

1

緒論

Introduction

- 第一節 運動觀光的定義與概念
- 第二節 運動觀光的基礎理論
- 第三節 運動觀光的範疇與類型

雷文谷 編著



學習 目標

研讀本章後，應能達成以下目標：

1. 對運動觀光的範圍有基本認識。
2. 了解與運動觀光參與有關之基礎理論。
3. 了解運動觀光分別有哪些型態，並能舉例說明之。

前 言

觀光 (tourism) 已是現今人類最重要的休閒與經濟活動之一，根據世界觀光組織 (World Tourism Organization) 在 2000 年的分析報告中指出，「觀光」目前是許多國家重要的外匯來源，在全球各國家的外匯收入中，約有 8% 是來自觀光的收益，而總收益也超過所有其他國際貿易的種類。根據世界觀光組織統計 (交通部觀光局，2019)，在 2019 年全球觀光人數為 14 億 6500 萬人，全球觀光收入達 1 兆 4800 億美元。然而，全球爆發新冠疫情重創整個觀光產業，2022 年全球觀光客人數大幅縮水至 9 億 1700 萬人次。

根據交通部觀光局的觀光政策白皮書 (2010) 指出，近年全球觀光的發展有以下三種趨勢：(1) 新興觀光據點 (new destinations) 不斷崛起，如東亞國家及太平洋區域，並開始分食全球觀光市場的大餅；(2) 觀光產品呈現多元性 (diversification of tourism)，觀光活動發展至今，產品呈現更豐富多元的樣貌，也從較靜態的觀賞與導覽轉變成加入許多動態性的參與活動，包括：宗教的、節慶活動的、生態體驗的、冒險的、與運動相關的觀光活動；(3) 各個觀光據點間的競爭更趨於白熱化 (increasing competition between destinations)。觀光局 (2013) 針對 2010~2012 年國人的旅遊統計發現，國人的旅遊多以追求休閒及運動健康為目標，其中以「健身運動度假」為目的者有明顯上升的趨勢。在運動觀光的領域裡，觀光客就是休閒旅遊者，大部分與運動相關的旅遊行程可以幫助其對休閒的概念有所認識 (Kelly, 1999)，並藉由這些旅遊行程實際體驗休閒活動。本章將引導讀者認識運動觀光的基本概念，包含定義、理論及分類型態。



第一節

運動觀光的定義與概念

Ritchie 與 Adair(2002) 提及「運動」(sport) 與「觀光」(tourism) 是現今發達國家最搶手的一項休閒體驗。近數十年來，由於人們對休閒、健康及健身逐漸重視，還有人們認為旅遊可以提升個人與家庭的生活品質，許多大型運動賽事（如奧運）對觀光客形成的吸引力日益強大，亦使得運動與觀光有了結合發展的趨勢（李明宗，2010）。由於運動觀光 (sport tourism) 雖以運動為主體，但其結合了豐富的人文及自然景觀資源的特色，不僅讓參與者能親身體驗大自然的美景，同時又能享受參與運動所帶來的益處，因此吸引相當多的觀光客共襄盛舉，逐漸成為具代表性的旅遊活動之一（邱思慈、李承翰，2006；蕭嘉惠、張家銘、林怡萍，2011）。



與運動相關的休閒活動愈來愈常見且多元

壹、運動觀光的定義及意涵

顧名思義，若將「運動」與「觀光」兩個元素結合起來，就成了「運動觀光」，它與我們熟悉的觀光產業略有不同，但仍屬於觀光產業的一部分，以下分別就針對運動及觀光的概念加以論述，並說明運動觀光的定義及特點。

一、運動的概念

針對運動 (sport) 所下的定義很多，早期的學者 Ernst Cassirer 提到運動如同藝術般，提供生命 (life) 中一部分的現實；Howard Slusher 認為運動就如同生活，提供一個歡樂 (happiness) 與失敗 (grief) 同時發生的地方 (Miller & Russell, 1971)。然 1992 年歐洲議會的定義，認為運動是一種「所有形式的體能活動，透過臨時或組織參與，其目的在





改善體適能、心理健康、社會關係或達成各種水準的競技活動」(Council of Europe, 1992)。

近年的學者也提出運動為身體的活動 (physical activity) · 乃運用身體的生理能力 (physical activity) 與技巧 (motor skill) · 並投入心智 (mentality) 的部分 · 以維持身體持續、有規律的移動 (movement) ·



☐ 棒球是台灣人民最關注的大型運動賽事項目之一

廣義而言則是「運動的」或「與運動有關的」(高俊雄, 2004)。這當中應該包含了「運動相關的」(sport-related) 以及「體適能相關」(fitness-related) 兩個要素 (Mullin, 1990) · 前者是指觀賞性運動 · 也就是去觀賞運動比賽；後者則是指參與性運動 · 也就是實際去從事體育活動 (雷文谷, 2007)。

二、觀光的概念

觀光英文為“Tour”，其語源來自拉丁語“Tornus”，最早見於1811年英國出版的《牛津英文大辭典》，它是一種社會現象，其定義為：「離家遠行，又回到家裡，在此期間參觀、遊覽一個或數個地方」；但這僅是依字面上來加以解說，並未深入探究其本質 (楊明賢, 2002)。直到1937年國際聯盟 (League of nations) 在第一次的官方會議中建議將觀光定義為：「任何人訪問非日常居住的國家或地區，並停留超過24小時以上」(Mill, 1990)。世界觀光組織 (World Tourism Organization ; WTO) 亦將觀光定義為：「是一個人離開家24小時到外地去，為了休閒、商務、探親和其他目的，遠離了日常生活環境 (usual environment) 去某一地旅行，且停留時間不超過一年而產生的活動」。



☐ 便利的交通使國際往來交流更加便利

近年來針對觀光的定義已放寬到包含單日的旅行，如蘇格蘭觀光局定義「旅行」為超過 3 小時，並強調在某特定地點活動 (Standeven & Tomlinson, 1994)；MacCannell(1996) 則再更新觀光的定義為：「暫時短期的移動到目的地，離開平常居住與工作的地方，並在目的地停留期間進行一些活動，包含單日造訪及短途的旅行」。

觀光產業 (tourism industry) 亦是近年來突飛猛進的新興事業之一，隨著社會及科技的快速進步，觀光已成為人類社會不可或缺的休閒活動之一 (陳建和, 2007)，也因此成為許多國家重要的產業，創造國際能見度的同時也能帶來外匯收入。表 1-1 為各學者檢視各種觀光產業定義後，認為觀光及其產業形成所應該具有的要素，顯見人 (觀光客及組織) 應是重點核心組成，亦點明服務及顧客體驗之重要性。

表 1-1 觀光的形成要素

學者 (西元年)	說明
Wahab(1975); 鍾溫清、曾秉希 (2013)	<p>觀光活動是由人、時間及空間三者所組成，是一種人在一定的時間內，在某一空間裡移動的行為，詳細說明如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ 人：指的是從事觀光的遊客，若沒有觀光客就沒有觀光活動，甚至沒有觀光產業，而這些觀光客包括：國內以及國際的觀光客 ☞ 時間：包含旅遊的季節、旅遊的時間長短 (包含移動及停留的時間)，通常觀光客停留的時間愈長，所帶來的經濟效益也愈高 ☞ 空間：即旅遊之目的地，包括：有形的自然資源 (如山岳、河川、湖泊、海洋等) 及人造資源 (如建築景觀)，甚至無形的人文環境 (如風土民情、節慶習俗) 等
Goeldner & Ritchie(2003)	<p>任何觀光的定義中必須包含以下要素：</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ 觀光客：沒有觀光客就沒有觀光活動 ☞ 提供觀光客商品與服務的企業：觀光活動需有提供商品與服務之企業，也就是旅行社及相關旅遊業者 (如高爾夫渡假村、主題樂園、渡假飯店、航空公司及客運等) ☞ 治理觀光景點的政府部門：如我國觀光旅遊的主管機關觀光局或觀光景點所在地之縣市政府 ☞ 觀光景點內提供接待服務的當地社區或居民：觀光景點內的居民形成在地的旅遊產業 (如潛水業者、衝浪業者、登山嚮導) 或是民宿、餐廳等提供接待服務



表 1-1 觀光的形成要素 (續)

學者 (西元年)	說明
Hall(1995)	<ul style="list-style-type: none"> ☛ 觀光產業的本質仍是服務業：產業的運作及經營在本質上仍屬服務業的模式，需以人為本 ☛ 觀光產業是強調歡樂與休閒活動的事業：主要是要滿足觀光客的需求，使其旅行能夠成功、放鬆或充滿樂趣 (Smith, 1988) ☛ 觀光產業要滿足離家旅行的需求：離家的概念指的是過夜停留，離家的距離與停留的時間可以做為觀光產業的重要特質，提供離家所需的食宿、娛樂等需求

三、運動觀光的概念

Gammom 與 Robinson(1997) 認為運動觀光 (sport tourism) 可分為嚴格定義 (hard definition) 與寬鬆定義 (soft definition) 兩種，在前者，運動觀光客是主動或被動的參與運動賽會；而後者則是運動觀光客離開其居所，主動地去參與休閒運動。亦即所有主動或被動的形式，偶然或有組織的方式，基於商業或非商業的原因，必須遠離家鄉和工作地方，參與運動活動的旅遊 (Standevan & De Knop, 1999)。

因此，運動觀光是指旅行到觀光目的地，並以參與運動、觀賞運動或瞻仰運動遺產為旅行之主要目的 (Turco, Riley & Swart, 2002)。Hall(1992) 亦認為運動觀光 (sport tourism) 可以分為兩類，第一類是觀光客旅行是為了參與運動；另一類是觀光客旅行是為了觀賞運動，因此運動觀光被定義為從事旅行是為了參與或觀賞運動，如 2016 的巴西里約奧運，選手、教練、媒體記者們從事旅行之目的是為了參加比賽，而比賽也吸引全球各地的許多奧運迷們前往巴西里約觀賞運動賽事，為他們國家或個人喜愛的選手、球隊加油。表 1-2 中為各學者認為運動觀光所具備之特點。

表 1-2 運動觀光所具備之特點

學者 (西元年)	說明
Hinch & Higham(2001)	運動觀光是消費者在限定的時間內，離開家庭環境從事與運動有關的旅遊，此處所指的運動具有以下特徵：(1) 具有特定的規則；(2) 具有好玩的特性；(3) 與身體有關的比賽
Neirotti(2003)	運動觀光具備的要點包括：(1) 離開主要的居住地去從事旅遊，並參與休閒性或競技性的運動活動；(2) 旅遊是為了觀賞運動賽事或參與相關活動；(3) 旅遊是為了參訪具有運動特質的景點