



圖片／富爾特光碟

運動休閒產業關聯

●高俊雄

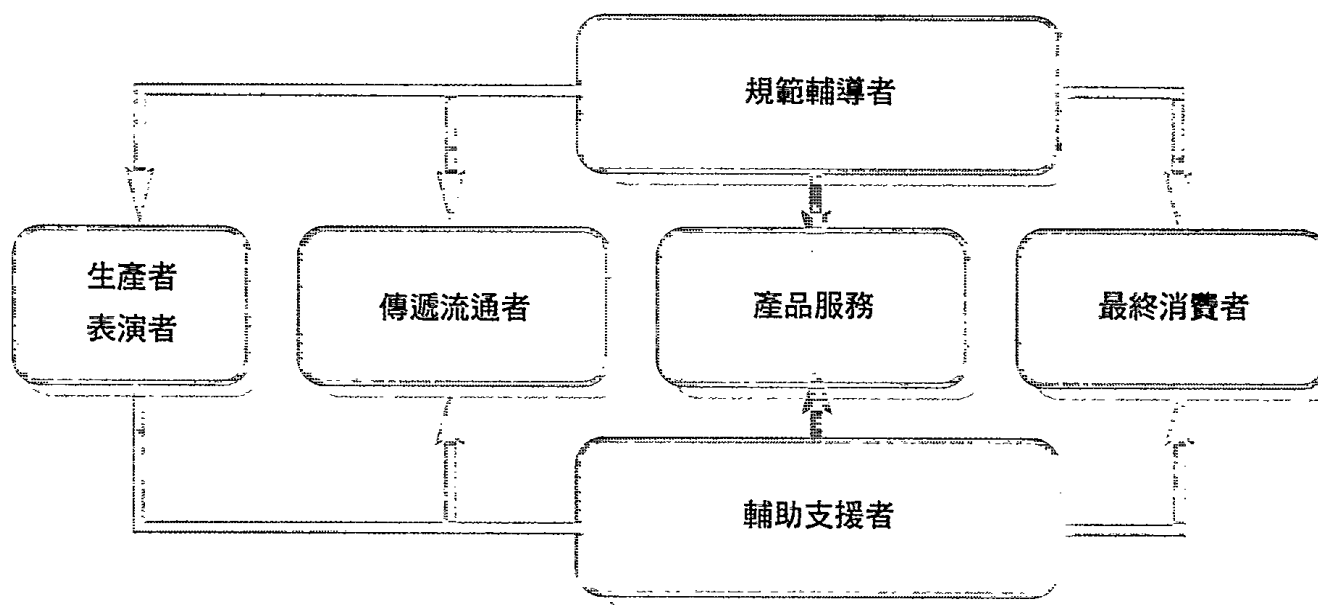
壹、前言

2002世界盃足球賽從5月31日在韓國漢城開幕，到6月30日在日本橫濱閉幕，一個月來總共64場比賽以及塞內加爾來台訪問的過程與結果一直是台灣每天即時新聞、整點新聞，以及報紙每天大幅報導的焦點，社會大眾也踴躍的在網路、報章雜誌、電視、電台上參與表達正負面各種不同的意見，許多商品也搭

上世足賽的便車，成為當時的流行性產品，甚至籌組觀光旅遊團以及發行運動彩券等，彷彿2001世界盃棒球賽的熱潮在台灣重現。這些商機蓬勃以及社會大眾熱中參與的現象，與產業關聯有密切的關係。本文從運動休閒產業組合與關聯的觀點，對世足賽引發的產業關聯現象加以剖析，並對我國體育相關政策提出建議。



圖一、運動休閒產業基本結構



貳、運動休閒產業內容與組合

最近幾年，在台灣日常生活中運動休閒產品服務幾乎到處可見，例如2002世界盃足球賽、2001世界盃棒球賽、美國職業籃球季後賽、中華職棒聯盟和台灣大聯盟年度例行賽等比賽實況；城市運動健康俱樂部；鄉村市郊高爾夫俱樂部；Nike, Adidas, New Balance等知名運動用品零售等。然而，運動休閒產品服務要順利的提供給社會大眾，必須要有充分的產業組合，才能持續提供品質優良的產品服務，也才能夠透過事業組織互相支持與依賴永續發展，並經由產業關聯創造整體較高的經濟效益。

運動休閒產業是一群類似事業組織的集合，可以是一群【運動休閒產品服務類似】、【運動休閒參與者類似】，也可能是一群【運動休閒產品服務價值活動類似】的事業組織。基本上，運動產業從上游到下游包括製造業、營造業，以及傳遞流通和服務業。而成熟的運動產業結構與組合還應該包括規範與輔導以及輔

助支援的組織，來維持產業成員能夠在有序與支援的環境中運作與成長。運動休閒產業結構與組合可以綜合如圖一所示。依照價值活動內容的相似性，運動休閒產業可以再區隔為運動用品製造、運動設施營造、運動用品批發零售、運動資訊傳播、運動設施環境營運、運動技能指導、運動傷害防護、運動賽會籌備、運動賽會現場觀賞促銷、運動觀光旅遊、運動彩券等。

參、運動休閒產業關聯

運動休閒事業運作過程中彼此互相關聯是產業創造經濟乘數效應，以及產業多元化與永續發展的重要基礎。依照運動休閒產品服務價值活動關聯的方向，可以分為向前關聯、向後關聯，以及水平關聯。

一、向前關聯

就是有了這項運動產品服務之後，就有機會衍生發展出其他產品服務，因此，這項產品服務就如同推



進器一般，例如精彩的運動賽會可以衍生出現場運動觀賞、媒體運動觀賞、紀念品生產銷售、廣告製作與傳播、贊助等。

二、向後關聯

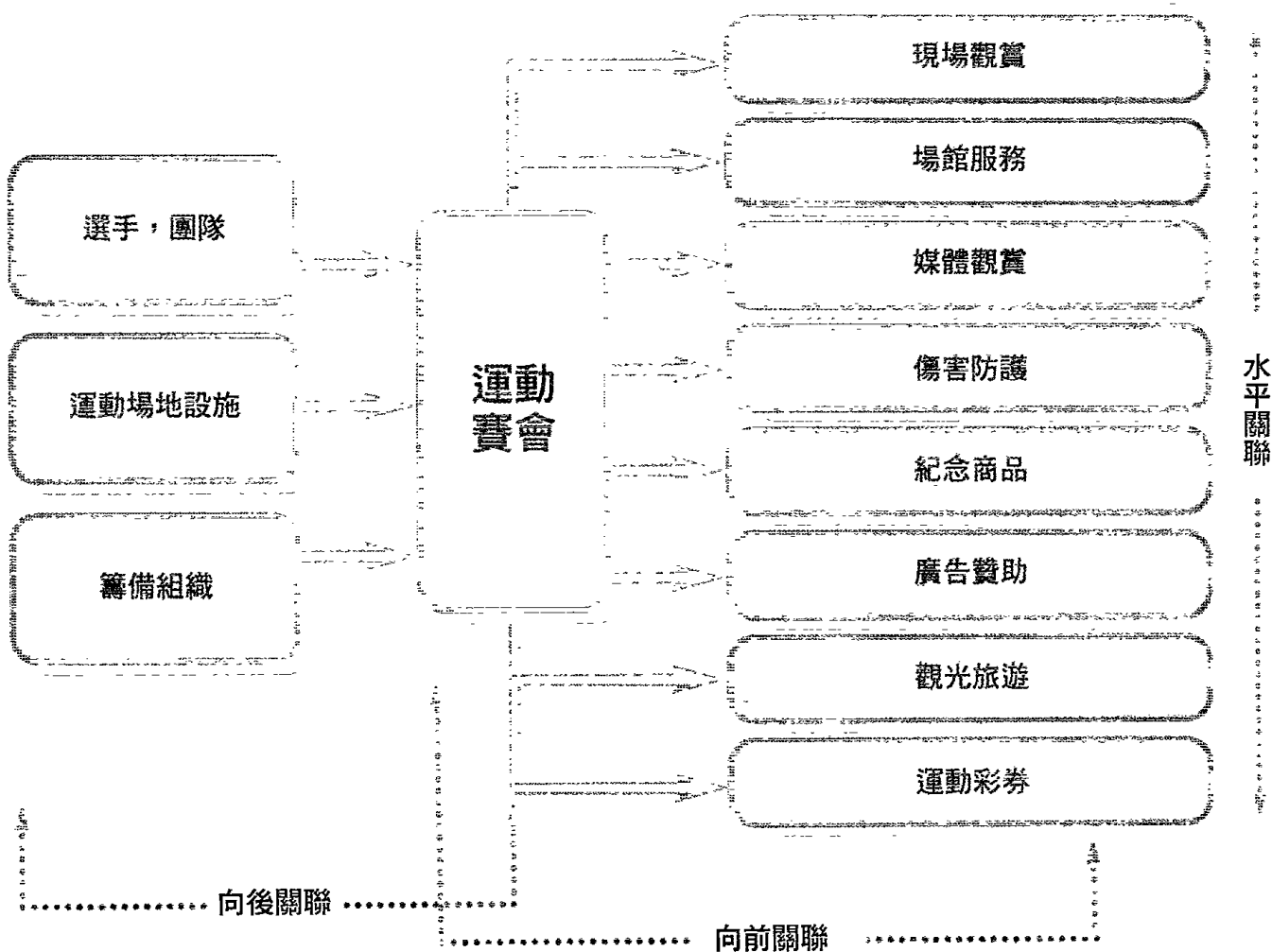
就是要順利永續提供這項運動產品服務，必須先具備相關的基礎設施、人員、組織等，因此，這項產品服務就像是火車頭一般。例如籌辦運動賽會必須先具備運動員、運動團隊、運動場館設施、相關組織

等；要成立運動俱樂部必須先備妥場地設施空間、運動休閒指導員，以及運動健身器材。

三、水平關聯

就是該項運動服務與彼此不相隸屬的組織或產品服務，但是藉由合作，可以為彼此創造價值。目前台灣社會運動休閒服務水平關聯的現象越來越多，例如綠島、澎湖、墾丁、東北角國家風景區等觀光旅遊地區內增設的運動設施、活動與服務，例如浮潛、攀

圖二、運動賽會引發的產業關聯





岩、騎自行車等；許多五星級飯店與高爾夫球場合作，推出高爾夫假期；觀光旅遊以運動賽會為號召進行組團；彩券以運動賽會名稱為品牌，甚至以競賽結果作為獎金分配的依據，來提高銷售量。總統、副總統、行政院長、台北市長等高層政治人物，從2001年11月世界盃棒球賽起，就明顯增加親自出席運動休閒活動現場的次數。

肆、運動賽會引發的關聯效果

運動賽會的內容不一而足，有些是定期舉行，例如在台灣舉行的全國運動會、職業運動例行比賽、亞洲運動會、奧運會、世界盃棒球賽、世界盃足球賽等；有些則是不定期或者偶發性舉行而已。但卻都是能夠醞釀、提供不同社會文化背景的人類團體在一起，彼此互相交換想法、情感、生活經驗、技術能力、價值觀、願景與夢想。

當運動賽會確定要舉辦時，首先會引發向後關聯，主要有四類活動必須開始運作，包括成立並運作籌備組織、新建或整修運動場地設施、製造運動器材用品，以及選拔、訓練、組織運動選手，這些屬於運動賽會籌備。當接近運動賽會開幕日以及開幕之後，就會引發向前與水平關聯，可以衍生開發的價值活動主要有八類，包括比賽現場觀賞門票銷售、運動場館服務作業、電視實況轉播、運動傷害防護、報章雜誌深度報導、製作銷售紀念商品、廣告、贊助，以及籌組觀光旅遊團、發行運動彩券等，這些屬於運動賽會行銷。很顯然，運動籌備與行銷二者都能夠引發產業關聯，而且，二者之間關係十分密切，相輔相成，如圖二所示。因為縝密的籌備有助於行銷的說服力與吸引力；良好的行銷效果則可以藉由社會大眾正面的回饋來提升運動賽會籌備組織的士氣。當產業關聯效果呈現時，國家社會的凝聚力、自尊心與信心也將同時

發酵。

伍、結語：對體育政策的意涵

運動休閒產業雖然因為專業分工而產生區隔的現象，但是在有效滿足購買者，以及維持生存競爭能力的共同目標下，產業成員彼此呈現互補合作以及群聚的現象，進而構成了創造產業關聯效果的基礎。雖然產業關聯效果在日常營運中就可能自然存在，但是也必須透過產業內或外某一要素的啟動，例如籌辦運動賽會、設置運動俱樂部、提高運動人口等，來維持產業的活絡，甚至創造額外的效果。

籌辦運動賽會對於運動休閒產業向前、向後以及水平的關聯效果，也就是推進器與火車頭的角色，在2002世界盃足球賽以及2001世界盃棒球賽已經十分明顯。積極爭取國際運動賽會在台灣舉辦雖然已經是體育政策的一環，但是這項政策的目標應該將提高產業關聯和社會參與的效果納入。例如今年我國大專體育總會和台南市政府共同爭取到2004年世界大學棒球錦標賽，其配套計劃之一就是在台南新建棒球場；同樣的，正在爭取2007年或2009年世界大學運動會的籌辦權，其配套計畫就是在高雄市與台南市新建充分多樣的運動場地設施。這是創造向後關聯的必要配套計畫。除了加強我國運動選手選拔與培訓，爭取優秀的成績之外，政府主管機關對於主辦運動賽會的民間運動組織，必須同時採取積極的輔導措施，運用充分的運動休閒產業組合，協助做好運動賽會籌辦以及行銷工作，才能進一步有效創造向前以及水平關聯效果。✎

(作者為國立體育學院教授)

參考文獻

高俊雄 2002，運動休閒事業管理。桃園：志軒。