# 臺北市 運動產業發展與趨勢報告



# 目 錄

表	. 次	ii
圖	次	iii
摘	要	iv
壹	、緒論	1
_	、計畫緣起	1
二	、現況分析與問題探討	4
三	、計畫目的	9
貮	、文獻探討	12
_	、運動產業的定義與範圍	12
<b>二</b>	、國際運動產業衛星帳的發展	21
三	、國際運動賽事的經濟影響	39
參	-、計畫執行方式	49
_	、研究架構	49
<b>=</b>	、編製方法與步驟	49
肆	、結論與建議	56
_	、結論	57
<b>=</b>	、建議	70
伍	、結案報告簡報	85

# 表次

表 1	日本版 SSA2017 與 SSA2018 的主要差異	22
表 2	歐盟主要國家運動 GDP、就業人數資料 (廣義之運動產業)	24
表 3	維爾紐斯運動產業定義活動分類表	27
表 4	與運動產業相關的指標	33
表 5 (	GDP 佔比前 10 名的產業	34
表 6	英國高爾夫產業的地區附加價值百分比	37
表 7	高爾夫佔英國整體運動產業的比例	38
表 8	臺灣經濟研究院估計 2017 臺北世大運之經濟效益表	42
表 9	賽會前、中、後期的經濟影響	47
表 10	2017-2019 年臺北市運動產業整體的生產、消費與就業情形	57
表 11	臺北市較具特色運動產業一覽表	59
表 12	運動經紀業 (管理顧問及藝人等經紀業) 之生產、消費、就業趨勢分析	60
表 13	運動成衣零售業之生產、消費、就業趨勢分析	61
表 14	運動用品及器材批發業之生產、消費、就業趨勢分析	62
表 15	電視節目編排及傳播業 (運動傳播業) 之生產、消費、就業趨勢分析	63
表 16	運動場館業之生產、消費、就業趨勢分析	64
表 17	′運動成衣批發業之生產、消費、就業趨勢分析	65
表 18	熊好券整體消費情形	76
表 19	三波熊愛動消費情形	77
表 20	)臺北市各行政區熊愛動消費情形	77
表 21	能好券經濟效益評估 (預估)	78

# 圖 次

圖 1	運動商品供給與支出差異比較視覺化呈現	xiv
圖 2	維爾紐斯運動產業定義範疇	26
圖 3	第1年研究架構圖	54
圖 4	第 2 年研究架構圖	55

# 摘 要

行政院主計總處於 105 年進行之五年一次工商普查結果已釋出,加上教育 部體育署於106年修正施行《運動產業發展條例》(簡稱運產條例),其第四條第 一項將運動產業修正為十三款,第二項亦授權中央主管機關(教育部)訂定各款產 業之內容及範圍,臺北市運動產業衛星帳爰有同步調整與估算之必要。最後, 2017 臺北世大運結束後,相關單位會辦理回顧或展覽,但是尚未針對後世大運 之後期經濟影響進行評估,加上2020年以來,因為新冠肺炎疫情,對於臺北市 運動產業的經營及運作情形,造成相當程度的衝擊與影響。因此,本計畫參採國 際間運動產業衛星帳的文獻資料與編製方式,配合國內官方公告法規及統計資 料,重新修正界定臺北市運動產業與相關服務產品之範疇與分類,並輔以實地調 查分析,滾動修正並增列編製臺北市運動產業衛星帳、投入產出表及產業關聯 表,藉此瞭解並發掘臺北市運動產業整體發展趨勢及特徵樣貌,進而據以評估 2017 年臺北世界大學運動會中後期之經濟效益,並同時探究新冠肺炎疫情對於 臺北市整體運動產業所帶來之衝擊。本計畫之研究結果整理重點如下:

## 一、臺北市運動產業衛星帳

本次計畫共新增編製臺北市 2016~2019 年 (民國 105~108 年) 四年期間的運動產業衛星帳。除了延續參採前階段計畫 (民國 103~104 年) 所使用的運動產業定義及六大帳表架構,亦同樣界定區分運動產業 (供給面) 範疇包含:「運動核心產業(含製造業與服務業)」及「運動周邊及水平產業(含製造業、營建工程

業、服務業:與運動相關之批發、零售、出版、管理顧問、經紀、旅行、醫療保健、藝術表演、博弈業等水平產業)」兩大區塊;在運動商品(支出面)部分亦同樣包含:「運動服務」及「運動產品」兩大區塊;此外,產業類別區分主要參照《中華民國行業標準分類(第10次修訂)》,其中在2016年(民國105)係延續前階段的編製基準,但是在2017~2019年(民國106~108年)則配合2017年《運動產業發展條例》修正重新調整編列,並歸納對應其與運產條例類別的隸屬關係。而由本次計畫整體內容,對應編製架構與比重設算處理方式,個別切分2014~2016年(民國103~105年)及2017~2019年(民國106~108年)兩個年度區間進行編製結果如下所述。

首先,在 2014~2016 年期間,臺北市運動生產毛額 (GDSP) 佔整體產業生產毛額 (GDP) 分別約為 1.09%、1.06%及 1.01%,但由於「體育用品製造業」在 2014 年明顯外移,經排除該產業後可發現此年段的運動產業生產毛額 (GDSP) 實際上仍呈現逐年上升趨勢;另此年段平均一個企業單位及一位從業員工所創造的運動生產毛額 (GDSP),分別為 10.11、10.22 及 8.65 佰萬元,以及 1.16、1.19 及 1.17 佰萬元;此外針對「運動供給」部分,在 2014 年及 2015 年比例排名前三位者,包含有「運動場館設施」、「運動成衣零售服務」及「主要運動用品及配備」三種商品,但在 2016 年則由「運動經紀」大幅躍升至第一位;另在「運動支出」部分,2014~2016 年期間比例排名前三位皆包含有「運動成衣零售服務」、「運動用品及器材批發服務」及「運動經紀」。

其次,相對於 2017~2019 年期間,臺北市運動生產毛額 (GDSP) 佔整體產業生產毛額 (GDP) 分別約為 0.96%、0.89%及 0.96%,其比例在 2018 年稍有下降,但在 2019 年又再重新上升,另此年段平均一個就業單位及一位從業員工所創造的運動生產毛額 (GDSP),分別為 7.50、7.68 及 7.81 佰萬元,以及 1.19、1.21 及 1.25 佰萬元;此外針對「運動供給」部分,在 2017 年及 2018 年比例排名前三位者,包含有「運動成衣零售服務」、「運動管理顧問 (運動經紀)」及「運動用品及器材批發服務」三種商品,但 2019 年在「運動管理顧問 (運動經紀)」幅度明顯增加甚多;另在「運動支出」部分,2017~2019 年期間比例排名前三位皆包含有「運動成衣零售服務」、「運動用品及器材批發服務」及「運動管理顧問 (運動經紀)」。

## 二、臺北市運動投入產出模型

臺北市 2016~2019 年 (民國 105~108 年) 四年期間的投入產出模型,同樣延續參採前次階段計畫 (民國 103~104 年) 所使用的架構分為「中間投入」、「附加價值 (原始投入)」、「中間需求」、「淨最終需求」及「總產值」等五大區塊,而中間投入部分係對應臺北市運動產業衛星帳總計 39 個運動產業類別,其餘非屬於衛星帳範疇內的行業則併同列入第 40 個其他非運動產業;而產業關聯表架構與投入產出表相一致,並形成 40 x 40 的產業關聯矩陣,其中各個產業部門每一單位最終需求引發的直接需求,可用各產業部門投入係數表示,至於其誘發的總需求則可由關聯程度係數得知,若將總需求減去直接需求,即為間接需求。

向前關聯效果包含自己產業及下游產業的投入產出效果,向後關聯效果則 包含自己產業及上游產業的投入產出效果,間接效果則含上游產業的投入產出 效果。根據本次編製結果可知:

首先,2017~2019 三年間運動產值呈現上揚趨勢,所以各個運動產業的向前關聯效果、向後關聯效果及間接效果亦呈微幅上升趨勢。其次,2018 年呈現較大幅度成長,向前及向後關聯效果亦呈稍微正向震動,唯產業排序並未變動。而2016~2019 年可刺激自身及下游廠商生產產值(向前關聯效果)的產業中,以體育用品製造業、管理顧問業、自行車及其零件製造業、運動場館業、服裝及其配件零售業有較高關聯效果。

再者,2016~2019年可刺激自身及上游廠商生產產值(向後關聯效果)的產業中,以自行車及其零件製造業、體育用品製造業、職業運動業、電視傳播及付費節目播送業、非酒精飲料製造業、建築工程業、服飾用品製造業、藝人及模特兒等經紀業、博弈業、成衣製造業有較高關聯效果。

最後,2016~2019年可刺激上游廠商生產產值(間接效果)的產業中,以自 行車及其零件製造業、體育用品製造業、職業運動業、電視傳播及付費節目播送 業、非酒精飲料製造業、建築工程業、服飾用品製造業、藝人及模特兒等經紀業、 博弈業、成衣製造業等有較高的間接效果。

#### 三、臺北市與其他縣市運動服務業的比較分析

比較 2011 年及 2016 年的兩次工業及服務業普查依據結果,運動服務業對於臺北市運動產業的貢獻度大為提高。首先是生產總值,臺北市為全國運動服務業生產總值最高的區域,2016 年的全年生產總額逼近 2011 年的兩倍。從業人數方面,雙北的運動服務業從業人數位居前二名,臺北市運動服務業從業人員數為全國之冠,2016 年逼近 5,000 人。各縣市運動服務業從業人員與全年生產總額變動率方面,又以宜蘭縣的增加幅度最大。雖臺北市位於中段班,但全年生產總額鎖變動率也逼近 100%。從各縣市運動服務業生產總額與從業人員數比例來看,儘管 2016 年臺北市的運動服務業增加幅度不如其他縣市迅速,但整體所占份額非常高。

## 四、臺北市運動產業問卷調查

根據問卷調查的結果顯示,臺北市運動產業近九成是 49 人以下員工之中小公司,尤其員工未滿 5 人的公司占了 50%以上,以中小型的服務業為主。而且銷售流向有 80%以上是在臺灣當地銷售,這也間接造成資金面不夠扎實的中小公司在遇到疫情時經營不易,一旦無法分散風險,就需要政府單位伸出接手。

臺北市有近九成的運動相關產業為服務業,「運動場館」、「運動及休閒教育服務業」及「職業或業餘運動業」為臺北市運動產業主軸,政府須維持其產業發展,適度減稅或加強補貼,同時要增加舉辦賽會以增強市民的運動意識,民眾自會多接觸以上運動服務產業及其他運動相關產業,以達政府及民間雙支持,開啟

臺北市運動產業甚至運動服務產業的一片藍天。另可注意的是「運動經紀、管理顧問或行政管理」及「運動博弈」亦慢慢成為臺北市運動產業的主流產業及服務商品,如何善用其產業靈活性及積極性,將產業及消費群眾導入正向的發展領域及消費型態,將是主管機關須考量的重點。

#### 五、臺北市較具特色的運動產業

根據前述研究結果可知,臺北市的運動產業以「運動服務產業」為主,本研究從中挑選臺北市的主要特色產業並加以分為「核心產業」、「潛力產業」、「中堅產業」三類。核心運動產業包含運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)、運動成衣零售業、運動用品及器材批發業;潛力運動產業包含電視節目編排及傳播業(運動傳播業)及運動場館業;中堅運動產業則包含運動成衣批發業。

臺北市的電競產業也在在北市府各個相關局處的大力推廣及支持拓展之下,已逐漸開花結果。在 2017、2018 及 2019 年,其「運動生產總值」的比重分別為 12.90%、13.58%及 13.58%;「運動生產毛額」的比重分別為 9.32%、9.91%及 11.02%;又「場所單位家數」的比重分別為 7.51%、8.26%及 10.65%;然後「從業員工人數」的比重分別為 7.83%、8.20%及 9.26%。「管理顧問業」、「職業運動業」、「軟體出版業」及「電視節目編排及傳播業」為電競產業發展的關鍵,若能夠額外特別加以關注並持續投入,相信其與原有表現優異的「管理顧問業」共同加總的綜合成效將加乘倍增。也可透過與民間相關單位建立策略聯盟的方

式,廣為配合辦理各類型電競活動或賽事,由民間主責,北市府局處室居中協調,採取不介入而僅提供行政上必要協助的作法,進而達到互利互惠、彼此雙贏的局面。

專業人力資源的匯集統合可說是產業發展的重要關鍵,北市府應可由專業能力的考量角度切入電競領域,進而研議規劃培育電競及其週邊相關人才的具體策略與措施。而為了建構完整紮實的理論基礎與職涯實務訓練,透過學校教育或補教機構的養成管道將是具體可行的實務性作法,好比擇優獎勵在轄屬高中職或大專校院設立電競相關科系(如與前述北市電競產業發展重點類別的「管理顧問業」、「職業運動業」、「軟體出版業」或「電視節目編排及傳播業」相關的科別),亦可輔導並結合民間業者開設相關進修推廣或證照修習課程,

如此一來,透過正規教育環境的營造,輔以民間資源的挹注與配合,雙管齊下提供多元選擇,完善建構電競人才培育的生態圈,並進而與電競關聯產業鍊結 媒合,藉此提高電競知能的普及水準。

## 六、2017臺北世大運中後期經濟效益評估

2017 年臺北世界大學運動會的完美成功舉辦,使得臺北市區域內的運動產業更加蓬勃發展,而本階段根據國內官方提供的相關統計資料,並以本計畫所編製完成的臺北市運動產業衛星帳及投入產出模型對應佐證,本研究估計得到若未舉辦世大運的五個年度模擬年成長率分別為1.47%、1.87%、2.27%、2.66%及3.06%。本研究將2015~2019年的臺北市GDP實際年成長率減去模擬年成長率,

可得到世大運提升的 2016、2017 及 2018 年臺北市 GDP 年成長率分別為 0.30%、 1.04%及 0.13%, 2017 及 2018 兩年共約 1.17%; 估算 2017 世大運提升的臺北市 GDP 年變動值分別為 114 億元、412 億元及 50 億元, 2017 及 2018 兩年共約 462 億元新台幣。

另外,本研究將年就業人口數除以年勞動力人口數即為臺北市實際年就業率。接下來,以 2019 年實際就業率減去 2014 年實際就業率,再平分給 2015、2016、2017、2018 及 2019 五個年度,最後估計得到若未舉辦世大運的五個年度模擬年就業率分別為 95.97%、96.03%、96.09%、96.14%、96.20%及 96.26%,將 2014~2019 年的臺北市年實際就業率減去模擬年就業率,可得到世大運可能提升的 2017 及 2018 年臺北市年就業率分別為 0.09%、0.05%,共 0.14%;換算成世大運可能提升的臺北市年就業人口變動值分別為 1,131 人、665 人,共約 1,796人。

# 七、新冠肺炎疫情對臺北市運動產業衝擊

臺北市運動產業平均規模在 2020 年新冠肺炎 (COVID-19) 爆發前逐年穩定成長,然而在嚴峻疫情干擾之下,徹底打亂了原有的穩定成長模式,尤其特別是對於運動服務產業而言,本階段透過針對臺北市境內運動類型產業的調查資料結果可知:因新冠肺炎疫情的影響,2020年的營業額平均下降 17.66%,毛利下降 21.35%,同時人事縮編及裁員的比例約 4.76%;此外,針對在新冠肺炎疫情籠罩之下,臺北市運動產業營運影響之環境因素認知部分,只有「內需市場的

興衰」、「5G網路時代的興起」、「治安狀況」、「工時及基本工資的調整」、「交通及大型建設」等四項,認為正向影響的公司比例多於負向。因此,若能舉辦大型綜合運動賽事,便能強化臺北市的內需市場,例如臺北市在2025年即將舉辦的世界壯年運動會(簡稱世壯運)便是一劑運動產業的強心針,世壯運是具有觀光屬性之國際大型綜合性運動賽事。依據過去資料顯示,有將近100國30000位參與者,且60%的賽事參與者來自國外。每位賽事參賽者於賽會期間將帶來2.2位陪同者參與賽會,2025雙北世壯運組委會評估本次賽事參賽者將超過3萬人,因此,可透過提供更多優惠及服務事項促進參與者消費。壯年運動會參賽者除了住宿以外,主要花費是在飲食、購物及遊覽景點,據歷屆資料顯示,每名參賽者於賽事期間支出約3,500歐元(約新台幣110,530元),運動消費行為所產生的效益,將為臺北市提供了實質性之經濟影響。

2021 年及 2022 年上半年在疫情的影響之下,臺北市運動產業的生產毛額也可能處於低檔。在「後疫情」時代,運動經紀產業及運動場館業是否能快速復甦,將與它們能否正確傳達「人性體驗」予其客戶有高度的相關。建議可透過類似價值羅盤工具,運動經紀業及運動場館業者可聚焦人性體驗的兩大關鍵,將其行銷計畫與顧客所關注的核心價值緊密連結,在「後疫情」時代才有重新站起來,再創新局面的機會。此外,運動商品零售業應在疫情當中積極發展數位轉型,全通路、無接觸經濟和幕後店等多元化形式,當成運動商品零售業者提升競爭力的必備項目。同時,運動商品零售業者在接下來的商業布局中也應將「永續零售」納

入規畫,以「獲利、顧客、土地」三大面向為主軸布局永續投資,運動商品零售業者應將永續認證做為產品及品牌核心策略,重新建立與消費者之間的連結,並鞏固消費者對於品牌的黏著度。而臺北市政府短期可以整合各處室,透過成立「智慧運動辦公室」,啟動「運動大數據永續平台」,將 2017 年的體育署新版「運動產業發展條例」做為適用範圍,大力扶植運動產業數位化和智慧場館的發展,加速臺北市運動服務產業和異業同盟,發展臺北市運動產業重點領域,掌握運動產業鏈的重塑契機。

## 八、資料視覺化分析呈現

資通訊快速轉換的社會趨勢下,資料量不斷加倍成長,龐大的資料帶來了更多值得研究的隱藏資訊,以運動產業衛星帳的產業關聯便是相當複雜多元,本計畫之創意在於建置了一個臺北市運動衛星帳視覺化平台。用以估計臺北市各項賽事活動之產值與經濟效益,提供不同跨域產業關聯之分析,並輔以資料視覺化,從龐大複雜的數據庫中篩選可用的資料,讓其成為閱讀簡易、易理解的訊息,以利相關人員的查詢與估算,分析各分項運動產業產值之升降趨勢。而系統主要可分為三大功能區塊,分別為「賽事活動」、「運動衛星帳」以及「系統管理」。

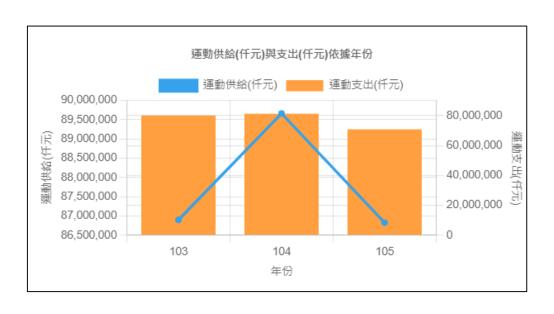


圖 1 運動商品供給與支出差異比較視覺化呈現

綜整本次編製成果可知,透過並運用專屬於臺北市的「運動產業衛星帳」及「投入產出模型」,可用以瞭解臺北市區域內運動產業的具體樣貌及特色象徵。分別比對所推估 2014~2019 年間的產業表現可發現,臺北市運動生產毛額 (GDSP) 佔整體產業生產毛額 (GDP) 大約皆在1%左右,而在「運動供給」產業類別,相對皆以「運動成衣零售服務」及「運動管理顧問 (運動經紀)」所佔比重較高;另在「運動支出」產業類別,排名前三位者則皆為「運動成衣零售服務」、「運動用品及器材批發服務」及「運動管理顧問 (運動經紀)」,由此充分突顯出臺北市運動產業不論在供需雙向都以「服務業」為主要核心導向的特質,而由於該年度區間運動產業的產值呈現上揚趨勢,進而也就帶動各個運動產業的向前、向後關聯及間接效果亦微幅上升。除此之外,透過官方統計資料並佐以運動產業衛星帳及投入產出模型對應佐證,顯示 2017 臺北世大運中後期間,臺北市 GDP年成長值共約新臺幣 462 億元、年就業人口成長值共約 1,796 人。然而,透過臺

北市區域範疇內的運動產業調查資料顯示,受到新冠肺炎疫情的影響,在 2020 年間整體營業額及毛利分別下降約 17.66%、21.35%,而人事縮編及裁員約 4.76%。

最後,本計畫提出下列6點建議:

#### 一、聚焦服務產業,提升產業效能

臺北市運動產業發展已逐漸聚焦於「服務業」為首要核心,故未來相關部門在政策研擬與策略施行規劃上,可多加挹注於與運動服務較密切相近的關聯產業,對於提升整體運動產業發展才能達到事半功倍成效,同時亦可透過獎勵補助,甚或商討研訂賦稅優惠的可行性方案,鼓勵民間相關業者增加投入資源,以激升產業效能、擴大產業效益。

#### 二、應用科技創新,接軌新興潮流

在以人為本的運動服務產業,特別強調精準服務、智慧服務與客製服務三個 目標,影像偵測、網路通訊、虛擬實境、人工智慧、感測器、機械動力、無人櫃 臺、自動化、穿戴式科技、物聯網和大數據分析等智慧科技被廣泛地應用在體育 運動中。透過運動科技來驅使更多坐式生活的人參與運動,面對這種潮流趨勢, 業務推動單位應全面鼓勵各類別產業進行改革創新,建立民眾的運動履歷與回 饋機制,帶動全民運動生態系的發展。

#### 三、串接產業關聯,創造藍海多贏

應用運動產業衛星帳以及運動部門產業關聯表,據以建立臺北市運動產業投入產出模型,即可用以評估各個年度運動產業所帶動臺北市境內的經濟效益水準,亦可針對境內由官方或民間等相關單位團體所辦理各種運動項目,以及區分不同類型 (單一性或綜合性)、規模 (小眾參與或大眾喜愛) 及區域 (國內性或國際性) 的賽會活動,透過主辦單位、贊助廠商或參與人員 (例如:參賽選手、陪同眷屬、觀賞民眾等) 的相關投入與支出數據資料的彙整收集與分析處理,進而衡量推算該項賽會活動所創造的關聯效益,進而作為府內局處部門規劃及安排相關年度行事,或審視評估各項經費補助,以及衡量檢討辦理綜效的實質具體參照依據。

## 四、疫後運動產業發展,推動防疫新生活

臺北市也推出三波振興熊好券,其中也包括適用於臺北市公有委外運動場館、民營運動場館,且屬該場館業者經營之銷售商品或服務的熊愛動(運動券)。熊愛動總發行金額為2,000萬元,總使用金額1,077萬元,使用率53.84%,其中,消費使用行政區集中於內湖區、松山區、中山區以及大安區,總計占比44.58%,與臺北市運動場館分佈狀態一致。熊愛動的使用率也逐漸上升,從第一波的28.21%上升至第三波的67.94%;然而,熊愛動整體使用率位居最末,而本研究根據其適用範疇與卷別特性,建議可擴增使用定義範疇。對於現有規律運動者,可選擇在自己偏好的運動商家進行消費,以真正契合其實際需求;另針對非

規律運動者,為了提高其參與運動的意願,可彈性增加與區域性的小型民間場館,以小規模經營型態的業者相結合,讓該類族群能就近方便得以參與運動,應可顯著提高其使用運動券的動機意願,同意亦可達到鼓勵運動健身、改善個人健康的最終目的。除此之外,也可針對使用者進行滿意度調查,從消費者的觀點當中查找出該運動券使用率不如預期的可能原因,或是內、外在各種可能影響使用意願的不同干擾因素,甚至還可針對特定族群(如不同性別、年齡、居住縣市、運動習性等)設計規劃焦點團體訪談,更進一步深入瞭解不同背景變項的消費者對於所發行「熊愛動」運動券的偏好屬性,以及使用的可能原因或影響因子,如此一來,相信透過量化與質化調查結果的交互分析比對,應可明確找出運動券使用率不佳的真確源由,以提供北市府相關局處室未來若有機會賡續發行時,加以精進改善的參照基準,又或可作為未來規劃發行類似卷別的具體實質參酌意見。

# 五、強化公私協力,國際運動賽事扮演運動產業拉力

運動場館科技化顯然已是全球發展的趨勢,此成長動能來自於消費者對於運動所產生的娛樂性、體驗感與參與度更加重視。以運動賽事而言,從傳統坐在位置上觀賽、緊盯球場的模式,藉由科技輔佐讓觀賽帶來娛樂性和創造性,吸引更多觀眾參與。如何與運動產業以既有的堅實基礎相互結合,建立創新應用場域與營運模式,將是形塑臺北市智慧運動與賽事觀賞的重要課題。電競市場會受到重視,是由於其所帶動的廣告、人才培育與周邊經濟。未來可建構智慧運動科技示範教學場域,提供課程模組教學演習及同學專題實作支援。

在完成教材開發後,除了可提供學分學程,亦可推廣到校外人士,舉辦相關短期訓練課程或工作坊,擴散人才培育績效。

#### 六、打造活力、友善、卓越的運動城市

在因應臺北市現況長期推動政策,並結合推動城市 SDGs,創造運動產業 ESG 的國際趨勢,本計畫的建議包括業務單位未來可協助運動產業企業、機關 或籌辦賽事單位訂立永續策略目標及執行範疇,例如:瞭解國際規範、強化利害 關係人溝通、優化營運體質等,確保各項決策都能達到環境永續、社會責任、企 業治理3者間的平衡,並建立短、中、長期的ESG治理架構。此外,基於運動 賽事與場館之永續發展,本計畫建議除了轄管場館結合智慧化科技及數位化服 務,導入中央監控系統提高管理效能,建構數位化運動場館,並輔以虛擬投影科 技快速變換場地,因應多元化運動項目,並關照全齡運動需求營造全齡運動空間 與設施外,也可針對運動設施制定永續環境作業原則或運動審事環境永續評估 模式,從場館興建規劃作業開始啟動環境永續的思維,例如:組織的環境永續政 策、環境永續活動訊息揭露、節能減碳措施、飲食、交通及住宿管理、能源運用 追蹤衡量、場館設計與建造、運輸議題、機電設備使用、回收與保存系統、減少 廢棄物數量、廢棄物分類、生物多樣化保存等。

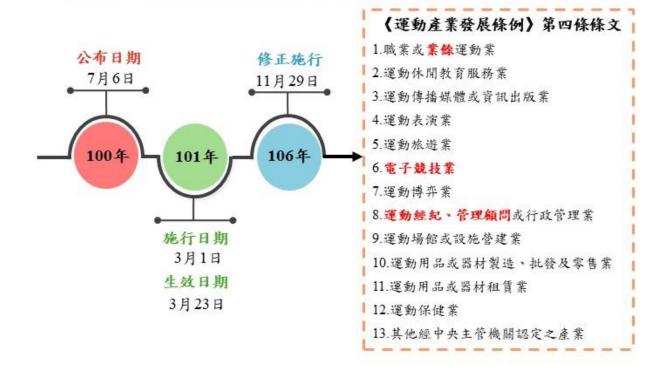
關鍵字:運動產業衛星帳、投入產出模型、經濟效益評估

# 1 緒論

## 一、計畫目的

- 1 修正運動產業定義與範疇 規劃辦理運動產業衛星帳各項資料之蒐集機制
- 2 編製臺北市105年至108年運動產業衛星帳 計算臺北市運動產業總產值趨勢
- 3 分析各分項運動產業產值之升降趨勢
- 4 針對臺北市運動產業進行趨勢分析 統臺北市前三名的運動產業GDP、就業人口前三名重點發展產業進行分析
- 5 補充臺北市運動統計基礎資料庫
- 6 評估後世大運臺北市運動產業的經濟影響

## 二、〈運動產業發展條例〉的實施與修正

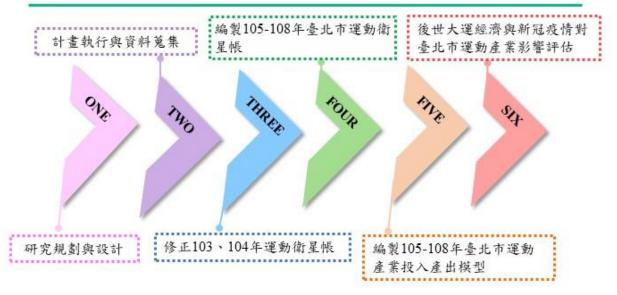


# 1 緒論

## 三、運動產業的定義與範圍



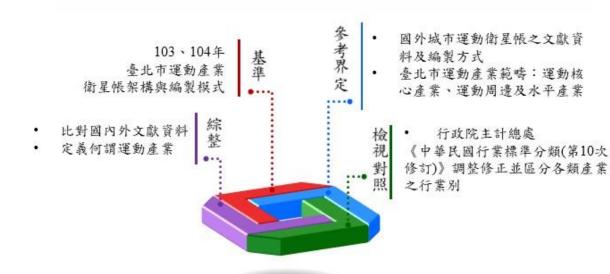
# 四、計畫執行方式





臺北市運動產業發展整經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

# 一、編製範疇定義



## 二、103~105年臺北市運動產業衛星帳數據分析比較

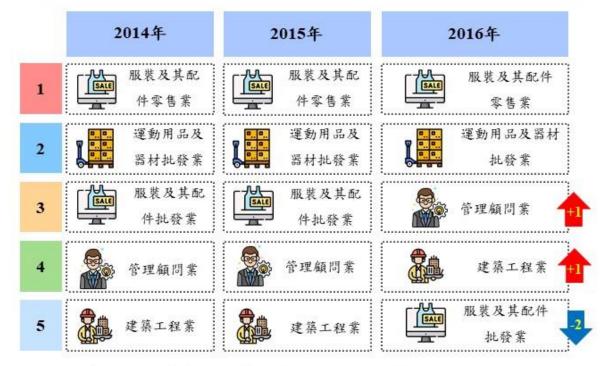
· 103~105年全國與臺北市整體產業生產毛額(GDP) 比較

	103年	104年	105年
(A) 全國生產毛額 (GDP)	16,258,047 佰萬元	17,055,080 佰萬元	17,555,268 佰萬元
(B) 臺北市生產毛額 (GDP)	3,885,893 佰萬元	4,070,286 佰萬元	4,164,758 佰萬元
(C) 臺北市運動生產毛 額(GDSP)	42,166 佰萬元	42,982 佰萬元	42,268 佰萬元



臺北市運動產業發展發經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

## 三、臺北市各運動產業之生產毛額占比(排名前五位)



# 四、臺北市的體育用品製造業及運動服務業的六都圖示

• 2011年臺灣六都體育用品製造業與運動服務業比較





臺北市運動產業發展整經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

## 四、臺北市的體育用品製造業及運動服務業的六都圖示

• 2016年臺灣六都體育用品製造業與運動服務業比較



# 二、 臺北市與上海市運動產業比較分析

上海市七大類別運動產業



體育管理活動業、體育競賽表演 活動業、體育場地與設施管理業



體育健身体閒活動業、 體育教育與培訓業



體育用品及相關產品銷 售、出租與貿易代理業



體育傳媒與 信息服務業



關產品製造業



體育用品與相 體育經紀與代理、廣告與會展、表 演與設計服務、其他體育服務業



體育場地設 施建設業



臺北市運動產業發展暨經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

## 四、臺北市與上海市運動產業比較分析

• 臺北市與上海市運動產業的比較



因上海市人口數將近臺北市的10倍,相對的運動產業的產值亦相 對的較大。

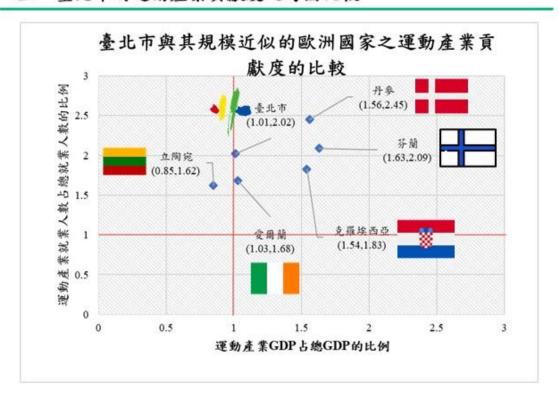


臺北市前三大運動產業:體育用品及相關產品銷售、貿易代理與 出租業、體育中介服務業及其他與體育相關服務業、體育場地設 施建設業。



上海市前三大運動產業:體育用品及相關產品銷售、貿易代理與 出租業、體育用品與相關製造業、體育管理活動業與體育競賽表 演活動業以及體育場館服務業。

## 五、臺北市的運動產業貢獻度之跨國比較





# 臺北市運動投入產出模型

臺北市運動產業發展整經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

# 一、臺北市運動產業產值變化:2011年與2016年普查數據分析

2011年

No. 1

建築工程業

No. 2

運動用品及器材批發業

No.3

管理顧問業

No. 4

服裝及其配 件零售業

運動服務業進入主要行列,可見運動

服務相關行業在臺北市的重要性。

No.5

服裝及其配 件批發業

2016年

No. 1

建築工程業

No. 2

服裝及其配 件零售業 No. 3

管理顧問業

No. 4

運動用品及 器材批發業 No. 5

運動服務業

# 二、臺北市運動產業關聯表及向前、向後關聯與間接效果

• 2016~2019年臺北市較高向前關聯效果之運動產業



體育用品製造業



管理顧問業



自行車及其零件製造業



運動場館業



服裝及其 配件零售業

• 2016~2019年臺北市較高向後關聯效果與間接效果之運動產業



自行車及其零件製造業



體育用品製造業



職業運動業



電視傳播及付費節目播送業



非酒精飲料製造業



建築工程業



襪類製造業



藝人及模特兒 等經紀業



博弈業



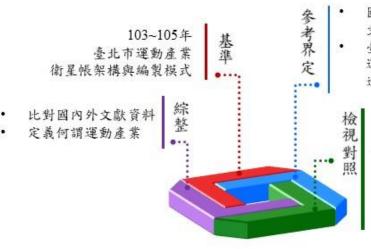
梭織外衣製造業



# 106至108年臺北市運動衛星帳

臺北市運動產業發展暨經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

# 一、編製範疇定義



- 國外城市運動衛星帳之文獻資料及編製方式
- 臺北市運動產業範疇: 運動核心產業、運動周 邊及水平產業
  - 行政院主計總處 《中華民國行業標準分類(第10次 修訂)》調整修正並區分各類產業 之行業別
  - 行政院公報 《修正「運動產業內容及範圍」》 對照分類12+1運動產業類別

## 二、106~108年臺北市運動產業衛星帳數據分析比較

• 106~108年臺北市運動產業衛星帳比較

	106年	107年	108年
生產總額	62,761.99 佰萬元	63,731.38 佰萬元	70,827.42 佰萬元
生產毛額	34,661.58 佰萬元	34,754.42 佰萬元	38,302.61 佰萬元
場所單位數	4,621家	4,524家	4,9068家
從業員工數	29,090人	28,650人	30,746人



# 106至108年臺北市運動衛星帳

臺北市運動產業發展歷經濟效益分析-運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

# 二、106~108年臺北市運動產業衛星帳數據分析比較

· 2017~2019年全國與臺北市產業GDP占比對照一覽表

統計	(A)	(B)	(C)	GDP	占比
數據年度	全國 生產毛額 (GDP)	臺北市 生產毛額 (GDP)	臺北市 運動生產毛額 (GDSP)	(B/A)	(C/B)
2017年	18,054,749 佰萬元	3,599,976 佰萬元	34,661 佰萬元	19.94%	0.96%
2018年	18,451,874 佰萬元	3,902,237 佰萬元	34,754 佰萬元	21.15%	0.89%
2019年	18,882,644 佰萬元	3,993,337 佰萬元	38,303 佰萬元	21.15%	0.96%

# 三、臺北市各運動產業之生產毛額占比(排名前五位)

	2017年	2018年	2019年	
1	服裝及其配 供零售業	服裝及其配 件零售業	管理顧問業	
2	管理顧問業	管理顧問業	服裝及其配件 零售業	
3	運動用品及 器材批發業	■■ 運動用品及 ■■ 器材批發業	■■ 運動用品及器材 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
4	建築工程業	建築工程業	建築工程業	
5	電視節目編排及傳播業	電視節目編排及傳播業	電視節目編排及 傳播業	



# 106至108年臺北市運動衛星帳

臺北市運動產業發展發經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

## 二、 臺北市與上海市運動產業比較分析

• 上海市七大類別運動產業



體育管理活動業、體育競賽表演 活動業、體育場地與設施管理業



體育健身体閒活動業、 體育教育與培訓業



體育用品及相關產品銷 售、出租與貿易代理業



體育傳媒與 信息服務業



關產品製造業



體育用品與相 體育經紀與代理、廣告與會展、表 演與設計服務、其他體育服務業



體育場地設 施建設業

#### 臺北市與上海市運動產業的比較



臺北市以「體育用品及相關產品銷售、出租與貿易代理業」、 「體育經紀與代理、廣告與會展、表演與設計服務、其他體育服 務業」為發展主軸。



上海市的「體育健身休閒活動業、體育教育與培訓業」、「體育 用品及相關產品銷售、出租與貿易代理業」、「體育經紀與代理、 廣告與會展、表演與設計服務、其他體育服務業」則有穩定正向 發展趨勢,已成近年發展主軸。



2019年臺北市及上海市的該產業占運動生產總額的比例皆為第二 高,顯示兩大城市亦注重管理顧問及運動經紀、醫療保健及博弈 行業在運動產業的重要性。



臺北市及上海市的體育用品及相關產品銷售、出租與貿易代理業 產值皆占有運動產業產值的最高比例,表示兩大城市皆以運動服 務產業作為運動先進城市的發展主軸。



# 臺北市運動產業問卷調查

臺北市運動產業發展暨經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

#### 一、目的

分析臺北市運動產業經營現況 1

年度營業額、毛利率、產業及商品佔運動比重

- 完整運動衛星帳之商品及產業運動比重帳表 2
- 瞭解不同運動產業之結構及相關程度 3
- 後世大運及新冠肺炎疫情之產業動態與影響

#### 二、調查時間



共舉行4場,製造業及服務業各2場調查

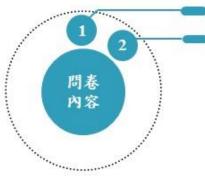


110年2月

共回收532份

111年3月

#### 三、問卷內容



經專家座談會及前測後定稿

# 調查內容

- 營業據點
- 銷售金額
- 運動佔比
- 貨物流向
- 企業員工人數 · 企業生產屬於運動相
  - 關產業比重
  - 商品屬於運動相關商
    - 品比重
- 接單生產方式 世大運後營運狀況
  - 新冠肺炎疫情之影響

#### 四、調查結果

臺北市運動產業109年底員工人數與營業據點區域分布情形



近九成是49人以下員工之中小企業,分布以大安區最 多,臺北市運動產業以中小型的服務業為主。



# 臺北市運動產業問卷調查

臺北市運動產業發展發經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

#### 四、調查結果

#### • 臺北市運動產業108及109年的銷售總額

108年

- 銷售總額平均122,744仟元
- 運動產業或商品銷售金額平均23.057仟元
- 運動產業或商品銷售金額占銷售總額的百分比平均18.7%

109年

- 銷售總額平均137,310仟元
- 運動產業或商品銷售金額平均19,428仟元
- 運動產業或商品銷售金額占銷售總額的百分比平均14.1%

#### • 臺北市主軸運動產業



運動場館 或設施營建業



運動休閒 教育服務業



職業或業餘運動業 運動表演業

#### • 2017臺北世大運經濟影響評估



臺北市的運動相關產業的生產總值,因世大運在中後世大運的2017及2018年期間,增加了0.92%。

#### • 影響臺北市運動相關產業經營的兩大因素



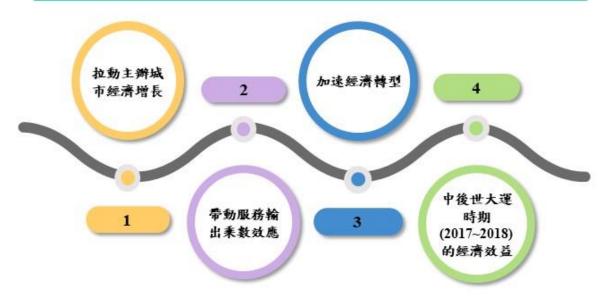




# 2017臺北世大運中後期經濟效益評估

臺北市運動產業發展發經濟效益分析一運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

## 一、世大運對舉辦城市的經濟影響



## 二、世大運對舉辦城市的經濟影響

• 世大運對於臺北市中後世大運期間所貢獻的國民生產毛額



2017及2018年臺北市GDP年成長率分別為1.04%、0.13%,共1.17%。



2017臺北世大運可能提升的臺北市GDP年成長值分別為412億元、50億元,共約462億元新台幣。

• 世大運對於臺北市中後世大運期間所貢獻的年就業人數



2017及2018年臺北市就業率分別為0.09%、0.05%, 共0.14%。



換算成世大運可能提升的臺北市年就業人口成長值分別為1,131人、665人,共1,796人。



# 新冠肺炎疫情對臺北市運動產業衝擊

专北市運動產業發展問經濟效益分析-運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

## 一、後疫情時代臺北市民眾生活改變概況





## 二、中後疫情時代對臺北市運動產業的影響



# 三、臺北市運動產業企業營運影響之環境因素情況與認知



# 一、2017-2019年臺北市運動產業整體的生產、消費奧就業情形

年度	生產總額	消費支出	就業人數
2017年	627.6億元	622.0億元	29,090人
2018年	637.3億元	630.0億元	28,650人
2019年	708.2億元	694.8億元	30,746人

近年臺北市運動產業或商品的供給與支出都是逐年上升的趨勢, 唯運動產業就業人數在2018年稍有下降,2019年則正常回升。

## 二、臺北市與上海市運動產業的比較分析



臺北市及上海市皆以運動服務產業作為運動先進城市的發展主軸。

#### 上海市的體育用品與相關產品製造業

2019年上海市的運動服務產業占 運動生產總額的79.4%



## 三、臺北市較具特色的運動產業

• 臺北市核心運動產業



運動經紀業 (管理顧問業及藝人及模 特兒等經紀業)



運動成衣零售業



運動用品及器 材批發業

• 臺北市潛力運動產業

• 臺北市中堅運動產業



運動場館業



電視傳播及付費節目播送業



運動成衣批發業

## 四、聚焦服務產業,提升產業效能



根據研究結果與《工業及服務業普查》資料佐證,臺 北市境內的「體育用品製造業」出現顯著外移現象。



運動服務為導向的產業類別相較明顯增長,代表臺北市運動產業發展已逐漸聚焦於「服務業」為首要核心。



建議可多加挹注於與運動服務較密切相近的關聯產業, 同時亦可透過獎勵補助,鼓勵民間相關業者增加投入 資源,以激升產業效能、擴大產業效益。



## 五、應用科技創新,接軌新興潮流

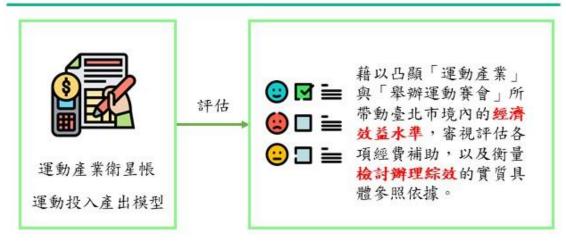


近年來新興產業在AI人工智慧、穿戴裝置、物聯網串連等嶄新科技的挹注搭配與普及應用,對於實務人力 運用需求,其依賴性相較於過往傳統產業大幅下降。



應全面鼓勵各類別產業進行改革創新,配合日新月異的科技發展,與時俱進,甚或進行**跨領域異業整合**, 以有效提升產業競爭能力,接軌國際、放眼世界。

## 六、串接產業關聯,創造藍海多贏



# 七、疫後運動產業發展,推動防疫新生活



有鑑於運動科技的發展及全球化的趨勢,且隨著後疫情時代的到來,民眾的運動習慣逐漸改變,對於運動項目的偏好也有所差異,逐漸接受如視覺感測回饋等新型態運動。



熊好動使用率有逐漸上升的趨勢,整體使用率為53.84%, 消費使用區域也符合臺北市運動場館的分佈。然而,熊好 動整體使用率位居最末,如何推廣、刺激臺北市消費者使 用成了未來振興紓困的重要課題。



## 八、強化公私協力,國際運動審事扮演運動產業拉力



AR/VR結合體育運動已成為風潮,國內資訊服務業擅長硬體卻缺乏軟體與內容能力,這時可透過臺北市數位轉型策略,並以大型國際運動審視為拉力,例如:2025世界壯年運動會。



運動場館科技化顯然已是全球發展的趨勢,此成長動能來自於消費者對於運動所產生的娛樂性、體驗感與參與度更加重視。如何 與運動產業以既有的堅實基礎相互結合,建立創新應用場域與營 運模式,將是形塑臺北市智慧運動與賽事觀賞的重要課題。



臺北市的運動產業隨著電競市場成長成為必然趨勢,運動產業應注重品牌形象建立與維持,同時也建議業務單位可與企業合作建立軟硬體生態圈,藉由電競往上游發展至遊戲產業,才能提升電競市場發展。



建議可建構智慧運動科技示範教學場域,提供課程模組教學演習 及同學專題實作支援。在完成教材開發後,除了可提供學分學程, 亦可推廣到校外人士,舉辦相關短期訓練課程或工作坊,擴散人 才培育績效。

# 九、打造活力、友善、卓越的運動城市



建議業務單位未來可協助運動產業企業、機關或籌辦賽事單位訂立永續策略目標及執行範疇,確保各項決策都能達到環境永續、社會責任、企業治理3者間的平衡,並建立短、中、長期的ESG治理架構。未來也可針對運動設施制定永續環境作業原則或運動賽事環境永續評估模式,從場館興建規劃作業開始啟動環境永續的思維。

# 壹、緒論

本計畫的緒論內容包括計畫緣起、現況分析與問題探討、以及計畫目的,茲 分述如下:

## 一、計畫緣起

根據教育部體育署公布的「107 年度我國民眾運動消費支出調查」結果顯示, 臺北市民眾在入場費、會員費、場地設備出租費支出、買票觀賞運動比賽,以及 參與運動比賽衍生相關支出的比例,例如:觀光、旅宿等支出,都居臺灣各縣市 之冠(教育部體育署,2019a)。同時,根據教育部體育署公布的「108 年運動現 況調查」結果顯示,臺北市的民眾運動人口和規律運動人口比例,也都居臺灣各 縣市之冠(教育部體育署,2020a),顯示臺北市運動風氣盛行,其運動產業的效 能也在逐漸推升中。

運動產業 (Sport Industry) 在國際已是國家經濟發展的重要一環,不僅可以提升競技水準、活絡經濟、創造就業市場,也能衍生關聯產業的附加價值 (周嫦娥, 2005; Parks & Zanger, 1990; Pitts, Fielding, & Miller, 1994; Meek, 1997; Mullin, Hardy, & Sutton, 2000; Li, Hofacre, & Mahony, 2001; Chris, 2002; 林長慶, 2011)。同樣地,國內也大都是針對運動產業進行整體性研究,甚至已發展出數個模型,包括以產品相似性、經濟活動相似性、支出面、消費型態、產出面、產品核心價值與產品性質等不同的區分標準 (高俊雄, 1996; 眷家騏、劉榮聰,

2000; 黄煜、林房儹,2000; 葉公鼎,2001; 鄭志富,2002; 林房儹,2003; 林房儹等,2004; 蔡芬卿,2008; 教育部體育署,2011)。

2017 年臺北世界大學運動會的成功,激起了廣大的臺北市市民對運動的熱誠,更因此直接或間接的活絡了運動產業或相關產業的興盛,對國內經濟的成長也造成一波的影響。然而,舉辦國際賽事對於經濟所造成的影響的利弊,在 2008 北京奧運、2012 倫敦奧運之後,越來越多的舉辦城市或組織開始針對相關經濟與產業發展議題加以討論。雖然所有人都了解運動活動對於國家或城市的經濟影響越來越重要,但國家級的國民所得相關統計系統並未將「運動」視為單一產業進行統計,以致於「運動」無法像其他產業以一個「總合」的數字,來呈現其對國家或城市整體經濟的貢獻。

然而,不論是國民所得統計或是目前全國的衛星帳 (觀光衛星帳),皆須因資料的改變而需每年做滾動式的修正,以貼近市場的趨勢。運動產業與文化活動、觀光活動具有類似性質,很難由既有國民所得分類、行業分類再分別獨立細業別而進行統計,因此運動產業統計只能遵循衛星帳編製理念,進行補辦調查作為統計估算的基礎,而應用國民所得的編算概念所衍生的「運動產業衛星帳」,即是一套可描述運動相關產業概況的統計帳表系統,用來衡量整體運動產業對國家經濟的貢獻度,其原則與精神可以和國民所得帳系統一致,因此估計而得的運動產值可和國民經濟活動其他產業相互比較。雖然中央政府部門尚未編列出全國的運動產業衛星帳,但在臺北市政府支持之下,臺北市政府體育局率先於

2017 年編列出專屬於臺北市的民國 103 年及 104 年區域 (城市) 運動產業衛星帳。藉由區域 (城市) 運動產業衛星帳的編列,即可建置臺北市運動統計基礎資料庫,更可強化運動事務整體性規劃及執行策略,瞭解運動產業現況,作為臺北市後續運動產業發展之改善、管理之參考,據以規劃更具發展性之相關策略,為臺北市創造更大的附加經濟效益。

由於行政院主計總處於 2016 年進行之五年一次工商普查結果已陸續釋出, 加上教育部體育署於 2017 年修正施行《運動產業發展條例》,其第四條第一項 將運動產業修正為十三款,第二項亦授權中央主管機關(教育部)訂定各款產業 之內容及範圍,臺北市運動產業衛星帳爰有同步調整與估算之必要。最後,2017 臺北世大運結束至今已過 3 年,每年也會辦理相關的回顧或展覽,但是尚未針 對後世大運之長期經濟影響進行評估,加上 2020 年因為新冠肺炎疫情,對於臺 北市運動產業的經營及運作情形,勢必造成相當程度的衝擊與影響。因此,本計 畫以民國 103 年及 104 年運動產業衛星帳為基礎,編製民國 105 至 108 年臺北 市運動產業衛星帳及建立運動投入產出模型,透過官方統計資訊進行不同產業 比較試算,進一步瞭解不同產業之結構及其相關程度,以及辦理 2017 年世界大 學運動會後之產業動態。提供作為臺北市辦理大型運動賽事相關經濟資訊分析 之指標依據,以及國際上各城市在爭取國際賽事或國內大型賽事之報告量化參 考數據指標之基礎資料,以協助規劃更具發展性之相關策略,為臺北市運動產業 創造更多的附加經濟效益。

#### 二、現況分析與問題探討

## (一)臺北市運動產業衛星帳

編製臺北市運動衛星帳,可用來瞭解臺北市運動產業的發展現況,作為臺北市運動產業發展之改善與管理之參考,並據以規劃更具前瞻性之運動發展策略,為臺北市創造更大的附加價值與經濟效益。臺北市體育局已於 2016~2017 年間辦理「臺北市運動產業衛星帳」,以行政院主計總處的國民所得帳為基礎,來推估編算臺北市民國 103 年及 104 年運動產業相關數據,藉此勾勒臺北市運動產業分類與範疇,建構臺北市運動產業的完整架構,更進一步呈現出各運動產業的供給與支出、生產總額、生產毛額、企業單位數、從業員工數等具體數值,從而檢視臺北市境內各運動產業的分布及發展情形,並從跨年度分析比較中,進而檢視產業之間彼此的消長情形,同時還透過與行政院主計總處工商普查數據的對照比較,瞭解臺北市 GDP 與運動產業 GDP 之佔比情形。

之前編製臺北市運動衛星帳的產業分類,是以教育部體育署《運動產業發展條例》的核心運動產業類為主軸,並參採歐盟經濟活動分類 (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community, NACE),再以《中華民國行業分類標準(第9次修訂)》為篩選準則,之後由國內體育與統計專長的學者專家共同界定,而 2008 年由歐盟運動統計專家建立的「維爾紐斯定義」 (Vilnius definition of spoort, Vilnius definition) 最為廣泛使用,其中對於運動產業的定義除了包括所有相關運動產業部門,也包含運動產業部門的上、下游產業,

其所定義範疇如本研究第貳章維爾紐斯運動產業定義範疇圖所示,而本研究將 運動產業定義為:「提供消費者在運動及休閒娛樂的相關產品、設施、場地及服 務等的相關產業或組織」。

同時,以編製完成之臺北市運動產業衛星帳為基準,並採用非普查法建置出區域性「臺北市投入產出模型」,進而建立臺北市運動投入產出表及產業關聯表,同時計算臺北市運動產業支出的直接與間接效果,並區分全國與臺北市產業關聯係數之差異,進一步則再實際應用於估算2016年臺北馬拉松賽事總產出效果,以及分析比較全國與臺北市產業關聯之效果。事實上,投入產出模型其功能為顯示某一地區內各產業經濟活動情形,臺北市運動經濟活動相較於其他縣市更為頻繁,相對地投入係數及生產乘數也就有所不同,此結果也顯示出臺北市本身的區域特色,所以本研究獨立編製區域投入產出模型有其價值及意義。但是和其他國際運動產業衛星帳或國內的觀光衛星帳的狀況相似,由於資料和外在環境持續變化的關係,運動產業衛星帳需持續修正與改善才能臻至完善。

## (二)工業及服務業普查

工業及服務業普查 (簡稱工商普查) 係依統計法規定每5年舉辦1次之基本國勢調查,2016年普查業於2017年完成實地訪查,其普查結果已於2019年陸續公佈。以臺北市而言,因資金、人才、技術匯集,產業發展以服務業為主,知識密集型服務業更居全國要角,服務業生產總額居各縣市之冠,批發業及零售業、廣播、電視節目編排及傳播業從業人數居全國之冠,旅行、運動娛樂及相關

服務業群聚明顯。

本計畫除了進行民國 105-108 年度臺北市運動產業衛星帳的例行性編製外,亦根據主計總處最新公佈之工業及服務業普查和國民所得修正結果,滾動修正民國 103-104 年的運動產業衛星帳編製結果。首先,當初臺北市政府體育局在編列區域運動產業衛星帳的時候,採用的重要資料來源即為行政院主計總處所公布的較為過時的 100 年工商及服務業的普查資料。因工商普查為每五年進行一次的全國性調查,主計總處已於 2019 年釋出最新的工業及服務業的普查資料,值此最新資料釋出之際,配合年度運動產業衛星帳有滾動式修正的需求,本研究團隊認為須以較新的政府資料,如行政院主計總處之《民國 105 年工業及服務業普查資料》、臺北市 2018 年商業登記及公司登記資料、臺北市政府產業發展局之 2018 年統計年報等,參考民國 103 年及 104 年區域 (城市) 運動產業衛星帳的編列模式,編製臺北市民國 105 年至 108 年的運動產業衛星帳。

## (三)運動產業發展條例

《運動產業發展條例》於 2011 年 7 月 6 日公布,並自 2012 年 3 月 1 日施行,其中第四條第一項明列十五款運動產業。其第二項並授權主管機關(當時為行政院體育委員會)訂定運動產業內容及範圍,並自 2012 年 3 月 23 日生效。嗣條例於 2017 年 11 月 29 日修正施行,其第四條第一項將運動產業修正為十三款,修正後條例將「業餘運動」、「電子競技」及「運動經紀及管理顧問」增加納入產業範疇。其實運動產業屬於「統合性特殊產業分類」,在主計總處的行業分

類中,並無獨立分類之項目,因此第二項亦授權中央主管機關(教育部)訂定各款產業之內容及範圍,故運動產業範圍即配合修正。教育部體育署爰徵詢各中央目的事業主關機關,並參考行政院主計總處行業標準分類基礎、經濟部商業司營業項目及條例第四條第二項,修正規劃之運動產業類別架構,在所有運動產業類別,其中央主管機關、產業內容與範之界定,都有修正,故本計畫之運動產業衛星帳亦需一併進行調整修正。爰此,配合產業發展條例之內容與範圍進行不但可延續運動產業衛星帳的參酌價值,更可以衡量整體運動產業對臺北市經濟的貢獻程度及後續運動產業發展之改善與管理之用。

#### (四)國際運動賽會對舉辦城市的經濟影響

美國經濟研究學會 (Economics Research Associates, 1984) 運用投入產出模型分析洛杉磯奧運帶動當地經濟總值約23億美元。Kim, Rhee, Yu, Hong 與 Koo (1989) 以及 Brunet (1995) 分別對1988年漢城及1992年巴塞隆納奧運會進行經濟效益分析,顯示這兩屆奧運為韓國及巴塞隆納區域經濟成長分別提高1.4%及0.03%。再者,Humphreys與 Plummer (1995) 利用投入產出模型說明1996年亞特蘭大奧運使當地經濟每年成長51億美元,Andersen (1999) 利用可計算一般均衡模型 (CGE) 研究雪梨奧運對當地經濟發展的影響,發現奧運對地主國的 GNP每年可增加65億美元,佔雪梨經濟規模的2.78%。龐軍與傅莎(2008)以一般均衡模型對2008年奧運會投資在北京市的經濟影響進行評估,研究結果發現從2002-2007年奧運會直接投資將拉動北京市實際 GDP平均每年增加約2.6個百

分點;2002-2007 年奧運會直接投資讓北京市新增就業人數 1,267,055 個。另外,Blake (2005) 以 CGE 模型預測 2012 倫敦奧運的經濟影響發現奧運舉辦對英國 2005-2016 年的 GDP 增加約 20 億英鎊及帶來超過 8000 個就業機會。

最後,Tien, Lo,與 Lin (2011)針對大型運動賽會進行縱貫性研究,以過去曾經辦理過奧林匹克運動會的 15 個城市的經濟發展進行分析及探討,結果顯示在經濟層面,辦理運動賽會對於當地存在短暫的經濟效益是肯定的;但是,其經濟效益是否可持續影響當地經濟之發展也成為過去許多學者所關注的議題之一。他們也提到所謂的白象效應 (White Elephants),因為白象在泰國是神聖的象徵,通常也只有皇家可以飼養。如果皇室賞賜一頭白象給臣子,雖然是至高無上的榮耀,但也帶來了無限的麻煩。因為不能讓白象和一般的大象一樣去做苦工,還得勞神費心地飼養。因此,將運動賽會比喻為「浪費錢又無用的事情」。

然而,運動賽會對於當地所創造的經濟影響並不是唯一因素,而是在諸多因素交錯影響之下所產出的綜合產出,其中包含社會、文化、經濟、政策等諸多因素 (Brown & Massey, 2001; Parent, 2008; Ritchie, 1984),而隨著資訊科技的提升,全球化對各國經濟均產生了很重要的影響,亦有學者研究指出全球化的特性也對於運動賽會造成的巨大的影響 (Séguin & O'Reilly, 2008)。南非 2010 年主辦的世界盃足球賽,根據 Grant Thornton 在 2010 年所修正的經濟效益評估計算,其短期效益約達 68 億美元,其中 2010 年經濟成長率為 3.1%,2011 年則延續世足賽的效應,經濟成長率成長到 3.5%。

2017臺北世大運舉辦完畢已過2年,後世大運的臺北市經濟影響評估也可以開始進行。值此修正臺北市運動產業衛星帳之際,藉由每年運動產業衛星帳、投入產出表、產業關聯表的年間差異,恰可從總體面的角度,檢視世大運帶給臺北市的後期的經濟效益。臺北市於2017年成功舉辦世界大學運動會,舉辦國際賽會的重點不僅是增加國際能見度,對國內經濟的成長勢必會造成一波的影響。

然而,舉辦國際賽事對於經濟所造成的影響的利弊,在 2008 北京奧運、2012 倫敦奧運之後,越來越多的舉辦城市或組織開始針對相關經濟與產業發展議題 加以討論。臺北市運動風氣盛行,運動相關產業亦蓬勃發展,值此臺北市民國 105 至 108 年運動產業衛星帳滾動修正及編製之際,本計畫將針對後世大運時期, 估計其經濟效益。除參考國際上運動產業衛星帳文獻資料與編製方式,修正界定 臺北市運動產業與相關服務產品之範疇及分類,並檢視利用臺北市現有運動相 關統計資料內容,輔以實地調查分析,滾動修正及編製臺北市運動產業衛星帳及 產業關聯表,用以評估後世大運時期帶給臺北市的經濟影響。藉由這次整體性規 劃及執行策略,瞭解運動產業現況,作為臺北市後續運動產業發展之改善、管理 之參考,據以規劃更具發展性之相關策略,為臺北市創造更大的附加經濟效益。

# 三、計畫目的

根據上述的計畫緣起、現況分析與問題探討,本計畫目的如下:

(一)因應社會對於運動產業需求與供給趨勢,修正運動產業定義與範疇,將教育 部體育署 (前行政院運動委員會) 於民國 101 年發佈《運動產業發展條例》 中所稱之運動產業十五類別,修正為教育部體育署於 2017 年修運動產業類別修正之包含「電子競技」及「運動經紀、管理顧問或行政管理業」、「業餘運動」十三類運動產業。並辦理運動產業衛星帳各項資料之蒐集機制,包括相關政府公務統計、其他次級資料之蒐集整理以及衛星帳內特殊項目之統計調查作業規劃與辦理方式。

- (二)依照修正之《運動產業發展條例》、民國 105 年工業及服務業普查資料,及相關之政府及民間資料,編製專屬臺北市民國 105 年運動產業衛星帳及計算臺北市運動產業總產值趨勢。
- (三)依照修正之《運動產業發展條例》、民國 105 年工業及服務業普查資料,及相關之政府及民間資料,編製專屬臺北市民國 106 年至 108 年運動產業衛星帳及計算臺北市運動產業總產值趨勢。研究成果可瞭解臺北市運動產業產值佔臺北市 GDP 之比例,以及各運動產業分項之產值佔比。
- (四)藉由連續6年運動產業衛星帳之編列與估算,分析各分項運動產業產值之升 降趨勢。
- (五)針對臺北市前三名的運動產業 GDP、就業人口前三名重點發展產業進行趨勢分析,並提出政策方向建議。
- (六)藉由運動產業衛星帳之編製,補充臺北市運動統計基礎資料庫,並強化政府 資訊公開之深度與廣度。

(七)運用滾動修正及編製之歷年臺北市運動產業衛星帳及產業關聯表,用以評估 後世大運時期帶給臺北市的經濟效益。

# 貳、文獻探討

文獻回顧敘明臺灣目前對於運動產業的定義與範圍、國際運動產業衛星帳的發展、以及國際運動賽事的經濟影響。

## 一、運動產業的定義與範圍

由於現行行政院主計總處所頒定之行業標準和產業分類中,並未單獨將運動歸為一項產業,且因目前國內運動產業相對其它 19 大類產業規模較小,僅將部分運動服務業歸屬於藝術、娛樂及休閒服務業 (R 大類),運動服務業 (931 中類) 及 9311 職業運動業、9312 運動場館及 9319 其他運動服務業等三項細類,並無運動製造業及營造業的分類,在進行運動產業整體產值估算時必須從運動產業活動所隸屬之各種產業中進行抽離、整理與歸納,困難度及估算誤差相當大,難以由總合的數字具體呈現整體運動產業的產值。因此,長期以來有關運動產業對整體經濟體系的貢獻度常被忽略,也無法提供精確數據說明運動產業在我國經濟活動的重要性。

## (一)修正運動產業類別內容

陳美燕 (2018) 根據《運動產業發展條例》第四條第一項所涵蓋之十三款運動產業,徵詢各中央目的事業主關機關,並參考行政院主計總處行業標準分類基礎、經濟部商業司營業項目及《運動產業發展條例》第四條第二項之規定,再透過蒐集國內外運動產業分類方式,比對各國運動產業之內容與範圍,進而協助建置完整的運動產業類別架構,並具體呈現運動產業各項細類與其他關聯產業類

別之對照,期能以此運動產業分類系統,提供未來運動產業部門產值與規模更細緻的評估基礎。另亦完成教育部體育署辦理運動產業內容及範圍修正草案衝擊影響評估。主要內容如下所述:

《運動產業發展條例》於 2011 年 7 月 6 日公布,並自 101 年 3 月 1 日施行,其中第四條第一項明列十五款運動產業。其第二項並授權主管機關(當時為行政院運動委員會)訂定運動產業內容及範圍(以下簡稱本範圍),並自 2012 年 3 月 23 日生效。嗣條例於 2017 年 11 月 29 日修正施行,其第四條第一項將運動產業修正為十三款,本次修正將「業餘運動」、「電子競技」及「運動經紀及管理顧問」增加納入產業範疇,運動產業屬於「統合性特殊產業分類」,在主計總處的行業分類中,並無獨立分類之項目,因此第二項亦授權中央主管機關(教育部)訂定各款產業之內容及範圍,故本範圍即有配合修正之必要。爰徵詢各中央目的事業主關機關,並參考行政院主計總處行業標準分類基礎、經濟部商業司營業項目及條例第四條第二項,修正規劃之運動產業類別內容。

第四條修正重點包括增列業餘運動業之內容與範圍(修正條文第一項第一類);整併運動傳播媒體業與運動資訊出版業為運動傳播媒體或資訊出版業(修正條文第一項第三類);增列電子競技業之內容與範圍(修正條文第一項第六類);增列運動經紀、管理顧問業之內容與範圍(修正條文第一項第八類);整併運動場館業與運動設施營建業為運動場館業或營建設施業(修正條文第一項第十類)。下九類);整併運動用品或器材之製造批發及零售業(修正條文第一項第十類)。下

列十三類運動產業類別,仍參考主計總處行業標準分類和經濟部商業司營業項 目,再依據產業的特殊性,提出運動產業內容及範圍說明。

### 1.職業或業餘運動業

從事職業或業餘運動及競賽之行業,如職業或業餘運動聯盟、團隊、個人運動員等。參考主計總處行業標準分類為 9311 職業運動業;參考經濟部商業司營業項目為 J803020 運動比賽業。

### 2.運動休閒教育服務業

- (1)從事對群體或個人提供運動及休閒教育(指導)服務之行業,如各種球類運動、啦啦隊、體操、馬術、游泳、武術、圍棋、紙牌遊戲(如橋牌)、瑜珈等教育服務。
- (2)從事其他運動服務之行業,如不須自有運動場所而籌辦之運動活動、運動裁 判、登山嚮導及其他運動輔助服務。
- (3)參考主計總處行業標準分類為 8593 運動及休閒教育業、9319 其他運動服務 業;參考經濟部商業司營業項目為 J802010 運動訓練業。

## 3.運動傳播媒體或資訊出版業

(1)從事將自製 (如地方新聞、現場報導)、自外購買 (如影片、紀錄片) 或取得 並授權他人播送之完整電視或廣播頻道運動節目、透過公共電波或衛星傳 播影像及聲音,供公眾直接收視之行業 (包括衛星廣播電視運動節目供應 業)。

- (2)從事運動相關新聞紙發行、雜誌 (期刊) 及圖書出版,以印刷、電子、有聲 書或網路等形式發行之行業。
- (3)參考主計總處行業標準分類:5811 新聞出版業、5812 雜誌及期刊出版業、 5813 書籍出版業、6010 廣播業、6020 電視節目編排及傳播業。
- (4)參考經濟部商業司營業項目:J301010 報紙業、J302010 通訊稿業、J303010 雜誌 (期刊) 出版業、J304010 圖書出版業、J305010 有聲出版業、J399990 其他出版業、J501011 廣播業、J502011 電視業、J506011 直播衛星廣播電視 服務事業、J506021 衛星頻道節目供應事業。

#### 4.運動表演業

群體或個人,藉由展現本身運動型式技巧及技術,或以搭配表演方式供現場(電子媒體) 觀眾欣賞娛樂相關表演行業,如舞蹈、水(冰)上芭蕾、武術、拳擊等。參考主計總處行業標準分類:9020藝術表演業、9311職業運動業;參考經濟部商業司營業項目為J803010運動表演業。

#### 5.運動旅遊業

從事提供消費者參與運動、觀賞運動賽會、參訪運動設施或景點及其他以運動為主要旅遊觀光服務而依法登記之旅行業。參考主計總處行業標準分類為 7900旅行及相關服務業;參考經濟部商業司營業項目為 J902011 旅行業。

### 6.電子競技業

以數位遊戲運動競技從事選手培養、教練培育、競技教學、軟體出版、賽事之舉辦、宣傳及轉播等行業(不包括博弈之數位遊戲)。參考主計總處行業標準分類為 5820 軟體出版業、6020 電視節目編排及傳播業、7020 管理顧問業、7310 廣告業、8593 運動及休閒教育業、9311 職業運動業、9319 其他運動服務業;參考經濟部商業司營業項目為 J799990 其他休閒服務業。

### 7.運動博弈業

從事運動彩券發行經營銷售及其他運動彩券服務行業。參考主計總處行業標準分類為9200博弈業;參考經濟部商業司營業項目為IZ18011運動彩券代理業、IZ18021運動彩券經銷業。

## 8.運動經紀、管理顧問或行政管理業

- (1)從事代理運動員簽訂合約、規劃事業發展等經紀服務或提供企業或其他組 繼有關管理問題諮詢及輔導之行業。
- (2)從事提供企業或其他組織有關運動管理問題諮詢及輔導之行業,如運動財務決策、運動行銷策略、運動人力資源規劃、運動生產管理等顧問或行政管理;提供運動公共關係服務、運動認證服務、職缺媒合服務之行業。
- (3)從事推廣體育休閒活動或競技運動之各級政府機關。
- (4)從事體育學術研究、全民運動推廣、競技實力提升、國際體育交流、運動設施興建與經營管理或其他有關體育業務為目的之社團法人或財團法人。

- (5)參考主計總處行業標準分類:7020管理顧問業、7603藝人及模特兒等經紀業、7609未分類其他專業、科學及技術服務業、7810人力仲介業、8311政府機關、8593運動及休閒教育業、9312運動場館、9319其他運動服務業、9423勞工團體、9499未分類其他組織。
- (6)參考經濟部商業司營業項目:I103060 管理顧問業、I199990 其他顧問服務 業、J601010 藝文服務業、J602010 演藝活動業。

#### 9.運動場館業或營建設施業

- (1)從事室內(外)運動場館經營管理之行業,如球類運動場館、室內(外)游 泳池、拳擊館、田徑場、健身中心及賽車場等經營管理之行業(以自有運動 場所從事籌辦職業或業餘運動競賽亦歸入本類)。
- (2)從事室內運動場館建物興建、改建或修繕等行業;各種室外運動(球)場土 木工程興建、改建或修繕之行業。
- (3)參考主計總處行業標準分類為 9312 運動場館業、4100 建築工程業、4290 其他土木工程業;參考經濟部商業司營業項目為 J801010 高爾夫球場業、J801030 競技及休閒運動場館業、EZ11010 球場跑道樹脂材料鋪設工程業。

## 10.運動用品或器材製造、批發及零售業

(1)從事各種材質體育用品及配備之運動服飾、運動鞋製造、批發及零售之行業 (不包括符合藥事法規定之醫療器材製造、批發及零售業)。

- (2)從事各種材質體育用品及配備之運動服飾、運動鞋製造、批發及零售之行業 (不包括符合藥事法規定之醫療器材製造、批發及零售業)。
- (3)參考主計總處行業標準分類:1210成衣製造業、1302鞋類製造業、1309其他皮革及毛皮製品製造業、2719其他電腦週邊設備製造業、2729其他通訊傳播設備製造業、2730視聽電子產品製造業、3131自行車製造業、3132自行車零件製造業、3311體育用品製造業、3399其他未分類製造業、4552服裝及其配件批發業、4553鞋類批發業、4582運動用品及器材批發業、4641電腦及其週邊設備、軟體批發業、4732服裝及其配件零售業、4733鞋類零售業、4762運動用品及器材零售業、4831電腦及其週邊設備、軟體零售業、4862紡織品、服裝及鞋類之零售攤販、4869其他零售攤販、4871電子購物及郵購業。
- (4)參考經濟部商業司營業項目: C306010 成衣業、C307010 服飾品製造業、C402030 皮革、毛皮製品製造業、CD01 運輸工具製造業、CK01 製鞋業、CH01 育樂用品製造業、F102040 飲料批發業、F203010 食品什貨、飲料零售業、F104110 布疋、衣著、鞋、帽、傘、服飾品批發業、F204110 布疋、衣著、鞋、帽、傘、服飾品批發業、F204110 布疋、衣著、鞋、帽、傘、服飾品批發業、F209060 文教、樂器、育樂用品批發業、F209060 文教、樂器、育樂用品零售業、I301010 資訊軟體服務業、I301020 資料處理服務業、I301030 電子資訊供應服務業、I301050 實境體感應用服務業。

#### 11.運動用品或器材租賃業

從事運動用品或器材租賃,以收取租金作為報酬之行業。參考主計總處行業標準分類為 7730 個人及家庭用品租賃業;參考經濟部商業司營業項目為 JE01 租賃業。

#### 12.運動保健業

從事運動防護、運動保健、防護保健用品及器材產銷指導管理等,提供一般 消費者及從事體能運動者專門知識管理或技術能力之行業。參考主計總處行業 標準分類為 8610 醫院、8620 診所、8699 未分類其他醫療保健業、9319 其他運 動服務業;參考經濟部商業司營業項目為 JZ99 其他服務業。

#### 13.其他經中央主管機關認定之產業

## (二)運動產業內容及範圍修正之影響及改善方向

## 1.因應運動的特殊性,部分產業歸屬於單一行業類別

由於主計總處所編行業標準分類係以場所單位實際從事的主要經濟活動作為分類基礎。在統計分類上,一個場所單位只能歸屬一個行業類別,該場所單位若同時從事多種經濟活動,則以附加價值最大的經濟活動作為判定行業細類基礎,因此無法納入主計總處行業分類架構。綜上所述,運動產業屬於「統合性 (特殊)產業分類」,在主計總處的行業分類中,並無獨立分類之項目,但在主管機關依業務發展需求自訂時,易發生主管機關重複或難以歸屬的狀況,例如:運動

經紀業、運動保健業、運動舞蹈等。再者,若無法取得附加價值資料,便不能精準估算該產業產值與產業關聯。

#### 2.依據產業內容及範圍,建置運動產業統計資料庫

雖然運動產業所提供的產值有限,但是在運動休閒越來越被重視的同時,透 過完整的資料建置,使國內的運動產業規模及指標能夠與國際接軌。現行政府組 織針對本身業務有設計統計報表以俾相關資訊的統計彙整,建議配合資通訊科 技的發展,未來相關資料可以資料集為基本單位,提供開放格式,讓資料能有效 利用,達到數據說話的目的。

#### 3.界定產業關聯,鏈結運動產業聚落

在運動產業定義、內容與範圍確定後,建議可以進行後續產業關聯分析,包括核心和周邊產業,並據此提出聚焦運動產業輔導獎助,輔導獎助地方政府、公民營事業、法人或自然人依法設置運動產業園區,透過產業群聚效益促進我國運動產業的發展。

## 4.跨部會/領域合作,營造運動產業良好的經營環境

《運動產業發展條例》中,許多產業之中央目的事業主管機關是二個以上, 例如:運動表演業(教育部/文化部)、運動旅遊業(教育部/交通部)、電子競技業 (教育部/經濟部),這些部會也都有相關的產業發展條例,建議可以提出產業研發 及輔導、多元資金挹注、人才培育及媒合措施,讓運動產業在這些鼓勵或輔導的 條例下獲得最多的資源和支持,建置其產業鍊或聚落,以提升競爭力與加速國際 接軌。

#### 二、國際運動產業衛星帳的發展

#### (一)日本

日本政策投資銀行株式會社 (DBJ)、日本經濟研究所與同志社大學一起合作,嘗試製作日本運動產業衛星帳,估計日本運動產業的經濟規模及產值。期間,於 2017~2019 年間,連續發表《日本版スポーツサテライトアカウント作成の検討》1-3 三篇報告<sup>1</sup>,描述日本運動產業衛星帳的定義資料衡量標準模型及結果認定。亦於 2018 年 3 月發表名為《わが国スポーツ産業の経済規模推計~日本版スポーツサテライトアカウント~》的日本運動產業衛星帳 SSA2017,估計2012~2014 年日本運動產業的經濟規模與相關產值。更於 2019 年 9 月提出「わが国スポーツ産業の経済規模推計~日本版スポーツサテライトアカウント2018~2014,2015,2020 年推計」(日本經濟規模的估計:日本運動產業衛星帳(SSA) 2018)的研究報告。根據日文版 SSA2018 的估算結果,2020 年日本國內運動產業的經濟規模約為 7.6 兆日元。

日本的 SSA2018 日本運動產業衛星帳與之前 2018 年 3 月提出 SSA2017 的運動產業衛星帳,兩者的主要差異在於估計基礎由原來的 GVA (Gross Value Added) 變更為 GDP (Gross Domestic Product),主要差異點如下表:

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> スポーツ産業學研究,https://www.jstage.jst.go.jp/article/sposun/29/3/29\_3\_199/\_article/-char/ja。

表 1 日本版 SSA2017 與 SSA2018 的主要差異

	日本版 SSA2017	日本版 SSA2018		
估計年份	2011~2014 年	2014~2016 年		
資料來源	產業關聯表 (總務省)	SNA 產業關聯表 (内閣府經濟社會綜合研究所)		
資料變更頻率	5年	毎年		
估計基礎	GVA	GDP		
估計指標	Sport GVA	Sport GDP		
國際比較	2011 年英國的 Sport GVA	2012 年歐洲 28 個國家的 Sport GDP		

資料來源:日本政策投資銀行、日本經濟研究公司、同志社大學 (2019a)

其中變更估算方法的原因在於:(1)2018年5月宣布的歐盟運動產業衛星帳已從常規 GVA 基準更改為 GDP 基準,以便進行國際比較;(2)為符合《2018年未來投資戰略》所要求的規範,即一種以連續且國際可比較的方式估算運動產業市場規模的方法,估算運動產業的產值並與國際比較。

在 SSA2018 的報告中,發佈較新的國際比較結果,其中比較了 2012 年日本和 28 個歐洲國家的運動產業產值。就貨幣價值而言,日本的運動 GDP 在 29 個國家中是第二大經濟體,僅次於德國 (該國的運動產業產值在歐洲排名第一),但在運動 GDP 與全國 GDP 的比值 (運動 GDP/全國 GDP) 中卻排在第 15 位。由於該比值較低,因此日本的運動產業的產值在未來有望成長。日本政策投資銀行認為,重要的是繼續增進估算方法,並不斷呈現較正確的運動 GDP,以便更準確地描繪運動產業的成長趨勢。

表 2 顯示了歐盟 SSA 和日本 SSA 對運動 GDP 和運動產業從業人數的比較。

2018 年發布的《歐盟 SSA 報告》引用了 2012 年歐洲 28 個國家的運動 GDP 和 運動產業從業人數2。計算該國僱員總數的百分比,並按降幂排列。另外,根據 日文版 SSA2017 的結果,顯示了 2012 年運動總 GVA 和運動產業從業人數 (表 2 中的 2012 年為比較年份,歐盟 28 個國家的運動經濟規模是按 GDP 計算的。 但是,日本的運動經濟規模是按 GVA 計算的,因此應注意的是 28 個歐盟國家 的運動 GDP 與日本的 GVA 的比較)。在 28 個歐盟國家中,奧地利、德國、波蘭 和英國的運動 GDP 佔國內生產毛額 GDP 在 2%以上。可以看出運動的比例很 高。在奧地利、德國和英國這三個國家中,可以看出,運動產業的僱員人數佔總 僱員人數的 3%以上。日本的運動 GDP 在 28 個歐洲國家中排名第二,僅次於德 國。運動產業的僱員人數僅次於德國和英國,位居第三。但是,將運動 GDP 佔 國內生產毛額 (GDP) 的百分比與運動產業就業人數佔總就業人數的百分比進 行比較,日本的運動 GDP 佔國內生產毛額 GDP 比例在 28 個歐洲國家中位於瑞 典和意大利之間為 1.36%, 位於 14~15 位。另外可以看出, 日本運動產業的僱員 人數佔總就業人數的百分比為 1.47%, 在拉脫維亞和葡萄牙之間, 排名第 25 至 26 °

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> European Commission, SportEconAustria, Institure of Sports Economics, Sheffield Hallam University Sport Industry Research Centre, Study on the Economic Impact of Sport through Sport Satellite Accounts, 2018.

表 2 歐盟主要國家運動 GDP、就業人數資料 (廣義之運動產業)

	運動 GDP (	單位:百萬歐	元)		(單/	(單位:人)		
排名	國家	運動 GDP	佔全國 GDP 比 例(%)	排名	國家	運動産業就業人數	佔總就 業人數 比例(%)	
	歐盟	279,697	2.12%		歐盟	5,666,195	2.72	
1	奧地利	13,066	4.12	1	奧地利	226,129	5.63	
2	德國	104,707	3.90	2	德國	1,761,369	4.60	
3	波蘭	8,952	2.30	3	英國	1,064,939	3.75	
4	英國	36,750	2.18	4	丹麥	64,082	2.45	
5	法國	39,923	1.91	5	斯洛伐尼亞	109,191	2.43	
6	賽普洛斯	361	1.85	6	瑞典	21,916	2.43	
7	馬爾他	129	1.81	7	爱沙尼亞	13,656	2.31	
8	斯洛伐尼亞	609	1.69	8	法國	582,709	2.29	
9	芬蘭	3,264	1.63	9	波蘭	332,939	2.17	
10	丹麥	3,973	1.56	10	芬蘭	50,634	2.09	
11	克羅埃西亞	676	1.54	11	賽普洛斯	7,813	2.08	
12	西班牙	14,984	1.44	12	荷蘭	150,687	2.04	
13	盧森堡	630	1.43	13	斯洛伐克	47,095	2.03	
14	瑞典	5,949	1.41	14	匈牙利	75,771	2.00	
15	義大利	21,217	1.32	15	馬爾他	3,306	1.98	
16	斯洛伐克	956	1.31	16	盧森堡	4,336	1.89	
17	捷克	2,055	1.27	17	克羅埃西亞	27,908	1.83	
18	匈牙利	1,252	1.26	18	義大利	84,803	1.76	
19	荷蘭	7,973	1.24	19	捷克	389,120	1.76	
20	比利時	4,494	1.16	20	愛爾蘭	30,008	1.68	
21	葡萄牙	1,879	1.12	21	立陶宛	20,043	1.62	
22	羅馬尼亞	1,389	1.04	22	比利時	71,440	1.59	
23	愛爾蘭	1,804	1.03	23	保加利亞	44,756	1.55	
24	希臘	1,784	0.93	24	西班牙	261,839	1.50	
25	爱沙尼亞	159	0.88	25	拉脫維亞	12,611	1.48	
26	立陶宛	283	0.85	26	葡萄牙	59,330	1.39	
27	保加利亞	338	0.80	27	希臘	47,486	1.31	
28	拉脫維亞	142	0.64	28	羅馬尼亞	100,279	1.22	

資料來源:日本政策投資銀行、日本經濟研究公司、同志社大學 (2019b)

#### (二)歐盟

### 1.歐盟運動產業衛星帳的發展

歐盟委員會 (European Commission) 在 2006 年的會議中提出,為了提供各國間可進行比較的統計資料並藉此互相了解,因此鼓勵各國能開始編列運動產業衛星帳,透過產業衛星帳的編列進而讓產業結構更加地清晰,亦能夠讓不同國家間爭取更多的產業合作機會,透過產業的合作,讓運動產業的發展更加熱絡。並於 2007 年公布運動白皮書 (European Commission White Paper on Sport) 針對運動相關議題及未來的發展提出建議,其中第 18、19 點即提出計畫發展用以量測運動對於經濟影響的統計測量方法,透過類似編製產業衛星帳的方法來了解運動對於國家經濟的影響程度以及探索其中的潛在價值。

歐洲委員會針對此議題於同年組成運動與經濟工作小組來針對運動產業衛星帳編列的工作內容、方法進行討論,並提出一套編列運動產業衛星帳的操作手冊。該工作小組最重要的工作之一即是針對運動產業的定義進行討論,以運動為核心行為所延伸的周邊相關行業類別,並提出維爾紐斯運動產業定義 (Vilnius definition of sport, Vilnius definition),其中包含在統計上的定義 (statistical definition of sport)、狹義的定義 (narrow definition of sport)以及廣義的定義 (broad definition of sport)等三部分,其範疇如下圖所示:

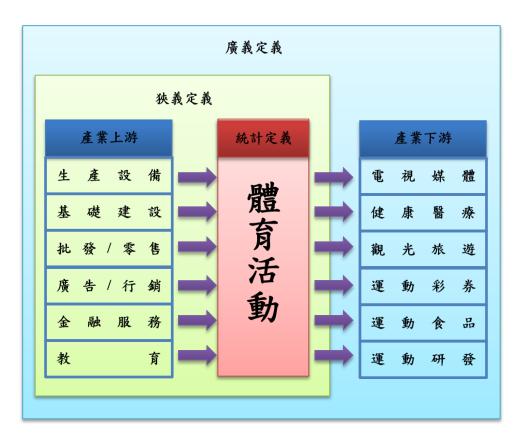


圖 2 維爾紐斯運動產業定義範疇

Sport Sattellite Accounts, A European Project: New results (2013)<sup>3</sup>

- (1)統計定義:由 NACE 92.6 Rev.1.1 組成;(「體育活動」,運動領域中唯一具有自己的 NACE 類別的部分)。
- (2)狹義定義:所有作為運動活動輸入的活動(即從事運動活動所需的所有商品和服務)加上統計定義。
- (3)廣義定義:所有需要將運動作為輸入的活動(即與一項體育活動相關但並非從事體育活動所必需的所有商品和服務)加上「狹義定義」。

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> European Commission, Sport Satellite Accounts, A European Project: New Results, July 2013.

### 2.歐盟運動產業定義與結構

而為了讓產業衛星帳的編列過程中,相關數據資料的取得能夠更明確,因此在統計定義上,與歐盟經濟活動分類 (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community, NACE) 的分類標準中的 92.6 運動活動類以及歐盟經濟活動產品分類 (Statistical Classification of Products by Activity in the European Economic Community, CPA) 進行對照分析。

## (1)維爾紐斯運動產業定義

此定義僅為參考的依據,實際分類仍需要是各國的產業特性加以調整,以下 針對該定義整理如表 3 所示:

表3 維爾紐斯運動產業定義活動分類表

活動分類				
1	農業、畜牧			
2	食物、飲料製造			
3	紡織製造			
4	繩索、彩帶、繩網類製造			
5	服裝製造			
6	皮質品製造,行李箱、手提包、馬具、鞋類			
7	出版品、印刷等媒體			
8	石油製品、核燃料製造			
9	化學製品製造-醫療保健			
10	化學製品製造-運動傷害			
11	橡膠、塑膠製品製造			
12	金屬製品製造,不含機器、設備			
13	機器設備製造			
14	醫療儀器製造-醫療保健			
15	醫療儀器製造-運動傷害			

(續下頁)

# 表 3 維爾紐斯運動產業定義活動分類表 (續)

	活動分類
16	摩托車、拖曳、半拖曳車輛製造
17	其他交通運輸設備製造
18	裝置設備製造
19	建築
20	摩托車輛販售、維護及維修、燃料零售
21	批發-醫療保健,不含摩托車輛
22	批發-運動傷害,不含摩托車輛
23	零售-醫療保健,個人家庭用品維修、不含摩托車輛
24	零售-運動傷害,個人家庭用品維修、不含摩托車輛
25	住宿
26	陸上交通
27	水上交通
28	空中交通
29	支援輔助交通-旅行代訂服務
30	金融,不含保險、退休基金
31	保險、退休基金,不含強制性社會保險
32	租賃-機器設備與個人家庭用品
33	研究發展
34	其他商業活動
34	其他商業活動
35	公共行政管理、強制性社會保險-醫療保健
36	公共行政管理、強制性社會保險-運動傷害
37	教育
38	健康與社會工作-醫療保健
39	健康與社會工作-運動傷害
40	休閒、文化與運動活動
41	其他服務活動

資料來源:陳美燕、楊浩彥、李杰憲 (2017)。臺北市運動產業發展暨經濟效益分析-運動產 業衛星帳及投入產出模型。臺北市:臺北市政府體育局。

#### 3.近期歐盟運動產業衛星帳估計結果

歐盟委員會與地利運動經濟學研究所及謝菲爾德哈勒姆大學運動產業研究中心在2018年4月發表了名為《Study on the Economic Impact of Sport through Sport Satellite Accounts》的最新歐盟28個經濟體的運動產業報告4。內容提及,《歐盟運作條約》第165條 (Article 165 of the Treaty on the Functioning of the European Union)解釋說:「歐盟應為促進歐洲運動問題做出貢獻」。為了回應上述條款,歐盟委員會於2006年成立了歐盟「運動與經濟」工作小組,該工作小組制定了維爾紐斯運動定義,以識別與運動有關的商品和服務中的經濟活動。在此基礎上,由奧地利、比利時、塞浦路斯、波蘭和英國計算了國家運動產業衛星帳 (SSA)。它們構成了2012年發布的歐盟範圍內多區域運動投入產出表 (MR-IOT:S)的基礎。

在2012年的數據,在四個前提的基礎上更新了原始研究:克羅埃西亞加入歐盟;過去的基礎年 (2005年);可能導致結果發生系統變化的經濟危機;以及維爾紐斯定義的更新,這也是該項目期間所做工作的一部分。相比於奧地利、比利時、塞浦路斯、德國、立陶宛,盧森堡 (近似但仍為初步)、荷蘭、葡萄牙、波蘭和英國提供較為成熟的國家 SSA,提供了更廣泛的資料數據適用於第一個模型。

https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/865ef44c-5ca1-11e8-ab41-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-71256399

研究發現,在2012年,歐盟與運動相關的國內生產毛額 (GDP)為2,797億歐元,佔歐盟國內生產毛額的2.12%。此外,有567萬名僱員工從事運動產業,所佔份額為2.72%5。換句話說,在歐盟,每47歐元和37位僱員中,就有1歐元及1位雇員直接與運動產業相關。這些數字表明運動產業是一項就業密集型經濟活動,因此,運動產業在就業中所佔的份額比在國內生產毛額中所佔的份額更大。實際上,GDP每成長1%會造成就業的的成長1.35%,這個重要的見解,突顯了運動產業在對抗失業中的重要地位。這個關鍵結果已在之前的研究中發現,並且得到了新數據的進一步證實。

另外,就產業部門而言,教育 (512 億歐元,近 1,111,000 名員工),運動服務 (421 億歐元,74.9 萬名員工),公共管理 (322 億歐元,50.3 萬名員工),住宿和餐廳服務 (232 億歐元,近 586,000 名員工) 和零售 (199 億歐元,近 587,000 名員工)。僅前五個與運動產業相關的部門就佔了歐盟運動 GDP 的 1.29%和運動產業就業的 1.70%。除了運動 GDP 及運動產業就業人數這兩個指標之外,經濟部門的重要性還透過其通過供給網路與其他經濟部門的聯繫來增強。總活動 (包括供給網路)與直接活動之比稱為「乘數」。2.55 的最高乘數歸因於與運動有關的食品和飲料 (sport-related food and beverages) 的生產。因此,如果在歐盟生產100 萬歐元的運動相關食品和飲料,則會再產生 155 萬歐元的產值,以滿足食品部門對中間商品和服務的需求。第二高的是汽車 (motor vehicles)(2.50),第三高

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> 見前表 Main sport-related indicators of the EU-wide model (Broad Definition)

的是修理和安裝服務 (repair- and installation services)(2.32)。若對乘數的進一步分析,某些部門對運動經濟的其餘部分產生了不成比例的高刺激,因此可以被認為是關鍵部門。在整個歐盟範圍內,建築業是與運動產業相關的最重要部門。平均而言,建築公司每百萬歐元的需求中,就有 124 萬歐元的經濟刺激資金分配給了其餘的歐盟經濟體。其次是食品和飲料 (1.20),旅行社 (1.17),農業 (1.10)和運動服務 (1.10)。

要比較 2005 年和 2012 年的結果,有些困難點。諸如維爾紐斯的定義有些 改變,儘管只是相當溫和的調整。以電動自行車為例,現在已成為運動核心產業 定義的一部分。同時,商品和服務的統計分類 CPA 也已更改。但是這只是影響 了經濟效應在各部門之間的分配,總量並沒有改變。兩個報告之間的最大區別 是,前一項是根據 GVA 進行的,而當前一項使用的是 GDP。儘管如此,兩份報 告之間仍然存在差距 (2005 年與運動相關的 GVA 佔 1.76%, 2012 年與運動相關 的 GDP 佔 2.12%),這個差距太大,無法全然歸因於這些不同的措施。此外,在 兩個報告中使用相同定義的就業率從 2.12%增加到 2.72%。儘管如此,從總體上 來說,不能全然斷定運動在經濟上已經變得越來越重要,因為實際上所有的成長 都可以歸因於四個歐盟成員國:德國、波蘭、瑞典和法國。對於所有其他歐盟成 員國,發現的值都接近2005年。最後,值得指出的是,某些歐盟成員國的數據 正確及可用性正在提高。這可以識別與運動有關的其他經濟活動,這是一項好的 發展,但同時也導致隨著時間的推移系統地增加價值。一些主要數據來源是國家

的專門人員填寫的表格。它們包括有關 GVA、產值、就業、私人支出、公共支出、資本形成總額以及與運動有關的商品和服務的對外貿易的數據。此外,使用聯合國商品貿易統計數據庫和經濟合作組織的數據確定進口來源和出口目的地,並填補數據收集表中的空白。另外,以前也曾發現,與運動相關的服務的可用數據遠少於與運動相關的商品的數據。事實證明,不同的分類方案也是一個問題。

2018 年歐盟委託 Sheffield Hallam University 運動產業研究中心,滾動式修正了歐盟國家的運動產業衛星帳,下表為相關指標以及 GDP 佔比前 10 名的產業。

表 4 與運動產業相關的指標

	Sport-related	Share of	Sport-related	Share of	
Member State	GDP in m	sport-related	employment	sport-related	
	Euros	GDP	in heads	employment	
歐盟 (European Union)	279,697	2.12%	5,666,195	2.72%	
奥地利 (Austria)	13,066	4.12%	226,129	5.63%	
比利時 (Belgium)	4,494	1.16%	71,440	1.59%	
保加利亞 (Bulgaria)	338	0.80%	44,756	1.55%	
賽普勒斯 (Cyprus)	361	1.85%	7,813	2.08%	
捷克 (Czech Republic)	2,055	1.27%	84,803	1.76%	
德國 (Germany)	104,707	3.90%	1,761,369	4.60%	
丹麥 (Denmark)	3,973	1.56%	64,082	2.45%	
愛沙尼亞 (Estonia)	159	0.88%	13,656	2.31%	
希臘 (Greece)	1,784	0.93%	47,486	1.31%	
西班牙 (Spain)	14,984	1.44%	261,839	1.50%	
芬蘭 (Finland)	3,264	1.63%	50,634	2.09%	
法國 (France)	39,923	1.91%	582,709	2.29%	
克羅埃西亞 (Croatia)	676	1.54%	27,908	1.83%	
匈牙利 (Hungary)	1,252	1.26%	75,771	2.00%	
愛爾蘭 (Ireland)	1,804	1.03%	30,008	1.68%	
義大利 (Italy)	21,217	1.32%	389,120	1.76%	
立陶宛 (Lithuania)	283	0.85%	20,043	1.62%	
盧森堡 (Luxembourg)	630	1.43%	4,336	1.89%	
拉脫維亞 (Latvia)	142	0.64%	12,611	1.48%	
馬爾他 (Malta)	129	1.81%	3,306	1.98%	
荷蘭 (The Netherlands)	7,973	1.24%	150,687	2.04%	
波蘭 (Poland)	8,952	2.30%	332,939	2.17%	
葡萄牙 (Portugal)	1,879	1.12%	59,330	1.39%	
羅馬尼亞 (Romania)	1,389	1.04%	100,279	1.22%	
瑞典 (Sweden)	5,949	1.41%	109,191	2.43%	
斯洛維尼亞 (Slovenia)	609	1.69%	21,916	2.43%	
斯洛伐克 (Slovakia)	956	1.31%	47,095	2.03%	
英國 (United Kingdom)	36,750	2.18%	1,064,939	3.75%	

資料來源:Sport Industry Research Centre of Sheffield Hallam University (2016)

表 5 GDP 佔比前 10 名的產業

			GDP in	Share of
Rank	CPA	<b>Goods and Services Industry</b>		total
			Euros	GDP
1	P	Education services	51,237	0.39%
2	R93_1	Sport services	43,075	0.33%
3	О	Public administration and defense services; compulsory	32,244	0.24%
		social security services	32,244	
4	I	Accommodation and food services	23,217	0.18%
5	G47	Retail trade services, except of motor vehicles and	19,868	0.15%
3		motorcycles	19,808	
	G46	Wholesale trade services, except of motor vehicles and	16,352	0.12%
6		motorcycles	10,332	
7	F	Constructions and construction works	9,932	0.08%
8	R90-92	Creative, arts, entertainment, library, archive, museum,	9,493	0.07%
		other cultural services; gambling and betting services	9,493	
9	Q86	Human health services	8,230	0.06%
10	1140	Land transport services and transport services via		0.050/
	H49	pipelines	6,645	0.05%

資料來源: Sport Industry Research Centre of Sheffield Hallam University (2016)

## (三)單一運動產業衛星帳

R&A補助英國雪菲爾哈蘭大學 (Sheffield Hallam University) 的運動產業研究中心 (Sport Industry Research Centre, SIRC) 製作了一個「高爾夫衛星帳」 (Sport Industry Research Centre of Sheffield Hallam University, 2016)<sup>6</sup>,以便對該運動在 2014 年對英國的經濟價值進行評估<sup>7</sup>。英國等開發國家使用稱為國民所得帳

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> R&A 的總部設在聖安德魯斯 (St Andrews),負責舉辦公開賽,精英業餘賽事,國際比賽和排名。R&A 和 USGA 共同管理著全球範圍內的高爾夫運動,它們在不同的司法管轄區開展業務,但共同致力於製定《高爾夫規則》, 《業餘狀態規則》和《設備標準》的統一守則。在業餘和職業高爾夫的 152 個組織的同意下,R&A 遍及美國和 墨西哥以外的全球範圍,並代表 138 個國家/地區的 3000 萬高爾夫球手。R&A 致力於高爾夫運動,並支持國際 這項運動的發展以及可持續高爾夫設施的開發和管理。有關 R&A 的更多信息,可參照 www.RandA.org。

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> 雪菲爾哈蘭大學的 SIRC 於 2016 年 3 月出版了名為「A Satellite Account for Golf in the UK」的報告。

體系 (SNA) 的國際標準化框架,來估算工商業的經濟規模。和運動產業一樣, 在這個框架內,高爾夫不被視為一種產業。因此,高爾夫的經濟活動在國民所得 帳中被稀釋在娛樂,藝術和運動等廣泛分類的產業中。

#### 1.方法

用來識別高爾夫對經濟的貢獻的方法是生產高爾夫的「衛星帳」。衛星帳技術是聯合國開發的,用於測量國民所得帳中未定義為產業的經濟部門的規模。英國已經有觀光衛星帳和運動產業衛星帳。而對高爾夫的研究是該方法衛星帳第一次應用於特定運動。衛星帳從消費者支出、附加價值 (GVA)、就業和生產總額四個角度分析產業。

衛星帳測量了不同產業之間的收入和支出金額,以識別這些金額中特定於 高爾夫的部分。三個主要來源用於獲取相關數據為國家數據資料庫 (例如:用於 量化高爾夫旅遊業的國際旅客調查;以及用於衡量需求的國家一級的運動參與 調查)、分析公司帳戶 (超過 2,500 個與高爾夫相關的公司) 和對主要高爾夫組織 進行正規調查和訪談。

## 2.參與度

高爾夫產業的經濟價值取決於對這項運動的參與程度。一項針對英國全國運動參與調查顯示,每年有388.3萬成年高爾夫球員至少參加一次這項運動。在這些人中,有15.54萬人是定期打高爾夫球的人,每四周至少打一次球。高爾夫被認為是英國最受歡迎的「夥伴運動」(partner sport),其參與程度遠高於網球,

羽毛球,桌球和壁球。

在英國,消費者在高爾夫上的支出為 43.03 億英鎊,相當於每人平均 67 英鎊,而英國每位成年高爾夫球員的支出為 1,108 英鎊。消費支出中最大的單一來源是與英國近 3,000 個高爾夫俱樂部相關的消費 (22.53 億英鎊,佔 52%),這些高爾夫俱樂部的年均營業額為 751,000 英鎊。高爾夫設備和服裝佔消費者支出的 9.39 億英鎊,與高爾夫相關的旅遊,活動和住宿佔 7.75 億英鎊。

### 3.附加價值 (GVA)

2014 年英國高爾夫產業的附加價值為 20.45 億英鎊,其中最大的一個領域 是高爾夫俱樂部,包括其食品和飲料業務,為 6.23 億英鎊 (30%)。GVA 分析還 強調了高爾夫設備製造和零售產業 (2.93 億英鎊) 以及建築和房地產產業 (2.86 億英鎊) 的重要關係。在整個運動產業中,博弈業已顯示出可觀的增長,這也反 映在高爾夫領域,與高爾夫相關的博弈業為 GVA 貢獻 1.09 億英鎊。

#### 4.就業機會

高爾夫產業為 54,190 名全職同等僱員提供就業,而這些職位由 74,480 名不同職位的人擔任兼職工作人員後進行調整。高爾夫俱樂部是該產業中最重要的雇主 (17,780 FTE,33%),每個俱樂部平均只有六名全職員工。與高爾夫相關的其他顯著水準的就業機會,可以在旅遊業中找到 (4,590 FTE);建築 (4,540 FTE)以及食品和服務 (4,510 FTE)。綜上所述,高爾夫就業人數佔英國總就業人數的0.21%,或相當於 500 個工作中的 1 個是關於高爾夫的職業。

### 5.生產額

高爾夫相關的總經濟活動包括:直接影響,例如高爾夫俱樂部的運營;供應 鏈活動等間接影響;以及由此產生的影響,即家庭消費高爾夫產業所賺取的收入 會增加經濟中的銷售額。這三個與高爾夫產業相關的營業額為 102.91 億英鎊, 分別為直接效應 44.20 億英鎊、間接影響 31.65 億英鎊、及誘發效應 27.06 億英 鎊。以上數字與消費者支出,GVA 和就業相比,其相關性較低,因為它們依賴 於使用多少是任意的乘數。間接和誘導總數的可靠性要比直接效應低。

### 6.英國背景

蘇格蘭的高爾夫產業明顯大於英國其他地區 (如下表所示),蘇格蘭佔這項運動總 GVA 的 20%(約佔人口的 8%)。這可以部分歸因於蘇格蘭較高的高爾夫打球率,高度發達的高爾夫旅遊業以及舉辦的大型活動的數量。

表 6 英國高爾夫產業的地區附加價值百分比

地區	佔高爾夫 GVA 的百分比
英格蘭	71%
蘇格蘭	20%
威爾斯	6%
北愛爾蘭	3%

資料來源: Sport Industry Research Centre of Sheffield Hallam University (2016)

## 7.運動環境

英國的文化、媒體和運動都已透過「衛星帳」的方法呈現出對英國整體運動

的價值。將報告中針對高爾夫的數據與整體運動數據進行比較,可以發現高爾夫 是運動產業的重要組成部分,佔該產業消費者支出的 14%; GVA 的 7%; 佔其就 業人數的 8%。

表 7 高爾夫佔英國整體運動產業的比例

測量指標	高爾夫 (2014)	高爾夫 (2014) 運動產業 (2014)	
消費支出	43.03 億英鎊	31 萬億英鎊	14%
GVA	20.45 億英鎊	298 億英鎊	7%
就業機會	54,190 FTE	700,000 FTE	8%

資料來源: Sport Industry Research Centre of Sheffield Hallam University (2016)

### 8.高爾夫對稅收的貢獻

由於與高爾夫相關的經濟活動,中央政府和地方政府均從所得稅、公司稅、 營業稅和增值稅等稅收中受益。 2014 年高爾夫產業徵收的稅款為 9.9 億英鎊。 這相當於每位成人高爾夫員收取 255 英鎊的稅金。

### 9.政策相關性

在英國政府的新的運動策略《Sporting Future》的背景下,經濟發展的涵意 指向於「一個更具生產力,可持續發展的運動部門」,因此,提出該高爾夫衛星 帳便成為符合該策略的成果之一。在這種情況下,用於衡量運動的經濟重要性的 關鍵績效指標將是包含文化、媒體和運動部門的運動產業衛星帳。因此,高爾夫 衛星帳成為第一個針對特定運動項目的衛星帳有其特殊的涵義。

高爾夫對於英國經濟中體育運動的經濟貢獻非常重要。該產業的核心是蓬

勃發展的俱樂部部門。而且高爾夫在旅遊業、住宿、建築、設備、服裝、運彩和賽事中的影響性,以及對政府稅收的貢獻,都是在經濟的顯著領域。隨著高爾夫重返 2016 年里約奧運會,並且經濟正朝著成長的方向發展,經濟和運動條件有利於英國高爾夫產業的進一步發展。

### 三、國際運動賽事的經濟影響

### (一)賽事前期及賽事期間的經濟影響分析

第二十九屆夏季世界大學運動會 (Summer Universiade,簡稱 2017 年臺北世大運或臺北世大運) 於 2017 年 8 月 19 日至 8 月 30 日在中華民國臺北市舉行,為臺灣首次舉辦世界大學運動會,是繼 2009 年高雄世運、2009 年臺北聽奧之後臺灣承辦的第三個綜合性國際體育賽事,也是臺灣有史以來主辦過層級最高的國際體育賽事,共有 145 個國家與地區參與,參賽運動員總計 7,639 人,隨隊人員則達 3,758 人。競賽場館分布於臺北市、新北市、桃園市、新竹縣、新竹市等鄰近縣市;開幕、開幕典禮則均於臺北田徑場舉行。該屆同時是繼日本、中國大陸、韓國、土耳其和泰國後,第六個國際大學運動總會 (FISU) 亞洲會員舉辦的世大運。臺北世大運組委會賽後公布,13 天的賽事總共賣出 72 萬張票,售票比例高達 87%,不但超越上屆光州世大運的 52%,更是史上售票率最高的世大運。我國在本屆世大運勇奪 26 金 34 銀 30 銅的史上最佳成績,獲頒發的國光獎金也非常驚人,總計新臺幣 8,970 萬元,也是世大運史上最高。

2017年09月06日大紀元新聞網記者鍾元報導8, 駐德國代表處9月6日 表示,德國聯邦內政部 (Bundesministerium des Innern) 8 月 30 日在官方網站上, 以「德國大學生代表隊參加臺灣夏季世大運奪得多項獎牌並破紀錄」為題發布新 聞。德國聯邦內政部表示,8月19日至30日有126名德國女子及男子運動員到 臺灣參加臺北夏季世大運比賽,共有來自 152 個國家約 1 萬 3,000 名各國代表隊 員爭取獎牌。德國聯邦內政部除支持參與競賽的德國代表隊財務,更以行動支持 代表隊及男女運動員,由內政部政務次長施洛德 (Ole Schroder) 親自前往臺灣 訪問。施洛德表示,雖然頂尖的運動比賽仍是重點,但世大運作為國際活動特別 具有魅力,連結運動賽及文化交流,讓世大運在特別的氛圍下極具吸引力。德國 聯邦內政部表示,臺灣主辦單位提供全新落成的選手村、優秀的運動場地、功能 非常完善的公共設施,以及熱情滿溢的友善待客,成就世大運的最佳條件。德國 官方肯定世大運連結了高水準的運動賽、文化印象與人際交流,成為獨特的活 動,即便已是運動明星也被吸引。籌辦世大運的臺北市政府、研究機構、多位運 動管理、經濟學者在 2017 臺北世大運籌備與賽會舉行期間,為瞭解對主辦地區 整體效益之影響,或作為國際大學運動總會 (FISU) 於夏季世界大學運動會基本 需求中明確列出且須納入總結會議之調查案,對世大運的財務及相關議題、皆提

-

<sup>8</sup> https://zh.wikipedia.org/wiki/2017%E5%B9%B4%E5%A4%8F%E5%AD%A3%E4%B8%96%E7%95%8C%E5%A4%A7%E5%AD%B8%E9%81%8B%E5%8B%95%E6%9C%83

http://www.epochtimes.com/b5/17/9/6/n9603626.htm.

出很多預測、估計及不同的看法,可供臺北市日後籌辦國際大型綜合性賽會之參考。

Crompton (2001) 提出投入產出模式存在「乘數失真」的問題,因為大多數 的舉辦地區或城市並沒有針對賽會量身製作投入產出表,甚至缺乏當地或該城 市的投入產出係數表,因此推估產業關聯效果的乘數多半是「借用」國家的或州 的投入產出乘數,以致評估失真。有研究者以世大運運動員為樣本,針對 400 多 位 2007 泰國曼谷以及 200 多位 2009 年塞爾維亞貝爾格勒世界大學運動會之參 賽學生運動員的消費行為加以研究,男生約占六成,女生則為4成;賽事期間平 均停留天數為 12 晚 (2007年) 以及 13 晚 (2009年); 平均與 2.2 位朋友一起來; 每位運動員平均支出分別為 801 歐元 (2007 年) 以及 815 歐 (2009 年) 於餐飲、 住宿、交通以及其他商品與服務等的消費。該研究者認為,這些運動員因為是學 生的身份,因此推估800歐元是運動員世大運之旅花費的門檻,另外,每晚的額 外花費約於 67 歐元 (2007 年) 以及 63 歐元 (2009 年)(Turco, Papadimitrou, & Berber, 2011)。Tyler (2015) 曾提出,在英格蘭雪菲爾舉辦 1991 年夏季世界大學 生運動會很多年之後,這座城市仍然受到遊客持續造訪而對該城市的經濟產生 影響。同時,地方政府在運動和休閒活動上亦投入了額外的資金增加城市的建 設。資料顯示,超過16,000名運動參與者仍定期使用為比賽而建的設施。

臺北市政府亦於 2013 年及 2014 年分別委託臺灣經濟研究院 (2013),以及 群創知識科技股份有限公司 (2014) 針對 2017 世大運進行相關預測研究。根據 臺經院團隊的推估,2017年世大運主要投入為: 興建經費 192億元, 營業額 (業務經費) 49.45億元;產出方面則分為興建、籌備以及營運等 3 期所創造出直接、間接及其總效果如下表所示:

表 8 臺灣經濟研究院估計 2017 臺北世大運之經濟效益表

時期		興建期			籌備期			營運期			
創造	產業產	附加價	就業機會	產業產	附加價	就業機	產業產	附加價	就業機		
效果	值(億元)	值(億元)	(人次)	值(億元)	值(億元)	會(人次)	值(億元)	值(億元)	會(人次)		
直接效果	140.00	39.60	3,707	52.00	28.69	2,553	49.45	32.45	3,013		
間接效果	160.89	55.21	4,280	31.22	14.03	1,055	24.96	11.75	763		
總效果	300.89	94.81	7,987	83.22	42.72	3,608	74.41	44.60	3,776		

資料來源:財團法人臺灣經濟研究院 (2013)

另外,根據群創 (2014) 的推估,2017年臺北世大運之經濟效益主要為:

- 1.投入方面:政府直接投入之直接經濟效益金額 190.87 億元,直接經濟效益 (衍生項目) 約為 8.87 億元,亦即直接經濟效益加總為 199.74 億元,間接經濟效益則達 3.68 億元。
- 2.產出方面:以此作為投入以產業關聯計算得到之產出效果約為 839.00 億元、 所得效果 511.80 億元,並可創造約 42,118 個就業機會。

以上的效果就成本效益評估 (CBA) 的觀點而言,群創團隊 (2014) 所估算 2017 臺北世大運之產出效果約 839 億元,係政府直接投入金額 191 億元之 4.4 倍左右。

Chen, Ghirmay, Lee, Dongfang,與 Chiu (2018) 認為運動經濟及財務狀況的影

響研究經常被用來展示舉辦大型運動賽事的好處,或證明參加競標或說明的基 礎建設費用支出的合理性。他們透過調查臺灣 (主辦國) 居民的世大運參加比賽 時意願的出席率和估計的個人支出 (消費),進行經濟影響預測。經過 2017 年 2 月至4月的一系列便利抽樣調查,得出1,021受訪者們 (男性53.5%和女性45.3%) 潛在的參加活動的意願以及首選的票價範圍。結果表明 61.5%的受訪者表示願意 購買門票。每個項目的預計成本每個潛在的賽事觀賽者約為 58 美元。理想的一 般活動門票價格應該設置在 13.5 美元。因高雄世界運動會的參觀者總數達到 910,000 人次,假設規模更大的臺北夏季大運會吸引超過一百萬遊客。基於一百 萬參觀者的估計總收入 (包括本地和非本地臺灣居民以及外國訪客),如果每個 人在參加活動期間每天花費約 43 美元,那麼活動總收入 (來自本地訪客) 將達 到 4300 萬美元左右。對於外國遊客,每個人至少要花費 960 美元 (80 美元活動 期間)。外國訪客設置為 30,000,那麼來自該組的事件總收入將是 2880 萬美元。 因此,所有訪客的總收入約為 6700 萬美元,因此產生的經濟影響為 1.541 億美 元。另外,研究亦提及,直接影響的金額大小,約是銷售收入的 2.3 倍 (即生產 乘數約為 2.3),該值略小於 Sun (2011) 的研究中基於旅遊支出預測 2009 年高雄 世界運動會的生產乘數值 (2.7)。乘數 2.3 表示 the capture value 設定為 0.7(或 70%) 附近, 這意味著該事件的每投資一美元, 都會在本地產生 70 美分的回報。

葉公鼎 (2018) 以投入產出模式 (input-output model) 的觀念,並以行政院 主計總處所發布的產業關聯表為運算機制,藉著運用世大運總會所估算出來之 利害關係團體消費之金額,加上 2017 世大運組委會對於本賽會執行經費之決算 數為投入值,據以估算對於世大運舉辦地區整體產業之產出效果、所得效果以及 就業效果等經濟效益。經估算,臺北世大運的總投入值總計為 15,824,100,971 元。 此金額所帶動的經濟效益計有:產出效果:42,578,675,210 元;總所得效果: 9,568,959,411 元;就業效果:62,968 個。

同時,葉公鼎 (2018) 也提及,在非經濟效益方面,臺灣民眾對 2017 臺北世大運的效益持正面評價居多:94%的受訪民眾認為 2017 臺北世大運可增加臺灣在國際媒體能見度,78.8%的受訪者表示同意,臺北世大運興整建的場地設施有助於未來臺灣辦理更多的國際運動賽事。利害關係人受訪者有 91.9%同意 2017世大運是圓滿成功的,有 79.2%的受訪者同意 2017臺北世大運團隊運作有效率。超過 90%的受訪者志工同意認為能完成被交付之任務,並且可以透過參與志工來豐富閱歷或增長才幹,並覺得和志工夥伴相處愉快,而且下次還有志工的機會還是會參加。但調查結果也顯示,未來賽事籌辦過程中,應強化志工管理制度、志工團隊的效率與對志工的教育訓練等課題。約有 7-8 成的組委會員工受訪者都認為在 2017臺北世大運組委會的工作所學,可以強化職場工作技能,有助於未來在工作職場上的發展,以及此工作上所建立的人際關係,有助於我未來在工作職場上的發展,以及此工作上所建立的人際關係,有助於我未來在工作職場上的發展,並且拓展視野。但是對於團隊溝通和效率的同意度皆低於 50%。

再者,陳奕良 (2017) 及 Chen, Lee, Dongfang, Chen,與 Chiu(2019) 亦曾對 我國居民對舉辦 2017 年世界大學生運動會的社會、經濟、娛樂和政治影響的看 法;或訪談包含選手/隊職員、觀眾 FISU 家族成員、COC 與會成員、ITO 及 NTO、 媒體志工與 EC 專職人員對住宿環境 (含選手村)、餐飲規劃交通接駁媒體安排 醫療救護志工及租賃服務等各個服務面向的滿意程度進行調查,以作為日後籌 辦國際大型綜合性賽會之參考。

## (二)賽事後期的經濟影響分析

以奧運會、世大運這樣的大型活動往往會為東道國帶來許多收益。很多研究 透過基礎設施成本,遊客貢獻和廣義的經濟影響 (例如國內生產總值的變化)。 此外,研究者也體認到賽事具有的經濟效應並不能全部從由短期影響中體現出 來,而從長遠來看可能更為明顯。Crompton (1995) 將經濟影響解釋為「是由事 件引起的支出導致的淨經濟變化」。而 Malfas, Theodoraki, and Houlihan (2004) 認 為,該事件的直接收入來自售票,贊助合同或電視轉播權,這些收入往往涵蓋了 準備費用,但沒有擴展到總體經濟發展。儘管在1984年奧運會於洛杉磯舉行之 前,主辦該賽事被認為是一項經濟負擔,但隨著該市的經濟成功,許多人承認參 與這種大型體育賽事的潛力 (Singh & Hu, 2008)。奧運會的積極屬性是創造更大 的競爭以及吸引國際投資到當地和國家。實際上,經濟影響擴展到形成新工作的 程度,即使這些工作通常是短期的且收入較低 (Malfas, Theodoraki, & Houlihan, 2004),以及新運動設施和機場的建設,當地居民和未來遊客的生活條件,例如 公共交通和娛樂發展 (Gratton, Shibli, & Coleman, 2006)。

然而,在事件發生期間及之後,低收入的當地居民可能會因為所有商品變得更加昂貴而遭受很大的損失 (Malfas, Theodoraki, & Houlihan, 2004)。他們也可能無法承受高額的住宿費用,因為當國際企業接管該地區時,價格往往會迅速上漲 (Matheson, 2008)。根據 Matheson (2008) 的研究,交通擁擠或人為破壞沒有直接的經濟影響,但對當地經濟產生了重大影響,但也被認為是影響,但通常不會被發現。估算一屆賽事會對這座城市有多少經濟影響的正確方法是,確定不舉行該賽事,其財務結果的差異是什麼。這往往很難估計,尤其是在前幾年沒有足夠的訊息並且市場沒有遵循靜態模式的情況下 (Lee & Taylor, 2005)。

根據 PWC (2004) 的建議,大型賽事的影響可分為「賽前」、「賽事期間」和「賽後」三個階段。遊客參與所有三個階段的事實非常有趣,特別是當目的地能夠在比賽後將遊客數量維持為比賽時期遊客人數的時候 (PWC, 2004)。 Gratton, Shibli, 與 Coleman (2006) 認為,像奧運會這種是世界範圍的大型活動,觀眾眾多、涉及許多國家,主辦奧運會會給地區帶來變化,或更確切地說,會給持有這些變化的城市帶來新的變化,而針對其適應性而進行的調整所產生的影響將在許多層面上產生長期影響。這些影響可能是經濟的、社會的、環境的、政治的、文化的,而不僅僅是區域性的。O'Brien (2006) 提及,重要的是在看到正在進行的這些改變的同時,政府要負責對新的結構和項目的實施做出認真的決策。

根據 IOC (2013) 的定義, 奧林匹克資產對主辦國具有重要意義, 特別是因為其影響在未來很長一段時間, 特別是經濟層面。更具體地說, 它在籌備期間及

賽事結束以後的城市發展過程中扮演著重要角色,這意味著為賽事設定的目標 反映在籌備的前幾年(奧運設為七年)及賽事結束的後幾年(奧運設為五年),這 是該過程中非常重要的部分。Thais (2014)將雪梨奧運的直接經濟效益依 GDP、 實質家計消費及就業,分奧運前期(7年)、奧運期間、奧運後期(5年),在依照 地域不同(新南威爾斯州及澳洲全國),呈現在下表:

表 9 賽會前、中、後期的經濟影響

		Gross Domestic Product	Real Household Consumption	Employment
		(\$95/96 million)	(\$95/96 million)	('000 annual jobs)
Pre-Games, 94/95-99/00	NSW	546	255	10.1
	Aust	564	200	11.1
Games year,	NSW	1,237	255	24
2000/01	Aust	1,128	382	29.4
Post-Games, 01/02-05/06	NSW	291	273	3
	Aust	309	473	0.4

資料來源: Blake (2005)

臺北市議員梁文傑先生在 2016 年翻譯的「奧運的詛咒:奧運、世足等全球運動賽會如何危害主辦城市的觀光、經濟與長期發展?」一書中提到,辦理奧運其經濟影響的正反面案例都有。洛杉磯和巴塞隆納奧運是正面長期經濟影響的案例,而索契、里約和倫敦均為負面長期經濟影響的案例。首先,1984 年洛奧成功是因為:電視轉播權利金飆漲;洛城規劃出奧運專屬商品的贊助與行銷策略,贏得企業大量贊助;採用大量現有運動與交通設備,節省大量建設經費;由於是民間申請,許多設施遂由民間出資;市政法規被修改,禁止政府以公家預算辦奧運。巴塞隆納奧運則由都市發展計畫與公共利益主導賽事,而不是像許多主

辦的開發中國家一樣,讓賽事主宰一切,並且要估量自身條件(如稀有的土地、是否加劇貧富差距等)與政治結構,考量舉辦大型賽事是否可行,例如:民主政體固然難以凝結共識,共識都是由能獲利的少數寡頭利益團體所捏造的,但威權政體也有決策過程盲目偏差的問題。

綜合以上觀點,可得知旅遊及運動人數的變化、GDP的成長、賽事遺產的 貢獻,應該是後世大運時期該評估的經濟面向影響。

# **多、計畫執行方式**

計畫執行方式說明包括研究架構、編製方法與步驟、研究範圍與對象、研究方法、資料處理與分析,分述如下:

### 一、研究架構

本研究基於滾動修正區域運動產業衛星帳帳表及其推估模式,補充前已建立之運動產業衛星帳資料庫,並進行臺北市運動產業關聯調查與分析,最後再依據所編製的運動產業衛星帳及產業關聯表評估臺北市後世大運之經濟效益研究。完成本研究的滾動修正(民國 103-104 年)及編製(民國 105-108 年)臺北市運動產業衛星帳整體帳表和進行試算及估計後世大運之經濟效益的直接及間接效果之研究目的,本研究為期2年,主要架構如下圖2與圖3所示。

# 二、編製方法與步驟

方法與步驟以需求規範殊為基準,加上計畫執行後之創意回饋分述如下:

# 第一階段:研究規劃與設計

(一)資料蒐集及確認臺北市運動產業衛星帳之架構

整理並分析各國最新運動產業衛星帳編製之方法與文獻資料,瞭解目前編製方法是否適當,並確認本期臺北市運動產業衛星帳之編製計畫。

# (二)確認臺北市運動產業與相關服務產品之範疇及分類

以聯合國之國民所得帳核算系統 (SNA2008) 為基礎,在我國行政院主計總 處國民所得帳架構下進行分類調整。

- 1.針對行政院主計總處頒定行業標準分類歸類手冊 (第 10 次修訂) 進行運動產業及運動商品範圍認定分類修正。
- 2.以教育部體育署最近修正之《運動產業發展條例》的產業類別為基礎,完成臺 北市運動產業及運動商品範圍認定與分類。

#### (三)擬定座談會實施計畫

因應新興運動產業發展及相關運動服務產品現況,確認運動產業之範疇與 分類,並辦理六場產、官、學界座談會,以匯集專業意見。

#### (四)擬定運動產業問卷調查計畫

每年針對運動產業公司辦理兩場問卷調查,先提送問卷設計樣稿、抽樣方式、份數、調查方式等規劃,經臺北市體育局核可後執行,並於結案報告中提出成果分析、檢討與未來建議。最終辦理共四場問卷調查,回收有效樣本數為532份。

#### (五)召開第一次產、官、學界座談會

第一階段工作於第一次產、官、學座談會將各界實務意見納入考量,並調整 修正臺北市運動產業衛星帳架構、臺北市運動產業與相關服務產品之範疇及分 類、座談會實施計畫以及運動產業問卷調查計畫。

# 第二階段:計畫執行與資料蒐集

### (一)檢視相關統計資料

1.臺北市家庭收支訪問調查報告。

- 2.行政院主計總處之臺北市工商及服務業普查。
- 3. 臺北市商業登記及公司登記資料。
- 4. 臺北市政府產業發展局之 107 年統計年報。
- 5.其他相關統計文獻或資料。
- (二)針對現有資料缺漏部分,進行蒐集或設法取得可替代之資料。

## 第三階段:修正103、104年及編製105年臺北市運動產業衛星帳

- (一)依據 103 年及 104 年臺北市運動產業衛星帳編製模式及資料蒐集結果,從主 計處公布 105 年工業及服務業普查資料,依其所界定範圍及指標,進行運動 相關產業調查,蒐集運動產業面資料,瞭解運動產業發展趨勢,以修正 103 年、104 年及編製 105 年臺北市運動產業衛星帳,並推估臺北市 105 年運動 產業總產值。
- (二)規劃視覺化運動產業關聯估算系統。
- (三)執行第一次臺北市運動產業問卷調查工作。

# 第四階段:補充編製 105 年臺北市運動產業衛星帳

(一)檢討試編之 105 年運動產業衛星帳,針對缺漏或需補充之資料進行蒐集或調查。補行編製 105 年臺北市運動產業衛星帳(包括運動供給統計表、運動支出統計表、運動商品之運動比重統計表、運動產業之運動比重統計表、運動之國內生產毛額統計表以及運動就業統計表)。

- (二)針對臺北市前三名的運動產業 GDP、就業人口前三名或重點發展產業進行 趨勢分析,並提出政策方向建議。
- (三)滾動式修正視覺化運動產業關聯估算系統。
- (四)執行第二次臺北市運動產業問卷調查工作。
- (五)召開第二次產、官、學界座談會

第二至四階段工作於第二次產、官、學座談會將各界實務意見納入考量,並 調整修正 105 年運動產業衛星帳表內容以及視覺化運動產業關聯估算系統。

### 第五階段:確認臺北市運動投入產出模型

- (一)依據臺北市各項統計調查資料,確認臺北市運動投入產出模型。
- (二)編製 105 年臺北市運動產業關聯表。
- (三)計算臺北市運動支出之直接與間接效果。
- (四)針對 105 年臺北市運動產業衛星帳編製結果,與歐美先進國家之運動衛星帳 進行比較,分析與評估差異。
- (五)完成視覺化運動產業關聯估算系統。
- (六)召開第三次與第四次產、官、學界座談會

第五階段工作於第三次與第四次產、官、學座談會將各界實務意見納入考量,並調整修正臺北市運動產業運動投入產出模型、產業關聯表以及與他國衛星帳比較分析。

### 第六階段:106年~108年臺北市運動產業衛星帳及世大運中後期經濟效益評估

- (一)編製 106年~108年臺北市運動產業衛星帳,分析比較其與 105年度之差異,並編製 106年運動投入產出表,藉以分析運動支出之直接與間接效果,撰寫分析報告。
- (二)針對 106 年~108 年臺北市運動產業衛星帳編製結果,與歐美先進國家之運動產業衛星帳進行比較,分析與評估差異。
- (三)針對 106、107 年之世大運,運用臺北市各年運動產業衛星帳及運動產業問 卷調查分析結果,從總體面的角度,檢視及推估世大運中後期臺北市的整體 經濟效益。並於機關已核定之產、官、學座談會場次,將各界實務意見納入 考量,並調整修正世大運帶給臺北市的中後期的整體經濟效益、分析現有產 業發展趨勢並推估提出政策建議。
- (四)召開第五次與第六次產、官、學界座談會

第六階段工作於第五次與第六次產、官、學座談會將各界實務意見納入考量,並調整修正 106~108 年運動產業衛星帳表內容、運動產業運動投入產出模型、產業關聯表以及與他國衛星帳比較分析、後世大運經濟效益評估以及新冠肺炎對臺北市運動產業的衝擊評估。

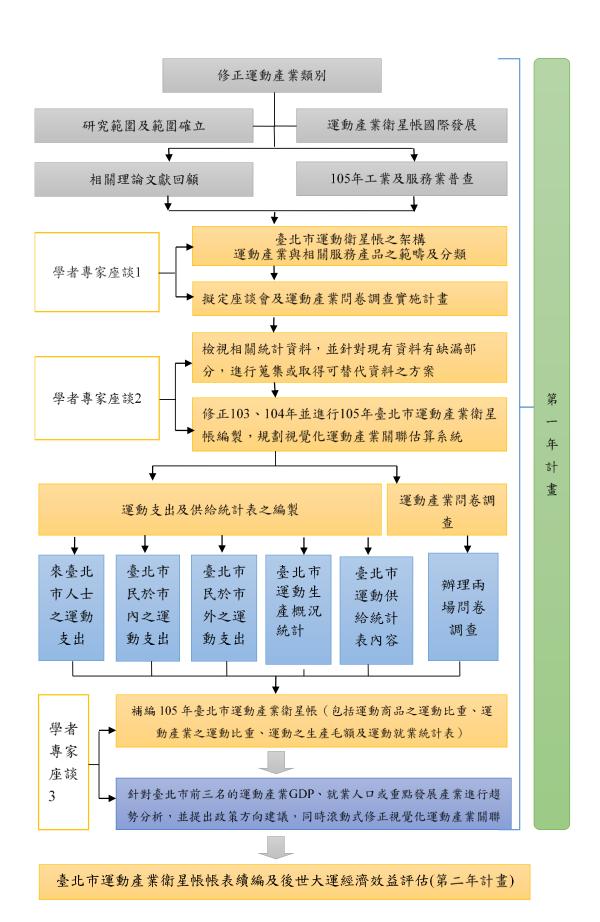


圖 3 第 1 年研究架構圖

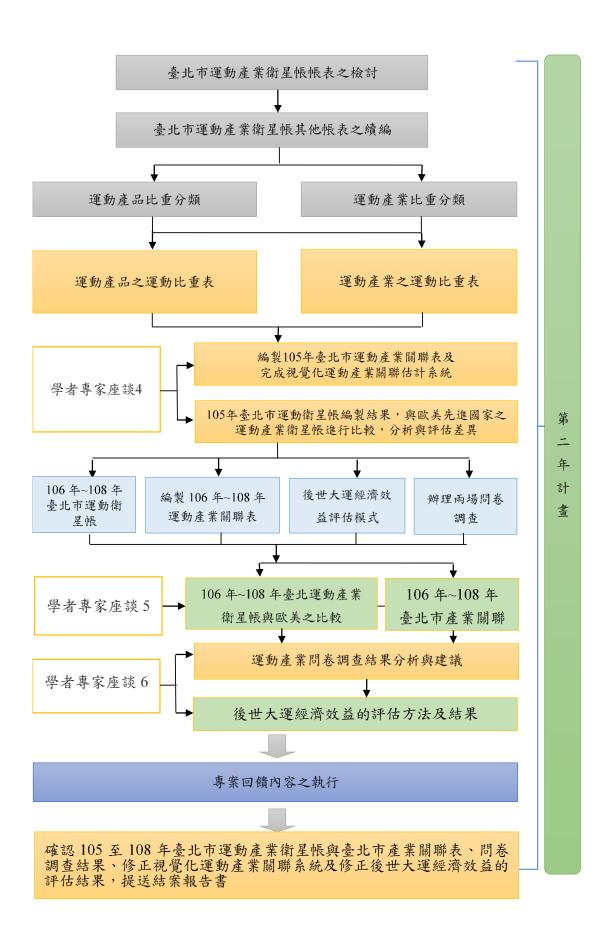


圖 4 第 2 年研究架構圖

# 肆、結論與建議

本計畫整理並分析各國運動產業衛星帳編製方法與文獻資料,以及行政院、教育部體育署、臺北市政府相關之次級資料或文件分析,確認臺北市運動產業衛星帳之編製計畫,並配合體育署修正之運動產業定義與範圍,以及民國 105 年工業及服務業普查資料,規劃辦理臺北市運動產業衛星帳各項資料之蒐集機制,包括完成臺北市運動產業及運動商品範圍認定與分類式,並辦理運動產業衛星帳之年度修正與編製,估算臺北市運動產業關聯之直接與間接效果。

其次,因應新興運動產業發展及相關運動服務產品現況,本計畫確認運動產業之範疇與分類,並辦理產、官、學界座談會,以匯集專業意見。同時,辦理臺北市運動產業公司問卷調查,並於結案報告中提出成果分析、檢討與未來建議。藉由運動產業衛星帳之編製,分析各分項運動產業產值之中期升降趨勢,並提出編製臺北市運動產業衛星帳,包括運動供給統計表、運動支出統計表、運動商品之運動比重統計表、運動產業之運動比重統計表、運動產業之運動比重統計表、運動產業衛星帳及運動投入產出模型,以產業關聯表估計臺北市世大運後期之經濟效益。同時探究因為新冠肺炎疫情,對於臺北市運動產業的經營及運作情形,以及造成的衝擊與影響。

最後,相對於處理書面資訊,人腦較容易處理視覺資訊,透過圖表的方式統 整出複雜的訊息,以確保對關係理解,比文字的報告或是表格更迅速一些,資料 視覺化工具可以提供即時資訊。因此,以視覺方式(例如:圖表、圖形、彩色地圖)呈現資料以及分析複雜的統計數據會比用冗長之文字或口頭報告來的有效。 資料收集、清理、儲存、分析與視覺化呈現是目前資料庫分析結果呈現的趨勢。 本計畫除了提出臺北市運動產業衛星帳及投入產出模型操作手冊外,另外規劃 一個臺北市運動衛星帳視覺化平台,以方便相關人員的查詢與估算,本計畫重要 結論彙整如下。

#### 一、結論

## (一)2017-2019 年臺北市運動產業整體的生產、消費與就業情形

表 10 2017-2019 年臺北市運動產業整體的生產、消費與就業情形

年度	生產總額	消費支出	就業人數
2017 年	627.6 億元	622.0 億元	29,090 人
2018 年	637.3 億元	630.0 億元	28,650 人
2019 年	708.2 億元	694.8 億元	30,746 人

資料來源:本研究整理

近年臺北市運動產業或商品的供給與支出都是逐年上升的趨勢, 唯運動產業就業人數在 2018 年稍有下降, 2019 年則正常回升。

# (二)臺北市與上海市運動產業的比較分析

在報告書 291 頁中「臺北市與上海市的 2017~2019 年運動產業產值之比較」 提及,臺北市及上海市的體育用品及相關產品銷售、出租與貿易代理業產值皆占 運動產業產值的最高比例,表示兩大城市皆以運動服務產業作為運動先進城市 的發展主軸。這點可從上海市原本的第二高比例產業的體育用品與相關產品製造業獲得印證,上海市的體育用品與相關產品製造業的占比在短短三年之間從32.6%下降到18.9%,而在2019年上海市的運動服務產業占運動生產總額的79.4%,接近八成,這點與臺北市的長年維持在85%,越來越接近。

再則,在2019年臺北市及上海市的運動經紀與代理、廣告與會展、表演與設計服務、其他體育服務業產業占運動生產總額的比例皆為第二高,顯示兩大城市亦注重管理顧問及運動經紀、醫療保健及博弈業在運動產業的重要性。和臺北市一樣,上述的發展已讓上海市慢慢的進入先進城市的運動產業發展軌跡。

本研究從臺北市的運動產業精選三個核心運動產業(「運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)」、「運動成衣零售業」、「運動用品及器材批發業」),兩個潛力運動產業(「電視節目編排及傳播業(運動傳播業)」及「運動場館業」),一個中堅運動產業(「運動成衣批發業」),當作臺北市的特色運動產業,經由上述詳盡說明原因、相關數據、政策建議,希望可作為提升臺北市運動產業發展的參考。

# (三)臺北市較具特色的運動產業

臺北市較具特色的運動產業以「運動服務產業」為主,約占運動生產總額 85%,主要特色產業如表 81 所示。其中從臺北市的「運動服務產業」挑出三個 核心運動產業 (「運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)」、「運動成衣 零售業」、「運動用品及器材批發業」),兩個潛力運動產業 (「電視節目編排及傳 播業 (運動傳播業)」及「運動場館業」),一個中堅運動產業 (「運動成衣批發業」),將此六個運動服務產業當作臺北市特色運動產業,作為政策面的論述主題,以下加以敘述。

表 11 臺北市較具特色運動產業一覽表

特色產業	運動産業	特色原因		
	運動經紀業			
拉小文坐	(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)	<b>仙甘:寓私玄坐玄估</b>		
核心產業	#持運動產業產值前三名 運動成衣零售業			
	運動用品及器材批發業			
斑山文米	電視節目編排及傳播業 (運動傳播業)	產值年年逐漸遞升,且位居運動產		
潛力產業	運動場館業	業產值第 5~6 名		
<b>山田文米</b>	海毛下午扩攻赤	始終維持運動產業產值第6~7名,		
中堅產業	運動成衣批發業	且維持 10%以上的就業人數占比		

資料來源:本研究整理

### 1.核心運動產業

「運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)」,無論從生產或消費趨勢來看,此產業從前段班,持續增加產值,最後到達108年臺北市運動產業產值及消費支出額第1名,且提供的運動產業就業人數占比亦穩居前5名(見表82),臺北市運動服務產業專業化及多元文化程度,形成了「運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)」的利基市場,也成為臺北市重要的運動產業。

表 12 運動經紀業 (管理顧問及藝人等經紀業) 之生產、消費、就業趨勢分析

	ملم و	年度	103 年	104 年	105 年	106年	107 年	108 年
	生產 總額	占比	10.98%	10.96%	17.53%	14.36%	14.81%	18.49%
<b>運動經</b> 紀 (管	W TO TO	排名	4	4	1	2	2	1
理顧問		年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
業及藝	消費 支出	占比	11.92%	12.10	21.51%	14.49%	14.98%	18.84%
人及模	ХЩ	排名	3	3	1	2	2	1
特兒等 經紀業)		年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
	員工 人數	占比	12.07%	12.23%	16.41%	10.80%	11.01%	13.72%
	八致	排名	3	3	2	5	5	4

資料來源:本研究整理

其次,「運動成衣零售業」,從過去的生產或消費趨勢來看,此產業在生產部份一直保持前3名,而消費支出則保持前2名。尤其在就業員工人數的占比排名在6個年度皆是第1名(見表83),顯示在核心運動產業群中,「運動成衣零售業」在臺北市運動產業中有著重要的地位。對於先進城市的運動推廣,運動服飾是最重要的必需品,臺北市屬都會區,專業運動用品(尤其是運動成衣)的零售專賣店在各百貨公司、賣場、零售店均有設櫃,「運動成衣零售業」對於臺北市的運動產業的生產、就業,運動商品的消費,有著非常大的影響。

表 13 運動成衣零售業之生產、消費、就業趨勢分析

		年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
	生產 總額	占比	12.64%	12.15%	12.54%	18.34%	16.41%	16.00%
		排名	2	3	3	1	1	2
運動成	消費支出	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
衣零售		占比	13.73%	13.42%	15.39%	18.34%	16.60%	16.31%
業		排名	1	1	2	1	1	2
		年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
	員工人數	占比	19.26%	18.49%	17.00%	20.21%	18.98%	18.84%
		排名	1	1	1	1	1	1

資料來源:本研究整理

再者,「運動用品及器材批發業」從生產及就業趨勢來看,此產業持續增加產值,到達民國 106-108 年間,保持臺北市運動產業產值第 3 名的型態,而就業則以穩定成長趨勢,到達民國 106-108 年間,持續保持臺北市運動產業就業占比第 2 名的型態。至於消費部分,此產業則持續維持在 2~3 名狀態 (見表 84)。顯示在核心運動產業群中,「運動用品及器材批發業」有著重要的地位。有別於多樣性的運動成衣,專業性運動用品及器材被專業機構(如運動中心、運動場館)、運動族群所大量需求,尤其對於運動用品及器材的設計、裝設、維修、更換等,更有其必要性。也因此「運動用品及器材批發業」在臺北市才能創造如此高的生產及消費能量,同時也能貢獻出符合其產值的就業人數。

表 14 運動用品及器材批發業之生產、消費、就業趨勢分析

		年度	103 年	104 年	105 年	106年	107年	108 年
	生産 總額	占比	10.65%	10.77%	10.11%	13.08%	13.58%	12.55%
		排名	5	5	4	3	3	3
運動用	消費支出	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107年	108年
品及器 材批發		占比	12.14%	12.14%	12.65%	13.19%	13.73%	12.79%
業		排名	2	2	3	3	3	3
	員工人數	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
		占比	11.06%	11.40%	12.59%	14.72%	15.10%	14.21%
		排名	4	4	3	2	2	2

資料來源:本研究整理

綜上,「運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)」、「運動成衣零售業」、「運動用品及器材批發業」為臺北市運動產業的三個核心運動產業,有其合理性,也可是臺北市未來運動產業的發展主軸。

因此,對於創造總和生產、消費及就業比例,接近臺北市全部運動產業五成的三個核心運動產業,政府不但要給予適度的法規及制度協助,亦可適度予以獎勵措施及減稅輔助。值此新冠肺炎疫情時期,在平時產值高,疫情損失也大的情況之下,根據本研究的問卷調查結果,「運動經紀(管理顧問業及藝人及模特兒等經紀業)」、「運動成衣零售業」、「運動用品及器材批發業」在2020年預估都將減少近兩成的年營業額,屬於中高衰退產業,影響頗大。產業在非常時期,必須透過政府的協助,留下根基,在疫情過後才有能力再創運動產業的生產、消費、就業高峰。

### 2.潛力運動產業

在運動產業中,扣除掉「運動場館設施(建築工程業)」、「主要運動用品及配備(體育用品製造業)」(扣除的原因是因為兩個產業其生產總值與生產毛額差異頗大,代表其中間投入皆非臺北市所貢獻,且兩產業生產佔比亦年年減小),首先,「電視節目編排及傳播業(運動傳播業)」在民國 106~108 年之間生產及消費的表現令人激賞。此產業從運動產業中後段班,在民國 105 年起急起直追,最後生產來到了全運動產業的第五名,而消費更到了第四名。雖然就業亦成長 3~4倍,但產業屬性並不需要大量員工,致員工占比約 4%(見表 85)。

因為網路及各種直播平台的盛行,「運動傳播業」更成為運動熱門產業,而 隨著科技及網路得更加發達,及創新的傳播模式興起,讓「電視節目編排及傳播 業(運動傳播業)」成為臺北市運動產業的潛力產業。

表 15 電視節目編排及傳播業 (運動傳播業) 之生產、消費、就業趨勢分析

	.1 -4-	年度	103 年	104 年	105 年	106年	107 年	108 年
	生産 總額	占比	1.95%	1.95%	5.78%	8.19%	8.96%	7.77%
	NO TH	排名	-	-	-	5	5	5
電視節目	. 1 14.	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
編排及傳播業 (運	消費 支出	占比	2.11%	2.16%	7.09%	8.27%	9.07%	7.92%
動傳播業)	又山	排名	-	-	6	4	4	4
	員工人數	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
		占比	1.09%	1.14%	3.25%	3.97%	4.43%	3.88%
	八致	排名	-	-	-	-	-	-

資料來源:本研究整理

再則,「運動場館業」,該產業有著極佳的生產、消費、就業的一致性及穩定性。在民國 103~108 年之間,生產及消費常年維持著 5~7 及 4~6 的順位,就業亦是穩定的從第 5 名成長到第 3 名 (見表 86)。從經濟數據判斷,「運動場館業」成為臺北市下一世代的核心運動產業的候選產業。再從,產業屬性來看「運動場館業」,除了場館、器材提供的硬體屬性,「運動場館業」更具備了提供專業運動指導的軟體屬性,此種軟體屬性將可成為「運動場館業」的一大特色,甚至可成為「運動場館業」的利基商品 (因為「運動及休閒教育服務業」亦可提供專業運動指導的服務)。有了上述的經濟數據,再加上具備的硬體及軟體屬性,「運動場館業」成為臺北市下一世代的核心運動產業。

表 16 運動場館業之生產、消費、就業趨勢分析

	1\$*	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
	生産 總額	占比	7.55%	5.91%	6.15%	7.37%	7.58%	7.01%
	<b>市公</b> 石具	排名	7	7	5	7	6	6
18 41 18 Ab	消費支出	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
運動場館業		占比	6.38%	6.53%	7.78%	7.43%	7.66%	7.14%
<b>水</b>		排名	5	5	4	6	5	5
	員工人數	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
		占比	8.99%	8.74%	8.87%	14.22%	14.83%	14.06%
	八致	排名	5	5	5	3	3	3

資料來源:本研究整理

### 3.中堅產業

最後,可將「運動成衣批發業」視為臺北市未來運動產業的中堅運動產業, 對於臺北市這個首善都會區,到處充滿著專業運動成衣的零售專賣店,「運動成 衣零售業」就像一群衝鋒的士兵,散布在臺北市各個區域,而「運動成衣批發業」就像大後方的補給站,重要的不可或缺。源源不絕的供給,才能造就「運動成衣零售業」的開枝散葉。因此,「運動成衣零售業」和「運動成衣批發業」可以是唇齒相依的互補產業。從表87得知,「運動成衣批發業」的生產始終維持在臺北市運動產業的6~7名,而消費亦維持在4~6名,更重要的是「運動成衣零售業」的就業占比超過10%,維持在2~5名。以「運動成衣批發業」和「運動成衣零售業」互補性,及上述所呈現出來的生產、消費、就業數字,「運動成衣批發業」就是臺北市運動產業中的中堅運動產業,缺了此產業,臺北市運動產業必將傾斜。

表 17 運動成衣批發業之生產、消費、就業趨勢分析

	.1 -3-	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
	生產 總額	占比	8.67%	8.13%	6.10%	7.71%	7.26%	7.00%
	WO DA	排名	6	6	7	6	7	7
運動成	消費支出	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108年
衣批發		占比	9.42%	8.98%	7.48%	7.78%	7.34%	7.14%
業		排名	4	4	5	5	6	6
	員工人數	年度	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年
		占比	13.27%	13.03%	10.74%	12.54%	11.66%	11.47%
	/\ <del>\</del>	排名	2	2	4	4	4	5

資料來源:本研究整理

運動產業除了對外的業務模式要改變外,對內員工的辦公模式也要打破以往的認知,這些改變迫使企業必須加速投資才能在這次疫情中求生存。為預防疫情蔓延保持社交距離是全人類的共識,時代已經在改變了,全球「零接觸產業」

將支持著大量的遠端工作者,「零接觸」商機之需求開始逐漸升高。另外,政府 雖然會透過一些振興或紓困方案,協助企業度過難關,但企業本身還是需要思考 這段時間可以做些什麼事情,在疫情緩和或結束前做好準備,重新調整計畫,才 能抓緊危機化為轉機的那瞬間,帶領企業進行蛻變,開創市場新局面。

再則,關於後疫時代的數位策略,以市場面而言,運動服務產業可以透過數據瞭解市場需求面並進行消費者行為分析,同時投入 O2O(online to offline) 全通路策略以因應快速變動的市場。在未來的運動消費產業競爭中,強化洞察與增加通路都有賴於數位化及數位轉型的投資。運動商品消費者要求更多的體驗、更便利的服務以及更多元的購買管道,顧客忠誠度以及顧客終生價值將會較過去更難取得。因此,如何藉數位力洞燭先機並快速佈局,將會是疫後時代的企業需要重視的課題;而是否有前瞻且完整的數位轉型策略規劃及藍圖計畫,則是在競爭態勢中勝出的關鍵因素。

# 4.對於運動服務產業的建議

# (1)運動經紀業及運動場館業

勤業眾信長期倡導「提升人性體驗 (Elevate the Human Experience, EHXTM)」的主張,並提出價值羅盤 (Values Compass) 的工具,以協助業者建立自己的品牌價值,並與顧客在人性體驗上建立深度連結<sup>9</sup>。以運動服務產業而言,經常運動,且對於特定運動項目或相關企業有高度忠誠的顧客,顯然會是運動服務市場

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> https://www2.deloitte.com/tw/tc/pages/consumer-business/articles/tourism-and-travel.html

中最快復甦的一塊。因此,以類似勤業眾信以價值羅盤為出發點,分析相關業者「忠誠計畫 (Loyalty Plan)」會員的方式用來分析本研究的運動服務產業,對於最常運動、最有忠誠度的顧客,其所關注的價值應該也是「分享」與「嘗試」。分享,讓忠誠顧客能夠將他們於運動中所感受到的體驗,移轉給其他有重要意義的他人,並創造人與人之間的連結。而嘗試,則是所有運動之中,不可或缺的獨特體驗。

想要滿足顧客「分享」與「嘗試」的需求,並在疫情後快速復甦,運動經紀業者必須重新調整其對待忠誠客戶的行銷內涵,以更創新的方式提供消費者動機重回運動產業。業者可以導入更加數位化、社群導向的回饋計畫,在新的回饋計畫中,不僅僅是關注於該消費者(或會員個人),而是關注如何替「團體」或「家庭」創造效益與美好的運動體驗;另一方面,運動場館業者亦可以嘗試將其所在地的地區特色,與其忠誠客戶緊密連結。如果這個目標能夠成功達成,不只能夠帶動當地經濟與地方運動產業的發展,更重要的是,也能讓其消費者(或會員)享受到只有當地獨有的,完全獨特的體驗。

對於運動經紀業及運動場館業而言,人流即是金流。新冠疫情爆發促使運動商品的消費者大幅減少,也為臺灣的運動服務產業帶來一波寒冬,不少運動經紀與運動場館業者,甚至被迫裁員。在「後疫情」時代,運動經紀產業及運動場館業是否能快速復甦,將與它們能否正確傳達「人性體驗」予其客戶有高度的相關。透過類似價值羅盤工具,運動經紀業及運動場館業者可聚焦人性體驗的兩大關

鍵,將其行銷計畫與顧客所關注的核心價值緊密連結,在「後疫情」時代才有重新站起來,再創新局面的機會。

## (2)運動商品零售業

2022 年,供應鏈的重整不光是所有零售業者,更是運動商品零售業者的一 大課題。運動商品業者應盡可能加強在供應鏈上的投資,打造彈性且透明化的供 應鏈系統以防範疫情的再次升溫。在電商市場的崛起下,運動商品零售業者可以 重新思索如何整併所擁有的通路並打造出自己的生態圈。如何串聯不同的通路, 並透過會員機制及點數經濟來創造出循環經濟,將點數的價值最大化是將來運 動商品零售業發展的重要課題。透過整合會員的消費軌跡來推敲運動商品消費 者需求不僅能夠控制供應鏈成本,更能做到精準推波來減少行銷資源的浪費10。 在愈加競爭的運動商品零售市場當中,業者也可透過商業結盟來激盪出新的獲 利模式,在形成數位差異化的同時更能進一步解決毛利降低的問題。如同勤業眾 信聯合會計師事務所消費產業負責人謝明忠對於臺灣零售業者的建議11,本研究 認為臺北市運動商品零售業應將在疫情當中積極發展數位轉型,全通路、無接觸 經濟和幕後店等多元化形式,當成運動商品零售業者提升競爭力的必備項目。同 時,運動商品零售業者在接下來的商業布局中也應將「永續零售」納入規畫,以 「獲利、顧客、土地」三大面向為主軸布局永續投資,運動商品零售業者應將永 續認證做為產品及品牌核心策略,重新建立與消費者之間的連結,並鞏固消費者

<sup>10</sup> https://www2.deloitte.com/tw/tc/pages/about-deloitte/articles/2022-industry-outlook.html

<sup>11</sup> https://www2.deloitte.com/tw/tc/pages/about-deloitte/articles/pr20220308-cnsr.html

對於品牌的黏著度。2022 年臺北市運動商品零售業應朝向永續及企業社會責任發展,期許零售業者在維持消費者信任及企業形象上提前做好布局,了解永續責任對於企業的重要性並找到合適的首要永續行動,在擬定策略規畫之時也將員工權益納入考量,留住關鍵的人才,以強化運動服務產業本身的競爭力。

此外,臺北市政府短期可以整合各處室,透過成立「智慧運動辦公室」,啟動「運動大數據永續平台」,將 2017 年的體育署新版「運動產業發展條例」做為適用範圍,大力扶植運動產業數位化和智慧場館的發展,加速臺北市運動服務產業和異業同盟,發展臺北市運動產業重點領域,掌握運動產業鏈的重塑契機。

### (四)臺北市運動產業關聯效果

2017~2019 三年間運動產值呈現上揚趨勢,所以各個運動產業的向前關聯效果、向後關聯效果及間接效果亦呈微幅上升趨勢。又以 2018 年呈現較大幅度成長,向前及向後關聯效果亦呈稍微正向震動,唯產業排序並未變動。

向前關聯效果以體育用品製造業、管理顧問業、自行車及其零件製造業、運動場館業、服裝及其配件零售業有著較高的表現。向後關聯效果與間接效果皆則為自行車及其零件製造業、體育用品製造業、職業運動業、電視傳播及付費節目播送業、非酒精飲料製造業、建築工程業、服飾用品製造業、藝人及模特兒等經紀業、博弈業、成衣製造業有較高的表現。而 2017~2019 年臺北市運動產業平均向後關聯效果(生產乘數)分別為1.6591、1.6645及1.6682,即表示臺北市運動產業每增1元的生產投入,平均可創造1.6591、1.6645及1.6682元的GDP。

### (五)2017世大運經濟效益評估

2017 年臺北世大運的成功,帶動臺北市運動產業的發展。根據問卷調查與官方統計數據等資料分析,本研究估計 2017-2018 年間後世大運經濟效益為臺北市帶來共 1.17%GDP 年成長率;年就業率分別為 0.09%、0.05%。2016~2018 年世大運提升的臺北市 GDP 年成長值分別為 114 億元、412 億元及 50 億元,共 576 億元。

雖說政府共投入 158 億元在世大運上,但不能說明政府每投入 1 元的世大運的經營,就會產生 3.6455 (576/158) 元的經濟效益,因為世大運的產值不光是政府的 158 億元的投入,還有無法估計的民間業者、公務人員、義工及相關人員的投入,這些投入及政府支出,才能創造世大運在 2016~2018 年的 576 億元 GDP。

### 二、建議

### (一)聚焦服務產業,提升產業效能

依照前述章節結果可知,民國 103 至 108 年臺北市的整體產業生產毛額 (GDP) 皆伴隨著全國整體產業發展情勢逐年有所提升,另根據所推估試算「臺北市生產毛額佔全國生產毛額」之比重,顯示臺北市此三年間的整體產業生產毛額 (GDP) 皆穩定地佔據全國約 23%左右,但其中由於民國 105 年臺北市境內的「體育用品製造業」生產毛額相較於前年下降 3.15% (7.38%→4.23%),並對照《工業及服務業普查》基準年的產業數據,證實臺北市境內的「體育用品製造業」出現顯著外移現象,故間接影響了運動產業的整體表現。

2019 年臺北市運動場館業的生產總額占臺北市運動生產總額的 7.01%,排 名運動產業的第6名,而就業人數則占運動產業就業人數的 14.06%,排名居運 動產業的中的第3名,有其重要地位。運動休閒教育服務業的產值雖只佔臺北 市運動生產總額的 1.36%,但和運動場館業一樣,其所提供的運動專業指導,對 於運動產業的生產及運動商品的消費有著重要的影響。主管機關可針對供給運 動專業指導的企業,提供獎勵、減稅及補助的措施(財源可能從運動彩券挹注), 讓運動休閒教育服務業、運動場館業的業者能提供(或聘請)更加優秀的運動專 業師資,以提供消費者更好的運動專業指導,亦可用獎勵措施,鼓勵科技公司運 動運用大數據的概念,製造專業的運動用品(諸如羽球、桌球的科技訓練球拍), 結合國內外優秀運動人才,提供更有效率、品質的運動專業或運動休閒服務,相 信國內的運動風氣會加盛行,亦有助於運動產業的發展。

然而,若將「體育用品製造業」產值排除計算,則發現該三年間的整體運動產業生產毛額 (GDSP)逐年提高,且反觀產業變化情形亦可發現諸如:管理顧問業、運動場館、電視節目編排及傳播業、藝人及模特兒等經紀業及運動保健業等以運動服務為導向的產業類別相較明顯增長,代表臺北市運動產業發展已逐漸聚焦於「服務業」為首要核心,故未來相關部門在政策研擬與策略施行規劃上,可多加挹注於與運動服務較密切相近的關聯產業,對於提升整體運動產業發展才能達到事半功倍成效,同時亦可透過獎勵補助,甚或商討研訂賦稅優惠的可行性方案,鼓勵民間相關業者增加投入資源,以激升產業效能、擴大產業效益。

### (二)應用科技創新,接軌新興潮流

居家運動健身器材一直都有穩定的市場規模,從數百元的啞鈴、彈力帶至上萬元跑步機、健身設備,隨著網路與科技進步,將教學影片、遠距課程直播結合運動器材的概念逐漸形成,並於 2020 年新冠肺炎疫情爆發時受到各界重視。根據前述所推估試算結果顯示,民國 103 年至 108 年臺北市境內的運動產業企業單位家數逐年增加,且民國 105 年相較於民國 104 年大幅增加 683 家 (4,204 家 → 4,887 家),而在從業員工人數方面則於三年間逐年略為減少,顯示產業規模有所擴張但其產業模式已脫離勞力密集的營運型態,近年來新興產業在 AI 人工智慧、穿戴裝置、物聯網串連等嶄新科技的挹注搭配與普及應用,對於實務人力運用需求,其依賴性相較於過往傳統產業大幅下降。

因為新冠肺炎疫情,許多健身房、瑜珈教室、運動中心停業,促使原本有運動習慣的一些人轉為在家運動、找尋零接觸的運動替代方案,或是開始嘗試不同的運動項目。許多運動場館為了留住既有顧客,開始將原本實體課程轉往線上發展,以維持和會員間的聯繫;現階段運動科技、虛擬課程雖無法取代真實體驗,在場館裡與教練、其他學員的實際互動,或多元的科技器材設備,皆為虛擬健身無法取代的,這些原因將成為催生運動場館步入智慧轉型的關鍵。從各國運動科技應用案例分析,智慧運動場館將是公共體育產業發展的新方向,不僅滿足運動場域及使用者需求,也代表著業界最先進的數位技術與運動產業結合的實際應

用,對於未來,智慧運動場館可引進許多創新技術來增強原本的服務體驗,並有 效蒐集運動數據進而推出個人化服務。

因此,在以人為本的運動服務產業,特別強調精準服務、智慧服務與客製服務三個目標,影像偵測、網路通訊、虛擬實境、人工智慧、感測器、機械動力、無人櫃臺、自動化、穿戴式科技、物聯網和大數據分析等智慧科技被廣泛地應用在體育運動中。透過運動科技來驅使更多坐式生活的人參與運動,面對這種潮流趨勢,業務推動單位應全面鼓勵各類別產業進行改革創新,建立民眾的運動履歷與回饋機制,帶動全民運動生態系的發展。

### (三)串接產業關聯,創造藍海多贏

透過本計畫連續 4 年 (民國 105 至 108 年)臺北市運動產業衛星帳的編製,除了可藉由所建置的整體產業架構與分類,進而推估試算出整體運動產業各項重要數值之年度表現及歷年增長情形 (如生產總額、生產毛額等),以清晰觀察並直覺檢視臺北市境內運動產業的分布情形與發展現況,除此之外,進一步透過帳表當中所呈現的整體運動產業供給與需求的流向情形,將可針對各個產業的生產與投入狀況進行解析,另外再配合使用運動產業衛星帳以及運動部門產業關聯表,據以建立臺北市運動產業投入產出模型,即可用以評估各個年度運動產業所帶動臺北市境內的經濟效益水準,亦可針對境內由官方或民間等相關單位團體所辦理各種運動項目,以及區分不同類型 (單一性或綜合性)、規模 (小眾參與或大眾喜愛) 及區域 (國內性或國際性) 的賽會活動,透過主辦單位、贊助廠

商或參與人員 (例如:參賽選手、陪同眷屬、觀賞民眾等) 的相關投入與支出數據資料的彙整收集與分析處理,進而衡量推算該項賽會活動所創造的關聯效益,由此藉以凸顯該類項活動對於臺北市境內整體經濟發展的影響效果,以及其連帶創造的附加價值,進而作為府內局處部門規劃及安排相關年度行事,或審視評估各項經費補助,以及衡量檢討辦理綜效的實質具體參照依據。

### (四)疫後運動產業發展,推動防疫新生活

有鑑於運動科技的發展及全球化的趨勢,且隨著後疫情時代的到來,民眾的運動習慣逐漸改變,對於運動項目的偏好也有所差異,逐漸接受如視覺感測回饋等新型態運動。教育部體育署資料顯示,室內運動人口比例從2014年的7.3%,大幅提升至2020年的12.7%,增加將近1倍,從民眾十大運動項目比例來看,選擇室內運動人口比例在2010年時皆低於2.4%以下,至2020年有5.3%民眾選擇運動中心或民間健身房作為主要運動項目與場域,同時有6.7%民眾選擇在家健身訓練,利用室內運動場域或線上課程居家運動的臺北市民的比例也較其他縣市高。

因應新冠肺炎疫情,行政院於 2020 年發行三倍券,希望帶動了內需型產業成長,特別是餐飲業、服務業、零售業;復又於 2021 年推出紙本券和數位券兼具的振興五倍券,綁定信用卡、電子支付、悠遊卡或一卡通等電子票券。教育部體育署亦規劃「動滋券 2.0」適用於做運動、看比賽之運動核心產業,截至 2022年 4 月底領券數累計 152 萬 9,315 份 (領券率 76.46%)、使用數 68 萬 8,616 份

(使用率 45.02%)。同時,臺北市也推出三波振興熊好券,總預算高達 5 億 9,700 萬元,使用率約 92.63%,其中也包括適用於臺北市公有委外運動場館、民營運動場館,且屬該場館業者經營之銷售商品或服務的熊愛動 (運動券)。

首先,從整體消費面來看,整體使用率達 92.63%。其中,熊好住總發行金額為 5,700 萬元,總使用金額約 3,320 萬元,使用率 58.24%;熊好買總發行金額為 4億 5,000 萬元,總使用金額約 4億 4,230 萬元,使用率 98.29%;熊愛動總發行金額為 2,000 萬元,總使用金額 1,077 萬元,使用率 53.84%;熊好呷總發行金額為 5,000 萬元,總使用金額 4,791 萬元,使用率 95.83%;熊好看總發行金額為 2,000 萬元,總使用金額 1,882 萬元,使用率 94.09%。使用率排名依序為熊好買、熊好呷、熊好看、熊好住、熊愛動。從熊好券官方網站中的適用店家數以及表 88,可以看到適用店家數相對多的券種,其使用率相對也較高。

表 18 熊好券整體消費情形

券種	$(\mathbf{A})^{^{\sharp\sharp}}$	<b>(B)</b>	(C)	<b>(D)</b>	<b>(E)</b>	
分性	總發行金額	總使用金額	使用率	使用率排名	適用店家數	
熊好住	57,000,000	33,198,000	58.24%	4	302	
(住宿券)	37,000,000	33,176,000	38.2470	7	302	
熊好買	450,000,000	442,298,700	98.29%	1	11,661	
(饗購券)	430,000,000	442,298,700	98.29%	1	11,001	
熊愛動	20,000,000	10,767,800	53.84%	5	313	
(運動券)	20,000,000	10,707,800	33.6470	3	313	
熊好呷	50,000,000	47,913,300	95.83%	2	492	
(市集券)	30,000,000	47,913,300	93.83%	2	492	
熊好看	20,000,000	19 917 400	94.09%	3	791	
(藝文券)	20,000,000	18,817,400	94.09%	3	/91	
整體	597,000,000	552,995,200	92.63%	-	-	

註:資料來源

(A)、(B)、(C)、(D) 本研究整理

(E) 熊好券官方網站

再者,從熊愛動三波消費情形與各行政區消費狀態來分析。透過表 89 可以看到三波熊愛動的消費情形,使用率逐漸上升,從第一波的 28.21%上升至第三波的 67.94%。透過表 90 則可以看到臺北市 12 個行政區的熊愛動消費總使用金額、占比以及排名,其中,內湖區、松山區、中山區以及大安區依序列居熊愛動使用占比的前四名,分別為 13.29%、11.82%、10.15%、9.32%,總計共 44.58%,符合臺北市運動場館的分佈。

表 19 三波熊愛動消費情形

消費時間	總發行金額	總使用金額	使用率	使用率排名
第一波	20,000,000	5,641,300	28.21%	3
第二波	14,358,700	4,451,200	31.00%	2
第三波	994,000	675,300	67.94%	1

資料來源:本研究整理

表 20 臺北市各行政區熊愛動消費情形

消費行政區	熊愛動總使用金額	占比	占比排名
萬華區	899,500	8.35%	6
南港區	559,700	5.20%	12
信義區	799,200	7.42%	8
松山區	1,272,900	11.82%	2
北投區	784,500	7.29%	9
文山區	563,500	5.23%	10
內湖區	1,430,900	13.29%	1
中正區	815,600	7.57%	7
中山區	1,093,300	10.15%	3
大安區	1,003,300	9.32%	4
大同區	985,500	9.15%	5
士林區	559,900	5.20%	11
總計	10,767,800	100%	-

資料來源:本研究整理

此外,本計畫依據臺北市運動產業關聯表,符合臺北市熊好運動券店家資格之「運動訓練業」對應到「運動及休閒教育服務業」;「運動場館業」對應到「運

動場館業」。若以臺北市運動產業關聯表為基礎依據,並以與國發會、科技部針對三倍券相同推估方式,分析之臺北市熊好運動券經濟效益評估結果如下表 91。

表 21 熊好券經濟效益評估 (預估)

							整體經濟效益: 產值增加(萬元)	整體經濟乘數 (I-A)-1
功能	券別	對應產業	面額 (元)	張數/份	發行份數	消費金額(萬元): ΔF	$(I-A)^{-1}\Delta F$	產值增加(萬元) 消費金額(萬元)
								表示:券1元帶動整體 經濟效益(產值)的倍數
熊好呷	市集券	餐飲業	100	5	100,000	5,000	11,619.940	2.32
熊好住	住宿券	住宿業	1,000	1	55,000	5,500	11,780.654	2.14
熊好買	饗購券	零售業	100	5	900,000	45,000	69,027.030	1.53
熊好看	藝文券	藝術娛樂及休閒服務業	100	5	40,000	2,000	3,538.880	1.77
熊愛動	運動券	藝術娛樂及休閒服務業	100	5	40,000	2,000	3,538.880	1.77
熊好券 (加總)					1,135,000	59,500	99,505.384	1.67

附註:1.目前主計總處將創作及藝術表演服務業、創作及藝術表演輔助服務業、創作及藝術表演展示服務業、博弈業、運動服務業、特殊娛樂等業加總為「藝術娛樂及休閒服務業」,因此藝文券和運動券在進行產值評估所對應的產業均為「藝術娛樂及休閒服務業」。 2.假設使用率100%,且商家無對應的優惠措施。

綜合前述分析結果來看, 熊愛動使用率有逐漸上升的趨勢,從 28.21%上升至 67.94%,整體使用率為 53.84%。消費使用區域也符合臺北市運動場館的分佈,以內湖區、松山區、中山區以及大安區為大宗。然而, 熊愛動整體使用率位居最末, 如何推廣、刺激臺北市消費者使用成了未來振興紓困的重要課題。而本研究根據其適用範疇與卷別特性, 茲提供以下兩點改善建議:

# 1.擴增使用定義範疇

依照「熊愛動」運動券所界定的使用範疇,主要包括臺北市公有委外運動場館、民營運動場館,且屬該場館業者經營之銷售商品或服務。可見其使用範疇略顯狹隘,雖然其立意良善,主要希冀民眾能真正進入運動場館從事運動,並提供 北市境內的運動場館經營者額外收益。但若對於平時已有規律運動習慣者,應早

就養成個人固定的運動模式,如特定運動時段、場所、課程、教練等,且多半會 以加入長期會員、累積時數的形式進行消費,故僅能單次使用又有金額上限的運 動券也就不容易吸引此類族群的偏好,即便改以購買運動商品,礙於總額不多且 受限僅能消費各場館內的現有商品,在選擇性不多又價格偏貴的因素考量之下, 勢必更不可能會讓人想要使用;相對地,若針對平時未有規律運動習性,僅是偶 而為之的普羅民眾 (通常應佔多數),本來就沒有固定的運動模式,但為了要使 用運動卷卻非得在市府所指定的運動場館才能使用,除了事前必須花費時間查 找適合自己習性偏好的場館訊息,亦須特別再花時間前往所選定的場館,如此一 來一往的成本效益考量,可能就是阻礙使用「熊愛動」運動券的最大主因,甚或 即使已抽中或完成領券,但想到使用額度不高卻要付出相對高額的代價,相信一 般民眾皆不願買單。由此可知,若要提高其使用比率,應可適度擴大使用者的定 義範疇,除了可因此增加整體消費場館的總數,從實務操作面來說,對於現有規 律運動者,可選擇在自己偏好的運動商家進行消費,以真正契合其實際需求;另 針對非規律運動者,為了提高其參與運動的意願,可彈性增加與區域性的小型民 間場館 (如私人羽球館),或個人健身坊、工作室等以小規模經營型態的業者相 結合,讓該類族群能就近方便得以參與運動,應可顯著提高其使用運動券的動機 意願,同意亦可達到鼓勵運動健身、改善個人健康的最終目的。

# 2.使用者滿意度調查

由於本次為因應新冠肺炎疫情衝擊,臺北市首次發行的「熊愛動」運動券,

其主要用意是希望提高民眾參與運動的個人動機,養成規律運動的良好習慣,同 時刺激民眾對於相關運動消費的意願,同時藉此補貼運動場館業者在疫情嚴峻 期間,刻苦經營的額外收益。然而,以本次發行的統計分析結果來說,使用情形 似乎不甚理想。考量由於是第一次嘗試規劃施行,故建議可透過針對已完成領 券,或已使用完畢的消費族群,進行事後大規模的使用滿意度調查,以從消費者 的觀點當中查找出該運動券使用率不如預期的可能原因,或是內、外在各種可能 影響使用意願的不同干擾因素,其至還可針對特定族群(如不同性別、年齡、居 住縣市、運動習性等)設計規劃焦點團體訪談,更進一步深入瞭解不同背景變項 的消費者對於所發行「熊愛動」運動券的偏好屬性,以及使用的可能原因或影響 因子,如此一來,相信透過量化與質化調查結果的交互分析比對,應可明確找出 運動券使用率不佳的真確源由,以提供北市府相關局處室未來若有機會賡續發 行時,加以精進改善的參照基準,又或可作為未來規劃發行類似卷別的具體實質 參酌意見。

# (五)強化公私協力,國際運動賽事扮演運動產業拉力

2020 東京奧運從開幕到觀賽展現高科技與運動的完美結合,是具科技感十足的奧運會,例如:開幕秀無人機表演,羽球場上輔助裁判的 HAWK-EYE 鷹眼系統,橄欖球場上兼差球僮的 Toyota 移動式服務機器人。雖然因新冠肺炎疫情,多數賽事禁止觀眾入場,但也因為科技的全面導入,觸及更多全球更多觀眾,例如:將 5G 結合多艘船的即時影像與無人機拍攝影像合成,搭配 12K 大螢幕廣

角顯示器,在難以感受競爭激烈帆船競技運動中,讓觀眾猶如親臨會場的沉浸式 觀賽體驗,以及 Discovery+透過 3D 縮放技術、沉浸式全景空間、AR 技術為觀 眾提供沉浸式賽事報導。由此可知,AR/VR 結合體育運動已成為風潮,尤其國 際大廠紛紛投入元宇宙開發下,AR/VR內容製造變得不可忽視,有些國內資訊 服務業擅長硬體卻缺乏軟體與內容能力,這時可透過臺北市數位轉型策略,並以 大型國際運動賽視為拉力,例如:2025 世界壯年運動會,政府與產業合作,藉 由新市場機會結合國內運動員與科技團隊,能點燃民眾對於體育運動熱情,拓展 企業開發虛擬實境內容實力。此外,運動場館科技化顯然已是全球發展的趨勢, 此成長動能來自於消費者對於運動所產生的娛樂性、體驗感與參與度更加重視。 以運動賽事而言,從傳統坐在位置上觀賽、緊盯球場的模式,藉由科技輔佐讓觀 賽帶來娛樂性和創造性,吸引更多觀眾參與。如何與運動產業以既有的堅實基礎 相互結合,建立創新應用場域與營運模式,將是形塑臺北市智慧運動與賽事觀賞 的重要課題。

電競比賽主要收入來源與一般運動賽事相同,為門票與企業、政府贊助,然 而除大型知名國際賽事外,電競比賽多半開放免費入場,藉由販售周邊商品與贊 助金支應賽事舉辦經費。然而電競市場會受到重視,是由於其所帶動的廣告、人 才培育與周邊經濟,最直接受惠的為遊戲產業。臺北市的運動產業隨著電競市場 成長成為必然趨勢,運動產業應注重品牌形象建立與維持,包含產品名稱命名、 外觀設計與廣告內容,都是塑造品牌的重要元素,同時也建議業務單位可與企業 合作建立軟硬體生態圈,藉由電競往上游發展至遊戲產業,才能提升電競市場發展。

電競產業的重要關係人包括網路名人、直播主與電競選手,共這三種角色並沒有明顯分工,電競選手除了專業賽事外,也會在其他影音串流平台開設個人頻道,而網路名人(網紅)與直播主也可能會報名賽事活動。在經營模式上,這些角色可以是獨立的單人或工作室,大部分國際知名網路名人、電競首選多由經紀公司統籌,或長期由電競隊伍贊助經營。本計畫同時建議可建構智慧運動科技示範教學場域,提供課程模組教學演習及同學專題實作支援。在完成教材開發後,除了可提供學分學程,亦可推廣到校外人士,舉辦相關短期訓練課程或工作坊,擴散人才培育績效。

### (六)打造活力、友善、卓越的運動城市

根據臺北市 2050 年運動領域長期發展願景,以智能友善的運動服務、跨域 共融的運動文化、卓越競技的永續城市為策略目標。同時,聯合國於 2015 年提 出「永續發展目標」(SDGs) 以及在 2019 年聯合國運動促進與和平發展辦公室 於第 73 次會議中指出「運動是促進教育、健康、發展與和平的手段」,也可以發 現運動的推廣及落實,為全球永續發展的重要關鍵。隨著資訊科技與環境保護意 識的提升,各國在舉辦國際運動賽事與推動運動產業的發展時,也會將新興科技 和環保永續的議題融入其中。2021 年台北馬拉松跑者賽衣包裝改由環保包材取 代塑膠袋,得獎獎座更是採用花蓮再生石材,而賽道補給站紙杯更是可全面回收 後再製成的再生紙張,同時賽事還一律採線上報名、電子完賽證書,經 BSI 稽核 通過 ISO 14067 碳足跡查證,獲頒全球第一張馬拉松碳足跡盤查證書,英國標準 協會東北亞區總經理蒲樹盛表示,台北馬每名完賽選手碳排放僅 0.281 公斤。

如果推動運動城市的 SDGs 是一座城市的社會責任,那推動企業的 ESG 便是產業的社會責任。政府訂定「2050 淨零碳排」的目標,要求臺灣所有上市櫃公司在 2027 年完成溫室氣體盤查,包含溫室氣體直接排放量、能源間接排放量,並在 2029 年完成盤查之查證。以運動產業來說,電子零組件、紡織、鞋業面臨的國內外品牌客戶居多,未來想要拿到他們的訂單,提升自身產值,則上下游的供應鏈廠商都需符合淨零碳排的要求,否則不僅衝擊產業的營運成本、製造成本,甚至失去合作夥伴。

因此,在因應臺北市現況長期推動政策,並結合推動城市 SDGs,創造運動產業 ESG 的國際趨勢,本計畫的建議包括業務單位未來可協助運動產業企業、機關或籌辦賽事單位訂立永續策略目標及執行範疇,例如:瞭解國際規範、強化利害關係人溝通、優化營運體質等,確保各項決策都能達到環境永續、社會責任、企業治理3者間的平衡,並建立短、中、長期的 ESG 治理架構。此外,基於運動賽事與場館之永續發展,本計畫建議除了轄管場館結合智慧化科技及數位化服務,導入中央監控系統提高管理效能,建構數位化運動場館,並輔以虛擬投影科技快速變換場地,因應多元化運動項目,並關照全齡運動需求營造全齡運動空間與設施外,也可針對運動設施制定永續環境作業原則或運動賽事環境永續評

估模式,從場館興建規劃作業開始啟動環境永續的思維,例如:組織的環境永續 政策、環境永續活動訊息揭露、節能減碳措施、飲食、交通及住宿管理、能源運 用追蹤衡量、場館設計與建造、運輸議題、機電設備使用、回收與保存系統、減 少廢棄物數量、廢棄物分類、生物多樣化保存等。

# 伍、結案報告簡報



# 臺北市運動產業發展暨經濟效益分析

- 運動產業衛星帳及後世大運經濟影響

# 【結案報告】

# --含第六階段工作報告內容

計畫編號:tms109078

主 持 人: 陳美燕 教授

協同主持人:楊浩彦教授、李杰憲副教授、

張智鈞 助理教授

# 本案工作進度審查點



7	<b>术</b> 一下是及毌旦和	
場次	審查內容	時間點
1	第一階段工作內容 ✓ 擬定座談會實施計畫 ✓ 擬定運動產業問卷調查計畫 ✓ 提送運動衛星帳編製計畫書	決標日翌日起 60日內
2	第二階段及第三階段工作內容 ✓ 計畫執行與資料蒐集 ✓ 編製105年臺北市運動衛星帳初稿(含103、104年臺北市運動衛星帳修正)	109年12月4日前
3	第四階段工作內容 ✓ 補充編製105年臺北市運動衛星帳 ✓ 分析臺北市前三名之運動產業GDP、就業人口或重點發展產業	110年3月31日前
4	第五階段工作內容 ✓ 確認臺北市運動投入產出模型(含臺北市產業關聯表)	110年12月10日前
5	第六階段第一至三項 • 105年至107年臺北市運動衛星帳(含分析報告)	111年4月1日前
6	第六階段第四項工作 · 提送結案報告書	審查通過翌日 30日內
	國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal Univer	sity 2

# 結案報告書內容對照表



	工作項目	詳見
1	編製摘要	摘要 (P.xiv-xxviii)
2	編製主旨與背景說明	壹、緒論(P.1-11)
;	文獻探討	貳、文獻探討(P.12-49)
4	編製內容、範圍、對象與限制	多、計畫執行方式(P.50-70)
5	編製方法與過程	參、計畫執行方式—二、編製方法與步驟(P.50-57)
		肆、103至105年臺北市運動衛星帳 (P.71-144)
		伍、臺北市運動投入產出模型 (P.145-181)
_	<b>放射 5 用 7 明 4 加 卡 5 用 3 1</b> 2	陸、106至108年臺北市運動衛星帳 (P.182-301)
6	編製成果及問卷調查成果分析	柒、臺北市運動產業問卷調查 (P.302-317)
		捌、2017臺北世大運中後期經濟效益評估(P.318-328)
		玖、新冠肺炎疫情對臺北市運動產業衝擊(P.329-343)
7	結論與建議	壹拾壹、結論與建議(P.348-376)
8	参考文獻	參考文獻 (P.377-387)
9	附錄	結案報告書—附錄冊
10	*	資料視覺化分析呈現(P.344-347)
10	專案回饋	附錄六、運動衛星帳視覺化平台操作說明書 (P.54-94)
11	審查會議委員建議回應	審查會議委員建議回應說明一覽表 (P.xii-xiii)
12	成果光碟5份	



# 結案報告審查會議委員建議及調整對照

#### 建議

建議在結案報告中就整體內容進行總結, 可綜整近年來臺北市運動產業整體的生產 與消費、與其他城市的比較情況、臺北市 較具特色的運動、近年來臺北市運動產業 面比較特別的情況。報告內容術語較多, 建議可以修正為運動產業每投入1塊錢或 每生產1塊錢可以創造多少GDP的方式說 明。

建議運動產業問券調查的回收樣本數等說 明清楚,另107年全國與臺北市產業GDP 占比下降,後108年回升,亦建議說明。

108年、109年銷售總額平均與衛星帳相比 如有很大差異,建議敘述原因。

#### 調整

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第342至353頁。

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第299頁及第276頁。

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第300至301頁。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 結案報告審查會議委員建議及調整對照

#### 建議

簡報內容第36頁有關舉辦2017年世大運 對企業影響,因統計的影響毛利率一般 使用百分點,建議評估是否修正文字內 4 容。

建議以簡報檔案為基礎,製作一本簡易 說明,方便局內、民眾或議員參考。

建議說明報告書中第203頁推估增長率的 定義。

建議在報告書的註之前補充資料來源。 兩個以上的註建議標明註1、註2。

#### 調整

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第330頁及附錄冊第51頁。

業已依照委員建議以簡報為基礎,製作成果 重點手冊(詳見臺北市運動產業衛星帳成果重 點手冊)。

業已依照委員建議進行修正,針對所提及 「推估增長率」之計算方式,本已附註說明 於表格之末,詳見修正版結案報告書第206頁 表44。

業已依照委員建議,已重新檢視並增補修正 報告書中各表的附註說明,並且分列註解標 號,詳見修正版結案報告書。



圖 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



5

# 結案報告審查會議委員建議及調整對照

#### 建議

建議亦可於報告書中分析臺北市得否發展 設計業別,及可發揮與國際串聯等為方向

運動休閒教育服務業、運動場館業所提供 的運動專業指導等,如何提供更有效率、 品質的服務,亦是未來可以考慮的政策建 7 議方向。

簡報時提到臺北市運動生產毛額占臺北市 生產毛額的比例以1%為努力目標,想請 問1%的目標是如何訂出來的,得否補充 說明努力的方向。另請教上海市目前的比 例。

#### 調整

設計業別與運動產業或商品亦可能有間接的 關聯,只是無法了解其運動占比,故無法估 計其運動相關產值,進而探討其產業發展性 爾後若有運動衛星帳的滾動修正或另案處理 或可一探運動設計業別可發展之方向。

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第353至354頁。

- 1.建議以1%為努力的目標,於修正版結案報 告書第143至144頁詳細說明
- 2. 業已依照委員建議進行修正,補充2017至 2019年臺北市與上海市運動GDP佔比(詳 見修正版結案報告書第293頁)。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 結案報告審查會議委員建議及調整對照

### 建議

有關運動產業的政策建議面、如何提升 運動產業的發展,以及這段期間內運動 產業因疫情影響的變化、辦理大型賽事 的狀況、各產業別的消長等,屬於對政 策性、局內以及外界較為關心的議題, 建議多一些著墨。

本案報告的政策建議僅有三點,請師大 就報告內容中103年至108年的運動產業 政策建議分析得更明確、豐富,例如未 來可以著重在哪些運動產業的投資、哪 些產業在臺北市的人數是最多的、效益 是最好的、未來發展上哪些產業可以再 加強、除了前三名之外的產業外,產值 較低的運動產業有哪些可以扶植,以及 熊好券的政策成果或給予臺北市熊好券 政策的建言,都可以納入分析。

### 調整

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第342至363頁。

業已依照委員建議進行修正,詳見修正版結 案報告書第342至363頁。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 結案報告(含第六階段工作報告內容)大綱

- 01 緒論
- 02 文獻探討
- 03 計畫執行方式
- 103至105年臺北市運動衛星帳
- 臺北市運動投入產出模型

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 結案報告(含第六階段工作報告內容)大綱

- 06 106至108年臺北市運動衛星帳
- 07 臺北市運動產業問卷調查
- 08 2017臺北世大運中後期經濟效益評估
- 09 新冠肺炎疫情對臺北市運動產業衝擊
- 10 資料視覺化分析呈現
- 11 結論與建議

國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

9

#### 報告書(p.1-11)

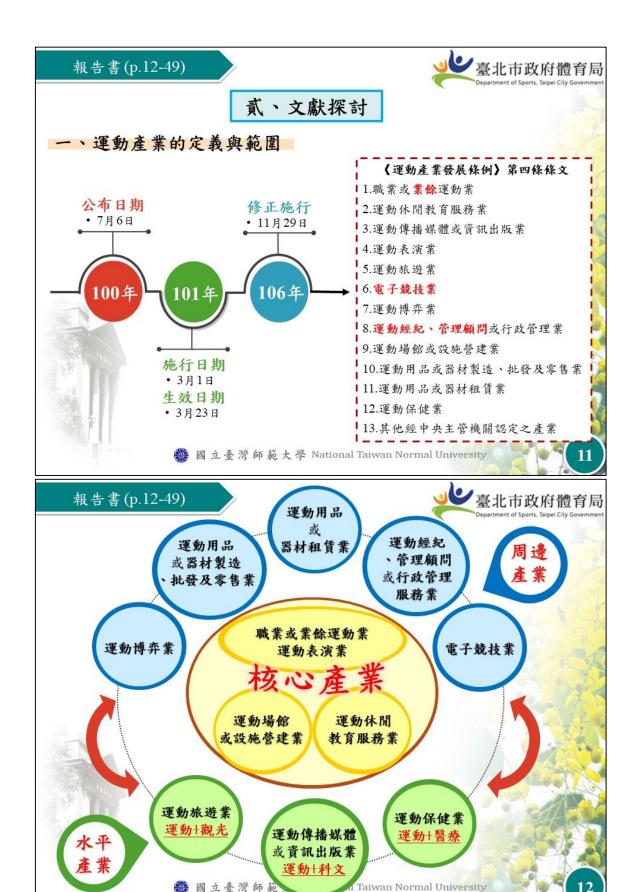


# 壹、緒論

# 計畫目的

- 修正運動產業定義與範疇 規劃辦理運動產業衛星帳各項資料之蒐集機制
- 編製臺北市105年至108年運動產業衛星帳 計算臺北市運動產業總產值趨勢
- 3 分析各分項運動產業產值之升降趨勢
- 針對臺北市運動產業進行趨勢分析 就臺北市前三名的運動產業GDP、就業人口前三名重點發展產業進行分析
- 5 補充臺北市運動統計基礎資料庫
- 6 評估後世大運臺北市運動產業的經濟影響
  - 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

10



# 報告書(p.12-49)



# 二、國際運動產業衛星帳的發展

日本 —

估計基礎由原來的GVA(Gross Value Added) 變更為GDP(Gross Domestic Product)

		日本版 SSA2017	日本版SSA2018
	估計年份	2011~2014	2014~2016
	資料來源	產業關聯表(總務省)	SNA產 業 關 聯 表 (內閣府經濟社會綜合研究所)
	資料變更頻率	5年	每年
	估計基礎	GVA	GDP
	估計指標	Sport GVA	Sport GDP
-	國際比較	2011年 英國SportGVA	2012年 歐洲28個國家Sport GDP

● 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

13

# 報告書(p.12-49)





2018年

委託 Sheffield Hallam University 對歐盟國家之運動產業衛星帳,進行滾動式修正。

其中,運動服務業為GDP佔比第2名的產業。

Member State		ed GDP in m ros	Share of sport-related GDP	Sport-related en in heads		Share of sport- employmen		
歐盟 (European Union)		279,697	2.12%		5,666,195		2.72%	
奥地利 (Austria)		13,066	4.12%		226,129		5.63%	
比利時 (Belgium)		4,494	1.16%		71,440		1.59%	
保加利亞 (Bulgaria)		338	0.80%		44,756		1.55%	
賽普勒斯 (Cyprus)		361	1.85%		7,813		2.08%	
捷克 (Czech Republic)		2,055	1.27%		84,803		1.76%	
德國 (Germany)		104,707	3.90%		1,761,369		4.60%	
丹麥 (Denmark)	1.	3,973	1.56%		64,082		2.45%	1
爱沙尼亞 (Estonia)		159	0.88%		13,656		2.31%	7.1
希臘 (Greece)								
西班牙 (Spain)	1000	1 market and	120 - 120 -			Control of the Control of the Control	Share o	ftotal
芬蘭 (Finland)	Rank	CPA	Goods and Service	es Industry	GDP in 1	n EUROS	GD	
法國 (France)							GD	-
克羅埃西亞 (Croatia)								_
匈牙利 (Hungary)		P	Education ser	rio an	51	.237	0.39	0.2
愛鍋蘭 (Ireland)	1	P	Education ser	vices	51	,257	0.59	70
義大利 (Italy)								
立陶宛 (Lithuania)		DO2 1	8	200	40	055	0.00	0.7
盧森堡 (Luxembourg)	2	P93_1	Sport service	ces	43	,075	0.33	%
拉脫维亞(Latvia)								
馬爾他 (Malta)			Public administra	tion and				
荷蘭 (The Netherlands)	3	О	defense services; c	ompulsory	32	244	0.24	0/6
波蘭 (Poland)					32	720.00	0.24	/ 0
葡萄牙 (Portugal)			social security s	ervices				
			1.0470 (		100,279		1.44701	/ 100
羅馬尼亞 (Romania)		1,365,1						100
瑞典 (Sweden)		5,949	1.41%		109,191		2.43%	TI M
瑞典 (Sweden) 斯洛維尼亞 (Slovenia)		5,949 609	1.41% 1.69%		109,191 21,916		2.43% 2.43%	N.
瑞典 (Sweden)		5,949	1.41%	al Taiwan No	109,191		2.43%	1

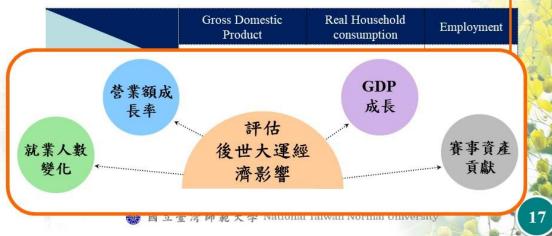




### 報告書(p.12-49)



- 舉辦國際運動賽事的城市經濟影響
- 奧林匹克運動會資產對主辦地區(城市及國家),在經濟層面具重要意義及影響力(IOC, 2013)。
- Thais (2014) 將雪梨奧運的<u>直接經濟效益</u>依GDP、實質家計消費及就業分奧運前期(7年)、奧運期間、奧運後期(5年),再依照地域不同(新南威爾斯州及澳洲全國)呈現整體經濟影響。





### 臺北市政府體育局 報告書(p.50-70) • 研究方法 產官學研專 家座談 資料收集 • 文件分析 • 問卷調查 次級資料分 • 產官學研專家座談 問卷調查 編製 析 • 次級資料分析 運動衛星帳及 • 投入產出分析 估計後世大運 經濟效益 資料處理與分析 投入產出分 文件分析 • 質性資料 析 • 量化資料 📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University 19





# 二、103至105年臺北市運動產業衛星帳編製

### (一)範疇定義

103、104年 基 臺北市運動產業 衛星帳架構與編製模式

• 比對國內外文獻資料

• 定義何謂運動產業

参考界定。 檢過

- 國外城市運動衛星帳之 文獻資料及編製方式
- 臺北市運動產業範疇: 運動核心產業、運動問 邊及水平產業

行政院主計總處 《中華民國行業標準分類 (第10次修訂)》區分各類 產業之行業別

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

21

### 報告書(p.71-144)



• 103、104年臺北市運動衛星帳修正

┗ 配合 行政院主計總處《中華民國行業標準分類(第10次修訂)》進行調整修改

	103、104年	105年(本次)
運	玩具製造業(3312)	玩具及遊戲機製造業(3312)
助	運動及娛樂用品租賃業(7731)	個人及家庭用品租賃業(7730)
3	運動及休閒教育服務業(8573)	運動及休閒教育業(8593)
<b>*</b>	梭織外衣製造業(1211) 針織外衣製造業(1212)	成衣製造業(1210)
助	襪類製造業(1231)	服飾品製造業(1230)
<b>哥</b>	船舶及其零件製造業(3110)	船舶及浮動設施製造業(3110)
e E K	影片服務、聲音錄製及 音樂出版業(59)	影片及電視節目業;聲音錄製及 音樂發行業(59)
F	電視傳播及付費節目播送業(602)	電視節目編排及傳播業(6020)

📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

22



# 臺北市運動產業各行業分類一覽表(1/2)

產業別	分類	行業別	行業分類標準	運動涵蓋
	製	體育用品製造業	3311	0
運	造業	玩具及遊戲機製造業	3312	4
動		職業運動業	9311	0
核		運動場館	9312	0
124	服	運動用品、器材批發業	4582	0
Ü	020	運動用品、器材零售業	4762	0
產	務	玩具及娛樂用品批發業	4583	4
	業	玩具及娛樂用品零售業	4763	4
業	71	個人及家庭用品租賃業	7730	4
		運動及休閒教育業	8593	0

◎:全部屬於運動產業;▲:部分屬於運動產業 圖 立臺灣 師 範 大 學 National Taiwan Normal University

產業別	分類	行業別	行業分類標準	運動涵蓋
		非酒精飲料製造業	0920	1
	2000	成衣製造業	1210	<b>1</b>
	製	服飾品製造業	1230	4
運		鞋類製造業	1302	
Æ	造	電腦、電子產品及光學製品製造業	27	
345	業	汽車及其零件製造業	30	
動		船舶及浮動設施製造業	3110	
		自行車及其零件製造業	313	
周	營造業	建築工程業	4100	
冋		新聞出版業	5811	
320		雜誌及期刊出版業	5812	$\overline{}$
邊		服裝及其配件批發業	4552	
		服裝及其配件零售業	4732	
12		鞋類批發業	4553	4
及	服	鞋類零售業	4733	
		影片及電視節目業;聲音錄製及音樂發行業	59	4
水	務	電視節目編排及傳播業	6020	
330.50	業	管理顧問業	7020	
T		藝人及模特兒等經紀業	7603	
平		旅行及相關服務業	7900	
		醫療保健業	86	
產		居住型護理照顧服務業	8701	
15		博弈業	9200	
علا	17,317	其他皮革及毛皮製品製造業	1309	
業	其他	未分類其他金屬製品製造業	2599	4
	運動	未分類其他運輸工具及其零件製造業	3190	
	產業	其他未分類製造業	3399	
		其他運動服務業	9319	

◎:全部屬於運動產業;▲:部分屬於運動產業



# 臺北市運動產業各商品分類一覽表(1/2)

	一个对任小口问口从从	JC -VC(1/2)
運動商品	分類別	說明
	職業運動服務	
	運動場館服務	
	運動用品、器材批發服務	
	運動用品、器材零售服務	
海	運動及娛樂用品租賃服務	
運	運動及休閒教育服務	
	運動成衣批發服務	
動	運動成衣零售服務	
A96	運動鞋類批發服務	
服	運動鞋類零售服務	
7470	運動經紀	
務	運動醫療	
177	運動博弈	
	運動觀光	
	運動傳播	4
	運動相關播放服務	運動賽事轉播

👸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

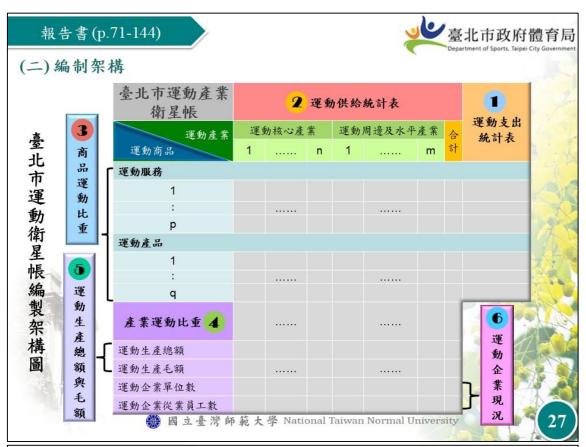
25

# 臺北市運動產業各商品分類一覽表(2/2)

運動商品	分類別	說明
	運動服飾品	
	運動成衣	
	運動鞋類	
	運動用品及配備	1
運	主要運動用品及配備	球類用具、田徑用品、衝浪板、滑雪板 溜冰鞋、釣具、體操及健身器材、 皮製運動手套及運動帽製造
動		競技自行車
產	其他運動用品及配備	皮製鞍具及馬鞭、體育用槍及彈藥、 汽機車競速、帆船、滑翔翼、體育用安 全防護帽盔、護具、護膝、耳塞、 運動手環、圍棋、電競
品	運動飲料	
	運動場館設施	
	運動傳播	·
	運動相關出版品	書籍、雜誌
	運動相關錄影片	紀錄片

● 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

26





### (三)專有名詞

名詞	解釋
生產總額	指所對應運動產業類別的年度生產產值
生產毛額	指所對應運動產業類別的年度生產毛額
企業單位家數	指所對應運動產業類別的企業單位數量
從業員工人數	指所對應運動產業類別的企業單位員工人數
產業運動比重	指所對應運動產業類別, 其個別產業全部歸屬於運動產業,或該行業僅有部分比例 投入生產與運動相關服務或產品的百分比重。
運動供給	指所對應運動商品項目的供給額度
運動支出	指所對應運動商品項目的支出額度
商品運動比重	指所對應運動商品項目, 其個別商品支出數值佔該商品供給數值的百分比重, 又其中運動商品供給數值等於運動商品支出數值加上淨出口 及其他數值。(運動供給=運動支出+淨出口及其他)

臺北市政府體育局 Department of Sports, Taipei City Government

(四)運動供給統計表編製 參採沿用103、104年臺北市運動產業衛星帳各行業運動比重計算方式, 惟重新檢視修正與更新部分最新數據。

臺北市105年運動產業之運動比重計算方式一覽表 (1/2)

各行業別	運動比重(%)	取得方式說明
體育用品製造業	100.00	2
玩具及遊戲機製造業	(*)	-
職業運動業	100.00	=
運動場館	100.00	-
運動用品、器材批發業	100.00	-
運動用品、器材零售業	100.00	-
玩具及娛樂用品批發業	2.86	本研究計算
玩具及娛樂用品零售業	2.86	本研究計算
個人及家庭用品租賃業	3.64	本研究計算
運動及休閒教育業	100.00	*
非酒精飲料製造業	6.31	本研究計算
成衣製造業	10.20	本研究計算
服飾品製造業	10.20	本研究計算
鞋類製造業	11.50	本研究計算
電腦、電子產品及光學製品製造業	(*)	-
汽車及其零件製造業	(*)	-
船舶及浮動設施製造業	(*)	,
自行車及其零件製造業	10.63	本研究計算
建築工程業	15.38	本研究計算

(\*):比例過低,無法估算 [ / / ] 即

報告書(p.71-144)



# (四)運動供給統計表編製

臺
北
市
105
年
運
動
本
產業
木之
運
乱
動比
重計
可然
算方式
カ
式
-
覽 表 (2/2)
表
(2/2)

各行業別	運動比重(%)	取得方式說明
新聞出版業	7.01	教育部體育署(2018)
雜誌及期刊出版業	1.15	教育部體育署(2018)
服裝及其配件批發業	19.67	本研究計算
服裝及其配件零售業	19.67	本研究計算
鞋類批發業	7.40	本研究計算
鞋類零售業	7.40	本研究計算
影片及電視節目業;聲音錄製及音樂發行業	(*)	-
電視節目編排及傳播業	8.81	教育部體育署(2018)
管理顧問業	27.12	教育部體育署(2018)
藝人及模特兒等經紀業	27.12	教育部體育署(2018)
旅行及相關服務業	1.37	教育部體育署(2018)
醫療保健業	1.93	教育部體育署(2018)
居住型護理照顧服務業	1.93	教育部體育署(2018)
博弈業	26.21	本研究計算
其他皮革及毛皮製品製造業	(*)	-
未分類其他金屬製品製造業	(*)	
未分類其他運輸工具及其零件製造業	(*)	-
其他未分類製造業	(*)	
甘仙海動服務業	(*)	_

(\*):比例過低,無法估算

北 市 105

年運動商品之運動支出計算方式一覽表

(1/2)

# 臺北市政府體育局

# (五)運動支出統計表編製

- 103、104年臺北市運動產業衛星帳計算方式
- ·教育部體育署《105年度我國民眾運動消費支出調查》 ·經濟部統計處「工業產銷存動態調查資料庫」(2020.11.25版)

	運動商品		資料取得方式
	職業運動服務		供給等於支出
	運動場館服務		供給等於支出
	運動用品、器材批發服務		供給等於支出
	運動用品、器材零售服務		供給等於支出
運	運動及娛樂用品租賃服務		供給等於支出
~	運動及休閒教育服務		供給等於支出
۷.	運動成衣批發服務		供給等於支出
動	運動成衣零售服務		供給等於支出
	運動鞋類批發服務		供給等於支出
服	運動鞋類零售服務		供給等於支出
711	運動經紀		供給等於支出
<b>7</b> 4	運動醫療		供給等於支出
務	運動博弈		供給等於支出
	運動觀光		供給等於支出
	運動傳播		
	運動相關播放服務	運動賽事轉播	供給等於支出

	運動商	00 00	資料取得方式		
	運動服飾品				
	運動成衣		教育部體育署 (2017) 供給等於支出+淨出口及其他		
	運動鞋類		教育部體育署 (2017) 供給等於支出+淨出口及其他		
	運動用品及配備	*			
運	主要運動用品及配備	球類用具、田徑用品、衝浪 板、滑雪板、溜冰鞋、釣具 體操及健身器材、皮製運動 手套及運動帽製造	教育部體育署(2017) 供給等於支出+淨出口及其他		
動		競技自行車	本研究計算 供給等於支出+淨出口及其他		
產	其他運動用品及配備	皮製鞍具及馬鞭、體育用槍 及彈藥、汽機車競速、帆船 滑翔翼、體育用安全防護帽 盔、護具、護膝、耳塞、運 動手環、圍棋、電競	供給等於支出		
品	運動飲料	2174 12177 676	本研究計算 供給等於支出+淨出口及其他		
	運動場館設施		本研究計算 供給等於支出+淨出口及其他		
	運動傳播				
	運動相關出版品	書籍、雜誌	供給等於支出		
	運動相關錄影片	紀錄片	供給等於支出		







### (一)運動供給統計表

105年

臺北市各類運動商品支出總值為70,755,982仟元

21.51%

運動經紀比例最高

臺北市各類運動商品淨出口及其他總值為16,070,669仟元

運動場館設施比例最高

94.35%

🛞 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

35

#### 報告書(p.71-144)



### (二)運動支出統計表

105年

臺北市各運動商品之運動比重, 於供需平衡之條件下多數為100.00%。

比重 0.00%

運動場館設施 消費支出皆來自於淨出口及其他 運動成衣 支出>供給

比重 176.73%

比重 97.65% 其他運動用品及配備 一競技自行車比重最高

主要運動用品及配備 比重最低 比重 **52.29%** 

臺北市各運動產業類別之運動比重:

運動核心產業比重多數為100.00%

服務業-雜誌及期, 刊出版業 (1.15%)

▶ 服務業-管理顧問業、藝人及模特兒等經紀業(27.12%)

運動周邊及水平產業比重介於1.15%~27.12%

36



### (三)生產總額與毛額統計綜整

105年

生產總額 合計為86,826,652仟元

- ① 建築工程業 (17.46%)
  - ②管理顧問業 (15.06%)
    - ③服裝及其配件零售業(12.54%)
      - ④運動用品及器材批發業(10.11%)
        - ⑤運動場館業 (6.34%)

\*其他產業所佔比例介於 0.01%~6.15% 之間





生產毛額 合計為 42,268,224仟元

- ①服裝及其配件零售業(19.37%)
  - ②運動用品及器材批發業(14.59%)
    - ③管理顧問業 (13.57%)
      - 4 建築工程業 (9.72%)
        - ⑤服裝及其配件批發業 (9.01%) \*其他產業所佔比例低於6%

🚵 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

#### 報告書(p.71-144)



### (四)企業現況統計綜整

105年

企業單位數 總計有 4,887家

- ①管理顧問業 (21.32%)
- ②服裝及其配件零售業 (19.39%)
  - ③ 運動用品/器材批發業 (14.77%)
    - 4 服裝及其配件批發業 (13.35%)

\*其他產業所佔比例則皆未超過10%





從業員工數 總計有 36,125人

- ①服裝及其配件零售業(17.00%)
  - ② 管理顧問業 (15.24%)
    - ③ 運動用品/器材批發業 (12.59%)
      - 4 服裝及其配件批發業 (10.74%)

\*其他產業所佔比例皆低於8%

🔉 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University





# 四、103~105年臺北市運動產業衛星帳數據分析比較

(一)全國與臺北市整體產業生產毛額(GDP) 占比

全國與臺北市整體產業生產毛額(GDP)比較

	103年	104年	105年
(A) 全國生產毛額 (GDP)	16,258,047 佰萬元	17,055,080 佰萬元	17,555,268 佰萬元
(B) 臺北市生產毛額 (GDP)	3,885,893 佰萬元	4,070,286 佰萬元	4,164,758 佰萬元
(C) 臺北市運動生產毛額 (GDSP)	42,166 佰萬元	42,982 佰萬元	42,268 佰萬元

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.71-144)







### (二)臺北市各運動產業生產毛額 (GDSP) 占比

# 個別運動產業之生產毛額占比 (排名前五位)

103年 104年 105年 服裝及其配件零售業 服裝及其配件零售業 服裝及其配件零售業 2 運動用品及器材批發業 運動用品及器材批發業 運動用品及器材批發業 服裝及其配件批發業 服裝及其配件批發業 管理顧問業 4 管理顧問業 管理顧問業 建築工程業 5 服裝及其配件批發業 建築工程業 建築工程業

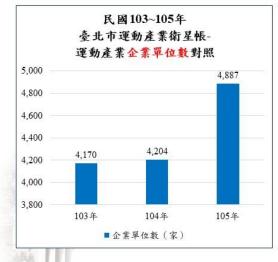
翻 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

41

### 報告書(p.71-144)



### (三)臺北市各運動產業企業現況情形





🛞 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

42



# (三)臺北市各運動產業企業現況情形

# 平均能創造出的運動生產毛額(GDSP)

	103年	104年	105年
運動企業單位	10,111仟元	10,224仟元	8,649仟元
運動從業員工	1,157仟元	1,187仟元	1,170仟元

👸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

# 報告書(p.71-144)



### (四)臺北市各運動商品供給與支出情形





### (四)臺北市各運動商品供給與支出情形

#### 運動商品供給比例排名(超過12%)

	103年	104年	105年
1	運動場館設施 (17.42%)	運動場館設施 (17.47%)	運動經紀 (17.53%)
2	運動成衣零售服務 (12.64%)	主要運動用品及配備 (13.17%)	運動場館設施 (17.46%)
3	主要運動用品及配備 (12.49%)	運動成衣零售服務 (12.15%)	運動成衣零售服務 (17.54%)
	運	動商品支出比例排名	
	103年	104年	105年
1	運動成衣零售服務	運動成衣零售服務	運動經紀
2	運動用品及器材批發服務	運動用品及器材批發服務	運動成衣零售服務
3	運動經紀	運動經紀	運動用品及器材批發服務

#### 報告書(p.71-144)



### 五、臺北市運動產業貢獻度之區域及國際間之比較

#### (一)全球運動產業



運動產業可以廣泛地分為運動賽事、運動服裝、設備和鞋類、運 動俱樂部(健身、健康和運動訓練)、餐飲和博彩四個部分(澳洲 健康衛生部,2020)。

2014年,全球運動市場估計為6,000-7,000億美元,約佔全球GDP的1%

北羊为2660倍至元

歐洲為2,040億美元

佔全球70%運動產業產值的北美及歐洲還是運動產業的主 要發展者。

其餘地區約為1,800億美元

🧱 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

# 報告書(p.71-144)



# (二)臺北市的運動產業



運動生產毛額422億台幣,佔臺北市的總GDP的1.01%



運動產業從業人員為36,125人,約佔臺北市全部從業人員的2.02%



主要以<mark>運動的服務業</mark>(諸如職業運動業、運動場館業、運動用品及器材的批發及零售、服裝及其配件的批發及零售及管理顧問業等)為主

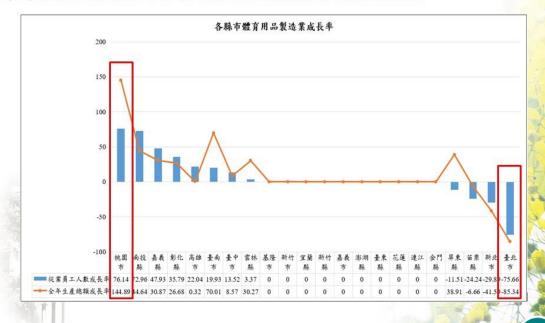
國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

47

### 報告書(p.71-144)



# (三)臺北市的體育用品製造業及運動服務業的區域比較

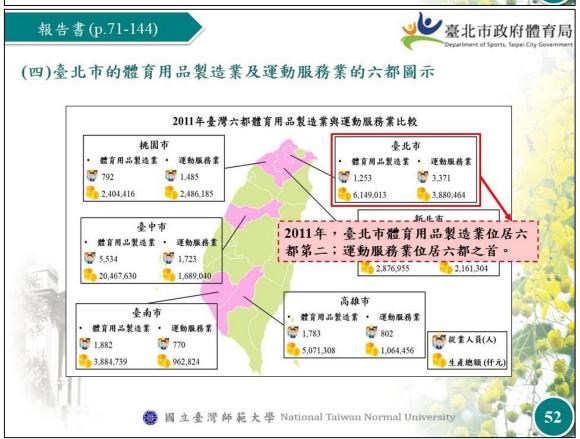


🎎 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University









### 報告書(p.71-144)



### (四)臺北市的體育用品製造業及運動服務業的六都圖示



### 報告書(p.71-144)



### (五)臺北市與上海市的運動產業之跨城市比較

我們將上海市的11大運動產業類別與臺北市對應,劃分為7大類別運動產業(詳表11)。

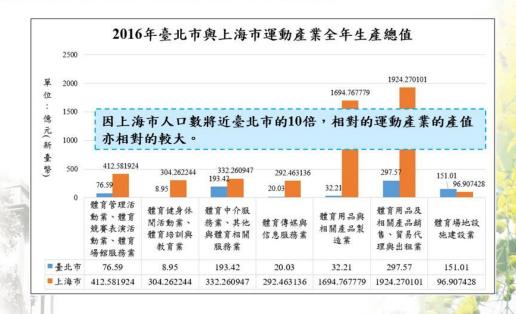
### 對應之臺北市運動產業類別名稱 上海市體育產業類別名稱 一.體育管理活動業、體育競賽表 03職業運動業、04運動場館 演活動業、體育場館服務業 二.體育健身休閒活動業、體育培 10運動及休閒教育服務業 訓與教育業 29管理顧問業、30藝人及模特兒等經紀業、31旅行及相 三.體育中介服務業、其他與體育 關代訂服務業、32醫療保健服務業、33居住型護理照顧 相關服務業 服務業、34博弈業 21新聞出版業、22雜誌(期刊)出版業、27影片服務、聲 四.體育傳媒與信息服務業 音錄製及音樂出版業、28電視傳播及付費節目播送業 1體育用品製造業、11非酒精飲料製造業、12梭織外衣製 造業、13針織外衣製造業、14襪類製造業、15鞋類製造 五.體育用品與相關產品製造業 業、19自行車及其零件製造業 5運動用品、器材批發業、6運動用品、器材零售業、7玩 六.體育用品及相關產品銷售、貿 具、娛樂用品批發業、8玩具、娛樂用品零售業、9運動 易代理與出租業 及娛樂用品租賃業、23服裝及其配件批發業、24服裝及 其配件零業、25鞋類批發業、26鞋類零售業 七.體育場地設施建設業 20建築工程業

🎆 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.71-144)



# (五)臺北市與上海市的運動產業之跨城市比較



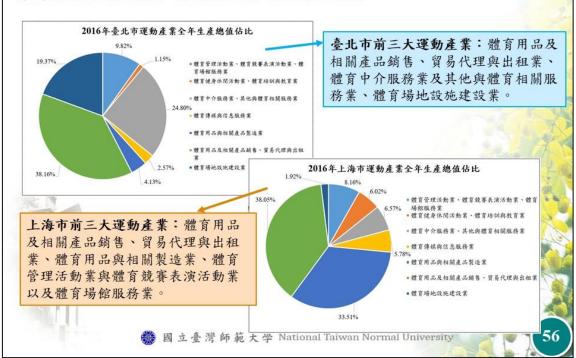
🛞 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

55

### 報告書(p.71-144)



# (五)臺北市與上海市的運動產業之跨城市比較

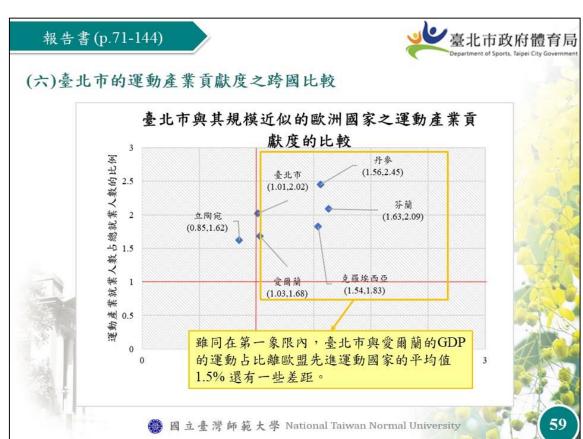




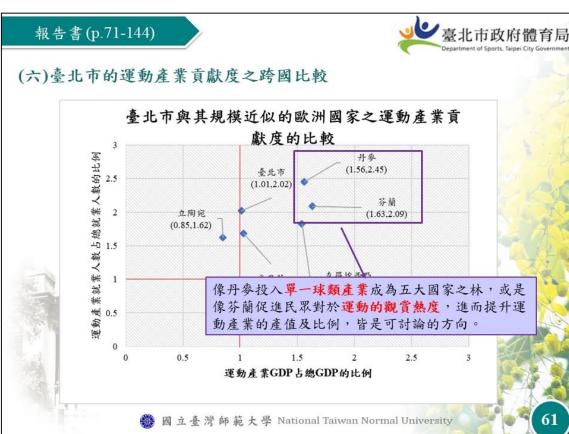
● 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

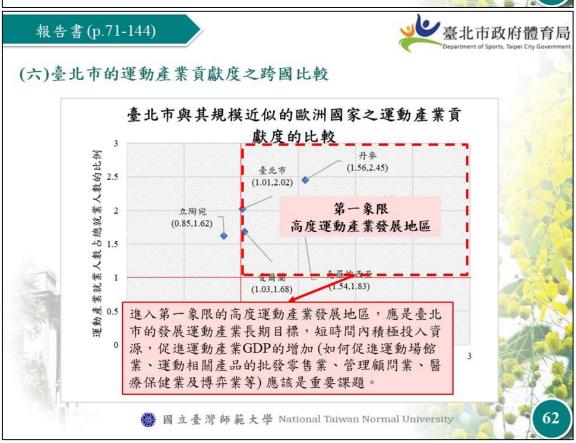
# 臺北市政府體育局 報告書(p.71-144) (六)臺北市的運動產業貢獻度之跨國比較 臺北市與其規模近似的歐洲國家之運動產業貢 獻度的比較 產業就業人數占總就業人數的比例 1.5 7 7 8 7 8 丹麥 (1.56, 2.45)臺北市 (1.01, 2.02)芬蘭 立陶宛 (1.63, 2.09)(0.85, 1.62)克羅埃西亞 立陶宛因為GDP的運動占比不足而位於第二 象限。 0 運動產業GDP占總GDP的比例

🎎 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University











# 伍、臺北市運動投入產出模型

# 一、臺北市運動投入產出模型編製架構

	運動核心產業運動周邊及水平產業		運動周邊及水平產業 其他非		運動核心產業			其他非			
1000年臺北市運	製造業	ŧ	服務業	製造業	<b>營造</b>	服務業	其他運 動產業	運動産業	3		
	01	02	03						00	00	00
(半位・竹儿)	體育用品製造業	OO 業	00業					中間需求	净最終需求	總產值	
體育用品製造業											
00業				5	10						
00業					13						
i											
其他非運動產業											
中間投入											
附加價值											
運動生產總額 (單位:仟元)											
	動投入產出表 (單位:仟元) 體育用品製造業 OO業 OO業 其他非運動產業 中間投入 附加價值 運動生產總額	OOO 年臺北市運動投入產出表	QOOQ年臺北市運動投入產出表 (單位:仟元)	1	製造業   服務業 製造	製造業     服務業     製造業       動投入產出表 (單位:仟元)     01     02     03       體育用品 製造業     OO業       砂の業     OO業       其他非運動產業     中間投入       附加價值     運動生產總額	製造業     服務業     製造業     服務業     製造業     服務業       動投入產出表 (單位:仟元)     01     02     03       體育用品 製造業     OO業       OO業     OO業       其他非運動產業 中間投入 附加價值     中間投入 附加價值       運動生産總額	製造業   服務業   製造   機務   其他運動投入產出表   (單位:仟元)	None	1000年臺北市運動産業     製造業     服務業 製造 營造 服務 其他運動産業       動投入產出表 (單位:仟元)     01     02     03       體育用品製造業     OO業       OO業     OO業       其他非運動産業中間投入附加價值     中間投入       附加價值     運動生産總額	Noon

### 報告書(p.145-181)



# 二、臺北市投入產出模型編製結果

(一)臺北市運動產業產值變化:2011年與2016年普查數據分析

### 2011年

 No. 1
 No. 2

 建築工程業
 運動用品及器材 批發業

No. 3

No. 4 服裝及其配件零 售業

No. 4

No. 5 服裝及其配件批 發業

2016年

運動服務業進入主要行列,可見運動服務相 關行業在臺北市的重要性。

No. 1 建築工程業 No. 2 服裝及其配件零 售業

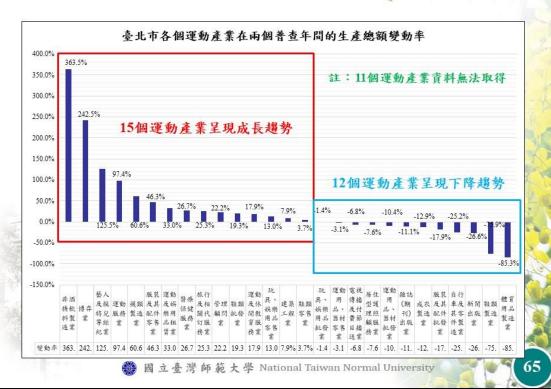
No. 3

管理顧問業 運動用品及器材 批發業 No. 5

運動服務業

🛞 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University





### 報告書(p.145-181)



# 臺北市的運動核心與周邊產業

臺北市的運動核心與周邊產業皆是以「服務業」為主。

一、臺北市的運動核心產業

# 臺北市運動核心產業【製造業】屬性

單位:千元

產業碼運動核心與周邊產業名稱2011年2016年3311體育用品製造業6,149,013901,141

3312 玩具製造業

臺北市運動核心產業「製造業」屬性,以"體育用品製造業"為主,但該產業從2011年開始逐年萎縮。

🚇 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 臺北市的運動核心與周邊產業

# 臺北市與全國體育用品製造業比較

指標	2011年	2016年	
臺北市			
年底場所單位數(家)	23	20	
年底從業員工數(人)	1,253	305	
全年生產總值(千元)	6,149,013	901,141	
2011年到2016年全年生產總值成長率(%)	-85.34%		
全國			
年底場所單位數(家)	753	674	
年底從業員工數(人)	16,015	17,739	
全年生產總值(千元)	52,378,521	56,868,818	
2011年到2016年全年生產總值成長率(%)	8.5	7%	



2011年起,臺北市"體育用品製造業"開始萎縮,而全國卻呈現擴張 趨勢,代表該產業活動逐年外移到臺北市以外區域生產。

67

# 報告書(p.145-181)



臺北市的運動核心與周邊產業

# 臺北市運動核心產業【服務業】屬性(前三大類別)

單位:仟元

產業碼	運動核心與周邊	產業名稱	2011年	2016年
9311	職業運動業	4運動服務業	2 990 464	7 650 222
9312	運動場館業	4理動服務系	3,880,464	7,659,333
4582	運動用品、器材批發	*業	8,912,067	7,982,401
4762	運動用品、器材零售	業	2,770,402	2,684,987

臺北市運動核心產業「服務業」屬性,以"運動服務業"(包含職業運動業與運動場館業)、"運動用品、器材批發業"及"運動用品、器材批發業"為主。其中又以"運動服務業"擴張最為明顯。

🚇 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 臺北市的運動核心與周邊產業

### 臺北市與全國運動服務業比較-1

指標	2011年	2016年	
臺北市			
年底場所單位數(家)	197	287	
年底從業員工數(人)	3,371	4,975	
全年生產總值(千元)	3,880,464	7,659,333	
2011年到2016年全年生產總值成長率(%)	97.38%		
全國			
年底場所單位數(家)	1,283	1,561	
年底從業員工數(人)	11,893	19,829	
全年生產總值(千元)	14,952,846	27,450,021	
2011年到2016年全年生產總值成長率(%)	83.5	8%	

2011年至2016年間,臺北市"運動服務業"全年生產總值擴張速度高於全國,占全國的份額亦由25.9%成長到27.9%,由於服務業主要是以區域消費為主,代表臺北市民運動風氣逐年提升並高於全國。

📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

69

# 報告書(p.145-181)



# 臺北市的運動核心與周邊產業

### 臺北市與全國運動服務業比較-2

指標	2011年	2016年
全國		
年底場所單位數(家)	1,283	1,561
職業運動業	7	5
運動場館業	1,276	1,556
年底從業員工數(人)	11,893	19,829
職業運動業	240	489
運動場館業	11,653	19,340
全年生產總值(千元)	14,952,846	27,450,021
職業運動業	744,949	1,728,446
運動場館業	14,207,897	25,721,575

J

2011年至2016年間,全國全年"職業運動業"場所家數減少,但從業員工數與全年生產總值增加,代表市場規模擴大但市場愈集中。



# 臺北市的運動核心與周邊產業

# 臺北市與全國的運動服務業比較-3

指標	2011年	2016年
臺北市		
年底場所單位數(家)	197	287
職業運動業	5	3
運動場館業	192	284
全國		
年底場所單位數(家)	1,283	1,561
職業運動業	7	5
運動場館業	1,276	1,556



臺北市與全國"運動場館業"場所家數增加快速,且臺北市佔全國 比重由2011年15%(192÷1,276)增加到2016年18%(284÷1,556), 代表臺北市民對於運動場館需求逐年增加並高於全國。

🙀 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

71

# 報告書(p.145-181)



# 臺北市的運動核心與周邊產業

### 二、臺北市的運動周邊產業

# 臺北市運動周邊產業【製造業】屬性

單位: 仟元

產業碼	運動核心與周邊產業名稱	2011年	2016年
0920	非酒精飲料製造業	75,298	349,007
1211	梭織外衣製造業 12-13成衣製造業	1,990,360	1,733,361
1221	針織外衣製造業	33,437	53,702
1302	鞋類製造業	105,598	25,473
27	電腦、電子產品及光學製品製造業	<b>⊕</b> %	s <del>=</del> /
30	汽車及其零件製造業	-	-
3110	船舶及其零件製造業		-
313	自行車及其零件製造業	212,022	158,501

臺北市運動周邊產業「製造業」屬性,以生產運動服裝"成衣製造業"為主。

🚜 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 臺北市的運動核心與周邊產業

### 二、臺北市的運動周邊產業

### 臺北市運動周邊產業【服務、營造業】屬性(部分)

單位: 仟元

產業碼	運動核心與周邊產業名稱	2011年	2016年
4552	服裝及其配件批發業	6,954,174	5,710,336
4732	服裝及其配件零售業	8,177,130	11,963,822
7020	管理顧問業	8,713,013	10,647,815
86	醫療保健服務業	3,312,870	4,196,783
7603	藝人及模特兒等經紀業	781,561	1,762,511
9200	博弈業	719,285	2,463,511
4100	建築工程業	13,990,672	15,101,511

₽

臺北市運動周邊產業「服務業」屬性,以"服裝及其配件批發業"、

"服裝及其配件零售業"、"管理顧問業"、"醫療保健服務業"為主,除"服裝及其配件批發業"以外(推測與"體育用品製造業"規模縮小有關),其他產業產值逐年擴張速度極為明顯。

國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

73

# 報告書(p.145-181)



臺北市的運動核心與周邊產業

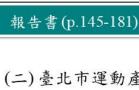
二、臺北市的運動周邊產業

# 臺北市運動周邊產業【服務、營造業】屬性(部分)

單位: 仟元

產業碼	運動核心與周邊產業名稱	2011年	2016年
4552	服裝及其配件批發業	6,954,174	5,710,336
4732	服裝及其配件零售業	8,177,130	11,963,822
7020	管理顧問業	8,713,013	10,647,815
86	醫療保健服務業	3,312,870	4,196,783
7603	藝人及模特兒等經紀業	781,561	1,762,511
9200	博弈業	719,285	2,463,511
4100	建築工程業	13,990,672	15,101,511

- "博弈業"和"藝人及模特兒等經紀業"對於臺北市運動周邊產業產值貢獻程度大幅增加。
- "建築工程業"對於臺北市運動周邊產業產值貢獻亦相當重要。
  - 🧱 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University





(二)臺北市運動產業關聯表及向前、向後關聯與間接效果 2016~2019年前十名較高向前關聯效果的運動產業



體育用品製造業



運動場館業





服裝及其 配件零售業



管理顧問業

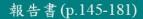


自行車及其 零件製造業



📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

75





(二)臺北市運動產業關聯表及向前、向後關聯與間接效果 2016~2019年前十名較高向後關聯效果與間接效果的運動產業





# 陸、106至108年臺北市運動衛星帳

(第10次修訂)

# 一、臺北市運動統計資料說明

《中華民國行業標準分類》

進行產業歸類

行政院主計總處

(105年工業及服務業普查)

交叉參照全國及臺北市的個別區域資料, 以針對運動產業所屬相關行業別進行數 值蒐集量整

《國民所得及經濟成長統計資料庫》 取得對應衛星帳的產業類別之「<mark>名目生產</mark> (2022.02.24版) 總額」,並以作為推估各年度的增長率數 值所使用

《薪資及生產力統計資料庫》

取得對應衛星帳的產業類別之「受雇員工 人數」,並以作為推估各年度的增長率數

(2022.02.24版) 值所使用

經濟部統計處

《工業產銷存動態調查資料庫》

與運動產業相關之行業 (銷售值、存貨值) 及 產品(運動飲料、鞋類與自行車製造業)的生產值 (2022.02.23版) 等資料進行彙整統計

🔐 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.182-297)



# 一、臺北市運動統計資料說明

〈營利事業家數及銷售額第7次〉

(2022.02.22版)

財政部

〈營利事業家數及銷售額-第8次〉

(2022 02 22時)

對應到衛星帳產業類別的臺北市區 域內「營利事業家數」,進一步再 推估各年度的增長率數值

(106~108年度我國民眾運動消費支出調查)

教育部體育署

〈推估試算我國106年度及107年度運動產

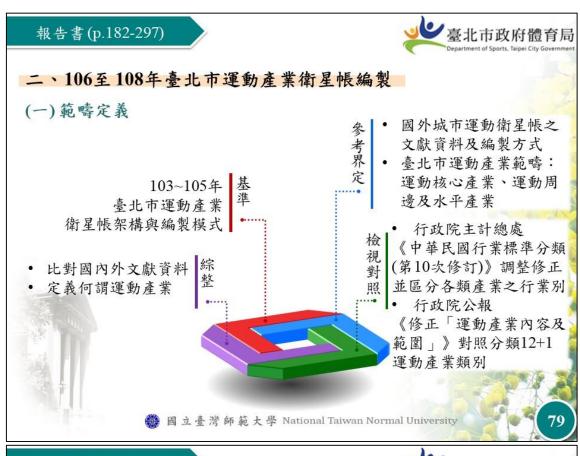
業產值及就業人數等研究案(106~107年度)》

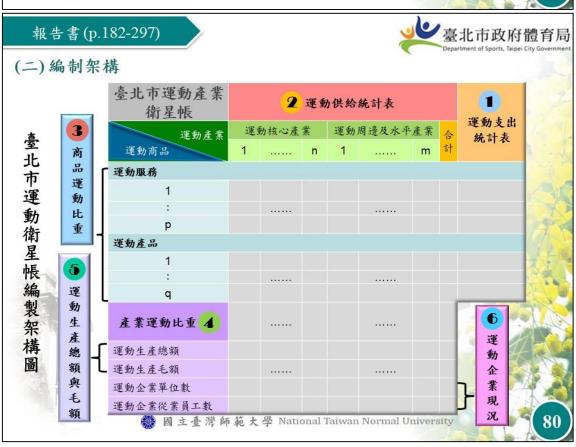
(106~108年運動彩券經銷商數量(臺北市))

運動產業衛星帳之參照指標

包含運動服飾、鞋類與用品 之消費支出,以及與運動相 關之服務及產品佔比

🎎 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University







# (三)專有名詞

名詞	解釋	
生產總額	指所對應運動產業類別的年度生產產值	
生產毛額	指所對應運動產業類別的年度生產毛額	
就業單位家數	指所對應運動產業類別的就業單位數量	
從業員工人數	指所對應運動產業類別的企業單位員工人數	
產業運動比重	指所對應運動產業類別, 其個別產業全部歸屬於運動產業,或該行業僅有部分比例 投入生產與運動相關服務或產品的百分比重。	
運動供給	指所對應運動商品項目的供給額度	
運動支出	指所對應運動商品項目的支出額度	
商品運動比重	指所對應運動商品項目, 其個別商品支出數值佔該商品供給數值的百分比重, 又其中運動商品供給數值等於運動商品支出數值加上淨出口 及其他數值。(運動供給=運動支出+淨出口及其他)	8

# 報告書(p.182-297)



# 《運動產業發展條例》與運動產業衛星帳產業類別對照一覽表(1/3)

產業別	分類	運產條例產業 類別對照編號	行業分 類標準	運動涵蓋	運動產業衛星帳 產業行業別
	製	+ (1-4) **A	3311	⊚≇B	體育用品製造業
	造業	十三 (1-6)	3312	4	玩具及遊戲機製造業
·m		+ (2)	4582	0	運動用品及器材批發業
運		十三(2)	4583	4	玩具及娛樂用品批發業
動		+ (3)	4762	0	運動用品及器材零售業
核		十三 (3)	4763		玩具及娛樂用品零售業
NO.	服	+-	7730	4	個人及家庭用品租賃業
產業	務業	二 八(3)	8593	0	運動及休閒教育業
		- 六 (4)	9311	0	職業運動業
		八 (4) 九 (2)	9312	0	運動場館

- 註A:編號後括號內數字,代表衛星帳產業所歸屬《運動產業發展條例》之子分類
   註B:◎:全部屬於運動產業; ▲:部分屬於運動產業
   國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 《運動產業發展條例》與運動產業衛星帳產業類別對照一覽表(2/3)

產業別	分類	運產條例產業 類別對照編號	行業分 類標準	運動涵蓋	運動產業衛星帳 產業行業別
		十三 (1-1)	0920	4	非酒精飲料製造業
		+ (1-1)	1210	4	成衣製造業
運		十三 (1-2)	1230	4	服飾品製造業
2	製	+ (1-2)	1302	4	鞋類製造業
動	造業	+ (1-3)	27	4	電腦、電子產品及光學製品 製造業
周	A.	十三 (1-4)	30		汽車及其零件製造業
· <b>.</b>		十三 (1-5)	3110	4	船舶及浮動設施製造業
邊		十三 (1-5)	313	_	自行車及其零件製造業
及	營造業	九(1)	4100		建築工程業
<i>x</i>		+ (2)	4552	4	服裝及其配件批發業
水		+ (2)	4553	4	鞋類批發業
1.0		+(3)	4732		服裝及其配件零售業
平	服	+(3)	4733	4	鞋類零售業
	務	三(1)	5811	4	新聞出版業
產	業	三(1)	5812	4	雜誌及期刊出版業
業	*	六 (1)	5820	1	軟體出版業
ж		十三 (4)	59	4	影片及電視節目業;聲音銷 製及音樂發行業

# 報告書(p.182-297)



# 《運動產業發展條例》與運動產業衛星帳產業類別對照一覽表(3/3)

產業別	分類	運產條例產業 類別對照編號	行業分 類標準	運動涵蓋	運動產業衛星帳 產業行業別
運		三 (2) 六 (2)	6020	4	電視節目編排及傳播業
動	服	六(3) 八(1)	7020	4	管理顧問業
3/1	務	八(2)	7603	4	藝人及模特兒等經紀業
周	業	五	7900	4	旅行及相關服務業
		+=(1)	86		醫療保健業
邊		四	9020		藝術表演業
		t	9200	4	博弈業
及		+ (1-2)	1309	4	其他皮革及毛皮製品製造業
水	其他	十三 (1-3)	2599	4	未分類其他金屬製品製造業
平文	兵動 產業	十三 (1-5)	3190	4	未分類其他運輸工具及其零 件製造業
產	<b>性</b> 素	+ (1-4)	3399	4	其他未分類製造業
業		八(4) 十二(2)	9319	4	其他運動服務業

🙀 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# (六)運動供給統計表編製-臺北市運動產業運動比重一覽表(1/3)

運動產業衛星帳	i	運動比重(%)			
產業行業別	2017年	2018年	2019年	資料取得說明	
體育用品製造業	100.00	100.00	100.00		
玩具及遊戲機製造業	(*)	(*)	(*)		
運動用品及器材批發業	100.00	100.00	100.00		
玩具及娛樂用品批發業	1.22	1.29	1.33	本研究計算	
運動用品及器材零售業	100.00	100.00	100.00		
玩具及娛樂用品零售業	1.38	1.39	1.44	本研究計算	
個人及家庭用品租賃業	9.00	9.41	9.55	本研究計算	
運動及休閒教育業	100.00	100.00	100.00		
職業運動業	100.00	100.00	100.00		
運動場館	100.00	100.00	100.00		
非酒精飲料製造業	0.74	0.74	0.69	本研究計算	
成衣製造業	2.79	2.76	2.81	本研究計算	
服飾品製造業	1.87	1.84	1.88	本研究計算	
鞋類製造業	11.07	10.92	9.99	本研究計算	

# 報告書(p.182-297)



# (六)運動供給統計表編製-臺北市運動產業運動比重一覽表 (2/3)

運動產業衛星帳		運動比重(%	<b>(6)</b>	* HT. /8 10 on
產業行業別	2017年	2018年	2019年	資料取得說明
汽車及其零件製造業	(*)	(*)	(*)	
船舶及浮動設施製造業	(*)	(*)	(*)	
自行車及其零件製造業	0.06	0.06	0.06	本研究計算
建築工程業	5.62	5.71	6.04	本研究計算
服裝及其配件批發業	19.25	17.46	18.24	本研究計算
鞋類批發業	7.29	6.60	6.83	本研究計算
服裝及其配件零售業	19.25	17.46	18.24	本研究計算
鞋類零售業	7.29	6.60	6.83	本研究計算
新聞出版業	4.34	4.24	4.80	教育部體育署(2019) 教育部體育署(2020)
雜誌及期刊出版業	0.92	0.89	1.07	教育部體育署(2019) 教育部體育署(2020)
<b>軟體出版業</b>	1.69	1.69	1.69	教育部體育署(2019) 教育部體育署(2020)
影片及電視節目業;聲音錄製及音樂發行業	(*)	(*)	(*)	

ان	0	臺北	市政	府	體育	局
1						

運動產業衛星帳	ŭ	重動比重(%)	次村工和公司	
產業行業別	2017年	2018年	2019年	資料取得說明
<b>走海然内格地力港後車</b>	0.50	0.50	0.00	教育部體育署(2019)
電視節目編排及傳播業	8.52	9.50	8.99	教育部體育署(2020)
管理顧問業	15.54	15.65	20.59	教育部體育署(2019)
F 还 假 问 兼	15.54	13.03	20.39	教育部體育署(2020)
第 1 12 战社 4 总统 6 4 率	0.81	0.80	1.10	教育部體育署(2019)
藝人及模特兒等經紀業	0.81		1.10	教育部體育署(2020)
旅行及相關服務業	0.91	0.94	1.39	教育部體育署(2019)
水们及相關服務系	0.91	0.94	1.59	教育部體育署(2020)
醫療保健業	0.40	0.40	0.64	教育部體育署(2019)
西旅标进来	0.40	0.40	0.04	教育部體育署(2020)
藝術表演業	(*)	(*)	(*)	
博弈業	28.77	28.87	26.97	本研究計算
其他皮革及毛皮製品製造業	(*)	(3/c)	(*)	
未分類其他金屬製品製造業	(*)	(*)	(*)	
未分類其他運輸工具及其零件製造業	(*)	(*)	(*)	
其他未分類製造業	(*)	(*)	(*)	
其他運動服務業	(*)	(*)	(*)	

# 報告書(p.182-297)



# (七)運動支出統計表編製-臺北市運動商品運動支出計算方式一覽表(1/2)

	運動商品		資料取得方式
	職業運動服務		供給等於支出
	運動場館服務		供給等於支出
	運動用品、器材批發服務		供給等於支出
	運動用品、器材零售服務		供給等於支出
運	運動及娛樂用品租賃服務		供給等於支出
~	運動及休閒教育服務		供給等於支出
۷.	運動成衣批發服務		供給等於支出
動	運動成衣零售服務		供給等於支出
	運動鞋類批發服務		供給等於支出
服	運動鞋類零售服務		供給等於支出
/I/C	運動經紀		供給等於支出
<b></b>	運動醫療		供給等於支出
務	運動博弈		供給等於支出
	運動觀光		供給等於支出
	運動傳播	<del>,                                    </del>	
	運動相關播放服務	運動賽事轉播	供給等於支出

● 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

	運動商	17 1010	資料取得方式	f體
	運動服飾品			ei City (
	運動成衣		教育部體育署(2019、2020) 供給等於支出+淨出口及其他	
	運動鞋類		教育部體育署(2019、2020) 供給等於支出+淨出口及其他	1
	運動用品及配備	•	h.	1
運	主要運動用品及配備	球類用具、田徑用品、衡浪 板、滑雪板、溜冰鞋、釣具 體操及健身器材、皮製運動 手套及運動帽製造	教育部體育署(2019、2020) 供給等於支出+淨出口及其他	X
助		競技自行車	本研究計算 供給等於支出+淨出口及其他	
產口	其他運動用品及配備	皮製鞍具及馬鞭、體育用槍 及彈藥、汽機車競速、帆船 滑翔翼、體育用安全防護帽 盔、護具、護膝、耳塞、運 動手環、圍棋、電競	供給等於支出	A CAS
品	運動飲料	, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	本研究計算 供給等於支出+淨出口及其他	
	運動場館設施		本研究計算 供給等於支出+淨出口及其他	1
	運動傳播	00		1
	運動相關出版品	書籍、雜誌	供給等於支出	
	運動相關錄影片	紀錄片	供給等於支出	



# 四、106~108年臺北市運動產業衛星帳數據分析比較

# 106~108年臺北市運動產業衛星帳比較

	106年	107年	108年
生產總額	62,761.99	63,731.38	70,827.42
	佰萬元	佰萬元	佰萬元
生產毛額	34,661.58	34,754.42	38,302.61 <b>△</b>
	佰萬元	佰萬元	佰萬元
場所單位數	4,621	4,524	4,9068
	家	家	家
從業員工數	29,090 人		30,746 人
Mill	= 3	·	

🍘 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 四、106~108年臺北市運動產業衛星帳數據分析比較 2017~2019年全國與臺北市產業GDP占比對照一覽表

統計	(A) (B)		(C)	GDP	占比
數據	收據 全國 臺北市 臺北·		臺北市		
	生產毛額	生產毛額	運動生產毛額	(B/A)	(C/B)
年度	(GDP)	(GDP)	(GDSP)		
2017年	18,054,749	3,599,976	34,661	19.94%	0.96%
2017年	佰萬元	佰萬元	佰萬元	19.94%	0.96%
2018年	18,451,874	3,902,237	34,754	21.15%	0.89%
2010年	佰萬元	佰萬元	佰萬元	21.13%	0.89%
2010 5	18,882,644	3,993,337	38,303	21 150/	0.000
2019年	佰萬元	佰萬元	佰萬元	21.15%	0.96%

📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

91

# 報告書(p.182-297)



· 臺北市各運動產業生產毛額(GDSP) 占比

	2017年	2018年	2019年
1	服裝及其配件零售業	服裝及其配件零售業	管理顧問業
2	管理顧問業	管理顧問業	服裝及其配件零售業
3	運動用品及器材批發業	運動用品及器材批發業	運動用品及器材批發業
4	建築工程業	建築工程業	建築工程業
5	電視節目編排及傳播業	電視節目編排及傳播業	電視節目編排及傳播業



# 五、對應《運動產業發展條例》產業類別分佈情形

個別運動產業之「運動生產總值」、「運動生產毛額」及「從業員工人數」占比

	2017年	2018年	2019年
1	運動用品或器材製造、批 發及零售業	運動用品或器材製造、批 發及零售業	運動用品或器材製造、批發 及零售業
2	運動場館業或設施營建業	運動場館業或設施營建業	運動場館業或設施營建業
1	範圍豐臺北 住•若再以以「 近年來在北市 拓展之下,該 運動用品或三順位, 易言	項目,而由於在《運動產業 市區域內運動產業的發展 服務業」為首要的核心重點 府各個相關局處的大力推 產業名列於整體產業類別 之,可以充分凸顯出投入 ,業已逐漸開花結果。	分佈而言 明顯是 點類別,此即可代 廣及支持 型態及 排名的第
2	運動經紀、管理顧問或行 政管理業	運動經紀、管理顧問或行 政管理業	運動經紀、管理顧問或行 政管理業
3	電子競技業	電子競技業	電子競技業

### 報告書(p.182-297)



### 六、臺北市與上海市的2017~2019年運動產業產值之比較

將上海市的11大運動產業類別與臺北市對應,劃分為以下7大類別運動產業:

### 對應之臺北市運動產業類別名稱 上海市體育產業類別名稱 一.體育管理活動業、體育競賽表 9職業運動業、10運動場館 演活動業、體育場地與設施管理業 二.體育健身休閒活動業、體育教 8運動及休閒教育服務業 育與培訓業 三.體育經紀與代理、廣告與會展、29管理顧問業、30藝人及模特兒等經紀業、31旅行及相關 表演與設計服務、其他體育服務業代訂服務業、32醫療保健服務業、34博弈業 24新聞出版業、25雜誌(期刊)出版業、27影片服務、28 四.體育傳媒與信息服務業 電視傳播及付費節目播送業 1體育用品製造業、11非酒精飲料製造業、12成衣製造業、 13服飾品製造業、14鞋類製造業、18自行車及其零件製造 五.體育用品與相關產品製造業 3運動用品、器材批發業、4玩具、娛樂用品批發業、5運 六.體育用品及相關產品銷售、出 動用品、器材零售業、6玩具、娛樂用品零售業、7個人及 家庭用品租賃業、20服裝及其配件批發業、21鞋類批發業 租與貿易代理業 22服裝及其配件零業、23鞋類零售業、26軟體出版業 七.體育場地設施建設業 19建築工程業 👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# 臺北市及上海市之2017~2019年的7大類別運動產業占比

上海市體育產	<b>崖業類別名稱</b>	上海市 2017運動 產業與運 動生產總 值占比	上海市 2018運動 產業與運 動生產總 值占比	上海市 2019運動 產業與運 動生產總 值占比	臺北市 2017運動 產業與運 動生產總 值占比	臺北市 2018運動 產業與運 動生產總 值占比	臺北市 2019運動 產業與運 動生產總 值占比
一.體育管理活動 演活動業、體育 <sup>1</sup> 業		9.7%	8.7%	5.7%	8.2%	8.5%	7.8%
二.體育健身休閒 育與培訓業 三.體育經紀與代	臺北市及上海市					3-0	1.4%
表演與設計服務業	大城市皆以運動					Annual Control of the	23.5%
四.體育傳媒與信	息服務業	6.8%	8.7%	7.3%	9.0%	9.7%	8.5%
五.體育用品與相	關產品製造業	32.6%	23.5%	18.9%	6.0%	6.1%	5.8%
六.體育用品及相 租與貿易代理業	關產品銷售、出	36.4%	39.4%	38.1%	47.4%	45.6%	43.3%
七.體育場地設施	建設業	2.0%	0.6%	1.7%	9.4%	9.5%	9.6%
總	和	100%	100%	100%	100%	100%	100%

# 報告書(p.182-297)



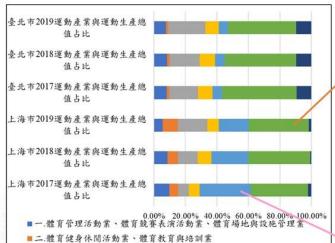
# 臺北市及上海市之2017~2019年的7大類別運動產業占比

📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

上海市體育產業類別名稱	上海市 2017運動 產業與運 動生產總 值占比	上海市 2018運動 產業與運 動生產總 值占比	上海市 2019運動 產業與運 動生產總 值占比	臺北市 2017運動 產業與運 動生產總 值占比	臺北市 2018運動 產業與運 動生產總 值占比	臺北市 2019運動 產業與運 動生產總 值占比
一.體育管理活動業、體育競賽表 演活動業、體育場地與設施管理 業	9.7%	8.7%	5.7%	8.2%	8.5%	7.8%
二.體育健身体閒活動業、體育教 育與培訓業	5.8%	6.5%	9.4%	1.5%	1.5%	1.4%
三.體育經紀與代理、廣告與會展、 表演與設計服務、其他體育服務 業	6.7%	12.6%	18.9%	18.5%	19.1%	23.5%
四.體育傳媒與信息服務業	6.8%	8.7%	7.3%	9.0%	9.7%	8.5%
五.體育用品與相關產品製造業	32.6%	23.5%	18.9%	6.0%	6.1%	5.8%
六.體育用品及,2019年臺北市及 租與貿易代理計為第二高,顯示					6%	43.3%
七.體育場地設療保健及博弈行					.5%	9.6%
總和	100%	100%	100%	100%	100%	100%



# 臺北市及上海市之各年度的7大類別運動產業占比



臺北市及上海市的第六項「體 育用品及相關產品銷售、出租 與貿易代理業」兩市所佔比例 皆為最大。

上海市則分別以第五項「體育 用品與相關產品製造業」與第 三項「體育經紀與代理、廣告

與會展、表演與設計服務、其 他體育服務業」則互相消長。

- ■三.體育經紀與代理、廣告與會展、表演與設計服務、其他體育服務業
- ■四.體育傳媒與信息服務業
- ■五.體育用品與相關產品製造業
- ■六.體育用品及相關產品銷售、出租與貿易代理業
- ■七.體育場地設施建設業

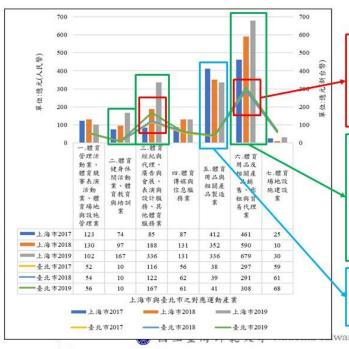
📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

97

### 報告書(p.182-297)



### 臺北市及上海市7大類運動產業的發展趨勢



臺北市仍以「體育用品及相關產 品銷售、出租與貿易代理業」、 「體育經紀與代理、廣告與會展 表演與設計服務、其他體育服務 業」為發展主軸。

上海市的「體育健身休閒活動業 體育教育與培訓業」、「體育用 品及相關產品銷售、出租與貿易 代理業」、「體育經紀與代理、 廣告與會展、表演與設計服務、 其他體育服務業」則有穩定正向 發展趨勢,已成近年發展主軸。

不可避免的,「體育用品與相關 產品製造業」的比例將呈現逐步 萎縮的情形。

wan Normal University

### 報告書(p.298-313)



# 柒、臺北市運動產業問卷調查

# 一、目的

分析臺北市運動產業經營現況

年度營業額、毛利率、產業及商品佔運動比重

- 完整運動衛星帳之商品及產業運動比重帳表
- 瞭解不同運動產業之結構及相關程度
- 後世大運及新冠肺炎疫情之產業動態與影響

🔐 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

99

### 報告書(p.298-313)



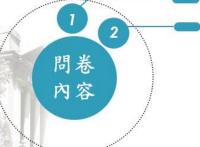
# 二、調查時間

共舉行4場,製造業及服務業各2場調查

110年2月

111年3月

# 三、問卷內容



經專家座談會及前測後定稿

- 調查內容

- 接單生產方式
- 貨物流向
- 企業員工人數 · 企業生產屬於運動相關產業比重
- 營業據點 · 商品屬於運動相關商品比重 銷售金額 · 世大運後營運狀況 運動佔比 · 新冠肺炎疫情之影響

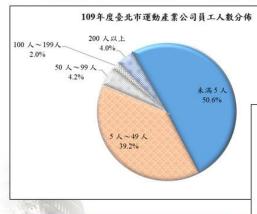
👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.298-313)



# 四、調查結果

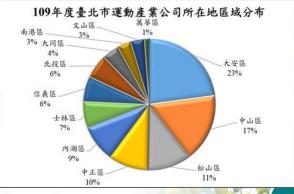
# (一)臺北市運動產業109年底員工人數與營業據點區域分布情形



「未滿5人」的公司最多, 其次為「5人~49人」

• 兩者合計約占90%

所在地區域分布,以大安區 最多,其次為中山區



圖立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

101

### 報告書(p.298-313)



# (二)臺北市運動產業108及109年的銷售總額

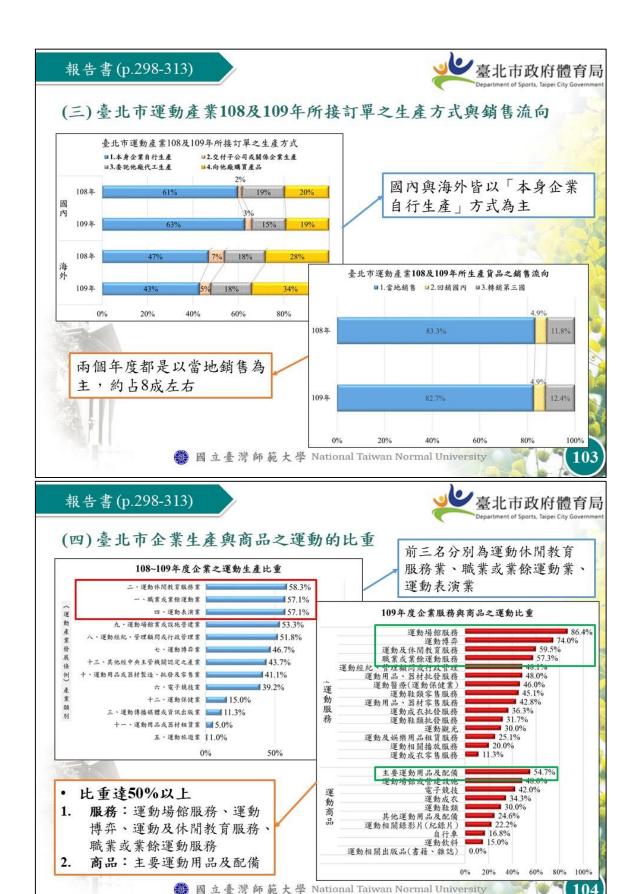
108年

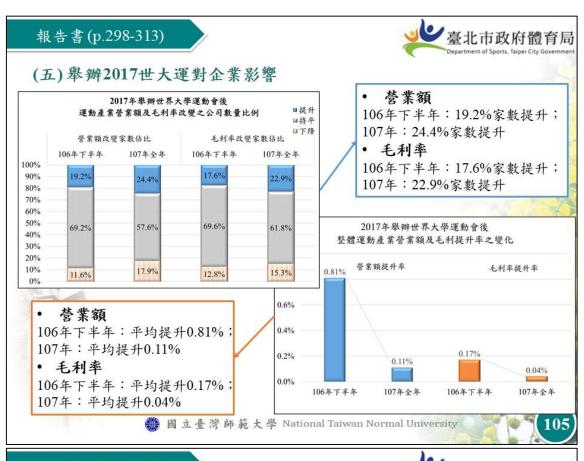
- 銷售總額平均122,744仟元
- 運動產業或商品銷售金額平均23,057仟元
- 運動產業或商品銷售金額占銷售總額的百分比平均18.7%

109年

- 銷售總額平均137,310仟元
- 運動產業或商品銷售金額平均19,428仟元
- 運動產業或商品銷售金額占銷售總額的百分比平均14.1%

🚜 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University







# 報告書(p.298-313)



# 五、結論與建議



臺北市的運動產業以中小型的服務業為主,銷售流向有80%以上是在臺灣當地銷售。



為預防產業遇到重大災害以致無法經營,政府可協助業者一起籌措運動產業風險基金。



「運動場館」、「運動及休閒教育服務業」及「職業或業餘運動業 為臺北市運動產業主軸,政府須維持其產業發展,適度減稅或加強 補貼,同時要增加舉辦賽會以**增強市民的運動意識**。



臺北市的運動相關產業的生產總值,因世大運在中後世大運的2017及2018年期間,增加了0.92%。



「內需市場的興衰」、「國際市場的景氣」是為影響運動相關產業經營的兩面刃,政府須適時提供,業者須即時掌握兩者訊息,才能對未來經營的變化,做出因應決策。

👸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

107

### 報告書(p.314-324)



# 捌、2017臺北世大運中後期經濟效益評估

世大運對舉辦城市的經濟影響:

🚜 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.314-324)



# 一、拉動主辦城市經濟增長

- 2017年臺北世大運的舉行,包括商業推廣、贊助商活動、廣告、世大運營銷、場館建設、門票及轉播權在內,帶來了45.5億新台幣的經濟效益(FISU,2018年)。
- 世大運營運期間,將為關聯產業創造新台幣74.4億產值,以及44.6億附加價值,合計約119億元(教育部,2017年)。

### 二、帶動服務輸出乘數效應

由於世大運讓臺北市學習到寶貴的服務能力,形成旅遊服務業、文化創意產業、運動產業加上原本具優勢的金融服務產業,將可帶動並堅定臺北市具服務業特色的產業發展格局,以上的影響或可支撐後世大運的臺北市避開大型賽會舉辦之後的低谷效應,甚至獲得經濟持續成長的機會。

### 三、加速經濟轉型

臺北市消費需求將會走向多樣化,市場亦穩步擴張。世大運之後,除了運動用品之外旅館、休閒旅遊、教育、醫療、保健和其他運動服務相關財貨的購買意願將會繼續上升。在世大運會結束後,雖然特殊的、超常規的需求會消失,但後續運動所衍伸的需求將繼續擴張。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



### 報告書(p.314-324)



# 四、中後世大運時期(2017~2018年)的經濟效益

(一) 2012到 2019年臺灣的景氣對策信號



2015~2019年作為評估臺北市中後世大運期間

🚜 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.314-324)



### (二)世大運對於臺北市中後世大運期間所貢獻的國民生產毛額

- 對照中後世大運的影響的參考年度:2015及2019年
- 中後世大運的影響期間:2017~2018年



報告書(p.314-324)

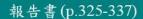


# (三)世大運對於臺北市中後世大運期間所貢獻的年就業人數

- 對照中後世大運的影響的參考年度:2015及2019年
- 中後世大運的影響期間:2017~2018年



🚜 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University





# 玖、新冠肺炎疫情對臺北市運動產業衝擊

一、後疫情時代臺北市民眾生活改變概況





🔐 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

113

### 報告書(p.325-337)

# **业**臺北市政府體育局

# 二、中後疫情時代對臺北市運動產業的影響

(一)臺北市運動相關產業在2020年受到疫情的影響-運動相關製造業



### **尝業額**

製造業的2020年營業額的衰退 幅度在-7.15%至-66.0%之間

自行車及其零件製造業 其他運動製造業 未分類其他金屬製品製造業 34.00% 電腦、電子產品及光學製品製造業(非遊戲· 30,71% 未分類其他運輸工具及其零件製造業 玩具製造業 30.00% 28.76% 鞋额製造業 26.66% 機類製造業 電腦、電子產品及完學製品製造業(遊戲產業) 25.00% 20.00% 汽車及其零件製造業 其他非運動製造業 20.00% 針纖外衣製造業 **16.00%** 梭織外衣製造業 體育用品製造業 **15.00%** 8.94% 建築工程業 設施營建業 - 5.00%

製造業的2020年毛利率的衰退 幅度在-5.76%至-66.0%之間

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.325-337)



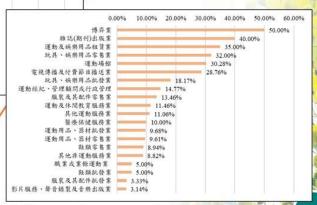
# 二、中後疫情時代對臺北市運動產業的影響

(一)臺北市運動相關產業在2020年受到疫情的影響-運動相關服務業



### 營業額

製造業的2020年營業額的衰退 幅度在-1.66%至-50.0%之間



### 毛利

製造業的2020年毛利率的衰退 幅度在-3.14%至-50.0%之間

🚜 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

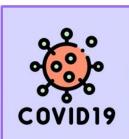


### 報告書(p.325-337)



二、中後疫情時代對臺北市運動產業的影響

(二)小結





- 營業額平均下降17.66%
- 毛利率下降21.35%



人事縮編及裁員的比例約4.76%



👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 臺北市政府體育局 報告書(p.325-337) 三、臺北市運動產業受疫情影響之紓困及企業營運影響之環境 因素情況與認知 (一)受疫情影響之紓困補助 申請紓困振興方案之類型(可複選) ■體育署■其他單位 平均補助金額 體育署 25.5萬 減輕營運衝擊方案 其他單位 91萬 平均補助金額 體育署 8.3萬 貸款利息補貼方案 其他單位 56萬 平均補助金額 體育署 16.2萬 17 補助受影響相關從業人員之酬勞方案 其他單位 178萬 平均補助金額 體育署 其他方案的補助 其他單位 28.7萬



### 報告書(p.338-341)



# 壹拾、資料視覺化分析呈現



### 賽事活動投入估算

- 以世大運及臺北馬生產乘數為基礎,可估算綜合、單向賽會之投入產出。
- 世大運視覺化呈現。

### 103-108年臺北市運動 產業衛星帳視覺化

- 103-105年、106-108年 臺北市運動產業衛星 帳視覺化呈現。
- 比較各年度「運動商品供給與支出差異」、「運動生產毛額與總額差異」視覺化呈現。

### 報告書(p.342-363)



# 壹拾壹、結論與建議

### 一、結論

# (一) 2017-2019年臺北市運動產業整體的生產、消費與就業情形

年度	生產總額	消費支出	就業人數
2017年	627.6億元	622.0億元	29,090人
2018年	637.3億元	630.0億元	28,650人
2019年	708.2億元	694.8億元	30,746人

近年臺北市運動產業或商品的供給與支出都是逐年上升的趨勢,唯運動產業就業人數在2018年稍有下降,2019年則正常回升。

🚇 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.342-363)



# (二) 臺北市與上海市運動產業的比較分析



臺北市及上海市皆以運動服務產業作為運動先進城 市的發展主軸。

### 上海市的體育用品與相關產品製造業

32.6%

**→** 18.9%

2019年上海市的運動服務產業占運動生 產總額的79.4%



🔐 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

121

# 報告書(p.342-363)



# (三)臺北市較具特色的運動產業

• 臺北市核心運動產業



(管理顧問業及藝人及 模特兒等經紀業)



運動成衣零售業



運動用品及 器材批發業

• 臺北市潛力運動產業



運動場館業



電視傳播及付 費節目播送業 • 臺北市中堅運動產業



運動成衣批發業

🛞 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# (三)臺北市較具特色的運動產業

• 2017~2019年電子競技業在臺北市的發展



「運動生產總值」的比重分別為12.90%、13.58%及13.58%



「運動生產毛額」的比重分別為9.32%、9.91%及11.02%



「場所單位家數」的比重分別為7.51%、8.26%及10.65%



「從業員工人數」的比重分別為7.83%、8.20%及9.26%

📸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.342-363)



# (四)臺北市運動產業關聯效果

• 2016~2019年臺北市較高向前關聯效果之運動產業













體育用品製造業

零件製造業

2016~2019年臺北市較高向後關聯效果與間接效果之運動產業





體育用品製造業 職業運動業







電視傳播及付 非酒精飲料費節目播送業 製造業





國 襪類製造業 力



等經紀業



VE 博弈業 「梭織外衣製造業





### (五)2017世大運經濟效益評估

• 世大運對於臺北市中後世大運期間所貢獻的國民生產毛額



2017及2018年臺北市GDP年成長率分別為1.04%、0.13%, 共1.17%。



2017臺北世大運可能提升的臺北市GDP年成長值分別為412億元、 50億元,共約462億元新台幣。

世大運對於臺北市中後世大運期間所貢獻的年就業人數



2017及2018年臺北市就業率分別為0.09%、0.05%, 共0.14%。



換算成世大運可能提升的臺北市年就業人口成長值分別為1,131人、 665人,共1,796人。

👸 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.342-363)



- 二、建議
- (一) 聚焦服務產業,提升產業效能



根據研究結果與《工業及服務業普查》資料佐證,臺北 市境內的「體育用品製造業」出現顯著外移現象。



運動服務為導向的產業類別相較明顯增長,代表臺北市 運動產業發展已逐漸聚焦於「服務業」為首要核心。



建議可多加挹注於與運動服務較密切相近的關聯產業, 同時亦可透過獎勵補助,鼓勵民間相關業者增加投入資 源,以激升產業效能、擴大產業效益。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

### 報告書(p.342-363)



### (二)應用科技創新,接軌新興潮流



近年來新興產業在AI人工智慧、穿戴裝置、物聯網串連等嶄新科技的挹 注搭配與普及應用,對於實務人力運用需求,其依賴性相較於過往傳統 產業大幅下降。



應全面鼓勵各類別產業進行改革創新,配合日新月異的科技發展,與時 俱進,甚或進行跨領域異業整合,以有效提升產業競爭能力,接軌國際、 放眼世界。

# (三) 串接產業關聯,創造藍海多贏



運動產業衛星帳 運動投入產出模型

評估

「運動產業」與「舉辦運動賽會」 所帶動臺北市境內的經濟效益水準 審視評估各項經費補助,以及衡量 檢討辦理綜效的實質具體參照依據

國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

127

### 報告書(p.342-363)



### (四)疫後運動產業發展,推動防疫新生活



有鑑於運動科技的發展及全球化的趨勢,且隨著後疫情時代的到來,民 眾的運動習慣逐漸改變,對於運動項目的偏好也有所差異,逐漸接受如 視覺感測回饋等新型態運動。



熊好動使用率有逐漸上升的趨勢,整體使用率為53.84%,消費使用區域 也符合臺北市運動場館的分佈。然而,熊好動整體使用率位居最末,可 透過擴增使用定義範疇、使用者滿意度調查刺激使用率。

# (五)強化公私協力,國際運動賽事扮演運動產業拉力



AR/VR結合體育運動已成為風潮,國內資訊服務業擅長硬體卻缺乏軟體 與內容能力,這時可透過臺北市數位轉型策略,並以大型國際運動賽視 為拉力,例如:2025世界壯年運動會。



運動場館科技化顯然已是全球發展的趨勢,此成長動能來自於消費者對 於運動所產生的娛樂性、體驗感與參與度更加重視。如何與運動產業以 既有的堅實基礎相互結合,建立創新應用場域與營運模式,將是形塑臺 北市智慧運動與賽事觀賞的重要課題。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University



# (五)強化公私協力,國際運動賽事扮演運動產業拉力



臺北市的運動產業隨著電競市場成長成為必然趨勢,運動產業應注重品牌形象建立與維持,同時也建議業務單位可與企業合作建立軟硬體生態圈,藉由電競往上游發展至遊戲產業,才能提升電競市場發展。



建議可建構智慧運動科技示範教學場域,提供課程模組教學演習及同學專題實作支援。在完成教材開發後,除了可提供學分學程,亦可推廣到校外人士,舉辦相關短期訓練課程或工作坊,擴散人才培育績效。

### (六)打造活力、友善、卓越的運動城市



建議業務單位未來可協助運動產業企業、機關或籌辦賽事單位訂立永續策略目標及執行範疇,確保各項決策都能達到環境永續、社會責任、企業治理3者間的平衡,並建立短、中、長期的ESG治理架構。未來也可針對運動設施制定永續環境作業原則或運動賽事環境永續評估模式,從場館興建規劃作業開始啟動環境永續的思維。

👪 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University

129



# 簡報結束数請指教

圖 國立臺灣師範大學 National Taiwan Normal University