長、柳營區公所汪慶龍區長及 單車網紅松哥(陳松筠),共同帶領民眾悠遊查畝營,體驗綠色鄉村鐵馬行的快活愜意時光。

107年本署補助臺南市政府1.211萬元辦理「悠遊杳畝營,綠色鄉村鐵馬行計畫」, 全長約30公 里,以臺1線為主軸,往東行經柳營區著名的「太康綠色隧道」,往西騎乘會經過國內最主要的牛乳生 產地「八翁酪農專業區」,沿途還會經過知名景點八老爺車站,欣賞德元埤荷蘭村的湖泊景觀,這條 路線結合地方特色,營造鄉村環境美學,建構柳營區的自行車通行路網,相當適合安排單車輕騎旅游 行程。

王副署長表示,他是道地的臺南人,騎經「太康綠色隧道」自行車道,沿線有1,200餘棵土芒果 樹,不僅為全臺罕見景觀,也喚起他美好的童年回憶,這一整排茂密的綠蔭大道,騎乘單車十分暢快 寫意,期盼藉由活動的舉辦吸引更多民眾走入柳營區,體驗綠色隧道及自行車道風采。 🖸



12 — December

6 ⊟

▶ 委託臺南大學舉辦「109 學年度全國各級學校民 俗體育競賽」,參賽人數達7,310人,再創紀錄。

▶ 召開「教育部運動發展基金辦理運動產業信用保 證與優惠融資作業要點」修正(草案)研商會議, 就修正草案內容進行討論。

9 ⊟

▶ 召開「兩岸體育交流聯合會報」,由林副署長哲 宏代理主持,請中華奧會、大專體總、高中體總 報告兩岸交流活動執行情形及未來規劃,並邀請 外交部 NGO 宋副參事永福、陸委會陳專門委員 志仲、陳專員銘宏,以及學者專家與會指導。

10 ⊟

- ▶ 中華奧會辦理「國際暨兩岸交流成果展示會」, 現場以「STAY STRONG STAY ACTIVE」為主軸, 展示國際交流執行成果及國際體育事務人才培育 成效。
- ▶ 雙北市在誠品松菸表演廳舉行「2025年雙北國 際壯年運動會主辦城市簽約記者會」,由國際壯 年運動總會會長、執行長、臺北市柯市長文哲、 新北市侯市長友宜以視訊共同簽署合約。
- ▶ 行政院公共工程委員會召開「研商臺南市政府玉 井游泳池活化方向及經費需求相關事宜會議」。

14 ⊟

- ▶ 召開「電子競技之職業選手及教練是否屬於職業 運動業之選手及教練」研商會議,針對電子競技 職業選手、教練是否屬勞動部公告之「不適用勞 動基準法工作之行業」所稱「職業運動業之教練、 球員、裁判人員」進行研商。
- ▶ 召開「運動發展基金管理會第6屆第1次臨時會 議」,就運動產業輔導獎助辦法部分修正條文草 案進行討論。

15 ⊟

▶ 本署 110 年度承接原住民族委員會「鼓勵原住民 學生發展多元智能補助計畫(體育類別)」,委 託國立體育大學於本署辦理「110年度鼓勵中小 學原住民族學生體育運動發展補助計畫」經費申 辦說明會。

18 ⊟

▶ 109 年體育運動精英獎頒獎典禮,賴副總統清德 出席致詞並頒發終身成就獎(林圭璋)及特別獎 (劉俊業),另頒發最佳運動精神獎(許樂)、 最佳新秀運動員獎(丁華恬)、最佳運動團隊 獎(2019年世界體操錦標賽中華男子體操代表 隊)、最佳教練獎(洪一中)、最佳女運動員獎 (陳念琴)、及最佳男運動員獎(王冠閎)等得 獎者獎座。

19 ⊟

▶ 召開 109 年度 12 月份公共建設推動會報 - 國家 運動園區整體興設計畫(國家運動訓練中心興整 建計畫),以瞭解國家運動訓練中心辦理項下發 包案件之執行情形。

21 ⊟

- ▶ 辦理 109 年「國家運動選手訓練中心整建計畫」 環境影響評估追蹤作業,並激集專家學者擔任外 聘委員,以瞭解開發單位執行環評書件審查結論 事項辦理情形。
- ▶ 召開 109 年度 11 月份公共建設推動會報 國家 運動園區整體興設計畫(國家運動訓練中心興整 建計畫),以瞭解國家運動訓練中心辦理項下發 包案件之執行情形。

24 ⊟

▶ 為輔導受補助單位落實專帳管理等相涉行政配合 作業,「教育部運動發展基金辦理國際體育運動 交流作業要點」第5點、第7點條文修正案,已 於 109 年 12 月 24 日修正發布。

25 ⊟

- ▶ 109 年體育推手獎表揚典禮,蔡總統英文出席致 詞並頒獎,表揚本年度獲獎之51個企業、團體 與個人,計78個獎項。
- ▶ 教育部法制處召開審查「高級中等以下學校體育 班設立辦法部分條文修正草案」法規會議。
- ▶ 公告紓困 3.0 第 4 季 (10 月至 12 月) 「教育部 對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運艱困運動 事業紓困作業須知」,申請期限至110年1月 31日止。

30 ⊟

▶ 召開「教育部第867次部務會報」,由潘部長文 忠主持,審議通過「運動彩券經銷商體育運動專 業知識認定標準」修正草案。

I — January

6 ⊟

▶ 教育部召開「國民中小學設置半戶外球場第14 次縣市進度輔導控管會議」。

7 ⊟

- ▶ 召開「運動產業發展條例」修正條文(草案)研 商會議,會中邀集行政院主計總處、內政部營建 署、財政部賦稅署、直轄市政府體育局處單位出 席會議研商。
- ▶ 蔡總統英文接見「109年第18屆總統盃全國慢 速壘球錦標賽」總決賽各組冠軍隊伍,共邀請 26 隊計 464 人入府分批與總統合影留念。

13 ⊟

- ▶ 召開「110 年度補助國際體育交流活動第 1 次審 查會議」,共計65個體育團體提出年度工作計 畫申請案件。
- ▶ 召開「教育部第868次部務會報」,由潘部長文 忠主持,審議通過「運動彩券發行條例部分條文」 修正草案。

18 ⊟

▶ 行政院召開「運產條例 26-2 可行性會議,研商 捐贈職業業餘運動等加成抵減營所稅。

20 ⊟

▶ 委託國立交通大學產業加速器暨專利開發策略中 心辦理之臺灣運動創新加速器計畫,辦理第5期 培訓專案成果發表會。

21 ⊟

▶ 召開「110年全國中等學校運動會」組織委員會 競賽小組會議。

26 ⊟

▶ 提送行政院「運動彩券發行條例部分條文修正草 案」,納入院版修正草案,修正重點包括新增虚 擬運動賽事標的並配合個資法及消保法規定修正 條文內容等,預計修正合計 11 條條文。

28 ⊟

- ▶ 召開「運動產業發展條例」修正條文(草案)第 2次研商會議,會中邀集經濟部、交通部,針對 地方設置基金涉及公營事業主管機關權責部分達 成共識,並修正第6條及第7條條文內容,由林 常務次長騰蛟主持。
- ▶ 「運動彩券經銷商體育運動專業知識認定標準」 修正發布,修正重點包括增加取得特定體育團體 亞奧運項目 C 級教練證或裁判證人員及運彩經銷 商代理人連續三年以上增列需取得發行機構辦理 之職能課程教育訓練等,總計修正4條條文。

2 — February

1 ⊟

▶ 召開「110 年度體育推手獎要點修正規劃」諮詢 會議,研議增加女性運動推廣獎項。

$3 \, \Box$

▶ 召開「110年臺灣品牌國際賽事研習營實施計畫 (草案)」研商會議,並規劃於3月4日於臺北 國際萬怡酒店舉辦「2021 夯運動 in Taiwan 國際 論壇」。

▶ 行政院公共工程委員會召開「行政院活化閒置公 共設施 109 年第 4 季督導會議」。

5 ⊟

▶ 召開「運動 i 臺灣計畫 -109 年縣市績效評核頒獎 典禮暨110年中央、地方分層訪視作業說明會」。

8 🗏

▶ 召開「研商修正運動訓練班之規格、內容及範圍 第2次會議」,邀集內政部營建署、消防署及 各地方政府出席討論,並請外聘專家學者協助與 會,提供相關意見。

19 ⊟

▶ 召開「運動產業發展條例有關運動設施相關條文 修正內容研商會議」。

- ▶ 召開研商本署「體育運動政策白皮書 2017 修訂 版」109年度執行成果(初稿)等事宜會議。
- ▶ 召開國家運動訓練中心興整建計畫-「射箭場設 施改善工程」基本設計必要圖說文件審查會議, 並請外聘專家學者協助,以確認所提內容是否具 體可行。

20 ⊟

▶ 行政院公共工程委員會召開「110年度查核金額 以上未達巨額之流標工程第3場次專案檢討會 議」。

24 ⊟

▶ 召開「臺灣品牌國際賽事效益分析」研商會議, 邀請單項運動協會、臺北市政府體育局及學者專 家與會。 🔬



新冠疫情期間政府輔導運動產業的紓困振興政策成效

The Effectiveness of Government Relief and Revitalization Policies on Sport Industry in the COVID-19 Pandemic Period

李世珍、黃彦璋 Shyh- Jane Li, Yan-Chang Huang

自 2019 年 12 月中國大陸武漢爆發的新型冠狀病毒 (以下簡稱新冠病毒;COVID-19)疫情以來,由於新 冠病毒在感染初期即具有高度傳染力,因此疫情迅速 蔓延至全球各地,截至 2021 年 2 月 15 日為止,全球 確診案例 108,753,721 件, 死亡人數 2,398,773 人, 接種新冠病毒疫苗劑量為 171,350,886 劑。因應新冠 病毒疫情蔓延,2020年國內外體育賽事大多無法舉行 或展延,原訂 2020 年舉辦的東京奧運會亦延至 2021 年7月舉行(Google新聞,2021),教育部體育署 為因應新冠病毒疫情對運動產業的衝擊,針對運動事 業、體育團體及民眾等對象,規劃及啟動運動產業紓 困振興方案,給予運動產業最直接的協助及支持。

After the outbreak of (COVID-19) in December, 2019,

it spread rapidly around the world due to the fact that it is highly contagious in the early stages of infection. As of February 15, 2021, there had been 108,753,721 confirmed cases worldwide, with 2,398,773 dead and 171,350,886 people vaccinated. In response to the spread of COVID-19, in 2020 most sports events in Taiwan and overseas were cancelled or postponed and the Tokyo Olympics scheduled for July, 2020 was put back to July, 2021 (Google news, 2021). In response to the impact of COVID-19 on the sport industry, the Sports Administration planned and launched the Sport Industry Relief and Revitalization Program aimed at the sport industry, sports groups and public, giving the sport industry the most direct assistance and support.

從 2020 東京奧運延辦看運動賽會產業發展

The Impact of the 2020 Tokyo Olympic Games Postponement on Sports Development

葉公鼎、鄭宇容 Kong-Ting Yeh, Yu-Jung Cheng

原訂於2020年7月23日至8月8日舉行之32屆 2020 東京奧運會卻因「新型冠狀肺炎(以下簡稱新冠 肺炎,英文簡稱 COVID-19)」肆虐,不得不延賽一年 至2021年7月23日~8月8日。此賽事之延辦,造 成參與人員安全、申辦城市實踐、各種運動發展、各 項賽事舉行、選手參賽準備、觀眾觀賞方式、運動設 施設置、行銷贊助推動、媒體公關運行、管理成本增 加、賽會效益損失等衝擊。有鑑於此,未來運動賽會 產業組織應考量安全賽會環境的塑造、參與者免疫證 明的確認、自動化服務系統的提供、遠距比賽的可行 性、有彈性的設施空間,及賽會停辦險(cancellation insurance)的推動,使各種運動賽會受疫情衝擊之風 險降低並提高服務品質。

Originally held from July 23 to August 8, 2020, the

32nd Tokyo Olympic Games forced to be postponed to 2021 due to the COVID-19. The impacts of this postponement are diverse, including the safety of participants, the commitment of bidding promised by the city, the developing of various sports, the holding of various events, the preparing of athletes, the way of watching, the setting of sports venues, the marketing and sponsorship, the operating of media and public relations, the increasing of management costs, and the losing of benefits. In the future, the sport events organizers should consider the shaping of the safe competition environment, confirming of participant immunization certificates, offerings of automatic services, feasibility of long-distance competitions, flexible facility space, and cancellation insurance. These arrangements may reduce the risk of being impacted by the epidemic and improve the sport events services quality.

新冠疫情對電競產業發展之影響

The Effect of COVID-19 on the Development of the E-sport Industry

李世珍 Shyh-Jane Li

「電子競技業」於2017年11月7日立法院通過《運 動產業發展條例》部分條文修正案,正式納入運動產 業範疇,教育部體育署亦積極推動我國電競產業發展, 期望讓電子競技產業有更多發展機會,以帶動相關聯 產業發展的市場契機。然而,當「電競經濟學」正要 起與翱翔之際,新冠病毒(COVID-19)疫情開始肆虐 全球,對全球的經濟造成衝擊,電子競技業跨足娛樂、 新媒體、遊戲軟硬體及周邊,以美國市場為例,竟然 相對同期成長35%。主要原因來自於為各國政府的防 疫措施,所進行的限制人口移動、封城、或居家檢疫 的結果,除部分實體賽事外,其他電競產業在新冠疫 情期間仍可維持穩定的發展。隨著疫情逐漸緩和,希 望政府的政策也能優先投入這項產業的發展,讓更多 專業人才能投入電競產業,方能讓臺灣趕上其他電競 大國的發展腳步。

Partial amendment of the Sport Industry Development Act approved by the Legislative Yuan on November 7, 2017 brought e-sports officially within the scope of sports. The Sports Administration is also actively promoting the development of the e-sport industry, aiming to provide more opportunities for development to drive the development of related industries. However, just as Esports Economics was taking off, COVID-19 began to sweep the world, hitting the global economy hard. The e-sport industry has crossed over into entertainment, new media, games software and hardware and peripherals; taking the US market as an example, 35% growth has been achieved over the same period, mainly due to the epidemic prevention measures introduced by various governments, such as restricting the movement of people, sealing cities and home guarantine. While some physical events were cancelled, the esport industry has been mostly able to maintain steady growth in the pandemic period. As the pandemic eases, it is hoped the government will promote the development of this industry on a priority basis so that more professional talent becomes involved to allow Taiwan to catch up other leading epsorts countries.

台灣運動彩券於新冠疫情之因應策略

The COVID-19 Pandemic Response Strategy of Taiwan Sports Lottery

林博泰 Bo-Tai Lin

民國 109(2020) 年初新冠疫情(COVID-19) 快速且 全面性爆發,全球各大運動賽事皆無限期停賽或延賽, 嚴重衝擊須以運動競技為標的的運動彩券,緊急應變 計畫獲主管機關同意後,立刻啓動應變措施:

- 一、新增投注賽事,加開當時尚未因疫情停賽國家/地 區的賽事,並把「電競」納入常態性發行。
- 二、強化投注玩法,加開平日即廣受購券者喜愛的「場 中投注」及「單場」玩法,刺激並吸引消費者投注。
- 三、提高獎金支出率,吸引投注並動支責任準備金支 應。

成功將年銷售拉升至 403 億,達預定的 391 億,挹注 運發基金逾 40 億。

疫情迄今未見趨緩,除把握賽事機會開盤外,也會透 過網路服務更多宅在家裡不出門的客戶,並仿效歐美 各國,努力修法將虛擬運動競技納入投注標的,多一 個開盤的主動性,讓運發基金收入的來源可以更為穩 定。

COVID-19 spread rapidly around the world in 2020 and all major sports events were postponed or cancelled, seriously affecting the Sports Lottery which

has competitive sports as the subjects of betting. The response measures were implemented as soon as the emergency response plan was approved by the competent authority:

- 1. Addition of new events for betting, adding events in countries/regions where sports events were still being held, as well as issuing e-sports on a regular basis.
- 2. Enhancing of betting method, adding the betting during a game and single game methods of betting that were already popular with lottery ticket buyers to encourage people to bet.
- 3. Increasing prize payment rate to attract bets and

mobilizing the responsibility reserve fund to cover the cost.

Annual sales amount was successful increased to NT\$40.3 billion, with NT\$4 billion injected into the Sports Development Fund.

With the epidemic not yet over, as well as taking the opportunity of sports events to offer bets, through the Internet more customers who stay at home will be served; emulating North America and Europe, every effort will be made to change the law to bring virtual sports within the scope of bettable sports to proactively offer more choice of bets and stabilize the revenue of the Sports Development Fund.

疫情下國際鎖國對運動旅遊產業發展的影響

The Impact on Sport Tourism Industry from the Waves of Nations' Boarder Closure Policies Caused by COVID-19

江崇標 Chung-Piao Chiang

民國 109(2020) 年在新冠肺炎疫情的全球大流行下, 各國實施旅遊限制及封閉邊境,生活方式因此改變。 臺灣在加強國人落實防疫之餘,也理解需要放鬆享受 生活,因此推廣在維持個人防疫措施下,可以放心參 與有益身心健康的各項戶外活動,就成為後疫情時代 對運動旅遊產業發展重要的關鍵。

隨著國人健康意識提升,運動觀光可以利用休閒旅遊 選擇運動模式鼓勵國人養成戶外運動的習慣,同時可 以搭配臺灣各地豐富的自然和人文資源,帶動在地觀 光產業新形態發展並促進人潮帶來的新商機。

在尚未全面施打疫苗完成群體免疫前的防疫新生活運 動下,後疫情時代的運動產業展望中,下列方向值得 努力;一、運動人口增加,促進國人身心健康又快樂。 二、運動觀光市場潛力大,創造觀光旅遊產值。三、 發掘地方創生特色, 醞釀運動觀光服務升值。

With the COVID-19 epidemic raging around the world, various countries-imposed travel restrictions and closed their borders, causing lifestyles to change. Taiwan understands that it is necessary to relax and enjoy life while enhancing the people's epidemic prevention efforts, therefore participation without worry in outdoor activities that are good for mind and body while observing personal epidemic prevention measures will be a key to the development of the sports and travel industry in the post-epidemic era.

As people in Taiwan pay more attention to health, sports tourism can use the leisure and travel selection of sports model to encourage citizens to develop the habit of outdoor exercise and this can be combined with the rich natural and cultural resources around Taiwan to drive a new pattern of local tourism development and promote new business opportunities brought by crowds of people.

Under the epidemic prevention new life before vaccinations are widely given and herd immunity achieved, three directions are worth making an effort towards with regards to the post-epidemic sport industry: 1. Increasing the number of people doing sports to promote the health and happiness of citizens 2. The sports tourism market has big potential, create tourism and travel output value 3. Unearth regional revitalization characteristics to ferment increase in sports tourism service value.

新冠疫情時代的運動新創產業及異業結盟發展

The Development of Sport Innovation Industry and Cross-Industry Alliance in the Era of COVID-19

林伯恒 Michael Lin

全球疫情對於運動產業產生巨大影響,迫使大眾遠離 熟悉的運動場域,在產業看似黯淡的時期,卻有新創 公司藉由跨領域整合,建立新的商業模式與遊戲規則, 將危機變成轉機,再由轉機創造出商機。臺灣具有優 秀的創意人才及製造資源,本文從運動產業趨勢引導 出新創公司的發展契機,並期待創新公司成為日後運 動產業的領導者。

The global COVID-pandemic has had a heavy impact on the sport industry, keeping people away from the sports spaces they are familiar with. In what seems a dark time for the industry, startups are, however, using cross-area integration to build new business models and game rules, turning crisis into opportunity and opportunity into business opportunity. Taiwan has excellent creative talent and manufacturing resources. This paper brings out development opportunities for startups from the angle of sport industry trends and hopes that startups become the leaders of the sport industry in future.

新冠疫情期間中華職棒大聯盟開打之意義

The Significance of the Start of the Chinese Professional Baseball League in the COVID-19 Pandemic Period

吳志揚 Chih-Yang Wu

新冠疫情期間,中華職棒大聯盟為了維護球員健康並 讓紀錄能夠延續,率世界之先開打,舉世矚目,成為 臺灣之光,意義重大。聯盟仔細評估認為球員價值最 重要,其次是社會價值,最後才是商業價值,所以願 意閉門開打。聯盟採取「尊重專業、配合政府、超前 部署」的原則,成功說服主管機關通過所提出之應變 計畫。閉門開打也讓中職學習到如何把危機化為轉機, 進行各項創意行銷,減少損失,包括增加更多轉播渠 道、加強收視體驗、善加利用沒有觀眾所空出來的空 間等。聯盟也利用難得的國際曝光機會加強國際化並 努力提升自我各項能力。2020年5月8日爭取到開放 觀眾入場,並誘過不斷的溝通爭取及實際防疫作為, 逐次增大開放幅度。相關防疫計畫、標準已成為國內 外體育賽事舉辦的模範。

During the COVID-19 epidemic period, the Chinese Professional Baseball League (CPBL) led the world in restarting games to protect the health of players and allow records to be continued, attracting attention around the world and becoming the pride of Taiwan, a matter of great significance. The careful assessment by the CPBL found that player value came first, followed by social value and then commercial value, so the decision was made to start playing again. Following the principle of respecting expertise, cooperating with the government and advance deployment, the competent authorities were persuaded to approve the response that was submitted. Opening behind closed doors let the CPBL learn how to turn crisis into opportunity; various kinds of creative marketing were used to reduce losses including increasing broadcast channels, enhancing the viewing experience and making effective use of the space vacated by spectators. The CPBL also used the rare opportunity of international exposure to enhance internationalization and raise the level of various capabilities. On May 8, 2020, spectators were allowed into stadiums and, through continual communication and actual epidemic prevention measures, the degree of opening was then gradually extended. Related epidemic prevention plans have become models for holding sports events in Taiwan and overseas.

疫情時代運動場館業的挑戰與轉型

Sports Venue Challenges and Transformation in the Pandemic Era

周宇輝、劉昆祐、鄭童允 Yu-Hei Chou, Kun-Yu Liu, Tung-Yun Cheng

運動場館業因兼具「停留時間長」、「人潮密集度高」、 「人與人或人與環境互動性高」等特性,故其營運狀 況受新冠疫情之發展頗深。運動場館業在新冠疫情影 響下之營運演變可歸納爲三個階段,分別為傳統營運 模式時期、過渡期,及摧毀式破壞後的新營運模式期。 隨著疫情之控制、惡化,或轉好,民眾的運動消費行 爲會不斷在「正常接觸」、「少接觸」,及「零接觸」 的光譜間移來移去。運動場館業業者在疫情期間,須 透過內部管理方式的轉變,以減少收入衰退的幅度並 節省營運成本,或透過新的商業營運模式,透過跨域 整合或新的科技與技術,擴大市場的涵蓋面,以開發 新客戶並留住老客戶。

Due to the characteristics of sports venues of long time stay, high crowd density and high level of interaction between people or people and the environment, the operation of sports venues has been heavily impacted by the COVID-19 pandemic. The evolution of the operation of sports venues under the impact of COVID-19 can be summed up as three stages, namely, traditional operating model period, transitionary period and post destruction new operating model. Along with the control, worsening or improvement of the epidemic situation, the sports consumption behavior of people continually moves back and forth across the spectrum of normal contact, limited contact and zero contact. During the epidemic period, sports venue operators need to change internal management method to reduce the scale of revenue reduction and save on operating costs or, through new business model, cross-area integration or new technology and techniques, expand market coverage to develop new customers and retain existing ones.

運動產業從業人員之法令遵循:以健身中心常見工時爭議為例

Sport Industry and Compliance with Regulations: Fitness Center Commonly Seen Labor-Management Incidents as the Example

何念修、陳宏志 Nien-Hsiu Ho, Hong-Zhi Chen

透過研析民事判決與勞動部違反勞動法令事業單位(雇 主)查詢系統所得,以健身中心為例,其雇主與勞工 常見爭議多與延長工時及工資相關。為協助釐清法令 規範及研提因應建議,本文除說明勞基法內正常(含 彈性)工作時間之規範,及法院實務判決與主管機關 對於工作時間之認定,也簡析延長工作時間暨其工資 計算之規範供參。本文建議運動產業從業人員,倘對 勞資法令或其適用有任何疑義,應先洽律師等,以降 低風險或減少不必要之紛爭。

The Ministry of Labor Labor Regulation Business (Employer) Enquiry System shows that, taking fitness

centers as an example, most labor disputes are about extended working time and wages. To assist the sport industry implement compliance with regulations, this paper explains the pattern of normal (including flexible) working hours in the Labor Standards Act and the determination of the competent authority with regards to working time; it also provides simple analysis of extended working hours and reference for calculating wages for extended hours. It is, moreover, suggested that sport industry operators should seek the advice of a legal professional should they have doubts about regulations or their applicability to lower risk and limit unnecessary disputes.

論運動產業發展策略一以科技導入觀點分析

A Discussing of Sport Industry Development Strategy- the Viewpoint of Technology Introduction

蔡育霖 Yu-Lin Tsai

2020 年在 COVID-19 的影響下,不僅改變運動產業的 發展,許多在家運動的科技應用相應而生,如居家宅 健身、自主訓練、虛擬看賽等成為運動產業關注焦點。 全球運動科技產業發展已進入成長期,除 Google、 Amazon、Microsoft 等美國 IT 大廠相繼與美國四大職 業體育聯盟合作,國際大廠 Apple 也宣布投入運動產 業發展,陸續有 Peloton、Tonal、Mirror 等運動科技 新創產生。根據國際市場分析全球運動科技市場 2024 年可成長至311億美元。

運動科技核心概念,在於運動結合新興技術、智慧載 具等,讓運動者進而獲得具個人化之運動體驗;另一 方面則讓運動者在運動時也獲得社交感與娛樂感,讓 運動體驗有著嶄新面貌。本文將從國際趨勢到國內產 業市場優劣,透過 SWOT 分析我國運動科技產業現況 及未來發展。

In 2020, the impact of COVID-19 not only affected the development of the sport industry, many home exercise technology applications have appeared, such as home fitness, autonomous training, and virtual spectating and have become the focus of attention in the sport industry. Globally, the development of the sports technology industry has entered the growth stage. Google, Amazon, Microsoft and other big US IT companies have cooperated with the main four professional leagues and Apple has also announced its move into sport industry development; sports technology startups such as Peloton, Tonal, Mirror have appeared. Market analysis shows that the global sports technology market can grow to US\$31 billion in 2024.

The core concept of sports technology is combining sport and new technology and smart devices etc. to give people engaging in sports a personalized experience; they also gain a sense of social interaction and entertainment when engaging in sports, giving them a new sports experience. From international trends to the strengths and weaknesses of the domestic market, this paper uses SWOT to analyze the current situation of the sports technology industry in Taiwan and its future development.

新冠肺炎疫情下我國運動用品產業供應鏈之轉變與因應策略

The Transformation and Taiwan Sporting Goods Industry from the Changes of International Industry Chain

謝旻凱 Min-Kai Hsieh

臺灣運動用品製造業者擁有精良的製造能力,許多知 名運動品牌皆為臺灣廠商所代工生產,運動用品製造 業,產值達到新臺幣 163 億元,佔臺灣製造業總體產 值之5%,可見該產業的重要性。

在現今的全球化市場中,跨國間的產業鏈相互結合, 彼此截長補短,各取所需,共同聚集形成全球化的生 產供應鏈的趨勢下,臺灣運動用品的生產製造亦在國 際運動產業供給的產業鏈中,佔有舉輕重的角色,面 對 2020 年新冠肺炎席捲全球的疫情之下,跨國間的產 業鏈供給逐漸開始轉變,面對這突如其來的轉變,我 國的運動產業發展也面臨到前所未有的危機,此危機 亦同時是轉機,許多國家為了避免疫情擴散,限制了 工廠的群聚集跨國的流動。

臺灣運動用品業者在全球產業鏈因疫情重整之際,應

持續強化供應鏈管理,導入 AI 及大數據管理庫存,同 時將產業自動化程度提升,降低因疫情影響的供應鏈, 在新一波的供應鏈革新中,重新創造出新的臺灣運動 用品利基。

The sporting goods manufactures in Taiwan have sophisticated producing capabilities. Many wellknown sports brands are produced by Taiwanese manufacturers. The sporting goods manufacturing industry has an output value of NT\$16.3 billion, accounting for 5% of Taiwan's overall manufacturing output. The industry plays an important role in Taiwan's sporting goods market.

Facing globaliztion market, the multinational industrial chains are combined with each other, and combine each other's strengths to compensate for each other's weaknesses, each drawing on their needs, and gathering together to form a globalized production supply chain.

In the face of the pandemic of the COVID-19 sweeping the world in 2020, the supply of the multinational industrial chain has gradually begun to change. Facing this sudden change, the development of Taiwan's sporting goods industry is also facing In an unprecedented crisis, this crisis is also a turning point. In order to avoid the spread of the epidemic, many countries have restricted the flow of clusters of factories across countries. Taiwan's sporting goods industry should continue to strengthen supply chain management, introduce AI and big data to manage inventory when the global industrial chain is reorganized due to the epidemic, and at the same time increase the degree of industrial automation to reduce the supply chain affected by the epidemic. In the innovation of the supply chain, recreative a new niche in Taiwan sporting goods.

從FOX體育台撤離臺灣市場事件看運動媒體產業發展

Looking at the Development of the Sports Media Industry from the Angle of Fox Sport's Withdrawal from the Taiwan Market

陳子軒 Tzu-Hsuan Chen

近年來,運動媒體產業遭受巨變,傳統有線電視運動 頻道面臨各方的挑戰,閱聽人紛紛逃脫有線電視與衛 星電視的束縛,造成產業極大衝擊,FOX 體育台逐漸 撤離亞洲市場即為明證。除了來自科技本身的革新之 外,來自新冠肺炎的衝擊更加速了運動媒體產業的變 革,而我們正處於新舊運動媒體交替的時期,範圍大 至全球運動媒體的整併、轉進、退出與轉播權遞嬗, 另一方面,具有彈性與流動性的社群/自媒體,卻展現 出了其彈性以及發展潛力,當前的臺灣運動傳播,正 處於一個充滿不確定性、卻有無限可能的時期。

In recent years, the sports media industry has undergone massive changes, traditional cable TV sports channels have faced various challenges and viewers have escaped from the shackles of cable TV and satellite TV, hitting the industry hard as evidenced by the gradual withdrawal of FOX Sport from the Asia market. As well as innovation of technology, the impact of COVID-19 has accelerated the changes of the sports media industry. We are amidst the changing of the guard between old and new sports media, the scope extending to global sports media merger, entry, withdrawal and handover of broadcast rights. On the other hand, flexible and fluid social media/self-media has displayed flexibility and development potential. At present, sports broadcasting in Taiwan is in a period full of uncertainty but also full of unlimited possibilities.

體育運動文創新商機-以體育運動文化數位典藏暨加值應用計畫為例

New sports Creative and Cultural Business Opportunities – the Example of the Sports Culture Digital Archives and Value-added Application Program

謝顒丞 Yung-Cheng Hsieh

教育部體育署自 2017 年起進行「體育運動文化數位典 藏計畫」,將體壇耆老人物訪談及體育運動文物資料 做數位典藏,以保存運動文化資產。2019年並新增「加 值應用計畫」,結合體育運動文化與文創產品設計, 為體育運動休閒產業帶來新契機。該計畫執行透過文 本分析、田野調查及專家訪談等方式,梳理高雄內門、 屏東恆春、屏東萬巒等三個地方具代表性之特色體育 運動文化,從「主視覺 IP 設計」、「產品包裝設計」、 「散走地圖設計」及「宣傳片拍攝」將體育運動與文 化 IP 結合,轉化成文創產品,透過體驗及自媒的推廣 方式,行銷地方體育運動,以達到體育運動文化異業 結盟之加乘效果,並且讓珍貴的體育運動文化價值得 以傳承延續。

The Sports Culture Digital Archives Program launched in 2017 digitized interviews with veterans sports personalities and sports cultural relics to preserve sports cultural heritage. In 2019 the Added-Value program was launched, combining sports culture and cultural and creative product design to give the sports and leisure industry new opportunities. This program involved text analysis, field survey and expert interviews to sort out the distinctive sports culture of Neimen in Kaohsiung, Hengchun and Wanluan in Pingtung. From main visual IP design, product packaging design, walking map design and promotion film making, sports and culture IP were combined, converting them to cultural and creative products; through the experience and self-media promotion methods, local sports were marketed to achieve synergy for sports and culture cross-area alliance and give precious sports culture value worth passing on.

從我國人口結構改變看運動產業專業人力的發展

The Development of Sports Industry Professional Human Power Resources Due to the Taiwanese Demographics Changes

張政偉、簡煒倫 Cheng-Wei Chang, Wei-Lun Chien

臺灣人口結構轉變的方向大致為:內部高齡化與少子 女化。較大規模的外來人口移入有新住民與外籍移工。 高齡運動產業人才的培養,除運動專業外,勢必增加 資訊、醫學、心理學等之學能,進行多元分工,專業 整合。兒童、青少年運動產業人才培養,需要注重教 育(課程規劃)、運動傷害防護與行銷宣傳等知識。另 外, 隨著移民移工數量增多, 體育運動交流必然順勢 展開,相關產業的專業人才需求應會逐漸提昇。建議 政府相關單位可鼓勵、協調、扶持民間運動產業共同 籌辦相關軟硬體之建置,以全面因應人口變化的趨勢。

The main directions of changes in Taiwan's demographic structure are domestic aging and low fertility; relatively large scale moving in of external population in the form of new immigrants and migrant

workers from overseas. Nurturing sport industry professional requires enhanced information, medicine, psychology and other academic areas in addition to sports expertise to allow diverse division of labor and professional integration. Child and adolescent sports injury talent nurturing needs to pay attention to education (course planning,) athletic trainer, marketing promotion and other knowledge. Also, as the number

of migrant workers increases, it is inevitable that sports exchange will begin and the demand for professional talent in related industries should gradually increase as a result. It is suggested that government units encourage, coordinate and support the private sport industry's establishment of related facilities and processes to fully meet the trends in demographic change.

我國運動衛星帳編製對運動產業發展之重要性

The Importance of Satellite Accounts to the Development of Sports Industry in Taiwan

張志強 Chih-Chiang Chang

運動產業發展已是經濟成長的重要驅動引擎,為提供 政府擬定正確輔導政策及合宜法規,進而提供運動產 業更佳經營環境,完成我國運動衛星帳編製實刻不容 緩,本文除簡要介紹運動衛星帳內容、意義及我國未 來編製架構與主要帳表之建議外,亦說明其對運動產 業發展之效益與重要性。

The sport industry is an important driver of economic growth. To allow the government to draw up correct guidance policies and suitable regulations and go on to provide the sport industry with a better operating environment, establishment of a sports satellite account is urgently needed in Taiwan. This paper will introduce the content and meaning of a sports satellite account and make suggestions with regards to the framework for establishing such an account and its important data as well as explaining the benefits and importance for sport industry development.

壹、本刊宗旨

以宣導我國體育政策制度、報導國家體育動態、 介紹國際跨文化體育現況及促進國際體育交流為宗 旨。

貳、本刊內容

政策導向、各期專題、署務報導、法令規章、新知 交流、運動廣場、十步芳草、運動畫頁、專題英文摘要、 大事記等。

本刊 206 期國民體育季刊「運動選手培育輔導」 相關激稿子題, 臚列如次:

- 一、國家競技運動撰手培育與輔導策略
- 二、國家頂級選手之培育輔導-國家運動訓練中心
- 三、我國特殊體育運動選手培育輔導策略
- 四、棒球運動選手的培訓與輔導機制一我國與日本
- 五、射箭運動選手的培訓與輔導機制-我國與韓國
- 六、競技體操運動選手培育
- 七、拳擊運動選手培育
- 八、排球運動選手培育
- 力、地方政府基層運動訓練站選手培育情形一臺北市
- 十、我國大專運動選手培育執行
- 十一、魚與熊掌兼得一重視運動選手全人發展的體 育班政策發展方向
- 十二、 運動選手培育支持系統-運科
- 十三、運動選手培育支持系統-國訓運科
- 十四、運動選手培育支持系統一醫療
- 十五、談民間團體參與運動培訓與照顧
- 十六、日本未來強振競技運動支援體制介紹一after 2020東京奧運
- 十七、日本奪金最後一哩路介紹-2020東京奧運

截稿日期110年3月30日

本刊 207 期國民體育季刊「國際賽事面面觀」相 關邀稿子題, 臚列如次:

- 一、黃金計畫開花結果-檢視本屆東京奧運會我國 選手的成績並展望未來
- 二、2020東京奧運延賽一年(停賽)的各項損失與 衝擊
- 三、從東京奧運的防疫措施探討疫情對未來國際賽 事的影響
- 四、巴黎和約在東京奧運的體現(節能減碳、永續)
- 五、保護乾淨選手:從NADO的設立談世界運動禁 藥管制趨勢
- 六、不只是運動會一夏季及冬季青年奧運會的文化 交流使命
- 七、從缺席疫情下舉辦的2020冬青奧探討我發展冰 雪運動的困境
- 八、被沒收的運動會一從第一屆東亞青年運動會的 申辦到被取消,探討我國申辦國際賽事之不易
- 九、國際體增嘉年華: IWGA: World Games世界運 動會
- 十、新興運動會: World Beach Games (ANOC)
- 十一、水到渠成一年輕族群之新創運動的納入背景 及發展展望(滑板、霹靂舞、電競、衝浪、運 動攀登)
- 十二、國際體育組織參與及經營策略(以世大體聯 及亞大體聯為例)
- 十三、另類的運動會:帕奧、聽奧、特奧
- 十四、強度次級的運動會: 壯年運動會、少年運動會
- 十五、參與國際競賽獲獎選手之獎勵及就業輔導

截稿日期110年6月30日

參、投稿須知

-- 、格式:

- (一)版面探A4直式,文稿探由左至右橫向,並 於右下方註明頁碼。
- (二)分段寫作,段首空二字,段落之間不空行, 設定為1.5倍行高,左右對齊。

CONTRIBUTIORS

- (三)中文探標楷體14號字,全形標點符號;英 文探Times New Roman 14號字, 半形標 點符號。
- (四)參考文獻用美國心理學會(American Psychology Associationiation, APA) 格 式。人文社會得用其他格式。
- (五) 裝訂順序為首頁、中文摘要及關鍵詞、正 文、註釋、附錄、參考書目。
- (六)首頁內容包括:(1)題目;(2)姓名(含簽 名);(3)任職機構及職稱/就讀學校及 身分;(4) E-mail;(5) 聯絡電話;(6) 通 訊處;(7)相關說明。
- (七)稿件請存為Word文件檔(.doc)。
- 二、內容:限於篇幅,來稿以3,000字為原則。
- 三、來稿如經採用,該文著作財產權即歸屬本刊所 有。如因編輯需要,本刊有刪改權,不願刪改 者,請註明。
- 四、凡曾於其他刊物發表者,一律拒絕刊登。有抄 襲者,文青白負。
- 五、來稿無論錄取與否,一律不退件,請自行留存底 稿。
- 六、來稿請寄:新北市中和區中山路二段327巷9號 國民體育季刊編輯部(請附文字稿及電子檔) 或Email: nita@redblue.com.tw。
- 七、聯絡電話:(02)2240-1141#302,傳真:(02) 2245-9149。

肆、審查方式:來稿之審查,分為形式審查與實質 審查兩階段。

一、第一階段形式審查:

稿件先由執行編輯與主編委員進行形式審查, 若有不符合本刊徵(激)稿格式,應請作者修正後再 行投稿,或交由執行編輯依照本刊格式,協助作者 編排完成後通知作者。

二、第二階段實質審查:

- (一) 通過形式審查之稿件,依性質由主編委員 與相關領域之編輯委員討論,商請專家二 位進行實質審查。
- (二) 實質審查採雙向匿名方式辦理,審查人員 須填寫審稿意見表,並提出審稿意見後交 至編輯委員會審議。
- (三)二位實質審查人之意見依下列方式處理:

處理方式		第二位評審意見					
		刊登	修改後 刊登	修改後 再審	第三位 評審		
第	刊登	刊登	修改後 刊登	修改後 再審	第三位 評審		
一位評	修改後 刊登	修改後 刊登	修改後 刊登	修改後 再審	第三位 評審		
審修司 再見	修改後 再審	修改後 再審	修改後 再審	修改後 再審	退稿		
	退稿	第三位 評審	第三位 評審	退稿	退稿		

(四)是否刊登文件,均應將評審意見等函送投 稿人,並說明處理方式。

伍、審查結果:由編輯委員會議依審查意見,作成綜 合意見決定之。

陸、稿件修正與刊登:

- 一、凡經編輯委員會決議刊登之稿件,投稿者須根據 審稿意見及本刊格式要求修改,並於規定期限內 寄回修正稿件、修正說明或答辯說明。
- 二、寄回之修正稿件如未能依前開要求修改或適當 答辯者,經編輯委員會之決議,得暫緩或撤銷刊 。资
- 三、獲同意刊登之稿件,經執行編輯通知後,作者需 於一星期內寄回修正稿件、著作財產權讓與同意 書,以利出版。
- 四、再審稿件,應依評審意見逐項回應說明,以利審 稿委員再審。
- 五、文稿付印前再送請作者確認。







10489 臺北市中山區朱崙街 20 號 TEL/02-8771-1800 FAX/02-2752-0200

