

Ncpfs-Res-094-001

94 年度運動休閒服務業 概況調查統計推估

行政院體育委員會編印
中華民國九十四年十二月

Ncpfs-Res-094-001

94 年度運動休閒服務業 概況調查統計推估

研究機構：台灣經濟研究院

研究主持人：周嫦娥

研究人員：周嫦娥、林洋導

研究助理：徐秀芬、薛美芳

行政院體育委員會編印

中華民國九十四年十二月

目 錄

第一章 緒論

1.1 緣起及目的	1-1
1.2 研究內容及方法	1-2
1.3 研究步驟	1-4
1.4 預期成果	1-4
1.5 章節安排	1-4

第二章 運動休閒服務業之定義與範圍

2.1 國外相關文獻探討	2-2
2.2 國內相關文獻探討	2-20
2.3 運動休閒服務業之定義與範疇	2-41
2.3.1 運動、休閒與運動休閒之定義	2-41
2.3.2 運動休閒活動以及參與者與提供者	2-42

第三章 運動休閒服務業之一般經營概況

3.1 我國運動休閒服務業之現況	3-1
3.1.1 職業運動業	3-1
3.1.2 運動場館業	3-4
3.1.3 其他運動服務業	3-10
3.1.4 運動用品批發及零售業	3-15
3.1.5 運動及娛樂用品租賃業	3-17
3.1.6 管理顧問業	3-17
3.1.7 運動傳播媒體業	3-18
3.2 運動休閒服務業一般經營概況推估	3-21
3.3 我國運動休閒服務業產業之一般經營概況	3-28

第四章 全國性及國際性運動賽會之調查

4.1 國際性及全國性賽會概述	4-1
4.1.1 國際性賽會	4-1

4.1.2 全國性賽會	4-3
4.2 94 年度全國性及國際性運動賽會之調查	4-4
4.2.1 調查目的	4-4
4.2.2 調查對象	4-5
4.2.3 調查母體整理	4-5
4.3 94 年度全國性及國際性運動賽會之調查結果	4-8
4.3.1 調查方法	4-8
4.3.2 問卷內容	4-8
4.3.3 問卷催收與回收	4-8
4.3.4 調查結果	4-10
 第五章 94 年全國運動會之調查	
5.1 全國運動會背景資料	5-1
5.1.1 全國運動會及 94 全運會	5-1
5.1.2 全運會經濟效益評估相關文獻	5-3
5.2 94 全國運動會之調查	5-5
5.2.1 調查目的	5-5
5.2.2 調查對象	5-5
5.2.3 抽樣方法與調查方式	5-7
5.2.4 問卷內容	5-9
5.3 94 全國運動會之調查結果與母體推估	5-10
5.3.1 問卷回收與檢誤	5-10
5.3.2 調查結果分析	5-11
5.3.3 母體推估	5-20
 第六章 結論與建議	
6.1 結論	6-1
6.2 研究限制	6-3
6.3 建議	6-4
參考文獻	R-1

附錄一 94 年度全國性及國際性運動賽會問卷設計	A1-1
附錄二 94 年度全國性及國際性賽會名稱—回卷之行政機關	A2-1
附錄三 94 年度全國性及國際性賽會名稱-回卷之單項運動協會 .	A3-1
附錄四 雲林縣政府全國運動會經費調查問卷.....	A4-1
附錄五 其他縣市政府全運會補助調查問卷.....	A5-1
附錄六 94 年全國運動會參與者之調查問卷內容.....	A6-1
附錄七 期中報告審查意見及辦理情形.....	A7-1
附錄八 期末報告審查意見及辦理情形.....	A8-1

表 目 錄

表 2.1.1	澳洲文化與休閒分類下之運動與休閒業.....	2-12
表 2.1.2	國外相關文獻之定義及範疇.....	2-15
表 2.2.1	國內學者專家之運動產業相關定義及範圍.....	2-35
表 2.3.1	我國運動休閒產業範疇與分類.....	2-43
表 2.3.2	我國運動休閒服務業範疇與分類.....	2-46
表 3.1.1	中華職棒歷年舉辦場次及進場觀眾數.....	3-3
表 3.1.2	職業撞球歷年舉辦場次及觀眾數.....	3-4
表 3.1.3	體委會歷年補助興（整）建之體育場館統計.....	3-6
表 3.1.4	全國各級學校體育場館及設施統計.....	3-7
表 3.1.5	高爾夫球場分佈統計.....	3-8
表 3.1.6	國內主要健康（健身）俱樂部概況.....	3-10
表 3.1.7	運動休閒服務業專業人員認證機構及辦法.....	3-12
表 3.1.8	國內三家主要健康（健身）俱樂部專業人力現況.....	3-15
表 3.1.9	運動休閒用品批發及零售業之功能及銷售對象.....	3-16
表 3.1.10	我國運動休閒用品零售業概況.....	3-16
表 3.1.9	我國體育用品製造業銷售產品比例.....	3-15
表 3.1.10	運動休閒用品批發及零售業之功能及銷售對象.....	3-15
表 3.1.11	國內主要運動經紀公司概況.....	3-19
表 3.2.1	職業運動業之一般經營概況.....	3-22
表 3.2.2	運動場館業之一般經營概況.....	3-24

表 3.2.3	運動用品批發及零售業之一般經營概況.....	3-25
表 3.2.4	運動及娛樂用品租賃業之一般經營概況.....	3-25
表 3.2.5	其他運動服務業佔運動服務業之比例.....	3-26
表 3.2.6	其他運動服務業之一般經營概況.....	3-26
表 3.2.7	管理顧問服務佔顧問服務業之比例.....	3-27
表 3.2.8	管理顧問業之一般經營概況.....	3-27
表 3.3.1	90 年運動休閒服務業產業之一般經營概況.....	3-28
表 3.3.2	運動休閒服務業各業別成長率.....	3-29
表 3.3.3	94 年度運動休閒服務業產業之一般經營概況.....	3-30
表 4.1.1	第 34 屆世棒賽贊助廠商一覽.....	4-2
表 4.1.2	2004 年台灣世界花式撞球錦標賽之贊助和主承辦單位	4-3
表 4.3.1	問卷調查回收率（以主承辦單位計）.....	4-9
表 4.3.2	問卷調查回收率（以賽會計）.....	4-9
表 4.3.3	全國性和國際性賽會調查催收概況表.....	4-10
表 4.3.4	行政機關團體主承辦之比賽類型統計.....	4-11
表 4.3.5	單項運動協會主承辦之比賽類型統計.....	4-12
表 4.3.6	行政機關團體 94 年度各類型競賽彙整.....	4-13
表 4.3.7	單項運動協會 94 年度各類型競賽彙整.....	4-14
表 4.3.8	94 年度全國性和國際性競賽調查樣本統計彙整.....	4-15
表 5.1.1	台灣區運動會與全國運動會之比較.....	5-2
表 5.1.2	歷屆全國運動會基本資料.....	5-2

表 5.2.1	94 全國運動會競賽類型及場地一覽表.....	5-6
表 5.2.2	全運會參與者調查樣本數.....	5-8
表 5.3.1	所有縣市全國運動會補助支出及人月投入統計.....	5-11
表 5.3.2	94 年全運會政府經費投入（經常門）.....	5-13
表 5.3.3	94 年全運會政府經費投入（資本門）.....	5-13
表 5.3.4	樣本年齡別統計.....	5-14
表 5.3.5	樣本教育程度統計.....	5-14
表 5.3.6	樣本每月平均收入統計.....	5-15
表 5.3.7	受訪者身份與縣市別交叉統計.....	5-16
表 5.3.8	外縣市參與者交通工具統計.....	5-17
表 5.3.9	外縣市參與者平均交通費.....	5-17
表 5.3.10	非雲林縣參與者之住宿方式及停留天夜數統計.....	5-18
表 5.3.11	運會參與者每人每日各類費用統計.....	5-20
表 5.3.12	觀眾之消費支出估計.....	5-23
表 5.3.13	選手之消費支出估計.....	5-23
表 5.3.14	教練之消費支出估計.....	5-24
表 5.3.15	代表隊職員之消費支出估計.....	5-24
表 5.3.16	裁判之消費支出估計.....	5-25
表 5.3.17	參與者之消費支出總額估計.....	5-25

圖 目 錄

圖 1.2.1	研究流程圖	1-6
圖 2.1.1	Pitts 之運動產業分類.....	2-4
圖 2.1.2	Meek 定義之運動產業架構.....	2-6
圖 2.1.3	Li 之運動產業兩部門模型	2-9
圖 2.1.4	澳洲維多利亞省運動及休閒產業之範籌.....	2-13
圖 2.2.1	咎家騏、劉榮聰之運動產業市場結構.....	2-21
圖 2.2.2	林房儼之運動產業分類與 4P 模型	2-22
圖 2.2.3	林房儼等之運動休閒產業分類.....	2-23
圖 2.2.4	葉公鼎之運動產業定位圖	2-26
圖 2.2.5	運動休閒服務業發展條件與過程.....	2-33
圖 3.2.1	運動休閒服務業一般經營概況推估流程.....	3-23
圖 4.2.1	94 年度全國性及國際性運動賽會數統計流程.....	4-7

中文摘要

本研究之目的為重新檢討運動休閒服務業的定義與範圍，並釐清其產業分類；配合主計處工商普查和其他次級資料推估運動休閒服務業之一般經營概況；同時調查 94 年度全國性和國際賽會之參觀人數、投入人力和經費，以及蒐集雲林全國運動會經濟效益評估所需的資料。

本研究依體委會的主管業務範圍，以及主計處行業標準分類，將運動休閒服務業範圍界定為包含運動用品、器材批發業；運動用品、器材零售業；職業運動業；運動場館業；管理顧問業；運動及娛樂用品租賃業；運動傳播媒體業，以及其他運動服務業。並以主計處之工商及服務業普查報告和財政部財稅資料中心之營業稅籍資料，推估 94 年運動休閒服務業之一般經營概況，結果為企業單位數 12,558 家，員工人數 52,471 人，產值 599.84 億元以及附加價值 408.2 億元。

94 年度國內國際性及全國性賽會調查結果為，樣本之總投入經費為 4.84 億元，有支付報酬人力為 10,406 人月，未支付報酬人力為 7,784 人月，觀眾人次約為 60 萬人

雲林全國運動會調查結果為，雲林縣內全國運動會之各項賽會人數共 71,318 人；住宿、餐飲交通、娛樂購物等消費支出總金額共 0.993 億元。政府經費投入（不含補助）共 14.885 億元（經常門 2.435 億元，資本門 12.45 億元），各級政府補助金額 0.173 億元，但新增就業機會僅有 96 人年。

由本研究的調查與分析可發現，運動休閒服務業不論是產業推動，或產業統計資料的蒐集方面上皆面臨挑戰。因此本研究建議（1）部會推動運動休閒服務業需分工合作；（2）建立經常性統計資料；（3）全面性產業調查之必要；（4）進行賽會經濟效益評估。

關鍵詞：運動休閒服務業、附加價值、運動賽會

ABSTRACT

In order to improve the national quality of the life in conformity with economic development, the Executive Yuan authorized in 2004 to implement the service trade guiding principles and action scheme. The range of the sport and recreational service industry has become one of the main industries to be promoted. The main purposes of this study are to define the sport and recreational service industry; to estimate the number of employees, the value of output, the number of firms, and the value of value added; to survey the national and international sport games held in Taiwan in 2005; and to collect the data of the 2005 national game held in Yulin county for economic impact analysis.

Using census data and tax data, we estimate the size of the sport and recreational service industry. The results are: the industry consists 12,558 firms, employs 52,471 employees, produces 60 billion NT dollars of output, and 41 billions value added.

As to the national and international games in 2005, according to the collected data, government had subsidized 0.484 billion NTD in the various sport games and events . The sport games and events had attracted about 600,000 audiences, and created about 867 jobs.

2005 national sport game held in Yulin county, on the other hand, had created only 96 jobs, but the governments had invested about 1.245 billion NTD in infrastructure, and subsidized 0.26 billions. The participants of the game reached 71,318 persons, including audiences.

Finally, the study suggests that (1) in order to promote the sport and recreational service industry, the authority needs to conduct a comprehensive survey and study of the industry, (2) need to build a data collection system, collecting data on a regular basis, and (3) using the data collected by this study to conduct an impact study in the future.

Keyword: sport and recreational service industry, value added, sport games and events

第一章 緒論

1.1 緣起及目的

為因應知識經濟發展、產業結構改變、提升國民生活品質，行政院在 93 年核定實施「服務業發展綱領及行動方案」，隨即成立「行政院服務業政策指導小組」以統合協調各部會推動。今（94）年「行政院服務業政策指導小組」將「進行可與國際接軌之服務業統計分類及建置資料庫工作」列為具體措施，由各部會訂定分年績效指標經行政院核備後，交由各部會據以實施。

運動休閒服務業為「服務業發展綱領及行動方案」中規劃推動的項目之一，在方案中運動休閒服務業的範圍包括運動用品批發零售業、體育表演業、運動比賽業、競技及休閒體育場館業、運動訓練業、登山嚮導業、高爾夫球場業、運動傳播媒體業、運動管理顧問業等。此範圍乃沿用中華徵信所（2002）研究之界定，但各界（例如中華民國都市計畫學會（2004）以及林房儼（2004））對運動休閒服務業卻有不同的定義與範圍界定。

運動休閒服務業的範圍界定不僅攸關產業輔導策略，亦會影響未來統計結果的正確性，因此必須重新釐清相關定義與範圍。據此，本研究主要目的即在根據運動休閒服務業之功能及定位重新檢討目前的定義與範圍，並在主計處的行業標準分類架構下，釐清運動休閒服務業之產業分類。在界定產業範圍後，本研究擬蒐集與彙整運動休閒服務業整體現況資訊，探討整體運動休閒服務業面臨之主要問題及未來改善之建議；繼而由前述運動休閒服務業之範圍和現況分析，配合主計處工商普查或其他次級資料推估運動休閒服務業之一般經營概況；由此可初步瞭解運動休閒服務業之產值規模，提供相關主管機關作為未來制定運動休閒服務業發展及決策之參考。

另外，由於體委會將主辦國際運動賽會次數、運動賽會到場觀賽人次以及舉辦運動賽會提供之就業機會等，列為推動運動休閒服務業

的效益指標，本研究亦將透過 94 年度相關賽會之調查，以做為推估相關效益指標之參考。

1.2 研究內容及方法

一、界定運動休閒服務業之範疇

雖然目前在「服務業發展綱領及行動方案」中已有運動休閒服務業範圍之界定，但其他相關研究對該產業範圍界定有不同的看法。因此在進行統計資料蒐集之前，必須先釐清與界定運動休閒服務業之適切範圍。本研究將先整理國內外文獻，並和委託單位充分溝通後，從功能和政策目標做為切入點，先釐清「運動休閒」和「運動休閒服務」的差異，再由提供該功能的相關產業著手，配合主計處之行業標準分類，界定運動休閒服務業的範圍與分類。

二、推估 94 年度運動休閒服務業一般經營概況，包括企業及場所單位家數、從業員工數、營業收支以及附加價值。

由於運動休閒服務業的分類項目和廠商家數繁多，在本計畫經費和期程內無法以調查方式統計，因此本研究將以相關次級資料推估運動休閒服務業的一般經營概況資料。由於運動休閒服務業在行業標準分類中分散在各細分類項目，從一般的次級資料亦無法直接取得所需資訊。因而本研究首先從主計處工商普查資料中，評估運動休閒服務業各產業細類占產業中類或小類的比例，再以此比例和產業中類或小類的企業家數、產值、從業員工數、營業收入和中間投入等，計算運動休閒服務業各細類的企業家數、產值、從業員工數、營業收入和中間投入，最後由產值扣除中間投入即可估算附加價值。

若某些運動休閒服務業細類資料無法由工商普查取得，則由財政部財稅資料中心之營業稅稽資料離析細類、小類和中類產業資料，計算比例後，再以工商普查資料之相關中類資料為控制總數計算各細類的企業家數、產值、從業員工數、營業收入和附加價值。

主計處最近的一次工商普查為 90 年度資料，因此本研究將由工商普查資料以及其他次級資料（例如國民所得帳或財政部之稅稽資料）推估各類產業的成長率，再以此推估 94 年的一般經營概況統計。

三、調查或推估運動休閒服務業效益指標：

由於目前的運動休閒服務業效益指標包括主辦國際運動賽會次數、輔導地方政府及體育團體活化運動賽會件數、辦理運動休閒服務業從業人員在職訓練人次、運動休閒服務業產值、運動賽會到場觀賽人次以及舉辦運動賽會提供之就業機會等。但依計畫要求與效益指標有關的工作子項將包括以下兩子項：

（一）推估 94 年度運動休閒服務業產值

由第二項工作項目中即可估計 94 年運動休閒服務業的產值。

（二）調查推估 94 年度全國性及國際性運動賽會可以提供之就業人數及到場參觀人數

首先本研究先由體委會發函給全國體育行政單位暨團體通訊錄中相關單位，再配合網路資料蒐集整理 94 年度全國性及國際性運動賽會的名稱、主辦承辦單位做為調查母體資料。設計問卷內容（主要內容為運動賽會所增加的人力和參觀人數）後進行問卷調查。由於部分全國性及國際性運動賽會已舉辦，因此以調查方式可取得相關資料，對尚未舉辦之賽會則請回卷者預估。

（三）調查 94 年全國運動會經濟效益評估所需之相關資料

全國運動會（以下簡稱為全運會）為兩年舉辦一次的國內大型運動會，今（94）年度於 10 月 15 日至 20 日在雲林縣舉辦，比賽項目達三十餘項，比賽選手多達數千人。據報載上一屆全國運動會參觀人次達 35 萬人，經費投入為 3 億多元。由此可知，全國運動會投入之資源相當龐大，其產生的直接和間接經濟效益值得評估。

運動會之經濟效益多採用投入產出模式評估，利用投入產出模型

推估全國運動會之經濟效益時，需先蒐集由賽會產生的直接投資，以及運動員、觀賽旅客、工作人員之相關支出（包括門票、住宿、餐飲、交通、旅遊服務、購物等相關支出），此部分支出為舉辦運動會所產生的直接效益。直接效益透過產業關聯可產生間接效益，以投入產出模型即可估算出直接效益和間接效益，稱為總效益。

因此，在評估全國運動會時需先對直接效益部分進行調查，由前面的說明可知，調查對象應包括主辦（或執行）單位、運動員、工作人員、觀賽者，而調查的內容包括主辦運動會所有的投資建設，以及運動員、工作人員和觀賽者的消費支出，即門票、住宿、餐飲、交通、旅遊服務、購物等金額。

1.3 研究步驟

本計畫研究流程詳如圖 1.2.1 所示。

1.4 預期成果

本研究預期可達成下列具體成果：

- 一、界定運動休閒服務業範疇和分類。
- 二、完成運動休閒服務業一般經營概況之推估(包含企業及場所單位家數、從業員工數、產值及附加價值等項目)。
- 三、完成可做為運動休閒服務業效益指標推估之相關資料蒐集與推估工作(包含 94 年度運動休閒服務業產值、全國性及國際性運動賽會可以提供之就業機會人數、到場觀賽人次，以及可供全國運動會經濟效益評估之資料蒐集工作)。

1.5 章節安排

本報告之章節安排如下：第一章說明本研究之緣起與目的、研究內容與方法；第二章針對國內外運動休閒服務業相關文獻的定義及範疇進行探討，並提出本研究對定義與範疇之建議；第三章概述我國運

動休閒服務之現況，並推估我國運休閒服務業之一般經營概況；第四章為全國性及國際性運動賽會之調查與分析；第五章針對全國運動賽會效益評估所需蒐集的資料，說明對 94 年全運會之調查方法、過程與結果；最後一章提出結論與建議做為總結說明。

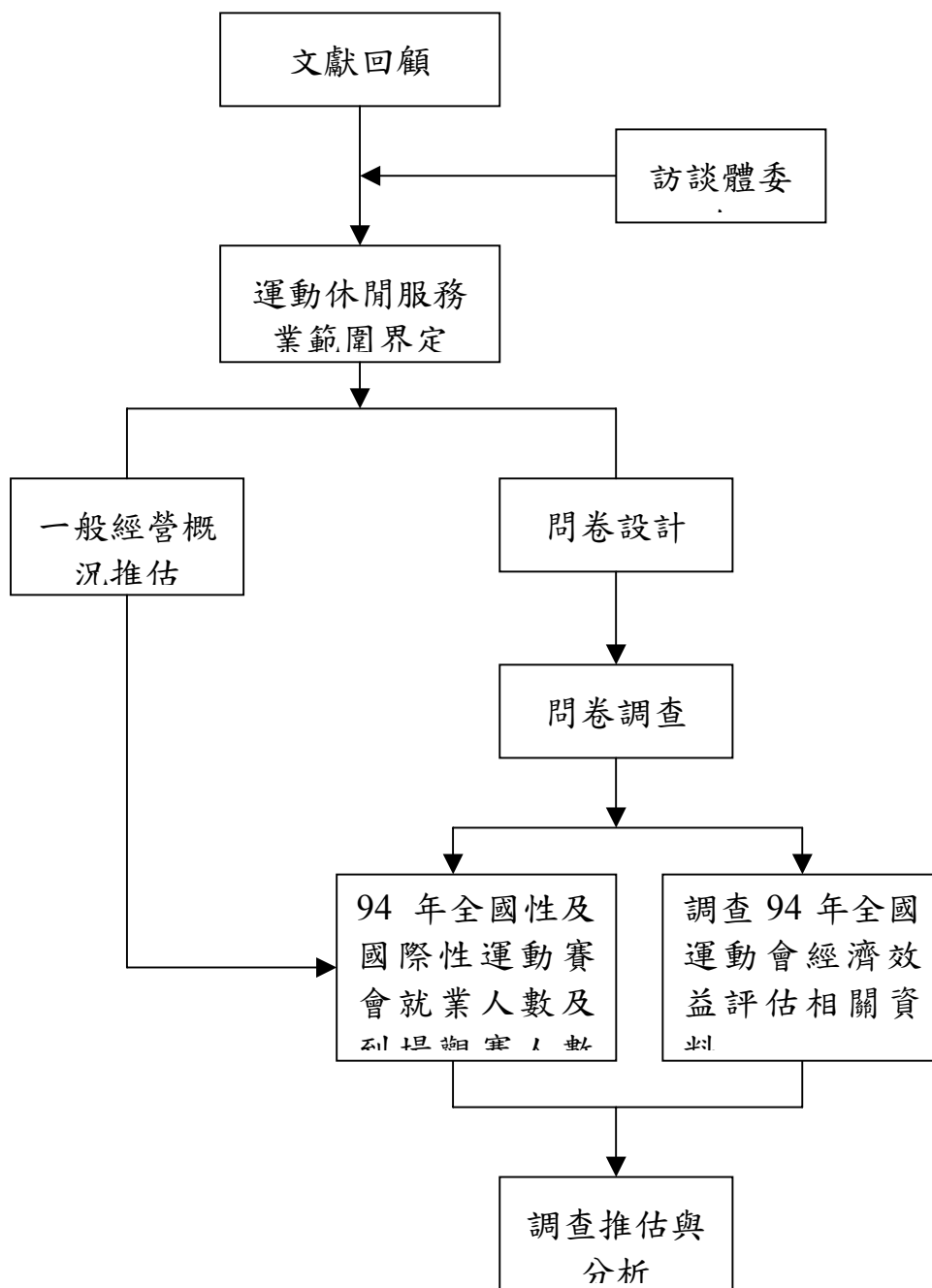


圖1.2.1 研究流程圖

第二章 運動休閒服務業之定義與範圍

運動休閒服務業為我國行政院「服務業發展綱領及行動方案」所規劃推動的項目之一。雖然方案中將運動休閒服務業的範圍界定為包含運動用品批發零售業、體育表演業、運動比賽業、競技及休閒體育場館業、運動訓練業、登山嚮導業、高爾夫球場業、運動傳播媒體業、運動管理顧問業等。但此分類系統乃遷就體育相關用語或術語的結果，和主計處的行業標準分類並不一致。在我國現行的統計體系中，大部分統計資料皆以主計處行業標準分類為基準，與行業標準分類不同的分類體系不但容易造成混淆，也不易從現有系統中釐清相關產業的統計資料，因此運動休閒服務業最終需與行業標準分類銜接。但若將運動休閒服務業中的細項產業重新對照至行業標準分類，則必需先明確界定運動休閒服務業的定義。

另外，由行政院所公布的產業範疇來看，運動休閒產業為一綜合性的產業，其內部的細項產業極可能隨產業結構變化而變遷，繼而在不同的時期被主計處歸類為不同的產業類別。因此唯有清楚的界定運動休閒產業，未來才有可能定期檢討產業的分類和內容，也才能掌握產業的特性，擬定適當的產業輔導政策。

一般來說，產業的界定基礎為產業的生產活動，即產業為具有相同生產活動的廠商之集合。由目前國內外文獻來看（詳見 2.1 節與 2.2 節之說明），「運動休閒服務業」一詞並無一致的稱呼與用法，產業內容當然也有的差異。因此本章在界定我國運動休閒服務業之前，先對國內外文獻作一整理與探討。2.1 節回顧國外文獻對運動產業及相關產業的定義與分類；2.2 節整理國內相關產業之定義、分類與範疇；2.3 節整合國內外的看法，並從運動休閒活動以及體委會的政策主題等層面來界定運動休閒服務業，再予以分類。

2.1 國外相關文獻探討

從國外文獻來看，和運動休閒服務業相關的產業多稱為 sport(s) industry（以下稱為運動產業）或 sport and recreation industry（以下稱為運動與娛樂產業），並未發現運動休閒服務業的稱呼。早期國外文獻通常由不同的方式來界定運動產業，包括（1）由不同運動種類之消費者市場界定；（2）由運動的場地設備來界定運動產業；（3）由職業角度來描述運動產業。從職業角度分類之目的是為了運動管理的需求，而其他兩種分類才能較真實地反映運動市場的運作（Pitts, Fielding and Miller, 1994）。

Pitts 等認為此種分類對提供業界競爭策略的擬定並無太大幫助，因此提議利用 Porter 的產業細部（industry segment）概念來分析運動產業。產業細部由產品、購買者、通路和地理區域等四個不同準則將產業區分成不同的細部，分別稱為產業中的產品類、購買者類、通路類和地理區域類。舉例來說，以產品來界定產業的細部，稱為產業中的產品類，即從產業中界定所有已生產或可能生產的相關產品。

Pitts 等先將運動（sport）定義為「運動乃指其原始目的為體適能、娛樂、運動及休閒之相關活動、經驗或冒險精神（Sport is any activity, experience, or enterprise for which the primary focus is fitness, recreation, athletics, and leisure related.）」其中體適能、娛樂、運動及休閒相關活動包括賽馬、賽車、有氧運動、滑水、高爾夫球、健行、露營、滑翔翼、騎馬、航海等活動。Pitts 等又將運動產業（sport industry）定義為「運動產業為可提供體適能、運動、娛樂及休閒產品的市場，其所指的產品包括財貨、服務、人、場地及概念（The market in which the products offered to its buyers are fitness, sport, recreation, and leisure related. These products include goods, services, people, places, and ideas.）」（Pitts et al., 1994）。

雖然產業分類可從產品、購買者、通路和地理區域四種層面切入，但 Pitts 等僅從產品及消費者等層面，將運動產業分為三類如圖 2.1.1 所示：

1. 運動表現類(sport performance segment)

就產品類而言，運動表現類提供參與性(participants)或觀賞性(spectators)產品。參與性產品為提供消費者不同運動與休閒之活動，例如參加職業或業餘球隊、訓練營隊及相關運動教育課程等。觀賞性產品為透過各種媒介讓消費者以付費或免費方式觀賞運動比賽，例如透過電視、廣播等媒介收看或收聽運動比賽。運動產業中的產品類包含(1)業餘或職業運動員(athletics, amateur and pro)；(2)私人企業運動(private business sport)：由私人企業所籌劃及提供之運動，而該企業之主要產品並非運動；(3)政府補助之運動(tax-supported sport)：可獲得政府補助的運動，如全國運動會等；(4)會員制運動組織(membership supported sport organizations)：由會員所構成的俱樂部或組織所籌劃或提供之運動，可能為營利或非營利；(5)非營利運動組織(non-profit sport organizations)，由非營利企業提供之運動，例如奧運；(6)運動教育(sport education)：教導消費者運動，如舉辦研討會、體適能研習營等；(7)體適能及運動公司(fitness and sport firms)：以單一運動或多樣性運動提供大眾參與運動及體適能之健身、體適能及運動之企業。

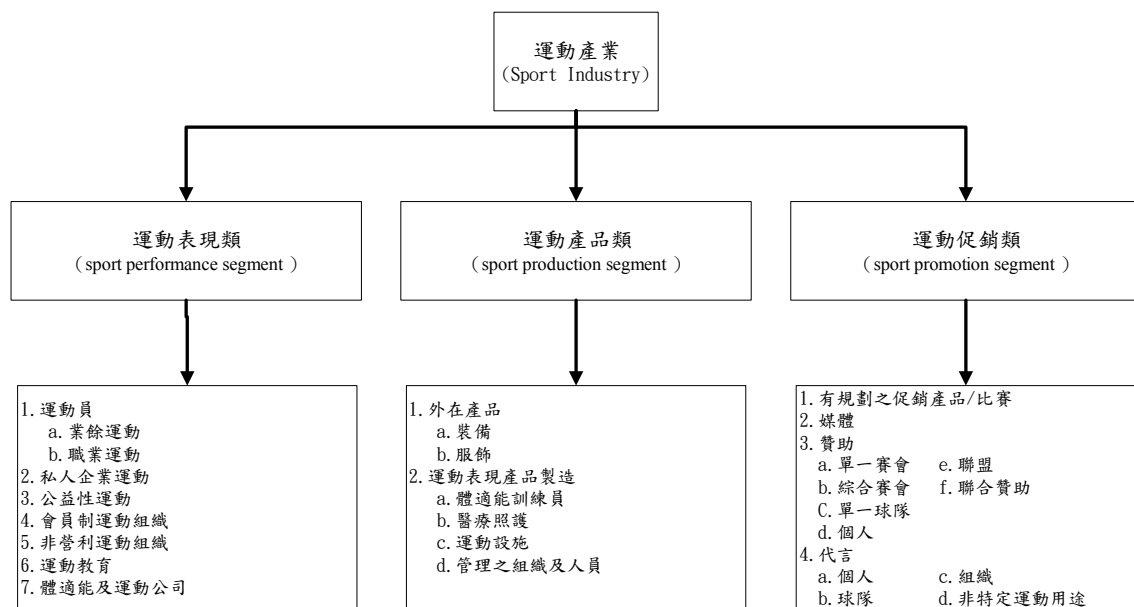
以產業中之消費者類分類，有兩種產業類型，(1)工業或商業類(industrial/commercial categories)，例如企業購買運動賽會之轉播權，或企業購買原料來生產運動用品；(2)消費財類型(consumer goods categories)，以參與性商品為例，例如籃球之消費者可以年齡區分為兒童、少年、青少年、青年、成年等，將不同產品類型中的消費者類型區分出來，有利於針對不同消費者類型擬定行銷策略。

2. 運動產品類(sport production segment)

由產業中之產品類角度來看，運動產品類為提供運動所需以及提昇運動及體適能表現之產品，亦即提供某些運動所需之特定運動用品之產業，例如打棒球需要棒球手套、球棒及棒球，若為正式比賽，則需有棒球場及裁判。本類有兩種產品類型(1)裝備性產品(outfitting

products, equipment and apparel)，從事運動時必備或需要之裝備或服裝；(2) 提高運動效率之產品（performance production products），提高運動之精密度或提高運動技術之產品，如運動傷害防護、運動設施等。

以產業中之消費者類分類，有兩種產業類型，(1) 工業或商業類（industrial/commercial categories），例如學校購買運動所需之器材及設備，或是企業購買運動所需之器材及設備；(2) 消費財類型（consumer goods categories），例如消費者為某種運動購買特定的運動器材及設備，或是在特定節日購買運動器材及設備做為餽贈之禮物。



資料來源：本研究譯自 Pitts et al.(1994)

圖 2.1.1 Pitts 之運動產業分類

3. 運動促銷類產業（sport promotion segment）

就產品類型而言，運動促銷類為促銷運動產業之產品，例如透過行銷手法促銷運動商品及比賽（promotional merchandising products and promotional events）、利用媒體轉播運動比賽、全額或部分贊助者（sponsorship）可取得授權，得以由運動賽會宣傳贊助者生產之產品。

以產業中之消費者類分類，有兩種類型（1）工業或商業類，例如以各種方式促銷其產品的企業；（2）消費財類型，例如購買上述促銷

產品而做為個人使用的消費者，或是為表達支持某球隊，而購買其相關產品的球迷。

另外，Meek 於 1997 年推估美國運動產業之產業規模時，認為運動產業應廣義的包含三大主要部門，分類如圖 2.1.2 所示。其分類的主要目的是要衡量各類運動相關之經濟活動，Meek 之分類如下（Meek，1997）：

1. 運動娛樂(sports entertainment)

本類主要項目為職業及業餘運動球隊，職業及業餘運動球隊下又分三類，包括賽會、旅遊及媒體。其中賽會包括籌劃、行銷、管理及運動員等，旅遊包括旅館、餐館及相關商業活動，媒體包括電視、網路、廣播及出版品。

2. 運動商品及服務 (sports products and services)

運動商品及服務包含運動相關之裝備、服飾及器材之設計、測試、製造及銷售等，例如運動服飾及球鞋之設計、測試、製造及銷售。

3. 運動支援組織 (sports support organizations)

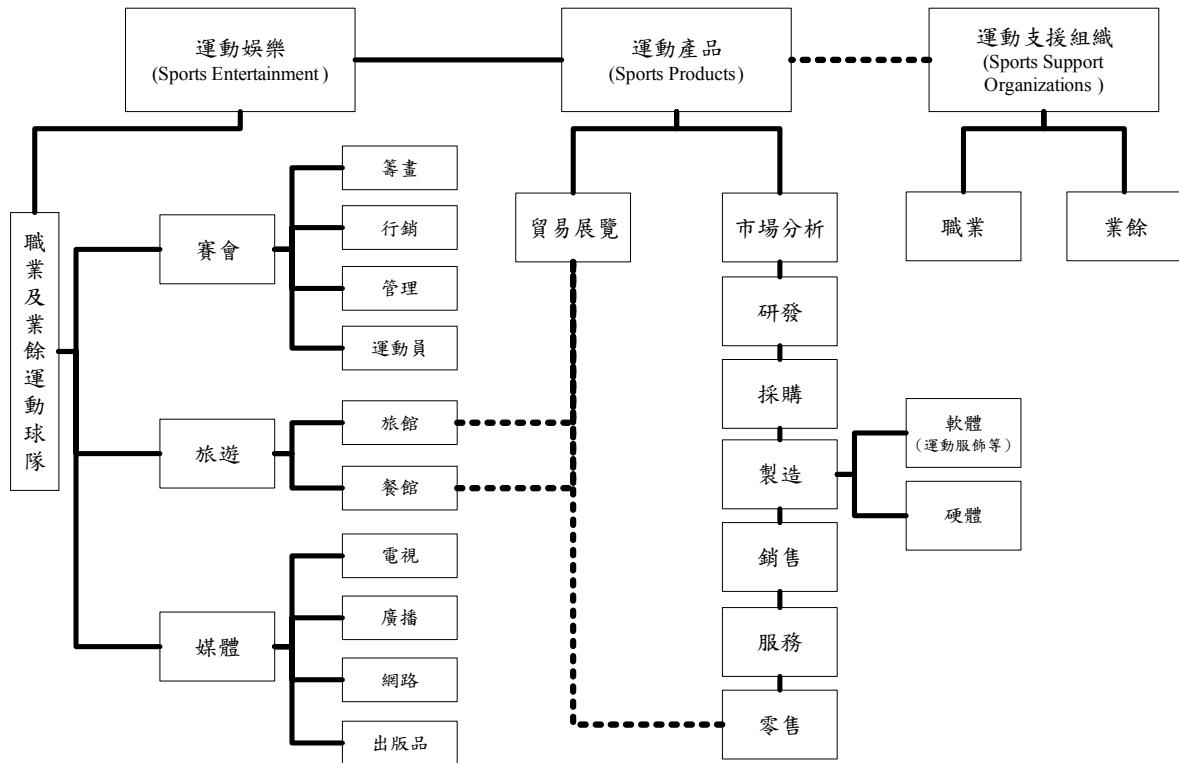
本類包含運動之組織聯盟、法律事務所及行銷公司等，例如職業棒球聯盟、運動管理經紀公司及運動行銷公司等。

Meek 對運動產業的三項分類，難以明確分割且無法各自獨立，以致於無法詳細描述其定義下之運動產業所包含的產品及服務，容易混淆（Li, 2001）。

Li 等（2001）認為可經由兩種準則來定義產業（一）是否提供類似產品（或服務），（二）是否具有類似的經濟活動，因此 Li et al.認為運動活動（sport activities）是運動產業中生產的財貨或服務之核心，運動活動也是運動產業異於其他類似娛樂產業之關鍵，運動產業包含：

1. 提供或生產運動活動之廠商或組織；

2. 提供產品或服務以利運動活動生產之廠商或組織；
3. 銷售或交易運動活動相關之廠商或組織。



資料來源：本研究譯自 Meek(1997)

圖 2.1.2 Meek 定義之運動產業架構

Li 等依上述範疇建構運動產業模型，稱為「運動產業兩部門模型 (the two-sector model of the sport industry)」。¹顧名思義此模型包含兩部門，第一部門為運動生產部門 (sport producing sector)，該部門包含生產或提供運動賽會或服務之廠商及組織，為整個運動產業之核心；第二部門為運動支援部門 (sport-supporting sector)，為提供產品或服務以支援運動活動的生產，或提供運動活動相關商品的銷售或交易之廠商或組織，兩部門之關聯詳如圖 2.1.3 所示。其中運動生產部門與運動支援部門重疊部分為運動支援部門贊助或籌辦運動賽會。前述二部門之說明如下：

1. 運動生產部門，為提供或生產運動活動、賽會、計畫及服務之廠商和組織，又分為五小類：

- (1) 職業及半職業運動球隊 (professional and semiprofessional sport teams)：職業運動球隊為向觀眾收取入場費並提供現場比賽之廠商。在運動生產部門中，每一運動球隊主要負責提供比賽以滿足消費者對於運動娛樂之需求及興趣，享有在特定地區之專營權，以販售比賽門票或相關商品，並可售予媒體轉播權取得轉播權利金，或得到企業贊助取得收益。
 - (2) 校際聯賽體育部門 (intercollegiate and interscholastic athletic departments)：校際運動比賽是美國高等教育及運動產業中相當特殊之一環，校際運動通常可提供運動娛樂產品給觀眾欣賞。
 - (3) 區域休閒部門 (municipal and county recreation departments)：通常為政府單位，負責提供地方居民多樣的休閒及運動活動。
 - (4) 運動型俱樂部 (sports, athletic, and fitness clubs)：經營相關設施以提供多樣化的體適能、運動及體育活動之廠商。
 - (5) 獨立職業運動員及運動生產者 (independent professional athletes and other independent activity producers)：獨立職業運動員為自身利益而參加比賽，如高爾夫、保齡球及賽車等選手，其他獨立運動生產者，包括賽車、賽馬等之業主。此外運動訓練員、教練及運動傷害防護員等皆屬之。
2. 運動支援部門：根據不同廠商及組織之目的和功能，又可區分為六個子部門：
- (1) 子部門 I，行政或管制性運動協會 (administrative or regulatory athletic associations)：行政或管制性運動協會之義務為對其成員提供行政及管制相關事宜的服務，例如美國職業運動員協會 (American Association for Professional Athletics, AAPA)。
 - (2) 子部門 II，運動用品製造、批發及零售業者 (sporting goods manufacturers, wholesalers, and retailers)：包括製造運動用品及在運動與休閒市場銷售運動用品之廠商。
 - (3) 子部門 III，運動設施及場地 (sports facilities and buildings)：設施

包括運動場、運動館、賽車場等多功能設施，以及單一運動用途之設施，如保齡球館、溜冰場等。

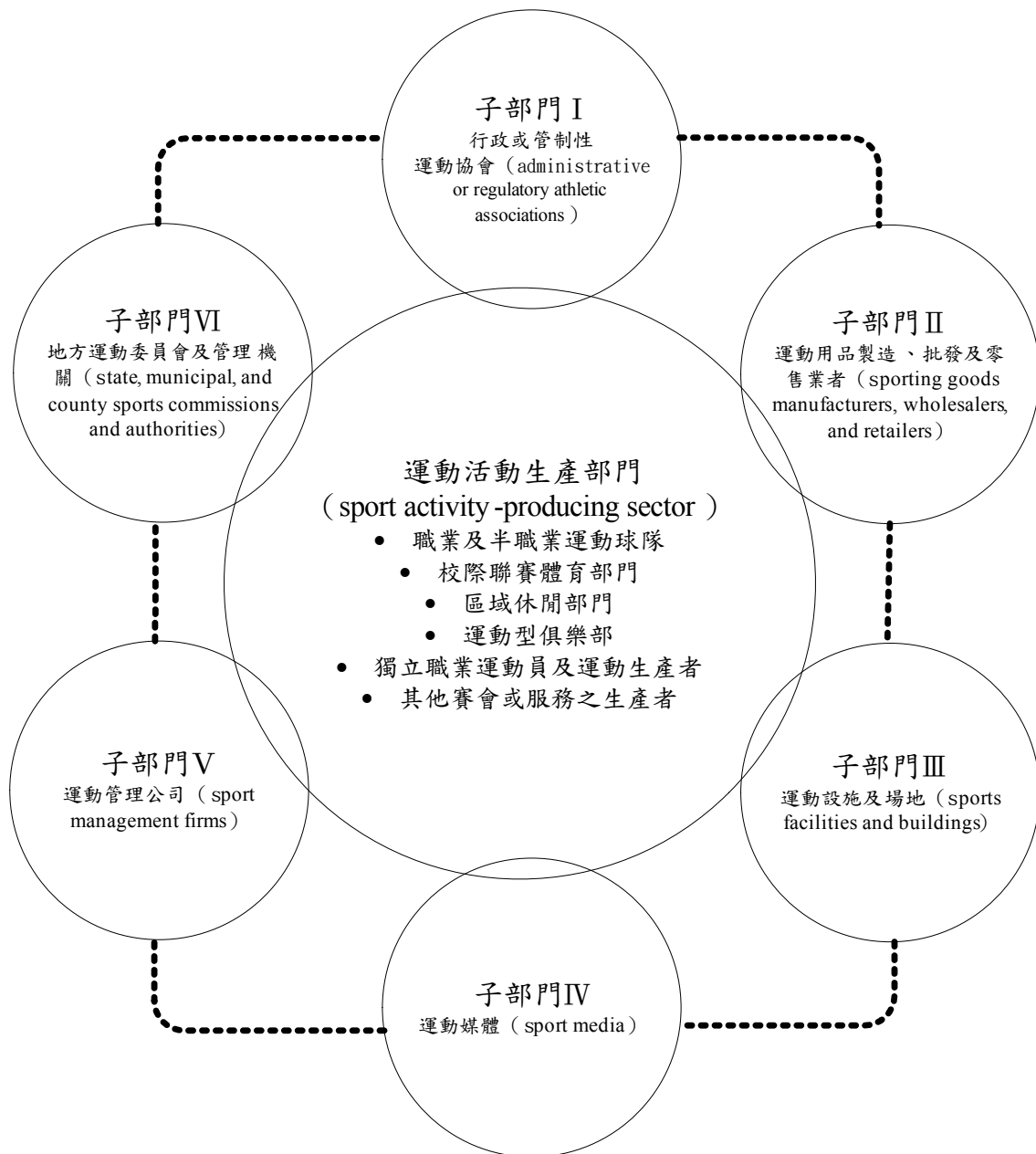
- (4) 子部門IV，運動媒體 (sport media)：以特殊之方式提供運動相關產品達到娛樂消費者之目的，產品範圍包含以電視、網路、廣播以及雜誌、報紙等媒介報導運動賽會、球員事蹟、成績等。
- (5) 子部門V，運動管理公司 (sport management firms)：運動管理公司主要業務包含籌辦、促銷或管理運動賽會；經紀或管理職業運動員；提供相關公司或個別運動員法律及金融方面之顧問服務。
- (6) 子部門VI，地方運動委員會及管理機關 (state, municipal, and county sports commissions and authorities)：運動已成為北美很多地區經濟發展之重要一環，因此許多地方政府成立半官方之運動組織，以管理及協調地方運動之發展。

在中國大陸方面，盧元鎮等（2001）將運動產業定義為「運動產業是指為社會提供運動產品的同一類經濟活動的集合以及同類經濟部門的總和」，其中運動產品包括運動用品與運動服務兩部分，經濟部門不僅包括企業，且包括各種從事經營活動的機構（包含事業單位、社會團體、家庭及個人等）。根據前述定義，盧元鎮等依運動產品的種類將運動產業分為兩大類：

一、運動用品業

- (一) 運動服裝業：提供運動員和運動愛好者運動時的鞋、襪、帽、盔、服裝、手套、護膝（腕）、背包等商品的生產與流通業者。
- (二) 運動建築業：各種運動場館設施之規劃、設計、施工、維修之業者。
- (三) 運動設施業：提供運動、健身、娛樂器材設備的生產與流通業者。
- (四) 運動飲料業：為滿足人們運動前後特殊營養物質攝取而開發的專業飲品業者。
- (五) 運動科研儀器業：為提高運動訓練的科學化程度，提高社會大眾

健身的質量而形成的科研儀器業，其中部分是從醫療器械中轉移而來，部分為運動專用。



資料來源：本研究譯自 Li 等(2001)

圖 2.1.3 Li 之運動產業兩部門模型

二、運動服務業

- (一) 運動競賽表演業：透過體育表演或運動競賽提供各界觀賞、娛樂的行業；其生產過程是由投資者提供資金，組成俱樂部等形式的經濟實體，招聘教練，選拔運動員，進行運動競賽表演的生產；其流通

方式為收取門票、電視轉播權利金及廣告費等，亦可透過開發運動的無形資產、接受贊助和發行各種紀念品等獲取資金。

- (二) 運動健身活動業：利用各種運動設施，由運動指導員提供健身健美活動參與者組織管理、運動知識、運動技術指導等，幫助其增進身心健康，並收取酬金的行業。
- (三) 運動空間服務業：向企業組織、社會團體或個人出租運動場地和設施，收取租賃金的行業。這類場館可長期出租也可臨時借用，可用於運動活動，亦可用於非運動活動，如會議、考場，及文藝演出等。
- (四) 運動培訓教練業：進行運動知識傳授及技能指導的行業，以中國大陸而言，本業別主體為少年兒童的業餘訓練。亦即對具有運動天賦的少年和兒童進行有計畫的訓練，使其達到一定的技術水準，收取培訓酬金。運動人才的各種訓練組織亦涵蓋在此業別中，包含足球學校、武術學校、夏令營及俱樂部等。除此之外，亦包括各級裁判和運動指導員的培訓、運動科學講座及運動科普活動等業務。其中運動指導員的培訓業務量相當繁重，主因是運動指導員納入職業技術標準之後，大量從業人員皆須培訓。
- (五) 運動資訊諮詢業：為運動訓練及競賽提供情報、資訊、技術研究、醫學監測、傷病診斷、器材研製等技術服務或諮詢服務，為社會提供運動處方、諮詢，藉此收取酬金之行業。
- (六) 運動會展業：提供運動工作會議、學術會議、運動會、新聞發表會、培訓班、展覽會及博覽會等活動之各種會議會場、餐飲、交通和會議服務之行業。
- (七) 運動養殖業：運動比賽用的種馬、種鴿、種犬等動物的養殖與訓練的行業。

宋永平（2004）定義運動產業為「運動產業為一種利用運動自身功能及輻射作用創造價值的產業，是為社會提供運動產品的同一類經

濟活動的集合和經濟部門的總和，包括運動用品和運動服務兩個部分」，其中運動服務業（sports services industry）是運動產業的一部分也是服務業的一部分，運動服務業是以運動產業自身的價值和本質功能為資源，提供運動服務產品的各類服務部門的集合。

陳新（2003）定義休閒為「指人們在非勞動及非工作時間內以閒適的心態，以各種『玩』的方式求得身心的調節與放鬆，達到生命保健、體能恢復、身心愉悅目的的一種生活狀態」，運動「指的是各種具有體育價值的身體活動，這種身體活動具有健身、競技、遊戲、娛樂等屬性，具有改善與發展人的身心健康、提高人體機能水平的作用」，所以運動休閒乃是「人們在餘暇時間所進行的，以滿足自身發展需要和愉悅身心為主要目的，具有一定文化品味的身體活動」。

其後龐宏敏等定義運動產業為「為滿足人們日益增長的運動需求，而使運動產品（物質、非物質）型態進入生產、流通、消費和服務的產業。」（龐宏敏、龐宏娜，2004）。

過去十年來，運動及休閒產業（sport and recreation industry）在澳洲快速成長，澳洲政府為凸顯近年新增加的運動及休閒行業類別，於是澳洲統計局（Australian Bureau of Statistics，ABS）在2001年8月公布澳洲文化與休閒分類（The Australian Culture and Leisure Classification，ACLC）。ACLC有別於澳洲行之有年的澳洲與紐西蘭行業標準分類（The Australian and New Zealand Standard Industrial Classification，ANZSIC）。ACLC將原本行業標準分類中有關文化及休閒業區分得更精細，同時整併若干相關業別。ABS依ACLC彙編文化及休閒產業之發展及產出等產經資料，ACLC中運動與休閒業如表2.1.1所示。

表 2.1.1 澳洲文化與休閒分類下之運動與休閒業

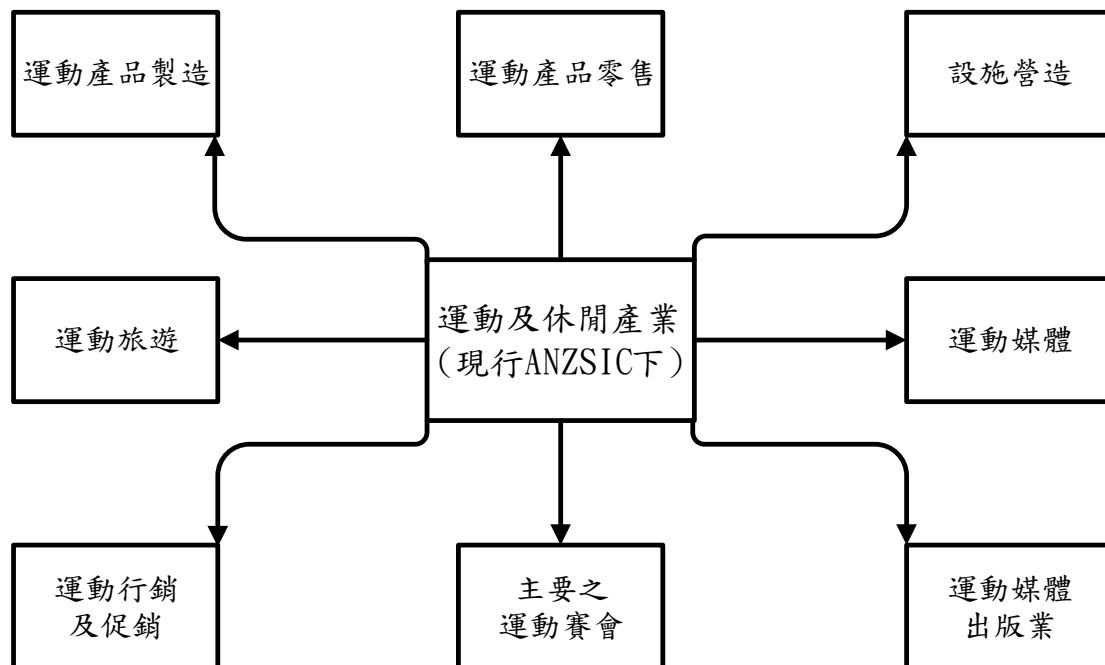
大類	中類	小類	名 稱
3			運動及休閒
	31		賽馬及賽狗
		311	賽馬及賽狗
	32		運動及休閒場館
		321	健康及體適能中心
		322	其他運動及休閒場館及設施
	33		運動及休閒服務
		331	運動及休閒管理顧問
		332	運動與休閒俱樂部、球隊及職業運動
		333	戶外休閒教練
		334	運動及休閒支援性服務
	34		運動及休閒之財貨製造及販賣
		341	運動及休閒之財貨製造
		342	運動及休閒之財貨批發
		343	運動及休閒之財貨零售

資料來源：本研究整理自澳洲統計局（2001）。

澳洲不僅在中央政府層級大力推展運動及休閒產業，各地方政府亦投入資源致力發展相關產業，以維多利亞省（Victoria）為例，其發展局（Department of State Development）認為運動及休閒產業應包含五個部分，分別為：

- 一、運動（sport）：經由有制度的組織提供設施及服務給人們從事競爭性活動（competitive activities）；
- 二、戶外休閒（outdoor recreation）：提供人們與自然環境互動之休閒機會；
- 三、體適能（fitness）：提供人們促進體適能之服務；
- 四、大眾休閒（community recreation）：提供當地民眾休閒服務，包含社區運動教育課程、節慶等
- 五、競速及博奕（racing and gambling）：相關活動包含競速產業（如賽馬、賽狗等）及博奕服務（賭場除外）。

維多利亞省發展局認為在澳洲現行之行業標準分類之下，無法涵蓋所有運動及休閒產業之層面。例如 ANZSIC 將賭場列入運動及休閒產業中，但卻將許多與運動相關之經濟活動排除在外，如運動產品零售業。因此為求貼近目前澳洲運動及休閒產業之現況，該發展局建議之範疇如圖 2.1.4 所示。即在原本 ANZSIC 下將賭場排除外，另納入設施營造、運動媒體、運動出版業、運動賽會、運動行銷、運動旅遊、運動產品製造及零售等業別，如此一來，才能包含運動相關之經濟活動，構成完整的運動及休閒產業。



資料來源：本研究整理自澳洲維多利亞省發展局（2003）

圖 2.1.4 澳洲維多利亞省運動及休閒產業之範疇

本研究彙整國外相關文獻之定義及範疇如表 2.1.2 所示，由國外文獻可看出，國外並無運動休閒服務業之名稱，所探討的多為運動產業或運動與休閒產業。在界定這些產業時從不同的目的切入，例如 Pitts 等（1994）即從市場的角度界定運動產業，目的在界定出有明確市場之產業。而 Li 等（2001）雖從傳統產業的定義（即從生產活動和所生產的產品）界定運動產業，但其產業分類還是有別於行業標準分類。

中國大陸盧元鎮（2001）之產業界定和分類都較符合產業分類原則，將運動產業分為運動產品與運動服務兩類產業，但在其分類下包含運動員的職業運動類等皆不在範圍之內。陳新（2003）所定義的運動休閒則較符合本研究「運動休閒服務業」中運動休閒之意涵，詳見 2.3 節之說明。

澳洲為配合運動與休閒產業之發展，在行業標準分類之外又建立一套系統將相關產業分類的更詳細，但此種作法在現行台灣的統計系統中可能暫時無法執行，即使可執行也可能導致整體統計系統的複雜化。

綜觀各文獻，運動（或運動休閒）產業涵蓋範圍廣泛，大體上，其範疇可歸納為運動賽會、體適能組織、運動用品、提供運動專業服務的組織及個人、提供運動相關的行銷及管理服務的組織或個人等。因此，運動（休閒）產業為一綜合性的產業，範圍橫跨製造業與服務業，且業者包括廠商和個人。

表 2.1.2 國外相關文獻之定義及範疇

國外學者專家	界定之產業	定義	範圍
Pitts, Fielding and Miller (1994)	運動產業 (sport Industry)	運動產業為一個可提供給消費者有關體適能、運動、休閒及娛樂產品的市場，而這些產品包括財貨、服務、人、場地及創意	1.運動表現類 運動表現類提供購買者包含有參與性(participants)的產品及觀賞性(spectators)的產品，參與性產品提供不同消費者選擇不同運動與休閒之活動形式（例如參加職業或業餘球隊、訓練營隊及相關運動教育課程等），而觀賞性產品則透過各種媒介讓消費者以付費或免費的方式觀賞運動比賽(例如透過電視、廣播等媒介收看及收聽運動比賽)，本項包含之種類有： ● 競技運動員 (athletics, amateur and pro)，業餘(如校隊球員等)，職業(職業球員等) ● 私人企業運動 (private business sport)，由私人企業所籌畫及提供之運動，然該企業之主要產品並非運動 ● 公益性運動 (tax-supported sport)，可獲得政府補助的運動，如舉辦全國運動會等 ● 會員制運動組織 (membership supported sport organizations)，由會員所構成的俱樂部或組織籌畫或提供之運動，可能為營利或非營利 ● 非營利運動組織 (non-profit sport organizations)，由非營利企業提供之運動，例如國際奧會每4年舉辦一次奧運 ● 運動教育 (sport education)，教導消費者運動，如舉辦研討會、體適能研習營等 ● 體適能及運動公司 (fitness and sport firms)，以單一運動或多樣性運動提供大眾參與運動及體適能之體適能、健身、運動企業 2.運動產品類 (sport production segment) 包含以提供運動所需、對運動及體適能表現有影響之產品 ● 外在產品 (outfitting products, equipment and apparel)，從事某項運動時，所必備或需要之裝備或服裝

國外學者專家	界定之產業	定義	範圍
			● 運動表現製造產品 (performance production products)，提供運動所需之精密或提高運動技術之產品，如運動傷害防護、運動設施等 3.運動促銷類 (sport promotion segment) 包含用於促銷運動產業之產品 ● 有規劃之促銷產品/比賽 (promotional merchandising products and promotional events)，以發展策略來促進運動、運動產品及比賽 ● 媒體 (the media)，以相關媒體做為傳播運動、運動比賽、或運動產品者 ● 贊助 (sponsorship)，以全額或部分贊助運動相關花費者，而未來則有可能取得相關之利益，如廣告收入等 ● 代言 (endorsement)，以付費或相關交易之方式，取得個人、團隊或組織代言產品
Meek (1997)	運動產業 sports Industry)	NA	1. 運動娛樂及休閒 (sports entertainment and recreation)： 包含各式比賽、球隊及個人，並計入運動與休閒相關之活動及其支出 2. 運動產品及服務 (sports products and services)： 包含設計、測試、製造及銷售運動相關之裝備、服飾及設施等 3. 運動支援組織 (sports support organizations)： 包含運動之組織聯盟、法律事務所及行銷公司等
Li, Hofacer and Mahony (2001)	運動產業 (sport industry)	NA	1.運動活動生產部門 (sport activity-producing sector) (1) 職業及半職業運動球隊 (professional and semiprofessional sport teams) (2) 校際聯賽體育部門 (intercollegiate and interscholastic athletic departments) (3) 區域休閒部門 (municipal and county recreation departments) (4) 運動型俱樂部 (sports, athletic, and fitness clubs) (5) 獨立職業運動員及運動生產者 (independent professional athletes and other independent activity producers)

國外學者專家	界定之產業	定義	範圍
			2.運動支援部門 (sport-supporting sector) (1) 子部門 I：行政或管制性運動協會 (administrative or regulatory athletic associations) (2) 子部門 II：運動用品製造、批發及零售業者 (sporting goods manufacturers, wholesalers, and retailers) (3) 子部門 III：運動設施及場地 (sports facilities and buildings) (4) 子部門 IV：運動媒體 (sport media) (5) 子部門 V：運動管理公司 (sport management firms) (6) 子部門 VI：地方運動委員會及管理機關 (state, municipal, and county sports commissions and authorities)
澳洲維多利亞省發展局 (1997)	運動及休閒產業 (sport and recreation industry)	NA	1. 運動賽會 2. 運動產品製造 3. 運動產品零售 4. 設施營造 5. 運動媒體 6. 運動媒體出版業 7. 運動行銷及促銷 8. 運動旅遊
宋永平 (2001)	運動服務業 (sports services industry)	以運動產業自身的價值和本質功能為資源，以提供運動服務產品的各類服務部門的集合	1. 運動健身娛樂業 2. 運動競賽表演及運動旅遊業 3. 運動金融保險業 4. 運動資訊業 5. 運動教育培訓業
盧元鎮等 (2004)	運動產業 (sports)	運動產業是指為社會提供運動產品的	一、運動用品業，可區分為五類，包含有： 1.運動服裝類：為運動員和運動愛好者提供運動項目適用的鞋、襪、帽、盃、服裝、

國外學者專家	界定之產業	定義	範圍
	Industry)	同一類經濟活動的集合以及同類經濟部門的總和	手套、護膝（腕）、背包等貨物的生產與流通業。 2.運動建築業：為各種運動場館設施進行規劃、設計、施工、維修的行業。 3.運動設施業：為各種運動活動提供運動、健身、娛樂器材設備的生產與流通業。 4.運動飲料業：為滿足人們運動前後特殊營養物質攝取而開發的專業飲品業。 5.運動科研儀器業：為提高運動訓練的科學化程度，提高社會大眾健身的質量而形成的科研儀器業，該類中部分是從醫療器械中轉移而來，部分則是運動專用。 二、運動服務業，可分為七類，包含有： 1.運動競賽表演業：透過體育表演或運動競賽向社會提供觀賞、娛樂的行業； 2.運動健身活動業：利用各種運動設施，由運動指導員為健身健美活動參與者提供組織管理、運動知識傳授、運動技術指導，幫助其增進身心健康，並收取相應酬金的經營性行業； 3.運動空間服務業：向企業組織、社會團體或個人出租運動場地和設施，收取租金的行業，這類場館可長期出租，也可臨時借用，可作為運動活動用，亦可用於非運動活動，如會議、考場、及文藝演出等； 4.運動培訓教練業：進行運動知識傳授及技能指導的行業； 5.運動資訊諮詢業：為運動訓練及競賽提供情報、資訊、技術研究、醫學監測、傷病診斷、器材研製等技術服務或諮詢服務，為社會提供運動處方、諮詢，藉此收取酬金之行業； 6.運動會展業：為運動工作會議、學術會議、運動會、新聞發表會、培訓班、展覽會及博覽會等活動提供各種會議會場、餐飲、交通、會議服務之行業； 7.運動養殖業：運動比賽用的種馬、種鴿、種犬等動物的養殖與訓練的行業。
世界貿易組織	運動服務 (sporting services)	NA	1.運動賽會促銷服務 (sports event promotion services)：運動賽會之促銷，例如拳擊運動； 2.運動賽會籌辦服務 (sports event organization services)：提供籌辦任何形式下室外或室內之職業或業餘運動賽會之服務，包含有各種運動俱樂部(如足

國外學者專家	界定之產業	定義	範圍
			球、保齡球等)所提供之服務； 3.運動場館經營服務(sports facility operation services)：提供任何形式運動賽會所需設施之經營服務，上述設施包含有露天或室內以及無論是否有提供觀眾席之運動場館； 4.其他運動服務(other sporting services)：提供運動賽會相關服務，例如裁判、計時等服務，以及由運動學校提供之服務與其他未分類之運動服務。

註：NA，Not Available，表該文中並未明確說明

資料來源：本研究整理

2.2 國內相關文獻探討

咎家騏及劉榮聰（2000）從運動產業的市場結構，建構符合目前運動產業環境的市場架構，其運動產業市場結構模式如圖 2.2.1 所示，包括運動商品市場和運動服務市場。其中運動商品市場提供有形產品，屬製造業導向；運動服務市場提供的是無形產品，屬服務業導向。

一、運動商品市場

運動商品市場為「提供消費者或球員運動以協助其達成運動目的之實體商品所組成」，包含以下三種市場：

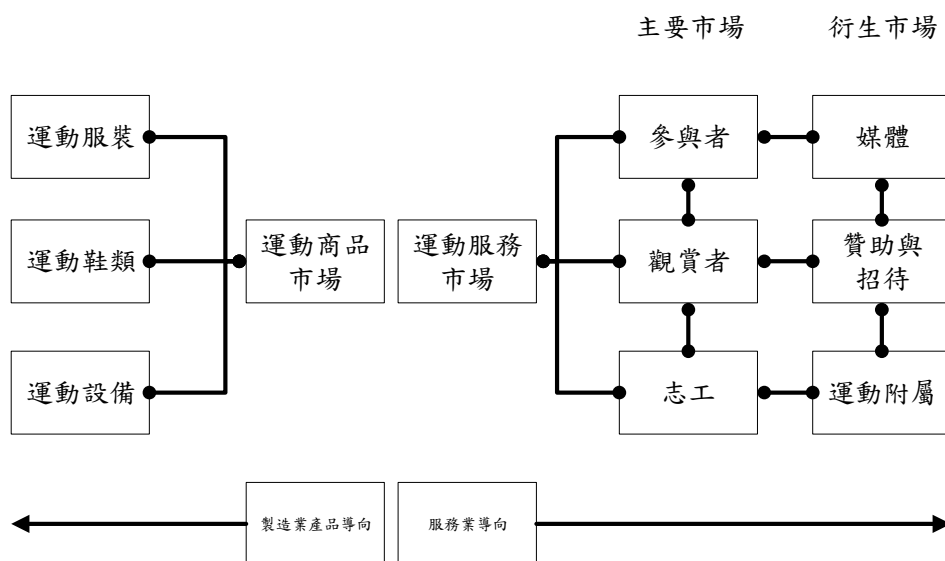
- (一) 運動服裝市場：提供消費者或球員運動所需的服裝；
- (二) 運動鞋類市場：提供消費者或球員運動所需的鞋類；
- (三) 運動設備市場：提供消費者或球員運動所需的運動設備和器材。

二、運動服務市場

運動服務市場為「提供消費者或球員運動以協助其達成運動目的之無形商品所組成」，包含兩種市場：

- (一) 運動服務主要市場：消費者為達成休閒娛樂及參與運動之目的，而對運動相關服務需求所形成的市場，包括：
 - 1. 運動參與者市場：直接從事體育活動的消費者所構成；
 - 2. 運動觀賞者市場：以觀看的方式來經歷或感受運動的消費者所構成；
 - 3. 志工市場：一群熱衷某項運動的人所構成。
- (二) 運動服務衍生市場：由運動服務主要市場衍生而出，包括：
 - 1. 媒體市場：由運動及媒體結合而成的相關市場所構成；
 - 2. 贊助與招待市場：包含政府與私人對運動的贊助或補助，另與運動有關的餐飲、娛樂與會議活動均屬之；
 - 3. 運動附屬市場：為運動形象或運動員相關的商標、符號及

授權商品等。



資料來源：詹家騏、劉榮聰，2000

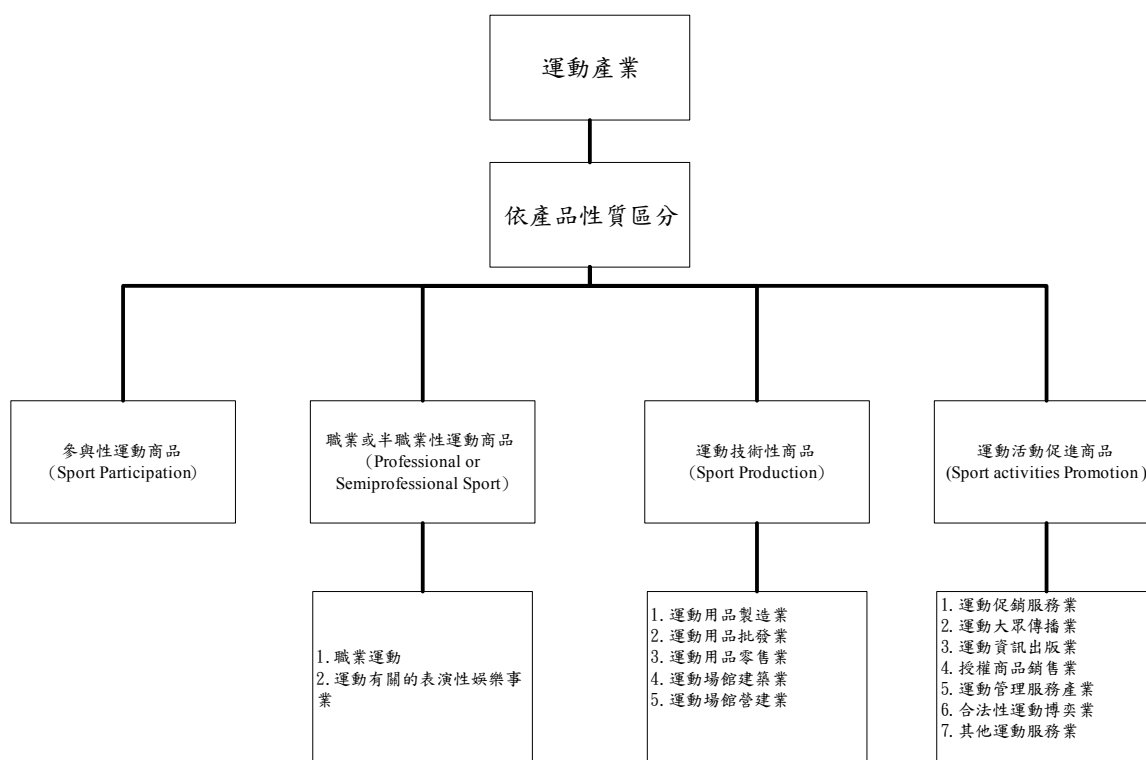
圖 2.2.1 詹家騏、劉榮聰之運動產業市場結構

黃煜、林房儼（2000）依據 Pitts, Fielding and Miller(1994)以產業中的產品類做為分類準則，將運動產業區分為四大類：

- 一、參與性運動商品：提供消費者參與運動機會之商品，例如亞歷山大提供大眾健身的環境及設施，商品的主要提供者包括奧林匹克委員會與單項運動協會、民間運動企業、公營運動機構、會員組成的運動組織、非營利性運動組織、運動指導教育機構，及體適能企業等；
- 二、觀賞性運動商品：提供消費者觀賞運動活動之商品，商品的主要提供者如職業運動組織及職業運動比賽等；
- 三、運動技術性商品：提供消費者改善運動環境以提昇運動技術水準之商品，商品的主要提供者如運動場館、運動裝備、運動醫療人員與用品，甚至是執法人員等都可直接或間接的提昇消費者運動技能；
- 四、運動贊助與服務：提供消費者溝通媒介以促銷運動或公司產品之商品，商品的主要提供者如企業投入本身資源以促銷運動（如團

體或個人)，一方面可提倡運動風氣，另一方面促銷企業本身的產品或服務。

由於國內觀賞性運動商品，除職業運動外，僅有少數表演性娛樂事業，因此林房儼（2003）修正上述分類模式，將觀賞性運動商品修改為職業或半職業性運動商品，並將運動贊助與服務歸類為運動活動促進商品，稱為 4P 模型，分類架構如圖 2.2.2 所示，運動產業包括參與性運動商品、職業或半職業性運動商品（professional or semiprofessional sport）、運動技術性商品，以及運動活動促進商品。



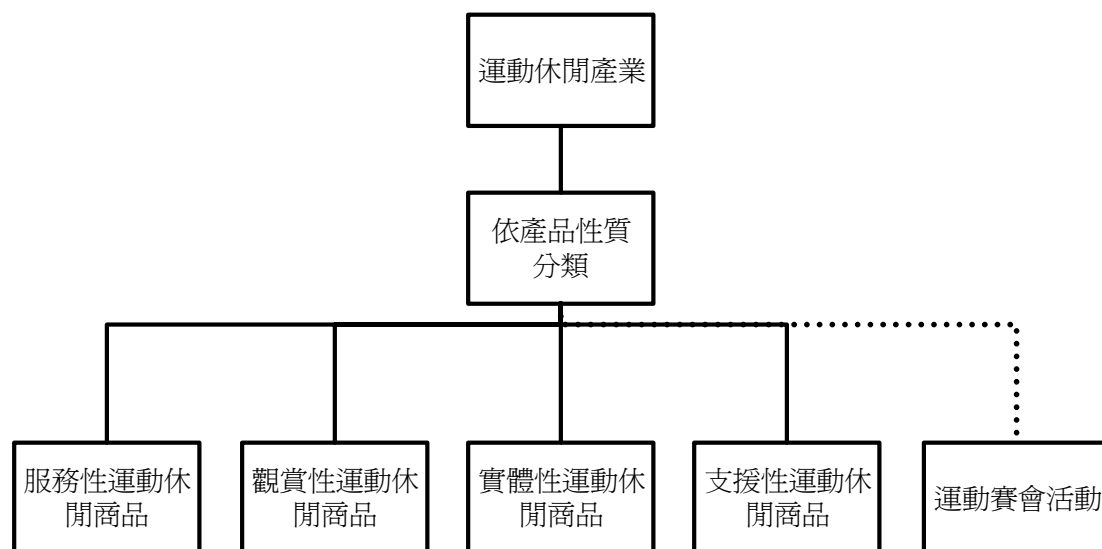
資料來源：林房儼，2003

圖 2.2.2 林房儼之運動產業分類與 4P 模型

林房儼等（2004）定義運動休閒產業為「可提供消費者參與或觀賞運動的機會及可提昇運動技術的產品，或為可促進運動推展的支援性服務和可同時促進身心健康的身體性休閒活動之市場」，其分類如圖 2.2.3 所示，共分為五類：

一、服務性運動休閒商品：由運動組織或民間企業所提供的運動機會，例如運動俱樂部提供會員從事某種特定運動；

- 二、觀賞性運動休閒商品：例如職業運動業，提供大眾娛樂、觀賞為主之運動，或以運動競賽為業之職業運動如高爾夫球、職業保齡球等行業；
- 三、實體性運動休閒商品：以運動用品製造業及販售業為大宗；
- 四、支援性運動休閒商品：本項並未有運動休閒活動的產出，但支援性運動休閒商品可促進運動休閒活動的產值，如運動贊助及代言等；
- 五、運動賽會活動：本項大多已分佈在前四項中，除政府補助款外，因其對運動產業帶動具有指標意義，故列為分類項目。然而其分類顯然違反分類的互斥原則，使用時要特別小心。



資料來源：林房儼等，2004。

圖 2.2.3 林房儼等之運動休閒產業分類

葉公鼎（2002）定義運動與休閒產業（sport and recreation industries）為「以提供從事運動或者休閒行為所必須的財貨或者服務之企業單位集合，而這些企業單位所供給的財貨或者服務彼此性質接近，可以相互替代者」。另定義運動產業（sport industry）為「以運動行為為前提而生產或提供某產品或服務給消費者，以滿足其需求的廠商集合，而這些廠商所生產或提供之產品、服務彼此可以相互替代者。」（葉公鼎，2003）。

在範疇界定方面，葉公鼎以運動商品為主軸，加入 Li 等(2001)之概念，將運動產業區分為核心(core)及周邊支持(extensive 或稱衍生)兩大產業，再將各學者專家所列舉的運動產業項目，列入各類個別產業，建立運動產業分類(葉公鼎，2001、2002 及 2003)，其分類如下：

一、運動核心產業：可視為運動行為發生的基礎產業，包含下列七項子類：

- (一) 參與性運動服務業：直接參加各項活動所需提供的各項服務，例如報名參加各種運動俱樂部活動等；
- (二) 觀賞性運動服務業：觀賞賽會活動所需提供的服務，例如職業及業餘運動之觀賞；
- (三) 運動專業證照服務業：因運動賽會活動需要，所需領有專業證照服務之運動相關專業人員之服務，例如運動傷害防護員、單項教練、裁判、指導員等專業人員；
- (四) 運動用品製造業：有形的運動設備之財貨製造，例如運動設備、競賽設備、器材、服裝和鞋類之製造業者；
- (五) 運動用品販賣業：有形的運動設備財貨之銷售，例如運動用品批發和零售之相關業者；
- (六) 運動設施建築業：提供各類運動場館之主體與週邊設施設計、規劃與建築相關業務，例如運動場館設施建築師事務相關之業者；
- (七) 運動設施營建業：提供各類室內外運動場館的主體及周邊工程之營建業務，例如運動場館設施工程營造相關之業者。

二、運動周邊產業：因運動核心產業所帶動而產生的相關產業，包括十項子類：

- (一) 授權商品銷售業：銷售經授權之特定財貨，例如經由運動團體許可，得以販售有其標誌的服飾、鞋類等相關產品之業者；
- (二) 運動促銷服務業：提供計畫促銷之產品、服務或活動所衍生

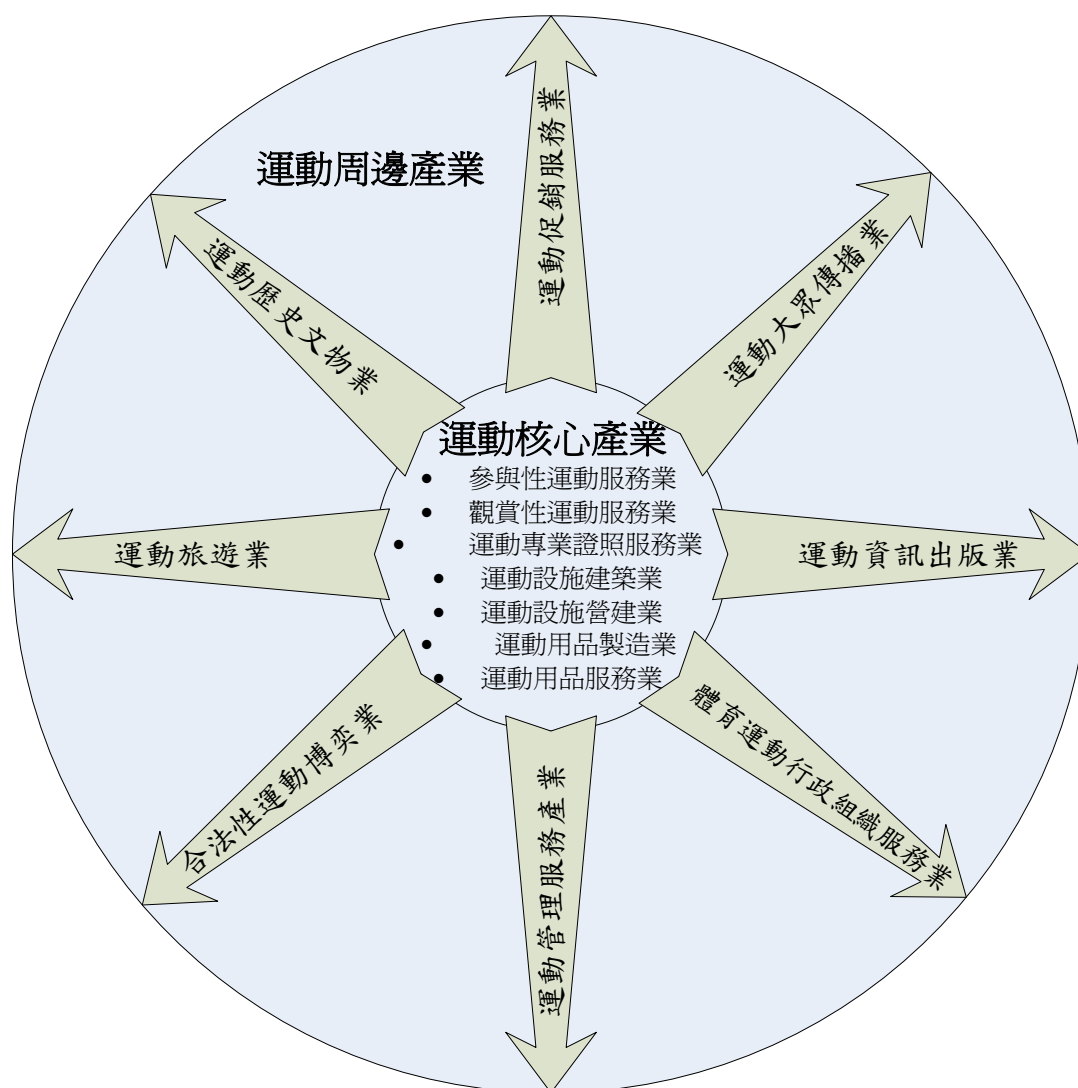
的行銷服務，例如製作電視廣告、球場廣告等服務業者；

- (三) 運動大眾傳播業：大眾媒體之運動轉播服務，例如透過各種媒體轉播、報導以及專題製作等業者；
- (四) 運動資訊出版業：提供與運動行為有關之資訊產品或服務，例如雜誌、運動書籍等出版業者；
- (五) 體育運動行政組織服務業：與體育行政事務直接相關的政府、民間營利或民間非營利組織/團隊，所提供之指導、觀賞等運動行為直接相關的一般行政庶務服務，例如各級政府體育行政組織、學校體育行政推動單位、私人企業所屬運動團隊等；
- (六) 運動管理服務業：提供一般經營管理而非運動指導的相關服務，例如運動組織管理顧問、財務、法律、運動賽會管理服務等產業；
- (七) 合法性運動博奕業：提供與運動行為相關的合法賭博、彩票服務，例如賽狗、賽馬、賽車和網路運動賭博等業者；
- (八) 運動旅遊業：專門因應參與或參觀各類賽會活動所發生的交通、食宿及其他娛樂等相關服務，例如經營租車、餐廳、旅館和娛樂場所等業者；
- (九) 運動歷史文物業：提供運動相關文物供各界參觀、購買之販售服務，例如名人堂、運動博物館等經營業者；
- (十) 其他：無法歸類之運動相關類別。

在前述的分類架構下，葉公鼎定位之運動產業如圖 2.2.4 所示。

中華徵信所(2002)在「我國運動產業產值推估與經濟效益評估」研究中，未明確定義運動產業，但範疇界定上，從經濟部商業司之公司行號營業項目中歸納出運動產業行業項目。並參考 Li 等(2001)，將國內運動產業分為核心產業及周邊產業兩部分，其中運動產業包含以下十類：

- 一、 體育用品製造業：體育用品屬消費性產品，以運動健身、設備及用品為主體，包含各種體育用品製造之行業，如釣具、滑翔翼、體操器材、健身器材及運動場地用設備等之製造業；
- 二、 球場跑道樹脂材料鋪設工程業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「球場跑道樹脂材料鋪設工程之規劃設計及施工、維護業務」，經營業者依其經營項目可分為三類：



資料來源：葉公鼎，2003

圖 2.2.4 葉公鼎之運動產業定位圖

- (一) 兼營運動場地用設備工程業：球場跑道樹脂材料鋪設工程業之業者，多會兼營運動場地用設備工程，由於兩者均為

運動場地相關的設備工程行業分類，因此運動建設工程有關的業者，均會登記兼營；

- (二) 兼營運動器材批發零售業：球場跑道樹脂材料鋪設工程業之業者，其中部分業者亦兼營運動相關產品；
- (三) 兼營塗料及油漆批發業：球場跑道樹脂材料鋪設工程業之施工材料為樹脂原料，而塗料或油漆與化工原料產品有關，因此有部分業者屬樹脂材料業者。

三、 運動場地用設備工程業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「運動場地用設備工程業之規劃設計及施工、維護業務」，而經營業者依其經營項目可分為三類，包含：

- (一) 兼營球場跑道樹脂材料鋪設工程業：通常運動場地用設備工程業之業者亦會兼營球場跑道樹脂材料鋪設工程業；
- (二) 兼營運動器材批發零售業：運動場地用設備工程業之業者，其中部分業者兼營運動方面相關產品，因此亦有業者登記經營運動器材批發零售業；
- (三) 兼營運動場相關之設備工程業：例如照明設備安裝工程、其他工程業等（如游泳池設備規劃設計安裝業務）。

四、 運動器材批發零售業：依經濟部公司行號營業項目代碼分屬兩項目下，一為運動器材批發業，即「運動器材等批發之行業」，包括體育用品、登山用品、露營用品、釣具、高爾夫球車等，一為運動器材零售業，即「運動器材等零售之行業」。批發及零售業者所經手的運動商品，包括運動健身器材、運動服裝及配件、運動鞋、個人運動配備、運動紀念收藏品等有形商品。

五、 競技及休閒體育場館業：競技及休閒體育場館業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「依體育法之規定，從事競技及休閒體育場館（含各種練習場）之經營者」。另休閒活動場館業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「競技及休閒體育場館業以外之一般休閒活動場館經營，如象棋、圍棋等」。但由於休閒活動場

館業之營業項目除包括一般休閒活動外，亦有兼營體育館、桌球館者，易與競技及休閒體育場館業混淆，因此為符合現況將兩者合併為一類，仍稱競技及休閒體育場館業；

六、 高爾夫球場業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義，高爾夫球場業為「依高爾夫球場管理規則，經營設有發球台、球道及果嶺之五個洞以上高爾夫球場者」。而就業者經營類型，可分為三種：

(一) 高爾夫球場：為 18 洞以上之標準球場，佔地面積約 50-120 公頃；

(二) 迷你高爾夫：為 6 洞或 9 洞的小型高爾夫練習球場，一般設施與正規高爾夫球場無異；

(三) 練習場：又分為室內電腦模擬練習與室外擊球練習。

七、 運動訓練業：運動訓練業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「各種運動之訓練業務」，可分為兩部分（1）學校的體育教學或各類運動機關團體舉辦的運動員培訓：學校體育教學為培育體育競賽人才，以及選手訓練、運動師資、運動教練、訓練員、裁判等；而運動機關團體舉辦的運動員培訓，如運動協會舉辦的選手訓練；（2）運動教學訓練：為一般公司行號或營利事業單位，以健身、休閒性質為目的之運動訓練活動，如撞球、潛水、衝浪等教學；

八、 體育表演業：體育表演業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「各種體育活動之表演業務」，可分為兩部分，（1）學校對各類運動賽的體育表演，以學生為主要表演者，針對特定賽會、活動所編排的體育表演活動，為公益表演性質，不以營利為目的；（2）民俗技藝團體的表演團隊，通常為各類學會、協會等財團法人的組織團體，半公益性質，以推廣體育為目的；

九、 運動比賽業：運動比賽業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「各種運動之比賽業務」，可分為兩部分（1）職業運動比賽業：以提供大眾娛樂、觀賞為主之職業運動；（2）企業贊助之運動競賽：即企業對比賽給予實際的支援，支援的方式包

括金錢、產品、設備、技術或人員，而企業因此獲得的利益包含提高媒體曝光率、企業形象、知名度或促銷商品等；

- 十、 登山嚮導業：登山嚮導業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「國內外登山及探險活動之整體規劃顧問及其相關之資訊諮詢等業務」。而依體委會規定，登山嚮導申請必須為中華民國國民，素行良好，身心強健，並具備攀登 3,000 公尺以上山岳 15 座之經驗，經機關學校及合法登山社團證明有案者，以及攀登國內百岳中 10 岳以上之經驗，經登山團體證明有案者。登山嚮導員的工作內容為活動嚮導、環境解說及處理突發狀況等。

林建元等（2004）在「我國運動休閒服務業人才供需調查及培訓策略研究」中，認為運動休閒服務業為運動產業中提供服務性產品的部分。該研究雖未明確定義何謂運動休閒服務業，但以主計處之工商及服務業普查所涵蓋之服務業中符合運動休閒服務性質者，以及「觀光及運動休閒服務業發展綱領及行動方案」中包含之行業類型做為運動休閒服務業之範疇，共包含八種行業類別：

- 一、 運動用品/器材批發及零售業：依中華民國行業標準分類，此業為「凡從事運動用品、器材等躉售與零售之行業均屬之」，包含體育用品、登山用品、露營用品、釣具、運動器材、自行車等批發及零售業；
- 二、 運動及娛樂用品租賃業：依中華民國行業標準分類，該業別為「凡從事運動及娛樂用品租賃而收取租金之行業均屬之。經營運動場而附帶用品出租之行業，應歸入運動場館業」，包括體育器材出租、健身用品出租、登山用具出租、腳踏車出租、露營用品出租、遊艇出租、馬匹出租、海灘椅出租等，但不包括運動場及遊樂園附屬的設備用品之租賃。
- 三、 運動休閒管理顧問業：依中華民國行業標準分類，管理顧問業之定義為「凡從事提供企業管理、諮詢及有關問題研討之行業均屬之」，包括公共關係服務、人事管理顧問服務、銷售管理顧問服務、財務管理顧問服務、生產管理顧問服務、組織管理顧問服務、

行銷管理顧問服務等。但就業界現況而言，若服務對象為健身中心及運動休閒俱樂部等增進體適能為主要業務之機構，此類顧問服務大多由一般管理顧問公司兼營，且營業額不大，因此未再從行業標準分類中細分。但亦有若干機構專門從事運動經紀服務、運動賽會籌辦、管理及促銷之業者；

- 四、運動休閒教育服務業：依中華民國行業標準分類，運動休閒教育服務業屬社會服務類之教育訓練服務業，教育訓練服務業為「凡公立各級學校，各種社會教育機構如圖書館、博物館以及其他教育訓練事業等均屬之」。其中社會教育機構部分因缺乏相關文獻及統計資料輔助，因此該研究暫以學校教育作為運動休閒服務業範疇之一，即運動休閒教育服務業是指大專院校中的運動休閒相關系所；
- 五、運動傳播媒體業：依中華民國行業標準分類，運動傳播媒體業包括社會服務業中的出版業與廣播業。出版業為「凡從事新聞、雜誌（期刊）、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等具有著作權商品發行之行業均屬之」，包含有新聞出版業、雜誌（期刊）出版業、書籍出版業等。廣播業為「凡從事以無線電或有線電傳播聲音，藉供公眾直接收聽之行業均屬之」，包含有電視業、廣播電視節目供應業等，將國內外運動相關訊息提供給社會大眾，以補充、更新閱聽人的認知狀態，滿足求知慾望，創造效用。這些運動訊息可透過電子媒體（如電視、廣播）、平面媒體（如報紙、雜誌）以及電腦網路來傳播。
- 六、運動表演業：依中華民國行業標準分類，運動表演業屬藝文類之技藝表演業，技藝表演業為「凡從事各種戲劇、歌舞、話劇、音樂演奏、民俗、雜技等表演及其組織經營之行業均屬之」，運動表演業包括舞蹈演出、歌舞劇演出、冰上節目表演、馬戲團、雜技表演、芭蕾舞演出及水上節目演出等七項；
- 七、職業運動業：依中華民國行業標準分類，職業運動業為「凡從事職業運動競賽或表演之行業均屬之」，包含職業運動員、職業運

動團隊及職業運動聯盟等，我國主要之職業運動為職業棒球、職業高爾夫球；

八、運動場館業：運動場館業指從事競技及休閒體育場館（包括各種練習場）經營之行業。運動場館包含撞球場、技擊館、運動館、拳擊館、排球場、沙灘排球場、健身中心、田徑場、足球場、滑雪場、滑草場、棒球場、網球場、手球場、羽球場、桌球館、射擊場、馬術場、溜冰場、壘球場、籃球場、游泳池、保齡球館、韻律（舞蹈）中心、賽車場、自由車場、曲棍球場、柔道館、跆拳道館、舉重館、滑冰館、空手道館、壁球場、合球場、高爾夫練習場、棒球打擊場、合氣道館、運動館、海水浴場、攀岩場、漆彈運動場等。

高俊雄試圖從創造消費者效用及產業形成的背景及條件兩個角度，探討運動服務業及運動休閒事業。高俊雄（2000）認為服務業為企業獲益比例超過半數來自提供勞務的一般稱呼，依企業提供產品服務給最終消費者的主要價值活動（即組織創造附加價值所必須採取的活動）類型，將台灣地區運動服務業區分為五大類：

- 一、運動產品批發零售業：運動產品包括運動服飾、紀念收藏品、個人運動裝備、運動器材、電子遊樂器等；有形的運動商品經由國內外企業設計、製造、加工及檢驗，再經由批發、零售業者轉賣至最終消費者或組織機構等。從轉換投入資源創造效用的觀點，運動產品製造業以改變原物料的物理或化學形式，來創造消費者可使用的運動產品，而批發零售業則是改變運動產品的地理位置、時間及所有權來滿足消費者的需要；
- 二、運動資訊大眾傳播業：主要是將國內外運動相關訊息提供給社會大眾，以補充、更新閱聽人的認知狀態，滿足求知慾望，創造效用。運動訊息可透過電子媒體（如電視、廣播）、平面媒體（如報紙、雜誌）以及電腦網路來傳播；
- 三、運動設施服務業：提供社會大眾從事運動時所需要的環境、設備、技術指導、相關服務等，幫助參與者改善其生理與心理狀態。

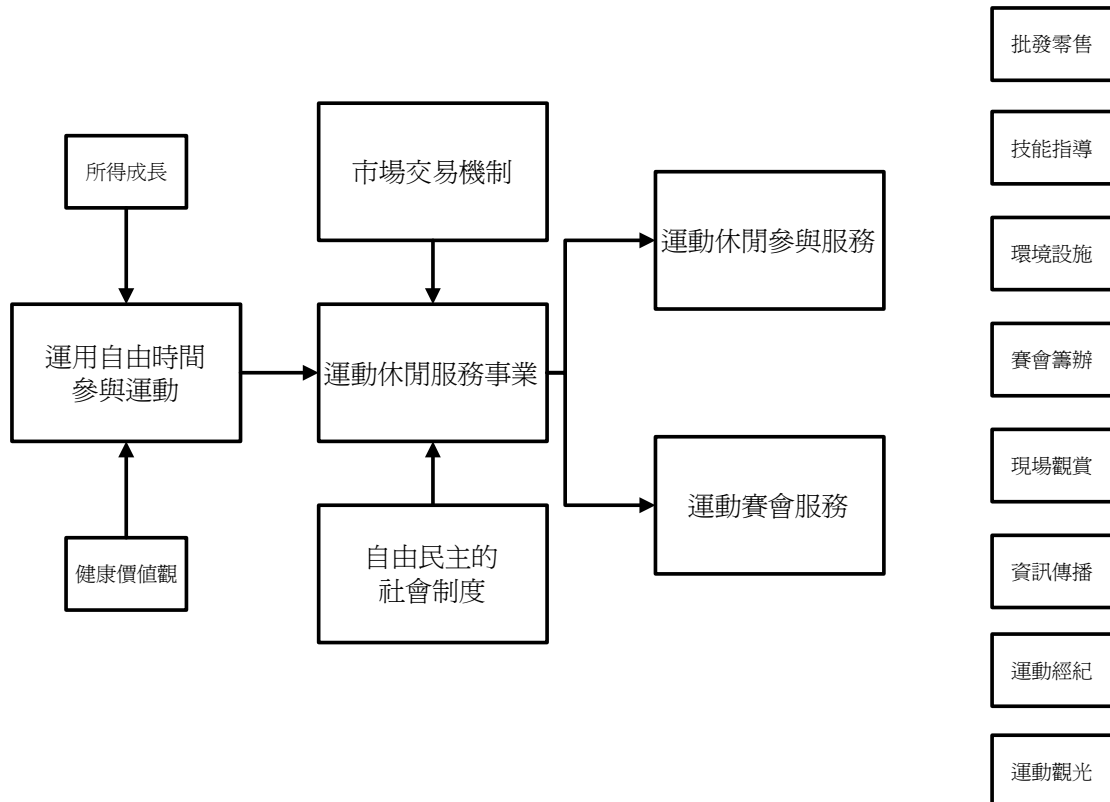
這些業者提供的基本價值活動有產品銷售、環境設施、技術指導及相關服務（如餐飲服務、個人衛生等），但彼此間並無明顯上下游垂直關係，而是水平互補。即服務可能由單一業者提供或由不同業者合作提供，但滿足的是同一群消費者；

四、運動行銷顧問業：提供服務之標的為運動員、運動組織、贊助者以及大眾傳播媒體。其功能為撮合運動比賽的運動員以及欲藉由運動比賽來建立組織形象或創造商品者。讓運動員、贊助者、運動組織、大眾傳播媒體的需求都能獲得滿足，例如運動行銷顧問公司會尋求企業來贊助籌辦比賽，企業則希望藉由大眾傳播媒體透過密集的廣告或報導，來建立企業正面的形象；

五、職業運動組織：台灣之職業運動組織包含私人企業與人民團體非營利機構。在提供運動服務過程中，兩者關係密切，例如職業棒球球隊為私人企業所成立，而比賽的籌辦和執行，則交由職棒聯盟（非營利機構）安排。職業運動比賽過程中可衍生出三類可銷售商品，即觀賞球賽、有形產品以及廣告贊助。上述商品的設計、製造、傳遞流通、銷售等價值活動由職棒球隊所屬企業和相關企業（如有線電視、廣播業者、廣告行銷代理公司、運動用品批發零售業者）共同經營，而職業運動組織可說是這些可銷售商品的原創基礎。

高俊雄（2005）進一步探討運動休閒事業的發展歷程及其貢獻，認為運動休閒服務屬於服務業的一環，藉由專業知識技術人員以及環境設施、活動、資訊等協助運動休閒參與者提升生活品質。運動服務的內涵與項目相當多元，其發展須以宏觀的角度來瞭解。首先，需有充分的運動休閒服務背景與條件，即要有足夠的當地居民或國際旅客，願將其自由時間運用在參與運動或觀賞運動賽會上。而社會大眾的所得以及健康的價值觀則決定對其自由時間的運用，當社會大眾所得增加，加上健康價值觀的形成，將會帶動運動休閒時間以及消費支出的增加。在民主社會制度下，社會大眾可依照自由意願選擇參與各類運動休閒活動，配合市場機制允許事業組織提供相關產品及服務，運動休閒服務事業於焉形成，其概念如圖 2.2.5 所示。

依前述觀念，運動休閒服務依其發展的關聯性可歸納為兩大類，（1）實地運動所需要的服務，（2）觀賞運動賽會所需要的服務；前者主要包括環境設施維護、技術指導、運動用品銷售；運動賽會除了需要環境設施維護以及賽會籌辦之外，還可衍生出現場觀賞、廣告、贊助、資訊傳播、運動經紀，甚至運動觀光以及運動彩券等服務。



資料來源：高俊雄，2005

圖 2.2.5 運動休閒服務業發展條件與過程（高俊雄）

國內相關文獻之定義及範疇歸納如表 2.2.1，從國內文獻來看，國內學者所界定的相關產業，多為運動產業、運動與休閒產業、運動休閒業、運動休閒服務業、運動服務業等。和國外學者一樣，國內學者從不同目的和角度來界定相關產業，例如咎家騏及劉榮聰（2000）從市場結構的角度將運動產業分為運動商品市場和運動服務市場；而黃煜、林房儼（2000）和林房儼（2003）從 Pitts 等（1994）的產業中產品類型來分類運動產業。林房儼等（2004）、葉公鼎（2002、2003）對運動和休閒產業皆做了合理的定義，但林房儼等之分類仍以商品為主，而葉公鼎將其分為核心展業和週邊產業，但所定義者為運動與休

閒產業，所以包含了製造業。

中華徵信所（2002）並未明確定義運動產業，但以經濟部商業司之公司行號營業項目中歸納出運動產業行業項目，配合學者 Li 等的研究來界定運動產業，亦將國內運動產業分為核心產業及周邊產業兩部分，包含製造業、工程業和服務業。林建元等（2004）認為運動休閒服務業為運動產業中提供服務性產品的部分，該研究雖未明確定義何謂運動休閒服務業，但以主計處工商及服務業普查中之服務業做為運動休閒服務業之範疇，但可惜的是其分類也未以行業標準分類為準。高俊雄（2000）以企業所提供的價值活動來規範運動服務業之範疇，高俊雄（2005）則從運動休閒服務事業所必須具備的背景及條件來界定範疇。

雖然部分國內學者專家由運動與休閒的意涵界定相關產業，但從其分類來看，皆未真正與主計處行業標準分類接軌，在統計運動休閒相關產業時還是無法借重現有的統計資料估算。因此下一節本研究將先定義運動休閒產業，並以行業標準分類之行業內容分類。

表 2.2.1 國內學者專家之運動產業相關定義及範圍

國內學者專家	名詞	定義	範圍
咎家騏及 劉榮聰（2000）	運動產業	NA	1.運動商品市場：該市場之定義為「提供消費者或球員運動以協助其達成運動目的之實體商品所組成」，包含： （1）運動服裝市場：提供消費者或球員運動所需的服裝； （2）運動鞋類市場：提供消費者或球員運動所需的鞋類； （3）運動設備市場：提供消費者或球員運動所需的運動設備、器材 2.運動服務市場：該市場之定義為「提供消費者或球員運動以協助其達成運動目的之無形商品所組成」，包含： （1）運動服務主要市場：消費者為達成休閒娛樂及參與運動的目的而導致對運動相關服務的需求所形成的市場，包括有運動參與者市場（直接從事體育活動的消費者所構成）、運動觀賞者市場（以觀看的方式來經歷或感受運動的消費者所構成）以及志工市場（一群熱衷某項運動的人們所構成）。 3.運動服務衍生市場：由運動服務主要市場衍生而出，包括有媒體市場（由運動及媒體結合而成的相關市場所構成）、贊助與招待市場（包含有政府與私人對運動的贊助或補助，另與運動有關的餐飲、娛樂與會議活動均屬之）以及運動附屬市場（與運動形象或運動員相關的商標、符號及授權商品等）。
葉公鼎（2002）	運動與休閒產業 （Sport and Recreation Industries）	以供給從事運動或者休閒行為所必須的財貨或者服務之企業單位集合，而這些企業單位所供給的財貨或者服務彼此性質接近，可以相互替代者	1. 運動核心產業：可視為運動行為發生的基礎產業，包含有七類，分別為 （1）參與性運動服務業：直接參加各項活動所需提供的各項服務； （2）觀賞性運動服務業：因觀賞賽會活動所需提供的服務； （3）運動專業證照服務業：因運動賽會活動需要，所需領有專業證照服務之運動相關專業人員之服務； （4）運動用品製造業：有形的運動設備之財貨製造；

國內學者專家	名詞	定義	範圍
			(5) 運動用品販售業：有形的運動設備財貨之銷售； (6) 運動設施建築業：提供各類運動場館之主體與週邊設施設計、規劃與建築相關業務； (7) 運動設施營造業：提供各類是內外運動場館的主體及周邊工程之營建業務。 2. 運動周邊產業：因運動核心產業所刺激帶動，進而產生的相關產業，包括有十類，分別為 (1) 授權商品銷售業：銷售經授權之特定財貨； (2) 運動促銷服務業：提供計畫促銷之產品、服務或活動所衍生的行銷服務； (3) 運動大眾傳播業：大眾媒體之運動轉播服務； (4) 運動資訊出版業：提供與運動行為有關之資訊產品或服務； (5) 體育運動行政組織服務業：與體育行政事務直接相關的政府、民間營利或民間非營利組織/團隊所提供與指導、觀賞等運動行為直接相關的一般行政庶務服務； (6) 運動管理服務業：提供一般經營管理而非運動指導的相關服務； (7) 合法性運動博奕業，提供與運動行為相關的合法賭博、彩票服務； (8) 運動旅遊業，專門因應參與或參觀各類賽會活動所發生的交通、食宿及其他娛樂等相關服務； (9) 運動歷史文物業，提供運動相關文物供各界參觀、購買之販售服務； (10) 其他，無法歸類之運動相關類別。

葉公鼎 (2003)	運動產業 (Sports Industry)	係以運動行為為前提而生產或提供某產品或服務給消費者，以滿足其需求的廠商集合，而這些廠商所生產或提供之產品、服務彼此可以相互替代者	1.運動核心產業：可視為運動行為發生的基礎產業，包含有七類，分別為： (1) 參與性運動服務業：直接參加各項活動所需提供的各項服務； (2) 觀賞性運動服務業：因觀賞賽會活動所需提供的服務； (3) 運動專業證照服務業：因運動賽會活動需要，所需領有專業證照服務之運動相關專業人員之服務； (4) 運動用品製造業：有形的運動設備之財貨製造； (5) 運動用品販售業：有形的運動設備財貨之銷售； (6) 運動設施建築業：提供各類運動場館之主體與週邊設施設計、規劃與建築相關業務； (7) 運動設施營造業：提供各類是內外運動場館的主體及周邊工程之營建業務。 2.運動周邊產業：因運動核心產業所刺激帶動，進而產生的相關產業，包括有十類，分別為 (1) 授權商品銷售業：銷售經授權之特定財貨； (2) 運動促銷服務業：提供計畫促銷之產品、服務或活動所衍生的行銷服務； (3) 運動大眾傳播業：大眾媒體之運動轉播服務； (4) 運動資訊出版業：提供與運動行為有關之資訊產品或服務； (5) 體育運動行政組織服務業：與體育行政事務直接相關的政府、民間營利或民間非營利組織/團隊所提供與指導、觀賞等運動行為直接相關的一般行政庶務服務； (6) 運動管理服務業：提供一般經營管理而非運動指導的相關服務； (7) 合法性運動博奕業：提供與運動行為相關的合法賭博、彩票服務； (8) 運動旅遊業：專門因應參與或參觀各類賽會活動所發生的交通、食宿及其他娛樂等相關服務； (9) 運動歷史文物業：提供運動相關文物供各界參觀、購買之販售服務；
---------------	---------------------------	--	---

			(10) 其他：無法歸類之運動相關類別。
林房儼 (2003)	運動產業 (Sport Industry)	NA	1.參與性運動產品：提供消費者參與運動機會之商品，這類運動商品的主要提供者包括奧會與單項運動協會、民間運動企業、稅收支持公營運動機構、會員組成的運動組織、非營利性運動組織、運動指導教育機構、體適能企業等； 2.職業或半職業性運動商品：提供消費者觀賞運動活動之商品，這類運動商品的主要提供者如職業運動組織及職業運動比賽等； 3.運動技術產品：提供消費者改善運動環境以提昇運動技術水準之商品，這類運動商品的主要提供者如運動場館、運動裝備、運動醫療人員與用品，甚至是執法人員等都可以直接或間接的提昇消費者運動技能； 4.運動活動促進商品：提供消費者溝通媒介以促銷運動或公司產品之商品，這類運動商品的主要提供者如企業投入本身資源以促銷運動（如團體或個人），一方面是為了提倡運動風氣，另一方面則是促銷企業本身的產品或服務。
林房儼等 (2004)	運動休閒產業 (Sport and recreational industry)	運動休閒產業係指可提供消費者參與或觀賞運動的機會及可提昇運動技術的產品，或為可促進運動推展的支援性服務和可同時促進身心健康的身體性休閒活動之市場	1.服務性運動休閒商品：由運動組織或民間企業所提供的運動機會； 2.觀賞性運動休閒商品：例如職業運動業，以提供大眾娛樂、觀賞為主之運動，或以運動競賽為業之職業運動如高爾夫球、職業保齡球等行業； 3.實體性運動休閒商品：以運動用品製造業及販售業為大宗； 4.支援性運動休閒商品：本項並未有運動休閒活動的產出，但支援性運動休閒商品可促進運動休閒活動的產值，如運動贊助及代言等； 5.大型運動賽會：本項子項目大多已分佈在前四大項中，除政府補助款外，因其對運動產業帶動具有指標意義，故列為分類項目。
高俊雄 (2000)	運動服務業	NA	1.運動產品批發零售業：運動產品包括有運動服飾、紀念收藏品、個人運動裝備、運動器材、電子遊樂器等； 2.運動資訊大眾傳播業：將國內外運動相關訊息提供給社會大眾，以補充、更新閱聽人的認知狀態，滿足求知慾望，創造效用，亦即運動訊息可透過電子媒體（如電視、廣播）、平面媒體（如報紙、雜誌）以及電腦網路來傳播； 3.運動設施服務業：創造的效用來自提供社會大眾從事運動時所需要的環境、設

			備、技術指導、相關服務等，幫助參與者改善其生理與心理狀態； 4.運動行銷顧問業：創造效用的來源及提供的服務不以一般民眾為標的，而是運動員、運動組織、贊助者以及大眾傳播媒體； 5.職業運動組織：職業運動組織在台灣地區包含私人企業與人民團體非營利機構。
中華徵信所 (2002)	運動產業	NA	1.體育表演業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「各種體育活動之表演業務」； 2.運動比賽業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「各種運動之比賽業務」； 3.競技及休閒體育場館業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「依體育法之規定，從事競技及休閒體育場館（含各種練習場）之經營者」； 4.運動訓練業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「各種運動之訓練業務」； 5.登山嚮導業：登山嚮導業依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「國內外登山及探險活動之整體規劃顧問及其相關之資訊諮詢等業務」，登山嚮導員的工作內容為活動嚮導、環境解說及處理突發狀況等； 6.高爾夫球場業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「依高爾夫球場管理規則，經營設有發球台、球道及果嶺之五個洞以上高爾夫球場者」； 7.體育用品製造業：體育用品屬消費性產品，以運動健身、設備及用品為主體，包含各種體育用品製造之行業； 8.運動器材批發零售業：依經濟部公司行號營業項目代碼分屬兩項目下，一為運動器材批發業，其行業定義為「運動器材等批發之行業」，包括體育用品、登山用品、露營用品、釣具、高爾夫球車等，一為運動器材零售業，行業定義為「運動器材等零售之行業」； 9.球場跑道樹脂材料鋪設工程業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「球場跑道樹脂材料鋪設工程之規劃設計及施工、維護業務」； 10.運動場地用設備工程業：依經濟部公司行號營業項目代碼之定義為「運動場地用設備工程業之規劃設計及施工、維護業務」。
中華民國都市計畫學會	運動休閒服務業	NA	1.運動用品 / 器材批發及零售業：凡從事運動用品、器材等躉售與零售之行業均屬之；

林建元教授 等人 (2004)			2.運動及娛樂用品租賃業：凡從事運動及娛樂用品租賃而收取租金之行業均屬之。經營運動場而附帶用品出租之行業，應歸入運動場館業； 3.運動休閒管理顧問業：凡從事提供企業管理、諮詢及有關問題研討之行業均屬之，有若干機構專門從事運動經紀服務、運動賽會籌辦、管理及促銷者； 4.運動休閒教育服務業：凡公私立各級學校，各種社會教育機構如圖書館、博物館以及其他教育訓練事業等均屬之； 5.運動傳播媒體業：運動傳播媒體業將包括社會服務業中的出版業與廣播業，出版業之定義為「凡從事新聞、雜誌（期刊）、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等具有著作權商品發行之行業均屬之」，包含有新聞出版業、雜誌（期刊）出版業、書籍出版業等，而廣播業之定義為「凡從事以無線電或有線電傳播聲音，藉供公眾直接收聽之行業均屬之」，包含有電視業、廣播電視節目供應業等； 6.運動表演業：凡從事各種戲劇、歌舞、話劇、音樂演奏、民俗、雜技等表演及其組織經營之行業均屬之； 7.職業運動業：凡從事職業運動競賽或表演之行業均屬之； 8.運動場館業：從事競技及休閒體育場館（包括各種練習場）經營之行業。
--------------------	--	--	---

註：NA，Not Available，表該文中並未明確說明。

資料來源：本研究整理。

2.3 運動休閒服務業之定義與範疇

產業的界定通常是以廠商的生產活動為基礎，也就是將生產活動相同的廠商合稱為一產業。由前面的文獻回顧可知，國內外專家學者較少從前述產業觀點來界定運動相關產業，也因此大部分文獻所界定出的產業分類和行業標準分類並不一致。在我國現行的統計體系中，產業的產值、附加價值、就業人口等統計資料多以行業標準分類加以分類，如果產業的分類脫離行業標準分類之原則，除非是自行進行統計調查，否則很難從現有統計體系中利用現有資料推估相關變數。

本研究之主要目的即是以行業標準分類的準則釐清運動休閒服務業之產業內容，並利用現有次級資料推估產業相關數據，以下本研究從產業活動內容釐清相關產業之定義與範圍。

2.3.1 運動、休閒與運動休閒之定義

依朗文當代高級辭典（Longman Dictionary of Contemporary English, 1997）運動（sport）為「一種需要體能和技術且通常依規則進行的室內或室外比賽、競賽或活動（an outdoor or indoor game, competition, or activity needing physical effort and skill and usually carried on according to rules）」；休閒（recreation），作為不可數名詞時，字意為「人們在閒暇時為消遣和娛樂所進行的活動（recreation is a general word for what people do in their spare time for amusement and enjoyment）」，當作為可數名詞時，字意為「為娛樂所做的任何一種特殊的活動」（a recreation is any particular activity which is done for amusement）。

由前面國內外文獻來看，和運動休閒服務業較相近的名稱為「運動與休閒產業」，因此本研究亦採從運動「與」休閒（sport and recreation）的角度來定義運動休閒服務業中的「運動休閒」，亦即運動休閒服務業包括兩種基本的活動：「運動」與「休閒」。運動的定義如前述字典所載相當清楚，但若從字面上來說休閒所涵蓋範圍相當廣泛，包括所有

和消遣與娛樂有關的活動，範圍可擴及觀光、藝文、娛樂、運動等領域。而從體委會的主管業務範圍來說，顯然其所指的休閒是指和運動有關的活動，即以消遣和娛樂為前提所參與的運動相關活動（包含參與性和觀賞性）。因此本研究將運動休閒定義為「依一定規則進行的室內外競賽或活動」以及「以消遣和娛樂為前提所參與的運動相關活動」。

2.3.2 運動休閒活動以及參與者與提供者

由前面運動休閒的定義，運動休閒活動應包括競賽導向之運動和休閒導向之運動活動兩類。前者又分職業運動和業餘運動，後者分為觀賞性質之運動活動以及參與性質之運動活動。為了要進行運動休閒活動，必須有參與者以及提供相關財貨或服務以支持活動進行的提供者（如表 2.3.1 所示）。舉例來說，要進行職業運動這項活動，則必須有職業運動員、職業球團、教練和裁判等專業人員、競賽所需的場所、器材、設備、服裝、鞋類，以及相關行銷與管理等之參與者和提供相關財貨和服務之業者，本研究將之稱為運動休閒活動的參與者和提供者。依參與者和提供者的生產活動和產出產品即可定義出各種不同產業，繼而將之對應至中華民國行業標準分類，詳見表 2.3.1。

表 2.3.1 所列的行業是以行業標準分類第七版為基礎，事實上表中所列屬於運動休閒產業的產業類別，包括製造業和服務業兩大部門，剔除相關製造業之後即為運動休閒服務業。基於此項原則，再配合行業標準分類第七版，我國運動休閒服務業包含運動用品、器材批發業；運動用品、器材零售業；職業運動業；運動場館業；管理顧問業；運動及娛樂用品租賃業；新聞出版業；雜誌（期刊）出版業；書籍出版業；廣播業；電視業，以及其他運動服務業，其和行政院體委會所界定的範圍對照如表 2.3.2 所示。

表 2.3.1 我國運動休閒產業範疇與分類

運動休閒活動類型	項目	運動休閒活動之參與者與提供者	產業	中華民國行業標準分類		運動休閒服務業發展綱領及行動方案之分類
				細類代碼	名稱	名稱
競賽性運動	職業運動	職業運動員	職業運動業	8741	職業運動業	運動比賽業
		職業球團及聯盟	職業運動業	8741	職業運動業	-
		教練、運動傷害防護員、裁判、運動訓練員等專業人員	其他運動服務業	8749	其他運動服務業	運動訓練業
		競賽所需運動場館	運動場館業	8742	運動場館業	競技及休閒體育場館業
		運動服飾、球鞋	運動服飾、球鞋之製造、批發、零售業	1111	梭織外衣製造業	-
				1121	針織外衣製造業	-
				1202	鞋類製造業	-
				4462	運動用品、器材批發業	運動用品批發業
				4662	運動用品、器材零售業	運動用品零售業
		運動器材、設備	運動器材、設備之製造、批發、零售業	3111	體育用品製造業	-
				4462	運動用品、器材批發業	運動用品批發業
				4662	運動用品、器材零售業	運動用品零售業
		運動賽會之行銷、籌辦、贊助等	管理顧問業	7402	管理顧問業	運動管理顧問業
	業餘運動	業餘運動員	其他運動服務業	8749	其他運動服務業	運動比賽業

運動休閒活動類型	項目	運動休閒活動之參與者與提供者	產業	中華民國行業標準分類		運動休閒服務業發展綱領及行動方案之分類
				細類代碼	名稱	名稱
		教練、運動傷害防護員、裁判、運動訓練員等專業人員	其他運動服務業	8749	其他運動服務業	運動訓練業
		競賽所需運動場館	運動場館業	8742	運動場館業	競技及休閒體育場館業
		運動服飾、球鞋	運動服飾、球鞋之製造、批發、零售業	1111	梭織外衣製造業	-
				1121	針織外衣製造業	-
				1202	鞋類製造業	-
				4462	運動用品、器材批發業	運動用品批發業
				4662	運動用品、器材零售業	運動用品零售業
		運動器材、設備	運動器材、設備之製造、批發、零售業	3111	體育用品製造業	-
				4462	運動用品、器材批發業	運動用品批發業
				4662	運動用品、器材零售業	運動用品零售業
		運動賽會之行銷、籌辦、贊助等	管理顧問業	7402	管理顧問業	運動管理顧問業
休閒性運動	觀賞性質之運動活動	大眾傳播媒體	出版、廣播電視業	8410	新聞出版業	運動傳播媒體業
				8420	雜誌（期刊）出版業	運動傳播媒體業
				8430	書籍出版業	運動傳播媒體業
				8610	廣播業	運動傳播媒體業
				8620	電視業	運動傳播媒體業

運動休閒活動類型	項目	運動休閒活動之參與者與提供者	產業	中華民國行業標準分類		運動休閒服務業發展綱領及行動方案之分類
				細類代碼	名稱	名稱
		職業運動員	職業運動業	8741	職業運動業	運動比賽業
		業餘運動員	其他運動服務業	8749	其他運動服務業	運動比賽業
		學校運動賽會之體育表演等	體育表演	8749	其他運動服務業	體育表演業
		可供大眾運動休閒之營利及非營利設施	運動場館業	8742	運動場館業	競技及休閒體育場館業、高爾夫球場業
	實際參與之運動活動	休閒運動服飾、球鞋、運動紀念收藏品	運動服飾、球鞋之製造、批發、零售業	1111	梭織外衣製造業	-
				1121	針織外衣製造業	-
				1202	鞋類製造業	-
				4462	運動用品、器材批發業	運動用品批發業
				4662	運動用品、器材零售業	運動用品零售業
		休閒運動器材、設備	運動器材、設備之批發、零售業	2951	自行車製造業	-
				3111	體育用品製造業	-
				4462	運動用品、器材批發業	運動用品批發業
				4662	運動用品、器材零售業	運動用品零售業
		休閒運動所需之特定器材、設備	運動及娛樂用品租賃業	6731	運動及娛樂用品租賃業	-
		休閒運動所需專業人員，如運動訓練（指導）員、登山嚮導等	其他運動服務業	8749	其他運動服務業	運動訓練業、登山嚮導業

由表 2.3.2 的對照來看，運動及娛樂用品租賃業原不在行政院「服務業發展綱領及行動方案」所列的範圍內，但從財政部的資料顯示運動及娛樂用品租賃業從 90 年至 93 年的成長率高達 151.5%。不論從運動休閒的活動內容或產業的發展趨勢，本研究皆建議體委會在運動休閒服務業中增列運動及娛樂用品租賃業。

由表中可看出除了運動傳播媒體業外，其他細項產業之內容相當明確，且和運動休閒服務業之關係極為密切。而運動傳播媒體業包含新聞出版業、雜誌（期刊）出版業、書籍出版業、廣播業、電視業等業，但實際上運動相關的生產活動僅佔這些業別極小的比例，且目前相關的次級資料也不容易釐清所佔的比例，因此本研究計算運動休閒服務業產值時暫時不納入運動傳播媒體業。

表 2.3.2 我國運動休閒服務業範疇與分類

運動休閒服務業發展綱領及行動方案 之分類	中華民國行業標準分類	
名稱	細類代碼	名稱
運動用品批發零售業	4462	運動用品、器材批發業
	4662	運動用品、器材零售業
體育表演業、運動訓練業、登山嚮導業	8749	其他運動服務業
運動比賽業	8741	職業運動業
競技及休閒體育場館業、高爾夫球場業	8742	運動場館業
運動傳播媒體業	8410	新聞出版業
	8420	雜誌（期刊）出版業
	8430	書籍出版業
	8610	廣播業
	8620	電視業
運動管理顧問業	7402	管理顧問業
--	6731	運動及娛樂用品租賃業

資料來源：本研究整理。

第三章 運動休閒服務業之一般經營概況

在本研究的界定下，我國運動休閒產業包含行業標準分類中的職業運動業、運動場館業、其他運動服務業、運動用品批發及零售業、管理顧問業、運動及娛樂用品租賃業，以及新聞出版業、新聞出版業、書籍出版業、廣播業等和運動有關的媒體業等行業。新聞出版業、新聞出版業、書籍出版業、廣播業等和運動有關的媒體業，由於運動所佔的比例較小，且由現行的資料推估不易，因此暫時將之納入非核心產業，不加以估計。

本章之主要目的在於估算我國運動休閒服務業中的各項產業之一般經營概況資料，包括企業及場所單位家數、從業員工數、營業收支以及附加價值等。由於運動休閒服務業中之各項產業皆為四位碼分類的產業，因此在主計處工商普查報告中有些類別並無企業及場所單位家數、從業員工數、營業收支以及附加價值等資料的統計。對於這類業別本研究先從財政部之稅籍資料計算這些類別在二位碼產業中的比例，再以此比例從工商普查資料，拆解計算四位碼業別之一般經營概況資料。

估算運動休閒服務業之一般經營概況資料前，本章 3.1 節先對我國運動休閒服務業之現況做概括性的說明，3.2 節逐項說明我國運動休閒服務業之一般經營概況資料的推估過程和結果。

3.1 我國運動休閒服務業之現況

3.1.1 職業運動業

職業運動不同於業餘運動，其經營型態與一般企業相仿，乃將職業運動予以企業化經營並商業化，以舉辦運動競賽吸引社會大眾產生商業交易之行為。職業運動除了職業球員、教練等專業人員之外，尚包括出售門票、比賽轉播權利金、販賣相關周邊產品等活動（蔡岱亨，2003）。棒球與籃球原是我國較為風行之職業團體運動，但現存職業聯

盟以職業棒球較為興盛，職業籃球因內部經營問題及與轉播媒體契約之糾紛，於 1999 年 3 月 14 日起停賽，因此目前並無職業籃球聯盟。除上述兩項團體運動外，其他如保齡球、撞球、高爾夫球等，也有職業比賽和職業球員，但因性質上屬個人競技運動，目前尚未有職業聯盟成立。

國內職業棒球聯盟在合併前有兩個聯盟，(1) 1990 年成立的中華職業棒球聯盟（簡稱中華職棒聯盟），第一年有 4 支球隊參與，分別為兄弟象、統一獅、味全龍與三商虎；(2) 1997 年開始的台灣職業棒球大聯盟（簡稱台灣大聯盟），第一年亦有 4 支球隊參與，分別為台北太陽隊、台中金剛隊、嘉南勇士隊與高屏雷公隊。然經過兩聯盟市場競爭，加上爆發球員收賄打球放水事件之衝擊，多支球隊相繼解散，直至 2001 世界盃棒球賽在台灣舉行，才重新掀起台灣棒球熱潮（中華職棒全球資訊網，2005）。中華職棒聯盟和台灣大聯盟在 2003 年簽署合併協議書，解散台灣職業棒球大聯盟，並將所屬 4 支球隊精簡為 2 支球隊，以中華職業棒球聯盟為存續聯盟，合併後之職棒聯盟稱為「中華職業棒球大聯盟」。現有球隊包括兄弟象、興農牛、統一獅、中信鯨、誠泰 Cobras 及 La New 熊等六隊，球員共計 187 人，教練共計 41 人（中華職棒全球資訊網，截至 2005 年 8 月 24 日止）。歷年進場觀眾人數詳如表 3.1.1 所示，1990 年至 1996 年，可謂職棒之黃金時期，平均單場觀眾人數皆在 4,500 人以上，但 1997 年因市場競爭以及爆發放水事件，球迷進場觀賞意願低落，單場觀眾人數驟減至 2,000 多人，爾後雖因世棒賽掀起另一股棒球熱潮，票房有逐漸回升之勢，但進場觀眾人數尚未達顛峰時期之水準。

為重振我國職業籃球運動，中華籃協於原來架構下成立「中華民國超級籃球聯賽委員會」籌辦超級籃球聯賽，現有 7 支男子球隊，為裕隆、緯來、東森、達欣、台啤、台銀及新浪，4 支女子球隊，為國泰、台元、電信及台電。首季超籃於 2003 年 11 月 21 日開賽，共吸引 7 萬人次觀戰，創造 1,300 萬元票房收入（台經院產經資料庫，2004）。第

二季於 2004 年 12 月 18 日開始，並增加女子組賽程，超籃並非職業運動，但在政府與民間力量結合下，可望未來籃球能重回職業運動舞台。

表 3.1.1 中華職棒歷年舉辦場次及進場觀眾數

年度	總場次（場）		平均單場觀眾人數（人）	
	中華職棒	台灣大聯盟	中華職棒	台灣大聯盟
1990	180	-	5,000	-
1991	180	-	5,836	-
1992	180	-	6,878	-
1993	270	-	5,928	-
1994	270	-	5,954	-
1995	300	-	5,488	-
1996	300	-	4,548	-
1997	336	199	2,041	3,503
1998	315	226	2,191	3,079
1999	278	168	1,786	3,296
2000	180	168	1,676	3,381
2001	180	120	1,876	1,814
2002	180	144	2,957	1,278
2003	300	-	3,195	-
2004	300	-	3,505	-
共計	3,749	1,025	3,924	2,725
合計	4,774		3,325	

註：1.1999 年原訂 300 場比賽，因 921 地震取消 22 場。

2.比賽場次為例行賽場次，不含總冠軍賽及熱身賽等。

資料來源：本研究整理自體育統計，2004；中華職棒全球資訊網，
<http://www.cpbl.com.tw/default.asp>。

職業撞球在中華民國撞球運動協會大力推展下，由該協會所成立的各區委員會選拔選手參加全國職業撞球排名賽，1997 年緯來體育台開始贊助職業撞球後，目前緯來體育台定期轉播 男子職業撞球大賽。

截至 2003 年止，國內職業撞球比賽總計舉辦 1,025 場次，全國職業排名賽共 172 場，緯來體育台所舉辦的職撞大賽有 853 場，詳如表 3.1.2 所示。根據統計資料顯示，自電視轉播職撞比賽後，觀眾人數逐漸攀上高峰，顛峰期曾有四百多萬人觀賞過職撞比賽，但隨著熱度的消減，近年觀眾人數有明顯下滑之趨勢。

表 3.1.2 職業撞球歷年舉辦場次及觀眾數

年度	比賽場次（場）		觀眾人數（人次）	
	職撞大賽	職撞排名賽	職撞大賽	職撞排名賽
1987	0	4	-	2,800
1988	0	6	-	4,200
1989	0	8	-	5,600
1990	0	10	-	7,000
1991	0	12	-	8,400
1992	0	12	-	8,400
1993	0	10	-	7,000
1994	0	11	-	7,700
1995	0	7	-	4,900
1996	0	9	-	6,300
1997	117	12	2,520,000	8,400
1998	126	12	3,150,000	8,400
1999	126	11	4,200,000	8,300
2000	128	12	3,570,000	8,400
2001	117	12	3,200,000	7,900
2002	112	12	3,250,000	8,600
2003	127	12	2,500,000	4,800
共計	853	172	22,390,000	117,100
合計	1,025		22,507,100	

註：職撞大賽觀眾人數包含現場觀眾及估計收看轉播觀眾之合計。

資料來源：本研究整理自體育統計，2004。

職業高爾夫比賽原由「中華民國高爾夫協會」主辦，在 1993 年「中華民國職業高爾夫協會」成立後，便改由後者主辦。但為配合我國現況又更名為「台灣職業高爾夫協會」，目前有 208 位職業選手，101 位

專業教練（林建元等，2004）。撞球、高爾夫球等屬個人競技運動類，與團隊運動類之差異性在於，選手可依其條件參加世界上舉辦的職業比賽，而各主辦單位亦可依其經費多寡，廣邀世界各國知名職業選手來參賽。

3.1.2 運動場館業

運動場館業之營運主體有公共及民營之分，簡述如下：

一、公立運動場館

公立運動場館之興建可溯及 1960 年代，從台北市立體育場、台灣省立體育場（位於台中市）之興建開始，其後常藉由各縣市輪流舉辦之省運會、區運會等機會興建運動場館（林建元等，2004）。公立運動場館提供的運動項目以田徑、綜合體育場館、排球、體操、棒球等運動活動為主。現有縣市立體育場共 26 個，92 年度預算約為新台幣 17 億元，較 91 年度 23 億元（體育統計，2004）約減少 26%。

1998~2003 年行政院體育委員會補助興(整)建運動設施共達 1,390 座，其中包括縣市立運動場館 100 座；鄉鎮、市、區運動場館 62 座；鄉鎮、市、區游泳池 35 座；鄉鎮、市、區運動公園 27 座；社區簡易運動場所 752 座；運動場館夜間照明設備 337 座；自行車道 29 座；其他共 48 座（體育統計，2004），歷年統計詳如表 3.1.3 所示。部分縣市運動場館以公辦民營方式經營，除棒球場因職棒比賽而稍有獲利外，其餘場館經營狀況並不理想，甚至有虧損之情形（台經院產經資料庫，2003）。

學校體育場館及設施部分，根據師範大學體育研究與發展中心之調查研究，全國各級學校計有 3,926 所，包括大專院校 157 所、高中職校 467 所、國中 703 所、國小 2,599 所。設置運動場館設施之校數及比例如表 3.1.4 所示。整體而言，已設有徑賽場及籃球場之學校佔全國學校 90% 以上；設置比例超過 50% 的有田賽場、排球場、桌球室、遊戲場地等四種場館；但室、內外游泳池、手球場、巧固球場、合球場、

技擊教室、高爾夫練習場等場館設置比例不到 10%；若以各級學校來看，則設置情形如下：

1. 國小設置比例最高為徑賽場（93%），同時加設夜間照明設備之學校佔設有競賽場學校之 12.45%。各縣市小學共開放 8,552 處運動場館，其中免費開放有 7,887 處（92.2%），以田徑場最多（1,982 處），其次為籃球場（1,972 處）。付費開放有 665 處（7.8%），以體育館最多（327 處），其次為桌球室（54 處）；
2. 國中設置比例最高為籃球場（96.44%），各縣市國中共開放 2,720 處運動場館。其中免費開放有 2,394 處（88%），以籃球場最多（587 處），其次為田徑場（565 處）；付費開放有 326 處（7.8%），以體育館最多（178 處），其次為桌球室（31 處）；
3. 高中職設置比例最高為籃球場（94.86%），各縣市高中職共開放 1,789 處運動場館。其中免費開放計有 1,420 處（80.4%），以籃球場最多（310 處），其次為排球場（284 處）；付費開放有 369 處（20.6%），以體育館最多（137 處），其次為桌球室（54 處）；
4. 大專院校設置比例最高為籃球場（96.18%），各縣市大專院校共開放 1,185 處運動場館。其中免費開放計有 844 處（71.22%），以籃球場最多（128 處），其次為排球場（119 處）；付費開放有 341 處（28.78%），以體育館最多（47 處），其次為網球場（37 處）。

表 3.1.3 體委會歷年補助興（整）建之體育場館統計

單

位：座

年度	縣市立運動場館	鄉鎮市區運動場館	鄉鎮市區游泳池	鄉鎮市區運動公園	社區簡易運動場所	運動場館夜間照明設施	自行車道	其他	合計
1998	12	5	5	6	313	201	0	0	542
1999	11	4	5	6	246	79	0	0	351
2000	20	15	17	6	133	55	0	0	246
2001	13	4	0	2	0	0	0	25	44

2002	30	12	4	2	37	1	13	9	108
2003	14	22	4	5	23	1	16	14	99
合計	100	62	35	27	752	337	29	48	1,390

資料來源：本研究整理自體育統計，行政院體委會，2004。

表 3.1.4 全國各級學校體育場館及設施統計

項目	大專		高中職		國中		國小		總和	
	學校數	比例	學校數	比例	學校數	比例	學校數	比例	學校數	比例
徑賽場	128	81.53%	389	83.30%	663	94.31%	2417	93.00%	3597	91.62%
田賽場	96	61.15%	268	57.39%	460	65.43%	1251	48.13%	2075	52.85%
體育館	117	74.52%	317	67.88%	490	69.70%	994	38.25%	1918	48.85%
室內游泳池	36	22.93%	79	16.92%	48	6.83%	66	2.54%	229	5.83%
室外游泳池	31	19.75%	65	13.92%	39	5.55%	49	1.89%	184	4.69%
籃球場	151	96.18%	443	94.86%	678	96.44%	2297	88.38%	3569	90.91%
排球場	146	92.99%	411	88.01%	543	77.24%	975	37.51%	2075	52.85%
網球場	131	83.44%	216	46.25%	248	35.28%	472	18.16%	1067	27.18%
手球場	17	10.83%	40	8.57%	81	11.52%	245	9.43%	383	9.76%
足球場	77	49.04%	180	38.54%	271	38.55%	418	16.08%	946	24.10%
桌球室	139	88.54%	365	78.16%	492	69.99%	1228	47.25%	2224	56.65%
巧固球場	2	1.27%	8	1.71%	12	1.71%	83	3.19%	105	2.67%
合球場	3	1.91%	5	1.07%	6	0.85%	56	2.15%	70	1.78%
技擊教室	49	31.21%	59	12.63%	53	7.54%	29	1.12%	190	4.84%
重量訓練室	134	85.35%	247	52.89%	200	28.45%	36	1.39%	617	15.72%
風雨操場	16	10.19%	55	11.78%	86	12.23%	37	1.42%	194	4.94%
高爾夫練習場	36	22.93%	12	2.57%	2	0.28%	9	0.35%	59	1.50%
棒壘球場	60	38.22%	61	13.06%	73	10.38%	133	5.12%	327	8.33%
躲避球場	4	2.55%	19	4.07%	30	4.27%	922	35.48%	975	24.83%
遊戲場地	3	1.91%	10	2.14%	14	1.99%	1838	70.72%	1865	47.50%
韻律教室	130	82.80%	197	42.18%	120	17.07%	354	13.62%	801	20.40%
體操教室	25	15.92%	31	6.64%	37	5.26%	176	6.77%	269	6.85%

資料來源：學校體育統計年報，師大體研中心，2004。

二、私人運動場館

隨著經濟成長，國民所得日益提升，國人開始注重運動與休閒活動。運動健康（健身）的風氣日益興盛，促成各類私人運動場館的興起。私人經營的運動場館以撞球場、舞蹈教室、游泳池、健康（健身）俱樂部（含各式運動、健身、體適能中心等）、高爾夫球場為主；撞球場原來消費者多以男性居多，自從國內體育台轉播女子撞球比賽，且國內女子撞球選手揚威國際之後，女子撞球風氣漸開，目前吸引許多

女性消費者參與。

舞蹈教室以職業婦女為主要消費群，主要教授韻律舞；游泳池業者除提供民眾游泳外，亦提供相關健康（健身）、舒壓設施做為號召，如水療、三溫暖、藥浴、溫泉等設施來吸引消費者（台經院產經資料庫，2003）；高爾夫球場及練習場所需面積廣大，多設置在郊區或都市邊陲地區，依體委會於2003年統計，核准開放使用及核准籌設中之高爾夫球場如表3.1.5所示，截至2003年核准開放使用之高球場共47座，以桃園縣10座為最多，其次為台北縣8座（體育統計，2004）。

表 3.1.5 高爾夫球場分佈統計

單位：座

地區	核准開放使用	核准籌設中	合計
高雄市	1	0	1
台北縣	8	6	14
桃園縣	10	2	12
新竹縣	4	8	12
苗栗縣	1	1	2
台中縣	5	1	6
彰化縣	2	1	3
南投縣	2	1	3
嘉義縣	2	0	2
台南縣	5	0	5
高雄縣	4	0	4
屏東縣	1	1	2
宜蘭縣	0	1	1
花蓮縣	1	0	1
台東縣	0	1	1
台中市	1	0	1
總計	47	23	70

資料來源：本研究整理自體育統計，2004。

隨著運動健康（健身）的觀念日益受到重視，國內運動健康（健

身)俱樂部如雨後春筍般的設立。根據高俊雄(2000)的研究,健康(健身)俱樂部在都市的供給及需求皆較鄉村高,國內運動休閒俱樂部大致上可區分為五大類(高俊雄等,2003):

一、專業體適能運動為主之健康(健身)俱樂部

以提升體適能為主要訴求,設施以健身房、有氧舞蹈教室為基本設施,另附設商品銷售區、烤箱、蒸汽室、水療池、撞球或桌球等設施,設置地點以都會區為主,以平價入會費吸引消費者;

二、商務聯誼為主之健康(健身)俱樂部

標榜具有商務社交的身份表徵為訴求,即提供運動休閒健康(健身)功能外,兼具商務聯誼之功能。設施除專業體適能設施外,特色為附設餐廳提供會員佳餚,因此投資成本較一般專業體適能健康(健身)俱樂部高出許多,設置地點以商業區為主,並以高價入會費來以價制量;

三、健康休閒運動為主之健康(健身)俱樂部

此類俱樂部之特性以提升社區居民生活品質為訴求,基本設施有游泳池、水療池、健身房、兒童活動設備為基本設施,另有附設KTV、餐飲、球場等休閒設施,以提供社區居民全家大小適合之運動休閒活動空間。若開放對外經營者,則入會費屬中、低價位,若不對外開放,則以社區居民為基本會員;

四、休閒渡假為主的鄉村俱樂部

鄉村俱樂部主要特色為場地面積寬廣,設置地點遠離都會區,設施多樣化且完善,除具有一般社區型俱樂部之設施外,另附設住宿、餐飲、娛樂及戶外活動設施,如網球場、馬場及烤肉區等。對象以家庭為主,收費較高,主要以滿足家庭週休二日之需求;

五、特殊主題性之健康(健身)俱樂部

以特定主題為訴求，主題設施佔俱樂部大部分面積，一般運動健身設施在此類俱樂部中成為配角，為與鄉村俱樂部做出市場區隔，故以特定主題作為特色。

健康（健身）俱樂部之經營型態有獨立型與附屬型兩大類（高俊雄，2000）。獨立型是指該健康（健身）俱樂部為所屬企業的主要經營業務，自 90 年代後獨立型健康（健身）俱樂部之經營模式多為連鎖經營，如本土企業經營的亞歷山大健康休閒俱樂部、佳姿氧身工程館、統一佳佳股份有限公司（統一集團與佳佳碧兒合資成立）等；外商則有加州健身中心（California Fitness Center）與金牌健身中心（Gold's Gym）等。附屬型為隸屬於大企業中之運動健康（健身）俱樂部，如中興百貨的中興健身俱樂部、太平洋集團的太平洋都會生活俱樂部、和信集團的和信生活家休閒俱樂部、富邦集團的富邦米蘭親子俱樂部及統一集團的統一健康世界俱樂部等；國內主要民營健康（健身）俱樂部之家數及會員概況整理如表 3.1.6。

表 3.1.6 國內主要健康（健身）俱樂部概況

健康（健身）俱樂部	家數	會員人數
亞力山大	22	30 萬人
統一佳佳	15	3 萬多人
佳姿	25（包含 101 氧身運動館）	20 萬人
加州	3	4.6 萬人
好萊塢	2	1 萬人
金牌	1	3,000 多人
中興	1	1,200 多人

註：佳姿於 2005 年 5 月 20 日已全面歇業，亞力山大之統計僅為台灣部分。

資料來源：本研究整理自台經院產經資料庫（2004）與亞力山大網站，
http://www.alexander.com.tw/shopping_new/clubaddress.asp。

3.1.3 其他運動服務業

其他運動服務業是指領有專業證照或運動相關專業人員，專業人員如運動傷害防護員、單項教練及裁判、指導員等。上述專業人員可來自學校教育、企業培訓及社會培訓等三種管道（林建元等，2004）。學校教育為由公私立大專、技職院校相關系所培育之學生，自八十學年度至九十一學年度止體育運動相關系所畢業者計有 16,719 人（體育統計，2004）。企業培訓為企業對運動休閒服務業之從業人員之職前、在職之專業訓練，或鼓勵員工再回相關學校系所在職進修。社會培訓為學校及企業之外所提供的教育訓練，例如公私立之教育機構、各體育機關團體（體育總會、單項運動協會、縣市體育會）等，行政院體育委員會、各單項運動協會及國際專業認證機構，為上述專業人員專業證照之檢定及核發之主要執行單位（林建元等，2004），上述機關團體之檢定、核發項目、資格及認證辦法彙整如表 3.1.7。

表 3.1.7 運動休閒服務業專業人員認證機構及辦法

機構名稱	核發證照	基本資格	認證辦法	
行政院體育委員會	登山嚮導員	年滿 20 歲，持有最近三個月內公立醫療院所體格檢查證明書籍有限期限內急救員或水上救生員證書。	健行嚮導	1. 完成健行嚮導級別之核定路線，經登山團體證明者。 2. 參加過累計七天以上之登山訓練，經登山團體證明者。 3. 由健行嚮導級以上合格登山嚮導指導並擔任助理工作兩年達兩次以上經歷，經登山團體證明者。
			攀登嚮導	1. 完成攀登嚮導級別之核定路線，經登山團體證明者。 2. 參加過累計十四天以上之登山訓練，經登山團體證明者。 3. 由攀登嚮導級以上合格攀登嚮導指導並擔任助理工作兩年達兩次以上經歷，經登山團體證明者。

機構名稱	核發證照	基本資格		認證辦法
				山岳嚮導 1. 完成山岳嚮導級別之核定路線，經登山團體證明者。 2. 參加過累計十四天以上之冰雪地攀登訓練，經登山團體證明者。 3. 由山岳嚮導級以上合格山岳嚮導指導並擔任助理工作兩年達兩次以上經歷，經登山團體證明者。
	體能指導員	年滿20歲	初級國民體能指導員，具高中、職以上學歷獲同等學力資格者 中級國民體能指導員，取得初級國民體能指導員資格並具三年以上指導經驗，或體育運動相關系所畢業者。 高級國民體能指導員，取得中級國民體能指導員資格並具三年以上指導經驗者。	檢定以筆試及術科操作方式辦理，學術科需同時及格。

機構名稱	核發證照	基本資格		認證辦法
	運動傷害防護員	年滿 20 歲，國內外大專院校以上畢，並已修習運動傷害防護學群之課程。		筆試，以相關課程為範圍；技術測驗，包括運動傷害及一般急救處理、運動傷害防護貼紮及儀器之運用。
各單項運動協會	各單項運動之教練與裁判證	年滿 20 歲	A 級教練（裁判），具有中 B 級教練（裁判）證照並實際從事三年以上教練工作，且成績優異者。	需參與各級體育活動教練（裁判）講習之最低研習天數為三天或授課時數達二十四小時。
			B 級教練，具有初 C 級教練（裁判）證照並實際從事三年以上教練工作，且成績優異者。	
			國民中學以上畢業者。	
	救生員	年滿 16 歲，通過體格檢定（以體檢表為準）。		(一)靜水（游泳池）：救生游法、基本救生、水中自救、徒手救生等。 (二)急救 訓練（CPR 心肺復甦術）。 (三)海浪（海洋）一跑游跑、魚雷浮標操作與救生、救生板操作與救生、IRB 快艇操作救生，沙灘體能訓練。 (四)激流救生訓練（河川）；全部訓練課程共 85 小時（不含實習）。
美國運動醫學	體能教練	健康、體育、運動相關領域之大		學科及術科之檢定考試

機構名稱	核發證照	基本資格	認證辦法
會 (American College of Sports Medicine, ACSM)		專院校系所及在校最後學期之學生，具畢業、肄業證書者；若非上述相關院校系所者，需具備相關領域教學經驗 900 小時之證明文件，以上皆須擁有有效期限內之 CPR 證明書。	
國際有氧運動訓練與體能聯合會 (Federation of International Sports Aerobics & Fitness Inc., FISAF)	水中健體導師 團體體能指導員	健康、體育、運動相關領域之大專院校系所及在校最後學期之學生，具畢業、肄業證書者；若非上述相關院校系所者，需具備相關領域教學經驗 900 小時之證明文件，以上皆須擁有有效期限內之 CPR 證明書。	學科及術科之檢定考試
美國有氧體能協會 (Aerobics and Fitness Association of America,	國際基本有氧教練 階梯有氧教練 拳擊有氧教練 兒童有氧教練	除個人體能顧問需具備 AFAA 之基本有氧教練或體能訓練員認證，並無特別限制。	理論及實技檢定合格，並附上有效之 CPR 認證及登錄費

機構名稱	核發證照	基本資格	認證辦法
AFAA)	孕婦有氧教練 體能訓練員 個人體能顧問		
美國運動阻力 訓練學院 (Resistance Training Specialist, RTS)	體能教練	並無特別限制	學科及術科之檢定考試

資料來源：本研究整理自體委會網站之法令規章區，2005；林建元等，2004。

針對各單項運動之教練及裁判之統計，A 級教練截至 2003 年止，累計核發 3,669 張證照，A 級裁判在 2003 年 1 月至 12 月底止，共核發 283 張（體育統計，2004）。張毓倫（2004）對國內三家主要健康（健身）俱樂部之人力進行統計結果如表 3.1.8 所示。

表 3.1.8 國內三家主要健康（健身）俱樂部專業人力現況

項目	中興	加州	亞力山大
教練	30 位 （其中 15 位領有 ACSM 證照）	60 位 （其中 42 位領有個人運動指導執照）	100 位
證照制度	ACSM	擁有自訂之證照制度	將引進 ACSM
優點	教練擁有國際證照人數最多	教練擁有證照數最多	教練數最多
缺點	教練人數不夠，恐有無法顧及每位消費者之問題	證照非國際證照，專業能力與國際認證有差異	無證照制度，專業能力及知識需加強

資料來源：張毓倫，2004。

3.1.4 運動用品批發及零售業

運動用品批發及零售業是將產品自生產者手中移轉至組織用戶或最終消費者手中的相關業者（高俊雄，2000；林國榮等，2002），運動用品批發及零售業之功能及銷售對象彙整如表 3.1.9。我國運動用品批發及零售業於 1960 年左右，僅有運動用品零售業，且產品種類相當有限，一般運動用品大多附設在文具店、鞋店及百貨公司銷售。自 1991 年後，國際公司 NIKE 於台北設立分公司後，才促進運動用品批發及零售整體供應系統的國際化（林建元等，2004）。

國內運動休閒用品知名批發商包括自強、強生、星裕、成功體育、僑泰鑫及高島等，其中部分批發商兼營製造或零售。零售業方面，近年有由單項產品專賣逐漸取代傳統多項商品經營之趨勢，例如高爾夫

球、棒壘球、保齡球、撞球等專賣店（林國榮等，2002、林建元等，2004）。我國運動用品製造商過去以外銷為主，常忽略國內市場，但近年來台灣已成為運動用品消費之潛力市場，吸引眾多外商進駐（李文娟，1997），如國際公司 Nike 及 Adidas 等。這些通路商除經營運動鞋、服飾及配件銷售外，亦常贊助國內知名運動賽會，如高中籃球聯賽、馬拉松比賽等，以提昇產品知名度。另運動紀念品為運動休閒衍生之產品，常隨職業運動之流行而銷售，我國運動休閒用品零售業者概況彙整如表 3.1.10。

表 3.1.9 運動休閒用品批發及零售業之功能及銷售對象

產品來源	類別	功能	銷售對象
國內外製造或進口之運動休閒產品	批發商	倉儲、運輸、配送、交易、分類	各級學校、各種俱樂部、零售商、企業用戶、政府單位等
	零售商	店面布置、商品陳列、促銷活動、交易、售後服務	最終消費者

資料來源：本研究整理自高俊雄，2000；林國榮等，2002。

表 3.1.10 我國運動休閒用品零售業概況

商品種類	型態	相關業者
運動休閒服飾、鞋及配件	專賣店	尚智、摩曼頓、寶島、星智、千琪等連鎖店
	大型賣場 (或量販店)	大潤發、家樂福、愛買等量販店及各大百貨公司
	國際品牌之專櫃 或專賣店	Nike、Adidas、Reebok、Puma、Mizuno、New Balance、K-Swiss、Top Player et al.

運動休閒用品、器材 (高爾夫球、棒壘球、撞球及健康(健身)器材等)	單項專賣店	紅葉撞球、千田器材、唐橋桌球、冠軍保齡球、伸達高爾夫等
	多項專賣店	強生、僑泰鑫、文瑞、宏明等
運動紀念商品	各式賽會	中華職棒、盃賽等

資料來源：本研究整理自高俊雄(2000)及林國榮等(2002)。

3.1.5 運動及娛樂用品租賃業

運動及娛樂用品租賃業涵蓋體育器材出租、健康（健身）用品出租、登山用具出租、腳踏車出租、露營用品出租、遊艇出租、馬匹出租、海灘椅出租等（主計處，2001）。若為運動場館附屬之設備用品租賃則不在此限，運動休閒及娛樂用品租賃業隨著國人重視運動休閒活動，近年來有顯著成長，相關廠商從 1996 年 140 家成長至 2001 年 284 家（工商及服務業普查，2003），影響運動休閒及娛樂用品租賃業的需求因素包含（台經院產經資料庫，2003）：

- 一、國民所得：運動休閒及娛樂用品租賃業所提供的產品多為休閒娛樂用途，隨著國民所得提高，民眾會增加育樂方面的支出，進而提高對本業之需求；
- 二、對休閒娛樂的重視：社會大眾對休閒娛樂越重視，對本業的需求也越高；
- 三、休息時間：由於週休二日的實施民眾投入休閒娛樂的比例增加，同時帶動對本業之需求；
- 四、運動人口：運動人口增加會增加對運動休閒及娛樂用品租賃的需求。

3.1.6 管理顧問業

管理顧問業為提供有關運動競賽表演之籌辦、促銷、管理及運動經紀服務等業務，以滿足消費者觀賞運動賽會之需求。管理顧問業除提供相關企業或運動員所需之法律及財務金融顧問服務外，亦仲介運動員、運動團隊或聯盟代言非特定運動用途之產品。亦即運動休閒管理顧問業所提供的服務不以一般民眾為標的，而是運動員、運動組織、贊助者以及大眾傳播媒體（高俊雄，2000），可說是一種中介機構，以連結業主（如各式運動協會、運動俱樂部及運動員等）與運動賽會（競技運動及運動賽會等）；管理顧問業中從事運動經紀服務之企業依其服

務對象可分為（蔡芬卿，2001）：

- 一、 運動員經紀（含個人或團隊）：以合約談判、財務管理、尋求贊助廠商與東家、爭取廣告代言人、開發個人商品以及為選手作生涯規劃等業務為主；
- 二、 運動組織顧問：處理運動組織的法律、保險、形象規劃、行銷經驗為主，性質類似一般法律顧問公司；
- 三、 運動賽會經營：以承辦運動會為主，包括行銷贊助、賽事規劃、軟硬體設施規劃、媒體報導及轉播等。

台灣早期運動經紀公司多為外商，如 Sports International (SI)、International Management Group (IMG) 及 Fame Top International Management 等（蔡芬卿，2001）。但隨著國內職業運動之發達，已有本土運動經紀公司成立，如那魯灣公司、台灣高爾夫經紀公司等，國內運動經紀公司概况彙整如表 3.1.11。

3.1.7 運動傳播媒體業

運動傳播媒體業為提供有關運動競賽表演之訊息予社會大眾，傳播媒介包含各式電子及平面媒體，以滿足消費透過不同管道觀賞運動賽會之需求；以下以平面及電子媒體簡述本業別之概況。

表 3.1.11 國內主要運動經紀公司概况

公司名稱	成立時間	總公司所在地	服務項目	其他
Sports International (SI)	1990	香港	策略發展、企畫執行、客戶服務、公共關係、廣告規劃等	在台灣以行銷策劃運動賽會為主
那魯灣股份有限公司	1995	台灣	運動賽會的籌辦、企畫，代理舉辦運動相關活動與表演，代銷各式入場券，各式運動服裝、用品、運動遊戲器具買賣，餐廳經營，託撥廣播電視節目等	與 IMG 合作運動經紀事宜
Fame Top	1996	香港	國際體育、國際媒體、企業形象規劃、國際經紀、高爾夫事業規劃、運動器材等事業	以大中華的高爾夫運動推展為主
International Management Group (IMG)	1960	英國	娛樂、藝文、運動場地規劃顧問、運動表演、活動舉辦、人員經紀、節目影帶製作銷售等	在台灣以藝文活動表演、安排國外運動明星來台
仁宇運動科技公司	1999	台灣	電腦設備安裝、運動場地設備工程、運動諮詢顧問	以專業且全方位之運動、休閒娛樂及科技服務的供應者自居
台灣高爾夫經紀公司	1997	台灣	各項高爾夫教學、培訓活動及海外遊學計畫以及中華高爾夫協會形象規劃及行銷規劃	推廣我國青少年高爾夫運動
遠東運動經紀公司	近年	台灣	規劃賽車賽事	推廣賽車運動

資料來源：本研究整理自林永森（1997）及蔡芬卿（2001）。

一、平面媒體

平面媒體包含報紙、雜誌及書籍等，國內大多數報紙設有體育版，惟篇幅視各報而有所不同。例如以運動為主要報導對象的民生報，其廣告量於1983年約為1億7000萬元，在當時16份報紙中敬陪末座，但到1994年及1995年，國內職業運動蓬勃發展時，其廣告量約20億元上下，排名躍居第三，並以三倍左右的差距領先第四名。另一以運動新聞報導為大宗的大成報，1994年有1億8000萬元的廣告量，1995年增加至2億3000萬元（劉昌德，1998）。

運動雜誌與職業運動蓬勃發展與否息息相關，如1994-1997年間，職棒及職籃風行時，相關刊物大量發行。職棒各球團皆擁有專屬刊物，

職籃一度同時永擁有三、四種刊物（林建元等，2004），例如職棒聯盟 1990 年發行的「職業棒球」，職籃有「職籃雜誌」、「看球高手」、「中華職籃」等。以職業棒球的發行量為例，1990 年的發行量為每月 9,000 份，1991 年成長至 20,000 份，1992 至 1994 年約 45,000 份，1995 年更達 55,000 份，六年內成長率超過 500%；各球團專屬雜誌在 1995 年亦有 10,000 至 14,000 份不等之發行量（劉昌德，1998）。

但當職棒涉賭、職籃封館等負面事件陸續爆發後，首當其衝是相關附屬雜誌陸續停刊，如中華職籃。至於運動專業報紙，職業運動風行之全盛時期，國內運動專業報紙有民生報、大成體育報、麗台運動報等，但受到職業運動熱潮衰退的影響，大成體育報停刊，麗台運動報僅於網路出刊，顯見目前運動專業報刊經營相當不易。

二、電子媒體

電子媒體包含電視、廣播及網際網路等，廣電媒體一開始並不看好職業運動。如職棒 1990 年開賽時，僅中廣現場實況轉播，且不需給付任何權利金，職棒聯盟甚至免費提供球評，至 1991 年，雖有三台加入轉播，但皆是免費轉播，並多於冷門時段錄影轉播。直至 1992 年，球迷成長，職棒聯盟才向三台收取象徵性每場 3,000 元之轉播權利金，且須負責三台工作人員餐點（劉昌德，1998）。

當跨國與本土經營的衛星頻道紛紛加入後，才促使運動轉播的競爭，專業運動電視台於 1993 年相繼出現，包括緯來、年代、東森、衛視及 ESPN 等。各台皆以轉播職業運動比賽為主，例如職業棒球、職業籃球、職業高爾夫及職業撞球等。電子媒體亦受到國內職業運動熱潮衰退影響，東森、年代於 2000 年轉型為綜合台（林建元等，2004）。各台在競爭壓力下，加上業餘運動、各級校際運動比賽行銷得宜，電視媒體逐漸轉播業餘和校際比賽，如 ESPN 轉播屬業餘比賽之超級籃球聯賽，緯來轉播高中籃球聯賽等，至於廣播電台目前並無運動專業頻道，僅在特定時段現場轉播，如漢聲廣播電台以現有頻道轉播職棒比賽。

運動透過現代科技之賜，傳播方式不再侷限以往平面的報刊雜誌或是傳統媒介，如電視或廣播。消費者可從網際網路取得大量且免費的運動訊息，例如電子報，電子報有以下優點（周靈山，2004）：

- (一)傳播時效及速度快：電子報不受出刊時間影響，只要寫好新聞便可發佈資訊，讀者只要上網便可收到最新資訊；
- (二)傳播幅員廣：只要具備網路及電腦，完全不受空間限制隨時可得知資訊；
- (三)互動性：讀者可透過電子郵件或討論區與電子報編輯或其他讀者討論；
- (四)符合環保概念：傳統印刷需油墨紙張不符環保，電子報則無此問題；
- (五)成本低：傳統報紙受限於篇幅或版面，報導可能無法全面，電子報無此困擾；
- (六)出版時間縮短：電子報並無傳統報紙所需之印製及運送時間；
- (七)訊息大量個人化：傳統報紙是一對多，而電子報則可依讀者興趣自行選擇主題閱讀；
- (八)傳播內容的質量：電子報可運用多媒體的方式呈現新聞，較傳統報紙更為精彩豐富。

3.2 運動休閒服務業一般經營概況推估

由於我國現有官方統計系統中並未對運動休閒服務業進行例行之調查與統計，加上運動休閒服務業中的相關產業皆屬於行業標準分類的四位碼小分類，因此無法從我國現有資料中（例如，台閩地區工商及服務業普查報告）直接取得相關數據，而必須另行推估。

本研究以主計處出版之民國 90 年台閩地區工商及服務業普查報告做為推估的基礎資料，配合財政部財稅資料中心之營業稅籍資料，做

為運動休閒服務業之企業、場所單位家數、從業員工數、營業收入及附加價值等項目推估之資料來源。推估流程如圖 3.2.1 所示。

其中職業運動業、運動場館業、運動用品批發及零售業、運動及娛樂用品租賃業皆為工商及服務業普查報告中獨立表列之業別，因此上述業別可經由工商及服務業普查報告中所統計之資料直接得到數據。其餘業別包括其他運動服務業、管理顧問業，以及新聞出版業、新聞出版業、書籍出版業、廣播業等和運動有關的媒體業則依營業稅籍資料來離析比例，再配合工商及服務業普查報告，計算相關數據，完成運動休閒服務業一般經營概況推估。

職業運動業從現況分析中得知，我國目前職業運動有職業棒球、職業撞球及職業高爾夫球等，而職業撞球及職業高爾夫球為個人競技運動，國內並無二者之職業聯盟存在，運動員之獎金收入為個人所得，並不計入工商及服務業普查報告中。因此依 90 年工商及服務業普查報告中資料顯示，職業運動業企業單位數有 6 家，員工人數有 437 人，全年各項收入總額為 8.51 億元，產值為 8.33 億元，附加價值為 6.46 億元，詳如表 3.2.1 所示。

表 3.2.1 職業運動業之一般經營概況

行業	企業家數（家）	從業員工數（人）	全年各項收入總額（千元）	產值（千元）	附加價值（千元）
職業運動業	6	437	851,718	833,716	646,241

資料來源：本研究整理自主計處工商及服務業普查報告，2003。

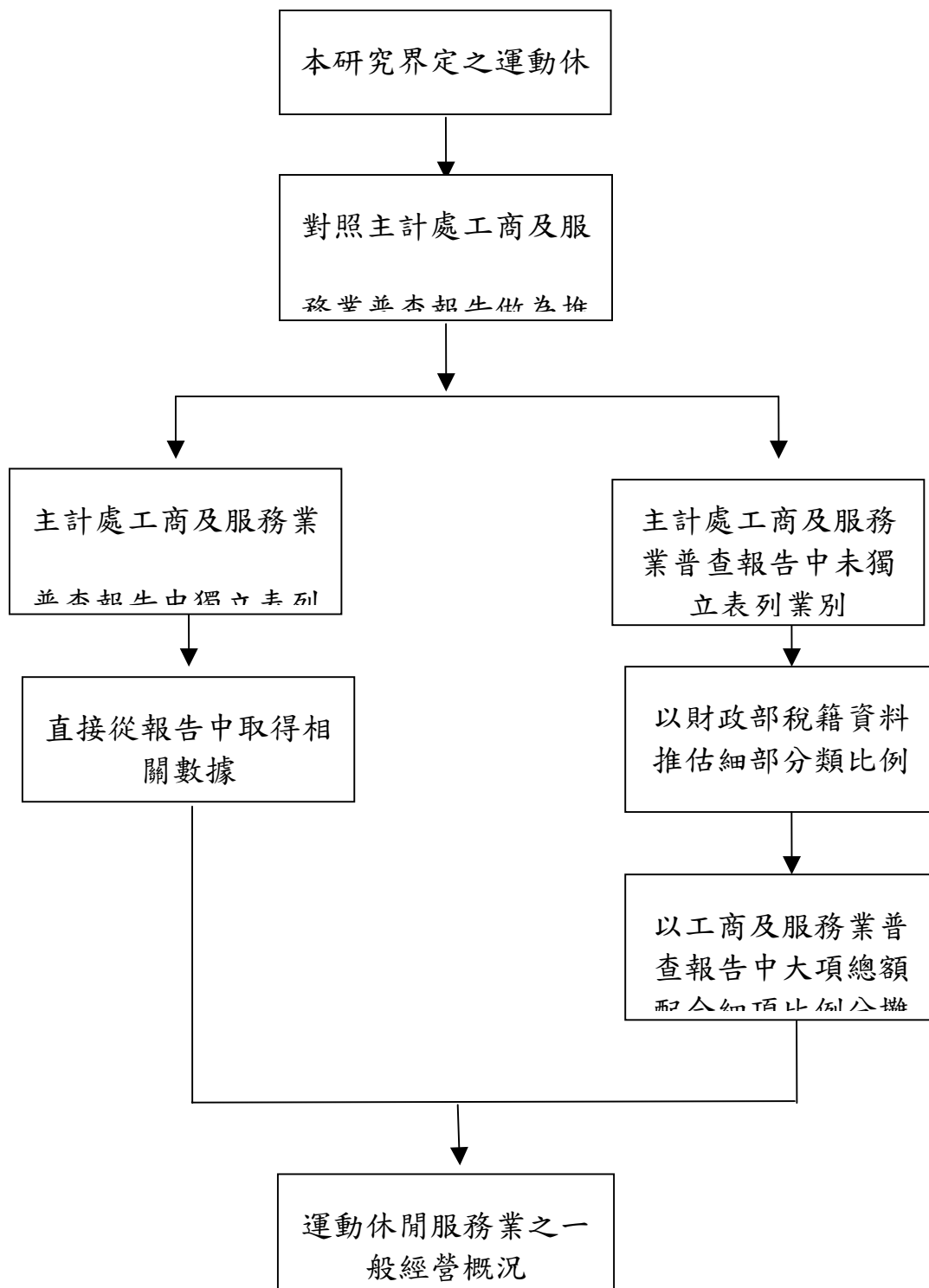


圖 3.2.1 運動休閒服務業一般經營概況推估流程

運動場館業為提供給消費者各種運動休閒活動適合之環境，如運動、健身及休閒娛樂之場地及設備，以滿足消費者實際參與、操作及體驗之需求。運動場館包含撞球場、技擊館、運動館、拳擊館、排球場、沙灘排球場、健身中心、田徑場、足球場、滑雪場、滑草場、棒球場、網球場、手球場、羽球場、桌球館、射擊場、馬術場、溜冰場、壘球場、籃球場、游泳池、保齡球館、韻律（舞蹈）中心、賽車場、自由車場、曲棍球場、柔道館、跆拳道館、舉重館、滑冰館、空手道館、壁球場、合球場、高爾夫練習場、棒球打擊場、合氣道館、運動館、海水浴場、攀岩場、漆彈運動場等。從現況分析中得知，我國現有運動休閒場館可分為公共及私人等兩種。依工商及服務業普查報告中資料顯示，運動場館業企業單位數有 1,954 家，員工人數有 12,291 人，全年各項收入總額為 178.2 億元，產值為 169.1 億元，附加價值為 104.7 億元，詳如表 3.2.2 所示。

表 3.2.2 運動場館業之一般經營概況

行業	企業家數（家）	從業員工數（人）	全年各項收入總額（千元）	產值（千元）	附加價值（千元）
運動場館業	1,954	12,291	17,820,446	16,910,731	10,470,434

資料來源：本研究整理自主計處工商及服務業普查報告，2003。

依工商及服務業普查報告中資料顯示運動用品、器材批發業企業單位數有 1,886 家，員工人數有 12,847 人，全年各項收入總額為 652.93 億元，產值為 167.44 億元，附加價值為 110.72 億元。而運動用品、器材零售業企業單位數有 3,759 家，員工人數有 9,206 人，全年各項收入總額為 206.79 億元，產值為 68.54 億元，附加價值為 55.78 億元，兩者相加可得運動用品批發及零售業之一般經營概況如表 3.2.3 所示。

表 3.2.3 運動用品批發及零售業之一般經營概況

行業	企業家數 (家)	從業員工數 (人)	全年各項收入總額 (千元)	產值 (千元)	附加價值 (千元)
運動用品批發及零售業	5,645	22,053	85,972,379	23,598,536	16,650,740

資料來源：本研究整理自主計處工商及服務業普查報告，2003。

運動及娛樂用品租賃業從現況分析中得知，運動休閒及娛樂用品租賃業隨著國人重視運動休閒活動，近年有顯著之成長。依工商及服務業普查報告中資料顯示，運動及娛樂用品租賃業企業單位數有 284 家，員工人數有 383 人，全年各項收入總額為 3.09 億元，產值為 3.01 億元，附加價值為 2.26 億元，其一般經營概況詳如表 3.2.4 所示。

表 3.2.4 運動及娛樂用品租賃業之一般經營概況

行業	企業家數 (家)	從業員工數 (人)	全年各項收入總額 (千元)	產值 (千元)	附加價值 (千元)
運動及娛樂用品租賃業	284	383	309,609	301,859	226,371

資料來源：本研究整理自主計處工商及服務業普查報告，2003。

其他運動服務業為領有專業證照或運動相關之專業人員，專業人員如運動傷害防護員、單項教練及裁判、指導員等。由於工商及服務業普查報告並未單獨估計其他運動服務業之一般經營概況資料，因此必須以其他次級資料計算。財政部財稅資料中心提供的稅籍資料（2004）中包含運動服務業（行業代碼為 874），以及三個行業細項職

業運動業（行業代碼為 8741）、運動場館業（行業代碼為 8742）及其他運動服務業（行業代碼為 8749）。由稅籍資料中可取得個別細項行業之營業額資料，加總成為運動服務業營業額，且可進一步計算各行業細項比例如表 3.2.5 所示，由表中可知其他運動服務業之營業額佔運動服務業之 0.407%。另外，從稅籍資料中也得知其他運動服務業的企業家數為 61 家。

表 3.2.5 其他運動服務業佔運動服務業之比例

項目	職業運動業	運動場館業	其他運動服務業	合計
營業額 (千元)	176,828	16,693,486	68,993	16,939,307
比例 (%)	1.044	98.549	0.407	100

資料來源：財政部財稅資料中心，2004。

在工商及服務業普查報告中可取得運動服務業之各項資料，包括企業家數、從業員工數、營業收入、產值等，以前面估算的比例 0.407% 乘以工商及服務業普查報告中之運動服務業各項資料（但企業家數可從稅籍資料取得除外），即可估算其他運動服務業之一般經營概況資料如表 3.2.6 所示。合計企業單位數有 61 家，從業員工人數有 371 人，全年各項收入總額為 0.76 億元，產值為 0.72 億元，附加價值為 0.45 億元。

表 3.2.6 其他運動服務業之一般經營概況

行業	企業家數 (家)	從業員工數 (人)	全年各項收入總額 (千元)	產值 (千元)	附加價值 (千元)
其他運動	61	371	75,996	72,218	45,245

服務業					
-----	--	--	--	--	--

資料來源：本研究整理自財政部財稅資料中心，2004；主計處工商及服務業普查報告，2003。

管理顧問業為提供有關運動競賽表演之籌辦、促銷、管理及運動經紀服務等業務，屬於顧問服務業之細項，在工商及服務業普查報告中也未單獨統計。從稅籍資料中可取得顧問服務業（行業代碼為 740）以及其子項：投資顧問服務（行業代碼為 7401）、管理顧問服務（行業代碼為 7402）、環境顧問服務（行業代碼為 7403）和其他顧問服務（行業代碼為 7409）營業額資料，其個別細項行業營業額佔顧問服務業比例如表 3.2.7 所示，結果顯示管理顧問服務業之營業額占顧問服務業之 64.015%。

表 3.2.7 管理顧問服務佔顧問服務業之比例

項目	投資顧問服務	管理顧問服務	環境顧問服務	其他顧問服務	合計
營業額 (千元)	41,317,395	162,575,017	3,031,779	47,039,013	253,963,206
比例 (%)	16.269	64.015	1.194	18.522	100

資料來源：財政部財稅資料中心，2004。

另從稅籍資料可知管理顧問服務業者有 6,492 家。由於管理顧問服務業中並非皆為和運動相關之管理顧問服務，因此必須從其他次級資料再推估提供運動有關之運動相關管理顧問業務之比例。依前節現況分析及國內相關文獻彙整得知，國內目前著名的運動經紀公司有 7 家，加上台灣地區運動產業名錄中收錄從事運動經紀業務之公司有 5 家（台灣體育運動管理學會，2003），總計 12 家，但兩資料來源中有 2 家重複，因此國內運動經紀公司共有 10 家。另外初步以運動、體育、健康、健身、休閒等關鍵字，從稅籍的廠商名稱中尋找相關廠商發現共有 9 家廠商和運動管理顧問有關。因此本研究以此為管理顧問服務業中和運動有關的企業家數（19 家）。繼而以 19 家和前述之 6,492 家的比例算出在管理顧問業中和運動管理顧問有關的業者佔 0.2927%，因此管理

顧問業中屬於運動休閒服務業的業者佔所有顧問服務業之 0.187% (0.2927% x 64.015%)。

由此比例配合工商及服務業普查報告中顧問服務業之各項一般經營概況資料求得從業員工人數 52 人，全年各項收入總額為 1.1 億元，產值為 1.07 億元，附加價值為 0.56 億元，如表 3.2.8 所示。

表 3.2.8 管理顧問業之一般經營概況

行業	企業家數(家)	從業員工數(人)	全年各項收入總額(千元)	產值(千元)	附加價值(千元)
管理顧問業	19	52	110,500	107,148	56,030

資料來源：本研究整理自財政部財稅資料中心，2004；主計處工商及服務業普查報告，2003。

3.3 我國運動休閒服務業產業之一般經營概況

經由 3.2 節之推估，以民國 90 年工商及服務業普查報告為基礎所推估的運動休閒服務業（不包括運動傳播媒體業）之一般經營概況，如表 3.3.1 所示。企業單位數有 7,969 家，員工人數有 35,587 人，全年各項收入總額為 1,051.41 億元，產值為 418.24 億元，附加價值為 280.95 億元。

表 3.3.1 90 年運動休閒服務業產業之一般經營概況

行業	企業家數(家)	從業員工數(人)	全年各項收入總額(千元)	產值(千元)	附加價值(千元)
職業運動業	6	437	851,718	833,716	646,241
運動場館業	1,954	12,291	17,820,446	16,910,731	10,470,434
其他運動服務業	61	371	75,996	72,218	45,245
運動用品	5,645	22,053	85,972,379	23,598,536	16,650,740

批發及零售業					
運動及娛樂用品租賃業	284	383	309,609	301,859	226,371
管理顧問業	19	52	110,526	107,148	56,030
合計	7,969	35,587	105,140,674	41,824,208	28,095,061

資料來源：本研究整理自主計處工商及服務業普查報告，2003。

前面推估的為 90 年運動休閒服務業產業的一般經營概況資料，因此本研究以各業別的成長率來推估 94 年資料。從財政部財稅資料中可取得 90 年及 93 年兩年度各業別之營業額，由此計算各業別之平均年成長率，再以平均年成長率推估 90 年至 94 年的總成長率，以此推估 94 年運動休閒服務業之一般經營概況。從財稅資料中計算之各業別平均年成長率和總成長率如表 3.3.2 所示。

需特別說明的是，90 年稅籍資料是以主計處行業標準分類第六版分類，但 93 年是以第七版為基準分類。其中職業運動業、運動場館業及其他運動服務業在第六版和第七版的分類項目和內容有頗大的差異。例如，運動場館業在第七版中之四位代碼為 8749，對應的是第六版中其他教育訓練服務業（代碼 8219）及社會團體（8255），且內容並不完全一致。因此本研究以包含職業運動業、運動場館業及其他運動服務業的較粗分類運動服務業（代碼 874）做為計算成長率的基礎。

表 3.3.2 運動休閒服務業各業別成長率

業別	營業額（億元）		平均年 成長率 （%）	90-94 年總 成長率 （%）
	90 年	93 年		
職業運動業	159.6	169.3	2.043	8.172
運動場館業				
其他運動服務業				

運動用品批發及零售業	484.7	732.6	17.049	68.196
運動及娛樂用品租賃業	3.3	8.5	50.502	202.008
管理顧問業	1.8	5.2	0.206	0.824

資料來源：本研究整理自財政部財稅資料中心，90 年和 94 年。

由表 3.3.2 的總成長率，換算成 90 年至 94 年之總成長率，並以民國 90 年工商及服務業普查報告為基礎所推估運動休閒服務業之一般經營概況，推估 94 年運動休閒服務業之一般經營概況推估如表 3.3.3。企業單位數有 12,558 家，員工人數有 52,471 人，全年各項收入總額為 1,660 億元，產值為 599.84 億元，附加價值為 408.2 億元。

不論是從企業家數、從業員工、產值或附加價值來看，運動用品批發及零售業皆是運動休閒服務業中的最大子產業（將近 70%產值），其他依序為運動場館業、運動及娛樂用品租賃業、職業運動業、其他運動服務業和管理顧問業。運動用品批發及零售業亦屬流通產業的範疇，主管機關為經濟部商業司，而非體委會。如果不計此子產業，運動休閒服務業僅有 128 億元的附加價值，也就是未來體委會推動運動休閒服務業時所能著力的僅約有 30%的產業範圍，將是一大挑戰。

表 3.3.3 94 年度運動休閒服務業產業之一般經營概況

行業	企業家數 (家)	從業員工 數(人)	全年各項收入 總額(千元)	產值 (千元)	附加價值 (千元)
職業運動業	6 (0.05)	473 (0.9)	921,320 (0.6)	901,847 (1.5)	699,052 (1.7)
運動場館業	2,114 (16.8)	13,295 (25.3)	19,276,733 (11.6)	18,292,835 (30.5)	11,326,176 (27.7)
其他運動服務業	66 (0.5)	401 (0.8)	82,206 (0.05)	78,120 (0.1)	48,943 (0.1)
運動用品批發及 零售業	9,495 (75.6)	37,093 (70.7)	144,602,103 (87.1)	39,691,794 (66.2)	28,005,879 (68.6)
運動及娛樂用品 租賃業	858 (6.8)	1,157 (2.2)	935,019 (0.6)	911,614 (1.5)	683,640 (1.7)
管理顧問業	19 (0.2)	52 (0.1)	111,436 (0.07)	108,031 (0.2)	56,492 (0.1)
合計	12,558 (100.0)	52,471 (100.0)	165,928,817 (100.0)	59,984,081 (100.0)	40,820,082 (100.0)

註：括弧內數字表示百分比(%)。

資料來源：本研究整理自主計處工商及服務業普查報告，2003。

第四章 全國性及國際性運動賽會之調查

大型運動賽會的舉辦通常需投入大量人力、財力以及物力，但由於硬體設施的興建，且參觀和參賽人數眾多，大型運動賽會可創造相當的經濟效益。因此體委會將主辦國際運動賽會次數、運動賽會到場觀賽人次以及舉辦運動賽會提供之就業機會等，列為推動運動休閒服務業的效益指標。

但國內對大型賽會主辦的次數、觀賽人數以及所創造的就業機會鮮有相關的統計資料。為提供國內大型運動賽會的相關資料，本研究針對 94 年度國內大型運動賽會中之國際性及全國性賽會進行相關調查，調查重點在於相關就業人數及到場參觀人次。4.1 節簡要說明我國國際性和全國性賽會相關資訊；4.2 節整理出 94 年在台舉辦的所有國際性和全國性賽會之名稱、主辦單位、舉辦時間等資訊做為調查母體，並說明調查方法；4.3 節彙整問卷內容（調查內容主要為就業人數及到場參觀人數）與調查結果。

4.1 國際性及全國性賽會概述

4.1.1 國際性賽會

國內舉辦之國際性賽會類型包含單項型或綜合型賽會，以再度激起國人棒球熱潮之第三十四屆世界盃棒球錦標賽而言，參賽隊伍來自五大洲，共 16 隊，包括中華台北、美國、日本、韓國、古巴、加拿大、法國、義大利、澳洲、巴拿馬、南非、尼加拉瓜、多明尼加、荷蘭、俄國、菲律賓等。該屆世棒賽指導單位為行政院體育委員會、中華奧林匹克委員會；主辦單位為國際棒球總會（International Baseball Federation, IBAF）；承辦單位有中華民國棒球協會、台北市政府、台北縣政府、嘉義市政府、高雄縣政府。比賽球場包含台北縣新莊棒球場、台北市天母棒球場、嘉義市棒球場、高雄縣澄清湖棒球場等四個場地。比賽期間為當年 11 月 7 日至 11 月 18 日，共計 13 天，外賓（如世界

棒球總會職員)、貴賓及各國代表隊職員、球員等共約 600 人參與。另開閉幕表演、選手之夜、售票、進場驗票、比賽現場秩序維護、機動支援服務、場地整理等支援人員約 600 人。而相關周邊商品,如紀念商品、紀念幣及捷運紀念車票皆受到棒球熱潮的帶動而熱賣。據統計,中華隊於南部的預賽,每場至少可吸引一萬四千人以上的觀眾(高俊雄等,2003),贊助賽會之廠商及其贊助內容彙整如表 4.1.1。該屆世棒賽之經濟效益評估方面,文獻指出世棒賽所帶來的直接經濟效益為 2.2 億元台幣,間接經濟效益為 1.6 億元,誘發經濟效益為 2.4 億元,整體經濟效益為 6.2 億元,同時創造了 674 人年的工作機會(中華民國金融學會,2002)。

表 4.1.1 第 34 屆世棒賽贊助廠商一覽

廠商	贊助金額或項目
萬事達卡	(1)750 萬元 (2)Master-card 啦啦隊
松下資訊 (Panasonic)	贊助天母棒球場 LED 戶外全彩大電視 (價值五千萬)
味王公司	1.100 萬元 2.獎品
朝日啤酒	200 萬元
悅氏礦泉水	工作人員服裝、飲用水
緯來體育台	以 1,000 萬元取得國內轉播權

資料來源：本研究整理自高俊雄等,2003。

另一項熱門之運動：撞球，以 2004 年台灣世界花式撞球錦標賽為例，各贊助、主承辦單位彙整如表 4.1.2 所示。賽程自 2004 年 7 月 10 日至 7 月 18 日，總獎金為 35 萬美元；比賽場地為台北市世貿二館；不包含會外賽參加選手計 128 名，其中 115 名為外國選手；另有 60 名球員家屬及 50 名世界各國撞協工作人員來台。比賽期間超過 15,000 人購票進場，另透過轉播，世界超過 80 個國家可以欣賞到賽況。據此，以單項型國際性運動賽會而言，我國已有相關單位具有主承辦大型單一球類錦標賽之經驗。

表 4.1.2 2004 年台灣世界花式撞球錦標賽之贊助和主承辦單位

項目	相關單位
贊助單位	1. 行政院體委會、農委會、文建會 2. 外交部、經濟部、交通部觀光局 3. 中國鋼鐵 4. 外貿協會 5. 台電 6. 台鹽生技 7. 中油 8. 台糖 9. 國泰金控
主辦單位	1. 台北市政府 2. Matchroom Sport 3. ESPN STAR Sports
協辦單位	中華民國撞球協會
認證單位	世界花式撞球協會
轉播單位	衛視體育台

資料來源：本研究整理自中華民國撞球協會，2004。

在綜合型賽會方面，高雄市即將承辦 2009 世界運動會，為一大型綜合型賽會。預計投入經費、人力相當可觀，經過媒體推波助瀾宣傳後，將可吸引大量觀眾與會，商機無限。不論單項型或綜合型運動賽會，主承辦單位皆須投入大量經費及人力，若比賽精彩加上宣傳得宜，週邊產品及相關贊助廠商可順水推舟熱賣相關產品，達到商品宣傳效果，衍生的經濟效果不言可喻。

4.1.2 全國性賽會

全國性賽會亦含括單項型或綜合型賽會，單項型有各式球類運動、水上運動、賽車運動、民俗運動、競技運動及橋藝等，綜合型賽會包含全國運動會、全民運動會、全國中等學校運動會等。若依賽會

性質略可區分為學校體育及社會體育。學校體育方面，近年來掀起一股籃球熱潮的高中學校籃球聯賽（HBL），自民國 77 年開始由中華民國高級中學校體育總會（簡稱高中體總）負責規劃舉辦。目的在於透過籃球運動，促進校際間的交流並藉以提升籃球技術水準。民國 83 年後高中體總開始與民間廠商建立贊助關係，經由大量的運動行銷策略，從贊助商廣告或媒體轉播比賽提高本項賽會之知名度與曝光率，使 HBL 成為每年度鎂光燈的焦點，人氣指數居高不下，不僅帶動青年學子籃球運動風潮，亦使贊助廠商之形象及知名度藉由 HBL 深入人心。

社會體育方面，運動類型包羅萬象，性質五花八門，運動人口包含各年齡層，最為貼近一般民眾之運動休閒需求。以兼具歷史悠久及全國知名度的永信杯排球賽為例，永信杯排球賽在民國 63 年創辦時僅有大甲地區社男及社女兩組 23 支隊伍角逐。於民國 66 年第 4 屆報名隊數突破百隊，參賽隊伍達 112 隊，至民國 83 年（第 21 屆）參賽隊伍更高達 203 隊。94 年度永信杯全國排球錦標賽為第 32 屆，自 9 月 22 日起四天假台中縣大甲鎮鐵砧山永信運動公園隆重舉行。主辦單位為中華民國排球協會、永信社會福利基金會、台中縣政府；協辦單位包含大甲鎮公所、台中縣警察局大甲分局、台中縣教育會、台中縣立體育場、大甲鎮教育會、大甲鎮瀾宮、大甲鎮體育會等單位。本屆參加隊伍高達 307 隊，分為 14 組同場競技，參賽選手達數千人，不僅涵蓋兒童、青少年、大專青年等學生族群，亦囊括社會人士等壯年人口。不僅可達到增進身心健康、推展全民運動之創立宗旨，亦提高帶動國內排球風氣及技術。

全國性賽會不論是學校體育或社會體育皆包含單一型及綜合性賽會，主承辦單位亦涵蓋各級行政機關團體及各單項運動協會。而不論競技運動或休閒運動，皆須投入相當經費人力以籌辦比賽，而具知名度之賽會不僅吸引大量觀眾觀賽，更可創造龐大商機。

4.2 94 年度全國性及國際性運動賽會之調查

4.2.1 調查目的

大型賽會所帶來的效益可做為推動運動休閒服務業的效益指標，目前體委會選定大型賽會所創造的就業人數和參觀人數做為效益指標項目。因此本調查目的在於瞭解 94 年國內大型運動賽會中之國際性及全國性賽會之相關就業人數及到場參觀人數。

4.2.2 調查對象

由 4.1 節國內國際性及全國性賽會的概況探討，以及各相關網路資料可知，國際性及全國性賽會之主承辦單位多為國內各行政機關團體或各單項運動協會。為取得相關就業人數及到場參觀人數等資料，將調查對象定為 94 年度主承辦國內國際性及全國性賽會之國內各行政機關團體及各單項運動協會。

4.2.3 調查母體整理

就 94 年度全國性及國際性運動賽會而言，由調查對象之界定可知，母體為全國體育行政單位暨團體（含行政機關團體及各單項運動協會）於本年度（民國 94 年 1 月 1 日至 12 月 31 日止）所舉辦之全國性及國際性運動賽會（但不包含各式講習會、研習營等）。由於國內目前並無全國國際性及全國性賽會名稱、舉辦地點和時間等完整的資訊，因此本研究在調查前需先整理出 94 年我國國際性及全國性賽會之主辦或承辦單位。

我國國際性及全國性賽會多由體育行政機關和各單項運動協會主辦，由全國體育行政單位暨團體通訊錄（體委會，2001）取得各體育行政相關機關團體及各單項運動協會之相關資料，此為本研究調查母體之一部分。通訊錄中之行政機關團體包含中華奧林匹克委員會、中華民國體育運動總會、中華民國大專院校體育總會、中華民國高級中等學校體育總會、中華民國殘障體育運動總會、中華民國縣市體育聯合會、教育部體育司、各縣市教育局體育保健課及各縣市體育會等共計 58 個單位；單項運動協會共計 141 個，共計 199 個。

為確定前述單位中是否在 94 年度舉辦過或將舉辦國際性及全國性

賽會，先由體委會寄送調查表調查各單位舉辦國際性及全國性賽會概況。結果有 10 個行政機關團體和 17 單項運動協會表示今年度並未舉辦任何賽會，扣除未舉辦任何賽會之單位 27 個，列入本研究之調查母體總計 172 個。

雖然主承辦機關為寄發問卷的對象，但本研究真正調查之標的為全國性和國際性賽事，為進一步瞭解 94 年度舉辦賽事的情況本研究以下列流程整理賽會名稱：

(一) 行政機關團體 (共計 58 個)：

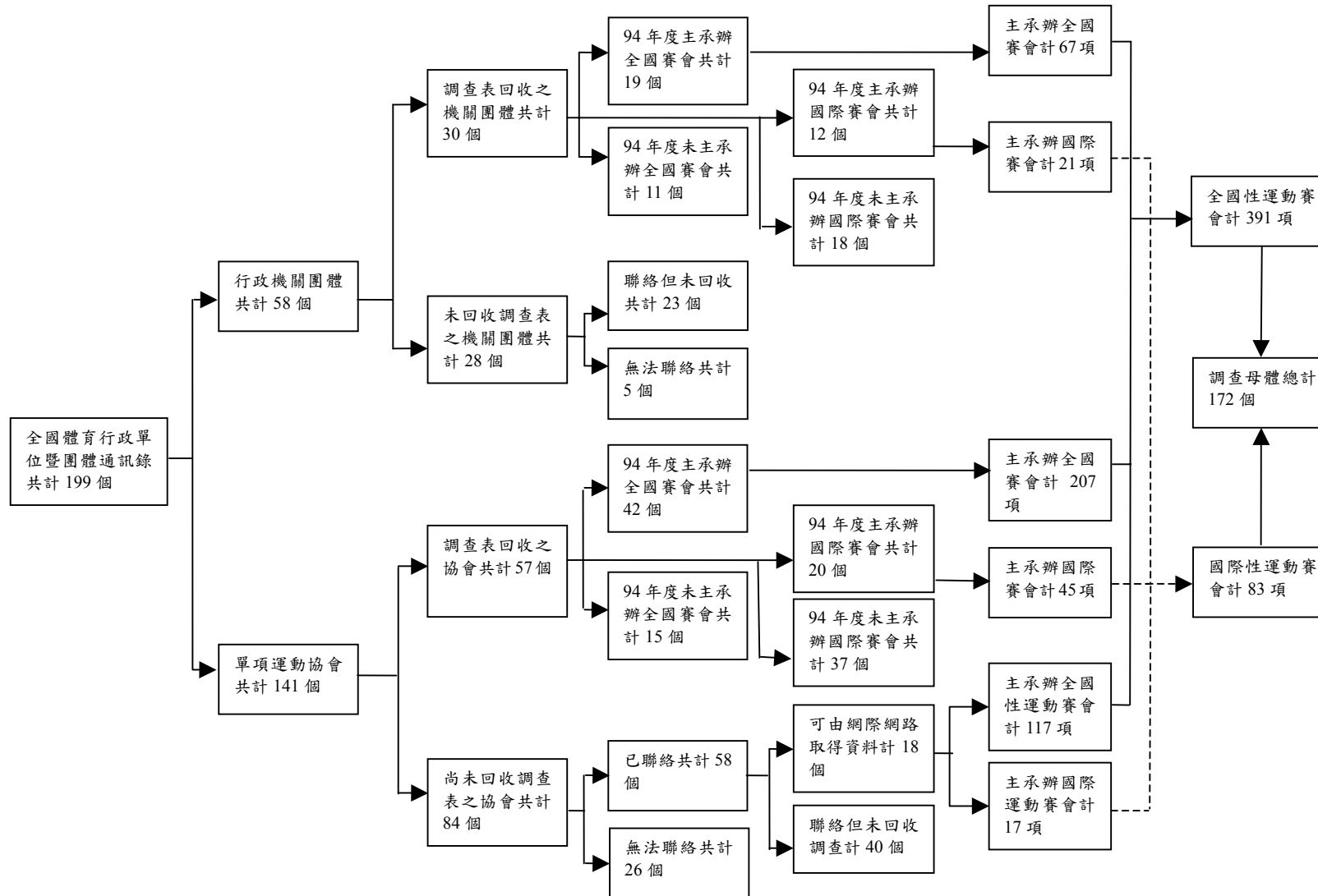
1. 回覆體委會調查表之機關團體共 30 個，其中本年度主 (承) 辦全國性運動賽會者計 19 個 (計 67 項賽會)，未主 (承) 辦者有 11 個。國際賽會方面，主 (承) 辦國際性運動賽會機關有 12 個 (計 21 項賽會)，未主 (承) 辦者有 18 個。
2. 未回覆體委會調查表之機關團體有 28 個，本研究再由通訊錄取得聯絡電話號碼，若通訊錄之電話號碼有誤，則再透過網路搜尋及查號台取得電話，由此取得聯絡者共 23 個單位；無法聯絡者 (包含電話無人接聽) 有 5 個單位。經過多次詢問前述 23 個單位皆未回覆承辦全國性或國際賽會之內容和概況。

(二) 單項運動協會 (共計 141 個)：

1. 回覆體委會調查表之單位有 57 個，其中本年度主承辦全國性運動賽會者有 42 個 (計 207 項賽會)，未主承辦全國性運動賽會者計有 15 個。國際賽會方面，主承辦國際性運動賽會者計有 19 個 (計 45 項賽會)，未主承辦者計有 37 個；
2. 未寄回調查表之協會有 84 個，再由網路搜尋及查號台取得聯絡電話號碼有 58 個，無法取得聯絡者 26 個。本研究再逐筆從各單項協會官方網站行事曆取得其主承辦之賽會名稱。結果取

得資料有 18 個單位，主（承）辦全國性運動賽會 117 項，國際性運動賽會 17 項。其餘 40 個單項運動協會無法找到官方網站。

經由前述整理，共得全國體育行政單位暨團體主承辦全國性運動賽會計 391 項，國際性運動賽會計 81 項，調查情形統計詳如圖 4.2.1 所示。



資料來源：本研究整理

圖 4.2.1 94 年度全國性及國際性運動賽會數統計流程

4.3 94 年度全國性及國際性運動賽會之調查結果

4.3.1 調查方法

經整理後主承辦 94 年度全國性及國際性運動賽會之全國體育行政團體及各單項運動協會共計 172 個，問卷設計後(見 4.3.2 節之說明)，由於問項需要受訪單位查閱記錄後才能回答，因此採郵寄方式寄調查。問卷寄出後再以電話催收，對回卷者先進行資料檢誤，有疑問或未填答部分再以電話詢問確認。

4.3.2 問卷內容

問卷內容分為兩大部分，(一)基本資料，包含受訪單位之填表人姓名及聯絡方式(包括電話、傳真及 E-mail)；(二)本研究所需資訊，包括受訪單位 94 年度主承辦之全國性及國際性賽會名稱、投入之經費(分為政府補貼、自籌款及其他等三部分)、投入人力(分為有支付報酬及未支付報酬兩部分)，以及到場觀賽民眾人次等。詢問的目的在於取得估計到場觀賽人次、舉辦運動賽會提供之就業機會等估計效益指標之資訊外，同時可估計每年投入全國性及國際性賽會之經費，以及政府補助之情況，問卷內容參見附錄一。

4.3.3 問卷催收與回收

本研究根據全國體育行政單位暨團體通訊錄所記載之地址，以郵寄方式寄送問卷，總計發出 172 份問卷，回收 66 份，其中行政機關團體總計回收 20 份，單項運動協會總計回收 46 份，回收率為 38.37%。若以賽會來看，全國性賽會有 391 個，國際性賽會 81 個，總計 472 個賽會，寄回問卷的有行政機關團體所主承辦之全國性賽會 57 個、國際性賽會計有 11 個，合計 68 個；單項運動協會主承辦之全國性賽會 161 個、國際性賽會計有 30 個，合計 191 個，因此由賽會數計算回收率為 54.87%，問卷回收率整理如表 4.3.1 和表 4.3.2。

表 4.3.1 問卷調查回收率（以主承辦單位計）

單

位：個

寄出問卷總數	172
回卷單位	66
行政機關團體	20
單項運動協會	46
未回卷單位	106
行政機關團體	38
單項運動協會	95
回收率（%）	38.37

資料來源：本研究整理。

表 4.3.2 問卷調查回收率（以賽會計）

單位：賽會數

賽會總數（母體部分）	472
回卷單位主承辦之賽會數合計	259
行政機關團體	68
單項運動協會	191
回收率（%）	54.87

資料來源：本研究整理

本研究之問卷催收及檢誤說明如下：

- 一、催收：本研究問卷回覆截止日為 94 年 11 月 15 日，回收份數為 48 份，於截止日後即依通訊錄電話號碼進行電話催收。首先依通訊錄之聯絡電話逐一電話催收，可順利取得聯繫者，先核對聯絡地址，若地址無誤，則詢問受訪者是否有收到問卷，表示有收到者，詢問是否有填表之問題，說明填答問卷之重要性並回答相關問題。若聯繫者表示地址有誤及地址無誤但未曾收到問卷者，則以傳真再寄一次問卷。

通訊錄之電話號碼有誤者，本研究由查號台及網路搜尋進一步取得聯絡電話，對可取得號碼者，以上述方法催收。仍無法順利取得電話號碼者，則放棄催收。催收概況彙整如表 4.3.3。

二、檢誤：問卷回收後即進行檢誤，以確認問卷填答之正確性，如有漏答情形，便以電訪方式請受訪者補正。

表 4.3.3 全國性和國際性賽會調查催收概況表

	個數
調查期限內回卷者	48
經催收而回卷者	18
受訪單位不論如何詢問，皆表示尚在填答中（其中包含表示未收到問卷但本研究另傳真問卷彌補者）	70
受訪單位表示並未統計投入人力、觀眾等項目，無法提供相關訊息	2
受訪單位表示單位秘書長指示將問卷及所附公文列為存參，因此無法提供資訊	1
受訪單位表示單位秘書長（或理事長）出國或忙於籌辦比賽抑或相關負責人不在，若有時間，將會填答問卷	14
受訪單位視本研究為詐騙集團，雖給予體委會聯絡方式，讓其求證，仍不願配合者	1
受訪單位顯示相當不友善之態度，直接拒絕配合	2
受訪單位表示單位已改朝換代，雖經輾轉取得現任秘書長聯絡方式，將完整問卷傳真請其協助但仍功敗垂成者	2
經由查號台及網路搜尋，皆無法取得聯絡方式者	14
未回卷總數	106

資料來源：本研究整理。

4.3.4 調查結果

本次問卷調查之資料包括全國性及國際性運動賽會、投入經費總額及人力、到場觀賽民眾人次等。但由於各種運動賽會的性質差異甚遠，無法推估母體，僅以回卷樣本分別說明其調查結果如下：

一、94 年全國性及國際性運動賽會：由回卷樣本統計，全國行政機關

團體及各單項運動協會合計主承辦之全國性賽會為 218 項，國際性賽會 41 項，全國行政機關團體本年度主承辦之全國性及國際性賽會名稱彙整如附錄二，各單項運動協會本年度主承辦之全國性及國際性賽會名稱彙整於附錄三。

- 二、投入經費：根據回收之問卷統計，本年度主承辦之全國性運動賽會，政府補貼經費達 1.95 億元、自籌款為 1.58 億元、其他計 0.38 億元；國際性運動賽會政府補貼經費為 0.28 億元、自籌款有 0.63 億元、其他有 0.03 億元。政府經費補助共 2.23 億元。
- 三、投入人力：全國性運動賽會部分，有支付報酬者為 8,114 人月、未支付報酬者為 7,092 人月；而國際性運動賽會有支付報酬者 2,292 人月、未支付報酬者為 692 人月；有酬勞的人力投入共 10,406 人月。
- 四、到場觀眾人次：全國性運動賽會填報人次有 46 萬人；國際性運動賽會到場觀眾為 14 萬人，共 60 萬人。

若將全國性及國際性比賽依運動競賽類型，區分為單項競賽、單項休閒型競賽、綜合型競賽、綜合型休閒競賽。其中單項競賽是指以一種運動比賽為主，例如籃球比賽；單項休閒型競賽為單一運動比賽，性質為休閒而非競技，例如親子高爾夫球比賽；綜合型競賽是指該競賽包含多種運動項目，例如全國運動會；綜合型休閒競賽包含多種休閒性質之運動項目，如親子運動大會；分別說明如下：

- (一) 行政機關團體：以樣本之全國性運動賽會統計，比賽類型以單項競賽佔 56.1% 最高，其次為單項休閒型競賽 (31.6%)；行政機關團體國際性比賽方面，回收之問卷中並未有綜合型競賽及綜合型休閒競賽，而以單項競賽佔比最大比例 (63.6%)，詳如表 4.3.4 所示。

表 4.3.4 行政機關團體主承辦之比賽類型統計

項目	單項競賽	單項休閒	綜合型	綜合型	總計
----	------	------	-----	-----	----

		型競賽	競賽	休閒競賽	
全國性 比賽舉 辦數	32	18	5	2	57
比例 (%)	56.1	31.6	8.8	3.5	100
國際性 比賽舉 辦數	7	4	0	0	11
比例 (%)	63.6	36.4	0	0	100

資料來源；本研究整理。

(二) 單項運動協會：就回收樣本統計，94 年度全國性運動賽會方面，單項競賽比例最高 (85.7%)，其次為單項休閒型競賽 (10.6%)；而國際性比賽部分，回收之問卷中並未有綜合型休閒競賽，亦以單項競賽比例最大 (83.3%)，詳如表 4.3.5 所示。

表 4.3.5 單項運動協會主承辦之比賽類型統計

項目	單項競賽	單項休閒 型競賽	綜合型競賽	綜合型 休閒競賽	總計
全國性比賽舉 辦數	138	17	4	2	161
比例 (%)	85.7	10.6	2.5	1.2	100
國際性比賽舉 辦數	25	4	1	0	30
比例 (%)	83.3	13.3	3.3	0	100

資料來源；本研究整理。

若依不同比賽類型交叉統計各單位投入經費總額、人力及到場觀賽人次，說明如下：

(一) 行政機關團體：全國性比賽中之單項競賽共 32 個，投入經費為

1,386 萬元，有支付報酬人力為 447 人月，未支付報酬者為 370 人月，觀眾有 2.3 萬人。單項休閒型競賽共 18 個，經費投入達 3,028 萬元，有支付報酬人力為 604 人月，未支付報酬者為 1,522 人月，觀眾有 7.2 萬人。綜合型競賽 5 個，經費投入合計 10,715 萬元，有支付報酬人力為 124 人月，未支付報酬者為 374 人月，觀眾有 10 萬人。綜合型休閒競賽 2 個，投入經費 6,569 萬元，有支付報酬與未支付報酬人力，填答之單位表示無法提供資訊，觀眾有 3 萬人。

國際性比賽之單項競賽有 7 個，投入經費 2,222 萬元，有支付報酬人力為 293 人月，未支付報酬者為 154 人月，觀眾有 2.1 萬人。單項休閒型競賽 4 個，經費投入有 975 萬元，有支付報酬人力為 750 人月，觀眾有 3.3 萬人。行政機關團體本年度主承辦賽會之相關數據彙整如表 4.3.6。

表 4.3.6 行政機關團體 94 年度各類型競賽彙整

項目	全國性				國際性	
	單項 競賽	單項休閒 型競賽	綜合型 競賽	綜合型休 閒競賽	單項競賽	單項休閒 型競賽
政府補助（元）	4,480,000	13,081,437	78,820,000	41,000,000	10,776,215	0
自籌款（元）	7,773,227	14,163,389	27,338,470	21,193,000	10,994,830	9,255,000
其他經費（元）	1,610,450	3,044,520	1,000,000	3,500,000	450,000	500,000
總投入經費（元）	13,863,677	30,289,346	107,158,470	65,693,000	22,221,045	9,755,000
有支付報酬人力 （人月）	447	604	124	NA	293	750
未支付報酬人力 （人月）	370	1,522	374	NA	154	0
觀賽人次（人次）	23,160	72,355	103,964	30,000	21,333	33,700

註：NA 表受訪單位無法提供資訊

資料來源：本研究整理。

（二）單項運動協會：本年度主承辦之全國性比賽屬單項競賽計有 138 個競賽，總計投入經費為 15,984 萬元，有支付報酬人力為 5,645 人月，未支付報酬者為 4,358 人月，觀眾則有 21 萬人。單項休

閒型競賽共 17 個，經費投入達 697 萬元，有支付報酬人力為 420 人月，未支付報酬者為 432 人月，觀眾有 1.1 萬人。綜合型競賽 4 個，經費投入 265 萬元，有支付報酬人力為 662 人月，未支付報酬者為 24 人月，觀眾 1,450 人。綜合型休閒競賽 2 個，投入經費計 449 萬元，有支付報酬人力為 212 人月，未支付報酬者為 12 人月，觀眾有 2,800 人。

國際性比賽中單項競賽有 25 個，投入經費 5,634 萬元，有支付報酬人力為 749 人月，未支付報酬者為 538 人月，觀眾有 8.9 萬人；4 個單項休閒型競賽，經費投入 324 萬元，有支付報酬人力為 29 人月，未支付報酬者為 17 人月，觀眾有 1,180 人；綜合型競賽 1 個，投入經費為 281 萬元，有支付報酬人力為 250 人月，觀眾有 300 人。單項運動協會 94 年度主承辦賽會之統計詳如表 4.3.7。

表 4.3.7 單項運動協會 94 年度各類型競賽彙整

項目	全國性				國際性		
	單項競賽	單項休閒型競賽	綜合型競賽	綜合型休閒競賽	單項競賽	單項休閒型競賽	綜合型競賽
政府補助(元)	51,424,419	1,813,999	2,150,874	1,740,000	13,282,009	675,000	2,080,000
自籌款(元)	80,558,668	4,938,011	503,282	1,900,000	41,346,401	2,546,895	732,966
其他經費(元)	27,866,060	223,000	0	850,000	1,720,000	20,000	0
總投入經費(元)	159,849,147	6,975,010	2,654,156	4,490,000	56,348,410	3,241,895	2,812,966
有支付報酬人力(人月)	5,645	420	662	212	749	29	250
未支付報酬人力(人月)	4,358	432	24	12	538	17	0
觀賽人次(人次)	210,318	11,858	1,450	2,800	89,030	1,180	300

資料來源：本研究整理。

總上所述，根據全國各行政機關團體及各單項運動協會 94 年度主承辦全國性和國際性賽會之樣本統計，總投入經費為 4.84 億元，有支付報酬人力為 10,406 人月，未支付報酬人力為 7,784 人月，觀眾人次約為 60 萬人，彙整如表 4.3.8 所示。

表 4.3.8 94 年度全國性和國際性競賽調查樣本統計彙整

項目	全國性				國際性			總計
	單項競賽	單項休閒型競賽	綜合型競賽	綜合型休閒競賽	單項競賽	單項休閒型競賽	綜合型競賽	
政府補助(元)	55,904,419	14,895,436	80,970,874	42,740,000	24,058,224	2,080,000	2,080,000	222,728,953
自籌款(元)	88,331,895	19,101,400	27,841,752	23,093,000	52,341,231	9,987,966	732,966	221,430,214
其他經費(元)	29,476,510	3,267,520	1,000,000	4,350,000	2,170,000	500,000	0	40,764,030
總投入經費(元)	173,712,824	37,264,356	109,812,626	70,183,000	78,569,455	12,567,966	2,812,966	484,923,199
支付報酬人力(人月)	6,092	1,024	786	212	1,042	1,000	250	10,406
支付報酬人力(人月)	4,728	1,954	398	12	692	0	0	7,784
觀賽人次 (人月)	233,478	84,213	105,414	32,800	110,363	34,000	300	600,568

資料來源：本研究整理

第五章 94 年全國運動會之調查

全國運動會（以下稱全運會）可謂台灣地區歷史悠久之全國性賽會，不管是政府的經費投入或參（觀）賽人數在國內舉辦的賽會中都是居於翹楚地位，其所帶來的經濟效益更是推動運動休閒服務業所必需關注的。以目前的相關文獻來看，運動會之經濟效益多採用投入產出模式評估，利用投入產出模型推估全國運動會之經濟效益時，需先蒐集由賽會所產生的直接投資，以及運動員、觀賽旅客、工作人員之相關支出，包括門票、住宿、餐飲、交通、旅遊服務、購物等支出。

本年(94)度全運會於民國 94 年 10 月 15 日至 10 月 20 日在雲林縣舉行，為利於將來進行經濟效益之評估，本研究在舉辦期間特別針對經濟效益評估所需之資料進行調查。本章 5.1 節首先說明全運會之背景資料；5.2 節探討全運會的調查目的、方法，以及問卷設計；5.3 節進行調查結果的分析與母體估算。

5.1 全國運動會背景資料

5.1.1 全國運動會及 94 全運會

台灣光復後，1946 年於台灣大學舉辦了首屆全國性運動會（即首屆台灣省運動會）之後每年舉辦，直至 1973 年桃園縣省運會，是以台灣省名義舉辦的最後一屆台灣省運動會，共歷 28 屆。此後，台灣省運動會改名為台灣區運動會，使自 1968 年改制為院轄市之台北市得以同場競技。台灣區運會也是每年舉辦一次，直至 1998 年於台南縣舉辦末屆區運會，共歷 25 屆。有鑑於省運及區運舉辦多年來的缺失，行政院體委會在 1998 年邀集學者專家積極研究後，確立「全國運動會舉辦準則」，重點為提升運動技術水準，發展我國之競技運動，並環境能以亞、奧運的模式為藍本，來強化我國競技運動之程度以及承辦大型國際運動之能力（郭正德、徐揚，2005；江中皓，1999），改革後的全國運

動會每兩年舉辦一次，台灣區運動會及全國運動會之比較彙整於表 5.1.1。

改革後之第一屆全國運動會於 1999 年由桃園縣政府主辦，第二屆於 2001 年由南部三縣市政府主辦，稱為「高高屏全運會」(郭正德、徐揚，2005)，第三屆於 2003 年由台北縣政府舉辦，第四屆於 2005 年由雲林縣政府舉辦(以下稱 94 全運會)，歷屆全國運動會之基本資料整理如表 5.1.2。

表 5.1.1 台灣區運動會與全國運動會之比較

項目	台灣區運動會	全國運動會
輪替方式	五年一輪 (台北、高雄市各一年，台灣省三年)	依申請單位之條件而定
舉辦週期	每年	每兩年
舉辦模式	由舉辦縣市獨立承辦	可由多縣市聯合舉辦
舉辦方式	由舉辦縣市教育局或省教育廳及省體育會主導	由體委會主導交由各單項協會辦理，舉辦單位提供行政與競賽資源為輔
經費來源	由主辦單位編列預算及尋求中央補助外，再以募款及捐助方式獲得經費	除由主辦單位編列預算尋求政府補助外，得以用報名費、入場卷、出售紀念品、廣告、電視轉播或攝製權利金等方式，來擴充經費來源
舉辦準則	由承辦縣市沿用以往經驗或辦法實施，缺乏彈性與專業之領域	參照亞、奧運模式，再經由運動學者專家與運動領導單項人士研討制訂之
舉辦意義	講求全民運動之模式，舉辦單位通常搭配民情風俗，呈現運動節慶之意義	力求邁向國際運動舞台之目標，希望能提昇我國競技運動能力

資料來源：本研究整理自江中皓，1999

表 5.1.2 歷屆全國運動會基本資料

舉辦日期	地點	參加人數	運動員數	運動種類	金牌數
1999.12/25-30	桃園縣	9,203	6,702	34	322
2001.10/20-25	高高屏	8,371	6,388	30	320
2003.10/18-23	台北縣	8,797	6,299	34	327
2005.10/15-20	雲林縣	11,617	6,590	34	354

資料來源：本研究整理自運動神網，2005；研考會，2005；自由時報電子報，2003；體育統計，2004；94 全國運動會秩序冊，2005。

94 全運會籌備處自民國 92 年 12 月 25 日正式掛牌運作。籌備處設主任一人、副主任兩人、總幹事一人、副總幹事兩人、執行秘書一人、副執行秘書一人、助理執行秘書六人。組織分五部（典禮部、服務部、宣傳部、競賽部、行政部）三十二組，並聘有顧問多人。

5.1.2 全運會經濟效益評估相關文獻

全國運動會為體育界之盛事，除了透過定期的比賽與切磋來提升運動水準與素質外，亦可帶來經濟效益，因此政府歷屆投入相當的經費，評估全運會經濟效益也成為重要的工作項目。葉公鼎以投入產出模型分別針對 1998 年區運會、2001 年全國運動會以及 2003 年全國中等學校運動會進行經濟效益評估（葉公鼎，2002、2004、2005）。1998 年於台南縣舉辦之區運會，各級政府補助達 5 億元，創造的產出效果為 9.32 億元，所得效果為 1.79 億元，就業效果為 841 人。若計入非台南縣縣民於區運間在台南縣之消費（包含觀眾、各縣市代表隊選手及工作人員、大會工作人員、裁判、贊助廠商及媒體工作人員等），則所創造之產出效果達 2.05 億元，所得效果達 0.51 億元以及 268 個就業機會。綜言之，台南縣舉辦 1998 年區運會所帶來之經濟效益計有，產出總值約 11 億餘元，所得效果超過 2.3 億元，並創造 1,109 個就業機會。

2001 年高高屏之全國運動會，政府補助及廠商贊助達 2.48 億元，參與者之消費為 2.19 億元，創造之產出效果為 7.69 億元，所得效果為 2.32 億元，就業機會為 770 人。若計算來自其他地區之投入，產出效果為 4.14 億元，所得效果為 1.25 億元，就業機會為 414 人。2003 年全國中等學校運動會由台南市主辦，各級政府補助款占投入之大宗，達 8.9 億元，創造出的產出效果為 1.83

億元，所得效果為 0.57 億元，就業機會 183 人。

朱文增利用條件評估法 (contingent valuation method) 及旅行成本法 (travel cost method) 評估球迷到天母與新莊球場觀看職棒比賽的經濟效益 (朱文增, 2004)，若從職業運動球隊的角度來計算，其收益來源包括門票販賣、電視及廣播轉播權利金、商品販賣 (含授權商品以及球場內販賣品等)、廣告及贊助 (含球場內外廣告看板費用) 以及停車費等其他費用。朱文增以消費者的角度來評估中華職棒 15 年例行賽的經濟效益，研究的對象為個人參與者。統計中華職棒 15 年 3 月至 10 月於天母、新莊兩球場之例行賽 97 場次，天母棒球場觀眾總人數為 158,076 人，新莊棒球場觀眾總人數為 239,237 人，總計人數為 397,323 人次。依條件評估法估算，每一受訪之消費者所認知的遊憩經濟效益價值為 606.93 元，將該數值乘以總進場人數，可得職業棒球運動該年的經濟效益約為 2.42 億元；依旅行成本法，每一受訪之消費者所認知的遊憩經濟效益價值為 1,011.063 元/人，總遊憩經濟效益約為 4.02 億元。

林房儼等 (2004) 以民國 93 年全民運動會為範例，在全民運動會期間，隨機訪問 711 名參賽隊職員與現場觀眾，觀眾中三分之二來自本地 (基隆)，其他來自外縣市。受訪者中從外地至基隆的交通方式以乘坐遊覽車及計程車為主，其次為大眾運輸工具，交通支出累計為 221,184 元，受訪者於基隆之消費，以雜費、住宿費等支出最多，其次為交通及娛樂費，消費支出為 811,864 元，消費支出偏低的原因為：

- 一、住宿費：每人平均僅 232 元，主因為參賽選手及教練住宿於免費的選手村，另有 6.3%受訪者借住親友住處；
- 二、餐飲費：每人平均 62 元，因選手教練由各縣市統一安排飲食，無須自行購買；
- 三、交通費：由各縣市或主辦單位提供交通車，選手及教練無須

另行支出交通費。

以參賽隊職員 10,000 名，本地觀眾 6,763 名，外地觀眾 3,382 名計算，假設參賽者與觀眾之交通支出相等，交通支出共計 0.101 億元，參賽者與觀眾在基隆之消費支出為 0.23 億元，因此民國 93 年全民運動會之經濟效益為 0.33 億元，該效益僅計算參加者於基隆之消費支出，並不包含企業贊助、媒體轉播、政府支出與公共建設等支出。

5.2 94 全國運動會之調查

5.2.1 調查目的

根據前面全運會背景資料整理可知，全運會投入之經費動輒上億元，而全運會舉辦期間，觀眾、各縣市代表隊職員、選手及大會裁判等大量外來人口所需之餐飲、住宿等，勢必衍生不小的經濟效益。評估全運會（或任何其他運動會）之前必須先調查主辦單位所投入的建設經費、籌辦和舉辦期間的經費總投入之支出細項，以及全運會舉辦期間參賽者與觀賽者之所有支出項目和金額。本調查目的即在針對 94 全運會主辦單位和參與者之相關支出項目和金額進行調查，以蒐集評估經濟效益所需之資料。

5.2.2 調查對象

依據調查目的，本研究之調查對象有二類，（一）經費補助單位，包括雲林縣教育局體健課，以及補助代表隊的其他各縣市政府或單位，以瞭解政府經費投入狀況；（二）第四屆全運會舉辦期間（即民國 94 年 10 月 15 日至 10 月 20 日）之所有參與者。但由於本屆全運會的競賽地點分散於各處，有些更是遠在宜蘭縣、高雄縣市等外縣市地區（各類比賽場地彙整於表 5.2.1）。在有限的研究時間和經費下，無法一一派員調查¹，加上外縣市的比賽項目不多，規模也不大，因此調查對象僅鎖定雲林縣境內比賽之參與者，包含觀眾、大會工作人員、各項比賽裁判、各縣市代表隊之選手及職員、媒體工作人員等。

在參賽人數估計方面，由於雲林縣各場地的競賽活動種類和規模不一，無法利用抽查方法，由不同場地推估所有參觀人次，因此本研究對雲林縣內的所有比賽場地皆做參觀人數的調查。而在參與者消費支出調查部分，則選定 10 場較重要賽程的場地調查（棒球、籃球、足球、體操、田徑、軟式網球、健美、跆拳道、

¹ 由於調查場地散至各地以及研究人力侷限，除問卷設計外，本調查委託故鄉市調公司執行。

網球、柔道等場地)。

表 5.2.1 94 全國運動會競賽類型及場地一覽表

編號	競賽類型	比賽地點	地址
1	田徑	斗南田徑場	雲林縣斗南鎮大同路 150 號
	馬拉松	78 號東西快速道路	-
2	自由車場地賽	台中縣自由車場	台中縣清水鎮大街路觀音巷 36-8 號
	公路賽	雲林縣境古坑鄉	雲林縣華山樟湖路段
	公路計時	78 號東西快速道路	
	登山賽	高雄縣鳳山水庫	高雄縣鳳山水庫
3	游泳	雲林科技大學游泳池	雲林縣斗六市大學路三段 123 號
	跳水	高雄市國際標準游泳池	高雄市中正一路 94 巷 1 號
	水球		
4	帆船	屏東縣大鵬灣內瀉湖	屏東縣東港鎮船頭里大潭路 169 號
5	划船	宜蘭冬山河	宜蘭縣五結鄉協和路 20-36 號
6	跆拳道	西螺農工體育館	雲林縣西螺鎮大同路 4 號
7	柔道	二崙國中	雲林縣二崙鄉中正路 88 號
8	空手道	元長國中	雲林縣元長鄉長南村元南路 16 號
9	武術	林內國中	雲林縣林內鄉烏麻村長源 200 號
10	角力	東勢國中	雲林縣東勢鄉東榮路 65 號
11	舉重	崙背國中	雲林縣崙背鄉大成路 91 號
12	拳擊(男)	南陽國小	雲林縣北港鎮光明路 59 號
13	健美(男)	文安國小	雲林縣斗南鎮延平路一段 189 號
14	射箭	文昌國小	雲林縣西螺鎮延平路 504 號
15	射擊	大寮靶場	高縣大寮鄉會社村鳳林三路 21 巷 111 號
16	擊劍	燦林國小	雲林縣水林鄉水北村水林路 6 號
17	體操	縣立體育館	雲林縣斗六市大學路三段 600 號
	韻律體操		
18	羽球	西螺國中	雲林縣西螺鎮興農西路 217 號
19	網球	西螺運動公園	雲林縣西螺鎮修文路 102 號
20	軟式網球	雲林科技大學	雲林縣斗六市大學路三段 123 號
21	桌球	崇德國中	雲林縣虎尾鎮文科路 1530 號
22	保齡球	大雲林保齡球館	雲林縣斗六市西平路 161 之 1 號
23	排球(男)	北港體育館	雲林縣北港鎮成功路 1 號
	排球(女)	北辰國小	雲林縣北港鎮新街里成功路 30 號
	沙灘排球	北辰國小	雲林縣北港鎮新街里成功路 30 號
24	撞球	古坑國小	雲林縣古坑鄉古坑村朝陽路 3 號
25	高爾夫	嘉南高爾夫球場	台南縣官田鄉社子村六双 21 號
26	曲棍球	環球技術學院	雲林縣斗六市嘉東里鎮南路 1221 號
27	手球	台西國中	雲林縣台西鄉中山路 408 號

28	籃球	雲林科技大學	雲林縣斗六市大學路三段 123 號
29	足球（男）	雲林科技大學	雲林縣斗六市大學路三段 123 號
	足球（女）	崇先中學	雲林縣大埤鄉尚義村 6 號
30	橄欖球（男）	褒忠國小	雲林縣褒忠鄉中勝路 72 號
31	棒球（男）	斗六國際棒球場	雲林縣斗六市明德北路 2 段 85 號
32	壘球（女）	馬光國中（場地.1）	雲林縣土庫鎮和平街 101 號
	壘球（女）	二崙運動公園（場地.2）	雲林縣二崙鄉中正路 88 號
33	現代五項	高雄左訓中心	高雄市左營區中海路 2 號
34	輕艇	宜蘭冬山河	宜蘭縣五結鄉協和路 20-36 號

資料來源：本研究整理自 94 全國運動會秩序冊，2005。

5.2.3 抽樣方法與調查方式

（一）政府支出調查：調查對象為雲林縣政府教育局體健課，以及其他有任何經費支出或補貼的縣市政府，原則上所有相關單位皆必須調查，故無抽樣問題。雲林縣政府之問卷以傳真和電話調查進行，其他縣政府先以電話查詢，再以傳真和電話詢問相關金額。

（二）全運會參與者消費支出調查：

（1）採面對面訪問方式，派員在開幕式場地以及 10 個比賽項目場地（棒球、籃球、足球、體操、田徑、軟式網球、健美、跆拳道、網球、柔道等）看台上以系統隨機抽樣方式抽選受訪者，預計完成樣本數 1,000 人以上。

各比賽項目預計完成的樣本數依其比賽場次多寡比例分配，比賽場次多者訪問較多觀眾，比賽場次少者訪問較少觀眾，每場次比賽預計完成樣本數 15 人，開幕式預計完成樣本數 90 人。各類比賽項目應完成的樣本數如表 5.2.2。網球與足球的實際完成樣本數遠低於預計完成樣本數，是因為此兩項比賽的觀眾人數太少，訪員完成訪問人數有限，為了不影響訪問進度並確保運動會期間須完成至少 1,000 人之調查樣本，因此改至其他比賽場地訪問。

系統隨機抽樣之抽樣間隔為現場看台人數除以預

計完成訪問人數，例如看台上有 200 人，預計完成訪問 10 人，則每隔 20 人抽選 1 人作為訪問對象，每位訪員 1 天以訪問 30 人為原則。開始訪問時，發現樣本幾乎全都是雲林縣本地人，為求多訪問外縣市之觀眾，改採立意抽樣，亦即由訪員依其經驗法則選取受訪者，經此調整後，估計約有 85% 的觀眾因被判斷為本地人而被排除。

本研究以上述原則優先訪問非居住在雲林縣的民眾。因此在推估時，必須將 85% 的觀眾列為雲林當地民眾，以此估計出雲林縣本地人觀眾的比例為 95.75%，外地人觀眾的比例 4.25%。換言之，估算時雲林縣本地人觀眾樣本資料應乘以權數 1.34，外地人觀眾樣本資料應乘以權數 0.15，至於其他身分者(比賽選手、教練、縣市代表工作人員、裁判、贊助廠商、媒體工作人員等)權數為 1。

表 5.2.2 全運會參與者調查樣本數

比賽項目	比賽場數	預計完成樣本數	實際完成樣本數
田徑	7	105	174
跆拳道	8	120	151
柔道	4	60	36
健美	3	45	42
體操(含韻律體操)	9	135	159
網球	9	135	20
籃球	9	135	150
足球	9	135	39
棒球	9	135	232
開幕式	—	90	90
合計	67	1095	1089

資料來源：故鄉市調公司，2005

- (2) 推估全運會參與者消費支出之母體時，必須有參與人數統計資料。由於觀眾以外之參賽者人數可由大會秩序冊取得，因此本研究在全運會舉辦期間，對所有在雲林舉

辦競賽活動的場地，皆進行觀眾人數的計算。

5.2.4 問卷內容

（一）政府支出調查：

在雲林縣政府教育局體健課的調查方面，由於雲林縣政府籌備期間的投資建設（資本門）以及經常門的直接投入皆可產生經濟效益，因此問卷首先詢問雲林縣政府所投入的經常門和資本門支出。另外雲林政府對各地代表隊有餐券、住宿以及交通的補助，此部分的補助無法由代表隊員、教練或工作人員詢問出來，因此需詢問相關單位。另外，全運會所帶來的就業機會，也是經濟效益評估的重要項目，因此本研究亦將所增加的就業人月列入問項（問卷內容請參見附錄四）。而其他縣市政府也可能補助運動員、教練或工作人員各種費用，經初步聯絡瞭解縣市政府的補助多為食宿和交通費用，因此問卷偏重於這幾項補助之相關問項（請參見附錄五）。同時為瞭解全運會是否也為其他縣市創造就業，因此問卷中也有就業人月之問項。

（二）全運會參與者消費支出調查：

由於問卷調查的主要目的為蒐集評估全運會經濟效益的資料，因此問卷設計共分兩大部分（一）參與者消費支出型態及金額；（二）參與者基本資料，內容分述如下（問卷內容詳如附錄六）：

（1）參與者消費支出型態及金額

效益評估所需的主要資料為受訪者之餐飲、交通、住宿、購物、娛樂及其他等支出。由於觀眾除外之選手、教練、裁判、縣市代表工作人員、贊助廠商、媒體工作人員等參與者可能接受某種補貼，因此問卷一開始即先確定受訪者之身分。另外，若受訪者來自於雲林以外的縣市，其支出型態和雲林縣民不同，對雲林

縣之效益也不一樣，因此問卷繼而詢問受訪者來自於哪一個縣市，以及以何種交通工具到達雲林縣、住宿方式及停留天數夜數等，最後詢問受訪者每日在餐飲、交通、住宿、購物、娛樂及其他等支出，配合停留夜（天）數，可估計受訪者各項消費之總支出。

（2）全運會參與者基本資料

問卷最後詢問受訪者之性別、年齡、教育程度、每月平均所得等基本資料，以瞭解此次全運會參與者之特徵。

5.3 94 全國運動會之調查結果與母體推估

5.3.1 問卷回收與檢誤

（1）政府支出調查：

政府部門的調查以傳真問卷和電話訪查為主，主辦單位雲林縣政府各項經費支出和補助皆由縣政府教育局體育保健課相關承辦人員陳先生填寫。而其他縣市政府之補助情形主要以電訪方式調查，回收情形見表 5.3.1，空白之縣市為未回收。未回收主要原因為不願意回答、或表示（調查時）尚未整理出補助金額、無法找到合適的人員回答或電話一直無人接聽。

（2）全運會參與者消費支出調查：

全運會參與者支出調查部分，在雲林縣舉辦期間（10/15-10/20，共五天），透過訪員以一問一答之面訪方式取得相關資料，經 SPSS 軟體檢誤，確認各樣本之填答合乎合理性及一致性。有效問卷總計 1,089 份，若以場地區分，分別為開幕典禮 90 份、田徑 175 份、跆拳道 155 份、柔道 36 份、健美 42 份、體操 149 份、網球 19 份、軟網 1 份、籃球 150 份、足球 39 份、棒球 233 份。若以身份區分，則含觀眾 816 人、選手 150 人、教練 16 人、職員 89 人、裁判 3 人、贊助廠商 1 人、媒體工作人員 5 人，以及其他 9 人（見表 5.2.2）。

表 5.3.1 所有縣市全國運動會補助支出及人月投入統計

縣市別	餐飲(含膳雜)		住宿		交通		投入 人力 (人月)
	是否 補助	補助 費用 (千元)	是否 補助	補助 費用 (千元)	是否 補助	補助 費用 (千元)	
台北市							
高雄市							
基隆市							
台北縣	是	1,300	否	0	是	500	25
桃園縣							
新竹市							
新竹縣							
苗栗縣	是	800	否	0	是	160	25
台中市	是	940	否	0	是	72	15
台中縣	否	0	否	0	是	600	15
彰化縣	否	0	否	0	否	0	10
南投縣							
嘉義市							
嘉義縣	是	450	否	0	是	0.7	5
台南市							
台南縣	是	560	否	0	是	50	20
高雄縣	是	430	否	0	是	100	10
屏東縣 ₂	是	911.26	是	2	是	386.74	5
台東縣	是	65	否	0	是	200	20
花蓮縣 ₂	是	560.78	是	1.23	是	237.99	10
宜蘭縣							
澎湖縣	否	0	否	0	是	200	5
金門縣							
連江縣	是	9	是	10	是	50	3
其他縣市小計		6,026.04		13.23		2,557.43	168
雲林縣	是	8,708.34	是	0	否	0	1,000 ³
總計		14,734.38		13.23		2,557.43	1,168

註：1.空白的縣市為不願意回答、無法找到合適的人員回答或電話一直無人接聽而無法取得資料。

2.屏東縣和花蓮縣僅能取得補助總數，分別為 1,300 千元和 800 千元，本研究以其他回卷縣市餐飲、住宿、交通補助費用的平均比例，將補助總額拆為三類。

3.1,000 人月主要為外包人力，為警衛和清潔人員；其他工作多為各級機關學校人員兼辦（約 2,900 人月），所以未計入為新增人力。

資料來源：本研究整理

5.3.2 調查結果分析

(1) 政府支出調查：

雲林縣和其他縣市政府之調查統計結果彙整如表 5.3.1、表 5.3.2 和表 5.3.3 所示。其他縣市政府的補助為餐飲 6,026.04 千元、住宿 13.23 千元，以及交通 2,557.43 千元。投入人力共 168 人月，約為 14 人年。

此次全運會雲林縣政府共發出 12,101 份餐券，每份面額 750 元，但實際核銷金額為 8,708,340 元。住宿方面，選手村多由廟宇或學校免費提供，雲林縣政府僅補助水電費，但無法提供該金額。另雲林縣政府並未補助任何交通費用。此次全運會雲林縣投入的人力主要有二，(一) 外包人力：約為 1,000 人月 (84 人年)，主要為警衛和清潔人員；(二) 其他籌辦工作：多由各級機關和學校之人力兼辦，約 2,900 人月，由於為兼辦性質，因此此部分不應視為新增人力。

雲林縣和其他各縣市的補助總額為 0.173 億元，創造就業人口約為 96 人年。補助金額之外，表 5.3.2 為各級政府經常門之投入，共 2.435 億元；表 5.3.3 為各級政府資本門之投入，共 12.45 億元，兩者合計 14.885 億元，可見政府部門的投入金額相當可觀。

表 5.3.2 94 年全運會政府經費投入（經常門）

	單位	投入金額（千元）
中央政府投入	體委會競技運動處	60,000
	體委會綜計處	2,500
	教育部	1,000
縣政府投入	雲林縣政府	90,000
企業贊助	台電、中油等 33 家廠商	90,000
合計		243,500

資料來源：本研究整理

表 5.3.3 94 年全運會政府經費投入（資本門）

場館	發包日期	預定完工日期	核定經費（千元）
斗南田徑場整修	2004/01/20	2005/03/31	100,000
虎尾網球場	-	-	0
林內國中武術館	2004/06/15	2005/06/30	35,000
文安國小健美館	2004/06/15	2005/06/30	35,000
四湖國中排球館	-	-	0
燦林國小擊劍館	2004/06/15	2005/06/30	35,000
斗六棒球場	2003/12/05	2005/04/31	840,000
斗六棒球場周邊工程	-	-	200,000
合計	-	-	1,245,000

資料來源：本研究整理

（2）全運會參與者消費支出調查--樣本統計

參與者問卷經統計整理後，分別依樣本之性別、年齡、教育程度、每月平均所得、受訪者參與全運會之身分，以及各項支出說明如下²：

1. 性別：男女比例為 1.81 比 1，男性有 701 人，女性有 388 人；
2. 年齡：樣本分佈如表 5.3.4 所示，整體參與者年齡多在 15-19 歲之間（23.78%），其次為 20-24 歲（23.51%），以及 40-49 歲

² 觀眾除外之參與者，例如運動員、教練裁判等皆可能有各項之出之補助，問卷為其個人所實際支出的部份。

(16.44%)。選手中以 15-19 歲(48.00%)和 20-24 歲(36.67%)為最多；觀眾則以 20-24 歲(23.04%)和 40-49 歲(19.36%)為最多。

表 5.3.4 樣本年齡別統計

項目	12 歲以下	12-14 歲	15-19 歲	20-24 歲	25-29 歲	30-34 歲	35-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	30 歲以上	總計
人數 (人次)	5	25	259	256	90	84	101	179	66	24	1,089
比例 (%)	0.46	2.30	23.78	23.51	8.26	7.71	9.27	16.44	6.06	2.20	100.0

資料來源：本研究整理

3. 教育程度：分佈如表 5.3.5 所示，以大學占最大比例(39.21%)，其次為高中職(35.24%)。除了教練、裁判、贊助廠商、媒體以外，觀眾和選手以大學比例最大，其次為高中職。

表 5.3.5 樣本教育程度統計

項目	國小或以下	國(初)中	高中(職)	專科	大學	研究所或以上	總計
人數 (人次)	29	82	374	123	427	54	1,089
比例(%)	2.66	7.53	35.24	11.29	39.21	4.96	100.00

資料來源：本研究整理

4. 月平均收入：全運會參與者之月平均收入分佈如表 5.3.6 所示，以 2 萬元以下占比最多(29.57%)，其次為無經常性收入者(27.09%)；觀眾中無經常性收入占 27.33%，每月平均收入為 2 萬元以下占 25.83%，2-3 萬元為 12.38%。選手中大部分皆為無經常性收入(32.67%)和月平均 2 萬元以下(52.33%)，此應和大部分選手為學生有關。

表 5.3.6 樣本每月平均收入統計

項目	無經常 性收入	2 萬元 以下	2 萬元 至未滿 3 萬元	3 萬元 至未滿 4 萬元	4 萬元 至未滿 5 萬元	5 萬元 至未滿 7 萬元	7 萬元 至未滿 10 萬元	10 萬 元及 以上	總計
人數 (人次)	295	322	116	118	106	96	23	13	1,089
比例(%)	27.09	29.57	10.65	10.84	9.73	8.82	2.11	1.19	100

資料來源：本研究整理

5. 受訪者身份：樣本中計有觀眾 816 人，選手 150 人，教練 16 人，隊職員 89 人，裁判 3 人，贊助廠商 1 人，媒體工作人員 5 人，其他 9 人（其他包含志工、清潔人員、研究生、警衛及議長司機等）。

全運會之參與者來自全國各地，參與者身份與縣市別之交叉統計如表 5.3.7 所示。來自雲林縣之參與者計有 681 位，占全部樣本之 62.53%，占最大比例，其次為彰化縣，參與者計有 49 位（4.5%）。而抽樣並未抽到來自澎湖縣、金門縣以及連江縣之參與者；若就觀眾而言，816 個樣本中，絕大部分來自雲林縣者計有 585 位，占整體觀眾樣本之 85.9%，鄰近縣市的觀眾比例也較高，其餘縣市之觀眾比例較低。而選手的比例除了來自雲林縣為最多外，其餘大致和距離以及人口比例有關。

表 5.3.7 受訪者身份與縣市別交叉統計

身份別		受訪者身份（人數）								總計
		觀眾	選手	教練	隊職員	裁判	贊助廠商	媒體	其他	
縣市別	台北縣	18	8	0	1	0	0	0	0	27
	宜蘭縣	2	3	1	0	0	0	0	0	6
	桃園縣	12	15	1	3	0	0	0	0	31
	新竹縣	8	14	2	3	0	0	0	1	28
	苗栗縣	2	11	0	0	0	0	1	0	14
	台中縣	15	3	0	1	0	0	0	0	19
	彰化縣	40	3	1	3	0	0	1	1	49
	南投縣	8	6	0	0	0	0	0	0	14
	雲林縣	585	19	2	67	0	0	1	7	681
	嘉義縣	17	1	2	0	0	0	0	0	20
	台南縣	10	1	2	1	0	0	1	0	15
	高雄縣	10	5	1	1	0	0	0	0	17
	屏東縣	7	5	0	0	1	0	0	0	13
	台東縣	1	5	0	0	0	0	0	0	6
	花蓮縣	1	6	0	2	1	0	0	0	10
	基隆市	1	2	0	0	0	0	0	0	3
	新竹市	3	5	0	1	0	0	0	0	9
	台中市	22	12	0	2	0	0	0	0	36
	嘉義市	15	3	0	1	0	0	0	0	19
	台南市	10	1	0	1	1	0	0	0	13
	台北市	18	16	4	2	0	1	1	0	42
	高雄市	11	6	0	0	0	0	0	0	17
	總計		816	150	16	89	3	1	5	9

資料來源：本研究整理

6. 交通工具與交通費用：外縣市參與者（共 408 人）前往雲林縣之交通工具，以自行開車之比例最高（51.5%），其次為搭乘火車（19.4%）及搭乘遊覽車（17.2%），相關統計如表 5.3.8 所示。若依身份別統計交通費用（詳如表 5.3.9 所示），觀眾計有 231 人，平均支出交通費用 410 元；選手有 131 人，平均支出 381 元；教練有 14 人，平均費用 671 元；隊職員計 22 人，平均花 789 元；裁判有 3 人，平均支出 663 元；贊助廠商計 4 人，平均費用 600 元；媒體工作人員則有 4 人，平均支出 746 元；其他 2 人，平均支出 700 元。所有受訪者的平均為 437 元，若進一步分析各類別參與者之交通費用支出情形，顯示交通費用有接受補助的參與者計有 59 人，分別是觀眾 2 人、選

手 53 人、教練 1 人和隊職員 3 人。

表 5.3.8 外縣市參與者交通工具統計

項目	自行開車	遊覽車	公民營客運	火車	計程車	飛機	其他	總計
參與者人數	210	70	21	79	27	1	0	408
比例 (%)	51.5	17.2	5.1	19.4	6.6	0.2	0	100

資料來源：本研究整理

表 5.3.9 外縣市參與者平均交通費

項目	觀眾	選手	教練	隊職員	裁判	贊助廠商	媒體工作人員	其他	總計
參與者人數	231	131	14	22	3	4	4	2	408
平均費用(元)	410.15	381.47	671.21	789.36	663.33	600.00	746.25	700.00	437.39

資料來源：本研究整理

7. 住宿及停留天數：外縣市參與者之住宿方式及停留天數、夜數統計詳如表 5.3.10 所示。觀眾方面，住宿方式以選擇其他方式為主，在 160 受訪者中平均停留天數為 1.93 天，平均停留夜數為 0.62 夜；選手方面，多住宿選手村，在 84 人中平均停留天數為 4.6 天，平均停留夜數為 3.6 夜；教練方面，住宿選手村者有 6 人，住旅館者有 5 人，平均停留天數為 5.21 天，平均停留夜數為 3.71 夜；隊職員選擇方式在其他、選手村、旅館上分別有 8 人、6 人及 6 人，平均停留天數為 4.41 天，平均停留夜數為 2.41 夜；樣本中裁判皆住宿選手村，平均停留天數為 5.33 天，平均停留夜數為 5.23 夜；贊助廠商有 1 人，選擇住宿旅館，其停留天數為 2 天，停留夜數為 1 夜；媒體工作人員方面，住宿選手村者有 3 人，旅館有 1 人，平均停留天數為 3.25 天，平均停留夜數為 1.75 夜；其他則有 2 人，分別住旅館及親友家，平均停留天數為 3.5 天，平均停留夜數為 2.5 夜。整體而言，住宿方式以選擇其他及選手村者比例較高，平均停留天數有 3.78 天，平均停留夜數為 2.49 夜。

表 5.3.10 非雲林縣參與者之住宿方式及停留天夜數統計

項目	旅館	民宿	親友家	選手村	其他	停留天數 (平均)	停留夜數 (平均)	參與 者數
觀眾	28	2	37	5	160	1.93	0.62	231
選手	27	1	17	84	2	4.60	3.60	131
教練	5	0	1	6	2	5.21	3.71	14
隊職員	6	1	1	6	8	4.41	2.41	22
裁判	0	0	0	3	0	5.33	5.23	3
贊助廠商	1	0	0	0	0	2.00	1.00	1
媒體工作人員	1	0	0	3	0	3.25	1.75	4
其他	1	0	1	0	0	3.50	2.50	2
總計	69	4	57	107	172	3.78	2.49	408

資料來源：本研究整理

8.各項消費支出：全國運動會參與者於雲林縣之每日平均各項費用（包含餐飲、住宿、娛樂、交通、購物及其他等費用）及上述費用接受補助之人數，彙整如表 5.3.11。以參與者類型區分說明如下：

1. 觀眾：每人每日平均餐飲費用為 173 元，住宿費用 47 元，娛樂費用 49 元，交通費用 93 元，購物費用 135 元，其他費用不足 1 元，每人每日平均各項費用為 83 元；
2. 選手：每人每日平均餐飲費用為 303 元，住宿費用 115 元，娛樂費用 83 元，交通費用 60 元，購物費用 301 元，其他費用 0 元，每人每日平均各項費用為 144 元；
3. 教練：每人每日平均餐飲費用為 244 元，住宿費用 492 元，娛樂費用 75 元，交通費用 179 元，購物費用 621 元，其他費用為 0 元，每人每日平均各項費用為 268 元；
4. 隊職員：每人每日平均餐飲費用為 237 元，住宿費用 207 元，娛樂費用 305 元，交通費用 78 元，購物費用 123 元，其他費用 0 元，每人每日平均各項費用為 158 元；
5. 裁判：每人每日平均餐飲費用為 763 元，住宿費用 0 元，

娛樂費用為 1,167 元，交通費用 137 元，購物費用 670 元，其他費用 0 元，每人每日平均各項費用為 456 元；

6. 贊助廠商：每人每日平均餐飲費用為 500 元，住宿費用 2,800 元，娛樂費用 0 元，交通費用 1,000 元，購物費用 2,000 元，其他費用 0 元，每人每日平均各項費用為 1,050 元；

7. 媒體工作人員：每人每日平均餐飲費用為 156 元，住宿費用 40 元，娛樂費用 0 元，交通費用 290 元，購物費用 0 元，其他費用 0 元，每人每日平均各項費用為 81 元；

8. 其他人員：每人每日平均餐飲費用為 139 元，費用 298 元，娛樂費用 0 元，交通費用 42 元，購物費用 50 元，其他費用 0 元，每人每日平均各項費用為 88 元；

整體而言，受訪者每人每日平均餐飲費用為 315 元，住宿費用為 500 元，娛樂費用為 210 元，交通費用 235 元，購物費用為 487 元，其他費用不足 1 元，上述各項費用皆為各參與者在接受補助金額之外自行負擔的部份。

表 5.3.11 全運會參與者每人每日各類費用統計

單位：人、元

項目	受補助之人數		每人每日平均餐飲費用	每人每日平均住宿費用	每人每日平均娛樂費用	每人每日平均交通費用	每人每日平均購物費用	每人每日平均其他費用	平均費用
觀眾	餐飲	6	173.44	47.00	48.60	93.49	134.53	0.66	82.95
	交通	2							
	住宿	5							
選手	餐飲	137	303.00	115.00	83.17	59.60	301.13	0.00	143.65
	交通	104							
	住宿	119							
教練	餐飲	10	243.75	491.87	75.00	178.62	621.12	0.00	268.39
	交通	6							
	住宿	6							
隊職員	餐飲	67	237.42	206.74	304.49	78.31	122.91	0.00	158.31
	交通	11							
	住宿	16							
裁判	餐飲	3	763.33	0.00	1166.67	136.67	670.00	0.00	456.11
	交通	3							
	住宿	3							
贊助廠商	餐飲	0	500.00	2,800.00	0.00	1,000.00	2,000.00	0.00	1,050.00
	交通	0							
	住宿	0							
媒體工作人員	餐飲	3	156.00	40.00	0.00	290.00	0.00	0.00	81.00
	交通	0							
	住宿	2							
其他	餐飲	3	138.89	297.78	0.00	42.22	50.00	0.00	88.15
	交通	1							
	住宿	0							
總計(平均)	餐飲	229	314.48	499.80	209.74	234.86	487.46	0.08	-
	交通	127							
	住宿	151							

資料來源：本研究整理

5.3.3 母體推估

(1) 政府支出調查：

此項調查並無母體推估問題，由調查中可知，各級政府經常門之投入共 2.435 億元；資本門之投入共 12.45 億元，兩者合計 14.885 億元。雲林縣和其他各縣市對全運會的補助總額為 0.173 億元，創造就業人口約為 96 人年。

(2) 全運會參與者消費支出調查

首先計算不同參與者於各項消費支出之每人每日平均值，乘以不同參與者停留天數（或夜數）後，再乘以不同參與者之母體總人數，以計算不同參與者之母體推估值。推估方式分別以（5-1）、（5-2）式表示。

$$\overline{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n_i}$$

(5-1)

$$X_s = \overline{X}_{ij} \times H_i \times N_i$$

(5-2)

其中 $\overline{X}_i$ 為 i 參與者某特定類型之每人每日消費支出平均值， X_i 為 i 之某類型消費支出， n_i 為 i 之樣本個數。 X_s 為母體推估值， $\overline{X}_{ij}$ 為第 i 類參與者之第 j 類費用平均值，其中 $i=1\sim 8$ （表示 8 種參與者）， $j=1\sim 6$ （表示 6 類型費用）， H_i 為第 i 種參與者停留之天數或夜數， N_i 為第 i 種參與者之母體總人數。

1. 全運會參與者人數估計（ N_i ）

- a. 觀眾：為推估本次全運會觀眾總人數，本研究於大會開幕至閉幕期間，派員至各場館計算人數，但不包含現場之運動員、評審、裁判及會場工作人員等。依各運動項目比賽時間，分為「上午」、「下午」及「晚間」等三個時段，各計算比賽現場觀眾人數一次。若比賽時間為 9:00~15:30（例如游泳），則分別在「上午」及「下午」時段各計算比賽會場人數一次；若比賽時間為 13:00~17:00（例如舉重），則只在「下午」時段計人數一次。共得 261 筆數據資料³，加總每一場館不同時段之觀眾人數估計後，得 94 年全國

³ 不包括於雲林縣境外競賽之運動

運動會觀眾總人次約為 61,131 人；

- b. 選手：依據大會秩序冊，本次選手計有 6,590 人，但本屆比賽 34 項目 36 種競賽中，有 8 種並未於雲林縣境內競賽，此部分之選手計有 1,029 人，因此雲林縣競賽之選手總計 5,561 人；
- c. 教練：依大會秩序冊教練計有 948 人，但未於雲林縣境內舉辦競賽部分之教練計有 174 人，帶隊於雲林縣境內競賽之教練總計 774 人；
- d. 代表隊職員：依大會秩序冊職員計有 2,577 人；
- e. 裁判：依大會秩序冊，裁判部分計有 1,502 人，未於雲林縣境內舉辦競賽部分之裁判計有 227 人，於雲林縣內擔任裁判者總計 1,275 人。

2. 全運會參與者之消費支出估計

- a. 觀眾：樣本計有 816 筆，根據(5-1)式，計算觀眾於餐飲、住宿、娛樂、交通、購物及其他費用之每人每日平均值，詳如表 5.3.12 第二列所示。繼而依(5-2)推估母體估計值，其中 N_i 一項，為上述母體之觀眾人數（61,131 人），因此觀眾於停留期間之各類費用計算結果如表 5.3.12 第三列所示，其中除住宿費用以 0.62 夜計算外，其他各類費用皆以 1.93 天計算。觀眾於全運會期間各項費用估計總額，詳如表 5.3.12 第四列所示，餐飲費用達 20,462 千元，住宿費用約 1,781 千元，娛樂費用約 5,733 千元，交通費用約 11,030 千元，購物費用約 15,872 千元，其他費用約 77.8 千元，各類費用平均約 9,786 千元，各項費用總計 54,955.8 千元。

表 5.3.12 觀眾之消費支出估計

單位：元

項目	餐飲費用	住宿費用	娛樂費用	交通費用	購物費用	其他費用	平均
每人每日 費用平均值	173.44	47	48.6	93.49	134.53	0.66	82.95
每人全運期間 費用(停留 1.93 天，停留 0.62 夜)	334.7392	29.14	93.798	180.4357	259.6429	1.2738	160.0935
母體估計	20,462,942.04	1,781,357.34	5,733,965.54	11,030,214.78	15,872,230.12	77,868.67	9,786,675.75

資料來源：本研究整理

- b. 選手：估算方法和觀眾相同，結果如表 5.3.13 所示，選手之餐飲消費支出約 7,750 千元，住宿約 2,302 千元，娛樂約 2,128 千元，交通約 1,525 千元，購物約 7,703 千元，無其他費用，各類消費支出平均有 3,674 千元，選手之總消費支出為 21,408 千元。

表 5.3.13 選手之消費支出估計

單位：元

項目	餐飲費用	住宿費用	娛樂費用	交通費用	購物費用	其他費用	平均
每人每日 費用平均值	303	115	83.17	59.6	301.13	0	143.65
每人全運期間 費用(停留 4.6 天，停留 3.6 夜)	1,393.80	414.00	382.58	274.16	1,385.20	0.00	660.79
母體估計	7,750,921.80	2,302,254.00	2,127,538.50	1,524,603.76	7,703,086.08	0.00	3,674,653.19

資料來源：本研究整理

- c. 教練：以相同方法推估，結果如表 5.3.14 所示，教練之餐飲消費支出約 983 千元，住宿約 1,412 千元，娛樂約 302 千元，交通約 720 千元，購物約 2,505 千元，無其他費用，平均消費支出 1,082 千元，總支出為 5,922 千元。

表 5.3.14 教練之消費支出估計

單位：元

項目	餐飲費用	住宿費用	娛樂費用	交通費用	購物費用	其他費用	平均
每人每日費用平均值	243.75	491.87	75	178.62	621.12	0	268.39
每人全運期間費用(停留 5.21 天，停留 3.71 夜)	1,269.94	1,824.84	390.75	930.61	3,236.04	0.00	1,398.31
母體估計	982,932	1,412,425.2	302,441	720,292	2,504,691	0.00	1,082,293

資料來源：本研究整理

- d. 代表隊職員：以相同方法推估，結果如表 5.3.15 所示，代表隊職員於餐飲消費支出約 2,698 千元，住宿約 1,284 千元，娛樂約 3,460 千元，交通約 890 千元，購物約 1,397 千元，無其他費用，平均消費支出 1,799 千元，總支出 9,729 千元。

表 5.3.15 代表隊職員之消費支出估計

單位：元

項目	餐飲費用	住宿費用	娛樂費用	交通費用	購物費用	其他費用	平均
每人每日費用平均值	237.42	206.74	304.49	78.31	122.91	0	158.31
每人全運期間費用(停留 4.41 天，停留 2.41 夜)	1,047.02	498.24	1,342.80	345.35	542.03	0.00	698.15
母體估計	2,698,176.21	1,283,973.24	3,460,397.92	889,959.48	1,396,819.30	0.00	1,799,125.08

資料來源：本研究整理。

- e. 裁判：以相同方法估算，結果如表 5.3.16 所示，裁判之餐飲消費支出約 2,034 千元，無住宿費用，娛樂約 3,109 千元，交通約 364 千元，購物約 1,786 千元，無其他費用，平均消費支出 1,215 千元，總消費支出 7,293 千元。

表 5.3.16 裁判之消費支出估計

單位：元

項目	餐飲費用	住宿費用	娛樂費用	交通費用	購物費用	其他費用	平均
每人每日 費用平均值	763.33	0	1166.67	136.67	670	0	456.11
每人全運期間 費用(停留 5.33 天，停留 5.23 夜)	4,068.55	0.00	6,218.35	728.45	3,571.10	0.00	2,431.07
母體估計	2,034,274.45	0.00	3,109,175.55	364,225.55	1,785,550	0.00	1,215,533.15

資料來源：本研究整理

f. 贊助廠商、媒體工作人員及其他：就整體而言占整個全運會之全體參與者比例相當低，因此忽略不計。

本次全運會所有參與者各類消費支出推估總額，彙整如表 5.3.17 所示。餐飲費用總計 33,929 千元，住宿費用約 6,780 千元，娛樂費用約 14,734 千元，交通費用約 14,529 千元，購物費用約 29,262 千元，其他費用約 78 千元，消費支出總計 99,312 千元，尚不到 1 億元。和政府投入經費比較，金額相對小了很多。

表 5.3.17 參與者之消費支出總額估計

項目	餐飲費用	住宿費用	娛樂費用	交通費用	購物費用	其他費用	合計
總額(千元)	33,929.2	6,780	14,733.5	14,529.3	29,262.4	77.9	99,312.3

資料來源：本研究整理

由本研究調查結果，發現 94 年雲林縣所舉辦的全國運動會，參與雲林縣內賽會之人數共 71,318 人，其中觀眾 61,131 人，含住宿、餐飲交通、娛樂購物等支出總金額共 0.993 億元。政府經費投入（不含補助）共 14.885 億元（經常門 2.435 億元，資本門 12.45 億元），各級政府補助金額 0.173 億元，但新增就業機會為 96 人月⁴。

⁴ 投入人力不包括政府資本門投入所增加的就業人力。

第六章 結論與建議

6.1 結論

運動休閒服務業為「服務業發展綱領及行動方案」中規劃推動的項目之一，在方案中運動休閒服務業的範圍包括運動用品批發零售業、體育表演業、運動比賽業、競技及休閒體育場館業、運動訓練業、登山嚮導業、高爾夫球場業、運動傳播媒體業、運動管理顧問業等。但此分類並非以行政院主計處之行業標準分類為基礎，在統計時可能產生分類不一致的問題，因此本研究之主要目的即在根據運動休閒服務業之功能及定位重新檢討目前的定義與範圍，並在主計處的行業標準分類架構下，釐清運動休閒服務業之產業分類。繼而配合主計處工商普查和其他次級資料推估運動休閒服務業之一般經營概況；由此可初步瞭解運動休閒服務業之產值規模，提供相關主管機關作為未來制定運動休閒服務業發展及決策之參考。

另外，由於體委會將主辦國際運動賽會次數、運動賽會到場觀賽人次以及舉辦運動賽會提供之就業機會等，列為推動運動休閒服務業的效益指標，本研究另一目的即在調查 94 年度全國性和國際賽會，調查內容著重於參觀人數、投入人力和投入經費。政府經常補助各種賽會的舉辦，因此賽會經濟效益評估極為重要，本研究亦針對雲林全國運動會進行調查，蒐集經濟效益評估所需的資料。

本研究執行的重要結論歸納如下：

（一）運動休閒服務業之範疇界定

本研究依體委會的主管業務範圍，將運動休閒定義為「依一定規則進行的室內外競賽或活動」以及「以消遣和娛樂為前提所參與的運動相關活動」。根據運動休閒之定義界定出運動休閒活動的參與者和提供者，依參與者和提供者的生產活動和產出產品

即可定義出各種不同產業（即為運動休閒服務業之子產業）。根據行業標準分類第七版，我國運動休閒服務業包含運動用品、器材批發業；運動用品、器材零售業；職業運動業；運動場館業；管理顧問業；運動及娛樂用品租賃業；運動傳播媒體業（包含新聞出版業；雜誌、期刊出版業；書籍出版業；廣播業；電視業等），以及其他運動服務業。但其中運動傳播媒體業相關的生產活動僅占極小的比例，且相關的次級資料也不容易釐清其所占的比例，因此本研究推估運動休閒服務業產值時暫不考慮運動傳播媒體業。換言之，運動休閒服務業之產值推估時僅考慮職業運動業、運動場館業、運動用品批發及零售業、運動及娛樂用品租賃業、其他運動服務業及管理顧問業等六個業別。

（二）運動休閒服務業一般經營概況推估

本研究以主計處出版之工商及服務業普查報告為基礎，配合財政部財稅資料中心之營業稅籍資料，分別推估運動休閒服務業企業及場所單位家數、從業員工數、營業收支和附加價值。推估後之 94 年運動休閒服務業之一般經營概況為，企業單位數 12,558 家，員工人數有 52,471 人，產值為 599.84 億元以及附加價值為 408.2 億元。

（三）94 年全國性及國際性運動賽會之調查

為提供國內大型運動賽會的相關資料，本研究針對 94 年度國內大型運動賽會中之國際性及全國性賽會進行相關調查，調查重點在於相關就業人數及到場參觀人次。由於各種賽會性質差異性頗大，無法推估母體，因此僅就回收樣本統計。本年度全國性運動賽會方面，政府補貼經費達 1.95 億元、自籌款為 1.58 億元、其他經費來源 0.38 億元；國際性運動賽會政府補貼經費為 0.28 億元、自籌款有 0.63 億元、其他 0.03 億元；全國性運動賽會部分，有支付報酬的人力投入為 8,114 人月、未支付報酬之人力投入為 7,092 人月；而國際性運動賽會有支付報酬之人力投入 2,292

人月、未支付報酬之人力投入為 692 人月；全國性運動賽會參觀人次有 46 萬人，國際性運動賽會到場觀眾為 14 萬人。

（四）94 年全國運動會之調查

本調查目的在針對 94 全運會主辦單位和參與者之相關支出項目和金額進行調查，以蒐集評估經濟效益所需之資料。調查對象（1）包括雲林縣政府以及其他各縣市，以瞭解政府經費投入狀況；（2）94 全運會舉辦期間之所有參與者之餐飲、交通、住宿、購物、娛樂及其他等支出。調查結果發現，參與雲林縣內全國運動會之各項賽會人數共 71,318 人，其中觀眾 61,131 人；住宿、餐飲交通、娛樂購物等消費支出總金額共 0.993 億元。政府經費投入（不含補助）共 14.885 億元（經常門 2.435 億元，資本門 12.45 億元），各級政府補助金額 0.173 億元，但新增就業機會僅有 96 人月。

6.2 研究限制

（一）運動休閒服務業產值推估限制

由於研究時程和經費的限制，無法對運動休閒服務業進行完整的產業調查，本研究以主計處 90 年工商及服務業普查報告，以及財政部財稅資料中心之營業稅稽資料為基礎，推估運動服務業一般經營概況。由於運動休閒產業為一綜合性產業，其子產業分類較細，即使是工商普查報告也無法提供細部資料，因此推估時需要利用財政部營業稅稽資料先試算細部門比例，再以工商普查資料拆解，因而可能導致較大的誤差。

另外，工商普查每五年調查一次，本研究推估非普查年資料時先計算推估年和普查年期間之成長率，再配合普查年資料推估，例如推估 94 年資料時，先計算 90 年至 94 年的成長率，再配合 90 年普查資料以成長率估算。但由於缺乏細部資料，故往往需以大分類資料計算成長率，再推估細部門資料。此意味著假

設每一細部門的成長率相同，例如，第三章中計算 90-94 年間職業運動業、運動場館業及其他運動服務業等成長率時，即以涵蓋三者的運動服務業計算，隱含著三者成長率一致的假設，即可能產生誤差。

（二）調查規模限制

由於經費和時間的限制，以及 94 年全國運動會的比賽場地散置各地，因此無法派員至各場地調查。本研究僅能盡可能針對在雲林縣境內的比賽場地派員計算參觀人數並進行調查，因此全國運動會的調查結果並不包括雲林縣境外比賽場地的參與者，調查結果有偏低的現象。

6.3 建議

運動休閒服務業的推動不僅可繼續提升我國服務業的發展，同時可促進我國運動和休閒的品質，對國民身心健康和經濟發展皆有正面的影響。由本研究的調查與分析可發現，運動休閒服務業不論是產業推動，或產業統計資料的蒐集方面上皆面臨挑戰。據此，本研究擬提出以下建議，做為未來體委會推動運動休閒產業發展和相關統計蒐集之參考。

（一）部會推動運動休閒服務業需分工合作

由第二章之分析可知，運動休閒服務業包括職業運動業、運動場館業、其他運動服務業、運動用品批發及零售業、管理顧問業、運動及娛樂用品租賃業等行業。但從第三章的一般經營概況推估可知，運動休閒服務業約有 70% 的產值集中於運動用品批發及零售業，而批發及零售業乃經濟部商業司所主管之行業。未來推動運動休閒服務業時可能產生主管機關職權劃分不明的現象，因此必須釐清各主管機構的分工與合作機制與方法，才能有效推動相關政策。

（二）建立經常性統計資料

目前國內對各種賽事的統計資料相當缺乏，而由本次全國性和國際性賽會調查發現，即使是政府行政機關的回卷意願都不高，將不利於相關統計資訊之蒐集。因此體委會除應規劃經常性統計資料蒐集機制外，更應利用體委會補助各級政府和單位籌辦賽會之機會，要求各單位回饋各類統計資訊，以利建立經常性統計資料蒐集體制。

（三）全面性產業調查之必要性

由於運動休閒服務業為綜合性產業，其子產業的分類較細，由本研究一般經營概況推估可知，在現行的統計體系中很難精確推估各子產業的產值、附加價值、就業人數等資料。因此，建議現階段主計處應協助部會釐清產業細部資訊，而長期來說，體委會應對產業進行全面性調查，才能確實掌握產業特性與規模。

（四）進行賽會經濟效益評估

一般認為大型賽會透過基礎設施的興建和參觀人員的消費，可帶來相當的經濟效益。但由 94 年雲林縣全國運動會的調查可看出，政府投入經費相對較大，民間消費支出相對較小，所能創造的就業更是有限。大型賽會到底能產生多少經濟效益值得進一步探討。本研究基於時間和經費因素無法繼續評估雲林縣全國運動會之經濟效益，建議體委會未來可就現有調查資料進行評估。

附錄一 94 年度全國性及國際性運動賽會問卷設計

行政院體育委員會

94 年度全國性及國際性運動賽會問卷調查

敬啟者：

您好！行政院體育委員會為了解全國性及國際性運動賽會之舉辦成效，委託台灣經濟研究院調查 貴單位 94 年度全國性及國際性運動賽會之舉辦狀況及相關資訊，以供運動賽會相關評估之參考。貴單位所填寫之各項資料將僅提供體委會參考及分析使用，敬請安心填答。

懇請您填卷後於 94 年 11 月 15 日之前，以所附回郵信封將調查表寄回本院或傳真至（02）2594-6718。

敬頌

時祺

台灣經濟研究院 研四所 敬上

如果您對調查表有任何問題，請電洽聯絡人：

（02）2586-5000 轉 809 林洋導 助理研究員

傳真號碼：（02）2594-6718

地址：10461 台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

一、基本資料

單位名稱 (請填全銜)			
填表人	姓名		
	職稱		
聯絡方式		電話	
		傳真	
		E-mail	
單位地址			
		縣 鄉鎮 路 市 市區 街 段 巷 弄 號 樓 室	

填表前請您先閱讀下列兩點說明：

1. 94 年全國性運動賽會：由 貴單位於民國 94 年 1 月 1 日至 94 年 12 月 31 日所主（承）辦之全國性運動賽會，如主（承）辦全國聯賽、錦標賽等，但不含各式講習會、研習營等。
2. 94 年國際性運動賽會：由 貴單位於民國 94 年 1 月 1 日至 94 年 12 月 31 日在台灣地區所主（承）辦之國際性運動賽會，如主（承）辦各式邀請賽、公開賽、大獎賽等，不含各式講習會、研習營等。

一、94 年貴單位主（承）辦之全國性運動賽會（填答前請先參閱說明 1）

賽會名稱	主辦或承辦 (填主或承即可)	投入經費總額（元）			投入人力	到場觀賽民眾人次
		政府補貼	自籌款	其他 (如民間、企業捐款等)		
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	

說明 1：1.投入人力：為 貴單位因主（承）辦該項賽會所投入之人力；有支付報酬者為 貴單位有實際支付報酬（或薪資）者，如 貴單位聘用之人員及臨時聘雇人員等；未支付報酬者為 貴單位無需支付報酬（或薪資）者，如志工等；尚未舉辦之賽會，請先行預估。

附錄一 94 年度全國性及國際性運動賽會問卷設計

- 2.人月：為計算人力投入之單位， $\text{人月} = \text{投入人數} \times \text{工作月數}$ ，例如，為了主承辦某賽會貴單位投入 10 人，總共工作 3 個月，則總投入人力為 30 人月。
- 3.到場觀賽民眾人次：請 貴單位估計因舉辦該項賽會所吸引到場觀賽民眾之人次；尚未舉辦之賽會，請先行預估。
- 4.本表若不敷使用，請自行增加欄位(或影印使用)，謝謝。

二、94 年貴單位主（承）辦之國際性運動賽會（填答前請先參閱說明 2）

賽會名稱	主辦或承辦 (填主或承即可)	投入經費總額 (元)			投入人力	到場觀賽民眾人次
		政府補貼	自籌款	其他 (如民間、企業捐款等)		
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	
					有支付報酬： 人月 未支付報酬： 人月	

說明 2：1.投入人力：為 貴單位因主（承）辦該項賽會所投入之人力；有支付報酬者為 貴單位有實際支付報酬（或薪資）者，如 貴單位聘用之人員及臨時聘雇人員等；未支付報酬者為 貴單位無需支付報酬（或薪資）者，如志工等；尚未舉辦之賽會，請先行預估。
2.人月：為計算人力投入之單位，人月=投入人數×工作月數，例如，為了主承辦某賽會 貴單位投入 10 人，總共工作 3 個月，則總投入人力為 30 人月。
3.到場觀賽民眾人次：請 貴單位估計因舉辦該項賽會所吸引到場觀賽民眾之人次；尚未舉辦之賽會，請先行預估。

4.本表若不敷使用，請自行增加欄位(或影印使用)，謝謝。

附錄二 94 年度全國性及國際性賽會名稱—回卷之行政機關

(一) 全國性賽會名稱和主承辦單位

單位名稱	賽會名稱
中華民國殘障體育運動總會	94 年會長盃輪椅籃球錦標賽
	九十四年會長盃射箭錦標賽
	94 年會長盃盲人門球錦標賽
	九十四年會長盃盲人柔道錦標賽
	94 年會長盃田徑錦標賽
	九十四年會長盃身心障礙男女健力錦標賽
	94 年會長盃游泳錦標賽
	94 年會長盃地板滾球錦標賽
	94 年會長盃身心障礙者保齡球錦標賽
	94 年會長盃輪椅網球運動錦標賽
	94 年會長盃身心障礙者射擊錦標賽
	九十四年會長盃桌球錦標賽
	94 年全國中等學校身心障礙者會長盃羽球錦標賽
基隆市體育會	94 年全國秋季體育聯合競賽
台北縣體育會	2005 金石國際馬拉松
苗栗縣體育會	全國中小學田徑錦標賽
	全國獅黃獎錦標賽
台中市體育會	第三屆鐵山盃全國老馬籃球錦標賽
	振生盃全國網球錦標賽
	全國登山日
	三商巧福盃全國路跑賽（台中站）
高雄縣體育會	2005 全國青少年游泳錦標賽
澎湖縣體育會	全國泳渡澎湖灣
	菊島盃全國全民羽球邀請賽
基隆市政府教育局體健課	2005 年挑戰外木山海上 4000 公尺長泳活動
	臺灣省 94 年秋季體育活動聯合競賽
	基隆市主委盃全國網球排名錦標賽
新竹市政府教育局體健課	94 年全國總統盃拳擊錦標賽
	94 年全國總統盃柔道錦標賽
	體委盃慢速壘球錦標賽
	94 年全國中等學校撞球錦標賽
苗栗縣政府教育局體健課	94 年全國中小學田徑錦標賽
	94 年第二屆客家山城盃全國壯年網球排名賽
	94 年全國城市盃足球錦標賽
	94 年全國獅皇獎舞龍舞獅錦標賽
單位名稱	賽會名稱
台中縣政府教育局體健課	94 年總統盃空手道錦標賽

	94 年總統盃角力錦標賽
	全國鐵砧山杯手球賽
	第六屆全國躲避球賽
	第二屆台灣區元極舞
	全國中正盃桌球賽
	全國羽球排名賽
	桌球國手選拔賽
彰化縣政府教育局體健課	94 年台灣區國小跆拳道錦標賽
嘉義市政府教育局體健課	自由盃青少年全國軟式網球錦標賽
	會長盃全國軟式網球錦標賽
	全國壯年軟式網球錦標賽
	楷榕紀念盃全國橋藝聯賽
	中正盃木球全國錦標賽
	2005 諸羅山盃體育運動舞蹈全國公開賽
嘉義縣政府教育局體健課	93 學年度全國中等學校運動會
台南縣政府教育局體健課	魚躍南瀛 2005 創意漁舟錦標賽
	曾文水庫馬拉松
	全國青年盃中小學軟式網球錦標賽
	白河花蓮節木球賽
金門縣政府教育局社教課	2005 搶灘料羅灣第 3 屆金門海上長泳
教育部體育司	中華民國 94 年全國大專院校運動會

資料來源：本研究整理

(二) 國際性賽會名稱和主承辦單位

單位名稱	賽會名稱
中華民國殘障體育運動總會	2005 台北國際殘障桌球公開賽
台中市體育會	2005 台中世界盃青少年足球節
	2005TBIM 台灣大道國際馬拉松（第 24 屆舒跑盃路跑）
	第四屆 WGU 會長盃國際槌球錦標賽
基隆市政府教育局體健課	打造帆華之城夢想航圖-2005 中日國際帆船競賽
新竹市政府教育局體健課	2005 IBAD 國際殘障羽球錦標賽
嘉義市政府教育局體健課	諸羅山國際軟式少年棒球邀請賽
屏東縣政府教育局體健課	2005 年亞洲男子排球四強挑戰賽
	2005 勇闖墾丁國際越野賽
	2005 恆春半島 113 公里國際鐵人三項錦標賽
金門縣政府教育局社教課	2005 第四屆縣長盃全國運動舞蹈錦標賽暨亞洲邀請賽

資料來源：本研究整理

附錄三 94 年度全國性及國際性賽會名稱—回卷之單項運動協會

(一) 全國性賽會名稱和主承辦單位

單位名稱	賽會名稱
中華民國田徑協會	94 年全國國中、小學田徑錦標賽
	94 年田徑菁英賽
	94 年全國中等學校田徑錦標賽暨公開賽
	第 22 屆曾文水庫馬拉松賽
中華民國羽球協會	全國國小羽球賽
	全國團體錦標賽（勝利）
	全國（金士頓）青少年羽球錦標賽
	全國第一次排名賽
	全國第二次排名賽
中華民國角力協會	2005 年全國總統盃角力錦標賽
	2005 年台灣區角力錦標賽
中華民國足球協會	第 22 屆男子甲組聯賽
	第 15 屆女子甲組聯賽
	94 年全國少年盃足球錦標賽
	94 年全國 FUTSAL 協會盃足球錦標賽
	94 年全國運動會足球資格賽
	94 年南瀛盃國家青年、青少年培訓隊選拔賽
	94 年全國城市盃足球錦標賽
	94 年體委盃 FUTSAL 足球錦標賽
	94 年全國青年盃足球錦標賽
	94 年全國青少年盃足球錦標賽
	94 年足協盃足球錦標賽
中華民國射擊協會	93 年度全國十大菁英射手排名總決賽
	94 年第 25 屆全國青年盃射手錦標賽
	94 年 3 月份精英射手排名賽
	94 年第一屆全國奧林匹克盃射擊錦標賽
	94 年第 23 屆全國梅花盃射擊錦標賽
	94 年 8 月份精英射手排名賽
	94 年第 6 屆全國體委盃射擊錦標賽
	94 年度 11 月份精英射手排名賽
	94 年第 30 屆全國中正盃射擊錦標賽
	94 年度全國十大精英射手排名總決賽

附錄一 94 年度全國性及國際性運動賽會問卷設計

單位名稱	賽會名稱
中華民國拳擊協會	九十四年全國中等學校拳擊錦標賽
	九十四年全國大專盃拳擊錦標賽
	全國菁英排名賽
中華民國軟式網球協會	全國自由盃青少年分齡錦標賽
	第一、二、三、四次全國菁英排名賽
	全國青年盃團體錦標賽
	全國國中生排名賽
	全國高中生排名賽
	東亞運選拔賽
	全國運動會資格賽
	全國中華盃團體錦標賽
	全國中立盃團體錦標賽
	全國院長盃壯年錦標賽
	全國壯年分齡賽
	全國壯年團體賽
中華民國健美協會	94 年全國青少年健美錦標賽
	94 年全國健美錦標賽
	2005 年亞洲盃 世界盃國手排名賽決賽
	2009 年世界運動會賽前培訓選手全國選拔賽
	2005 年第 40 屆亞洲盃國手選拔賽
	2005 年第 59 屆世界盃國手選拔賽
中華民國棒球協會	2004 年全國青棒菁英大賽
	94 年全國女子棒球錦標賽
	94 年梅花旗大學棒球錦標賽
	94 年全國成棒甲組春季聯賽
	94 年全國青少棒錦標賽
	94 年全國少棒錦標賽
	94 年謝國城盃全國青少棒錦標賽
	94 年王貞治盃全國青棒錦標賽
	2005 年協會盃全國年度大賽
	94 年全國青棒錦標賽
	94 年謝國城盃全國少棒錦標賽
	94 年全國運動會棒球資格賽
中華民國滑雪滑草協會	第十九屆中正杯滑草錦標賽

單位名稱	賽會名稱
------	------

中華民國網球協會	輝安盃全國青少年網球錦標賽
	台積之友盃全國青少年網球錦標賽
	東森盃全國網球團體錦標賽
	港都盃全國青少年網球錦標賽
	瑞臺盃全國網球第一次排名賽
	Slazenger 盃全國青少年網球錦標賽
	府城盃全國青少年網球排名賽
	中油盃全國網球排名賽
	武廣盃全國青少年網球錦標賽
	客家山城盃全國壯年網球排名賽
	台北縣長盃全國青少年網球排名賽
	筑波木笑盃全國青少年網球排名賽
中華民國輕艇協會	94 年全國青年盃輕艇水球錦標賽
	94 年全國輕艇競速錦標賽
	94 年全國輕艇激流標杆錦標賽暨亞洲錦標賽國手選拔賽
	94 年全國觀光盃輕艇水球錦標賽
	94 年全國龍舟錦標賽
	全國輕艇競速短距離排名賽-第 1 站
	94 年全國輕艇水球錦標賽暨亞洲錦標賽國手選拔賽
	全國輕艇競速短距離排名賽-第 2 站暨馬拉松錦標賽
	全國輕艇競速短距離排名賽-第 3 站
中華民國撞球運動協會	94 年全國中等學校撞球錦標賽
	94 年全國運動會撞球項目資格賽
	2005 年緯來職業撞球大賽第一站
	2006 年緯來職業撞球大賽第二站
	2007 年緯來職業撞球大賽第三站
	2005 年緯來女子職業撞球大賽第一站
	2005 年緯來女子職業撞球大賽第二站
	2005 年緯來女子職業撞球大賽第三站
中華民國舉重協會	94 全國青年盃舉重錦標賽
	94 總統盃舉重錦標賽

單位名稱	賽會名稱
------	------

中華民國壘球協會	全國女子壘球甲組春季聯賽
	全國運動會女子壘球資格賽
	理事長盃全國青少女壘球錦標賽
	全國女子壘球甲組秋季聯賽
	協會盃金獅、幼獅全國中學菁英賽
中華民國鐵人三項運動協會	94 年全國校園小鐵人錦標賽
中華民國心智障礙者體育運動總會	2005 中華民國心智障礙者適應體育親子運動大會
中華民國太極拳總會	94 年度第三屆青年盃全國中等學校太極拳錦標賽
	94 年度第二屆總統盃全國太極拳錦標賽
中華民國世界土風舞總會	94 年度全國盃土風舞競賽
中華民國民俗體育運動協會	94 年主席盃民俗體育錦標賽
	94 年總統盃民俗體育錦標賽
中華民國全民舞蹈運動協會	2005 台北國際標準舞全國公開賽
	2005 中壢盃國際標準舞全國公開賽暨聯歡舞會
	94 年度中華民國全民舞蹈公開賽
中華民國巧固球協會	94 年全國體委盃巧固球錦標賽
中華民國巧固球協會	94 年全國師生盃巧固球錦標賽
	94 年全國中正盃巧固球錦標賽
中華民國地面高爾夫協會	第三屆台灣全民全國地面高爾夫球錦標賽暨台日韓交流友誼大會
	第六屆會長盃全國地面高爾夫球錦標賽
中華民國合氣道推廣訓練協進會	中正盃合氣道錦標賽
中華社交舞協會	2005 年第四屆中華盃全國社交舞公開賽
中華民國飛盤協會	2005 年飛盤高爾夫 6 月份例賽
	2005 年飛盤高爾夫 7 月份例賽
	2005 年飛盤高爾夫 8 月份例賽
	2005 年飛盤高爾夫 9 月份例賽
	2005 年飛盤高爾夫 10 月份例賽
	2005 年飛盤高爾夫 11 月份例賽
	2005 年飛盤高爾夫 12 月份例賽
	2005 飛盤爭奪賽夏季排名賽
	2005 飛盤爭奪賽秋季排名賽
	2005 飛盤爭奪賽冬季排名賽
	2005 年青少年飛盤錦標賽
	2005 年飛盤高爾夫總決賽
	2005 年全國體委盃飛盤錦標賽
	2005 年世界業餘飛盤高爾夫錦標賽國手選拔賽

中華馬拉松協會	2005TOYOTA 萬人萬步走
中華民國迷你高爾夫運動協會	94 年全國親子迷你高爾夫球錦標賽
	94 年全國迷你高爾夫球錦標賽暨 2005 世界盃迷你高爾夫球錦標賽代表隊選拔賽
中華民國滑水協會	九十四年協會盃滑水錦標賽暨參加 2005 年第 19 屆亞洲盃滑水暨寬板滑水錦標賽選手選拔賽
	九十四年全國滑水錦標賽
台灣劍道聯盟	全國中小學劍道錦標賽
台灣劍道聯盟	全國劍道團體賽
台灣競技武術協會	全國青少年武術錦標賽
中華民國聽障者體育運動協會	94 年全國聽障菁英盃慢速壘球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃 9 號花式撞球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃春季籃球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃武道錦標賽
	94 年全國大專院校聽障學生運動會
	94 年全國聽障菁英盃桌球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃羽球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃保齡球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃冬季籃球錦標賽
	94 年全國聽障菁英盃軟式棒球錦標賽
中華元極舞及功法研究會	94 年度台灣區元極舞錦標賽
中華民國觀音香功協會	94 年觀音舞錦標賽
	94 年全國觀音香功錦標賽
台灣職業高爾夫協會	台豐公開賽
	2005TPGA 錦標賽
中華民國山岳協會	總統盃運動攀登國手選拔賽
	2005 總統盃抱石賽
	第十屆全國溪仙大會（溯溪）
中華民國水上救生協會	水上救生錦標賽
	水上救生巡迴示範賽

資料來源：本研究整理

(二) 單項運動協會本年度主承辦之國際性賽會名稱

單位名稱	賽會名稱
中華民國田徑協會	94 年國際暨全國撐竿跳高邀請賽
	2005 年國際田徑邀請賽
中華民國羽球協會	國際青年邀請賽
	台北公開賽
中華民國足球協會	2005 東亞足球錦標預賽
中華民國拳擊協會	第三屆亞洲盃女子拳擊錦標賽
中華民國軟式網球協會	中山盃國際邀請賽
中華民國棒球協會	美國大學明星隊 (NCAA) 訪台友誼賽
	2005 年國際少棒賽
	2005 年國際 (AAA) 青棒錦標賽
	2005 亞洲都市對抗賽
	2005 年第 36 屆明智神宮大學友誼賽
中華民國網球協會	2005 年國際女子網球巡迴賽
	2005 年台北縣國際青少年網球錦標賽
	2005 年 Yonex 盃 國際青少年網球錦標賽
	台維斯盃國際男子網球團體錦標賽亞大區第一級第一回合中華 VS 日本
中華民國撞球運動協會	生力亞洲 9 號球巡迴賽(高雄站)
	2005 安麗盃世界女子花式撞球邀請賽
	中日撞球對抗賽(1)
	2005 年世界花式撞球錦標賽
	中日撞球對抗賽(2)
	2005 年世界花式撞球男子超級盃
中華民國鐵人三項運動協會	2005 統一盃鐵人三項國際邀請賽
中華民國全民羽球發展協會	2005 年第 34 屆國際清晨杯羽球錦標賽
中華民國飛盤協會	2005 年亞洲城市飛盤爭奪賽邀請賽
中華馬拉松協會	雲科大 國際校園另類接力賽
	台北 101 國際登高大賽
中華民國國際標準舞發展協會	第三屆鳳凰盃國際標準舞跨國公開賽
台灣劍道聯盟	亞洲盃城市劍道邀請賽
	全日本高齡劍道友誼賽

資料來源：本研究整理

附錄四 雲林縣政府全國運動會經費調查問卷

行政院體育委員會 94 年全國運動會調查問卷

敬啟者：

您好！行政院體育委員會為評估舉辦全國運動會之經濟效益，特委託台灣經濟研究院進行調查，以建立經濟效益評估所需之資料。本問卷中各項資料僅作研究分析之用，敬請安心填答，您的填答對本研究至為重要，衷心希望您撥冗填答問卷，感謝您的協助與合作！

敬祝

身體健康 萬事如意

台灣經濟研究院 研四所 敬上

如果您對問卷有任何問題，請電洽聯絡人：

(02) 2586-5000 轉 809 林洋導 助理研究員

傳真號碼：(02) 2594-6718

地址：10461 台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

1. 全運會投入經費

1.1 經常門：

	單位	投入金額（千元）
中央政府投入		
縣政府投入		
企業贊助		

1.2 資本門：

場館	發包日期	預定完工日期	核定經費（千元）
斗南田徑場整修			
虎尾網球場			
林內國中武術館			
文安國小健美館			
四湖國中排球館			
燦林國小擊劍館			
斗六棒球場			
斗六棒球場周邊工程			

2. 全運會補助費用

2.1 餐券：總計發出_____份

特約餐飲店實際核銷金額為_____元

2.2 住宿：總計住宿點_____個

針對提供住宿點之單位補助金額為_____元

3. 雲林縣全運會代表隊補助情形

3.1 是否補助雲林縣代表隊之交通費用？

☐是 ☐否 （填是，請續答 3.2）

3.2 針對雲林縣代表隊補助之交通費用為_____元

4. 雲林縣政府為舉辦本次全運會投入之人力

4.1 縣府所屬各級機關單位及學校支援人力為_____人月

4.2 大會外包人力為_____人月

說明：人月為計算人力投入之單位，人月＝投入人數×工作月數，例如，為辦理賽會 貴單位投入 10 人，而這 10 人共計工作 3 個月，則投入人力為 30 人月

問卷到此結束，感謝您的協助與合作

附錄五 其他縣市政府全運會補助調查問卷

行政院體育委員會 94 年全國運動會調查問卷

敬啟者：

您好！行政院體育委員會為評估舉辦全國運動會之經濟效益，特委託台灣經濟研究院進行調查，以建立經濟效益評估所需之資料。本問卷中各項資料僅作研究分析之用，敬請安心填答，您的填答對本研究至為重要，衷心希望您撥冗填答問卷，感謝您的協助與合作！

敬祝

身體健康 萬事如意

台灣經濟研究院 研四所 敬上

如果您對調查表有任何問題，請電洽聯絡人：

(02) 2586-5000 轉 809 林洋導 助理研究員

傳真號碼：(02) 2594-6718

地址：10461 台北市中山區德惠街 16-8 號 7 樓

5. 全運會代表隊補助費用

1.1 除大會提供之餐券外，是否另行補助餐飲等費用？

☐是 ☐否（若為是，請續答 1.1.1）

1.1.1 餐飲：每位選手補助_____元

每位教練補助_____元

每位職員補助_____元

總計餐飲補助金額為_____元

1.2 是否另行補助住宿等費用？

☐是 ☐否（若為是，請續答 1.2.1）

1.2.1 住宿：每位選手補助_____元

每位教練補助_____元

每位職員補助_____元

總計住宿補助金額為_____元

1.3 是否補助參賽交通等費用？

☐是 ☐否（若為是，請續答 1.3.1）

1.3.1 交通費：每位選手補助_____元

每位教練補助_____元

每位職員補助_____元

總計交通補助金額為_____元

6. 本次全運會投入人力

縣府暨所屬各級機關單位、學校投入人力為_____人月

說明：人月為計算人力投入之單位，人月=投入人數×工作月數，例如，為了辦理賽會貴單位投入 10 人，總共工作 3 個月，則總投入人力為 30 人月

問卷到此結束，感謝您的協助與合作

附錄六 94 年全國運動會參與者調查問卷內容

行政院體育委員會 94 年全國運動會調查問卷

敬啟者：

您好！行政院體育委員會為評估舉辦全國運動會之經濟效益，特委託台灣經濟研究院進行調查，以建立經濟效益評估所需之資料。本問卷中各項資料僅作研究分析之用，敬請安心填答，您的填答對本研究至為重要，衷心希望您撥冗填答問卷，感謝您的協助與合作！

敬祝

身體健康 萬事如意

台灣經濟研究院 研四所 敬上

第一部分：參與者消費支出型態及金額

1. 請問您參與此次全國運動會所扮演的角色是什麼？

- (1) ☐ 觀賽者，主要觀賞比賽的項目 _____
(2) ☐ 比賽選手，代表 _____ 縣市，比賽項目 _____
(3) ☐ 教練，代表 _____ 縣市，比賽項目 _____
(4) ☐ 縣市代表隊工作人員，代表 _____ 縣市
(5) ☐ 裁判 (6) ☐ 贊助廠商 (7) ☐ 媒體工作人員
(8) ☐ 其他

2. 請問您來自哪一縣市？ _____

3. 您是如何到達雲林的（可複選）？

- (1) ☐ 自行開車 (2) ☐ 遊覽車
(3) ☐ 公、民營客運 (4) ☐ 火車
(5) ☐ 計程車 (6) ☐ 飛機
(7) ☐ 其他

4. 交通費用： _____ 元

5. 您預計在雲林停留幾天幾夜？ _____ 天 _____ 夜

6.請問您的住宿方式？

- (1) ☐旅館 (2) ☐民宿 (3) ☐親友家
(4) ☐選手村 (5) ☐其他

7.請估計您在這次全國運動會期間，每天在雲林縣平均的花費？

- (1) 餐飲費_____元
(2) 住宿費_____元
(3) 交通費（包含油資）_____元
(4) 娛樂費_____元
(5) 購物費_____元（例如禮物、紀念品等）
(6) 其他（請說明）_____元

第二部份：參與者基本資料

1.請問您的性別？

- (1) ☐男 (2) ☐女

2.請問您的年齡？

- (1) ☐15 歲以下 (2) ☐15-20 歲 (3) ☐21-30 歲
(4) ☐31-40 歲 (5) ☐41 歲以上

3.請問您的教育程度？

- (1) ☐小學 (2) ☐國中、初中 (3) ☐高中、高職
(4) ☐專科、大學 (5) ☐碩士、博士

4.請問您的每月平均所得？

- (1) ☐無經常性收入 (2) ☐二萬元以下
(3) ☐二萬元至三萬元 (4) ☐三萬元至四萬元
(5) ☐四萬元至五萬元 (6) ☐五萬元至七萬元
(7) ☐七萬元至十萬元 (7) ☐十萬元以上

問卷到此結束，感謝您的協助與合作

附錄七 期中報告審查意見及辦理情形

一、 時間：民國 94 年 10 月 5 日（星期三）上午十時

二、 地點：行政院體育委員會 1 樓會議室

三、 主席：葉處長景棟

四、 出席人員：

行政院體育委員會

江副處長秀聰

行政院體育委員會

戴科長琬琳

行政院經濟建設委員會

李顧問高朝

行政院經濟建設委員會部門處

曾處長雪如

行政院主計處

張志強、李文德先生

國立體育學院

高教授俊雄

台經院

周所長嫦娥，林洋導助理研究員

五、 主席致詞（略）

六、 受委託單位周所長報告（略）

七、 期中報告審查委員意見

期中審查意見	修正結果
體委會 綜合計畫處 1. 針對運動賽會之產值推估，是否有推估之公式或方法。	運動賽會產值之界定必須再釐清，而本研究運動賽會的調查主要在調查參觀人數和增加就業人數（見第四章），以及政府各項投入與參與者之支出（見第五章）。
國立體育學院 高教授俊雄 1. 今年度產值之推估，可就主計處現有行業標準分類及資料進行推估，而為與國際接軌，未來建議可參考發展運動產業較早的歐美國家，如美國及英國之行業標準分類，可供我國編修運動相關產業之行業標準分類參考。 2. 建議參考美英日等國運動相關產業之範疇，雖與我國相較之下，結構不一致，但可兩相比較，分析比較我國與國外產值之差異性。 3. 各式賽會依其本質可分為競賽型賽會及休閒型賽會，而依其比賽項目多寡，又可分為單項及綜合兩類，依實際經驗來說，不同類型的賽會衍生的經濟效益有其差異性，建議分類統計。	感謝委員意見，本研究認為目前較可行的作法還是以主計處標準行業分類為基礎。 感謝委員意見，由於本研究目的在於利用次級資料推估運動休閒產業的產值，國際比較並未列入工作項目，但未來可考慮比較。 感謝委員意見，已參酌修正，統計及說明詳如本研究第四章所述。
行政院主計處 張志強先生 1. 就運動休閒服務業之定義方面，建議體委會以該研究之定義與經建會作詳細討論，以期瞭解是否符合需求，另期待透過該研究之定義及調查，建立常態性統計資料，如每年可舉辦幾場大型運動賽會等 2. 針對運動媒體部分，因對產值影響不大，且切割不易，建議不要納入範疇中，但須掌握專業媒體有幾家，另報紙方面，國內無專以體育為報導對象之報紙，故無須納入，書籍出版部分，是否可透過書籍編碼瞭解一年可出版多少運動相關書籍？	感謝委員意見，相關建議已納入報告中，詳見報告第六章。 感謝委員意見，以目前資料可及性而言，本研究暫不予納入產值之估計範圍。
3. 目前詳細資料來源僅有工商普查資料及投入產出表，若主計處本身進	感謝委員意見，範疇界定詳如本研究第二章所述。

期中審查意見	修正結果
行推估，亦與該研究相若，但希望未來研究，幫忙釐清運動休閒服務業所屬業別之非 4 位碼行業代碼，提供主計處未來計算其他服務業產值時之參考，以避免重複。	
行政院經建會 曾處長雪如 1. p.3-26 已計算出產值、從業人口等，但其中產值與服務業發展綱領中有差距，需確認。 2. p.3-24 與 p.2-47 中，其他運動服務業之範疇似乎不一致。 3. 因工商普查每五年才一次，但每年都希望有數據能與目標值比較，希望體委會藉由此研究能建立一套每年都能合理推估產值的方式。 4. 管理顧問服務業，產值推估，是否考量企業大小來進行推估？	服務業發展綱領中所界定之運動休閒服務業與本研究之界定有所差異，加上資料來源不一致，是故產值之推估有異。 感謝委員意見，已參酌修正。 感謝委員意見，由於資料關係目前的處理是以財稅資料計算出成長率來推估。 感謝委員意見，囿於資料限制，目前無法考量企業大小之差異性。
行政院經建會 李顧問高朝 1. 首先釐清產業中各個項目，因目前行業標準分類雖無法涵蓋全部運動休閒相關產業，建議將目前缺漏部分及未來會列入的部分表列，可做為未來研究之對象，但不必立即估計。 2. 估計方法中以比例方式估計（ratio estimate）者，需先說明基準項目。 3. 題目與內文中，為符合研究方向，效益部分應以經濟效益字眼來表示。 4. 建設階段的經濟效益，建議另行評估。 5. 運動相關產業附加價值應較高，不經製造程序者，亦即中間財不列入中間投入，由 p.3-27 表 3.3.3 可知運動休閒服務業之產值約四百多億，佔 GDP 約千分之四，是否運動提倡仍不足？與國際比較，是否有差距？	感謝委員意見，事實上行業標準分類以涵蓋所有運動休閒服務業，只是運動休閒服務業之子項無法取得資料。 感謝委員意見，已參酌修正。 感謝委員意見，已參酌修正。 感謝委員意見，今年度計畫主要在於蒐集評估所需資料，經濟效益需於未來加以評估。 感謝委員意見，由於國際間尚無運動休閒服務業普遍採用之範疇界定，無法真正進行國際比較。
6. 建議列表呈現運動休閒服務業各業別佔工商服務業統計資料中的比例 7. p.1-3 中效益指標，亦宜採用經濟效	感謝委員意見，已參酌修正。 感謝委員意見，由於今年度計畫並未推

期中審查意見	修正結果
益字眼；另以投入產出模式評估賽會，不必估計乘數部分，因賽會結束後，來不及發揮其關聯效果。	估經濟效益，因此未發生委員所提之問題。

附錄八 期末報告審查意見及辦理情形

八、 時間：民國 94 年 12 月 21 日（星期三）上午十時

九、 地點：行政院體育委員會 1 樓會議室

十、 主席：陳副主委榮盛

十一、 出席人員：

行政院經濟建設委員會	李顧問高朝
行政院經濟建設委員會	林專委旭佳
行政院主計處	張專委志強
行政院體育委員會	江副處長秀聰
行政院體育委員會	戴科長琬琳
國立體育學院	高教授俊雄
師範大學體育研究與發展中心	張主任少熙
台經院	周所長嫦娥
	林洋導助理研究員

十二、 主席致詞（略）

十三、 受委託單位周所長報告（略）

十四、 期末報告審查委員意見

期末審查意見	修正結果
體委會 綜合計畫處 1. p.3-5，後半段，運動設施規模與人口倍增計畫，就本會立場無因果關係。 2. p.3-6，私人運動場館，第一段，女性撞球風氣漸開之因素應為多方因素促成，非僅緯來體育台進行轉播之原因。 3. p.3-10，專業人員認證，救生員非體委會核發，認證辦法亦有誤。 4. p.3-25，管理顧問業 33 家是否高估？ 5. p.4-11,12，行政機關、運動協會主承辦之賽會數、經費過少，與本會瞭解有差異。 6. p.5-11，斗六棒球場，地方自籌款應列入統計；中央政府投入一項中，運動設施處改為競技運動處。 7. p.6-4，全運會周邊宣傳活動相當多，並非宣傳不足。 8. p.5-8，抽樣調查中排除穿拖鞋者之文字敘述，似不宜，宜改寫相關敘述文字。	感謝委員意見，已依建議修改內文。 感謝委員意見，已依建議修改內文。 感謝委員意見，已依建議修改內文。 感謝委員意見，已參酌修正。 由於問卷回收關係，此部分內容為樣本之統計資料，非整體資料，僅據實反應樣本統計。 感謝委員意見，已依建議修改內文。 感謝委員意見，已依建議修改內文。 感謝委員意見，已依建議修改內文。
國立體育學院 高教授俊雄 4. 基本上非常肯定研究團隊之努力，並具體回應本人期中審查所提之意見。 5. 本調查報告所提供之數據，對運動管理相當有用，可提供與國際比較之基礎。	感謝委員肯定。 感謝委員肯定。
行政院主計處 張專委志強 1. 若研究有需要稅籍資料，可向主計處索取。 2. 提報經建會之運動休閒服務業產值，是否有包含各項賽會所創造的效益？ 3. 目前推估之產值，建議可提供給經建會。	感謝委員協助。 建請體委會查證。 感謝委員意見，本研究結果將由體委會決定未來如何使用。
行政院經建會 林專委旭佳 5. 相關部會在推估就業人數、產值等數據時，亦面臨資料缺乏等相同難題，因此體委會率先踏出第一步值得肯定，亦非常需要依照周教授所建議建立一套經常性資料庫，並透過此一研究確立每年皆可依循推估之模式。	感謝委員肯定。

期末審查意見	修正結果
6. 因服務業發展綱領及行動方案規劃年度為 94-97 年，建議每年編經費持續進行推估及調查，以利資訊之提供。 7. 從管理顧問業之產值佔比偏低，體委會是否提出一套策略提升其附加價值，因目前方案多屬硬體性投資，與休閒、服務之相關性仍不足。	感謝委員意見，本研究認為在無法取得細項資料的情況下，若僅用次級資料推估，將無法真正釐清產業情況，因此未來需每隔幾年進行一次產業調查，而未調查的年份則可以推估取得數據。 感謝委員意見，將建議體委會納入運動服務業推動措施中。
行政院經建會 李顧問高朝 8. 估計之方法論相當簡單及明確，且工作量相當龐大。 9. 對於建立資料庫，建議如下，資料為流動，因此建立研究中所提回饋機制有相當之必要，並應說明資料庫裡應該涵蓋何種項目，並成為體委會業務統計的一部分。 10. 可嘗試利用投入產出分析，計算產業關聯效果，估計直接及間接效益，並建議列表呈現。 11. 目前研究將運動休閒服務業及運動賽會之估計分開，亦建議分開估計。 12. 賽會之效益計算應以 net increase 部分為主，避免 double counting，另是否從消費者行為提出相關建議，說明如何提升賽會之經濟效益，亦即增加體育行銷之概念。	感謝委員肯定 感謝委員意見，建議體委會未來建置資料庫時採納。 感謝委員意見，建議體委會將來應進行經濟效益之評估。 感謝委員意見。 感謝委員意見，由於今年度未估計效益，未來評估應納入此建議。

參考文獻

(一) 中文部分

1. 程紹同 (2000)，中學生運動休閒參與模式研究，漢文書店。
2. 葉公鼎 (2002)，台灣地區運動與休閒產業重大事件活動之投入與產出效益比較研究，師大書苑有限公司。
3. 高俊雄 (2000)，運動服務管理理論與實務，志軒企業有限公司。
4. 財團法人鞋類設計暨技術研究中心 (2002)，規劃與推動運動休閒產業發展策略，經濟部工業局委託研究。
5. 林國榮、成之約、徐世勳、李秉正、呂銀益、徐揚、周旭華、呂謙、李麗瓊、王瑞麟 (2002)，加入 WTO 對我國運動產業影響評估及因應對策之研究，行政院體育委員會。
6. 行政院主計處 (2003)，中華民國九十年台閩地區工商及服務業普查報告。
7. 林建元、楊忠和、周慧瑜、王克宜、謝雅卿、陳建明、吳日昭 (2004)，我國運動休閒服務業人才供需調查及培訓策略研究，行政院體育委員會委託中華民國都市計畫學會研究計畫。
8. 中華民國金融學會 (2001)，2001 年 (第 34 屆) 世界盃棒球錦標賽效益評估，行政院體育委員會委託研究計畫。
9. 中華徵信所企業股份有限公司 (2002)，我國運動產業產值推估與經濟效益評估，行政院體育委員會委託研究計畫。
10. 鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠譯 (2000)，運動行銷學，華泰文化事業。
11. 林房儼 (2003)，運動產業研究與產值評估法暨相關因素分析，師大書苑有限公司。
12. 葉公鼎、陳俊忠、姜慧嵐、盧俊宏、鄭溫暖、林文郎、蔡厚男、陳明竺、許麗惠、柯俊宏、相子元、王傳銘 (2004)，興體育、拼經濟-體育與台灣的經濟發展，天下遠見出版股份有限公司。
13. 陳維智、朱亞坤 (2004)，方興未艾的大陸運動休閒產業市場，鞋技通訊，第 132 期，頁 51-59。

- 14.葉公鼎 (2003)，運動產業總論-論運動產業之範疇與分類，鞋技通訊，第 126 期，頁 18-41。
- 15.蘇維杉 (2004)，台灣運動產業的現況與發展，東師體育，第 11 期，頁 20-25。
- 16.林房儼等 (2004)，我國運動休閒產業發展策略之研究。
- 17.林建元等 (2004)，我國運動休閒服務業發展現況與趨勢分析。
- 18.陳新 (2003)，發展初期的中國運動休閒市場，體育學刊。
- 19.郭炳德、高玖靈 (2004)，體育產業概念理解及分類的研究，山西師大體育學院學報，第 19 卷，第 2 期，頁 19-20。
- 20.韓丹 (2003)，產業與體育產業辨析，山東體育學院學報，第 19 卷，第 58 期，頁 5-9。
- 21.盧元鎮、郭雲鵬、費琪、孔文清 (2001)，體育產業的基本理論問題研究，體育學刊，第 1 期，頁 41-44。
- 22.黃聖方、金開雲、史青春、周招娣 (2000)，關於我國體育產業統計指標體系的初步研究，浙江體育科學，第 22 卷，第 1 期，頁 1-6。
- 23.宋永平 (2004)，我國體育服務業的現狀與發展政策，體育與科學，第 25 卷，第 6 期，頁 50-52。
- 24.張雅棻 (2001)，我國運動產業之發展與所面臨經濟上的挑戰，中華體育，第 15 卷，第 1 期，頁 54-61。
- 25.林房儼、黃煜 (1999)，國內外運動產業暨運動管理之近況，大專體育，第 45 期，頁 4-6。
- 26.咎家騏、劉榮聰 (2000)，運動產業的市場結構與其對運動行銷的涵意，大專體育，第 50 期，頁 165-171。
- 27.黃坤得 (2003)，休閒運動課程之探究，中華體育季刊，第 17 卷，第 1 期，頁 88-95。
- 28.尚憶薇 (2004)，美國運動與休閒產業及其人力資源簡介，中華體育季刊，第 18 卷，第 4 期，頁 24-28。

- 29.高俊雄、陳美燕、呂銀益、陳鴻雁、葉公鼎、鄭志富、胡廷鴻、蕭嘉惠、莫季雍、彭小惠（2003），台灣地區運動產業典範集錦，台灣體育運動管理學會。
- 30.莫季雍（2004），運動與傳播，國民體育季刊，第 33 卷，第 4 期，頁 48-52。
- 31.高俊雄（2005），創造運動休閒的新價值，國民體育季刊，第 34 卷，第 2 期，頁 7-11。
- 32.林房儼、劉秀端（2005），運動休閒產業發展重要課題與策略，第 34 卷，第 2 期，頁 18-23。
- 33.盧煥升、魏瑞珣（2004），2002 世界盃足球賽經濟效益分析，第 33 卷，第 4 期，頁 72-77。
- 34.葉公鼎（2001），行銷研究資訊於運動行銷贊助之運用，2001 年運動產業政策國際研討會，頁 141-148。
- 35.周靈山（2004），從世界盃足球賽與雅典奧運會中論析台灣電視轉播觀賞現況，大專體育，第 74 期，頁 78-88。
- 36.江中皓（1999），全國運動會的執行準則與改革方向之相關探討，大專體育，第 46 期，頁 77-81。
- 37.洪祥洲、黃郁惠（2003），運動賽會贊助承辦人訪談個案-以 91 年全國中等學校運動會為例，大專體育，第 64 期，頁 19-25。
- 38.楊志顯（1998），近三屆奧林匹克運動會財務運作規劃剖析，中華體育，第 11 卷，第 4 期，頁 9-17。
- 39.蔡岱亨（2003），台灣職業棒球運動發展之研究，屏東師範學院體育學系碩士論文。
- 40.沈長振（2003），我國運動休閒管理碩士論文內容分析之研究，國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 41.鍾志強（2004），運動健身俱樂部消費者商店印象與再次購買意願之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 42.朱原等譯（1997），朗文當代高級辭典，艾迪生·維斯理·朗文出版社。
- 43.趙鳳培（1990），個體經濟分析，三民書局股份有限公司。
- 44.林淑娟、林房儼（2005），職業棒球與運動傳播媒體關係之研究，

- 大專體育，第 78 期，頁 130-135。
45. 蔡芬卿 (2001)，我國運動經紀服務業的發展研究，大專體育，第 53 期，頁 136-141。
46. 林永森 (1997)，台灣地區運動經紀顧問業發展概況，大專體育，第 34 期，頁 51-56。
47. 林永森 (2000)，台灣地區高爾夫休閒運動產業發展概況分析，大專體育，第 51 期，頁 148-155。
48. 李文娟 (1997)，邁向運動用品業的戰國時代，大專體育，第 30 期，頁 68-74。
49. 周靈山、吳崇旗 (2002)，運動商品網站之電子商務經營-以健野運動用品商店為例，大專體育，第 63 期，頁 63-70。
50. 董國安 (2003)，談宏碁對運動賽會之贊助-中華民國高爾夫公開賽，大專體育，第 66 期，頁 84-90。
51. 葉公鼎 (1997)，運動賽會經濟影響之評估模式，中華民國體育學會體育學報，第 23 輯，頁 1-12。
52. 吳崇旗、周靈山 (2002)，淺析全球化潮流中運動傳播媒體的發展，大專體育，第 60 期，頁 104-110。
53. 周靈山 (2004)，運動傳播媒體新寵：運動電子報分析，大專體育，第 70 期，頁 62-70。
54. 羅詩文 (1998)，運動俱樂部的籌備與管理，大專體育，第 38 期，頁 72-76。
55. 張毓倫 (2004)，休閒運動俱樂部經營管理現況及策略之探討：以亞力山大、加州及中興為例，大專體育，第 72 期，頁 122-127。
56. 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，第 32 期，頁 215-247。
57. 張廖麗珠 (2001)，運動休閒與休閒運動概念奇異詮釋，中華體育，第 15 卷，第一期，頁 28-36。
58. 程紹同 (1994)，現代體育發展的新趨勢-運動休閒管理，中華體育，第 7 卷，第四期，頁 25-30。
59. 秦鴻志 (2001)，高雄與台北兩市民眾報紙閱讀動機與行為之比

較，國立中山大學傳播管理研究所。

60. 行政院體育委員會 (2003)，全國體育行政單位暨團體通訊錄
61. 台灣體育運動管理學會 (2003)，台灣地區運動產業名錄，志軒企業有限公司
62. 朱文增 (2004)，台灣職業棒球比賽經濟效益評估與消費者行為之計量分析，行政院國家科學委員會專題研究計畫，計畫編號 NSC92-2413-H-003-057。
63. 劉守成 (2003)，宜蘭縣政府的行銷策略—以宜蘭國際童玩藝術節為例，研考雙月刊，27 卷 3 期。
64. 王塗發 (2002)，觀光客倍增計畫經濟效益評估，行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處委託計畫。
65. 周嫦娥、黃宗煌、劉靜容 (2002)，88 年台灣地區觀光衛星帳試編結果，交通部觀光局委託。
66. 周嫦娥、黃宗煌、劉靜容、李繼宇 (2003)，編製 90 年台灣地區觀光衛星帳，交通部觀光局委託。

(二) 英文部分

1. Australian Bureau of Statistics, 2001, "Australian Culture and Leisure Classifications".
2. United Nations Statistics Division, 2002, "International Standard Industrial Classification of all Economic Activities, ISIC Rev.3.1".
3. Meek A., 1997, "An Estimate of the Size and Supported Economic Activity of the Sports Industry in the United States", *Sport Marketing Quarterly*, V.6 No.4, p.15-21.
4. Pitts, Fielding and Miller, 1994, "Industry Segmentation Theory and the Sport Industry: Developing a Sport Industry Segment Model", *Sport Marketing Quarterly*, V.3 No.1, p.15-24.
5. Hong Fan, 1997, "Commercialism and Sport in China: Present Situation and Future Expectations", *Journal of Sport Management*, V11, p.343-354.
6. Oga Jun, 1998, "Business Fluctuation and the Sport Industry in Japan: An Analysis of the Sport Industry From 1986 to 1993", *Journal of Sport Management*, V12,

p.63-75.

7. Shoham A. and G. M. Rose, 2000, "Predicting Future Sport Consumption: The Impact of Perceived Benefits", *Sport Marketing Quarterly*, V.9 No.1, p.8-14.
8. Mahony D. F. and D. R. Howard, 2001, "Sport Business in the Next Decade: A General Overview of Expected Trends", *Journal of Sport Management*, V15, p.275-296.
9. Guneen J. and R. Schneider, 2001, "Sport in the Third Millennium: A Retrospective and Perspective on 1990s and 2000-Era Sport", *Journal of Sport Management*, V15, p.267-274.
10. Li M., Hofacre, S. and Mahony, D., 2001, *Economics of Sport*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.
11. Gratton P. and P. Taylor, 2000, *Economics of Sport and Recreation*, Spon Press: Taylor and Francis group.
12. Stotlar D. K., 2001, *Developing Successful Sport Marketing Plans*, Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.

(三) 網路部分

1. 葉公鼎 (2005), 大型運動賽會經濟影響的調查方法及其結果的運用 (二), 運動神網, www.sportsnt.com.tw
2. 研考會 (2005),
http://www.gov.tw/EBOOKS/TWANNUAL/show_book.php?path=2_007_028
3. 台經院產經資料庫 (2005), <http://tie.tier.org.tw/tie/index.jsp>
4. 中華職業棒球大聯盟 (2005), <http://www.cpbl.com.tw/default.asp>
5. 台經院產經資料庫 (2005), <http://tie.tier.org.tw/tie/index.jsp>
6. 涂永輝 (2000), 撞球運動協會十年有成感言,
www.baroc.org/research/history/h020128-2.htm
7. 行政院體育委員會法令規章查詢網頁 (2005),
<http://www.ncpfs.gov.tw/law/law.aspx?No=1>
8. 國民體能指導授證考試相關查詢 (2005),
<http://www.justsports.net.tw/committee/ins/index.htm>
9. 台灣區體育用品工業同業公會 (2005),
http://www.sports.org.tw/c/ass.asp?a_table=1

