

# 運動休閒產業發展 ■ 林房儼、劉秀端

## 重要課題與策略

18-23

從產業別分類觀點而言，運動休閒產業包含了服務業與製造業兩大產業。例如，運動休閒服裝設計與製造、運動休閒設施與器材的研發與製造屬製造業；參與性運動休閒活動產業、健康運動產業、休閒運動產業、職業運動產業等則屬服務業。簡言之，凡能夠提供各種有形或無形的運動休閒活動或服務，以滿足人們多樣化運動休閒需求的行業，即所謂運動休閒產業。所以運動休閒產業主要由運動休閒商品的產出，及經營管理兩部分所構成，它不僅包括運動休閒活動、健康娛樂、競賽表演、諮詢培訓和運動經紀等行業，而且也包括上述服裝、器材、食品及飲料的研發、生產與經營等。



▲運動休閒促進健康的觀念已深入人心。（攝影／丁文心）

**運**動休閒產業是全球矚目之跨世紀新興重大領域。運動休閒產業在二十世紀可謂是經濟發展中重要的產業之一。但實際上運動休閒產業由來已久，可說是有人類即有了運動休閒產業。尤其是在社會進步、經濟成長迅速、國民所得持續提高下，人們有了更多的時間及金錢參與或觀賞運動及體育活動，因而加速了運動休閒產業的蓬勃發展。到了二十一世紀，運動休閒產業的發展已成為主流之一，但由於運動休閒產業所涵蓋範圍太廣泛，使得一般人對它的瞭解總是有點模糊。雖說國內運動休閒產業不如先進國家發達，且所扮演之角色在經濟發展中，表面上看來並不明顯，但根據經建會的產業發展策略之中，運動休閒產業已被列為重點發展項目之一，預估其產值在2006年時將為2500億美元。而且，行政院推動「挑戰二〇〇八國家發展重點計畫」之「活動產業整合發展」，及經建會「我國服務業發展綱領及行動方案—觀光、運動休閒服務業」案之「運動休閒服務業推動計畫」等重要計畫，均與運動休閒產業相關。

以往的體育運動事業長期倚賴政府補貼，政府也主導它的發展，但是國際奧會（IOC）前任主席薩瑪蘭奇（J.A. Samaranch）二十世紀末曾言：「運動是人類在本世紀發展中最重要的社會現象之一，體育運動不僅存在於地球村的每個角落，且深入人們日常生活中，它的影響力將延伸至新的紀元」。這從2001年的世界棒球賽在台灣重新掀起棒球熱潮，乃至到世界杯足球賽吸引全世界數十億人口的觀賞，並讓日本與韓國帶來數百億美元之經濟效益，在在都顯示出運動休閒產業之耀眼光芒。根據學者Broughton等人的研究指出，二十世紀之全球運動休閒產業年產值已高達5000億美元，而美國的運動休閒產業迅速擴展，每年並為全球各大企業與非營利性組織創造價值超過2000億美元的龐大商

機，其經濟影響力早已令各國政府及學術界刮目相看。光是主辦2002年世界杯足球賽，就為日本創造了1000億美元以上的產值。另依據體委會委託中華金融學會研究推估結果，2001年世界棒球錦標賽為我國創造6億多元的經濟效益及創造674人年的工作機會。由此可見國際運動休閒產業之影響力可謂無遠弗屆，其重要性也不言可喻。因此，運動休閒活動及其相關產業不是消費財而已，實際上它已是一種深具經濟價值的生產財。

## ■ 運動休閒產業的範疇與發展現況

依據林房儔（2004）等人的研究指出：「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升運動技術的產品，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」。從國外運動休閒產業發展的經驗來看，不難瞭解運動休閒產業與產值研究的重要性。但反觀國內現今運動休閒產業之研究，僅止於觀念的建立與溝通，在量化研究方面還不能算是起步階段。隨著經濟發展的腳步，國內運動休閒產業可說是日益蓬勃。顯然的，國內運動休閒產業的發展與產值評估及發展策略等相關問題，實際上已經是產、官、學界必須面對的重要課題，例如：我國運動休閒產業規模、運動休閒產業GDP、運動休閒產業相關的經濟活動、運動休閒產業政策、運動休閒產業發展策略等。

在國民生活型態改變及健康與運動意識抬頭的今日，台灣全民運動的時代已經來臨，運動與休閒將成為現代國民日常生活所需，運動休閒產業與其相關產業將是國家整體經濟體制中一個相當重要的環節。依據我國之運動休閒產業之產業現況、市



▲由於社會的快速發展，人們有了更多的時間及金錢參與或觀賞體育活動，因而加速了運動休閒產業的蓬勃發展。（攝影／丁文心）

場、內容與重要性，可將運動休閒產業分成：服務性運動休閒商品、觀賞性運動休閒商品、實體性運動休閒商品、支援性運動休閒商品及運動賽會活動等5大類。民國90年運動休閒產業之各項產業調查與產值推估，我國運動休閒產業之各項分類產值合計年產值總額約為新台幣1676億元，毛額為1039億元。如依90年平均匯率（新台幣兌美金）33.81計算，當年我國運動休閒產業產值總額約49.58億美元，產值毛額約30.72億美元，依2001年產值之毛額估計，運動休閒產業產值（GDSP）佔當年台灣國內生產毛額（GDP）之1.10%。

在台灣實體運動休閒產業之實體運動商品在國際上具有一定之重要地位，惟主要係屬代工商品（OEM）之產值，將來可協助輔導台灣運動休閒製造業廠商創立自有品牌，提升其經濟附加價值。就運動休閒服務業而言，服務業之產值佔整體產業之比

率仍低，如今服務業已成為新世紀產業主流，我國之運動休閒服務業尚有極大發展空間。因應未來服務業發展之需求，除應加強運動休閒產業之人力培育外，為追求台灣運動休閒產業之永續發展，如何擬定產業發展策略以增加產業知識經濟產值，已是政府目前推展運動休閒產業政策之重要課題。

## ■ 產業發展主要課題及其發展策略

在各國重視運動休閒產業之際及我國面對二〇〇八之各項國家發展計畫推動時，我們必須正視國際產業之發展趨勢，亦應投注相關資源與政策，協助運動休閒產業之發展，因此本節依據林房愷（2004）等人的研究結果，擇要說明目前運動休閒產業發展之主要課題及其發展策略，以供推動我國

運動休閒產業發展之參考。

### 一、產業研究基礎化

大體而言，產業發達的國家對於主要產業內所涵蓋之企業類別及家數皆有完善的統計資料可供查詢，並且可作為企業投資策略分析研究之參考資料，與提供政府相關部門作為擬訂產業政策的重要依據。因此有必要進行我國運動休閒產業之基礎調查，加強產業之基礎研究、建立運動產業資訊中心並建構產官學研之訊息交換平台，及加速產業訊息之傳播速度，以提供政策制定與民間投資之參考。同時也應輔導學界及研究機構對產業之研究方向，使成果能滿足政府及企業所需，適時提供產業環境資訊與市場供需之研究報告。並獎勵產業及學術界

從事運動休閒相關專案研究及調查，並辦理運動休閒產業之專業講習，對產業之經營者進行經營輔導、講習、訓練，以提高產業管理及經營效率。

### 二、產業經濟模型化

台灣運動產業屬於新興起步之階段，在各國對運動休閒產業之範疇與分類尚有歧見之際，透過前述專案研究及市場調查，建立運動休閒產業之基礎資料庫並界定台灣運動休閒產業之分類方式及範疇，以利產業之健康發展。接著以數學統計及經濟預測模式，建構我國運動休閒產業之產值推估模型，將我國之運動產業、休閒產業、文化產業、活動產業及其他製造業有關運動休閒及身體性休閒活動之產業納入重點輔導項目，以有效區隔並統合整



▲加強運動休閒產業人力之培育，讓台灣的運動休閒產業得以永續發展。（攝影／林嘉欣）

個運動休閒產業市場。

### 三、產業發展多元化

對具國際競爭性之運動休閒產業訂定產業獎助之配套方式與具體之輔導獎助措施，扶植具指標性之運動休閒產業，加速市場拓展，以蓬勃運動產業之多元發展。對運動休閒產業具重大影響之產業，政府或所屬基金應予以支持或投資，以帶動運動休閒產業市場發展。對具指標性與影響性的運動休閒產業、運動軟體開發及技術升級之產業，比照IT產業之各項優惠，給予產業投資抵免、營業稅賦減免的優惠，以提高業界的投資意願，或給予實質之優惠，輔導國內運動休閒產業創立自有品牌。從OEM到OBM的自有品牌創立過程，強化品牌行銷，創造產業之高附加價值，提高產品之知識經濟產值。

### 四、人力培育專業化

就產業與市場所需專業之人力供需進行需求評估，建立專業人力分類確實掌握產業之人力供需與均衡，並施行總量管制以培育適量且優質之運動休閒產業專業人力。對運動休閒服務人力培育機構進行評鑑以確保學用合一，及配合教育部之評量機制建立相關校系之進退場機制。產業之發展及人力培育更應與國際接軌，以系統化方式評估，提升產業技術及專業人力培養效益之道，滿足國際競爭力需要。建立運動休閒專業人員證照制度，培育優質專業服務人才，提高運動服務產業之專業水準。

### 五、輔導平台單一化

運動休閒服務產業為新世紀重要之產業內容，除體育運動專責機關外，仍需結合教育、文化、經濟、勞工、財政等機關之資源，以加速運動休閒及文化創意產業橫向與縱向之合作，並擴大相關產業之服務範疇與社會價值。在推展初期先採用「政府導向」型之策略，由政府擬定發展方向，予以輔導並實施獎勵措施，等到產業市場成熟再慢慢轉型為

「市場導向」型之策略。因此，現階段運動休閒產業之推動機關應統籌事權，由體委會及經建會等相關部門合作成立運動休閒產業發展之業務單一服務窗口，整合公部門業務單位，使其各部門之力量完全發揮且相互支援，簡化行政流程，以提高產業發展之便利性，有效推廣運動休閒產業。並制定「運動休閒產業發展獎助辦法」，提供運動休閒及文化創意產業實質輔導與幫助，加速國家重點產業發展。

### 六、相關法令現代化

為健全休閒運動產業發展以推動運動產業振興方案，首應加速運動休閒產業相關法令之修訂，以符合現代化之時空背景。例如，修改促參法，對運動與休閒設施之重大公共建設標準予以放寬，以利企業取得租稅優惠及專案融資。同時宜修訂都市計畫法及相關規定，確保國土開發與運動休閒用地之合宜比例，逐步放寬海洋、山地以及空域運動之限制，增進民衆休閒運動之廣度。對於運動休閒商品，更應修法建立檢定與認證制度，對國內生產與進口使用之運動設備與器材制定統一規格，以有效進行品質之管理與管制。

### 七、運動人口規律化

加強運動人口倍增計畫之推展，提高規律性運動人口比例，首應落實運動人口倍增計畫之實質效果。透過政策規劃與輔導制度，讓地方政府結合各界體育運動人力與運動場館，作為全民及社區運動推展之據點。輔導運動性社團發揮其功能，提高國民參與運動人口之廣度，以厚植運動產業發展之基礎。由於台灣四面環海，水域資源潛力深厚，宜加強我國水域活動之推廣與水域產業之開發，蓬勃水域運動風氣，提高水域活動參與人口，除符合海洋立國之精神外，更可興盛周邊運動商品，有利產業之長期植基。



▲台灣四面環海，宜加強我國水域活動之推廣與水域產業之開發，蓬勃水域運動風氣，以提高水域活動參與人口。（攝影／林嘉欣）

## ■ 結論

國民從事運動休閒活動，除可促進身心健康及減少醫療成本外，兼具經濟發展之效果。運動休閒產業已受到許多歐美先進國家的政府官員、學者專家以及業者的注意而積極的加以推動。美國開始著手於運動產業休閒的研究已有30年歷史，英日等國的運動休閒產業也已頗具規模，由此可見運動產業之重要性及所帶來的巨大經濟效益不可輕忽。我國現階段運動休閒產業之發展，需要由政府結合產業界、學術界以及研究單位共同投入，以促使運動休

閒產業之迅速發展。產業之發展策略，首應明確界定我國運動休閒產業之分類與範疇，並加強產業之基礎研究及培育優質專業人力。同時，運動休閒產業之推動機制應統籌事權，建立產業發展單一輔導平台，以加速運動休閒產業相關法令之修正。為取得國際運動行銷的利基，輔導自有品牌創立，強化品牌行銷，也是當務之急。另外，我國運動產業之基礎調查與研究尚待強化，儘速建立產業資料庫，以提供政策制定與民間投資之參考，進而厚植產業發展之根基。（林房儼為台灣體育學院總務長、劉秀端為秀品食品公司出納主任）

### 參考文獻

- 林房儼、林文郎、莊木貴、黃煜、張振崗、呂佳冀、王慶堂（2004）：我國運動休閒產業發展策略之研究。台北：行政院體育委員會。