

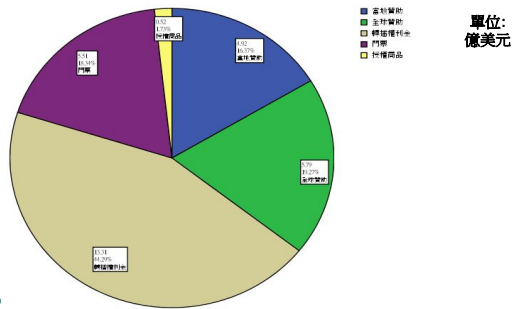
運動產業發展

國立新竹教育大學
許建民

前言

- 1984年洛杉磯奧運籌委會結合企業贊助資源
 - 奧運五環的潛在商業價值
 - 轉播權利金
 - 頂級贊助企業 (TOP)
- 各項職業運動
 - MLB球員年薪
 - 超級盃廣告費用
 - 代言費
- 運動已是重要的商業活動，藉由運動可創造經濟產能

奧運行銷分配 - 雪梨奧運



全球贊助夥伴 (TOP)

	TOP I (9)	TOP II (12)	TOP III (10)	TOP IV (11)	TOP V (11)	TOP VI (11)
全球贊助廠商	Coca-Cola Kodak VISA Panasonic TIME Fed Express Phillips 3M	Coca-Cola Kodak VISA Panasonic Sport Illustrated Brother U.S. Postal Phillips 3M Baush& Lomb Mars Ricoh	Coca-Cola Kodak VISA Panasonic Sport Illustrated Xerox UPS John Hancock IBM Baush& Lomb	Coca-Cola Kodak VISA Panasonic Sport Illustrated Xerox Swatch John Hancock Schlumberger McDonald	Coca-Cola Kodak VISA Panasonic Sport Illustrated Xerox Swatch John Hancock Schlumberger McDonald	Coca-Cola* Kodak* VISA* Panasonic Lenovo General Electric* Swatch* 2010 John Hancock Aos Origin Samsung McDonald*
贊助金額	9500萬美元	1億7500萬美元	2億7900萬元	5億7900萬美元	6億300萬元	*表示已簽下贊助至2012年

中華職棒 - 電視轉播權利金

年度	總金額 (萬)	隊數	平均 (萬)	總比賽場數	每場平均 (萬)	轉播系統
5	3000	6	500	270	11.11	年代
6	3000	6	500	300	10	年代
7	3000	6	500	300	10	年代
8	51628	7	7375	336	153.65	緯來
9	36000	6	6000	315	114.29	緯來
10	36000	6	6000	278	129.50	緯來
11	9600	4	2400	180	53.33	緯來
12	9600	4	2400	180	53.33	緯來
13	9600	4	2400	180	53.33	緯來
14	21000	6	3500	300	70	緯來、年代
15	23400	6	3900	300	78	緯來、年代
16	37200	6	6200	300	124	緯來、ESPN

王建民代言

日期	廣告名	秒數	類別
2007062	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
2007423	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	10	體育廣告
2007418	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	10	體育廣告
2007422	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	5	體育廣告
2007531	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
2007532	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	40	體育廣告
2007531	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
2007514	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
2007514	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
2007510	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	15	體育廣告
2007510	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	15	體育廣告
2007523	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	20	體育廣告
2007515	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	15	體育廣告
2007515	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
2007511	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	20	體育廣告
2007519	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	20	體育廣告
20061230	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
20061230	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
20061228	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	20	體育廣告
2006128	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	15	體育廣告
2006122	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	15	體育廣告
2006121	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
20061127	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
20061116	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	5	體育廣告
20061116	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	40	體育廣告
2006116	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	40	體育廣告
20061023	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	15	體育廣告
20061023	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	20	體育廣告
20061016	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	5	體育廣告
20061016	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	60	體育廣告
20061016	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告
20061016	中華職棒中華職棒-轉播轉播贊助廣告	30	體育廣告

一、何謂產業

● 產業vs.事業vs.企業

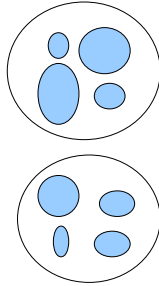
- 事業
- 企業
- 產業

● sports vs. sport

- Sports
- Sport

● Sport industry

● Sport marketing



一、何謂產業

● 產業：一群相似事業的結合體

- 相似性
- 聽過的產業
- 觀光產業：旅行社...

● 聯合國的產業分類

- 第一級產業
- 第二級產業
- 第三級產業

二、運動產業

● 最早提出『運動產業』一詞的是20年前的〈運動企業雜誌〉(Sports Inc.)

● 1985年首次對運動產業進行調查

- 主要範疇如球賽門票收入、運動商品、場館內食品、授權商品、轉播權利金等

● 【運動產業的規模】

	年代	金額	漲幅	排序
● 第一次	1986	473億		
● 第二次	1987	502億	+6.1%	23
● 第三次	1988	631億	+7.5%	22

● 【運動產業】是一個市場，它提供給消費者的產品包括運動、體適能、娛樂或休閒相關的活動、服務、人、場地及觀念。

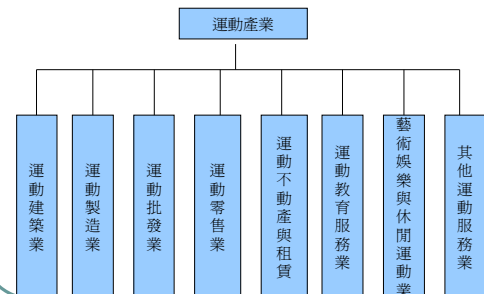
- 2001年運動商業週刊也進行運動產業調查，結果產值為1,960億。
- 產業區隔包含：運動旅遊、多媒體、賭博、球團營運支出、廣告、代言、器材/服裝、場館建造費用、網際網路、授權商品、媒體轉播權利金、專業服務、門票收入、贊助金額、運動醫療等。

二、運動產業

● 【運動產業的產品】

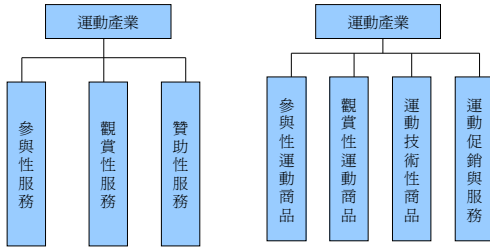
- 提供參與性的運動產品
- 提供可觀賞的運動產品
- 提供為參加運動所需的裝備與衣服
- 促銷體育活動、運動賽會的宣傳廣告
- 興建運動設施
- 服務
- 休閒娛樂活動
- 管理賽會、活動的私人公司
- 經紀人
- 出版商

三、運動產業區隔

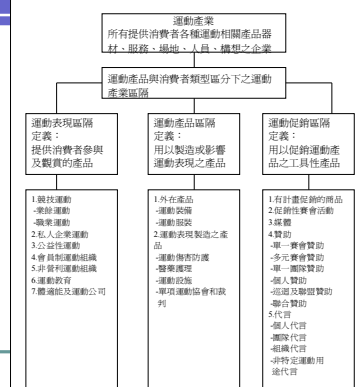


運動產業區隔

- Chelladurai(1996)
- 黃煜與林房儂(2000)



三、運動產業區隔-Pitts, Fielding, & Miller (1994)



運動產業區隔-葉公鼎 (2001)



肆、國內運動產業現況

時期	奠基期 (50-59年)	前發展期 (60-74年)	後發展期 (75-89年)	轉型期 (90年以後)
特徵	運動用品批發零售業及少數運動用品製造業	引進國外生產技術 OEM	運動產品成熟 深獲國際好評 創新技術提昇價值	參考先進國家經驗 推展運動產業
有利因素	九年國教 三級棒球	體育司成立 區運會	運動專業人才 培育 職棒職籃	研擬運動產業政策
成就	小規模外銷日本	自創品牌 肯尼士	世界運動用品 主要輸出國之一	結合文化、 休閒、 旅遊、 觀光

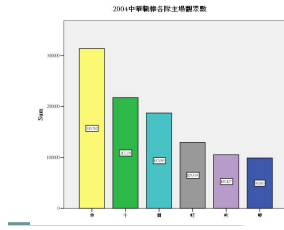
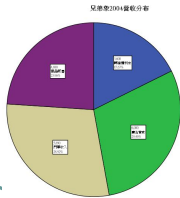
- 進入21世紀，運動產業逐漸受到政府的重視，體委會2001年調查台灣的運動產值約為806億。並預估
 - 2006年達2,500億
 - 2008年達3,800億
- 經建會2004年全國服務業發展會議將觀光及運動休閒服務業列為重點發展計畫

參與性運動商品

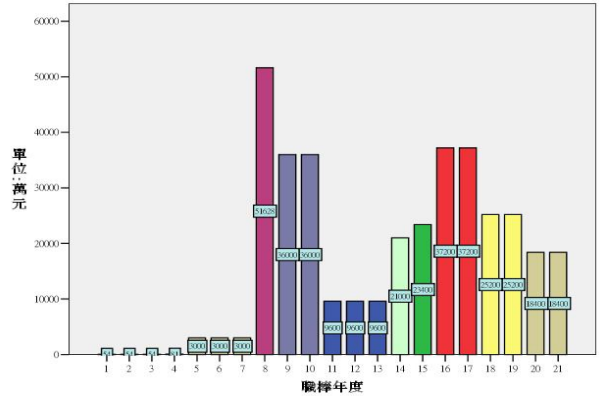
- 主要提供消費者參與運動的機會
 - 高爾夫球場、保齡球館、健身俱樂部等
 - 國內參與健身俱樂部約45萬，佔全人口2%
 - 慢跑、游泳、籃球是運動人口較多的項目
 - 自行車島計畫

觀賞性運動商品

- 例行性提供
 - 職棒、SBL
- 非例行性
 - 國際賽會、國內賽會



職棒歷年轉播權利金



運動技術性商品

- 運動用品製造業
 - 生產基地外移
 - OEM, ODM, OBM
 - 寶成、喬山、捷安特
- 運動用品販售業
 - 運動鞋進口持續增加
 - 運動用品的經營策略
 - PUMA也出車子
- 運動場館建築業
 - 運動公園、自行車道
 - BOT、OT

運動贊助服務

- 運動促銷服務業（贊助）
 - 偏愛贊助運動
 - 知名企業投入贊助行列
 - 冠名贊助活動
- 運動大眾傳播業
 - 平面媒體、電子媒體
 - 轉播權利金
- 運動資訊出版業
 - 書籍、錄影帶、電玩

運動贊助服務

- 運動管理服務業（運動經紀公司）
 - 協助運動組織或個人處理商業化事務
- 運動彩券
 - 盈餘分配
- 授權商品銷售
 - WANG 40
- 運動旅遊業
 - 親自參與、純觀賞



伍、運動產業影響因素

- 【影響運動產業成長與發展的因素】
 - 新興運動、體適能及休閒活動的增加
 - 相同運動數量的增加
 - 運動及商業雜誌形式及種類的增加
 - 閒暇時間增加
 - 大眾傳播媒體接觸增加
 - 1970年代體適能運動風潮
 - 運動設施、項目及參加者型態及數量的增加
 - 不同市場區隔之運動相關產品及服務的增加
 - 職業水準之運動、體適能及休閒活動的型態及數量增加
 - 由單一目標到多重目標的改變

伍、運動產業影響因素

- **【影響運動產業成長與發展的因素】**
- 不同運動人口的增加
- 從一般企業界獲得贊助與捐贈之增加
- 代言商品的增加
- 運動教育的增加
- 利潤的增加
- 運動相關的用品、服務及訓練科技的提升
- 運動被視為一種消費產品的增加
- 運動產業行銷及行銷導向的增加
- 運動管理專業能力的增加
- 運動及運動產業的全球化

陸、運動產業未來發展及因應之道

- 人口結構改變
 - 高齡化、少子化
- 運動全球交流
 - 國際運動組織輸入其產品
- 運動科技創新
 - HI-HD
- 政府明確的政策
 - 製造業升級與擴大內需

問題與討論

- 運動產業形成的主要原因有哪些？
- 運動產業中提供參與性運動商品的行業可能有哪些？
- 目前運動用品設計的重點方向為何？
- 政府單位有哪些政策的重點在提升國人運動風氣？
- 「高齡化」是目前國內的人口結構主要趨勢，請分析目前運動用品市場有哪些運動商品是依據這個發展而誕生？