

# 國內外休閒運動網站分析比較

盧英娟

## 摘要

隨著個人電腦日益普及，台灣網際網路發展迅速。網際網路因其及時、互動、多元等特性，不受時間、空間影響，盛行於全球，漸漸地日常生活與網際網路密不可分。體育運動不僅是全民性運動，更是全球性的運動。如何藉由網路無遠弗界的傳播魅力，結合網際網路設立休閒運動網站，並逐漸建構校園體育虛擬族群，達到推廣全民運動的目的。本研究以國內外體育休閒運動網站分析比較其特性，作為國內運動推廣參考，吸取優點，改進自己缺點，提高網站的吸引力、競爭力。

**關鍵詞：**休閒運動網站

## 壹、緒論

### 一、研究的動機

隨著科技文明的進步，人類的生活型態由早期的農業時代、勞動時代、工業時代到今日的科技化時代，電腦科技的發達促使網際網路的使用人口與日倍增，根據天下雜誌的調查，1999年十月底到十一月中以隨機的分層系統抽樣方式（按照各縣市的人口比例抽出樣本），及電話調查的方法進行；所定義的網路使用人口為十五歲以上，且過去一個月內使用過網路的人。如此推算出的網路使用人口為291萬人；另外資策會以每月TANET教育學術網路及國內前四十大ISP公司所提供的用戶數為基礎，在扣除重複比例後，換算出上網的人口總數。資策會所公布的1999年十一月台灣網路使用人口為454萬人；而蓋洛普24Hpoll今年2000年五月初所公布的調查結果，台灣網路使用人口約為665萬人。蓋洛普的調查方法也是採隨機抽樣的電話調查法，依照全台灣人口性別和年齡的比例抽出樣本，所定義的網路使用人口為十二歲以上，過去三個月內曾使用網路者（林頌堯，民89）。從這些數據中顯示國內上網人口屢破新高，另一方面由於網路交易環境的逐漸改善，網路銀行放行、「電子交易機制」的明確規範，象徵電子交易獲得一定程度保障，2000年可說是我國線上零售發展關鍵年。根據資策會「國內電子商店市場調查」顯示，2000年我國線上零售市場較1999年大幅成長，線上零售商品以旅遊票務與3C產品名列前茅。觀察北美線上零售發展，可預期2001年不僅新興虛擬通路商，甚至傳統產業之供應商與通路商都將加入線上零售市場之競爭行列，而國內線上零售業的機會與競爭也將大為提高（資策會網站）。象徵著運動商品、休閒活動商品加入網站線上零售將大幅提高，並帶來無限的網路商機。

Intel英特爾總裁更預測未來企業都是網路公司，可見網路商機利益性存在有很大的潛力可供開發，電子商務更是本世紀的重要話題。另外，隨著電腦的普及與電腦教育的實施，上網成為現代人生活的一部份，許多人亦具備了規畫、設計網站的能力再加上許多網站提供免費網站服務，令有興趣的個人、組織、公司、企業可以在網路上築站，分享資源、流通資訊、交易買賣、聊天……等。因此，在這樣的背景下，對運動有興趣的人士、

單位、公司和企業所架設的休閒運動網站亦紛紛成立。

如何透過網站經營，接觸到更多的人，進而引發其喜愛體育運動？Armstrong 和 Hagel II (1998) 在 NetGain 書中提出人類的四大基本需求是：興趣、人際關係、幻想、交易，他們以為透過網路連結的虛擬社群(virtual communities)基本上已是因興趣結合的群體，其餘三項則是網站經營者必須創造的功能，而能滿足此四需求者，才能生存；本研究將以國內外休閒運動網站做分析，並提出體育運動網站發展的建議。

## 二、研究的目的

本研究目的在於休閒運動網站的分析，並依此分析方法用於各種不同類型的休閒運動網站，判斷依現有資源在休閒運動網站上其優劣性及機會成本和可行性，以及從事電子化的策略和商業模式，此將有助於休閒運動網站水準提昇。

## 三、研究範圍

將以「運動」主題檢索搜尋體育休閒運動網站，但國內目前尚無入口網站或搜尋引擎的排名調查，故搜尋工具以雅虎中文，蕃薯藤，奇摩等站為主。Hinet 因其搜尋工具已涵蓋在上述網站，故予以捨棄。而國外大型的運動(入口)網站以知名的傳統媒體，如 ESPN(ESPN Sports Zone)、CNN(CNN/SI)、CBS(CBS Sports Line)、USA Today(USA Today Sports)來做為搜尋工具。研究對象以全國網站分類簿中所列之休閒運動網站，選取較具代表性和同性質的網站作為比較的對象，共計有體育委員會、USA TODAY、中華職籃、NBA、亞歷山大俱樂部、地中海俱樂部、地球村休閒俱樂部、救國團青年活動中心、GORP(Great Outdoor Recreation Pages)、體委會運動設施處、Stadiums and Arenas、Kingdome 等 10 個網站。研究選出的這幾個網站以易於連結及內容為優先考量，從這幾個網站來看，由連結中很容易就可看出，國內的運動網站還是停留在 Content site，也就是內容網站的定義下，空洞的內容，實在無法吸引讀者的注意，在搜尋的網站中，約有一半是屬於這種個人經營的小規模網站。尤其許多使用現成內容的網站，由於並未凸顯網站互動與多媒體的特性，致使新鮮感不足。

## 四、研究限制

全球資訊網的擴張迅速，沒有一家搜尋引擎能蒐羅所有網路內容，國內的前 5 大搜尋引擎合計也只能涵蓋不到 50% 的全球資訊網內容，故本研究僅能搜尋引擎上的休閒運動網站著手，為本研究之限制。

## 五、名詞解釋

- (一) 網站：結合文字、圖片、聲音、影像方式，提供網際網路新型態的網際服務，滿足每位使用者的需要資訊。
- (二) 休閒運動網站：以休閒和運動為主題，結合文字、圖片、聲音、影像方式的網站。

### 貳、網際網路之特性

既然網路是無遠弗界的，更是上網就能知全球事的科技產物，那麼對於其所能具備的特性亦是我們需要瞭解的，茲就林晉寬、樊台聖（民 89）所彙整的網際網路之特性表，引用如下表一：

表一 網際網路的行銷特性

特 性	說 明
全球性 (開放性)	傳統媒體只能達到區域性的宣傳，範圍受到很大的限制；而網際網路則可以達成全世界的推廣效果，無國界、地域等限制，只要首頁(Home Page)設計恰當，就能在網路上吸引成千上萬潛在的顧客上線瀏覽。
全面性	網際網路可以接觸到全球各地的資訊資源，而利用電腦架構成的 Web 站有 365 天 24 小時全年無休，且不停頓的功能，使用者隨時只要利用 WWW 的超文字，和多媒體圖形鏈結，就可獲取大量且精確的資訊。因此可照顧到不同客戶的各樣需求。
經濟性	隨時透過網路和客戶彼此連絡，不僅可以減少許多通訊成本，更可迅速確保商機。對中小企業而言，網際網路因為成本低廉，因此企業可以摒除以往連接專線的高昂費用，達到連線目的。
迅速性	WWW 全球資訊網提供及時更新的特色，資料可以隨時做線上更新，故能提供給顧客及時需要之最新產品資訊；另外，透過檢

	索系統(如「Yahoo」及「蕃薯藤檢索系統」)也便於客戶搜尋資料的主題，進而上線觀看其首頁，獲得最新訊息。
互動性	網際網路具有使用者導向的性質，其資訊流覽控制權乃在使用者身上。企業與顧客之間的往來可以透過網際網路的交流，使關係更為密切與頻繁。
獨立性	網際網路乃採一致的 TCP/IP 通訊標準，為企業提供了一個更具彈性的平台，且因標準一致，硬體的擴充性更大，也具有更多樣的選擇，公司間的連結更加容易。平台獨立的特性讓企業僅需負責設計使用者的操作介面，而不需要考慮系統問題。
易設性	目前已有許多套裝軟體，讓企業輕易架設自己的 Web Server，而設計首頁所使用的 HTML 也很容易學，另外還有許多 ISP 專門幫助企業從事 Web 站的規劃、設置及維護。
使用者隱密性	傳統資訊系統的使用對象為與公司直接或間接相關的員工，有具體的對象可以做需求分析。而網際網路所面對的使用者是全球性的顧客，很難掌握所有使用者的特性，雖然目前已有一些在網際網路上從事市場調查的方法，但尚未有一個=人滿意而被普遍接受的方式。

### 參、網站的評估方式

邱元平(民 89)引用 1999 年 10 月號的數位時代雜誌，針對國內前一百大企業的網站，作評比調查。評分項目包含有首頁下載速度，是否包含網站導覽地圖、資訊、雙語版本、網站信箱等「客觀指標」做為評定依據。

#### 一、首頁大小

以首頁總 K 數計算，首頁的大小會影響首頁開啓的速度，這裡不用開啓的速度為標準，乃因每個人的開啓速度程度上有極大的差異，因此用首頁的大小為判定開啓的評分標準。

優良網站：首頁小於 80K

一般網站：不要大於 200K

#### 二、更新速度

網站的內容，例如最新訊息、每日新聞、快報、內容資料新增等，更新的速度是否快速，有無標示內容更新時間，都是決定一個網站是否還活著的好指標。

優良網站：每日更新，最好有後台機制，動態產生更新內容

一般網站：不要超過一個月以上

### 三、E-mail 處理

測試的方式是直接寄 e-mail 給 webmaster，由回信的時間決定

優良網站：12 小時內

一般網站：不要超過 96 小時以上

### 四、使用便利性

由以下五點判定：

1. 是否提供網站導覽功能(Site Map)
2. 是否提供檢索搜尋功能
3. 到下兩頁之後是否容易找到其他頁面或回到首頁
4. 是否提供服務信箱、電話諮詢或其他諮詢服務 (Q&A)
5. 版面配置標識是否清楚、容易上手使用、抽檢首頁上是否有超鏈結 (Hyperlink)錯誤

優良網站：上述每一點都提供

一般網站：至少必須提供 Site Map，且沒有 Hyperlink 錯誤

### 五、交易功能評估

若有提供交易功能的網站，綜合以上四種評估項目，再加上以下的其他條件。

1. 是否宣告隱私保護 (保護會員/客戶個人隱私及交易資料)。
2. 產品說明是否完整。
3. 是否提供交易流程說明。
4. 是否提供線上付款機制。
5. 是否提供資料加密機制 (如 SSL、SET 等)。
6. 是否提供多種交易付款方式。

7.是否提供退貨服務、送貨方式、時間等購買說明。

優良網站：上述每一項均提供。

一般網站：提供宣告隱私保護、資料加密機制（如 SSL、SET 等）、及退貨服務。

以下針對本研究所選出之 10 個網站，對其網站評比做一簡略分析：  
（每項以 10 分為滿分）

	首頁大小	更新速度	使用便利性	交易功能 評估	總分
體育委員會	8 (104K)	10 (12/15)	10	0	28
USA TODAY	5 (231K)	10 (12/16)	10	8	33
中華職籃	4 (331K)	2 (11/23)	8 (無搜尋)	0	14
NBA	8 (101K)	10 (12/16)	9 (無搜尋)	8	35
亞歷山大俱樂部	10 (22.5k)	7 (12 月活動)	9 (無搜尋)	1	27
地中海俱樂部	10 (46.1k)	7 (12 月活動)	9 (無搜尋)	1	27
大衛營俱樂部	8 (113K)	7 (12 月活動)	9 (無搜尋)	0	24
救國團青年活動中心	8 (111k)	9 (12/15)	9 (無搜尋)	5	31
GORP(Great Outdoor Recreation Pages)	5 (208k)	9 (12/15)	10	5	29
體委會運動設施處	8 (111k)	9 (12/15)	9 (無搜尋)	0	31
Stadiums and Arenas	10 (49.6k)	7 (12 月)	10	0	27
Kingdome	10 (37.1k)	1 (3/27)	10	0	21

#### 肆、休閒運動網站的優缺點比較

以運動項目分析，擁有職業運動的棒球、籃球、足球、網球仍佔最大比例，各職業球團均有官方網站，也有球迷設立的網站。除了這些熱門項目外，一些較少數的運動項目亦有網站，如鏈球、直排輪、攀岩等，這表示藉由網路低成本的特性，少數族群的運動項目可以較經濟，有效率地連結彼此。另外，休閒運動也佔大宗。這些網頁主要提供該項目最新動態、相關活動、體育教室、運動設施等訊息。

而網站提供的資訊不外乎以文字、圖片、聲音、影像方式傳送。本文將依體育休閒運動網站所傳達的資訊分類，將這些網站歸類為下列數種類型，逐一說明其差異：

### 一、運動資訊：

呈現與運動相關的訊息，如體育教室、法令規章、運動傷害、活動看板、專欄等。以簡單及重點提示式的敘述並配合圖片說明，增加對各項運動的瞭解。

項 目	體育委員會	USA TODAY
優 點	提供重要措施，體育教室，法令規章，體育團體等簡介	1.累積的豐富資料 2.高知名度，吸引不少運動迷上網查看
缺 點	1.體育資料庫欠缺完整 2.缺乏知名度	偏重於職業運動

### 二、職業運動：

#### 1.利用 SWOT 所做的網站競爭者分析：

網站名稱	優 勢	劣 勢	機 會	威 脅
中華職籃	網站內容本土化，語言上易於瀏覽	形象未確立 企業未有知名度	國內喜歡籃球運動的人愈來愈多 電子商務時代的來臨 CBA 的準備復賽	面臨球隊解散危機 國外競爭者
NBA	大規模的資源整合 即時回應系統 充滿娛樂性、互動性、知識性的內容	因職業棒球、足球興起競爭者	全球熱愛 NBA 籃球運動的人愈來愈多 電子商務時代的來臨。	同質或相似的網站，競爭者衆多。

2. 依網站內容分項比較：

網站項目	中華職籃	NBA
賽程查詢	僅賽程表查詢	除賽程表查詢，另外有轉播表 (時間、電台)
球隊簡介	球隊員介紹	球隊員介紹
戰績	球隊及個人累積戰績 更新速度慢	1. 統計資料豐富(球隊及個人 累積戰績、以前場次戰績) 2. 更新速度快
影音多媒體	無	1. 線上即時轉播 (Audio, Video) 2. 前場次多媒體影像
訂票系統	無連結 (需另到服務網站訂票)	提供連結 (可直接訂票, 並有球場位置圖)
商品化	無	提供各球隊商品 (T-Shirt, 外套, 球衣, 運動鞋, 帽子, 小飾品)
球迷俱樂部	有	有

俱樂部：

項 目	亞歷山大俱樂部	地中海俱樂部	地球村休閒俱樂部
優 點	1. 硬體設施介紹 2. 提供完整 SPA DIY 課程 3. 健康資訊	1. 硬體設施介紹 2. 結合商業服務	設施介紹 提供完整健康水療 知識, 課程 結合性商業服務
缺 點	缺乏運動課程教學 資訊	僅限於水上設施 缺乏運動課程教學 資訊	缺乏運動課程教學 資訊

休閒活動：

項 目	救國團青年活動中心	GORP(Great Outdoor Recreation Pages)
優 點	依照個人喜好設計的查詢表 台灣各地景點介紹 提供行程及價格建議 4.各地青年活動中心查詢	內容豐富：國家公園、森林、荒野、 野生動物、滑雪、自行車、釣魚、 登山、划舟、登山用品書、冒險旅 行、運動商品等。 提供商品價格建議 圖文並茂 規劃設計完善
缺 點	缺乏各項休閒運動專業知識 缺乏其他相關連結 內容與國外比較尚嫌不足	1.連結速度中等

運動場所：

項 目	體委會運動設施處	Stadiums and Arenas	Kingdome
優 勢	運動場所介紹	運動場所介紹 (運動場,大學場地介 紹詳盡)	提供各種運動項服 務
劣 勢	1.無提供每場所之硬 體設施運用概況 2.無每日運動場所提 供之運動教學	1.無提供每場所之硬 體設施運用概況 2.無每日運動場所提 供之運動教學	運動場所介紹偏少 更新速度慢

伍、結論與建議

以下提出幾點結論與建議，期望能讓運動和網路更緊密結合：

一、網站經營

(一)網站規畫：

目標為一個整合型的網站，在網站上提供使用者最詳盡及多元的資

訊，和利用詳盡的資料庫，以滿足他們的所有需求。目前網路上與運動相關的網站資料，其中有部分是屬於個人網頁、教學內容介紹、活動公告資訊及成績查詢或是運動用品簡介的網站，以下就是筆者所做的休閒運動網站規畫 SWOT 分析：

	優 勢	劣 勢	機 會	威 脅
總體環境分析	經濟發展維持一定的水準。 人們更加重視休閒運動。	使用網路的人仍是少數。	政府鼓勵上網。 科技的進步，使用網路的愈來愈多。 3.國民所得增加。	國人盛行以海外旅遊為主
產業分析	獨家授權產品取得條件有利	競爭者為數眾多。 產業成長緩慢。 3.缺乏差異性	潛在市場空間大 促銷活動吸引消費者衝動性，購買。	產品如何利用網站銷售
競爭者分析	1.內容包羅萬象	1.忠誠度不高 2.定位不明顯	市場逐漸看好 尚未出現領導者	競爭者增加。 資源易被模仿。
使用者分析	使用者追求全方位完整的資訊	無法鎖定目標	潛在使用者仍多	恐有後知後覺者 不習慣使用網路教學
企業分析	大規模資源整合 及時回應系統吸引使用者的內容	企業形象未確立 知名度未打響	電子商務時代的來臨 需要運動的人越來越多	1.競爭者眾多

## (二) 資料庫不健全：

國內運動界以往多以傳統方式記錄許多比賽、數據、研究等資料，由於年代久遠，這些資料可能毀損或遺失，若不加快建檔的動作，恐怕這些資料以後可能不可挽回。

國內資料庫仍差國外一大截，要儘快建立運動資料庫，才能提昇國內體育運動水準。建立資料庫是件複雜的工作同時也是與時間競賽。必須加快整理過去的文件、圖像，儘量將過去的資料轉化成數位資料；另一方面，現有各相關組織徹底實施電腦化作業，並提供相關組織資料，減少資料重複建立的時間，並增加資料收集的完整性。(周業峰，民 89)

## (三) 網站服務：

國內休閒運動網站，通常是很久才一次更新。國內的休閒運動網站還停留在被動、等使用者上門的階段，僅有少數電子報主動出擊，透過電子報的方式，滿足每位網友的需要，並讓網友對該網站更加依賴，如 NBA 地下雜誌及民生天地網等站。美國主要的休閒運動網站均充分運用即時的特性，每小時更新運動競賽成績、統計資料與新聞，甚至 MLB 網站已經可以即時影像轉播的方式轉播職棒；還有互動式設計，如留言板與聊天室，讓網友互通資訊及以球會友，並邀請知名運動明星上網和網友聊天。

## 二、休閒運動網站的消費群：

### (一) 網路族群：

根據陶振超(民 88)調查顯示，網路族群的網路使用行為多樣化、個人興趣是上網的主要原因。而其年齡分布仍集中在 15 到 29 歲，約佔所有上網人口的 6 成；教育程度多為大專，但國中及以下學歷的上網者急遽上升漲幅高達 150%。

所以休閒運動網站同時也要考量消費族群、市場導向、及消費者導向，滿足每位網友的需要讓網友對該網站更加依賴。

#### 1. 市場區隔：

主要區隔使用者市場的變數為：

- (1) 人口統計變數：年齡、所得、職業。
- (2) 心理變數：生活方式、個性。

(3)行爲變數：追求利益、使用者地位、對運動的態度。

2. 目標市場：

(1)年齡	20-50 歲。
(2)性別	男女皆可。
(3)消費型態	追求便利的生活、重視生活品質和格調。
(4)心理變數	個人偏好：喜歡運動、喜歡追求新鮮感。 個性：對事物充滿好奇心、喜歡休閒運動。 生活方式：對事物有高品質的追求
(5)行爲變數	追求利益：品質、服務、最新最詳盡的訊息。 使用者地位：愛好運動、想要運動。

(二) 提供便利的商業鏈結：

網站除了提供體育知識，比賽資訊...等資料外，可加入商業鏈結。如線上售票系統、線上商品販賣。不但提供網友方便的電子商務，先訂購票就可以進場觀看。同時也可以增加國內休閒運動網站經營費用，能以更多的人力、物力資源，為更多網友服務。

### 參考文獻

#### 一、中文部份

1. 林晉寬，樊台聖(民 89)。網際網路之行銷特性分析。第一屆電子化企業經營管理理論暨實務研討會論文集。
2. 周業峰(民 89)。網際網路中的體育休閒運動網站。89 年大專院校體育學術研討會。
3. 陶振超(民 88)。上網人口成長大幅趨緩。天下雜誌，223，298-304。

#### 二、英文部份

Job Hagel & Artbu G. Armstrong(1998):Net gain: Expanding markets through virtual communities. Boston, MA: Harvard Business School Pr. 1

#### 三、網路部分

亞歷山大：<http://www.alexander.com.tw/>

中華職籃 CBA：<http://www.cba.com.tw/>

地中海俱樂部：<http://www.club.com.tw/>

救國團青年活動中心：<http://www.cyh.org.tw/>

大衛營俱樂部：<http://www.fafafa.com.tw/>

邱元平：<http://www.hungryowl.com/>

MLB：<http://www.majorleaguebaseball.com/>

資策會：<http://mic.iii.org.tw/>

台灣職棒大聯盟：<http://www.naluwan.com.tw/>

NBA：<http://nba.com/>

體育委員會：<http://www.ncpfs.gov.tw/>

林頌堯：<http://www.nii.org.tw/CNT.right.asp>

Excite Sports：[http://sports.excite.com/more\\_sports/](http://sports.excite.com/more_sports/)

USA Today：<http://www.usatoday.com/>