

出國報告（出國類別：考察）
教育部體育署

2019 赴大陸「2019 中國國際體育用品博覽會參訪團」返國報告

服務機關：教育部體育署綜合規劃組

姓名職稱：莊家幸 科員

派赴國家：中國大陸上海

出國期間：108.05.22-26

報告日期：108.06.20

摘要

本次考察係 108 年出國計畫之一，為促進兩岸運動產業產、官、學界的交流，增加國內運動產業之發展，並作為 2020 運動產業博覽會籌劃辦理之經驗學習、交流，委託中華奧會規劃安排參觀訪問 108 年 5 月 23 日至 26 日在大陸上海舉辦之 2019 年中國國際體育用品博覽會(下稱體博會)，學習體博會辦理方籌劃過程，汲取辦理模式、經驗，並瞭解大陸最新運動產業發展趨勢，另參訪上海體育學院及校內建置之中國武術博物館，針對大陸運動產業整體發展對談交流；並參觀了崇明體育訓練基地以及東方綠洲體育訓練基地，瞭解大陸選手培育的政策；最後參觀上海體育博物館，觀賞奧運文物保存。本文就拜會相關機構，提出訪談心得及未來建議，作為推動運動產業相關業務及辦理 2020 運動產業博覽會策展參考。



目錄

摘要	1
壹、目的	3
貳、過程	4
參、心得及建議	26
肆、附錄－照片集錦	28

壹、目的

兩岸運動產業的相互交流，一向是近年來的交流重點項目之一。尤其中國在運動產業的快速發展，大陸四十六號文件強調要發展全民健身產業，應加快發展體育產業，促進體育消費，加速中國在運動產業的成長。該文件發布迄今已 5 年，體育產業總規模年增長約 18%，對於中國運動產業現況與策略規劃、執行過程及未來走向，值得我國從中學習。若能夠透過這個參訪機會與中國運動產業相關單位與機構相互交換意見，相信他山之石，必可攻錯，對於我國在提升運動產業產值勢必事半功倍。

另外我國將在 109 年辦理「2020 運動產業博覽會」，除了檢討改進 106 年第一屆辦理缺失外，亦積極汲取其他展覽經驗，中國國際體育用品博覽會迄今已辦理 37 屆，展覽內容包含「健身展區」、「場館設施、營造及地坪展區」、「球類運動展區」及「運動休閒展區」四大展區，並有周邊論壇活動等，展示最新產品及民眾體驗。本次參訪重點之一在與主辦單位交流，汲取執行面之籌劃經驗，作為「2020 運動產業博覽會」之參考。

本次考察係 108 年出國計畫之一，為促進兩岸運動產業產、官、學界的交流，增加國內運動產業之發展，積極提昇競爭力與國際接軌，並為國人建構優質運動休閒環境，委託中華奧會規劃安排參觀訪問上海運動健身產業，並配合 108 年 5 月 23 日至 26 日在大陸上海舉辦之中國國際體育用品博覽會，另參訪上海體育學院及校內建置之中國武術博物館，針對大陸運動產業整體發展對談交流；並參觀了崇明體育訓練基地以及東方綠洲體育訓練基地，瞭解大陸選手培育的政策；最後參觀上海體育博物館，觀賞奧運文物保存。本文就拜會相關機構，提出訪談心得及未來建議，作為推動運動產業相關業務參考。

貳、過程

一、考察行程表

日期	活動安排
5月22日 (星期三)	12:30-14:15 搭乘 CI201 (中華航空)台北松山機場(T1)→上海虹橋機場(T1) 宿：上海大廈(北蘇州路 20 號)
5月23日 (星期四)	參加中國國際體育用品博覽會開幕儀式。 參觀博覽會。 在展館與大陸體育用品聯合會座談(溫嘉副秘書長)
5月24日 (星期五)	前往上海體育學院參觀、座談(長海路)。 前往崇明體育訓練基地參觀(北沿公路 300 號)。
5月25日 (星期六)	前往東方綠舟體育訓練基地參觀(滬青平公路 6888 號)。 前往上海國際賽車場參觀、觀摩法拉利亞太挑戰賽。
5月26日 (星期日)	參觀體育博物館(南京西路 150 號)。 16:15-18:15 搭乘 CI202 (中華航空)上海虹橋機場(T1)→台北松山機場(T1)

二、參訪團成員名單

本次參訪團員共 8 名，名單如下：

編號	職稱	姓名	簡歷
1	團長	許安進	中華奧會執行委員 中華民國健美協會理事長
2	副團長	林房儷	國立臺灣體育運動大學 教授兼教務長
3	團員	吳偉銘	臺北市政府體育局 運動產業科科長
4	團員	袁梅玲	台灣電力公司 公眾服務處研究員
5	團員	林聖凱	宜蘭綠色博覽會顧問
6	團員	溫麗雪	臺灣體育用品工業同業公會秘書長
7	團員	莊家幸	教育部體育署人員
8	團員	吳國譽	中華奧會聯絡組副組長 兼行銷公關組組長

三、考察行程重點摘要臚列如後：

(一)參訪 2019 中國國際體育用品博覽會

1.地點：上海國家會展中心

2.參訪過程重點描述：

● 中國國際體育用品博覽會(下稱體博會)概況

體博會始於 82 年，原由大陸體育總局下的中國體育用品業聯合會(下稱聯合會)主辦，第 1 屆在西安辦理，初期僅是體育用品交易會的規模，隨著展覽內容日趨多元，逐漸擴大辦理，而對於展示會場的面積需求也日益增加，自 105 年起聯合會轉型為非政府機構接手辦理，迄今已 37 屆，本屆展期始於 108 年 5 月 23 日至 5 月 26 日，合計 4 天。本次共有 1,446 家企業參展，展覽面積共有 18 萬平方米，預估進場觀眾超過 10 萬人次，規模為亞太地區最大。

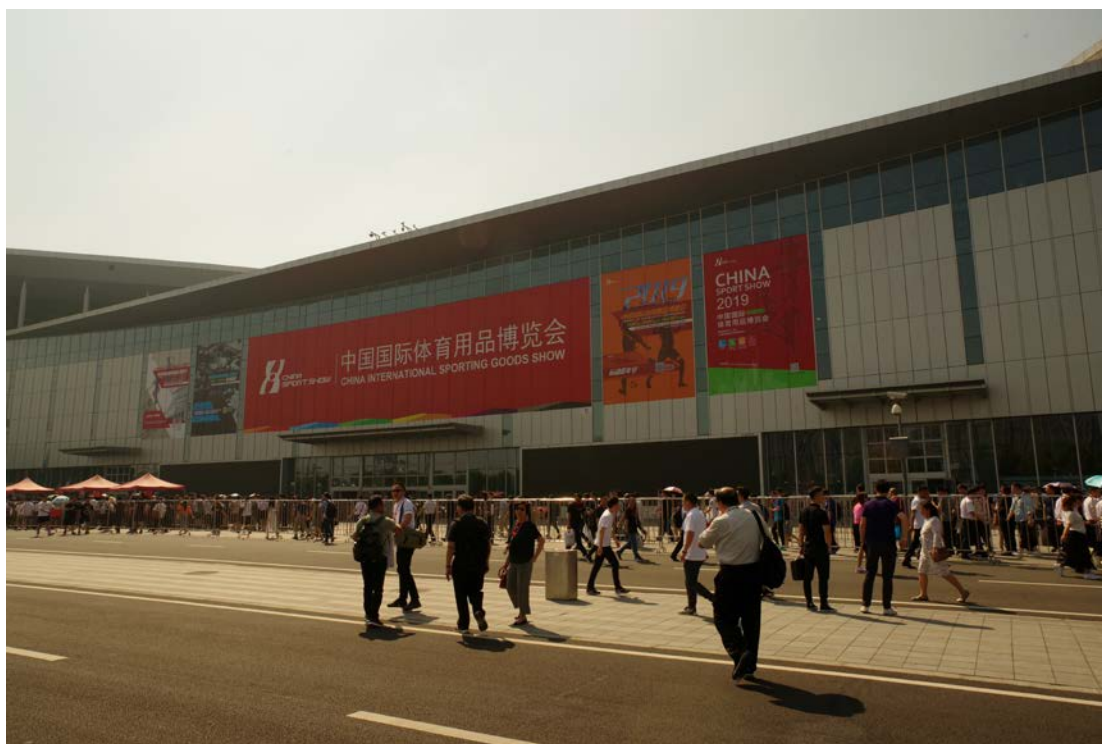


圖 1：上海國家會展中心

聯合會溫嘉副秘書長進一步指出，體博會的展出目標，是設定為國際化與專業化的國家級體育用品展覽會，更是亞太區域規模最大、最具權威的體育用品博覽會。此次參展的體育產業係以中國大陸體育運動相關產業的廠商為主，國外參展的廠商不到十分之一，可以視為是中國大陸體育品牌向世界展示實力的重要窗口，參展的主題性商品主要以體育用品、體育行銷、體育文化與科技的綜合性體育產業為主。



與溫嘉副秘書長交流策展概念



與溫嘉副秘書長交流策展概念



與羅傑秘書長交流中國體育產業現況



體博會周邊活動展示體育文物

圖組：中國體育運動用品博覽會交流

依據中國國際體育用品博覽會統計分析，今年進場的觀眾預估與 2018 年相近，連續 2 年都超過十萬人次以上。觀眾來源，包涵全球各地區的體育用品行業相關人員、中國大陸各省市體育行政與體育場館相關人員、中國大陸各級學校體育相關人員及運動愛好者、旅遊和健身中心採購人員、大型商業百貨招商採購專員、各類運動俱樂部經營者與參展商經營類別相關的國內外經銷商、零售商等。來自中國各地的預登記觀眾近 3 萬名，來自韓國、日本、美國、加拿大、澳大利亞、俄羅斯、德國、法國、意大利、巴西、印度等 80 多個國家和地區約 4 千名買家和專業觀眾也都來此參觀採購。

● 2019 年體博會展示內容

此次展覽會場位於上海國家會展中心，根據聯合會溫副秘書長表示，該會展中心共有 13 個展區且擁有 50 萬平方米的展示空間，其中室內展廳佔五分之四，其餘五分之一為室外展場。上海國家會展中心是目前世界上規模最大，也是中國大陸最具競爭力的會展場地，所以最近三年體博會皆選擇在上海國家會展中心舉辦。此次體博會總共使用了 13 個展區中的 7 個展區(如圖 1)，展示重點分別為：健身器材及用品(1、2、3 及 8.1 號展館)、球類運動展區(4.1 號展館)及場館設施及地坪展區(5.1、6.1 展館)，內容涵蓋健身、健美、康體、營養、運動休閒、球類運動、場館設施及營造等諸多領域，是中國體育產業人士尋求商機、瞭解行業趨勢、增加品牌影響力的高品質平台，也是體育產業發展的風向球，體博會為企業建構一個平台，除了探索及相互學習外也看到科技、創新、新技術在運動用品上的運用。



圖 1：中國國際體育用品博覽會展區示意圖

在場館設施及地坪展區，參展廠商高達 339 家，約佔總參展廠商的四分之一，其中有關地坪展示的產品重點包含了塑膠跑道、PU 跑道與球場、人工草皮、預製型橡膠卷材、健身步道、膠粘劑、EPDM 顆粒等。在會展中可以發現，目前中國大陸所推廣的跑道以預製型(即我國所稱的合成橡膠的跑道)、透氣型(即我國所稱的透氣式 pu 跑道)、複合型(即我國所稱的空隙式 pu 跑道)、混合型(即我國所稱的全密式 pu 跑道)、全塑型(即我國所稱的傳統式純 pu 跑道)等類塑膠跑道為主，即使名稱不相同但實質內容並無差異。

據中國國家體育總局和國家統計局公佈的資料，106 年中國體育產業總規模超過 2.2 萬億元，而體育場館服務占比上升到 8.2%，增長速度超過 25%。108 年中國體育場館設施業已經進入一個全新的時代，場館的智慧化

需求，帶動整個行業的升級轉型；智慧化科技可以為場館帶來何種影響？

中國聯通 5G 創新中心智慧體育中心總監李宏平分享：(1)能為觀眾提供先進、高清、有多媒體的服務及良好觀賽體驗；(2)為賽事提供智慧服務，有比較先進的資訊設備，有多功能的資訊化服務；(3)便是場館運營能力，包括高效的安保與後勤能力等等。5G 的逐步就位，讓智慧賽事不再是紙上談兵；身在一座體育場館中的每一個人，無論運動員、觀眾、工作人員，還是製造商、業主和運營者，都會強烈感受到智慧、智慧的力量與魅力，智享這場“你中有我，我中有你”的體育嘉年華。

在全民健身展區，參展參商雖僅 40 家，但所展出內容極具參考價值。尤其是科技體適能檢測平臺整合及全民健身大數據平臺系統(如圖 2)，所展出的內涵已經將體適能檢測結合科技及大數據整合後提供給企業或家庭或個人以最便利的方式使用，此種科技整合平臺之運用足供我國借鏡。



圖 2：全民健身大數據平臺系統

在健身器材部分係體博會參展廠商數量最多的，溫副秘書長指出，5年前，中國生產的健身器材並不具備 AI 功能，健身器材的生產製造早期以 OEM 為主，如今加入 AI 功能之後，已逐步縮短與歐美知名品牌間的距離，加上各種配件的質量上升，以及手機黏著度的大幅提高，app 課程的使用也隨之暴增，且隨著中國改革開放之後，全民健身的觀念普及，外銷產量轉而供應內需市場，訂單有增無減，尤其隨著目前各地健身房的數量每年倍增，讓相關產業如雨後春筍般地大量崛起，從而促進體育產業走向全民健身的趨勢；例如近來大為盛行的『24 小時制無人值守健身房』便是其中一例，透過手機 app 預約，由有空的教練接單，消費者可選擇『一周一買』或『一月一買』的方式消費，不會有合約束縛，健身房也只需提供場地再向教練及消費者酌收費用，無須再支付駐店教練的薪資，也沒有營業時間的限制，這種發展讓街角健身房及咖啡健身房的數量激增，而大大提高了器材製造業者的營業額。

此外『全人群覆蓋』的經營模式，也讓其他結合休閒的健身產業大行其道，例如健身房近入口處或室外設置青少年休閒運動設施，內部或較深入空間則提供銀髮族健身設施(如按摩、律動等)，而這些點的設置經費來源則是來自運動彩券的收益。而戶外器材的提升(如太陽能供電)，以及周邊服務的貼心配置(USB 充電、書報閱覽、飲水機及飲料販賣機的提供等)，再加上開放各地、各級校園，以及招募自願者擔任值守教練免費指導運動愛好者等相關配套，讓全民健身的成績斐然。而本屆體博會充分重視終端消費者和運動愛好者的需求，增加了極具發展潛力的冬季運動設施及設備、青少年體育器材、康復設備及服務、全民健身公共服務器材設施及

學校體育設施等全新內容，以此滿足參展企業和消費者的差異化需求，更是推廣全民運動的一大助力。

值得關注的是，體博會使用面積高達 18 萬平方公尺，近 1,500 家廠商進駐，主辦單位聯合會的正職人力卻十分精簡，僅有招商組員 7 人、後勤人員 2 人、行政業務人員 3 人、活動規劃人員 5 人、綜合業務人員 2~3 人，便扛起如此龐大的展會活動，原因在於他們的辦理模式已經建立全套標準：在每年 8 月 8 日起上線招商，12 月截止招商，隔年 3 月進行計畫微調，年年如此，廠商及企業皆習以為常，自然運轉順暢。

(二)上海體育學院交流座談、參觀中國武術博覽會

1.地點：上海體育學院

2. 參訪過程重點描述：

本次參觀訪問上海體育學院的主要目的，係為瞭解上海市及中國運動產業發展現況與未來趨勢，所以該校安排經濟管理學院三位具有運動經濟及運動管理專業領域的學者進行交流座談會。座談人員包含經管學院院長李海教授、國際交流處處長沈佳副教授，與對中國運動產業有深入研究的劉兵教授等三人。



圖 3：上海體院交流座談

國際交流處處長沈佳副教授表示，上海體育學院建於 41 年，原名為華東體育學院，是中國最早成立的體育學院，45 年改名為上海體育學院。91 年併入上海運動技術學院及上海體育科學研究所，校名仍稱為上海體育學院。學校現有專任教師約 450 人，在校學生約 6,000 人，佔地面積 600 畝，校舍建築面積 35 萬平方米。該校目前擁有體育理論、運動生物力學、武術、足球、體操、競技等國家體育總局重點學科，及運動人體科學和體育人文社會學等上海市重點學科等。

院長李海教授及劉兵教授表示，經濟管理學院在本科專業方面，特別著重在運動經濟、市場營銷、信息管理，運動旅遊及大數據等五個領域。同時該校所提供的資料也顯示該校在碩、博士專業方面，注重競技體育管理、體育產業經營管理、體育賽事運作、體育管理等領域。該學院同時設有體育管理科學、體育經濟、信息管理、計算機與統計等四個教研室。教學研究團隊成員為上海市重大體育賽事，如 F1 賽車、上海網球大師杯、上海斯諾克大師賽、上海國際馬拉松賽等，進行了多年的社會與經濟效益評估，在賽事評估方面有了較為突出的表現。

劉兵教授表示，整體而言目前中國體育產業有不錯的表現，尤其是體育用品產業的生產製造與批發零售方面更為突出。但劉兵教授也指出，如果從體育產業昇級的觀點來看，仍有一些問題需要被克服。首先遇到就是產業結構性昇級的問題，就全球產業發展的歷史來看，所謂產業昇級的重點就是從製造業轉型為服務業，也就要提高服務業產值佔 GDP 的比例應當高於製造業，但觀察中國與美國各種賽事的門票銷售情況而言，就會發現在美國的賽事門票與運動傳播媒體的產值比例是 1：0.96，但在中國的比例

是 1：0.62。在美國門票與傳媒兩者的比例幾乎是 1：1 的完美平衡狀態，但在中國門票與傳媒兩者的比例顯然是不平衡的，這就是產業結構昇級所遭遇的第一個瓶頸，也就是說如何調整產業結構產值比例是首應解決的問題。

再來談如何引領體育產業昇級還有兩大問題需要注意，那就是中國與美國觀眾的觀賽感受度與政府政策引領體育產業昇級的方式。從觀眾的觀賽感受度來看，中國與美國觀眾是有極大差異存在的，這可能是雙方民眾從小對體育運動的觀念與中西文化的差異所影響，短期內恐怕難以改變。另外，在美國門票與傳媒及觀賽感受度的運作可以透過科技平臺來管理，所以說科技平臺的運用對體育產業的昇級與發展也是一個相當重要的課題。在政策引領方面，由於中西雙方國情不同，政策導向也會有極大的差異，因此如何落實政策引領產業昇級，也是當前需要關注的議題。

整體來看，中國體育產業的產值已經達全國 GDP 的 1%，而上海體育產業的產值已遠遠超過 1%，未來仍有極大的發展空間。如何在出口導向與提昇內需的兩個影響運動產業產值最大的項目中平衡且有效的發展，仍有待進一步的探討與研究。

(三)參觀崇明體育訓練基地

- 1.地點：崇明體育訓練基地
- 2.參訪過程重點描述：

崇明島位於長江口，是中國第三大島，也是世界上最大的河口泥砂沖積島。崇明島陸化已有 1,300 多年的歷史，島的面積約 1,041 平方公里，海

拔高度 3.5 米~4.5 米，全島地勢平坦，本身也是一個低度開發以農漁業為主的生態島。



圖 4：崇明體育運動基地俯瞰圖

運動訓練基地位於島的中北部崇明區陳家鎮，東北起自 55 塘河，南至北沿公路，西至奚家港，距離上海虹橋國際機場約 72 公里，上海市區約 60 公里，自 104 年 10 月 12 日正式動工至 108 年 3 月月 29 日完工揭牌啟用歷經 3 年多，基地面積約 56 公頃，建築面積約 19 萬平方公尺，主要含 30 個單元，1 號樓為高層建築樓高 50 公尺，其餘均為多層建築，高度小於 24 公尺，共有 13 座場館供訓練、醫療及運科中心使用，共設有 2 面棒球場(天然草及人工草各一面)觀眾席 2,000 席，2 面壘球場(天然草及人工草各一面)，1 面曲棍球場，2 面田徑場，2 面網球場，8 面籃球場和 1 面沙灘排球場，包含了籃球、手球、乒羽、拳跆拳道、武術、體操、擊劍、現代五項、鐵人三項和曲棍球等 14 種運動項目。



圖 5：崇明體育運動訓練基地俯瞰圖

自 107 年 12 月，第一批 89 名選手入住迄今，已超過 600 多名運動員在這裡訓練及住宿。基地內，有兩座分別能容納 500 人和 200 人的餐廳，廚房對於不同需求的選手也提供特殊飲食設計。教練和選手宿舍共有九棟，其中一線選手的宿舍為兩人一間，室內衛浴設施一應俱全；二線選手則為四人一間。九棟宿舍最多可容納約 2,100 名選手及教練住宿，設備包含空調及空氣清淨系統等。訓練基地在設計上希望盡可能縮短選手移動的時間，每棟建築均有封閉式天橋連接到最近的訓練場及餐廳，讓活動半徑能在 200 公尺範圍內，也方便選手及教練於下雨或下雪的天氣在場館及餐廳間移動。

基地管理中心設有一套智慧辨識系統，可以對基地內進行遠端數位監控，集中管控選手的安全及門禁，選手進出宿舍有人臉辨識系統、智慧門鎖、餐廳人臉辨識閘門、RFID 掃描系統、基地與中心或基地與基地可進行遠端視訊會議，對於外來訪客也以人臉辨識等智慧化管控。

崇明訓練基地是上海市為提升選手競技能力所打造國家級的訓練基地，並提供大陸國家隊作為南方的訓練基地，其中集結了訓練、運科、醫

療、教育、比賽等全功能型綜合基地。位於基地內的科研中心、上海體育醫院等，將運科、防護及復健等相關資料與上海其他醫療機構、大學院校合作，成為基地的基礎能力核心。



圖 6：崇明體育運動基地合影

如前面所述，崇明島本身也是一個生態島，上海市與當地區政府也簽訂一個協議，對於生態及地方發展進行合作，希望藉由訓練基地的進駐帶動地方發展，其內容主要分為兩個部分：

一、訓練基地營運：當地為訓練基地的工作人員提供房屋租賃服務；如為訓練基地工作之人員子女提供相對的教育補助；基地小學教育階段學生提供至就近的公立學校，中學階段的學生則會提供個別教學，提供當地醫療保健；訓練基地內可以辦理各類證照服務；以陳家鎮區及基地總體規劃進行後續發展用地合作。

二、崇明島未來發展：由上海市協力支持崇明島發展世界級生態島建設，在基地內工作人員優先錄取符合條件的崇明島當地民眾；各類食品、

農產品方面優先採購崇明島當地產品；在全民健康方面，適度開放訓練基地健身場地供當地民眾使用；競技和運動產業方面建立合作機制，為崇明運動儲備人才培養和發展運動產業場地、教練人才等資源進行合作，並與基地內優勢人力進行互動及交流，藉由工讀、進修等方式幫助崇明提升各類運動人才。相關政府與地方的合作模式亦值得我們參考。

(四)參觀東方綠舟體育訓練基地

1.地點：東方綠舟體育訓練基地

2. 參訪過程重點描述：

本次參訪第三天安排參觀位於上海市青浦區的東方綠舟體育訓練基地，此基地包含一所專門培訓青少年選手的培訓中心，還有辦理團隊活動或者是休閒旅遊為一體的大型公園，可提供一般民眾使用，附近風景宜人的淀山湖畔，東方綠洲占地 370 多公頃，域中浩浩水面 130 多公頃，青青草坪 17 萬平方米，總共費資 10 億餘元建成。基地分八大園區，分別是：勇敢智慧區、知識大道區、國防教育區、生存挑戰區、創新活動區、水上運動區、生活實踐區、運動訓練區。

當地政府以「百年大計，教育為本」、「科技興國，科教興市」設計規劃屬於青少年的大型校外活動基地。針對每一批參加體育訓練的學生，營地都設有專門的教育計畫，根據資訊了解當地政府以低廉的標準收費，並對清寒學生以 10%的比例進行減免，同時可以開展形式多樣的 18 成人、入團儀式等辦理活動。中心主要以青少年為主體的社會各個層次民眾都可以參與，集教育活動、休閒旅遊、體育訓練為一體。基地具有集體生活設施、野外活動的條件、動手實踐的場館，旨在培養青少年創新思維、頑強

意志、良好體能、健康心理、合作精神和環保意識，是融示範性、實踐性、創造性為一體的教育標誌性工程。

(五)參訪上海國際賽車場

1.地點：上海國際賽車場

2.參訪過程重點描述：

上海國際賽車場位於上海市嘉定區安亭鎮東北，總面積約 5.3 平方公里，於 91 年 10 月動工，由時任上海市市長陳良宇主持建造，著名的德國賽道設計師赫曼·蒂爾克設計，初步投資約 20 億人民幣，於 93 年 6 月竣工，場區包含了賽車場區、商業博覽區、文化娛樂區和發展預留區，其中賽車場區主要包括賽道、賽場指揮中心、醫療急救中心、新聞中心、安檢中心、賽車改裝中心、賽車維修區、看臺設施、賽車防護設施、直升機停機坪、燃油供應站、油庫、賽車學校、停車場等等；商業博覽區則涵蓋大型購物中心和賽車博覽館；文化娛樂區建有各種文化娛樂設施，包括健身運動設施、電影院、舞廳、酒吧、高級酒店、賓館等；發展預留區則做為進一步拓展儲備用地。

賽車場的賽道總長度約 7 公里左右（包括備用賽道長度），是由一級方程式（F1）賽道和其它類型賽道所組成，上海國際賽車場一級方程式賽道因為形似漢字『上』，故又稱為『上賽道』，賽道單圈長度為 5.451 公里，寬度 12 至 18 公尺，它既有利於大馬力引擎發揮的高速賽道，又具有挑戰性、能充分展現車手技術的彎道。除了部分與 F1 賽事共用外，還可以舉辦各類不同的賽事。賽車場看臺至少可容納 20 萬人，其中帶頂篷的固定看臺約有 5 萬個座位，其餘則為坡型露天看臺。



圖 7：上海國際賽車場的賽道為一個「上」字

賽車場的聯外交通十分便捷，東有滬嘉高速公路和嘉金高速公路，西接嘉黃公路，南連寶安公路及滬寧高速公路，北有郊區環線高速公路，還可以通過上海軌道交通 11 號線安亭線，直達上海賽車場站。賽車場距虹橋國際機場約 25 公里，距浦東國際機場約 55 公里。舉辦大賽期間，透過上述交通網絡即可將賽車場與上海市中心、江蘇省及浙江省相連，進而輻射到整個長江三角洲乃至全國。根據上海市政府體育局張光華先生表示：由於擁有如此便捷的交通網絡，因此只要善用外圍停車空間，透過交管禁止自小客車進入賽場，鼓勵觀眾利用大眾運輸系統接駁，縱使是 20 萬的大量人潮，在賽事結束之後的散場人流疏導，也至多在兩小時之內就能完成，日後台北大巨蛋如若完工啟用，此做法當可納入規劃參考。

做為中國經濟快速發展的窗口，上海打造『上賽道』成為 F1 全球 19 個分站賽中的一分子。為此，上海付出了巨額的成本：賽場總體加配套建設投入超過 50 億人民幣，每年還要支付 F1 管理公司高達 3,000 萬美元的舉辦權費用，同時每年賽道的維護費用也以千萬美元計算，把『上賽道』稱為燒錢機器一點也不為過！瘋狂支出的同時，主辦方的收入卻僅僅只有門票收入和場外廣告，價格昂貴的內場廣告和電視轉播權收益則全部歸 F1 管理公司所有。因此，在很多人眼中，上海承辦 F1 賽事，本身就是個『虧本買賣』，瘋狂燒錢也僅僅是掙到幾聲吆喝而已。然而，上海久事國際管理有限公司總經理薑瀾卻認為：「賽車場虧錢是必然，但這筆賬不能這麼算。」薑瀾表示，F1 的經濟意義是次要的，重要的是通過比賽起到推廣城市形象的作用。據 F1 官方數據顯示，每場 F1 賽事全球觀眾可達 5 億至 6 億，透過電視轉播，讓全世界有更多人認識中國、認識上海，這對於提升上海的城市好感度是極為正向的，經過這些年的積累，F1 已經成為上海的城市名片。另外，數據顯示，承辦 F1 賽事以來，上海站大獎賽共為上海城市創造超過百億元的直接和間接經濟效益，公關形象、航空、物流、酒店、餐飲，包括媒體以及大量的諮詢公司、公關公司都從中獲益。而對於上海久事公司來說，最大的收益預期很可能來自於賽場之外，經過多年經營，上賽道以南 2.8 平方公里配套區域的土地都已經大幅增值。

儘管這項瘋狂的運動對於承辦者來說，是一個難以填平帳面的買賣，但仍有許多國家和城市爭相搶辦。特別是近幾年由於歐洲經濟危機的蔓延，不少老牌賽道開始放棄主辦，給予很多新興國家賽道擠進 F1 圈子的機會。除了韓國、印度、美國、俄羅斯等已經確定將承辦比賽的國家外，墨

西哥和南非也在 F1 管理公司的擴張計劃中，這些國家都是 F1 未來的希望，也將 F1 視為其國家未來發展的希望。

本次參訪當(25)日，適逢法拉利在此舉辦『法拉利賽道日嘉年華 (Ferrari Racing Days)』活動，72 年來，法拉利每年都會舉行賽道日嘉年華，是法拉利車主們的一大盛會，該項車主活動在歐洲、美國和日本等國家舉辦已久，是聯結法拉利車主和車迷的重要平臺。每次活動都會聚集各種型號的法拉利超級跑車，世界各地的名流精英和法拉利車迷也都會到場觀賽，隨著影響力的日益擴大，參加的法拉利車主們也越來越多，今年是這場盛會連續第九年在上海舉辦，共有 23 輛『法拉利 488』上場較勁，而法拉利包場(僅讓法拉利家族車主及媒體免費進場)辦理這項活動，估計兩天(5/25、5/26)共吸引了超過 4 萬人進場，也為上海國際賽車場帶來更多收入及宣傳效益！

(六)參觀上海體育博物館

1.地點：上海體育博物館

2.參訪過程重點描述：

上海體育博物館位於上海市南京西路體育大廈二樓。上海體育大廈是建於 17 年屬於美國現代派風格，同時受到新古典主義風格的影響建築。當年，由美國洛克菲勒基金會籌款，聘請美國著名的哈沙德洋行建築師安鐸生設計，前身是西橋青年會大樓，為僑居上海的西方青年娛樂場所。42 年 10 月大樓劃歸上海市體委改為上海市體育俱樂部，1957 年 12 月正式對外開放。目前上海市體育局亦同在此歷史悠久的建築內。



圖 8：上體育博物館藏豐富

上海體育博物館於 101 年 5 月 23 日開館，500 平方米的展館中，是以體育文化特色為主的公益性場館。該博物館是上海市中小學生社會實踐指定場館，也是上海市普通高中生社會實踐基地，提供在校高中生公益性社會實踐場域，為青少年從校園踏入社會、適應社會、融入社會搭建良好的教育平臺。常年免費開放。

目前的主題展“鑄就輝煌——中國奧運之路”展廳內陳設有珍貴的典藏品、史料及精彩的圖片等。展廳分為中國展部和上海展部兩大部分。展出各類珍貴實物 500 餘件和近千幅圖片。展覽除介紹奧運會起源和國際奧會組織外，重點介紹了從首次參加奧運會後，中國體育健將參加歷屆奧運會的情況。特別引人注目的是，近二十多年來上海體育選手在奧運會上摘金奪銀的出色表現。展覽傳遞出的正能量，是對廣大運動員、教練員、體育工作者進行勵志教育的教材，也是民眾瞭解體育歷史文化發展的寶貴史料。

在中國展部展出的實物中，有包括 15 把歷屆奧運會火炬，歷屆奧運會的金牌和參與者獎牌，歷屆奧運會的吉祥物，上海運動員在三十年代參加奧運會時使用過的比賽號碼布、萊卡相機等珍貴物品，其中，就有創辦之初的第 2、3 屆奧運會的證書原件。在上海展部，展出了在近二十多年來的歷屆奧運會上，摘金奪銀的上海運動員的介紹圖片和實物。比如 13 名奪得金牌運動員的漢白玉雕像、奧運金牌等等。值得一提的是中國體育協進會秘書長董守義寫給時任上海市市長錢大鈞的親筆信，要求上海申辦第 15 屆奧運會，並列出了上海申辦奧運會的可利因素。其珍貴史料，佐證了上海是中國現代體育的發祥地，以及上海與奧運的悠久歷史淵源。

上海體育館的鎮館之寶，即為國際奧林匹克委員會授予徐寅生的奧林匹克銀質勳章，徐寅生是國際前乒聯主席，該勳章是國際奧委會為了表彰在體育工作中做出突出貢獻或在體育運動中取得優異成績者而授予的一種榮譽。奧林匹克勳章的圖案中間為奧林匹克的五個圓環，兩邊分別是一枝象徵和平、友誼的橄欖枝。勳章分金質、銀質、銅質三種。金質勳章一般只授予為發展體育運動、宣傳奧林匹克理想做出重大貢獻的國家領導人、已退休並健在的國際奧委會的領導人；銀質勳章授予在奧林匹克運動中建立了功績的奧林匹克優秀選手、國家或地區奧委會與體育界的領導人，以及其他知名人士；銅質勳章授予在奧運會或體育工作中取得顯著成績的運動員或體育工作者。截至 103 年，中國共有 3 位領導人獲奧林匹克金質勳章；32 人獲奧林匹克銀質勳章；1 人獲銅質勳章。

另外還有展示奧運吉祥物、上海乒乓友好邀請賽的海報、奧運會金牌等，在地方不大的展館中，能有如此豐富史料的呈現，對於上海體育博物館館藏蒐

集與展示的用心，令人印象深刻；參觀展館時，有多位參與服務的中學生，和我們這些外賓共同聽著導覽員說明各項展件的故事，對運動員們在世界競賽中優異成績表現感到敬佩，深深覺得運動員努力不懈在競技場上爭取第一為國爭光的奮鬥事蹟是激勵人心向前的最好故事。

參、心得及建議

2019 年上海體博會參訪團順利出團，也平安返國，帶回相當多的寶貴的經驗，除運動產業政策方向交流學習外，對於運動產業博覽會策展經驗亦有所助益。

從中國大陸各縣市的訓練基地規劃發展，瞭解中國國家體育總局發布的政策利多、資本的湧入等因素，推動了體育產業出現了大爆發，體育人口數量不斷擴張，直接帶動體育用品行業需求的增加。另外中國民眾對健身、運動與身體形象管理的態度轉變，打開了中國運動休閒消費市場的新商機，加上年輕一代消費者在收入上也快速增長，注重休閒運動的人口數也持續在上升。據聯合國的估算，中國 25 至 34 歲的人口佔比將由 99 年的 14.6% 上升至 109 年的 16.7%。據香港貿發局的一項調查顯示，這個「80 後」的消費群，在中國經濟大幅擴張的年代成長，相對較年長一群，他們對未來收入和消費更有信心、更為樂觀：愛科技、愛新型投資，更愛放鬆式度假旅遊、健身運動及娛樂，更關注時尚和個性；他們也開始接受「先使未來錢」的觀念，生活方式也較年長者更西化。對於「80 後」行銷，線上線下更是著重數據分析與精準運算。消費者在休閒娛樂運動類的服務消費迅速增長，健身、美容、出國旅遊等消費都有逐漸增加的趨勢；追求生活化興趣和個人涵養提升的培訓需求也迅速增長。據調查報告顯示有 66% 受訪者表示，自我感到愉悅想體驗更好更獨特的服務是帶動他們消費新型態或高端服務的主要原因。此部分亦可作為我國的運動消費型態轉變的借鏡及思考。

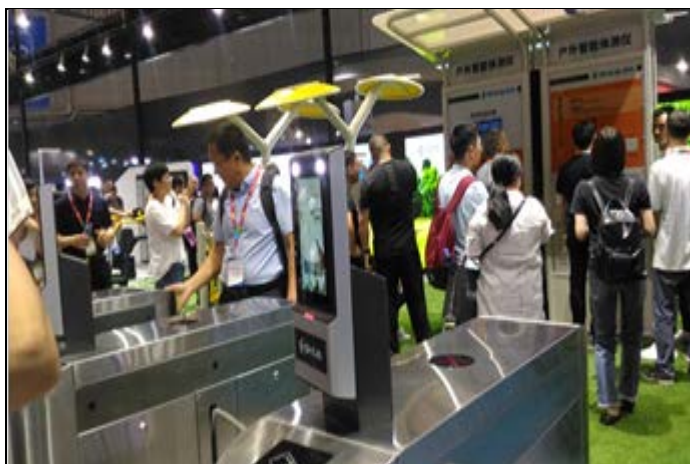
另外，隨著社會生活型態及人口結構的變化，根據醫學報告顯示：運動有助於改善三高的病症，規律的運動可以讓藥物效果更好，進而減少使用藥物的

劑量，觀察體育訓練基地若能廣泛為民眾所使用，藉由訓練選手的規劃，導入到一般民眾的訓練，整合專業的醫生、教練、及物理治療全方位的運動訓練，能以長照 2.0 規劃中，多著墨一些在預防醫學的規劃宣導，有賴於政府提出良策，促進全民健身運動才是運動產業樂觀其成的重要指標。

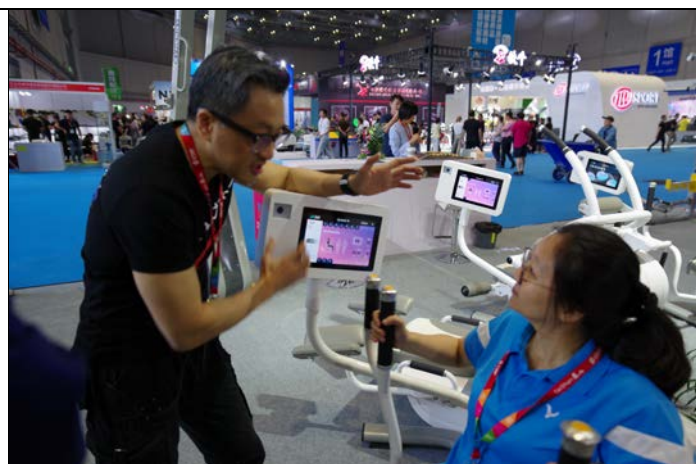
我國國人對休閒、健康、運動的需求日增，為帶動運動產業發展，努力發展運動產業、運動觀光，需要有完善的規劃、政府溝通與政策配合，降低運動產業轉型升級時的社會、文化、環境等負面影響與衝擊，而本次規劃辦理運動產業博覽會，正是期許可以擔起政府、業界及民間跨界溝通與展示的良好平臺。

辦展目的與目標群體需要聚焦明確，才能為展覽帶來效果，上海體博會的主辦方也建議，應聚焦在體育的消費市場，與消費有所連結，才能有效提升參觀人數，並對社會發生實質影響，而不是聚焦在體育用品的製造業。本次體博會也看到結合科技之硬體、軟體，多元的體驗活動，以及引人注目的健美比賽，都是我國辦理博覽會可以學習的地方，本次規劃舉辦運動產業博覽會，相信能夠跨界的引起話題，但仍應回到與目標市場或目標族群的連結。

肆、附錄－照片集錦



中國體育用品用品博覽會－科技設備



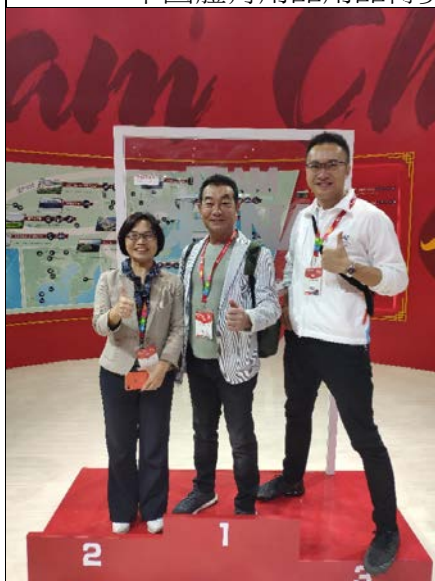
中國體育用品用品博覽會－體驗



中國體育用品用品博覽會－體驗



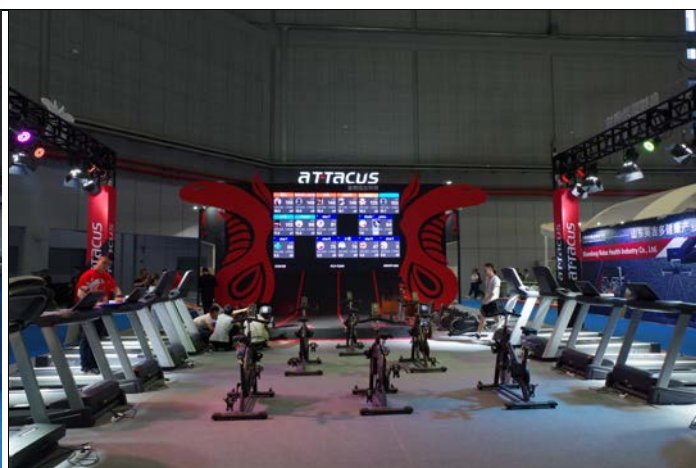
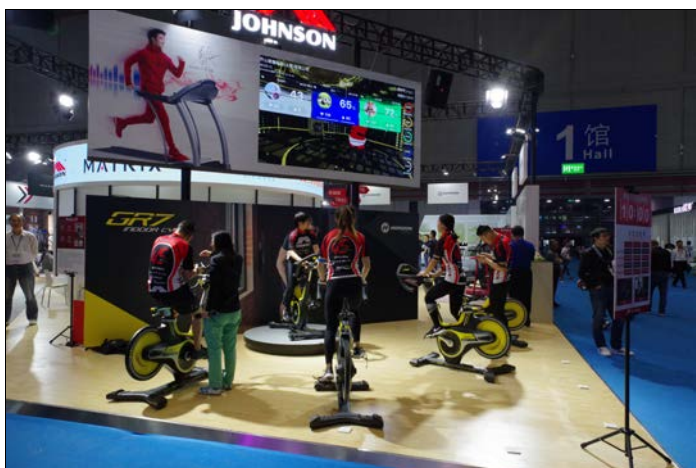
中國體育用品用品博覽會－戶外體驗



中國體育用品用品博覽會



中國體育用品用品博覽會－射箭體驗



中國體育用品用品博覽會－健身器材與科技結合

中國體育用品用品博覽會－健身與遊戲活動結合



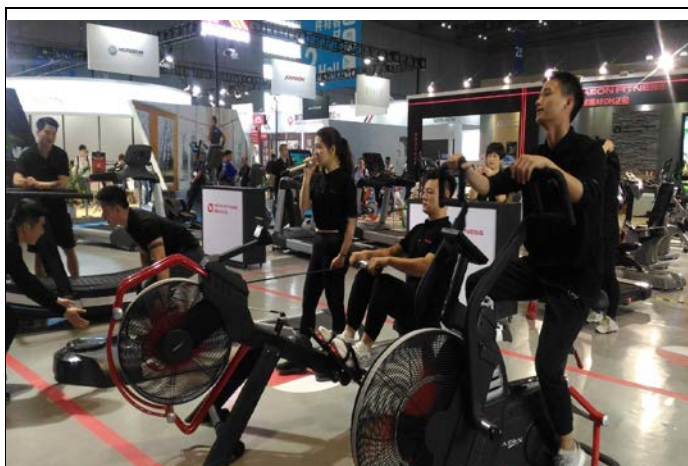
中國體育用品用品博覽會－健美大賽

中國體育用品用品博覽會－健美大賽



中國體育用品用品博覽會－體驗

中國體育用品用品博覽會－體驗



中國體育用品用品博覽會—體驗



中國體育用品用品博覽會—體驗



中國體育用品用品博覽會—體驗



中國體育用品用品博覽會—各國奧會標章



中國體育用品用品博覽會—體驗賽事



中國體育用品用品博覽會—體驗賽事



上海體育學院校園一隅



上海體育學院校園一隅



上海武術博物館



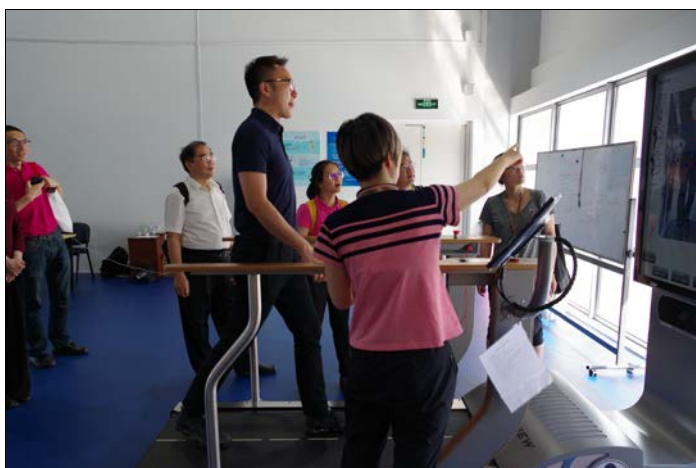
上海武術博物館



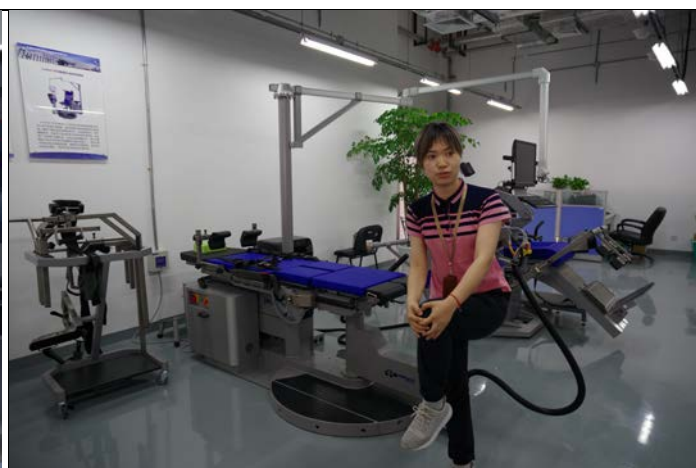
上海武術博物館



上海武術博物館



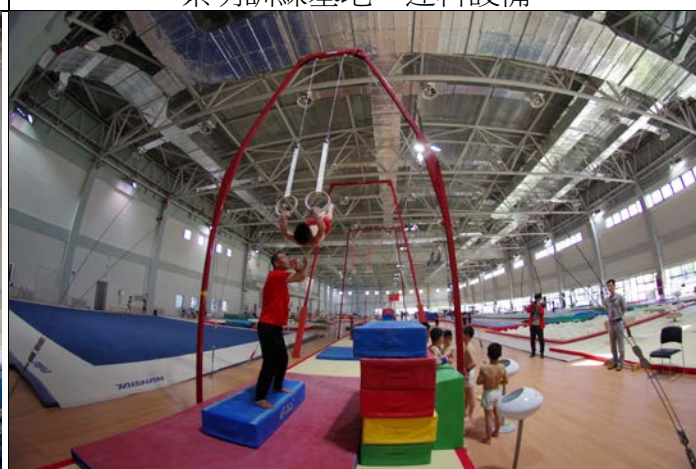
崇明訓練基地－運科設備



崇明訓練基地－運科設備



崇明訓練基地－選手練習情形



崇明訓練基地－選手練習情形



東方綠洲訓練基地



東方綠洲訓練基地



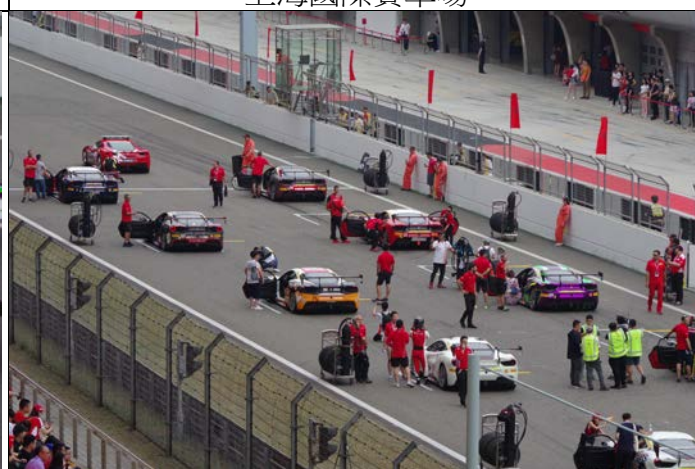
上海國際賽車場



上海國際賽車場



上海國際賽車場



上海國際賽車場



上海體育博物館



上海體育博物館



上海體育博物館



上海體育博物館