

國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所
碩士學位論文

運動賽會結合文化創意產業策略之研究
A STUDY OF SPORT EVENTS COMBINING WITH CULTURE
CREATIVE INDUSTRY STRATEGIES



研究生：林孟男 撰
指導教授：王慶堂 博士

中華民國九十六年十一月

論文名稱：運動賽會結合文化創意產業策略之研究

總頁數：199 頁

校院所組別：國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所

畢業時間及提要別：九十六學年度第一學期碩士學位論文提要

研究生：林孟男

指導教授：王慶堂

摘要

本研究目的在瞭解運動賽會與文化創意產業內容、特性運用、共創價值結合方法及兩者結合策略。探討兩者內容、特性運用、共創價值結合方法與策略。運用德爾菲法，針對德爾菲專家小組成員進行反覆的問卷調查，所得資料以描述性統計呈現，並分析與討論。依據討論所得方法並進行兩者 SWOT 分析，提出結合策略。結論綜整如下：

(一) 內容結合途徑有：1. 賽會周邊活動、開、閉幕表演安排。2. 吉祥物、標誌、獎牌、獎狀、獎盃、聖火火炬設計。3. 賽會聖火傳遞路線規劃。4. 賽會廣告製作。5. 競賽場館、選手村、競賽會場的建築設計。6. 運動明星作為賽會代言人，開發公仔。

(二) 特性運用途徑有：1. 吉祥物、標誌、賽會主題、獎盃、獎狀、獎牌、主題曲、聖火火炬與傳遞設計與規劃。2. 與地方有淵源競賽項目及民俗體育。3. 運動明星推行智慧財產權公益活動。4. 賽會開、閉幕表演、聖火傳遞與點燃儀式、周邊活動為呈現創意的地方。

(三) 共創價值途徑有：1. 聖火路線傳遞規劃。2. 賽會周邊活動運用。3. 賽會吉祥物、標誌運用。4. 科技、音樂、舞蹈運用。5. 賽會場館賽後使用。6. 地方居民擔任義工。

(四) 兩者結合策略為：1. 結合文化創意產業資源，豐富賽會活動。2. 結合地方文化，凝聚居民意識，落實社區總體營造。3. 結合各項景點，推出套裝旅遊行程，推展地方觀光。4. 擷取文化特色，成為賽會識別系統。5. 運用科技結合藝術，提供民眾不同體驗。6. 運用賽會活動，延續地方文化，傳承與保留歷史。7. 運用各種媒體

管道與廣告，行銷宣傳運動賽會。8.開發相關商品，結合運動明星知名度，擴展運動商機。

關鍵字：運動賽會、文化創意產業、德爾菲法

Lin, Meng-Nan(2007). A Study Of Sport Events Combining With Culture Creative Industry Strategies. Unpublished master's thesis. National Taiwan College of Physical Education, Taichung.

Abstract

The purpose of this study was to investigate the content of cultural creativity industry, characteristics, the strategy of the combination of value and method. The researcher discussed both of the content, characteristics, and the strategy of the combination of value and method. The Delphi method was adopted in this study, aimed to repetitive questionnaire investigate the Delphi expert crews and analyzed by descriptive statistics, and analyzed and discussed. Finally the research use SWOT analysis by discussion, and proposed combined strategy. Below was the conclusion:

1. The content combined with method: 1, the peripheral activities of a competition, the opening and closing ceremony; 2, mascot, symbol, medal, certification, trophy, and the design of torch; 3, the route planning of the competition torch; 4, the establishment of a competition advertisement; 5, competition hall, athlete dormitory, and the architecture design of stadium; 6, hired sport star as event spokesperson, and innovated toy idol.

2. The method of characteristics: 1, mascot, symbol, event theme, trophy, certification, medal, theme song, and the design and planning of the torch. 2, the competition and the folk physical education which related with the competition location. 3, sport star carry out the beneficial activity related with intelligence property. 4, the opening and closing and competition, the torch route and ignition ceremony, the creativity innovated by peripheral activities.

3. The methods of creating common value were: 1, the planning of torch route. 2, the perennial activities of event. 3, the use of mascot, symbol. 4, the use of technology, music and dance. 5, the use of stadium after the event. 6, residents play the role of

volunteers.

4. The strategy of combination were: 1, the combination of cultural creativity industry resources, enrich the event activities. 2, combined with local culture, focusing resident's consciousness, hence implementing community general construction. 3, combined with other sights, and design package tour, advertise local tourism. 4, extract event features and become the identification of event. 5, take advantage of the combination of technology and art, provides with an whole new experience. 6, take advantages of event activities, continue local cultural, and preserve history. 7, advertised by any channel of media, marketing the sport event. 8, developing related merchandise which combined with the sport star, hence expand the sport business opportunity.

Keywords: sport event, cultural creativity industry, Delphi method

謝 誌

終於結束了，這是我現在最想要說的一句話。雖然有些事情不盡如意，但這些卻成為我人生這一階段，最值得回憶的過程，成為我人生最寶貴的一段體驗。這一篇論文完成，要感謝人太多，首先我要感謝我的恩師王慶堂教授，他總是能一語道破我的缺點，讓我感覺我努力趕工的東西就好像有做跟沒做事一樣的。但是我要感謝老師對我的耐心與包容，細心指導我的論文，不斷灌輸我觀念，學習論文寫作的技巧，以及做學問應有的態度，即使再多言語也無法感謝老師教導之恩，學生心理萬分感激。也感謝成大陳耀光教授及沈易利教授在口試時，給予學生批評與指正，讓這一篇論文能夠更完善。也感謝諸位參與本研究調查之專家，謝謝你們。

感謝求學期間同學，企宏、燕芬、秀姿、鴻昌、麗如、姿蓉、世昌等同學的加油與打氣。謝謝世昌，我不會忘記下課時，一起去連吃兩碗豆花，哈啦打屁，彼此打氣加油。感謝淑婷及阿聰學長，提供我研究所實習機會，謝謝你們夫婦的照顧。感謝秋榮在我論文的最後階段，提供我住的地方。感謝淑萍，謝謝妳在我讀研究所的支持與打氣，妳給了我很多的回憶，我會記得妳在我口試前給我鼓勵與加油，希望妳過得快樂！

最後我要感謝我家人沒有他們對我的關心與經濟上的支持，我不能完成這篇論文。爸爸，從小到大就是讓我感覺不多話的人，但我知道你總是把你的關心與煩惱放在心中，在外求學這幾年讓你擔心了。媽媽，謝謝妳的安慰與鼓勵，還傳簡訊來給我加油打氣，我真的很感動，因為對妳而言打簡訊是很辛苦的一件事情，媽你辛苦了。弟孟寬，哥讀書這幾年你辛苦了。這一切我都看在眼裡也放在心裡，有你們真好，你們辛苦了，也因為這樣我更懂得珍惜未來的日子。寫到這裡，想到要離開讓我待了七年的地方，心中難免不捨，這裡有我很多美好的回憶。再次感謝曾經協助我的師長及朋友們，祝福諸位平安快樂。

林孟男謹誌

2007/10/29

目 錄

中文摘要.....	I
英文摘要.....	III
謝 誌.....	V
目 錄.....	VI
表 目 錄.....	VIII
圖 目 錄.....	X
第壹章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究問題.....	4
第四節 研究範圍.....	4
第五節 名詞解釋.....	4
第貳章 文獻探討.....	6
第一節 運動賽會相關文獻.....	6
第二節 文化創意產業相關文獻.....	17
第三節 運動賽會與文化創意產業結合之探討.....	26
第參章 研究方法.....	33
第一節 德爾菲法（Delphi）介紹.....	33
第二節 研究流程與架構.....	38
第三節 研究對象與資料分析.....	40
第肆章 資料分析與討論.....	43
第一節 德爾菲法為問卷之調查結果.....	43
第二節 運動賽會與文化創意產業內容結合之方法.....	70
第三節 運動賽會與文化創意產業特性運用之方法.....	104
第四節 運動賽會與文化創意產業共創價值之方法.....	118

第五節 運動賽會與文化創意產業結合之策略.....	137
第五章 結論與建議.....	145
第一節 結論.....	145
第二節 建議.....	148
參考文獻.....	150
附錄.....	162
附錄一 德爾菲專家邀請函.....	162
附錄二 第一回合德爾菲專家問卷.....	163
附錄三 第二回合德爾菲專家問卷.....	168
附錄四 第三回合德爾菲專家問卷.....	178

表 目 錄

表 2-1	各學者對運動賽會之看法彙整表.....	6
表 2-2	文化創意產業之內容表.....	19
表 3-1	本研究德爾菲法成員表.....	41
表 4-1	德爾菲法專家問卷執行情況表.....	44
表 4-2	第二回合德爾菲法專家意見調查結果之描述性統計表.....	48
表 4-3	第二回合德爾菲法專家修改題項表.....	53
表 4-4	第二回合德爾菲法專家新增題項表.....	54
表 4-5	第三回合德爾菲法專家意見調查結果之描述性統計表.....	58
表 4-6	第二回合與第三回合之平均標準差統計表.....	70
表 4-7	運動賽會與視覺藝術之描述性統計表.....	70
表 4-8	運動賽會與音樂、表演藝術產業之描述性統計表.....	73
表 4-9	運動賽會與工藝產業之描述性統計表.....	76
表 4-10	運動賽會與文化展演設施產業之描述性統計表.....	79
表 4-11	運動賽會與電影產業之描述性統計表.....	81
表 4-12	運動賽會與廣播電視產業之描述性統計表.....	84
表 4-13	運動賽會與出版產業之描述性統計表.....	86
表 4-14	運動賽會與建築設計產業之描述性統計表.....	88
表 4-15	運動賽會與廣告產業之描述性統計表.....	90
表 4-16	運動賽會與設計產業之描述性統計表.....	92
表 4-17	運動賽會與設計品牌時尚產業之描述性統計表.....	94
表 4-18	運動賽會與數位休閒娛樂產業之描述性統計表.....	96
表 4-19	運動賽會與創意生活產業之描述性統計表.....	99
表 4-20	地方性運用之描述性統計表.....	104
表 4-21	體驗性運用之描述性統計表.....	110
表 4-22	智慧財產權運用之描述性統計表.....	113

表 4-23 參與性運用之描述性統計表.....	115
表 4-24 延續性運用之描述性統計表.....	116
表 4-25 政治價值之描述性統計表.....	119
表 4-26 經濟價值之描述性統計表.....	122
表 4-27 社會價值之描述性統計表.....	124
表 4-28 休閒娛樂價值之描述性統計表.....	125
表 4-29 觀光價值之描述性統計表.....	127
表 4-30 文化價值之描述性統計表.....	129
表 4-31 藝術價值之描述性統計表.....	132
表 4-32 科技價值之描述性統計表.....	133
表 5-1 運動賽會活動 SWOT 分析表.....	139
表 5-2 文化創意產業 SWOT 分析表.....	141

圖 目 錄

圖 3-1 研究流程圖.....	38
圖 3-2 研究架構圖.....	39

第壹章 緒論

本章共分為五節，依序為研究背景與動機、研究目的、研究問題、研究範圍、名詞解釋，分別敘述為下。

第一節 研究背景與動機

隨著人類邁向二十一世紀的同時，科技及傳播資訊發達，使國與國之間無國界可以彼此的交流（葉公鼎，1997）。意味著透過網路與電視傳送可以讓我們在同一時間收到運動最新訊息及觀看精采的運動賽事，如 2006 世界盃足球賽、NBA 職業籃球賽等。科技的進步將運動擴展到每一個城市，加速國際運動賽會普及的腳步。從網路與電視的轉播可以觀賞精采的運動賽事，也能了解當地民情風俗。張妙瑛（1995）表示 1996 年亞特蘭大奧運，開幕前舉辦為期九週節慶活動，節目包括藝術及通俗文化，展現大自然的民族特性；內容包括視覺藝術、音樂、戲劇及電影表演。薛雲道（2002）指出運動賽會主辦單位應舉辦諸多各式各樣地方風情的配合活動，以發揮體育的人文欣賞面，如文藝、劇場、觀賞等，藉由運動與藝術、休閒結合，以展現地方特色，以吸引當地居民參加。從其他相關運動賽會舉辦過程中不難看出，運動賽會與文化創意產業有相當的關係。而且運動賽會周邊活動運用相當廣泛，有賴主辦單位規畫與安排，結合各種不同活動，推出創意吸引民眾參與。相對的若是運動賽會本身缺乏創意，則無法吸引民眾參與。2005 年高雄縣原住民族運動會改革之研究中指出，周邊活動以博覽會方式行銷原住民文化，活動內容有縣政展示區、舞台表演區、農特產品展售區、傳統手工藝展售區、原住民生活體驗區，以刺激原住民文化產

業及通路（王佳嫩，2005）。顯而易見的是舉辦運動賽會，能有效開發與結合當地民情風俗、文化特色，規劃成為運動賽會內容，能有效吸引觀眾與當地民眾的參與。因此透過文化創意產業結合運動賽會發揮舉辦運動賽會的效益為本研究動機之一。

文化建設委員會（2003）在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，提出「文化創意產業發展計畫」，將藝術創作和商業機制結合，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值。在此政策的推廣下，我國 2003 年文化創意產業的附加價值較 2002 年約成長 14.01%；在營業額方面約成長 13.28%；就業人數方面較 2002 年成長 3.08%，對於提高就業人口與產業附加價值具有正面效益（經濟部工業局，2005）。此外，根據遠見雜誌 2004 年的調查最受人喜愛的觀光活動宜蘭童玩節為第一，其 2002 年遊客人數 91 萬人，經濟效益約 12 億元；其次為屏東的黑鮪魚觀光季，其 2004 年經濟效益約 15 億元；宜蘭綠色博覽會，其 2003 年遊客約 34 萬人，經濟效益約 3 億一千萬元（林美姿、張元祥，2004；林韋萱，2004），可見文化創意產業發展，對於各縣市具有相當大的發展亦可以帶動觀光人口、創造經濟效益，有助於地方發展。不過相對的各縣市節慶活動相繼推出，各式各樣節慶提供觀眾不同得選擇，競爭也相對激烈。而行政院體育委員會（2005）提到帶動運動相關產業應該輔導地方政府及體育團體辦理國際性或全國性運動賽會活動時，結合自然、地理、歷史、人文、藝術、產業之特色辦理周邊活動以強化豐富運動賽會活動內容，以體育活動為主，文化觀光活動為輔，創造賽會活動商機。馬上閃（2003）也

指出為吸引觀眾到場觀看賽會，結合節慶活動之舉辦，如辦理節慶或民俗文化與藝術展覽活動，為主辦單位考慮方向之一。

從上所述，文化創意產業確實能提升附加價值，其原因在於文化與創意的結合，再加上行銷手法包裝，帶來相關經濟效應。加上體委會目前為提昇運動賽會效益，也已經將地方特色、文化風俗等，融入運動賽會活動當中。但如何結合及輔導，卻沒有明確的指出，為本研究動機之二。

目前運動賽會與文創意產業結合，在國內外的研究相當缺乏，大多研究內容均屬於一般論述，雖然目前國際運動賽會或我國運動賽會皆有將文化創意產業融入運動賽會活動當中，但主要的研究卻乏善可陳。因此本研究以運動賽會與文化創結合做探索性研究，了解我國運動賽會與文化創意產業如何相結合，提出相關的合作策略，以提供未來相關單位舉辦運動賽會做參考，將來舉辦運動賽會能發揮廣泛之效益。因此，建構相關合作策略為本研究動機之三。

第二節 研究目的

上述背景與動機敘述，本研究以運動賽會結合文化創意產業之策略，提供有關單位舉辦運動賽會之參考。其研究目的如下：

- 一、瞭解運動賽會與文化創意產業內容結合之方法。
- 二、瞭解運動賽會與文化創意產業特性運用之方法。
- 三、瞭解運動賽會與文化創意產業共創價值之方法。
- 四、瞭解運動賽會結合文化創意產業策略。

第三節 研究問題

基於上述研究目的，本研究問題如下：

- 一、探討運動賽會與文化創意產業內容結合方法為何？
- 二、探討運動賽會與文化創意產業特性運用方法為何？
- 三、探討運動賽會與文化創意產業共創價值方法為何？
- 四、探討運動賽會結合文化創意產業策略為何？

第四節 研究範圍

- 一、本研究所探討文化創意產業，以行政院文建會所制定十三項產業，其他產業不在本研究的探討範圍中。
- 二、本研究建構運動賽會與文化創意產業結合之方法，但實際執行方法所需資金、人力等，不在本研究探討範圍。

第五節 名詞解釋

一、運動賽會

本研究將運動賽會定義為「由特定組織或團體，具有特定目的、時間、地點，且在公平的規則之下，進行競技活動，提供觀眾具競技、娛樂、休閒、表演等特性，並透過科學化的管理過程所舉辦之集會」。

二、文化創意產業

本研究參考文建會（2004）文化創意產業定義為「源自創意與文化的累積，透過智慧財產權的形成與運用，創造財富與就業機會潛力，促進整體的生活環境提昇的行業」，產業範疇為：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、

創意生活及數位休閒娛樂產業，共十三類。

第貳章 文獻探討

本章共分為三節，依序為運動賽會相關文獻、文化創意產業相關文獻、運動賽會與文化創意產業結合之探討，分別敘述如下。

第一節 運動賽會相關文獻

本節包括運動賽會定義、運動賽會類型、運動賽會內容、運動賽會特性、運動賽會價值，分別敘述如下。

一、何謂運動賽會

早期人類舉辦所謂的「特殊事件/活動 (special event)」，主要是為了感謝上蒼、讚美神明的恩典或慶祝重要有意義的事件等 (程紹同，2004)。而最早的大型運動賽會的舉辦，起源於古希臘人的對於神話的崇拜，舉辦的大型的宗教儀式與慶典，逐漸的發展成為體育運動競賽 (Girginov & Parry, 2004)。而隨著時代的演變及科技的發達，運動賽會逐漸轉變成為多元化的發展，而關於各學者對於運動賽會相關概念許多學者提出如下表 2-1。

表 2-1 各學者對運動賽會之看法彙整表

學者	年代	說明
樊正治	1998	運動會是以多種多項或一種多項運動，在同一時間或同一地區，集合多人比賽的運動競技，以達成某種宗旨，並由特定的團體組織舉辦。
Ammon	1998	賽會應被視為一個集合名詞，可以是國內外研討會、音樂會、馬戲團表演、舞台表演、募款餐會、趣味競賽、或是運動賽會等大小不同的群眾集會。

(表 2-1 續)

學者	年代	說明
黃玉明	1999	運動賽會是具有競技、表演及社交娛樂等特性，是包括各種運動競賽項目的綜合性集會活動。
曹有培	2000	由特定的組織團體，透過有計畫的籌備、營造、管理，在特定的時間、地點集合個人或團隊，以達成預期的目標和宗旨，並藉一項或以上的運動，依循各種運動規則，舉辦比賽，各種單項的運動比賽和綜合性運動會皆涵蓋在其中。
Shone & Parry	2001	「賽會」應該包含所有的特殊慶典活動，而所生的目的可能是因為休閒娛樂、文化、個人因素、或組織目的，它是不同於一班日常生活的活動，而賽會的舉辦其實就是一群人為慶祝、娛樂或是挑戰的目的而發生的活動。
許樹淵	2003	凡是以運動精神、運動道德為準則，用對等的方式，公定的規則，做各種個人或團隊的競技活動，以供眾覽，所以比較優劣勝負，以提倡推展運動之用者，稱為運動賽會。
程紹同	2004	認為特定的組織團體依其本身舉辦之目的，透過科學化的管理與籌備過程，在特定的時間與地點下，召集運動競技活動的相關人員（包括運動員、裁判、工作、人員、觀眾等）及團體（運動組織、運動器材供應商、媒體、贊助商等）共同參與所形成的綜合性集會，謂之。

資料來源：整理自程紹同（2004）。運動賽會管理-理論與實務，台北市：志揚，P25-26。；彭小惠（2005）。運動賽會經理人所需具備之專業能力。國民體育季刊，P37-38。

從以上可以了解運動賽會定義相當廣泛，運動賽會內容具有多元的意涵，包括競技、娛樂、表演、休閒等，以集會的方式呈現，透過適當的管理方法，達到集會的目標，主角在於運動員的競技過程。不過隨著時代改變，運動賽會內容也逐漸多元，提供民眾不同選擇。因此本研究將運動賽會定義為「由特定組織或團體，具有特定目的、時間、地點，且在公平的規則之下，進行競技活動，提供觀眾具競技、娛樂、休閒、表演等特性，並透過科學化的管理過程所舉辦之集會」。

二、運動賽會類型

運動賽會的類型若以項目來分主要分為單項運動會與綜合性運動賽會；若以區域來分可分為國際性運動賽會（奧運、亞運）、全國性運動賽會（全國運動會、全民運動會）、地區型運動會（鄉鎮運動會）等。而隨著舉辦不同運動賽會所動員人力、資源也就不同，而本研究將運動賽會與文化創意產業結合，提供一個適合各種運動賽會之參考策略。也就是說在此策略之下，依照舉辦不同的運動賽會，選擇適合的參考策略。

三、運動賽會內容

運動賽會內容，不外乎競技的項目與周邊活動安排與配合，以及其他的行政作業與典禮的安排。運動賽會主要的內容有行政、典禮、競賽、周邊活動，其內容分別敘述如下：

（一）行政部分

行政工作主要在於運動賽會之申辦，以及運動賽會的工

作內容之安排。而許樹淵（2003）就表示運動賽會籌備期的準備攸關運動賽會成功與否，其中包括確定組織方案及建立賽會組織機構與執掌。陳維智（2003）運動賽會組織與舉辦，主辦者需為達到目標制定計劃。亦即組織架構之建立與舉辦運動賽會之計畫。運動賽會行政工作，需建立舉辦運動賽會之組織，針對整個運動賽會工作內容制定計劃，加以安排與規劃，使運動賽會能順利之運作。

（二）典禮部分

運動賽會舉辦除了可以讓觀眾觀賞的運動員的運動競技表現之外，其典禮的運作過程對於整個的運動會具有畫龍點睛之效。運動賽會典禮儀式是運動賽會的重要項目，不管國內、國外的大小運動賽會是不可或缺的流程。其原因不外是運動賽會早期是從宗教儀式所演變而來，王凱立（2004）表示奧運期間藉由聖火燃燒照耀運動場，源自於古代奧運會之傳統，由希臘女祭司引燃火炬，以接力方式傳至競賽會場，開幕時點燃聖火照耀會場直到閉幕結束，從聖火點燃、傳遞、開幕典禮點燃儀式及熄聖火儀式，皆具有深遠意義與傳承。因此在賽會前舉辦典禮之儀式，對於運動賽會具有特別之涵義。此外，透過運動會開、閉幕，將國家經濟、民俗文化、體育、藝術，加以展現達到交流之目的（許樹淵，2003）。

（三）競賽部分

近年來受到運動全球化、商業化、科技化等趨勢的影響下，運動競賽已無法從單一區域、範圍及面向考量，且隨著舉辦大型運動賽會日益增加，良好的管理便顯得相當的重要（洪煌佳，2004a）。我國主要運動賽會為全國運動賽、全民運動會、全國大專院校運動會、全國中等學校運動會、原住

民運動會、全國身心障礙運動會，六大運動賽會。每個運動會競賽內容，除了依照舉辦細則規定安排主要競賽項目之外，尚可彈性安排一至二種競賽項目。

（四）周邊活動部份

運動賽會主要活動為競賽活動，但紅花也要綠葉來襯托。因此除了競賽項目之外，也需要相關周邊活動配合，讓整個活動能更有特色，吸引更多觀眾共襄盛舉，讓活動可以更圓滿。將賽會周邊活動與各項文化藝術活動結合，不僅能發揚該地區之特色，更能豐富體育藝文活動之內涵，擴大民眾參與（陳增朋，2004a）。將地方文化特色、節慶活動、產業特色、地方企業融入賽會活動之造勢，一方面外來觀光客能獲得運動賽會之訊息，另一方面也能讓當地民眾踴躍參與。除此之外盧焰章（1993）也指出要使運動賽會更有賣點可從以下方式著手：

（一）開、閉幕的表演

結合運動、藝術、聲光、科技、傳統文化、大會特色之開、閉幕活動，往往都是大型運動賽會所矚目的焦點。奧運會各種節目門票的銷售，尤其以開、閉幕售價最高，乃為運動會一大賣點。

（二）吉祥物圖案的設計

透過吉祥物設計，能提供民眾參與運動賽會之娛樂。也能表達運動賽會的理念，提供觀眾認識運動賽會，進而參與運動賽會。

（三）主題歌曲的設計

音樂無國界，主題歌曲可以為運動會宣傳，增加運動會知名度。

(四) 大會宣傳口號

簡潔、明朗的主題標語，可以營造運動賽會形象，讓參與觀眾容易留下印象。

(五) 結合現代科技

採用大型轉播螢幕、終點計時器、各種成績電子顯示器或看板等設備，可以促進觀眾對於運動競賽過程刺激感，增加娛樂效果，吸引觀眾到場欣賞比賽。

(六) 比賽秩序冊、服務手冊的平面廣告宣傳

可以利用比賽秩序冊及大會服務手冊，加以介紹場地、賽程與各項相關訊息。

四、運動賽會特性

蘇雄飛(1999)指出運動賽會應具備有臨時性、延續性、規劃性、規範性、體驗性分別詳述如下：

(一) 臨時性

於特定期限中，設置臨時性的組織。參閱我國大型運動賽會舉辦細則，如全國運動賽、全民運動會、全國大專院校運動會等，皆需要在特性期間提出申辦計畫書，並成立籌辦委員會，進行整個運動賽會內容的規劃與安排。

(二) 延續性

繼承過去傳統歷史與精神。現今國際所舉辦奧林匹克運動會，乃是在繼承過去奧林匹克精神。地方性運動賽會如清忠杯橄欖球錦標賽，除了推廣橄欖球賽之外，也紀念第一位將橄欖球運動傳入台灣的台灣人-陳清忠前輩(呂銀益、徐揚、許宏哲，2000)。因此舉辦運動賽會除了運動員之間競技之外，也是在傳承運動賽會背後所代表歷史與精神。

（三）規劃性

具備良好的籌備計畫及執行力。籌備運動賽會是一項艱鉅的工作，事前需計畫工作內容與事務，分工合作方能完成。賽會活動規劃者除了掌控賽前籌備工作，賽中各項活動流暢性，以及賽後各項工作檢討。規劃者須具有相當籌備計畫能力，依計畫內容形成各小組，並監督各小組執行工作內容，確保活動能順利完成。

（四）規範性

具備公平與完善的競賽規程與規則。運動賽會中任何一項運動競技，皆需要公平且完善競賽規程，許樹淵（2003）表示選用哪種制度，應根據賽會比賽目的、比賽期限、項目的特點、參與的人數等條件選用相應的比賽方法。

（五）體驗性

具備戲劇般的競爭過程，令參與者留下深刻歡愉經驗。運動競技中，最主要在於比賽的不確定性，往往競技過程中，彼此之間勝負難以在同一時間確定。觀賞完精采得球賽之後，雖然無法擁有實體性的商品，但球迷心中所留下的愉悅滿足，為運動吸引人之處（陳增朋，2004b）。

如上所述，運動賽會尚具備有以下之特性：

（一）儀式性

運動賽會的儀式活動，乃運動賽會中不可缺少的活動，不外乎運動賽會最早期乃是由節慶活動所轉變而來。運動賽會儀式活動，包括開閉幕過程、聖火的傳遞，皆是在彰顯與傳承運動精神。王凱立（2004）表示在典禮上包括開、閉典禮及頒獎典禮，皆顯示運動賽會的隆重與表彰運動精神與榮譽。

（二）參與性

運動賽會本身參與性相當強烈，除了本身運動競技項目提供運動員的參與，另外一方面運動競賽過程也是吸引觀眾參與主要原因。其次周邊活動規劃與安排、運動賽會開、閉幕表演等，使得運動賽會活動相當的多元，供觀眾與選手參與。

五、運動賽會之價值

國際大型運動賽會之舉辦，如奧運、世界盃足球賽等，各國無不積極的爭取辦理之重要活動，主要原因舉辦運動賽會具有多元之價值，以下針對運動的價值分別詳述如下：

（一）政治之價值

運動賽會舉辦對於國家外交、國家政策有相當大的效益（蔡長啟，1995）。程紹同（2004）也指出運動賽會舉辦有利全民運動政策之推展，鼓勵國人規律運動；大型運動賽會之舉辦可提高國家知名度及形象，促進國際合作關係。從上述中運動賽會之舉辦，對內可以推展國家政策，以達強國強身之效；對外可以促進國家外交交流，提昇國家形象與知名度之價值。

（二）經濟之價值

程紹同（2004）即指出大型的國際運動賽會已由官方主辦的模式轉變成為民間商業化的籌辦方式，並成為帶動地方建設、創造工作機會、促進社區繁榮、增加國家稅收的「金蛋母雞」。許光廬、黃建松（2006）亦指出位於德國杜易斯堡（Duisburg）與高雄同為工業重鎮，為舉辦世界運動會，改造城市建設，一洗工業城鎮灰暗的污染的醜陋風貌，同時吸

引 50 萬人次的觀光客，帶來 6000 萬歐元的商機。陳聖翔、王慶堂（2005）針對 2004 年全民運動會參與者對賽會及企業贊助之態度研究中，指出基隆市舉辦全民運動會對於促進經濟繁榮有相當之貢獻。黃金柱（1999）指出不管參與性或觀賞性的爭辦或辦理，主要是透過外來遊客、出席者等，帶動當地經濟活動。此外大型賽會的辦理，經由都市更新、場地設施的興建，可帶給主辦地的新風貌，亦可帶動商機與提升競賽地點知名度與形象。從以上可知運動賽會之舉辦，可帶動當地城市建設與促進繁榮、增加就業機會等，有助於經濟發展，同時可提高當地知名度與形象。

（三）社會之價值

舉辦體育活動可凝聚原住民的向心力，亦可達到凝聚族群的目的（王建台、陳枝烈、陳瑞耀、林耀豐、邱素梅、王仁貞，2001）。此外運動場上的運動員，透過公平的競賽，達到勝利的目標，其背後的努力及奮鬥，可樹立起社會典範。另一方面運動賽會舉辦不外乎單項運動賽會與綜合性運動賽會為主，尤其綜合性運動賽會其周邊的活動相當的廣泛。也因此透過運動競賽提供運動員彼此間能相互交流，另一方面周邊活動也能提供參與民眾之社交機會。

（四）文化之價值

王建台等人（2001）指出透過競技的性質以維護與發揚傳統體育，如近年舉行的原住民運動賽會。而黃金柱（1999）也指出經由不同居民參與不同的運動項目或觀賞比賽或節目，可看出對不同文化的嗜好與興趣，亦可展現不同民族的生活方式。因此透過運動競賽可以讓參與者與觀眾了解不同傳統文化，達到文化的交流與歷史保存之目的。

(五) 休閒娛樂之價值

程紹同(2004)認為運動賽會具有提供休閒機會及優質休閒活動之功能。而從我們旅美投手王建民，在外所創佳績，不僅提升我國知名度，更引起球迷、國人對於棒球運動參與，讓棒球運動成為我國全民休閒運動之項目。由此可知藉由運動賽會，其運動項目不僅成為我們的日常生活休閒活動，也帶動運動之風氣。此外隨之而起的棒球相關產品引起球迷的迴響，如大魯閣棒球練習場、球員卡等。因此運動賽會舉辦不但讓運動成為我們的休閒活動，更促使廠商提供其運動相關休閒設施，供民眾使用與參與。

(六) 觀光之價值

近年許多學者提到運動與觀光相結合發展成為運動觀光(馬上閔, 2003; 高俊雄, 2003a), 不難發現運動可以與觀光相結合, 為運動產業拓展新領域。張孝銘(2006)提到91年在花蓮舉行的中華汽車盃國際馬拉松賽, 而花蓮境內具有特殊太魯閣峽谷地形, 從第一屆1189人參加, 第二屆舉辦時人數成長三倍, 顯示地方特色及特殊景觀結合馬拉松賽會, 為此賽會之吸引力之一, 提高運動觀光參與動機。顯示運動賽會與觀光相輔相成, 除了可以吸引觀眾參與該項活動, 亦可行銷地方特色。

(七) 藝術之價值

從運動競技中透過運動員所展現身體之力與美, 乃運動賽會中另一項價值。許義雄(2003)就指出運動情境中的身體即是一種藝術的創作, 從開幕的儀式、入場, 具有太多之文化意涵; 運動員的身體以爐火純青、出神入化的演出, 即是藝術作品之展現。運動賽會開、閉幕, 透過音樂配合舞蹈

進行表演，即在彰顯身體的美感。近年來國際的大型運動賽會，除了本身的運動競賽之外，並將運動與文化藝術結合，運用文化藝術活動，宣揚國家傳統文化、民族特色、地方特色（蔡茂其、陳鴻、王瑞麟、徐洋、莊志仁、鄭俊傑，1999）。因此除了運動員本身競技過程就相當具有藝術價值，賽會周邊活動亦可結合相關藝術活動，而創造藝術價值。

（八）科技之價值

科技進步對於運動產業具有實質上的影響，包括運動科學研究、運動指導、運動賽會等，電腦科技對於運動資訊提供、分析、資料管理具有相當大助益。而越來越多運動組織藉由科技的力量提高舉辦運動賽會的收入，Horovitz 在 1999 指出 1998 年美國鹽湖城冬季奧運的 CEO 便直接宣布「這個冬運會有成為電子奧運的必要」，使得 1998 年冬季奧運與 2000 年夏季奧運拜科技之賜，締造有史以來奧林匹克運動會最豐碩成果（林明宏、黃美華，2005）。透過科技能讓運動賽會能有效管理，提供觀眾最新競賽資訊，將科技結合在運動賽會開閉幕表演，提供觀眾感官刺激。

在上述運動賽會相關文獻探討中，運動賽會主要內容分別為，運動賽會行政部分、運動賽會典禮部分、運動賽會周邊活動；其特性方面分別為臨時性、延續性、規劃性、規範性、體驗性、儀式性、參與性；在價值方面分別為政治、經濟、社會、文化、休閒娛樂、觀光、藝術、科技之價值。

第二節 文化創意產業相關文獻

本節包括文化創意產業相關定義、文化創意產業內容、文化創意產業特性、文化創意產業價值，分別敘述如下。

一、何謂文化、創意、產業

(一) 文化

文化定義相當廣泛，各學者從文化各層面去下定義，對於文化說法就顯得相當的多元。文化「culture」一詞，最原始的意義是指土地的耕作，到了十六世紀，此字的意義轉變為心智的培育，用來指文藝方面的產物，十九世紀後更擴大用來描述人類文明整體心智能力與精神的發展，甚至包括人類社會全部生活方式（陳學明，1996）。吳思華（2004）將文化分為廣義與狹義，廣義所指陳「人類於社會實踐過程中所獲物質的、精神的生產能力和創造的物質財富、精神財富總合」；狹義所指陳「精神生產能力和精神產品，包括社會意識形式，包括自然科學、技術科學、社會意識形態」。文化是生活經驗的結果，包含相當程度的習俗因素，文化在程度上是需要相當程度的系統教育才能獲得（高宣揚，2002）。總而言之，文化乃生活經驗之總合，透過生活經驗的累積經學習後所獲的之結果。

(二) 創意

一般心理學家對於創造所下的定義，認為創造是一種行為的表現，該行為表現的結果富有新奇與價值（張春興，2004）。吳思華（2004）指出創意是為了解決問題，個人或群體的思考型態與心智模式之表現。

(三) 產業

人類有各式各樣的生產方法，生產不同產品，而生產某一類產品的一群人，一批組織（單位、企業）合在一起組成的一個行業，就叫產業（朱高峰，2001）。一般而言，產業具有三項特徵：生產大量產品或服務，服務顧客；標準化的生產流程，確保每一次提供產品或服務，品質均相同；自給自足市場機制，從消費者身上獲得回報（吳思華，2004）。

二、文化創意產業定義

我國參考聯合國文化產業與英國創意產業之定義將我國文化創意產業定義為「源自創意與文化的累積，透過智慧財產權的形成與運用，創造財富與就業機會潛力，促進整體的生活環境提昇的行業」，除探討「個人創造力與文化積累」與「智慧財產權的開發與運用」以外，尚須考量是否具有「創造財富與就業機會」的潛力，以促進整體生活環境的提昇（文建會，2004）。

三、文化創意產業內容

而台灣情形將文化創意產業分為十三類：視覺藝術、音樂與表演藝術、文化展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、設計產業、設計品牌時尚、建築設計、創意生活及數位休閒娛樂，其產業內容如表 2-2。

表 2-2 文化創意產業之內容表

產業	產業說明
視覺藝術	凡從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等之行業均屬之。
音樂與表演藝術	凡從事戲劇（劇本創作、戲劇訓練、表演等）、音樂劇及歌劇（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂的現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞臺燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞臺等）、表演設施經營管理（劇院、音樂廳、露天廣場等）、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體服務（道具製作與管理、舞臺搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業均屬之。
文化展演設施	凡從事美術館、博物館、藝術村等之行業均屬之。
工藝	凡從工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業均屬之。
電影	凡從事電影片創作、發行及電影周邊服務等之行業均屬之。
廣播電視	凡從事無線電、有線電、衛星廣播、電視經營及節目製作、供應之行業均屬之。
出版	凡從事新聞、雜誌（期刊）、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等具有著作權商品發行之行業均屬之。但從事電影發行之行業應歸入 8520（電影片發行業）細類，從事廣播電視節目及錄影節目帶發行之行業應歸入 8630（廣播節目供應業）細類。
廣告	凡從各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置等行業均屬之。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業亦歸入本類。

(表 2-2 續)

產業	說明與產業內容
設計 產業	凡從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、原型與模型的製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等之行業均屬之。
設計 品牌 時尚	凡從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造與流通之行業均屬之。
建築 設計	凡從事建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計之行業均屬之。
創意 生活	凡從事符合下列定義之行業均屬之：以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之產業。
數位 休閒 娛樂	1.說明： 凡從事數位休閒娛樂設備、環境生態休閒服務及社會生活休閒服務等之行業均屬之。 (1) 數位休閒娛樂設備：3DVR 設備、運動機臺、格鬥競賽機臺、導覽系統、電子販賣機臺、動感電影院設備等。 (2) 環境生態休閒服務：數位多媒體主題園區、動畫電影場景主題園區、博物展覽館等。 (3) 社會生活休閒服務--商場數位娛樂中心、社區數位娛樂中心、網路咖啡廳、親子娛樂學習中心、安親班／學校等。

資料來源：引自陳昭義(2006)。2005年台灣文化創意產業發展年報。台北：經濟部工業局。P22-23。

四、文化創意產業特性

David(2001)從學理上認為文化產業具有三大特色，其產業活動會在其生產過程中運用到某種形式的創意；其產業活動被視為與象徵意義的產生與溝通有關；其製成的產品

是，至少有可能是，某種形式的智慧財產權。

劉維公（2003）指出文化創意產業具備有三大核心包括以創意為內容的生產方式、以符號意義為產品價值的創造基礎、著作權的保障。

劉曉蓉（2006）指出台灣社區總體營造下之文化產業，具有幾個特徵包括排斥文化工業、小規模與少量生產、產品重視地方傳統特質與居民精神取向、產品最終目的為提升地方發展。

楊敏芝（2001）表示文化產品具有「精緻化」、「特色化」、「在地化」；它來自於「地方」表徵地方特殊意象與特質，具歷史文化、智慧的累積與藝術經驗的沉澱；它具有文化多元性，及地域文化資源的開發的多樣性；它可以是非傳統，可重新被創造，經由地方居民的創造力而重新塑造；它是地方人文的精神所在，注入地方特有的心思與創造。

黃世輝（2002）指出文化產業的特質具有五點特質，生活的，農山村的平凡生活中就有無數的大小智慧；共享的，重視地方的資源；人味的，村落的自信與對外人的善意；內發的，對自己文化的認同；小而美，並不企求成為超大型企業，雖然不大卻可以永續經營。

從以上可以歸納出文化創意產業整體特性如下：

（一）強調創意運用

文化創意產業以文化為內容，透過創意不斷開發新產品或服務。吳思華（2004）表示尋找不同的媒介與載具，是創意多元的運用最常見手法。也就是說文化是創意的內容，而創造出來的產品或服務則是媒介或載具。因此透過創意將文化呈現在不同的產品或服務上，創造多元的變化與附加價

值，是文化創意產業的特性之一。

(二) 提供體驗

黃昭瑾(2005)指出從消費者心理來看，文化滿足消費者好奇、想像、移情、體驗、感動等心理。吳思華(2004)表示文化創意商品的消費過程為一個整體的服務，不僅是商品本身的實質金額，其所期待的更是一個充實且愉悅的消費過程。當文化經由創意為產品或服務，或文化本身皆是提供消費者一種體驗。

(三) 具地方特色

文化本身是經由地方開發，它本身具備獨特性且無法複製，與地方居民生活環環相扣。經由地方居民的開發與創意，發現具地方特色之產品，透過居民的參與認同自我文化特色。文化創意產業發展需要以地方人文作為基礎，結合地方文化資源，如此不但保存地方的傳統文化，也呈現地方創意與特色。

(四) 智慧財產權保護

文化創意產業以「知識」、「文化」、「創意」為生產的透入，降低了「資金」在產業發展的重要性，同時具有更高的附加價值(吳思華，2004)。當然知識的投入，需要相關措施保障創造者的權益。在文化創意產業內容中，如音樂創作者、藝術創作者、文學作家等，所創作之產品透過智慧財產權的保護成為耐久性產品，使用權的授與不但使創作者能獲取利益，也能保護創作者本身的權益。

五、文化創意產業價值

台灣推動文化創意產業時，將行業本身是否具有創意或化累積，是否具創造就業機會及能否提升生活品質納為考

量，就可看出文化創意產業的價值。而文化創意產業具有價值詳述如下：

（一）政治價值

文化創意產業對於國家提升經濟競爭力、促進政治與文化交流，具有相當大的助益。我國的文化創產業乃參考各國的文化政策所制定而成，一來有助於我國的文化創意產業政策發展，二來與其他各國產生的政策的交流，三來促進國家文化經濟發展。2005年文建會核定「福爾摩沙國際藝術節系列」，各縣市辦理主題式藝術節慶活動，除了提升地方精緻藝文水準，透過國際文化交流帶來不同美感，建立自我文化的認同與自信（陳昭義，2006）。從以上看來文化創意產業對外能促成國與國的文化交流，達到提升國際形象與知名度，對於文化政策推動具有實質上的幫助。

（二）經濟價值

近年來各國推展文化產業政策，主要原因在於文化產業能帶來經濟價值，也是展現各國的競爭力趨勢。文化產業市場中，1995年美國佔184億元，歐洲佔了97億元，亞洲只有67億元；2000年美國成長到207億元，歐洲增加到131億元，亞洲也成長到110億元（周雅菁、曾啟雄，2005）。英國的創意產業不僅為該國的第二大產業，更是該國就業人口的第一大產業（吳思華，2004）。王俐容（2005）指出文化創意產業政策對於為許多國家帶來正面的助益與消息，如產業本身產值、國民生產毛額、就業機會的增加、市場的擴大等。顯示文化產業的實施不僅能帶來經濟價值，對於增加就業機會、提升國民生產毛額、產值提升等具有正面價值。

（三）社會價值

我國推行社區總體營造，讓地方居民了解自己的社區具有什麼樣的特色，讓居民參與建立屬於自己的社區特色。透過「文化產業化，產業文化化」經營社區文化產業。在參與過程中，結合居民不同的背景創造屬於自己的社區特色。因此文化創意產業凝聚社區居民意識，營造社區文化特色，改善社區居民的生活品質在參與過程也提昇居民的向心力，皆是文化創意產業的社會價值。

（四）文化價值

文化創意產業的文化價值在於文化本身的特質，文化可以是歷史、生活經驗、產業特色等。文化多元性成為創意的來源，透過產業化機制，使文化成為多元商品或服務，這也是各國推展文化產業主要原因。其次透過創意將文化呈現在商品上，所反映的是商品後所代表的文化精神與內涵；文化服務則是提供精緻、品味、舒適的消費體驗，提供消費者文化體驗。

（五）休閒娛樂價值

在現今的社會中，休閒不但受到重視，也是衡量生活品質的指標（Edginton, Hanson, Edginton, & Hanson, 2002）。而我國在制定文化創意產業政策時，考量此產業是否具有提升生活品質之產業，不難發現政府相當重視大眾的休閒生活品質。從文化創意產業內容，包括文化、藝術、創意生活、數位休閒娛樂等產業皆是屬於休閒活動範疇。文化創意產業不僅提升了整體生活品質，週休二日實施民眾不僅有更多時間從事休閒活動，也提供民眾的休閒機會。

（六）觀光價值

文化創意產業具備有觀光價值取決於文化本身。孫彥武

(1994) 表示文化觀光資源可歸納為有形人文資源，如歷史文物、名勝古蹟；無形人文資源，如文化藝術、民俗節慶。不論國內國外幾乎都在發展觀光事業，以文物古蹟、歷史文化之類的特色，以吸引遊客(林慧雯，2003)。文化所彰顯的是一個民族或地區的獨特生活特色，滿足消費者好奇、想像等，是吸引觀光客的主要原因，也是文化具有觀光價值所在。

(七) 藝術價值

文化創意產業以創作為核心，其中藝術亦需要創作者投入大量創意，來展現其藝術價值。藝術能提供美感、質感、生活品味，提高人類整體生活精神。對藝術家來說，藝術家為藝術而藝術，注重的是作品的呈現(Caves, 2003)，能不能被市場所接受需要進一步的評估。對於收藏家與一般大眾消費者所考量層面有所不同，因此要擴展藝術的價值必須與其他產業合作，將藝術與設計產業、建築產業、科技產業、各種產業等，方能呈現藝術不同的價值與創意巧思，擴展藝術價值。

(八) 科技價值

科技的進步提升人類的生活品質，所短人類工作時間與效率，使得人類有充分時間從事休閒活動。文化創意產業本身具備有文化、設計、藝術、科技等特質，其中數位休閒娛樂產業、電影產業、廣播電視產業、廣告產業、設計產業等，都需要科技的相輔相成。也因此科技廣泛運用於各個產業，如電影特效、數位藝術、電子軟體等。一方面科技與藝術人文整合，如日本、韓國數位內容產業，提升經濟競爭力、創造附加價值。如日本動畫「神奇寶貝」，從電動玩具到電視卡通、電影動畫、玩具、衣服用品，約有1兆日圓(陳昭義，

2006)。因此科技的廣泛運用不但創造了經濟價值，提升國家競爭力，也提高產品的附加價值。

在以上文獻探討中，文化創意產業內容方面分別為為視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活及數位休閒娛樂產業，共十三類；在特性方面分別為強調創意運用、提供體驗、具地方特色、智慧財產權；在價值方面為政治、經濟、社會、文化、休閒娛樂、觀光、藝術、科技之價值。

第三節 運動賽會與文化創意產業結合之探討

本節主要分為十三個部份，以相關文獻來說明文化創意產業運用於運動賽會之方法，分別敘述如下。

一、運動賽會與視覺藝術產業

近年來舉辦運動賽會周邊活動，無不利用相關藝術品設置及相關藝術展，來豐富運動賽會之內容（蔡茂其等人，1999）。視覺藝術產業不但可以支援賽會周邊活動，也能夠透過運動賽會相關商品視覺藝術產業來融入藝術元素。盧焰章（1993）指出若是讓賽會更有賣點，可從運動賽會吉祥物與標誌設計來著手。從以上文獻可看出視覺藝術產業可運用於賽會吉祥物設計及賽會周邊活動。

二、運動賽會與音樂、表演藝術產業

從運動賽會的開閉幕表演，透過音樂與身體的配合展

現，運動員運動場的力與美的展現，皆是在向參與者與觀眾宣揚身體的文化之功能（許義雄，2003）。事實上，運動場上運動員的演出，即是藝術作品之展現。除了運動場上運動員精采表演之外，運動賽會開、閉幕，透過音樂配合舞蹈呈現運動美感，乃運動賽會必要活動之一。林保堯（2004）指出現在奧運不只於運動競技，在上一屆雪梨奧運則邀請雲門舞集參與表演，即是運動賽會與文化創意產業之結合例子。因此，透過運動賽會結合音樂、表演藝術產業，提高觀眾參與之意願，豐富運動賽會之內容。呂宏進（2003）表示 92 年全國運動會，邀請五月天音樂團體，結合開幕表演活動。以上皆是運動賽會與音樂表演藝術產業之結合。

三、運動賽會與工藝產業

工藝為人類生活智慧結晶，涵括一個族群的生活內涵（陳昭義，2006）。從原住民運動賽會中可看出工藝與賽會之關聯，黃嘉源（2003）在臺灣原住民運動會之研究中提到，台灣首屆原住民運動賽會，舉辦會場搭配原住民的文物展示，包括織布、木雕、皮雕等，對於宣揚原住民文化特色具有正面的意義。透過工藝產品展現，參與民眾不但能了解地方特色與生活內涵，也增加運動賽會之內容。另外 2006 德國世界盃足球賽就曾設計吉祥物之公仔（中國日報網站，2006）。此外我國棒球旅外棒球好手王建民，在美國大聯盟表現優異，也開發運動員明星公仔（韓佩穎、柯家傑，2007）。

四、運動賽會與文化展演設施產業

運動賽會除了在周邊會場設置展文化藝術會場之外，也

可以透過當地美術館、博物館、藝術村等，進行活動的安排與配合。尤其文化展演設施能提供各種展示、表演藝術等活動，不但可以滿足人類求知、求美、自我實現需求，也提高民眾休閒娛樂與社會教育機會(陳昭義，2006)。林保堯(2004)表示2004年雅典奧運「文化奧運」即是透過日本東京博物館展示「亞歷山大大帝與東西文化交流展」，即是2004年雅典奧運的熱身展示活動。從以上看來運動賽會與文化展演設施結合，不但能豐富運動賽會之內容，讓參與民眾與外來民眾了解地方的歷史文物及風土人情，產生認同感。

五、運動賽會與電影產業

張妙瑛(1995)表示1996年亞特蘭大奧運，賽會期間周邊活動，其節目內容就包括電影表演。1936年由蘭妮蕾芬斯坦導演的《奧林匹克》、1964年由市川昆導演的《東京世運會》、1992年由卡洛斯索拉導演的《巴塞隆那奧運會》其中這三部片的導演，精於捕捉運動選手在競賽過程中的獨特美感(奧運看公視，2000)。與電影產業結合取決於製作電影的「創意」，透過電影手法將運動賽會轉變歷史或運動場上球員的競技過程，製作成紀錄片，不但能讓參與者回顧整個運動賽會演變及運動場上運動員競技精神，此外周邊活動也能配合相關電影表演。

六、運動賽會與廣播電視產業

廣播與電視產業一直以來在運動賽會行銷上佔有很重要地位，透過廣播與電視，提供最新運動競賽資訊，如奧運會、NBA職業運動等。陳增朋(2004b)就指出92年全國運動會

就以電視或廣播為媒介，強力廣告台北縣承辦運動賽會之訊息。而洪煌佳(2004b)也指出運動不僅可提供新聞性的報導，而精采的競賽內容，更可製成娛樂節目，如美國 ESPN、國內的民生報，均針對國內外重要賽會進行報導。

七、運動賽會與出版產業

Brend 和 David(2000)運動組織發行各類的促銷刊物，其目的在於傳播知識或資訊給觀眾，也傳達各種關於運動組織的型態、促銷方法、態度及企業形象。廖清海、邱翼松(2005)指出不管單一、綜合型、或職業運動賽會，能詳盡報導比賽內容，讓觀眾更了解比賽，包括宣傳單、競賽手冊、快報、雜誌、專書等型式。

八、運動賽會與建築設計產業

運動會上所必須的就是運動設施或建築，良好設計除了降低選手受傷的機率，能提高對於觀眾舒適的觀賽環境。尤其在設計上透過藝術與文化結合，提供觀眾與選手美感的空間。陳昭義(2006)指出未來的建築設計可定義為「結合工程科技與文化藝術以解決人們居住、工作空間之一種富創意之工作，需主動協調相關專業，以共同協助各時期創造其所需安全、美感，能適當使用之空間」。因此，透運動賽會與建築設計結合，形成具美感、安全具特色之運動環境，不但能成為地方指標，也提高運動場館之附加價值。就像上海體育場特殊的造型，成為上海的指標性建築物(許光廬、黃建松，2006)。2002 世界杯足球賽在日本茨城縣鹿島體育場舉行三場比賽，尤其霞浦湖上傳統式帆船風格獨樹一幟，這座鹿島

體育場外形就是特別依據船帆的形象而設計與當地特色相呼應（中央社，2002）。從以上文獻看來，運動場館必須透過建築設計融入不同風格，甚至融入地方文化特色。

九、運動賽會與廣告產業

廣告是透過特別的設計，將意念、商品或服務的優點傳遞給前在銷售對象，具說服力，以達行銷的目的（陳昭義，2006）。運動方面的廣告具有許多形式，包括為運動產品及服務所做的廣告或透過運動賽會所做的廣告（Brend & David，2000）。廣告的設計來自於創意，令消費者留下特定產品的印象。運動賽會與廣告產業結合，除了提供廣告產業一個呈現廣告的舞台，也提供民眾有關運動賽會的資訊（盧焰章，1993）。

十、運動賽會與設計產業

設計產業包括產品外觀設計、專利商標設計及未分類其他專門設計服務業。盧焰章（1993）表示運動賽會吉祥物的設計是一項重要工作，吉祥物往往是比賽開幕前大眾媒體所矚目的焦點。此外台灣第一屆原住民運動會的獎盃就是以陶甕造型呈現，圖騰取自排灣族與魯凱族的百步蛇（黃嘉源，2003）。94年全國運動會標誌的設計以台灣精神作為設計出發點，並結合雲林縣文化特色，一方面體驗運動場上的競技感覺，一方面展示雲林的氣魄與特質，象徵本屆全運會的台灣精神與在地文化精神相互結合，更展現了國際化的宏觀與視野（94年雲林全國運動會，2004）。從以上文獻可知設計產業主要在支援各項文化創意產業，融入各項元素如工藝

設計概念、視覺藝術元素等。如此的整合各項文化創意產業，來設計相關產品。

十一、運動賽會與設計品牌時尚產業

我國在設計品牌時尚業所強調的在於，將文化與創意結合，將文化導入時尚產業，行銷台灣（陳昭義，2006）。而大型運動賽會的舉辦，能帶動運動相關用品消費。以雅典奧運為例，奧運帶來運動用品高達十億，包括製鞋業、運動服（帽）、布料業、高爾夫用具、健身器材業、自行車業等（劉朱松、江岱錦，2003）。戴遐齡（2006）指出2006年冬季奧運則是與時尚設計品牌亞曼尼（ARMANI）來做結合，杜林冬運亞曼尼（ARMANI）更應邀為開幕典禮亮相知名模特兒設計衣服，並為義大利國旗變裝。

十二、運動賽會與數位休閒娛樂產業

科技的進步提供觀眾最新競賽資訊，更將科技運用在運動賽會開、閉幕表演（盧焰章，1993）。數位休閒娛樂產業乃透過科技與創意結合數位休閒娛樂、環境生態與社會生活。此一產業與運動賽會結合不但能豐富運動賽會內容，能提供運動數位休閒設備，將運動與生態結合、讓運動落實社會生活。

十三、運動賽會與創意生活產業

陳昭義（2005）創意生活產業是指：「凡從事創意整合生活產業之核心知識，提供深度體驗及高質美感之產業」，分為飲食文化體驗、自然生態體驗、工藝文化體驗、生活教育體

驗、傢飾時尚體驗、特定文物體驗等。王佳嫩（2005）2005年高雄縣原住民族運動會改革之研究中指出，賽會周邊活動內容有縣政展示區、舞台表演區、農特產品展售區、傳統手工藝展售區、原住民生活體驗區。因此運動賽會周邊活動結合主要依賽會主題而定，視地方產業特色加以規劃。陳昭義（2005）而創意生活產業之型態如下：

（一）傳統事業轉型

因經營環境之變遷，從原本的加工業、農牧業等轉型為「創意生活事業」，亦即從一級或二級產業轉型成為三級產業，辦保留原來之核心及特色

（二）核心事業延伸型

由多年累積之事業文化擴充延伸，而成立創意生活事業，扮演繼往開來並推廣原事業之角色。

（三）特有文化匯集型

從文化之特色著手，以特定主題組織而成，並善用地方之相關資源。

（四）主題創意型

以特定的創意及主題出發，注入美感及深度體驗，形成創意生活事業。

從以上創意生活商家型態來看，運動賽會視舉辦地文化產業特色加以規劃，並不無可能性結合創意生活產業。透過贊助或招募形式，一方面拓展賽會財務，另一方面創意生活產業商家能獲得行銷知名度之效益。

第參章 研究方法

本章共分為三節，依序為德爾菲法（Delphi）介紹、研究流程與架構、研究對象與資料分析，分別敘述如下。

第一節 德爾菲法（Delphi）介紹

一、德爾菲法（Delphi）起源

「Delphi」一字源自於古代希臘城市之名稱，傳說具有預測能力的阿波羅神（Apollo）曾居於此地，因此現代學者將專家預測方法稱之為德爾菲預測術（Delphi technique）（邱淑芬、蔡欣玲，1996）。Linston and Turoff在1979年表示，1950年代初期美國藍德公司（Rand Corporation）首先發展出Delphi Technique，當時藍德公司再美國空軍的贊助下從事一項國防研究，藉由彙集專家的一致意見，擬定因應蘇俄的戰略計畫，到了1960年代中期Helmaer and Gorden發表「長期預測的研究報告」（Report on a Long-Range Forecasting Study），首先將得德爾菲法（Delphi）應用軍事以外之領域，工、商業界便開始逐漸應用再企業各項事務的意見，甚至在政府機關團體、學術機構流傳（宋文娟，2001）。

二、德爾菲法（Delphi）使用範圍

黃政傑（1987）表示德爾菲法（Delphi）用在澄清未來不明情境，以便人類對未來的控制。林振春（1993）認為使用德爾菲法（Delphi）蒐集個別成員的意見與判斷，以澄清不同團體的觀點和價值取向，確認問題尋求解問題之方法。Uhl在1990表示德爾菲法分別可使用在商業、工業、政

治、教育、醫藥、區域計畫，運用的情境包括未來預測、目標評量、課程規劃、建立優先預算、生活品質評估、政策的形成、問題確認或是解決方案（王雅玄，1998）。

三、德爾菲法（Delphi）之特性

德爾菲法（Delphi）主要透過一群「專家」對於研究主題分別給予意見，其研究者整合專家之意見，王文科、王智弘（2005）表示其專家無須面對面對質或辯論，僅需就某單一主題編製成多項問題的一系列（3~4輪）問卷調查，根據個人的知覺與認知，表達看法獲予以判斷，而達成共識。因此德爾菲法（Delphi）乃是透過3-4輪的問卷調查以整合專家之意見，作為研究之依據。與傳統調查法不同的地方在於，傳統的調查法乃以一次問卷作為研究依據。其研究方法及過程乃德爾菲法（Delphi）之特別之處，而以下將對於此研究方法之特性做探討。

而宋文娟（2001）認為構成德爾菲法（Delphi）之要素主要有六個，分別為專家小組、信度與效度、匿名、回饋控制、一致性、研究者的角色扮演。邱淑玲、蔡欣鈴（1996）整合 Goodman 和 Whitman 之看法，認為德爾菲法（Delphi）具有四項特性，分別為由專家小組提供意見、採用匿名方式、使用反覆循環的問卷方式、以描述性統計方法呈現團體意見。

因此德爾菲法（Delphi）主要之特性可歸納如下：

（一）專家小組

此研究方法是遴選專家組成專家小組，所遴選之專家均有不同專業知識與背景，針對研究主題進行專業之判斷，給予不同之建議。

(二) 匿名式調查

德爾菲法 (Delphi) 最主要採匿名的方式與研究者進行溝通提供不同之意見。調查時專家並不會知道彼此，遇到具有爭議之議題能表達己見，於有別與傳統會議上面對面的溝通因堅持己見容易產生爭執。

(三) 意見的回饋

由於此方法主要採 3-4 輪之問卷，而在實施調查時，附上前次所做問卷之結果，讓專家進行意見之交換。

(四) 群體意見之統計

此乃將專家所呈現之意見，以描述性統計方式，以了解專家一致之意見。

四、德爾菲法 (Delphi) 之優、缺點

任何一種研究方法具有研究上的優缺點，德爾菲法 (Delphi) 也具有其優缺點。優點方面，邱淑玲、蔡欣鈴 (1996) 表示德爾菲法 (Delphi) 具有五項優點如下：

- (一) 對於尚未明確結論或特定議題或事件，運用此方法來徵詢多方人士之意見，達到集思廣益之效。
- (二) 彙整專家學者對特定政策或制度的不同意見，作為未來規劃發展之方向
- (三) 透過此種方法徵詢各位成員對某一主題不同之看法，作為決策之參考。
- (四) 以郵寄問卷方式進行意見調整，能節省專家時間。
- (五) 採用匿名方式，參與專家無機會接觸，能夠使專家不受彼此之影響提出見解。

缺點方面，宋文娟（2001）表示德爾菲法（Delphi）具有以下之缺點，如下：

- （一）此方法只能對於未來事件作為評估與判斷，無法考慮不可預期之事件。
- （二）專家背景、經驗不同，對同一主題有不同的看法，對於難以決定的問題難以劃分一定看法。
- （三）若專家在參與討論的小組成員選擇不平均，容易產生偏見。
- （四）郵寄問卷往返時間過長，參與討論的成員可能因此失去動力，而造成問卷的回收率不高。

五、德爾菲法（Delphi）之實施步驟

國內在其他相關領域對於德爾菲法（Delphi）並不陌生，而參考多位學者（宋文娟，2001；游家政，1996；王雅玄，1998；王文科、王智弘，2005；邱淑玲、蔡欣鈴，1996），主要的實施步驟如下：

（一）專家遴選

由於德爾菲法（Delphi）主要是透過專家，針對研究主題給予意見。因此在專家遴選上考量專業背景、權威、實務經驗。而在人數方面，一般人數為10-15人，亦可因研究主題做調整。

（二）問卷設計

在問卷的設計上，第一回合問卷可使用開放式問卷與非開放式問卷，第二回合針對專家意見彙整為非開放式問卷。其第一回合使用開放式問卷，讓專家針對研究主題自由發表意見，廣泛的蒐集專家之意見。但德爾菲法（Delphi）在進

行時過十耗費人力及時間，可在第一回合使用非開放式問卷，可設計為「是或否」二分法、等級法或量表評分法(Likert scale)。因此在問卷設計上依研究者需求做選擇，兩者皆有優缺點。

(三) 實施第一回合問卷

依研究者對於主題的需求，採開放式問卷或非開放式之問卷。第一回合之問卷之結果作為第二回合之依據。

(四) 實施第二回合問卷

經第一回合問卷實施後，若是開放式之問卷彙整為非開放式之問卷，由專家填選作為第三次問卷之依據。

(五) 實施第三回合問卷

以第二次問卷為依據，編制第三份之問卷，並將第二份問卷以量化方式呈現，讓專家可了解第二次問卷之結果。並在第三回合問卷施測結果，整合專家最後之意見作為研究的結果。若在第三回合不能整合其共識，則依據第三回合結果擬定第四回合問卷，以確立整體專家之意見。

邱淑玲、蔡欣鈴(1996)表示由於德爾菲法(Delphi)進行常因問卷的多次往返，需要因此發展出「修正式德爾菲法」。在上述第一回合中以非開放式問卷實施，主要是以文獻分析或專家訪談方式，將內容編製成問卷，經專家審查修改後，所發展之非開放式問卷。如此則節省專家第一回合填答開放式問卷之時間與精力。

第二節 研究流程與架構

一、研究流程

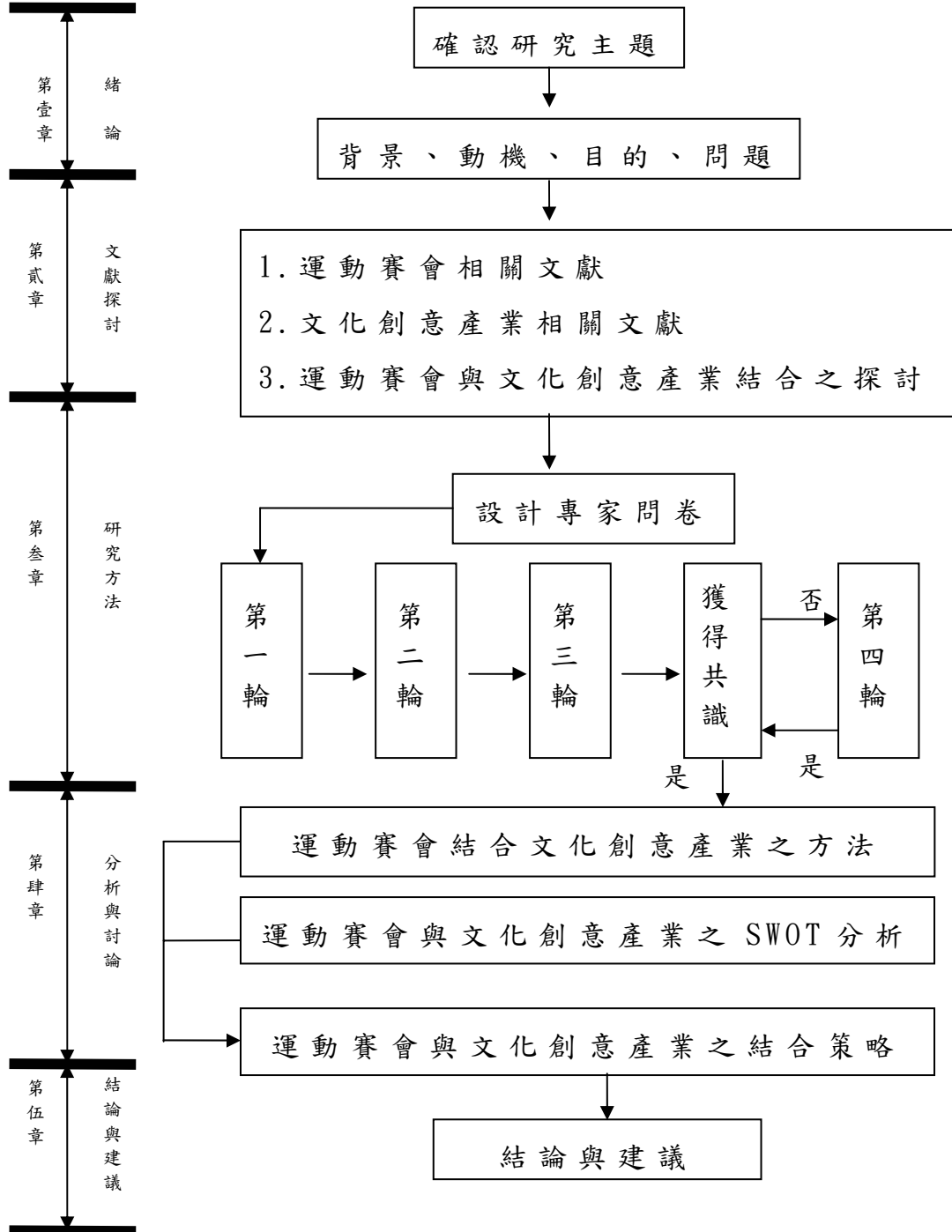


圖 3-1 研究流程圖

二、研究架構

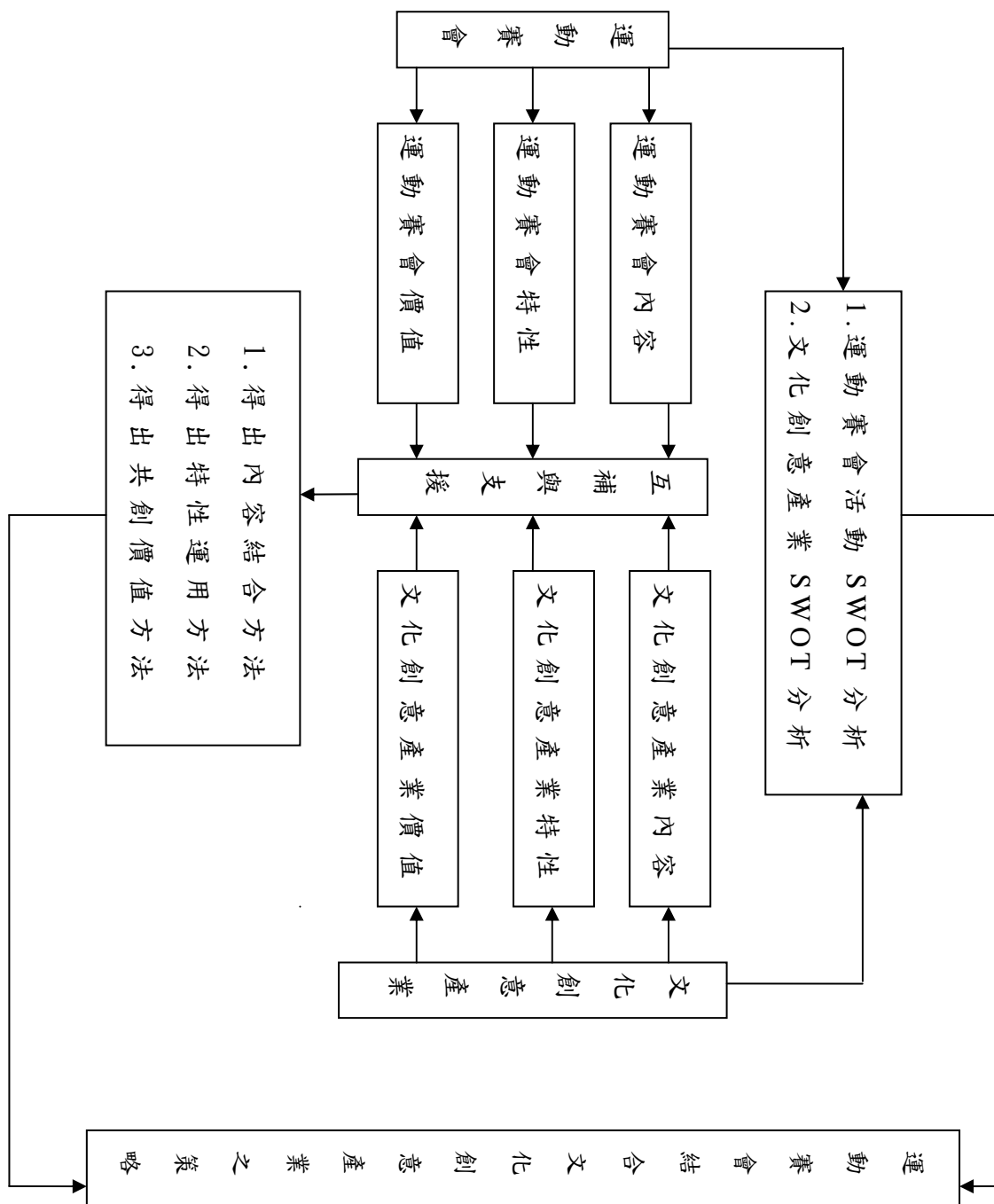


圖 3-2 研究架構圖

第三節 研究對象與資料分析

一、研究對象選取

本研究主要目的在了解我國運動賽會結合文化創意產業之內容策略，本研究涵蓋到運動賽會與文化創意產業兩個領域，因此在本研究將邀請兩領域之專家作為本研究之對象，本研究對於專家的選取採立意取樣。採立意取樣主要原因，雖然研究對象並不足以代表全部群體，但是卻有足夠的資格與能力提供所需的可靠資料（林生傳，2003）。本研究所研究對象包括兩個領域之產、官、學專家，共 10 人，以表 3-1 呈現。期盼本研究兼顧理論與實際，整合兩個領域之產、官、學提出結合之意見，所選取專家背景如下：

（一）學術界

包括從事運動賽會及文化創意產業之學者，如大專院校之教授、相關研究之學者。

（二）官方：

包括從事運動賽會及文化創意產業之行政人員，如中央政府體育行政機關、各縣市體健課人員、文建會、各縣市文化局等。

（三）產業界：

包括從事運動賽會及文化創意產業相關企業，對於從事運動賽會與文化創意產業經營具實務經驗之人員。

表 3-1 本研究德爾菲法成員表

	運動賽會	文化創意產業
學術界	台灣體院沈易利教授	花蓮教育大學劉大和教授
	台灣體院王慶堂教授	成功大學陳耀光教授
官方	高雄左訓中心吳俊哲主任	前台灣工藝研究所台北展示中心
	雲林縣教育局邱孝文副局長	許峰旗主任
		前屏東縣文化局洪萬隆局長
產業界	鉅秀煙火公司李秀超先生	玫瑰金珠寶設計師盧春雄

二、資料分析

(一) 質的分析

在資料分析過程中，將專家所提出之意見進行內容分析，並予以歸納與彙整，作為下一回合施測之依據。

(二) 量的分析

依據德爾菲法 (Delphi) 之資料分析方法，以 SPSS for Window 12.0 統計軟體進行描述性統計呈現專家之意見。而描述性統計所代表之意涵 (邱淑玲、蔡欣鈴，1996；吳寧瑄，2005) 如下：

1. 平均數 (M)：由平均數 (M) 的大小來判別小組成員對於各題項重要程度，平均數 (M) 越高代表此題項越重要。
2. 中位數 (Md)：代表專家意見集中之趨勢。
3. 眾數 (Mo)：了解多數專家所贊同之意見。
4. 標準差 (SD)：主要顯示小組成員對各題項所達成的共識程度，標準差 (SD) 越小，對該題項的共識程度越高。

5. 四分位數 (Q)：四分位數 (Q) 代表專家意見之分布，而 Q1 代表第一個四分位數；而 Q3 代表第三個四分位數。而四分位差 (Q.D.) = $1/2 (Q3 - Q1)$ 。

三、專家意見穩定性判別

第三回合平均標準差明顯小於第二回合之平均標準差，顯示專家群的意見已趨於穩定 (鍾介凡，2005)。當問卷的反應得到穩定一致時，可採用最後一回合意見之統計結果作為依據進行分析 (張紹勳、張紹評、林秀娟，2000)。而本研究將比較第二回合與第三回合之平均標準差，作為第四回合施測之依據。

四、專家意見共識度判別標準

在意見共識度方面，採用 Fathety (1979) 和 Holden & Wedman (1993) 所提出之看法，若四分位差小於或等於 0.6 ($Q.D. \leq 0.6$)，表示專家意見達高度共識；若四分位差介於 0.6 和 1 之間表示專家意見只達中度共識 ($0.6 < Q.D. < 1$)；若四分位差大於等於 1 ($Q.D. \geq 1$)，則表示專家意見未達共識。因此本研究之分析題項判別標準，採用四分位差作為判別專家意見之依據。

第肆章 資料分析與討論

本章節共分為四節，第一節為德爾菲法問卷之調查結果，第二節為運動賽會與文化創意產業內容結合之方法，第三節為運動賽會與文化創意產業特性運用之方法，第四節運動賽會與文化創意產業共創價值之方法，第五節運動賽會與文化創意產業整體結合之策略，分別敘述如下。

第一節 德爾菲法問卷之調查結果

一、問卷發放情形

本研究目的在建構運動賽會與文化創意產業結合策略，經由德爾菲問卷調查實施，獲得 10 位專家之意見。從民國 96 年 4 月 16 日寄發第一回合問卷，至 96 年 6 月 28 日第三回合問卷回收完畢，調查期間共 39 天，問卷執行情況以表 4-1 呈現。第一回合主要採開方式問卷，以集思廣益蒐集專家之意見。第二回合主要以第一回合專家回饋之內容作為第二回合問卷之內容，而第二回合問卷填答方式，以李克特五分量表（5 代表非常重要、4 代表同意、3 代表沒意見、2 代表不同意、1 代表非常不同意）調查專家之意見，其問卷內容架構分為「產業內容結合方法」、「特性運用方法」、「共創價值方法」，三個部份，並在每個架構題項下附上專家意見欄，以獲得專家之回饋。而第三回合問卷內容為第二回合問卷調查結果，其中主要架構為「產業內容結合方法」、「特性運用方法」、「共創價值方法」。其構面在產業內容方面，共十三個構面；特性運用方面，共五個構面；共創價值方面共八個構面。而題項填答方式與意見回饋部份均與第二回合

問卷相同。

表 4-1 德爾菲法專家問卷執行情況表

	第一回合	第二回合	第三回合
寄發問卷日期	96年4月16日	96年5月28日	96年6月21日
問卷回收日期	96年5月4日	96年6月8日	96年6月28日
發放份數	10	10	10
回收份數	6	9	8
問卷回收率	60%	90%	80%

二、第一回合問卷調查結果

依據專家所回應之看法經過歸納彙整各專家之觀點，初步歸納可分為三個部份，包括「產業內容結合方法」、「特性運用方法」、「共創價值方法」，其結合之方法整理如下：

(一) 產業內容結合方面

1. 與出版產業結合，邀請知名作詞作曲家針對運動賽會主題與地方文化背景結合創作主題曲。
2. 與視覺藝術產業結合，設計具有美感的標誌。
3. 與電影產業結合，製作運動賽會主題之電影。
4. 與期刊、雜誌出版業結合，製作運動賽會之相關書籍。
5. 與唱片出版產業結合，製作運動賽會之音樂。
6. 獎牌、獎盃可結合藝術與地方文化特色，作為設計之內容。
7. 結合音樂與表演藝術產業，透過動態與靜態之表演，呈現於運動賽會之開、閉幕內容。
8. 聖火火炬之設計，可擷取地方文化特色或設計具有藝術美感做為設計之內容。

9.將運動用品、運動文物、運動健康食品，作為展售之內容。

(二) 特性運用方面

- 1.競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品。
- 2.運用地方特色、人文背景，製造新聞話題。
- 3.擷取地方特色之符號或代表人物，製作相關產品。
- 4.賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性。
- 5.賽會周邊活動內容多元且具文化深度，以提高民眾參與性。
- 6.將運動賽會主題與儀式活動、與地方文化特色結合，達到延續之意涵。
- 7.利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性。
- 8.增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性。
- 9.與舉辦地有極深淵源之競賽活動，列入競賽項目之中。
- 10.結合運動賽會之精神與地方文化背景，創造運動賽會主題。
- 11.以地方文化特色，作為吉祥物設計之內容。
- 12.主辦單位可以配合各縣市之「一鄉一特色」之活動，辦理運動賽會。
- 13.將地方文化特色融入，聖火傳遞儀式之中，彰顯文化意涵。
- 14.透過標誌設計內容，呈現舉辦地的文化特色與意涵。

15. 聖火傳遞路線可配合地方文化特色景點之安排

16. 結合地方之特色小吃、農、林、漁、牧之產品，作為展售之內容。

(三) 共創價值方面

1. 政治價值

(1) 透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流。

(2) 賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以共創提升國家形象之價值。

2. 經濟價值

(1) 與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與地方之經濟。

(2) 結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟之價值。

(3) 運動賽會周邊活動結合文化創意產業，行銷文化創意產業。

3. 社會價值

(1) 運動賽會周邊活動與地方文化特色結合，有益於提升居民之共榮感。

(2) 運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感。

4. 休閒娛樂價值

(1) 運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館不但能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方之特色。

(2) 運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化特色，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質。

5. 觀光價值

- (1) 與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知。
- (2) 聖火傳遞路線與文化景點相結合，達到行銷觀光景點之價值。
- (3) 在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值。

6. 文化價值

- (1) 賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色。
- (2) 地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承傳統文化之價值。

7. 藝術價值

- (1) 邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動。
 - (2) 運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感。
8. 科技價值：將科技與藝術運用於開閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激。

整體而言，第一部分在產業內容結合與特性運用方面，題項部分尚不足以歸納為單一構面。因此，第一份回收之問卷，以產業內容與特性運用方面做歸納。在共創價值方面，分別為「政治價值」、「經濟價值」、「社會價值」、「休閒娛樂價值」、「觀光價值」、「文化價值」、「藝術價值」、「科技價值」，共八個構面。而第二輪問卷加強說明部分，並請專家踴躍提供意見。

三、第二回合問卷調查結果

第二回合之問卷乃依據第一回合問卷調查結果所彙整而

得，以李克特尺度量表（Likert Scale）評量其重要性（5代表非常重要、4代表同意、3代表沒意見、2代表不同意、1代表非常不同意），編制為第二回合問卷，而第二回合施測結果以描述性統計呈現各專家之意見以表 4-2 呈現。

表 4-2 第二回合德爾菲法專家意見調查結果之描述性統計表

結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	四分位差
與出版產業結合，邀請知名作詞作曲家針對運動賽會主題與地方文化背景結合創作主題曲。	3.78	4	4	0.67	0.5
與視覺藝術產業結合，設計具有美感的標誌。	4.11	4	4	0.78	0.75
與電影產業結合，製作運動賽會主題之電影。	3.67	4	3	1	0.75
與期刊、雜誌出版業結合，製作運動賽會之相關書籍。	4	4	4	0.71	0.5
與唱片出版產業結合，製作運動賽會之音樂。	3.67	4	3	1	0.75
獎牌、獎盃可結合藝術與地方文化特色，作為設計之內容。	4.22	4	5	0.83	0.75
結合音樂與表演藝術產業，透過動態與靜態之表演，呈現於運動賽會之開、閉幕內容。	3.89	4	4	0.78	0.75

(表 4-2 續)

結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	四分位差
聖火火炬之設計，可擷取地方文化特色或設計具有藝術美感做為設計之內容。	4	4	4	0.71	0.5
將運動用品、運動文物、運動健康食品，作為展售之內容。	3.78	4	4	0.67	0.5
競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品。	3.89	4	4	0.60	0.25
運用地方特色、人文背景，製造新聞話題。	3.89	4	4	0.78	0.75
擷取地方特色之符號或代表人物，製作相關產品。	3.78	4	4	0.67	0.5
賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性。	3.78	4	4	0.67	0.5
賽會周邊活動內容多元且具文化深度，以提高民眾參與性。	4	4	4	0.71	0.5
將運動賽會主題與儀式活動、與地方文化特色結合，達到延續之意涵。	3.78	4	3	0.83	0.75
利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性。	3.78	4	3	0.83	0.75
增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性，提升運動賽會之體驗性。	3.67	4	3	0.71	0.5

(表 4-2 續)

結合方法	平 均 數	中 位 數	眾 數	標 準 差	四 分 位 差
與舉辦地有極深淵源之競賽活動，列入競賽項目之中。	4.11	4	4	0.78	0.75
結合運動賽會之精神與地方文化背景，創造運動賽會主題。	3.78	4	3	0.83	0.75
以地方文化特色，作為吉祥物設計之內容。	4.22	4	5	0.83	0.75
主辦單位可以配合各縣市之「一鄉一特色」之活動，辦理運動賽會。	3.78	4	4	0.67	0.5
將地方文化特色融入聖火傳遞儀式之中，彰顯文化意涵	4.11	4	4	0.78	0.75
透過標誌設計內容，呈現舉辦地的文化特色與意涵。	3.78	4	3	0.83	0.75
聖火傳遞路線可配合地方文化特色景點之安排	4.11	4	4	0.78	0.75
結合地方之特色小吃、農、林、漁、牧之產品，作為展售之內容。	3.67	4	4	0.5	0.5
透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流。	3.78	4	4	0.67	0.5
賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以共創提升國家形象之價值。	3.89	4	4	0.6	0.25

(表 4-2 續)

結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	四分位差
與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與地方之經濟。	4	4	4	0.71	0.5
結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟之價值。	3.78	4	4	0.67	0.5
賽會周邊活動結合文化創意產業，行銷文化創意產業。	3.89	4	4	0.60	0.25
運動賽會周邊活動與地方文化特色結合，有益於提升居民之共榮感	3.67	4	3	0.71	0.5
運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感。	4.11	4	4	0.78	0.75
運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館不但能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方之特色。	3.67	4	3	0.71	0.5
運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化特色，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質。	4.11	4	4	0.67	0.75
與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知。	3.78	4	4	0.67	0.5
聖火傳遞路線與文化景點相結合，達到行銷觀光景點之價值。	4	4	4	0.71	0.5

(表 4-2 續)

結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	四分位差
在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值。	3.67	4	3	0.71	0.5
賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色。	3.78	4	4	0.67	0.5
地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承傳統文化之價值。	3.78	4	4	0.67	0.5
邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動。	3.67	4	4	0.87	0.5
運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感。	3.67	4	3	0.71	0.5
將科技與藝術運用於開閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激。	3.67	4	3	0.71	0.5

經分析第二回合問卷後，各題項之四分位差均小於 1，因此保留於第三回合。而第二回合經專家意見回饋後，修改原始題項後為表 4-3，新增題項為 4-4，總新增題項共 71 題，並將題項予以歸納。第二回合問卷經整理後在產業內容結合方面整理題項後歸納為十三個構面，分別為「運動賽會與視覺藝術產業」、「運動賽會與音樂、表演藝術產業」、「運動賽會與工藝產業」、「運動賽會與文化展演設施產業」、「運動賽

會與電影產業」、「運動賽會與廣播電視產業」、「運動賽會與出版產業」、「運動賽會與建築設計產業」、「運動賽會與廣告產業」、「運動賽會與設計產業」、「運動賽會與設計品牌時尚產業」、「運動賽會與數位休閒娛樂產業」、「運動賽會與創意生活產業」；特性運用部分整理為五個構面，分別為「地方性」、「體驗性」、「智慧財產權」、「參與性」、「延續性」；價值部份則與第二回合共創價值構面相同。

表 4-3 第二回合德爾菲法專家修改題項表

原始題項	修改題項
與出版產業結合，邀請知名作詞作曲家針對運動賽會主題	1.邀請知名音樂作詞作曲家，創作運動賽會之主題曲
與地方文化背景結合創作主題曲	2.運動賽會主題曲與地方文化背景結合
與視覺藝術產業結合，設計具有美感的標誌。	結合視覺藝術產業設計賽會標誌(LOGO)
與期刊、雜誌出版業結合，製作運動賽會之相關書籍	1.製作運動賽會之相關書籍 2.製作運動賽會之相關雜誌 3.製作運動賽會之相關期刊
與唱片出版產業結合，製作運動賽會之音樂	製作運動賽會之相關唱片
獎牌、獎盃可結合藝術與地方文化特色，作為設計之內容	1.結合視覺藝術產業設計賽會獎牌 2.結合視覺藝術產業設計賽會獎盃 3.獎牌設計內容結合地方文化特色 4.獎盃設計內容結合地方文化特色

(表 4-3 續)

原始題項	修改題項
結合音樂與表演藝術產業，透過動態與靜態之表演，呈現於運動賽會之開、閉幕內容	1. 賽會期間周邊活動結合各項音樂活動 2. 開、閉幕表演結合各項音樂活動 3. 賽會期間周邊活動結合各項表演藝術活動 4. 開、閉幕表演結合各項表演藝術活動
聖火火炬之設計，可擷取地方文化特色或設計具有藝術美感做為設計之內容	1. 結合視覺藝術產業設計聖火火炬 2. 聖火火炬可擷取地方文化特色作為設計之內容
將運動用品、運動文物、運動健康食品，作為展售之內容	賽會期間周邊活動結合博物館展覽各項運動文物
將運動賽會主題與儀式活動、與地方文化特色結合，達到延續之意涵。	1. 將運動賽會主題與地方文化特色結合，達到延續之意涵 2. 運動賽會儀式活動與地方文化特色結合，達到延續之意涵

表 4-4 第二回合德爾菲法專家新增題項表

構面	新增題項
運動賽會與 視覺藝術產業	1. 賽會期間周邊活動結合相關藝術繪畫展覽活動 2. 結合視覺藝術產業設計賽會獎狀 3. 結合視覺藝術產業設計賽會吉祥物
運動賽會與音 樂、表演藝術 產業	1. 邀請音樂歌手作為運動賽會之代言人 2. 邀請音樂歌手演唱運動賽會之主題曲

(表 4-4 續)

構面	新增題項
運動賽會 與工藝產業	1. 結合工藝產業製作運動明星之公仔 2. 結合工藝產業製作運動賽會吉祥物 3. 結合工藝產業設計獎牌 4. 結合工藝產業設計獎盃 5. 結合工藝產業設計聖火火炬
運動賽會與文 化展演設施 產業	1. 賽會期間周邊活動配合美術館、博物館、藝術館之展覽活動 2. 聖火路線安排可將美術館、博物館、藝術館地點列入路線之考量
運動賽會 與電影產業	1. 賽會期間周邊活動配合電影影展 2. 知名演員代言運動主題之電影
運動賽會 與廣播電視 產業	1. 與廣播結合發佈相關運動資訊 2. 與電視產業結合製作運動賽會節目 3. 與電視產業結合轉播運動競賽
運動賽會 與出版產業	發佈運動賽會各項訊息之新聞
運動賽會與建 築設計產業	1. 與建築設計結合設計運動場館，呈現不同之建築風格 2. 與建築設計結合設計選手村，呈現不同之建築風格 3. 與建築設計結合設計競賽會場，呈現不同之建築風格
運動賽會 與廣告產業	1. 製作運動賽會產品之廣告 2. 製作運動員代言人之運動賽會廣告 3. 邀請其他知名代言人代言運動賽會之廣告

(表 4-4 續)

構面	新增題項
運動賽會 與設計產業	1. 運動賽會產品之設計 2. 設計運動賽會之獎牌 3. 設計運動賽會之獎盃 4. 設計運動賽會之獎狀 5. 設計運動賽會之吉祥物 6. 設計運動賽會之聖火火炬 7. 運動賽會網站之設計
運動賽會與 設計品牌時尚 產業	1. 運動明星代言品牌產品 2. 製作運動賽會表演之服裝 3. 設計具有時尚、流行運動產品
運動賽會與 數位休閒娛樂 產業	1. 賽會期間周邊活動設置運動機台 2. 賽會期間周邊活動設置電子遊戲機台 3. 賽會期間周邊活動配合主題樂園之活動
運動賽會與 創意生活產業	1. 賽會期間周邊活動結合各項飲食文化體驗之商家 2. 賽會期間周邊活動結合自然生態文化體驗之商家 3. 賽會期間周邊活動結合生活教育文化體驗之商家
地方性	1. 地方傳統民俗體育活動列入競賽項目之中 2. 獎狀之設計，結合地方文化特色
智慧財產權	由運動明星宣導智慧財產權之概念
參與性	賽會期間周邊活動以創新方式推出，提高民眾參與性
延續性	將運動項目之發展背景、器物的演變，結合賽會期間周邊活動以延續運動文化

(表 4-4 續)

構面	新增題項
政治價值	文化創意產業結合賽會周邊活動，一方面可推展體育政策，另一方面可推展文化創意產業政策。
社會價值	招募社區居民，擔任運動賽會之志工，提高地方居民之互動
休閒娛樂價值	賽會周邊活動可設置各項文化體驗活動，以提供民眾休閒娛樂之價值
文化價值	運動賽會相關產品結合地方文化特色，發展地方文化特色
藝術價值	賽會周邊活動結合各項藝術展覽，以創造藝術價值
科技價值	將科技與藝術運用於賽會網站之設計，以共創科技之價值

四、第三回合問卷調查結果

第三回合問卷之內容，主要以第二回合之問卷內容與專家意見之回饋編制而成。而第三回合施測結果以描述性統計呈現各專家之意見為表 4-5 呈現。

表 4-5 第三回合德爾菲法專家意見調查結果之描述性統計表

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差	
構面	結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差		
	賽會期間周邊活動結合相關藝術繪畫展覽活動	4.25	4	4	0.46	0.38	
	結合視覺藝術產業設計賽會標誌 (LOGO)	4.75	5	5	0.46	0.38	
視覺藝術產業	結合視覺藝術產業設計賽會獎牌	4.62	5	5	0.52	0.5	
	結合視覺藝術產業設計賽會獎狀	4.38	4.5	5	0.74	0.5	
	結合視覺藝術產業設計賽會獎盃	4.63	5	5	0.52	0.5	
	結合視覺藝術產業設計賽會吉祥物	4.63	5	5	0.74	0.38	
	結合視覺藝術產業設計聖火火炬	4.5	5	5	0.76	0.5	
	音樂、表演藝術產業	賽會期間周邊活動結合各項音樂活動	4.63	5	5	0.52	0.5
		開、閉幕表演結合各項音樂活動	4.63	5	5	0.52	0.5

(表 4-5 續)

構 面	產業內容結合方面 結合方法	描述性統計				四 分 位 差
		平 均 數	中 位 數	眾 數	標 準 差	
音 樂 、 表 演 藝 術 產 業	賽會期間周邊活動結合各項表演藝術活動	4.38	4.5	5	0.74	0.5
	開、閉幕表演結合各項表演藝術活動	4.63	5	5	0.52	0.5
	邀請知名音樂作詞作曲家，創作運動賽會之主題曲	4.5	5	5	0.76	0.5
	邀請音樂歌手作為運動賽會之代言人	4.25	4.5	5	0.89	0.88
	邀請音樂歌手演唱運動賽會之主題曲	4.25	4	4	0.71	0.5
工 藝 產 業	結合工藝產業製作運動明星之公仔	4.13	4	4	0.83	0.88
	結合工藝產業製作運動賽會吉祥物	4.5	5	5	0.76	0.5
	結合工藝產業設計獎牌	4.38	4.5	5	0.74	0.5
	結合工藝產業設計獎盃	4.38	4.5	5	0.74	0.5
	結合工藝產業設計聖火火炬	4.38	4.5	5	0.74	0.5

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
		平均數	中位數	眾數	標準差	
文化	賽會期間周邊活動結合博物館					
	展覽各項運動文物	4.13	4	4	0.83	0.88
展演設施	賽會期間周邊活動配合美術館、博物館、藝術館之展覽活動	4.13	4	4	0.64	0.38
	聖火路線安排可將美術館、博物館、藝術館地點列入路線之考量	3.75	4	4	1.03	0.88
電影產業	與電影產業結合，創作運動賽會主題之電影	4.38	4	4	0.52	0.5
	賽會期間周邊活動配合電影影展	4	4	4	0.53	0.5
廣播電視	知名演員代言運動主題之電影	4.38	4	4	0.52	0.5
	與廣播結合發佈相關運動資訊	4.63	5	5	0.52	0.5
廣播電視	與電視產業結合製作運動賽會節目	4.63	5	5	0.52	0.5
	與電視產業結合轉播運動競賽	4.63	5	5	0.52	0.5

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
		平均數	中位數	眾數	標準差	
出版業	製作運動賽會之相關書籍	4.38	4.5	5	0.74	0.5
	製作運動賽會之相關雜誌	4.5	5	5	0.76	0.5
	製作運動賽會之相關期刊	4.25	4.5	5	0.89	0.88
	製作運動賽會之相關唱片	3.75	4	4	1.04	0.88
	發佈運動賽會各項訊息之新聞	4.5	4.5	4	0.53	0.5
建築設計	與建築設計結合設計運動場館，呈現不同之建築風格	4.75	5	5	0.46	0.38
	與建築設計結合設計選手村，呈現不同之建築風格	4.25	4.5	5	1.04	0.5
	與建築設計結合設計競賽會場，呈現不同之建築風格	4.63	5	5	0.52	0.5
廣告產業	製作運動賽會產品之廣告	4.75	5	5	0.46	0.38
	製作運動員代言人之運動賽會廣告	4.63	5	5	0.52	0.5
	邀請其他知名代言人代言運動賽會之廣告	4.38	4.5	5	0.74	0.5
設計產業	運動賽會產品之設計	4.63	5	5	0.52	0.5
	設計運動賽會之獎牌	4.75	5	5	0.46	0.38
	設計運動賽會之獎盃	4.38	4.5	5	0.74	0.5

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
		平均數	中位數	眾數	標準差	
設計產業	設計運動賽會之獎狀	4.5	5	5	0.76	0.5
	設計運動賽會之吉祥物	4.5	5	5	0.76	0.5
	設計運動賽會之聖火火炬	4.5	4.5	4	0.53	0.5
	運動賽會網站之設計	4.63	5	5	0.52	0.5
設計品牌時尚產業	運動明星代言品牌產品	4.63	5	5	0.52	0.5
	製作運動賽會表演之服裝	4.63	5	5	0.52	0.5
	設計具有時尚、流行運動產品	4.38	4.5	5	0.74	0.5
數位休閒娛樂產業	賽會期間周邊活動設置運動機台	4	4	4	0.76	0.75
	賽會期間周邊活動設置電子遊戲機台	4.25	4.5	5	0.89	0.88
	賽會期間周邊活動配合主題樂園之活動	4.13	4	4	0.99	0.5
創意生活產業	賽會期間周邊活動結合各項飲食文化體驗之商家	3.62	3.5	3	1.06	0.88
	賽會期間周邊活動結合自然生態文化體驗之商家	3.75	4	4	1.04	0.88

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				
構 面	結合方法	平	中	眾	標	四
		均	位	數	準	分
		數	數	數	差	位
						差
創 意 生 活 產 業	賽會期間周邊活動結合生活教 育文化體驗之商家	4.25	4	4	0.71	0.5
	運用地方特色、人文背景，製 造新聞話題	4.5	4.5	4	0.53	0.5
地 方 性	擷取地方特色之符號或代表人 物，製作相關產品	4.25	4	4	0.71	0.5
	與舉辦地有極深淵源之競賽活 動，列入競賽項目之中	4.63	5	5	0.52	0.5
運 用	結合運動賽會之精神與地方文 化背景，創造運動賽會主題	4.75	5	5	0.46	0.38
	以地方文化特色，作為吉祥物 設計之內容	4.63	5	5	0.74	0.38
	主辦單位可以配合各縣市之 「一鄉一特色」之活動，辦理 運動賽會	4.25	4.5	5	1.04	0.5
	將地方文化特色融入，聖火傳 遞儀式之中，彰顯文化意涵	4.75	5	5	0.46	0.38

(表 4-5 續)

構 面	產業內容結合方面 結合方法	描述性統計				四 分 位 差
		平 均 數	中 位 數	眾 數	標 準 差	
	透過標誌設計內容，呈現舉辦 地的文化特色與意涵	4.75	5	5	0.46	0.38
	聖火傳遞路線可配合地方文化 特色景點之安排	4.38	4.5	5	0.74	0.5
	結合地方之特色小吃、農、林、 漁、牧之產品，作為賽會期間 展售內容	4.13	4	4	0.83	0.88
地 方 性 運 用	地方傳統民俗體育活動列入競 賽項目之中	4.25	4.5	5	1.04	0.5
	獎盃設計內容結合地方文化特 色	4.38	4.5	5	0.74	0.5
	獎牌設計內容結合地方文化特 色	4.25	4	4	0.71	0.5
	獎狀設計內容結合地方文化特 色	4.13	4	4	0.83	0.88
	運動賽會主題曲與地方文化背 景結合	4.25	4	4	0.71	0.5
	聖火火炬可擷取地方文化特色 作為設計之內容	4.25	4	4	0.71	0.5

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
構面	結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	
體驗性運用	賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性	4.88	5	5	0.35	0.0
	利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性	4.75	5	5	0.46	0.38
	增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性，提升運動賽會之體驗性	4.75	5	5	0.46	0.38
智慧財產權運用	競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品	4.63	5	5	0.52	0.5
	由運動明星宣導智慧財產權之概念	4.63	5	5	0.52	0.5
參與性運用	賽會周邊活動內容多元且具文化深度，以提高民眾參與性	4.63	5	5	0.52	0.5
	賽會周邊活動以創新方式推出，提高民眾參與性	4.5	5	5	0.76	0.5

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
構面	結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	
延續性運用	將運動賽會主題與地方文化特色結合，達到延續之意涵	4.25	4.5	5	0.89	0.88
	運動賽會儀式活動與地方文化特色結合，達到延續之意涵	4.25	4.5	5	0.89	0.88
	將運動項目之發展背景、器物的演變，結合賽會期間周邊活動以延續運動文化	4	4	3	0.93	1.0
政治價值	透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流	4.25	4	4	0.71	0.5
	賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以共創提升國家形象之價值	4.75	5	5	0.46	0.38
	文化創意產業結合賽會周邊活動，一方面可推展體育政策，另一方面可推展文化創意產業政策	4.5	4.5	4	0.53	0.5
經濟價值	與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與地方經濟	4.75	5	5	0.46	0.38

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
構面	結合方法	平均數	中位數	眾數	標準差	
經濟價值	結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟價值	4.63	5	5	0.52	0.5
	賽會周邊活動結合文化創意產業，行銷文化創意產業	4.63	5	5	0.52	0.5
社會價值	運動賽會周邊活動與地方文化特色結合，有益於提升居民之共榮感	4.63	5	5	0.52	0.5
	運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感	4.88	5	5	0.35	0.0
	招募社區居民，擔任運動賽會之志工，提高地方居民之互動	4.63	5	5	0.52	0.5
休閒娛樂價值	運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館不但能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方之特色	4.63	5	5	0.52	0.5
	運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化特色，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質	4.75	5	5	0.46	0.38

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				
		平均數	中位數	眾數	標準差	四分位差
休閒娛樂價值	賽會周邊活動可設置各項文化體驗活動，以提供民眾休閒娛樂之價值	4.5	4.5	4	0.53	0.5
觀光價值	與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知	4.63	5	5	0.52	0.5
觀光價值	聖火傳遞路線與文化景點相結合，達到行銷觀光景點之價值	4.63	5	5	0.52	0.5
觀光價值	在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值	4.75	5	5	0.46	0.38
文化價值	賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色	4.5	5	5	0.76	0.5
文化價值	地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承傳統文化之價值	4.63	5	5	0.52	0.5
文化價值	運動賽會相關產品結合地方文化特色，發展地方文化特色	4.5	4.5	4	0.53	0.5
藝術價值	邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動	4.63	5	5	0.52	0.5
藝術價值	運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感	4.63	5	5	0.52	0.5

(表 4-5 續)

產業內容結合方面		描述性統計				四分位差
		平均數	中位數	眾數	標準差	
藝術價值	賽會周邊活動結合各項藝術展覽，以創造藝術價值	4.5	5	5	0.76	0.5
科技價值	將科技與藝術運用於開閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激	4.63	5	5	0.52	0.5
	將科技與藝術運用於賽會網站之設計，以共創科技之價值	4.63	5	5	0.52	0.5
	將科技與藝術運用於開閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激	4.63	5	5	0.52	0.5

第三次問卷調查在經過問卷回收處理後，第二回合與第三回合之平均標準差如表 4-6。發現第三回合與第二回合之平均標準差僅差 0.09，主要原因在於第二回合之專家群對於整體問卷之題項已趨於穩定，使得第三回合與第二回合之平均標準差沒有明顯下降。其次第三回合之眾數大多均在 4 以上，表示多數人同意或非常同意該題項之內容。另一方面 100 個題項其平均數均在 4 以上，僅 4 個題項之平均數未達 4 以上。另一方面專家對於第三回合之回饋僅語意說明上的修飾。因此基於上述理由，後續將以第三回合問卷結果為基準進行分析。第三回合問卷回收統計後，題項「將運動項目之發展背景、器物的演變，結合賽會期間周邊活動以延續運動

文化」，四分位差等於 1 未達專家共識予以刪除，保留其他題項進行分析與討論。

表 4-6 第二回合與第三回合之平均標準差統計表

第二回合平均標準差	0.73
第三回合平均標準差	0.64

第二節 運動賽會與文化創意產業內容結合之方法

本節主要內容以描述性統計分析，呈現專家對於運動賽會與文化創意產業內容結合方法，共分為十三個部份。將分析結果與相關文獻進行討論以並與實際個案進行驗證，歸納出具體可行之方法。

一、運動賽會與視覺藝術產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與視覺藝術產業之描述性統計如表 4-7。與視覺藝術產業結合方法方面，各題項平均數均在 4 以上，表示專家對於各題項看法相當一致。眾數方面各題項均為 4 以上，表示多數專家同意或非常同意各題項內容。

表 4-7 運動賽會與視覺藝術產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會期間周邊活動結合相關藝術繪畫展覽活動	4.25	4
結合視覺藝術產業設計賽會標誌 (LOGO)	4.75	5
結合視覺藝術產業設計賽會獎牌	4.62	5
結合視覺藝術產業設計賽會獎狀	4.38	5
結合視覺藝術產業設計賽會獎盃	4.63	5
結合視覺藝術產業設計賽會吉祥物	4.63	5
結合視覺藝術產業設計聖火火炬	4.5	5

經以上分析結果可得知，運動賽會與視覺藝術產業結合方法如下：

1. 賽會期間周邊活動結合相關藝術繪畫展覽活動。
2. 結合視覺藝術產業設計賽會標誌 (LOGO)。
3. 結合視覺藝術產業設計賽會獎牌。
4. 結合視覺藝術產業設計賽會獎狀。
5. 結合視覺藝術產業設計賽會獎盃。
6. 結合視覺藝術產業設計賽會吉祥物。
7. 結合視覺藝術產業設計聖火火炬。

(二) 討論

蔡茂其等人 (1999) 研究中指出，運動賽會事前宣傳與周邊活動的展覽，適合以靜態的文化活動為主，主要分為美術活動、書展、一般展覽活動、一般表演及其他活動、文藝季活動等。在本研究結果中也顯示可將相關藝術展覽置於運動賽會周邊活動。從以上文獻可看出運動賽會周邊活動並不一定只侷限於相關藝術展覽活動，主要還是依相關主辦單位所掌握相關資源做運用。

另一方面本研究中專家多數認為視覺藝術產業可結合運動賽會各項產品或用具，包括賽會標誌 (LOGO)、賽會獎牌、賽會獎狀、賽會獎盃、賽會吉祥物、聖火火炬。盧焰章 (1993) 也指出要使運動賽會具有賣點，可以從賽會吉祥物來著手，透過人物、動物、植物或幾何圖形等，做成具象化的造型圖案，來補捉視覺焦點以產生強烈記憶，塑造具有類似企業識別功能的造型符號。呂宏進 (2004) 指出賽會標誌 (LOGO) 設計至少掌握幾個要素，包括具有地方文化特色、整體與個別標誌皆有代表意涵、能明示舉辦年代、色彩與線條鮮豔而

明確。92年全國大專運動會大會標誌是以象徵五育並重五色彩帶為設計主軸，其中五色意諭族群融合、和平共存（黃邱明，2002）。雪梨奧運的聖火火炬設計，融合雪梨歌劇院、原住民迴力標、大平洋湛藍大海色調的火炬，以不鏽鋼內含燃燒器維持火炬的光亮（黃秀仁，2000）。除上述文獻說明吉祥物、標誌、聖火火炬外觀設計可以結合視覺藝術產業，而本研究結果顯示賽會獎牌、獎狀、獎盃，亦是將來可以結合地方。從劉滌昭（2005）報導中指出杜林冬運獎牌設計樣式，其正面刻畫著大會會徽，獎牌中央則有一圓孔，代表義大利人環繞在中央教堂廣場；反面則依項目刻出不同圖案。另外94年全國運動會獎盃設計，除了以交趾陶及黑檀木作為獎杯設計原料，更透過顏色設計以彰顯象徵其意涵；其獎狀設計則以紅、黃、藍等顏色為浮水印底，搭配全運會會徽及大會標誌（LOGO）（陳樹欉，2005）。因此賽會獎牌、獎盃、獎狀，亦可透過顏色配置來象徵其意涵，相關設計內容亦成為媒體關注焦點，製造賽會話題。

（三）討論結果

- 1.在結合藝術展覽活動方面，運動賽會周邊活動可結合相關藝術展覽活動。
- 2.在吉祥物方面，以人物、動植物及幾何圖形，作為具象化的圖案，透過顏色的配置產生視覺焦點，另人留下強烈深刻印象，成為大會識別功能的造型符號。
- 3.標誌（LOGO）、獎牌、獎狀、獎盃、聖火火炬方面，以顏色配置作為象徵之意涵。
- 4.吉祥物、標誌（LOGO）、獎牌、獎狀、獎盃、聖火火炬外觀之設計內容可作為製造賽會話題，以吸引媒體關

注之焦點。

二、運動賽會與音樂、表演藝術產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與音樂、表演藝術產業之描述性統計如表 4-8。與音樂、表演藝術產業結合方法方面，各題項平均數均在 4 以上，表示專家對於各題項看法相當一致。眾數方面各題項均在 4 以上，表示多數專家同意或非常同意各題項內容。

表 4-8 運動賽會與音樂、表演藝術產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會期間周邊活動結合各項音樂活動	4.63	5
開、閉幕表演結合各項音樂活動	4.63	5
賽會期間周邊活動結合各項表演藝術活動	4.38	5
開、閉幕表演結合各項表演藝術活動	4.63	5
邀請知名音樂作詞作曲家，創作運動賽會之主題曲	4.5	5
邀請音樂歌手作為運動賽會之代言人	4.25	5
邀請音樂歌手演唱運動賽會之主題曲	4.25	4

經以上分析結果可知，運動賽會結合音樂、表演藝術產業方法如下：

1. 賽會期間周邊活動結合各項音樂活動。
2. 開、閉幕表演結合各項音樂活動。
3. 賽會期間周邊活動結合各項表演藝術活動。
4. 開、閉幕表演結合各項表演藝術活動。
5. 邀請知名音樂作詞作曲家，創作運動賽會之主題曲。

6.邀請音樂歌手作為運動賽會之代言人。

7.邀請音樂歌手演唱運動賽會之主題曲。

(二) 討論

蔡茂其等人(1999)研究中,歸納台灣區運動會(現為全國運動會)、全國大專院校運動會、中等學校運會之表演節目,其表演的節目安排皆在開幕前(序幕)、開幕典禮後、閉幕典禮前,其表演的內容包括音樂文化表演、舞蹈文化表演、國防戰力表演、民俗文化表演、其他。薛雲道(2002)也指出運動賽會現今表演內容包括有氧舞蹈、管絃演奏、煙火表演等,周邊配合活動也結合音樂、舞蹈、戲曲、美術等相關系列活動,而這些活動讓機關團體、民眾、選手以最快速度與運動賽會結合。在本研究結果也顯示開、閉幕表演活動及賽會期間周邊活動亦可結合相關音樂與表演藝術活動。

在運動賽會主題曲方面,盧焰章(1993)指出運動賽會主題曲的設計是運動賽會另一項賣點,主要原因是音樂可以宣傳運動賽會,亦能增加收入。曹健仲、林伯化(2007)在談如何提升企業男排聯賽經營之成效中提到,每一季比賽應該設計一首主題曲,讓球迷、觀眾一聽到歌曲,就知道代表企業排球聯賽。而本研究結果也顯示若要與音樂產業結合,可從製作運動賽會主題曲來著手。因此運動賽會主題曲設計,不但可以宣傳運動賽會,增加賽會的收入,其主題曲亦可使運動賽會具有識別的功能。

在邀請音樂歌手作為運動賽會之代言人方面,陳增朋(2004b)提到92年全國運動會以青少年喜愛團體歌手「五月天」作為代言人,創作歌曲、賽會吉祥物公佈等方式,透過不同話題以吸引媒體的注意,達到宣傳的效果。而2006

年全國大專運動會則以李聖傑作為大會代言人（龐凱俊，2006b）。在本研究結果顯示專家也同意舉辦運動賽會可邀請音樂歌手來做為運動賽會代言人。綜合以上文獻與研究結果運動賽會若與音樂產業結合，可從音樂歌手做為代言人的方式來做結合，如此一來可以製造賽會話題，吸引媒體的注意。

在邀請音樂歌手演唱運動賽會之主題曲方面，呂宏進（2004）表示 92 年全國運動會，偶像歌手團體「五月天」，就特別演唱了大會專屬主題曲「阿姆斯特壯（I am strong）」。在本研究統計結果也顯示可邀請音樂歌手演唱賽會之主題曲。在之前討論可以知道賽會主題曲，不但可以宣傳賽會，亦可增加賽會收入。因此由知名音樂歌手演唱賽會主題曲，一方面容易引起其樂迷注意，加以宣傳運動賽會，可增加運動賽會表演活動內容。

（三）討論結果

1. 賽會開、閉幕表演及賽會期間周邊活動，可結合各項音樂與表演藝術活動，藉由賽會相關活動舉辦讓機關團體、民眾、選手以最快速度與運動賽會結合。
2. 賽會主題曲製作，不僅可以宣傳運動賽會，增加其賽會收入，主題曲亦可成為賽會識別。
3. 以音樂歌手作為運動賽會代言人，並演唱其賽會主題曲，一方面吸引歌迷朋友注意宣傳運動賽會，另一方面可製造賽會話題，吸引媒體之注意。

三、運動賽會與工藝產業

（一）專家意見統計分析

運動賽會與工藝產業之描述性統計如表 4-9。與工藝產

業結合方法方面，各題項平均數均在 4 以上，表示專家對於各題項看法相當一致。眾數方面各題項均在 4 以上，表示多數專家同意或非常同意各題項內容。

表 4-9 運動賽會與工藝產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
結合工藝產業製作運動明星之公仔	4.13	4
結合工藝產業製作吉祥物公仔	4.5	5
結合工藝產業設計獎牌	4.38	5
結合工藝產業設計獎盃	4.38	5
結合工藝產業設計聖火火炬	4.38	5

經以上分析結果可知，運動賽會結合工藝產業方法如下：

1. 結合工藝產業製作運動明星之公仔
2. 結合工藝產業製作吉祥物公仔
3. 結合工藝產業設計獎牌
4. 結合工藝產業設計獎盃
5. 結合工藝產業設計聖火火炬

(二) 討論

在在公仔設計方面，根據莊勝傑（2004）歸納玩偶的應用範圍包括人物、卡通、漫畫、電玩遊戲、電影、企業造型、設計師獨創造型、特殊主題性，其中人物造型用範圍則包括政治人物、演藝人員、球星。而在職業運動中，最常見就是以運動明星來作為公仔設計主題。鄒韻婷（2007）報導中指出：

由於台灣之光王建民，在美國職棒大聯盟的表現優異，讓全民瘋棒球的風氣越來越盛，不只是有銀行推出王建民聯名卡，更有廠商推出王建民簽名球、球衣、鑰匙圈，就連紐約洋基隊的棒球帽，都曾賣到缺貨。現在就連超商也加入戰局，推出MLB月的活動，讓王建民熱繼續燒下去。經MLB正式授權的洋基和世仇紅襪的夢幻逸品，從公仔系列、經典系列、到辦公用品系列等20多項產品。將從明天起到10月8日，全家便利商店舉辦「MLB月」，現場販賣夢幻逸品，不僅是國內首見，更是全球首賣，非常具有收藏紀念的價值。

另外張南詠（2007）報導中指出旅美職棒投手「王建民公仔」效應下，以職業畫分的公仔，相繼出現在市場上，連律師、檢察官及法官等造型的公仔也應運而生，各自爭取職場上的認同。職業運動明星表現優異，相關周邊商品也加以熱賣，更推出運動明星公仔玩偶，加以擴展商機。因此我們可得知倘若運動賽會中若有受歡迎之運動明星，球星本身透過授權機制，開發其公仔。另一方面本研究結果中，除了運動明星可製作公仔之外，吉祥物本身亦可以製作其公仔。湯銘新（2004）指出德國慕尼黑奧運會誕生了奧運史的第一個吉祥物，而它在激烈運動場上增添了不少的歡樂氣氛，也成為參賽者及觀眾特別喜愛的紀念品。吉祥物本身除了緩和場上的激烈競爭，更可開發各項紀念品。因此由運動賽會本身透過以授權方式，製作吉祥物公仔搭上公仔熱賣風潮，以擴展運動賽會之商機。

在獎盃設計方面，黃嘉源（2003）指出第一屆原住民運

動大會獎盃由魯凱族陶藝家麥俊明先生設計，以陶甕造型呈現。台北縣政府特別邀請北縣落戶世界第一個台灣琉璃藝術文化品牌「琉璃工房」，為92年全國運動會打造獎盃，使全國運動會的競技場中，洋溢著濃厚的人文藝術氣息(張名祖，2003)。94年雲林縣全國運動會獎盃設計，則是運用交趾陶及黑檀木作為獎座的設計材料(陳樹欉，2005)。王佳微(2005)指出2005年全國原住民運動會獎盃之製作，以甕的形狀為主體，旁邊輔以百步蛇鎮守，嵌刻著各式圖案，以手工陶製品精心製作。而本研究結果也顯示可透過工藝產業，加以設計獎盃。

另外在獎牌設計與聖火火炬設計上，本研究結果顯示可透過工藝產業加以設計。2008年北京奧運獎牌設計，一舉打破過去傳統奧運獎牌設計模式，特地在獎牌背面鑲嵌一塊仿中國龍紋造型玉璧，採中西合璧「金鑲玉」形式將中國文化之美與奧運精神結合(林克倫，2007)。不難看出北京奧運會獎牌設計，不但顛覆過去傳統，也因此而獲得媒體關注焦點。同樣在聖火火炬設計上，雖未有文獻指出可透過工藝產業來做結合，不過從北京奧運在獎牌設計上成功獲得媒體關注之案例，未來聖火火炬設計亦可採取類似之設計，勢必獲得媒體焦點。因此可得知透過工藝產業以不同材質與技術，結合運動賽會獎牌、獎盃、及聖火火炬，讓外觀以不同方式之呈現，至於以使用何種材質與技術，其種類相當廣泛，有待相關研究加以證實。

(三) 討論結果

1. 運動賽會中若有運動明星，可開發其運動明星之公仔。另外賽會本身吉祥物透過授權機制，開發其吉祥物

- 之公仔，以拓展運動賽會之商機。
2. 獎牌、獎盃之設計，透過不同材質與技術，讓賽會獎牌、獎盃結合不同工藝文化，製造賽會之話題。
 3. 本研究結果顯示聖火火炬設計可結合工藝產業，聖火火炬雖未有相關文獻指出，與工藝產業結合之案例，但從北京奧運獎牌製作成功案例，並無其可能性。

四、運動賽會與文化展演設施產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與文化展演設施產業之描述性統計如表

4-10。與文化展演設施產業結合方法方面，以題項「聖火路線安排可將美術館、博物館、藝術館地點列入路線之考量」平均數為 3.75 最低，顯示專家群對於題項內容的意見有少數分歧。其它題項均為 4 以上，顯示專家對於題項內容看法相當一致。在眾數方面各題項均為 4，表示多數專家同意各題項之內容。

表 4-10 運動賽會與文化展演設施產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會期間周邊活動結合博物館展覽各項運動文物	4.13	4
賽會期間周邊活動配合美術館、博物館、藝術館之展覽活動	4.13	4
聖火路線安排可將美術館、博物館、藝術館地點列入路線之考量	3.75	4

依據上述分析結果，與文化展演設施結合其方法如下：

1. 賽會期間周邊活動結合博物館展覽各項運動文物。
2. 賽會期間周邊活動配合美術館、博物館、藝術館之展覽活動。
3. 聖火路線安排可將美術館、博物館、藝術館地點列入路線之考量。

(二) 討論

蔡茂其等人(1999)分析第11屆北京亞運會，發現其周邊展覽活動包括體育文物展覽、美術、民族文化、建築、攝影與古文物展覽，其周遭場地包括中國體育博物館、中國工藝美術館等。陳增朋(2004a)表示運動賽會的宣傳造勢，可舉辦運動文化回顧展，藉由舉辦官方、媒體新聞資料庫與民間人士所收藏之珍貴資料與紀錄，並邀請知名運動員出席，藉以吸引人潮。因此從以上文獻可以知道一方面以展演設施作為場地，展覽相關運動文物，另一方面將展演設施之活動規劃為賽會期間之活動。如此一來兩項結合方法可作為運動賽會宣傳活動，匯聚人潮之策略。而本研究也顯示賽會期間活動可以以展覽運動文物方式及配合展演設施之活動，作為結合方法。

在聖火路線規劃方面，專家群認為可以將文化展演設施列為聖火路線規劃之中。王凱立(2004)聖火的傳遞本身即具有告知、邀請及宣傳等訊息的功能。呂宏進(2004)指出92年全國運動會聖火就是在八里十三行博物館引燃。綜合上述文獻，將展演設施列為聖火路線，透過聖火傳遞活動，加以行銷文化展演設施。歸納上述文獻與研究結果，可將文化展演設施列入聖火路線規劃之中。聖火傳遞活動不僅對於賽會宣傳有正面效果，將文化展演設施列入路線之中，也能提

高文化展演設施之能見度。

(三) 討論結果

1. 以文化展演設施之場地作為舉辦運動文物回顧展，並配合知名運動員以匯聚人潮。
2. 賽會期間周邊活動可結合文化展演設施之展覽活動，可包括體育文物、藝術、民族文化、建築、攝影及古文物等，作為賽會期間之周邊展覽活動。
3. 運動賽會聖火路線之傳遞路線，可結合文化展演設施加以宣傳動賽會，藉由聖火傳遞活動提高文化展演設施之能見度。

五、運動賽會與電影產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與電影產業之描述性統計如表 4-11。與電影產業結合方法方面，各題項平均數均為 4 以上，顯示專家對於各題項意見相當一致。在眾數方面各題項均為 4，表示多數專家同意題項內容。

表 4-11 運動賽會與電影產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
與電影產業結合，創作運動賽會主題之電影	4.38	4
賽會期間周邊活動安排電影影展	4	4
知名演員作為運動賽會代言人	4.38	4

經上述分析結果運動賽會與電影產業結合方法如下：

1. 與電影產業結合，創作運動賽會主題之電影
2. 賽會期間周邊活動安排電影影展。

3.知名演員作為運動賽會代言人。

(二) 討論

在運動賽會主題之電影方面，在之前文獻中就指出說明1936年由蘭妮蕾芬斯坦導演的《奧林匹克》、1964年由市川昆導演的《東京世運會》、1992年由卡洛斯索拉導演的《巴塞隆那奧運會》。此三部電影主題皆是以運動賽會為背景，並捕捉運動選手在競賽過程中的獨特美感。黃鈺晴（2007）報導中指出，為了要搶搭明年北京奧運風潮，大陸不少運動名將紛紛拍起廣告或接下奧運相關活動，體操女將劉璇接拍跟奧運相關的古裝電影，還在記者會上大秀了一段真功夫，現場穿高跟鞋表演後空翻，展現靈活的身手。潘瑩（2007）報導中指出：

天山電影製片廠2008年的新片《買買提的2008》，16日在吐魯番開機拍攝。

影片講述了這樣一個故事：在塔克拉瑪幹沙漠邊緣一個維吾爾族村落，人人崇尚足球運動。下派幹部買買提給村民誇下海口，聲稱只要村裏十幾名少年組成的足球隊能在地區級比賽中奪冠，這些孩子就可參加2008年北京奧運會開幕式。由此引發一幕幕為夢想而努力的談諧幽默的故事。

從以上文獻可看出創作運動賽會之電影，不但能從運動從運動競賽期間捕捉運動員之動作作為題材，亦可製作與運動賽會背景相關之電影，以製造話題吸引媒體之焦點，宣傳運動賽會。

在賽會周邊活動安排電影影展方面，1996年亞特蘭大奧運，賽會期間周邊活動，其節目內容就包括電影表演（張妙瑛，1995）。而本研究結果也顯示賽會周邊活動可以安排電影影展。不過研究者認為結合賽會周邊活動之電影內容，應以運動賽會主題相關之電影活動，方與運動賽會相呼應，而不失喧賓奪主。

在知名演員作為運動賽會代言人方面，曹健仲、林伯化（2007）要增加大眾對於排球運動的良好印象，可以商請影視明星或是塑造排球明星。廖清海、邱翼松（2005）指出聘請代言人來行銷運動賽會，是近年來各個運動會常用的傳播手段，而代言人的選擇可從運動表現、曝光率高、有潛力的、知名度高、形象良好，且與賽會形象符合因素來考量，可包括運動員、演藝人員、政治人物、社會人士等，對於運動會具有加分效果。因此從以上文獻可看出運動賽會可邀請知名演員作為代言人，不過需考量其代言人本身背景包括運動表現、曝光率、知名度、代言人形象等。

（三）討論結果

- 1.以運動員場上競賽過程及運動賽會為故事背景，製作運動賽會之相關電影，作為運動賽會造勢之活動，宣傳運動賽會，吸引媒體之焦點。
- 2.運動賽會周邊活動可結合相關電影影展之活動，提供民眾參與。不過結合電影之內容，應以運動相關為主，作為賽會期間周邊活動，與運動賽會主題相呼應。
- 3.運動賽會之代言人方面，可商請影視明星作為代言人，以行銷運動賽會。不過代言人並不一定侷限於影視明星，考量代言人本身運動表現、曝光率、知名度、代言

人形象等，而其他包括運動員、政治人物、社會人士皆是可參考之對象。

六、運動賽會與廣播電視產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與廣播電視產業之描述性統計如表 4-12。與廣播電視產業結合方法方面，各題項其平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項意見相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家同意題項內容。

表 4-12 運動賽會與廣播電視產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
與廣播結合發佈相關運動資訊	4.63	5
與電視產業結合製作運動賽會節目	4.63	5
與電視產業結合轉播運動競賽	4.63	5

經由上述分析結果，運動賽會結合廣播電視產業方法如下：

1. 與廣播結合發佈相關運動資訊。
2. 與電視產業結合製作運動賽會節目。
3. 與電視產業結合轉播運動競賽。

(二) 討論

與廣播結合發佈相關運動資訊方面，陳增朋（2004a）指出購買電台廣告時段或與地方電台合作，亦可強化賽會活動訊息廣佈。因此我們得知要結合廣播產業除了購買電台廣告時段，亦可與地方電台合作透過贊助方式，將運動賽會結合

廣播產業。

與電視產業結合製作運動賽會節目方面，洪煌佳(2004b)指出運動賽會不僅可以提供新聞性的報導，精采的競賽內容與技能表現，也可製成娛樂節目，以滿足運動迷的需求。洪登欽(2003)指出韓國2002年世足賽，各主辦城市首場球賽時，由各主辦城市自行舉辦文化表演活動，透過電視將比賽內容與傳統的地方色彩播放到全世界，提高主辦城市文化形象與節目可看性。從上述文獻中，可發現運動賽會節目，可將競賽內容及開幕表演活動作為運動賽會節目之內容。

在轉播運動競賽方面，陳增朋(2004b)表示電子媒體的轉播不但能滿足無法親臨現場觀賽的消費者，也是協助運動組織與消費者接觸的機會。因此電視轉播運動競賽，能滿足無法到現場觀賞球賽的觀眾。而本研究結果顯示運動賽會結合電視產業，可以轉播運動競賽方式來進行結合。

(三) 討論結果

- 1.以購買電台廣告時段或使與地方電台合作之方式，如贊助模式合作，強化運動賽會活動訊息之廣佈。
- 2.將運動員之競賽過程及開、閉幕之表演活動，製作運動賽會之節目，以提供民眾欣賞。而開、閉幕表演活動結合主辦城市之文化特色，透過電視節目製作不僅提高節目可看性，也可以讓觀眾了解主辦城市之文化特色。
- 3.透過電視轉播運動競賽，不僅提供民眾與運動賽會接觸的機會，也可以滿足無法到場觀賽之觀眾。

七、運動賽會與出版產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與出版產業之描述性統計如表 4-13。與出版產業結合方法方面，題項「製作運動賽會之相關唱片」平均數 3.75 為最低，顯示專家對於題項內容意見有少數分歧。其它題項平均數均為 4 以上，顯示專家意見相當一致。在眾數方面各題項均在 4 以上，表示多數專家同意或非常同意題項內容。

表 4-13 運動賽會與出版產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
製作運動賽會之相關書籍	4.38	5
製作運動賽會之相關雜誌	4.5	5
製作運動賽會之相關期刊	4.25	5
製作運動賽會之相關唱片	3.75	4
發佈運動賽會各項訊息之新聞	4.5	4

經由上述分析結果，運動賽會與出版產業結合方法如下：

1. 製作運動賽會之相關書籍。
2. 製作運動賽會之相關雜誌。
3. 製作運動賽會之相關期刊。
4. 製作運動賽會之相關唱片。
5. 發佈運動賽會各項訊息之新聞。

(二) 討論

廖清海、邱翼松（2005）指出體育運動新聞對於傳播媒體而有一定的價值，除了電視新聞頻道外，大型綜合型報紙也具有開闢專門的體育運動版面，所以可以主動招開記者會、發新聞稿方式替運動賽會來做宣傳。洪煌佳（2004b）賽

會新聞需具有趣味性、顯著性、重要性經過設計，以達到吸引媒體的效果。而陳增朋（2004a）以刊載賽會標誌（LOGO）或吉祥物之雜誌、專刊等平面廣告方式，強化民眾對於賽會舉辦之印象。各項出版品包括宣傳單、競賽手冊、快報、雜誌、專書形式都可運用，能讓觀眾更接近及了解比賽（廖清海、邱翼松，2005）。因此我們可以了解賽會專書、期刊、雜誌、新聞，除了能強化民眾對於賽會舉辦之印象，加以宣傳運動賽會，亦能讓觀眾接近與了解運動競賽。而本研究結果亦顯示運動賽會與出版產業結合可從製作運動賽會書籍、雜誌、期刊、新聞來著手。

另外在唱片製作方面，在之前文獻討論結果運動賽會舉辦可製作其運動賽會主題曲。透過唱片出版型式，作為賽會紀念品之販售，拓展運動賽會之財務來源，亦能保護著作人之著作權。根據曹文雨（2007）報導中指出：

由天津市王莘歌曲創作獎勵基金會、天津市職工文化協會共同策劃，王莘基金會副秘書長、天津市第一工人文化宮詞曲作家王少彬作詞，本市作曲家作曲的反映本市體育健兒精神風貌的體育系列歌曲，目前已創作完成十五首並開始試唱。

據悉，王莘基金會、天津市職工文化協會將適時出版《津門體育健兒》迎奧運新歌曲CD專輯，向奧運會獻禮。

天津市為迎 2008 奧運會，透過詞曲創作，結合當地體育精神，向奧運會獻禮。而本研究結果顯示可製作運動賽會唱

片，來進行結合。

(三) 討論結果

- 1.在發佈運動賽會之各項新聞方面，體育新聞內容須具有趣味性、顯著性、重要性，以吸引媒體之焦點。另外以發佈新聞稿方式或招開記者會，結合電子媒體及平面媒體，發佈運動賽會之相關新聞。
- 2.以刊載賽會標誌（LOGO）或吉祥物以廣告方式，結合各項出版品。而各項出版品包括宣傳單、競賽手冊、快報、雜誌、專書形式都是可以結合地方，讓觀眾更了解比賽之內容，強化民眾對於舉辦運動賽會之印象，以宣傳運動賽會。
- 3.製作運動賽會之唱片，透過詞曲創作結合當地的體育精神，而唱片之出版可作為賽會相關紀念品，以增加運動賽會之財務，另一方面亦可製造運動賽會之話題，吸引媒體之焦點。

八、運動賽會與建築設計產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與建築設計產業之描述性統計表 4-14。與建築設計產業結合方法方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意題項之內容。

表 4-14 運動賽會與建築設計產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
與建築設計結合設計運動場館，呈現不同之建築風格	4.75	5
與建築設計結合設計選手村，呈現不同之建築風格	4.25	5
與建築設計結合設計競賽會場，呈現不同之建築風格	4.63	5

經上述分析結果，運動賽會結合建築設計產業方法如下：

- 1.與建築設計結合設計運動場館，呈現不同之建築風格。
- 2.與建築設計結合設計選手村，呈現不同之建築風格。
- 3.與建築設計結合設計競賽會場，呈現不同之建築風格。

(二) 討論

洪登欽(2003)指出韓國2002年舉辦世足賽興建十座球場，在建築上賦予不同的風格特色。許雅琇(2003)報導中指出北京奧運會場以鳥巢為題，由一系列輻射式鋼樑架圍繞著碗狀的坐席區而成，不僅結構簡潔又科學，設計上也格外新穎獨特，實為極具特色的國際巨型建築。劉滌昭(1998)報導中指出日本長野冬運其體育場館之設計，就是為了表現當地北阿爾卑斯山的連峰景觀，屋頂採「M」字形狀，稱為長野市奧林匹克紀念體育館，暱稱為「M波體育館」。陳宛茜(2006)報導中指出國家游泳館外觀設計以方型呈現，方形是中國城市規劃最基本型態，體現中國文化中代表綱常倫理規「矩」；老山自行車館外觀設計造型來自自行車選手所帶的頭盔；北京射擊館外型設計就像一把古代弓箭。從以上我們可得知運動場館之建築是可以呈現不同之風格，可以結合民族文化及運動項目，藉由建築設計加以呈現。而選手村與競賽會場都是屬於建築設計之其中一環，是建築設計可以結合地方。從以上文獻可看出運動場館外觀，透過建築設計產業能賦予建築外觀上的特色風格。除此之外運動賽會也因運動建築外觀特色，成為運動賽會之話題。而本研究結果顯示除了運動場館之外，選手村及競賽會場設計上皆能賦予風格特色。

(三) 討論結果

競賽場館、選手村、競賽會場之設計，透過建築設計結合民族文化、運動項目、地方特色，可以呈現不同風格特色。除此之外其建築特色，也可以成為賽會之話題，吸引媒體報導，以宣傳運動賽會。

九、運動賽會與廣告產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與廣告產業之描述性統計如表 4-15。與廣告產業結合方法方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意題項之內容。

表 4-15 運動賽會與廣告產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
製作運動賽會產品之廣告	4.75	5
製作運動員代言人之運動賽會廣告	4.63	5
邀請其他知名代言人代言運動賽會廣告	4.38	5

經由上述分析結果，運動賽會結合廣告產業方法如下：

1. 製作運動賽會產品之廣告。
2. 製作運動員代言人之運動賽會廣告。
3. 邀請其他知名代言人代言運動賽會廣告。

(二) 討論

製作運動賽會之廣告方面，陳增朋（2004b）指出 92 年全國運動會透過電視或廣播方式，廣告台北縣承辦運動賽會之訊息。而黃煜（2007）表示美國運通是美國網球公開賽的

指定信用卡，為了促銷這個贊助，美國運通拍攝一系列的廣告及推出促銷活動，而這些廣告明星曾經包括以網球選手為主角，如阿格西 (Agassi)、莎莉絲 (Seles)、布雷克 (Blake)。而在上述文獻之中，廣告製作有利於產品之促銷，亦有利於傳遞舉辦運動賽會之消息。

在之前討論之中就可以知道賽會代言人除了可以邀請運動員之外，亦可邀請其他相關人員，有利於運動賽會之行銷。綜合上述討論結果，運動賽會與廣告產業結合，除了能促銷相關產品；賽會廣告製作有利於傳遞舉辦運動賽會之訊息，若能邀請相關代言人製作其運動賽會之廣告，亦能強化傳遞舉辦運動賽會之訊息與行銷運動賽會。

(三) 討論結果

1. 以製作運動賽會之廣告，透過電視或廣播，讓民眾可以獲得舉辦運動賽會之訊息。
2. 廣告內容透過知名代言人，藉由其本身知名度，製作運動賽會之廣告，可以促銷相關商品，強化民眾舉辦運動賽會之印象，以宣傳運動賽會。

十、運動賽會與設計產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與設計產業之描述性統計如表 4-16。與設計產業結合方法方面，各題項平均數均 4 以上，顯示專家對於題項意見相當一致。在眾數方面均 4 以上，表示多數專家同意或非常同意專家各題項內容。

表 4-16 運動賽會與設計產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
運動賽會產品之設計	4.63	5
設計運動賽會之獎牌	4.75	5
設計運動賽會之獎盃	4.38	5
設計運動賽會之獎狀	4.5	5
設計運動賽會之吉祥物	4.5	5
設計運動賽會之聖火火炬	4.5	4
運動賽會網站之設計	4.63	5

經由上述分析結果，運動賽會結合設計產業方法如下：

1. 運動賽會產品之設計。
2. 設計運動賽會之獎牌。
3. 設計運動賽會之獎盃。
4. 設計運動賽會之獎狀。
5. 設計運動賽會之吉祥物。
6. 設計運動賽會之聖火火炬。
7. 運動賽會網站之設計。

(二) 討論

在之前討論之中，有關於獎盃、獎牌、獎狀、聖火火炬之設計，與之前視覺產業藝術、工藝產業具有相同之處，因為設計產業內容亦整合了視覺傳達設計產業與工藝產品設計業，因此關於獎盃、獎牌、獎狀、吉祥物、聖火火炬之設計，就不詳述。而設計產業之內容包括包裝設計、產品外觀設計等。而運動賽會本身產品開發種類相當繁多，而本研究結果顯示結合設計產業可結合運動賽會產品之設計。而陳

增朋(2004b)指出運動賽會之產品包括核心產品(比賽的精采度、選手的表現、歡樂氣氛等)與延伸產品(吉祥物、場邊活動、球場紀念品等)。因此我們可知透過設計產業可設計運動賽會吉祥物、賽會相關紀念品之本身產品設計與產品包裝設計。

在運動賽會網站設計方面，陳增朋(2004a)表示為強化賽會活動知名度，可成立賽會專屬網站，透過網際網路功能將賽會訊息傳遞出去，並與運動網站結盟，以吸引更多網友上網觀看賽會訊息。廖清海、邱翼松(2005)指出傳統的導引手冊或是現代科技的網路都是帶領觀眾進入比賽情境的方法，其內容包括比賽時間、地點、交通、賽程、歷史簡介、記錄統計、競賽項目等，而網站介紹資料除上述之外，舉凡賽會組織、場館介紹、系列活動介紹、賽況分析、選手介紹、相關網站連結等皆可包含進來。從以上文獻中可看出，賽會網站設置，能強化其賽會知名度，傳遞運動賽會之訊息。除此之外，網站設計內容應包括比賽時間、地點、交通、賽程、歷史簡介、記錄統計、競賽項目、賽會組織、場館介紹、系列活動介紹、賽況分析、選手介紹、相關網站連結等。

(三) 討論結果

- 1.設計產品方面，可設計運動賽會延伸之產品，包括賽會本身吉祥物與賽會相關紀念品，其產品本身設計與產品包裝之設計。
- 2.賽會網站設計方面，設置運動賽會網站，可強化運動賽會知名度與傳遞運動賽會之訊息，帶領觀眾進入比賽情境。

十一、運動賽會與設計品牌時尚產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與設計品牌時尚產業之描述性統計如表

4-17。與設計產業結合方法方面，各題項平均數均 4 以上，顯示專家對各題項意見相當一致。在眾數方面，各題項均為 5，表示多數專家非常同意該題項之內容。

表 4-17 運動賽會與設計品牌時尚產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
運動明星代言品牌產品	4.63	5
製作運動賽會表演之服裝	4.63	5
設計具有時尚、流行運動產品	4.38	5

經由上述分析結果，運動賽會結合設計品牌時尚產業方法如下：

1. 運動明星代言品牌產品。
2. 製作運動賽會表演之服裝。
3. 設計具有時尚、流行運動服飾。

(二) 討論

洪煌佳 (2004b) 運動明星的塑造，能吸引眾多閱聽大眾與球迷加入運動行列，促使媒體積極鎖定特定族群，以提供運動競賽收視機會，藉機吸引企業體投入廣告及運動商品販售賺取利潤。而在之前討論之中可得知，代言人方面由運動明星代言有助於產品促銷與賽會之宣傳。設計品牌時尚產業是以設計師為主，設計服飾等相關產品。如美佳利公司的自有品牌-珠美 JUMARY，其生產設計產品包括鞋子、袋子、手

鍊、項鍊、T-shirt 等商品（陳昭義，2006）。綜合以上文獻由運動明星做為代言人，結合設計師設計之運動服飾等產品，透過運動賽會舉辦，以創造商機。而設計具有時尚、流行之運動服飾等商品，作為運動賽會紀念商品，可以吸引年輕消費族群，拓展運動賽會之商機。

2006 年冬季奧運則是與時尚設計品牌亞曼尼(ARMANI)結合，更應邀為開幕典禮亮相知名模特兒設計衣服（戴遐齡，2006）。黃顯祐、雷光涵（2006）報導中指出：

杜哈亞運籌備會為 8000 名開幕表演者，準備 6500 件戲服，數量令人咋舌，簡直是「服裝秀」。

製作公司公關經理麥肯說，設計師花了兩年時間研究、構思，讓這些服裝代表亞洲不同地區民族的特色。且每套衣服依表演者身材剪裁，以利他們自在做出各種高難度動作。

而賴錦宏（2007）也報導中指出北京奧運就為了中國大陸代表隊所穿著什麼服飾，也成為大陸媒體之焦點。在上文敘述中可發現，賽會活動中透過設計師設計表演者服裝，而本研究亦有相同之結果。透過設計師巧思加以設計服裝不僅能提供觀眾視覺效果，也能製造運動賽會之話題。這樣的結合方式，也提升時尚設計品牌知名度，亦有利於運動賽會之宣傳。

（三）討論結果

1. 由運動明星代言時尚品牌之產品，透過設計師設計運動時尚，製作成為相關紀念品，以利賽會產品商機之創

造。

- 2.可結合時尚品牌產業之設計師，設計運動賽會表演者之服裝，不僅可以提供民眾視覺享受。一方面製造賽會話題宣傳運動賽會，另一面提高品牌之知名度。

十二、運動賽會與數位休閒娛樂產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與數位休閒娛樂產業之描述性統計如表

4-18。與數位休閒娛樂結合方法方面，各題項平均數均 4 以上，顯示專家看法相當一致。在眾數方面各題項均在 4 以上，表示多數專家同意該題項之內容。

表 4-18 運動賽會與數位休閒娛樂產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會期間周邊活動設置運動機台	4	4
賽會期間周邊活動設置電子遊戲機台	4.25	5
賽會期間周邊活動配合主題樂園之活動	4.13	4

經由上述分析結果，運動賽會與數位休閒娛樂產業方法如下：

- 1.賽會期間周邊活動設置運動機台。
- 2.賽會期間周邊活動設置電子遊戲機台。
- 3.賽會期間周邊活動配合主題樂園之活動。

(二) 討論

2006 年大專運動會，在雲林劍湖山遊樂世界揭開聖火序幕，由雲科大 16 位學生以挑戰劍湖山世界飛天潛艇「G5 遊

樂器」為聖火點燃揭開序幕（龐凱俊，2006a）。而2006年大專運動會由雲林科技大學舉辦，其運動賽會主題為「國際化、科技化、人性化」。因此雲科大聖火開幕儀式，結合地方主題樂園遊樂設施，以達到科技化之訴求。因此我們可以知道運動賽會結合數位娛樂休閒產業，亦可結合聖火活動之規劃。另外一點賽會活動安排乃依賽會主題與地方產業來加以規劃。

而在本研究中，在運動賽會與數位休閒產業結合方面，可從賽會期間設置運動機台、賽會期間周邊活動設置電子遊戲機台、賽會期間配合主題樂園之活動。從雲科大結合主題樂園設施，作為聖火傳遞儀式內容來看，運動賽會周邊活動要結合主題樂園並不是不可能。主要還是依主辦單位與主題樂園協商，推出系列活動搭配主題樂園活動來做造勢。

另外在運動機台與電子遊戲機部分。邱瓊平（2007）報導中指出：

受到少子化的影響，不少國中小都有閒置教室；加了為了鼓勵學生踴躍加入熱愛運動的行列，教育部正在研訂「國民中小學校設置樂活運動站計畫」，只要國民中小學，班級數達12班及學生數達300人以上，且能提供2到3間空餘教室，就能申請這項計畫，設置跳舞機、彈跳床、投籃機、棒球九宮格、簡易攀岩設施。

另外從薛荷玉（2007）報導中指出：

國中小學生最快今年底就可在學校玩Wii、跳舞

機、桌上手足球、彈跳床、簡易攀岩設施等更有樂趣的運動設施了。教育部決定補助學校利用閒置教室，設置「樂活運動站」；預計3年內，耗資2億7千萬元，補助450所學校設置無論晴雨都能使用的運動站，且晚間、假日還可提供社區居民也來「樂活」一下。

教育部體育司長簡明忠表示，全國僅有18%的學校擁有室內運動設施，8成以上的學生上體育課時只要碰到下雨，就只能待在教室乾瞪眼；且教育部鼓勵學生每天運動30分鐘，但校內卻只能提供跑操場、吊單槓等枯燥的設備，「為何不提供更好玩的運動設施？讓學生樂於運動。」

從以上瞭則新聞報導中可看出，教育部為鼓勵學生運動，增加學生上體育課樂趣，而提供有趣運動設施。主要原因這些運動機台不僅符合運動主題，且符合青少年流行產物。另外從民視新聞報導中可以發現台南市主辦96年全國運動會，不僅邀請音樂歌手王心凌做為代言人，並在造勢記者會，搭配電子遊戲機Wii，以作為運動賽會之宣傳。

在今天的記者會上，代言人王心凌和台南市長許添財，還來了一場網球大對決！一記又一記一的殺球，台南市長許添財硬是將平常有固定上健身房運動的王心凌給比了下去，只不過，他們玩的是Wii，而這場台南市96全國運動會會前賽，最後許添財就以地主身份勝出，...（民視新聞，2007）。

運動機台機、電子遊戲機本身與運動主題相當符合，是可以作為賽會周邊活動的規劃內容，做為運動賽會吸引觀眾參與的內容，尤其是青少年族群。不過其體驗遊戲過程，與運動後效果如何有待相關研究去證實。

(三) 討論結果

1. 將相關運動機台與電子遊戲器，包括跳舞機、籃球機、Wii 等，作為賽會周邊活動內容，吸引青少年族群，參與運動賽會。
2. 主題樂園不僅可以作為聖火傳遞之內容，亦可透過套裝旅遊行程加以規劃與安排。

十三、運動賽會與創意生活產業

(一) 專家意見統計分析

運動賽會與創意生活產業之描述性統計如表 4-19。與創意生活產業結合方法方面，題項「賽會期間周邊活動結合各項飲食文化體驗之商家」平均數均 3.62，顯示專家看法少數分歧；眾數為 3，多數專家對於題項內容。題項「賽會期間周邊活動結合自然生態文化體驗之商家」平均數為 3.75，顯示專家看法少數分歧；眾數方面為 4，表示多數專家同意該題項之內容。題項「賽會期間周邊活動結合生活教育文化體驗之商家」平均數為 4.25，表示專家看法相當一致；其眾數為 4，表示多數專家同意該題項之內容。

表 4-19 運動賽會與創意生活產業之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會期間周邊活動結合各項飲食文化體驗之商家	3.62	3
賽會期間周邊活動結合自然生態文化體驗之商家	3.75	4
賽會期間周邊活動結合生活教育文化體驗之商家	4.25	4

經由上述分析結果，運動賽會結合創意生活產業方法如下：

1. 賽會期間周邊活動結合各項飲食文化體驗之商家。
2. 賽會期間周邊活動結合自然生態文化體驗之商家。
3. 賽會期間周邊活動結合生活教育文化體驗之商家。

（二）討論

陳昭義（2005）指出創意生活產業內容來分，為飲食文化體驗、工藝文化體驗、時尚飾品體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、特定文物體驗等型態商家。而本研究結果以飲食文化體驗、自然生態體驗、生活教育體驗類型商家為專家共識結果。不過運動賽會周邊活動規劃，一方面依當地文化產業特色來做結合，另一方面贊助運動賽會廠商則以廣告文宣等方式回饋。所以從創意生活產業類型所延伸出來的商家，是可以結合雲運動賽會周邊活動，如套裝行程規劃，結合地方上創意生活產業。而本研究顯示結果，可能是在專家各領域背景不同，所認知的情形有所差異。

（三）討論結果

本研究在創意生活產業方面，由於遴選的專家各領域背景不同，所以產生結果有所差異。運動賽會結合創意生活產業之商家，而蘇維杉（2003）指出92年大鵬灣國家風景區舉辦「2003年大鵬灣海洋運動嘉年華」，其中內容包括展覽、表演、體驗等活動，且設計相關套裝行程。因此透過套裝旅遊行程規劃，依主辦單位需求結合各型態創意生活產業型態之商家是可行。

十四、本節小結

根據上述討論結果，綜整運動賽會與文化创意產業內容結合之結論與建議如下：

- (一) 運動賽會周邊活動可結合相關藝術展覽活動、各項音樂與表演藝術活動、文化展演設施之展覽活動(體育文物、藝術、民族文化、建築、攝影及古文物)、相關電影影展之活動、運動機台與電子遊戲器(跳舞機、籃球機、Wii)、創意生活產業之商家。不過研究者建議結合電影之內容，應以運動相關為主，與運動賽會主題相呼應。最後在創意生活產業方面，由於遴選的專家各領域背景不同，所以產生結果有所差異。運動賽會結合創意生活產業之型態商家，包括飲食文化體驗、工藝文化體驗、時尚飾品體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、特定文物體驗等型態，透過主辦單位套裝旅遊包裝，可結合做為賽會周邊活動。與研究結果有所差異在於主要專家遴選背景與認知有所不同所造成差異。
- (二) 賽會開、閉幕表演結合各項音樂與表演藝術活動，不僅讓機關團體、民眾、選手與運動賽會結合。另外時尚品牌產業之設計師，設計運動賽會表演者之服裝，提供民眾視覺享受。
- (三) 在吉祥物方面，擷取人物、動植物及幾何圖形，設計具象化的圖案，透過顏色的配置，來成為運動賽會識別的造型符號。
- (四) 標誌(LOGO)、獎牌、獎狀、獎盃、聖火火炬方面，以顏色配置作為象徵之意涵，而設計內容可作為製造賽會話題，以吸引媒體關注之焦點。

- (五) 獎牌、獎盃之設計，透過不同材質與技術，讓賽會獎牌、獎盃結合不同工藝文化，製造賽會之話題。另外北京奧運獎牌製作成功獲得媒體之焦點，聖火火炬設計也可結合不同工藝文化，以吸引焦點。
- (六) 運動賽會聖火路線之傳遞路線，可結合文化展演設施主題樂園之設施，藉由聖火傳遞活動提高文化展演設施之能見度。另外主題遊樂園設施可結合賽會推出套裝旅遊行程加以規劃與安排。
- (七) 賽會本身吉祥物透過授權機制，開發其吉祥物之公仔，以拓展運動賽會之商機。運動賽會中若有運動明星，可開發其運動明星之公仔，尤其以職業運動賽會為主運動明星。另外運動明星也可代言時尚品牌之產品，透過設計師設計運動時尚，製作成為相關紀念品，以利賽會產品商機之創造。
- (八) 賽會主題曲製作，透過詞曲創作可結合當地的體育精神，而唱片出版可作為賽會相關紀念品，以宣傳運動賽會，增加其賽會收入，主題曲製作亦可成為賽會識別代表。
- (九) 結合設計產業，設計運動賽會延伸之產品，包括賽會本身吉祥物與賽會相關紀念品本身設計與包裝設計。
- (十) 以刊載賽會標誌 (LOGO) 或吉祥物以廣告方式，結合各項出版品，包括宣傳單、競賽手冊、快報、雜誌、專書形式，一方面觀眾可以更了解比賽之內容，另一方面強化民眾對於舉辦運動賽會之印象。
- (十一) 以運動員場上競賽過程及運動賽會為故事背景，製作運動賽會之相關電影，作為運動賽會造勢之活動。

- (十二) 以音樂歌手、影視明星、運動員、政治人物、社會人士，作為運動賽會代言人，考量代言人本身運動表現、曝光率、知名度、代言人形象等。另外音樂歌手並演唱其賽會主題曲，可以吸引歌迷朋友參與，另一方面可製造賽會話題，吸引媒體之注意。
- (十三) 購買電台廣告時段或使與地方電台合作之方式，如贊助模式合作，以利運動賽會活動訊息之廣佈。
- (十四) 將運動員之競賽過程及開、閉幕之表演活動，製作運動賽會之節目。另外開、閉幕表演活動結合主辦城市之文化特色，透過電視轉播讓觀眾了解。而電視即時轉播運動競賽，以提供民眾與運動賽會接觸的機會，滿足無法到場觀賽之觀眾。
- (十五) 體育新聞內容須具有趣味性、顯著性、重要性，以吸引媒體之焦點。以發佈新聞稿方式或招開記者會，結合電子媒體及平面媒體，發佈運動賽會之相關新聞。
- (十六) 製作運動賽會之廣告，透過電視或廣播，讓民眾可以獲得舉辦運動賽會之訊息。另外賽會廣告內容可透過知名代言人，藉由代言人本身知名度，強化舉辦運動賽會之訊息。
- (十七) 設置運動賽會網站，可強化運動賽會知名度與傳遞運動賽會之訊息，帶領觀眾進入比賽情境。
- (十八) 競賽場館、選手村、競賽會場之設計，透過建築設計結合民族文化、運動項目、地方特色，呈現不同風格特色。其建築特色，也可以成為賽會之話題，吸引媒體之報導。

第三節 運動賽會與文化創意產業特性運用之方法

本節主要內容以描述性統計，呈現專家對於運動賽會與文化創意產業內容結合方法，共分為五個部份。將分析結果與相關文獻進行討論以並與實際個案進行驗證，歸納出具體可行之方法。

一、地方性運用

(一) 專家意見統計分析

地方性之運用之描述性統計如表 4-20。在地方性運用方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家意見相當一致。在眾數方面各題項均在 4 以上，表示多數專家同意或非常同意該題項之內容。

表 4-20 地方性運用之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
運用地方特色、人文背景，製造新聞話題	4.5	4
擷取地方特色之符號或代表人物，製作相關產品	4.25	4
與舉辦地有極深淵源之競賽活動，列入競賽項目之中	4.63	5
以地方文化特色，作為吉祥物設計之內容	4.63	5
結合運動賽會之精神與地方文化背景，創造運動賽會主題	4.75	5
主辦單位可以配合各縣市之「一鄉一特色」之活動，辦理運動賽會	4.25	5
將地方文化特色融入，聖火傳遞儀式之中，彰顯文化意涵	4.75	5
透過標誌設計內容，呈現舉辦地的文化特色與意涵	4.75	5

(表 4-20 續)

結合方法	平均數	眾數
聖火傳遞路線可配合地方文化特色景點之安排	4.38	5
結合地方之特色小吃、農、林、漁、牧之產品，作為賽會期間展售內容	4.13	4
地方傳統民俗體育活動列入競賽項目之中	4.25	5
獎盃設計內容結合地方文化特色	4.38	5
獎牌設計內容結合地方文化特色	4.25	4
獎狀設計內容結合地方文化特色	4.13	4
運動賽會主題曲與地方文化背景結合	4.25	4
聖火火炬可擷取地方文化特色作為設計之內容	4.25	4

經由上述分析結果，在地方性運用方法如下：

1. 運用地方特色、人文背景，製造新聞話題。
2. 擷取地方特色之符號或代表人物，製作相關產品。
3. 與舉辦地有極深淵源之競賽活動，列入競賽項目之中
4. 結合運動賽會之精神與地方文化背景，創造運動賽會主題。
5. 以地方文化特色，作為吉祥物設計之內容。
6. 主辦單位可以配合各縣市之「一鄉一特色」之活動，辦理運動賽會。
7. 將地方文化特色融入，聖火傳遞儀式之中，彰顯文化意涵。
8. 透過標誌設計內容，呈現舉辦地的文化特色與意涵。
9. 聖火傳遞路線可配合地方文化特色景點之安排。
10. 結合地方之特色小吃、農、林、漁、牧之產品，作為

賽會期間展售內容。

- 11.地方傳統民俗體育活動列入競賽項目之中。
- 12.獎盃設計內容結合地方文化特色。
- 13.獎牌設計內容結合地方文化特色。
- 14.獎狀設計內容結合地方文化特色。
- 15.運動賽會主題曲與地方文化背景結合。
- 16.聖火火炬可擷取地方文化特色作為設計之內容。

(二) 討論

在運用地方特色、人文背景，製造新聞話題方面。92年全國運動會以代言人、創作歌曲、賽會吉祥物公佈等方式，以話題吸引媒體的注意(陳增朋，2004b)。另外江彥文(2005)報導中指出：

94年全國運動會10月15日至20日，在雲林舉行。在「越來越精采，台灣好厲害」主軸下，秉持「傳承、創新、耀動」的精神內涵，雲林縣融合傳統文化與現代科技，用許多第一，呈現一場奧運規格的全國運動會。

雲林縣是布袋戲薈萃、發揚之地，也是雲林人最驕傲的傳統文化。雲林人結合傳統文化特色與現代運動精神，以經典的布袋戲雲州大儒俠中的甘草人物「哈二齒」為大會吉祥物，結合北港媽祖、西螺七崁武術等深厚的傳統文化，代表雲林縣在不斷蛻變成長中仍不忘文化本質。

從以上報導中可看出，雲林縣舉辦運動會將地方特色、文化背景，運用於賽會主題與吉祥物，成功的獲得媒體焦點。

陳增朋（2004a）指出運動賽會活動主題，不論是標語及口號設計可藉由行銷包裝手法，可達到吸引媒體與消費者的目光。呂宏進（2004）也指出吉祥物的選定以偏重地方文化特色並兼具可愛、活潑與討喜之功能。在以上討論中可知道以地方特色可作為新聞話題，也進一步印證賽會主題與吉祥物可以地方文化特色作為設計之內容，藉以吸引媒體的目光。

在擷取地方文化特色之符號方面，運動賽會相關商品的開發，有利於拓展運動賽會之商機。94年雲林全國運動會，主辦單位就結合賽會吉祥物，賽會吉祥物設計乃結合雲林地方文化布袋戲角色，透過授權機制開發磁鐵。因此我們可得知運動賽會本身吉祥物、標誌（LOGO），不僅可以結合地方文化符號或代表人物，透過授權機制，開發相關紀念品，也驗證本研究之結果。

在競賽項目方面，本研究結果顯示與舉辦地相關之競賽活動可列入競賽項目中。如94年雲林全國運動會，就將武術列入競賽項目當中。主要原因在於雲林西螺七崁是台灣武術的淵源（陳樹欉，2005）。另外本研究中也認為應將地方傳統民俗體育項目列入競賽項目當中。地方傳統民俗體育項目，往往是地方居民熱衷參與活動。廖文志（2003）表示每逢地區廟會節慶，內門居民就會放下手邊工作，返鄉參與宋江陣活動，保存即將失傳民俗技藝，傳承這項民俗技藝。參閱我國舉辦運動賽會之細則，事實上在競賽項目都上除了依規定辦理之項目之外，主辦單位尚可增設一至二項競賽項目。因此將民俗體育列入競賽項目當中，除了可以藉由地方特色吸引民眾參與，也可傳承地方文化特色。

在聖火傳遞路線安排方面，陳樹欉（2005）指出94年雲

林全國運動會聖火於北港朝天宮引燃。北港朝天宮為雲林縣宗教文化觀光景點。從上文獻中可看出聖火路線規劃可結合地方文化特色，聖火傳遞活動之宣傳功能，提高地方景點之能見度。

在配合各縣市之「一鄉一特色」之活動方面，江彥文（2005）報導中指出94年雲林全國運動會，賽會期間結合地方特產舉辦古坑咖啡節、國際糕餅節、農特產品、文化展等活動。從雲林縣所規劃內容中可看出，古坑咖啡為雲林縣之產業特色。其中其周邊活動還包括農特產品，也進一步驗證本研究之結果。因此我們可以發現除了運動賽會周邊活動可以安排主辦城市之「一鄉一特色」，也可以結合地方飲食特色、農林漁牧等產品，行銷地方特色。

在標誌（LOGO）設計結合地方特色方面，陳樹欉（2005）指出94年雲林全國運動會，標誌設計以台灣精神為設計出發點，並結合雲林的文化特色，雲林舊稱「斗六門」，以六為造型概念，充分展現「傳承、創新、耀動」的精神。

在獎盃設計方面，陳樹欉（2005）指出94年雲林全國運動會，獎盃底座設計部分以黑檀木鑲上交趾陶做為裝飾花邊，雕上雲林縣地方特色產物。從以上文獻中可看出，獎盃設計可採用地方文化特色，作為設計內容。

在獎牌設計方面，杜林冬運獎牌設計樣式，其獎牌中央有一圓孔，代表義大利人環繞在中央教堂廣場（劉滌昭，2005）。2008年北京奧運獎牌設計，在獎牌背面鑲嵌一塊仿中國龍紋造型玉璧，將中國文化之美與奧運精神結合（林克倫，2007）。從以上文獻中可看出獎牌設計內容是可融合地方文化特色，甚至可結合屬於一個族群的文化。

在獎狀方面，雖未有文獻指出應結合地方文化。不過2005年高雄縣全國原住民運動會獎狀設計，結合LOGO百步蛇為設計主軸，中間以大會吉祥物圖騰，下緣並放置12族之象徵標誌（王佳微，2005）。從實際案例來看，2005年原住民運動會之獎狀設計，不僅結合原住民族群百步蛇LOGO，也運用吉祥物，獎狀設計呈現原住民文化特色。因此運動賽會獎狀設計，可從標誌（LOGO）、吉祥物著手，本身設計結合地方文化特色，加以規劃設計賽會獎狀，來結合地方文化特色。

在主題曲方面，在之前製作運動賽會唱片討論中，可得之由於2008年北京舉辦奧運，天津市特別製作迎奧運詞曲，透過詞曲結合天津市體育精神加以創作。另外在先前音樂與表演藝術產業討論可得知主題曲製作不僅可以販售拓展商機，成為賽會紀念商品，亦能成為賽會識別功能，也進一步驗證本研究之結果。

在聖火火炬設計方面，藍孝威（2007）報導中指出北京奧運聖火火炬造型設計，其靈感來自中國傳統紙捲軸，具有濃烈的中國特色。黃秀仁（2000）報導指出雪梨奧運的聖火火炬設計，融合雪梨歌劇院、原住民迴力標、大平洋湛藍大海色調的火炬。因此我們可得聖火火炬外觀設計也可以融合文化特色。

（三）討論結果

- 1.運用地方人文背景，結合吉祥物與賽會主題，製造新聞話題。
- 2.運動賽會本身吉祥物、標誌（LOGO），結合地方文化符號或代表人物加以設計，透過運動賽會的授權，開發

- 相關紀念品，拓展運動賽會之商機。
- 3.在競賽項目方面，依主辦單位舉辦細則，可將與地方發展具有淵源之競賽項目及民俗體育項目，作為競賽項目之考量。
 - 4.聖火路線之規劃可結合地方具有特色之景點，藉由聖火傳遞活動或儀式，提高地方景點之能見度，促進當地觀光。
 - 5.在周邊活動方面，可運用「一鄉一特色」、地方飲食小吃、農林漁牧等產品，作為賽會期間周邊活動。
 - 6.在標誌（LOGO）、獎盃、獎狀、獎牌、主題曲、聖火火炬之設計，皆可結合地方文化特色。另外標誌（LOGO）與主題曲，可透過賽會授權開發相關紀念品。

二、體驗性運用

（一）專家意見統計分析

體驗性之運用之描述性統計表 4-21。在體驗性運用方面，各題項平均數均 4 以上，顯示專家看法相當一致。在眾數方面均為 5，表示多數專家非常同意該題項之內容。

表 4-21 體驗性運用之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性	4.88	5
利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性	4.75	5
增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性，提升運動賽會之體驗性	4.75	5

經由上述分析結果，體驗性運用方法如下

1. 賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性。
2. 利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性。
3. 增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性，提升運動賽會之體驗性。

(二) 討論

鍾志強(2007)指出2006年大運會中影響參與者較大的事活動體驗的媒介，對於日後大運會承辦單位而言，應強化主要活動(各項競賽)與周邊活動(如：藝文活動、運動嘉年華)體驗的呈現與宣傳。因此我們可看出，要強化運動賽會體驗性，主要著手活動在於運動賽會各項競賽內容與周邊活動。在競賽內容方面最主要在於選手與選手之間競賽活動。陳增朋(2004b)指出對觀眾而言，觀賞運動賽會選手技術表現、競賽過程扣人心弦的氣氛，都是一種非實體性消費與主觀的體驗。因此我們可得知競賽過程中要強化觀眾體驗，主要還是在於選手本身技術。而且在競賽過程中，隊伍與隊伍之間實力相近方能營造出扣人心弦緊張氣氛，另觀眾留下深刻體驗。曹健仲、林伯化(2007)指出運動迷在活動中感到愉快與新奇，並有意猶未盡的感覺，就是一項成功的運動賽會。觀賞一場精采的球賽之後，球迷心中所留下的愉悅滿足或感動，為運動吸引人之處(陳增朋，2004b)。

在周邊活動方面，程紹同(2002)指出賽會活動必須讓參與者覺得有趣，並且具娛樂性質。王佳微(2005)指出2005年全國原住民運動會，周邊活動為原住民族文化創意博覽

會，活動內容分為縣政展示、舞台表演、農特產品展售、傳統手工藝展售、原住民生活體驗。94年雲林全國運動會，賽會期間活動包括古坑咖啡節、國際糕餅節、農特產品、文化展等活動（江彥文，2005）。黃昭瑾（2005）指出文化滿足消費者好奇、想像、移情、體驗、感動等心理。另外高俊雄（2003）也指出第三十四屆世界盃棒球賽，中華隊奪得季軍後，更舉辦北中南握手會活動回饋球迷。而賽後握手會舉辦使得球迷能夠與球員面對面接觸，也增加球迷與球員互動。因此可得知，賽會周邊活動內容安排，以推出文化體驗活動方式，提供參與者對於文化好奇、體驗等心理，而參與者也可以親自參與體驗活動，提高互動性。而賽後也可舉行相關活動，來增加與觀眾互動性。

在利用聲光、視覺美感方面，陳樹欉（2005）指出94年雲林全國運動會「聖火之夜」晚會活動，以燈光與火燄製造精奇震撼的聲光特效。開幕表演透過科技運用，製造聲光特效，賦予選手與觀眾感官刺激。賈亦珍（2006）報導中指出杜林冬運開幕表演，流光四溢的五環在夜空中璀璨，高聳的聖火熊熊地燃燒，帕華洛帝的歌聲迴盪在空中，義大利人用激情拉開了杜林冬運的大門。黃顯祐、雷光涵（2006）報導中指出杜哈亞運開幕表演節目內容有根據「一千零一夜」創作的舞蹈。從以可得知，包括科技運用、音樂與舞蹈表演都是在提供觀眾聲光與視覺美感，也進一步驗證本研究之結果。

（三）討論結果

1. 賽會周邊活動可結合文化體驗活動，擷取地方文化及族群文化加以設計，藉由文化體驗活動讓民眾感到周邊

活動具趣味性、新奇感，讓民眾與周邊活動互動，提升賽會體驗性。另外賽後可舉辦相關活動讓運動員與觀眾可以面對面接觸，亦可增加其體驗性。

2.開、閉幕表演可利用科技、音樂與舞蹈等表演，提供觀眾聲光與視覺效果，增加活動可看性，以提升體驗性。

三、智慧財產權運用

(一) 專家意見統計分析

智慧財產權運用之描述性統計如表 4-22。在智慧財產權運用方面，各題項平均數均為 4，顯示各專家看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示專家非常同意該題項之內容。

表 4-22 智慧財產權運用之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品	4.63	5
由運動明星宣導智慧財產權之概念	4.63	5

經由上述分析結果，智慧財產權運用方法如下：

- 1.競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品。
- 2.由運動明星宣導智慧財產權之概念。

(二) 討論

蘇維衫(2003)表示 90 年全國運動會循雅奧運模式，將全運會 CIS、LOGO、SLOGAN 等智慧財產權以商品方式包裝，以運動行銷手法，鼓勵產業投入全運會市場，創造運動

業與產業雙贏效果。從以上可以得知運動會本身 LOGO 透過智慧財產權，可開發相關產品。而本研究結果顯示若是運動項目之中有受歡迎運動員，運動員本身亦可透過智慧財產權方式，開發相關產品。

曹健仲、林伯化(2007)指出要讓運動賽會延續更長久，運動組織或個人應建立起良好的社會形象，如積極參與公益活動，或是響應政府推展的體育活動。因此可得知運動會本身或運動員推展公益活動，有利於建立良好社會形象。而本研究結果顯示，由運動明星來宣導智慧財產權之概念。因此在運動賽會舉辦前，由運動明星推展公益活動，有利於運動賽會宣傳與公益活動的宣導，樹立良好的社會形象。

(三) 討論結果

1. 運動賽會本身 CIS、LOGO、SLOGAN，透過授權機制可開發相關產品，另外賽會中若有受歡迎運動明星，以同樣方式開發紀念品，拓展商機。
2. 藉由運動明星推展智慧財產權相關公益活動，有利於賽會宣傳與公益活動之宣導，樹立良好的社會形象。

四、參與性運用

(一) 專家意見統計分析

參與性之運用之描述性統計如表 4-23。在參與性運用方面，各題平均數均 4 以上，顯示專家看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意各題項之內容。

表 4-23 參與性運用之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會周邊活動內容多元且具文化深度，以提高民眾參與性	4.63	5
賽會周邊活動以創新方式推出，提高民眾參與性	4.5	5

經由上述分析結果，參與性運用方法如下：

1. 賽會周邊活動內容多元且具文化深度，以提高民眾參與性。
2. 賽會周邊活動以創新方式推出，提高民眾參與性。

(二) 討論

2005 年全國原住民運動會及 94 年雲林全國運動會其周邊活動都分別結合族群與地方文化特色。不過隨著舉辦運動賽會之規模、舉辦地、賽會主題，所呈現文化內容皆不相同，參與的活動規劃亦不相同。陳增朋（2004a）表示將運動賽會與各項文化藝術活動結合，不但能發揚各地區民俗活動或節慶之特色，也能豐富體育藝文活動之內涵，以吸引更多民眾參與。馬上閔（2003）研究中指出賽會期間未吸引民眾到場觀賞賽會可結合節慶活動。因此我們可得知要提高參與意願，可從周邊活動的規劃來強化其文化深度。

運動賽會規畫，首先需要一個足以吸引群眾參與的好賣點（程紹同，2002）。曹健仲、林伯化（2007）表示創意度最能引起民眾的回應，創意度可以有很多表達方式，如賽會開、閉幕安排，容易吸引媒體的焦點。因此我們可得知賽會開、閉幕表演是主辦單位創意呈現，相對的聖火傳遞儀式、周邊活動安排皆是賽會創意呈現的地方。

(三) 討論結果

1. 賽會周邊活動結合文化特色，視賽會主題不同而定，可安排族群文化特色及地方文化特色之活動，強化文化深度。最具體方式是結合各項文化藝術活動、民俗活動及節慶活動，以提高民眾參與意願。
2. 賽會以創新活動推出，製造足以吸引民眾參與的賣點。最具體方式從賽會開、閉幕表演、聖火傳遞與點燃儀式、周邊活動安排，皆是主辦單位呈現創意地方。

五、延續性運用

(一) 專家意見統計分析

延續性之運用之描述性統計如表 4-24。在延續性運用方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意各題項之內容。

表 4-24 延續性運用之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
將運動賽會主題與地方文化特色結合，達到延續之意涵	4.25	5
運動賽會儀式活動與地方文化特色結合，達到延續之意涵	4.25	5

經由上述分析結果，延續性運用方法如下：

1. 將運動賽會主題與地方文化特色結合，達到延續之意涵。
2. 運動賽會儀式活動與地方文化特色結合，達到延續之意涵。

（二）討論

蘇雄飛（1999）指出運動賽會具備了傳承歷史與精神。運動會聖火引燃與傳遞，乃是運動賽會中最具意義傳承與彰顯的曲目（王凱立，2004）。運動賽會儀式活動是傳承地方文化特色可結合方向之一。而94年全國運動會的主題即「傳承、創新、躍動」結合雲林地方文化加以設計，希望藉由主題呈現傳承雲林文化，除了驗證本研究之結果，其聖火傳遞活動更結合北港朝天宮宗教文化，將運動精神結合地方文化特色。傅楷傑（2003）指出六堆運動會舉辦，一方面提升運動的水準，另一方面也聯絡鄉誼，推展客家文化的傳承活動。因此可得知運動賽會主題與儀式活動可結合地方文化特色。

（三）討論結果

從以上討論結果可得知，運動賽會本身具有傳承之意涵。而透過運動賽會主題設計與聖火傳遞規劃結合地方文化特色，一方面達到運動精神結合文化，也可將地方文化特色，加以傳承與推展。

六、本節小結

根據上述討論結果，綜整運動賽會與文化創意產業特性結合之結論與建議如下：

- （一）賽會本身吉祥物、標誌（LOGO）、賽會主題設計，可結合地方文化符號或代表人物，以授權機制開發相關紀念品，而賽會SLOGAN。吉祥物與賽會主題結合地方人文背景，亦可製造新聞話題。
- （二）標誌（LOGO）、獎盃、獎狀、獎牌、主題曲、聖火火

炬皆可結合地方文化特色加以設計。

- (三) 將與地方發展具有淵源之競賽項目及民俗體育項目，作為競賽項目之考量。
- (四) 由運動明星推展智慧財產權相關公益活動，有利於賽會組織宣傳與公益活動之宣導。
- (五) 聖火路線之規劃結合地方具有特色之景點，提高地方景點之能見度，促進當地觀光。
- (六) 賽會開、閉幕表演、聖火傳遞與點燃儀式、周邊活動安排以創新活動推出，製造足以吸引民眾參與的賣點。
- (七) 運動賽會主題設計與聖火傳遞規劃結合地方文化特色，以推展與傳承地方文化特色與運動精神。
- (八) 賽會周邊活動方面，可運用「一鄉一特色」、地方飲食小吃、農林漁牧等產品、文化體驗活動、藝術活動、民俗節慶活動，作為賽會期間周邊活動。另外文化體驗活動，擷取地方文化及族群文化加以設計，強化文化深度，提高民眾參與意願。
- (九) 開、閉幕表演可利用科技、音樂與舞蹈等表演，提供觀眾聲光與視覺效果，增加活動可看性，以提升體驗性。

第四節 運動賽會與文化創意產業共創價值之方法

本節主要內容以描述性統計分析，呈現專家對於運動賽會與文化創意產業內容結合方法，共分為八個部份。將分析結果與相關文獻進行討論以並與實際個案進行驗證，歸納出具體可行之方法。

一、政治價值

(一) 專家意見統計分析

政治價值之描述性統計如表 4-25。在共創政治價值方面，各題項平均數在 4 以上，顯示專家看法相當一致。在眾數方面均在 4 以上，表示專家同意或非常同意各題項內容。

表 4-25 政治價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流	4.25	4
賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以共創提升國家形象之價值	4.75	5
文化創意產業結合賽會周邊活動，一方面可推展體育政策，另一方面可推展文化創意產業政策	4.5	4

經由上述分析結果，創造政治價值方法如下：

1. 透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流。
2. 賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以提升國家形象之價值。
3. 文化創意產業結合賽會周邊活動，一方面可推展體育政策，另一方面可推展文化創意產業政策。

(二) 討論

事實上聖火傳遞路線，從國際所舉辦大型運動賽會來看，所傳遞路線與乃是國與國之間的外交交流。最令人印象深刻的是 2008 年北京奧運來台與否。馬鈺龍（2006）報導中指出：

中華奧會主席蔡辰威月初率團訪問大陸，與大陸奧會主席劉鵬針對聖火傳遞路線、賽前訓練、體育交流等議題交換意見時，蔡辰威表達了希望奧運聖火能繞經台灣...。

經過多方面的交涉，雖然確定無法來台，不過也因此那中國了解台灣立場，達到外交交流。而各國接待聖火傳遞儀式也有所不同，因此透過聖火傳遞路線規劃，可看出一個國家的民族文化特色。李惠真（2004）報導中指出：

148位傳遞聖火人士，既有歷屆奧運金牌得主，也有演藝名人，更多是來自各行各業代表。而在8小時的傳遞中，以北大到頤和園之間採用的騎自行車傳遞方式最具特色...。

聖火到達頤和園後，奧運跳水冠軍田亮高舉聖火，在落日餘暉中，乘著龍舟渡過昆明湖。

從以上文獻中不難發現，2004年雅典奧運聖火傳至北京站時，其接待聖火傳遞儀式，結合了文化景點，並利用龍舟來傳遞聖火，展現中國特有文化。因此我們得知運動賽會聖火傳遞儀式，透過電視轉播展現文化特色，達到文化交流。

洪登欽（2003）指出韓國2002年舉辦世足賽，其賽會提升韓國國家形象約3%，達到300億美元的形象提升效果。許光庶、黃建松（2007）舉辦大型運動賽會，只要經過完善準備，不只是主辦城市能從中獲得效益，對國家在國際上的形象也有所提昇。從以上可以發現舉辦運動賽會對於國家本

身即具有提升形象之價值。換言之國際大型運動賽會舉辦有利於國家形象提昇，小至全國性賽會也有利於提升地方形象。而在之前討論之中可以知道運動賽會可結合文化藝術展覽活動，而配合國際文化藝術展覽，亦能提升國家之形象。陳昭義（2006）指出國際藝術節慶不僅建構政府、藝術、民間企業之交流，更可協助本土團隊專業交流與國際接軌，提升國家文化形象。而本研究結果顯示要提升國家形象可結合國際文化藝術展覽活動。

另外在政策方面，程紹同（2004）指出舉辦運動賽會有利於全民運動政策之推廣。2005年全國原住民運動會，其周邊活動在縣政展示區，包括高雄縣縣政建設成果、原住民文化藝術與產業特色、觀光發展。透過賽會周邊活動規劃，是可以作為政策落實成果展示，在觀眾參與過程中，了解政府推行體育與文化政策狀況與成果，為可行方法之一。

（三）討論結果

1. 透過聖火路線不僅可達到外交之交流，而各國接待聖火儀式皆有所不同，透過電視轉播，可達到文化之交流。
2. 運動賽會舉辦主辦城市不僅能獲得效益，而對於國家形象亦有所提升。另外國際藝術展覽活動舉辦，不僅協助本土團隊與國際交流，更能提升國家文化之形象。
3. 透過賽會周邊活動規劃，作為政策落實成管展示，讓民眾可以了解目前文化與體育政策落實狀況與成果，以利體育政策與文化政策之推展。

二、經濟價值

（一）專家意見統計分析

經濟價值之描述性統計如表 4-26。在共創經濟價值方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，顯示專家非常同意該題項之內容。

表 4-26 經濟價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與經濟	4.75	5
結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟價值	4.63	5
賽會周邊活動結合文化創意產業，行銷文化創意產業	4.63	5

經由上述分析結果，創造經濟價值方法如下：

1. 與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與經濟。
2. 結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟價值。
3. 賽會周邊活動結合文化創意產業，行銷文化創意產業。

(二) 討論

開發運動賽會周邊商品，一直以來是運動賽會拓展財務的方法之一。不過運動賽會商品開發，主要在於以主辦單位為主，其種類樣式相當繁多，最主要在於吉祥物與標誌運用。陳怡蘋、鍾志強（2005）指出每年奧運會吉祥物所製成的相關產品，皆為主辦國賺取大量的收入，而奧運會的相關吉祥物及標誌等，其智慧財產權在奧運會期間歸奧運會籌備會本身所有。而在之前討論中可得知運用視覺藝術、音樂、工藝，可以製作運動賽會吉祥物圖案設計、主題曲、公仔等。因此

可運用文化創意產業透過賽會授權方式，開發其相關產品。

運動賽會舉辦本身有吸引觀眾參與及媒體報導的機會，為運動賽會開發商機的策略。而文化節慶活動舉辦，往往亦是媒體關注焦點。而 94 年雲林全國運動會更結合雲林地方節慶活動，包括古坑咖啡節、國際糕餅節（江彥文，2005）。因此我們可得知運動賽會可結合文化節慶活動，製造話題吸引媒體注意，為運動賽會與文化節慶活動造勢。

王佳微（2005）指出 2005 年全國原住民運動會就以博覽會方式，在活動中行銷原住民文化，在傳統手工藝展售區展示原住民藝術作品，如陶藝品、皮雕品、琉璃珠、傳統織布品、竹編等。因此我們可得知運動賽會周邊活動結合文化創意產業，可行銷文化創意產業。

（三）討論結果

1. 運用賽會吉祥物、標誌等，透過授權機制，結合文化創意產業開方相關產品，以拓展賽會之商機。
2. 運動賽會結合文化節慶活動，可製造賽會之話題，吸引媒體之注意，以匯聚人潮，開發運動商機。
3. 賽會周邊活動結合各項文化創意產業之作品，以行銷文化創意產業。

三、社會價值

（一）專家意見統計分析

社會價值價值之描述性統計如表 4-27。在共創社會價值方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家同意各題項之內容。

表 4-27 社會價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
運動賽會周邊活動與地方文化特色結合，有益於提升居民之共榮感	4.63	5
運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感	4.88	5
招募社區居民，擔任運動賽會之志工，提高地方居民之互動	4.63	5

經由上述分析結果，創造社會價值方法如下。

1. 運動賽會周邊活動與地方文化特色結合，有益於提升居民之共榮感。
2. 運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感。
3. 招募社區居民，擔任運動賽會之志工，提高地方居民之互動。

(二) 討論

林中進（2006）指出義工的招募有助於培養公眾對於運動會的支持，而主辦城市居民也能夠親身參與活動，並做出貢獻。李明宗（2002）表示國內外諸多社區以節慶活動凝聚地方意識及承襲地方傳統。申辦奧運籌備會主席潘恩比，認為要喚起亞特蘭大市民爭取百週年奧運的興趣，必須要全民參與，發起 20 萬人贊助奧運擔任義工的全民活動，使亞特蘭大的居民動員起來（湯銘新，2004）。因此運動賽會我們以招募志工方式，由地方居民參與運動賽會，使居民可以互動。居民在參與過程中能夠了解到自己所在地文化特色，藉由運

動賽會結合地方文化特色，亦有利凝聚地方意識獲得居民之認同。

(三) 討論結果

賽會本身即具有凝聚居民意識之功能，透過義工招募，可以讓舉辦地城市居民互動。而周邊活動結合文化特色讓居民在過程中，可以認識自己居住地文化特色，強化居民之認知，獲得居民之認同。

四、休閒娛樂價值

(一) 專家意見統計分析

休閒娛樂價值之描述性統計如表 4-28。在共創休閒娛樂價值方面，各題項平均數為 4 以上，顯示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項為 4 以上，表示多數專家同意或非常同意各題項之內容。

表 4-28 休閒娛樂價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會周邊活動可設置各項文化體驗活動，以提供民眾休閒娛樂之價值	4.5	4
運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館不但能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方之特色	4.63	5
運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化特色，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質	4.75	5

經由上述分析結果，創造休閒娛樂價值方法為如下：

1. 運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方特色。
2. 運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化特色，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質。
3. 賽會周邊活動可設置各項文化體驗活動，以提供民眾休閒娛樂之價值。

(二) 討論

林中進(2006)指出舉辦運動賽會後所留下新體育設施，將有助推動當地居民更多參與運動與體育活動。漢城奧運闢建奧林匹克公園，內設有自由車、舉重、擊劍、體操、游泳及網球六種競賽場館，不但做到了運動場公園綠化目標，也發揮了民眾休閒之功能(湯銘新，2004)。許光庶、黃建松(2006)指出上海體育場特殊的造型，成為上海的指標性建築物。劉滌昭(1998)報導中指出長野冬運結束後，其體育場將作為棒球場及其他用途使用。因此我們可得知，運動賽會所興建體育設施能提供民眾休閒娛樂活動之所需，所興建體育設施造型，亦成為地方特色。

而黃嘉源(2003)表示原住民運動會場地的佈置，融入原住民文化，彰顯原住民文化特色。因此我們可以發現，競賽會場依運動賽會參與對象，可做不同規劃與設計。讓民眾一進入到會場就能瞭解運動賽會之主題，藉由會場的佈置呈現不同的文化，民眾也能獲的文化體驗。

王佳微(2005)指出2005年全國原住民周邊活動結合原住民生活體驗，包括搗小米、盪鞦韆、刺福球，提供現場民眾體驗活動，促進族群瞭解與欣賞。因此而透過文化體驗活

動設置，能夠增進參與民眾對於文化瞭解。民眾在實際參與活動過程中，亦可獲得休閒效益。

(三) 討論結果

- 1.運動賽會場館建築外觀，賽後不僅可以成為地方新地標，除了可以做為多用途使用，也能提供民眾從事運動之場所。
- 2.藉由運動賽會場所之佈置結合文化特色，配合主題加以規劃，民眾能了解賽會之主題。會場的不同文化呈現，民眾也能獲得不同的文化體驗。
- 3.文化體驗活動結合賽會周邊活動，能夠增進參與民眾對於文化瞭解。民眾在實際參與活動過程中，亦可獲得休閒效益。

五、觀光價值

(一) 專家意見統計分析

觀光價值之描述性統計如表 4-29。在共創觀光價值方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意該題項之內容。

表 4-29 觀光價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知	4.63	5
聖火傳遞路線與觀光景點相結合，達到行銷觀光景點之價值	4.63	5
在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值	4.75	5

經由上述分析結果，創造觀光價值方法如下：

- 1.與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知。
- 2.聖火傳遞路線與觀光景點相結合，達到行銷觀光景點之價值。
- 3.在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值。

(二) 討論

在 94 年雲林全國運動會，結合雲林當地的節慶活動，如古坑咖啡節、糕餅節，與運動賽會結合，進行賽會行銷與宣傳。一系列活動推出，民眾不僅能夠了解舉辦地文化產業特色，遊客地方也能進一步認識地方文化商品。

陳增朋 (2004a) 指出藉由大型運動賽會舉辦，不但能促進地方繁榮，亦可藉由宣傳造勢，強化地方區域整體形象與知名度。呂宏進 (2004) 指出 92 年全國運動會，淡水漁人碼頭聖火傳遞繞行藍色公路，勢必帶動另一波觀光人潮。雅典奧運聖火傳遞路線北京站，以一柱擎天態勢，點燃在頤和園的聖火台，順利圓滿完成歷史性的一刻 (李惠真，2004)。因此可得知將聖火傳遞路線可結合地方文化觀光景點，達到行銷觀光景點效益，帶動觀光人潮。

洪登欽 (2003) 指出韓國 2002 年世足賽，主辦城市也自行製作宣傳手冊發佈給國外觀光客作宣傳。呂宏進 (2004) 指出台北縣在 92 年全國運動會舉辦前出版「全民參與手冊」、「92 年全運會觀戰手冊」及各類刊物或廣告，大量介紹各項目運動明星選手。因此我們可得知運動賽會宣傳手冊結合地方景點，不僅有利於賽會宣傳，亦有利於地方景點之宣傳，也提供參與觀眾認識地方文化景點之機會。

(三) 討論結果

1. 結合一系列舉辦地之文化產業活動，除了有利於賽會活動與文化產業之宣傳與行銷，吸引民眾參與。民眾在參與過程中，也能了解地方文化特色，強化文化商品之認知。
2. 聖火傳遞路線可結合地方文化觀光景點，達到行銷觀光景點效益，帶動觀光人潮，促進地方經濟繁榮，強化舉辦地之形象與知名度。
3. 運動賽會宣傳手冊結合地方景點，有利於賽會與地方景點之宣傳，提供參與觀眾認識地方文化景點之機會。

六、文化價值

(一) 專家意見統計分析

文化價值之描述性統計如表 4-30。在共創文化價值方面，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項意見相當一致。在眾數方面各題項為 4 或 5，表示多數專家同意或非常同意該題項之內容。

表 4-30 文化價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色	4.5	5
地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承傳統文化之價值	4.63	5
運動賽會相關產品結合地方文化特色，發展地方文化特色	4.5	4

經由上述分析結果，創造文化價值方法如下：

1. 賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色。
2. 地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承文化之價值。
3. 運動賽會相關產品結合地方文化特色，發展地方文化特色。

(二) 討論

程紹同(2004)指出強調種族融合的奧運會不但保有自身文化，也強調與當地文化交流與結合。而94年雲林全國運動會，將節慶活動結合賽會周邊活動，甚至從賽會吉祥物、標誌、獎盃設計方面，結合地方文化特色。陳聖翔、王慶堂(2005)指出基隆市將全民運動會結合文化民俗祭典與觀光活動，並以中元祭作為訴求議題是一個成功經驗與城市行銷。因此我們可以瞭解，運動賽會結合節慶活動，是可以行銷地方特色，也驗證本研究之結果。

另外在傳承文化價值方面，運動賽會本身即具有傳承之功能，除了運動精神可以延續之外。透過賽會主題設計結合地方特色，讓民眾在參與過程中可以了解主辦城市之特色。而周邊活動與聖火儀式傳遞，皆有結合地方文化可行性。如94年全國運動會，聖火傳遞儀式就結合北港朝天宮，象徵北港朝天宮鼎盛不滅的香火可以傳遞下去；2005年全國原住民運動會周邊活動，結合原住民生活文化，讓觀眾可以更進一步瞭解原住民文化。所以運動會結合地方文化，不僅本身運動精神可以傳遞下去，相關活動的結合亦能達到傳承地方文化之效益。

在發展地方文化特色方面，蔡榮捷(2006)指出干樂文

化的相關創意產業中，以食品業而言，包括大溪味道的「陀螺餅」、「大房陀螺干」，以及滿口香的「鍋巴陀螺」；藝術方面表現，則有木雕工作者陳柏融根據陀螺動感而創作的「加官晉祿」、「生生不息」等作品。從以上我們可得知運動項目可結合飲食業者與藝術工作者，開發相關產品。94年雲林全國運動會周邊商品就結合地方傳統布袋戲，製作成為磁鐵加以販售。陳怡蘋、鍾志強（2005）指出雲林縣舉辦全國運動會，利用吉祥物所製成磁鐵，間接的吸引許多民眾到各地參與，一方面增加不少的進場人次外，另一方面也增加了比賽的熱鬧氣氛。因此我們可以得知，不僅地方文特色可以結合運動賽會相關產品，增加賽會本身的吸引力促使民眾參與，而民眾從產品當中也能瞭解當地的文化特色，達到發展地方文化特色之目的。

（三）討論結果

- 1.藉由運動賽會結合地方節慶活動，除了強化地方文化之交流，也能行銷地方文化特色。
- 2.運動會結合地方文化，除了可以傳遞運動精神，相關活動的結合亦能達到傳承地方文化之效益。
- 3.運動賽會本身吉祥物、標誌，結合地方文化特色，開發相關紀念品，除了能吸引民眾參與，民眾從產品中也了解當地文化特色。另外也可與相關飲食業者與藝術工作者，結合運動賽會之項目，開發相關產品。

七、藝術價值

（一）專家意見統計分析

藝術價值之描述性統計如表 4-31。在共創藝術價值方

面，各題項平均數均在 4 以上表示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意各題項之內容。

表 4-31 藝術價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動	4.63	5
運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感	4.63	5
賽會周邊活動結合各項藝術展覽，以創造藝術價值	4.5	5

經由上述分析結果，創造藝術價值方法如下：

1. 邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動。
2. 運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感。
3. 賽會周邊活動結合各項藝術展覽，以創造藝術價值。

(二) 討論

在之前文獻探討中就得知，2004 年雅典奧運就曾邀請台灣雲門舞集，參與開幕閉幕表演。而本研究結果顯示邀請表演藝術團體，結合賽會開、閉幕表演及周邊活動。事實上表演藝術團體，是能夠結合賽會活動，不管是開、閉幕表演，或是賽會期間周邊活動，在實際案例中都可獲得驗證。至於賽會周邊活動結合各項藝術展覽，在之前運動賽會與視覺藝術產業結合討論中就可以得知賽會周邊活動是可以結合相關藝術展覽。

另外在運動相關產品中注入美感元素方面，孫玉珊（2005）指出所謂的美、藝術、文化，是一種很抽象的東西，除了每個人的的審美觀不同，所認定情感也不同。而本研究

結果顯示，運動相關產品可注入美感元素，獲得消費者之認同。運動相關產品注入美感元素是可行的，事實上還須考量其產品是否能被大眾所接受。Caves (2003) 創意工作者向來在乎作品中，其原創力的呈現、個人才華本領的展示，為藝術而藝術。Hesmondhalgh (2006) 文化產業具高風險特質，主要原因是消費者使用文化商品的習慣反覆無常。因此可得知運動相關產品要注入美感元素，獲得消費者的認同。創作者本身須承擔產品是否能不能被認同之風險。

(三) 討論結果

1. 賽會開、閉幕表演可結合邀請表演藝術團體，另外賽會周邊活動結合藝術展覽，以提高賽會藝術價值。
2. 運動賽會產品製作，可注入美感等元素，不過產品是否能獲得認同，是創作者所必須承擔之風險。

八、科技價值

(一) 專家意見統計分析

科技價值之描述性統計如表 4-32。在共創科技價值部分，各題項平均數均在 4 以上，顯示專家對於各題項看法相當一致。在眾數方面各題項均為 5，表示多數專家非常同意該題項之內容。

表 4-32 科技價值之描述性統計表

結合方法	平均數	眾數
將科技與藝術運用於開、閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激	4.63	5
將科技與藝術運用於賽會網站之設計，以共創科技之價值	4.63	5

經由上述分析結果，創造科技價值方法為如下：

- 1.將科技與藝術運用於開、閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激。
- 2.將科技與藝術運用於賽會網站之設計，以共創科技之價值。

(二) 討論

2004年雅典奧運開幕表演可說是歷屆奧運中，節目最精采，最壯觀的一次，主要原因在於運用科技支援與文化資源豐富(戴遐齡，2006)。不難發現科技運用於運動賽會的例子比比皆是，94年雲林全國運動會、杜林冬運、杜哈亞運皆是運用科技，提供聲光、視覺加以刺激參與觀眾。因此不僅開、閉幕表演，聖火活動規劃均有運用科技與藝術結合的空間。王佳微(2005)指2005年原住民族運動會，高雄縣以視覺科技方式為整個聖火傳遞及引燃活動，增添不少色彩。而在之前體驗性討論中可得知，運用科技、音樂、舞蹈，可提供民眾，視覺感官刺激。

在網站的設計方面，曾惠民(2003)指出科技進步及資訊得傳達，網頁設計風格的表現越來越多元化，設計者紛紛地開始嘗試不同表現，在眾多網站中突顯其獨特性，以吸引使用者的目光。網站的設計有利於運動賽會訊息廣佈，讓一般無法到場觀眾透過網頁內容，獲得運動競賽及相關資訊。秦聖青(2004)指出網頁製作包括視覺設計、網站企劃、程式設計三個部份。事實上網頁設計本身就需要藝術輔助，透過顏色配置及導覽配置，使用者能獲得短時間資訊，透過視覺刺激達到吸引消費者的注意，達到宣傳運動賽會之效果。網路上生動有趣的多媒體影像介面，就會吸引視覺認知上的

注意，圖像儲存會保留視覺輸入與聽覺輸入，在接收選擇時達成深刻記憶的感受（黃如足，2001）。因此我們得知透過運動賽會網站設計內容，不僅可以彰顯科技價值，透過網站設計亦可達到宣傳運動賽會之目的。

（三）討論結果

1. 運用科技、音樂、舞蹈等，結合開、閉幕表演，不僅創造科技價值，也能提供民眾視覺感官之刺激。
2. 賽會網站設計結合視覺藝術吸引民眾目光，民眾不僅短時間能獲得資訊，也能達到宣傳運動賽會之效果，彰顯科技之價值。

九、本節小結

根據上述討論結果，綜整運動賽會與文化創意產業共創價值之方法結論與建議如下：

- （一）透過聖火路線可達到外交之交流，而各國接待聖火儀式皆有所不同，也可達到文化之交流。另外聖火傳遞路線可結合地方文化觀光景點，以行銷觀光景點，帶動觀光人潮，促進地方經濟繁榮。
- （二）運動賽會結合國際藝術展覽活動舉辦，對於國家形象亦有所提升，更可協助本土藝術團隊與國際交流，同時提高藝術價值。
- （三）賽會周邊活動規劃，可作為政策落實成果展示，民眾可以了解目前文化與體育政策落實狀況與成果，有利體育政策與文化政策之推展。而結合各項文化創意產業之作品，有利文化創意產業行銷。最後周邊活動可設置文化體驗活動，以增進參與民眾對於文化瞭解，

參與活動過程，可獲得休閒效益。

- (四) 運用賽會吉祥物、標誌，透過授權機制，結合文化創意產業開發相關產品，也可結合地方文化特色，開發相關紀念品，民眾從產品中也了解當地文化特色。另外也可與相關飲食業者與藝術工作者，結合運動賽會之項目，開發相關產品。最後運動賽會產品製作，可注入美感等元素，不過產品是否能獲得認同，是創作者所必須承擔之風險。
- (五) 運動賽會結合文化節慶活動，可製造賽會之話題，吸引媒體之注意，以匯聚人潮，開發運動商機。也可結合地方節慶活動強化地方文化之交流，行銷地方文化特色。
- (六) 賽會本身具有凝聚居民意識之功能，透過義工招募，讓舉辦地城市居民互動。而周邊活動結合文化特色，居民可以認識自己居住地文化特色，強化居民之認知，以獲得認同。
- (七) 運動賽會興建場館，外觀特殊造型賽後不僅可成為地方新地標，亦可做為多用途使用，提供民眾從事運動之場所。
- (八) 運動賽會場所之佈置結合文化特色，配合主題加以規劃，民眾不僅能了解賽會之主題。而文化呈現，民眾能獲得文化的體驗。
- (九) 結合舉辦地之文化產業活動，有利於賽會活動與文化產業之宣傳與行銷，過程中能了解地方文化特色，強化文化商品之認知。
- (十) 運動賽會宣傳手冊結合地方景點，以利賽會與地方景

點之宣傳，提供認識地方文化景點之機會。

- (十一) 運動會結合地方文化，不僅可傳遞運動精神，相關活動的結合亦能達到傳承地方文化之效益。
- (十二) 運用科技、音樂、舞蹈等，結合開、閉幕表演，提供民眾視覺感官之刺激，以創造科技之價值。
- (十三) 賽會網站設計結合視覺藝術吸引民眾目光，短時間能獲得資訊，達到宣傳運動賽會之效果，彰顯科技之價值。

第五節 運動賽會與文化創意產業結合之策略

本節主要內容，依據研究背景與動機、文獻探討及分析德爾菲第三回合問卷內容經討論之結果，進行運動賽會及文化創意產業之 SWOT 分析，並依據 SWOT 分析之結果提出結合之策略，內容如下。

一、何謂 SWOT 分析

黃金柱(2004)指出 SWOT 旨在瞭解組織的優點(Strength)弱勢(Weaknesses);針對組織可能影響組織發展的外在環境機會(Opportunities)與威脅(Threat)做分析，洞悉可能的
外在機會或威脅。

二、運動賽會活動之 SWOT 分析

在運動賽會活動 SWOT 分析方面，依據研究背景與動機、文獻探討及研究結果之分析與討論進行運動賽會活動 SWOT 分析，其內容如下。

(一) 內部環境

1. 優勢方面

- (1) 賽會標誌、口號、吉祥物，透過授權機制可開發商機。
- (2) 運動賽會之舉辦，可帶動當地城市建設與促進繁榮、增加就業機會，帶動地方經濟。
- (3) 運動賽會舉辦能凝聚舉辦地向心力、傳承歷史與精神。
- (4) 比賽不確定性，競技過程中，勝負難以確定，緊張刺激能吸引觀眾觀看球賽。
- (5) 大型運動賽會舉辦可提高國家知名度及形象，對內可以推展國家政策，以達強國強身之效。
- (6) 運用運動明星，吸引觀眾參與賽會。
- (7) 賽會周邊活動安排，製造賽會話題，吸引民眾參與。

2.劣勢方面

民眾對於賽會活動，無參與意願。

(二) 外部環境

1.機會方面

- (1) 結合自然、地理、歷史、人文、藝術、產業之特色辦理周邊活動以強化豐富運動賽會活動內容。
- (2) 科技進步，提供觀眾感官刺激，豐富賽會內容。
- (3) 運動結合觀光景點，吸引民眾參與。
- (4) 週休二日實施，民眾有時間參與活動。
- (5) 電子及平面媒體運用，有利於賽會轉播與宣傳。
- (6) 運動賽會內容逐漸多元，提供民眾不同選擇。
- (7) 運動賽會逐漸商業化，主題多元化。

2.威脅方面

賽會舉辦，擴充建設，造成地方民眾不便。

表 5-1 運動賽會活動 SWOT 分析表

優點 (Streng)	機會 (Opportunities)
<p>(1) 賽會標誌、口號、吉祥物，透過授權機制可開發商機。</p> <p>(2) 運動賽會之舉辦，可帶動當地城市建設與促進繁榮、增加就業機會，帶動地方經濟。</p> <p>(3) 運動賽會舉辦能凝聚舉辦地向心力、傳承歷史與精神。</p> <p>(4) 比賽不確定性，競技過程中，勝負難以確定，緊張刺激能吸引觀眾觀看球賽。</p> <p>(5) 大型運動賽會舉辦可提高國家知名度及形象，對內可以推展國家政策，以達強國強身之效。</p> <p>(6) 運用運動明星，吸引觀眾參與賽會。</p> <p>(7) 賽會周邊活動安排，製造賽會話題，吸引民眾參與。</p>	<p>(1) 結合自然、地理、歷史、人文、藝術、產業之特色辦理周邊活動以強化豐富運動賽會活動內容。</p> <p>(2) 科技進步，提供觀眾感官刺激，豐富賽會內容。</p> <p>(3) 運動結合觀光景點，吸引民眾參與。</p> <p>(4) 週休二日實施，民眾有時間參與活動。</p> <p>(5) 電子及平面媒體運用，有利於賽會轉播與宣傳。</p> <p>(6) 運動賽會內容逐漸多元，提供民眾不同選擇。</p> <p>(7) 運動賽會逐漸商業化，主題多元化。</p>
劣勢 (Weaknesses)	威脅 (Threat)
<p>民眾對於賽會活動，無參與意願。</p>	<p>賽會舉辦，擴充建設，造成地方民眾不便。</p>

三、文化創意產業之 SWOT 分析

在文化創意產業之 SWOT 分析方面，依據研究背景與動機、文獻探討及研究結果之分析與討論進行文化創意產業之

SWOT 分析，其內容如下。

(一) 內部環境

1. 優勢方面

- (1) 具多元文化內容與深度，本身具備獨特性，與地方居民生活環環相扣。
- (2) 文化創意產業產品附加價值高。
- (3) 以文化為內容，透過創意不斷開發新產品或服務
- (4) 帶動觀光人口、創造經濟效益，有助於地方發展。
- (5) 文化能滿足消費者，以產品或服務、或文化本身，提供消費者體驗。
- (6) 文化創意產業凝聚社區居民意識，營造社區文化特色。

2. 劣勢方面

創意工作者製作產品，須承擔是否為消費者所認同之風險。

(二) 外部環境

1. 機會方面

- (1) 週休二日實施，民眾有更多時間參與活動。
- (2) 智慧財產權的保護。
- (3) 政府相當重視大眾的休閒生活品質。
- (4) 運用科技創造經濟價值，提升國家競爭力與產品的附加價值。

2. 威脅方面

各地節慶活動太多，彼此競爭激烈。

表 5-2 文化創意產業 SWOT 分析表

優點 (Strength)	機會 (Opportunities)
<p>(1) 具多元文化內容與深度，本身具備獨特性，與地方居民生活環環相扣。</p> <p>(2) 文化創意產業產品附加價值高。</p> <p>(3) 以文化為內容，透過創意不斷開發新產品或服務</p> <p>(4) 帶動觀光人口、創造經濟效益，有助於地方發展。</p> <p>(5) 文化能滿足消費者，以產品或服務、或文化本身，提供消費者體驗。</p> <p>(6) 文化創意產業凝聚社區居民意識，營造社區文化特色。</p>	<p>(1) 週休二日實施，民眾有更多時間參與活動。</p> <p>(2) 智慧財產權的保護。</p> <p>(3) 政府相當重視大眾的休閒生活品質。</p> <p>(4) 運用科技創造經濟價值，提升國家競爭力與產品的附加價值。</p>
劣勢 (Weaknesses)	威脅 (Threat)
<p>創意工作者製作產品，須承擔是否為消費者所認同之風險。</p>	<p>各地節慶活動太多，彼此競爭激烈。</p>

四、兩者結合之策略

依據上述兩者之 SWOT 分析，了解目前運動賽會活動與文化創意產業之現況與未來，提出結合策略並依據研究分析討論之結果，綜整策略內容，供相關單位參考。

(一) 結合文化創意產業資源，豐富賽會活動

1. 賽會期間結合靜態活動可安排各項藝術展覽活動、電

展影展、相關音樂活動及文化展演設施之展演活動。而動態活動可安排表演藝術活動、運動機台與電子遊戲器。其活動內容不一定侷限於運動相關主題，但若與運動主題相關，則與賽會主題相呼應。

2. 時尚品牌產業之設計師，設計運動賽會表演者之服裝，於賽會開、閉幕表演時，可提供民眾視覺享受。
3. 賽會開、閉幕表演結合各項音樂與表演藝術活動，運用舞蹈、音樂，提供民眾聲光與視覺刺激，增加表演活動可看性。
4. 賽會周邊活動可安排族群文化特色及地方文化特色之活動，強化賽會文化深度，提高民眾參與意願。包括地方各項文化藝術活動、民俗節慶活動等。

(二) 結合地方文化，凝聚居民意識，落實社區總體營造

1. 運動賽會本身吉祥物、標誌 (LOGO)、獎盃、獎狀、獎牌、主題曲、聖火火炬之設計，結合地方文化符號或代表人物加以設計，獲得地方居民認同。
2. 在競賽項目方面，可將與地方發展具有淵源之競賽項目及民俗體育項目，作為競賽項目之考量。
3. 運用「一鄉一特色」、地方飲食小吃、農林漁牧等產品，作為賽會期間周邊活動，強化居民認知，獲得居民認同。
4. 招募地方居民擔任義工，可以讓舉辦地城市居民互動。

(三) 結合各項景點，推出套裝旅遊行程，推展地方觀光

1. 聖火路線之規劃結合地方具有特色之景點，提高地方景點之能見度，促進當地觀光。

2.主題樂園活動可作為聖火傳遞之考量，亦可透過套裝旅遊行程加以規劃與安排。

(四) 擷取文化特色，成為賽會識別系統

1.標誌 (LOGO)、獎牌、獎狀、獎盃、聖火火炬，以顏色作為象徵之意涵。

2.獎牌、獎盃之設計，透過不同材質與技術，讓賽會獎牌、獎盃結合不同工藝文化。

3.賽會主題曲製作，透過詞曲創作可結合當地的體育精神，主題曲製作亦可成為賽會識別代表。

(五) 運用科技結合藝術，提供民眾不同體驗

1.利用科技、音樂與舞蹈等表演，提供觀眾聲光與視覺效果，增加活動可看性，以提升體驗性。

2.賽會網站設計結合視覺藝術吸引民眾目光，民眾短時間獲得資訊，也達到宣傳運動賽會。

(六) 運用賽會活動，延續地方文化，傳承與保留歷史

1.賽會周邊活動結合文化體驗活動，擷取地方文化及族群文化加以設計，讓民眾感到具趣味性、新奇感，讓民眾與周邊活動互動，而在參與過程中可以了解文化內容。

2.運動賽會主題設計與聖火傳遞規劃結合地方文化特色，可以推展與傳承地方文化特色與運動精神。

3.運動賽會結合地方節慶活動，強化地方文化之交流，行銷地方文化特色。

(七) 運用各種媒體管道與廣告，行銷宣傳運動賽會

1.以運動員場上競賽過程及運動賽會為故事背景，製作運動賽會之相關電影，吸引媒體之焦點。

2. 購買電台廣告時段或與地方電台合作之方式，如贊助模式合作，廣佈賽會活動訊息。
 3. 將運動員之競賽過程及開、閉幕之表演活動，製作運動賽會之節目，以提供民眾欣賞。電視節目製作不僅提高節目可看性，也可以讓觀眾了解主辦城市之文化特色。
 4. 發佈運動賽會之各項新聞，以趣味性、顯著性、重要性，以吸引媒體之焦點。另外以新聞稿方式或招開記者會，發佈運動賽會之相關新聞。
 5. 製作運動賽會之廣告，透過電視或廣播，讓民眾可以獲得舉辦運動賽會之訊息。
 6. 設置運動賽會網站，可強化運動賽會知名度與傳遞運動賽會之訊息，帶領觀眾進入比賽情境。
 7. 刊載賽會標誌（LOGO）或吉祥物以廣告方式，結合各項出版品。包括宣傳單、競賽手冊、快報、雜誌、專書形式，民眾能了解比賽之內容，強化民眾對於舉辦運動賽會之印象，以宣傳運動賽會。
- （八）開發相關商品，結合運動明星知名度，擴展運動商機
1. 製作運動賽會之唱片，可作為賽會相關紀念品，以增加運動賽會之財務。
 2. 運動賽會本身 CIS、LOGO、SLOGAN，透過授權機制可開發相關產品。
 3. 運動賽會中若有運動明星，開發運動明星公仔，尤其以職業運動賽會為主運動明星，拓展賽會商機。

第五章 結論與建議

本研究旨在探討運動賽會結合文化創意產業之策略，分別邀請運動賽會與文化創意產業兩領域之產、官、學專家。經調查三回合問卷之後，依據第三回合問卷調查結果，將調查結果進行統計分析與討論，彙整後得到的結合方法。最後以 SWOT 分析，並依據討論所得結合方法，提出兩者結合具體策略，分別敘述如下。

第一節 結論

依據研究目的與問題，分析第三回合德爾菲專家統計結果，並依據分析結果與相關文獻與個案驗證及討論後，綜整後獲得以下之結論，依據研究問題分別敘述如下。

- 一、運動賽會與文化創意產業結合內容方法經綜整後如下：
 - (一) 運動賽會周邊活動結合藝術展覽活動、音樂表演藝術活動、展演設施展覽活動、相關電影影展活動、運動機台與電子遊戲器、創意生活產業之商家。
 - (二) 賽會開閉幕表演賽會開、閉幕表演結合各項音樂表演藝術活動，表演者服裝結合時尚品牌產業設計師加以設計。賽會主題曲結合當地體育精神，作為紀念品販售。音樂歌手作為賽會代言人，演唱賽會主題曲，製造話題。競賽過程及開、閉幕表演結合主辦城市文化特色，製作賽會節目透過電視，了解舉辦地文化特色。
 - (三) 吉祥物、標誌 (LOGO)、獎牌、獎狀、獎盃、聖火火炬，顏色為象徵意涵，其吉祥物可作為賽會識別造型符號。吉祥物以授權機制，開發公仔，另結合設計產

業，設計吉祥物、相關紀念品與包裝。獎牌與獎盃設計，不同材質與技術結合不同工藝文化，製造話題。賽會標誌（LOGO）或吉祥物，結合宣傳單、競賽手冊、快報、雜誌、專書形式，強化舉辦賽會訊息。

（四）聖火路線之傳遞路線，結合文化展演設施與主題樂園設施，提高能見度。另主題遊樂園設施可結合賽會套裝旅遊行程。

（五）購買電台廣告、或與電台合作、佈新聞稿、招開記者會等方式，結合電子媒體及平面媒體，發佈賽會相關新聞。賽會廣告內容結合知名代言人，藉由知名度強化賽會訊息。並設置賽會網站，強化賽會知名度與舉辦訊息。

（六）競賽場館、選手村、競賽會場透過建築設計結合民族文化、運動項目、地方特色，呈現不同特色，成為賽會話題，吸引媒體報導。

（七）賽會可邀請運動明星擔任賽會代言人，開發其公仔。也可代言時尚品牌之產品，透過設計師設計運動時尚，開發相關紀念品。

二、運動賽會與文化創意產業特性運用方法經綜整後如下：

（一）吉祥物、標誌（LOGO）、賽會主題設計，結合地方文化符號或代表人物，開發紀念品。獎盃、獎狀、獎牌、主題曲、聖火火炬與傳遞規劃結合地方文化特色加以設計。路線路線規劃考量地方具有特色之景點，提高能見度。周邊活動結合「一鄉一特色」、地方飲食小吃、農林漁牧等產品、文化體驗活動、藝術活動、民俗節

慶活動。文化體驗活動，擷取地方文化及族群文化加以設計，強化文化深度。

- (二) 與地方發展具有淵源之競賽項目及民俗體育項目，為競賽項目之考量。
- (三) 運動明星可推展智慧財產權相關公益活動，有利於賽會組織宣傳與公益活動之宣導。
- (四) 賽會開、閉幕表演、聖火傳遞與點燃儀式、周邊活動為主辦單位呈現創意地方，為吸引民眾的賣點。科技、音樂與舞蹈等表演結合賽會開、閉幕活動，以聲光與視覺效果，增加活動可看性，提升體驗性。

三、運動賽會與文化創意產業共創價值方法經綜整後如下：

- (一) 國際運動賽會之聖火傳遞能達到外交交流，各國接待聖火儀式，能達到文化交流。聖火傳遞路線規劃結合地方文化觀光景點，行銷觀光景點。運用賽會宣傳手冊，提供認識地方文化景點機會。
- (二) 賽會周邊活動結合國際藝術展覽活動、政策成果展示、各項文化創意產業作品、文化節慶活動、文化體驗活動，有利產業行銷與文化瞭解。
- (三) 結合賽會吉祥物、標誌，開發相關產品，民眾從產品中也了解當地文化特色。相關飲食業與藝術工作者，結合賽會項目，開發產品。
- (四) 科技、音樂、舞蹈等運用，結合開、閉幕表演，刺激民眾視覺感官。賽會網站設計結合視覺藝術吸引民眾目光，民眾能短時間獲得資訊，達到宣傳賽會之效果。
- (五) 運動賽會興建場館，可做為多用途使用及提供民眾從

事運動場所，其外觀特殊造型賽後可成為地方新地標。賽會場所佈置結合文化特色，配合賽會主題，民眾能獲得文化的體驗，了解賽會主題。

- (六) 賽會活動招募地方居民擔任義工，讓居民互動。周邊活動結合地方文化，讓居民可以認識自己文化特色，強化居民之認知。

四、運動賽會結合文化創意產業策略

- (一) 結合文化創意產業資源，豐富賽會活動
- (二) 結合地方文化，凝聚居民意識，落實社區總體營造
- (三) 結合各項景點，推出套裝旅遊行程，推展地方觀光
- (四) 擷取文化特色，成為賽會識別系統
- (五) 運用科技結合藝術，提供民眾不同體驗
- (六) 運用賽會活動，延續地方文化，傳承與保留歷史
- (七) 運用各種媒體管道與廣告，行銷宣傳運動賽會
- (八) 開發相關商品，結合運動明星知名度，擴展運動商機

第二節 建議

依據研究結論，本研究提出以下之建議：

一、賽會舉辦機關之建議

由於我國大型運動賽會主要由政府相關單位主辦，因此未來官方舉辦運動賽會時，應與文化創意產業之相關單位來做連結，建立行政之機制，互相的輔助與支援。運動賽會之內涵，廣泛可擷取地方文化特色，可促進當地民眾參與。而活動內容朝向深化體驗的方式，設置各項體驗活動，讓觀眾與居民除了體驗運動賽會競技，也在參與運動賽會活動過程

中，同時獲得不同之體驗。

二、運動產業界之建議

廣泛運用賽會識別系統、標誌、口號，以透過授權機制，朝向開發運動賽會相關產品建構合作之機制，為運動產業界可考量方向之一，以創造經濟價值。

三、後續研究之建議

- (一) 本研究建構運動賽會結合文化創意產業之初步策略，後續研究可依此策略，對照實際運作之運動賽會，探討運動賽會實際執行此策略之問題。另外後續研究可朝此策略之方向，探討細部的運作過程，以釐清運動賽會與各項文化創意產業之關係。
- (二) 本研究在專家遴選尚無法涵蓋文化創意產業十三項產業之產、官、學之專家，後續之研究在專家遴選方面可針對十三項產業之產、官、學之專家，作細部之規劃與遴選，透過多位專家調查，呈現多項的結合策略。
- (三) 本研究建構運動賽會與文化創意產業結合策略，僅針對運動賽會對各文化創意產業一對一產業內容結合，後續研究可結合多項之產業建構一對二、一對三、一對四等多元結合策略，並針對各項運動賽會建構不同策略方案。
- (四) 不同類型運動賽會跟文化創意產業結合強度均不同，因此後續相關研究可針對不同類型運動賽會，探討兩者結合效益與貢獻。

參考文獻

中文：

- Brend, G. P., & David, K. S. (2000). *Fundamentals of Sport Marketing*. (鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠譯，運動行銷學，台北：華泰)。
- Caves, R. (2003). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. (仲曉玲、徐子超譯，文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合，臺北市：典藏藝術家)。
- David, T. (2001). *Economics and Culture*. (張維倫等，文化經濟學，台北市：典藏藝術家)。
- Edginton, C. R., Hanson, C. J., Edginton, S. R., & Hanson, S. D. (2002). (顏妙桂譯，休閒活動規劃，台北：桂魯)。
- Girginov, V., & Parry, J. (2004). *The Olympic Games Explained*. (許立宏譯，解讀奧林匹克運動會，台北市：中華奧會)。
- Hesmondhalgh, D. (2006). *The Culture Industries*. (廖珮君譯，文化產業，台北：韋伯)。
- 王凱立 (2004)。運動賽會典禮業務運作。載於程紹同 (主編)，*運動賽會管理-理論與實務* (頁 297-326)。台北：揚智文化事業。
- 王文科、王智弘 (2005)。教育研究法。台北市：五南。
- 王雅玄 (1998)。德懷術在課程評鑑上的應用。教育資料與研究，25，43-46。
- 王建台、陳枝烈、陳瑞耀、林耀豐、邱素梅、王仁貞 (2001)。台灣原住民的傳統體育研究—以排灣、魯凱族為對

- 象。台北：行政院體育委員會。
- 王佳嫩(2005)。2005年高雄縣原住民族運動會改革之研究。未出版碩士論文，國立屏東教育大學。
- 王俐容(2005)。文化政策中的經濟論述：從精英文化到文化經濟？。文化研究，1，169-195。
- 行政院體育委員會(2005)：推動運動休閒服務業發展主軸-活化運動賽會。國民體育季刊，34(2)，4-6。
- 朱高峰(2001)。產業大觀。台北市：牛頓。
- 呂銀益、徐楊、許宏哲(2000)。業餘運動賽會管理之探討--以清忠杯橄欖球錦標賽為例。台灣體育，104，28-33。
- 呂宏進(2004)。92年全國運動會舉辦實例。載於程紹同(主編)，運動賽會管理-理論與實務(頁511-583)。台北：揚智文化事業。
- 宋文娟(2001)。一種質量並重的研究方法-德爾菲法在醫務管理學研究領域之應用。醫務管理期刊，2(2)，11-20。
- 李明宗(2002)。當代台灣節慶活動的形貌-休閒社會學詮釋觀點的提擬。未出版博士論文，國立台灣師範大學體育研究所。
- 林韋萱(2004)。台灣越來越好玩。遠見雜誌，217，198-204。
- 林美姿、張元祥(2004)。縣市特色競爭排行榜-有特色，才有競爭力。遠見雜誌，217，148-154。
- 林振春(1993)。當前台灣地區成人教育需求評估方法之回顧與展望。成人教育雙月刊，11，31-38。
- 林明宏、黃美華(2005)。電腦科技與運動管理。彰化師大體育學報，5，164-170。
- 林保堯(2004)。2004文化奧運專輯。藝術家，59(2)，

188-235。

- 林生傳(2003)。教育研究法：全方位的統整與分析。台北市：心理。
- 林慧雯(2003)。推展文化觀光策略之研究-以阿罩霧地區在開發為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學建築及都市設計研究所。
- 林中進(2006)。申辦國際綜合運動賽會成敗因素研究。未出版碩士論文，國立中山大學高階經營碩士班。
- 吳思華(2004)。文化創意的產業化思維(上)。典藏今藝術，136，114-117。
- 吳寧瑄(2005)。以 Delphil 法分析台灣運動產業範疇與分類之研究。未出版碩士論文，國立台灣體育學院體育研究所。
- 邱淑芬、蔡欣玲(1996)。德爾菲預測術一種專家預測的護理研究方法，護理研究，4(1)，P92-98。
- 周雅菁、曾啟雄(2005)。台灣文化創意產業政策之研究。設計研究，5，132-140。
- 洪煌佳(2004a)。運動賽會競賽業務運作。載於程紹同(主編)，運動賽會管理-理論與實務(頁433-459)。台北：揚智文化事業。
- 洪煌佳(2004b)。媒體與公共關係。載於程紹同(主編)，運動賽會管理-理論與實務(頁143-176)。台北：揚智文化事業。
- 洪登欽(2003)。傳統文化觀光與文化產業發展之探討-以高雄市愛河流域下游為例。未出版碩士論文，樹德科技大學建築與古蹟維護研究所。

- 馬上閔 (2003)。運動賽會觀光之調查研究。國立台灣體育學院學報，9，373-385。
- 高俊雄 (2003a)。運動觀光之規劃與發展。國民體育季刊，32 (3)，1-6。
- 高俊雄 (2003b)。重振台灣棒球熱潮之推手-第三十四屆世界盃棒球錦標賽。載於台灣地區運動產業典範集錦 (頁1-34)。桃園：台灣體育運動管理學會。
- 高宣揚 (2002)。流行文化社會學。台北市：智揚文化。
- 秦聖青 (2004)。色彩知覺障礙之網頁視覺設計研究。未出版碩士論文，世新大學平面傳播科技學系碩士班。
- 張妙瑛 (1995)。大型運動賽會經營管理理念之分析-以亞特蘭大奧運籌備會為例。中華民國體育學會體育學報，19，1-12。
- 張孝銘 (2006)。運動賽會之運動觀光客參與行為模式之研究：以2004年澎湖世界華人馬拉松路跑賽會為例。大專體育學刊，8 (2)，37-50。
- 張春興 (2004)。教育心理學：三化取向的理論與實踐。台北市：台灣東華書局。
- 張紹勳、張紹評、林秀娟 (2000)。SPSS For Windows 多變量統計分析，台北市：松崗。
- 孫彥武 (1994)。文化觀光-文化與觀光之研究。台北市：九章。
- 孫玉珊 (2005)。創造性與消費者端對大眾型文化商品認知：探索性研究。未出版碩士論文，國立中正大學行銷管理研究所。
- 盧焰章 (1993)。使運動賽會更有賣點的經營策略。體育與運

- 動，86，104-108。
- 許義雄（2003）。台灣百年身體運動文化之建構。載於許義雄等著，運動文化與運動教育（頁1-20）。台北市：師大書苑。
- 許光庶、黃建松（2006）。國際大型運動賽會主辦城市形象塑造之探討。中華體育季刊，20（2），P65-74。
- 許光庶、黃建松（2007）。2009年高雄舉辦世運會提昇國家形象之探討。國立台灣體育學報，20，139-151。
- 許樹淵（2003）。運動賽會管理。台北市：師大書苑。
- 程紹同（2004）。運動賽會管理導論。載於程紹同（主編），運動賽會管理-理論與實務（頁1-48）。台北：揚智文化事業。
- 程紹同（2002）。運動管理學導論。台北市：華泰。
- 陳維智（2003）。賽會管理入門。載於彭小惠（主編），運動管理學（頁1-21）。台中市：華格納。
- 陳增朋（2004a）。運動賽會行銷宣傳業務運作。載於程紹同（主編），運動賽會管理-理論與實務（頁456-484）。台北：揚智文化事業。
- 陳增朋（2004b）。運動賽會行銷管理與財務規劃。載於程紹同（主編），運動賽會管理-理論與實務（頁95-123）。台北：揚智文化事業。
- 陳聖翔、王慶堂（2005）。93年全民運動會參與者對賽會及企業贊助之態度研究。論文發表於2005年台灣體育運動與健康休閒發展趨勢研討會。嘉義縣，吳鳳技術學院。
- 陳昭義（2006）。2005台灣文化創意產業年報。台北市：工

業局出版。

陳學明 (1996)。文化工業。台北市：智揚文化。

陳樹欉 (2005)。九十四年全國運動會成果報告書。雲林：雲林縣政府

陳怡蘋、鍾志強 (2005)。運動賽會相關產品初探。雲科大體育，8，110-115。

莊勝傑 (2004)。臺灣意象之搪膠玩偶創作研究。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學設計研究所。

游家政 (1996)。德懷術及其在課程研究上的應用。花蓮師院學報，6，1-24。

黃政傑 (1987)。課程評鑑。台北市：師大書苑。

黃金柱 (1999)。跨世紀體育運動經營管理思潮。台北市：師大書苑。

黃金柱 (2004)。管理學。台北市：師大書苑。

黃昭瑾 (2005)。地方文化產業發展與特性。臺灣休閒農業會訊，6，8-13。

黃嘉源 (2003)。台灣原住民運動會之研究 (1994-2001)。台東教育大學學報，146 (下)，156-172。

黃煜 (2007)。美國銀行業運動贊助策略之分析。大專體育，87，151。

黃如足 (2001)。美術館網頁設計及使用性之研究。未出版碩士論文，南華大學美學與藝術管理研究所。

彭小惠 (2005)。運動賽會經理人所需具備之專業能力。國民體育季刊，34 (2)，37-43。

曾惠民 (2003)。Pixel Stylej 網站設計元素對使用者意象影響之研究。未出版碩士論文，銘傳大學設計管理研究

所。

曹健仲、林伯化(2007)。談如何提升企業男排聯賽經營之成效。大專體育，90，90-96。

傅楷傑(2003)。客家六堆運動會發展之研究。未出版碩士論文，國立屏東教育大學，體育研究所。

湯銘新(2004)。奧運會發展史。台北市：財團法人徐亨體育文化基金會。

廖清海、邱翼松(2005)。提升運動賽會可觀賞性的傳播策略。中華體育季刊，19(2)，54-63。

廖文志(2003)。羅漢門宋江陣的涵化現象。未出版碩士論文，國立台灣師範大學體育系碩士班。

葉公鼎(1997)。運動賽會經濟影響之評估模式。中華民國體育學會體育學報，23，73-84。

楊敏芝(2001)。地方文化產業與地域活化互動模式研究-以埔里酒文化產業為例。未出版博士論文，國立台北大學，都市計畫研究所。

經濟部工業局(2005)。2004台灣文化創意產業發展年報。台北市：經濟部文創辦公室。

薛雲道(2002)。全運會對學校體育的影響。師大體育，46，61-64。

劉維公(2003)。什麼是文化創意產業？--文化產業的時代意義。典藏今藝術，128，42-45。

劉曉蓉(2006)。文化產業發展成創意產業之策略研-以交趾陶為例。未出版碩士論文，國立中山大學，公共事務管理研究所。

蔡茂其、陳鴻、王瑞麟、徐洋、莊志仁、鄭俊傑(1999)。運

動賽會與文化藝術環境塑造。台北：行政院體育委員會。

蔡長啟 (1995)。我國申辦國際運動賽會應有之認識。
國民體育季刊，24(2)，4-12。

蔡榮捷 (2006)。大溪干樂活動之研究-一個台灣民俗體育的發展與變遷。未出版博士論文，國立台灣師範大學體育系博士班。

戴遐齡 (2006)。奧林匹克運動行銷的發展趨勢-以 2004 年雅典奧運與 2006 杜林冬季奧運為例。國教新知，53，1-9。

鍾介凡 (2005)。成功節慶活動評估指標建構之研究。未出版碩士論文，南台科技大學，休閒事業管理研究所。

鍾志強 (2007)。運動會參與者體驗與體驗價值關係之研究：以 2006 年大學校院運動會為例。大專體育學刊，9(1)，1-12。

蘇雄飛 (1999)。如何辦好各種運動競賽活動：以大型競技賽會為中心。國民體育法修正後建立後續制度座談報告書，13-29。台北：台北體育學院。

蘇維衫 (2003)。台灣運動產業發展的社會過程。未出版博士論文，國立台灣師範大學體育系博士班。

英文：

Faherty, V. (1979). Continuing social work education: Results of a Delphi survey. *Journal of Education for Social Work*, 15(1), 12-19.

Holden, M. C., & Wedman, J. F. (1993). Future issues of computer-mediated communication: The results of a Delphi study. *Educational technology research and*

development, 41(1), 5-24.

報紙：

江彥文 (2005)。雲林全運會，多項全國第一。民生報，1。

李惠真 (2004)。姚明點燃頤和園聖火台。中國時報，C7。

林克倫 (2007)。北京奧運玉珮獎牌濃濃中國風。中國時報，A13。

馬鈺龍 (2006)。北京奧運聖火，繞過政治路線。民生報，B4。

陳宛茜 (2006)。北京奧運系列3，建築實驗場。聯合報，A4。

張名祖 (2003)。全運會琉璃總統獎盃明展出。中央日報，16。

許雅琇 (2003)。北京奧運會場館，如火如荼。麗台運動報，12。

黃邱明 (2002)。全大運大會標誌與吉祥物正式出爐。民眾日報，15。

黃秀仁 (2000)。史上最環保的奧運。中央日報，26。

黃顯祐、雷光涵 (2006)。開幕式很神秘，聖火台賣高。聯合報，D7。

賈亦珍 (2006)。杜林冬運，火紅開幕。聯合報，D7。

劉朱松、江岱錦 (2003)。廠商搶單卡位戰提前引爆。工商時報，4。

劉滌昭 (2005)。杜林冬運獎牌，狀似甜甜圈。民生報，B5。

劉滌昭 (1998)。開閉幕所在，南長野宛如盛開花朵；為冬運而建，M波擁有標準雙冰道。民生報，4。

賴錦宏 (2007)。奧運穿漢服，設計師：OH,NO!。聯合報，A13。

龐凱俊 (2006a)。科技光劍點燃全大運聖火。民生報，B3。

龐凱俊 (2006b)。結合音樂、運動，李聖傑為大會代言。民生報，B4

藍孝威 (2007)。火炬設計，濃濃中國風。聯合報，A2。

網路：

94年雲林全國運動會 (2004)。94年全國運動會網站。資料引自 <http://sport94.ylc.edu.tw/main/>。

文建會 (2003)。2004年文化白皮書。2006年1月19日，資料引自 <http://event.cca.gov.tw/artsquery/092.htm>。

文建會 (2004)。文化創意產業發展計畫。2006年1月19日，資料引自

http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_01.htm。

中國日報網站 (2006)。德國世界盃吉祥物可愛的獅子公仔 2007年7月5日資料引自

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/travel/2006-06/02/content_4637823.htm。

中央社 (2002)。2002世足賽日本比賽場地介紹茨城。資料引自

<http://www.ettoday.com/2002/05/26/10815-1306687.htm>。

民視新聞 (2007)。王心凌代言全運會，莊佳容拍廣告。2007年9月20日。資料引自 <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070920/11/ktuy.html>。

呂宏進 (2003)。九十二年全國運動會系列活動與特色介紹。2007年7月5日資料引自

<http://esport.tpc.edu.tw/pc/asp/5-a2.asp?cname=%A4E%A4Q%A4G%A6~%A5%FE%B0%EA%B9>

B % B 0 % C A % B 7 | % A 8 t % A 6 C % A C % A 1 % B 0 % C A %
B B P % A F S % A 6 % E 2 % A 4 % B 6 % B 2 % D 0 。

邱瓊平 (2007)。哇～有投籃機還有Wii？教育部要讓學校變成遊樂園。2007年9月18日。資料引自
<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070820/17/j2e1.html>。

鄒韻婷 (2007)。搶搭王建民熱，超商推出Q版公仔。2007年9月20日。資料引自
<http://news.pchome.com.tw/life/cardu/20070910/index-20070910184611410004.html>。

張南詠 (2007)。各行公仔比可愛。2007年9月20日。資料引自
<http://news.pchome.com.tw/society/chinatimes/2007/20070913/index-20070913020587241400.html>。

曹文雨 (2007)。迎奧運體育歌曲出爐，反映天津體育健兒精神風貌。2007年9月18日。資料引自
<http://news.sina.com.tw/ents/sinacn/cn/2007-08-27/120535168971.shtml>。

黃鈺晴 (2007)。這個厲害！體操女將跨足電影圈。2007年9月20日。資料引自
<http://www.ettoday.com/2007/08/23/38-2146146.htm>。

黃世輝 (2002)。文化產業與居民參與。2006年12月10日
資料引自
<http://www.yuntech.edu.tw/~gha/publish/teachers/hwangsh/2002/1/1.htm>。

奧運看公視 (2000)。奧運典藏大師電影。2007年7月5日

資料引自

<http://www.pts.org.tw/~web01/olympic/p2.htm>

潘瑩（2007）。奧運題材電影〈買買提的2008〉在新疆開拍。2007年9月20日。資料引自

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/ent/207-09/18/content_6743643.htm。

韓佩穎、柯家傑（2007）全台唯一！王建民真人版公仔獨家曝光 size 一模一樣。2007年7月5日資料引自

<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070704/17/grzz.html>。

薛荷玉（2007）。3年補助2.7億，Wii今年底進校園。2007年9月20日。資料引自

http://mag.udn.com/mag/campus/storypage.jsp?f_ART_ID=80674。

附錄

附錄一：德爾菲專家邀請函

敬愛教授鈞鑒：

您好！日前學生正在從事「運動賽會結合文化創意產業策略之研究」，本研究分別邀請國內熟悉運動賽會與文化創意產業兩領域之產、官、學領域之專家，就運動賽會與文化創意產業結合策略做調查，期盼藉由集體決策過程，歸納出運動賽會與文化創意產業結合策略。而本研究共進行三回合的問卷，第一回合採開放式問卷，因需要由專家集思廣益，因此在實施第一輪問卷時間為 96年4月16日~96年5月4日，為期三個禮拜；第二輪問卷乃採用第一輪問卷調查內容整理為結構式問卷，由專家勾選問卷內容，調查時間為 96年5月28日~96年6月8日，為期二個禮拜；第三輪問卷乃依據第二輪問卷結果做最後確認，調查時間為96年6月21日~96年6月28日，為期一個禮拜。素仰台端在運動賽會領域或文化創意產業皆有傑出成就，故本研究誠摯地邀請您共同參與，而您的參與是本研究最大的助力，您的意見對於運動賽會領域與文化創意產業領域結合策略有極重要的價值。因此在此徵詢您的調查意願，請電話聯絡 0921503861 或回函至 lemon1234kimo@yahoo.com.tw，以確定專家小組成員名單，再次誠摯地邀請您共同參與。

敬祝

健康平安

國立台灣體育學院休閒運動管理研究所

指導教授：王慶堂 博士

研究生：林孟男 敬上

附錄二：第一回合德爾菲專家問卷

敬愛教授鈞鑒：

您好！目前學生正在從事「運動賽會結合文化創意產業策略之研究」，本研究主要邀請國內熟悉運動賽會與文化創意產業兩領域之產、官、學專家，就運動賽會與文化創意產業結合策略做調查，期盼藉由集體決策過程，歸納出運動賽會與文化創意產業結合策略。而本問卷主要分為五個部分分別為研究背景與動機、本研究之目的、名詞解釋、研究方法、問卷之內容，請參閱之後加以作答。請踴躍提供意見，您的寶貴意見對於本研究具有極重要之參可價值，再次感謝您的參與。

敬祝

健康平安

國立台灣體育學院休閒運動管理研究所

指導教授：王慶堂 博士

研究生：林孟男 敬上

聯絡電話：0921503861

E-mail：lemon1234kimo@yahoo.com.tw

(如有疑問，請來電詢問)

一、研究背景與動機

隨著人類邁向 21 世紀的同時，科技及傳播資訊發達，意味著透過網路與電視傳送可以讓我們在同一時間收到運動最新訊息及觀看精彩的運動賽事。科技的進步將運動擴展到每一個城市，加速國際運動賽會普及的腳步。從網路與電視的轉播可以欣賞精彩的運動賽事，也能了解當地民情風俗。1996 年亞特蘭大奧運，開幕前舉辦為期九週節慶活動，節目包括藝術及通俗文化，展現大自然的民族特性；內容包括視覺藝術、音樂、戲劇及電影表演。運動賽會主辦單位應舉辦諸多各式各樣地方風情的配合活動，以發揮體育的人文欣賞面，如文藝、劇場、觀賞等，藉由運動與藝術、休閒結合，展現地方特色，藉以吸引當地居民參加。2005 年高雄縣原住民族運動會週邊活動以博覽會方式行銷原住民文化，活動內容有縣政展示區、舞台表演區、農特產品展售區、傳統手工藝展售區、原住民生活體驗區，刺激及增加原住民文化產業及通路。顯而易見的是有效開發與結合當地民情風俗、文化特色，規劃成為運動賽會內容，是能有效吸引觀眾與當地民眾的參與。因此透過文化創意產業結合運動賽會發揮舉辦運動賽會的效益為本研究動機之一。

文建會在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，提出「文化創意產業發展計畫」，將藝術創作和商業機制結合，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值。而行政院體育委員會提到地方政府及體育團體辦理國際性或全國性運動賽會活動時，結合自然、地理、歷史、人文、藝術、產業之特色辦理週邊活動以強化豐富運動賽會活動內容，以體育活動為主，文化觀光活動為輔，創

造賽會活動商機。加上體委會目前為提昇運動賽會效益，也已經將地方特色、文化風俗等，融入運動賽會活動當中。但如何結合及輔導，卻沒有明確的指出，為本研究動機之二。

而目前運動賽會與文化創意產業結合，在國內外的研究相當缺乏，大多研究內容均屬於一般論述，雖然目前國際運動賽會或我國運動賽會皆有將文化創意產業融入運動賽會活動當中，但相關的研究卻乏善可陳。因此本研究以運動賽會與文化創意產業結合做探索性研究，了解我國運動賽會與文化創意產業如何相結合，提出相關的合作策略，以提供未來相關單位舉辦運動賽會做參考，期盼國內將來舉辦運動賽會能發揮廣泛之效益。因此，建構相關合作策略為本研究動機之三。

二、本研究主要目的

- (一) 瞭解運動賽會與文化創意產業內容結合之方法。
- (二) 瞭解運動賽會與文化創意產業特性運用之方法。
- (三) 瞭解運動賽會與文化創意產業共創價值之方法。
- (四) 瞭解運動賽會結合文化創意產業策略。

三、名詞解釋

(一) 運動賽會：本研究將運動賽會定義為「由特定組織或團體，具有特定目的、時間、地點，且在公平的規則之下，進行競技活動，提供觀眾具競技、娛樂、休閒、表演等特性，並透過科學化的管理過程所舉辦之集會」。

(二) 文化創意產業：本研究參考文建會之定義，將文化創意產業定義為「源自創意與文化的累積，透過智慧財產權的形成與運用，創造財富與就業機會潛力，促進整體的生活環境提昇的行業」，其產業內容為：視覺藝術、音樂與表演藝術、

文化展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、設計產業、設計品牌時尚、建築設計、創意生活及數位休閒娛樂，共十三類。

四、研究方法

德爾菲法 (Delphi) 主要透過一群「專家」對於研究主題分別給予意見，其研究者整合專家之意見，其專家無須面對面對質或辯論，僅需就某單一主題編製成多項問題的一系列問卷調查，根據個人的知覺與認知表達看法。而本研究共進行 3 輪的問卷，第一回合採開放式問卷，因需要由專家集思廣益，因此在實施第一輪問卷時間為 96 年 4 月 16 日~96 年 5 月 4 日，為期三個禮拜。

五、第一回合問卷內容

(一) 內容方面

1. 運動賽會之競技項目與文化創意產業內容如何結合?
2. 運動賽會之周邊活動與文化創意產業內容如何結合?
3. 運動賽會之典禮活動與文化創意產業內容如何結合?
4. 對於上述問卷內容有無不足地方? 煩請提出您的理由與看法。

(三) 特性方面

1. 運動賽會本身具備延續性、體驗性、參與性、儀式性等特性，此特性如何運用在文化創意產業，煩請至少列出三項。
2. 文化創意產業本身具備以創意為內容、注重地方特色、智慧財產權特性、強調體驗性等特性，此特性如何運用在運動賽會，煩請至少列出三項。
3. 對於上述運動賽會與文化創意產業特性有無不足地方?

請提出您的理由與看法，並說明如何運用在運動賽會或文化創意產業。

(二) 價值方面

1. 運動賽會與文化創意產業如何結合? 共創經濟、藝術、文化、觀光、科技、政治、社會、休閒娛樂價值，煩請至少列出三項。
2. 對於上述共創價值有無不足地方? 煩請提出您的理由與看法，並說明運動賽會與文化創意產業如何結合共創價值。

附錄三：第二回合德爾菲專家問卷

您好！

再次感謝，您於百忙之中撥冗接受「運動賽會結合文化創意產業策略之研究」之調查，目前已完成第一回合開放性問卷調查。而您與其他參與專家所提出之寶貴意見，已歸納為本研究第二回合問卷之內容。

本問卷採用五等分同意表，其中「5」代表非常同意；「4」代表同意；「3」代表沒有意見；「2」代表不同意；「1」代表非常不同意；換言之，指數越高則同意度越高，指數越低代表同意度越低。第二回合問卷回收後，將以描述性統計呈現您與各位專家之「共同」意見，並將統計數據置於第三回合問卷，作為第三回合問卷施測之參考。您對於問卷中各題項之敘述若有任何補充之意見，歡迎提出與其他專家分享，而您所提出之意見，亦將以匿名方式呈現，敬請放心填答。

第二回合問卷乃採用第一回合問卷調查內容整理為問卷內容，由專家勾選問卷內容，調查時間為 96年5月28日~96年6月8日，為期二個禮拜。以上所述乃個問卷之調查時間，若提早完成調查內容，可提早寄回，方便資料的統計與彙整。

敬祝

健康平安

國立台灣體育學院休閒運動管理研究所

指導教授：王慶堂 博士

研究生：林孟男 敬上

聯絡電話：0921503861

E-mail：lemon1234kimo@yahoo.com.tw

一、產業內容結合方面

結合之方法	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5
與出版產業結合，邀請知名作詞作曲家針對運動賽會主題與地方文化背景結合創作主題曲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
與視覺藝術產業結合，設計具有美感的標誌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
與電影產業結合，製作運動賽會主題之電影	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
與期刊、雜誌出版業結合，製作運動賽會之相關書籍	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
與唱片出版產業結合，製作運動賽會之音樂	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
獎牌、獎盃可結合藝術與地方文化特色，作為設計之內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
結合音樂與表演藝術產業，透過動態與靜態之表演，呈現於運動賽會之開、閉幕內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
聖火火炬之設計，可擷取地方文化特色或設計具有藝術美感做為設計之內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

將運動用品、運動文物、運動健康食品，作為展售之內容。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
【修正上述內容或新增方法】	

二、特性運用方面

結合之方法	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5
競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
運用地方特色、人文背景，製造新聞話題	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
擷取地方特色之符號或代表人物，製作相關產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
賽會周邊活動內容多元且具文化深度，提高民眾參與性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

將運動賽會主題與儀式活動、與地方文化特色，達到延續之意涵	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性，提升運動賽會之體驗性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
與舉辦地有極深淵源之競賽活動，列入競賽項目之中	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
結合運動賽會之精神與地方文化背景，創造運動賽會主題	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
以地方文化特色，作為吉祥物設計之內容	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
主辦單位可以配合各縣市之「一鄉一特色」之活動，辦理運動賽會	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
將地方文化特色融入，聖火傳遞儀式之中，彰顯文化意涵	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
透過標誌設計內容，呈現舉辦地的文化特色與意涵	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
聖火傳遞路線可配合地方文化特色景點之安排	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
結合地方之特色小吃、農、林、漁、牧之產品，作為展售之內容	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
【修正上述內容或新增方法】	

三、共創價值方面

政治價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5
透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以共創提升國家形象之價值	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【修正上述內容或新增方法】					
經濟價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5
與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與地方之經濟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟之價值	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										
賽會周邊活動結合文化创意產業，行銷文化创意產業	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										
【修正上述內容或新增方法】											
社會價值	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="writing-mode: vertical-rl;">非常不同意</td> <td style="writing-mode: vertical-rl;">不同意</td> <td style="writing-mode: vertical-rl;">沒意見</td> <td style="writing-mode: vertical-rl;">同意</td> <td style="writing-mode: vertical-rl;">非常同意</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意	1	2	3	4	5
非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意							
1	2	3	4	5							
運動賽會周邊活動與地方文化結合，有益於提升居民之共榮感。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										
運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>										
【修正上述內容或新增方法】											

休閒娛樂價值	非常 不同 同意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5
運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館不但能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方之特色。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化特色，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【修正上述內容或新增方法】					
觀光價值	非常 不同 同意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5
與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p>聖火傳遞路線與文化景點相結合，規劃一系列之觀光旅遊行程，達到行銷觀光景點之價值</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
<p>在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
<p>【修正上述內容或新增方法】</p>					
<p>文化價值</p>	<p>非常不同意 1</p>	<p>不同意 2</p>	<p>沒意見 3</p>	<p>同意 4</p>	<p>非常同意 5</p>
<p>賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
<p>地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承傳統文化之價值。</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>				
<p>【修正上述內容或新增方法】</p>					

藝術價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5
邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【修正上述內容或新增方法】					
科技價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5
將科技與藝術運用於開閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【修正上述內容或新增方法】					

附錄四：第三回合德爾菲專家問卷

您好!再次感謝，您於百忙之中撥冗接受「運動賽會結合文化創意產業策略之研究」之調查，目前已完成第二回合問卷調查。而您與其他參與專家所提出之寶貴意見，已歸納為本研究第三回合問卷之內容。本問卷採用五等分同意表，其中「5」代表非常同意；「4」代表同意；「3」代表沒有意見；「2」代表不同意；「1」代表非常不同意；換言之，指數越高則同意度越高，指數越低代表同意度越低。第二輪問卷回收後，將以描述性統計呈現您與各位專家之「共同」意見，並將統計數據置於第三回合問卷（眾數：代表專家意見之集中趨勢；平均數：代表各題項之認同程度，分數越高代表認同程度越高）。您對於問卷中各題項之敘述若有任何補充之意見，歡迎提出與其他專家分享，而您所提出之意見，亦將以匿名方式呈現，敬請放心填答。第三回合問卷乃採用第二回合問卷整理為結構式問卷，由專家勾選問卷內容，調查時間為96年6月21日~96年6月28日，為期一個禮拜，若時間上允許請6月27日前寄達。上所述乃個問卷之調查時間，若提早完成調查內容，可提早寄回，方便資料的統計與彙整。

敬祝

健康平安

國立台灣體育學院休閒運動管理研究所

指導教授：王慶堂 博士

研究生：林孟男 敬上

聯絡電話：0921503861

E-mail：lemon1234kimo@yahoo.com.tw

一、產業內容結合方面

運動賽會與視覺藝術產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會期間周邊活動結合相關藝術繪畫展覽活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
結合視覺藝術產業設計賽會標誌 (LOGO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合視覺藝術產業設計賽會獎牌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合視覺藝術產業設計賽會獎狀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合視覺藝術產業設計賽會獎盃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合視覺藝術產業設計賽會吉祥物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合視覺藝術產業設計聖火火炬	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								

運動賽會與音樂、表演藝術產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會期間周邊活動結合各項音樂活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
開、閉幕表演結合各項音樂活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會期間周邊活動結合各項表演藝術活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
開、閉幕表演結合各項表演藝術活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
邀請知名音樂作詞作曲家，創作運動賽會之主題曲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
邀請音樂歌手作為運動賽會之代言人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
邀請音樂歌手演唱運動賽會之主題曲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								

運動賽會與工藝產業	非常 不同 同意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5	前 次 勾 選 題 項	眾 數	平 均 數
結合工藝產業製作運動明星之公仔	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
結合工藝產業製作運動賽會吉祥物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合工藝產業設計獎牌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合工藝產業設計獎盃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合工藝產業設計聖火火炬	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與文化展演設施產業	非 常 不 同 意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5	前 次 勾 選 題 項	眾 數	平 均 數

賽會期間周邊活動結合博物館展覽各項運動文物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
賽會期間周邊活動配合美術館、博物館、藝術館之展覽活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
聖火路線安排可將美術館、博物館、藝術館地點列入路線之考量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與電影產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
與電影產業結合，創作運動賽會主題之電影	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會期間周邊活動配合電影影展	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
知名演員代言運動主題之電影	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與廣播電視產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
與廣播結合發佈相關運動資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
與電視產業結合製作運動賽會節目	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
與電視產業結合轉播運動競賽	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與出版產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數

製作運動賽會之相關書籍	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
製作運動賽會之相關雜誌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
製作運動賽會之相關期刊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
製作運動賽會之相關唱片	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
發佈運動賽會各項訊息之新聞	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與建築設計產業	非常 不同 意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5	前 次 勾 選 題 項	眾 數	平 均 數
與建築設計結合設計運動場館，呈現不同之建築風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
與建築設計結合設計選手村，呈現不同之建築風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
與建築設計結合設計競賽會場，呈現不同之建築風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與廣告產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
製作運動賽會產品之廣告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
製作運動員代言人之運動賽會廣告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
邀請其他知名代言人代言運動賽會之廣告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與設計產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數

運動賽會產品之設計	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
設計運動賽會之獎牌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
設計運動賽會之獎盃	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
設計運動賽會之獎狀	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
設計運動賽會之吉祥物	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
設計運動賽會之聖火火炬	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
運動賽會網站之設計	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與設計品牌時尚產業	非常 不同 意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5	前 次 勾 選 題 項	眾 數	平 均 數
運動明星代言品牌產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
製作運動賽會表演之服裝	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
設計具有時尚、流行運動產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

【修正上述內容或新增方法】								
運動賽會與數位休閒娛樂產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會期間周邊活動設置運動機台	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
賽會期間周邊活動設置電子遊戲機台	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會期間周邊活動配合主題樂園之活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								

運動賽會與創意生活產業	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會期間周邊活動結合各項飲食文化體驗之商家	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
賽會期間周邊活動結合自然生態文化體驗之商家	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會期間周邊活動結合生活教育文化體驗之商家	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								

二、特性運用方面

地方性之運用	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數

與舉辦地有極深淵源之競賽活動，列入競賽項目之中	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
運用地方特色、人文背景，製造新聞話題	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
擷取地方特色之符號或代表人物，製作相關產品	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
結合運動賽會之精神與地方文化背景，創造運動賽會主題	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
以地方文化特色，作為吉祥物設計之內容	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
主辦單位可以配合各縣市之「一鄉一特色」之活動，辦理運動賽會	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
將地方文化特色融入，聖火傳遞儀式之中，彰顯文化意涵	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
透過標誌設計內容，呈現舉辦地的文化特色與意涵	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
聖火傳遞路線可配合地方文化特色景點之安排	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
結合地方之特色小吃、農、林、漁、牧之產品，作為賽會期間展售內容	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
地方傳統民俗體育活動列入競賽項目之中	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			新增題項

獎盃之設計內容，結合地方文化特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
獎牌之設計內容，結合地方文化特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
獎狀之設計內容，結合地方文化特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
運動賽會主題曲與地方文化背景結合	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
聖火火炬可擷取地方文化特色作為設計之內容	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								
體驗性之運用	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會周邊活動內容與觀眾互動性高，提升整體之體驗性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

利用媒體、聲光、視覺美感、有深度文字，提升運動賽會之體驗性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
增加賽會周邊活動的趣味性、刺激性、新奇感及可看性，提升運動賽會之體驗性	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
【修正上述內容或新增方法】								
智慧財產權之運用	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
競賽項目之中若有受歡迎之運動員，透過授權機制，開發相關產品	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
由運動明星宣導智慧財產權之概念	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		新增題項					
【修正上述內容或新增方法】								

參與性之運用	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會周邊活動內容多元且具文化深度，以提高民眾參與性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會周邊活動以創新方式推出，提高民眾參與性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
【修正上述內容或新增方法】								
延續性之運用	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
將運動賽會主題與地方文化特色，達到延續之意涵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
運動賽會儀式活動與地方文化特色結合，達到延續之意涵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

將運動項目之發展背景、器物的演變，結合賽會期間周邊活動以延續運動文化	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	新增題項
【修正上述內容或新增方法】		

三、共創價值方面

政治價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
透過聖火路線規劃，達到外交與文化之交流。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會周邊活動可結合相關文化藝術國際展覽，以共創提升國家形象之價值。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
文化創意產業結合賽會周邊活動，一方面可推展體育政策，另一方面可推展文化創意產業政策。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		

【修正上述內容或新增方法】								
經濟價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
與相關文化創意產業結合開發相關產品，提升賽會與地方之經濟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
結合文化節慶活動，匯聚人潮，共創經濟之價值	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會周邊活動結合文化創意產業，行銷文化創意產業	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【修正上述內容或新增方法】								

社會價值	非常 不同 同意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5	前 次 勾 選 題 項	眾 數	平 均 數
運動賽會周邊活動與地方文化結合，有益於提升居民之共榮感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
運動賽會周邊活動結合地方文化特色，強化居民之認同感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
招募社區居民，擔任運動賽會之志工，提高地方居民之互動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
【修正上述內容或新增方法】								
休閒娛樂價值	非常 不同 同意 1	不 同 意 2	沒 意 見 3	同 意 4	非 常 同 意 5	前 次 勾 選 題 項	眾 數	平 均 數

<p>運動場館結合建築設計產業，在舉辦競賽之後運動場館不但能成為地方居民運動休閒之場所，亦可成為地方之特色</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
<p>運動賽會場館設計與場地佈置可注入文化之意象，提高空間的文化氣息，以提升民眾之生活品質</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
<p>賽會周邊活動可設置各項文化體驗活動，以提供民眾休閒娛樂之價值</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>					<p>新增題項</p>		
<p>【修正上述內容或新增方法】</p>								
<p>觀光價值</p>	<p>非常不同意 1</p>	<p>不同意 2</p>	<p>沒意見 3</p>	<p>同意 4</p>	<p>非常同意 5</p>	<p>前次勾選題項</p>	<p>眾數</p>	<p>平均數</p>
<p>與地方文化產業合作，有利於遊客對於商品之認知</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
<p>聖火傳遞路線與文化景點相結合，規劃一系列之觀光旅遊行程，達到行銷觀光景點之價值</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							

在運動賽會導覽手冊，介紹地方特色景點達到互利之價值	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
【修正上述內容或新增方法】								
文化價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
賽會之周邊活動結合地方文化節慶活動，行銷地方文化特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
地方特色配合賽會之周邊活動，以傳承傳統文化之價值	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
運動賽會相關產品結合地方文化特色，發展地方文化特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
【修正上述內容或新增方法】								

藝術價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數
邀請表演藝術團體，結合賽會之開、閉幕與周邊活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
運動相關產品注入美感元素，提高消費者之認同感	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
賽會周邊活動結合各項藝術展覽，以創造藝術價值	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	新增題項		
【修正上述內容或新增方法】								
科技價值	非常不同意 1	不同意 2	沒意見 3	同意 4	非常同意 5	前次勾選題項	眾數	平均數

將科技與藝術運用於開閉幕之表演，提供觀眾視覺感官之刺激	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
將科技與藝術運用於賽會網站之設計，以共創科技之價值	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	新增題項		
<p>【修正上述內容或新增方法】</p>				

四、本問卷涵蓋範圍有限，敬請就運動賽會與文化創意產業結合策略，提出上述不足地方，並註明構面與方法。

本問卷遺漏之重要之策略	
構面	結合之方法

~問卷到此結束，再次感謝您的配合~