

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 體育評論 來源 中國時報 日期 97.11.24 版面 D六版



楊忠和

專欄

棄舊思維 創造運動產業新價值

隨著經濟發展走向全球化，「運動」已具備經濟體骨幹的潛能價值，而終於在21世紀的此刻成為產業經濟主體的一員，其產值規模足以睥睨其他產業，進而獲得經濟學家們的肯定。台灣居世界經濟脈動一環，必須了解社會進化中的運動內涵，揚棄運動比賽為純業餘、公益的過往概念，始能藉由運動發展成為國際舞台的要角。

以往國人不重視運動，分析原因除了根深柢固的傳統士大夫思維外，另一重要因素是台灣社會不曾建立「運動價值」應有的觀念。一般人無法透過有價或無價的評定，對運動發展建立主觀或客觀的認同感，或從自身參與運動享受其中的無形價值。

如今，隨著優秀運動員在國際舞台發光發熱，如果台灣社會也能因此塑建運動價值的概念，將可引領國人重

新認識運動的有形與無形價值所在。

從「價值」談運動，是因價值可以有形（量化），也可以無形（無價）看待，以運動來說，有形價值是其產業化、經濟化，無形價值則來自競技勝利的榮耀肯定。台灣以運動為職業的人口已愈來愈多，但是，由於整個運動價值體系並未健全建構，依舊有某些決策者以業餘運動概念，領導運動政策發展，無形中也阻礙運動產業的正常發展。

要將「運動價值」量化，首先就要建立一個量化標準，這可由運動員的身價、國際競賽優勝的價值、運動競賽的成就等著手。舉例來說，國際運動競賽績優選手，行政院體育委員會頒予國光獎章及獎金，最高獎勵是奧運金牌新台幣1200萬元，這就是一個「國際競賽優勝的價值」標準。至於運動員的身價，最受矚目的就是旅美職棒名將王建民與洋基2008年的合約，其年薪400萬美金就代表他在美國

職棒目前的運動專業價值。

另外，企業贊助單項運動協會舉辦賽會，其贊助金額也正是企業對該項比賽所能獲取效益的價值認定。國際奧會設有TOP（The Olympic Partner）贊助計畫，跨國企業以天文數字的金額爭相與國際奧會合作，著眼的就是國際奧會的影響力與奧運的經濟市場，也因此，國際奧會的價值自然是傲視群倫。

其實，運動除了具備生財工具之優勢外，同時也是帶動整體社會經濟條件提升的重要元素。

專家常說，知識經濟時代就是腦力創意時代，易言之，在21世紀這個充滿工作壓力的時代，最健康的紓壓方式就是流汗的痛快運動，人們可藉由運動轉化成工作上再出發的動力。人們如果能重視運動，就能創造經濟力，這是「運動價值」在一般人生活最直接的落實。以投資報酬率計算，運動健身更有十倍以上獲利，可見運

動健身產業市場之潛能是無比龐大。

生產世界品牌Giant自行車之巨大機械，今年公司營收正朝突破400億元目標邁進，目前粗估年終獎金高達23個月以上，以及韓國先前所擬，每年6000億的「流汗運動產業」經濟政策目標，更是一個具體明證。

運動可促進健康體能，又可減少國家健保費用的支出，是一種隱藏性的經濟貢獻體，對政府來說，與其消極的增加健保財政支出，不如廣設民眾休閒健身運動設施，積極規畫全民投入運動健身，民眾則能從享受運動樂趣中培養強健體魄，如此一來，珍貴的醫療資源可以更有效的保存與運用。國家運動推展單位，更能從全民運動中，篩選出可造之才，進而培育成國家優秀運動選手，在國際運動殿堂上為國爭光，可謂一舉數得。所以，建立「運動價值」的重要不言而喻。（作者為彰化師範大學教授、前體委會主委。台北體院校長）

