

2009年世界運動會巧固球邀請賽現場觀眾觀賞行為之研究

田雅涵 / 國立體育大學

劉駿耀 / 國立體育大學

陳金盈 / 亞東技術學院

摘要

2009年高雄世界運動會巧固球邀請賽，是中華台北唯一包辦男、女子組金牌的球類運動，三日賽程中每日超過千人以上的觀眾親自替臺灣選手加油；但該項運動在臺灣發展30餘年之久卻尚未普及於社會大眾，鮮少人士參與此運動也僅有少部份的學校視其為競技運動。故本研究目的：探討巧固球運動在台尚未普及之因素，並提出具體建議，以在不久的將來能廣泛的推展此項運動。方法：以世界運動會巧固球邀請賽現場觀眾727份有效樣本，透過spss17.0統計軟體進行人口統計變項與觀賞行為之分析。結果：在2009年世運會巧固球賽之現場觀眾727份有效樣本中，男、女生分別佔42.8%與57.2%，多數為16-20歲之間、大學學歷、未婚居多、月收入以5000千元(含)以下、居住地於南部。而巧固球經驗則是以未接觸過巧固球為最多、巧固球運動相關瞭解程度則是以完全不了解為最多。結論：由於觀賞人口變項狹隘，因此建議朝向多樣化的對象進行推廣，以參與或觀賞巧固球運動賽事，親身參與、感受其價值。由觀賞行為調查可以得知，近一年透過媒體或親至現場觀看巧固球賽之頻率皆為「未曾」最多，因此建議在政府機關暨國際（內）巧固球推廣者，在舉辦巧固球賽事能與多媒體合作進行報導或轉播，讓更多的人透過觀賞賽事的過程，了解巧固球運動與開始參與此項運動。最後，未來巧固球要繼續發光發熱，建議各級學校將巧固運動納入課程或成立運動團隊、社團來提升運動人口，必可深化該項運動的發展與競爭水準。

關鍵詞：高雄世運組織委員會、運動賽會、運動觀賞

壹、緒論

一、研究背景與動機

2009年「南世運、北聽奧」分別是7月的高雄世界運動會（以下簡稱世運會）與9月的臺北聽障奧林匹克運動會，可說是臺灣有史以來舉辦過規模最大的運動盛事（劉駿耀、陳金盈，2009）。高雄舉辦第7屆世運會為非奧運主流比賽項目中，最高水平的國際綜合性運動會，計有正式項目26項與邀請賽5項；其中「巧固球」曾在第三屆德國卡里斯魯世運會表演賽，為臺灣拿下男、女金牌；歷經20年缺席再度成為世運賽事中邀請賽項目（高雄世運網，2007）。

雖然臺灣巧固球發展歷史已達約30餘年之久，但該項運動為非亞奧運項目，亦未加入國際單項運動總會聯合會（General Association of the International Sports Federations, GAISF），故在國內外一直未普遍受到重視與推廣；但臺灣巧固球運動在每一發展階段的選手技術都是居於國際之領先地位，雖然巧固球非臺灣發明，但技術卻曾在臺灣發揚

盛行（劉駿耀、陳金盈、黃進成、方慎思，2010）。在世運會賽前，官方網站及各家媒體皆報導，巧固球項目為臺灣最有希望奪牌項目之一；臺灣巧固球選手以擁有堅強實力和團隊默契，挾主場優勢和超水準球技，不負眾望從預賽到決賽，都以大幅度的差距擊敗對手，以預賽全勝之姿晉級決賽奪下男、女雙料冠軍（劉駿耀、方慎思、陳金盈，2009）。因此，國際大型運動賽會除了是選手的舞臺以外，觀眾亦是一個比賽成功與否的重要因素；其中巧固球在33個運動項目中，門票是少部份在世運會開幕前即銷售一空的，三日賽程中，當日現場購票更是一票難求（高雄世運網，2009a）。在國內外已經有很多的學者將研究焦點從運動市場行銷上，轉而探討運動觀賞者的行為，但仍以籃球、棒球、足球這些多數人從事的運動項目居多，卻未見以巧固球運動現場觀眾行為為對象進行研究之相關論述。

在台灣巧固球各層級男、女選手均以高超球技，在世界各國比賽中大放異彩，然而，從事該項運動的人口卻不普遍。本研究希望透過對2009年世運會巧固球賽事現場觀眾之人口統計變項與觀賞行為的瞭解，從中分析出此運動項目在台灣尚未普及之因素，並提出具體建議，使更多人認識、喜好並經常參與巧固球運動；期許政府在打造「運動島」的計畫中，能積極推展巧固球運動與辦理國內（際）比賽，透過優異賽事成績再次讓臺灣走向國際體育舞臺。

二、研究目的

- （一）探討2009年世界運動會觀賞巧固球賽之現場觀眾人口統計變項之特徵。
- （二）探討2009年世界運動會觀賞巧固球賽之現場觀眾之觀賞行為之特徵。

三、名詞解釋

- （一）現場觀眾：本研究所指之現場觀眾的操作性定義為本次7月24至26日賽程，經由購票或取得門票進入2009年世界運動會觀賞巧固球賽之在高雄師範大學體育館觀看比賽的現場觀眾。
- （二）人口變項統計：本研究所指為2009年世界運動會觀賞巧固球賽現場觀眾之人口統計變項，包括性別、年齡、職業、婚姻狀況、教育程度、收入、居住地、巧固球經驗、巧固球了解程度。
- （三）觀賞行為：本研究所指為2009年世界運動會觀賞巧固球賽之現場觀眾，觀賞球賽相關行為之情形，包含觀賞巧固球賽之頻率、是否知悉2007年之巧固球暖身賽、如何得知本賽事訊息、觀賽之日期、有無購買周邊商品、購票方式及知覺票價合理程度。

貳、研究方法

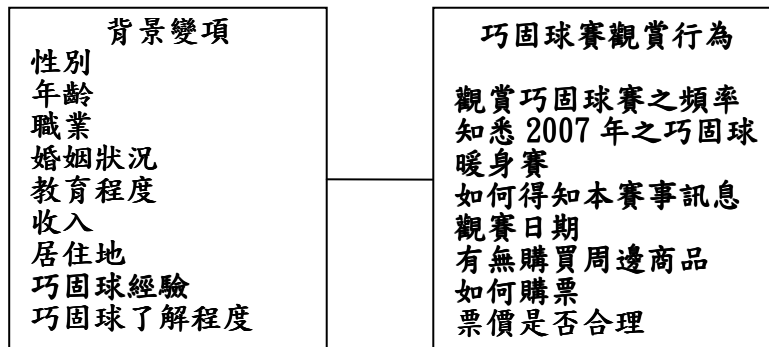
一、研究對象暨問卷發放

本研究以觀賞 2009 年世界運動會巧固球邀請賽之現場觀眾為對象。採便利抽樣，在 2009 年世運會巧固球賽現場，利用觀眾在球賽休息時進行問卷調查。發放期間自 2009 年 7 月 24 日至 7 月 26 日止，共計發放 750 份，在施測前先徵求受測者的同意，再進行

施測。回收問卷共計 750 份，剔除 23 份無效問卷（所有問題答案皆一致、漏答過多或明顯敷衍回答者），有效問卷共計 727 份，問卷回收率為 96.4%。

二、研究架構

本研究為呼應研究目的，研究架構如下：



圖一 研究架構圖

三、研究工具暨統計分析

本研究問卷係參考蔡博任（2005）相關研究統整自編成「2009 年世界運動會巧固球賽觀賞行為之研究問卷」作為測量的工具。採用敘述性統計，以次數分配、百分比等項目顯示 2009 年世界運動會觀賞巧固球賽之觀眾分布情形、社經背景屬性、對巧固球了解程度以及對觀賞行為等資料的描述。

參、研究結果

本段依據「2009 年世界運動會巧固球賽觀賞行為之研究問卷」之「受試者基本資料」、「巧固球賽觀眾觀賞行為」量表兩部份，調查所獲得的各項資料進行統計分析並加以討論。

一、樣本特性

本節主要針對 2009 年世界運動會巧固球賽觀眾之人口背景變項，包含性別、年齡、職業、婚姻狀況、教育程度、月收入、居住地、巧固球經驗、巧固球了解程度等九項（如表一），以次數分配及百分比來呈現有效樣本的特性。

表一 2009 年世運會巧固球賽觀眾基本資料分佈統計表

項目	組別	人數	百分比
1.性別	男	311	42.8%
	女	416	57.2%
2.年齡	15 歲（含）以下	123	16.9%
	16-20 歲	170	23.4%
	21-25 歲	141	19.4%
	26-30 歲	73	10.0%
	31-35 歲	62	8.5%
	36-40 歲	40	5.5%
	41-45 歲	51	7.0%

3. 職業	46-55 歲	55	7.6%
	66 歲 (含) 以上	12	1.7%
	學生	405	55.7%
	軍公教	135	18.6%
	製造業	25	3.4%
	服務業	52	7.2%
	工業	16	2.2%
	商業	27	3.7%
	農漁牧礦	1	.1%
	家管	23	3.2%
4. 教育程度	其他	43	5.9%
	研究所 (含) 以上	104	14.3%
	大學/專	369	50.8%
	高中/職	130	17.9%
	國中/初中	53	7.3%
5. 婚姻狀況	國小(含)以下	71	9.8%
	未婚	539	74.1%
	已婚	176	24.2%
	其他	12	1.7%
6. 每月收入或零用錢多少元？	5000 元以下	343	47.2%
	5000~9999 元	80	11.0%
	10000~29999 元	93	12.8%
	30000~49999 元	97	13.3%
	50000~69999 元	68	9.4%
	70000(含)以上	46	6.3%
7. 居住地區	北部	62	8.5%
	中部	42	5.8%
	南部	602	82.8%
	東部	11	1.5%
	其他	10	1.4%
8. 巧固球經驗	學校體育課	154	19.3%
	研習活動課程	35	4.4%
	曾為巧固球選手	108	13.6%
	現役巧固球選手	29	3.6%
	未曾接觸過巧固球	428	53.7%
	其他	43	5.4%
9. 巧固球相關 (發明、規則等) 瞭解程度	非常了解	104	14.3%
	了解	147	20.2%
	普通了解	155	21.3%
	僅僅一些	160	22.0%
	完全不了解	161	22.1%

根據上述資料 (如表一) 顯示, 在 2009 年世運會巧固球賽之現場觀眾 727 份有效樣本中, 在性別方面男、女生分別為 311 與 416 人, 各佔全體樣本數 42.8% 與 57.2%, 顯示 2009 年世運會巧固球賽之現場觀眾群以女性佔多數。年齡最多分布在 16-20 歲之間, 佔 23.4%; 21-25 歲之間, 佔 19.4%; 第三為 15 歲(含)以下, 佔 16.9%; 職業則以學生為最多, 佔 55.7%, 就年齡與職業來說, 是以在學學生居多。教育程度以大學最多, 佔 50.8%, 再其次為高中職以下學生。而婚姻狀況則是以未婚居多, 佔 74.1%; 月收入以 5000 千元(含)以下最多, 佔 47.2%, 皆顯示現場觀眾群仍以年輕與學生族群居多。居住地以南部最多, 佔 82.8%, 北部 8.5% 次之, 主要因為世運主辦地於高雄市、高雄縣, 而次因素本研究推估觀眾群中以中華臺北之男 (臺北縣)、女 (屏東、雲林兩縣共組隊) 巧固球選手之所屬親友加油團為多, 因此觀眾的居住地才會以南北為最多。而巧固球經驗則

是以未接觸過巧固球為最多，佔 53.7%，學校體育課與曾為巧固球選手比例次之，如文獻顯示在學校與社會體育尚未普及推展，僅有少部份學校視為競技運動（呂秀美，2004；曾雄忠，2005）；而本研究顯示在 2009 年巧固球賽事之現場觀眾對巧固球運動相關瞭解程度則是以完全不了解為最多，佔 22.1%，第二為僅僅一些，佔 22.0%，第三為普通了解與了解，各佔 21.3%與 20.2%，非常了解僅佔 14.3%，亦與現今巧固球在台灣發展現況相同，因在國內尚未普及與廣泛推展，僅有些許人曾在中小學教育曾接觸該項運動，與少部份學校將其視為競技運動來推廣。

二、巧固球賽觀眾觀賞行為

表二 2009 年世運會巧固球賽觀眾觀賞行為統計表

項目	組別	次數	百分比
1.近一年曾透過任何媒體資訊（電視、網路、影片、部落格等）觀賞巧固球比賽的頻率為？	每周	24	3.3%
	每月	24	3.3%
	每季	25	3.4%
	半年	38	5.2%
	一年	68	9.4%
	未曾	548	75.4%
2.近一年曾到現場觀賞巧固球比賽（含學校練習賽）的頻率為？	每周	42	5.8%
	每月	15	2.1%
	每季	9	1.2%
	半年	32	4.4%
	一年	73	10.0%
	未曾	556	76.5%
3. 您是否知悉在 2007 年 11 月曾舉辦「高雄世運巧固球暖身賽」	知道，有到現場觀賞	90	12.4%
	知道，未到現場觀賞，但有透過網路直播觀看	35	4.8%
	知道，但未到現場觀賞	163	22.4%
	不知道，也未到現場觀賞	439	60.4%
4.您是如何獲知本次「2009 年世運巧固球賽」訊息	報紙	180	11.7%
	電視	232	15.1%
	廣播節目	64	4.2%
	學校老師/親朋好友告知	326	21.2%
	高雄世運會網站	318	20.7%
	高雄世運會平面廣告、文宣等	375	24.4%
	其他	40	2.6%
5.哪幾天會到現場觀賽	第一日(24日)	279	27.8%
	第二日(25日)	360	35.9%
	第三日(26日)	363	36.2%
6.您在世運會巧固球賽事中，有無購買任何周邊商品？	有	146	20.1%
	無	581	79.9%
7.您是透過何種方式購買「2009 年世界運動會巧固球賽」門票？	現場買票	5	.7%
	元氣購票網	79	10.9%
	7-11 的 I-bon	423	58.2%
	他人贈送之免費票	182	25.0%
	其他方式	38	5.2%
8.您自覺得本次票價如何？	便宜	279	38.4%
	合理	433	59.6%
	貴	15	2.1%

根據上述資料（如表二）顯示，在 2009 年世界運動會巧固球賽觀眾觀賞行為項目 1 至 5 為涉入行為，項目 6-9 為消費行為分述如下：

(一) 巧固球賽觀眾涉入行為

近一年透過媒體資訊觀看巧固球賽的頻率為以「未曾」最多，佔75.4%，顯示出巧固球運動在媒體資訊（電視、網路、影片、部落格等）上之比賽資訊甚少，知悉與主動關注本項運動者亦少。而近一年親至現場觀看巧固球賽之頻率亦為「未曾」最多，佔76.5%，顯示出在1996年停辦巧固球中正盃等因素後，讓其發展由頂點逐漸走下坡，以致更少人知悉與接觸此項運動，僅有少部份人士仍持續從事巧固球隊訓練工作。在2007年11月曾舉辦「高雄世運巧固球暖身賽」之訊息知悉方面，以「不知道，也未到現場觀賞」為最多，佔60.4%，本研究認為因巧固球與沙灘手球賽為世運會承辦的第一場暖身賽事，但這兩項運動在國內仍不普及，且宣傳上亦不像其他接近開幕日之暖身賽事，較為隆重盛大，以至於國人對於2007年11月所舉辦「高雄世運巧固球暖身賽」以不知悉，且未到現場觀看為最多。而獲知本次2009年世運巧固球賽訊息的部分，以經由「高雄世運會平面廣告、文宣等」得知為最多，佔24.4%，另經由世運會網站得知此比賽，亦佔20.7%之多，研究者認為其因與世運會網站顯示巧固球項目為中華台北隊最有希望奪牌等資訊有關（世運會網站，2009b）。而兩者佔45.1%的情形下，研究者推論由此可知在世運會整體廣告、文宣與世運網站資訊媒體上呈現，再經由其他報紙、電視、廣播等報導，才讓世運會巧固球賽的現場座位場場爆滿。另外，由學校老師、親朋好友告知比賽訊息亦佔21.2%，研究發現由學校進行推廣亦為一個有力的方式。

(二) 巧固球賽觀眾消費行為

巧固球賽事三天賽程會現場觀賽在24日（星期五）佔27.8%、25日（星期六）35.9%、26日（星期日）佔36.2%，三天參與現場觀賞情形明顯呈現例假日觀賞人潮居多，且最後一日為男、女比賽決賽。世運會巧固球賽事中，有無購買任何周邊商品分別佔20.1%、79.9%，可能因巧固球項目為世運會11日賽程的最後3日的賽程，且未針對各運動項目製作相關商品，故在現場觀眾購買世運會周邊商品僅有20.1%。2009年世界運動會巧固球賽門票購買方式以在全台4800家7-11的I-bon佔58.2%，更證明高雄世運基金會為擴大宣傳世界運動會票券，特地與擁有廣大通路的7-11合作，方便全台民眾購買世運門票達顯著效果；另在他人贈送之免費票佔25.0%，原因應為承辦單位高雄市建設局推銷成功與國際巧固球總會協助贊助每日來看比賽之現場排隊觀眾所致，故在元氣購票網僅佔10.9%，而現場每日僅有150張門票，故現場購票比例甚低。最後，對本次票價價格感到合理佔59.6%，感到便宜佔38.4%，感到貴則僅佔2.1%。綜整上述影響巧固球賽觀眾消費行為，可能與巧固球票價僅100元且為世運的球類運動中的希望奪金項目有關。

肆、結論與建議

本研究旨在探討2009年世界運動會巧固球邀請賽現場觀眾行為之現況，分別以現場觀眾基本資料與現場觀眾觀賞行為進行探討。

一、結論

(一) 樣本背景變項之特性

在727份有效的樣本當中，觀眾以女性、16~20歲、學生、大學/專學歷、未婚、個

人月收入 5,000 元（含）以下、居住地區於南部、巧固球經驗以未曾接觸過、巧固球瞭解程度以完全不瞭解居多。由此可知，往後相關賽事推廣應留心於非學生族群與非賽事舉辦地區。

（二）觀賞行為調查之分析

在2009年世界運動會巧固球賽觀眾觀賞行為中，近一年透過媒體資訊觀看巧固球賽的頻率為以「未曾」最多。而近一年親至現場觀看巧固球賽之頻率亦為「未曾」最多。在2007年11月曾舉辦「高雄世運巧固球暖身賽」之訊息知悉方面，以「不知道，也未到現場觀賞」為最多。獲知本次2009年世運巧固球賽訊息的部分，以經由「高雄世運會平面廣告、文宣等」得知為最多。

二、建議

- （一）由於觀賽觀眾之人口變項的狹隘，因此本研究推論目前巧固球在國內尚未普及與廣泛推展，僅有些許人曾在中小學教育曾接觸該項運動，與少部份學校將其視為競技運動來發展，故平日有巧固球運動習慣的人當然為少數，此建議予未來巧固球運動推廣者參考，在推廣的方向應著重於多樣化的對象。
- （二）由觀賞行為調查可以得知，近一年透過媒體資訊及親自現場觀看巧固球賽的頻率以「未曾」最多。因此建議相關協會或巧固球推廣者，可多舉辦巧固球賽事，並與媒體合作進行轉播，讓更多的人透過觀賞賽事的過程，更加了解巧固球運動，甚至開始參與此項運動。
- （三）研究發現觀眾前往現場觀賞比賽可加強此運動的推廣，亦可讓觀眾對巧固球運動加深認同感，並透過親身參與、感受其價值，讓現場觀眾得知台灣巧固球運動在每一發展階段的選手技術都是居於國際之領先地位。因此，建議在未來各縣市政府教育局積極支持且持續鼓勵，並在各級學校將巧固運動納入課程或成立運動團隊、社團來提升運動人口，讓是項運動參與或觀賞從學校紮根。

最後，巧固球七人制比賽結合室內運動場館，讓過程變成具觀賞性與競賽性的國際化競技運動，相信只要讓國人多接觸巧固球、巧固球賽事，國人必能夠感受其樂趣。尤在高雄世運會成功經驗與優異成績下要繼續發光發熱，透過台灣接下亞太巧固球總會和國際巧固球總會，主導未來四年國內、亞洲與全球巧固球運動，期許再次開啟國人對是項運動參與、運動欣賞與運動經驗，讓巧固球運動從台灣推行至全世界。

參考文獻

- 呂秀美（2004）。巧固球運動越區技術分析：以2004年世界盃巧固球冠亞軍賽中華Avs. 瑞士（成人男子組）為中心。論文發表於2004年巧固球運動科學學術研討會，國立屏東師範學院，屏東市。
- 高雄世運網（2007）。高高舉起的巧固球。2007年11月19日，資料引用http://www.worldgames2009.tw/wg2009/cht/content.php?a_id=226
- 高雄世運網（2009a）。開幕門票剩最後 3450 張 民眾欲購從速。2009 年 7 月 8 日，資料引用 http://www.worldgames2009.tw/wg2009/cht/content.php?a_id=649

- 高雄世運網 (2009b)。第八屆世界運會-中華台北隊有希望奪牌項目。2009 年 7 月 8 日，
資料引用 http://www.worldgames2009.tw/wg2009/cht/koc_twg2009.php
- 曾雄忠 (2005)。巧固球選手中樞騰空射網動作與兩側射網動作差異及成功率之比較研究。未出版之碩士論文，國立臺灣體育學院體育研究所，臺中市。
- 劉駿耀、方慎思、陳金盈 (2009)。世運金牌 唯我中華-中華男子巧固球隊。北縣體育，
26，15-20。
- 劉駿耀、陳金盈 (2009)。臺北縣立三民高中巧固球隊之發展 (1998-2008)。98 年度大專
育學術專刊，1-7。
- 劉駿耀、陳金盈、黃進成、方慎思 (2010)。巧固球運動在臺灣發展之概況 (1977-2009)。
論文發表於 2010 年臺灣運動社會學年度研討會，桃園縣，國立體育大學。
- 蔡博任 (2005)。2004 年世界盃室內五人制足球賽現場觀眾觀賞動機、觀賞行為及觀賞滿意
意度之研究。未出版碩士論文，國立體育大學休閒產業經營學系，桃園縣。

Spectator's behaviors of the Tchoukball games in The World

Games 2009

Ya-Han Tien / National Taiwan Sport University

Chun-Yao Liu / National Taiwan Sport University

Chin-Ying Chen / Oriental Institute of Technology

Abstract

The Tchoukball games of The World Games 2009 In Kaohsiung is the only one competition that Chinese Taipei won both men's and women's gold metal. Tchoukball developed over than 30 years in Taiwan; however, it did not popularize. There are only a few people who participate in this sport. Therefore, the researcher wanted to investigate the factors of Tchoukball didn't popular in Taiwan. Then bring up some specific suggestions to improve it.

By using questionnaire and statistical analysis, study results indicated that the majority of respondents were comprised by female, people of 16-20 years old, university school record, single, monthly incomes below 5000 dollars, from north and south of Taiwan. And most of the spectators have never participated in any Tchoukball events. Due to the narrow sample, the researcher suggested to promote it to multiple populations. By raising the multiple populations in Tchoukball, the researcher expected that Tchoukball skills can keep progressing in Taiwan.

Key word : Kaohsiung Organizing Committee 、 sport event 、 sport spectator