

編號：(102)020.601

我國銀髮族休閒養生產業發展策略之研究

委託單位：行政院經濟建設委員會

執行單位：宇智顧問股份有限公司

本報告內容係研究單位之觀點，不代表委託機關之意見

行政院經濟建設委員會

民國 102 年 05 月

編號：(102)020.601

我國銀髮族休閒養生產業發展策略之研究

委託單位：行政院經濟建設委員會

執行單位：宇智顧問股份有限公司

本報告內容係研究單位之觀點，不代表委託機關之意見

行政院經濟建設委員會

民國 102 年 05 月

編號：(102)020.601

我國銀髮族休閒養生產業發展策略之研究

計畫主持人：曹平霞

委託單位：行政院經濟建設委員會

執行單位：宇智顧問股份有限公司

團隊成員：翁志遠、劉家勇、高慈蕙、廖學能、許瓊文、馮志峰、

陳芄諭、郭建廷

本報告內容係研究單位之觀點，不代表委託機關之意見

行政院經濟建設委員會

民國 102 年 05 月

中文摘要

本研究主要針對健康及亞健康之銀髮族進行休閒養生產業之規劃，內容含括銀髮族為消費者與銀髮族為資源提供者等兩個面向。銀髮族做為消費者的部分，本研究借鏡國際相關產業之發展經驗，實際了解國內銀髮族之需求和特性後，並以台灣之資源與優勢為考量，規劃台灣休閒養生產業之走向，提出整體社會和經濟結構之發展方向。另一方面，本研究也將銀髮族群定位為具有生產性的資源提供者，並提出如何將銀髮資源重新導入休閒養生市場，建立應用銀髮資源的相關產業商業模式並提出相關配套措施之建議。本研究執行內容包括：

- (1). 國內外文獻回顧。本研究蒐整國內外相關機構之資料進行研究。國外資料蒐集部分包括日本、美國、歐洲等國之發展經驗，國際論壇及民間組織的相關研究報告。國內文獻研究部分則包括銀髮族休閒養生產業相關資料，政府統計資料等。最後，根據所蒐整之資料，界定我國銀髮族休閒養生產業。
- (2). 舉辦兩場專家座談會以及兩場焦點群體訪談。專家座談會主要目的在於蒐整各方專家學者對於銀髮族休閒養生產業之建議和想法，並提出對於未來產業發展方向及法規政策的建議。焦點群體訪談主要目的在於蒐整銀髮族們對於休閒養生活動之實際需求和想法。
- (3). 執行問卷調查研究。了解台灣銀髮族對於相關產業之需求和普遍狀況。
- (4). 舉辦國際研討會。邀請國內外產業界及學術界之專家分享產業發展推動經驗及產業趨勢。
- (5). 資料整合、分析與提出本案研究結論與建議。團隊根據第一手及第二手資料蒐整，並透過與專家學者們和銀髮族的對談和討論，了解銀髮族的實際需求以及專家學者們之建議，再將台灣產業之現況、利基和資源納入考量，最後提出我國銀髮族休閒養生產業之發展項目及先導計畫。

本研究所提相關產業發展建議簡述如下：

建議銀髮族休閒養生產業		產業發展策略建議項目
健身運動相關產業		(1). 放寬運動產業發展計畫之扶助對象相關規範 (2). 持續推動銀髮族運動輔導人員相關能力認證及培訓課程 (3). 善用既有科技提升運動成效
觀光遊憩 相關產業	健康養生旅遊	(1). 促進養生活動「產業化」及「觀光化」 (2). 以健康和亞健康的銀髮族群為主要客群 (3). 鼓勵民俗調理業者參與銀髮族健康養生旅遊
	觀光郵輪	(1). 建議成立綜合協調單位 (2). 獎勵本土企業對郵輪產業之投資 (3). 擴大區域合作

		(4). 加強推廣銀髮族來台旅遊補助之政策
	高齡友善樂園	(1). 提供安全且適合銀髮族及其全家共同使用之設施 (2). 建構安全防護設備 (3). 降低開發流程風險 (4). 獎勵企業對高齡友善樂園產業投資
保健養生相關產業_ 保健食品		(1). 強化台灣本土中草藥植物研發 (2). 強化保健食品的管理與國際行銷
益智遊戲相關產業		(1). 以軟體開發切入國際銀髮族智慧型益智遊戲市場 (2). 結合銀髮族懷舊元素進行軟體程式之設計 (3). 協助創造銀髮族需求面 (4). 縮小數位落差及科技恐懼症
高齡友善環境建構相關產業_ 智慧型養生村及智慧型日間照護中心配套活動		(1). 活化養生村相關產業商業模式 (2). 政策鼓勵管理顧問服務業進入養生村及照護中心相關規劃 (3). 鼓勵多元參與及強化人員培訓管道
銀髮族資源活化相關產業_ 「高齡講堂」		(1). 成立跨部會專責單位，擔任資源協調、分配與運用者 (2). 推動「高齡講堂」與在地休閒養生活動結合成為套裝行程 (3). 協助建立銀髮人力資料庫、開發多元師資 (4). 持續倡導活到老學到老的觀念

本研究所提先導計畫簡述如下：

建議之先導計畫	先導計畫執行建議
亞太青銀共創協會	(1). 亞太青銀共創協會之任務為「啟動青年創業之基因，激勵銀髮再造之活力，整合青年之動力、銀髮之資源，共創台灣經濟和社會福祉」。 (2). 強調銀髮族為資源提供者的角色。未來規劃協會內將有多項不同的小組及活動。
高齡友善觀光標章	(1). 統一建立全國性的高齡友善觀光標章及認證。 (2). 應將友善建築之認證標準、各項名勝景點、旅館、運輸工具納入考量。 (3). 除硬體設施外，軟體服務的部分，如人員及語言的訓練等，也應受認證和規範。
銀髮族旅遊手冊（紙本及雲端）及銀齡旅遊卡	(1). 政府可持續推出「台灣觀巴」的銀髮族旅遊優惠方案，並提供相關旅遊手冊。 (2). 比照青年旅遊卡，推出銀齡旅遊卡。除可增進銀髮族旅遊時的方便性，刺激銀髮族出遊意願外，也可推廣高齡友善商家之優惠訊息，促使各商家朝向高齡友善之目標邁進。
銀髮族實驗室	(1). 推動產學合作，再透過實驗室邀集銀髮族實際試用或聆聽相關想法，並請銀髮族就自身之經驗和使用習慣給予建議。 (2). 研究範圍可含括：銀髮族對於數位科技的使用、ICT 產業對於銀髮族生活之應用、銀髮族心靈層面需求探討、促進銀髮族生活便利之產品研發、銀髮族健身用品等。
銀髮族休閒養生活動陪伴師制度	(1). 目前台灣仍缺乏針對健康及亞健康銀髮族為主的生活服務產業和商業模式。 (2). 針對健康及亞健康銀髮族之休閒養生需求，規劃相關之培訓課程和證照。 (3). 鼓勵民間以多元的模式參與，主要針對銀髮族休閒娛樂等養生、預防性的項目。 (4). 受訓的學員除青壯年族群外，也鼓勵中高齡銀髮族參與，活化銀髮族資源。
銀髮族相關比賽活動	(1). 銀髮族可於活動中，重新燃起活力，透過賽前之練習、良好運動家精神之培養，也可增進銀髮族彼此之間的互動和情誼。 (2). 透過舉辦相關比賽活動，也可喚起社會大眾對於銀髮族議題之關注，並進而教育民眾正確之銀髮族相關概念和心態。

Abstract

The objective of this study is to define the suitable industries and business models in Leisure and Wellness for senior citizens for Taiwan's future economic development. Based on Taiwan current environment and niches, this study proposes several categories for Taiwanese Wellness and Leisure industries. The team proceeds the study as the followings :

- (1). Collected and reviewed the papers and reports about seniors related topics of international and domestic economic bodies. The team did further study and investigation on the subjects which have strong link to Taiwanese industries. The international study includes Japan, USA and European countries on the programs and projects for seniors from Governments and private sectors. Domestic study includes paper and reports on various Leisure and Wellness related activities and programs. Data collected from Government official statistics bureau and our own survey provides the basics for our reports which drew the directions for industry development.
- (2). Held two experts discussion sessions and two focus group interviews. At the expert discussion sessions, the team collected opinions and suggestions from private industry segment and academia in terms of market sizes and opportunities in Leisure and Wellness industries for seniors. At the focus group interviews, the team gathered the requirements and needs directly from the seniors.
- (3). Conducted surveys to gather data. Based on the data collected, the team can understand the needs and current status of Taiwanese seniors, so more realistic and appropriate suggestions can be made.
- (4). Held an "International Conference of Leisure and Wellness Industries for Seniors". The team invited speakers from Japan, the U.S. and Taiwan to share their first-hand experiences in aging societies' business opportunities.
- (5). Based on the data and information collected from processes mentioned above, the team conducted a thorough analysis to integrate Taiwanese current environment and industry niches into new business models. The team stipulated related policies and regulations what need to be created or improved. At the end of the study, the team proposed six pilot projects to implement.

The team suggests the following industries:

Industries		Implementation strategies and regulation recommendations
Physical Fitness Exercises		<ol style="list-style-type: none"> (1). Loosen the applicant's qualification for the "Sports Industry Development Subsidy Program". (2). Promote trainings and certification for "senior physical fitness instructors". (3). Utilize technologies and resources to promote the physical fitness activities for seniors.
Tourism industries	Wellness Tourism	<ol style="list-style-type: none"> (1). Integrate related activities and services into a "wellness tourism" package. (2). Target the sub-healthy and healthy seniors to participate in related activities. (3). Encourage new business models to focus on senior-friendly sport facilities and services.
	Cruise Tourism	<ol style="list-style-type: none"> (1). Establish a dedicated office to coordinate all related affairs. (2). Encourage Taiwanese business to invest cruise tourism related business. (3). Increase the cooperation among all countries and regions. (4). Offer subsidies to seniors to attract and promote cruise tourism.
	Senior Friendly Theme Park	<ol style="list-style-type: none"> (1). Offer suitable and safe entertainment facilities for seniors and their families. (2). Establish security protection facilities, such as radio frequency identification system, computer controlled park equipment. (3). Assist investors to reduce the risks when developing senior friendly theme parks. Such as BOT case. (4). New policy formed in order to encourage business to invest "senior friendly theme parks".
Health Food and Food Supplement		<ol style="list-style-type: none"> (1). Enhance industry and academic cooperation for Taiwanese food industries. (2). Enhance the products control and management of Health Food and Food Supplement through the new regulations. To promote the Taiwanese brands internationally. Through customers education with correct information to maintain the credibility of health food and food supplement markets.
Intelligent Video Games		<ol style="list-style-type: none"> (1). Penetrate the market through software applications. (2). Integrate Seniors' characteristics into the video games. Localization the games for each region. (3). Increase the demands through cross industries and

	<p>multi-disciplined cooperation, such as: games competition for seniors in Chinese trivia etc.</p> <p>(4). Decrease technophobia for seniors.</p>
Intelligent Seniors wellness Program	<p>(1). Encourage multi-disciplined industries to cooperate in developing a comprehensive wellness program for seniors, such as: Builder, activities organizer, physical therapist etc.</p> <p>(2). Incorporate “activities” oriented service into seniors program.</p> <p>(3). Diversified, well-trained and cross-disciplined personnel shall be the keys for success of Intelligent Seniors Healthy Living Program.</p>
“Senior on Stage” Program	<p>(1). Establish an office to coordinate all related affairs.</p> <p>(2). “Senior on stage” - be a mentor to other age groups. It also integrates with other tourism activities to attract local or overseas visitors.</p> <p>(3). Establish various human resource database pools, such as management consultants, technical trainers, inspirational speaker, angel investors etc.</p> <p>(4). Cultivate and promote the lifetime learning.</p>

Pilot projects proposed by the team:

pilot projects	Proposals for the Public and Private sectors
Pan Asia Innovation Association for Young Entrepreneurs and Retiree (YERE)	<p>(1). YERE aims to integrate the resources from the seniors and energies from the young entrepreneurs to create innovative enterprises together. Through this platform, two generations can mutually understand each other more. New business models and investment shall be injected into our society in order to enhance social welfare and create new economy.</p> <p>(2). Emphasize seniors as providers, not just passive receivers.</p> <p>(3). As platform for solving business problems via lobbying to the Government Agencies.</p>
Senior Friendly Sign (SFS)	<p>(1). Design and promote a Nation-wide “Senior Friendly Sign”.</p> <p>(2). Certify buildings, transportation vehicles, accommodation and scenic spots with “SFS” throughout the country.</p> <p>(3). Besides facilities, services training for attendants or staff in manners and languages should be important part of certification process.</p>
Senior Tourism Guide and	<p>(1). Continue to offer the discounted price for seniors taking tour bus and senior tours.</p> <p>(2). Offer Senior Travel Pass to enhance the convenience of senior traveling along with</p>

Senior Travel Pass	the incentives to travel agents to offer such senior friendly service.
Age Lab	<ol style="list-style-type: none"> (1). Promote industry and academic cooperation for new invention of facilities and services for seniors, and seniors could give suggestions or feedbacks to the study through this platform. (2). The exploration areas include: the utilization of ICT technology, the invention of new innovative services for seniors, etc.
Senior Activity Partner (SAP)	<ol style="list-style-type: none"> (1). Taiwan market seems lacking of business models to providing accompanying services for sub-healthy and healthy seniors. (2). Based on the demands from sub-healthy and healthy seniors', to train "Senior Activity Partner" (SAP). Qualified individuals receive certifications. Job referral for certified SAP enhances social welfare and economic benefits. (3). Conduct certification process for SAP training and referral programs (4). Encourage seniors join SAP training programs, so seniors can be SAP also.
Competition for seniors	<ol style="list-style-type: none"> (1). Conduct various competition events for seniors, such as dance, fast walking, sports, painting, singing etc. The purpose is to bring seniors new hope and energy to a higher level. (2). Educate the public with positive view and attitude toward seniors.

目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究架構與方法.....	3
第二章 銀髮族需求特性及研究範疇界定.....	7
第一節 銀髮族特性及需求文獻探討.....	7
一、 銀髮族生心理特性.....	7
二、 嬰兒潮銀髮族特色.....	10
第二節 銀髮族老化理論與發展文獻分析及探討.....	12
一、 馬斯洛需求層級理論分析與探討.....	12
二、 成功老化、活躍老化與生產老化文獻分析與探討.....	13
第三節 銀髮族休閒養生產業範疇.....	16
第三章 國際及國內銀髮族休閒養生產業發展趨勢與國內相關契機之分析.....	20
第一節 國際銀髮族休閒養生產業發展趨勢.....	20
一、 世界經濟論壇與麥肯錫管理顧問公司研究報告.....	20
二、 個案介紹與分析.....	22
第二節 我國銀髮族休閒養生需求發展趨勢.....	40
第三節 我國銀髮族休閒養生產業發展契機.....	43
一、 健身運動相關產業.....	46
二、 觀光遊憩相關產業.....	46
三、 高齡友善環境建構相關產業.....	49
四、 ICT 相關應用產業.....	49
五、 銀髮族資源活化相關產業.....	49
第四章 我國銀髮族休閒養生產業發展建議.....	51
第一節 健身運動相關產業.....	51
一、 放寬運動產業發展計畫之扶助對象相關規範.....	53
二、 持續推動銀髮族運動輔導人員相關能力認證及培訓課程.....	53
三、 善用既有科技提升運動成效.....	54
第二節 觀光遊憩相關產業.....	55
一、 健康養生旅遊.....	55
二、 觀光郵輪.....	56
三、 高齡友善樂園.....	59
第三節 保健養生相關產業.....	62
一、 強化台灣本土中草藥植物研發.....	64
二、 強化健康食品的管理與國際行銷.....	64
第四節 益智遊戲相關產業.....	64
一、 以軟體開發切入國際銀髮族智慧型益智遊戲市場.....	66
二、 結合銀髮族懷舊元素進行軟體程式之設計.....	66

三、	協助創造銀髮族需求面.....	66
四、	縮小數位落差及科技恐懼症.....	66
第五節	高齡友善環境建構相關產業.....	67
一、	活化養生村相關產業商業模式.....	70
二、	政策鼓勵管理顧問服務業進入養生村及照護中心相關規劃..	71
三、	鼓勵多元參與及強化人員培訓管道.....	71
第六節	銀髮族資源活化相關產業.....	71
一、	成立跨部會專責單位，擔任資源協調、分配與運用者.....	71
二、	推動「高齡講堂」與在地休閒養生活動結合成為套裝行程..	71
三、	協助建立銀髮人力資料庫、開發多元師資.....	72
四、	持續倡導活到老學到老的觀念.....	72
第五章	結論與建議.....	74
第一節	研究成果整理.....	74
第二節	後續研究建議.....	76
一、	研究討論範疇應更深入及細緻化.....	76
二、	針對需被照護的銀髮族進行相關探討.....	77
三、	持續調查銀髮族特性與需求變化趨勢.....	77
第三節	先導計畫.....	78
一、	成立亞太青銀共創協會- 活化銀髮族資源.....	78
二、	高齡友善觀光標章.....	78
三、	發行銀髮族旅遊手冊（紙本及或/雲端）及銀齡旅遊卡.....	82
四、	發展銀髮族實驗室.....	82
五、	發展銀髮族休閒養生活動陪伴師制度.....	82
六、	積極舉辦銀髮族相關比賽活動.....	85
參考文獻	86
附件一	專家訪談發言摘要.....	93
附件二	焦點群體訪談發言摘要.....	115
附件三	樂齡族休閒養生產業國際研討會 大會剪影.....	117
附件四	日本巢鴨商店街區.....	118
附件五	問卷題本與分析結果.....	119
附件六	銀髮族智慧型裝置.....	169
附件七	亞洲郵輪市場現況.....	171
附件八	台灣四大港口觀光遊輪發展現況.....	173
附件九	摩根樂園簡介.....	176
附件十	期初意見之辦理情形.....	179
附件十一	期中意見之辦理情形.....	180
附件十二	教育部意見之辦理情形.....	189
附件十三	期末意見之辦理情形.....	199

圖目錄

圖 1 本研究研究方法示意圖	4
圖 2 本研究研究架構圖	5
圖 3 需求層級理論示意圖	13
圖 4 成功老化、活躍老化、生產老化概念示意圖	15
圖 5 日本家庭結構變化圖	25
圖 6 日本經濟寬裕銀髮族消費項目分析示意圖	28
圖 7 日本銀髮族相關產業示意圖	30
圖 8 歷年高齡勞動者比例的國際比較示意圖	31
圖 9 1900 至 2010 年芬蘭男女平均餘命及預測值示意圖	33
圖 10 仙台-芬蘭健康福祉照護中心簡易配置圖及外觀照片	35
圖 11 主題樂園區分圖	60
圖 12 保健食品產業推估範圍	63
圖 13 本研究問卷調查樣本經濟來源	120
圖 14 本研究問卷調查樣本參與各類休閒養生活動可能性分析圖	123
圖 15 受訪者願意從事各類休閒養生活動之花費分析圖/以地區分	126
圖 16 受訪者願意從事各類休閒養生活動之花費分析圖/以性別分	126
圖 17 受訪者願意從事各類休閒養生活動之花費分析圖/以年齡分	126
圖 18 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞影音表演意願影響分析圖/以地區分	128
圖 19 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞影音表演意願影響分析圖/以性別分	128
圖 20 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞影音表演意願影響分析圖/以年齡分	128
圖 21 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞文藝展覽之意願的影響分析圖/以地區分 ...	130
圖 22 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞文藝展覽之意願的影響分析圖/以性別分 ...	130
圖 23 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞文藝展覽之意願的影響分析圖/以年齡分 ...	130
圖 24 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者參與藝文創作或表演意願的影響分析圖/以地區分	132
圖 25 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者參與藝文創作或表演意願的影響分析圖/以性別分	132
圖 26 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者參與藝文創作或表演意願的影響分析圖/以年齡分	132
圖 27 津貼補助對於受訪者觀賞體育競賽意願的影響分析圖/以地區分	134
圖 28 津貼補助對於受訪者觀賞體育競賽意願的影響分析圖/以性別分	134
圖 29 津貼補助對於受訪者觀賞體育競賽意願的影響分析圖/以年齡分	134
圖 30 津貼補助對於受訪者參與健身運動意願的影響分析圖/以地區分	136
圖 31 津貼補助對於受訪者參與健身運動意願的影響分析圖/以性別分	136
圖 32 津貼補助對於受訪者參與健身運動意願的影響分析圖/以年齡分	136
圖 33 津貼補助對於受訪者參與國內與國外旅行意願的影響分析圖/以地區分	138
圖 34 津貼補助對於受訪者參與國內與國外旅行意願的影響分析圖/以性別分	138
圖 35 津貼補助對於受訪者參與國內與國外旅行意願的影響分析圖/以年齡分	138
圖 36 津貼補助對於受訪者參與成人教育意願的影響分析圖/以地區分	140

圖 37 津貼補助對於受訪者參與成人教育意願的影響分析圖/以性別分	140
圖 38 津貼補助對於受訪者參與成人教育意願的影響分析圖/以年齡分	140
圖 39 津貼補助對於受訪者參與社交聯誼活動意願的影響分析圖/以地區分	142
圖 40 津貼補助對於受訪者參與社交聯誼活動意願的影響分析圖/以性別分	142
圖 41 津貼補助對於受訪者參與社交聯誼活動意願的影響分析圖/以年齡分	142
圖 42 津貼補助對於受訪者使用或參與養生村相關活動意願的影響分析圖/以地區分	144
圖 43 津貼補助對於受訪者使用或參與養生村相關活動意願的影響分析圖/以性別分	144
圖 44 補助對於受訪者使用或參與養生村相關活動意願的影響分析圖/以年齡分	144
圖 45 補助對於受訪者購買能夠促進生活便利的用品意願的影響分析圖/以地區分	146
圖 46 津貼補助對於受訪者購買能夠促進生活便利的用品意願的影響分析圖/以性別分	146
圖 47 津貼補助對於受訪者購買能夠促進生活便利的用品意願的影響分析圖/以年齡分	146
圖 48 貼補助對於受訪者參與中醫保健/抗衰老醫美意願的影響分析圖/以地區分	148
圖 49 津貼補助對於受訪者參與中醫保健/抗衰老醫美意願的影響分析圖/以性別分	148
圖 50 津貼補助對於受訪者參與中醫保健/抗衰老醫美意願的影響分析圖/以年齡分	148
圖 51 銀髮族使用平板電腦之實例圖	169
圖 52 NDS 的 Brain Age 益智遊戲實例圖	169
圖 53 適合銀髮族參與之坐式排球實例圖	178
圖 54 摩根樂園內之特殊迴轉木馬設施實例圖	178
圖 55 適合所有年齡以及能力者的盪鞦韆設施實例圖	178
圖 56 摩根樂園每週五的銀髮族日實例圖	178
圖 57 摩根樂園內之 RFID 手環實例圖	178
圖 58 摩根樂園內的看版實例圖	178

表目錄

表 1 銀髮族生心理特徵之文獻分析表.....	7
表 2 銀髮族養身需求的變化.....	11
表 3 產業相關定義分析表.....	16
表 4 銀髮族休閒養生產業與活動的差異比較分析表.....	17
表 5 日本 1950 年至 2010 年間銀髮族人口數及其佔總人口比例說明表.....	23
表 6 日本銀髮族相關產業規模.....	29
表 7 休閒運動定義整理表.....	51
表 8 我國銀髮族運動輔導人員相關證照及培訓課程資訊.....	54
表 9 目前市面上銀髮族相關遊戲軟體一覽表.....	65
表 10 本研究所提相關產業建議.....	74
表 11 台灣現行高齡友善相關標章說明表.....	79
表 12 目前台灣銀髮族照護培訓課程和認證制度一覽表.....	83
表 13 本研究問卷調查樣本患有慢性病及健康狀況交叉整理表.....	121
表 14 本研究問卷調查樣本運動習慣及健康狀況交叉整理表.....	121
表 15 本研究問卷調查樣本參與各類休閒養生活動可能性分析表.....	122
表 16 受訪者對於各類休閒養生活動所願意之花費分析表.....	125
表 17 大學生志工陪伴與津貼補助對於受訪者觀賞影音表演意願的影響分析表.....	127
表 18 受訪者對於觀賞文藝展覽之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	129
表 19 受訪者對於參與藝文創作或表演之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	131
表 20 受訪者對於觀賞體育競賽之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	133
表 21 受訪者對於參與體育競賽之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	135
表 22 受訪者對於國內外旅行之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	137
表 23 受訪者對於成人教育之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	139
表 24 受訪者對於社交聯誼之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	141
表 25 受訪者對於養生村及其所舉辦的各類休閒養生活動之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	143
表 26 受訪者對於購買能夠促進生活便利的用品之可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	145
表 27 受訪者對於從事中醫保健之可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表.....	147
表 28 年齡對於受訪者在活動參與意願上之影響程度.....	149
表 29 年齡對於受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響.....	150
表 30 健康狀況對於受訪者在活動參與意願上之影響程度.....	152
表 31 健康狀況對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響.....	153
表 32 教育程度對於受訪者在活動參與意願上之影響程度.....	154
表 33 教育程度對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響.....	156
表 34 經濟狀況對於受訪者在活動參與意願上之影響程度.....	157
表 35 經濟狀況對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響.....	158

表 36 居住地區對於受訪者在活動參與意願上之影響程度.....	160
表 37 居住地區對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響.....	161
表 38 高雄港 2012 年與 2013 年郵輪停靠表.....	174

第一章 緒論

人口老化為目前全球皆面臨的問題，我國當然也不例外。過去數十年來的醫學進步、衛生條件改善與經濟快速成長，我國人口的結構已歷經相當程度的改變。自 1993 年起，我國高齡人口數（此處指年齡在 65 歲以上者）已佔總人口數的 7.1%，達到聯合國世界衛生組織所訂的高齡化社會（aging society）指標¹；而根據行政院經濟建設委員會（以下簡稱經建會）2012 年所做的人口推計資料，預計我國在 2018 年的高齡人口數將達到總人口數的 14%，進入高齡社會（aged society）；到了 2025 年高齡人口所佔比例更將達到 20%，進入超高齡社會（super aged society）；按此推計，台灣從高齡化社會邁入超高齡社會，僅花費約 32 年，相較於許多歐美國家，我國的人口老化速度甚至來得更快更急，也因此出現許多因快速邁向高齡化而衍生的問題。

第一節 研究動機與目的

人口老化對於一個國家而言，最直接而具大的影響就是在養老金、健康照護及社會照顧等三方面的預算將會持續提高，進而造成國家財政結構的改變。此外，隨著高齡人口的增加、生育率的降低，長期而言將相對造成年輕勞動人口比例的下降、生產的萎縮、儲蓄的減少、勞動力不足等經濟與社會問題。

由於民眾生活水準大幅度的提高、醫療技術和科技持續的進步，我國民眾對於健康養生的意識也逐漸抬頭。根據內政部（2009）統計資料顯示，約 71% 的銀髮族（65 歲以上的族群）自覺其健康及身心功能狀況達中上程度；亦即，在該研究資料中，多數銀髮族身心機能仍是屬於相對健康的狀態。緣此，當銀髮族可自由支配的時間相對增多時，日常生活的安排不僅在於替代退休前的工作型態，更是維持生活品質的重要關鍵，亦即各種休閒養生活動的安排對於銀髮族來說將更顯重要，而這種變化趨勢亦已廣受各界關注。

除了我國以外，其他各國亦面臨相類似的變化；隨著銀髮族群人口的增多，帶來的將不僅僅是危機，更將是轉機和商機。例如：日本目前是亞洲地區高齡化狀況最嚴重的國家，不同的年齡結構變化已造成了不同行業的消長，例如，醫院小兒科、玩具業、一般教育等行業在逐漸消退；而新興的熱門行業則是：護士、寵物業以及休閒旅遊等，銀髮市場（silver market）現正改變著日本的社會與經濟結構。根據統計，日本個人資產總計一千四百兆日圓（約合新台幣四〇七兆元），70% 由五十歲以上人士持有，存款減去負債後的淨金融資產，也以六十五歲以上的族群所掌握的金額最高（陳免、孫蓉萍，2008）；光是嬰兒潮（baby boomer）²銀髮族世代退休，就引爆了 15 兆日圓的銀髮商機（黃富順，2010）。若就消費

¹ 聯合國世界衛生組織（WHO）定義 65 歲以上作為老年人口；若占全國人口比率 7% 後稱為「高齡化社會」，若提高到 14% 即是「高齡社會」，若提高到 20% 以上則被稱「超高齡社會」（徐立忠，1983）。

² 本研究所指嬰兒潮銀髮族為 1946 到 1964 年出生之族群。此一族群之退休生活型態將和前一代

客群分析而言，預計至 2015 年，銀髮族市場將貢獻美國旅遊業約三千四百億美元的商機（ Peter E. Tarlow，2007）。

我國目前也有類似於日本與美國的狀況，特別是嬰兒潮銀髮族正是目前我國社會中擁有龐大的資源的族群，其擁有的資源包括：經驗、人脈、財力等；而其過去的經歷、教育水準和價值觀亦不同於以往的銀髮族群。

事實上，這類身體仍然健康、擁有許多資源和經驗的嬰兒潮銀髮族群，除可是銀髮商機的重要消費者之外，更可以是社會上的資源提供者，因為他們的經驗與知識是無法輕易取代的資源。試想，當 2025 年時，台灣將有超過五分之一的人口為銀髮族，各界若只是將銀髮族視為消費者或者僅以社會福利的角度出發提供補助或救濟銀髮族，將會喪失這批銀髮族資源，進而將造成國家勞動力減弱與競爭力的下滑。

休閒養生產業與銀髮族自身需求息息相關，可以是生理上的休閒養生，也可以是心理上的休閒養生，其中，銀髮族若有意願做為資源的提供者，除可能從中獲取金錢上的報酬外，也得以因此獲得更貼近其需求的服務與心靈上的成就感。而年輕者在與銀髮族互動中更能瞭解銀髮族休閒養生之需求、並從中學習各類技術、經驗以及知識，因而得以成長，加強其工作或創業的能力。

為滿足這一群不同於以往的嬰兒潮銀髮族消費需求以及讓他們有機會與空間發揮身上無法取代的難得資源，各界除需推出過往尚未被發展的新型商業模式外，更需要改變思維，將嬰兒潮銀髮族視為資源提供者，讓其多年累積之的知識和經驗能加速轉化為資源，進而提升並延續我國的國際競爭力。

本研究之主要目的在於透過研究現有相關產業資源與文獻，並考量嬰兒潮銀髮族之特性及需求，將銀髮族之幸福感及心靈上之滿足感納為考量因子，進而提出我國銀髮族休閒養生產業之可行商業模式（尤其將著重於服務業的發展模式），並針對相關產品、服務與政策提出建議。鑑於一個產業的發展，有其客觀的市場條件；而銀髮族休閒養生產業的蓬勃與發展，除了依靠政府及非營利組織的推動外，民間企業及市場機制的共同協力亦是不可或缺的一環；因此，本研究的另一目的則期待能透過政策規劃的指引，導入民間市場的力量，進而讓政府、非營利組織與企業相互合作，彌補各自的短缺之處，發揮更大的綜效。

整體而言，本研究希望透過提出適合的發展模式，促進嬰兒潮銀髮族身心靈的健康，進而有效節制銀髮族日後在醫療上所需之花費，減低台灣社會福利資源的預算支出，同時達到推廣將銀髮族視為資源提供者的概念；並推動銀髮族人力資源再活化策略，回應「青年創業」之政策，於休閒養生產業中，研提創新合宜的商業模式，協助銀髮資源與青年創業所需做串聯，加速育成我國休閒養生產業，並促成社會的良性循環；期望也相信未來的銀髮族除將擁有一個更友善的環境外，更能將其累積之資源和經驗分享給各界，一同參與並帶動我國經濟上的進

有顯著不同；相對而言，前一代的銀髮族群，由於過去成長環境較為刻苦，養成了較為節儉、保守的世代特性，也因此，在老年生活的消費和生活習慣，仍然保持較為節儉、保守的特性，較不願意在休閒養生活動上過度花費。

步及社會上的和諧與幸福感。

第二節 研究架構與方法

鑒於銀髮族休閒養生產業涵蓋範圍廣泛，本研究以多階段且蒐集並分析不同資訊的方式來進行研究，研究方法及研究架構請分別參考圖 1 及圖 2。大體而言，研究方法與架構包含：

一、國內外文獻回顧

本研究蒐整國內外相關機構所進行休閒養生產業研究之議題與文章，蒐集銀髮族休閒養生產業現況、戰後嬰兒潮消費行為與需求，使得本研究能掌握國際相關產業最新之發展趨勢、並透過探究銀髮族消費者行為及態度，進以供作我國產業發展參考。此外，在國外資料蒐集部分，本研究除參考日本、歐洲等主要國家之制度和發展方向外，亦蒐整國際論壇及民間組織的相關研究報告，並採個案介紹的方式來呈現可供我國參考之銀髮族休閒養生產業發展個案。就國內文獻研究部分，除蒐集關於銀髮族休閒養生產業之現況和趨勢資料外，並根據政府之統計資料勾勒出台灣銀髮族對於休閒養生之需求輪廓。

二、專家座談與焦點群體訪談

第一次專家座談與焦點群體訪談目的在了解專家、學者、產業界以及銀髮族自我對休閒養生產業的定義範疇以及未來之相關發展策略建議。第二次的專家座談與焦點群體訪談目的則在於根據第一場次所得之策略議題再次聚焦進行討論，並就所蒐整之次級資料與專家學者進行更深入的討論，以收斂整個休閒養生產業策略規劃與相關配套措施，專家訪談發言摘要請參閱附件一。本研究並根據第一次焦點群體訪談結果以及文獻資料蒐集結果舉行二次焦點群體訪談，進一步了解銀髮族對於休閒養生相關產業的消費需求情形。焦點群體訪談發言摘要請參閱附件二。

三、問卷調查

為了解銀髮族對於休閒養生產業之實際需求和想法，本研究根據第一次焦點群體訪談結果以及文獻資料蒐集結果進行問卷調查，共回收計有 249 份之有效問卷。

四、國際研討會

本研究透過邀請日本與美國學者來台，並廣邀國內外銀髮族休閒養生產業相關領域之專家齊聚分享研究結果及實務經驗；進而瞭解各界對於髮族休閒養生產業的相關研究成果及未來發展趨勢與期待。活動中，除讓各界彼此分享並討論相關產業政策發展與執行的建議外；同時也促進台灣與銀髮族休閒養生產業相關之產、官、學業界之交流。樂齡族休閒養生產業國際研討會相關資料請參閱附件三。

五、資料整合、分析與提出本案研究結論與建議

最後，本研究則是依據所蒐集之資訊進行整理和分析，在了解銀髮族之生心理特性以及其對於休閒養生活動之需求後，依照我國之產業發展優勢，提出較為適合發展之銀髮族休閒養生產業策略、研擬出相關產業的政策建議；並提出未來值得發展的相關先導計畫（pilot project）。

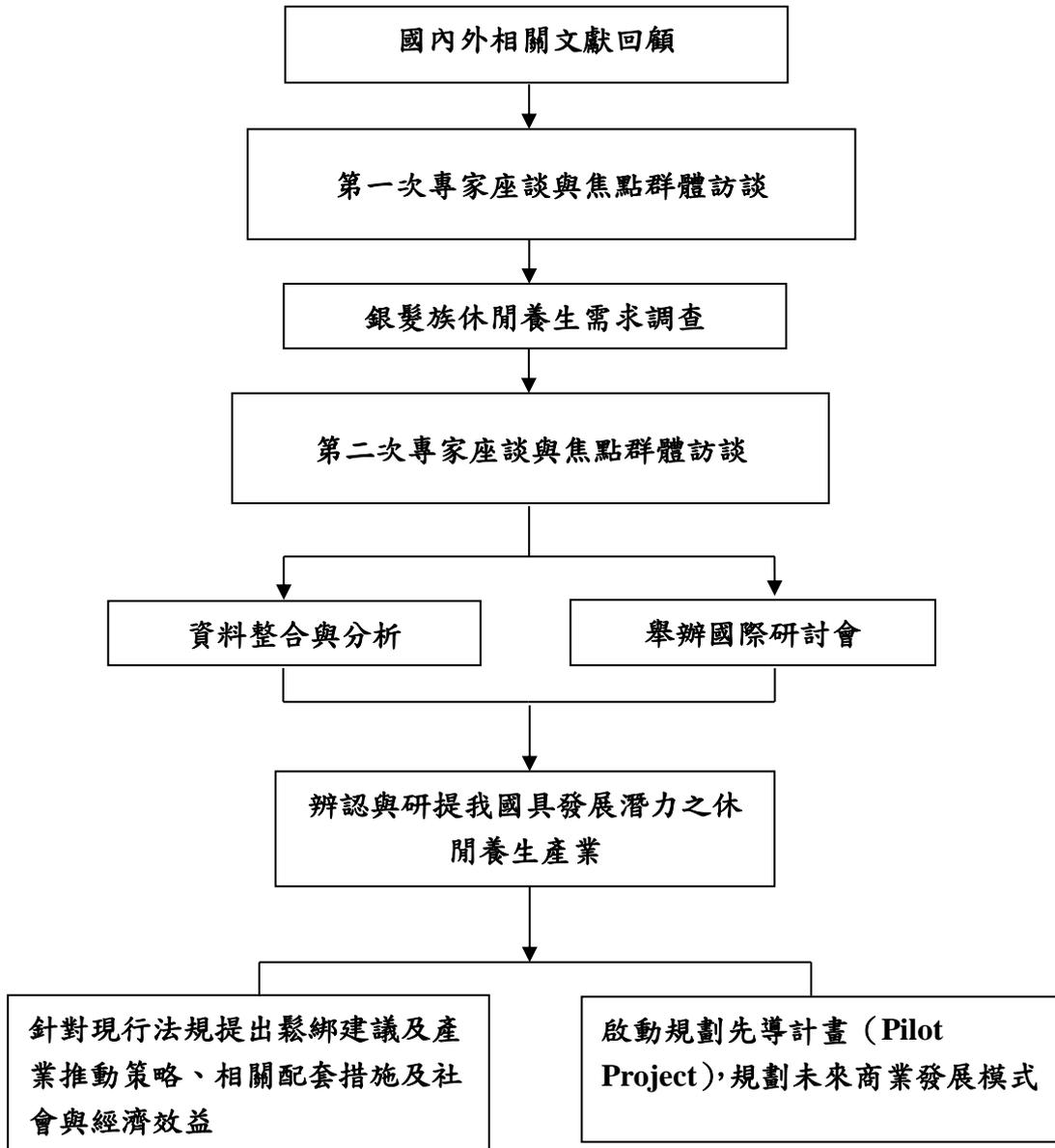


圖 1 本研究研究方法示意圖

資料來源：宇智顧問團隊整理

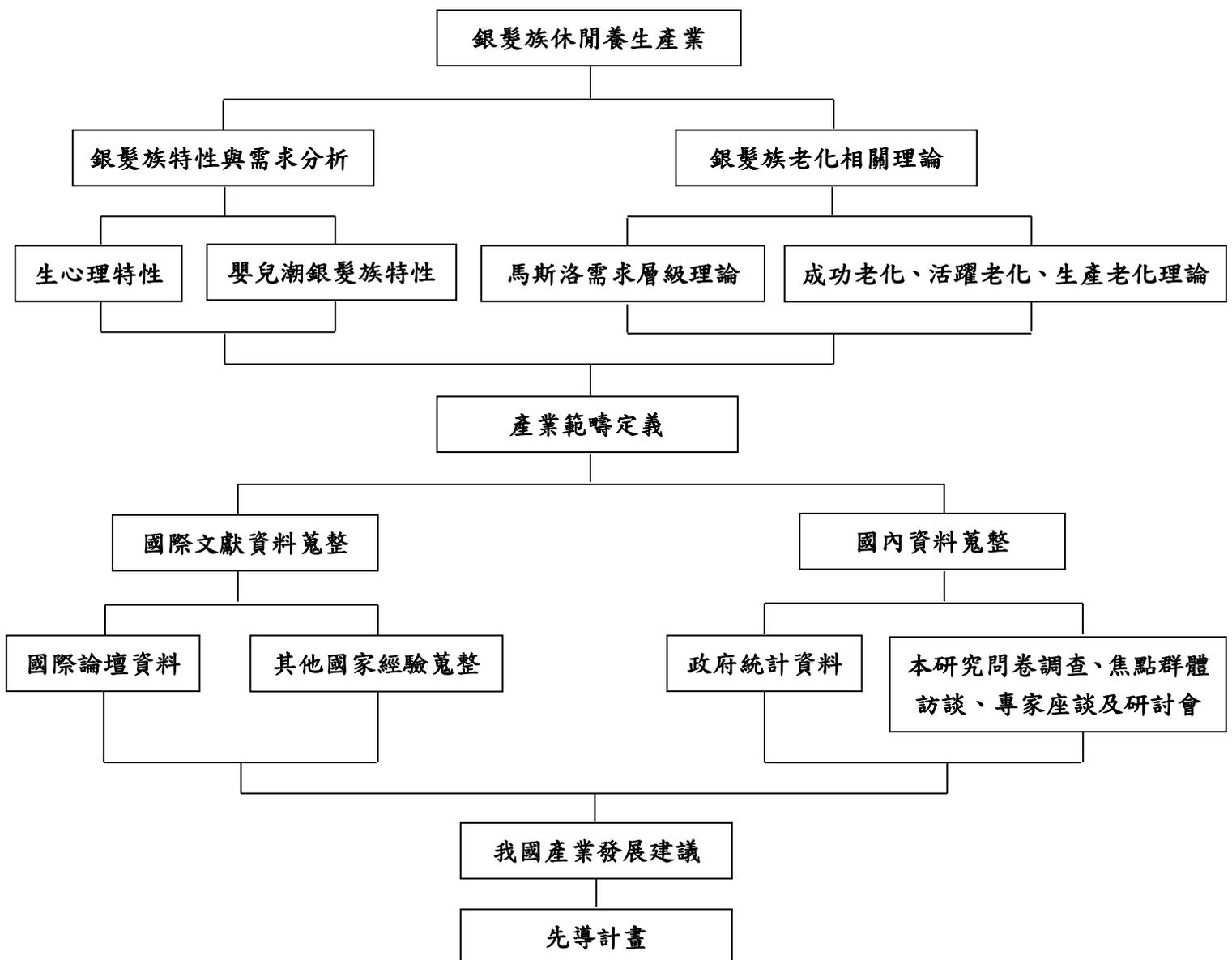


圖 2 本研究研究架構圖
 資料來源：宇智顧問團隊整理

總體而言，在本研究中，銀髮族除被定位為消費者的角色，進而篩檢適合我國發展之銀髮族休閒養生產業外，並提出產業發展策略以及法規鬆綁或制定等相關配套措施之建議；另一方面，在本研究中也將銀髮族群定位為具有生產性的資源提供者，並提出如何將銀髮資源重新導入休閒養生市場，建立銀髮資源利用的相關產業之商業模式以及以及相關配套措施之建議；換言之，在本研究中的銀髮族休閒養生產業將含括消費導向與資源活化導向等兩面向的產業發展策略建議。

第二章 銀髮族需求特性及研究範疇界定

為推出符合銀髮族需求與期待之休閒養生產業發展策略，本研究先就銀髮族之生心理特性相關文獻進行介紹，接著再透過與相關銀髮族老化理論相互對照，進而收斂出銀髮族之生心理特性輪廓，而所分析的結果亦為本研究後續提出相關產業建議時之考量要點。

第一節 銀髮族特性及需求文獻探討

一、銀髮族生心理特性

內政部在 2009 年「老人狀況調查結果摘要分析」資料顯示，當時的台灣約有 76% 的 55 歲國民，認為自己的健康和身心狀態處於普通，甚至是良好的狀態。而該份統計資料亦顯示，若將銀髮族群按年齡區分，55~64 歲為一族群，65 歲以上為另一族群，則無論是 55 歲到 64 歲的銀髮族群，或者是 65 歲以上的銀髮族群，「養生保健團體活動」皆為其參與率最高的活動，而「休閒娛樂團體活動」亦為其經常參與之活動，由此可見我國銀髮族對於休閒養生活動之需求強大；但就另一方面而言，65 歲以上受訪銀髮族需要安養、養護或照顧服務的比例其實約僅佔 17%³。

目前對於銀髮族之生心理特徵，不同學者專家看法並不相同，茲整理相關見解如下。

表 1 銀髮族生心理特徵之文獻分析表

生理特徵變化	
張家禎，2007	感官系統功能下降，包括如視覺、聽覺、嗅覺、味覺等。 免疫系統、免疫力降低。 消化系統功能減緩，包括牙齒脫落、唾液分泌減少、肝臟排毒功能變差、胃酸分泌輕度降低、大腸收縮變緩、鈣質吸收降低。 心臟血管系統，包括如心臟排出量（cardiac output）減少、血壓升高、周邊血管阻力增加等問題較為常見。 內分泌系統，包括如血糖耐受力不足、血壓易升高、基礎代謝率下降等問題。 腎臟系統下降，導致藥物排泄功能下降，因此銀髮族用藥量須由低劑量開始。 關節骨頭系統，包括如關節僵硬、肌肉失去彈性、肌肉組織、骨頭密度減少等等。 神經組織系統，大腦組織輕度減少，導致反應時間延長、較

³ 根據內政部統計資料顯示，65 歲以上銀髮族自理有困難者占受訪銀髮族之 16.81%。

	<p>易發生淺眠或失眠等問題。</p> <p>呼吸系統、肺功能下降，導致較易發生呼吸急促困難、呼吸急促困難、睡眠中窒息、鼾聲沉重等等問題。</p>
黃耀榮，1993	<p>感官機能，包括視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺、痛覺、溫度感覺、體溫調節功能衰退等等。</p> <p>運動機能，包括步伐不穩、手腳麻木、關節僵硬、肌肉失去彈性、平衡感喪失、易骨折等等。</p> <p>循環呼吸機能，包括易虛脫休克、心臟負荷量減小、呼吸急促困難、突發性心悸、睡眠中窒息、鼾聲沉重等等。</p> <p>消化排泄機能，包括牙齒脫落、排泄次數增多、頻尿夜尿、大小便失禁等狀況。</p>
黃獻樑、陳晶瑩、 陳慶餘，2007	<p>肌肉質量、力量、耐力、收縮速度、粒線體功能及氧化酵素容量減少。</p> <p>全身有氧容量、心臟收縮力、最大心跳、心搏輸出量、心率變化程度減低。</p> <p>動脈及心肌硬化程度增加，內皮細胞放鬆能力降低，導致血壓容易上升。</p> <p>神經傳導速度變慢，協調及平衡功能退化，導致行走速度變慢，步伐較為不穩。</p> <p>胰島素敏感性變差，導致血糖耐受度變差。</p> <p>內臟脂肪、全身脂肪及肌肉內脂肪的堆積與增加。</p> <p>免疫力下降。</p> <p>組織彈性減少，軟骨變薄，肌腱變短及變弱。</p> <p>骨密度下降。</p>
心理特徵變化	
黃富順，2009	<p>老人不喜歡被稱為「老人」。「老」字在社會大眾普遍的認知中，多代表負面的意思；現今多以「高齡」、「樂齡」取代。</p> <p>銀髮族自尊心強。因過往累積之成就與功績，使得銀髮族之自尊也相對較高一些。</p> <p>銀髮族異質性大。由於過往長時間的累積，包括教育、生活型態、工作、人脈、金錢資源等等都有所差異。</p> <p>喜好稱讚與鼓勵。喜歡得到他人的稱讚與鼓勵為人類之共同特徵，銀髮族也不例外。</p> <p>常懷有失落感。銀髮族的生活中開始失多得少，因此難免覺到失落、沮喪、憤怒、悲傷等情緒。</p> <p>懷舊感。銀髮族在失多得少的過程中，緬懷過往功績與成就，以抗衡現下的失落。</p> <p>希望保有對環境的控制感與獨立感。對生活有控制感及獨立</p>

	<p>感為維護人類生活品質及情緒的重要因素。銀髮族因為生理功能的退化，導致對於生活或環境的控制感和獨立操作能力下降，因此容易造成銀髮族的沮喪。</p> <p>易產生智慧。「智力」和「智慧」不同。所謂「智慧」會因為過往經驗的累積，及對於人性的認識而有近一步的增長。友誼的需求強烈。現今社會以核心家庭為主要趨勢，銀髮族群也因此有時難免感到孤獨、寂寞、無助，卻又不願意麻煩他人，而對於同齡友誼的支持與陪伴需求則有增大的趨勢。</p> <p>流質智力減退（fluid intelligence），晶質智力（crystallized intelligence）增長。流質智力主要指天生獲得的能力，主要來自於遺傳和後天習得，和經驗無關，包括如空間知覺、思考速度、抽象關係、短期記憶等等；晶質智力則指由經驗、教育所累積，包括數學、語文能力、問題解決策略、應付社會情況等等。</p>
黃照，2010	<p>記憶力方面，表現出來有某種選擇性的下降。例如易遺忘最近所發生的事件，卻對往事歷歷在目。</p> <p>期待他人關注。銀髮族過往總是忽略自己，而為家人、社會打拼，退休後，他會希望自己能更受到關注，並獲得稱讚與鼓勵。</p> <p>喜歡談論過去的功勞。銀髮族談論過往功勞或事蹟，希望得到關注和肯定。</p> <p>不容易接受新事物。許多銀髮族有意識於自身的老化，認為自己已經老化，對於新事物的接受，需要花上一段時間適應。對社會的變化疑慮不安。銀髮族害怕社會的巨大變化，那意謂著自己過往所累積之經驗和價值觀念不再適用。</p> <p>堅持己見。銀髮族過去累積許多經驗，也因此特別希望能將親身經歷過的經驗與下一代分享或給予後輩指導。</p> <p>遇事容易急躁。銀髮族有時像個「老小孩」一般，遇到自己喜歡或想要的東西，會急著取得。</p> <p>願意自己動手而不願意麻煩別人。銀髮族有時會感到孤獨，想要人陪，受到關注；卻又害怕麻煩別人。</p>

資料來源：各資料來源網站或文獻，宇智顧問團隊整理

由上表整理得知，銀髮族之生理機能無可避免地出現衰退的狀況，此變化實為銀髮族的生活帶來全面性的影響，例如：銀髮族之感官功能下降，在從事各類活動時，該活動的說明或文宣品、場所標誌需明顯清楚，字體需要夠大，以利銀髮族辨識與閱讀；而活動空間則需平坦空曠且備有止滑墊和隨手可及的扶手和握把，以免銀髮族摔跤而造成嚴重的傷害；在活動及產品或服務的設計方面，則需

考量銀髮族心肺功能下滑、血壓血糖容易升高等問題，以較為和緩、平穩的活動設計為主。相較於銀髮族生理功能的退化，銀髮族心理上的社會需求則無太大改變（徐麗君、蔡文輝，1985），甚至因為退休等外在環境的變化，導致銀髮族對於人際關係及社會參與的需求更加強烈。本研究之專家訪談及焦點群體訪談相關內容亦呼應上述狀況，部分專家學者表示，在提供銀髮族相關服務時，需將銀髮族之情緒和心理狀況納入考量；而在焦點群體訪談中，多位受訪者提及，他們出遊時相當在意朋友的陪伴，且其所參與的許多銀髮族活動便是透過校友會、志工團體、聯誼會等方式舉辦，且在焦點群體訪談及專家訪談中，部分受訪者亦提及銀髮族希望子女之陪伴，未來在相關活動或者服務的設計上，除考量銀髮族群之生理需求外，也必須考量銀髮族心理層面、對於友伴及兒女陪伴之需求。

誠如前述，若以內政部在 2009 年「老人狀況調查結果摘要分析」資料為例，需要安養、養護或照顧服務的銀髮族群其實約僅佔該報告中銀髮族人口的 17%，因此在探討銀髮族休閒養生產業議題時，若僅側重考量安養、養護或照顧服務等相關產業發展，長期而言，恐因市場規模受限而未必足以能吸引民間企業大量投入；反之，當在考量銀髮族相關產業的主體時，除了前述需要安養、養護與照顧服務的銀髮族群外，若同時納入仍有餘力參與休閒養生活動之銀髮族群做為考量對象，相信銀髮族相關休閒養生產業的範疇會有更多元的發展可能。

二、嬰兒潮銀髮族特色

根據 American Association of Retired Persons 於 2011 年所執行「Baby Boomers Envision What's Next?（嬰兒潮對未來退休生活的展望）」（AARP and GFK Custom Research North America, 2011）⁴ 調查顯示，嬰兒潮銀髮族對於家庭和與子女在情感上的聯絡相當重視，在金錢財務上則呈現獨立自主的傾向，67% 的受訪嬰兒潮銀髮族皆認為家庭成員情感上對於其退休後的生活的支持相當重要；然卻只有 12% 的受訪嬰兒潮銀髮族認為其需要家人金錢財務上的資助，甚至只有 7% 的受訪者期待其子女能提供金錢財務上的資助。在退休後生活規劃的部份，71% 的受訪嬰兒潮銀髮族認為退休後的生活代表的是可以有更多的時間和家人相處，並有 66% 的受訪者期望發展自己的興趣和嗜好，多多參與休閒養生活動則為受訪嬰兒潮銀髮族第三位重視想要做的事情。

雖然銀髮族生理機能無可避免地會衰退，但其心理上追求受到尊重、關注及陪伴的狀況並未隨著年歲的增加而消失，反而是持續的增加。隨著醫療及科技的進步，銀髮族生理功能上的保養和維持亦不斷提升，預期我國高齡人口中 80 歲以上之銀髮族人數將持續增加⁵。

事實上，2011 年，第一波嬰兒潮（baby boomer）已邁入 65 歲的退休年齡。因醫療及科技的持續進步，嬰兒潮銀髮族較過去的銀髮族更健康，經濟狀況更好

⁴ 該調查主要針對美國地區 1,200 位的嬰兒潮銀髮族進行調查，由於鎖定嬰兒潮銀髮族群，因此，受訪者的年紀介於 45 歲至 65 歲之間。

⁵ 主要依據行政院經濟建設委員會 2012 年至 2060 年人口推計簡報，其中提出「高齡人口中，80 歲以上之人口比率，亦由 2011 年之 25.1%，增加至 2060 年之 41.4%」。

⁶，教育程度更高；而對於退休後積極、優質及創新的體驗和生活要求也更高（Patterson & Pegg, 2009；李文龍，2003）。近年來銀髮族休閒養生需求的變化研究係如下表所示。

表 2 銀髮族養身需求的變化

內容	嬰兒潮前一代	嬰兒潮和其後一代
身心狀態	老、弱	相對精力充沛、健康
對自我認知	人生的暮年	相對追求自我實現的機會 相對追求退休後的第二人生
獨立性	依賴子女	相對追求積極參與社交，享受社會福利 相對經濟獨立而不需依賴子女
休閒觀	消極的休閒觀	相對注重休閒活動的價值 具有相對積極的休閒觀

資料來源：宇智顧問團隊整理

根據胡文豐（2006）認為嬰兒潮世代的中高齡族群的消費心理性有以下五點：

- (1). 不喜歡被視為大小孩。
- (2). 以理性消費為優先 - 對嬰兒潮的消費者來說，他們是一群相對理性的消費者，也就是說，他們較能樂觀接受自己逐漸老化的事實，並以積極態度去面對。
- (3). 相對喜歡嘗試新品牌。
- (4). 期待開始新生活。
- (5). 希望活得更長久、更健康。

又，嬰兒潮銀髮族群擁有豐富經驗和資源應被活化，根據曾進勤（2003）的研究，銀髮族人力資源具有下列正向特色：

- (1). 較重視工作倫理，年齡愈長者，愈以工作為榮，且較重視從工作所取得的精神性報酬，如受重視、被尊敬、能力能發揮等。
- (2). 對工作的滿意度較高，並且較不在乎報酬或升遷。
- (3). 在經驗及判斷能力的技能上，以年長者表現較佳，擅於綜合總結及沉穩的態度使其有較穩定的工作表現。

⁶ 此係指普遍狀況，例如，日本家計調查年報，日本 50 歲與 60 歲世代的銀髮族，其每人實際儲蓄額平均分別為 1,136 萬與 2,029 萬日圓，高居各年齡層之冠（林孟儀，2007）。日本個人資產總計一千四百兆日圓（約合新台幣四〇七兆元），七成由五十歲以上人士持有，存款減去負債後的淨金融資產，也以六十五歲以上的金額最高（陳免、孫蓉萍，2008）。而美國的旅遊業，高齡人口已佔 75% 的市場（Tirrito, 2003）。預計至 2015 年，銀髮族市場並將貢獻美國旅遊業約三千四百億美元的商機（Peter E. Tarlow, 2007）。

- (4). 在工作態度與忠誠度，年長者較年輕工作者有更多正向的傾向，並有較低的工作缺席率。
- (5). 資深高齡工作者可扮演導師的角色，他們見證了公司的歷史，也像備忘錄一般，可以提醒新進人員或決策者避免重蹈覆轍，造成不必要的損失。
- (6). 時間充裕、較無家庭牽掛，且外務少，投入較專注。

鑑於相關研究顯示嬰兒潮銀髮族對於發展休閒養生的期待已不同以往，本研究係將上述嬰兒潮銀髮族之特點納入後續產業篩選、政策建議以及先導計畫的考量因子。

第二節 銀髮族老化理論與發展文獻分析及探討

前節係為針對銀髮族生心理特性之整理和分析；本節則援引不同學者專家對於銀髮族生心理需求和老化狀況之研究和理論作為分析探討主軸，進以更深入的了解在不同理論下的銀髮族生心理特性。

一、馬斯洛需求層級理論分析與探討

心理學家亞伯拉罕·馬斯洛曾提出需求層級理論，在該理論中提到個體會依次追求生理需求滿足、安全需求滿足、社會歸屬需求滿足、自尊需求滿足以及追求自我實現需求之滿足。這些需求為人類行動的主要原因和動力，當某一層次之需求相對被滿足之後，更上一層樓的需要就會成為新的激勵因素，而相對於已被滿足的需要也就不再成為激勵因素。以下將馬斯洛所提五種不同層次之需求，簡單劃分為較基礎之生理、安全需求以及社會歸屬、自尊、自我實現之需求。

(一)、 生理、安全需求滿足

若將馬斯洛理論應用於解釋銀髮族對於休閒養生活動之參與，據上述銀髮族生心理特性之介紹，銀髮族逐漸衰退之生理機能，使得銀髮族在參與休閒養生活動時，多會注意生理上的負荷及安全考量，惟有當銀髮族在參與相關活動時感覺到安全和安心，銀髮族也才能進一步追求更高層次之趣味和新體驗。

(二)、 社會歸屬、自尊、自我實現之需求滿足

本研究所提之休閒養生係在生理及安全需求已被滿足之基礎上，進一步追求社會歸屬、自尊及自我實現之層級。誠如前述銀髮族生心理特性之文獻探討內容，銀髮族有害怕孤獨、喜歡受到重視和尊重的需求，因此，友伴、子女及兒孫的陪伴相當重要，銀髮族也不希望因為退休而感覺到與社會脫節，他們希望退休後的生活應該是生活資源的再分配，而非與社會脫鉤。若進一步以馬斯洛需求理論來討論銀髮族自尊及自我實現的部份，將可以很明顯地知道，對於銀髮族來說，持續在社會上有所貢獻，並取得他人尊重、關注、

聆聽與肯定絕對是其需求的一部分。

綜合以上論述，當以馬斯洛需求理論來探討時，休閒養生不應侷限於沒有疾病或不虛弱等生理層面的狀態，而應該是一個完整的生理、心理和社會福祉滿足的概念。唯有心靈的滿足，才能達到真正養生的目的。

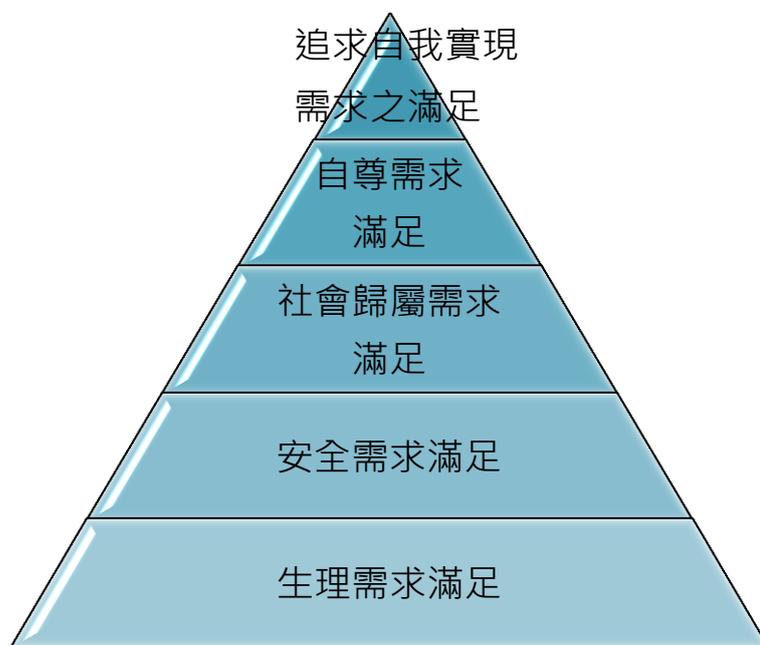


圖 3 需求層級理論示意圖

資料來源：宇智顧問團隊整理

其實在我國也不難在社會上看到已屆退休年齡的銀髮族群仍然在社會經濟活動中活躍著，這些銀髮族群他們可能擁有自己的企業或是擔任企業技術顧問，貢獻所長。因此，當這些銀髮族從原職場退休後，有更彈性且充裕的可支配時間；又有過去努力所累積的經濟保障；因此更欲追求馬斯洛需求層級理論中的社交需求、尊重需求以及自我實現的需求。

二、成功老化、活躍老化與生產老化文獻分析與探討

前文已透過馬斯洛需求理論來探討銀髮族心靈層面滿足的必要性，以下則是參考不同學者研究理論，探討不同理論對於銀髮族的老化狀況的描述；將先從較強調身體生理健康層面的成功老化理論談起；其次，探討除了身體健康照護外也希望得到心靈層面滿足的活躍老化理論；進而到討論提升至將銀髮族過去經驗與知識轉化為資源的生產老化理論。

透過不同老化理論的探討與分析，本研究將可進一步確認銀髮族在追求生理及心理的滿足的同時，是否迫切期待能更進一步積極地與社會保持連結並有所貢獻，亦即扮演資源提供者的角色。

(一)、 成功老化理論 (Successful aging)

Paul Baltes 和 Margret Baltes (1993) 認為老化主要有三個導因：基因、環境生活型態與病理因素，該理論將老化區分為三類，第一種類型是一般老化，指無明顯疾病 (manifest disease)；第二種類型是病態老化 (pathological aging)，可說是最劣等的老化，個體承受疾病的侵害；第三種類型則是成功老化。事實上，根據 (徐慧娟，2003) 調查發現，台灣地區銀髮族多認為成功老化是擁有良好的健康、有家庭及社會的支持，能自由安排、盡情地享受自己的生活。換句話說，在該調查中，讓自己保有健康的身體，做有效的健康自我管理，以延緩身體的退化與老化，是達到成功老化的第一要件。若能再加上與生活周遭的人、事、物維持和諧的關係、樂天知命，則是達到成功老化的終極目標 (Hsu, 2007)。

多數學者對於成功老化仍偏向生理和心理層面的測量，也就是較偏向身體健康層面，並強調生活自理能力。然而，成功老化的理論卻未對什麼是好、什麼是壞、什麼是成功、什麼是不成功等等做出明確的定義。此外，成功老化的定義似也過於狹隘，只專注於某些範疇，並沒有提出一個人類發展的整合理論；僅僅把成功視為沒有明顯的失敗，就像把健康視為沒有明顯的疾病一般；忽略了老化的正面意義與潛在的好處。

(二)、 活躍老化理論 (Active aging)

在 2002 年，世界衛生組織 (WHO) 在其出版的「活躍老化：政策架構 (Active Aging: A Policy Framework)」報告書提出「活躍老化」(active aging) 的觀念，其以促使銀髮族延長健康壽命及提升晚年生活品質為目標，並且是一種能夠提供維持健康、社會參與及生活安全重要性的過程 (WHO, 2002)。活躍老化的概念應含括以下指標：日常生活功能正常、工具性日常生活活動正常、認知功能正常、無憂鬱症狀、良好社會支持與投入高齡生產力活動 (徐慧娟、張明正，2004)。

Davey (2002) 認為，個體如果要積極老化，則應包括以下五個要素：延長工作壽命、延後退休、在退休後仍然持續工作、持續從事健康維護的活動，及儘可能地讓自己能獨立生活並融入人群當中，而透過對銀髮族的再教育亦將有助於提升活躍老化。

活躍老化的概念可說是將成功老化予以進一步提升，除強調對身體的照顧與健康的預防外，同時更希望提供心理上的關懷和支持，讓銀髮族能有展現其存在社會的價值，同時受到關心和重視，而非單純成為社會上依賴與被照顧的一群。換言之，活躍老化更強調銀髮族與生存環境互動的本質，藉由更密集頻繁的互動和交流，以展現銀髮族在社會上真正的活力。

(三)、 生產老化理論 (Productive aging)

生產老化最早是由 Helen Kerschner 於 1980 年提出，其認為生產老化可藉由從事有報酬的工作、志願服務、教育、運動、休閒旅遊、政治參與或倡

導活動來達成。

其對銀髮族有以下五個不同於以往的看法（Kerschner & Pegues, 1998）：

- (1). 機會大於危機。
- (2). 問題的解決大於問題的製造。
- (3). 資產大於負擔。
- (4). 資源的累積大於資源的消耗。
- (5). 對社會、經濟和文化上的貢獻多於消費。

Caro、Bass 和 Chen（1993）認為，生產老化是指個人身體與心理的成功老化，再加上積極的參與經濟與社會的生活，讓銀髮族能在社會上扮演貢獻者的角色。周玫琪、林萬億（2008）指出，生產老化乃是因應人口老化的結果，透過不同類型的社會參與，提高銀髮族的生活品質與自立能力，產生有形與無形的報酬，並同時對於社會與經濟發展產生貢獻與效益，促成個人與社會整體之雙贏局面，奠定社會永續與銀髮經濟的發展條件與基礎。

從社會發展的角度而言，生產老化的觀點認為人口老化伴隨著延後退休並促成自主之現象，對社會所帶來的是機會（opportunities）、轉機（turning point）與人力資源（human resource）；生產老化可以透過就業、志工、照顧參與、健康促進、教育訓練投入、社會與宗教活動的參與，提高老化的個人價值並創造正面的貢獻。相對於生產老化的則是「消費老化」（consumptive aging），在消費老化理論中則認為人口老化對社會帶來的是挑戰（challenge）、危機（crisis）與負擔（burden）（周玫琪、林萬億，2008）。

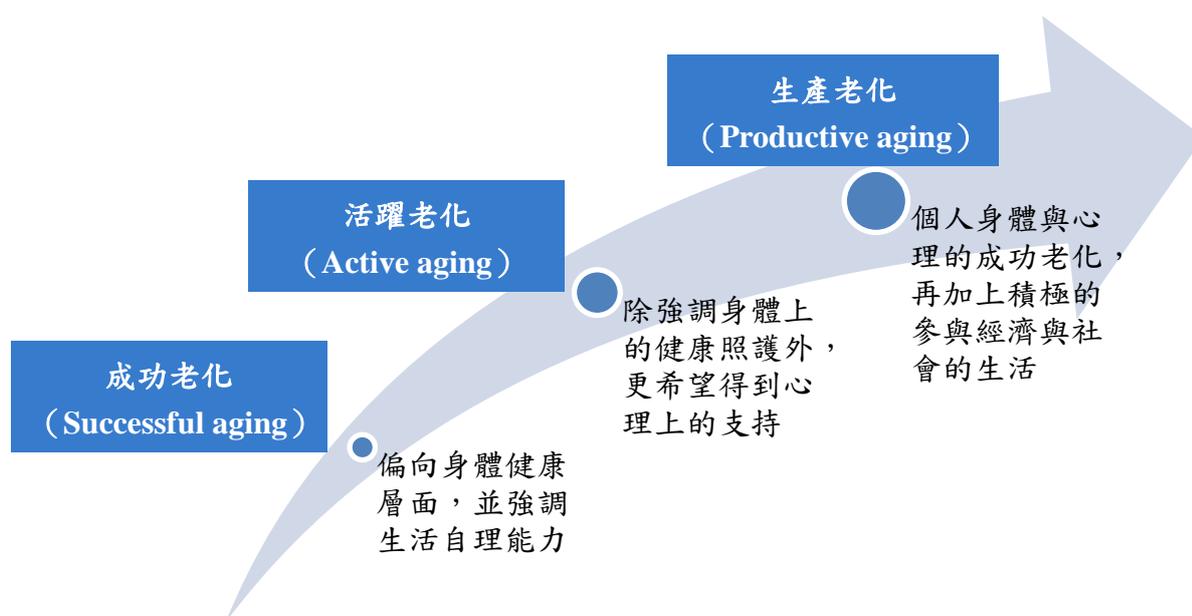


圖 4 成功老化、活躍老化、生產老化概念示意圖

資料來源：宇智顧問團隊整理

綜合前述不同理論的分析，可以明顯的發現銀髮族之生理及心理狀態無可避免地出現變化，例如，生理機能降低，但在心理狀態方面的探討則可看見不同時代背景的理论中的看法未必相同；事實上，銀髮族心理上對於取得認同、尊重、肯定之需求絕對存在，甚至因為退休等外部環境之原因，顯得益發強烈。在分析與探討相關文獻與理論後，本研究以為銀髮族心理上之需求與馬斯洛需求層級理論及成功老化、活躍老化、生產老化等理論相互呼應，尤其適用於相對經驗豐富、人脈廣闊、專業知識或技能熟練、資金豐沛無虞之嬰兒潮銀髮族群，當他們從原職場退休後，因為有更彈性且充裕的可支配時間以及過去所累積的財富，因此更欲追求馬斯洛需求層級理論中的社交需求、尊重需求及自我實現的需求。據此，本研究認為在探討銀髮族休閒養生產業之範疇時應納入促進銀髮族資源再活化的概念，以及擔任資源提供者的角色，因為提供銀髮族二度就業機會或是增加社會參與的角色的機會將絕對正向影響其身、心、靈之健康。

第三節 銀髮族休閒養生產業範疇

在探討休閒養生產業之前，我們先針對甚麼是產業進行探討，在研究與分析的過程中，我們理解不同學者對於產業的定義有所不同，羅列相關研究者對於產業之定義如下：

表 3 產業相關定義分析表

學者	年代	定義
Kotler	1976	產業是由一群提供類似且可相互代替的產品或服務之公司所組成的。
William G. Shepherd	1979	產業就是市場，即供給和需求雙方，在從事買賣交易某種產品行為的團體
Porter	1985	產業就是一群生產相同、或類似的產品，而且具有高度替代性產品，來銷售給顧客的廠商。
余朝權	1994	產業是指正在從事類似經營活動的一群企業總稱。

資料來源：楊正義（2008），宇智顧問團隊整理

產業相較於活動，更具有規模性、關聯性、擴展性及總體性。活動的性質則偏向「事件」(event) 或「個案」(case)，著重在單一或個別的事項上。因此，當論及銀髮族休閒養生議題，「產業」及「活動」的思考模式，將有其差異；推動銀髮族休閒養生「產業」及「活動」也有所不同關注層次與目的，彼此互為關連；若能透過具有系統性的規劃、有組織性的透過舉辦活動來加速產業發展，並透過產業發展來持續活絡相關活動，相信可使相關產業的發展與活動產生更有效的結合成果。關於「產業」與「活動」的相異點，本研究整理下表供參。

表 4 銀髮族休閒養生產業與活動的差異比較分析表

	銀髮族休閒養生「產業」	銀髮族休閒養生「活動」
型態	著重於多層次、連續性的系列事件	著重於單項式、一次性的獨立事件
參與者	以服務方案的「供給者」為考量	以服務方案的「使用者」為考量
經費來源	透過服務方案，產生市場經濟價值	透過補助或捐助方案，維持活動運作
會計原則 ⁷	偏向於利潤中心/投資中心	類似於成本中心

資料來源：宇智顧問團隊整理

就休閒領域的發展歷史而言，休閒的定義隨著時間的演進而發展出較為廣泛的解釋。休閒包含時間概念與活動概念兩者。就時間概念所稱之休閒而言，係包含人類之生活時間、生理所必要時間、工作勞動與社會義務行為所拘束時間之外所剩餘之自由時間。而活動概念則指休閒時間所從事之行為。發展到80年代，休閒轉而強調心理層面，定義上包含知覺自由感以及主觀向度的探索，強調個體在從事該活動時之心理狀態以及滿足感程度，包括可以娛樂身心，甚至達到個人發展及社會成就的狀態。

金車教育基金會執行長孫慶國先生(1995)曾將休閒活動分成下列八種層次，最低層是社會傷害型，第二層是家庭傷害型，第三層是個人傷害型，第四層是無聊型，第五層是觀賞型，第六層參與型，第七層是創造型，最高層次是服務型。另外，黃兆仁、吳明彥、黃榮護(2009)受臺北市政府研究發展考核委員會委託所進行之促進臺北市觀光醫療、休閒養生等產業發展政策之研究中，認為休閒養生產業具有促進健康之功能，經營範疇包括養生村相關軟體及配套活動、SPA、瑜珈、溫泉養生、香療法、美容保養、生活型態及健康度假等相關行業。

前文已提及銀髮族之生心理特性和需求，並以不同老化理論做分析探討，我們可以發現不同世代的銀髮族特性及需求確實不斷改變。而為了要適應及扮演好新的角色，銀髮族除了必須在社會中積極尋求整合與參與外，也需維持或是增進其人際關係，進而透過互動能產生新的社會參與；如此對退休生活能感到較有成就，也較能成功老化，在面對病痛、喪偶、角色的轉變等，將更能快速轉換情緒、重新適應，提高退休生活的調適與生活的品質(王以仁等人，2001；鄭淑子、林如萍、高淑貴，1999)。因此，若探討休閒養生產業之範疇，不能僅僅從健康照護、休閒育樂層面探討，更應著重在其心理需求層面的建設。

在了解銀髮族之生心理特性及需求後，由於休閒養生產業範圍廣泛，以下主要根據銀髮族之需求和特性，進一步界定本研究之休閒養生產業定義。

對於休閒的意義，國內外學者各有不同的看法。例如，林東泰(2002)認為

⁷ 會計原則一般應用在企業管理與財務會計單位的理論分析，此處借用會計原則作為援例，類比出銀髮族休閒養生「產業」與「活動」間之區別，以說明二者的不同。利潤中心是指將一個企業依業務的特性，分割成幾個能獨立運作的經營單位，各經營單位能獨立運作其損益計算。而投資中心是指不僅能控制成本和收入，在以目標利潤為導向的企業預算管理中，該責任中心還必須對其與目標投資利潤率或資產利潤率相關的資本預算負責。因此，相較於「活動」而言，「產業」的運作更強調經營決策權和投資決策權的獨立經營能力。而成本中心是指成本發生的單位，一般沒有收入，或僅有無規律的少量收入，其責任人可以對成本的發生進行控制，但不能控制收入與投資，因此成本中心只需對成本負責，無需對利潤情況和投資效果承擔責任。

休閒是：個人所擁有在工作以外的自由時間，在休閒過程中，個人可以獲得精神、體力的休息與再造，還可以獲得自我學習、自我了解、自我實現、了解他人和向其他人學習的機會，個人並且會因為所屬次團體或社會化的差異，而所從事不同的休閒活動。Kelly (1996) 則特別強調「自由的認知」(Perception of Freedom) 的概念：休閒的本質是「自由」，休閒是非義務性的、自由的選擇，而非強迫去取得。休閒除了包含時間、活動與體驗三個要素之外，也包括行動在內，亦即參與者須付諸實行。

從字面意義來看，「休閒」包含了「休息」和「閒暇」兩個層面，因此可概略指涉一個人利用「閒暇的自由時間」，「從事任何可以恢復精神或體力的活動」。但是，此處的活動，並不侷限於肢體遊憩活動 (recreation)，它應該同時也包涵了心智的精神活動 (mental activity) (林東泰, 2002)。另一方面，健康 (health) 與養生 (wellness) 常和個人福祉 (wellbeing) 息息相關。

參酌國內外文獻之後，並基於銀髮族心理之特性和需要，本研究遂將銀髮族休閒養生產業定義如下：

銀髮族休閒養生產業係指為滿足銀髮族之需求，所設計並提供之各式產品、活動或服務，希望協助銀髮族達到成功老化 (successful aging)、活躍老化 (active aging) 及生產老化 (productive aging)。此產業至少具有下列任一特質：(1) 有助於鬆弛、娛樂、消遣、體驗、心靈平靜，自我充實、自我提昇、自我滿足、與潛能發揮；(2) 維持、恢復或促進個人身心的健康；(3) 活化銀髮族之智慧、經驗與資源。

因為針對銀髮族的基本需求包羅萬象，若是將銀髮族休閒養生產業所包含的商業模式一一列舉，則可能有掛一漏萬的缺失，因此本研究對於銀髮族休閒養生的定義方式，捨卻依個別產業項目列舉的方式訂之。然而，不以列舉方式針對個別產業逐項定義，並不表示對銀髮族休閒養生產業的概念模糊。相反地，本研究以「銀髮族的基本需求」為基本概念，而回歸至以人為本的基礎，並且掌握銀髮族休閒養生產業應有的「特質」或「界定方式」。這樣的定義方式，與世界衛生組織所倡導的銀髮族基本權益保障觀點相符合，除了在理論上能含括銀髮族的生活需求外，在實務上，也有助於政府在推廣銀髮族休閒養生產業時，在政策面引導或補助時能有更具彈性的操作型定義。再者，採取原則性的定義，雖看似較為廣義，實則能使產業的相關政策制定與推動上更具有靈活調整的可能；特別是目前國內銀髮族相關產業的發展尚在起步階段，政策制定的靈活與彈性更是產業發展順暢與否的關鍵。有鑑於具彈性的政策是產業發展初期的重要推手，因此，當前的政策鼓勵措施並不應僅在於計劃經濟式的指導 (steering and rowing)，而該以在促進相關產業環境的形成，保留更多彈性，進而引導產業模式朝向快速成長的沃土 (stirring and sowing) 方向發展。

另外，除了採取原則性的定義來讓我國銀髮族休閒養生產業有較為廣義且靈活的操作型定義外，本研究也認為產業與活動彼此相依存，因此在探討產業發展時，除了在「產業」發展的觀點來加以論述外，而也應留意「活動」與產業的關聯性，始能從更宏觀的角度，以鳥瞰式的視野，來思考銀髮族休閒養生產業的相關發展策略，並能從長期經濟發展的宏遠規劃觀點，為台灣社會的永續發展找出適合的銀髮族休閒養生產業發展模式。

第三章 國際及國內銀髮族休閒養生產業發展趨勢與 國內相關契機之分析

人口高齡化的現象，除了表現在銀髮族群數量的持續增加之外，若進一步依年齡區分，則仍多將銀髮族群劃分為 65 歲至未滿 70 歲的族群，70 歲以上未滿 75 歲的族群，75 歲以上未滿 80 歲的族群，及 80 歲以上的族群；這類依年齡別將超過 65 歲以上的銀髮族進一步區分的研究方式其實在銀髮族相關研究中是十分常見（Garfein and Herzog, 1995；Chou and Chi, 2002）的做法；然而，依據年齡來區分銀髮族的方式雖較為簡便易懂；但若由其他特性加以觀察，不同銀髮族群間其實存在相當程度的差異性，值得進一步以不同環境或是其他因子加以區分；例如：性別、居住地區、人格特質、經濟狀況、教育程度、家庭組成情況、甚至職業或社會參與模式⁸等等因子其實都會影響不同銀髮族群的特性與需求，並形塑出跨越年齡差距的異質性。

雖因不同居住性別、居住地區、人格特質、經濟狀況、教育程度、家庭組成情況、職業、社會參與模式等等因子會導致銀髮族群間的差異，但以人口高齡化程度相對於我國更為明顯的地區或是與我國相當的地區為例，研究該等地區的相關產業政策或是國際相關資訊的蒐整，相信仍有值得供作我國擬定銀髮族休閒養生相關政策時的參考。本章將分別引用國際論壇、管理顧問公司的報告以及日本、芬蘭、新加坡、美國、西班牙、香港以及德國的相關政策為例，並透過討論國內既有統計資料與本研究過程中所取得的問卷結果來探討我國銀髮族休閒養生產業的發展契機。

第一節 國際銀髮族休閒養生產業發展趨勢

銀髮族市場其實是一個很複雜的市場，影響消費的因子包含生理、心理與社會的互動（Norman, Daniels, McGuire, & Norman, 2001）。人口老化是全世界共同面臨的問題，整理國外之發展趨勢，可認識值得我國借鑒的發展模式並可供作我國後續相關規劃的參考；在本節之中，將針對國際論壇、管理顧問公司的研究結果來分析國際銀髮族休閒養生產業的發展趨勢和做法；並將以日本、芬蘭、新加坡、西班牙、德國、美國及香港等為例，說明各國政策發展所各自具有的特色及成效，進而供作本研究對於我國相關產業發展與政策規劃的參考。

一、世界經濟論壇與麥肯錫管理顧問公司研究報告

根據世界經濟論壇（World Economic Forum）2012 ”Global Population Ageing: Peril or Promise?” 報告指出，目前全球老化問題嚴重，為了因應龐大的人口結構改變，政策和相關做法必需跟著調整，進以符合銀髮族之需求，並且希望降低政

⁸ 社會參與模式（model of social participation）是銀髮族在社會中的自我角色定義，超越了傳統老化理論中「撤退觀點」或「活動觀點」等區分。因此，包括退休、轉業、創業等不同的角色轉換，皆可概括於「社會參與」的一種選擇。

府在財政上之支出，並增加銀髮族資源之利用，以達到銀髮族、社會和諧及經濟效益之共贏局面。茲將該份報告內容部分摘要整理如下：

(一)、 重視銀髮族資產並改革不適宜之制度

由於人口老化，政府撥予銀髮族的財政補助越來越多且每一位銀髮族平均請領政府補助的時間拉長；特別加上已開發國家生育率降低之現象，此將使得勞動人口相對不足，政府財政負擔越來越沉重；因此，活化銀髮族人力資源成為相當重要的發展方向，同時也希望藉由此降低政府的財政負擔。可能的做法包括：延長退休年齡、改革銀髮族年金或相關補助制度等。

(二)、 追求更健康的生活

人類平均壽命延長，銀髮族的關注也不僅在於活的老，更強調要活得好、活得健康，所牽涉到的層面包括：預防老化技術的發展、相關知識及教育的宣導等。

(三)、 環境改造

將環境改造成為更適合銀髮族居住和生活的環境，包括：注重銀髮族之安全和方便性（例如，以自動化的設備協助銀髮族的生活更便利、並提供銀髮族必要須知的相關教導等）、重視銀髮族權益（例如，銀髮族工作權和受教權等）。目前 WHO 並已推出高齡友善城市（Age-Friendly City）⁹。

(四)、 建立銀髮友善指標

根據銀髮族之生理等特性和需求，邀集相關的重要關係人，包括如政府或商家，依據不同狀況制定相關標準。

(五)、 應用新科技協助銀髮生活更便利、安全

可使用科技使得銀髮族的生活更便利也更有品質，例如：遠距醫療照護、適合銀髮族使用之硬體設施建置等。

此外，麥肯錫管理顧問（McKinsey & Company）2012 年則提出的”Healthy, wealthy and (maybe) wise: The emerging trillion-dollar market for health and wellness”報告，針對銀髮族之健康養生產業之現況進行研究與說明。該份報告中提到：

(一)、 發展中國家的快速興起

發展中國家的快速興起，將使得市場隨之轉移，亞洲市場將是未來銀髮休閒養生產業的亮點地區。唯有當消費者有足夠的經濟能力時，才能有餘裕

⁹ WHO 於 2007 年出版之「全球老年友好城市建设指南 WHO Global Age-friendly Cities: A Guide」，列出八大評估面向，包括 a.無障礙與安全的公共空間；b.大眾運輸；c.住宅；d.社會參與；e.敬老與社會融入；f.工作與志願服務；g.通訊與資訊；h.社區及健康服務等面向，全面發展適合銀髮族生活居住的城市。

進行健康養生產品之相關消費。目前發展中國家的興起，尤以中國大陸及印度最受關注，因為中、印兩國，除經濟的成長外，亦有龐大的人口為未來潛在的消費者；亦即隨著時間的不斷演進，未來兩地將會成為規模龐大的銀髮市場。

(二)、 隨著科技的進步，相關產業將產生變革

健康、養生產業最大的變革在於可以提供銀髮消費族群更客製化、個人化的相關服務。

(三)、 銀髮消費者心態改變

許多銀髮消費者越來越能接受不同形式、特別是他們過去未曾接受過的產品或服務，如中草藥與替代性醫療等相對新興的服務。

(四)、 網路的普及將對銀髮消費者帶來影響

透過網際網路，銀髮消費者能輕易地獲得許多關於健康的資訊，甚至是購買或取得相關的商品或服務。超過 95% 的美國民眾透過網路來查找關於健康的資訊，大約有 50% 的法國人定期透過網站購買健康和美容產品，另外約有 70% 的大陸民眾在購買一項產品前，會先透過網路資訊查找相關資料。

(五)、 消費型態及習慣改變

或因全球經濟不景氣及網路發達之故，有越來越多的銀髮消費者嘗試並開始喜歡使用自有品牌 (private-label brands) 的健康、養生產品，並且開始以網路購物取代至實體店面採買。根據該調查顯示，有超過一半的民眾認為自有品牌之產品效果良好。

(六)、 不同的商品或服務提供模式不斷出現

目前健康養生產業有許多不同以往的發展趨勢，例如：在美國大型藥妝店的通路近來成長蓬勃；而通路商也紛紛增加並增廣健康、養生產業相關產品及服務。市場上也出現一些新的銷售形式和市場參與者，例如直銷，這類新的市場參與者提供並創造新的營運模式。此外，原本並未涉足此一領域之公司或資金也開始發展休閒養生相關產業。

由上述世界經濟論壇與麥肯錫管理顧問公司研究報告以及前章的理論探討中，我們可以再次確認，嬰兒潮銀髮族做為消費者時對於各項新科技及新產品之接納程度提高（包括如科技、替代性醫療產品、網路等），以及銀髮族作為資源提供者之重要性和必要性。換言之，高齡化狀況不僅只是銀髮族自身之問題，更需要政府整體之配套政策的支持、以及民間各界的共同參與，透過觀念的改變以及提供符合期待的產品與服務，才能加速建構出高齡友善、生產老化之成果。

二、個案介紹與分析

以下將分別以目前全亞洲高齡問題最為嚴重的國家-日本的相關政策、近來

透過推動銀髮族運動計劃（Strength in Old Age）而備受關注的芬蘭相關政策、新加坡的居住政策、西班牙的旅遊補助政策、德國 Kaiser's 銀髮超市、美國與香港的高齡教育與銀髮資源運用等個案為例進行介紹與分析；另外亦將以芬蘭、日本所共同合作之仙台-芬蘭健康福祉照護中心（Sendai-Finland Wellbeing Center）作為個案介紹與分析，以做為我國銀髮族休閒養生產業發展的參考。

（一）、以日本為例

日本為目前全世界人口老化相當嚴重的國家之一，同時也是亞洲地區人口老化狀況最為嚴重的國家，身為已開發國家的日本，如何因應高齡化社會之經驗，值得我國各界借鏡參考。

下表為日本 1950 年至 2010 年間銀髮族人口數及其佔總人口數的比例說明表。

表 5 日本 1950 年至 2010 年間銀髮族人口數及其佔總人口比例說明表

西元年	總人口 (萬人)	高齡人口 (萬人)				高齡人口佔總人口的比例 (%)			
		65 歲以上	70 歲以上	75 歲以上	80 歲以上	65 歲以上	70 歲以上	75 歲以上	80 歲以上
1950	8320	411	234	106	37	4.9	2.8	1.3	0.4
1955	8929	475	278	139	51	5.3	3.1	1.6	0.6
1960	9342	535	319	163	67	5.7	3.4	1.7	0.7
1965	9827	618	362	187	78	6.3	3.7	1.9	0.8
1970	10372	733	435	221	95	7.1	4.2	2.1	0.9
1975	11194	887	542	284	120	7.9	4.8	2.5	1.1
1980	11706	1065	669	366	162	9.1	5.7	3.1	1.4
1985	12105	1247	828	471	222	10.36	6.8	3.9	1.8
1990	12361	1493	981	599	296	12.1	7.9	4.8	2.4
1995	12557	1828	1187	718	388	14.6	9.5	5.7	3.1
2000	12693	2204	1492	901	486	17.4	11.8	7.1	3.8
2005	12777	2576	1830	1164	636	20.2	14.3	9.1	5
2010	12804	2956	2129	1427	828	23.1	16.6	11.1	6.5

資料來源：1950 年至 2005 年的資料為「國勢調查」；2010 年資料為當年度「人口推計」（註：1970 年以前的資料未包含沖繩縣）

由上表可知，日本的人口高齡化的現象，除了表現在銀髮族群人口數量的持續增加，80歲以上的人口群年成長率普遍高於其他銀髮族群，顯示日本的高齡化的問題，不僅是在「量的」變化上增加，銀髮族群在「質」的部分也愈加「老化」。

誠如前文所述，依據年齡來區分銀髮族是較為簡便易懂的方式；然而，

若由其他特性加以觀察，銀髮族群亦存在相當程度的差異性，值得進一步加以區分。當以地域別、人格特質、家庭組成情況等變因來探討日本銀髮族的特色時可以發現各有差異，茲將其差異整理如下：

(1). 地域別

日本的銀髮族產業政策，自 1980 年代福利分權化以來，中央由厚生勞動省訂定相關法規及政策執行原則，如：1989 年推出的「黃金計劃」；而後多由地方（各自治體）自行設計「自治體版」的產業政策，進而形成較為多元樣態的銀髮族服務模式，其後再由中央予以通盤整合，提出參考（建議）方案，如：1994 年的「新黃金計劃」。日本銀髮族產業政策的推行採用由上而下，再由下而上雙向循環的政策動力過程，雖然較為耗時，但亦是凝聚社會共識的必要方法。因為日本的地域別銀髮族特性與需求差異極大，日本採用此種政策形塑方式，也有「因地制宜」、「彈性結合並活化地方特色及產業」的政策目的含意。

(2). 人格特質

銀髮族產業的推廣需考量潛在消費者的人格特質。不同的消費群通常具有不同的人格特質，同理，不同的人格特質亦會影響銀髮族的休閒養生消費模式。意即，發展銀髮族休閒養生產業，必須對銀髮族群的人格特質作調查與區分。

事實上，在日本的銀髮族福利服務提供，多是由日本最小的行政單位-市町村的「福祉委員會」進行事前調查，而非僅是發放實物或現金的給付而已。福祉委員會的成員包括：街道自治會長（類似我國鄰里長）、社工人員、社政人員，並視個案需要輔以警政、衛政、消防、學校等系統的專業人士，共同進行訪視與調查。日本對銀髮族的經濟安全補助的過程十分重視個案訪談與家庭訪視，市町村的福祉事務所社工員也會針對申請人做資產調查，但在個案審查機制下，銀髮族並不會因為擁資產，如有自用車乃至商業保險等而喪失被救助的資格；相反地，某些資產，如：電腦等還會被視為貧窮長者翻身的本錢。因此，透過專業人員在政策的執行面建立相關配套機制，以社工人力建立個案審查機制，加強對個案的需要訪查、補助計劃策定，乃至後續輔導等則更能真正滿足長者的需要。在訪查與協談的過程中，也可以透過專業人員，針對銀髮族進行心理諮商及人格特質的判斷，進而提供合適的休閒養生服務項目。

(3). 家庭組成情況

由於銀髮族在人生周期（Life cycle）中，屬於晚期的階段；在現代工商業社會的經濟結構下，通常面臨家庭成員人數的減少，進而使得家庭內部照顧與陪伴能力的下降。根據日本的家庭人口統計，觀察 65 歲以上的銀髮族口家庭組成結構發現，與子女同住的比例呈現逐年下降的趨勢，由 1995 年的 54.3% 降至 2009 年的 43.2%。此外，在同一段時期，「僅夫婦同居」的比

例及「獨居」的比例，則分別上升了 7.5% 和 3.4%。因此，觀察日本銀髮族家庭組成情況的變化可發現，日本銀髮族的家庭組成規模有縮小的趨勢。同時，夫妻及銀髮族個人為主要的家庭成員，子女同居的比例漸少。請參考下圖 5 日本家庭結構變化圖。然而，銀髮族家庭人口規模縮小的事實，並不能說明銀髮族不需要或不渴望親人或家屬的陪伴。如何在家庭組成結構改變的趨勢中，滿足銀髮族的家屬陪伴需求，乃至擴大親密關係、同儕互動、社交網絡等方面的期待，皆是相關產業規劃時，可以思考及發展的方向。

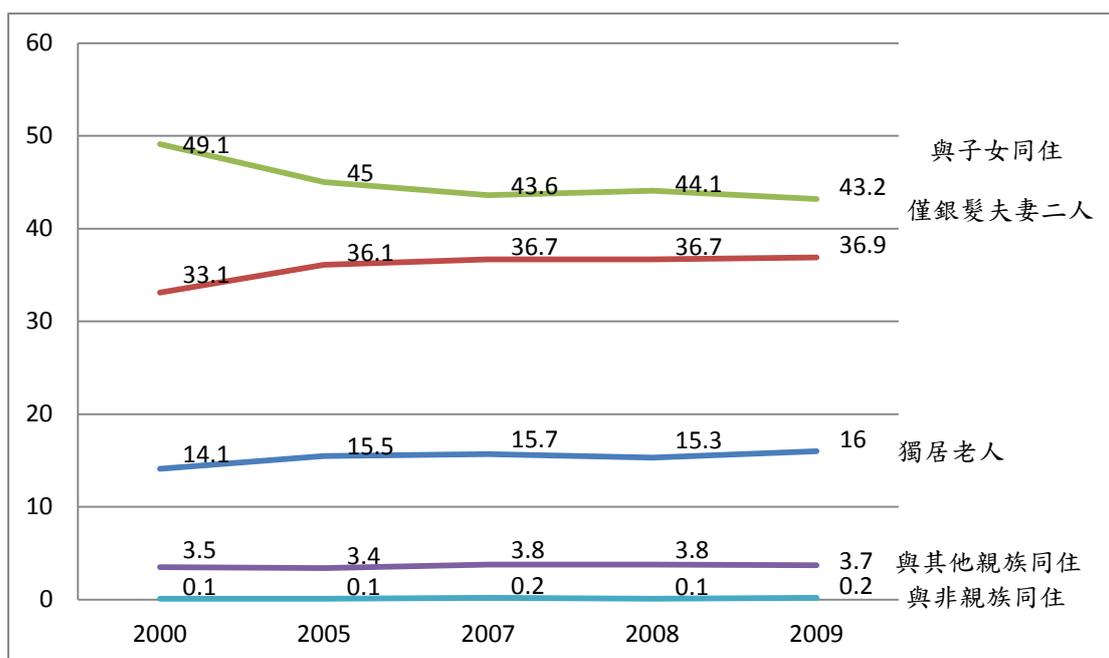


圖 5 日本家庭結構變化圖

資料來源：日本總務省統計局（2012）「65 歲以上人口之家族形態別」

另外，根據日本總務省統計局（2011）的推計，日本的銀髮族人口約有 2980 萬人，佔其總人口的比例達到 23.3%。其中，日本的超高齡社會中，也出現女性銀髮族多於男性銀髮族、家庭組成成員減少的趨勢。以下，本研究茲整理日本社會中，銀髮族產業發展之幾點特性供參。

在日本銀髮族的職業型態中，農林漁牧（7.5%）及自營業（17.9%）的比例較其他多數國家為高，約佔日本銀髮族職業型態的 25%。而日常臨時工（2.2%）、長期性臨時工（10.9%）合計的比例也是偏高的銀髮族職業型態。銀髮族的職業型態與社會參與模式有密切的關連性。一般說來，依據「活動理論」（activity theory）所主張，銀髮族在老年期的生活中，若能透過廣泛的社會活動參與，包括兼職或延續其工作經驗，將能為其生活創造價值並對生活感到滿意。然而，活動理論的缺陷在於它沒有考慮限制銀髮族積極參與社會活動的健康問題或社會經濟等因素（Lynott, 1996）。對照日本的高齡人口職業型態可發現，雖然日本的銀髮族就業人口比例甚高，但其職業型態多為

「初級產業」及「自雇型產業」，或成為勞動市場中的「補充性勞動力」。這類型的職業型態，多數不需要人際互動技巧，或較少社會性的聯繫及協調任務。因此，從日本高齡勞動者的職業型態來看，高比例的高齡勞動者，並不能等同於日本的銀髮族皆有高頻度(量)及功能優(質)的社會參與或交流。這是過去許多研究者在討論日本銀髮族再就業議題及高齡勞動參與議題時，較被忽略的面向。

綜上所述，日本的銀髮族再就業輔導機制及促成高齡勞動參與率的相關議題及策略亦是探討銀髮族休閒養生產業時不可或缺的一環。透過銀髮族再就業或鼓勵銀髮族勞動參與，皆有助於間接滿足銀髮族的心理需求，獲得被社會認可的角色地位，並重新界定人生階段在社會網絡中的定位；另外，由最小行政單位來調查需求並進而來驅動相關政策的做法亦值得我國參考。

此外，日本綜合研究所(2011)的調研報告指出，雖然許多日本銀髮族擁有資產，生活富裕，但近年來消費力的降低，卻是不爭的事實。細究其原因，除了整體經濟環境的低迷，使其保有的資產價值縮水外，更重要的影響因素是對「坐吃山空」的恐懼感及想要「遺贈子孫」的傳承感。因此，針對日本企業的銀髮族市場開發，該研究針對銀髮族的特性及需求，建議五項重點分述如下：

(1). 消費距離短，時間耗費長

「購物難民」即指由於行動上的不便，面對遠距離的消費需求時，銀髮族常就裹足不前，因而無法獲得生活日常用品，進而陷於如同難民般匱乏的生活狀態。因此，宅配服務、送餐服務等產業在近年來蓬勃發展；而高級賣場也運用接送巴士促使銀髮族前往賣場消費，而少見推動銀髮族網上購物的策略，即是基於此項銀髮族消費特性。

(2). 注重溝通性

日本銀髮族相較於年輕族群，更信任消費過程中與販賣者或店家的溝通過程，藉以獲取產品資訊，並作為是否決定購買的重要參考依據。尤其是高單價的商品，銀髮族特別需要在現場，有實物的「購物感」，並在消費過程中與店員有所互動。因此，各賣場的店員若能加強與銀髮族溝通能力，包括：產品說明、購買說服、及使用解說等，則將有助於爭取銀髮族顧客。

(3). 控管品質及安全性

如同其他年齡層的消費者，銀髮族對於消費品的價值與價格具有高度的敏感性。然而，銀髮族由於生理機能的老化，往往對於物品的品質及安全性有更高的要求。如何針對銀髮族的生理需求，開發出適當品質及合乎銀髮族使用安全性的產品，將是企業發展銀髮商品時不能忽略的重點。此外，針對相關產品品質的鑑別及安全性的標準規範，也有待具公信力的單位建立更進一步的指標，及持續的監督或檢測。相關產品的品質標準及安全性的指標規範，若能加以界定，進而推廣，將能成為銀髮產業中通用的標準，促進銀髮

產業的發展。

(4). 重視服務勝於實物

從日本銀髮族的消費項目加以分析（見圖 6）發現「設備修繕、維持」及「自助旅行」二項，是日本銀髮族經濟較寬裕者主要從事的消費活動。因此，相較於實物的商品而言，日本銀髮族對於服務的需求更為實際。「設備修繕、維持」的項目，貼近銀髮族生活的需求。隨著年齡增加，銀髮族必須對生活空間作重新安排，日常使用的設備及生活動線也要隨生理行動能力的降低而作調整。「自助旅行」的消費目的，著重在休閒體驗的認知及觀光去感受。為獲得不同於日常生活經驗的行程，銀髮族的自助旅行，常更著重於新鮮、未曾造訪過的旅遊行程。綜上所述，日本銀髮族對於硬體設備的修繕及維持，及自助旅行的消費，更多是以獲得「服務」(services)，而非僅是在於獲得「實物」(goods) 為訴求。

(5). 注重社會責任

受 2011 年的東日本大地震的影響，日本銀髮族在消費行為模式中的更行是重視「社會責任」，並且希望其消費行為具有社會貢獻的意識。由圖 6 可見，日本銀髮族較其他年齡層者，更有捐款（贈與金）的意願。而由於地震的影響，對高齡且經濟寬裕者的消費行為之改變更為顯著；如：震後曾喧騰一時的倡議，要求日本社會「共體時艱」，必須「謹慎自守」（自肅），進而縮減了消費的行為。雖然這樣的社會倡議有其文化及社會的形成背景，也展現了日本民族的團結及向心力；然而，這樣的倡議，卻使災後日本的經濟復甦雪上加霜，造成更負面的影響。之後，日本企業為要兼顧刺激消費的需要，及災後重建的謹慎心理，多採用銷售額的一定比例捐助災後重建的模式，取得二者間的平衡。這樣強調企業社會責任的銷售模式，對銀髮族消費者產生極大的吸引力。

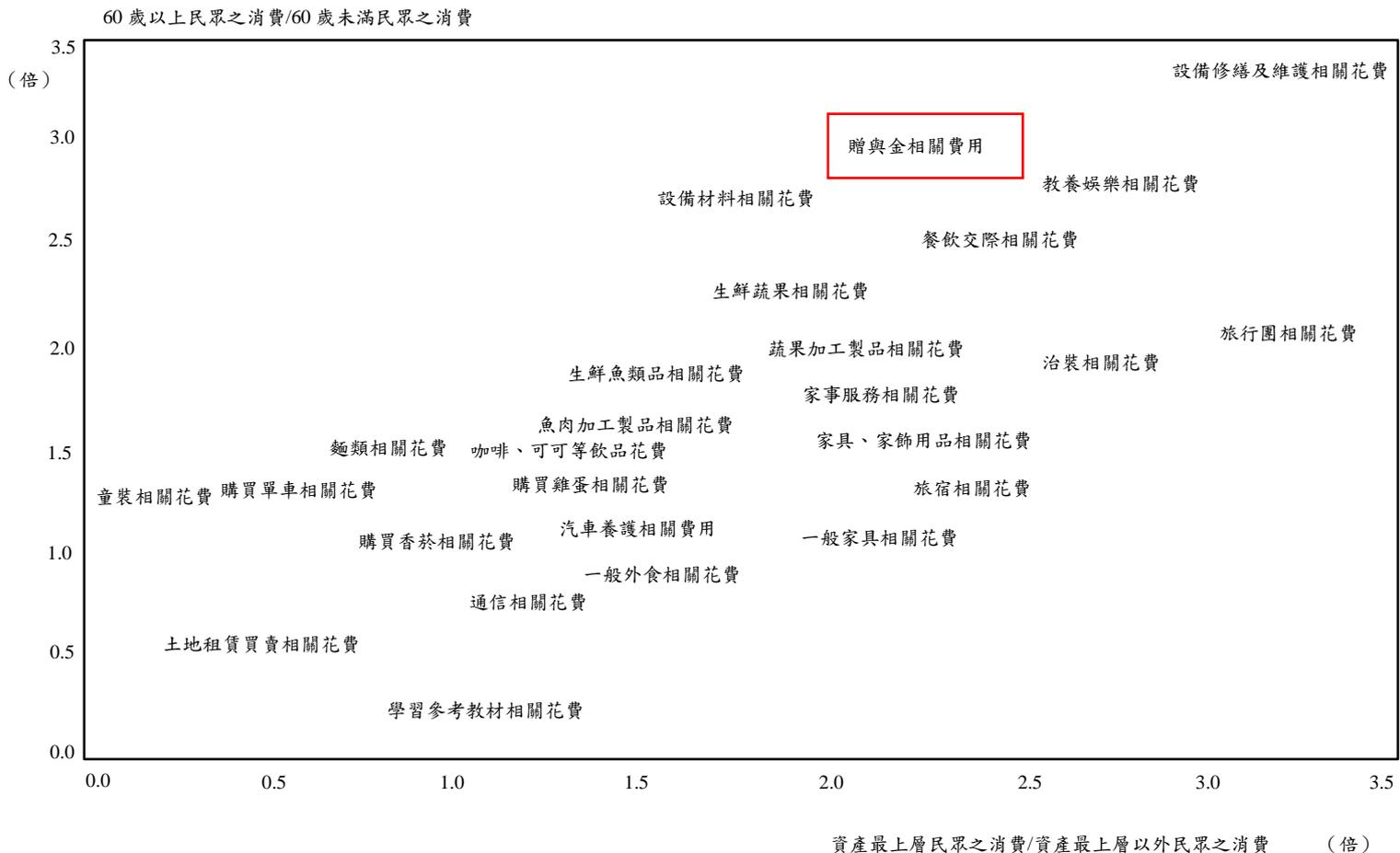


圖 6 日本經濟寬裕銀髮族消費項目分析示意圖
資料來源：引自社會實情統計數據 (2012)

前述已針對日本銀髮族消費作了介紹。以下則就日本健康福祉產業進行討論。日本政府主要透過介護保險制度照顧銀髮族，而介護保險制度所衍伸出之各項服務亦帶動相關產業之發展。另外，日本總務省並將介護保險制度和醫療及保健衛生產業併為健康福祉產業。銀髮族健康福祉產業的產值及運作模式進行分析與說明。

(1). 日本銀髮族健康福祉產業範疇包含：

- A. 醫療業：一般醫院、齒科診所、助產所、齒科技工所等。
- B. 保健衛生業：結核健康相談設施、母子健康相談設施、檢疫所、消毒業等。
- C. 社會保險、福祉、介護業：社會保險事業團體、保育所、特別老人安養養護中心、居住支援事業等。

(2). 銀髮族相關產業規模(參考表 6及下圖 7)：

- A. 醫療業無論在經濟規模，抑或是從業人數，皆是日本健康福祉產業中的主要部分。

- B. 保健衛生業在經濟規模及從業人數上，年成長率都是最高的產業。
- C. 醫療業在 2010 年的經濟規模，約為社會保險、福祉、介護業的 3.43 倍，但年平均從業人數僅為 1.42 倍。意即，相較於醫療業而言，社會保險、福祉、介護業的產值雖然較低，但其所吸納的從業人數較多，對於社會總體就業人口的提升將有一定程度的幫助。

表 6 日本銀髮族相關產業規模

產業別	2010 年經濟規模 (百萬日圓)	年成長 率 (%)	2010 年平均從 業人數 (人)	年成長率 (%)
醫療業	32,653,609	1.5	3,714,981	2.6
保健衛生業	720,920	12.2	93829	4.1
社會保險、福祉、介護業	9,527,707	1.5	2,624,539	1.8
總計	42,902,236	1.7	6,433,349	2.3

資料來源：日本總務省統計局 (2012)

其中，針對介護保險制度部分，承如前述，該制度主要由市村町擔任保險人，負責保費的計算、徵收和管理等，同時也負責中高齡民眾對於介護服務需求之認定。在 2006 年，日本政府即已開始推動預防型照護服務項目，提供中高齡民眾改善體力、營養、口腔及心理健康照顧功能的服務。目前，日本介護保險給付項目包括照護給付、預防給付、特別給付，給付項目皆交由市村町認定。

日本介護保險制度強調實務給付，希望直接給予有需要的銀髮族最適合其需求之服務，而非現金給付。這樣的推行制度有助於各類銀髮族服務相關產業之發展，例如：社區短期日間介護所、協助生活便利性用具、居家療養管理指導員、銀髮族安養機構等。在介護保險服務之支持下，廣義看來，日本銀髮族相關產業包含：支持陪伴相關服務業、相關交通服務業、衣著相關產業、營養健康相關產業、資金與信託管理相關產業、醫護相關產業、音樂遊戲相關產業等等。請參考下圖。

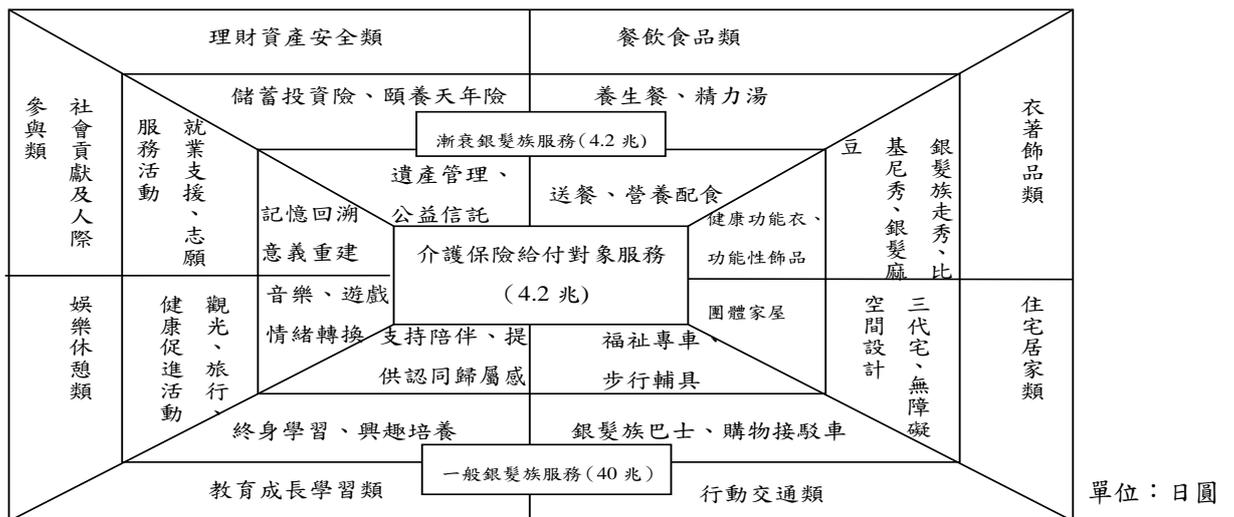
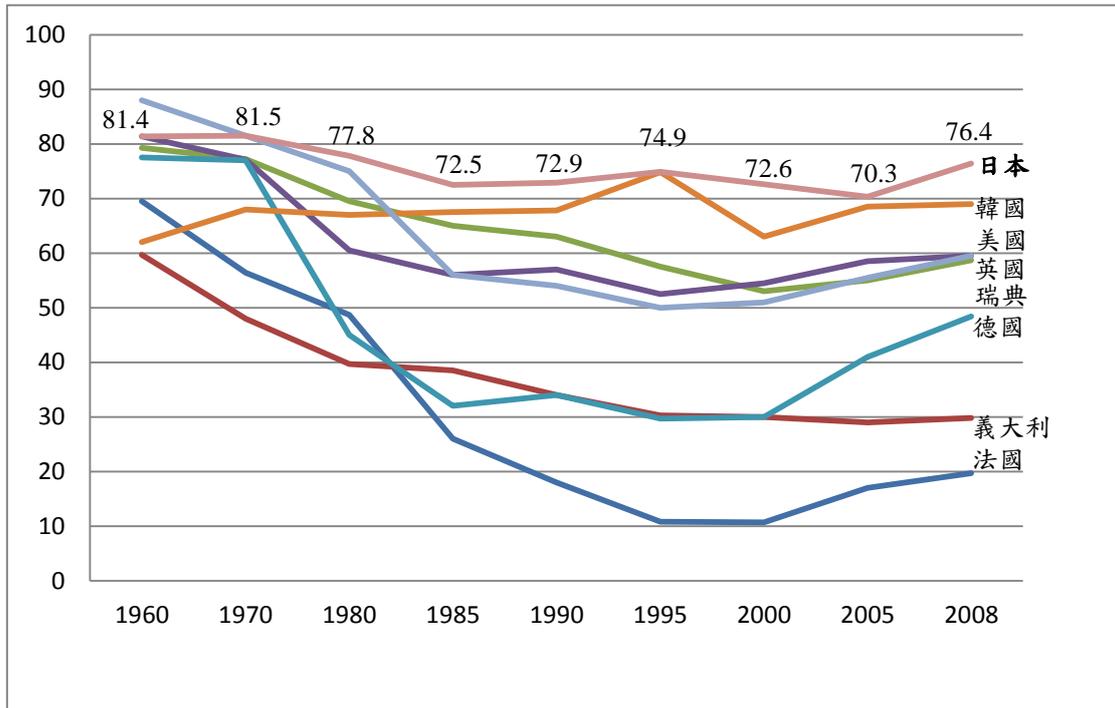


圖 7 日本銀髮族相關產業示意圖

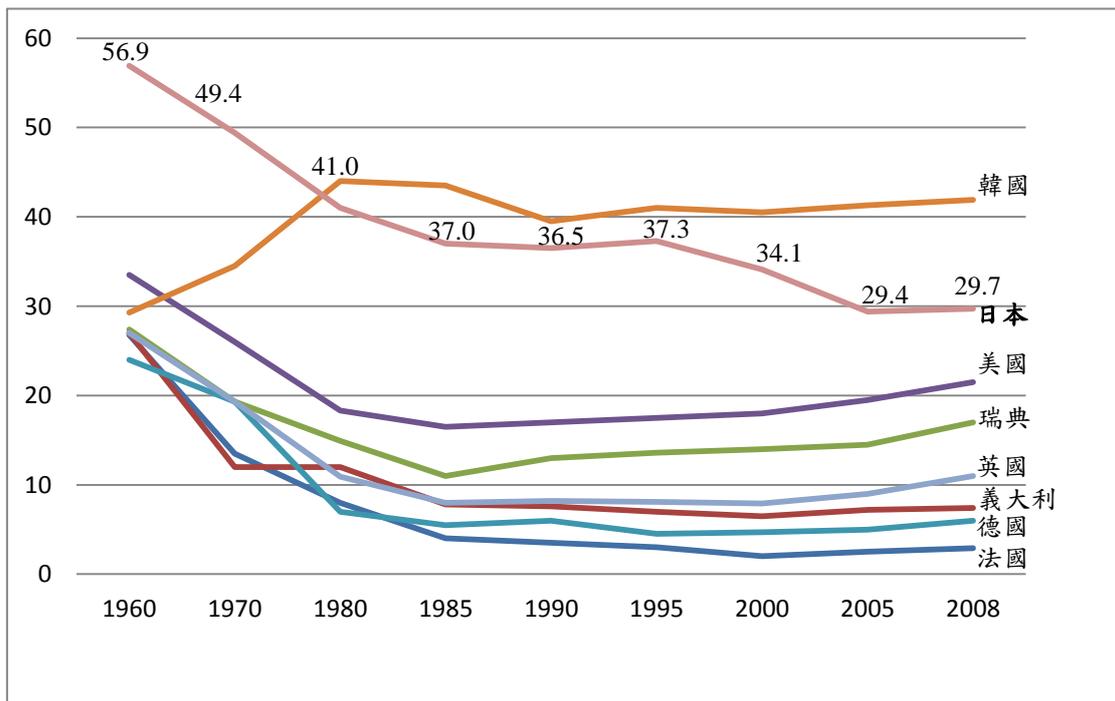
資料來源：部分取自日本經濟產業省（2003），宇智顧問團隊整理

此外，日本社會大抵上崇尚「活到老，作（工）到老」的工作態度；許多日系企業對於銀髮族再就業或以臨時工的方式聘僱，也都抱持支持及正面的想法。日本相關輔導及協助銀髮族再就業及參與職場工作的服務性產業仍持續發展。日本政府也政策性地鼓勵相關產業的發展，以支援並促進銀髮族就業障礙的降低，並提升銀髮族勞動能力與就業市場需求間的媒合成功率。請參考圖 8¹⁰。

¹⁰ 圖 8 中 1970 年代之前的數據資料來源為 Laborsta。且韓國 1960 年之資料，僅以 1966 年之數據代表。此外，本圖經本研究整理翻譯，係為示意圖，除日本之資料外，並不代表確切數字。



60 到 64 歲各國男性勞動比例



65 歲以上各國男性勞動比例

圖 8 歷年高齡勞動者比例的國際比較示意圖

資料來源：社會實情統計數據（2012），宇智顧問團隊整理

另外，日本在銀髮族智慧型養生村產業的發展上不遺餘力。首先，由於日本的人口老化現象可溯及 1970 年代，經過數十年的發展，日本的高齡人口也意識到和年輕人在生活型態上的差異，故有很高的比率不願與子女同住。在銀髮族的居住安排選擇中，日本高齡人口傾向挑選住在子女家附近，可就近方便照應即可。此外，對於租房居住的生活型態，日本銀髮族也有較高的接受程度。住在「老人之家」或「銀髮公寓」是日本銀髮族居住選擇的主要項目之一。除了軟硬體設施能夠滿足銀髮族的生活需求外，銀髮族出租公寓亦提供日本銀髮族交友、人際互動、補充性情感歸屬等情境要素，亦即所謂的「第四緣」¹¹，使得日本銀髮族較能接受家庭以外的居住安排方式。

由日本發展相關產業的經驗可知，日本大型的企業及財團包括如松下集團、關西電力公司等，便是透過銀髮族居住安排商品的提供，如：經營銀髮族養護中心、銀髮出租公寓等，逐漸帶入其企業的產品或服務，進而推行商機至其他更廣域的產業及服務，進入銀髮族消費市場。例如，由松下電器百分之百投資的香里園養老院中，引進松下電器相關產品，從負離子製造機、冷氣機、馬桶等都是松下的產品，以松下電器所出品的高科技設備紀錄銀髮族的需求和生心理狀態。這樣的產業發展方式，一面有助於企業於第一線接觸銀髮族的實際需求，觀察高齡人口消費偏好及相關變化趨勢，使得其後續有助於生活便利性產品的研發能夠儘速地市場化。秉持產品的實用性特色，其相關產品的開發即能快速反應市場脈動，進而促成相關產品的國際化與外銷市場。另一面，先發展銀髮族居住安排產業，進而拓展至促進銀髮族生活便利性產業的發展模式與策略，也符合產業行銷的商業原則。對於銀髮族而言，等於透過居住安排先「圈住」了一批具有相近特質的銀髮族群，再而針對相似族群的需求發產出符合消費者期待的產品，如此的商業模式，具有精確的目標消費者群，對於未來潛在的銀髮族消費者群而言，也有示範作用及磁吸效應，如：藉由吸引或鼓勵屆退休年齡的銀髮族以「短期試住」或「渡假休閒」等模式，先行體驗相關的居住安排方案，進而則可鎖定為未來入住的消費者，而擴大其他促進銀髮族生活便利性產業的潛在消費族群。

除居住方面的產業發展外，日本巢鴨地區（請參考附件四）更以銀髮族為目標客群，透過保持昭和時代的風貌，逐漸發展為販售日本銀髮族喜愛商品的商店，最後形成了獨特的銀髮商圈，暱稱為「奶奶的原宿」。許多銀髮商店在此設立，是日本銀髮族最愛的商店街，約有半英里長，共有約 200 家商店專為長者服務，販賣拐杖、助聽器與假牙等各類銀髮族商品，平均每年吸引 900 萬名長者來參觀。這些商店之中，大部分老闆和店員都超過 60 歲。

¹¹ 「緣」是指日本文化中，人際相處時的情感維繫或連帶感。第四緣是指傳統日本社會中，除了血緣、地緣、公司緣之外的另一種新型態的人際連結模式。透過老後的集團式居住模式，建立起一種「助緣」的氛圍，既能形成一個銀髮族為中心的團體生活型態，又能滿足其中個人的獨立性及自主性，藉由居住型態及空間的安排，形成如一個大家庭似的情感連帶，促進住民間的相互扶持。

誠如前述，在日本的銀髮族相關發展經驗中，我們可以清楚地看見其對於銀髮族相關產業的定義其圍相當廣泛，日本政府及業者透過許多不同的方式及角度切入，提供一整套式、全面的服務。而也正因為銀髮族的基本需求包羅萬象，若是將銀髮族休閒養生產業特別指定，則可能發生缺失，因此本研究對於銀髮族休閒養生的定義方式，捨卻依個別產業項目列舉的方式，回歸至以人為本的基礎，並且掌握銀髮族休閒養生產業應有的「特質」或「界定方式」。如此定義將有助於政府在推廣銀髮族休閒養生產業時，在政策面引導或補助時能有更具彈性的操作型定義，並使產業的發展過程能更具靈活度。

(二)、以芬蘭為例

芬蘭為北歐的高齡社會國家，近年來所推動的銀髮族運動計劃(Strength in Old Age)與仙台-芬蘭健康福祉照護中心(Sendai-Finland Wellbeing Center)受到國際注目。根據預測，芬蘭的銀髮族人口將於2020年達到23%(Markus Rapo, 2011)，為歐盟國家中人口老化相對快速，同時也是相關銀髮族福利政策或措施相對完善的國家(蕭富元, 2007; Jan Kunz, 2007)。芬蘭政府與私部門已針對銀髮族群發展出適合其參與或使用的產品或服務。本研究透過探討芬蘭經驗，以更積極、預防的角度出發，希望達到銀髮族更樂活、更健康之目的。

目前芬蘭2011年65歲以上的高齡人口已超過18%，約有97萬之人口，其中，和大多數其他國家一樣，芬蘭的高齡人口中，女性人口多於男性(Statistics Finland, 2012)，同時也出現家庭組成成員的減少。以下，茲整理芬蘭社會中相關產業之發展狀況和特性供參。

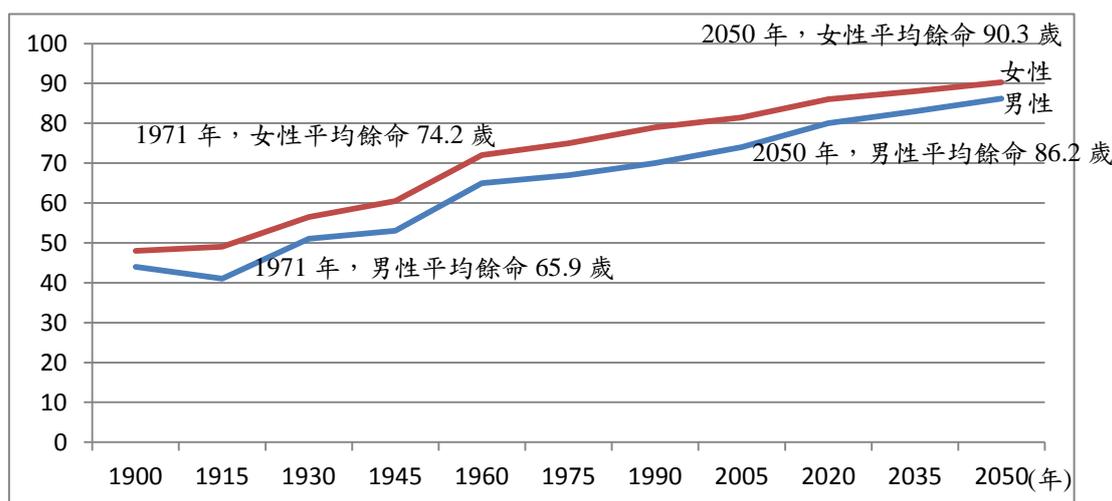


圖 9 1900 至 2010 年芬蘭男女平均餘命及預測值示意圖

資料來源：Statistics Finland –Aging and the future of the Finnish population

芬蘭的扶養比並將高居歐盟國家之冠 (Markus Rapo, 2011)，加以少

子化的問題，芬蘭 20 歲到 59 歲的可勞動人口持續減少當中，成為芬蘭社會的隱憂之一。芬蘭係屬一社會福利國家，透過身障退休年金（disability pensions）、個人即早退休年金（individual early retirement pensions）、失業退休年金（unemployment pensions）、民眾所領取的退休年金等，使得芬蘭民眾提早退休，雖可帶來青年人工作機會增加、銀髮族更有餘裕從事休閒養生活動等優點，然隨著高齡化與少子化的趨勢，這樣提早退休的狀況也造成芬蘭財政上龐大的負擔。有鑑於此，芬蘭政府已經訂定禁止於工作上年齡歧視的法律條款，提出延緩退休的激勵方案和多項計畫¹²，鼓勵芬蘭民眾工作至 68 歲，以延緩芬蘭民眾的退休年紀（Jan Kunz，2007）。

銀髮族運動計畫（Strength in Old Age）中，芬蘭政府將經費投注在推廣及教育中高齡民眾參與體能活動，希望藉此達到預防勝於治療的理念。在芬蘭中部的華斯克拉（Jyvaskyla）市尤其成效卓著，該城市整合大學之設備、師資¹³等資源，進行完整的規劃，包括適合的活動設計¹⁴、場地規劃¹⁵等。各種多樣的課程設計，滿足各種不同體能狀況的銀髮族之需求；同時，輔以體育專業及物理治療專業的指導員，以及輔助型運動指導員，例如同儕、志工、運動社團領導人等，帶領學員們進行運動。此外，該計畫並發給每一位加入的會員們一張專屬晶片卡，不僅可以用來租借器材，更可以從晶片卡紀錄個人的運動量和運動類別，作為政府統計與教練評估的參考依據。當銀髮族越活越健康時，社會醫療成本也會相對減少（PeoPo 公民新聞，2008）。

此外，芬蘭的 HUR 銀髮族運動器材公司（HUR air resistance fitness equipment）為世界銀髮族運動器材的領導品牌，目前產品已行銷至全世界超過 30 個國家。該公司透過產學合作的方式，研發出多款適合銀髮族使用的健身運動器材，例如，利用空氣為阻力，主要針對銀髮族之肌力及心肺耐力進行訓練，並且降低對於銀髮族關節組織之壓力和運動傷害等。

芬蘭的資訊技術（Information Technology）產業具有國際知名度和競爭力，如 Nokia、托瓦茲¹⁶等。透過整合芬蘭產業的利基和優勢，針對銀髮族之需求開發各種軟硬體設備，成立芬蘭健康福祉照護中心（Finnish Wellbeing Center, FWBC）¹⁷。2004 年，芬蘭並與日本進行跨國合作，整合二國之政府、大學院校與研究機構、社福單位、民間企業和銀行等，成立

¹² 芬蘭政府所推行之計畫包括：國家高齡勞工計畫（the National Program on Ageing Workers (1998-2002)）、國民工作計畫（the National Well-being at Work Program (2000-2003)）、工作場地改善及發展計畫（the Workplace Development Program (1996-1999 and 2000-2003)）以及國家生產計畫（the National Productivity Program (1993-1995, 1996-1999 and 2000-2003)）等。

¹³ 包含體育教練、物理治療師、體育系學生等等，完整規劃適合老人練習並從事的活動。

¹⁴ 其中必須考量老人從事相關活動的成就感、參與的興趣誘因等。

¹⁵ 包含場地布置、安全性考量、氛圍掌控等等。

¹⁶ 托瓦茲：林納斯·托瓦茲，其為發起了 Linux 核心的開源項目，並以此廣為人知，是當今世界最著名的電腦程式設計師、駭客之一。

¹⁷ 2011 年經歷 311 日本東北大地震後，仙台-芬蘭健康福祉照護中心與日本政府共同合作，積極規劃重建。

仙台-芬蘭健康福祉照護中心（Sendai-Finland Wellbeing Center）。該福祉照護中心主要分為研究單位（Research & Development Unit）和老人照護單位（Care Unit），請參考下圖。該研究單位配有研究室、研究設備及研究人員，主要負責照護裝備等硬體設施的研發、改良、檢測、認證、展示、宣導和推廣，此外，並協助引進國內外廠商及研究機構，增進合作與交流的機會。照護單位則是研究單位研發成果的實驗室，照護單位內部共有 100 間中長期單人照護房以及 20 間短期單人照護房，內部配有研究單位所研發出的相關生活器具、輔助設備和設施。透過中長期的老人安養以及短期或日間的照護服務，了解銀髮族們對於相關設備及設施的使用習慣和狀況，並提供研究單位作為改良的參考。

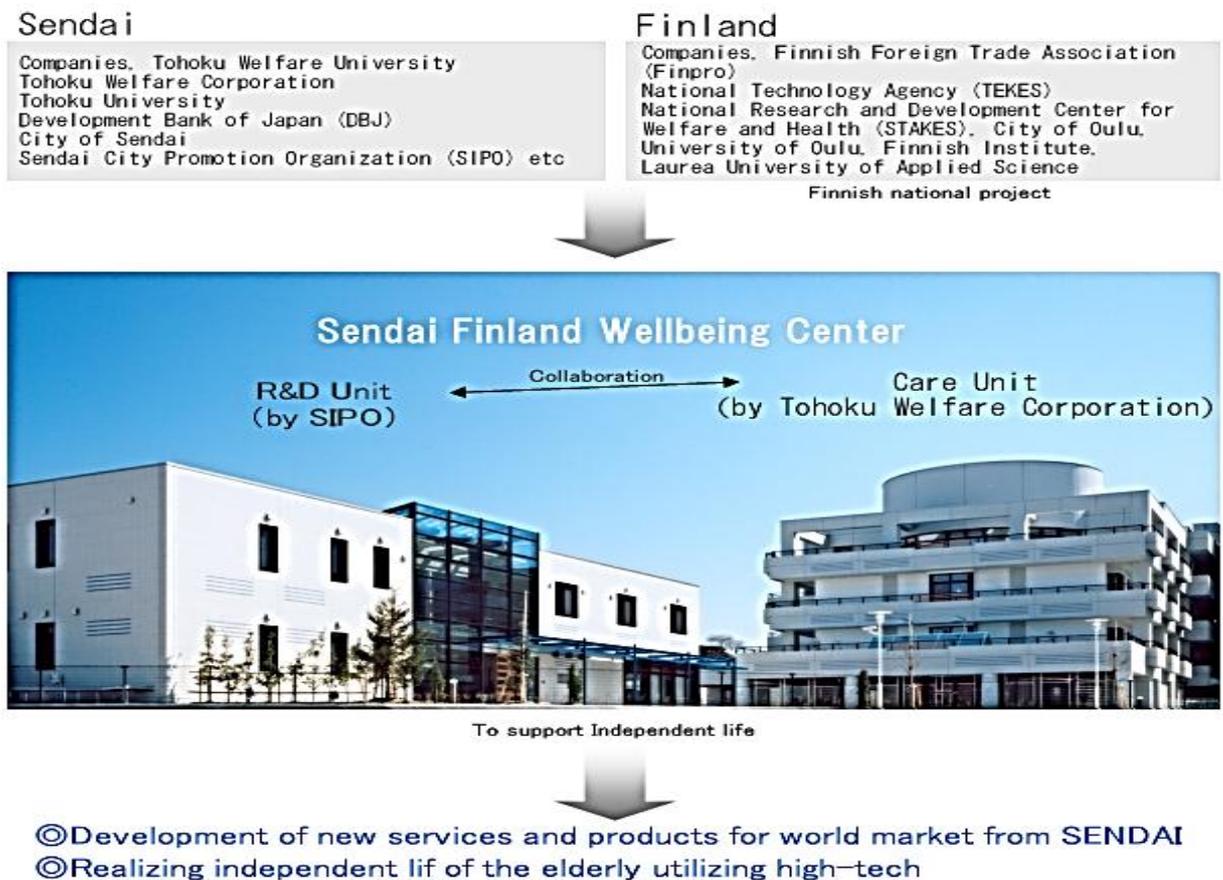


圖 10 仙台-芬蘭健康福祉照護中心簡易配置圖及外觀照片
 資料來源：仙台-芬蘭健康福祉照護中心官方網站

該福祉照護中心任務在於希望能發展照護設備與服務，並將其行銷至歐洲、甚至是全世界，以期打響仙台的國際知名度；並希望透過高科技的協助，使得銀髮族可以享受獨立自主的生活。該福祉照護中心強調透過高科技使得銀髮族群們能夠擁有獨立、自立的生活。因此，房型皆為單人房，

且房間內的設計皆經精心規劃，從景色到採光都經過細膩的考慮，盡量讓房內明亮舒適，使銀髮族們不會因光線不足而成日昏昏欲睡。房內皆設有各別的廁間、廚房、電視及網路資訊等設備，並開放住客們自行選用家具，除提供個人化的空間，並期望帶給入住的銀髮族們家的感覺。此外，為增進銀髮族們獨立自主的能力，並加強預防性、保健性的服務和照護，福祉照護中心設有游泳池、復健、健身房、俱樂部等活動場所，不僅入住的銀髮族們可以使用，亦歡迎在地民眾前來使用；一樓的交流大廳，並開放舞蹈、陶藝等教學，透過這些場地，促進入住銀髮族與當地民眾地交流，並成為銀髮族們彼此交流、談天的場所。

另一方面，福祉照護中心並提供口腔照護、食品營養等服務，以維持入住居民的身體機能。為達成銀髮族自主、自立的目標，透過專業人員的從旁協助，入住的銀髮族們可以自行選定被照護的方式，也可維持或依循自身的生活習慣，並不限制入住銀髮族群的作息時間，希望協助銀髮族們建立起自立的生活模式和習慣，銀髮族們也可自主性地使用福祉照護中心內所提供的設施和設備。¹⁸此外，該福祉照護中心並鼓勵雇用當地的銀髮族參與服務，使得入住的民眾得以與當地的銀髮族互動、交流，對彼此的生活品質和生活環境都可有所助益（Eco-city 健康樂活城）。

從前述芬蘭的例子當中，我們可以清楚看見當以政策整合既有產業優勢後來引導新興產業發展時，不論是運動計劃或是照護中心計畫這類專為銀髮族設計的新興產業，都能穩定發展；而在芬蘭的經驗中更讓本研究團隊開始不斷思考我國既有的產業優勢為何，而這些產業優勢有可以如何延伸，並透過政策引導的方式來帶動新興的銀髮族休閒養生產業發展。

（三）、以新加坡為例

新加坡將銀髮族稱為「樂齡」人士。目前在於改變傳統對於銀髮族的形象及概念，希望能從稱謂上作改變，以積極老化的形象，重新建構並詮釋銀髮族在社會中的角色。針對樂齡人士的居住安排，由於新加坡是東亞地區，主要以華人或華裔所構成的社會型態之一，在養老及敬老的觀念上，亦深受傳統儒家思想的影響。因此，新加坡政府在政策上，善加運用家庭的照顧功能，在居住安排上設計了既分又合的組屋，使得長輩能與子女住在同一個社區中，但又能相互各自保持一定的獨立性及隱私。

事實上，新加坡政府為著銀髮族的需求，也為著及早因應因人口老化所帶來的社會問題，專責成立了一個人口老化跨部門委員會，統括統籌銀髮族的各項需求，並制定出相關的銀髮政策。其中含括的功能包括：經濟保障、就業安全、社會融入、健康護理、住屋保障、社會和諧六個子組，在政策制定面提供銀髮族更全面性的照顧。

¹⁸ 若遇失去自由行動能力之入住民眾，則多使用戒護床，並派專員照護，此外，更藉由游泳、下肢復健運動等活動，維持住客的身體機能。

新加坡的組屋，是專門設計為了適合數代同堂之用的戶型，為鼓勵子女照顧父母及長輩，以政策性的優惠價格賣給年輕人，使得子女住得離父母近一些，充份發揮家庭的照顧功能，一面滿足銀髮族所需要的心理支持及社會網絡的連結，另一面也可幫助青年人儘早購屋置產，就近看望父母及長輩¹⁹。在新加坡政府的政策引導下，目前新加坡約有七成的銀髮族與家人同住（聯合報，2012）。

新加坡政府以政策方式介入銀髮族的居住安排，有其社會面與經濟面的考量。社會面而言，新加坡華人社會中，銀髮族三代同堂及與子女同住的意願較高，若能善加運用，將可有效降低銀髮族的照護成本，節省福利開支。就經濟面而言，強調銀髮族的居住安排，是以銀髮族的居住為核心，延伸出周邊的各項服務措施及商業模式。透過服務居住在組屋(社區)內的銀髮族，其他銀髮族日常生活所需要的一切商品及服務，也能應運而生。

此外，新加坡政府在考量樂齡公寓的設計時，除了關照銀髮族居住的需求外，更重視如何提升銀髮族的社會參與，鼓勵銀髮族的人力再運用，也藉此傳承智慧，使銀髮族獲得社區認同與肯定。在每個樂齡公寓都會設置鄰里聯繫站，並由社會發展及體育部委託由非營利團體經營管理。鼓勵銀髮族在此相互交流、休憩、運動等，更進一步地，可作為銀髮族與社區間的交流平台，鼓勵銀髮族積極參與社區服務，相互幫助，或以其他方式回饋社會。這樣的空間安排，到軟硬體設施及服務方案的配套，促使銀髮族能重新發現自身的價值，達成成功老化、活躍老化，乃至生產老化理念的實踐。

(四)、以西班牙為例

西班牙政府認為季節性因素是造成該國旅遊業發展的主要限制因素，而為了振興經濟以及解決上述受季節影響之因素，西班牙政府進行了一項的先導計畫(pilot project)，進以解決西班牙季節性旅遊的問題，重振該國經濟。為了促進西班牙經濟之活絡，西班牙中央政府聯合安達魯西亞地區(regions of Andalusia)、巴利阿裡群島(Balearic Islands)、瓦倫西亞(Valencia)區以及加那利島群島區(Canary Islands)之政府機關，共同推動銀髮族公民旅遊補貼計畫，不論在基礎設施以及人力資源準備方面，歡迎遊客在冬季(淡季)進行旅遊。在這項計畫中，可讓超過55歲的歐洲公民有機會參加高品質的度假旅遊，同時該計畫主要是希望藉由補貼銀髮族旅遊行程一部分的費用，安排銀髮族在淡季時段(西班牙冬季)到西班牙旅遊。補助之行程主要分兩個路線，安達魯西亞地區、巴利阿裡群島、瓦倫西亞為一條線，加那利島群島為另一條線。在第一條線中，政府資助150歐元給那些55歲以上居住在波

¹⁹ 新加坡政府為鼓勵兒女與父母同住，發揮家庭養老功能，推出一系列津貼計畫，例如年滿卅五歲的單身者購買政府興建的房子，若與父母同住可獲兩萬星幣(約台幣四十七萬元)房屋津貼，約為常人月入的十倍。與年邁父母同住最高可享五千星幣扣稅額優惠(約台幣十一萬元)；如果子女住房離父母住所較近，政府也給予子女住房補貼。新加坡政府還興建三代同堂組合式房屋，以兩戶既分又合為原則，進一步鼓勵子女與父母同住。

蘭、匈牙利、捷克共和國和斯洛伐克的居民；100歐元給居住在奧地利、比利時、保加利亞、丹麥、斯洛文尼亞、希臘、愛爾蘭、義大利、法國、荷蘭、葡萄牙和羅馬尼亞居民。在第二條線中，居住在波蘭、匈牙利、羅馬尼亞、保加利亞、捷克共和國和斯洛伐克居民，可獲得補助150歐元；而100歐元給居住在斯洛文尼亞、愛沙尼亞、希臘、立陶宛、拉脫維亞、盧森堡和葡萄牙的居民。這個活動屬於團體行程，規劃包括交通、四星級酒店住宿、膳食、康樂活動和旅遊保險等（Innova management，2011）。西班牙政府為促進經濟，鼓勵歐洲他國之銀髮族赴西班牙旅遊補助之政策實質得我國參考。

（五）、以德國為例

為了因應高齡化社會，德國 Kaiser's 超級市場，將他們的賣場轉型為銀髮超級市場，以提供銀髮族「一個喝咖啡、輕鬆購物的環境」作為經營訴求。以下列點說明在 Kaiser's 的超級市場中，最為受讚許之主要設計，提供未來相關單位規畫銀髮主題樂園以及相關設施之參考（Gerry Hadden，2007）²⁰：

- (1). 寬敞、特殊防滑、明亮的走道；每一個走道皆設有求助按鈕，消費者可以隨時按鈕召喚幫助。
- (2). 在每條購物走道旁安裝一階階梯，方便銀髮族接近高層的陳設物品，更容易拿取在架上的商品，避免跌倒。
- (3). 每一個走道旁放置放大鏡和一個按鈕，消費者可以隨時按鈕召喚幫助。
- (4). 特殊的購物車設計：購物車配備了放大鏡、長把手，附有座位和鎖定車輪的設計，提供銀髮族可以隨時坐下，擁有短暫的休息時間。
- (5). 開闢一個購物休憩區，使銀髮族當購物疲勞時，可以休息、放鬆，等到體力再次恢復時，再繼續進行購物。
- (6). 價格標籤與使用說明字體放大，避免銀髮族在購物時，識字不清的問題。
- (7). 商品份量採小包裝販售，可以避免因為銀髮族的使用需求降低，銀髮族因為節儉的心理，不購買或買回家即使過了保固期限仍繼續使用，而危害健康等問題。
- (8). 事實上，所有年齡層的消費者可以安心使用店內的防滑地板，配合明亮燈光，以及柔和舒適的購物環境。

誠如前述，為了掌握銀髮商機，德國私人企業 Kaiser's 超級市場，即主動將他們的賣場轉型為銀髮超級市場，以提供銀髮族「一個喝咖啡、輕鬆購物的環境」作為市場區隔；這種市場區隔的做法其實亦值得我國零售與批發業者參考。

²⁰ 事實上，第一個類此友善高齡的作法發生在奧地利，而此一個案例尚未在德國全國實施，僅在德國柏林東部地區有此一家商店。該店之所以可帶動 25% 營業額的成長主要係歸因於該地區有約 60% 之民眾為 50 歲以上。

(六)、以美國為例

美國對於高齡教育之推展頒布許多政策法案，建立相關機構或委員會。1949年，美國「全國教育協會」成人教育部（The Department of Adult Education of the National Educational Association）成立了「長者教育委員會」（Committee on Education for Aging）²¹，並出版了「成年後期的教育：手冊（Education for Later Maturity: A Handbook）」為美國第一本關於長者教育的書（黃富順，2008）。1965年，頒布美國老人法（The Older Americans Act），成立老化管理局（Administration on Aging）。1971年，美國政府召開白宮人口老化會議「White House Conference on Aging」，會中特別提到高齡教育對於社會的正面性及重要性。而美國的大學院校在十九世紀末就已經成立了大學推廣教育，提供老人無學分的教育活動。此外，許多社區學院，亦提供銀髮族相關課程或活動，多為兩年制，所實施的方案也相當廣泛與多元，包括：銀髮族基礎教育、高中教育、職業訓練、繼續性的專業教育等。

(七)、以香港為例

香港自1980年代後期，展開長者學習計畫，主要由非政府機構開始興辦，至2007年方由香港勞工及福利局和安老事務委員會推行「長者學苑」計畫，除希望能推廣終身學習，維持銀髮族的身心健康外；也可提供銀髮族群一個發揮所長，傳承知識和經驗的管道；此外，長者學苑亦強調以現有學校資源為基礎，包括如學生、教師、校友、退休教師、家長會、禮堂、電腦室和圖書館等，可減少開辦長者學習計畫的費用。而年輕學子透過參與長者學苑的活動，可增進學生們的社區參與度和公民素養，促進長幼共融；學校和社區之間彼此的聯繫也會更加緊密。目前除了香港各區的中小學外，亦有包括香港大學、香港公開大學、香港城市大學、香港理工大學、香港教育學院、嶺南大學及香港樹仁大學等七間大專院校提供長者學苑課程。目前全香港已有103間的長者學苑。除長者學苑外，香港許多私立機構也都辦有許多課程，包括如香港高齡教育工作者聯誼會有限公司、香港社會服務聯會、香港第三齡學苑等。其中，以香港理工大學蒼賢廊為例，蒼賢廊係由凱瑟克基金贊助成立，為香港理工大學醫療及社會學院下「活齡學院」之相關研究的延伸和實踐。蒼賢廊除有效利用香港理工大學之資源外，亦強調由銀髮族自行策畫，擔任講師之互助及獨立自主的能力。香港有許多的相關機構，都強調利用現有資源（例如學校的空教室）降低行政成本，並由銀髮族自行管理，處理包括行政、財務及招生等各項事宜，甚至是訓練銀髮族出任講師，如此一來，銀髮族可有更多的參與感，實現生產老化之概念。

²¹ 後該委員會歸入「美國成人教育協會」（The Adult Education Association of the U.S.）

第二節 我國銀髮族休閒養生需求發展趨勢

上文已分別介紹了日本、芬蘭、新加坡、西班牙、德國、美國與香港等地針對休閒養生產業的發展現況和趨勢。以下，本研究將就我國銀髮族需求發展趨勢與契機進行探討。

我國人口高齡化速度相對快速，但目前相關商品及服務主要在於滿足銀髮族生理及安全需求兩個層次，而相對忽略了社會需求、尊重需求和自我實現需求(龔俊光、簡文強，2004)。此外，人口老齡化已成為產官學界激烈討論的關注議題，部分研究將銀髮族群視為社會的負擔或是消費者；但同時也有一部分研究主張將銀髮族群視為是經濟的貢獻者，持這一論點的研究主要認為現代的銀髮族多屬於接受過高等教育、就業狀況較佳、在經濟條件上也較為優勢。事實上，觀察高齡化社會對休閒養生的需求，發現高齡人口增加對於健康照顧產品的需求大增，對於休閒服務、育樂等活動的需求也增加。

另外，根據李維靈、施建彬、邱翔蘭(2007)於退休老人休閒活動參與及其幸福感之相關研究則顯示，在休閒活動參與方面，退休老人以「消遣型活動」的參與程度最高；其次是「社交型活動」。在消遣型活動中，以「看電視」的參與程度最高，其次是參與「聊天」；在社交型的活動中，以「拜訪親友」的參與程度最高，其次是「與兒孫玩樂」；健身型活動中以「旅遊」的參與程度最高，其次是「運動」；嗜好型活動中以「品茗」的參與程度最高，其次是「園藝」；學習型活動中以「讀書報雜誌」的參與程度最高，其次是「各種進修」。

黃逸清(2011)對南投縣草屯鎮銀髮族休閒偏好與休閒阻礙進行相關研究，同時參考國內外學者所整理的休閒活動項目，加以歸納，以主觀分類法，將銀髮族常做的休閒活動分為「運動健身性活動」、「嗜好學習性活動」、「社交服務性活動」及「外出閒逸性活動」等四類活動，其活動項目依其相似性質得加以整合，分述如下：

- (1). 運動健身型活動：能鍛鍊體魄、增強體適能的活動。如：游泳及水上活動、慢跑、快走、球類運動、舞蹈、騎自行車等。
- (2). 嗜好學習型活動：屬於個人消遣或學習新知，又能放鬆及調劑身心的活動。如：看電視、聽音樂、唱歌、閱讀、寫作、做手工藝品、品茗、喝咖啡、園藝、各種進修學習等。
- (3). 社交服務型活動：增進人際之間的交流，走入人群，接觸社會，能放鬆調劑身心的活動。如：親友聚會、與兒孫玩樂、下棋、打牌、聊天、社會服務、社團活動、宗教活動、參加藝文活動等。
- (4). 外出閒逸型活動：偏向戶外且能紓壓及調劑身心的活動。如：逛街購物、散步、旅遊、登山、健行、釣魚、釣蝦等。

該研究結果發現，銀髮族群之休閒偏好以看電視、聊天、親友聚會、與兒孫玩樂及散步為受訪者最喜愛之前五項休閒活動；而以釣魚釣蝦、上網、游泳、打牌和球類運動為受訪者最不喜愛的前五項休閒活動。

曾毓勝(2010)對銀髮族群休閒生活偏好與選擇之研究，他將銀髮族族群之休閒活動區分為體育性、知識性、娛樂性、藝術性以及服務性之休閒活動，研究從187份問卷中發現得分最高為體育性休閒(23%)、其次偏好藝術性休閒(22%)、第三較偏好娛樂性休閒(21%)、第四為偏好知識性(18%)、最末為較偏好服務性休閒(16%)。整體而言，休閒生活種類之偏好分布平均，最高(體育性休閒)與最低(服務性休閒)僅差6%。而該研究認為政府或企業於建設或投資休閒設施時，應以小巧而分佈廣、可及性高為主要訴求；而非量體大而距離遙遠；若真要設置大型設施，或是舉辦大型休閒活動，除了本身的誘因之外，更需考慮到交通便利性。在休閒活動的提倡上應以健康為主要導向。休閒與健康的結合，符合銀髮族群腳踏實地的生活態度。另外，應重視銀髮族群的智慧與產能，提供「社會服務內容」的多樣性，誘導或協助義工團體之成立。不僅可讓銀髮族群有適當的管道、用休閒的心情，去實現自我，也可增進社會和諧。針對擁有較優沃經濟條件之銀髮族群則可依照其需求而做「客製化」的服務。

另外，根據內政部統計處2009年「老人狀況調查結果摘要分析」資料顯示²²，絕大多數的中高年齡民眾擁有不錯的健康和身心功能²³，在身心等身體功能皆還健康的狀況下，退休後的生活代表著更多可以自我分配的時間，更有餘裕從事自己喜歡並且想要參與的活動。該資料並顯示，在65歲以上銀髮族現下之生活主要活動以及55歲以上64歲以下之中高齡民眾在未來老年生活之規劃部分，無論是2009年或2005年65歲以上之受訪銀髮族，「休閒娛樂團體活動」²⁴、「養生保健團體活動」²⁵以及「與朋友聚會聊天」皆為其優先參與的選項；而2005年佔65歲以上受訪銀髮族日常主要活動第四位的「照顧(外)孫子女」，在2009年受訪銀髮族之參與比例則呈現下滑。而55歲以上64歲以下之中高齡民眾在未來老年生活之規劃部分，在2005年之報告顯示，「四處旅遊」、「從事養生保健活動」以及「從事志願服務工作」為受訪中高齡民眾之未來生活規劃中的前三名；而在2009年的資料則是以「四處旅遊」、「從事志願服務工作」以及「賦閒在家」為受訪中高齡民眾之主要規劃。此外，銀髮族對於老年生活的期望和擔憂的項目也未有太大的變動，此二年份之資料顯示，無論是55歲到64歲以下之受訪中高齡民眾或者是65歲以上之受訪銀髮族，對於老年生活的期望前三項皆依序為「身體健康的生活」、「能與家人團圓和樂的生活」及「經濟來源無虞的生活」；值得一提的是，2009年55歲到64歲以下之受訪中高齡民眾中，有18.58%的受訪者對於「經常外出旅遊的生活」抱有期望，遠高於2005年之受訪中高齡民眾的9.72%。

²² 根據內政部統計處官員表示，2013年亦將執行老人狀況調查結果摘要分析，惟相關資料須至2013年年底甚至是年初方能提出發表。

²³ 根據該份報告，約有82%之55~64歲的國民以及約71%之65歲以上的國民認為自己生心理狀況達中上程度。

²⁴ 內政部統計資料所指休閒娛樂團體活動，包括如登山健行、旅遊、觀賞表演等等(自行活動者不列計)。

²⁵ 內政部統計資料所指養生保健團體活動，包括如練習太極拳、養生操、慢跑等等(自行活動者不列計)。

此外，銀髮族對於養生村等安養機構之了解程度出現成長。相較於 2005 年之 65 歲以上受訪銀髮族，2009 年之受訪銀髮族對於安養、養護機構服務內容瞭解程度有所增加。65 歲以上受訪銀髮族在未來生活無法自理時，願意住進老人長期照顧機構或護理之家之比例亦從 2005 年之 27.88% 上升至 2009 年之 42.40%²⁶。必須承認，現今台灣銀髮族或因為過往認知影響，對於至安養中心或老人住宅居住之狀況及意願相對偏低。在內政部專題分析報告-「老人居住安排與長期照顧選擇之探討」中，提到「願意入住養護機構、長期照顧機構或護理之家之銀髮族以都市程度高地區、男性、教育程度高者、未婚者、離婚或分居者、經濟狀況佳者之比率呈現較高的現象。」換言之，具備高教育程度、高所得、年紀較輕、有就業、傾向現代化價值等特質之銀髮族群，較能接受不與兒女同住、三代同鄰的居住安排，此類銀髮族群相對希望維持獨立自主的生活，而不願依賴兒女。

以上係為我國學者的相關研究與老人狀況調查相關的報告整理與分析。而為了進一步了解當前銀髮族的期待與看法，本研究在計畫執行期間進行了 249 份之問卷調查²⁷，針對藝術創作與欣賞、體育競賽、觀光旅遊、終身學習與社交聯誼、健康養生、居住選擇與促進日常活動便利等六大類，探詢銀髮族在下列四個層面上的態度與想法：參與的可能性、願意花費的預算、政府補貼對於參與意願的影響、大學生志工陪伴對於參與意願的影響。受限於研究經費與時間限制，本研究的相關問卷所得結果未必足以代表全國銀髮族的實況，但若單就本研究之問卷結果而言，其係具有下列趨勢。本研究問卷調查相關細節請參考附件五。

- (1). 在參與可能性的部分，受訪之銀髮族對於問卷所提出的產業參與可能性依次排列，分別為成人教育、國內旅行及觀賞影音表演。此外，本研究發現，相對年輕的銀髮族對於休閒養生的產品或服務的接受度相對較高。
- (2). 針對願意花費多少預算參與相關活動的調查結果顯示：以台北地區的銀髮族相對於本問卷訪談中的另兩個城市：台中市與高雄市的銀髮族願意花費較多的生活預算在休閒養生活動上，顯示出現地理區域間的差異。
- (3). 針對津貼補助或大學生志工之陪伴，則與一般預測相反的是，在本研究問卷調查中，受訪銀髮族在參與大部分之休閒養生活動（觀賞影音表演、觀賞文藝展覽、參與藝文創作或表演、參與型健身運動、國內與國外旅行、成人教育）時，津貼補助或大學生志工之陪伴皆未能出現強化參與

²⁶ 由於 2005 年與 2009 年之調查對於安養機構、老人住宅等項目之問項不完全相同，因此，相較於「65 歲以上受訪銀髮族在未來生活無法自理時，願意住進老人長期照顧機構或護理之家之比例」，「未來生活仍可自理時，住進老人安養機構、老人住宅或公寓」此類題目之分析內容無法比較。而根據 2009 年「老人狀況調查結果摘要分析」顯示，台灣地區 55~64 歲之國民，在未來生活仍可自理時，住進老人安養機構、老人住宅或公寓之比率約為 34% 左右，若生活未能自理時之入注意願則達 60%；65 歲以上銀髮族，在未來生活仍可自理時，入注意願則約為 19%，若生活未能自理時之入注意願則為 42% 左右。

²⁷ 本研究問卷調查，共發放超過 300 份問卷，回收之有效問卷 249 份。針對年滿五十歲以上之銀髮族，採取便利抽樣，即透過社教機構及民間社團等，於臺灣的北（台北）、中（台中）、南（高雄）三區，在取得各單位及銀髮族之允許後，由計畫成員訓練訪員，前往各個單位，帶領銀髮族群進行團體施測。

意願的效果；但在部分活動的參與動機調查中，則顯示較高齡之銀髮族對於津貼補助或大學生志工之陪伴出現較正面的參與回應，以及津貼補助對於本問卷中的女性受訪者參與休閒養生活動意願的影響大於對於本問卷中的男性受訪者。

綜合上述本研究之問卷調查及內政部之統計資料結果，可在其中看見，就受訪族群而言，不同地區、不同年齡層、不同健康狀況、不同教育程度、不同地區的銀髮族間對於休閒養生相關產業的參與意願也有不同差異。值得注意的是，根據本研究之問卷調查結果，本研究發現，受訪銀髮族未必認為自己是弱勢族群，因此津貼補助與大學生志工陪伴對其而言未必是一種參與休閒活動的誘因。就本問卷的受訪銀髮族而言，尤其是其中的嬰兒潮的銀髮族，追求的是高品質且能營造正面形象的休閒養生之產品或服務，此與前文中探討的國際嬰兒潮銀髮族之特性彼此相呼應。

根據上述國內銀髮族對於休閒養生產業之需求及參與意願，本研究提出以銀髮族之「年齡」、「健康狀況」、「教育程度」、「經濟狀況」以及「居住地區」作為後續進行銀髮族消費趨勢分析時的重要因子。此外，呼應銀髮族之心理需求和銀髮族相對具有經驗豐富、人脈廣闊、專業知識或技能熟練、資金豐沛無虞等特色，本研究亦建議可以「資金」、「知識」、「經驗」以及「勞動力」等面向作為在利用銀髮族資源時的因子。

第三節 我國銀髮族休閒養生產業發展契機

前文已分別以日本、芬蘭、新加坡、西班牙、德國、美國與香港，各自說明不同政府如何利用透過了解銀髮族需求後搭配各自的既有產業優勢來發展不同銀髮族休閒養生相關產業，並且也引述了我國內政部統計處 2005 年及 2009 年的「老人狀況調查結果摘要分析」與本研究的問卷調查分析結果來探討我國銀髮族的特性。

事實上，在探討銀髮族休閒養生產業之範疇以及產業發展策略，應先掌握該族群之消費特性以及在心理上追求自我價值之創造以及自我價值之實現的特性，其中，在消費上該族群具有龐大消費能力及審慎理財之特性、重視休閒運動及養生觀念、對於不同的服務或產品或新科技接受度提高等三大消費趨勢及特性勢必是我國銀髮族休閒養生產業未來發展的重要關鍵。

另外，海內外之銀髮族對於休閒養生之需求，其實有幾項共同點：重視運動保健、喜愛旅遊等，例如：根據現代熟社會（Modern Maturity）報告顯示，在超過 50 歲的中高齡民眾中，每一年傾向旅行 3 次以上者達 68%。其中，中高齡民眾喜愛的遊程包括購物、參訪歷史古蹟或博物館、參與文化慶典活動、賭博、戶外活動及參訪國家公園等等（Cevdet Avcikurt, 2009），此外，相較於其他年齡層，歐洲銀髮族旅遊的期程是最長的，每一次的遊程平均達到 11.7 日（Julia

Urhausen, 2009)。

Carrera & Bridge (2006) 則將健康與養生觀光定義為「在個人生活地區環境之外的有組織之旅遊活動，其目的在於維護、提升或恢復個人的身心福祉」。Goodrich (1993) 則以旅遊設施 (tourist facility) 或旅遊地點 (tourist destination) 的角度觀之，認為健康旅遊是這些設施或地點為了處心積慮地吸引觀光客，而在一般的旅遊設施之外，特別宣傳健康促進的服務或設施。

根據 Cook, Yale & Marqua (2006) 整理，銀髮族旅遊者特性如下：

- (1). 較其他族群更重視於度假期間享受美食
- (2). 較其他族群更不喜歡酒吧與夜生活
- (3). 較喜歡郵輪度假
- (4). 較喜歡去賭場
- (5). 因享受而旅遊，出遊原因包括拜訪好友、尋找娛樂等
- (6). 主要工具為汽車、卡車與休旅車
- (7). 較長的平均旅遊天數
- (8). 平均來回948英里
- (9). 最有可能購買套裝旅遊
- (10). 喜愛遊覽歷史古蹟
- (11). 喜愛文化慶典觀光
- (12). 最不可能使用網路計畫旅遊或預約

同時Cook等人發現，銀髮族旅客分屬於下列三種類型的市場區隔：

- (1). 屬於觀光者，喜歡參加以不同城市為景點的套裝旅遊，不喜歡驚喜與派對生活，非常注意安全
- (2). 為稍微年輕的狂熱參與者，他們教育程度較高，喜歡自己探索、尋找冒險與體驗，並與當地人打交道
- (3). 以家庭為重的銀髮族旅客，喜歡將旅遊當作家庭時間，與上述兩個區隔相比，生活較不富裕且教育程度偏低

Medical World Search (2011) Ifay F. Chang 的研究則指出，玩遊戲係屬一種活絡腦力和心智的方法，透過玩遊戲運動大腦，得以延緩銀髮族的老化狀況，如記憶力的衰退或癡呆等。日本的任天堂公司曾針對適合銀髮族參與之遊戲機進行研究：過去並沒有專為銀髮族設計之遊戲機，且過去多款遊戲操作過於複雜，不便於銀髮族使用。根據 Entertainment Software Association 統計，銀髮族使用電玩遊戲的比例在成長中，目前美國也有數家銀髮族退休團體考量以任天堂的 Wii 遊戲機訓練銀髮族手眼協調的功能，提供會員們使用 Wii 遊戲機(簡淑超, 2010)。而在智慧型益智遊戲部分，根據美國玩具公會 (2008) 的分析指出，戰後嬰兒潮人口及其上一代之銀髮族成為玩具和遊戲的另一個潛在的消費族群。嬰兒潮族群除購買復古、懷舊的玩具或遊戲外，也願意花費許多經費在電子科技產品上。在

一項 2006 年的喜好調查中更顯示，有超過三分之一的銀髮族和嬰兒潮族群會選購掌上型遊戲機給自己使用。嬰兒潮銀髮族對於電子科技產品的接受度將提高，智慧型益智遊戲之市場和發展機會將有可觀的成長空間。在供給與需求隨時代變遷的影響下，嬰兒潮銀髮族群有錢，且渴望獲得不一樣的「體驗」，而非擁有更多物質，因此銀髮族休閒遊憩與觀光旅遊產業的政策與產品規劃勢必也應隨之而變（Avcikurt，2009）。而根據財團法人台灣網路資訊中心 2012 年統計資料，國內 55 歲以上的國民上網比率約為 34.12%；而 45~54 歲以上之國人上網比率則達到 70.79%，合理推估未來銀髮族之網路普及率將提高，銀髮族對於電子配備、網路等之需求也會增加。此外，根據工研院估計，台灣高齡產業整體市場之規模在 2025 年將達新台幣 3 兆 5,937 億新台幣（鄭詠澤，2008）。

誠如前述，海內外銀髮族對於休閒養生相關活動或產業皆具有相近似之需求，台灣業者在發展銀髮族休閒養生產業時，可先以滿足國內市場需求為優先，針對國內銀髮族之特性及需求輪廓進行探討與分析；在獲得了解與分析之後，再搭配國內的產業優勢，在現有的產業上，發展出以銀髮族為主要服務客群之市場區塊的鼓勵政策。在國內相關產業發展成熟後，自然得以吸引海外之銀髮族前來消費，並拓展國際市場。²⁸

我國目前的產業發展優勢包括，資訊與通訊科技（information and communications technology，ICT）發達且整合能力強，委託代工（Original Equipment Manufacturing，OEM）及設計加工（Own Designing & Manufacturing，ODM）經驗豐富²⁹；此外，還有台灣豐富的自然景觀、珍貴稀有的台灣特有種、良好的人民素質、便利的地理位置以及在中華文化基礎上所發展的台灣特色文化等優勢。

若可將 ICT 產業應用至銀髮族休閒養生產業之各個層面，則有助於台灣 ICT 產業開發新市場，甚至打造出嶄新的品牌定位。本研究認為，ICT 產業對於銀髮產業之可應用範圍廣泛，包括適合銀髮族使用之軟體程式開發、虛擬實境技術開發、硬體控制設備開發等。

除硬體技術發達外，文化特色和人文素質也是我國的產業發展優勢³⁰。相較於同樣擁有中華文化的中國大陸，中國大陸在文革時期造成的文化缺漏，台灣則

²⁸ 本研究主要先以滿足國內市場為主，後續自然可以進一步拓展海外市場。本研究原於計畫書中提出欲與其他國家相關產業進行 SWOT 分析比較，並曾於期中報告做出相關 SWOT 分析圖。惟由於銀髮族休閒養生產業之可能性和考量要點過多，且應優先推動國內市場，經考量後，SWOT 分析圖並不適用於本研究中，故將相關內容移除。

²⁹ 台灣 ICT 產業發展具世界競爭力。根據經濟合作暨發展組織(OECD)於 2010 年「2010 年資訊技術展望(Information Technology Outlook 2010)」報告指出，全球 250 大資訊通信技術公司(以 2009 年營業額計)，台灣占了 18 家，在 44 個入榜的經濟體中總數排名第 3，僅次於美國及日本。

³⁰ 台灣人民素質高，根據瑞士洛桑管理學院世界競爭力年報(International Institute for Management Development World Competitiveness Yearbook)2010 年及 2011 年各項排名顯示，其中在價值觀及態度部分，台灣連許兩年擠進加入評比的 59 個國家中的前五名。此外，根據交通部觀光局 100 年來台旅客消費及動向調查，受訪之觀光客認為，台灣吸引旅客來台觀光之因素第 3 名為臺灣民情風俗和文化、第四名則為台灣人民友善。而在旅客滿意度分析的部分，以「臺灣民眾態度友善」、「住宿設施安全」、「遊憩據點設施安全」及「社會治安良好」滿意度最高。且受訪觀光客認為，台灣與其最喜歡亞洲鄰近國家/地區比較，台灣最大的優勢在於人民友善。

保留了相對完整的中華文化發展軌跡，並不斷創造出多重文化特質，兼容中華文化並具備台灣特有的特色文化和景觀成為我國發展以中華文化為賣點之服務或商品時很大的優勢。此外，台灣也已發展出特有的生活文化和豐富的自然景觀特色，在生活文化中，例如：熱鬧的夜市生活無處不在；而若提到西式的飲食文化，其實台北市已榮獲世界十大品味咖啡的推薦地點；顯見我國生活文化的多元與豐富；而在自然景觀與台灣特有動植物品種的保存上，櫻花鉤吻鮭、阿里山小火車、台灣黑熊、紅樹林、太魯閣風景區等自然物種與建築實力的體現，也成為我國獨有的特色賣點。而人民普遍教育水準高、親切有禮、熱心助人，良好的人文素質，也是台灣軟實力的要素之一，相較於硬體設備，人民素質的培養，較難迅速模仿或趕上，成為我國發展服務業之有利優勢。此外，台灣四面臨海且位於太平洋西岸的交通樞紐的地理位置，也是我國的另一優勢，因為無論是旅運或者是商務往來，都可在此轉運而具吸引人潮聚集的地理條件。

總結以上我國利基，並參考他國經驗、我國銀髮族之需求與特性等考量因子，本研究認為我國的銀髮族休閒養生產業發展的方式與輔導性的策略可朝以下幾個面向進行發展：

一、健身運動相關產業

同樣根據內政部統計處 2009 年「老人狀況調查結果摘要分析」資料，在該報告中顯示無論是 55 歲到 64 歲的銀髮族群，或者是 65 歲以上的銀髮族群，「養生保健團體活動」皆為其參與率最高的活動，而「休閒娛樂團體活動」亦為其經常參與之活動；其中所指之「養生保健活動」即為如練習太極拳、養生操、慢跑等（自行活動者不列計）；「休閒娛樂團體活動」則如登山健行、旅遊、觀賞表演等（自行活動者不列計）。

銀髮族若能規律地從事此類健行、養生操等運動，有助於促進身體功能，強化銀髮族之關節骨頭系統，練習平衡感的保持、肌肉關節的活動度等等，對於銀髮族之生理狀況有所助益（張全名等，2008；Kelly et al., 2008）；此外，若銀髮族可保持良好的運動功能，則銀髮族對於自身生活之控制感及獨立性亦較有自信，有正面的影響。

銀髮族其實相當重視健康與休閒，並且樂於參與旅遊活動與終身學習（M. Smith & Kelly, 2006）。前文的探討中已發現不論國內外，銀髮族普遍相當重視健身運動，在政府的帶領及推廣下，除可達到以預防代替治療進而降低銀髮族健保支出的效果外，還有機會透過設計以中華特色之健身運動，如太極拳、八段錦等為旅遊主題的行程來吸引對中華文化充滿興趣的國際銀髮族群前來；另外，也可鼓勵針對銀髮族特性設計適合銀髮族使用之健身運動器材之相關產業。

二、觀光旅遊相關產業

交通部觀光局統計資料顯示，2011 年台灣地區國內旅遊狀況調查，其中 50-59 歲佔 17.7%，60 歲以上佔 13.9%，為各個不同年齡層消費客群中，成長幅度最為穩定的兩個族群。此外，根據萬事達卡國際組織亞太地區首席經濟顧問王月魂

(2007)之研究,旅遊與休閒活動為我國銀髮族家庭最主要的非必要性支出,2005年為72億美元,預估在2015年時將可達到112億美元,分別佔2005年與2015年非必要性支出的57.6%與58.6% (郭曉怡、盧慶龍,2012)。又根據世界旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council, WTTC) 的資料顯示,2011年我國觀光產值約5,400億元,占全國GDP 4%左右,相較於一般先進國家休閒觀光產業產值約占一國GDP8-9%的比例來看,我國觀光旅遊業仍有相當大的成長空間;此外,交通部觀光局2011年統計資料亦顯示,在2011年之休閒旅遊觀光之總收入中,外匯收入與國人國內旅遊支出各占約50%之趨勢,這都顯示出我國休閒觀光旅遊業仍有成長空間。此外,謝春滿(2005)曾提出銀髮族旅遊團需特別注意的幾點事項包括:減少搭車通勤之時間;出國天數可適度加長;早餐時間提早,晚上休息時間往前;住宿安排宜近市區;領隊資格需較為資深等等。

另外,根據世界旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council, WTTC) 的推估,我國於2022年時將可創造出7900億元台幣之產值;而世界經濟論壇(World Economic Forum, WEF)於2011年所發表的全球觀光競爭力指數,我國亦從2009年的43名,躍升為139個國家中的第37名,其中包括國家政策、環境保護、治安、衛生、基礎建設及設施(航空、陸運、觀光、資通訊等)、人力資源、自然及文化資源等許多面向,皆有所進步,顯見我國發展觀光旅遊的商機不容小覷。本研究並實際與具銀髮市場開發經驗之遊樂園業者進行訪談,業者表示,過去其在開發銀髮市場時的確面臨其他業者的低價競爭,然而,相較於過往銀髮族,現今銀髮族不僅注重價格,更重視出遊的品質。

另一方面,根據我國政府統計調查以及本研究的問卷調查其實都顯示銀髮族對於觀光旅遊的需求相對於其他型態的休閒活動顯著。因此,針對嬰兒潮銀髮族之特性,並透過參考相關文獻資料,規劃出適合其參與之遊程將是我國觀光旅遊產業的發展契機。以下係舉例說明:

Randall Travel marketing 2008年報告指出,到2020年約有7億的戰後嬰兒潮退休,且這群人退休後最希望從事的活動就是「豪華」、能夠「滿足他們吹牛權利」和強調「舒適性」的旅行。此外,“Tourism of Tomorrow”「明日旅遊」報告書中亦曾指出,戰後嬰兒潮的銀髮族群相當重視自主性,他們非常善於規劃自己的休閒生活,認為退休後更能參與冒險旅遊,他們之中的許多人都希望能選擇一個更不尋常的旅行或探險度假,業者必須要提供銀髮族豐富的選擇,因為銀髮族收入負擔得起高品質的體驗,而他們特別重視與需要「體驗」、「刺激」、「智力挑戰」等活動。

本研究參考「銀髮族旅遊行為與市場發展趨勢之初探」一文,其中提及以下三項較適合銀髮族參與之觀光旅遊活動(黃雅鈴、蕭文高,2010):

- (1). 長住旅遊:長住旅遊讓銀髮族能自我選擇、肯定自我,使銀髮族有能力規劃其晚年生涯,進而提升銀髮族生活品質,故銀髮族至海外長住已在世界各國形成一股國際風潮,其中並以亞洲國家為銀髮族長住旅遊之首選地點。觀光局從2006年即已經推動將台灣小鎮整體包裝規劃後,吸引

經濟能力充裕的外國退休人士來台旅居，和台灣有深厚歷史淵源的日本銀髮族是首要目標，目前南投縣政府、高雄縣政府均積極推動。與東南亞國家相比較，我國發展日本銀髮族長住旅遊之優勢包括：有日語志工支援、親日、與日本之間的交通便利、台灣的料理廣為日本人接受、台灣的氣候條件佳等因素。此外，本研究認為，此一概念，事實上也呼應了養生村的發展可期，目前國內已有業者推出候鳥式的養生村服務方案。

- (2). 保健旅遊：隨著人口老化，提供銀髮族居住、休閒及醫療照護的養生村需求性亦逐漸增高。休閒旅遊產業與醫療保健產業之結合具備多種型態，亦可發展經穴按摩之旅，可視所服務之客群需求，依不同需求，結合不同深度與廣度之醫療行為及旅遊活動，安排各類行程。
- (3). 郵輪旅遊：郵輪旅遊可以突破陸地交通的限制，隨著郵輪停靠不同的港口，旅客可體驗不同的風俗民情，而傳統旅遊不易到達的北極、南極等地，透過郵輪產品的包裝，無須長途飛行、也不必多次轉機，就能輕鬆抵達。對銀髮族而言，郵輪旅遊的優勢在於行程中不用再換旅館，不必每天整理行李；在寬敞的郵輪空間與豪華舒適的娛樂設備中，以及在娛樂和睡眠中航行，每早醒來又是另一處新的天地和景點等諸多特色與優勢，一舉改變過往的旅遊習慣，省去一般旅遊煩雜與疲累的旅游模式，因此深受銀髮族群的喜好。一般而言，郵輪旅遊產品價格會比一般旅遊產品價格略有偏高，主要乃因郵輪旅遊始終堅持全部套裝內含的緣故。舉凡來回接駁機票、全程往返接送、海陸住宿、全日供餐、船上活動、娛樂節目，甚或連港口稅捐、服務小費等，均全數包含於套裝費用之內。因此其價格比一般旅遊產品略有偏高（Ward，2001）。我國本來就是部分國際郵輪旅遊航線的停泊點，因此若是透過優先規劃並啟動這些地區的銀髮族休閒養生相關服務，除將具有示範性的效果，並帶進觀光收入外，亦可供作其他地區發展銀髮族相關服務的測試地點。

此外，本研究特別指出現代銀髮族對於保健養生之追求，包括世界經濟論壇、麥肯錫管理顧問等國外文獻皆點出現代銀髮族除了活得好，還要活得好的概念。因此，本研究認為，除長住旅遊之概念可呼應養生村之發展外，保健旅遊之行程規劃也應納入各類台灣具有發展利基之產品項目，包括如太極拳、八段錦等中國傳統特色運動；以及中草藥食補及保健食品³¹等。

³¹ 根據行政院衛生署 1999-2000 台灣地區老人營養健康狀況調查結果顯示，台灣地區 65 歲以上之民眾，服用膳食補充品之比率，男性約 30.1%，女性則約為 34.9%，其中，約有八成以上的民眾已養成規律定期服用膳食補充品之習慣（陳師瑩等）。而根據衛生署 1999 年及 2007 年「台灣地區中老年身心社會生活狀況長期追蹤調查」，女性、教育程度較高者、經濟滿意度較高者與健康生活型態較佳者（會運動、無抽菸、不嚼食檳榔、會進行健康檢查者）服用保健食品之狀況也較高。而該份報告也表示，女性、教育程度較高者、較年輕的銀髮族群、居住在城市者、不嚼食檳榔者以及過去一年會安排進行健康檢查者，將是保健食品未來之潛在客群。

三、高齡友善環境建構相關產業

由於銀髮族生心理的轉變是全面性的，在推出各種適合銀髮族參與、使用的活動、產品或服務時，除該項活動、產品或服務需滿足銀髮族之需求外，整體環境及配套措施也必須到位，方能完善整體對於銀髮族所提供之服務。在本研究所舉辦之專家座談中，也有多位專家提及建構高齡友善環境之重要性，例如，前述提及的 WHO 建構高齡友善城市。此外，本文前述日本銀髮族養護中心或芬蘭福祉中心之建構，目的也都在於提供適合銀髮族生活的友善環境。目前，台灣也已經有超過 20 個縣市加入推動 WHO 高齡友善城市計畫；而民眾對於養生村之接受度也有逐漸提高的趨勢。適合銀髮族生活及居住的高齡友善設施和環境，為銀髮族相關產業之基底，在提供銀髮族適合生活或居住的環境後，便能更進一步提供舒適妥切的銀髮族休閒養生產業。

四、ICT 相關應用產業

嬰兒潮銀髮族世代因有較高的教育程度、經濟能力，對於休閒活動的選擇更為多元化，同時也因為在退休前就已在工作中接觸到數位科技，而對於電腦、電玩、雲端科技等較其上一世代銀髮族有著更高的接受度。

而 ICT 產業可應用層面廣泛，包括軟體之開發、硬體設備之設計和製造等，台灣在硬體製造上，如電動輪椅、電動車等已具有國際競爭力³²。此外，上述提及許多環境面的建置，即可透過 ICT 技術協助建構，例如可將 ICT 技術應用至銀髮族旅遊規劃中，針對銀髮族建置適合其參與並享受其中的活動空間、設施和配置，規劃高齡友善樂園；或依據銀髮族生理狀態及其調適能力，設置簡易操作、安全的運動器材，使銀髮族於運動時可更安全有效地達到健身之效果；此外，目前國外已有多家廠商提出與銀髮族相關之遊戲機或設備，包括平板電腦、Wii 等，詳細內容請參考附件六。後續可針對銀髮族益智遊戲之軟體程式進行開發，並順應國人期待發展智慧型益智遊戲的相關產業。

五、銀髮族資源活化相關產業

無論是從理論或者是銀髮族之心理需求研究都可發現，銀髮族並不希望與社會脫鉤，且希望被尊重、關注、肯定；而根據本研究專家訪談，無論是提供銀髮族相關服務之廠商或第一線面對許多銀髮族病人的醫生，部分受訪專家表示銀髮族不應僅被視為是消費者或者是社會上的弱勢；銀髮族其實是擁有龐大資源的一個族群，包括經驗的累積、知識或技術的純熟以及高消費力等。若從社會財政、人力資源分配的角度觀之，亦應活化銀髮族資源，避免一味以社會福利角度出發，最後造成政府財政上的負擔。緣此，本研究認為，若能提供合適的平台予銀髮族發揮的空間，銀髮族可將其過去之經驗、智慧再度回饋給社會，並協助下一代成長，而銀髮族也可獲得自信和成就感，創造雙贏局面。

³² 根據本研究 2012 年 6 月 21 日，第一次專家座談會中，樂齡網張慶光總經理之發言紀錄。此外，該次會談中，亦有另一名專家提及 ICT 應用的各種可能性。座談會訪談紀錄請參考附件一。

綜合分析國際銀髮族休閒養生趨勢以及我國銀髮族休閒需求與既有產業優勢，本研究認為健身運動相關產業、觀光旅遊產業、以 ICT 技術為基礎的各式應用產業（例如：智慧型益智遊戲、養生村及各項銀髮族適用之設施建置）、保健養生相關產業以及將銀髮族的知識與經驗當作資源來發展的相關產業都屬於我國值得發展的銀髮族休閒養生產業範疇。

第四章 我國銀髮族休閒養生產業發展建議

前章已透過綜合分析國際銀髮族休閒養生產業發展趨勢以及我國銀髮族休閒需求與既有產業優勢，提出健身運動相關產業、觀光旅遊產業、以 ICT 技術為基礎的各式應用產業（例如：智慧型益智遊戲、養生村及各項銀髮族適用之設施建置）、保健養生相關產業以及將銀髮族的知識與經驗當作資源來發展的相關產業都屬於我國值得發展的銀髮族休閒養生產業範疇；本章擬針對各產業提出未來發展方向與政策建議供參。

第一節 健身運動相關產業

學界對於運動之定義尚未能有一定論，請參考下表。

表 7 休閒運動定義整理表

年代	學者	定義
2000	陳鴻雁	泛指因興趣、健康、娛樂、服務、交際、打發時間等非工作或其他生活之需要，而從事的身體動作之練習或操作為主要型態的活動。
2001	洪煌佳	為了在休閒時間中追求體適能與樂趣、放鬆、滿足感、有活力等經驗，而自由選擇參與的活動。
2001	張耀中	在自由時間內，經自由選擇參與的體能性運動或休閒娛樂性運動，使個人在自由自在的情境下，獲得身心平衡發展並達到休閒娛樂的效果。

資料來源：李仁佐、張家昌（2008）

綜觀各界對於運動之定義，本研究所指「健身運動產業」主要係指銀髮族為了健康、樂趣、交際、放鬆、娛樂等考量，在其個人自由時間內，自由選擇從事的體能或娛樂性活動。許多研究都指出，透過健身運動，可以促進銀髮族之身心健康，降低其因為身體不適而需就醫的頻率，有助於政府減少銀髮族之健保支出，減輕社會及財政的負擔。健身運動對於銀髮族之生理影響方面，適當的運動對於延緩老化以及維持銀髮族身體機能的健康有很大的幫助，包括可降低心血管疾病的發病率、保持身體的平衡感和代謝率、改善骨質疏鬆及神經認知功能、降低糖尿病的危險並可改善憂鬱症症狀等等（洪新來，2007；盧梅，1999；葉清華、薛淑琳，1998；蘇忠信，1997；Ruuskanen & Ruoppila, 1995；宮下充正、武藤芳照，1986；Hart, 1981；Nied & Franklin, 2002；Hopman-Rock & Westhoff, 2002；Karani, McLaughlin & Cassel, 2001）。由此可見，健身運動可達到預防保健之效，而非在感到不適後，才前往就醫。此外，健身運動對於銀髮族之心理健康亦有所助益，透過健身運動，可使銀髮族放鬆身心、忘卻煩惱、擺脫一成不變的生活型態並填滿生活中的空白、增進銀髮族心理上快樂和愉悅的感覺、滿足其成就感和獨立自主性，並達到社交互動的功能（王素敏，1997；Kelly, 1990；程紹同，1994；Zimmer, Hickey & Searle, 1995；Ruuskanen and Ruoppila, 1995）。

前文中曾簡述老化為銀髮族生理機能所帶來的影響，造成身體內部的調節能力下降、反應變慢、對於疾病的抵抗力變弱、身體組織結構恢復能力變差、工作後體力恢復時間變長（林麗娟，1993；陳麗芷，2008）。基本上，這些生理上自然老化的現象，將使得銀髮族無法負荷過度強烈和刺激的運動項目。美國運動醫學會（American College of Sports Medicine, ACSM）特別針對銀髮族的運動處方提出建議，認為銀髮族的身體動作範圍較小、動作受限制且常有骨骼關節的問題、關節炎與某些疾病，因此運動要考量低撞擊（low-impact exercises）、低或無體重支撐（non-weight-bearing exercises）的運動、低度到中度的有氧運動、大肌肉活動且有節奏感與韻律性的運動種類、並進行阻力訓練與平衡訓練，以減少銀髮族的跌倒機率（ACSM's Certification Review, 2010）等。根據上述分析，本研究認為如走路、慢跑、游泳、八段錦、太極拳等健身運動，較為適合銀髮族。健身運動對於銀髮族的身心健康有所助益，並且可以節省社會資源，因此若能透過提供銀髮族適合其參與的運動項目、場地及健身運動周邊商品或服務等，進而營造出適合銀髮族的整體健身運動產業，應能更促進銀髮族的幸福感。

我國政府相當重視培養國人的運動習慣，過去已推動過多次相關活動，例如運動人口倍增計畫、運動島計畫以及運動產業發展條例等等，而在政策支持下，我國運動人口以及運動產業發展亦有逐漸蓬勃之成長³³，例如，根據 2012 運動城市調查統計資料顯示，我國民眾運動風氣逐漸興盛，規律運動的人數從 2006 年的 18.8%，成長升至 2012 年的 30.4%；而從不運動的人口從 2006 年的 23.1% 降低為 2012 年的 18%。其中，65-69 歲規律運動的比例較高（61.8%），接下來依次為 60-64 歲（56.3%）、70 歲以上（53.7%）、35-39 歲（17.5%）、30-34 歲（18.2%）、40-44 歲（19.2%），從以上資料顯見平日注重運動健身保養的銀髮族群有越來越多之趨勢。

2010 年教育部體育署即已推動「運動島」計畫，當時規劃在全國設置身心障礙（含銀髮族）運動休閒會館（含推廣活動），以運動社團的方式，結合老人之家、樂齡中心或長青學苑等，開設運動指導班或規劃設計多元的休閒活動。而各縣市政府，例如台北市、苗栗縣、澎湖縣等，也紛紛推出許多銀髮族休閒運動指導班，包括氣功、排舞、瑜珈、音樂律動、水中有氧、槌球等，以呼應運動島計畫。

2011 年體育署並公布了「運動產業發展條例」，其中第四條明定運動產業之定義為「提供民眾從事運動或運動觀賞所需產品或服務，或可促進運動推展之支援性服務，而具有增進國民身心健康、提升體能及生活品質之產業，包括運動用品或器材製造業、運動用品或器材批發及零售業、運動場館業、運動用品或器材

³³ 根據 2012 運動城市調查統計資料顯示，台灣民眾運動風氣逐漸興盛，台灣規律運動的人數從 2006 年的 18.8%，以每年約 9% 的比率成長升至 2012 年的 30.4%；而從不運動的人口從 2006 年的 23.1%，以每年約 3% 的比率降低為 2012 年的 18%。其中，65-69 歲規律運動的比例較高（61.8%），其次是 60-64 歲（56.3%）、70 歲以上（53.7%）、35-39 歲（17.5%）、30-34 歲（18.2%）、40-44 歲（19.2%）等年齡分層的比例最低，從以上資料顯見平日注重運動健身保養的銀髮族群有越來越多之趨勢。

租賃業、運動設施營建業、運動表演業、職業運動業、運動休閒教育服務業、運動保健業、運動行政管理服務業、運動傳播媒體業、運動資訊出版業、運動博弈業、運動旅遊業以及其他經主管機關認定之產業。」政府並已提出信用保證貸款、貸款利率補貼、健身運動產業人才培育補助等方案。

以下，係參考芬蘭政府之運動休閒產業推動模式，針對政府所推動之「運動島計畫」和「運動產業發展計畫」等兩項方案，提出相關修改建議：

一、放寬運動產業發展計畫之扶助對象相關規範

經營運動服務產業之業者遇有資金需求而申請信用保證貸款或貸款利率補貼等補貼方案時，在信用保證貸款方面，依據「行政院體育委員會運動發展基金辦理運動服務產業貸款信用保證實施作業要點」，僅有「運動人才」得以享有貸款期間延長以及免保證手續費率的優惠；而根據「行政院體育委員會運動發展基金辦理運動服務產業貸款利息補助作業要點」之規定，僅有運動服務業者之負責人為運動人才始得以申請貸款利率補助。所謂運動人才之定義為體育運動專業學院或體育運動相關系所畢業生；具有體委會核發之體育專業證照；具有體育運動總會核發之 A 級教練證、全國單項協會核發之 B 級教練證、國光體育獎章啟蒙教練或階段教練證書(明)；具有體育運動總會核發之 A 級裁判證；曾擔任國家代表隊參加國際正式公開賽或錦標賽或參加全國綜合性運動會者。

體育署重點雖在於保障相關運動人才之就業保障，並強化經營健身運動產業人員之專業能力，惟由於所謂健身運動產業涵蓋範圍廣泛，包括運動場館業、運動用品或器材租賃業、運動設施營建業等，許多相關企業或產業之負責人，並不一定具有運動人才之資格，然而卻是發展健身運動產業時不可或缺的一環。建議未來可放寬相關申請補助之資格，以符運動產業發展條例之初衷-「促進健身運動產業之發展，營造健身運動產業良好的經營環境，積極提升競爭力與國際接軌，並為國人建構優質運動休閒環境」，擴大健身運動產業之可參與層面，並活絡整體健身運動產業之產業發展環境，也可對於銀髮族健身運動環境帶來直接或間接的益處。

二、持續推動銀髮族運動輔導人員相關能力認證及培訓課程

銀髮族群在進行運動時，安全性為最高考量原則，為了避免運動傷害和危險的突發狀況，陪伴在銀髮族身邊的運動指導員角色吃重。本研究訪談喬山健康科技之羅董事長，其亦表示銀髮族在從事健身運動時，一旁的健身輔導員相當重要。在芬蘭的銀髮族運動計劃中，為了能讓銀髮族人員享受運動的樂趣，動用了總共超過百位的體育教練、物理治療師、體育系學生等運動訓練專業人員，在有組織、有領導的方式下進行活動。這裡所談到的不單純只是滿足銀髮族運動需求，所希望探討的更包含創造與運動相關的新就業機會與服務及認證制度。

事實上，我國已經有不同組織進行銀髮族健身運動指導員之輔導與認證，茲整理如下表。

表 8 我國銀髮族運動輔導人員相關證照及培訓課程資訊

主辦/執行單位	內容
中華健康管理協會	丙級與乙級銀髮族健康促進指導員
中華民國健身運動協會	樂齡健身運動研習暨樂齡健身運動指導員認證
中華民國有氧體能運動協會	銀髮族功能性體適能檢測員課程暨證照
美國 YMCA 授權，台灣 YMCA 授證發照	國際體適能教練證照課程 中高齡者健康促進指導員證照

資料來源：各機構相關網站，宇智顧問團隊整理

本研究發現，儘管我國雖已經有推動銀髮族健身運動指導員之輔導與認證制度，但是我國銀髮族運動指導員資格認證仍存在幾點問題，包括：

- (1). 尚未有統一的標準、仍未與國際相關運動組織完全接軌³⁴；
- (2). 尚未能有效與我國高齡服務業之相關科系課程進行整合；
- (3). 尚未能整合醫療、照護之資源，推動更為長期且完善之銀髮運動指導員課程、通過認證之指導員未能有效運用所學在相關產業為銀髮族服務等等問題。

鑑於部分認證與輔導上有針對銀髮族進一步調整的空間，建議未來可在體制內的課程規劃上即開始訂定銀髮族健身運動指導員之能力指標，並據此規劃相關教育訓練課程，提供民間協會或企業做為執行訓練以及專業證照檢定之藍本；並且在未來規劃將銀髮族群健身運動指導員之認證納入「國民體能指導員授證辦法」之規範中，持續鼓勵指導員進行專業進修，未達專業進修之最低點數，不得申請證照換發；此外，政府應扮演整合我國醫療、高齡照護、體育與運動休閒產業等單位之角色，打造銀髮健身運動服務員訓練平台，導入國際性專業運動機構課程，推動長期資格認證系統，建構更完整的銀髮健身運動服務人才資料庫，並協助通過課程認證之學員進行就業媒合。

除了技術導向的學習之外，前述人員能力認證及培訓課程亦可以結合體育署目前正在規劃之健身運動產業人才培育補助方案，推出銀髮族運動服務業精進班，使得更多具備銀髮族相關運動知識之專業人員可以增加就業以及自行創業機會，投身銀髮健身服務產業中，創造對於銀髮族更加多元且友善的健身運動環境。

三、善用既有科技提升運動成效

基於台灣 ICT 產業之發展利基，可鼓勵業者開發適合銀髮族使用的運動器材，例如以虛擬實境的方式，增加銀髮族在運動時的趣味性，也可更加吸引銀髮

³⁴ 國際相關運動組織包括如 American Fitness Professionals & Associates (AFPA)的 Senior Fitness Specialist Certification Course (銀髮族健身專門認證課程)，American Council on Exercise(Ace)、National Academy of Sports Medicine(NASM)以及 American College of Sports Medicine (ACSM)機構之專業個人運動指導課程(Personal Trainer Certification) 等。

族使用該運動器材健身並獲得更科學的分析數據，協助銀髮族達成較佳的運動效果；例如，弘道老人基金會 2009 年即推出銀髮族數位運動專班，透過進階式的闖關遊戲和互動式的介面，佐以培訓員的指導和陪伴，帶領銀髮族們運動（弘道老人基金會，2009）。若希望這類的課程或活動得以為更多銀髮族所接受、參與，本研究建議，政府可以招標方式，施行於政府所建造公辦民營之運動中心。此外，銀髮族運動時，可仿照芬蘭模式，以晶片卡紀錄個人的運動量和運動類別，作為政府統計與教練評估的參考依據。

關於運動健身，政府其實已推出許多計畫，如運動島計畫等，希望培養國人的運動習慣，並增加國人的運動人數，目前已有初步成果，但若能效芬蘭銀髮族運動計畫，透過逐戶傳單的印發、交通車接送等方式，宣導民眾參與，相信將可收到更多的迴響（公視新聞活躍老化貼心芬蘭系列報導之一，2008）。

第二節 觀光遊憩相關產業

台灣之文化特色、自然景觀以及良好的服務態度等，皆適合發展觀光遊憩。如前文所提及，我國之觀光產業仍有發展空間，且正在進步當中，例如根據世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）於 2011 年所發表的全球觀光競爭力指數，我國過去在觀光遊憩相關產業發展上之努力已受到一定程度的肯定，許多觀光資源相關進展和改善受到肯定，後續更應持續積極推展觀光遊憩相關產業的潛力。以下，參酌學者專家之觀點並融合本研究發現後，以健康養生旅遊、郵輪旅遊及高齡友善樂園為例，說明我國銀髮觀光遊憩相關產業的發展建議。

一、健康養生旅遊

養生保健的概念逐漸受到重視，有越來越多的消費者願意前往其他國家從事結合旅遊及養生保健的消費。相較於歐美地區，亞洲國家提供物美價廉的服務，當將養生保健相關服務以服務業的角度經營，預期將可吸引不少歐美旅客前往消費。

交通部觀光局所架設的觀光官方網站中，「樂活之旅」被列為主打我國觀光旅遊中的八大主題之一，其中的推薦行程組合包括「禪坐」、「氣功」、「太極」、「Spa」、「溫泉」、「腳底按摩」與「推拿按摩」等。觀光局並曾於 2008 年，於小巨蛋舉辦「2000 feet 1000 smiles」的活動，成功打破一次最多人一起享受腳底按摩的金氏世界紀錄，在該次活動中，約有 4 成的外國遊客共襄盛舉，並有 40 多位國外記者採訪的盛況，藉由此活動亦可見得我國之腳底按摩業在國際已有知名度，也受到政府的重視（陳志東，2008）。地方政府方面，花蓮縣政府已推出健檢、復健、醫學美容及中醫養生等四大主軸的觀光醫療活動，結合東部得天獨厚的自然景觀、悠閒生活型態，進而吸引追求改善身心靈的觀光客前往旅遊（花蓮縣政府，2011）。國內目前遊程之規劃，已出現主打中華文化包括傳統整復按摩、太極、禪坐等為主題之行程規劃；此外，本研究亦曾訪問中醫藥委員會黃主委及中醫師聯合工會孫理事長，兩位專家皆表示對於醫療體系外、不具侵入性的傳統整

復產業化樂觀其成，且具發展潛力。目前，衛生署業已研議，將民俗調理與中醫醫療系統分流，與勞委會職訓局合作，輔導各類民俗調理從業人員參加認證考試。經濟部商業司也已增訂「民俗調理業」商業登記代碼，業者無論經營按摩或傳統整復推拿，都可申請設立商號甚至公司，不但對建立品牌形象有加分，股東投資也更有保障（黃天如，2013）。

事實上，中國大陸甘肅省近來亦積極推動養生之旅，打出「整形美容到韓國，養生旅遊來甘肅」的口號，跨部會推出《甘肅省中醫藥養生旅遊工作實施方案》，希望以「中醫養生產業」帶動甘肅省的國際觀光與地方發展。根據該工作實施方案，甘肅省所推廣之中醫藥養生旅遊，包括在自然風景區開展中醫治未病、中醫養生、中醫保健、食療藥膳等為主要內容的中醫藥養生旅遊項目，透過舉辦中醫養生節、養生授課、推出養生餐飲，並串聯中國古代名醫岐伯及皇甫謐之故里為旅遊景點等，提供國外遊客豐富且具特色的行程（范海瑞，2012）。

誠如前述，根據世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）所述，我國在政策、環境保護、治安、衛生、基礎建設及設施（航空、陸運、觀光、資通訊等）、人力資源、自然及文化資源等許多觀光資源之改善及進展受到肯定。若與甘肅省相較，本研究團隊以為我國更具有發產銀髮健康養生旅遊產業的實力與機會，以下係針對我國當前健康養生旅遊發展，提出建議供參：

（一）、 促進養生活動「產業化」及「觀光化」

以養生活動「產業化」（Industrialize）及「觀光化」（Tourism）的方式，鎖定健康養生旅遊，輔導健康養生產業與觀光旅遊產業結合，除提供國內人民在休閒時能夠調理身心，補足元氣的去處外，亦有機會進而塑造我國傳統整復推拿等養生保健產業的國際知名度。

（二）、 以健康和亞健康的銀髮族群為主要客群

健康及亞健康之銀髮族群來台除可接受民俗調理之服務外，也可搭配養生運動，如太極拳、氣功、元極舞或八段錦等；並結合歷史、人文等觀光特色；以及整合食宿、交通、簽證等配套措施，將我國的健康養生旅遊行程整合推銷至國際，並擴大相關產業的參與機會。

（三）、 鼓勵民俗調理業者參與銀髮族健康養生旅遊

目前經濟部已開放民俗調理業者申請商號並成立公司，未來可透過專案來協助或鼓勵合格的民俗調理業者於店面之裝潢、動線的安排等，提供銀髮族安全、舒適的空間，並以標章或是其他方式來協助符合高齡友善建置之商家廣為宣傳。

二、 觀光郵輪

根據工業技術研究院產經中心傅清萍經理所撰「掌握觀光產業中的新興商機—以郵輪產業為例」一文指出，目前亞洲的35億人口中，只有0.05%的人會選擇

享受郵輪假期，而北美洲的 3.3 億人口中則有 3.2%，歐洲的 5 億人口中則有 1%，若與歐美的數值相較，預期亞洲郵輪市場未來仍具相當大的發展潛力；其中我國是成長潛力最為顯著之亞洲國家之一。亞洲郵輪市場詳細內容請參考附件七。

一座令旅客滿意的郵輪停靠港市（依其屬性分為「郵輪母港 Home Port」、「中途停靠港 Port of Call」、「終點停靠港 Destination Port」、「換季停靠港 Repositioning Port」等類型港市），通常必須具備引人興趣（Attractive）、文化氣息（Cultural）、安全無虞（Safe）、易達性（Accessibility）以及使用友善性（User Friendly）等特性。根據 Gibson（2006）曾指出，一座欲成為郵輪停靠港市所需具備的先決條件，基本應具有如下郵輪港市軟硬體設施規格或條件：

- (1). 郵輪港口最佳低水位（Low Tide Line）水深 10 公尺，最佳碼頭泊位長度 320 公尺，以具備容納巨型郵輪（指載客量 2,000 人以上之 Mega-liner）實力為準。
- (2). 港口須位於國際機場附近，前往周邊旅遊景區目的地，必須同時具備易達特性。
- (3). 郵輪港口（或港市）本身即已具有開闊的視野，以及某些特定的景區吸引力。
- (4). 郵輪港口免稅，並能提供舒適、方便、安全、專業的服務與倉儲設施。
- (5). 小型島嶼郵輪港口，則需兼具有多元的周邊景點吸引力之配套。
- (6). 郵輪客運碼頭或客運中心（Terminal），須兼具藝術文物展示功能。
- (7). 專業的岸上遊程之規劃與接待操作實力。
- (8). 港市周邊有刺激有趣的夜生活去處。
- (9). 具備舒適晴朗、四季皆宜的氣候條件。
- (10). 動靜皆宜，既具有悠久的歷史文化內涵，又有適合進行水陸戶外活動去處。

過去國內已有相當多的郵輪發展研究可供參考，包括交通部運輸研究所臺灣技術研究中心與宇泰工程顧問中心合作辦理之「臺灣地區整體國內商港暨漁港客或碼頭發展規劃」、行政院研究發展考核委員會委託世新大學辦理之「我國觀光發展政策之研究」、呂江泉（2008）「台灣發展郵輪停靠之區位評選研究」博士論文以及趙元鴻（2005）「我國觀光發展政策之研究」論文等。

我國的固定航班郵輪，一直都以麗星郵輪為主，主要的航線以基隆港為母港，經過高雄港、澎湖馬公港與日本石垣群島之間；其他不定期靠泊我國港口之客輪航班，則以歐美郵輪船隊為主。事實上，我國本身之郵輪相關產業方面，目前多僅止於郵輪產品銷售代理旅行社之層次，對於搭乘郵輪來台之銀髮觀光客族群，在台停留期間的旅遊行程仍未妥善進行行銷活動之規劃。

事實上，郵輪旅客來台停留時，其於各港口之間的消費支出、郵輪巡航期間的貨物採買包括食物、飲料等支出；以及郵輪的油資、登陸港口的維護和修理船隻費用以及船廠、港口碼頭，辦公設施以及其他資本設備支出等都是龐大的商機。若以陸客來台為例，目前已開放陸客來台之簽證次數，可從單次簽證放寬為多次

簽證，增加陸客來台觀光機動性，期望能帶動相關產業的發展³⁵；此外，交通部觀光局亦推出「交通部觀光局推動大陸地區旅客包船來臺獎助要點」，鼓勵具有資格接待大陸地區人民來臺觀光業務之國內旅行社辦理大陸地區人民包船來臺觀光³⁶。2009年第十二屆海峽兩岸旅遊聯誼會上，大陸國家旅遊局局長邵琪偉曾表示，兩岸可合力打造「海峽旅遊品牌」，推動郵輪旅遊。目前，兩岸海上客運已可直航靠港，國際郵輪也可彎靠兩岸，對於兩岸旅客來說相當便利，也較能吸引海外旅客來台觀光，為我國帶來收益（台灣新經濟簡訊，2011）。如何掌握透過郵輪來台的銀髮觀光客消費商機成為各界思考與準備因應的課題。

此外，交通部港務局為了配合政府組織再造，以及發揮企業化精神，因此朝「公司化」方向改制，設立臺灣港務股份有限公司，統轄基隆、台中、高雄及花蓮四個港務分公司，專營港埠經營業務，提升港埠經營效能及彈性，促進國際商港區域之發展，帶動區域產業經濟繁榮。該公司目前亦計畫針對基隆港³⁷、台中港³⁸以及高雄港³⁹進行硬體設備之改善及擴建。附件八請參考基隆港、台中港、高雄港及花蓮港觀光郵輪之現況。

政府已著手改善台灣港口及腹地之硬體建設，並持續開放相關的簽證配套措施。本研究僅依照目前之推動方向，提出以下意見供作後續規劃之參考。

（一）、 建議成立綜合協調單位

目前郵輪停靠等相關業務主要由台灣港務股份有限公司負責規劃，然而，郵輪產業涉及地區旅遊、交通、旅行社業務、港口、海關等職能部門，且需要港與港口所在區之縣市政府單位共同合作；對外包括加速城市行銷、對內則包括整建港口、加速通關服務、發展港口周圍之商圈、協助旅行社開發港口城市之旅遊行程等業務；因此，為提升高品質、國際化之服務，有必要設立整合單位，發展港口在地服務，協助各方協調工作。

（二）、 獎勵本土企業對郵輪產業之投資

這個問題可分幾個層面探討。首先，目前沒有本土企業經營郵輪船隊，因此建議將對郵輪船隊之開發經營納入產業創新條例之中，盡量加入民間投

³⁵ 此外，包括陸客團體旅遊人數、自由行開放城市及人數限制，未來將持續透過兩岸兩小會溝通，朝更開放方向努力。

³⁶ 本研究泛指各地之銀髮族來台觀光，而陸客為目前來台觀光客人數中最多的一群，且中國大陸與台灣有地利之便，因此舉大陸觀光客為例。

³⁷ 在基隆港，該公司已投入逾新台幣 300 萬元進行各項硬體改善，包括將原有碼頭浚深至 10 米，達到可靠泊世界最大型的海洋綠洲號（Oasis of the Seas）等級郵輪，以及改善臨時安檢區與行李提領區等工程。此外，該公司並預計於 2013 年新建新海港大樓，該海港大樓預定地位在基隆港西岸 4、5、6 號碼頭，緊臨基隆火車站旁；將來搭郵輪或兩岸客輪來台的背包客，會有方便的大眾運輸可搭乘，讓觀光旅遊能夠更便利。

³⁸ 在台中港，該公司亦規劃於未來 3 年內，於台中港既有 19 號碼頭北側新建一座多功能碼頭（18 號碼頭），提供大型郵輪、客滾輪及快速卸貨船使用，以增加船席調度彈性及兩岸渡輪航程多樣性。

³⁹ 在高雄港，該公司亦計畫依照「高雄港客運專區建設計畫」於高雄港 18 至 21 號碼頭，興建旅運及港務合一之多目標使用大樓及相關旅運設施，預定於 2014 年開始營運。

資與享有稅捐優惠的規範。其二，根據我國「促進民間參與公共建設法」，對於交通等公共建設，可促進民間參與，建議未來包括港灣大樓之興建或是碼頭之擴建可以多使用 BOT 方式（由民間機構投資興建並為營運，營運期間屆滿後，移轉該建設之所有權予政府之方式），以增加設施設計之彈性以及使用率。

（三）、 擴大區域合作

兩岸郵輪現在已可互相停泊靠港，未來，兩岸可在沿海城市及其他鄰近城市進行共同行銷的模式，簽署雙邊觀光交流計畫以區域為目的地，吸引遊客增加行程豐富度之計畫，尤其針對遠道的歐美旅客，以「一程多國」的產品進行包裝推廣模式，強化對於長程國際線旅客之吸引力。

（四）、 加強推廣銀髮族來台旅遊補助之政策

誠如前文所述，西班牙政府為促進經濟，鼓勵歐洲他國之銀髮族赴西班牙旅遊補助之政策實質得我國參考，我國可透過相關政策進行對亞洲各國銀髮族來台進行休閒養生旅遊之補貼政策，以吸引他國之銀髮族來台旅遊之意願。目前兩岸雖已訂有旅客包船來台獎勵要點，助於促進大陸旅客來台觀光，但建議未來可持續推動相關計畫，擴大補助面向和對象，與加強推廣各國銀髮族來台進行休閒養生旅遊之補貼政策，以提升他國之銀髮族來台旅遊之意願，進而拉動整體銀髮族休閒養生產業發展。

三、 高齡友善樂園

自1955年世界上第一所主題樂園- 迪士尼樂園(Disney Land)誕生後，至今，主題遊樂園產業已經成為帶動觀光人潮的重點產業，近來，亞洲市場更是受到關注 (Themed Entertainment Association, 2011)。

主題樂園是一種刻意營造特殊氣氛的遊樂場所，乃由民營團體或私人在區域計畫內風景區、都市計畫區內風景區或其他遊憩用地投資設置的戶外休閒遊憩設施，而類型多以「主題公園」或「遊樂公園」為主，受發展觀光條例觀光遊樂業管理規則所約束。交通部觀光局曾提到遊樂園須具備六大特性（交通部觀光局，1998）包括：資金來源與經營主題為民間組織；有一定經營管轄範圍，並擁有土地所有權或使用權；有收費之主要入口；場所內之全部或主要內容為人工景觀遊覽活動、參與式活動或使用機械式活動遊戲設施；經營主題或其分支機構需與經營活動位於同一基地；所提供的遊憩機會，以戶外遊憩活動為主。

我國目前的主題樂園多屬於綜合遊樂園型⁴⁰，以機械活動設施為主，並配合各種陸域、水域等遊憩活動。國內目前尚未有一主題樂園園區內所有的遊憩設施皆可跨年齡、跨性別適合所有民眾，包括兒童、銀髮族或是身障者可共同參與同樂。而推動高齡友善樂園主要係希望能提供銀髮族及其兒孫、親人一友善的服務、

⁴⁰ 按照台灣觀光遊樂服務業-遊樂場(區)業調查分類

產品以及環境。

本研究針對主題樂園的產品體系與遊客參與程度，大致上將園內之遊憩設施區分為瀏覽性參與、象徵性參與、體驗性參與、刺激性參與等；而根據銀髮族身心特性，本研究界定較為適合銀髮族之參與類型為瀏覽性參與、象徵性參與、體驗性參與等，如下圖虛線內所示。銀髮族較適合以相對靜態、溫和的參與方式在樂園裡遊玩，包括文物或展品之觀賞、節目觀賞或者參與移動較為緩慢安全且輕鬆的遊樂設施。

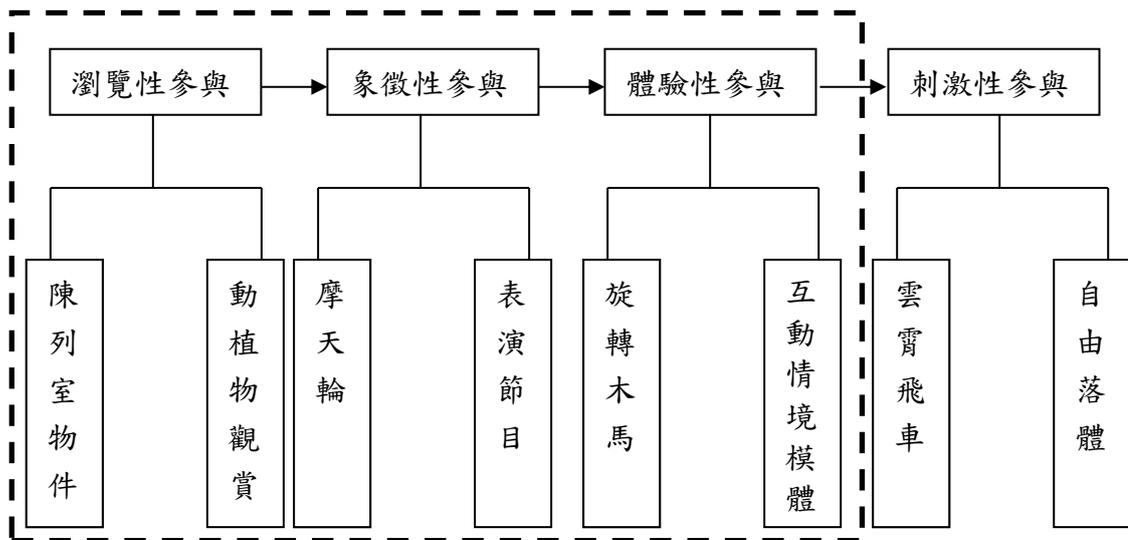


圖 11 主題樂園區分圖

資料來源：宇智顧問團隊整理

若主題樂園能於其中提供舒適的環境、安全且有趣的遊憩設施等，將可使得銀髮族得以和全家共遊而沒有負擔。關於主題樂園相關產業發展建議茲整理如下，敬供各界參酌：

(一)、 提供安全且適合銀髮族及其全家共同使用之設施

在高齡友善樂園中，透過妥善運用我國 ICT 技術參與，共同建構適合銀髮族遊戲娛樂之主題遊樂設施，相信可以達到兼顧銀髮族在玩樂時的安全性和趣味性；例如，以 ICT 技術控制盪鞦韆之擺動幅度，以確保銀髮族之安全；或以虛擬實境的方式，提供銀髮族身歷其境的刺激感受等；將可大幅提升我國主題樂園對於銀髮商機的掌握。

(二)、 建構安全防護設備

銀髮族在主題樂園遊玩時，最重要的就是安全問題。未來可鼓勵業者廣泛採用消費、定位、防護一體之 RFID (Radio Frequency Identification) 技術系

統⁴¹，可隨時監測銀髮族在園區內遊玩時的身體狀況；內建的定位功能，也可避免銀髮族走失；此外，也可以該系統做為園區之消費管理系統，實施一卡遊園消費服務，增加遊客在園區消費時的便利性。美國德州的摩根樂園（Morgan's Wonderland）為第一個為身心障礙者所設計之無障礙家庭遊樂園，該園區內即全面採用 RFID 系統，以隨時掌握遊客之狀況，摩根樂園相關內容請參考附件九。而根據 Theme Park Tourist 2012 年的報導指出，目前迪士尼樂園也已經在測試使用 RFID 系統作為遊園內門票以及消費購物的管理工具。

（三）、 降低開發流程風險

主題樂園建構的過程，牽涉層面廣泛，費時費力，並需要許多經費。在申請土地開發及營建的過程中，由於牽涉許多不同的法令和主管單位，建設計劃可能需經不斷地修正，尤其是主題遊樂園通常用地廣大，都市地價高昂不但無法負擔，也找不到這類面積的土地，唯有求諸於非都市計畫範圍的其他土地，但由於申請開發的限制，政府有關機關的核准程序緩慢，縱使審查順利，取得相關執照也需耗費一定時間，如果申請不順利或未能通過時，已投資的成本將難以回收。在本研究的研究過程中，主題樂園相關業者即曾建議可採用政府與業者共同開發方式申辦，核准後，業者再依約定條件購置土地。此外，受訪業者亦建議應鼓勵金融機構加大對銀髮建設專案的信貸支持，適當放寬貸款條件，提供優惠利率。對於規模較大、具發展前景、市場急需的銀髮服務項目，透過政策來給予必要的貼息貸款和信用擔保。

（四）、 獎勵企業對高齡友善樂園產業投資

興建投資大型高齡樂園是一個具有創意且有消費市場潛力的計畫。本研究建議此項計畫可以使用 BOT 方式（由民間機構投資興建並為營運，營運期間屆滿後，移轉該建設之所有權予政府）之方式，導入民間能量以增加設施設計之創意、彈性以及管理效率；另外，亦可透過稅務減免的政策來鼓勵相關投資。

事實上，在推動銀髮觀光遊憩時，可整合上述所提及之健康養生旅遊、觀光郵輪及高齡友善樂園等遊程，推出一包套式旅程。例如，銀髮族可透過郵輪旅遊來台，在遊輪上，並可主打健康養生之旅，除提供經絡理療、按摩等服務外，於早晚並可在專業人員的帶領下進行健身運動等活動，於上岸後，並可安排銀髮族至高齡友善樂園遊玩等等，換言之，在本研究所提出的觀光遊憩產業其實是各相關產業的服務彼此相互串連的全面式服務，並非單點、單線性或片段性的服務。

⁴¹ 無線射頻識別系統 RFID，基本的組成最主要包含直徑小於 2 毫米的電子標籤（Tag）、讀取器（Reader）兩部份，其應用原理主要是將一個電子標籤內嵌在商品中，透過無線電波的發射，將所需的資料傳送到讀取器，利用射頻信號通過空間耦合（交變磁場或電磁場）的原理，實現無接觸資訊傳遞，再搭配後端的應用系統進行資訊判讀及運用。

第三節 保健養生相關產業

保健相關食品主要功能在於保養人體生理機能，增加營養，進而促進健康；而隨著高齡化趨勢的到來，越來越多的民眾注重自己的身心健康，也因此創造了保健食品產業發展的契機，本研究專家訪談受訪者之一順天本草副總經理亦表示，年齡與選購順天本草相關產品的狀況成正比。根據 Global Industry Analysts(2008) 報告指出，2008年全球保健食品市場約有1,660億美元，較前一年成長6.5%；而從各地區市場觀之，美國市場規模最大，2008年約有531億美元；其次為歐洲市場的505億美元及日本市場的397億美元，前三大市場約占全球市場的86.3%。此外，亞太地區則為近年來成長最快速的市場，尤其是中國及印度保健市場，隨著當地經濟繁榮、人民生活品質提高等因素，其市場規模亦快速擴張（劉翠玲，2009）。

無論參考國際文獻資料或我國內政部老人調查統計資料皆可了解到銀髮族對於健康的關注。麥肯錫管理顧問亦曾於2011年之報告中提出海外民眾對於替代性療法、草藥之接受度提升；而我國民眾除本來就對於中草藥、食補及中醫養生有所了解外，根據行政院衛生署1999-2000台灣地區老人營養健康狀況調查結果顯示，台灣地區65歲以上之民眾，服用膳食補充品之比率，男性約30.1%，女性則約為34.9%，其中，約有八成以上的民眾已養成規律定期服用膳食補充品之習慣（陳師瑩等）。而根據衛生署1999年及2007年「台灣地區中老年身心社會生活狀況長期追蹤調查」，女性、教育程度較高者、經濟滿意度較高者與健康生活型態較佳者（會運動、無抽菸、不嚼食檳榔、會進行健康檢查者）服用保健食品之狀況也較高，為保健食品未來之潛在客群。除前一章所提之健康養生旅遊外，本研究亦針對保健養生相關產業提出發展建議。

保健相關食品主要功能在於保養人體生理機能，增加營養，進而促進健康；而隨著高齡化趨勢的到來，越來越多的民眾注重自己的身心健康，也因此創造了保健相關食品產業發展的契機。所謂保健相關食品，並非藥品，泛指對身體機能或有特定保健功能的食品（李政達，2007）。保健相關食品之範圍包括經衛生署認證的健康食品、機能性食品、膳食補充食品、特殊營養食品等（羅正仁，2008）。所謂機能性食品，包括如運動飲料、含益生菌之優酪乳等；所謂膳食補充品則是指具補充營養素或特殊調理生理機能功能之膠囊或錠狀，例如綜合維他命、藍綠藻錠、樟芝膠囊等等；特殊營養食品則是為因應特殊生理狀況需求之食品，例如病人所食用的食品即屬於此類。無論是保健食品、機能性食品、膳食補充品等名稱經常被混用或代稱。

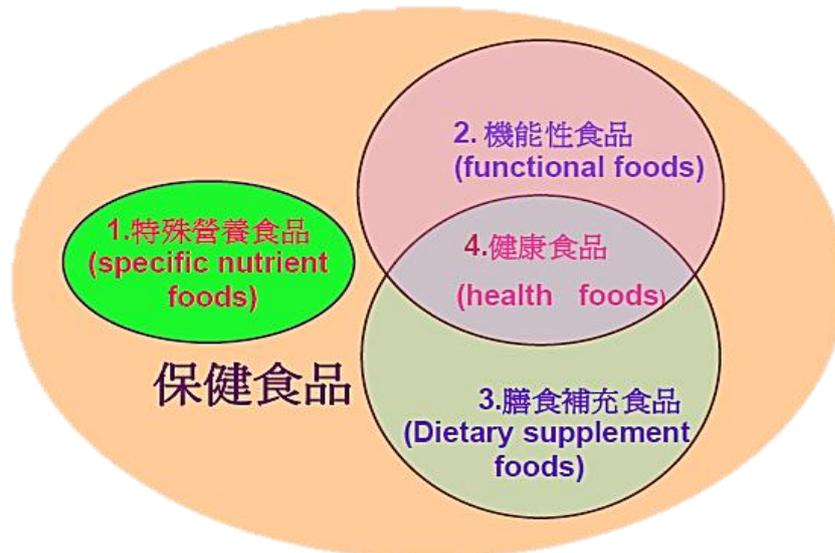


圖 12 保健食品產業推估範圍
資料來源：穀研所

目前，我國已有多家廠商投入保健食品市場，包括如：台糖、台塑、葡萄王、味丹、永信、順天本草、佳格等等，絕大多數的保健食品仍以國內市場為主，產品國際化的比重相對仍低(羅正仁，2008)。而根據保健食品產業服務網之資料，目前衛生署所通過的健康食品共 246 項，其中有 2 種是直接載明具「延緩衰老功能」，其他，絕大多數是調節血脂功能以及抗骨質疏鬆的產品(保健食品產業服務網，2013 年 4 月)。此外，根據台灣食品良好作業規範發展協會網站，也已有 20 家保健食品廠商獲得 GMP (Good Manufacturing Practice) 認證(台灣食品良好作業規範發展協會網站，2012 年 4 月)。

綜如前述，我國其實已有許多業者參與保健食品產業的經營，而本研究所著重討論的保健食品係為漢方保健食品。由於海峽兩岸民眾對於中草藥材相對熟悉且信任，而歐美民眾對於中草藥、經絡理療等替代性醫療(alternative medicine)也越來越能夠接受，因此漢方保健食品市場前景看好。惟台灣目前多數中藥材原料仰賴進口，尤其是中國大陸的供給。經濟部已推動中草藥搭橋專案，希望透過兩岸之合作，有效穩定國內廠商的中草藥材供貨來源。此外，兩岸並在 2010 年簽署海峽兩岸醫藥衛生合作協議，透過兩岸合作的檢驗制度，保障中醫藥研究與中藥材的安全管理。

鑒於銀髮族對於保健食品的需求持續增加，且歐美民眾對於中草藥、經絡理療等替代性醫療(alternative medicine)也越來越能夠接受，且與中國大陸相較，我國的防疫檢疫與品質控管更為完整；因此本研究認為保健食品產業係為我國銀髮族休閒養生產業的一環，不容輕忽，而關於我國保健食品相關產業之發展方向係整理如下：

一、強化台灣本土中草藥植物研發

我國大多數之漢方保健食品，其成份來源皆是來自於中國大陸；若能強化台灣特有之本土植物進行研發，例如：牛樟芝、紅麴等，則可促進台灣保健食品產業之自主性，同時也可保持我國在此類產品之領導地位。

二、強化保健食品的管理與國際行銷

許多漢方保健食品原料從中國大陸進口，而消費者往往對於中國原物料的品質及安全性還留有疑慮。為了讓消費者放心，也因應企業外界的競爭壓力，政府除應積極輔導廠商進入市場並鼓勵廠商加強製造過程的品質管制，確保持續穩定的生產以達到保健食品的預期效果、符合優良製造規範的標準外，也可由保健食品消費市場的兩端切入輔導，一方面強化教育消費者對於保健食品的認識，另一面則可進一步協助符合規定之優良廠商進行推廣和行銷。

目前我國保健相關食品仍以國內市場銷售為主。事實上，相較於中國大陸，我國業者及產品在國際上所享有的聲譽及品質受到肯定，外國消費者若欲購買中華藥草相關產品，我國產品和品牌相對較能取得消費者之信賴。因此，建議政府協助業者透過正確適當但不誇大的行銷與宣傳，進一步教育消費者正確的心態和認知，讓消費者了解保健食品並非藥物，不應聽信坊間少數不肖業者誇大不實的廣告和說法。

第四節 益智遊戲相關產業

對於任何年齡層而言，「娛樂」絕對是亙古不變共通心理需求；少子化及高齡化的趨勢便為「銀髮族娛樂」產業提供了良好發展基礎與環境。然而由目前市售的玩具或是互動式虛擬遊戲來看，專門為銀髮族設計的娛樂遊戲其實種類並不算多，大致上也僅以「協助復健」、「活化腦力」為主要訴求，且多數是從現有的兒童玩具改良發展而來，例如學齡前兒童辨識色彩或語言學習的玩具，偶被用於失智患者的復健療程，較少有專為銀髮族而設計的玩具。

根據《工業技術與資訊》指出，直覺的人機互動介面是化解銀髮族對於複雜操作產生抗拒心理的關鍵，特別是手持設備以及螢幕按鈕設計。未來人機介面的四大趨勢為：非知覺的無線感測監測技術、添加情感因子的溫暖元素、寓健康於娛樂的互動元素、整合電子消費產品既有系統的數位服務（張慈映，2007）。因此，未來的銀髮族益智遊戲市場除硬體設備，如電腦、平板電腦、掌上遊戲機、數位體感遊戲機等具備商機外，積極發展具備非知覺的無線感測監測技術、添加情感因子的溫暖元素、寓健康於娛樂的互動元素、整合性數位服務的人機介面也將是我國打進國際市場的可取之道⁴²。

⁴² 根據台灣經濟論衡第十卷第十期「我國明星高科技產業之競爭優勢及市場利基探討」，其中提及，我國向來以全球硬體製造、代工享譽國際，軟體設計整合能力則有進步空間。而軟體應用程式則成為硬體設備產品差異化的關鍵，若能強化應用服務與硬體設備之合作，則可提供新興市場客戶整合度高的產品與服務，進而建立不可取代性。

在軟體程式之設計部份，透過娛樂 (fun)、遊戲 (play)、規則 (rules)、目標 (goals)、介面互動 (interactive)、結局與回饋 (outcomes and feedback)、適性 (adaptive)、勝利滿足感 (win states)、競爭 (competition)、對立 (opposition)、挑戰 (challenge)、衝突 (conflict)、問題解決 (problem solving)、社群互動性 (interaction)、再現圖像 (representation)、情節 (story) 等要素，吸引銀髮族參與 (Prensky, 2011)，並進而達到遊戲中「趣味性」及「教育性」之目的將是進入銀髮族市場的重要關鍵。在 Murata (2012) 的報告中亦指出銀髮族應避免長時間看電視，此種低腦部活動行為，會導致記憶衰退等腦部功能退化；而精心設計的「故事性」情節和「社交性」的交流互動遊戲，不僅可引領銀髮族走進情節中，擺脫過往或因生理或因習慣所帶來的包袱，重新拾回活力、好勝心等，更可有機會進一步拉近銀髮族和家屬的在情感上的交流。

數位內容產業已被納入文化創意產業，列為六大新興產業之一，陸續公布「數位內容產業發展行動計畫」、「文化創意產業發展法」以及「文化創意產業優惠貸款要點」，鼓勵廠商成立「共同製作專案」進行異業投資與整合結盟（動畫、漫畫、遊戲、商品等），從創意構想、原創開發到產品及應用服務提供全方位的補助。推行此一政策主要希望能促進數位內容單一素材多元應用 (One Source Multi-Use) 及智財權共享，並進一步透過文化創意產業相關機構與國際整合行銷方式，衍生多樣化商品與服務，將創意轉化為具有商機和高附加價值的產品及服務。

然而，該等政策過去主要係針對學生族群以及上班族消費者之市場需求，本研究認為，憑藉著我國的軟體人才優勢，可借鑒歐洲的 (Learning Games for older Europeans, LEAGE) 計畫⁴³，為銀髮族群開發相關遊戲軟體，結合戰後嬰兒潮銀髮族兒時的童玩以及經典戲劇情節 (蔡琰, 2001) 等當地文化特色設計體驗式益智遊戲，重新將這些回憶注入新的生命力。下表為目前台灣市面上銀髮族相關遊戲軟體說明。

表 9 目前市面上銀髮族相關遊戲軟體一覽表

遊戲軟體類	
抓抓樂	工研院醫材中心以「醫療器材玩具化」的概念研發出一款人機互動介面的遊戲機。可根據患者的復健狀況調整遊戲難度、內容以及速度，引導其在安全無虞的狀況下以遊戲互動的過程中達到復建的目的。
電子棋藝系統	在公園聊天、下棋，是現今銀髮族的主要娛樂，不僅可訓練腦力預防失智，也可透過此社交活動排解孤寂感。考量有時候天候不佳不方便出門碰面下棋，工研

⁴³ 歐洲的 LEAGE (Learning Games for older Europeans) 計畫針對銀髮族設計出一系列模擬歐洲公路旅行的體感遊戲 (Matia Gerontological Institute, 2012)，遊戲途中有設有許多關卡，玩家藉由小遊戲可以學習文化知識，或是獲得旅遊行程推薦，甚至是學習其他外國語言。

	院開發的電子棋藝系統（李嘉旭，2007b），棋盤上方小型攝影機將捕捉到的畫面傳送到電腦自動化程式，經過規則運算發出指令，控制棋盤上的小型機械手臂來移動棋子，使得銀髮族群無論何時何地都可體驗彷彿與真人進行棋奕對戰的樂趣。
龍骨王	該系統利用 Kinect 體感偵測技術搭配專屬健康操軟體，幫助使用者藉由遊戲的過程達到復健的目的。

資料來源：各軟體相關資料，宇智顧問團隊整理

綜合上述，本研究針對銀髮族智慧型益智遊戲產業發展，提出下列建議供參：

一、以軟體開發切入國際銀髮族智慧型益智遊戲市場

由於我國內需市場較小，須走向國際市場；且相較於現下已有許多競爭者的硬體製造，我國更應從軟體程式開發的角色切入國際銀髮族智慧型益智遊戲市場。

二、結合銀髮族懷舊元素進行軟體程式之設計

可結合銀髮族群兒時的童玩以及經典戲劇情節等文化特色進行智慧型益智遊戲軟體程式之設計，這樣的故事情節、過往熟悉的事物及兒時記憶，或可增加銀髮族對於遊戲感興趣的程度。

三、協助創造銀髮族需求面

政府應協助創造需求面，例如，舉辦銀髮族智慧型益智遊戲友誼賽，透過比賽，鼓勵銀髮族參與使用相關產品或服務，並增添銀髮族於使用產品時的熱情和動力。

四、縮小數位落差及科技恐懼症

即使互動式遊戲可以引發銀髮族的共鳴，但部分銀髮族群仍因為數位落差，對數位產品存在著科技恐懼症（technophobia）。銀髮族群對於快速變遷的現代社會比孩童更陌生也更為恐懼，但是學習能力卻無法和一般孩童相比，造成因為面子問題而不敢發問或請教（胡蕙寧，2011）。

Margaret Mead 將人類的文化傳承方式區分為：前喻文化、並喻文化和後喻文化。「前喻文化」指的是晚輩主要向長輩學習；「並喻文化」是指晚輩和長輩的學習皆發生在同輩之間；而在「後喻文化」中，後輩成了長輩的學習對象。周曉虹（年代）基於「後喻文化」提出了「文化反哺」，意即「在急速的文化變遷時代所發生的年長一代向年輕一代進行廣泛的文化吸收的過程」，而數位化的網路社會更凸顯了此「文化反哺」現象（王巧玲，2007）。為幫助銀髮族群跨越數位落差並化解科技恐懼症，應運而生的是協助銀髮族的科技產品教學計畫（向賢峰，2006；數位時代，2006）。如英國政府推出的《銀髮族數位計畫》，透過心理和技

術上的技巧教導年長者如何使用網路、手機等科技產品。另一方面，配合英國各地區圖書館提供便宜的年費制，讓家中沒有網路或電腦的銀髮族群可以上網，甚至可以向圖書館服務人員請教。此一計畫在英國當地獲得熱烈迴響，銀髮族群不僅可克服對科技產品的恐懼，並有更多機會可以認識科技產品且增加信心（公視新聞網，2007）。銀髮族網路教學網站 SunsetSurfers.com 打著「學習遨遊網路永遠都不嫌遲，趕快抓緊這個浪頭吧」的口號，提供夕陽網路族（sunset surfer）全套的網路教學服務即使是完全不懂科技的銀髮族也可學會最基本的電腦及網路安裝；另外，入口網站 WiredSeniors.com 提供了搜尋服務，囊括逾五千個與銀髮族相關的連結，包含了旅遊導覽、交友網站以及銀髮族優惠（向賢峰，2006）。

綜上所述，在發展我國銀髮族益智遊戲產業時，除需求端的調查與創造以外，如何協助銀髮縮小數位落差及科技恐懼症亦是值得各界投注資源共同參與的部分。

第五節 高齡友善環境建構相關產業

國人或因傳統上強調子女善盡孝道，奉養父母等觀念，對於養生村之接受程度仍然偏低，然而，參考國外如日本及芬蘭之安養照護中心，加上養兒防老之概念已隨著時代和生活型態的轉變而有所鬆動，智慧型養生村及智慧型日間照護中心配套活動即為發展之重要方向。以下主要針對智慧型養生村及智慧型日間照護中心⁴⁴之配套活動進行研究和建議。

國內養生村的定義相對紛雜，主要是以滿足銀髮族入住的需求為目標，多家具民間企業依各自不同的擅長領域，與銀髮族住宅的概念結合，如：台塑集團結合其醫療體系，聖恩集團將銀髮族住宅與觀光休閒產業結合推出「旅居式年金屋」等，進而使「養生村」的概念蓬勃發展。換句話說，養生村的概念，已逐漸超越其原始的含意，更強調並著重提供銀髮族在居住以外的多元化功能。盱衡國內目前銀髮族住宅的設計型態，到底何種建築設計，方能稱為銀髮族養生村，截至目前為止，仍未有定論。根據經建會都住處（2004）在「我國老人住宅（社區）規劃設計之研究」中指出，銀髮族住宅與一般住宅最大的差異，在於住宅內部設備及住宅設計配合銀髮族身心狀況所需的各種服務（如：福利、醫療、無障礙設施等）。銀髮住宅的規劃設計目標，是能促進或維持銀髮族下列的功能：

- (1). 能積極的經營銀髮族生活，而不是被動的接受養護。

⁴⁴ 日間照護中心多是短期收容因疾病而導致自理功能缺損的長輩，為使長輩能在較為熟悉的地區內獲得專業的照顧，而設立的機構式服務。對於照顧者（家屬）而言，日間照護中心提供了短期性的喘息服務（breath service）功能，更是個能幫助家屬習得照顧失能長輩的基本技能及知識的管道。然而，除了提供服務的時間有限之外，目前的日間照護中心，多面臨下述幾面問題：(1) 強調對銀髮族的醫護照顧功能，甚於發掘銀髮族的潛在能力；(2) 對於日間照護機構的期待，僅著重在服務業主及家屬，而甚少討論它能成為健康資訊站及教育中心的可能性；(3) 對於亞急性病患及慢性病患的照顧，日間照護中心仍停留於傳統勞力密集的服務業型式，運用創新科技及高新器材/輔具的能力有限，使得原本自主能力尚可的銀髮族，常會因為接受機構式服務後，缺乏適當的正向刺激並喪失自主性、自控感，反而產生了各種功能「退化」或「弱化」的現象。

- (2). 協助銀髮族過獨立自主並尊嚴的生活。
- (3). 提供健康監護和衛教指導、預防保健。
- (4). 有可幫助銀髮族提昇生理及心理適應的規劃方案。
- (5). 建立連續性照顧體系，讓銀髮族無後顧之憂。
- (6). 能提供一個可再學習、再發展，並可達成心願和做出貢獻的場所。
- (7). 提供安全的環境及保護措施，如：無障礙空間設計、安全扶手與緊急通報系統的規劃。

依據以上所列的規劃設計目標可發現，銀髮族養生村是一個全方位提升銀髮族的社會參與，強調銀髮族獨立自主能力的「平台」(platform)。以此居住平台為中心，再外展出一切促進銀髮族生活品質的服務項目，以滿足銀髮族的需要。目前國內符合此定義或以此定義為目標的相關銀髮族居住設施，有許多不同的名稱，包括：銀髮族住宅、養生中心、養生(文化)村、養生會館、高齡社區(關懷據點)等，不一而足。事實上，由於國內引進銀髮族養生村的概念也是近十數年之事；因此，無論在產、官、學界，對於銀髮族養生村的定義上，仍有紛歧。本研究所指之銀髮族養生村及其相關產業，將嘗試以最寬廣的定義加以包絡，期能使得銀髮族養生村的概念不致於偏頗或疏漏，並能兼容衛政(醫療模式)與社政(生活服務模式)的觀點；此外，本研究是以養生村的配套管理與服務與軟性經濟為探討主題。

本研究過程中，係透過養生村實地訪查及專家訪談後，認為除了養生村的產品定位、總量規模、市場接受程度、地理區位等客觀因素外，養生村村內是否提供足夠吸引力的軟體服務方案，成為未來養生村產業是否能夠蓬勃發展的主因。

本研究提出的智慧型養生村產業的服務特色，除了強調優質的居住方案外，更可以非居住式的服務方案來吸引銀髮族消費族群。非居住式方案中，又可再區分為村內活動及村外交流兩大類別。一般而言，村內活動是以居住安養或養護為中心，老化的前期階段著重在安養功能，老化的後期階段著重在養護的功能。因此，養生村的村內活動，是以專業人員的照護服務提供為主。另一面，養生村村外活動方案，則是由養生村提供活動平台，結合各種軟體服務的方案，並與各種外界資源作聯結，目的是為著促使銀髮族的社會參與及積極老化過程，對銀髮族的生理老化及心理老化部分，亦有延緩的效果。

(1). 非居住式方案

A. 村內活動

銀髮族的村內活動，不但鼓勵居住於智慧型養生村內的住民能參與，也能擴大到村外的住民能參與村內舉辦的活動。村內活動的方案進行，可由企業行銷並執行，包括：成立銀髮族經驗智庫、銀髮族口述歷史資料庫、銀髮族經歷式自傳出版公司、銀髮族技藝傳承銀行等，這些方案都是可以促進銀髮族經驗及知識的活化與人力再運用，也促進銀髮族消費的意願。

此外，村內活動也結合銀髮族終身學習的活動，使銀髮族能活到老、學到老。更重要的是，透過學習與教學的過程，使銀髮族的經驗及知識能有累積、重現、傳承、轉化、及推廣的管道，結合終身學習的學者專家，也能將銀髮族的經驗及知識作更完整且系統化的包裝，進而行銷到全世界。如同 Discovery 及 National Geography 頻道對二戰老兵的採訪，不但可留下其光榮的回憶，對於人類共同歷史記憶的維護，也可留下珍貴的紀錄。此外，藉由其頻道的播送、多媒體影音的錄製，相關高齡講堂產業、影視產業、傳播媒體產業等也都能獲得商機，具經濟上的效益。

B. 村外交流

透過企業媒合銀髮族，甚至與地區產業作結合，或共同成立公司的形式，鼓勵社區居民「入股」，共同催生具有地方銀髮族特色的服務方案及活動，如：銀髮豐年祭、彭祖健康生活營隊等。

(2). 智慧型日間照護中心 (day care center) 與「長健」方案

A. 智慧型日間照護中心 (day care center)

事實上，養生村的功能尚不僅於上述範疇。在目前坊間常見到多種不同類型與層級的機構式照護服務中，在社區內的日間照護中心是需求甚廣的一項銀髮族服務產業。

因此，智慧型日間照護中心，可承續智慧型養生村的理念，使銀髮族在日間停留於此的時間內，獲得更多的正向刺激及啟發機會，進而激勵其成長、再學習、及積極邁向成功老化的意願。透過與養生村內活動的結合，並運用新科技設備，促使銀髮族在智慧型日間照護中心中，能夠「老有所用」，「老有所學」，使銀髮族能夠在一個友善的環境中，再次發現其自身的內在能量，面對老化階段的挑戰。同時，提供智慧型日間照護中心的服務，也可帶動周邊多項不同的產業或產品，包括：科技產品、行動服務網路的建置、諮商輔導團隊的服務人力、照顧管理專案人員的培訓、顧問管理產業等都將參與其中，共同提升對銀髮族的服務品質。

B. 「長健」方案

由於公共衛生、醫療技術的進步，人類的壽命有愈來愈長的發展趨勢。但是嬰兒潮世代的銀髮族對於「活得久」(生命年數)的追求，逐漸轉變為「活得好」(生命品質)的期待。換句話說，追求「長健」更勝於追求「長壽」。因此，如何透過養生村確保銀髮族的長健，將是在滿足長壽的前提下，各方所應努力的目標。在「長健」方案中，建議將可配合前述健身運動產業中提到的「運動島計劃」，仿效芬蘭鼓勵銀髮族參與運動的方案，透過發展八段錦、太極拳、國民健康操等，簡單易學的動作，但卻能有助於銀髮族達成活動健身的效果。過去的相關政

策多相對著重在「政策鼓勵」、「民間推動」等方式進行；然而，若從產業發展的角度加以思考，則將有更大的發展可能性與未來性。首先，八段錦、太極拳等融合我國傳統的武術與保健運動元素，若能加以包裝，有利於行銷到國際上，透過錄製光碟、教學影帶、示範教學書籍等，則可擴大行銷於國際銀髮族群，建立我國高齡友善環境的品牌形象。

誠如前述，在本研究中所討論的智慧型養生村或智慧型日間照護中心所提供之服務，除強調可由養生村村內或照護中心內之專業人員從旁提供照護服務及協助外，若銀髮族得以於住家附近或自己所熟習之區域就近於平日參與養生村或日間照護中心之活動，則也可將養生村或日間照護中心視為是銀髮族之活動平台，銀髮族將有一個可與更多社群和友伴交流的機會；而透過各種軟體服務方案的結合，並與各種外界資源作聯結，包括如旅遊業者、銀髮族照顧專業學生等，擴大成為一般社區民眾與養生村村內或照護中心內銀髮族皆能參與之活動平台。

銀髮族的村外交流活動，使銀髮族不僅是「資源消費者」角色，更能扮演「資源提供者」角色。藉由智慧型養生村或智慧型日間照護中心作為一平台，提供銀髮族生產的舞台，進行村外的交流活動。目前國內一些非營利組織已在推行的方案行動，如：「不老騎士」機車環台、「翻滾吧！爺奶」銀髮動感舞團等，目前多是以公益性質活動或義演方式進行，若能善加運用銀髮族人力資源，進而鼓勵其發展商業模式，將有助於提升銀髮族的經濟貢獻，獲得社會認同，亦有助於生產老化（productive aging）的實踐。

再者，所舉辦之各類銀髮族相關活動方案也可與銀髮族休閒、遊憩、觀光、表演活動等相結合。除可帶領銀髮族參與各類休閒遊憩活動，例如：至高齡友善樂園玩樂、參與健康養生旅遊、健身運動活動外；甚至可更進一步，鼓勵銀髮族組成表演團體、互助觀摩團體、培訓銀髮專業導覽人員、訓練銀髮族為高齡講師等，培養銀髮族可從事表演性及服務性工作，一面可以充實生活，積極參與社會，並可促進銀髮族心理成就感，二面也可以獲得經濟上的報酬。以下係將針對智慧型養生村及智慧型日間照護中心配套活動之規劃提出建議。

一、活化養生村相關產業商業模式

智慧型養生村及智慧型日間照護中心的概念，可擴及居住範疇以外的部分。諸如：交通、休閒、教育、飲食、親友探訪、家人陪伴、社區活動等，亦即銀髮族「生活圈」的概念。因此，智慧型養生村產業的規劃，絕不是僅有建築的軟硬體設施，更是整合相關周邊產業及活動。亦即，銀髮族只要在養生村這個生活圈內，就可輕易的獲得各色各樣的服務及參與社會的機會，創造其生活的意義。因此，本研究所提的養生村理念，是一個概括性且具有延展性的生活服務系統。若是政府能將銀髮族居住安排及促進銀髮族生活便利性的產業視為一整體，積極予以輔導及扶植，將可有助於我國從單案型的養生村服務模式，擴展為養生村產業鏈的整體商業發展模式。

二、政策鼓勵管理顧問服務業進入養生村及照護中心相關規劃

養生村及日間照護中心對於銀髮族所提供的服務應是全面且涵蓋範圍廣泛的，在規劃時，並須考量銀髮族之生心理特性和需求，包括：硬體設施陳列及擺設之注意事項、銀髮族活動空間之動線安排、服務人員對於銀髮族照護知識之培養、休閒娛樂活動之規劃等，因此，於建構養生村和日間照護中心時，若能引進具備專業知識和經驗之顧問團隊協助規劃，則能有效地提供銀髮族適合的服務和產品。緣此，本研究建議政府可專案鼓勵並培養銀髮產業管理顧問公司，推出類似經濟部工業局「協助企業發展國際品牌推動計畫」⁴⁵，透過媒合，使得相關業者能相互協助、支持，帶動台灣銀髮族相關產業之發展。

三、鼓勵多元參與及強化人員培訓管道

目前銀髮休閒養生產業中的人力規劃，各單位及政府主要針對長期照護進行人力培訓，包括如勞委會職訓局所屬各地職業訓練中心、醫院及長期照護學會的丙級服務員、「彭婉如基金會」所開辦之居家陪伴人員培訓班以及「中化居家照顧服務」所推出的學習護照等。本研究建議未來應不僅侷限於照護陪伴之訓練及服務，也應開發其他各項證照，如銀髮族陪伴師、銀髮族旅遊規劃師、銀髮族運動指導員等，協助各界提升銀髮族之生活品質和活力，進而體現讓銀髮族達到成功老化與活躍老化的成效。此外，受訓的學員除了青壯年族群外，也可對有意願再就業的銀髮族進行訓練，達到老老照護模式及生產老化之效果。

第六節 銀髮族資源活化相關產業

誠如前述，本研究團隊以為如何充分運用銀髮族資源將為一國之國際競爭力的關鍵；而美國與香港的案例亦支持銀髮族可為資源提供者的看法，透過銀髮族授課、小組討論、銀髮族為領導者帶領下之實務操作等活動或課程，達到參與者之間的交流及互相學習之目的。以下，本研究係以「高齡講堂」代表本研究所提的銀髮資源活化意涵，茲提出相關發展建議如下供參：

一、成立跨部會專責單位，擔任資源協調、分配與運用者

「高齡講堂」可由民間主導推動，但須仰賴政府扮演居中協調的角色。例如，協助協調分配各類公家資源，包括由各公立學校提供閒置的場地借予高齡講堂使用，使民間單位能減少花費在行政庶務的處理的資源耗損，而能將絕大部分資源投入課程設計與開發多元師資，提升課程的品質。

二、推動「高齡講堂」與在地休閒養生活動結合成為套裝行程

透過將「高齡講堂」內容與在地休閒養生活動組成套裝行程以吸引海外參與者（含大陸地區之旅客）；例如協助旅遊業者參與並認識「高齡講堂」的價值與

⁴⁵ 該計畫主要在於協助業者建立品牌、釐清品牌發展方向、規劃全方位優化品牌企業智財策略方案、專利佈局、提供企業將品牌經營融合『通路管理』之深度輔導。

服務，同時鼓勵「高齡講堂」與其他休閒養生產業（如觀光、旅遊、養生村或高齡友善樂園等）以及目前政府現有資源（如樂齡資源學習中心、運動中心等）組成套裝行程或建立合作模式，以增加「高齡講堂」的多樣性，並擴大產業之發展面向。透過「高齡講堂」與其他產業之異業結合模式，可創造出許多具有台灣及中華特色的課程或活動，例如老師傅講堂、心靈講座、禪學分享、中華文化介紹等，不僅可以滿足國內民眾之需求，更可吸引國外資源提供者和消費者來台消費，帶來外匯收入。

三、協助建立銀髮人力資料庫、開發多元師資

為推動「高齡講堂」的發展，領導者及師資的開發顯得格外重要，可透過建立銀髮人力資料庫之方式，培養平台之多元師資，蒐羅各類具有經驗與專業之銀髮人士。

只要能達到平台師資之標準及訴求，則不僅僅是國內的銀髮族群，亦可邀請海外具特殊經驗或知識技能的長者來台分享。而考量授課品質，銀髮族資源提供者仍須接受基本的講師訓練。

透過銀髮族人力資源資料庫之建立，可將銀髮族為消費者（consumers）與提供者（providers）的角色緊密聯繫在一起。

四、持續倡導活到老學到老的觀念

誠如前述，目前國人平均退休年齡約為 56 歲，而退休後的銀髮族，大多仍保有健康的身心機能；又銀髮族累積多年的職場經驗和知識是絕對寶貴且值得傳承下去的資源。根據學者們的研究，銀髮族心態上或具有喜好稱讚與鼓勵、自尊心強、喜歡談論過去的功勞、自我中心加強等特性（黃富順，2009；黃照，2010），透過經驗分享或傳承，銀髮族也可感覺到心理上的成就感和自信心。

活到老學到老的理念和概念已在我國推行多年，可惜部分民眾偶會將銀髮族視為是弱勢族群；或是低估自我學習的潛力與空間。造成此現象的原因或與我國傳統文化與教育制度有關，導致部分國人對於學習抱有階段性的觀念，例如，過去在學生時代容易認為學習的目標只是為考試與升學，而與升學或考試無關的各種生活素養卻相對不受關注；又或者認為年紀已大不需要再學習，也自認較沒有學習能力。諸如此等錯誤的觀念，易致使有些人對於學習裹足不前（吳明烈、李藹慈、賴弘基，2010）。然而，考量嬰兒潮銀髮族之特性、科技技術之進步、高齡人口的增加，過去的一些觀念須持續調整，使國人更深刻體認「活到老學到老」的好處，並倡導「銀髮族並非弱勢，甚至可以是資源提供者和社會的貢獻者」的觀念。

值得注意的是，推動「高齡講堂」的時機不應只是配合「高齡講堂」的招生，甚至，行銷的對象也不應只侷限於銀髮族，而是需要對整體社會大眾進行推廣，使整個社會認同「高齡講堂」的重要性。也就是說，可在日常生活範圍中，採取置入性行銷的方式，強調「高齡講堂」的重要性。例如，可以廣泛運用平面媒體（如報紙）、廣播，以專欄方式報導「高齡講堂」，促使「高齡講堂」的議題進入

社會大眾的關注焦點；或以電台傳播老化正確觀念與高齡講堂的益處、籌編「高齡講堂」雜誌以及建置「高齡講堂」資訊網絡等，也都不失為可行的行銷宣傳方式。

呼應前述高齡講堂產業化的訴求，未來高齡講堂師資的開發，不應以學歷為標準，而更應著重在「經驗」與「專業」兩個層面，並同時能夠創造下列三個附加價值：刺激國內產業動能、活化銀髮族人力資源、充分滿足銀髮族對於高齡學習的多元需求。本研究團隊特別強調由銀髮族擔任資源提供者的角色，成為高齡講堂的多元師資來源。

總的來說，我國銀髮族休閒養生產業的發展空間龐大，但是需要政府與民間資源共同參與，例如，可由民間主導、政府扶持的方式進行；而在考量潛在銀髮消費族群時，可先以滿足國內需求與特性為產業發展出發點，進而透過跨產業別的相互結合，例如透過郵輪套裝旅行，讓國外銀髮族也有機會來台享受銀髮友善環境、健身運動、保健休閒、益智遊戲等等產業的服務，進而創造出滿足內需市場同時可為我國賺取外匯收入的優質銀髮休閒養生產業。

第五章 結論與建議

任何一個產業的發展策略都將涉及對於消費族群的定義、商業模式的確立、人力資源結構的調配與建構、適當且足夠的資金來源、合適發展的產業環境以及開放且具彈性的法令制度等議題間的有效串連，換言之，在探討產業發展策略時，人才、資金、商業模式、產業環境與相關法令缺一不可。

而在探討未來式的產業發展策略時，本研究所遭遇到的研究困境與一般學術理論的基礎研究議題並不相同。首先，關於銀髮族休閒養生產業發展的策略，並沒有一個客觀且成熟的理論模型，作為研究參照的依據。因此，本研究採用業界人士的訪談並透過對銀髮族需求之小型調查活動，旁證相關研究的範疇，使本研究的前提假設之一能夠獲得印證，即「嬰兒潮世代的銀髮族對於休閒養生確實具有需求，然而目前國內相關產業仍未能充分滿足之」的分析結果。再者，透過本研究也再次確認休閒養生產業具有高度的社會性、文化性、地域性，與價值觀之深層連帶的關係。然而，本研究希望透過我國銀髮族休閒養生產業可由內而外的發展模式，先讓相關的銀髮商品與服務滿足國內需求，進而再發展國際市場；然這樣的規劃將仍不可避免地應該考慮到休閒養生產業受到地域性、文化性及社會性等因素的限制。事實上，這也是目前純學術性基礎研究相對較少討論的議題；意即，銀髮族休閒養生產業的發展並非放諸四海皆準的，而是有「區域特色」的，並非可以全然的「移植」，而是必須考量「在地」的特性。鑒於目前既有的文獻研究多僅可供作為國內相關產業發展的參考；若是沒有全盤考量國內社會性、文化性及在地價值觀等因素，單純的模仿式學習，並不易形成根深蒂固的產業模式，同時，銀髮族消費群體的需求也未能精確地得到滿足。

以下茲整理本研究的成果與研究限制，以供各界參酌；而除了這些既有成果外，本研究亦希望能透過提出後續研究建議與先導計畫來讓未來的相關研究能在本研究的基礎上，更進一步地創造出得以持續提升我國銀髮族休閒養生產業國際競爭力的發展策略。

第一節 研究成果整理

茲將前章所提六項主要產業發展策略建議項目統整於下表；即便不一定能完全切合現有學術理論分析的架構，但它們皆是基於我國目前社會的現況、國際文獻與相關問卷成果所共同整理而成的資料，應具有其參考意義。

表 10 本研究所提相關產業建議

建議銀髮族休閒養生產業		產業發展策略建議項目
健身運動相關產業		(1). 放寬運動產業發展計畫之扶助對象相關規範 (2). 持續推動銀髮族運動輔導人員相關能力認證及培訓課程 (3). 善用既有科技提升運動成效
觀光遊憩	健康養生旅遊	(1). 促進養生活動「產業化」及「觀光化」

相關產業		(2). 以健康和亞健康的銀髮族群為主要客群 (3). 鼓勵民俗調理業者參與銀髮族健康養生旅遊
	觀光郵輪	(1). 建議成立綜合協調單位 (2). 獎勵本土企業對郵輪產業之投資 (3). 擴大區域合作 (4). 加強推廣銀髮族來台旅遊補助之政策
	高齡友善樂園	(1). 提供安全且適合銀髮族及其全家共同使用之設施 (2). 建構安全防護設備 (3). 降低開發流程風險 (4). 獎勵企業對高齡友善樂園產業投資
保健養生相關產業_保健食品		(1). 強化台灣本土中草藥植物研發 (2). 強化保健食品的管理與國際行銷
益智遊戲相關產業		(1). 以軟體開發切入國際銀髮族智慧型益智遊戲市場 (2). 結合銀髮族懷舊元素進行軟體程式之設計 (3). 協助創造銀髮族需求面 (4). 縮小數位落差及科技恐懼症
高齡友善環境建構相關產業_智慧型養生村及智慧型日間照護中心配套活動		(1). 活化養生村相關產業商業模式 (2). 政策鼓勵管理顧問服務業進入養生村及照護中心相關規劃 (3). 鼓勵多元參與及強化人員培訓管道
銀髮族資源活化相關產業_「高齡講堂」		(1). 成立跨部會專責單位，擔任資源協調、分配與運用者 (2). 推動「高齡講堂」與在地休閒養生活動結合成為套裝行程 (3). 協助建立銀髮人力資料庫、開發多元師資 (4). 持續倡導活到老學到老的觀念

資料來源：宇智顧問團隊

前述產業之發展利基、國內外發展現況已分別前幾章節中做過討論；然銀髮族休閒養生產業涵蓋範圍廣泛，實際上發展時，各產業間彼此緊密相連，應透過整合各項產業所提供之服務與產品，推出整套式的銀髮族休閒養生服務，始能達到加乘的效果。例如，在基礎服務與建設部分，未來可利用舉辦過運動賽事後所留下來的場館或各區運動中心，或者在高齡講堂課程之下，推出銀髮族健身方案，並透過建教合作或完善的專業人員培訓制度，以取得認證之教練和服務人員，指導銀髮族正確地運動，以達健身之效。除實際上的健身運動外，也可定期邀請專家學者，於運動課程中教導銀髮族正確的保健食品或養生保健之道。此外，並可透過高齡講堂制度，帶領學員們參觀高齡友善樂園或進行較低消費之一日旅遊。另外，具較高消費能力之族群可自費參加更多相關課程或活動，例如，自費參與銀髮族健康養生旅遊，由對於銀髮族需求及特性相當了解之專業導遊領團，在行程設計上，考量銀髮族吃得少，但需吃得精緻營養，對於保健食品之補充以及每日餐食的設計需要特別著墨，或可安排美味營養的養生餐，使得銀髮族在享受美

食的同時，也無須擔心對身體上所帶來的負擔；此外，每日上午或夜間，可在專業老師及服務人員的帶領下，進行健身運動，教導銀髮族簡單的太極拳或八段錦等招式，有益身心健康。在健康養生的前提下，安排各式各樣的活動或參觀行程，可為銀髮族帶來不同的學習；也可帶領銀髮族至高齡友善樂園遊玩。

另一方面，當以銀髮族為資源提供者之觀點來探討時，銀髮族之資金、知識與經驗以及勞力皆為無以取代的寶貴資源。鑒於銀髮族具有「期待他人關注」、「不容易接受新事物」及「堅持己見」等特性，且銀髮族之心理情緒也易影響生理健康。因此，透過建立銀髮族經驗智庫、銀髮族口述歷史資料庫、銀髮族經歷式自傳出版公司等，除讓銀髮族之經驗和過往功績得以讓更多人知道，提供銀髮族一個抒發感想和意見的出口外；也可嘉惠許多年輕族群，免去成長過程中的跌撞和失敗。透過銀髮族經驗及智識的分享，除可為青年人帶來學習的機會外，也能使得銀髮族感覺到自信以及不與社會脫鉤之安全感。

以上係為本研究成果的概述，期望能供相關部門作銀髮族休閒養生發展策略之參考。然而，隨著時空條件之轉變，可能的新興產業必定會更加勃興，未來不論是政府主管單位或民間企業部門，都應持續關注此一議題的發展動向，並即時更新可能的資訊，始能確實掌握產業及商機的變化。

另外，藉由提供銀髮族多元休閒產業及服務，將能引導社會各界，共同營造出友善、優質的生活環境，進而促使民眾整體幸福指數的提升。為達成此一目標——平衡經濟發展與社會發展——期待未來在政策擬定上能提供更多機會予中小型規模之企業，鼓勵其發展銀髮族休閒養生產業；其理由在於：大型企業往往基於規模經濟之考量，對於異質性頗高之銀髮族市場，並不一定具有足夠的彈性及服務回應能力；反觀中小企業的可塑性（flexibility）及對銀髮族需求的易接觸性（accessibility）將比大型企業更具有發展空間，透過協助中小企業發展銀髮族休閒養生產業，其漸進累積的成果更將有助於厚植產業經濟的根本。

第二節 後續研究建議

本研究透過不同研究途徑探討我國銀髮族休閒養生產業發展策略，除了蒐集國內外相關文獻，更透過專家座談、問卷調查法、焦點群體訪談法等研究方法，漸次描繪出我國銀髮族休閒養生產業的藍圖及可能發展策略。期初、期中及期末審查時委員提供許多寶貴建議⁴⁶；然而，由於時間及經費的限制等客觀因素，本研究在進行過程中，仍不免遭遇到相關的困境與限制，需要在未來的研究方案中，作進一步的探討及改善，以使我國銀髮族休閒養生產業發展策略的圖像能夠更臻完善。

一、研究討論範疇應更深入及細緻化

建議未來進一步的研究，可以在本研究的研究架構基礎之上，作更進一步的

⁴⁶ 本研究之期初、期中、教育部及期末意見回覆表，請參考附件十、十一、十二、十三。

修正。本研究之研究對象為「銀髮族」，而銀髮族之間的「年齡」、「健康狀況」、「教育程度」、「經濟狀況」以及「居住地區」等因子在做銀髮族消費趨勢分析時皆須納入考量；同時，銀髮族之「資金」、「知識」、「經驗」以及「勞動力」等狀況也是在利用銀髮族資源分析時宜考量的要項。本研究將銀髮族區分為「嬰兒潮銀髮族群」及「非嬰兒潮銀髮族群」，其中「嬰兒潮銀髮族群」為本研究主要探討對象，「嬰兒潮銀髮族群」大致上來說相對具有教育程度較高、經濟水準較好之特性，然本研究並未並針對嬰兒潮銀髮族群之個別性差異作深入論述。未來相關研究人員從事研究或進行政策建議時應謹慎處理嬰兒潮銀髮族群內部的差異性問題。再者，關於銀髮族的高端社群及中產階級社群應該如何區分，則是本研究未詳加著墨之處。本研究著重的目標在於為政府發展銀髮族休閒養生產業提出可能的政策方略，強調供給面觀點的分析；而不是著重在需求面的觀點，去劃分銀髮族本身社經地位定義。然而，不可諱言的，從學術觀點來看，關於銀髮族社經地位的探討與我國銀髮族休閒養生產業發展策略間仍存有相關性。因此，本研究亦建議未來進一步的研究，應考慮納入對銀髮族社經地位之分析。

二、針對需被照護的銀髮族進行相關探討

本研究僅針對健康及亞健康之銀髮族群進行休閒養生產業之規劃，對於需被照護的銀髮族之休閒養生的需求則未被納入本報告中，例如醫療照護產業、醫療器材或輔具等非屬本研究之討論範疇。建議未來研究可針對需被照護的銀髮族進行相關探討。

三、持續調查銀髮族特性與需求變化趨勢

問卷調查可以獲得第一手的資訊，瞭解銀髮族或相關人士之真正需求和想法，尤其對於正在發展中的銀髮族產業至關重要。本次問卷調查限於時間及人力的因素，在抽樣結構、題目設計以及對於受訪者社經地位之分析等部分，皆有很大的改進空間。抽樣結構部分，本次調查僅限於台北、台中及高雄等北中南都會地區，尚未含蓋於全國範圍，且抽樣採利益選樣，受訪對象多集中於各類活動中心、樂齡中心參與活動或課程，造成本次問卷之樣本代表性不足。問卷題目設計部份，由於本研究當初係以產業政策觀點出發，因此較為缺乏銀髮族心理層面的休閒動機、休閒阻礙以及行為層面的休閒活動需求之問卷變項，建議在未來的研究中可予以補強。以上原因，導致本次問卷結果參考性略有不足。未來若能將此研究主題加以延伸，並拉長計劃執行期間，進行長期性、貫時性（longitudinal）的問卷調查，則可透過前測、後測等調查技術，獲得所蒐集資料之「再測信度」，也有助於建立我國本土性之資料，確實掌握我國銀髮族休閒養生需求之變化及發展趨勢。整體而言，本次問卷調查狀況不如預期，建議未來的研究可基於現有狀況和基礎進行改進，使得研究更精準，研究者也能更加瞭解銀髮族需求。

第三節 先導計畫

本研究針對銀髮族之生心理特性、需求，以及我國的發展利基，已研提出適合我國發展之銀髮族休閒養生產業發展策略，並提出相關建議。這些建議主要係針對個別產業進行研究後提出，然而，整體銀髮族休閒養生產業之規劃，並無法以單一個別推案之方法推動，而應是以全面性、整合性的方式進行規劃，推出整套式的銀髮族休閒養生產業發展方向和政策建議，以達資源整合，效果加乘之目的。除前述的研究成果與相關政策與發展策略建議外，本研究更希望透過提出短期，例如期程約三年之先導計畫來加速我國銀髮族休閒養生產業相關發展。茲將本研究建議之先導計畫整理如下，敬供各界參考：

一、成立亞太青銀共創協會- 活化銀髮族資源

亞太青銀共創協會之任務為「啟動青年創業之基因，激勵銀髮再造之活力，整合青年之動力、銀髮之資源，共創台灣經濟和社會福祉」，以「媒合銀髮族豐富資源與業界經驗以及青年人的創新創業精神」為主要宗旨，期望能強化台灣創新創業精神，並放眼亞太地區，促進各界商機之交流與互助。

目前，台灣雖有不同的組織，如以輔助年輕人創業為主要業務的青創會、青輔會以及輔導退休人士的退休輔導委員會等，卻未見有效整合銀髮族與青創資源，相互輔助的單位。亞太青銀共創協會希望能更進一步地提供青年創業者長時間、實際的協助。透過協會，銀髮族將扮演資源提供者的角色，提供其過往豐富的產業經驗予青年族群；銀髮族群能持續與社會保持連結，終身學習，並滿足其成就感。而初出社會或甫創業的青年族群則可從中獲得珍貴的業界經驗，使其工作或者創業的過程更順遂。

協會已於 2013 年 1 月 26 日召開成立大會，由內政部社會司擔任主管機關。目前協會會員多達 100 位以上，並且成立 13 個小組(Special Interest Group, SIG)負責規劃相關活動，包括：創業組、融資組、運動組、養生組、教學組、文藝組、文傳組、旅遊組、電影組、網路應用組、會展組、人力資源組、以及生農組等。此外，協會亦積極規劃各式活動，例如：銀髮人力資源雲端資料庫建立（高齡講堂人力儲備）、微電影比賽、只要健康不要糖食譜大賽（適合糖尿病患者之食譜）等。

二、高齡友善觀光標章

由於銀髮族之生心理特性對於銀髮族之活動及生活所帶來的影響層面是全面的，並非僅僅一項產品或服務便可含括，而是需要整體環境面的建構。緣此，許多國家及城市皆積極推動高齡友善環境之建構，例如 WHO 高齡友善城市或如日本巢鴨商店街區等；而我國目前也在中央或地方政府的主導下，推出幾項高齡友善標章和計畫，茲整理如下表。

表 11 台灣現行高齡友善相關標章說明表

活動或標章名稱	內容及範圍	辨認方式
<p>高齡友善城市 聯合國世界衛生組織 (WHO)</p>	<p>主要是針對世界衛生組織「全球老年友好城市建設指南 WHO Global Age-friendly Cities: A Guide」，所提倡之高齡友善城市進行建設。台灣有約 20 個地方政府皆積極響應，部分單位並也已規畫出高齡友善之認證標誌。</p>	<p>嘉義市健康暨高齡友善城市</p>  <p>台東縣高齡友善城市</p> 
<p>台北市之銀髮友善好站</p>	<p>台北市政府社會局 100 年度特別邀集便利商店、醫院、派出所、廟宇及房仲業者等單位，共同推出全國首創的「銀髮友善好站」服務。目前加入「銀髮友善好站」單位共計 610 站。提供長者休息座椅、洗手間、電話協助及福利資訊交流等服務。</p>	<p>掛上「銀髮友善好站」識別標誌。</p> 
<p>嘉義市高齡友善藥局</p>	<p>為提供高齡長者給他們安全、專業、友善的用藥環境。目前嘉義市約有 63 家藥局業者加入高齡友善藥局行列。高齡友善藥局可提供免費切藥及分藥服務、協助血壓量測服務、免費藥品諮詢服務、提供藥袋大字體服務及提供放大鏡使用。</p>	<p>嘉義市政府製作認證標章及紅布條供民眾辨識</p> 

<p>台南市友善老人愛心商店</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供座位，供銀髮族短暫休憩使用。 2. 提供廁所，供銀髮族必要時使用。 3. 提供銀髮族迷失時的問路或通報警察局、社會局的服務。 4. 提供銀髮族關於商店商品的詳細諮詢服務。 5. 優先提供銀髮族服務，讓銀髮族享受免排隊的迅速服務，例如讓銀髮族快速點餐、結帳、掛號等 	
<p>高齡友善醫院認證</p>	<p>標準一、管理政策</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 建立院所高齡友善政策 2. 資源與支持 3. 持續監測與改善 <p>標準二、溝通與服務</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 服務 2. 溝通 <p>標準三、照護流程</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 病人照護需求評估 2. 病人介入與管理 3. 社區參與及持續性照護 <p>標準四、物理環境</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 硬體環境 2. 交通與行動 3. 標誌與識別 	<p>由國民健康局公文通知，獲認證通過之機構將於高齡友善健康照護機構成果發表會上頒發證書。</p> <p>認證效期：四年(含認證通過當年度)。</p> <p>通過認證之機構並可參加「高齡友善健康照護機構」典範選拔，獎項包括典範、優良、友善服務、組織再造及友善環境。</p>
<p>友善建築</p>	<p>一、餐廳(飲)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 通路之寬度、地面、坡道、昇降設備有所規定。 2. 無障礙廁所，通路、馬桶、扶手、迴轉空間皆須符合規定。 3. 用餐空間，移動空間及餐桌皆須符合規定。 <p>另有特優友善餐廳評選基準。</p>	<p>由內政部長官頒發友善建築標誌。此外，獲選之餐廳(飲)、住宅及展演場所(電影院)，有關訊息將刊載於本活動專屬網站、社福團體 相關網頁及相關政府部門之文宣品、網站上，並函送交通部觀光局及地</p>

	<p>二、集合住宅⁴⁷</p> <p>1. 通路之寬度、地面、坡道、昇降設備有所規定。另有特優友善住宅評選基準。</p> <p>三、展演場所(電影院)</p> <p>1. 通路之寬度、地面、坡道、昇降設備有所規定。</p> <p>2. 無障礙廁所，通路、馬桶、扶手、迴轉空間皆須符合規定。</p> <p>3. 輪椅觀眾席位，地面、數量、空間尺寸皆須符合規定。</p> <p>另有特優友善展演場所評選基準。</p>	<p>方交通局或觀光傳播局併同宣導以資鼓勵。</p> 
--	---	--

資料來源：相關標章官方網站，宇智顧問整理

由上表可知，國內目前中央或地方政府紛紛推出許多銀髮族相關的標章或口號競選比賽，包括地方衛生局或社會局等等，皆有所涉入，顯見為銀髮族建構一高齡友善的環境已在我國蔚為趨勢。除嘉惠長輩外，透過競賽和活動，亦可促進一般大眾對於銀髮族相關議題之認識和推廣，同時也可鼓勵民間企業或商家朝向高齡友善之目標邁進。

以和本研究最具連結性之友善建築標章為例，取得友善建築標章之商家得將有關訊息將刊載於相關網頁及相關政府部門之文宣品、網站上，並函送交通部觀光局及地方交通局或觀光傳播局宣導。

此外，目前國內尚未出現整合各項資源的高齡友善觀光認證。建議未來在各項地方層級之標章認證之上，建立一全國性之高齡友善觀光標章，統一訂定標章認證之標準，包括：建築、各項名勝景點設施、運輸工具、旅館設備之安全性及便利性；人員對於銀髮族特性之學習和認識；銀髮族友善服務之提供；外文能力訓練等，確認各項軟硬體部分之安全性、便利性及專業性，使得國內外之銀髮族在台旅遊時，可依循標章安排旅遊行程並輕鬆地找到適合落腳休憩的地點。透過高齡友善觀光標章之頒發，也可鼓勵並促進業者為銀髮族提供更完善的服務，例如，可鼓勵本研究於健康養生旅遊篇章所提及之傳統整復按摩店、以及適合發展觀光郵輪的港阜地區優先推廣，而政府亦應廣為宣傳高齡友善之知名度，增加參

⁴⁷ 所謂「集合住宅」為建築技術規則建築設計施工編第1條建築技術用語。其定義：『具有共同基地及共同空間或設備。並有三個住宅單位以上之建築物』並設有管理委員會或具有管理負責人進行負責管理公寓大廈事務者。

與商家之曝光度，達成良性循環。

三、發行銀髮族旅遊手冊（紙本及或/雲端）及銀齡旅遊卡

我國觀光資源豐富，無論是自然景觀、文化特色、抑或是美食等行程都相當精彩豐富，交通部觀光局並且製作了多種不同行程安排的簡冊，供遊客參考。

綜觀目前國內的觀光手冊，有以地方區域為主的旅遊導覽手冊，如：趣·台北、南臺灣觀光指南、大稻埕旅人手帖等；以主題為導向的導覽手冊，如：愛在台灣拍婚紗、養生保健之旅、大街小巷等；也有以不同客群為導向的旅遊手冊，如 Let's Go! Tours for Senior Travelers、針對日本學生及年輕旅客的教育旅行手冊等。

本研究主要參考 Let's Go! Tours for Senior Travelers 觀光旅遊手冊，其主要係在 2012 年九九重陽節的背景下，推出銀髮族或與銀髮族同行參加台灣觀光巴士路線的行程安排，即可享 8 折優惠的活動，該手冊內容簡單明瞭，將路線規畫、負責的旅行社窗口聯絡資訊、台北公共交通運輸工具之聯絡方式以及路線導覽提供的語言支援、銀髮族旅遊注意事項等皆列入參考。台灣觀光巴士旅遊容易成行、幾乎每天出團的特性，可提供銀髮族方便的遊程安排，本研究建議政府可持續針對健康及亞健康、具自由行能力之銀髮族群推出相關的旅遊優惠方案，提供相關旅遊手冊，並可將上述高齡友善之商家列入手冊，以利銀髮族在旅行途中得以參考，也增加商家提供高齡友善服務之意願。

此外，目前已有青年旅遊卡，提供 15 至 30 歲之國內外青年免費申辦，持有青年旅遊卡之遊客，即可享有台灣觀巴、景點門票、交通、住宿、美食及購物等多項優惠。本研究建議未來也可比照青年旅遊卡，推出銀齡旅遊卡。銀髮族將是未來市場上的重要客群，退休後銀髮族能夠有較彈性的旅遊時間，這樣的特性，可以協助商家消除淡旺季的狀況。銀齡旅遊卡的推出，除可增進銀髮族旅遊時的方便性，刺激銀髮族出遊之意願外，也可推廣高齡友善商家之優惠訊息，促使各商家朝向高齡友善之目標邁進。

四、發展銀髮族實驗室

本研究已就銀髮族普遍之生心理狀態進行研究，由於這些生心理狀態為生活帶來的影響是全面的，若欲進一步探求這些生心理狀態在銀髮族各個生活細節帶來的具體的影響，則需進一步研究。緣此，本研究認為，可建立一銀髮族實驗室，提供產官學界與銀髮族互動之平台。由相關系所提出初步之學術研究和想法，與業界廠商進行討論，或由業界轉介需求予學校進行研究，再透過實驗室邀集銀髮族實際試用或聆聽相關想法，並請銀髮族就自身之經驗和使用習慣給予建議。研究範圍可含括：銀髮族對於數位科技的使用、虛擬實境對於銀髮族休閒娛樂設施之應用、ICT 產業對於銀髮族生活之應用、銀髮族心靈層面需求探討、銀髮族輔具之研發、銀髮族適用之家具研發、銀髮族健身用品、銀髮族保健食品研發及其他日常用品等。此銀髮族實驗室目前已由亞太青銀共創協會積極規劃中。

五、發展銀髮族休閒養生活動陪伴師制度

銀髮族在參與各式活動時，最重要的便是安全性問題。而銀髮族活動時，若能有具備專業知識及技能之輔導員從旁關照並給予協助，不僅可照料銀髮族之安全，透過專業的訓練和陪伴，甚至可以促使銀髮族之活動功效發揮到最大。

事實上，目前已有許多機構和單位皆針對銀髮族的長期照護進行人力培訓，包括由政府發照舉辦的丙級服務員培訓課程和證照，以及一般非營利機構或中小企業所自行舉辦之培訓課程和受訓證明，茲整理如下表。

表 12 目前台灣銀髮族照護培訓課程和認證制度一覽表

課程/證照名稱	主辦單位	學員受訓資格
丙級照顧服務員	證照由勞委會發照。 培訓課程則由各地區政府委託相關非營利團體、或設有醫學、護理學或社會工作相關科系所之大專院校、醫療或護理機構、經內政部或直轄市、縣(市)政府評鑑甲等以上之公立或財團法人老人福利、身心障礙福利機構等，提供總共 90 小時之培訓和實習課程。	考照學員須取得以下任一項結業證明文件，方可報考： 1. 92 年 2 月 13 日之前之居家服務員職前訓練或病患服務員訓練或照顧服務員職前訓練結業證明文件。 ⁴⁸ 2. 92 年 2 月 14 日後之照顧服務員結業證明書。 ⁴⁹ 3. 高中(職)以上照顧服務員職類相關所系科畢業。 ⁵⁰
社會工作師	考試院	考照學員須具備以下任一資格，方可報考： 1. 公立或立案之私立專科以上學校或經教育部承認之國外專科以上學校社會工作科、系、組、所畢業，領有畢業證書者。 2. 公立或立案之私立專科以上學校或經教育部承認之國外專科以上學校相當科、系、組、所畢業，領有畢業證書，曾修習相關課程，學科至少七科，合計二十學分以上，每學科至多採計三學分，其中須

⁴⁸ 該訓練應經政府機關同意備查，且不以地方主管機關(縣市社會、衛生局)之備查為限，其他政府機關亦得適用。

⁴⁹ 其內容應載明縣市政府同意備查之日期、文號、訓練課程與時數。

⁵⁰ 含綜合高中教育學程。

		<p>包括社會工作（福利）實習或實地工作，有證明文件者。⁵¹</p> <p>3. 中華民國 90 年 7 月 31 日前，經公立或立案之私立專科以上學校或經教育部承認之國外專科以上，相關科、系、組、所畢業，領有畢業證書者。⁵²</p> <p>4. 中華民國 89 年 12 月 31 日前，具有社會工作師法第五條第二款之資格，並領有中央主管機關審查合格之證明文件者。</p> <p>5. 中華民國 95 年 7 月 31 日前，具有社會工作師法第五條第三款之資格，並領有中央主管機關審查合格之證明文件者。</p>
居家陪伴人員培訓班、失智症初階成長訓練課程、居家照顧服務技巧研習課程等，名稱不一而足	許多相關非營利機構和中小企業，如彭婉如基金會、中化居家照顧服務、看護銀行等，皆設有相關培訓課程。	有意願從事居家照護服務之人員。

資料來源:各大培訓單位及政府網站，宇智顧問整理

上述認證或培訓課程，主要係針對銀髮族長期照護所需之人力進行培訓和規

⁵¹ 在此所指相關課程包括：社會工作（概論）或社會工作（福利）理論、人類行為（發展）與社會環境、社會個案工作、社會團體工作、社區組織與（社區）發展或社區工作、社會（工作）研究方法或社會及行為研究法或社會調查與研究、社會福利概論或社會福利通論、社會福利行政（與立法）或社會工作管理、社會政策與（社會）立法、社會工作（福利）實習或實地工作、社會工作方法或臨床社會工作或醫療社會工作、高等社會工作或高等社會個案工作或高等社會團體工作或高等社會社區工作或進階社會工作或進階社會個案工作或進階社會團體工作或進階社會社區工作、社會工作督導、非營利組織（經營）管理或社會服務機構（行政）管理或方案規劃與評估、社會政策分析或比較社會政策、家庭政策或家庭（福利）服務或家庭社會工作、社會福利（服務）或兒童福利（服務）或青少年福利（服務）或老人福利（服務）或身心障礙者福利（服務）或婦女福利（服務）等

⁵² 此指相關科系包括：學校社會政策與社會工作、青少年兒童福利、兒童福利、社會學、社會教育、社會福利、醫學社會學等

畫，多被視為是社會福利概念下的銀髮服務，仍缺乏針對健康及亞健康銀髮族為服務客群的生活服務產業和商業模式。本研究建議政府在長期照護等較為消極的照顧服務之外，針對健康及亞健康銀髮族之休閒養生需求，規劃相關之培訓課程和證照，如銀髮族陪伴師、銀髮族旅遊規劃師、銀髮族運動指導員等，除提供有志參與此產業之學員從業的管道，增加就業機會外，也可使實務上提供服務的人員接受良好的訓練，成為職場上的主力；此外，透過相關技能和知識的培訓，也可帶動我國相關產業如銀髮族旅遊業、銀髮族健身運動產業等之發展，對於我國銀色經濟的發展產生推進作用。因此，建議未來可比照丙級照顧服務員之認證方式，鼓勵民間以多元的模式參與，在以護理、醫佐等較為消極的居家照護類別外，開設主要針對銀髮族休閒、娛樂等養生、預防性的專業項目。不論透過公部門或是私部門來進行銀髮族旅遊規劃師、銀髮族運動指導員等之培訓和認證，後續將可鼓勵和協助相關從業人員成立公司，創造包括如銀髮族休閒旅遊、銀髮族健身運動產業等銀色經濟之發展。此外，受訓的學員除青壯年族群外，也鼓勵中高齡銀髮族參與，活化銀髮族資源，並創造老老照顧服務產業之發展。

六、積極舉辦銀髮族相關比賽活動

各式各樣與銀髮族相關之賽事和活動可以增進民眾對於銀髮族議題之關注和了解。而銀髮族也可於活動中，重新燃起活力，透過賽前之練習、良好運動家精神之培養，也可增進銀髮族彼此之間的互動和情誼。例如，弘道老人福利基金會自 2008 年起連續四年舉辦全國阿公阿嬤健康活力 Show 大賽，自 2011 年止，有超過兩萬名的長輩共襄盛舉，其中不乏 90 歲以上的長輩、甚至是百歲人瑞參加活動，集結了許多的表演隊伍，弘道老人福利基金會並於 2012 年在台北小巨蛋舉辦一場仙角百老匯的表演；此外，基金會也舉辦活力銀髮健康操大賽，邀請民眾為銀髮族設計適合銀髮族體適能觀念的健康操，除嘉惠銀髮族外，也帶動民眾對於銀髮族需求和特性的認識。根據弘道老人基金會之相關案例，本研究認為相關賽事除以銀髮族為重要參與者外，活動之設計也可將銀髮族之兒孫、家人納入考量，例如，可舉辦銀髮族智慧型益智遊戲比賽，邀請銀髮族與兒孫共同組隊參加，或舉辦糖尿病患者食譜大賽由患有糖尿病之銀髮族之家屬參賽等；此外，也可將參加範圍擴大，例如，舉辦高齡友善觀光標章銀齡旅遊卡之設計比賽，希望喚起社會大眾對於銀髮族議題之關注，並進而教育民眾正確之銀髮族相關概念和心態。

整體而言，本研究希望透過提出適合的銀髮族休閒養生產業發展策略與模式，促進嬰兒潮銀髮族身心靈的健康，進而有效節制銀髮族日後在醫療上所需之花費，減低我國社會福利資源的預算支出，同時達到推廣將銀髮族視為資源提供者的概念；並推動銀髮族人力資源再活化策略，回應「青年創業」之政策，於休閒養生產業中，研提創新合宜的商業模式，協助銀髮資源與青年創業所需做串聯，加速育成我國休閒養生產業，並促成社會的良性循環；期望也相信未來的銀髮族除將擁有一個更友善的環境外，更能將其累積之資源和經驗分享給各界，一同參與並帶動我國經濟上的進步及社會上的和諧與幸福感。

參考文獻

- AARP and GFK Custom Research North America. (2011). Baby Boomers Envision What's Next?. Retrieved from <http://assets.aarp.org/rgcenter/general/boomers-envision-retirement-2011.pdf>
- Ann Petermans (2009) . Retail Design, Experience Economy and the Greying population: a European Perspective. Presented at the 8th European Academy Of Design Conference. Retrieved from: http://www.academia.edu/215353/Retail_design_experience_economy_and_the_greying_population_a_European_perspective
- Avcikurt, C. (2009). The mature age market in Europe and its influence on tourism. Balikesir University.
- Baltes, P. B., & Baltes, M. M. (1993). *Successful Aging: Perspectives from the Behavioral Sciences*. Cambridge University Press.
- Bass, S. A., & Caro, F. G. (1993). *Achieving a productive aging society*. Auburn House.
- Carrera, P. M., & Bridges, J. F. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert review of pharmacoeconomics & outcomes research*, 6(4), 447–454. doi:10.1586/14737167.6.4.447
- Chou, K.L., Chi, I. (2002). Successful aging among the young-old, old-old, and oldest-old Chinese. *Int J Aging Hum Dev*, 54, 1-14.
- Cook, R. A., Yale, L. J., & Marqua, J. J. (2006). *Tourism: the business of travel*. New Jersey: Pearson education.
- Davey, J. A. (2002). Active Ageing and education in mid and later life. *Ageing & Society*, 22(01), 95–113. doi:10.1017/S0144686X02008528
- Eco-city 健康樂活城。取自：http://epaper.ecocity.org.tw/v7/Project_space/space.html
- European Tourism Research Institute (ETOUR) (2005), *Tourism of Tomorrow*, Mittuniversitetet.
- Garfein, A.J., Herzog, R. (1995). Robust aging among the young-old, old-old, and oldest-old. *Journal of Gerontology*, 50B, S77-S87.
- Germany Kaiser's supermarket. Retrieved from : <http://www.pri.org/theworld/?q=node/13324>
- Gerry Hadden (2007) . Germany's senior citizens. The PRI's World News. Retrieved from: <http://www.pri.org/theworld/?q=node/13324>
- Global Information, Inc. (2012). 預計 2016 年平板電腦應用軟體下載有 8 成是遊戲、數位出版、社群網站、電子商務領域。取自 <http://www.giichinese.com.tw/press/ab238174.shtml>
- Goodrich, J. N. (1993). Socialist Cuba: A Study of Health Tourism. *Journal of Travel Research*, 32(1), 36–41. doi:10.1177/004728759303200106

- Hart, B. (1981). The effect of age and habitual activity on the fractionated components of resisted and unresisted response time. *Medicine and Science in Sport and Exercise*, 13, 78.
- Hopman-Rock M.,(2002). Westhoff MH. Development and evaluation of Aging Well and Healthily: a health education and exercise program for community-living older adults. *Journal of Aging and Physical Activity*, 10, 363-80.
- Hsu, Hui-Chuan. (2007). Exploring elderly people's perspectives on successful ageing in Taiwan. *Ageing & Society*, 27(01), 87–102. doi:10.1017/S0144686X06005137
- HUR USA Inc. Retrieved January 5, 2013, from <http://www.hurusa.com/index.asp?lang=en>
- Ifay F. Chang (2011) .Playing Games Helpful To Elderly Just As To Young Kids. Medical World Search. Retrieve from: <http://www.mwsearch.com/Games4elderly.html>
- Innova management (2011) . Evaluation of the Profitability and Economic Impact Generated by the Europe Senior Tourism Programme. Retrieved from: http://www.europeseniortourism.eu/export/sites/senior/comun/descargas/documentacionPromocional/Evaluation_Impact_EST2012.pdf
- Jan Kunz. (2007). Population Aging – Problem or Opportunity? Lessons from the Case of Finland. *Journal of Sociology*, 1(1).
- Karani, R., McLaughlin, M. A., & Cassel, C. K.(2001).Exercise in the healthy older adult *American Journal Of Geriatric Cardiology*.1 O(5), 269-273.
- Kelly, J. R. (1996). *Leisure*. MA, USA: Allyn & Bacon.
- Kerschner, H., & Pegues, J. A. M. (1998). Productive Aging: A Quality of Life Agenda. *Journal of the American Dietetic Association*, 98(12), 1445 – 1448. doi:10.1016/S0002-8223(98)00327-7
- L. Huang, & H. Tsai. (2003). The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan. *Tourism Management*, 24, 561–574.
- Marc Prensky. (2001). *Fun, Play and Games: What Makes Games Engaging*. McGraw-Hill.
- Melanie Smith & Catherine Kelly (2006) . Wellness Tourism. *Tourism Recreation Research*. 31(1), 1-4.
- Murata, Hiroyuki. (2012, November 10). The Smart Ageing Way: Japanese Experiences for Super-Ageing Societies. Presented at the International Conference of Wellness and Leisure Industries for Seniors, New Taipei City.
- Nied, R. J., & Franklin, B. (2002). Promoting and prescribing exercise for the elderly. *American Family Physician*, 65(3), 419-428.
- Norman, W. C., Daniels, M. J., McGuire, F., & Norman, C. A. (2001). Whither the mature market: an empirical examination of the travel motivations of neo-mature

- and veteran-mature markets. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3-4), 113–130. doi:10.1300/J150v08n03_08
- Patterson, I., & Pegg, S. (2009). Marketing the Leisure Experience to Baby Boomers and Older Tourists. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 254–272. doi:10.1080/19368620802594136
- PeoPo 獨立特派員 (2008)。活躍老化(公民新聞 貼心芬蘭系列報導之一)。取自 <http://www.peopo.org/portal.php?op=viewPost&articleId=14900Population>
- Peter E. Tarlow (2007) . *Tourism: Dealing with the Senior Market*. Retrieved from: <http://www.destinationworld.info/newsletter/feature36.html>
- Putney Cloos, Sherina Ebrahim, Tracey Griffin, and Warren Teichner(2012) . Healthy, wealthy and (maybe) wise: The emerging trillion-dollar market for health and wellness. McKinsey & Company.
- Randall Travel marketing. (2008), “ Top Ten Travel and Tourism Trends for 2008-2009 “. Retrieved from: <http://www.rtmnet.com/Portals/1/2008%20and%202009%20Top%2010%20Travel%20Trends%20-%20July%202008.pdf>
- Robertson (2008). What Gamers Want: Silver Gamers, Gamasutra. Retrieved from <http://bit.ly/RsqLtG>
- Ruuskanen, J. M., & Ruoppila, I. (1995). Psychological well-being among people aged 65 to 84 years. *Age and Ageing*, 24, 292-296.
- Supernaw, S. (1985). Battle for the gray market. *Proceedings of the Sixteenth Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association*, 287-290.
- Themed Entertainment Association and the Economics practice at AECOM (2011) . *Global Attractions Attendance Report*. Retrieved from http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/Theme%20Index%202011.pdf
- Tirrito, T. (2003). *Again in the new millennium : A global view*. Columbia : University of South Carolina Press.
- Tourism.Review.com (2009) .*ETHICAL/RELIGIOUS: Get Out of the Way! Seniors Are Coming*. Retrieve from: http://www.accessibletourism.org/resources/tourism_ethical_review-senior_travelers-june2009.pdf
- Ward, D. (2001). *The Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2001*. New Jersey: Berlitz Publishing.
- WHO (2002). *Active ageing: a policy framework* (No. WHO/NMH/NPH/02.8). Retrieved from http://www.who.int/ageing/publications/active_ageing/en/index.html
- World Economic Forum (2012) .*Global Population Ageing: Peril or Promise?* P. 8、

9、10. Retrieved from :

<http://www.globalaging.org/agingwatch/World%20Economic%20Forum%20-%20Operil%20or%20promise.pdf>

Zimmer Z, Hickey T&Searle MS(1995). Activity participation and well-being among older people with arthritis.Population Studies Center, University of Michigan.

內政部統計處 (2006)。中華民國 94 年老人狀況調查報告。台灣:內政部統計處。

內政部統計處 (2009)。中華民國 98 年老人狀況調查報告。台灣:內政部統計處。

王世智、王家男、黃舒楷 (2012)。「我國明星高科技產業之競爭優勢及市場利基探討」。台灣經濟論衡，第 57 頁至 59 頁。

王以仁、李育奇、林慧芬、洪雅真、連惠君、潘婉茹 (2001)。婚姻與家庭生活的適應。台灣：心理出版社。

王素敏 (1997)。老人的休閒滿意極其教育取向之研究。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。

台灣食品良好作業規範發展協會網站，最後瀏覽日期：2012 年 4 月。取自：

<http://www.gmp.org.tw/certification.asp>

民國 99 年 7 月，數位內容產業發展計畫(核定本)，第 33 頁。

甘肅省公文。《甘肅省中醫藥養生旅遊工作實施方案》通知。取自

<http://www.gsww.gov.cn/html/2/5/27348.htm>

行政院經濟建設委員會人力規劃處 (2012)。2012 年至 2060 年臺灣人口推計。

余佳璋、周傳久、鄭仲宏 (2008)。活躍老化_貼心芬蘭系列報導之一。公視新聞。

取自：<http://www.peopo.org/news/13377>

吳明烈、李藹慈、賴弘基 (2010)。我國終身學習的發展困境與因應策略。臺灣教育，666。13-25。

李文龍 (2003)。抓住 3000 億老人商機。台北市:知本家文化事業有限公司。

李政達。保健食品陷阱多，健康食品知多少。取自

<http://ir.fy.edu.tw/ir/bitstream/987654321/7454/1/8-11.pdf>。

李嘉旭 (2007)。不用電腦 一個人也可以下棋。工業技術與資訊，191。

李維靈、施建彬、邱翔蘭 (2007)。退休老人休閒活動參與及其幸福感之相關研究。人文暨社會科學期刊，3(2)，27-35。

李瑩 (2003)。新加坡老人住得真舒服 (環球時報)。取自

<http://www.people.com.cn/BIG5/paper68/8630/808933.html>

亞太青銀共創協會，最後瀏覽日期：2012 年 4 月。取自：www.yere.asia

林志遠(2011)。科技日新月異銀髮族要玩什麼(慈濟醫療志業數位學習電子報)。

取自 http://lms.tzuchi.com.tw/epaper/artical/index.php?id=file/23/digiinfo_0

林孟儀 (2007)。消費實力板塊轉移 日本企業搶挖不老「銀」礦。遠見雜誌 2007 年 2 月號 第 248 期。取自：http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_12748.html

林東泰 (2002)。休閒教育與其宣導策略之研究。台北市: 師大書苑。

林麗娟 (1993)。運動與老化。中華體育，7 (3)，120-125。

- 保健食品產業服務網，最後瀏覽日期：2012年4月。取自：
<http://www.functionalfood.org.tw/>
- 洪新來(2007)。木球運動對老人休閒動機與休閒滿意度之研究。未出版之碩士論文，國立台灣師範大學衛生教育研究所，台北。
- 胡文豐(2006)。佈局銀色商機的策略思考(工業總會服務網)。取自
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Part=magazine9512-441-1>
- 胡蕙寧(2011)。銀髮族哈啦學上網。自由時報。取自：
<http://www.libertytimes.com.tw/2011/new/jul/19/today-family1.htm>
- 范海瑞(2012)。甘肅省將打造世界中醫養生旅游目的地(每日甘肅網)。取自
<http://gansu.gansudaily.com.cn/system/2012/09/06/012806782.shtml>
- 孫慶國(1995)。青少年休閒生活調查報告。財團法人金車教育基金會。台北市：財團法人金車教育基金會。
- 宮下充正、武藤芳照(1986)。高齡者與體育。大日本法令印刷株式會社。
- 徐慧娟(2003)。成功老化：老年健康的正向觀點。社區發展，(103)，252-260。
- 徐慧娟、張明正(2004)。臺灣老人成功老化與活躍老化現況：多層次分析。臺灣社會福利學刊，3(2)，1-36。
- 徐麗君、蔡文輝(1985)。老年社會學：理論與實務。巨流圖書公司。
- 張少熙、周學雯、方怡堯、方佩欣、劉永琦(2011)。高齡者運動創新服務模式之個案研究—以芬蘭佑華斯克拉(Jyvaskyla)為例。台灣：行政院體育委員會。
- 張家禎(2007)。老年人的生理變化。高醫醫訊月刊，26(11)。取自
<http://www.kmuh.org.tw/www/kmcj/data/9604/6.htm>
- 張慈映(2007)。加入快樂科技復健也可以手舞足蹈。工業技術與資訊，16-20。
- 郭曉怡、盧慶龍(2012)。台灣戰後嬰兒潮家庭之旅遊支出研究。朝陽科技大學銀髮產業管理系。取自：
<http://ir.lib.cyut.edu.tw:8080/bitstream/310901800/12886/2/%E5%85%A8%E6%96%87.pdf>
- 陳免、孫蓉萍(2008, April 23)。搶賺銀色財富 直擊日本老人撐起的百兆市場。今周刊。取自
<http://tw.mag.cnyes.com/Content/20080423/A663526B8B3C47A5BE2A7049184717BF.shtml>
- 陳志東(2008)。兩千隻腳齊伸 台灣腳底按摩破金氏世界紀錄(今日新聞)。取自
<http://www.nownews.com/2008/07/01/11440-2297795.htm>
- 陳韋庭(2008)。發現尊嚴的地方—老人日間照顧中心。銀髮世紀，(36)。
- 陳師瑩、林佳蓉、高美丁、杭極敏、潘文涵。行政院衛生署1999-2000台灣地區老人營養健康狀況調查。取自：
http://consumer.fda.gov.tw/files/Research/1999%20-%202000/200411_06.pdf

- 陳麗芷 (2008)。老人休閒運動動機、休閒涉入對休閒流暢經驗之研究。國立嘉義大學體育與健康休閒研究所碩士論文。
- 傅清萍 (2012)。掌握觀光產業中的新興商機—以郵輪產業為例。台灣財經評論，第 208 期，取自：
<http://twbusiness.nat.gov.tw/epaperArticle.do?id=172818436>
- 曾仁杰、林青蓉、蕭汎儀。空間團隊—仙台-芬蘭健康福祉照護中心。Eco-city 健康樂活城網站。取自 http://epaper.ecocity.org.tw/v7/Project_space/space.html
- 曾進勤 (2003)。從充權的觀點談高齡人力資源開發運用--以高雄市長青人力資源中心為例。社區發展季刊，(103)，261-274。
- 曾毓勝 (2010)。熟年世代休閒生活偏好與選擇之研究。中國文化大學市政暨環境規劃學系，台北市。
- 程紹同 (1994)。現代體育發展的新趨勢—運動休閒管理。甘寧是當京，7 (4)，25-30。
- 黃天如 (2013)。民俗調理納管與中醫脫鉤 (中時醫療網)。取自
http://udr.chinatimes.com/news_view_2928.html
- 黃兆仁、吳明彥、黃榮護 (2009)。促進臺北市觀光醫療、休閒養生等產業發展政策之研究。台北市政府市政專題研究報告第 367 輯。臺灣經濟研究院。
- 黃俊昇 (2009)。數位運動器材 銀髮族健身好幫手。中華日報_B3_保健中醫。
取自：http://www.hondao.org.tw/article.php?article_cid=124&article_id=271
- 黃富順 (2008)。高齡教育學。台北市：五南圖書公司。
- 黃富順 (2009)。了解老人，認識老人。醫療品質雜誌，3(5)。
- 黃富順 (2010)。高齡化社會的挑戰與因應。Presented at the 高齡服務事業人才培育工作坊，高雄市：高師大教育學院。
- 黃雅鈴、蕭文高 (2010)。銀髮族旅遊行為與市場發展趨勢之初探。「銀向未來-2010 老人服務事業產學論壇」之發表論文。
- 黃照 (2010)。淺談老年人心理健康 (優活健康網)。取自
<http://www.uho.com.tw/sex.asp?aid=9623>
- 黃獻樑、陳晶瑩、陳慶餘 (2007)。老人運動處方之實務探討。家醫研究，5(1)，1-2。
- 黃耀榮 (1993)。安養機構建築規劃設計準則研究。內政部建築研究所籌備處專題研究成果報告，台北。
- 黃逸清 (2011)。南投縣草屯鎮銀髮族休閒偏好與休閒阻礙之研究。南開科技大學福祉科技與服務管理研究所碩士論文。
- 楊正義 (2008)。後卡債時期信用卡行銷策略之研究。第六頁。國立中央大學碩士班論文。
- 楊均濰 (2011)。花蓮觀光醫療合作聯盟簽約記者會。取自：
<http://td.hl.gov.tw/bin/ptsearch.php>
- 葉清華、薛淑琳 (1998)。運動與老化。大專體育，第 36 期，第 73-77 頁。

- 趙儀珊、吳成全、鍾雅慧、林怡萱、吳振宇、蘇宇姿 (2010)。台灣中藥製造產業分析之研究報告 (學生專題論文)。國立屏東商業技術學院企業管理系。
取自：<http://web.ba.npic.edu.tw/ezfiles/14/1014/img/455/99-6.pdf>
- 劉翠玲 (2009)。全球保健食品產業發展現況與展望。農業生技產業季刊，(18)，1-8。
- 數位內容產業發展行動計畫 (2010)。行政院經濟建設委員會。
- 蔡琰、謝宏暉、陳羽珊、張志聖、楊欣芳、吳宜倫、曾令儀 (2001)。電視劇審美心理探析：老人觀眾「涉入」與「距離」的遊戲。行政院國家科學委員會補助專題研究計畫 (編號：NSC-89-2412-H-004-034)。國立政治大學廣電系。
- 鄭淑子、林如萍、高淑貴 (1999)。農家老人社會網絡關係初探。中華家政學刊，(28)，93-109。
- 鄭詠澤 (2008)。銀髮族的隱形守護神 智慧化居住空間照護服務。工業技術與資訊，第 200 期。取自：<http://college.itri.org.tw/TopicLearn.aspx?id=157>
- 盧梅(1999)。老年人健身運動的研究進展。體育與科學，20 (120)，第 9-15 頁。
- 謝春滿 (2005)。熟年商機，賺富爸爸的錢。(444)。
- 簡淑超 (2010) 高齡者玩具發展趨勢之研究，國立台北教育大學理學院數位科技設計學系玩具與遊戲設計碩士班論文。
- 羅正仁 (2008)。綜論台灣保健食品產業發展現況與方向。食品工業專題報導，食品工業發展研究所。取自：
http://www.firdi.org.tw/2/foodmagz/food_magz_200810-1.pdf
- 蘇忠信(1997)。高齡者身體活動狀況與身體體能的相關研究。未出版之碩士論文，國立體育學院運動科學研究所，桃園。
- 龔俊光、簡文強 (2004)。從高齡化社會趨勢談電子商務之相關市場機會。台灣：資策會。取自：
http://www2.itis.org.tw/netreport/NetReport_Detail.aspx?rpno=7D45DB55E3ED A9F648256E1B006B22C1

附件一 專家訪談發言摘要

第一次專家訪談

- 時間：2012年6月21日（星期四）
- 地點：美僑協會 American Club Taipei
- 參與人員：曹平霞、翁志遠、劉家勇、高慈慧、許詩典、張慶光、徐小波、劉培森、劉麗珠、陳麒文、謝邦昌、羅君平、李天行、邵治安、胡哲生、陳芄諭、彭吉敏

第一次專家訪談題綱

專家座談的問題大綱：
前言：本研究之目的在於協助政府篩選並扶植具有發展潛力的銀髮族休閒養生產業。 Gary Hamel & C.K. Prahalad 兩位教授在《競爭大未來》(Competing for the Future) 這本書談到產業策略時，說了一句重要的話：「策略如果沒有願景 (vision)，策略就會沒有方向」。依本書之意涵，提出 <u>願景</u> ， <u>政策</u> 就易定調， <u>策略</u> 也會隨之產生。 「Envision 包括：如何形成願景，以及願景如何實現。」因此，透過訪談即可與產業之先驅者、領導者共同討論如何形成願景，以及未來願景如何務實地實現。
<u>銀髮族休閒養生產業：類型與趨勢</u>
1. 銀髮族休閒養生產業之主要類型與國際發展趨勢？ 2. 上述產業在台灣內部市場之發展前景與在國際市場中的發展利基？ 3. 我國內部銀髮族市場的獨特之處？ 4. NPO、老人社福團體、與政府機關在銀髮族休閒養生產業的發展中可以或應該扮演何種角色？ 5. 除了作為消費者，銀髮族本身對於以其為銷售目標的產業之發展又能提供何種貢獻？
<u>銀髮族休閒養生產業：經營實務</u>
1. 請分享貴公司/企業在以銀髮族為主要消費群的銷售/服務項目為何？主要的營利模式為何？效益（投入及回收的比例）為何？市場評估過程為何(包括推估可能的經濟效益/產值以及如何探索、發掘、界定銀髮族消費者的潛在需求)？ 2. 請分享貴公司/企業實際或期望從 NPO、老人社福團體、與政府機關得到的資源與協助為何（包括獨特的合作模式或政策法規的配套）？ 3. 請分享貴公司/企業在申請與主張專利上是否有遭遇到任何問題與困難？ 4. 請分享貴公司/企業在售後服務、顧客滿意度調查、與修正發展策略上之經驗？

第一次專家座談會專家訪談摘要

壩新醫院 許詩典副院長

- 銀髮族休閒養生是趨勢，且此一趨勢來得甚至比想像中更快。
- 休閒養生產業屬於自費，且這一代老人是相對富有且具高消費力的一群。
- 政府應加強關注對於銀髮族的照護；例如，台灣老人長期照護保險的屬性歸類尚不明確，且相關政策的推行遭到推遲。事實上，許多相關政策或產業，都需要政府的政策配套支持。
- 從醫療角度出發，active aging 到 productive aging 的概念，需要被重視，這中間有許多機會和可能性。
- 台灣老年人口的自殺率偏高，值得重視。
- 政府的政策和配套措施相當重要。例如，age friendly city 及 age friendly hospital，需要官方的推動，再來發展相關私人產業，將會水到渠成。
- 住院最多的族群其實還是以老年人口居多，應推動 age friendly hospital，世界衛生組織也再推動此一概念。
- 推動 age friendly city，目前台北市及桃園市都很有興趣推動相關政策。
- Age friendly city 及 age friendly hospital，不只是硬體設備如交通設施等等，還包括軟體，如心靈建設等層面也需納入考量。

樂齡生活事業股份有限公司 張慶光總經理

- 台灣雖然已邁入高齡化社會，但銀髮族人口的消費需求並未被滿足；適合銀髮族的產品相對少；或者，許多產品僅侷限於藥品、健康食品、醫療照護用品等等，很少有通路提供適合銀髮族使用的生活用品。
- 台灣是輪椅及電動車的外銷王國。
- 銀髮族產業，常常被侷限在醫療照護器材；社會大眾、政府、媒體都常常刻板地將「老」與「病」、「殘」、「窮」劃上等號；此一觀念應被導正。
- 政府跟大眾在擬定銀髮族相關政策時，偏重以照護、醫療的觀點出發；但，銀髮族相關政策，不應侷限於此。
- 台灣的銀髮族產業，不應僅是開放外勞、照護中心等等。台灣未來銀髮產業的願景亦不應侷限於此；應該是更希望老人家們能健康的休閒、養生、活動。
- 不應只是將老人家認定為被照顧的族群，不應稱高齡化為問題；高齡化應該不是問題，少子化才是問題；高齡人口應該是資產，只是需要進一步討論活化的方向。
- 政策名詞的使用也很重要，政府如何界定老人相關政策、產業，這些都將導致台灣銀髮族的發展趨勢和走向。
- 在上位者或政策制定者，不應強調老人家是負擔的概念；應該著重於如何活化銀髮族的資產和價值。

宇智顧問股份有限公司 徐小波董事長

- 建議將許多我國具優勢的強項產業化，此舉亦可協助我國相關產業進入國際市場。
- 以產業化及法律層面出發，政府目前並未將醫療及照護定位為產業，民間只能以財團法人的方式經營醫院及照護業；個人執業則為診所。個人診所較無法擴大規模，一旦擴大規模，則需以公益事業辦理。目前已有先例，透過成立醫療管理公司，將醫院所需之資產租賃給醫院的方式經營；而醫療管理公司也可接受投資。此外，亦可以醫療管理公司之名義前進大陸及海外地區投資，台商在大陸特定區域可以擁有 100% 股權的公司組織經營醫院。因此，建議政府應推動醫療及照護之公司化（產業化）等相關議題。
- 政府的部分政策及法令過時，建議修改。
- 產業化的議題，牽涉層面廣泛，包括法律、政策等等層面都應被納入考量。
- 「產業化」，必需與「活動」切割；「產業」需有獲利模式。
- 社會企業的定義，也應藉此計畫做明確的界定；社會企業仍應具有獲利模式，才能永續經營。
- 社會大眾及銀髮族都需心理輔導。銀髮族不應被定位為弱勢，即使生理因老化開始出現缺陷，但銀髮族的經驗及智慧等資源仍應被妥善利用，發揮經濟效益。

劉培森建築師事務所 劉培森主持建築師

- 21 年前，劉培森建築師事務所接受委任，建造全世界第一座大規模養生村-林口長庚養生村。建築師團隊因此參訪世界各地，希望找出適合台灣銀髮族的相關建設，卻發現就連日本銀髮族的相關設施和養生村，都不見得適合我國。在為銀髮族建造相關設施和硬體設備時，各地文化習性，都需納入考量。
- 建造銀髮族相關設施時，其生理、心理的變化必需納入考量。在林口長庚養生村，強調的是老人的生活品質，期望提供銀髮族一個享受的 life style，包括娛樂的安排、教育課程等等，協助他們退而不休，享受生活。
- 養生村的醫療設施及人員配置也是至關重要的考量要點。
- 建議施行在地老化。許多北歐國家，都強調在地老化。但是，我國目前無法做到在地老化。因此，只好將安養院與在地老化的概念折衷，建造銀髮族社區-養生村。
- 老人的智慧應該持續傳承，落實 productive aging 的概念。
- 老人相關產業及所能提供的服務，有很多種不同的機會和可能性。例如，候鳥式的居住方式、養生課程、老人理財課程等等。
- 養生而非養老，銀髮族有能力主動性經營自己的生活方式；而其中，亦有許多產業發展的機會。
- 我國人口老化速度極快，政府的應對和政策因此需要更靈活。
- 政府的政策、法規和配套措施相當重要。但，目前銀髮族相關法規、政策似

乎不夠健全。

- 政府及專家學者在制定老人住宅相關規定時，應考量實際居住情況，不應僅是紙上談兵，如此恐將導致相關法規政策不實用，甚至會造成經營、建築成本的增加。

自行車新文化基金會 劉麗珠執行長

- 應扭轉台灣人對於「退休」的不良刻板印象。在美國，”I am retired”，是相當榮耀的事，代表的是有錢、有閒。
- 建議參考美國 retirement center 的設計。依照銀髮族的活動力分級，外圍為 house，供生、心理仍然活躍的銀髮族居住；活動力較弱之銀髮族，則住 building，building 的核心是 medical center。
- Retirement center 很重要的是醫療設施及醫護人員的配置。以美國北卡羅萊納州的 retirement center 為例，該中心醫護人員的調度，都與附近的醫院合作，不會有短缺或人力不足的問題。許多在 medical center 的醫護人員，其實是復健人員，輔助老人家們的生活起居。
- 養生村、老人社區，確實是項產業，需要一系列的配套設施和活動支持。
- 銀髮族在 retirement center 裡所參與的許多活動，除提供銀髮族所需要的服務，亦可使銀髮族群和社會保持連結。
- 銀髮族進入 retirement center 後所參與的活動和所投注的活力，亦是許多相關產業的發展契機。
- 銀髮族群可成為一批固定的客群，為許多產業帶來固定的收入和獲利模式。

輔仁大學體育學系 陳麒文助理教授

- 人類大約經歷幾個退休年代：日出而作日落而息的農業時代、德國總理俾斯麥明定 65 歲退休的年代、現今最具消費力的 baby boomers 一代以及接下來沒有時間退休的年代。
- 如何定義銀髮族休閒養生產業值得討論、著墨。
- 銀髮族的遠距醫療照護包括診斷、治療、照護、強化階段。老人家一定有看病的需求，診斷和治療應該是在醫院或診所；照護和強化的階段則可能是在家裡或者是安養院。
- 目前台北市、新北市、甚至是全台灣都有許多運動中心，這些運動中心也和許多診所或醫院有配合，希望能夠創造一種產業。
- 而依據許多中國人的習慣和觀念，在地老化、在家安養因此成為重要的概念；遠距醫療照護，也是成為一項值得關注的銀髮族相關產業。

輔仁大學統計資訊學系暨應用統計所 謝邦昌教授

- 從統計學角度切入此議題，有一些重要的變數，必須納入考量。例如，能動、不能動；經濟狀況良好、經濟狀況拮据；自理、不能自理等等，如何切割銀

髮族群，做不同因應也是重點。

- 政府政策的提供相當重要。但許多國家或政府在執行銀髮族相關政策時，往往僅負責撥款付費；如何妥善配置資源，打破現下大家所熟悉的架構和生態相當困難且值得探討。
- 銀髮族的心理需求、心情和情緒需被重視。例如，許多鰥寡孤獨的銀髮族群，可能需要受到“家”的情境和氛圍包圍；若要執行銀髮族育樂方面的產業更應將銀髮族的情緒和情境需求納入考量。

萬大旅行社 羅君平董事長

- 銀髮族旅行無法成為一項產業。銀髮族不會願意參加名為「銀髮族旅行團」的活動。
- 銀髮族旅行相當在意遊伴，主要是希望能和兒女同行。
- 在養生部分，可參考泰國華欣，世界有名的養生村；該養生村在硬體設施、設備、服務人員等等，服務都相當完善、講究。
- 硬體很重要，但是軟體也非常重要。軟體部分，包括專業人員保健養生的知識、服務人員語言的能力、態度也都非常重要。
- 銀髮族群的消費能力與消費意願的調查和瞭解是很重要的。
- 永續觀光，還必須將當地民眾的獲益情況納入考量。
- 建議推行銀髮族志工，助人助己。
- 外勞有其存在之必要，只是相關的配套措施也需納入考量。
- 銀髮族的情緒、生活習慣和心理的狀況的照護都需納入考量。

輔仁大學管理學院 李天行院長

- 產業若能茁壯發展，需要許多的配合，包括系統化的策略、資源的投入、整合、長時間的耕耘，以及政府政策的支持等等。
- 在資源有限的狀況下，必須先找到好的標的，並邀集第三方（third party）參與協助，並搭配政府的政策配合。需要建立一套監督、回饋及控制的機制，經過營運後，修正機制以發展相關產業。
- 如何整合資源，並發展相關產業，需要非營利組織（NPO）、非政府組織（NGO）、志工、學術界、產業界以及政府共同合作。

台灣色彩與影像科技股份有限公司 邵治安董事長

- 建議政府更有擔當地從政策面給予台灣銀髮族休閒養生相關產業更明確的發展方向。
- 台灣已有許多老人活動中心，許多銀髮族相關的活動應該被整合。
- ICT 產業的應用，包括雲端、iPad、網路等等，都潛藏無限商機，並有許多應用的可能性。
- 建議推行 age friendly 的標章，建立一套制度，政府並且給予優惠或支持的

配套措施，以帶動或協助相關產業的發展。

- 銀髮族的經驗、知識及所擁有的社會資源也應被再利用。
- 建議先藉由民間力量建立標竿模式/產業（benchmark），政府再來複製（reproduce）或推動此標竿模式/產業，這樣效率可能會更快更好。

輔仁大學企業管理學系 胡哲生教授

- 從社會企業角度切入，社會企業旨在解決企業組織或者是 NPO 組織遺漏而未能解決的問題，包括許多社會上弱勢者的問題，如錢財的弱勢、環境的弱勢、心理上的弱勢。
- 銀髮族其實應該是資源的擁有者。銀髮族亦很願意去指導或者協助他人，主要問題在於社會大眾卻不習慣接受銀髮族的協助。
- 除資金、知識、經驗、技術勞力外，銀髮族還擁有豐富的社會資本，包括社會關係、人脈、歷練等等。
- 建議推行自主型社區經濟的構想。資源並非不足，而是分配不均；包括物質、食物或者是人力應如何分配，需要一個社區的概念，整合資源，重新分配。



第二次專家訪談題綱

鑒於專家學者們之時間無法互相配合；本團隊採用個別向不同專家進行訪談之方式進行更深入的研究和討論。

發展 模式	訪談大綱	邀訪對象
健身運動	<ol style="list-style-type: none"> 1. 貴公司是否有針對銀髮族運動市場進行產品規劃與發展？發展意願？最大的考量點？ 2. 請問貴公司在推廣海外市場時，遭遇到最大的困難？ 3. 請教貴公司在拓展銀髮族運動市場所面臨挑戰與困難？ 4. 台灣健身器材業者之發展利基？ 5. 政府在貴公司營運或是業務發展上協助業者資金取得及稅法優惠或獎勵投資條例的努力？ 6. 請就我國拓展銀髮族運動市場的發展上，在現行法規、政府政策及創新營運等產業經濟提升構面所面臨的問題與困難，提供政策及產業發展改善之建言。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 喬山健康科技羅崑泉董事長 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.10.09 ➤ 訪談地點：喬山健康科技股份有限公司 ➤ 參與人員：羅崑泉董事長及夫人、曹平霞主持人、資誠曹耀文副總、陳芃諭專案助理

保 健 食 品	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣中醫製藥/保健食品產業在台之發展現況以及發展國際市場的狀況如何? 外國市場對於漢方保健食品的接受度? 2. 若希望發展海外市場，哪些法規需要加強，哪些法規需要鬆綁? 3. 若欲推動漢方保健食品之國外市場，台灣與世界各國的規定，是否可以接軌? 業者申請時所遭遇的困難為何? 4. 美國全民健保包括中醫，對於台灣中醫製藥/保健食品產業，您認為對台灣的機會何在? 5. 相較於其他國家競爭者，如日本、中國大陸、德國等國，台灣中醫製藥/保健食品產業之競爭優勢及展利基為何? 6. 台灣對於大陸中草藥材的依賴對於整體產業鏈之營運或品牌之經營，是否造成影響? 7. 高齡化社會的來臨，是否對於漢方保健食品的營收有正面影響? 8. 順天本草是否計畫推出特別針對銀髮族開發之產品? 9. 順天堂是否有再進行新產品研發? 是否有申請特定的智財保護? 10. 目前台灣中醫製藥/保健食品業界，最大的問題或關切? 	<ol style="list-style-type: none"> 2. 順天本草股份有限公司羅文兮副總 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.11.8 ➤ 訪談地點：順天本草股份有限公司 ➤ 參與人員：羅文兮副總、曹平霞主持人、Phyllis Kung 董事長、陳芄諭專案助理
----------------------------	---	---

<p style="text-align: center;">健康養生旅遊</p>	<p style="text-align: center;">中醫民俗調理</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣中醫如何推展到海外，如美國、歐洲、南美、非洲、中東等？是否受到現有法律之限制？又應如何解套？ 2. 如何吸引外國人來台接受中醫養生或治療？ 3. 中醫草藥和針灸在台灣的現況及發展國際醫療的可行性？如果要發展，哪些法規要加強，哪些要鬆綁？ 4. 中醫保健方式商業化的可行性？如何達到成功的商業模式？個人、產業和政府應如何制定配套法規？請舉例說明之。 5. 台灣中醫診所之開業條件？和國際中醫師聯盟開業的可行性？ 6. 美國全民健保包括中醫，您認為對台灣的機會何在？ 7. 台灣是否有利基？經濟效益何在？ 8. 目前台灣中醫業界，最大的問題或關切？ 9. 外國中醫師來台灣執業的困難及利弊？ 10. 中醫師考證的條件？整骨師考證的條件？ 11. 台灣健保條件？ 12. 中醫師、針灸師、推拿師的執照何不同？有何不同的訓練？ 13. 銀髮族是否接受中醫過於西醫？ 	<ol style="list-style-type: none"> 3. 衛生署中醫藥委員會黃林煌主任委員 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.09.12 ➤ 訪談地點：衛生署中醫藥委員會 ➤ 參與人員：黃林煌主委、曹平霞主持人、陳芄諭專案助理 <ol style="list-style-type: none"> 4. 中華民國中醫師公會全國聯合會孫茂峰理事長 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.09.12 ➤ 訪談地點：中華民國中醫師公會全國聯合會 ➤ 參與人員：孫茂峰理事長、曹平霞主持人、陳芄諭專案助理
<p style="text-align: center;">保健旅遊</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣適合發展何種具有特色或是潛力的銀髮旅遊計畫？行程特色？您對發展銀髮族醫療旅遊、中醫養生旅遊、長宿旅遊、醫美旅遊之看法？ 2. 就您所認為，為配合上述特色銀髮醫療觀光旅遊計畫，政府應給予相關業者何種協助？ 3. 請就我國拓展銀髮醫療觀光旅遊市場發展議題上，在現行法規、政府政策及創新營運等產業經濟提升構面所面臨的問題與困難，提供政策及產業發展改善之建言。 4. 請就如何吸引更多銀髮消費者或觀光客等提升市場需求構面，提供政策及產業發展改善之建言。 5. 就您觀察，台灣飯店、人力資源發展、各項配套措施是否到位？例如，針對銀髮市場，醫護或其他服務人員之培訓及職能要求為何？ 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 亞太旅遊醫學會謝瀛華理事長 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.10.25 ➤ 訪談地點：萬芳醫院家醫科 ➤ 參與人員：謝瀛華理事長、翁志遠助理教授、高慈蕙講師、陳芄諭專案助理

1. 請問貴公司對於老人居家照顧產業化的看法如何？如：老人居家照顧為何需要由民間企業來作？商機多大？會不會有「看得見，吃不到」的問題？如何克服？
2. 請問貴公司相關服務商品的收益性如何？那些項目收益較佳？那些項目是國人居家服務中最需要的？
3. 請問貴公司相關服務商品的需求及市場規模推估是如何？
4. 目前居家照顧服務產業的從業人員，如：服務人力、照服專員等，是否可能以專長而非學歷為標準，從銀髮族當中尋找，以活化銀髮族的人力資源？
5. 推動居家照顧產業化過程中，所遭遇到的困難及法規限制有那些？
6. 政府在推動居家照顧產業化的過程中，所應扮演的角色為何？
7. 以中化居家照顧的角度而言，居家照顧服務由公司提供與由NPO提供，兩者間的差異何在？兩者間是否存在競合關係？
8. 目前居家照顧服務產業，是否有可能擴展其經營模式，進一步與其他相關銀髮產業結合？其可能的形式為何？
9. 面對嬰兒潮這一世代的銀髮族，居家照顧所提供他們的服務，與過往對銀髮族的服務有什麼不同？或說，對於嬰兒潮世代的銀髮族，對於居家照顧的期待為何？
10. 中化居家照顧引進美國 HOME INSTEAD 照顧服務也有一段時日，請問台灣的居家照顧商業模式及相關經驗累積，是否有某些元素能夠反饋回國際上作為我國銀髮產業的典範？並進一步作為台灣銀髮經濟中利基產業？

6. 中化居家照顧張清豪處長
 - 訪談時間：101.09.13
 - 訪談地點：中化生醫科技股份有限公司(中化居家照顧)
 - 參與人員：張清豪處長、曹平霞主持人、劉家勇助理教授

郵輪旅遊	產品設計	<ol style="list-style-type: none"> 1. 貴公司是否有針對銀髮市場進行產品規劃與發展? 發展意願? 最大的考量點? 2. 目前觀光局除了提出「無障礙旅遊」之行程規畫外, 是否有提供貴公司在經營銀髮休閒旅遊更進一步之措施與訊息? 3. 台灣適合發展何種具有地方特色或是潛力的銀髮旅遊計畫? 行程特色? 您對發展銀髮族農村旅遊、保健旅遊、長宿旅遊、郵輪旅遊之看法? 4. 就您所認為, 政府應配合上述特色銀髮休閒旅遊計畫給予旅行業者何種協助? 5. 希望觀光局或相關政府單位在產品設計上能提供之相關政策及產業發展改善方法? 	<ol style="list-style-type: none"> 7. 麗星郵輪盧冠群台灣區總經理 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.09.11 ➤ 訪談地點：雲頂香港有限公司全資附屬公司麗星郵輪台灣區辦公室 ➤ 參與人員：盧冠群總經理、曹平霞主持人、翁志遠助理教授、高慈蕙講師
	營運發展	<ol style="list-style-type: none"> 1. 政府在貴公司營運或是業務發展上協助業者資金取得及稅法優惠或獎勵投資條例的努力? 2. 請就我國拓展銀髮休閒旅遊市場發展議題上, 在現行法規、政府政策及創新營運等產業經濟提升構面所面臨的問題與困難, 提供政策及產業發展改善之建言。 	
	軟硬體配套設施	<ol style="list-style-type: none"> 1. 就公司所觀察, 台灣飯店、人力資源發展、各項配套措施是否到位? 能否提供看法? 導遊人員、領隊人員針對銀髮市場之培訓等職能要求? 2. 請就我國銀髮休閒旅遊發展, 在學校產學合作、職訓局的職業訓練或台灣的證照制度等人力資源供給構面所面臨的問題與困難, 提供政策及產業發展改善之建言。 3. 目前停靠港(母港)包括高雄港以及基隆港, 建議如何打造銀髮商圈配合銀髮商機? 4. 出入關程序如何方便開拓銀髮商機? 	
	行銷宣傳	<ol style="list-style-type: none"> 1. 請就如何吸引更多銀髮消費者或觀光客等提升市場需求構面, 提供政策及產業發展改善之建言 	

高齡友善樂園一日旅遊	產品設計	<ol style="list-style-type: none"> 1. 貴公司是否有針對銀髮市場進行產品規劃與設施建設? 2. 目前觀光局除了提出「無障礙旅遊」之行程規畫外，是否有提供貴公司在經營銀髮休閒市場更進一步之措施與訊息? 3. 台灣適合發展何種具有地方特色或是潛力的銀髮旅遊計畫? 行程特色? 您對發展銀髮族樂園之看法? 4. 就您所認為，政府應配合上述銀髮休閒計畫給予業者何種協助? 5. 希望觀光局或相關政府單位在產品設計上能提供之相關政策及產業發展改善方法? 	<ol style="list-style-type: none"> 8. 劍湖山世界股份有限公司游國謙副董事長 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.10.03 ➤ 訪談地點：宇智顧問股份有限公司 ➤ 參與人員：游國謙副董事長、曹平霞主持人、高慈蕙講師
	營運發展	<ol style="list-style-type: none"> 1. 請教貴公司在拓展銀髮市場所面臨挑戰與困難？ 2. 政府在貴公司營運或是業務發展上協助業者資金取得及稅法優惠或獎勵投資條例的努力? 給予政府之建議? 3. 請就我國拓展銀髮休閒旅遊市場發展議題上，在現行法規、政府政策及創新營運等產業經濟提升構面所面臨的問題與困難，提供政策及產業發展改善之建言。 	<ol style="list-style-type: none"> 9. 遠雄海洋公園股份有限公司吳方榮總經理 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.09.19 ➤ 訪談地點：遠雄海洋公園股份有限公司 ➤ 參與人員：吳方榮總經理、曹平霞主持人、高慈蕙講師
	軟體設施	<ol style="list-style-type: none"> 1. 就公司所觀察，台灣飯店、人力資源發展、各項配套措施是否到位? 能否提供看法? 針對銀髮市場之人力培訓等職能要求? 2. 請就我國銀髮主題樂園發展，在學校產學合作、職訓局的職業訓練或台灣的證照制度等人力資源供給構面所面臨的問題與困難，提供政策及產業發展改善之建言。 	
	行銷宣傳	<ol style="list-style-type: none"> 1. 請將如何吸引更多銀髮消費者或觀光客等提升市場需求構面，提供政策及產業發展改善之建言。 	

<p style="text-align: center;">高齡休閒教育</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 高齡教育的本質？（例如：職業 vs.非職業取向；福利 vs.商品） 2. 高齡教育是否具有休閒養生功能？ 3. 高齡教育的需求與市場之推估？ 4. 高齡教育產業化的正當性與發展前景？ 5. 高齡教育的師資來源？（是否可能以專長而非學歷為標準，而從銀髮族當中尋找師資以活化銀髮族人力資源？） 6. 推動高齡教育過程中所遭遇到的困難與法規限制？ 7. 政府於推動高齡教育過程中所應扮演的角色？ 8. 不同高齡教育單位與方案(例如:「樂齡學習資源中心」、「社區關懷據點」、「松齡大學」、「社區大學」、「樂齡學堂」、「樂齡大學」等)之間的競合關係？ 9. 高齡教育與文創產業或各式休閒養生產業有無合作發展的機會?其可能的形式為何? 10. 面對嬰兒潮「金領銀髮族」,高齡教育能為他們提供些什麼?又能夠從他們身上得到些什麼? 	<ol style="list-style-type: none"> 10. 輔仁大學樂齡學堂計畫 主持人駱菲莉副教授 11. 三重社區大學主任 張琦鳳主任 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.09.7 ➤ 訪談地點：天主教輔仁大學 ➤ 參與人員：駱菲莉副教授、張琦鳳主任、曹平霞主持人、翁志遠助理教授、劉家勇助理教授、高慈蕙講師、陳芄諭專案助理
<p style="text-align: center;">銀髮族實務接觸經驗與觀察</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 弘道老人福利基金會已舉辦了許多與銀髮族相關的活動，對於銀髮族活動發展成為產業，是否具有利基和機會，請您就您的觀察，給予建議？ 2. 如何發展銀髮族產業？ 3. 多年服務銀髮族的心得與觀察？ 	<ol style="list-style-type: none"> 12. 弘道老人福利基金會 林依瑩執行長 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 訪談時間：101.10.02 ➤ 訪談地點：台北小巨蛋體育場地下一樓會議室 ➤ 參與人員：林依瑩執行長、曹平霞主持人、陳芄諭專案助理

第二次專家座談會專家訪談摘要

喬山健康科技 羅崑泉董事長

- 銀髮族市場是趨勢，但仍不是最大市場。
- 銀髮族的健身器材，「危險性」是問題；且每位銀髮族的需求不同，個人化的器材設計相對很重要。
- 銀髮族健身器材的市場太小，且需客製化為目前推動銀髮族運動市場所需面臨的最大挑戰與困難。
- 根據銀髮族市場的特性（需客製化及市場較小），較推薦由中小型企業發展。
- 銀髮族從事相關健身運動時，最好有專門的運動指導員從旁協助。

順天本草 羅文兮副總

- 就我們業者從市場的角度觀察，保健養生和年齡是有關連性的。尤其是在已開發國家中，人口老化的問題通常較為嚴重，所得、年齡、生活水準等因素都和保健養生的需求有關係。在生活無虞的狀況下，銀髮族會追求活得好，也因此帶動保健食品的商機。
- 以順天本草為例，我們的消費族群還是以 45 歲以上的民眾最為大宗，年齡與選購我們產品的狀況成正比。順天本草針對銀髮族的主力產品包括：強調骨關節、心血管、呼吸道、保肝、壯陽的產品。
- 景氣的好壞也會影響保健食品市場的發展。因為大家先能吃得飽，才會追求吃得好。經濟下滑的影響，可能導致兩極化的趨勢，M 型化中下層的民眾較不願意出手購買保健食品，而 M 型化頂端的族群，包括經濟狀況良好的陸客、台灣金字塔頂端階層的民眾，對於保健食品則可能願意花費高昂的預算。
- 在保健食品的產品中，中西醫的取向也有所差異。西醫追求非常精準、單方的效果，例如銀杏、大蒜等，也都只做單方的萃取。而東方中醫主要是複方協同的效果，比較不會只強調單一某項功能。
- 順天本草目前還是以內銷為主，佔總銷量的約 80%；國外的銷量則約佔 20%，其中，海外市場也還是主打華人地區為主的市場。
- 台灣中草藥保健食品，最大的困擾是各國的法規，因為各國對於中草藥的法規都不一樣。
- 中草藥為原料的產品，事實上以「藥品」佔有最大的市場。在國內，台灣就有將近 200 億的市場；但對業者來說，中草藥品的產值卻不夠大，因為健保制度，即使業者的成本上漲，但根據健保規定卻無法隨著成本調漲費用。而保健食品屬於預防性醫療的產品，民眾要養生，就需自費負擔。
- 與台灣鄰近的日、韓兩國，主要以日本較能影響台灣保健食品的發展趨勢和方向，根據我們的觀察，日本近來經濟狀況下滑，連帶造成日本的保健食品

市場也相當低迷；至於韓國則是傾全國的力量，主打高麗參，而其實他們的原料來源，恐怕也還是中國。

- 台灣的天然資源，並未能種植多種不同的中草藥植物。順天堂的產品原料，90%還是來自大陸，台灣主要是加工為主。
- 根據我們的觀察，台灣保健食品的市場仍然有些混亂，法規不夠嚴謹，恐怕造成劣幣驅逐良幣的狀況，我們不希望因為少數不肖業者鑽漏洞的行為，導致消費者對於中草藥保健食品的信心受到影響，希望政府可以多輔導業者，或者可以協助優良廠商做行銷、做品牌。

衛生署中醫藥委員會 黃林煌主任委員

- 目前美國有兩個認證組織，還有加州自身的認證制度。若談到台灣中醫相關人員與國外的接軌問題，目前我國的中醫師語言是很大的問題，我國的醫術好但語言需加強。
- 美國不承認台灣的執照，但承認台灣的學分，中醫在美國應該可以接軌輸出，創造一個新的商業模式。
- 目前，我國已將傳統整復、傳統調理、推拿等等歸為衛生署管理。主要分類方法為以下三種：執照- license（取得執照，始得從業。例如，醫師、牙醫師）、認證- certification（證明您在這個工作很優秀。其他人即使沒拿到認證，也可以從事相關活動。）、註冊- registration。
- 我國從事民俗調理傳統整復的人，可從事包括腳底按摩、身體按摩、刮痧等，大約有 10 萬人。
- 希望將傳統整復推拿 Taiwanese massage 推廣到國外，強調力道較強，依照筋絡在肌肉上按摩，成為 Taiwanese Accupressure。推動我國按摩在國際上的知名度，與觀光局合作推廣台灣旅遊，和其他產業結合才可以擴大規模，而非於醫療方面。
- 未來規劃這些傳統整復推拿民俗調理師要通過認證考試，包括實作、筆試，通過考試後兩年內還要繼續教育，並更新他們拿到的證照。
- 治療和養生應分開來談，台灣的中醫在世界上是最好的。在台灣一個中醫師的養成是最紮實的，應將他發揚極致。另傳統醫學需要注入新的元素，醫學是跟著生命在改變的，不應該死抓著傳統醫學。
- 我國講求的是實證醫學，我國中醫有健保，規定只能給付科學中藥。我們繳的保費相對少，這就是限制，但中醫在健保裡已做得很好了。
- 我們希望中醫保健養生能商業化，例如舉辦兩天一夜的研習營，收費參加，教導大家如何保健養生。要發展成商業化須有配套措施，若民間先做好相關經營準備，再來要求政府會容易許多，否則政府會很難執行。
- 我國中醫產業化的優勢在於台灣有多元文化（荷西日中國等等），思想很早西化，且教育普及。我國需要新的商業模型來刺激經濟，中醫保健商業化需有

配套措施以利推銷到國外。

- 我國中醫師開業的條件是需取得中醫師執照，民國 103 年後，除考取執照，還須到不同的醫院診所修習 1800 小時，才允許自行開業。
- 目前只有中醫師執照，中醫師希望有輔助人員，但醫療行為只有醫事人員才可從事。

中華民國中醫師公會全國聯合會 孫茂峰理事長

- 台灣的醫療及產業應分開處理，醫療應採取較為嚴謹的處理方式，而產業發展不希望有過多的法規牽制，產業發展應是多樣化的多元發展，在國際上才有更多空間可以發揮。
- 我國中醫的優勢在於中醫師的養成制度及醫療規範相當完善，相較於過往的師徒制度，現在的正規醫學是強調有制度、有計畫、有目的的培訓方式。在我國只有頂端的學生才能進入中醫體系就讀，目前中國醫藥大學和長庚醫藥大學有中醫醫學系；而慈濟和義守大學近來也在推動學士後醫學系。而在國外，中醫師則是屬於技職體系的培養。
- 若從產業面切入，我國的醫療技術相當好。惟目前的醫療產業並未追上醫療技術。我們的醫療進步相當快速，醫療產業尚未有相對的發揮。
- 我國中醫有相當大的條件推向國際。我國和世界各地的傳統醫學都有所交流，政府單位應加強協助。例如，協助舉辦、推動大型國際研討會，宣揚我國中醫的優勢。
- 目前全世界只有我國將中醫納入全民健保。美國、韓國也都想要參考我國做法。
- 我國目前只有中醫師執照。沒有針灸師、推拿師的執照。目前自稱針灸師、推拿師的人，一是自稱、二是拿國外證照的。沒有拿我國證照的話，不可在台執業。以一個醫師的角度來說，這樣的規定是好的；但是若要發展產業，則可能造成障礙。
- 若要推行使其從業人員合法的法律需要立法，但相當耗時，需等立法委員們形成共識才可行；若遇改選，則全部都要重頭來過。
- 中醫產業要推動。應該有另一群人來做，例如傳統整復師，結合 TCM 裡面的非侵入性的部分。在受管理的情況下，使其成為醫療產業的主流。
- 中醫產業化鎖定的是亞健康族及重視養生的族群。
- ECFA 是把醫療排除在外的，我國的醫學已經擠破頭，若開放國際醫療人才來台會供大於需。
- 醫療和產業要分開來看，證照也要拆開來看。國外的傳統整復師、針灸師、推拿師這些人可以通過考照來台灣，擴充醫療產業。現在欠缺這種制度和人才。但是他們不可以進入醫療體系。
- 屬於疾病的部分，用健保、給醫生處理。屬於養生保健，就交給針灸師之類

的處理，自費處理。

- 政府應該幫忙民間推動傳統整復師認證制度。至於傳統整復認證系統的主管機關則有許多不同意見。
- 長庚是第一個成立 TCM Department 的學校和醫院。1994 年成立。分為許多不同的科別，針灸科、婦科等等。後來，希望在廈門開一間 medical center。甚至到各個國家去設立推廣我國中醫。
- 我國的傳統醫學是優勢，我們應將相關人才外推輸出，否則國內的中醫師都在搶健保，中醫的機會應該在國際市場而不該在健保給付。

亞太旅遊醫學會 謝瀛華醫師

- 醫療觀光主要著重方向觀光 70%，醫療佔 30%，因此需要先從觀光的角度來看。
- 醫療觀光需要異業結合與整合，至少可跨十個行業，例如，觀光休閒、SPA 業者，還有保險業者等等，帶動龐大的商機。
- 需要由政府帶領，引進國際資源、人才，甚至建議開放投資，引進國外資金。這牽涉到低稅問題、土地的問題，需要政府政策的配合。
- 服務快、品質好，是歐美人士來亞洲就醫的優勢原因。許多鄰近的亞洲國家也都致力發展觀光醫療；其中，泰國的簽證制度最值得參考；新加坡則是做得第二好的，觀光醫療在新加坡的 GDP 佔 1%。
- 我國的健保制度旨在於照顧台灣民眾。除此之外，醫療觀光則可以發展成產業，而不影響到國內民眾的權益。若能成功發展醫療觀光，也可以保持我國在醫療技術產業的優勢。
- 企業不應該只將醫療產業視為是社會福利，醫療界也需要企業家加持。目前針對醫療產業的企業整合度仍有改善空間。
- 透過政府釋放利多、法規鬆綁及法規制度上的配合，加上企業家的支持，並建立起民眾的共識（醫療觀光不會排擠國內灣人民的就醫權利），則我國醫療觀光產業相信是前景可期的。

中化居家照護 張清豪處長

- 中化在十年前即有居家照顧的構想，直到六年前成立調查小組到美國、日本參訪，日本針對老人產業已有許多民間企業參與，有多種模式，包括食衣住行育樂。
- 與美國合作的機構有共同的核心價值：信賴，唯有去建立品牌的信任度後，才能進入到這個市場。
- 中化的服務，和其他 NPO 組織，分別鎖定不同的客群。NPO 主要針對中、重度失能者或者是中低收入戶；中化則是採取使用者付費的原則經營，提供

居家照顧的服務；重度或完全臥床的病人，中化則會提供其他資源，讓家屬作詢問。

- 促進老人健康的老化，透過短時數的照護服務，來預防老人家平常生活的困難點。
- 長輩在退休後失去生活重心，透過陪伴者設計的活動與互動慢慢導引出以前的生活樂趣
- 希望推行老老照顧的模式，此概念有鼓勵的作用，能有互動有話題。
- active aging 到 productive aging 的概念，需要被重視，這中間有許多機會和可能性。
- 目前客戶群為生病、輕度、中度失能族群，牽扯到醫療行為是不接受的，中化定位為非醫療性自費居家照護，提供具有預防性效果的服務。
- 政府應該輔助老人 day care，提供老人白天活動休閒育樂場所。

麗星郵輪 盧冠群總經理

- 台灣現在有基隆港和高雄港有郵輪停靠，以基隆港為主。在國外銀髮族是郵輪產業的主要客層；在台灣郵輪是新產業，正在發展中，因此銀髮族比例低於歐美。
- 從去年開始戰後嬰兒潮開始出現，市場會做行銷宣傳，針對銀髮族三代同堂或是根據節日推出活動促銷。
- 郵輪產業是有季節性的，4、5、6月多為公司旅遊，7、8月是暑假親子旅遊，9、10月因為有重陽節，會為銀髮族客人推出活動，例如老歌或是滿百成行，兩人加起來超過一百歲給特別禮遇等等。
- 目前 50 歲以上的客人自己來的比例偏低，大多是和家人同行，郵輪十分適合全家大大小小一起旅遊。
- 台灣目前的行程多為短期行程；歐洲郵輪產業發達，多為長期行程。在亞洲，郵輪產業還不夠發達，亞洲市場的發展空間還很大。
- 郵輪受歡迎的原因有船本身就是一個景點，不同於飛機只是交通工具，就算去同個地方，不同的船有不同的設備，可以玩出不同的味道與體驗。
- 中南部的觀念較保守，會針對他們設計不同的節目表演。
- 目前國內的碼頭不是無障礙設計，上下船時不方便，這部分待改善。
- 我國郵輪產業仍在初期發展階段，需擴大客源。因此，簽證要開放，目前最大的客源是陸客，陸客只有單次簽證，到台灣後無法再上船，希望能鬆綁或修改法規改成二次簽證。(註：現已針對來台搭郵輪旅客核發二次簽證。)
- 郵輪一定要包含賭場，以協助公司獲利。解決簽證問題可吸引國際性的旅客，帶動周邊旅遊服務業發展。
- 目前我國開設賭場最好的地點是台中，台中的氣候佳又有空港、海港、高速公路及廣大的腹地，未來朝向與休閒娛樂產業結合，開國際性的度假村。

- 若要在船上工作需要海員証，但目前能持有海員証的人只有少數相關人員，許多餐飲休閒相關科系的人士不能上船，因此公司會送人到菲律賓考取海員証。船上的工作人員有一千多人，高級船員大多為北歐人，旅館部門有菲律賓、越南及大陸的員工，船上也有保安部門保障旅客安全。
- 許多獨特的美景只有在郵輪上看的到，且搭郵輪可減去轉機、轉換飯店和整理行李的時間。

劍湖山遊樂園區 游國謙副董事長

- 劍湖山曾經整合農場、主題樂園、飯店等資源，舉辦銀髮族專案。此專案最後失敗。
- 對於主題樂園來說，最大的競爭對手，主要是遊覽車業者推出的行程，以較為廉價的套裝行程，使得主題樂園的門票在價格上相對不具競爭力。
- 過往，銀髮族的消費，價格考量非常重要，也因此，銀髮族主題樂園的推廣，較不具競爭力；但現今的嬰兒潮，相較於上一代的銀髮族，則是有錢、有閒、愛玩、有體力的一群，也比較願意進行消費。
- 王永慶先生，曾在雲嘉地區，開發一個養生村計畫。在嘉義，結合長庚醫院、故宮博物院南院；在雲林，則找劍湖山合作。卻隨著王永慶先生的過世，而不了了之。
- 銀髮族專案中，銀髮族可切割為健康的銀髮族及不健康的銀髮族，而在健康的銀髮族族群中，又可再分為金領銀髮族，屬於社會金字塔的族群，這群人，喜歡從事海外旅遊，也無法退休。這群銀髮族，退而不休，而其所累積的經驗和知識，也讓社會無法讓他們退休。這類族群，退而不休，消費力也強大，但是消費狀況則主要在海外。
- 我國銀髮族市場建議針對白領階級的專業經理人作為主要消費客群。
- 不健康的銀髮族群，則牽涉到醫療照護為最大考量。
- 若欲推動國外銀髮族來台 Long Stay，語言、社會、醫療等因素，都需要納入考量。
- 日本有一個組織，由銀髮族照顧銀髮族。並且成立一個”金領銀髮族技術顧問公司”，是非營利機構，裡面有智庫、人才庫，讓銀髮族的經驗和技術得以傳承，再度協助社會上產業的發展，善用有成就有經驗的銀髮族回饋社會。
- 建議推出針對以銀髮族為主要客群的貸款服務，使得一些過去的專業經理人銀髮族，在其長達 20 多年的退休生活，可以再創業。
- 銀髮族社會，是契機，而非危機。
- 建議銀髮族至養生村養老，減輕兒女的負擔，也提供銀髮族最為適合的居住環境。
- 銀髮族樂園，其實很適合銀髮族來消費；在樂園裡，提供銀髮族住宿與遊樂設施，銀髮族可以盡情的、開心的遊樂，且也提供銀髮族更多與年輕族群的

交流和氛圍刺激。

遠雄海洋公園 吳方榮總經理

- 建議政府重新規劃主題樂園娛樂稅，以降低業者經營成本，協助業者有餘裕進行銀髮無障礙設施、活動與景點的擴建。
- 欲開發銀髮市場，有許多的細節必須注意，例如，迪士尼樂園相當重視無障礙設施，他們的園內公車，除了低底盤方便輪椅族之外，他們貼心的將排氣管改良至車頂排氣，避免輪椅族，小孩子等直接吸入汽車廢氣。
- 目前主題樂園經營面臨的困境在於銀髮旅遊市場很大一塊是由遊覽車業者所掌握，而遊覽車業者採用低價甚至是免費方式招攬銀髮族，帶他門去玩，但基本上，由於來海洋樂園一趟必須花費至少半天以上，對遊覽車業者來說，由於擠壓到其他行程，甚至是其他消費，因此對他們而言，並不划算
- 個人認為，銀髮族除了娛樂之外，最重要的就是還要有學習的意義，例如海洋公園的方向就很恰當，海洋公園內有海洋生物館，提供豐富的海洋知識，較為靜態的，但又有一些互動設施，很適合銀髮族群前來進行。

輔仁大學樂齡學堂計畫主持人 駱菲莉副教授

- 剛開始學員的年紀限制是 60 歲以上，現在慢慢放寬。
- 剛開始開辦的時候所有經費由計劃補助，為免費課程，非常熱門。
- 教育部當時在推動計畫時，可能也考量台灣大學數目太多，在少子化的衝擊下，學生的來源成為困境，所以也希望大學能轉型，讓學生來源不只是高中畢業的學生，也可包括高齡銀髮族進入學校就讀。而學校的師資、設備等豐富資源也可以提供中高年齡層的民眾使用。
- 教育部應該也有注意到 baby boomer 這一代的教育程度是愈來愈高的，所以在課程方面他們也一直在推行轉變，逐漸讓銀髮族進到學校，跟一般的大學生一起上課。
- 輔大具有老人學學程。主要是希望推廣所謂的健康老化、積極老化、活躍老化這樣的理想。我們也嘗試讓銀髮族跟大學生一起上課，例如兒童家庭學系講到家庭關係、家人關係的課程，就讓樂齡學習中心的高齡學員實際和大學生們互動，透過臨場經驗和體驗式的學習，讓參與學員們都印象深刻。最終目的是希望樂齡學員不但可以成為青年學子的典範，更能回到社區，成為健康老化、積極老化、活躍老化理想的傳播者。
- 根據實際的辦學經驗，銀髮族群對於生命宗教的靈性教育，需求很高。這是每個生命過程一定會碰到的問題。所以我們有著重在靈性教育，也找老師講生死學，發現長輩對於這類課程的需求其實很大。
- 學校其實是沒有多餘的人力協助舉辦樂齡學習中心的相關課程和活動，包括

- 老師的聘任、招生的行政工作等。在人力不足的情況下也鼓勵學生擔任志工。
- 關於經費的補助，從一開始的全額補助，到現在自籌款項的比例佔得越來越多，這其中牽涉到長輩願意花多少的錢來上課。
 - 各個不同學校的樂齡教育的特色該如何展現，值得思考。

三重社區大學主任 張琦鳳主任

- 社區大學在台灣的發展，自 1998 起陸續成立。由於社區大學成立的過程為由下而上(民間發起)、多為各地各自發起的業務，使得相關法規相對較不完整，後來由中央統籌、認可，成為教育部社教司的一項業務，但在國家發展當中的定位仍然不夠明朗。實際執行狀況，教育部社教司為主管機關，主辦則為地方政府，恐導致各地方政府政策不一的情形。
- 社區大學所能帶動的民眾能量其實相當龐大，甚至能夠協助地方政府解決公務議題的對話。
- 各地社區大學發展的狀況差異很大。公民團體較強的地方，多由地方政府委外交由公民團體經營，辦理社區大學的情況較蓬勃，跟地方民眾結合、地方議題深化都較緊密。
- 社區大學補助預算不足，且制度也有改善空間。全國社區大學數量約有 100 所(含地方型及特殊對象)，政府部門補助的總預算卻只有 2、3 億，評鑑方式甚至較一般大學更為嚴格。
- 目前，評鑑結果較佳的大學，可獲得較多的補助；而績效較差的單位，則獲得較少的補助。然而，每個地方政府社區大學業務發展不盡相同，有的地方本身無法委外給公民團體只好自辦，績效當然較差，補助又給得少導致惡性循環。
- 以三重社區大學為例，須承擔的自籌款比例近八成，加上沒有明確政策支持，營運上更困難。連校區都時常搬遷，由承辦單位自行找場地、租借教室，支出增加、人員異動流失等問題。
- 台北市的作法相對較佳，每一個行政區指定一所學校做為社區大學指定學校，固定撥經費給該校做為場地費用。地方政府直接承擔辦學，再請承辦社區大學的單位進駐，相較之下辦學效率高、相對穩定。
- 高齡教育不應僅停留在社會福利的角度思考。
- 社區大學的教育相當積極、並且可與地方結合，在地銀髮族知道可以透過社大對地區做出貢獻，同時也吸引學員回到社大繼續進修。
- 由於社大教育較為積極，學員的學習也相當紮實，會有自我實現的成就感。心理上的成長也是關鍵。
- 社大學生的年齡範圍較廣，提供跨世代交流的機會。銀髮族可以在這裡跟年輕人做出很好的交流互動，碰撞出新的火花。

弘道老人福利基金會 林依瑩執行長

- 銀髮族產業，還是需要回歸長輩的需求，對長輩的尊重。什麼樣的服務能夠滿足長輩的需求；什麼樣的方式，最能夠讓長輩有所發揮。例如，不老騎士，現在就上映、也出書，就是協助長輩滿足他們的夢想。
- 弘道老人福利基金會，屬於社福團體，都不是以經濟考量或者是獲利性為出發，但是，當我們做到一定規模、品質，產業自然也會自動靠攏。
- 真正要成為產業，產品或者服務必須要達到一定的品質、專業水準才行。
- 目前弘道正在思考的是，如何服務廣大的銀髮族群，而不僅是針對特定的一群老人。因此，弘道也推出健康促進比賽等等許多活動，期望廣大的銀髮族群都可以多多運動。這樣的活動，也受到政府的重視，成為政策之一。
- 許多欲投入銀髮族產業的業者，常常侷限於自身專業，而忽略了銀髮族群的習慣和需求。
- 弘道服務超過 4000 位的長輩，需要非常多的資源，資金、募款也還是問題。
- 建議推動「活躍老化保險」；不同於針對插管、住院等等的長期照護保險；照顧跟兼顧，不僅僅是針對插管、住院等長照醫療提供保險，也需針對社會參與提供保險，要求照護者，帶領銀髮族多多參與活動。
- 若要實際推動活躍老化，需政府的協助，也需要更多民間力量做一定的研究。

附件二 焦點群體訪談發言摘要

第一次焦點群體訪談

- 時間：2012年8月9日（星期四）10:00~12:00
 - 地點：退伍軍人協會
 - 參與者：鄭美津（73歲）、高仲源（78歲）、余佩珊（73歲）、曹平松（69歲）、陳木興（82歲）、陳楊碧珠（80歲），平均約76歲
- 銀髮族退休後，可分配時間增多，喜好從事各種不同的休閒活動；此外，考量每人身體狀況不同，有人畫畫、有人做手工藝品、有人是跳排舞。
 - 朋友的力量和陪伴很重要。現今社會，並沒有辦法常常和孫子、家人相處，但是自身閒暇的時間又增多，因此，朋友的陪伴變得相當重要。例如，參加扶輪社、婦女會、退伍軍人協會等等，都是不錯的選擇。
 - 許多銀髮族現在的活動重心就是志工、聯誼會、聚會等等社交社群，從事休閒養生活動時，常常也是和社交聯誼會的朋友同遊。同時，舉辦各式各樣的活動時，也是要花費不少精力和時間的，以婦女會為例，為舉辦一場活動，可能每一個禮拜要開2~3次會議討論。
 - 若以婦女會為例，會員每人每年繳交會費500元，婦女會所舉辦的許多活動，會員大多數都可以免費參加；惟事實上，許多活動其實是透過其他補助才能圓滿達成的。
 - 銀髮族雖退，但對於社會議題或者台灣的發展，仍然相當關注，透過看報紙、新聞等等的方式關心台灣。
 - 銀髮族很需要別人的聆聽和關注。銀髮族過往累積了許多經驗和功績，很樂意也很想要與大家分享。透過分享，銀髮族可以獲得一個舞台，而晚輩們也可以從中汲取經驗，並拓廣眼界。
 - 銀髮族其實很大一部分仍然心繫子女，也很喜歡和他人分享子女的成就和狀況，因為，這也算是銀髮族群這一輩子很重要的經驗和驕傲之一。
 - 喜好從事國內外旅遊。但從事旅遊活動時，身體生理上的考量變得非常重要，有時因為身體的不適，例如骨質疏鬆或腳痛、腰痛等，會造成卻步的主因。
 - 每個月都會從事國內旅遊活動（大多是參加婦女會的活動）；至於國外旅遊則因人而異。



第一次焦點群體訪談活動剪影

第二次焦點群體訪談

- 時間：2012 年 11 月 14 日（星期三）14:00~16:00
 - 地點：怡客咖啡松山店
 - 參與者：陳清文（59 歲）、高為邦（73 歲）、許川海（71 歲）、林興茂（65 歲）、劉定泮（65 歲）、劉匡華（62 歲）、曹平霞（59 歲），平均年紀- 65 歲
- 經濟衰退，銀髮族退休後不再有收入，考量未來醫藥費、生活費以及現代人壽命延長，導致財務狀況出現問題，購買慾降低。
 - 銀髮族群退休後的生活，自我可分配的時間增多；因此，社交聯誼在生活中所佔的部分，成為重要消磨時間的方式；例如，舉辦同學會、5070 等。
 - 休閒養生活動，習慣是很重要的。是否需要花錢倒是其次。
 - 生活費，退休後的銀髮族，生活費是很大的考量。退休後，錢若不夠用，壓力相對很大。
 - 休閒活動，主要是看習慣，有人是走路，有人是打高爾夫球，有人是打羽毛球等等。其實有許多資源可以利用，例如：社會大學的課程、運動中心等等。
 - 隨著年紀的增長，健保醫療平均一年大概使用 10 次以上。銀髮族家庭醫生制。
 - 和小孩同注意願，採分期付款，請小孩一起分擔，之後把房子給小孩。
 - 旅遊上的花費，因為不同的收入等等，每人消費能力不同。有人願意花費 15 萬元/年至國內外旅遊；有人約花 6 萬/年從事國內外旅遊。
 - 蒐藏品也是銀髮族所喜好從事的活動之一，但蒐藏品因人而異。
 - 當天團隊訪查，7 位受訪者，有 2 位沒有去過屏東海生館；只有一位去過劍湖山；只有一位沒去過遠雄海洋公園。
 - 銀髮族心繫小孩，年輕人的就業問題、薪資問題等等都會影響銀髮族的心情，因此，台灣的整體經濟環境還是最根本的問題。
 - 台灣其實已有許多資源可以使用。例如，社區大學；同學一起使用國小場地請老師上課，使用學校場地學畫國畫或社區場地學插花。
 - 上一門課或從事一項活動，可能花費約 2000~3000/一個月。



第二次焦點群體訪談活動剪影

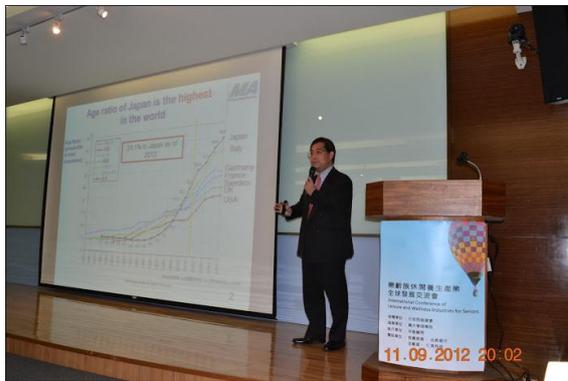
附件三 樂齡族休閒養生產業國際研討會 大會剪影



輔仁大學江漢聲校長到場致詞



輔仁大學商學院副院長到場致詞



日籍講者 Hiroyuki MURATA 發表演講



弘道老人福利基金會林依瑩執行長演講



美籍講者 Phyllis Kung 發表演講



來賓踴躍參與並認真聽講



座談會四位講者分別發表意見、彼此交流



宇智顧問徐小波董事長與在場來賓交流

附件四 日本巢鴨商店街區

日本巢鴨地區保持著昭和時代的風貌，由於有一座土地公廟位於此商店街，所以經常有許多長者來拜拜，而當地店家為了吸引銀髮消費者購買，逐漸發展為販售日本銀髮族喜愛商品的商店，最後形成了獨特的銀髮商圈。根據自由時報記者曹姮 2009 年“〈全球觀測站〉銀色產業 體貼銀髮族”一文報導，巢鴨商店街區的特色包括以下幾點：

- (1). 商店街隨處可見長椅，不論是賣甜品或是衣服的店門口，都可看到椅子。店內的也會在角落放一兩張椅子讓顧客累了可以坐下休息，櫃台前還有小台子讓銀髮族方便放置東西。
- (2). 為了行動不便的年長者，每家店的陳列架都比一般店來的低，而且為了配合銀髮族客人，服務員年齡層普遍偏高，據說是比較能讓銀髮族安心。
- (3). 標價、廣告的字都很大很醒目，而且盡量不用英文字母和外來語，每家店都統一用漢字，讓銀髮族易懂好記，一看就能理解。
- (4). 巢鴨地藏商店街的藥妝店不像其他分店，走道上都擺滿了商品，而是空出很大的空間方便使用拐杖和輪椅的銀髮族進出，商家陳設台也做得比一般店來的低。
- (5). 附近的麥當勞都有些貼心的小服務，如準備放大鏡、在櫃檯附近貼比較大的圖示。
- (6). 而為了配合銀髮商圈之發展，巢鴨地鐵站的電扶梯，運轉速度同時放慢，讓行動不便的人安心行走，電扶梯旁邊還貼了「電梯低速運轉，趕時間請走樓梯」的標示，在這個銀髮族為主的地區，講求速度的年輕人只有選擇爬樓梯。而地鐵站內外的地圖也特別用大字顯示，讓視力不佳的人看得清楚。

附件五 問卷題本與分析結果

一、問卷調查結果與分析

針對 249 份有效的回收問卷，進行整體性的統計分析描述，包括人口背景變項分析、休閒養生活動參與可能性進行資料分析。

(一)、 樣本背景資料描述

1. 人口背景變項分析

- (1). 性別。在樣本的性別分布情形中，以「女性」者為最多，佔全體樣本的 65.9%；而「男性」者則佔全體樣本的 34.1%。
- (2). 年齡。樣本的年齡多為「56-65歲」，佔 55.0%；其次為「66-75歲」，佔整體受訪者 24.5%；其他依序為「76歲以上」，佔 12.0%；「50-55歲」，佔 8.4%。
- (3). 地理區域。在樣本的地理區域分布情形中，以「台北」為最多，佔 52.6%；其次為「台中」，有 34.1%；「高雄」者比例為最低，佔樣本 13.3%。
- (4). 教育程度。在樣本的教育程度分布情形中，以學歷為「大學專科」者佔多數，分別為 34.9%，其次為「高中職」者，佔 26.1%，「小學」者佔 18.5%，「國中/初中」者佔 8.8%，「研究所以上」為 6.8%，識字者但無學歷者佔 1.6%，「不識字」者佔 1.2%。
- (5). 婚姻狀況。在樣本的婚姻狀況分布情形中，以「已婚」者佔多數，分別為 75.9%，「喪偶」者居次，佔 12.0%，「離婚分居」者佔 6.0%，「未婚者」最少，佔 4.0%。
- (6). 居住型態。在樣本的居住型態分布情形中，多數受訪者為「與子女同住」，佔 51.8%，「僅與配偶（同居人）同住」居次佔 23.7%，「祖孫二代同住」佔 12.4%，「自己獨居」佔 6.8%，住「安養機構者」較少，佔 2.8%
- (7). 子女平均數目。在樣本的子女數目分布情形中，以生育 2 人的情況最為普遍，佔樣本 39.8%，3 個子女者居次，佔 20.9%，1 個與 4 個則分佔樣本數 10% 與 9.6%，無子女者佔 3.6%，生育 5 個孩子者佔 3.2%，6 與 7 個孩子則分別佔 1.2%，生育 8 個孩子以上共有 4 人，佔樣本總數的 1.6%。
- (8). 經濟來源。在樣本的經濟來源情形中，自己有收入/儲蓄/退休金者為主要經濟來源者佔多數，共計 169 人次，佔樣本 67.9%；其次為子女供養，佔 63 人次，佔樣本 25.3%；配偶或同居人提供為 33 人次，佔樣本 13.3%；仰賴政府救助或津貼為 9 人次，佔樣本 3.6%；並無人仰賴社會或親友救助。說明如下圖所示。

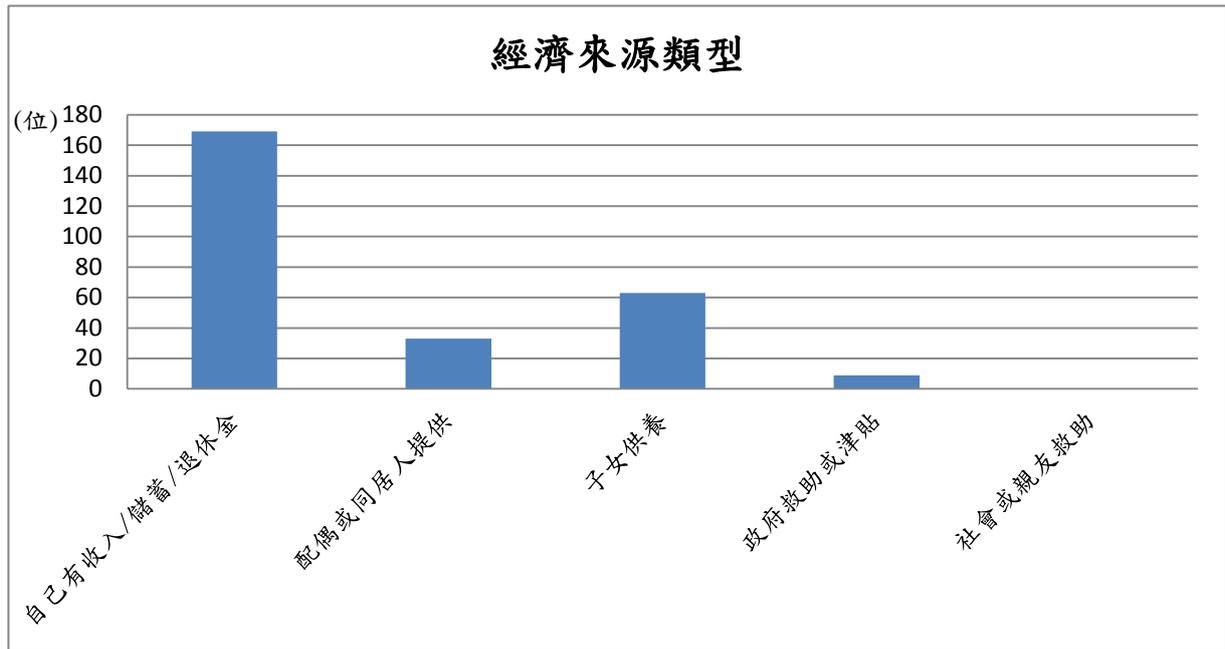


圖 13 本研究問卷調查樣本經濟來源

資料來源：宇智顧問團隊整理

- (9). 職業。樣本中目前有工作者人數為38人，佔樣本總數15.3%，拒答者佔1.6%，目前無工作者佔81.1%。而在工作者中，兼職性質者佔39.4%。
- (10). 個人平均每月可使用的生活費用。樣本的個人平均每月可使用的生活費用中，以6001-12000元居多，佔樣本數26.9%；12,001~18,000以及18,001~24,000元居次，均佔樣本數16.1%；小於6000元者佔樣本數14.5%；30,001以上佔樣本數14.1%；24,001~30,000佔樣本數9.6%；不願意回答者佔2.4%。
- (11). 是否有參與社會團體或擔任志工。在受訪者中，平日有參與社會團體或擔任志工者佔38.6%；沒有從事者佔61.0%。受訪者參與之社團活動包括：5070社團、大專院校（含老人大學、社區大學）、生物能醫學氣功、YWCA、中國氣功、合唱團、土風舞、大同國小交通導護、老人協會、台中縣大里生活美學協會、大都會排舞、台北市立美術館、投資中國受害者協會、老人活動中心、里內和澎湖國小圖書館志工、台北市國稅局、佛光總會志工、扶輪社、廟宇或宮寺、佛光山美術館、念佛團、教會團契、社區衛生所、科博館、財政部關稅總局、社福中心、青少年群園基金會、台中市慈心慈善會、健康快樂高爾球隊、華山基金會、宗親會、健保局台北學分組、科博館、228紀念館、祥和志工隊、獅子會、慈濟功德會、衛生所志工或環保志工、鳳凰谷鳥園、農會家政班、關懷單親家庭協會、曉明長青大學志工、圖書館、基督教、婦女會、樂齡學習中心、排舞、醫院、鄰長、雲林監獄或派出所、巡守志工、學會等等。
- (12). 健康狀況。在本研究中，受訪者自評之健康狀況多為普通，佔樣本數49.4%；中上者佔23.7%；健康狀況良好者佔19.7%；不佳者佔4%，拒絕回

答者佔3.2 %。進一步分析受訪者自評狀況與是否有慢性疾病之間關聯性，受訪者回答狀況如下表，自評健康狀況普通者中，有慢性疾病者佔22.9%；健康狀況中上者中，有慢性疾病者佔10.0%；健康狀況良好者中，有慢性疾病者佔4.4%。詳細說明如下表。

表 13 本研究問卷調查樣本患有慢性病及健康狀況交叉整理表

是否有慢性疾病 * 健康狀況 交叉表								
			健康狀況					總和
			拒答	不佳	普通	中上	良好	
是否有慢性 性疾病	拒答	個數	0	0	4	0	1	5
		整體的 %	.0%	.0%	1.6%	.0%	.4%	2.0%
	無	個數	5	1	62	34	37	139
		整體的 %	2.0%	.4%	24.9%	13.3%	14.9%	55.8%
	有	個數	3	9	57	25	11	105
		整體的 %	1.2%	3.6%	22.9%	10.0%	4.4%	42.2%
總和		個數	8	10	123	59	49	249
		整體的 %	3.2%	4.0%	49.4%	23.7%	19.7%	100.0%

資料來源：宇智顧問團隊整理

(13).運動習慣。在本研究中，受訪樣本有運動習慣者佔90.8%；無運動習慣者佔8.4%。有運動習慣者中，自評健康狀況普通者佔43.8%；自評健康狀況中上者佔22.5%；自評健康狀況良好者佔18.5%。請參下表。

表 14 本研究問卷調查樣本運動習慣及健康狀況交叉整理表

是否有運動習慣 * 健康狀況 交叉表								
			健康狀況					總和
			拒答	不佳	普通	中上	良好	
是否有 運動習 慣	拒答	個數	0	0	1	0	1	2
		整體的 %	.0%	.0%	.4%	.0%	.4%	.8%
	無	個數	0	3	13	3	2	21
		整體的 %	.0%	1.2%	5.2%	1.2%	.8%	8.4%
	有	個數	8	7	109	56	46	226
		整體的 %	3.2%	2.8%	43.8%	22.5%	18.5%	90.8%
總和		個數	8	10	123	59	49	249
		整體的 %	3.2%	4.0%	49.4%	23.7%	19.7%	100.0%

資料來源：宇智顧問團隊整理

(二)、 休閒養生活動參與的可能性分析

在受訪樣本中，可瞭解銀髮族群平日休閒活動參與可能性最高者乃為參與成人教育，包括長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學等活動 (M=4.93)；其次為參與國內旅行；第三為觀賞劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影等影音表演活動 (M=4.62)；其他依序為參與型健身運動，例如從事高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳等休閒運動 (M=4.59)、參與藝文創作或表演 (M=4.41)、中醫保健(M=4.33)、觀賞文藝展覽 (M=4.31)、參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動(M=4.16)、參與社交聯誼活動 (M=4.01)、觀賞型體育競賽 (M=3.87)、進行抗衰老活動如服用保健食品、從事spa/三溫暖、使用護髮/護膚/護甲以及各式美容化妝用品 (M=3.72)、進行國外旅行活動 (M=3.66)、最後則是選擇醫療美容活動 (2.72)。詳細如下表與下圖說明。

表 15 本研究問卷調查樣本參與各類休閒養生活動可能性分析表

休閒養生活動參與可能性	平均數	標準差
觀賞影音表演 (例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等)？	4.62	4.173
觀賞文藝展覽 (例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等)？	4.31	2.593
參與藝文創作或表演 (例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等)？	4.41	1.716
觀賞型體育競賽 (例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等)？	3.87	1.389
參與型健身運動 (例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等)？	4.59	1.901
國內旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高？	4.73	2.504
國外旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高？	3.66	3.862
成人教育 (例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等)？	4.93	1.245
社交聯誼 (例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼，等等)？	4.01	2.114
中醫保健 (例如：中草補藥、推拿、針灸，等等)？	4.33	1.919
抗衰老 (例如：保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品，等等)？	3.72	2.187
醫療美容 (例如：玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂，等等)？	2.72	2.064
是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動？	4.16	1.742

資料來源：宇智顧問團隊整理

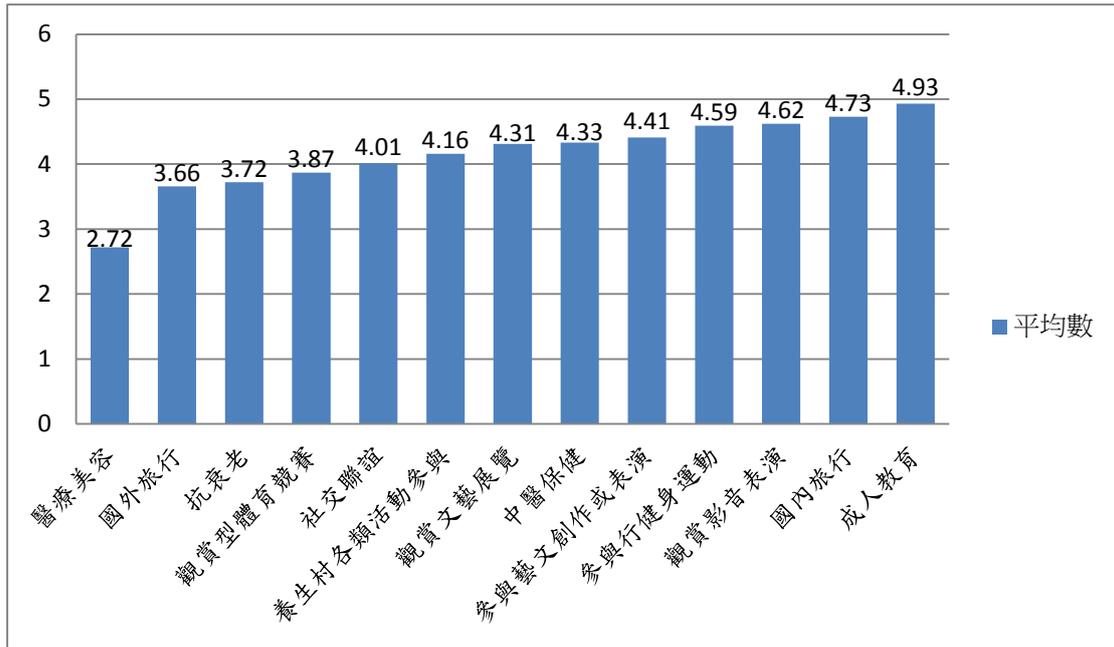


圖 14 本研究問卷調查樣本參與各類休閒養生活動可能性分析圖

資料來源：宇智顧問團隊整理

二、執行細節

(一)、 問卷設計

本研究問卷除了調查銀髮族基本的社會人口特徵之外，主要還針對不同類型的休閒養生活動，包括：藝術創作與欣賞、體育競賽、觀光旅遊、終身學習與社交聯誼、健康養生、居住選擇與促進日常活動便利等六大類，探詢銀髮族在下列四個層面上的態度與想法：a. 參與的可能性；b. 願意花費的預算；c. 政府補貼對於參與意願的影響；d. 大學生志工陪伴對於參與意願的影響。

(二)、 問卷前測

本研究問卷在正式發放之前，得到中華民國退伍軍人協會直屬婦女會與新北市板橋區成和里兩個單位之協助，得以進行焦點訪談及問卷前測，總計回收 30 份左右的前測問卷，嗣後並根據受測者臨場填答時的疑問、回饋與建議，針對問卷問題的陳述與版面編版進行修正與調整。

(三)、 抽樣設計及執行

本研究問卷調查之對象為年滿五十歲之銀髮族，在方法上採取便利抽樣，即透過社教機構（如社區大學、長青學苑等）及民間社團（如：婦女會、扶輪社、5070（台灣銀領協會）等），於臺灣的北（台北）、中（台中）、

南（高雄）三區，在取得各單位及銀髮族之允許後，由計畫成員訓練訪員，前往各個單位，帶領銀髮族群進行團體施測。

（四）、 描述統計

本研究最後回收問卷超過 320 份，其中有效問卷共計 249 份，其中男性約佔三成（34.1%），女性則約佔六成五（65.9%）。年齡最小為 50 歲，最大為 89 歲，平均為 64.84 歲，標準差為 8.19 歲。為有助於後續的分析，本研究將樣本以年齡區分為四個群體：55 歲及以下佔 8.4%；56 - 65 歲佔二分之一（55%）；66 - 75 歲約佔四分之一（24.5%）；76 歲及以上則在一成左右（12%）。樣本中來自台北者約佔一半（52.6%）；台中與高雄的樣本則分別約佔三成（34.1%）及一成（13.3%）。

（五）、 初步發現

以下，本研究即以多變量變異數分析（MANOVA）和變異數分析（ANOVA）進行統計，針對「年齡」、「健康狀況」、「教育程度」、「經濟狀況」以及「居住地區」等因素是否對於受訪中高齡民眾在參與各類不同活動及有補助或志工陪伴下之參與意願是否受到影響進行分析。

1. 總體預算分析

如表 16 所示，在所分析的十五種休閒養生活動之中，受訪者對於國外旅行（平均每次）所願意花費的預算最多（ $M=21309.81$ ），對於觀賞型體育競賽（平均每月）所願意花費的預算最少（ $M=699.29$ ）。

表 16 受訪者對於各類休閒養生活動所願意之花費分析表

factor	Mean	Std. Error	factor	Mean	Std. Error
1 觀賞影音表演	1472.818	250.281	9 社交聯誼	1030.637	163.801
2 觀賞文藝展覽	991.749	158.289	10 中醫保健	1142.202	144.382
3 參與藝文創作或表演	1024.328	137.665	11 抗衰老	1079.899	139.926
4 觀賞型體育競賽	699.291	117.203	12 醫療美容	740.256	180.212
5 參與型健身運動	1330.901	578.322	13 養生村	5500.350	678.420
6 國內旅行	3155.030	425.309	14 養生村中舉辦的各類休閒養生活動	1802.163	300.217
7 國外旅行	21309.812	1982.085	15 購買促進生活便利的用品	1208.949	164.680
8 高齡講堂	1358.750	165.161			

平均而言，台北地區的銀髮族所願意花費在休閒養生活動上的預算最高（ $M=3830.71$ ），台中其次（ $M=3033.97$ ），高雄殿後（ $M=1904.75$ ），MANOVA 的結果顯示地理區域的效果達到顯著（ $F=6.53, p=.002$ ），並且似乎在國外旅行與養生村上差距較大（圖 15）。至於性別差異的檢定結果為 $F=4.26, p=.04$ ，亦達顯著且男略高於女（圖 16）。年齡差異則未達顯著（圖 17）。

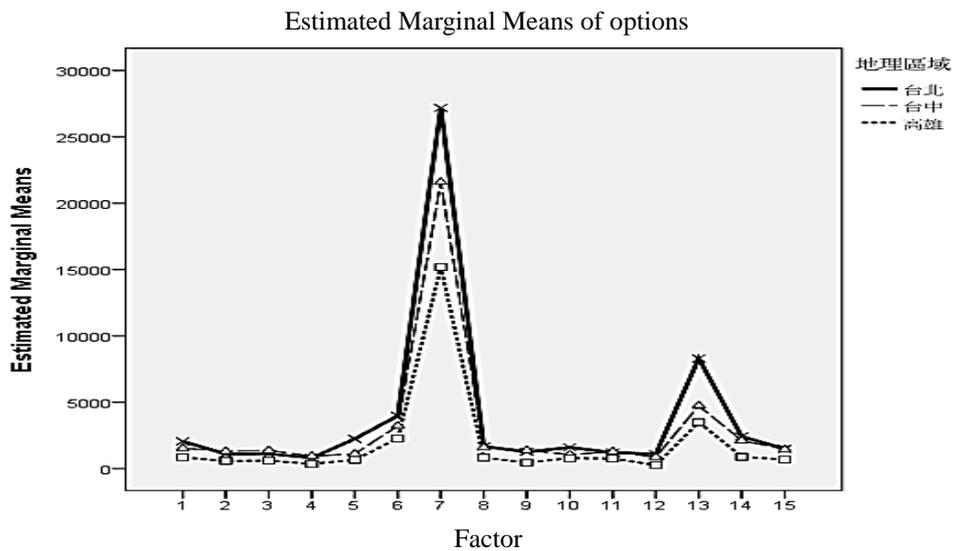


圖 15 受訪者願意從事各類休閒養生活動之花費分析圖/以地區分

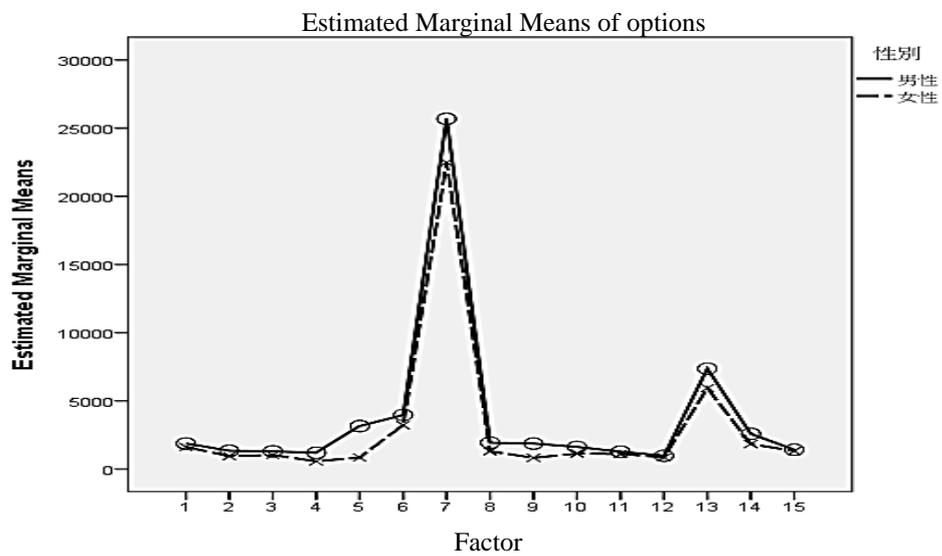


圖 16 受訪者願意從事各類休閒養生活動之花費分析圖/以性別分

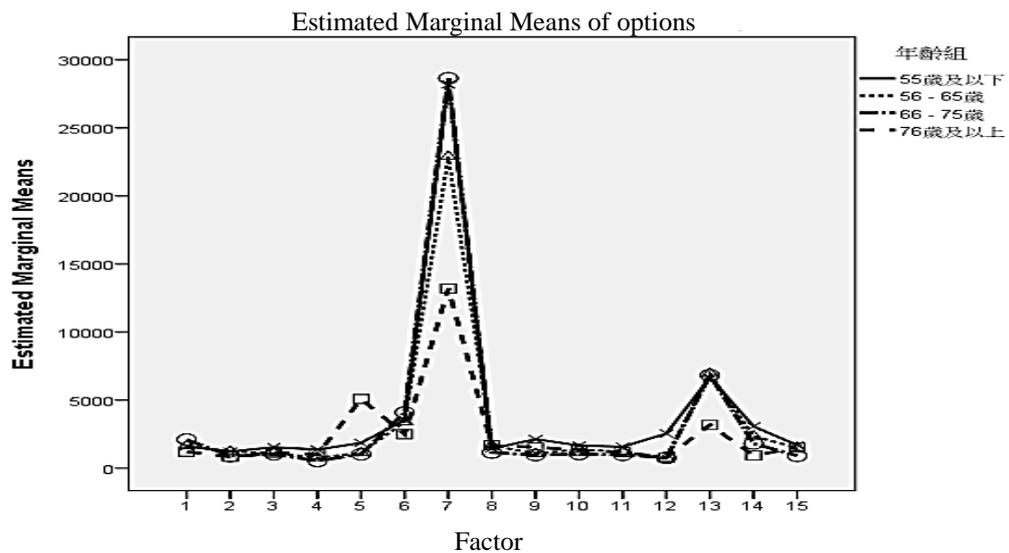


圖 17 受訪者願意從事各類休閒養生活動之花費分析圖/以年齡分

2. 觀賞影音表演（例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影等等）

以觀賞影音表演（例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼與安排大學生志工陪伴似乎無法顯著提升銀髮族之參與意願（ $F=.568$ ， $p=.452$ ，如表 17 大學生志工陪伴與津貼補助對於受訪者觀賞影音表演意願的影響）。

表 17 大學生志工陪伴與津貼補助對於受訪者觀賞影音表演意願的影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 觀賞影音表演（例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.44	1.202
2 觀賞影音表演-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.62	1.245
3 觀賞影音表演-政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?	4.39	1.340

若考慮不同誘因與地理區域的互動關係，則得到一個有趣的發現：對於居住在台北的受訪者，津貼與大學生志工陪伴兩項誘因反而顯著降低銀髮族的參與意願（ $F=5.57$ ， $p=.004$ ，圖 18）。其次，不論對男性或女性而言，津貼與大學生志工陪伴兩項誘因亦未能提升參與意願（圖 19）。最後，年齡似乎扮演最重要的因素（圖 20）：對 55 歲及以下的銀髮族，兩項誘因顯著降低參與意願（ $ps < .007$ ）；然而，對於 76 歲及以上的銀髮族，兩項誘因則顯著提升參與意願（ $F=9.04$ ， $p < .001$ ）。

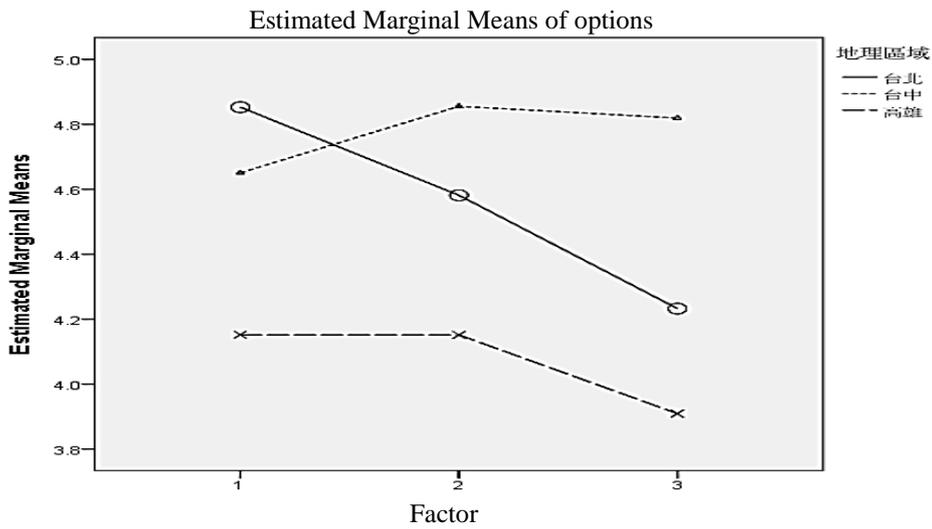


圖 18 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞影音表演意願影響分析圖/以地區分

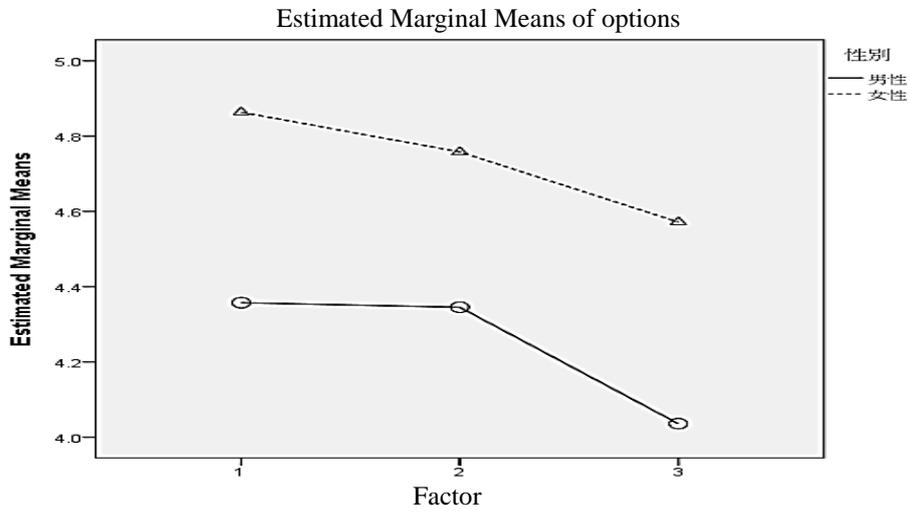


圖 19 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞影音表演意願影響分析圖/以性別分

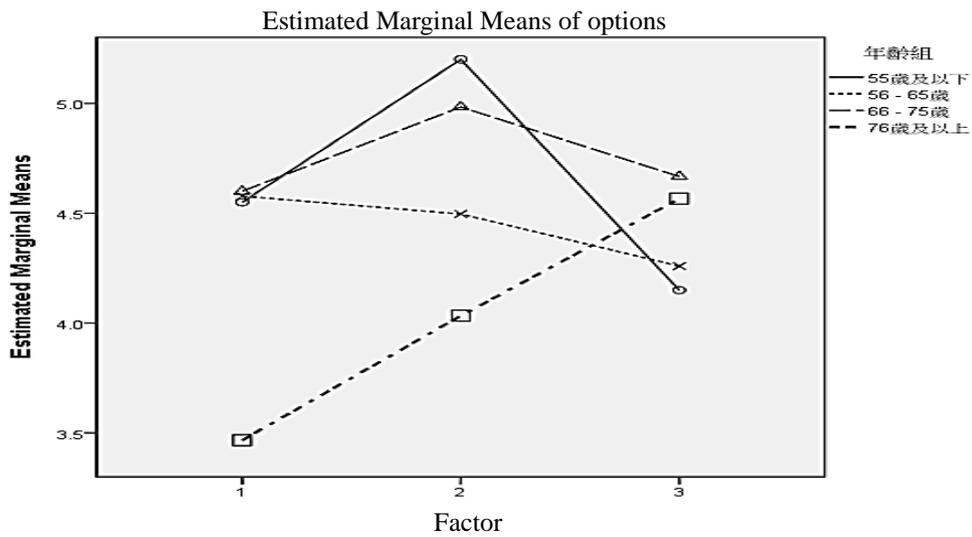


圖 20 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞影音表演意願影響分析圖/以年齡分

3. 觀賞文藝展覽（例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心等等）

以觀賞文藝展覽（例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼與安排大學生志工陪伴似乎反而降低銀髮族之參與意願（ $F=3.482$ ， $p<.05$ ，表 18）。

表 18 受訪者對於觀賞文藝展覽之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 觀賞文藝展覽（例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等）?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.71	1.265
2 觀賞文藝展覽-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關 活動之意願?	4.77	1.131
3 觀賞文藝展覽-政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工 陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?	4.50	1.345

若考慮不同誘因與地理區域的互動關係，則得到一個有趣的發現：對於居住在台北的受訪者，津貼具有正面效果，大學生志工陪伴則具有負面效果（ $F=9.36$ ， $p<.001$ ，圖 21）。其次，津貼只對女性具有正面效果，大學生志工陪伴則對男女而言一律具有負面效果（圖 22）。最後，津貼與大學生志工陪伴兩項誘因對於愈年輕的受訪者，如 55 歲及以下（ $F=6.83$ ， $p=.001$ ）與 56 - 65 歲（ $F=3.07$ ， $p=.048$ ），效果愈差；對於年紀較大者，效果則並不顯著（圖 23）。

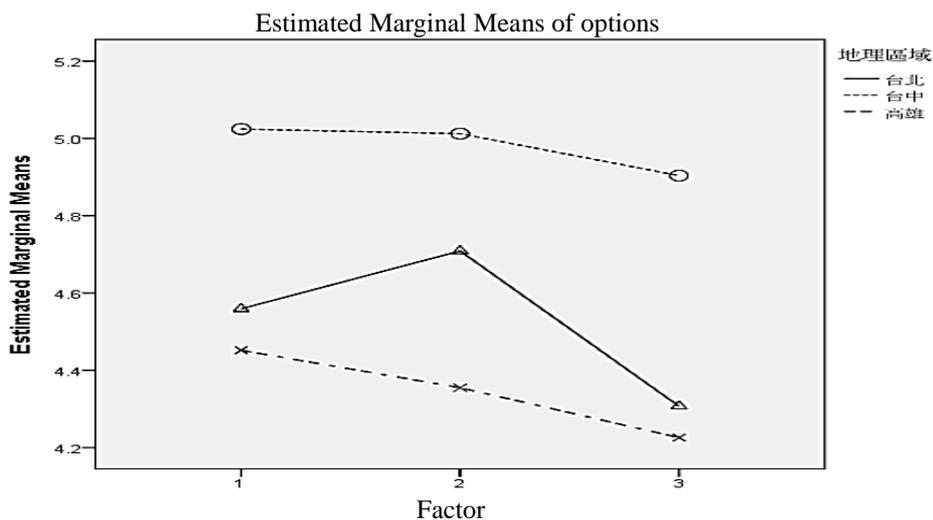


圖 21 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞文藝展覽之意願的影響分析圖/以地區分

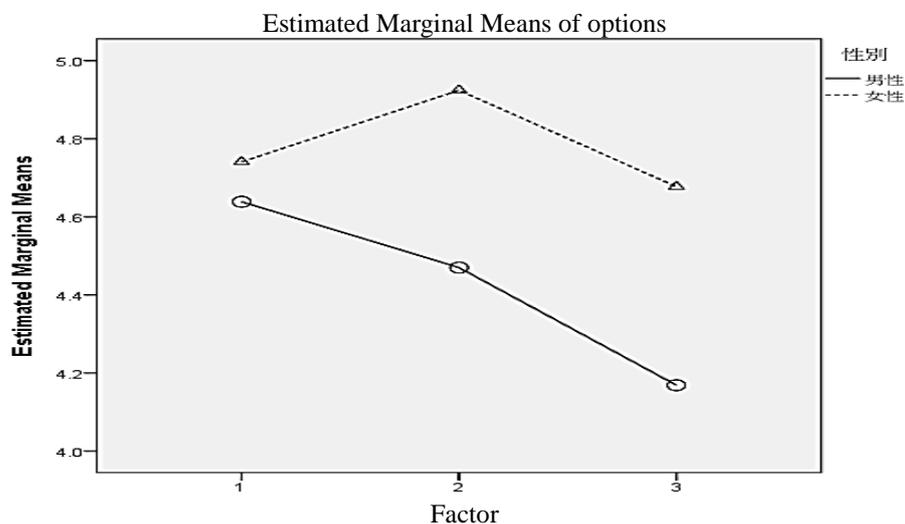


圖 22 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞文藝展覽之意願的影響分析圖/以性別分

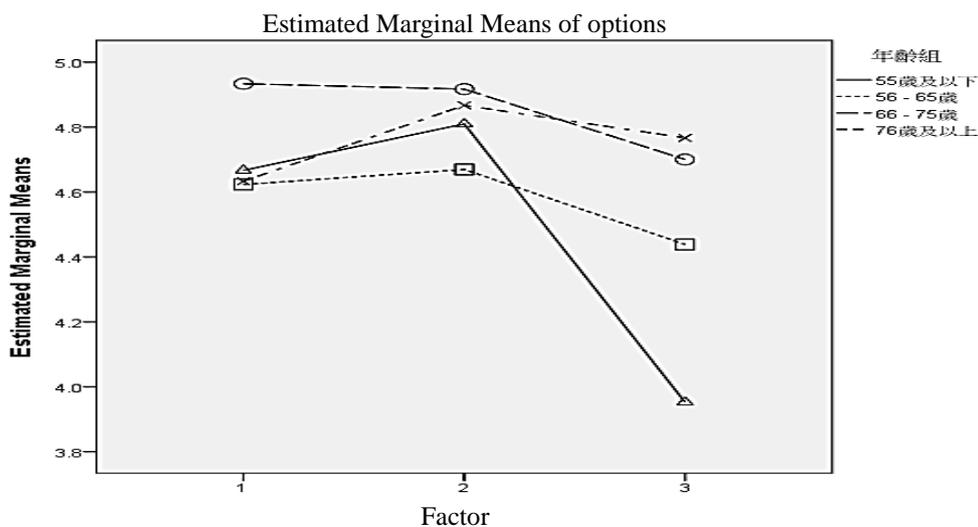


圖 23 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者觀賞文藝展覽之意願的影響分析圖/以年齡分

4. 參與藝文創作或表演（例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品等等）

以參與藝文創作或表演（例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼與安排大學生志工陪伴似乎無法顯著提升銀髮族之參與意願（ $F=2.285$ ， $p=1.104$ ，表 19）。

表 19 受訪者對於參與藝文創作或表演之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 參與藝文創作或表演（例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.52	1.223
2 參與藝文創作或表演-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.68	1.252
3 參與藝文創作或表演-政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?	4.53	1.330

其次，台北與高雄的受訪者之參與意願顯著低於台中的受訪者（ $F=10.13$ ， $p<.001$ ）；而對於居住在台北的受訪者，津貼具有正面效果，大學生志工陪伴則具有負面效果（ $F=4.00$ ， $p=.02$ ，圖 24）。女性的參與意願則顯著比男性為高（ $F=9.61$ ， $p=.002$ ，圖 25）；而且津貼對女性具有正面效果，大學生志工陪伴則有負面效果（ $F=5.23$ ， $p=.006$ ，圖 25）。最後，55 歲及以下之受訪者對於大學生志工陪伴似乎最為反感，77 歲及以上之受訪者則對於大學生志工陪伴略為歡迎（圖 26）。

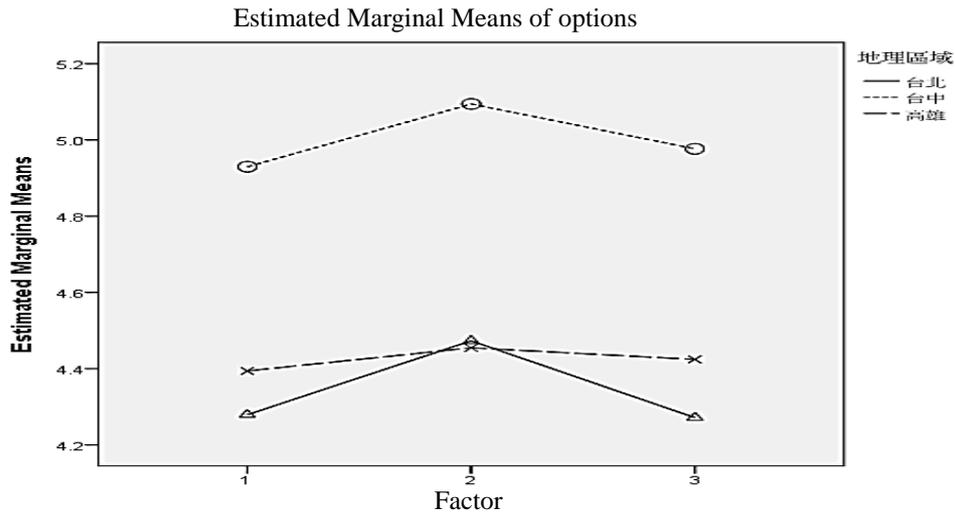


圖 24 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者參與藝文創作或表演意願的影響分析圖/以地區分

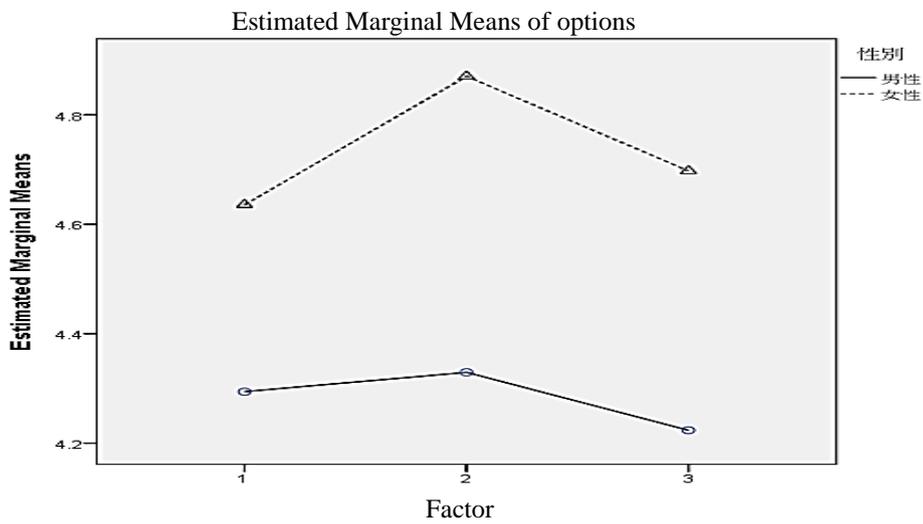


圖 25 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者參與藝文創作或表演意願的影響分析圖/以性別分

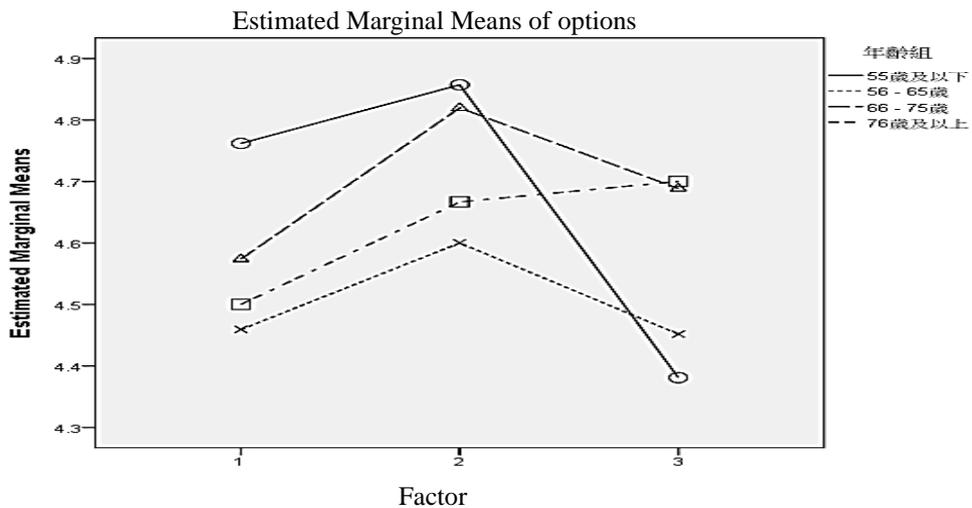


圖 26 津貼補助與大學生志工陪伴對於受訪者參與藝文創作或表演意願的影響分析圖/以年齡分

5. 觀賞型體育競賽（例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車等等）

以觀賞型體育競賽（例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼或能稍微提升銀髮族之參與意願（ $F=3.43$ ， $p=.065$ ，表 20）。

表 20 受訪者對於觀賞體育競賽之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 觀賞型體育競賽（例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等）？請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高？	3.89	1.383
2 觀賞型體育競賽-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願？	4.17	1.346

其次，台北與高雄的受訪者之參與意願顯著低於台中的受訪者（ $F=5.02$ ， $p=.007$ ）；而對於居住在台北的受訪者，津貼具有顯著的正面效果（ $F=22.94$ ， $p<.001$ ）；津貼對台中受訪者的效果相對較小（ $F=3.84$ ， $p=0.5$ ），對高雄受訪者則無顯著效果（ $F=1.71$ ， $p=.19$ ，圖 27）。女性的參與意願則顯著比男性為低（ $F=8.21$ ， $p=.005$ ），而且津貼對女性具有正面效果（ $F=27.66$ ， $p<.001$ ，圖 28），對男性則無（ $F=.10$ ， $p=.75$ ，圖 28）。最後，55 歲及以下之受訪者的參與意願最高；56-65 歲則最低（ $F=2.99$ ， $p=.03$ ，圖 29）；對 56 歲以上的受訪者，津貼可以顯著提昇參與意願（ $\alpha<.05$ ，圖 29）。

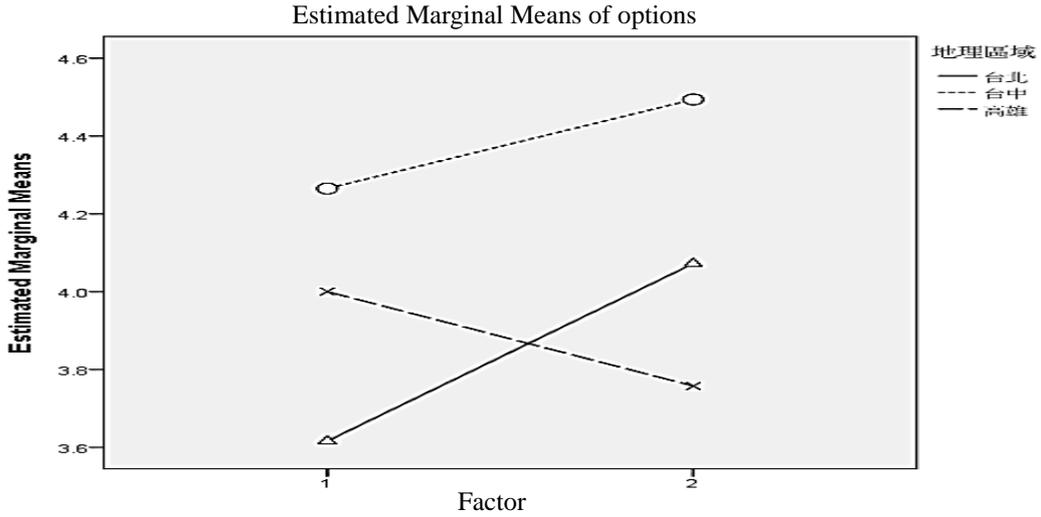


圖 27 津貼補助對於受訪者觀賞體育競賽意願的影響分析圖/以地區分

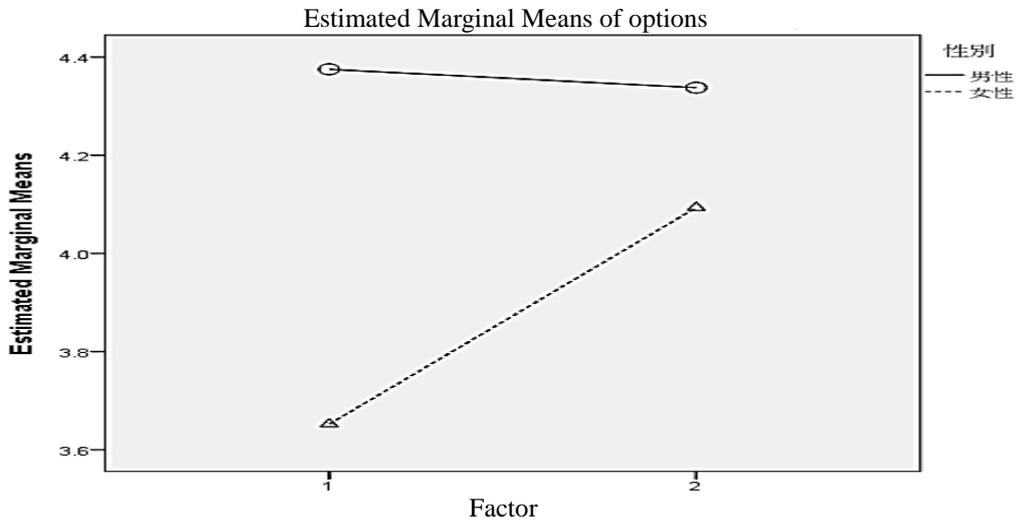


圖 28 津貼補助對於受訪者觀賞體育競賽意願的影響分析圖/以性別分

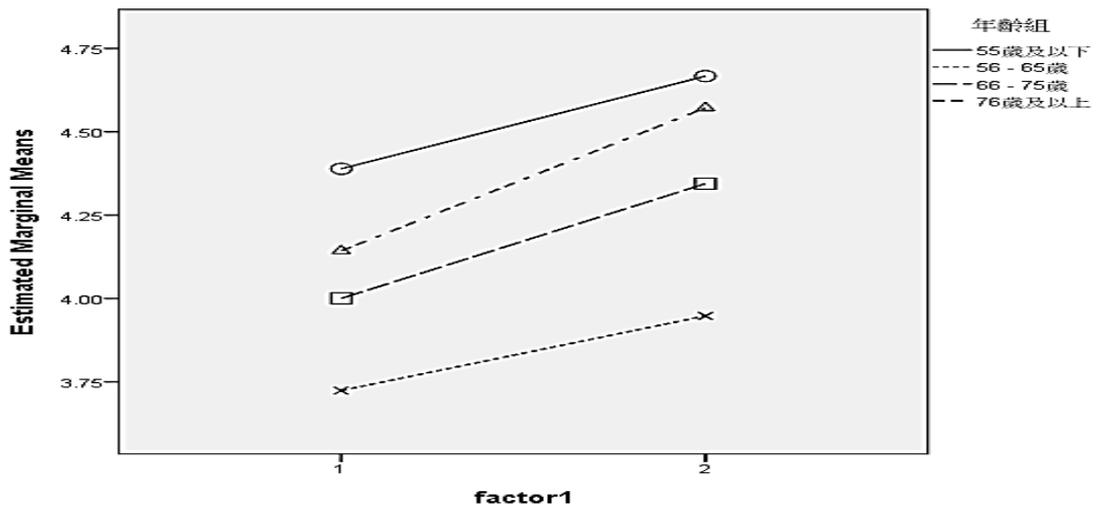


圖 29 津貼補助對於受訪者觀賞體育競賽意願的影響分析圖/以年齡分

6. 參與型健身運動（例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳等等）

以參與型健身運動（例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼似乎未能提升銀髮族之參與意願（ $F=1.793$ ， $p=.182$ ，表 21）。

表 21 受訪者對於參與體育競賽之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 參與型健身運動（例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.77	1.170
2 參與型健身運動-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.70	1.207

其次，台中受訪者之參與意願最高，台北的受訪者最低（ $F=4.52$ ， $p=.012$ ）；而對於居住在高雄的受訪者，津貼具有顯著的負面效果（ $F=4.05$ ， $p<.05$ ，圖 30）。平均而言，性別對於參與意願的影響並不顯著（ $F=.09$ ， $p=.77$ ，圖 31），而且性別與津貼補助的互動亦不顯著（ $F=1.11$ ， $p=.29$ ，圖 31）。最後，不同年齡組之間的參與意願並無顯著差異（ $F=.55$ ， $p=.65$ ，圖 32），年齡與津貼補助的互動亦未達顯著水準（ $F=.96$ ， $p=.41$ ，圖 32）。

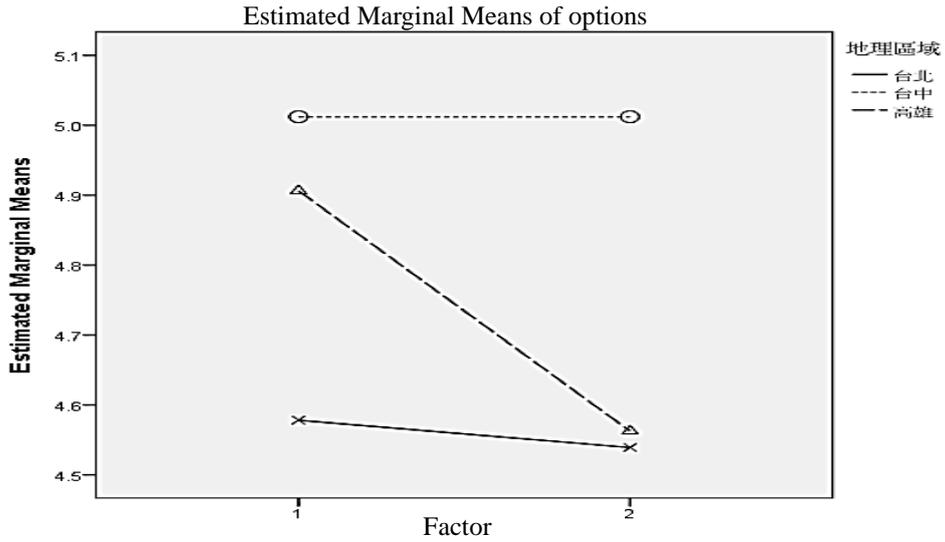


圖 30 津貼補助對於受訪者參與健身運動意願的影響分析圖/以地區分

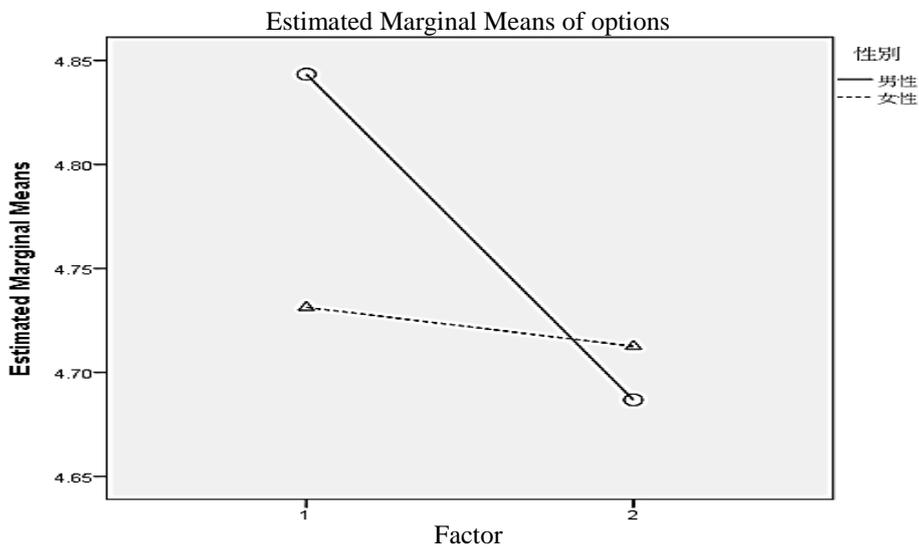


圖 31 津貼補助對於受訪者參與健身運動意願的影響分析圖/以性別分

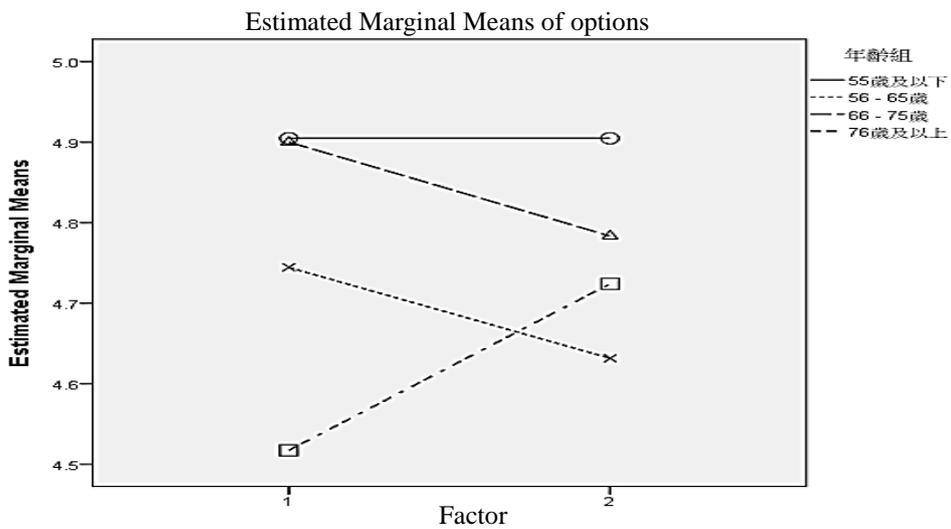


圖 32 津貼補助對於受訪者參與健身運動意願的影響分析圖/以年齡分

7. 國內與國外旅行

平均而言，銀髮族對於國外旅遊的參與意願最低（ $F=30.25$ ， $p < .001$ ，表 22）。

表 22 受訪者對於國內外旅行之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 國內旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	5.14	.888
2 國內旅行?-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	5.14	.988
3 國外旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.71	1.324

其次，台中受訪者之旅遊意願顯著高於台北與高雄的受訪者（ $F=3.23$ ， $p < .05$ ，圖 33）；而以國內旅遊而言，津貼對於三個地區的受訪者皆無顯著的效果（圖 33）。在此類活動上，亦未發現顯著的性別差異（ $F=.00$ ， $p = .99$ ，圖 34）：不論男女，對於國外旅遊的興趣都不若對國內旅遊那麼高，而且，不論男女，津貼也無法顯著提升對於國內旅遊的意願（圖 34）。最後，雖然年齡對於旅遊意願的主要效果並不顯著（ $F=1.65$ ， $p=.18$ ，圖 35），然而，細部的 MANOVA 分析卻顯示：一方面，津貼對於國內旅遊並無顯著的效果；另一方面，似乎愈年輕的受訪者對於國外旅遊的排斥愈少。尤其，對於 55 歲以下與 66-75 歲兩組受訪者而言，參與國內與國外旅遊的意願，並無顯著差異（圖 35）。

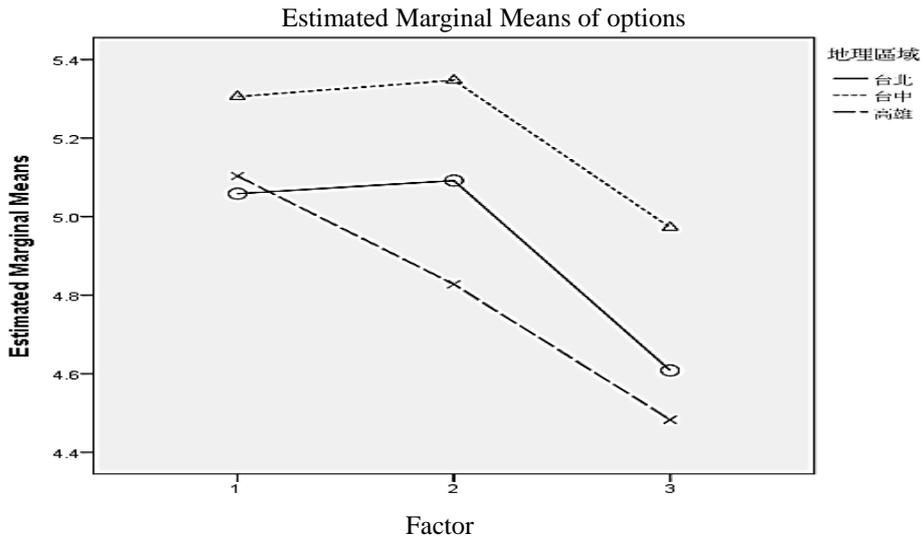


圖 33 津貼補助對於受訪者參與國內與國外旅行意願的影響分析圖/以地區分

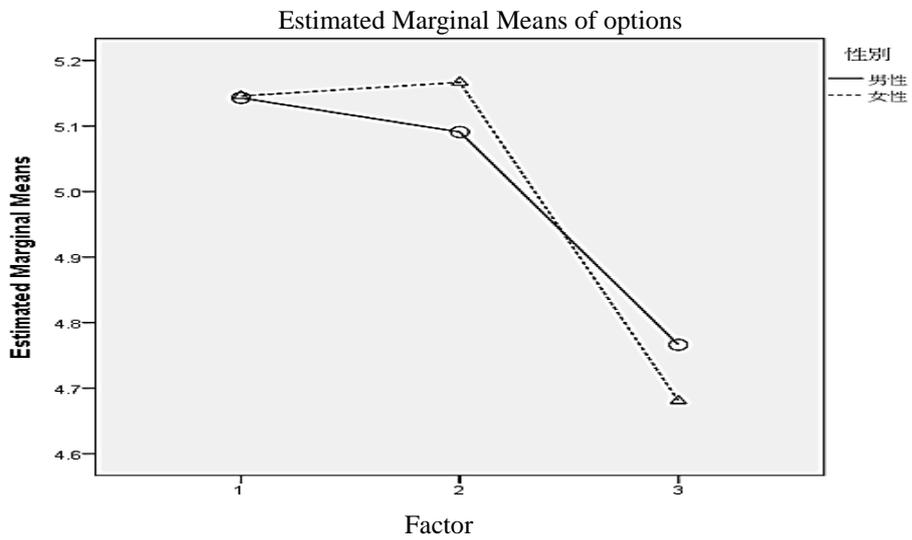


圖 34 津貼補助對於受訪者參與國內與國外旅行意願的影響分析圖/以性別分

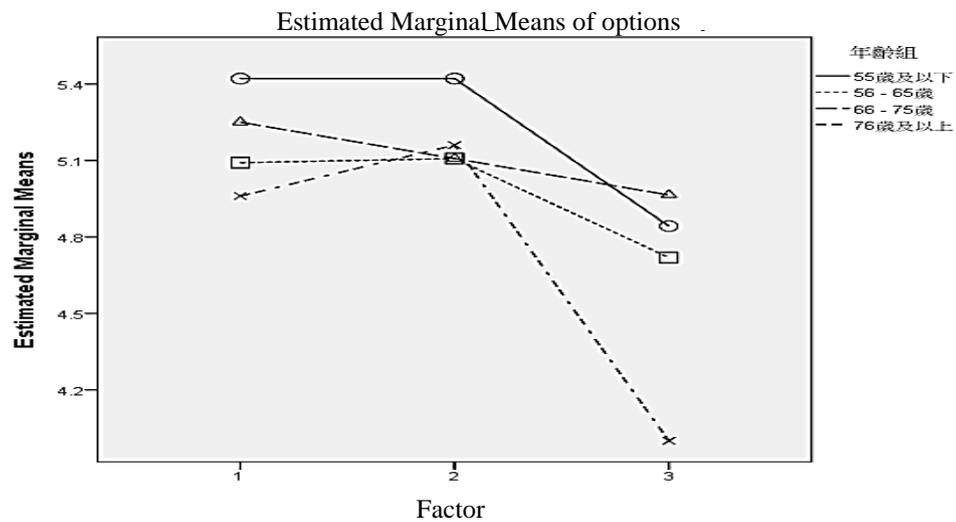


圖 35 津貼補助對於受訪者參與國內與國外旅行意願的影響分析圖/以年齡分

8. 成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學等等）
 以成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學等等）
 來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼似乎未能提升銀髮族之參與意願
 （ $F=1.3043$ ， $p=.255$ ，表 23）。

表 23 受訪者對於成人教育之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等）?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.94	1.239
2 成人教育-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.93	1.145

其次，台中的受訪者之參與意願顯著高於台北與高雄的受訪者（ $F=10.862$ ， $p<.001$ ，圖 36）；而對於居住在高雄的受訪者，津貼似乎具負面的效果（ $F=3.767$ ， $p=.053$ ，圖 36）。性別與參與意願的關係並不顯著（ $F=1.548$ ， $p=.215$ ，圖 37），性別與津貼的互動亦不顯著（ $F=.482$ ， $p=.488$ ，圖 37），也就是說，不論男女，津貼對於參與意願皆無顯著影響。最後，年齡對於參與意願也無顯著影響（ $F=.528$ ， $p=.664$ ，圖 38），而且，年齡與參與意願也無顯著互動（ $F=.547$ ， $p=.65$ ，圖 38），所以，同樣地，不論對於哪一個年齡層而言，津貼對於參與意願的影響都不顯著（圖 38）。

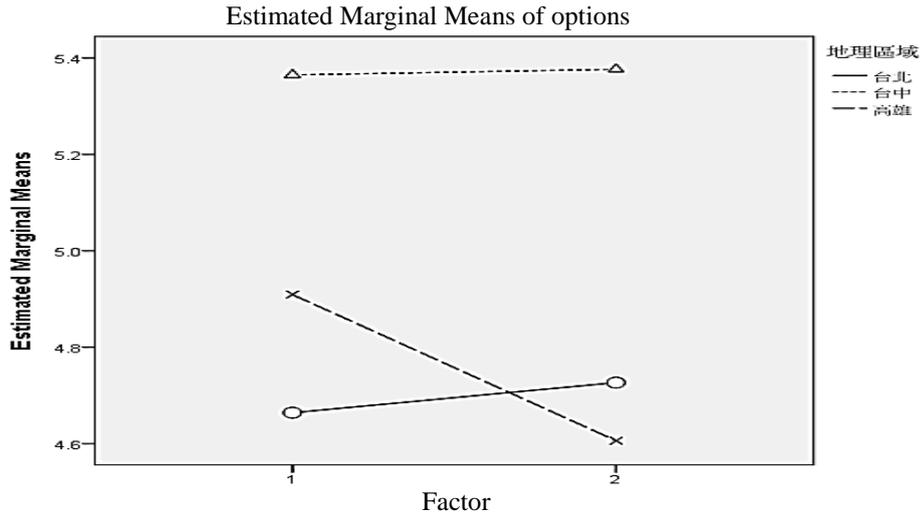


圖 36 津貼補助對於受訪者參與成人教育意願的影響分析圖/以地區分

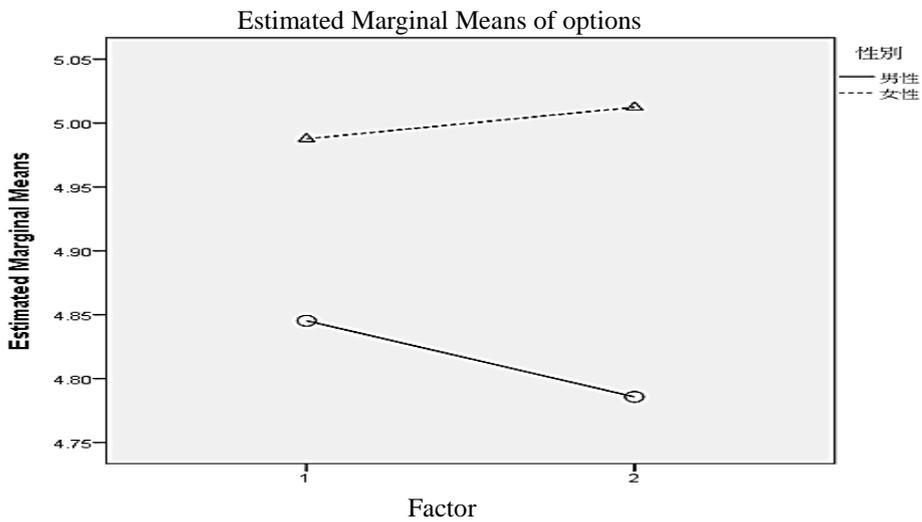


圖 37 津貼補助對於受訪者參與成人教育意願的影響分析圖/以性別分

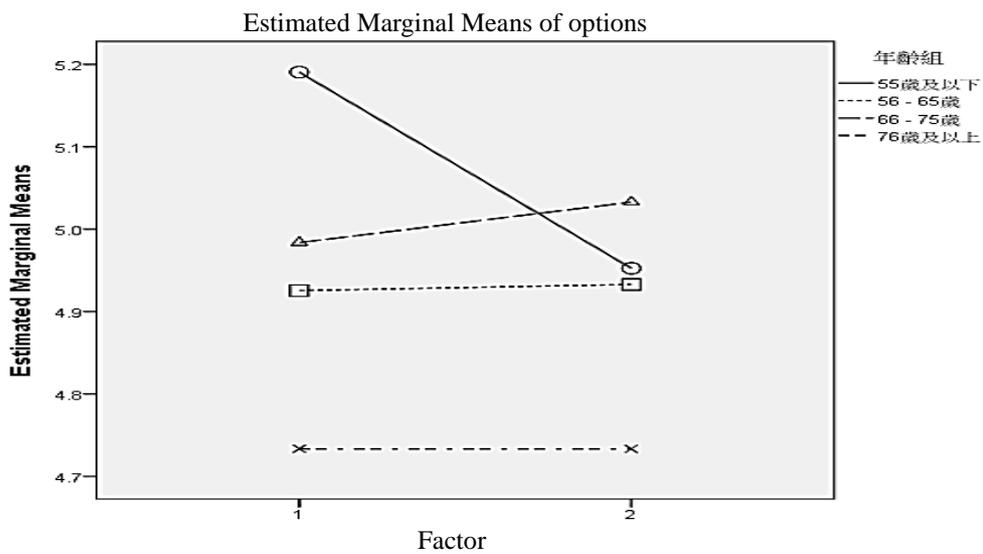


圖 38 津貼補助對於受訪者參與成人教育意願的影響分析圖/以年齡分

9. 社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼等等）

以社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼或能稍微提升銀髮族之參與意願（ $F=4.243$ ， $p=.041$ ，表 24）。

表 24 受訪者對於社交聯誼之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.21	1.314
2 社交聯誼-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.38	1.383

其次，台北與高雄的受訪者之參與意願顯著低於台中的受訪者（ $F=5.727$ ， $p=.004$ ，圖 39），而且津貼補助只有對於居住在台中的受訪者，具有顯著的正面效果（ $F=17.197$ ， $p < .001$ ，圖 39）。性別間的參與意願並無顯著差異（ $F=.044$ ， $p=.834$ ，圖 40）；然而，津貼補助只對女性具有顯著的正面效果（ $F=12.113$ ， $p < .001$ ，圖 40），對男性則無（ $F=.161$ ， $p=.688$ ，圖 40）。最後，年齡對於參與意願也無顯著影響（ $F=1.507$ ， $p=.213$ ，圖 41）；值得注意的是，津貼補助只對 66-75 歲這組具有顯著的正面效果（ $F=5.492$ ， $p=.02$ ，圖 41）。

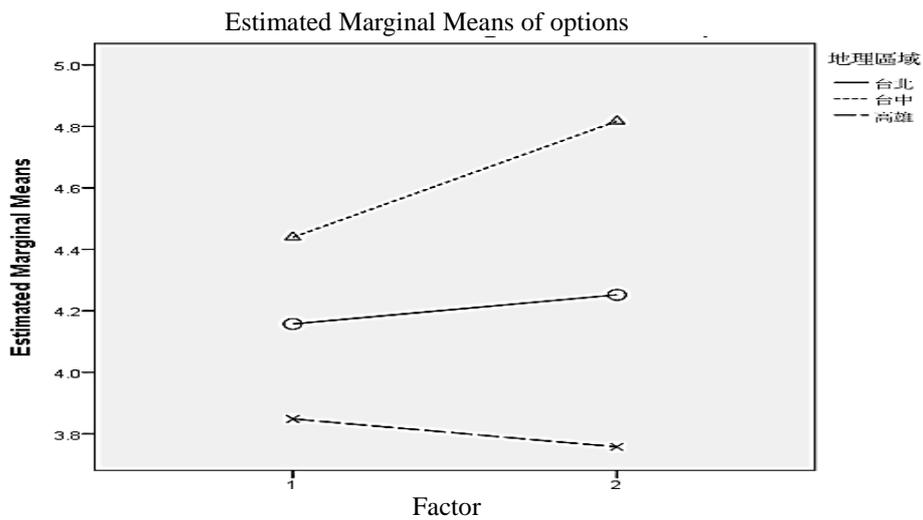


圖 39 津貼補助對於受訪者參與社交聯誼活動意願的影響分析圖/以地區分

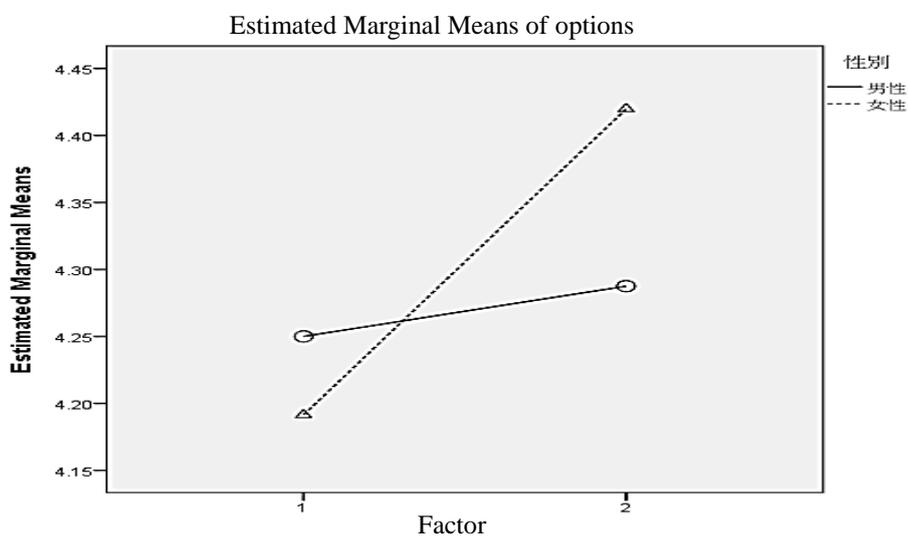


圖 40 津貼補助對於受訪者參與社交聯誼活動意願的影響分析圖/以性別分

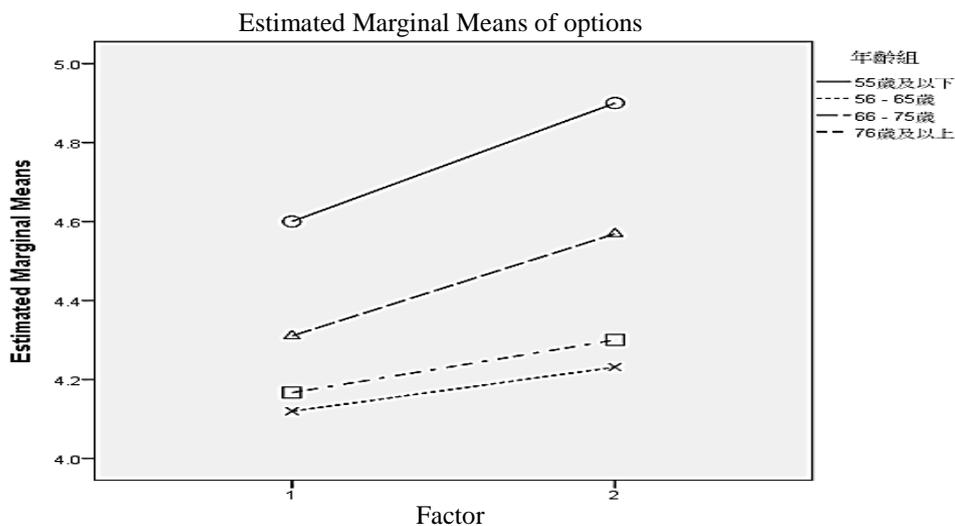


圖 41 津貼補助對於受訪者參與社交聯誼活動意願的影響分析圖/以年齡分

10. 養生村及其所舉辦的各類休閒養生活動

以養生村及其所舉辦的各類休閒養生活動來說，平均而言，參與養生村的活動比居住在養生村更吸引人，尤其是有津貼補助的時候（ $F=16.725$ ， $p < .001$ ，表 25）。

表 25 受訪者對於養生村及其所舉辦的各類休閒養生活動之參與可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 你是否願意住進養生村?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	3.73	1.410
2 養生村-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.16	1.439
3 是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.31	1.255
4 養生村中舉辦的各類休閒養生活動-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	4.33	1.348

其次，三個區域的受訪者在總體意願上並無顯著差異（ $F=1.336$ ， $p=.265$ ，圖 42），而且，不論哪個區域，養生村的活動都比養生村本身來得受歡迎，顯見國人仍不習慣於居住在機構（圖 42）。儘管對於兩性而言，參與養生村活動的意願皆高於居住在養生村之中，特別的是，女性對於居住在養生村（特別是在有補助的時候）與參與養生村活動的意願皆顯著比男性為高（ $F=5.051$ ， $p=.026$ ，圖 43）。最後，66-75 歲組的總體參與意願顯著高於其他的年齡組（ $F=3.767$ ， $p=.011$ ，圖 44）；值得注意的是，55 歲以下這組在有津貼的情況下會考慮居住在養生村，但對養生村的活動卻興趣不大（圖 44）。

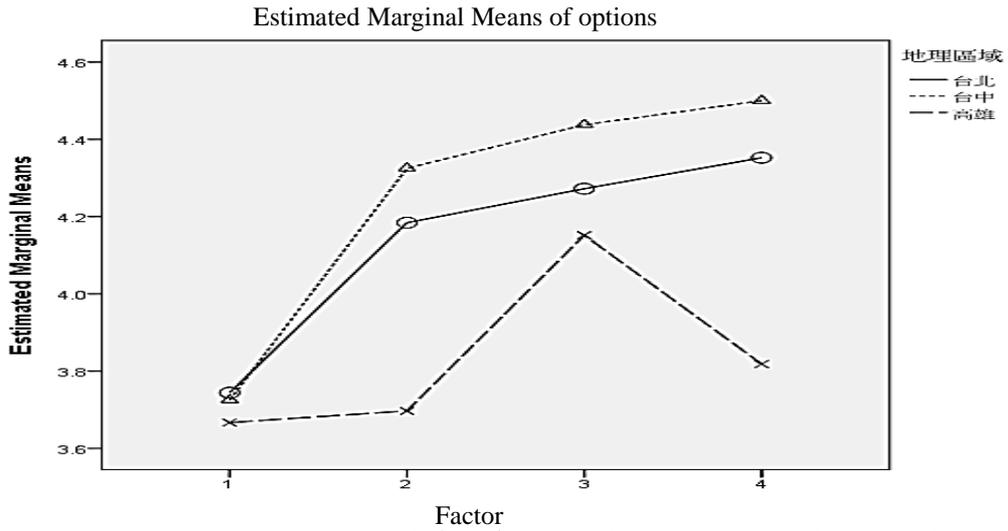


圖 42 津貼補助對於受訪者使用或參與養生村相關活動意願的影響分析圖/以地區分

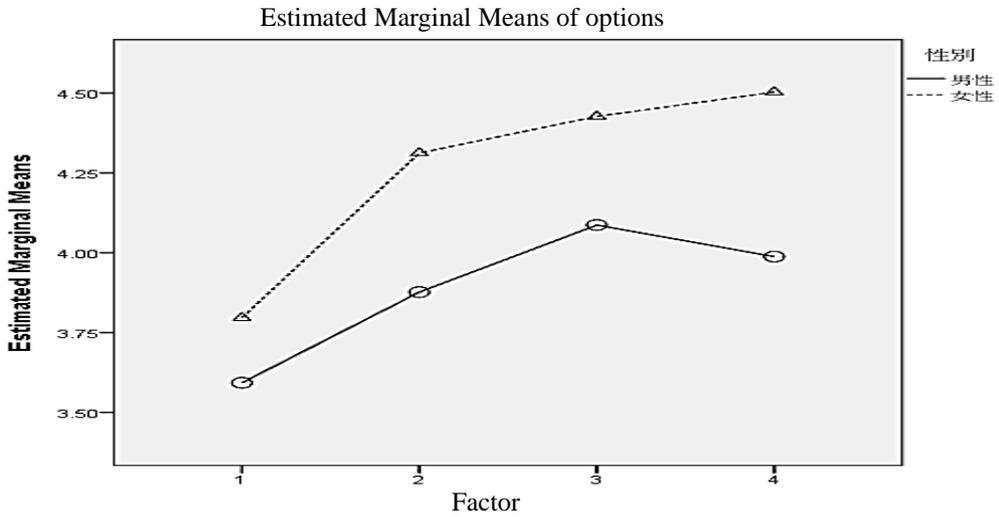


圖 43 津貼補助對於受訪者使用或參與養生村相關活動意願的影響分析圖/以性別分

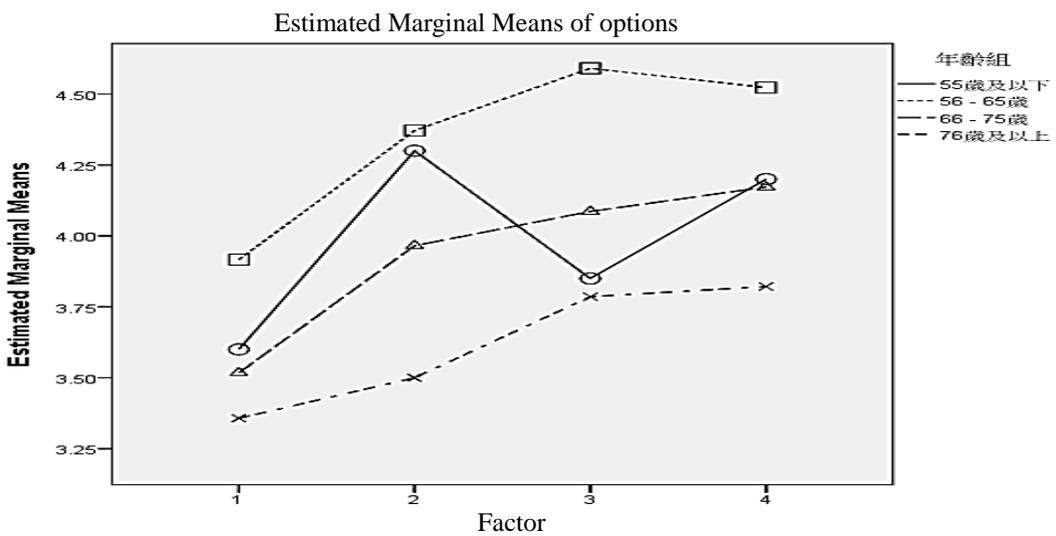


圖 44 補助對於受訪者使用或參與養生村相關活動意願的影響分析圖/以年齡分

11. 購買能夠促進生活便利的用品（例如：護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅等等）

以購買能夠促進生活便利的用品（例如：護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅等等）來說，平均而言，政府提供十分之一的津貼顯著提升銀髮族之購買意願（ $F=11.648$ ， $p=.001$ ，表 26）。

表 26 受訪者對於購買能夠促進生活便利的用品之可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 您是否願意購買能夠促進生活便利的用品（例如：護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅，等等）？-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高？	4.19	1.375
2 購買促進生活便利的用品-政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願？	4.48	1.309

其次，三個區域的受訪者在總體購買意願上並無顯著差異（ $F=1.059$ ， $p=.348$ ，圖 45），然而，津貼補助對於台北與台中的受訪者，具有顯著的正面效果（ $F=16.895$ ， $p<.001$ ； $F=7.691$ ， $p=.006$ ，圖 45），對於高雄的受訪者則無顯著影響力（ $F=.302$ ， $p=.583$ ，圖 45）。參與意願的總體性別差異未達顯著（ $F=2.302$ ， $p=.131$ ，圖 46）；然而，津貼補助的正面效果在女性之間達到顯著（ $F=21.655$ ， $p<.001$ ，圖 46），在男性之間則較不顯著（ $F=3.050$ ， $p=.082$ ，圖 46）。最後，年齡對於參與意願，整體而言，也無顯著影響（ $F=1.843$ ， $p=.14$ ，圖 47）；值得注意的是，津貼補助只對 56-65 及 66-75 兩組具有顯著的正面效果（ $F=14.034$ ， $p<.001$ ； $F=8.957$ ， $p=.003$ ，圖 47）。

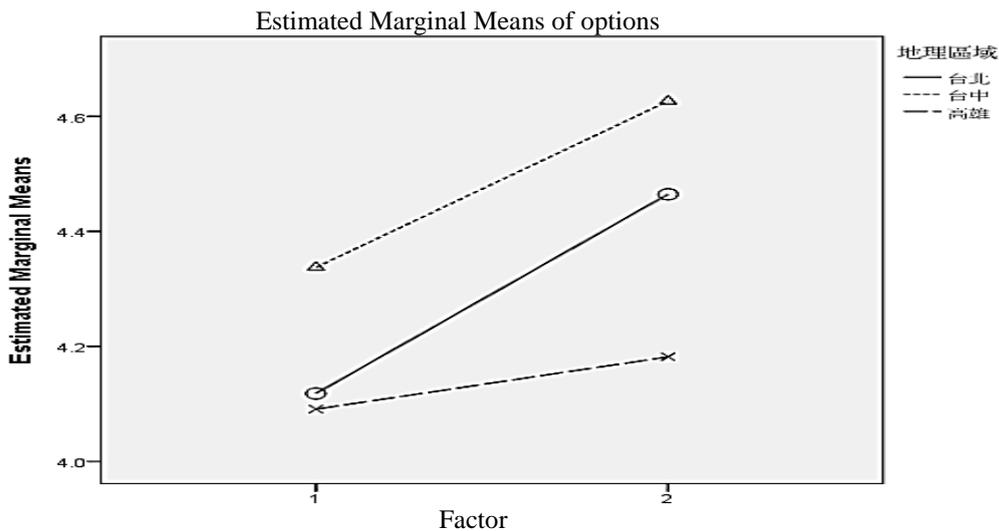


圖 45 補助對於受訪者購買能夠促進生活便利的用品意願的影響分析圖/以地區分

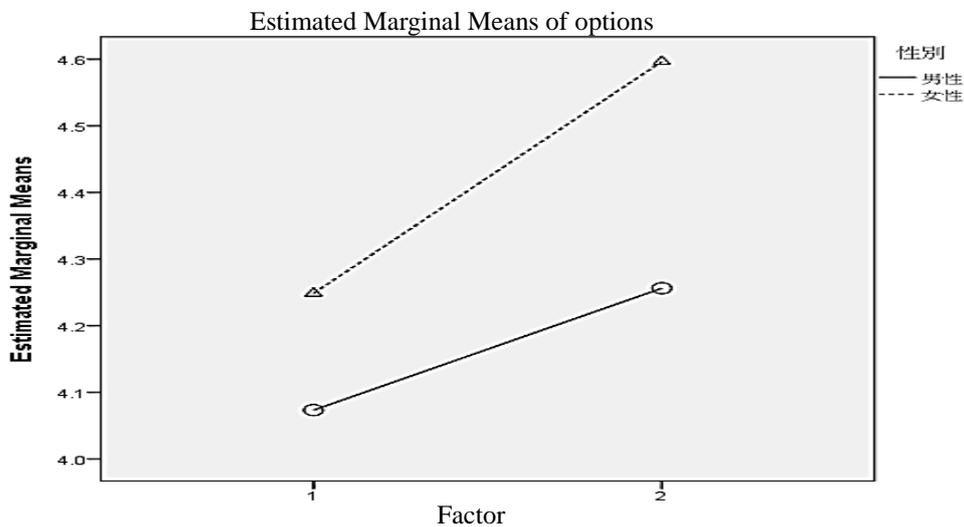


圖 46 津貼補助對於受訪者購買能夠促進生活便利的用品意願的影響分析圖/以性別分

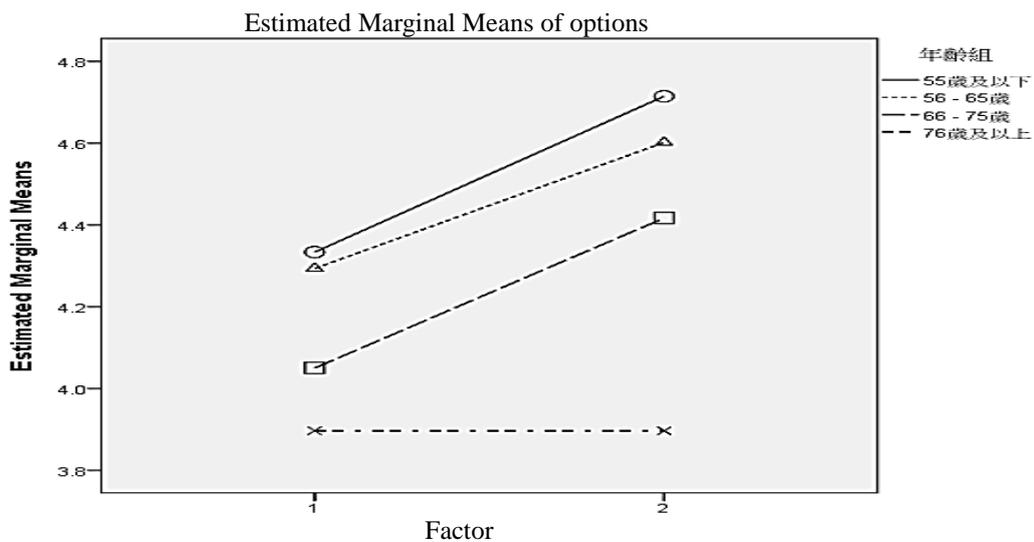


圖 47 津貼補助對於受訪者購買能夠促進生活便利的用品意願的影響分析圖/以年齡分

12. 中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸等等）－抗衰老－醫療美容
 以中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸等等）－抗衰老－醫療美容
 來說，平均而言，侵入性愈高的項目愈不受歡迎（ $F=97.341$ ， $p < .001$ ，表
 27）。

表 27 受訪者對於從事中醫保健之可能性及補貼對於其參與意願之影響分析表

Factor	Mean	Std. Deviation
1 中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.49	1.241
2 抗衰老（例如：保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	3.93	1.473
3 醫療美容（例如：玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.92	1.432

其次，三個區域的受訪者在總體消費意願上並無顯著差異（ $F=.191$ ， $p=.826$ ，圖 48），而且區域與三個問項間的互動亦未達顯著（ $F=1.921$ ， $p=.106$ ，圖 48）。性別間的總體消費意願並無顯著差異（ $F=.091$ ， $p=.764$ ，圖 49）；同時，性別與三個問項間亦不具有顯著的互動（ $F=1.786$ ， $p=.169$ ，圖 49），亦即，不分男女，侵入性愈高的項目，吸引力愈低。最後，年齡對於整體消費意願有稍微顯著的影響：年紀愈輕，意願愈高（ $F=2.499$ ， $p=.06$ ，圖 50）；然而，不分年齡，受訪者對於問項所提產品或服務的消費意願的排序依舊是：中醫保健高於抗衰老，又高於醫療美容（ $F=139.997$ ， $p < .001$ ，圖 50）。

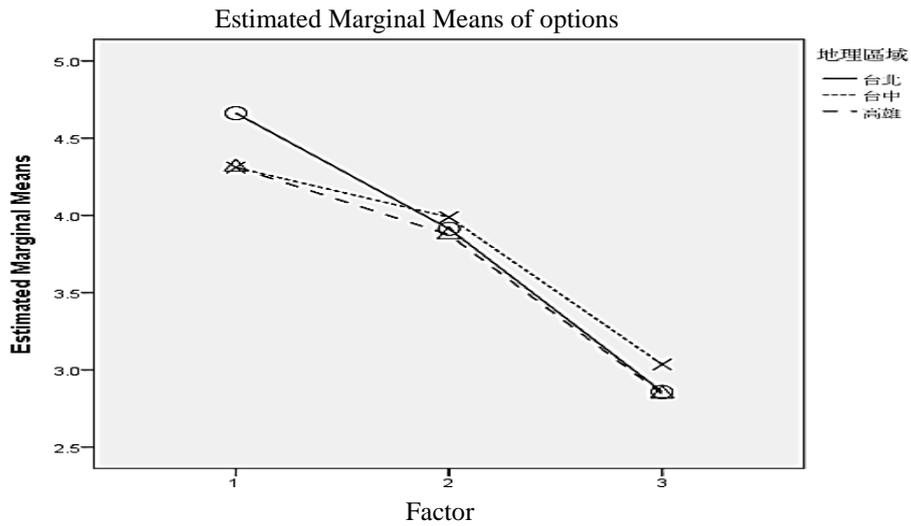


圖 48 貼補助對於受訪者參與中醫保健/抗衰老醫美意願的影響分析圖/以地區分

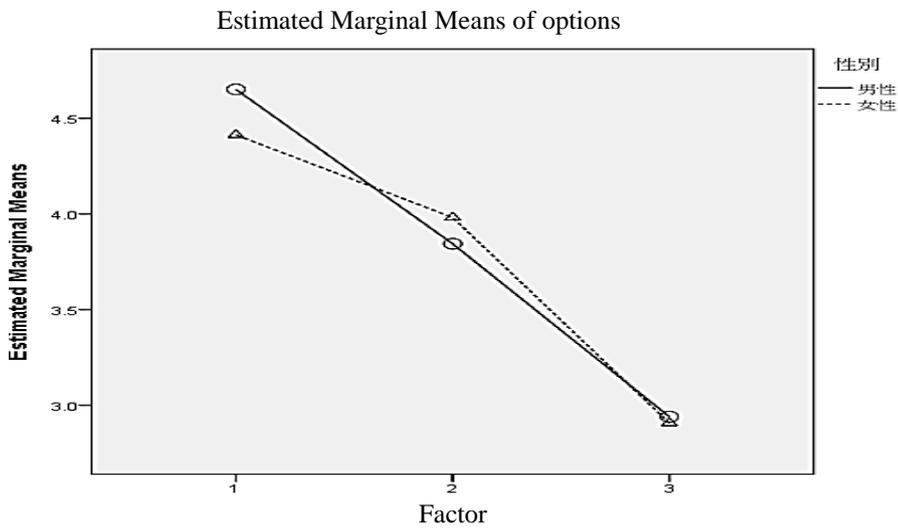


圖 49 津貼補助對於受訪者參與中醫保健/抗衰老醫美意願的影響分析圖/以性別分

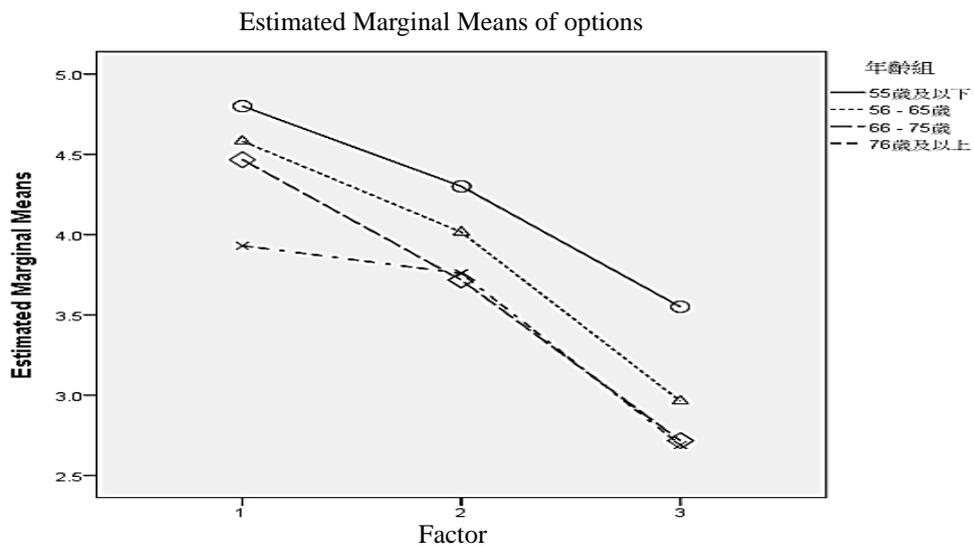


圖 50 津貼補助對於受訪者參與中醫保健/抗衰老醫美意願的影響分析圖/以年齡分

而若以變異數分析 (ANOVA) 進行統計，針對「年齡」、「健康狀況」、「教育程度」、「經濟狀況」以及「居住地區」等因素對於受訪中高齡民眾在參與各類不同活動及有補助或有志工陪伴下之參與意願是否受到影響進行分析。

1. 以年齡作為變項，銀髮族對相關活動之參與意願、政府補助及志工陪伴之影響

本研究以變異數分析 (ANOVA) 進行統計，發現受訪者之年齡在「觀賞影音表演」以及「參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動」兩項活動上之參與意願可能具有影響。又以雪費法 (Scheffe) 進行事後檢定，在「觀賞影音表演」之參與意願上，年齡在55歲以下之受訪者參與意願高於66-75歲，又高於56-65歲之受訪者，又高於75歲之受訪者。而在「參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動」部分，56-65歲之受訪者參與意願高於76歲以上之受訪者，又高於66-75歲之受訪者，又高於55歲以下之受訪者。

而觀察在有志工陪伴的狀況下，年齡主要對受訪者對於「觀賞影音表演活動」之參與意願出現影響；在有志工陪伴的狀況下，受訪者對於「觀賞影音表演活動」之參與意願依序為：66-75歲之受訪者高於56-65歲之受訪者，高於76歲以上之受訪者，高於55歲以下之受訪者。至於受訪者對於在有政府補助及志工陪伴的狀況下，年齡差異的影響不顯著。

表 28 年齡對於受訪者在活動參與意願上之影響程度

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演 (例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.039	.008
觀賞文藝展覽 (例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.389	.247
參與藝文創作或表演 (例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.842	.472
觀賞型體育競賽 (例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.164	.324
參與型健身運動 (例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.006	.391

國內旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.174	.320
國外旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.580	.195
成人教育(例如:長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.608	.610
社交聯誼(例如:宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.310	.272
中醫保健(例如:中草補藥、推拿、針灸,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.623	.601
抗衰老(例如:保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.275	.844
醫療美容(例如:玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.898	.443
你是否願意住進養生村?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.579	.195
是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.783	.003
您是否願意購買能夠促進生活便利的用品(例如:護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.315	.270

資料來源:宇智顧問團隊整理

表 29 年齡對於受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	2.613	.052
觀賞影音表演-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	3.298	.021
觀賞文藝展覽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.280	.282

觀賞文藝展覽-政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?	1.899	.130
觀賞型體育競賽-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	2.134	.097
參與型健身運動-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.228	.300
國內旅行?-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.852	.467
成人教育-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.710	.547
社交聯誼-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.126	.339
養生村-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.855	.465
養生村中舉辦的各類休閒養生活動-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.309	.272
購買促進生活便利的用品-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.189	.315

資料來源：宇智顧問團隊整理

2. 健康狀況作為變項，銀髮族對相關活動之參與意願、政府補助及志工陪伴之影響

根據分析，發現受訪者之健康狀況在「參與藝文創作或表演意願」以及「參與成人教育意願」會受到自覺健康狀況而有所影響。又以雪費法(Scheffe)進行事後檢定，在參與藝文創作或表演意願上，自覺身體狀況中上之受訪者參與意願高於自覺身體狀況良好之受訪者，又高於自覺身體健康狀況普通之受訪者，又高於自覺身體健康狀況不佳之受訪者。而在成人教育意願方面，自覺身體狀況中上之受訪者參與意願高於自覺身體狀況良好之受訪者，又高於自覺身體健康狀況普通之受訪者，又高於自覺身體健康狀況不佳之受訪者。

至於受訪者對於各項活動在有政府補助及志工陪伴的狀況下，健康狀況的影響不顯著。

表 30 健康狀況對於受訪者在活動參與意願上之影響程度

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演（例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.295	.881
觀賞文藝展覽（例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.134	.341
參與藝文創作或表演（例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	3.281	.012
觀賞型體育競賽（例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.680	.606
參與型健身運動（例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.363	.835
國內旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.672	.157
國外旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.835	.504
成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	3.051	.018
社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.067	.373
中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.811	.127
抗衰老（例如：保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.997	.410
醫療美容（例如：玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.089	.363
你是否願意住進養生村?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.288	.886

是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.154	.961
您是否願意購買能夠促進生活便利的用品(例如:護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.743	.564

資料來源：宇智顧問團隊整理

表 31 健康狀況對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.334	.258
觀賞影音表演-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	.917	.455
觀賞文藝展覽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.828	.509
觀賞文藝展覽-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	.570	.685
觀賞型體育競賽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.411	.231
參與型健身運動-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.546	.702
國內旅行?-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.602	.175
成人教育-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.837	.503
社交聯誼-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.311	.267
養生村-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.840	.501
養生村中舉辦的各類休閒養生活動-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.025	.999
購買促進生活便利的用品-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.486	.746

資料來源：宇智顧問團隊整理

3. 教育程度作為變項，銀髮族對相關活動之參與意願、政府補助及志工陪伴之影響

根據分析，發現受訪者在「觀賞型體育競賽之參與意願」、「參與型健身運動之參與意願」、「成人教育」、「中醫保健參與意願」以及「抗衰老活動參與意願」會因為教育程度不同而有顯著差異。又以雪費法(Scheffe)進行事後檢定，在觀賞型體育競賽之參與意願方面，教育程度為研究所以以上之受訪者高於教育程度為大學之受訪者，又高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為小學之受訪者，又高於教育程度為國中之受訪者，又高於教育程度為不識字之受訪者。在參與型健身運動之參與意願上，教育程度為研究所以以上之受訪者高於教育程度為不識字之受訪者，又高於教育程度為大學之受訪者，又高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為國中之受訪者。在成人教育上，教育程度為大學之受訪者參與意願高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為國中之受訪者，又高於教育程度為研究所之受訪者，又高於教育程度為不識字者之受訪者，又高於教育程度為小學之受訪者。在中醫保健上，則是教育程度為大學之受訪者的參與意願高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為研究所之受訪者，又高於教育程度為小學之受訪者，又高於教育程度為不識字之受訪者，又高於教育程度為國中之受訪者。在抗衰老活動參與意願上，則是以教育程度為大學之受訪者參與意願高於教育程度為研究所之受訪者，又高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為不識字之受訪者，又高於教育程度為小學之受訪者，又高於教育程度為國中之受訪者。

至於受訪中高齡民眾對於各項活動在有政府補助的狀況下的參與意願，教育程度主要對「國內旅行」以及「成人教育」上有顯著差異。在國內旅行方面，教育程度為大學之受訪者的參與意願高於教育程度為不識字之受訪者，又高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為國中之受訪者，又高於教育程度為小學之受訪者。在成人教育方面，教育程度為大學之受訪者的參與意願高於教育程度為國中之受訪者，又高於教育程度為高中之受訪者，又高於教育程度為小學之受訪者，又高於教育程度為不識字之受訪者，又高於教育程度為研究所之受訪者。

表 32 教育程度對於受訪者在活動參與意願上之影響程度

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演（例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等）?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.597	.758

觀賞文藝展覽（例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.218	.293
參與藝文創作或表演（例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.935	.480
觀賞型體育競賽（例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.310	.027
參與型健身運動（例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.628	.012
國內旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.087	.372
國外旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.784	.091
成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.804	.008
社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.650	.714
中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.235	.000
抗衰老（例如：保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.895	.006
醫療美容（例如：玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.029	.052
你是否願意住進養生村?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.899	.508
是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.274	.264
您是否願意購買能夠促進生活便利的用品（例如：護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.830	.082

資料來源：宇智顧問團隊整理

表 33 教育程度對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.638	.125
觀賞影音表演-政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?	.559	.789
觀賞文藝展覽-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.716	.659
觀賞文藝展覽-政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?	.572	.778
觀賞型體育競賽-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.796	.089
參與型健身運動-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.429	.194
國內旅行?-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	3.063	.004
成人教育-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	2.881	.007
社交聯誼-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.305	.249
養生村-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.103	.362
養生村中舉辦的各類休閒養生活動-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.890	.515
購買促進生活便利的用品-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.225	.289

資料來源：宇智顧問團隊整理

4. 經濟狀況作為變項，銀髮族對相關活動之參與意願、政府補助及志工陪伴之影響

根據分析結果，經濟狀況對於受訪者在「購買能夠促進生活便利的用品的意願」、「參與型健身運動參與意願」以及「成人教育」參與意願上具有

影響。又以雪費法 (Scheffe) 進行事後檢定，當經濟狀況越良好對上述活動之參與意願越高。

至於受訪者對於各項活動在有政府補助及志工陪伴的狀況下，經濟狀況主要對受訪者在參與「參與型健身運動」、「成人教育」以及「社交聯誼」上的意願有顯著差異之影響。再以雪費法事後分析，經濟狀況普通者對上述參與活動之參與意願會受到政府補助而有影響，其參與意願之增加程度高於經濟狀況中上者，又高於經濟狀況良好者，又高於經濟狀況不好者。本研究推論，經濟狀況良好者，因為購買能力較佳，對於相關活動之參與意願較不受補助之影響，而經濟狀況較差者，即便是政府補助1/10，亦覺得還要負擔剩餘9/10，因此參與意願的增幅也較低。

表 34 經濟狀況對於受訪者在活動參與意願上之影響程度

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演 (例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.184	.946
觀賞文藝展覽 (例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.222	.302
參與藝文創作或表演 (例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.094	.082
觀賞型體育競賽 (例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.448	.219
參與型健身運動 (例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	4.131	.003
國內旅行?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高? - 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.800	.526
國外旅行?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.375	.826
成人教育 (例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等) ?- 請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	5.049	.001

社交聯誼(例如:宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.848	.496
中醫保健(例如:中草補藥、推拿、針灸,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.869	.116
抗衰老(例如:保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.426	.226
醫療美容(例如:玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.312	.058
你是否願意住進養生村?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.029	.393
是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.847	.497
您是否願意購買能夠促進生活便利的用品(例如:護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅,等等)?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	3.173	.014

資料來源:宇智顧問團隊整理

表 35 經濟狀況對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.687	.602
觀賞影音表演-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	1.775	.135
觀賞文藝展覽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.281	.278
觀賞文藝展覽-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	1.611	.172
觀賞型體育競賽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	2.337	.056
參與型健身運動-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	3.156	.015

國內旅行?-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.810	.520
成人教育-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	3.087	.017
社交聯誼-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	3.137	.015
養生村-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.115	.350
養生村中舉辦的各類休閒養生活動-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	.606	.659
購買促進生活便利的用品-政府若能提供1/10的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?	1.560	.186

資料來源：宇智顧問團隊整理

5. 居住地區作為變項，銀髮族對相關活動之參與意願、政府補助及志工陪伴之影響

根據分析結果，居住地區對於受訪者在「參與藝文創作或表演」、「觀賞體育競賽」以及「參與成人教育」之意願上有差異。又根據雪費法(Scheffe)進行事後檢定，在參與藝文創作或表演部分，居住在台中地區之受訪者參與意願高於居住在台北地區之受訪者，又高於居住在高雄地區之受訪者。在觀賞體育競賽部分，則是居住在台中地區之受訪者參與意願高於居住在高雄地區之受訪者，又高於居住在台北地區之受訪者。而在參與成人教育部分，則也是居住在台中地區之受訪者參與意願高於居住在台北地區之受訪者，又高於居住在高雄地區之受訪者。

至於受訪者對於各項活動在有政府補助的狀況下，居住區域主要對於受訪者在參與「觀賞文藝展覽」、「成人教育」以及「社交聯誼」之參與意願有顯著差異之影響；且根據雪費法事後分析，影響之程度皆為以居住在台中地區之受訪者高於居住在台北地區之受訪者，又高於居住在高雄地區之受訪者。而在志工陪伴的狀況下，受訪者之居住地區對於「觀賞影音表演」以及「觀賞文藝展覽」之參與意願有顯著影響；以雪費法事後分析，在觀賞影音表演部分，以居住在台中地區之受訪者參與意願高於居住在台北地區之受訪者，又高於居住在高雄地區之受訪者。在觀賞文藝展覽部分，以居住在台中地區之受訪者參與意願高於居住在高雄地區之受訪者，又高於居住在台北地區之受訪者。

表 36 居住地區對於受訪者在活動參與意願上之影響程度

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演（例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.250	.779
觀賞文藝展覽（例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.130	.121
參與藝文創作或表演（例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	6.663	.002
觀賞型體育競賽（例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	5.508	.005
參與型健身運動（例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	2.029	.134
國內旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.583	.559
國外旅行?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	1.033	.357
成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	9.074	.000
社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.179	.836
中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.010	.990
抗衰老（例如：保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.311	.733
醫療美容（例如：玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂，等等）?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.639	.529
你是否願意住進養生村?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.005	.995

是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.164	.849
您是否願意購買能夠促進生活便利的用品(例如:護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅,等等)-請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?	.078	.925

資料來源：宇智顧問團隊整理

表 37 居住地區對受訪者在有政府補助及志工陪伴之狀況下對於活動參與意願之影響

ANOVA		
	F檢驗	顯著性
觀賞影音表演-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.264	.284
觀賞影音表演-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	3.538	.031
觀賞文藝展覽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	4.111	.018
觀賞文藝展覽-政府若與大專院校服務課程合作,由大學生志工陪伴您參與相關活動,是否增加您參與相關活動之意願?	6.037	.003
觀賞型體育競賽-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.789	.169
參與型健身運動-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	2.066	.129
國內旅行?-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	1.046	.353
成人教育-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	7.099	.001
社交聯誼-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	6.293	.002
養生村-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.064	.938
養生村中舉辦的各類休閒養生活動-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.059	.942
購買促進生活便利的用品-政府若能提供1/10的補貼,是否增加您參與相關活動之意願?	.276	.759

資料來源：宇智顧問團隊整理

由以上分析內容可以得知受訪者在「年齡」、「健康狀況」、「教育程度」、「經濟狀況」以及「居住地區」等不同變因的影響下，對於各類活動之參與意願以及在政府有補助及有志工陪伴之狀況下的參與意願部分出現顯著影響。整體而言，在本研究受訪族群中，愈年輕的銀髮族對於休閒養生的產品或服務的接受度愈高。與一般預測相反的是，津貼補助與大學生志工陪伴不僅不見得能提高銀髮族對於休閒養生的產品或服務之消費意願，甚至有可能降低。初步的推測是，銀髮族不認為自己是弱勢族群，因此認為接受津貼補助與大學生志工陪伴為一種弱勢的表現，所以不願意接受；另一方面，津貼補助也有可能令人聯想到品質的低落。若以本研究問卷結果為依據推測，當今的銀髮族，尤其是嬰兒潮的銀髮族，追求的是高品質且能營造正面形象的休閒養生之產品或服務。

三、問卷題本

經建會銀髮族休閒養生產業研究案_問卷調查

親愛的朋友，您好：

感謝您在百忙之中抽空參與行政院經濟建設委員會委託的『銀髮族休閒養生產業』計畫案所執行之需求調查。本調查的目的在於瞭解台灣銀髮族群對於休閒養生產業的需求和喜好，以協助政府研擬相關政策或措施。

您所填寫的資料僅供學術研究之用（如：統計分析與數據預測等）。本計畫謹遵我國『個人資料保護法』中有關個人隱私權的保護規定，您個人的隱私權將得到充分的尊重，您所提供的資料也絕無外洩之虞，敬請放心。

本問卷為雙面印製，請記得正反兩面的問題均須作答！

以下將針對不同類型的休閒活動，**分別請教您下列四個問題**：

1. 您參與該休閒活動的可能性有多高？
2. 您願意花費多少預算參與相關活動（以平均每月計算）？
3. 政府若能發放相關活動消費券，是否增加您參與相關活動之意願？
4. 政府若與大專院校服務課程合作，由大學生陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願？

請從下頁開始作答

<p>請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?</p> <p>請詳讀每題內容，再依個人之「意願與情況」， 勾選最符合的選項，每題均請作答，謝謝。</p>	非常不可能	不可能	有點不可能	有點可能	可能	非常可能
1 藝術創作與欣賞						

(1) 觀賞影音表演 (例如：劇院、劇場、音樂會、演唱會、電影，等等) ?

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?

政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?

(2) 觀賞文藝展覽 (例如：美術館、博物館、畫廊、文化中心，等等) ?

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?

政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?

(3) 參與藝文創作或表演 (例如：樂器演奏、合唱團、說唱藝術、書畫、雕刻、插花、攝影、手工藝品，等等) ?

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?

政府若與大專院校服務課程合作，由大學生志工陪伴您參與相關活動，是否增加您參與相關活動之意願?

<p>請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?</p> <p>請詳讀每題內容，再依個人之「意願與情況」，勾選最符合的選項，每題均請作答，謝謝。</p>	非常不可能	不可能	有點不可能	有點可能	可能	非常可能
2 體育競賽						

(1) 觀賞型體育競賽 (例如：觀看棒球、籃球、高爾夫球、網球、摔角、賽車，等等)?

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?

(2) 參與型健身運動 (例如：高爾夫球、網球、游泳、登山、各類舞蹈、元極舞、太極拳，等等)?

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?

<p>請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?</p> <p>請詳讀每題內容，再依個人之「意願與情況」，勾選最符合的選項，每題均請作答，謝謝。</p>	非常不可能	不可能	有點不可能	有點可能	可能	非常可能
3 觀光旅遊						

(1) 國內旅行?

您個人每次平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願?

(2) 國外旅行?

您個人每次平均願意花費多少預算參與相關活動? 新台幣 _____ 元

<p>請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高？</p> <p>請詳讀每題內容，再依個人之「意願與情況」，勾選最符合的選項，每題均請作答，謝謝。</p>	非常不可能	不可能	有點不可能	有點可能	可能	非常可能
4 終身學習與社交聯誼						

(1) 成人教育（例如：長青學苑、老人大學、社區大學、樂齡大學，等等）？

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動？ 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願？

(2) 社交聯誼（例如：宗親會、扶輪社、社群網站、進香團、婦女會、第二春聯誼，等等）？

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動？ 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您參與相關活動之意願？

<p>請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高？</p> <p>請詳讀每題內容，再依個人之「意願與情況」，勾選最符合的選項，每題均請作答，謝謝。</p>	非常不可能	不可能	有點不可能	有點可能	可能	非常可能
5 健康養生						

(1) 中醫保健（例如：中草補藥、推拿、針灸，等等）？

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動？ 新台幣 _____ 元

(2) 抗衰老（例如：保健食品、spa/三溫暖、護髮/護膚/護甲、各式美容化妝用品，等等）？

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動？ 新台幣 _____ 元

(3) 醫療美容（例如：玻尿酸、肉毒桿菌、電波拉皮、抽脂，等等）？

您個人每月平均願意花費多少預算參與相關活動？ 新台幣 _____ 元

<p>請問您參與以下休閒養生活動的可能性有多高?</p> <p>請詳讀每題內容，再依個人之「意願與情況」， 勾選最符合的選項，每題均請作答，謝謝。</p>	非常不可能	不可能	有點不可能	有點可能	可能	非常可能
6 居住選擇與日常活動安排						

(1) 你是否願意住進養生村?

您個人每月平均願意花費多少預算住在養生村? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否提升您住進養生村之意願?

(2) 若養生村的相關活動開放給所有人參與，你是否願意參與養生村中舉辦的各類休閒養生活動?

您個人每月平均願意花費多少預算參與養生村的各類休閒養生活動? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否提升您參與養生村所舉辦各類休閒養生活動之意願?

(3) 您是否願意購買能夠促進生活便利的用品（例如：護膝、機能衣、電動代步車、扶手馬桶、拐杖、輪椅，等等）?

您個人每月平均願意花費多少預算購買相關用品? 新台幣 _____ 元

政府若能提供 1/10 的補貼，是否增加您購買相關用品之意願?

個人基本資料調查，請在適當的位置打✓或填寫

1	性別： <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2	年齡：_____（歲）
3	教育程度： <input type="checkbox"/> 不識字 <input type="checkbox"/> 識字 <input type="checkbox"/> 小學 <input type="checkbox"/> 國(初)中 <input type="checkbox"/> 高中(職) <input type="checkbox"/> 大學(專) <input type="checkbox"/> 研究所以上
4	婚姻狀況： <input type="checkbox"/> 已婚 <input type="checkbox"/> 未婚 <input type="checkbox"/> 離婚/分居 <input type="checkbox"/> 喪偶 <input type="checkbox"/> 其他：_____
5	居住型態： <input type="checkbox"/> 自己獨居 <input type="checkbox"/> 僅與配偶（同居人）同住 <input type="checkbox"/> 與子女同住 <input type="checkbox"/> 祖孫二代同住 <input type="checkbox"/> 與非直系親屬居住 <input type="checkbox"/> 安療養機構 <input type="checkbox"/> 其他_____
6	子女數目：_____（位）
7	經濟來源（可複選）： <input type="checkbox"/> 自己有收入/儲蓄/退休金 <input type="checkbox"/> 配偶或同居人提供 <input type="checkbox"/> 子女供養 <input type="checkbox"/> 政府救助或津貼 <input type="checkbox"/> 社會或親友救助
8	職業： <input type="checkbox"/> 有（請說明：_____） <input type="checkbox"/> 無（退休_____年，退休前職業：_____） 目前有無兼差？ <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有，平均每週_____小時
9	個人平均每月可使用的生活費用： <input type="checkbox"/> < 6,000 <input type="checkbox"/> 6,001~12,000 <input type="checkbox"/> 12,001~18,000 <input type="checkbox"/> 18,001~24,000 <input type="checkbox"/> 24,001~30,000 <input type="checkbox"/> 30,001 以上
10	是否有參與社會團體或擔任志工： <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有，團體名稱：_____，平均每週_____小時
11	經濟狀況： <input type="checkbox"/> 不佳 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 中上 <input type="checkbox"/> 良好
12	健康狀況： <input type="checkbox"/> 不佳 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 中上 <input type="checkbox"/> 良好
13	是否有慢性疾病： <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有（ _____ 種慢性病）
14	是否因為健康問題影響外出活動能力： <input type="checkbox"/> 具有獨立活動能力 <input type="checkbox"/> 偶爾需要幫忙（人力看護或輔具） <input type="checkbox"/> 時常需要幫忙（人力看護或輔具） <input type="checkbox"/> 無法外出
15	是否有運動習慣： <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有，平均每週_____小時

附件六 銀髮族智慧型裝置

一、平板電腦

拜科技所賜，平板電腦所具有直覺式的操控介面、長效的電池續航力以及輕巧的尺寸和重量，逐漸取代以往需要鍵盤滑鼠的桌上型電腦，深入到人們生活中的各個角落，特別是對於銀髮族群有著特別的吸引力(季晶晶, 2010)。另外，根據eMarketer調查報告指出，美國嬰兒潮銀髮族的行動上網人數比例從2010年的16.9%成長至2011年的25.4%；到了2015年，將近40%的銀髮族群會透過行動裝置上網(eMarketer, 2011)。



圖 51 銀髮族使用平板電腦之實例圖
資料來源：彭博資訊

二、掌上型益智遊戲電玩

日本的川島隆太教授在任天堂公司生產的 NDS掌上型遊戲機開發了名為「Brain Age」的一系列益智遊戲，分別在日本、美國以及歐洲市場廣受好評。遊戲由許多簡單的算術及問答等所組成，非常適合銀髮族群用來活化腦部和排解無聊感。

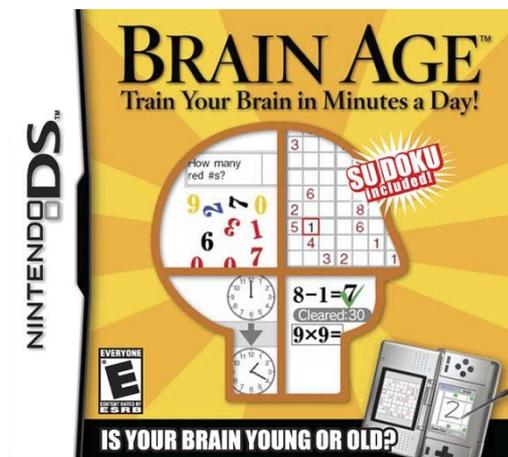


圖 52 NDS 的 Brain Age 益智遊戲實例圖
資料來源：brainage.com

類似的遊戲如Big Brain Academy自2006年6月至2009年8月4日，全球總計共賣出超過1,200萬份。美國退休民眾協會AARP(American Association of Retired Persons)預估，美國地區高齡遊戲的市場將在2015年達到20億美元。

三、數位體感遊戲

運動遊戲(exergaming)或稱主動性電玩(active video games)，結合運動(exercise)以及遊戲(gaming)(Mackenzie, 2006)，利用動作捕捉技術使得玩家和遊戲中的元素進行互動，以達到運動的效果。此種遊戲形式大大提高了運動的趣味性，許多原本沒有運動習慣的人們因而躍躍欲試(Ruppert, 2011)。

任天堂公司在2006年推出第一部體感遊戲機Wii，利用Wii Remote控制器，以直覺、簡單的體感操控方式使得原本對電玩遊戲興致缺乏的中年人和銀髮族深深著迷，靈活的操控方式具備高度互動性，大人小孩可共同參與；遊戲的歡樂過程中不知不覺也達到活動筋骨和活化腦部的作用。

除了Wii以外，微軟XBOX 360遊戲機所搭建的Kinect體感偵測器，讓玩家甚至只需要揮舞手腳，不需要任何實體控制器即可操控遊戲中的人物。另外，Kinect近期所推出軟體開發套件SDK(Software Development Kit)，讓體感偵測器不侷限於專屬的Xbox 360電視遊樂器，甚至可搭配Windows作業系統等其他電腦系統。藉此，歐洲的LEAGE(Learning Games for older Europeans)計畫針對銀髮族設計出一系列模擬歐洲公路旅行的體感遊戲(Matia Gerontological Institute, 2012)，遊戲途中有設有許多關卡，玩家藉由小遊戲可以學習文化知識，或是獲得旅遊行程推薦，甚至是學習其他外國語言。除了上述兩項體感遊戲機，SONY公司亦在PlayStation 3的平台上推出了Move體感控制系統，以Playstation Eye動作捕捉攝影機搭配上導航控制器(Navigation controller)以及動態控制器(Motion Controller)，藉由更靈敏的偵測技術，提供比Kinect和Wii更為細膩的體感操控。

Xbox Kinect不用克服操控器的學習門檻即可進行娛樂，操控方式是三種體感遊戲機當中最為簡單的。而任天堂的Wii雖然操控方式不如Xbox Kinect來得單純，但憑藉其專攻銀髮族市場的策略，在銀髮族群市場佔有一席之地。此外，在日本，電子遊藝場以往大多為年輕人出入的場所。近年來由於日本銀髮族群長時間待在家中所產生的無聊感，紛紛走進電子遊藝場，在使用簡單的遊戲機台同時，並將電子遊藝場當作銀髮族群同儕彼此間的社交場所。由於過去的習慣，銀髮族群在贏得遊戲獎勵點數時，較偏好以紙本記點的集點卡而非目前年輕人所偏好的數位虛擬方式集點(打電玩交友日銀髮族新時尚, 2012)。

附件七 亞洲郵輪市場現況

亞太地區目前仍處於新興郵輪市場階段。依據英國海運研究機構（ocean shipping consultants）估計，亞洲搭乘旅客只占現有郵輪市場的8-9%，仍有待經營者開發努力，不過在其報告中指出，中國大陸、南韓以及我國的成長潛力應最為顯著。

亞洲市場主要由雲頂香港公司所經營之麗星郵輪隊主控，配合亞洲人旅遊習慣，經營短程航行航線包括不到1天，2天或3天的旅程，或以無目的地的公海航程以及至一兩個目的地的旅程為主。至於在亞洲地區7到14天的長程航行，多屬歐美郵輪公司的全球航行中的一段。由於香港、新加坡以及馬來西亞的巴生港，均屬亞洲著名港市，加以均擁有便利之航空運輸支援，故成為郵輪船隊主要之轉運點，自然也列入歐美郵輪全球旅程中之一環，成為亞洲郵輪市場之主力港灣。目前亞太郵輪市場主要以東南北亞為主，台灣、香港、新加坡、馬來西亞、泰國、中國大陸、日本、韓國皆有郵輪造訪。

在亞太郵輪市場發展現況方面，本文蒐集新加坡、香港、上海、廈門等亞太地區成功發展郵輪之個案及現況，係說明如下。

一、新加坡

新加坡港務局與旅遊促進局早在1990年代初期起即斥資兩千八百萬美元，在新加坡港口著手興建海上郵輪中心，除了先期提供作為麗星郵輪船隊棲身之母港用途之外，其最終目標是將新加坡發展成為「遠東的邁阿密」。經過十餘年來積極的經營，1997年新加坡即以高居整個亞太地區32%之郵輪市占率，躍居成為亞太郵輪旅遊之主要門戶及集散中心。2005年，新加坡郵輪旅客即已突破250萬人次，為該國旅遊事業帶來很大的經濟效益。

二、香港

香港旅遊發展局公布顧問研究顯示，隨著全球郵輪旅遊業務急速增長的發展趨勢，香港目前只有海運大廈的兩個郵輪泊位，將在未來兩、三年不敷應用，該局總幹事臧明華透露，政府正研究在短期內加設臨時供郵輪停泊的設施，以應付東南九龍郵輪碼頭落成前的市場需求，並爭取成為亞洲地區的郵輪樞紐。因此，香港特區政府為更進一步發展郵輪旅遊產業，預計在原啟德機場舊址建設發展成第一個郵輪碼頭的停泊和配套設施，所需成本約為港幣二十四億元，當中包括地盤平整工程為港幣十三億元，建造停泊設施及配套設施分別為港幣三億和八億元。特區政府估計，預計在新郵輪碼頭設施落實後八年（即2020年），每年的經濟收益可達港幣十四至二十二億元，並帶來七千至一萬個就業機會。

三、上海

國際豪華郵輪首次停靠大陸港口，是在1980年代。最近10年來，抵達大陸港口的國際郵輪數量持續增加。2005年國際豪華郵輪停靠上海、天津、青島、大連、寧波、廈門等港口共計40航次。2006年有近15艘國際豪華郵輪停靠大

陸港口達 70 多航次。2006 年 7 月歌詩達郵輪公司 (Costa Cruises)，開闢了第一條以上海作為母港的郵輪客班輪航線。同時眾多國際郵輪公司為了開發新興的郵輪市場，紛紛將關注的焦點轉向大陸。據國際旅遊組織預測，到 2020 年中國大陸可能成為世界上最大的旅遊目的地之一，並吸引更多的國際郵輪靠泊。

四、廈門

隨著 2008 年廈門國際郵輪中心正式的使用，海外慕名造訪廈門的豪華郵輪逐年攀升。廈門國際郵輪中心位於廈門島西海域港區南側的東渡路上，碼頭按年輸送量 150 萬人次及高峰集中旅客到達量 3000 人的功能要求、一級國際客運站標準設計，主要為大型郵輪的停靠和廈金航線提供服務。隨著 2011 年 10 月 19 日，皇家加勒比海國際郵輪「海洋神話」號首航臺灣，拉開了廈門郵輪母港的序幕。隨後，「海洋神話號」、「東方神龍號」等大型郵輪陸續將廈門作為郵輪母港，郵輪靠泊量及旅客量迅速增加。根據廈門國際郵輪中心新聞稿指出，包括停靠廈門的非母港航線在內，至 2012 年底，廈門約擁有 21 條郵輪航線。未來預期廈門母港每天上下遊客可達 1.5 萬人次到 2 萬人次，預計全年可接待遊客 500 萬人次以上。

附件八 台灣四大港口觀光遊輪發展現況

一、基隆港

基隆港為台灣第二大之國際商港，也是台北的外港、與台灣北部首要的海運樞紐。其管理及營運單位為臺灣港務公司基隆港務分公司。整個港區緊臨基隆市中心，並有麗星郵輪作為郵輪停靠之母港，亦是台灣最經常有國內外郵輪、客貨輪在此靠泊的港灣。基隆港接近政治、經濟中心之大台北都會區，都會周邊又密佈各類型工業區，腹地廣大，人口稠密，資源豐富，向來為台灣地區高價值貨物吞吐最主要之門戶，港埠地位甚為顯要，亦對我國觀光收益帶來許多正面影響。而為迎接亞洲最大型郵輪，臺灣港務股份有限公司亦進行各項硬體改善，包括將原有碼頭浚深至10米，達到可靠泊世界最大型的海洋綠洲號（Oasis of the Seas）等級郵輪，以及改善臨時安檢區與行李提領區等工程。預計2013年新建新海港大樓，該海港大樓預定地位在基隆港西岸4、5、6號碼頭，緊臨基隆火車站旁；將來搭郵輪或兩岸客輪來台的背包客，會有方便的大眾運輸可搭乘，讓觀光旅遊能夠更便利。

二、台中港

台中港位於台灣西部海岸中央，為一新興的國際商港。臺灣港務股份有限公司自2012年3月1日成立以來，將台中港發展定位為兩岸定期渡輪母港。台中港地近福建沿海地區，對著重時效之渡輪而言，發展台中至大陸海西地區兩岸快捷航運，具有絕對優勢。憑藉其地理優勢台中港已吸引有中遠之星、海峽號及國際不定期郵輪靠泊，旅客多為陸客或香港籍旅客，航程則以包船直航或自香港一程多站來臺方式居多，顯見台中地區觀光發展相當受到陸客認同。未來臺灣港務更十分看好台中港客運量成長的表現，除麗娜號、吉時號、今日之星等兩岸快速客運滾裝輪也有意開闢由台中港直航客運航線外，也已積極爭取到維多利亞、雙子星、海洋航行者等多艘國際大型郵輪彎靠台中港。面對客輪業績迅速成長，臺灣港務股份有限公司規劃未來3年內，將於台中港既有19號碼頭北側新建一座多功能碼頭(18號碼頭)，提供大型郵輪、客滾輪及快速卸貨船使用，以增加船席調度彈性及兩岸渡輪航程多樣性，將為台中港客運量再創佳績。

三、高雄港

高雄港為台灣最大之國際商港，除為台灣主要之貨櫃轉運樞紐港外，亦為台灣南部主要之貨物進出口港埠。高雄港務局並轄有安平港作為輔助港，以及布袋港、澎湖馬公港等附屬港，且因位處台灣所有港口中最不受東北季風吹襲影響的範圍，一年四季均適郵輪停靠，2012全年度合計共有二十艘豪華郵輪過境停靠高雄港，今年郵輪遊客數逾一萬六千人，其中日籍郵輪就占四分之一。2013年已預定來台至高雄港停靠之郵輪共計15艘，列表如下。

表 38 高雄港 2012 年與 2013 年郵輪停靠表

101 年國際郵輪船期停靠表			102 年高雄港郵輪船期預報表		
船名	靠泊碼頭	船務公司	船名	靠泊碼頭	船務公司
日本丸 (NIPPON MARU)	2 號	英豐公司	歌詩達維多利亞號 (COSTA VICTORIA)	2 號	威爾森公司
諾蒂卡 (NAUTICA)	2 號	威爾森公司	日本丸 (NIPPON MARU)	2 號	英豐公司
飛鳥二號 (ASUKA II)	2 號	台強公司	寶瓶星號 (SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司
阿曼達 (AMADEA)	2 號	德安公司	寶瓶星號 (SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	寶瓶星號 (SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	太陽公主(SUN PRINCES)	2 號	怡和公司
尚丹(ZAANDAM)	2 號	威爾森公司	太陽公主(SUN PRINCES)	2 號	怡和公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	雙子星號 (SUPERSTAR GEAMIN)	2 號	威爾森公司
漢神(HANSEATIC)	2 號	百利公司	雙子星號 (SUPERSTAR GEAMIN)	2 號	威爾森公司
富士丸 (FUJI MARU)	2 號	英豐公司	雙子星號 (SUPERSTAR GEAMIN)	2 號	威爾森公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	雙子星號 (SUPERSTAR GEAMIN)	2 號	威爾森公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	雙子星號 (SUPERSTAR GEAMIN)	2 號	威爾森公司

寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	寶瓶星號 (SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司	寶瓶星號 (SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司
海洋神話(LEGEND OF THE SEAS)	2 號	經緯公司	寶瓶星號 (SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司			
日本丸 (NIPPON MARU)	2 號	英豐公司			
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司			
寶瓶星號(M/V SUPERSTAR AQUARIUS)	2 號	威爾森公司			
太平洋維納斯(PACIFIC VENUS)	2 號	海天公司			

資料來源：臺灣港務股份有限公司高雄港務分公司

四、花蓮港

花蓮因位處台灣東部，直接受到東北季風吹襲影響，冬季較不適合郵輪之停靠。其優勢則因港區周邊有台灣最具國際知名度的太魯閣國家公園、花東縱谷國家風景區及花東海岸國家風景區等豐富之觀光資源，得以作為郵輪旅客岸上遊程之配套旅遊行程。然而目前受限於過去花蓮港之興建主要以貨運港口為主，因港口設施配套不足，目前僅有提供觀光客通關的基本服務功能。

附件九 摩根樂園簡介

美國德州的聖安東尼奧 Morgan's Wonderland (摩根樂園)，由非營利機構 Sports Outdoor and Recreation (SOAR) 經營。該樂園成立於 2010 年，是第一個為特殊需求的孩童與成人所設計的無障礙家庭遊樂園。摩根樂園是由 Gordon Hartman 所創辦，起因於他身心障礙的女兒 Morgan 在玩樂時被一群小朋友所拒絕，所以他有了為特殊需求的人們與他們的家庭建造一座無障礙樂園的想法，希望能打造一個遊樂園區，而在這個地方的任何人，不論能力、年紀或健康，都可前來一同玩樂廣交朋友。身為有特殊需求孩童的家長，Hartman 了解這些身心障礙者有時候很難和其他小朋友互動和嬉戲，而且這些認知障礙或身體殘障小朋友的家長亦很難從事戶外活動。一般遊樂園能夠吸引身心障礙孩童入場，但那些遊樂園卻未配備合適的遊樂設施，使得這趟旅程體驗無法像一般預期的好玩或輕鬆。因此 Hartman 開始打造一個屬於他們的園地，自掏腰包一百萬美元，其他資金使用募款方式籌資，最後共募得約 3 千萬美元 (政府單位募得一千七百多萬加上民間單位一千多萬)，開闢摩根樂園這一充滿人性且極易造訪的 25 英畝樂園。

主題樂園雖然專門針對身體或精神殘障人士，但也對普通人開放，特殊需求人士可免費入園，其陪同家庭成員每人只需 10 美元。3-10 歲兒童以及 62 歲以上銀髮族入園門票一次 10 美元，其他成人每人門票為 15 美金。園方限制每日訪客人數，以防止人多吵雜或排隊時間過長。前往摩根樂園需要先上網預約，讓園方得以預先瞭解使用者的背景以及所需的協助，這些包括入園者的健康需求和過敏史、陪同者的姓名等，甚至會要求預約者能夠預先 e-mail 一張相片，以讓園方能提供最好的服務。

摩根樂園裡有 25 個遊戲項目，全都有無障礙設施，也不必擔心走失的問題，因為每一個入園者手上都會戴上特別的手環，裡面有 RFID (Radio Frequency Identification) 定位晶片，園方隨時可以透過電腦系統找到人。入園後，通過使用功能的手鐲，遊客們可以與員工分享訊息，讓遊客們的需求可以獲得更好的照顧。

特別的是，近期摩根樂園開發了一個銀髮族日 (Senior Fridays) 專案活動，將每個月第二以及第四個周五訂為銀髮族日，邀請銀髮族在戶外享用一頓野餐，在公園步道散步，騎旋轉木馬，以搭乘火車方式參觀園區美麗的 8 英畝湖泊。周五的銀髮專案活動包括在碼頭釣魚、國際標準舞教學、坐式瑜珈課程、音樂會、懷舊舞蹈安排、減重/促進深呼吸課程、排舞、坐式排球 (Chair Volleyball) 以及匹克球 (pickle ball) (一種近似於網球、羽毛球和桌球的混合運動) 園區最受歡迎的遊樂設施之一為由派拉蒙影城所提供的互動式劇院-感官村，此室內空間有許多能刺激感官的互動遊樂設施，因此對有特殊需求的人士頗有益助。例如感官村內有一個機械店鋪，工具安裝在矮桌上，輕輕觸碰就會發出螺栓鑽洞的聲音。另外像是蝴蝶樂園可供輪椅上的民眾進行遊樂設施，例如該樂園中之旋轉木馬的座椅可讓無法坐直的乘客易於搭乘，且座位旁還有空間可讓監護者在一旁照料。而輪椅式鞦韆則讓坐輪椅的遊客也能享受盪鞦韆的樂趣。另外還有像是越野吉普

車，特殊設計讓輪椅帶人可以放進吉普車，然後在一條曲折的羊腸小道上顛簸前行，使得參與者感到新鮮刺激。另外還有露天劇場，提供音樂劇等讓民眾欣賞。

坐式排球是相當適合銀髮族的運動，目的在於減少銀髮在運動過程中摔傷和擦傷的機會。首先是重量輕，類似海灘球，而不是一個濃重的標準排球。球體大約 20 英寸，體積上比標準排球更大因此更容易控制。遊戲者坐在輪椅或是折疊椅上，面對球網分組而坐。在一個分組團隊中有六名球員，玩家不被允許離開自己的椅子，若離開椅子則視同為犯規。網子可以使用羽毛球網，亦或是排球網，頂部應該不離地超過 5 英尺。球場可以用膠帶或是彩色繩在地上做標記，因此適合任何平面場域，場地大小一般為 10 英尺長，10 英尺寬。其他規則可參考普通排球規則，遊戲最重要是促進銀髮族的參與，一些休閒娛樂中心，甚至使用特殊的 T 恤以做為團隊標誌，增加銀髮族參與興趣。這種運動對銀髮族的健康有很多好處，有助於養成良好的手眼協調能力，同時可以協助開發銀髮族上肢力量，而且團隊遊戲有助於發展友情以及社交支持。另外亦它有助於減輕壓力，增強了肌力與肌耐力。同時這也促進了銀髮族自尊和合作與接納的可能性。

摩根主題樂園採用的定位系統是在單條腕帶裡安置了幾種 RFID 標籤，而擁有 RFID 閱讀器的服務亭則安裝在公園各處，幫助遊客通過讀取各自的 ID 腕帶追蹤同伴的行蹤，並在螢幕上查看同伴的具體位置。這套系統也確保沒有人跟隨非同伴成員離開公園，若任何遊客在沒有其全體同伴陪同的情況下離開公園，大門的手持 RFID 閱讀器會發出警報。而且，當遊客掃描 RFID 標籤時，他們在公園的遊玩相片會直接發到他們的電子郵箱。

樂園可以隨時監看樂園內之遊客數量以及各設施之使用人數以進行管制，保證工作人員為遊客提供優質的服務。為了控制遊客數量，公園採用了 Denim Group 提供的一個線上登記系統，遊客必須先在網上註冊，建立了一個帳號，選擇他們希望參觀的時間，接著可選擇輸入他們或家庭成員的資料，如希望公園方面了解到健康情況（例如，如果有小孩對某種食物過敏等）。註冊軟體可供存儲這些信息，最後產生一張帶條碼的預定門票，遊客可在選定日期攜帶電子門票來到樂園。當遊客抵達時，可減低資料登記時間方便工作人員登陸。工作人員接著為參觀的各個家庭成員發一條 RFID Tec Locator 腕帶，腕帶包含三個 RFID 標籤：高頻標籤用於出口、登記區域和 Location Station 的近距離讀取。低頻標籤用於通知工作人員將相片電郵到他們的郵箱。如果，家庭失去某個成員蹤跡，他們可以將腕帶放在公園 RFID 服務亭前（共有 5 座），讀取腕帶的高頻標籤。軟體接著收集該家庭成員的所有 ID 碼，並在螢幕上以姓名標識標出各個成員的位置。如果有遊客需要幫助，園內攜帶手持機的工作人員亦可讀取他或她的 RFID 標籤，即時了解他們的身份及醫療訊息。

根據世界新聞網報導(崔芳，2011)指出，據統計，「摩根仙境」自 2010 年春季開放以來已經吸引 10 萬人次，遊客來自全美 49 個州以及 16 個國家和地區，四分之三的遊客並非殘障人士。在殘障遊客中，患自閉症、骨科損傷、智力低下或癲癇症的青少年兒童較常見。



圖 53 適合銀髮族參與之坐式排球實例圖
資料來源：Heritage Hall Senior Center



圖 54 摩根樂園內之特殊迴轉木馬設施實例圖
資料來源：美聯社



圖 55 適合所有年齡以及能力者的盪鞦韆設施實例圖
資料來源：摩根樂園網站



圖 56 摩根樂園每週五的銀髮族日實例圖
資料來源：摩根樂園網站



圖 57 摩根樂園內之 RFID 手環實例圖
資料來源：摩根樂園網站



圖 58 摩根樂園內的看版實例圖
資料來源：

<http://giveeveryday.com/blog/2011/02/17/day-12-give-with-morgans-wonderland-in-san-antonio-tx/>

附件十 期初意見之辦理情形

審查意見	意見回覆
<p>第二點、報告中對銀髮族休閒養生產業的範疇已有初步界定，但未有明確的定義，請補充。</p>	<p>謝謝委員建議。已於本報告第 18 頁，針對銀髮族休閒養生產業的範疇予以定義，請卓參。</p>
<p>第三點、文獻蒐集部分，除歐、美、日外，建議可納入更多亞太國家的發展現況與趨勢。有關產值、市場需求、就業及銀髮族勞動參與方面的資料，仍顯不足，請補強。</p>	<p>謝謝委員建議。本報告許多部份皆針對歐洲(包括德國、芬蘭、西班牙等)、美國及日本等進行研究，主要係因考量目前市場成熟度及其先進經驗。此外，根據不同產業之發展狀況，本團隊也參考其他亞太國家之發展現況與趨勢，例如：報告第 36 頁提及新加坡樂齡公寓與社區活動之發展概況；第 39 頁提及香港高齡學習之發展概況；第 171 頁提及亞太郵輪市場之概況；等。關於銀髮族為資源提供者，此一概念為本團隊所欲推行之重要概念，本團隊也於報告中第 49 頁提及銀髮族資源活化相關產業，在報告 71 頁提出鼓勵多元模式的參與及培訓管道，其中便有發展老老服務模式之空間；此外，在報告中第 78 頁亞太青銀共創協會、第 82 頁銀髮族實驗室以及第 82 頁銀髮族休閒養生活動陪伴師亦皆有銀髮族資源之發揮空間。</p>
<p>後續於完成具發展潛力項目的篩選後，建議可針對各潛力項目，蒐集國際上具啟發意義與參考價值的案例，以為借鏡。</p>	<p>謝謝委員建議。本報告於第三章提出「國際及國內銀髮族休閒養生產業發展趨勢與國內相關契機之分析」，於第 22 頁提出包括日本、芬蘭、新加坡、西班牙、德國、美國、香港等國之個案為例進行介紹。</p>
<p>本案執行期間為 8 個月，其中還要辦理 1 場國際研討會，時間上較為緊湊，後續請妥為規劃。</p>	<p>謝謝委員建議。本團隊已於 2012 年 11 月 10 日假輔仁大學國璽樓 2 樓舉辦「樂齡族休閒養生產業全球發展交流會」。</p>

附件十一 期中意見之辦理情形

審查意見	意見回覆
<p>有關休閒養生產業的定義與範疇，將影響後續潛力產業的篩選，所以應就定義與範疇先做一明確的界定。</p> <p>就提供已生病銀髮族所需的醫療與照護服務之相關產業，似不宜納入本案產業範疇(意即，排除報告第 6 頁圖 1 之療癒型產業)，以避免與現行「健康照護升值白金方案」政策重疊；惟「健康促進產業」不涉及醫療與照護產業，則建議納入。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已將關於醫療與照護服務相關之內容移除。目前，報告中主要只針對預防性、保健性的健康促進產業為研究重點。</p>
<p>有關休閒養生產業的定義與範疇，將影響後續潛力產業的篩選，所以應就定義與範疇先做一明確的界定。</p> <p>期中報告第 5 頁之定義，將銀髮族休閒養生產業限定在以銀髮族為主要消費客群，依此定義檢視報告列舉的相關產業，包括智慧型運動器材與輔具、中醫養生觀光旅遊、抗衰老/醫療美容觀光、中草藥及保健食品、觀光郵輪等，銀髮族是否為該等產業的主要消費族群，不無疑義，故產業的文字定義似有檢討空間。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂銀髮族休閒養生產業之定義，並於報告第 18 頁進行說明。依據此一定義，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機會以及相關發展建議。</p>
<p>請參考以上建議，將產業定義略作修正。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂銀髮族休閒養生產業之定義，並於報告第 18 頁進行說明。</p>
<p>建議第四章章名「我國最適發展模式」略作適當修正。有關第三章內容大多為產業範疇內次產業發展現況的說明，少部分則為發展模式建議(如中醫診所及人才輸出)，章名定為「我國最適發展模式」，似乎名不符實。</p> <p>本章內容與「國際與國內產業發展現況」較為貼近。分析本章內容，研究單位基於一些研究文獻、產業發展前景或專家訪談資料，列舉一些次產業並說明該產業之國外經驗與國內現況與相關政策規定，並未說明篩選原則及產業競爭力分析。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。首先，根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機會以及相關發展建議。第四章章名現修訂為「我國銀髮族休閒養生產業發展建議」。</p>

<p>第四章「我國最適發展模式」所提商業模式與政策建議，應於分析工作完成後再提出較為妥當。第四章所列舉的產業也許發展前景不錯，但是否適合我國發展，仍須經過進一步的研究方能確定。而「跨國比較分析」、「台灣相關產業競爭力分析」及「研提具發展潛力休閒養生產業及發展模式」，是預定工作時程中的下一階段工作。在分析工作完成後，再行提出「具發展潛力產之商業模式與政策建議」似乎較為妥當。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。首先，根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機會以及相關發展建議。</p>
<p>第四章「我國最適發展模式」所提部分次產業的發展現況包括產值、需求、就業人數等資料仍不充足，請持續加強資料蒐集的完整性、即時性與正確性；第三章有關國外經驗與國內現況的部分，請考慮與第三章合併。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。目前第三章內容即含括國外經驗與國內現況的部分。</p>
<p>問卷調查的結果已出爐，惟未見進一步的論述，究該結果對產業發展方向有何影響，請補充說明。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究分別於報告第 42 頁及附件五針對問卷調查進行分析及摘要簡介。</p>
<p>報告內多次提及已辦理之「二次專家座談會」附於附件，惟實際並未附上，請補齊。</p>	<p>謝謝委員建議。已於報告附件一，提供二次專家座談會之訪問提綱與訪談摘要。</p>
<p>本次並未就期初報告建議內容說明辦理進度，是否能現場補充說明，並請於會後以附件的形式一併附於修正報告書，做為報告的一部分；期末報告提送時亦請附上期中報告審查意見之辦理情形。</p>	<p>謝謝委員建議。已於報告第附件十，附上期初意見辦理情形說明；附件十一，附上期中意見辦理情形說明；附件十三，附上期末意見辦理情形說明。</p>
<p>後續進行潛力產業篩選時，請將本計畫目標包括可培養活力銀髮族及經濟貢獻度等列為準則之一，期末報告書亦應詳細說明相關篩選準則。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究涵蓋銀髮族為消費者及資源提供者兩個面向。根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機會以及相關發展建議。</p>
<p>與會者的意見，若屬期中報告應完成的事項，會後請參考酌修期中報告書，並於 10 日內提送本會，俾憑辦理後續請款事宜；屬後續應辦理事項者，亦請積極納入參考。</p>	<p>謝謝委員建議，依指示辦理。</p>

<p>聯合國除針對 65 歲以上老人之需求，亦針對 80 歲以上老人之需求作統計，研究單位宜就不同年齡、對象的銀髮族需求再深入探討。</p>	<p>謝謝委員建議。已於報告第 20 頁，提出在銀髮族群中再以年齡劃分之分類方法；此外，由於 2011 年起，1946~1964 年出生之嬰兒潮族群開始邁入 65 歲以上高齡，本團隊著眼未來發展趨勢，於報告中第 10 頁，強調嬰兒潮銀髮族之特性，並提出嬰兒潮及過往銀髮族之特性及趨勢比較。</p>
<p>銀髮族較具財力，但理財方式相對保守，目前與老人相關的金融理財、保險信託產業仍較缺乏，應可考量納入。另，運動有益健康，誘導銀髮族運動，健保支出相對可減少，建議將運動相關產業納入考量。</p>	<p>謝謝委員建議，本團隊考量本研究主題為休閒養生產業，且銀髮族退休後不再有收入而支出卻增加，加上任何的投資皆有風險，因此未將金融理財、保險信託產業（房地產、股票、基金）列入建議發展產業。運動產業相關內容則已列入報告中第 46 頁及第 51 頁。</p>
<p>產業建議應單純化，宜聚焦在銀髮族需求的產業，建議排除與銀髮族相關不大的醫療美容觀光、中醫診所與人才輸出等。另產業的發展以滿足國內銀髮族需求為優先，亦可於成熟後朝海外發展，循序推動。</p>	<p>謝謝委員建議。已排除醫療美容觀光、中醫診所與人才輸出等項目。此外，本研究之研究方向也是以滿足國內銀髮族需求為優先，並於報告第 45 頁及第 73 頁提出相關說明。</p>
<p>請研究單位參考與會人員的意見，聚焦銀髮族需求再重新檢視所提之九項產業。另，高齡學習部分，美國、日本都有相關發展經驗，宜作補充。至其他細部建議，會後請承辦同仁另行提供。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已重新整理報告脈絡。主要係依台灣之發展利基，並考量銀髮族之生心理需求，提出產業發展機會以及相關發展建議。關於高齡學習部分，本研究參考美國高齡學習方案及活動以及香港高齡學習機構中銀髮族自主規劃及管理之實際經驗，推出「高齡講堂」相關規劃。</p>
<p>期中報告第四章提出 9 項「我國最適發展模式」，以 150 萬元的預算來看相當超值，但因分析層面過廣且效益分析亦不足，部分產業可能不可行。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已重新整理報告脈絡。主要係依台灣之發展利基，並考量銀髮族之生心理需求，提出產業發展機會以及相關發展建議。</p>
<p>團隊過於強調中醫的發展，惟中草藥目前仍面臨儲存與認證等問題，建議除詢問衛生署中醫藥委員會外，應另洽西醫專業人士或衛生署長官的意見。</p>	<p>謝謝委員建議。考量本次研就主要針對休閒養生產業，醫療與照護服務之相關產業不宜納入本案產業範疇。本團隊已將中醫診所、人才輸出以及醫療照護相關產業之內容移除。</p>
<p>產業若要依重要性、優先性做發展排序，建議益智遊戲優先發展，因其不需體力、不花大錢、安全、益智又養生（如榮總已有研究證實麻將有助於預防失憶症）。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究所提出的產業發展機會以及相關發展建議，並未特別依照重要性、優先性做發展排序。</p>
<p>整個期中報告的行文用詞及事實陳述用語，過於</p>	<p>謝謝委員建議。本團隊已針對全文文字做潤飾</p>

<p>強烈，宜做調整；進行跨國比較，亦宜注意不同數值間特性上的差異；另，提出明確建議前，建議應先做多面向的評析。舉如：第 37 頁「年輕人的就業問題亟待解決...赴美考取針灸師執教成為可能的出路之一。」、「建議中醫診所以公司法成立，而非以財團法人的方式成立」(事實上診所並非財團法人)、第 53 頁「鬆綁陸客團每人每天最低團費 60 美元的限制」及第 4 頁「經建會...大膽推測」等段落的用詞與基於單一理由即作出的政策建議，宜再斟酌。</p>	<p>和調整。</p>
<p>青銀共創協會構想相當創新，惟未論及明確運作機制，加以老人較保守，成效仍待評估。</p>	<p>謝謝委員建議。亞太青銀共創協會已於 2013 年 1 月 26 日召開成立大會，目前會員人數達 100 人以上，蓬勃發展中。</p>
<p>問卷部分因問卷設計過於簡單，條件式的問題也過於窄化，且問卷進行採團體施測方式作業，若要依此問卷結果做一般性結論，宜謹慎。</p>	<p>謝謝委員建議。由於經費及人力限制，本次問卷設計確實有可待改進之處，已於報告第 75 頁提出改進辦法。本研究分別於報告第 42 頁及第附件五針對問卷調查進行分析及摘要簡介。</p>
<p>本研究之產業定義不易，現階段研究團隊將產業分為休閒及養生兩類做主軸論述，提出 9 項最適產業，然分類仍不明、分析亦較為枝節。建議若個別產業能自行發展，政府就不需太過著墨，研究團隊應說明這 9 項產業的發展是否有優先性，加強整體產業與領域間串連的歸納分析，並提出政府應共同推動的政策建議。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已重新整理報告脈絡。主要係依台灣之發展利基，並考量銀髮族之生心理需求，提出產業發展機會以及相關發展建議。其中，高齡講堂、健身運動相關產業、健康養生旅遊、高齡友善環境建構相關產業等皆可整合相關資源，共同推出銀髮族整套式的活動規劃，然本研究並未特別依照重要性、優先性做發展排序。</p>
<p>研究團隊後續應把競爭分析做好，並產出策略與規劃，以提供經建會政策設計與擬定的協助。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已重新整理報告脈絡。本研究主要係依台灣之發展利基，並考量銀髮族之生心理需求，提出產業發展機會及相關發展建議。</p>
<p>提出青銀共創協會的想法，相當有創意，但由民間推動尚可，若需政府補助推動，仍須斟酌此構想在此計畫提出的適當性。</p>	<p>謝謝委員建議。亞太青銀共創協會已由民間私部門開始積極推動中，目前已於 2013 年 1 月 26 日召開成立大會，會員人數達 100 人以上，蓬勃發展中。</p>
<p>問卷調查部分，包括樣本的代表性(如抽樣對象是否合適、樣本是否過小、各都會區抽樣數量如何決定)，問卷题目的設計(如設定政府提供 1/10 津貼補助的前題，宜說明考量因素；是否詢問預</p>	<p>謝謝委員建議。按照契約，本案僅提撥 250 份問卷之調查費用，團隊發放超過 300 份問卷後，回收有效問卷 249 份進行分析。又，考量北部地區 55 歲以上之人口數占全台約 42%，</p>

<p>算來源，俾藉以推估經濟效益；題目未先依養生與休閒分為兩大類，受測者不易有一致性的作答)，結果的分析(分析結果時將邊際貢獻與平均數作比較，易產生偏差)等，仍有改進空間。</p>	<p>依次是南部及中部地區，分別佔全台 55 歲以上民眾人口數之 30%及 25%，惟實際於抽樣時，限於時間、經費及人力資源及受訪團體接受度等問題，最後採樣狀況地理區域分布為台北約佔半數，台中約三成，高雄地區一成；此外，團隊進行施測時，亦請訪員帶領受訪者，並佐以案例說明及情境導引。團隊於進行問卷施作時，確實面臨「問卷調查的抽樣結構尚未能含蓋於全國範圍，統計推論的解釋能力受限」、「針對問卷問題的設計，以量化研究取向的分析，並不能完整代表銀髮族對休閒養生產業的需求」以及「雖然本研究採用之問卷具有專家效度。但透過問卷所蒐集到之資料的信度問題，仍需藉由問卷調查的執行細節加以確保」等研究限制。考量經費預算等限制，團隊實已竭力完成分析。本研究了解本次問卷調查實有許多可改進之方向，於報告中第 77 頁提出未來改正方向。</p>
<p>高齡者終生學習列入銀髮產業發展是妥適的且具有商機。</p>	<p>謝謝委員建議。</p>
<p>教育部社教司近年推動樂齡教育，針對 55 歲以上可行動不需照護扶持、學習動機強的老人，在全國 368 個鄉鎮設立 225 個樂齡中心，目前亦有 98 所大學參與推動樂齡大學，調查顯示近 3 年老人參與學習的比率已提升 3%，教育部在引導高齡者成功老化部分，辦理成效卓著。研究單位對高齡學習認識仍有不足，建議研究單位訪談樂齡教育的專業人員及教育部社教司的相關人員，俾以提出較佳的建言(如未來是否應有老人教育法的議題)。</p>	<p>謝謝委員建議。本團隊相當認同政府對於高齡學習持續的關注與支持，本團隊後續所推動之「高齡講堂」，強調由民間推動，並建立銀髮人力資源庫，銀髮族不僅是客群，同時也可以是資源提供者。</p>
<p>另，教育部強調高齡教育的經費逐年提高，推動計畫亦採滾動式修正，並採使用者付費機制，教育部經費花費謹慎且用心推動，請研究單位與政策單位多做聯繫，並再行檢視有關高齡教育的相關內容，建議政策評論宜公允、資料蒐集宜再加強。</p>	<p>謝謝委員建議。</p>
<p>參考文獻的排序，宜按筆畫數多寡重新排序。</p>	<p>謝謝委員建議。第 86 頁參考資料，已按筆劃數多寡進行排序。</p>

<p>銀髮族休閒養生產業的特性究係簡報第 7 頁所列之三種特性之一或三者兼有之，產業分類的範疇是休閒、養生或休閒與養生兼具，產業的定義與範疇仍不明確，宜作釐清。</p>	<p>謝謝委員建議。本團隊已修訂銀髮族休閒養生產業之定義，並於報告第 18 頁進行說明。</p>
<p>期中報告第 6、11 及 17 頁所提之休閒養生產業範疇彼此無法對應，宜釐正。另，建議補充說明銀髮族 9 大類我國最適發展模式的產出過程及方法，譬如是否係考量銀髮族需求、就業人數或產業關聯性等因素。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。首先，根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，於報告中第 43 頁提出產業發展機會以及報告第 51 頁提出相關發展建議。</p>
<p>期中報告第 80 頁第(e)點所稱「受限於法令規範」為何?建議補充說明。</p>	<p>謝謝委員建議，已修正相關用語。此為業者之訪談意見，主要係希望表達可由民間單位訓練或培養相關專業人力，藉以大量吸引優秀人才投入銀髮族產業之服務的訴求。</p>
<p>建議應先完成 SWOT 分析，再提出發展策略與模式。另，建議後續產出之聚焦產業能與主計處行業標準分類連結，以利統計分析的運用。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究參考國外其他國家之發展經驗和方向，並考量國內銀髮族之需求和特性，在基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機會以及相關發展建議。此外，由於各項產業所牽涉之產業範圍廣大，團隊主要係宏觀地提出整體產業之概況，目前未採用主計處之分類方式。</p>
<p>部分內容仍有錯別字，請研究單位再次檢視。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究竭力改正之。</p>
<p>期中報告第 63 頁所列的網址，建議以網頁的內容取代。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除此一內容。</p>
<p>體委會 99 年辦理打造運動島計畫，在全國 22 縣市推動銀髮族運動休閒指導班-台灣愛運動資訊平台，內有相當豐富的資訊可供參考。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究於第 52 頁提及運動島計畫相關內容並納入討論。</p>
<p>受訪者都為高階層、高收入的業者及消費者，建議能將一般大眾亦納入訪談之列。郵輪、醫療美容觀光、抗衰老是屬頂尖消費，一般老人似較重視養生、學習及醫療照顧。</p>	<p>謝謝委員建議。本團隊分別舉辦兩次專家座談會及焦點群體訪談會。專家座談會主要邀請專家學者或產業界高階經理人進行訪談，主要係因其為該項產業之發展代表，或因此造成委員誤解。本團隊在兩次焦點群體訪談及問卷訪談部分，訪問對象則遍及各行各業普羅大眾，應沒有過度聚焦特定群體之問題。</p>

建議產值資料宜做更新。	謝謝委員建議。
中醫診所與人才輸出與銀髮族產業無關。另，建議注重輔助與替代醫療產業。	謝謝委員建議。已將中醫診所與人才輸出相關內容移除。惟本研究係針對休閒養生產業，並未含括輔助與替代醫療產業，本案暫不提及相關內容。
中醫養生、醫療美容、郵輪等產業，觀光局都表支持。當銀髮族休閒養生發展到一定程度，觀光局將配合宣傳，吸引遊客來台消費。至是否放寬陸客來台條件，係配合國家整體政策，非觀光局能單獨決定。	謝謝委員建議。政策建議須配合國家整體政策，本團隊謹依所得之研究資料提出相關建議供相關部會參考。
經建會人口推計工作每兩年做一次(最新版已於2012年8月發布)，研究單位所謂的大膽推計應是指高推計。	謝謝委員建議。已修正相關用語。
產值大、細水長流是銀髮產業的特質，但並非鎖定金字塔頂端消費者來創造營收。老人未必富有，但提供一般銀髮族所需的服務，利潤雖不大，但量大，產值仍會很大。	謝謝委員建議。本研究並未鎖定金字塔頂端消費者。本團隊於焦點群體訪談及問卷調查時，邀請65歲的普羅大眾表達意見。本研究主要希望為台灣銀髮族謀求適合其參與之休閒養生產業。
是否提出健康老化、成功老化的核心價值，再據以帶動周邊產業的發展。如芬蘭模式強調運動精神，進而帶動周邊運動產業的發展。	謝謝委員建議。首先根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，並參考馬斯洛心理需求理論和銀髮族老化理論針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，於報告中第43頁提出產業發展機會以及報告第51頁提出相關發展建議。
建議將9項建議產業做分類(休閒 or 養生)，較能清楚知道產業的重心，單獨列舉容易失去焦點。	謝謝委員建議。本研究已重新整理報告脈絡。本研究所提之產業發展機會以及相關發展建議，皆可整合相關資源和活動，例如，高齡講堂、健身運動相關產業、健康養生旅遊、高齡友善環境建構相關產業等皆可整合相關資源，共同推出銀髮族整套式的活動規劃，然本研究並未特別依照重要性、優先性做發展排序。
青銀協會是否有必要，宜再商確。	謝謝委員建議。亞太青銀共創協會已由民間私部門開始積極推動中，目前已於2013年1月

	26日召開成立大會，會員人數達100人以上，蓬勃發展中。
建議研究單位可就教育部的樂齡學習與體委會運動島計畫，依不同健康狀況老人的需求，檢視現行措施並提出改善建議。	謝謝委員建議。本團隊分別於第52頁及第71頁，針對健身運動相關產業及銀髮族資源活化相關產業-高齡講堂提出相關建議。
從空間或產業的角度進行休閒養生產業之篩選，結果會有很大的不同。為提升身心靈的健康，可從食「醫」住行育樂等面向分析，一一導出相關的可能產業，包括特色養生食材、傳統療法、養生村、客製化運動器材、學習、養生假期及渡假村等。建議分析產業鏈時，先從可能發展樣態找出完整的產業型態，進而和周邊國家做優勢比較，再據以篩出未來潛力銀髮休閒養生產業。	謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。首先，根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機會以及相關發展建議。
產業的篩選，可能因研究對象(國籍、健康與否)、產業型態(產業規模-大型或微型)的差異，而有不同的產業篩選結果及不同的發展策略。	謝謝委員建議。本研究主要針對亞健康以上之銀髮族進行規劃，優先以台灣銀髮族為服務對象，但不排除在產業發展成熟後推廣至國外，吸引海外人士來台消費。
青銀共創協會的建議不錯，但仍需將概念具體化並規劃相關配套措施，才較易成功。相同概念的作法，可參考日本的半農半S、德國的點數制及青輔會青年貸款制度。	謝謝委員建議。亞太青銀共創協會已由民間私部門開始積極推動中，目前已於2013年1月26日召開成立大會，會員人數達100人以上，並已具體規劃出13類組別，一切積極發展當中。
休閒養生產業並不只於9項，進行產業篩選不宜僅以商機為依歸。建議依國內、外不同的需求及不同的目標市場，配合現有資源、政策與措施的研析，進行產業發展策略分析及探求我國的發展利基。	謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。首先，根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，於報告中第43頁提出產業發展機會以及報告第51頁提出相關發展建議。
報告書多處提及銀髮族休閒養生產業的定義，宜再整合調整。另，休閒養生產業的範疇，究竟是休閒、養生或休閒養生的合集，本會無特定立場，惟建議應排除醫療及照護領域。	謝謝委員建議。本研究已修訂銀髮族休閒養生產業之定義，於報告第18頁進行說明。依據此一定義，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，提出產業發展機

	會以及相關發展建議。團隊並且已將醫療相關產業，如中醫、醫美等皆已移除。
按計畫書規定之進度，期中報告仍著重在資料蒐集部分，有關產業的篩選與策略的建議，宜於競爭分析完成後，再行提出較為妥適。	謝謝委員建議。本研究參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，於報告中第 43 頁提出產業發展機會以及報告第 51 頁提出相關發展建議。
研究單位宜注意資料蒐集的完整性及即時性。	謝謝委員建議，將依指示辦理。

附件十二 教育部意見之辦理情形

審查意見	意見回覆
<p>期中報告第 17 頁「台灣休閒/消遣/旅遊/觀光產業現況表」中，列出教育部（以下稱本部）轄屬之樂齡大學、終身學習及社區大學之文字為「產業展方向」，為對應之「範例」僅列出之「空中大學」與前述之「終身學習」有關，其餘範例皆屬「內政部長青學苑」之業務權責。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 17 頁，該委託單位並未深入了解掌管全國終身學習之教育行政單位推動「樂齡大學計畫」、「終身學習政策」及「社區大學」政策，本部每一項終身學習政策之推動，皆有其專案計畫及法規依據（終身學習法），建議該委託單位深入了解，並調整其文字，<u>建議如撰寫「長青學苑」等文字，建請邀請內政部社會司出席，以徵詢其意見。</u></p>	<p>謝謝委員建議。已調整文字內容以免造成誤解。團隊主要希望由民間推出「高齡講堂」，並未針對內政部長青學苑做進一步之研究與探討。「高齡講堂」相關內容請參考第 71 頁。</p>
<p>期中報告第 62 頁，所引用之資料陳舊，屬於民國 96 年及 83 年資料，且國立臺南社會教育館及臺東社會教育館已於民國 97 年移撥文建會（現屬文化部），並已更改名稱為「生活美學館」，如引用此資料，易讓人有誤解之處。</p>	<p>謝謝委員建議。相關內容已移除。</p>
<p>期中報告第 62 頁，本部已於 96 年運用國中小閒置空間推動「教育部補助設置社區終身學習中心實施計畫」，當年度即設置 19 所「社區玩具工坊」及「高齡教育中心」，另 97 年 5 月發布「教育部補助設置各鄉鎮市區樂齡學習資源中心實施要點」，逐年於全國 368 個鄉鎮市區成立「樂齡學習資源中心（後於 99 年改名為「樂齡學習中心）」，97 年於全國 104 個鄉鎮市區成立，目前以設置 225 個樂齡學習中心，其相關資訊並未呈現於此份報告。</p>	<p>謝謝委員建議。團隊主要希望由民間推出「高齡講堂」，相關內容請參考報告第 71 頁。</p>
<p>期中報告第 62 頁，有關例舉 83 年第七次全國教育會議資料陳舊，本部已於 99 年召開「第 8 次全國教育會議」，並據此結論於 100 年 3 月公布「中華民國教育報告書」其中第參拾伍項--擴增高齡學習機會，公布四大目標：1、結合各項資源，擴大提供老人終身學習機會。2、創新高齡多元學習模式，發展高齡者自主學習。3、提升高齡教育人員</p>	<p>謝謝委員建議。團隊主要希望由民間推出「高齡講堂」，相關內容請參考報告第 71 頁。</p>

<p>專業素養及高齡者教育水準。4、促進全民對老人及老化認識，營造世代融合社會。</p>	
<p>期中報告第 62 頁，本部近年來推動高齡教育多項政策，如撰寫此一範圍，應納入近年推動的政策及資料，以利民眾全盤了解政府政策之作為。</p>	<p>謝謝委員建議。團隊主要希望由民間推出「高齡講堂」，相關內容請參考報告第 71 頁。</p>
<p>期中報告第 63 頁，本部社會教育所主管之終身學習各項活動之推動，依據「終身學習法」以非正規教育之推動為主，且除國立空中大學、國中小補習進修教育有學歷之認證外，其餘研習活動皆無文憑，合先敘明。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除文憑教育思維等文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，針對「對於高齡者傾向於失能弱勢刻板印象，更是與時代脫節」之文字，本部說明如下：</p> <p>依統計 99 年國人平均壽命約 79.24 歲，平均退休年齡約 55.16 歲，退休後尚有 24 年家庭生活，人口老化伴隨著國民壽命逐年延長，國人面對「老人議題」通常重視福利及醫療層面，普遍忽略退休後「第三年齡」族群學習需求之現象，導致老人晚年得憂鬱症的比例高。然而，大部分的中高齡者身體都還很健康，如何維持此一階段高齡者的健康，避免他們因為退休後社群活動縮減，導致自尊及自信心降低，變成需要被照顧一群，增加國家醫療照顧及財政的負擔，是本部推動高齡教育實施的目標。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，文中所指「對於高齡者傾向於失能弱勢刻板印象，更是與時代脫節」之敘述，與本部目前推動之「高齡教育」事實不符，如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 為鼓勵老年人快樂學習而忘齡，本部以「樂齡（快樂學習而忘齡）」作為推動高齡教育之名稱，運用多元教育管道，結合在地資源建構樂齡學習體系。 2. 為因應國人退休年齡降低，培養中高齡者具備終身學習習慣，強化其退休後學習動機，本部在推動高齡學習教育政策，以 55 歲以上國民為樂齡學習的主要族群（法定退休年齡前 10 年）。101 年 8 月統計，國內 55 歲以上的中高齡人口合計有 543 萬 9,360 人（占總人口 23.3%），為讓中高齡者晚年生活更快樂，本 	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>

部以「教育」及「學習」方式，提供多元化的學習。依據 91 年所制定「終身學習法」、95 年公布之「邁向高齡社會老人教育政策白皮書」及 100 年 3 月公布之「中華民國教育報告書」中「擴增高齡學習機會方案」，作為本部推動高齡教育政策依據。

3. 教育部為推動高齡教育政策，研訂完善推動計畫，落實於各鄉鎮市區推動樂齡學習中心，101 年已成立 225 個樂齡學習中心，以建構高齡長者在地學習體系；推動全國大學校院設置「樂齡大學」，運用大學優質師資及環境設備，提供多元創新學習，101 年已有 98 所樂齡大學。落實以退休人力為推動主體之「樂齡教育專業培訓」，實踐「以老人帶領老人」之精神，促進社區老人的學習與成長，101 年已有 1,000 名受訓，整體提升高齡者是快樂學習、服務社會的活力形象建構高齡教育專業化為政策目標。
4. 相關高齡教育政策之各項計畫名稱如下：
 - (1) 96 年 8 月發布「教育部補助設置社區終身學習中心實施計畫」。
 - (2) 97 年 5 月發布「教育部補助設置各鄉鎮市區樂齡學習資源中心實施要點」。
 - (3) 98 年 7 月發布「教育部補助大學校院辦理『樂齡學堂』專案計畫」。
 - (4) 99 年 4 月發布「教育部補助辦理社區樂齡學習班專案實施計畫」。
 - (5) 99 年 9 月發布「教育部補助大學校院試辦『樂齡大學』計畫」。
 - (6) 99 年 9 月修正發布「教育部補助直轄市及縣(市)政府設置樂齡學習中心實施要點」。
 - (7) 100 年 8 月修正發布「教育部補助大學校院辦理『樂齡大學』計畫」。
 - (8) 101 年 4 月修正發布「教育部補助直轄市及縣(市)政府設置樂齡學習中心實施要點」。
 - (9) 101 年 4 月發布「教育部樂齡教育專業

<p>人員培訓要點」。</p> <p>上述各項規定皆以行政規則，公布於全國法規資料庫及本部全球資訊網及「教育部樂齡學習網」。</p>	
<p>期中報告第 63 頁，另有關委託公司對於「教育部所主導之高齡學習計畫，往往耗費大量國家預算後，卻未能協助嬰兒潮銀髮族主動追求身心靈的提升、、、無法激發國內產業發展活力、、、」之闡述，與事實不符：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 基於社會教育之預算及資源有限，本部所擬定之相關政策，皆經由試辦後再擴大辦理，例如：全國大專院校院所推動之「樂齡大學」計畫，經由 97 至 99 年試辦及修正方向與計畫後，於 100 年擴大辦理。全國各鄉鎮市區樂齡學習中心計畫係由 96 年試辦「社區終身學習中心」計畫後才擴大辦理。 2. 以本部補助全國 225 所樂齡學習中心為例：本案係結合在地學校、政府機關及民間團體等在地資源，各申請單位須經過縣市政府實地勘查、召開初審會議通過後，方能送達本部復審，且各項經費支用皆經由各縣市政府及本部會計單位審查，每月皆需上網填報執行成果，全國各樂齡學習中心，近 3 年來已提供 10 萬 4,073 場次高齡學習課程及活動，有超過 250 萬人參與，且相關執行策略均列入「行政院人口政策白皮書—少子女化，高齡化及移民」、「友善關懷老人服務方案」及行政院與本部相關列管項目。各項績效有目共睹，且本部所編列之高齡教育預算拮据，每年均不敷使用。何來「耗費大量國家預算」之說？ 3. 另本部為落實訪視評鑑制度，強化全國樂齡學習中心及樂齡大學之功能，貼近高齡者在地學習需求，每年皆委由專業團體組成「教育部樂齡教育輔導團」實際訪視全國 200 多所樂齡學習中心、80 多所樂齡大學後，召開多次會議研商後，針對各基層單位所提供之建議，逐步調整及修正，而形成本部目前推動之政策及方向。 	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>

4. 為管制各鄉鎮市區樂齡學習中心績效，並責成各直轄市及縣市政府成立「高齡教育訪視督導小組」，每年皆須辦理評鑑及相關聯繫會報，以了解各單位之執行難處及解決相關問題，並推薦至本部表揚績優的樂齡學習中心，各項推動政策均以相關評核機制嚴謹管制。
5. 有關「未能協助嬰兒潮銀髮族主動追求身心靈的提升、、、無法激發國內產業發展活力、、、」之說詞，本部非經濟產業相關業務主管機關，且本部推動高齡教育政策係以「教育」與「學習」方式，協助中高齡者退休及晚年生活更有目標，並進而貢獻及服務社會，此處以教育部為比喻，有欠允當，合先敘明。另本部在提升「銀髮族主動追求身心靈」之作法如下：
- (1) 為鼓勵「高齡者是資源而非負擔」，本部將高齡人力視為是可再運用之人力資源，依據 95 年公布邁向「高齡社會老人教育政策白皮書」之政策願景及執行策略之四「促進老人人力再提升與再運用」之策略，成立「樂齡志工隊」，鼓勵樂齡學習中心招募志工，100 年止，全國樂齡學習中心計招募 6,225 位志工，推動社區樂齡工作；為彰顯銀髮族的貢獻，辦理 2 屆「銀髮教育志工獎」、「樂齡教育奉獻獎」；並培訓「樂齡生命故事志工」，讓阿公阿媽到學校為孩子講故事，傳承文化及促進世代互動，鼓勵高齡者除了學習外，更將能量昇華為服務的動力。
 - (2) 為鼓勵高齡者於退休後，仍可將智慧及經驗傳承及貢獻於社會，依據 101 年 4 月 13 日公布「教育部樂齡教育專業人員培訓要點」，將高齡教師分為四大類：自主學習團體領導人、導覽人員、樂齡講師及經營管理人，並於 9 個縣市試辦，全國共計有 1,000 名人員參與培訓。
 - (3) 本部鼓勵樂齡學習中心發展在地之特殊產業，各樂齡學習中心在運作過程中，皆

<p>會將「鄉鎮特色」置入其中，如雲林縣的台西鄉結合養蚵行列發產牡蠣藝術文化。屏東縣里港鄉結合當地的農產水果開設果醬課程。南投縣魚池鄉發展在地的紅茶文化。彰化縣社頭鄉發展襪子娃娃課程。新北市平溪區結合當地特色之採礦、天燈及蒸汽火車，發展出當地獨特的「火車舞」，受邀國內及國外演出。臺南市麻豆區盛產柚子，中心運用柚子發展出許多獨特的手工藝品。新北市三重區發展「貓頭鷹工坊」，帶領志工至偏鄉學校服務，促進代間互動，並於特定節日義賣，納入公所清寒獎學金。</p> <p>(4) 綜上，本部所辦理之高齡學習活動以「學習」及「服務貢獻」為目標，轄屬樂齡學習單位所製作產品，大都用為公益用途，以展現高齡長者的貢獻服務能力。本章節如以「激發國內產業發展」為撰寫目標，請改以其他部會之案例撰寫為宜，不宜以本部所運用之高齡教育人力為例。</p>	
<p>期中報告第 63 頁，提及「教育部主導之高齡學習活動，完全閉門造車，對於休閒養生需求視而不見等等」內容，為發展國內高齡者多元學習管道，本部評估戰後出生的嬰兒潮，目前已到達退休的年齡。他們大部分屬於身體健康佳、知識水準較高、經濟狀況良好的一群。傳統式的歌唱、跳舞或太極拳等休閒活動，以滿足不了他們學習的需求。97 年本部參考法國第三年齡大學及美國老人寄宿所之推動模式，首創結合國內 13 所大學校院辦理「老人短期寄宿學習計畫」，計有 820 位 60 歲以上的老人參與。再於 98 年發布「補助大學校院辦理樂齡學堂專案計畫」，賡續補助 28 所大學校院辦理「樂齡學堂」計畫，計有 1,975 位老人參與。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。團隊主要希望由民間推出「高齡講堂」，相關內容請參考報告第 71 頁。</p>
<p>期中報告第 63 頁，有關報告所提「執行過程與結果來看，大都成效不彰」之說詞，與本部統計 97 年 13 所大學及 98 年 28 所大學所撰寫之結案報告未符，所有學員滿意度平均達 90% 以上，對於承辦學校有正面的宣傳價值。且本部於大學校院有</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>

<p>系統實施老人教育活動，係屬亞洲首創，執行過程，皆委託專業團體前往訪視、評估及辦理座談會，了解學校辦理成效，後續並舉辦相關研討及研習會。</p>	
<p>上述基礎奠定本部後續推動「樂齡大學計畫」之根基，截至 101 學年度，全國已有 98 所大學配合辦理樂齡大學計畫。歷年各校成果報告之滿意度亦高達 90% 以上。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，該委託公司僅憑輔仁大學 98 年實施「樂齡學堂」之報告，就斷定本部於大學校院實施之活動成效不彰，不僅不負責任，亦以偏概全，本部為建立「受益者付費」的觀念，所推動之大學校院辦理樂齡學習活動，係同意辦理學校向學員收費，收取之費用由學校扣除本部所補助之金額後，依據實際所需再向學員收費，因當年度臺北地區有數所學校同時辦理，學員難免比較，良性競爭之下，輔仁大學必須降低學費才能招收到學生，亦提供本部未來訂定 99 學年度「樂齡大學」收費標準之參考（收費以 3,000 元為上限）。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，有關報告所提「無法催生具有吸引力的高齡學習活動、」等說法，本部因應人口高齡化所衍生之學習需求，自 96 年大力推動高齡教育以來，運用教育多元的管道，將高齡教育政策，從無到有、研訂計畫、研編系列教材（以編撰 24 冊），聽取執行單位、專家學者及參與學員之建議，採用全國性民意調查結果、訪視評鑑及輔導之政策建議，逐年滾動修正實施。以樂齡大學為例，本案實施近 3 年才發展出目前全國樂齡大學之規模及課程架構，其中本報告所關注之「休閒養生」，亦納入「樂齡大學」四大類主軸課程其中一項「健康休閒課程（占 10—30%）」。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，本報告所撰寫之「對於休閒養生需求視而不見、勞民傷財之餘、無法催生具有吸引力的高齡學習活動」之文字，該公司未悉本部目前執行之各項高齡政策，且亦無向本部索取相關執行資料，報告內處處以不實之陳述，嚴重扭曲本部目前所推動之高齡教育政策之實際</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>

<p>作為，且本部目前 101 學年度全國 98 所樂齡大學招生情況，除少數幾所大學外，其餘大學皆招生呈現爆滿及排隊的現況，每班 30 人，甚至超收至 50 人的情形，該委託公司均不查現況，而僅以幾本報告撰寫文章，並下其結論，實有欠公允。</p>	
<p>期中報告第 63 頁，針對「教育活動均受到社政單位或教育部門制肘甚深、提供制式、免費（或低價）的學習活動為主，甚至僅有消磨時光之效、」之說法，依據本部所公布之樂齡學習中心補助要點，除了在空間規劃盡量符合中高齡者友善學習空間，課程方面，則提供 55 歲以上國民系列性及多元性的課程，各中心每年開課總時數以 192 小時（每週約 4 小時）至 576 小時（每週約 12 小時）為原則，惟部分辦理績效良好之中心每年辦理課程時數遠超過該時數 2-3 倍不等，提供課程如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 政策宣導課程：預防（及宣導）老人心理問題（失智症、憂鬱症等）、用藥安全、消費保護、交通安全、祖孫代間互動及性別平等教育，上述議題為每年必辦，得融入基礎生活、興趣特色、貢獻影響等課程進行。 2. 基礎生活課程：包括老人及老化基本觀念、高齡社會趨勢、終身學習、退休準備教育、健康老化、高齡心理、經濟安全、家庭關係、生活科技、財務管理、法律知識、生命教育、身心健康等。 3. 興趣特色課程：包括資訊科技、藝術教育、養生運動、休閒旅遊、當地文化歷史或產業等。 4. 貢獻影響課程：包括志工成長、服務學習、技藝傳承、中高齡人力運用、如何推動高齡學習方案、如何經營自主學習團體等。 	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，針對「教育活動均受到社政單位或教育部門制肘甚深、提供制式、免費（或低價）的學習活動為主，甚至僅有消磨時光之效、」之說法，本部實施「樂齡大學」之課程，其型態為：班級課程、代間課程及參訪課程等三類，各類型之課程比例，可按照各承辦學校之發展特色規劃，課程採學期制，分上、下學期，每學期 10—18 週，每週安排 6 節為原則。課程類型包含如</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>

<p>下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 老化及高齡化相關課程（占 30—40%）：以了解老化及社會高齡化的挑戰與因應，如高齡者的學習特質、活躍老化策略、高齡者的終身學習與在地老化、如何做個快樂的樂齡族、生涯規劃、人際關係與溝通、心理壓力與調適、靈性教育、生命意義等。 2. 健康休閒課程（占 10—30%）：養生保健、心理健康、健康體適能、電影與音樂欣賞、旅遊學習等。 3. 學校特色課程（占 30—40%）：以承辦大學校院之發展特色或重點領域為主（含自創課程），如：生命關懷、海洋生態、觀光餐飲、導覽解說、科技數位媒體、藝術教育等。 4. 生活新知課程（占 10-20%）：以認識現代社會生活必須瞭解之新知為主，如、科技新知、人文藝術、生活法律等，亦可結合大學通識課程或融入其他相關課程辦理。 	
<p>期中報告第 63 頁，針對「教育活動均受到社政單位或教育部門制肘甚深、提供制式、免費（或低價）的學習活動為主，甚至僅有消磨時光之效、」之說法，內政部補助之「長青學苑」，係依據「內政部推展社會福利補助作業要點」，每班課程達 24 小時以上，並持續 3 個月，且需收滿 20 位 65 歲以上老人，課程則以健康促進、防鬱、關懷等相關課程為優先補助類別。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，綜上，教育及內政系統在推動高齡者學習方面，皆有其系統及目的之規劃，活動及課程內容多元，承辦之縣市政府均有相關收費規定，惟為鼓勵高齡者學習及考量其經濟情況，則訂定相關優惠措施，以吸引高齡者參加，更多高齡者因為參加學習活動後，開發出人生第二春，作品甚至到國外比賽（93 歲呂鳳珠奶奶，在中壢市樂齡學習中心學習國畫，2 年前拿下「亞太地區長青組國畫比賽」第 2 名），此與報告所言「提供制式、免費（或低價）的學習活動為主，甚至僅有消磨時光之效」之說法大相逕庭。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>
<p>期中報告第 63 頁，依本部 97 年全國性調查，高</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成</p>

<p>齡者學習之動機，依序為：「追求身體健康」、「打發時間」、「結交朋友」、「追求新知」、「增廣見聞」及「有熟人為伴」。此與該委託公司所言「僅有消磨時光之效，侈談達成休閒養生之終極目的」未符，未知該委託公司之言論立基點為何？</p>	<p>誤解。</p>
<p>期中報告第 64 頁，針對「政府在推動休閒養生為目的之高齡教育時，不應將其與追求正式學位之成人教育一視同仁、、、」之文字內容，教育部民國 91 年所制定「終身學習法」之「終身學習」定義指個人在生命全程中所從事之各類學習活動，其學習活動機構包含：終身學習機構、正規教育、非正規教育、社區大學、回流教育、學習型組織等，其多元學習之豐富管道，就是要提倡國人「活到老、學到老」之終身學習理念，該委託公司所言之「政府」，如包含教育部及相關教育單位，請修正其用語。</p>	<p>謝謝委員建議。已移除相關文字內容以免造成誤解。</p>

附件十三 期末意見之辦理情形

審查意見	意見回覆
我國預期將於 2018、2025 年邁入高齡及超高齡之社會結構，銀髮族群之市場需求將日趨蓬勃。本案研究單位短期內即有相當的產出，誠屬不易。惟為優化及深化政策建議，請研究單位加強全球銀髮市場的分析及國外休閒養生產業發展概況的說明。另應將問卷調查、專家座談等所蒐集之意見，做更深入分析。	謝謝委員建議。本研究已於第 20 頁，增補全球銀髮市場的分析及國外休閒養生產業發展概況的說明。本研究並分別於報告第 42 頁及第附件五針對問卷調查進行分析及摘要簡介。此外，本研究所執行之問卷調查、專家座談等各方意見，相關資料經消化與重新整合，為提出我國銀髮族休閒養生產業發展建議中的重要參考意見。
本報告研究單位提出之 8 項銀髮產業建議，應可再聚焦，縮減產業建議項目，以期提出真正適合未來我國發展之銀髮產業。	謝謝委員建議。本研究首先透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，於報告中第 43 頁提出產業發展機會以及報告第 51 頁提出相關發展建議。
請研究單位參考與會單位與委員的意見，將報告重新調整，修正期間亦請與本會同仁共同討論，於一個月內完成報告修正。	謝謝委員建議。
台灣醫療健保制度完善與醫療資源豐富建議可納為 SWOT 的優勢，台灣健檢具競爭力，101 年大陸人士以健檢醫美簽證來台已逾 5 萬人，建議健康養身旅遊宜納入健檢行程。	謝謝委員建議。本研究主要針對銀髮族休閒養生產業進行研究，於第二次期中簡報會議時，便已敘明排除醫療美容觀光、遠距醫療照護、中醫診所與人才輸出等項目。
美國遠距照護業者已準備國際化跨足大陸，台灣也有高醫及萬芳醫院刻正推動，服務模式相當多元，建議遠距照護可納入日間照護之規劃。	謝謝委員建議。本研究主要針對銀髮族休閒養生產業進行研究，於第二次期中簡報會議時，便已敘明排除醫療美容觀光、遠距醫療照護、中醫診所與人才輸出等項目。
台灣健康食品品質深獲大陸民眾的信任，觀光客來台也愛採買，只要行銷得宜即可創造銷售佳績，國際行銷宜納為策略之一。	謝謝委員建議。本研究已於報告中第 64 頁強調應加強健康食品之國際行銷和品質把關。
觀光郵輪台灣已開放多次簽證，兩岸國籍與陸籍遊輪目前已允許直接經營兩岸航線，且國際郵輪亦可直接彎靠兩岸，另自由行開放城市及陸客每日來台限額，相關資訊宜予更新(p126)。	謝謝委員建議。本研究已於報告中第 58 頁更新相關資訊。
銀髮旅遊與現行陸客低價購物行程本質不同，	謝謝委員建議。本研究於報告第 56 頁，提出銀髮

<p>其行程內容可能必須減量或作隨車醫護人員等特殊安排，政府應有不同的政策規劃，以引導業者共同推動。</p>	<p>族養生旅遊相關建議。</p>
<p>銀髮族休閒養身產業應視為一項新產業，非由現有產業架構去發展，必須整合產業活動或其他服務，以創新的服務或創新的商業模式。報告中列了許多個別產業的片段式服務，恐不易推動新產業之發展。根據服科中心過去服務驗證之發現，休閒、養身是兩個不同的領域，做法上應以扶持新的服務業從養生跨到休閒或從休閒跨到養生方為重點。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究認同銀髮族休閒養身產業涵蓋範圍廣泛，有許多創新的服務或商業模式的發展機會。且為創造適合銀髮族之環境、產業和服務，各項產業應是彼此互相牽連、息息相關的。本研究之銀髮族休閒養身產業發展策略除考量銀髮族之生心理需求外，並盤點台灣產業目前之優勢和利基，希望協助各式產業發展適合銀髮族使用或參與的產品或服務，並將各項產業之發展重點整合整理，提出先導計畫。</p>
<p>報告中建議發展養身村，但此和我國在地老化政策相悖，建議針對社區民眾的健康需求，由新型態服務業者和社區的物業、保全業者合作，建構新商業模式提供休閒養身服務，較易成功。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究於報告第 70 頁提出養生村及日間照護中心提出發展建議和說明，除強調可由養生村村內或照護中心內之專業人員從旁提供照護服務外，若銀髮族得以於住家附近或自己所熟習之區域就近於平日參與養生村或日間照護中心之活動，則也可將養生村或日間照護中心視為是銀髮族之活動平台，銀髮族將有一個可與更多社群和友伴交流的機會；而透過各種軟體服務方案的結合，並與各種外界資源作聯結，擴大成為一般社區民眾與養生村村內或照護中心內銀髮族皆能參與之活動平台。此一發展應和在地老化政策並不相違背。</p>
<p>遠距照護和住與休閒兩領域結合之發展潛力較高，與住作結合可作為健康促進的平台，目前已有遠雄二代宅及合宜住宅等成功案例；休閒部分可和社區物業、保全業者合作，在社區裡建置軟硬體兼備之健康促進平台，對外則與民宿、旅遊業者或護專學生提供之出遊照護服務或社區內之健康照護結合，有不同的思維才易成功發展休閒養身產業。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已於第 70 頁提出養生村及日間照護中心提出發展建議和說明，除強調可由養生村村內或照護中心內之專業人員從旁提供照護服務外，若銀髮族得以於住家附近或自己所熟習之區域就近於平日參與養生村或日間照護中心之活動，則也可將養生村或日間照護中心視為是銀髮族之活動平台，銀髮族將有一個可與更多社群和友伴交流的機會；而透過各種軟體服務方案的結合，並與各種外界資源作聯結，擴大成為一般社區民眾與養生村村內或照護中心內銀髮族皆能參與之活動平台。此外，本研究主要強調軟體配套活動之發展，第二次期中簡報會議時，便已敘明排除醫療美容觀光、遠距醫療照護、中醫診所與人才輸出等項目，遠距照護之硬體相關設</p>

	施，建議推出相關研究案專門進行研究。
此議題相當重要惟在國內仍相對陌生，委託單位很用心地搜集相當豐富的資料，惟短時間要完成的工作不少如文獻資料蒐集、2場次專家座談、2場次焦點群體座談、1場國際研討會、問卷調查、8項產業發展策略建議及5項宣導計畫等工作，致感覺目前資料呈現地僅是分工後的匯集，而非消化後之整體性陳述，資料的呈現仍有很大的改善空間。	謝謝委員建議。已修正如期末結案報告。
以智慧型養生村與智慧型日間照護配套活動為例，報告建議政府由主導角色轉向監督角色，不易理解其意義為何？另外儘速推動建立長照服務法、長照保險法，也看不出其關連性？建議修法是否合宜？又文中建議應該開放民間多元模式的參與及鼓勵培訓及在職訓練的管道，然是否現行並未開放民間多元參與？建議提供補助是否適當？很多地方內容重複，建議應確實先將資料消化並作整體性的陳述，有了一般性的陳述在前，與邏輯推論，再接續提出建議，而非直接導向特定結論，以提升報告的影響力。	謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。本研究首先確認建構高齡友善環境之重要性，並參考芬蘭及日本經驗，提出高齡友善環境建構相關產業之發展方向，於報告第70頁針對養生村及日間照護配套活動，提出「將銀髮族居住安排及促進銀髮族生活便利性的產業視為一整體予以輔導及扶植，以協助發展養生村產業鏈商業模式」、「養生村及照護中心之相關規劃，可引進顧問公司安排並執行」、「鼓勵多元模式的參與，透過培訓及在職訓練的管道，重視實務經驗的傳承，並期望帶動中高齡銀髮族的再就業，或老老照顧服務產業的發展。」等建議。
產業發展策略中有很多方案都是建議政府提供補助（如休閒活動補助、居住於養生村長輩及其家屬補助、來台旅遊的補助、租稅的補助等），在政府財政困窘的情況下，相關的補助及補貼建議，其必要性與優先性宜再做檢視，以提升建議之可行性。	謝謝委員建議。本研究經討論和分析後，本研究目前分別於報告第51頁針對台灣相關產業之發展機會提出之相關產業建議。
問卷調查仍未依期中審查之建議做修正（如研究限制部分、樣本代表性問題），重點不在報告內問卷抽樣之說明（樣本涵蓋未及全國範圍或未來應做分層抽樣等），而係本次採行利益選樣，選樣集中於社教機構致樣本代表性不足，且又未蒐集個人特質資訊（如所得、教育程度），導致既定的分析結果-老人不需補助、不需陪伴，參考性有限，建議這部份要在研究限制中很忠實地呈現各次會議的審查意見。	謝謝委員建議。本研究於報告第77頁，提出問卷之改正方向，除提出抽樣說明外，亦提出本次問卷之樣本代表性以及抽樣問題等。
期末報告第3章第5項養生村部分，僅偏重資料的收集而缺乏現況的檢討，特別是外界認為	謝謝委員建議。本研究係經國內外文獻資料蒐整，參考包括日本介護制度下的安養照護中心、

<p>養身村其實是一個失敗的案例？而報告卻僅是將其做為一個說明的例子。</p>	<p>仙台-芬蘭健康福祉照護中心以及我國內政部統計資料，發現台灣中高齡民眾對於養生村的接受度也有所成長，具潛在的發展空間。加上建構高齡友善環境對於銀髮族的生活可帶來完善的照顧和服務，因此，特針對養生村或日間照護中心之發展進行建議。</p>
<p>第 32 頁提及芬蘭身障津貼(disability pensions), pension 中文翻譯為年金，年金必須自己繳費，津貼應是 allowance，建議年金與津貼宜區分清楚。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已於報告第 34 頁修改相關內容。</p>
<p>有關智慧型養身村與智慧型日照中心部分，報告認為政府的法令與人力問題造成發展障礙，惟這部分服務屬福利政策，是否開放民營，建議要同時考量服務提供的買賣關係及服務提供的平等性問題，以免資訊不對等或購買能力的缺乏，使老人權益受損或照護服務品質不一，影響政府落實老人照護的政策。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究於報告第 70 頁提出養生村與日照中心之相關發展建議，包括如「將銀髮族居住安排及促進銀髮族生活便利性的產業視為一整體予以輔導及扶植，以協助發展養生村產業鏈商業模式」、「養生村及照護中心之相關規劃，可引進顧問公司安排並執行」、「鼓勵多元模式的參與，透過培訓及在職訓練的管道，重視實務經驗的傳承，並期望帶動中高齡銀髮族的再就業，或老老照顧服務產業的發展」等。</p>
<p>非屬身體照顧的服務，如交通接送、無障礙設施、汽車租賃、餐飲或醫療器材等，目前並未限縮營利團體參與服務提供，一併說明。</p>	<p>謝謝委員建議。</p>
<p>高齡講堂部分，內政部並不反對，惟研究團隊提出全國性人力資料庫設置的理念，是否影響在地人力的資源的運用，值得考量。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究於報告中第 72 頁提出協助建立銀髮人力資料庫、開發多元師資相關建議。本研究並不圍限銀髮族人力資源之來源，包括如台灣在地各行各業各具專長之銀髮族、海外人士等皆可參加，互相交流、學習，並提供此一平台多元的課程才能活絡平台之發展。</p>
<p>教育部針對樂齡大學及學習中心之師資有嚴謹的學訓選用等配套措施，師資資格符合一定標準，合先敘明。</p>	<p>謝謝委員建議。</p>
<p>高齡講堂部分，由於教育部的樂齡中心的免費課程已不容易吸引老人參與，建議可將高齡講堂改為學習旅遊，並與樂齡中心整合。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究於報告中第 71 頁提到可協助旅遊業者參與並認識「高齡講堂」的價值與服務，同時鼓勵「高齡講堂」與其他休閒養生產業（如觀光、旅遊、養生村或高齡友善樂園等）以及目前政府現有資源（如樂齡資源學習中心、運動中心等）組成套裝行程或建立合作模式。</p>
<p>台灣老人教育較國外先進，部分示範中心設備</p>	<p>謝謝委員建議。本研究於報告中第 71 頁提到鼓勵</p>

<p>完善，提供多樣化的課程，教育部刻正培訓相談人，未來可提供老人心靈舒壓服務，未來國內發展學習旅遊具有優勢，希望經建會可以協助國際行銷，教育部樂意配合訂定規範或政策，共同推動。</p>	<p>「高齡講堂」與目前政府現有資源（如樂齡資源學習中心、運動中心等）組成套裝行程或建立合作模式。</p>
<p>本會老人相關業務包括勞工老年生活保障(勞保及勞退業務)及高齡勞工就業服務、轉業協助及相關訓練，而報告第 5 頁提及退休規劃主管機關為勞委會，並不妥適，建議文字應做調整。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。</p>
<p>有關期末報告第 25 頁提及「日本政府也策略性鼓勵相關產業的發展，以支援並促進高齡者就業障礙的降低」，但報告中未說明日本的實際做法，建議宜補充。</p>	<p>謝謝委員建議，本研究已於報告第 23 頁提出日本銀髮族產業發展狀況。</p>
<p>本研究強調銀髮族資源之活化，使銀髮族成為資源供給者，惟此部分僅有高齡講堂提及，是否補充其他建議產業相關適合銀髮的就業機會。</p>	<p>謝謝委員建議，除在高齡講堂處提及銀髮族資源之再利用外，在報告第 71 頁提出鼓勵多元模式的參與及培訓管道，其中便有發展老老服務模式之空間；此外，在報告中第 78 頁亞太青銀共創協會、第 82 頁銀髮族實驗室以及第 82 頁銀髮族休閒養生活動陪伴師亦皆有銀髮族資源之發揮空間。</p>
<p>進行長期照護人力的培訓為勞委會職訓局所屬各地職業訓練中心辦理（報告 103 頁），請更正。報告中所提及的行政院體委會及青輔會等部會，102 年初已併入教育部，請更正。</p>	<p>謝謝委員建議，已於報告第 71 頁修訂相關內容。</p>
<p>期末報告第 138 頁高齡友善光觀標章，有關人員服務語言的訓練究係哪方面的訓練，建議提出具體的建議。</p>	<p>謝謝委員建議，已於報告第 81 頁加強相關內容之論述。</p>
<p>有關觀光政策鬆綁方面，包括陸客團體旅遊人數、自由行開放城市及人數限制，未來將持續透過兩岸兩小會溝通，朝更開放方向努力。</p>	<p>謝謝委員建議，已於報告第 58 頁加強相關內容之論述。</p>
<p>有關郵輪觀光部分，除現行推動國外郵輪來台獎勵要點之外，刻正制訂大陸地區旅客包船來台獎勵要點要點，實施後將有助吸引大陸銀髮族來台旅遊。</p>	<p>謝謝委員建議，已於報告第 58 頁加強相關內容之論述。</p>
<p>研究內文未將問卷調查列為研究方法之一部分，建議補充說明原因。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已於報告第 3 頁增補相關內容。</p>
<p>產業建議的部分，報告提到銀髮族是 65 歲以上，但問卷確定義在 30 歲，並不一致。另，研</p>	<p>謝謝委員建議。本研究所執行之問卷受訪者之年齡皆在 50 歲以上，與內政部 94 年之研究調查統</p>

<p>究是以現有的產業去開闢銀髮族市場，還是要做產業之比較？建議釐清。</p>	<p>計年齡一致。受訪者之最低年齡為 50 歲的原因在於，本研究認為，銀髮族休閒養生產業之規劃，除了服務一般所謂 65 歲以上之銀髮族外，也應了解銀髮族未來的潛在發展市場。另，本研究主要在國內現有的產業上，發展出以銀髮族為主要服務客群之市場區塊的鼓勵政策，相關內容請參閱第 45 頁。</p>
<p>在國外範例的部分，第 120 頁德國 Kaiser 應該是 kaiser's，資料來源是附件 6 不是附件 10，且附件和本文是完全相同的，建議將附件刪除，改在參考資料列明(來源網址有誤請一併更正)並於本文註明文獻出處即可。此案例並非在德國全國實施，僅是在德國柏林的特例，第一個類此友善高齡的作法發生在奧地利，而柏林東部地區係因 50 歲以上的人占 60%，才有如此的轉型並帶動 25%營業額的成長，若要以此為例說明，建議文字說明宜做修正，並且補強舉此例子之意涵。根據日本跟德國的資料，銀髮族都不喜歡被貼標籤，若本研究建議在國內發展主題樂園，在主題樂園裡做一個銀髮商圈，並在此區域之內設置銀髮超市，參考德國的轉型的經驗，建議宜考量人口分布跟消費行為等的因素。</p>	<p>謝謝委員建議。已於報告中第 38 頁增補相關內容。</p>
<p>第 126 頁僅很單純的敘述開放大陸地區來台觀光自由現況，看不到與銀髮族有何關係，建議是否改成開放推動 65 歲以上大陸客銀髮族來台旅遊，與研究才較為相關。另，海外市場的擴展，宜補充鎖定陸客的原因。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究已修訂報告脈絡。本研究並未鎖定陸客，希望吸引海外之銀髮族都可來台觀光。</p>
<p>亞太青銀共創協會應該是在 102 年成立而非 103 年(p.134)。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。</p>
<p>第 5 章問卷調查結果部分，第 146 頁第 11 點經濟狀況 4 個選項總合已經超過 100；第 148 頁表 28 的成人教育與高齡講堂用與語混用，前後不一致；另，統計圖表不易辨識，請一併修正。另外，就參與休閒養身活動跟津貼與志工陪伴的交叉分析結果，不同年齡跟區域會產生差異，但 163 頁僅單純的解釋為銀髮族認為這是弱勢的表現所以不願意接受，似乎過於簡化。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。成人教育部分，由於本研究問卷調查當初係基於台灣目前之銀髮族相關活動發展現況進行設計，因此問卷題本便是使用成人教育一詞，較為銀髮族所認識；而「高齡講堂」係經本案資料蒐整分析後所提出。</p>

<p>在問卷結論的部分，建議加強說明調查結果與本研究之關連，譬如發現受訪者參與某項活動，是否有參與意願，文字上應該要有明確的敘述，這部分簡報內容比研究內文說明得更清楚。另外，問卷調查完成之銀髮政策需求和想法，係供產業發展策略研擬之參據，但似乎問卷、文獻、訪談都是相互獨立，好像先有發展產業的建議，之後再做問卷，彼此並未結合。</p>	<p>謝謝委員建議，本研究於報告中第 41 頁說明本次問卷調查結果；並重新整理報告中相關文獻及訪談內容。</p>
<p>處理圖片、資料宜注意著作權問題，建議國外一些經驗的翻譯及附件來源，皆應完整地列入參考資料。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。</p>
<p>報告內容似乎都是建議開闢銀髮族市場，而非創造一個新的產業，建議參考工研院許委員之建議，就休閒跨域養生或養生跨域休閒，創新一個商業模式。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究認同銀髮族休閒養生產業涵蓋範圍廣泛，有許多創新的服務或商業模式的發展機會。且為創造適合銀髮族之環境、產業和服務，各項產業應是彼此互相牽連、息息相關的。緣此，本研究之銀髮族休閒養生產業發展策略除考量銀髮族之生心理需求外，並盤點台灣產業目前之優勢和利基，希望協助各式產業發展適合銀髮族使用或參與的產品或服務，提出產業發展機會以及相關發展建議，並將各項產業之發展重點整合，提出產業間彼此連結之可能性。</p>
<p>保健食品的經濟效益評估採比例推估法，但似乎是針對整個保健食品產業推估，而非針對銀髮族，宜針對銀髮族部分推估較為妥適，建議調整。</p>	<p>謝謝委員建議。已於報告第 45 頁增補銀髮族相關產業之產值及預期經濟效益。</p>
<p>研究亦採用文獻資料收集推估法評估經濟效益，惟文中提到因產業涉及的範圍不一，推估落差較大，建議是否以再其他評估方法估算，以利相關資訊可供政府判斷產業推動與否之依據。</p>	<p>謝謝委員建議。已於報告第 45 頁增補銀髮族相關產業之產值及預期經濟效益。</p>
<p>本研究提到銀髮族資源的運用，如作為資訊與技能知識的提供者，但似乎僅侷限在高齡講堂。</p>	<p>謝謝委員建議，除在高齡講堂處提及銀髮族資源之再利用外，在報告第 71 頁提出鼓勵多元模式的參與及培訓管道，其中便有發展老老服務模式之空間；此外，在報告中第 78 頁亞太青銀共創協會、第 82 頁銀髮族實驗室以及第 82 頁銀髮族休閒養生活動陪伴師亦皆有銀髮族資源之發揮空間。</p>
<p>一般概念上，若國內市場太小致產業發展規模</p>	<p>謝謝委員建議。本研究認同銀髮族休閒養生產業</p>

<p>受限時，可向外發展國外市場或採少量多樣化的經營模式，所以銀髮族休閒養生產業若無法單獨發展，建議可以結合其他產業共同發展。</p>	<p>涵蓋範圍廣泛，有許多創新的服務或商業模式的發展機會；且為創造適合銀髮族之環境、產業和服務，各項產業應是彼此互相牽連、息息相關的。本研究除參考國外之發展經驗外，亦參考內政部老人調查統計資料以及本研究之問卷調查結果了解國內中高齡民眾之需求和發展趨勢。最後盤點台灣產業目前之優勢和利基，提出產業發展機會以及相關發展建議，並提出產業間彼此連結之可能性。</p>
<p>本報告結論強調產業與活動是切割的，認為要去扶持產業而不是活動，但產業真的需要有很多的活動來支撐，如報告提到拍微電影、糖尿病飲食的介紹都是活動，一個有系列的活動就會形成一個產業，建議整個論述要重新整理。</p>	<p>謝謝委員建議，本研究於報告中第 16 頁修訂相關內容。</p>
<p>銀髮產業的範疇應再釐清，銀髮產業的模式不全然是一個完全新的模式，現有的產業將老人的思維、價值帶入，有了創新、創意也是一個新興產業，兩者可以同時存在。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究認同銀髮族休閒養生產業涵蓋範圍廣泛，有許多創新的服務或商業模式的發展機會；且為創造適合銀髮族之環境、產業和服務，各項產業應是彼此互相牽連、息息相關的。本研究除參考國外之發展經驗外，亦參考內政部老人調查統計資料以及本研究之問卷調查結果了解國內中高齡民眾之需求和發展趨勢。最後盤點台灣產業目前之優勢和利基，提出產業發展機會以及相關發展建議，並提出產業間彼此連結之可能性。</p>
<p>本研究收集的資料非常豐富，也做了一些訪談，可惜沒能整合消化，建議將資料做一整理。例如辦一個老人旅遊團體，一定沒有人要參加，一方面不願意被貼標籤，二方面那風險太高，沒有一個旅行業願意經營，且這樣的活動違背社會融合的概念。另外現在的老人擁有的子女數是最多的，但等到我們這一代老人擁有子女數就減少了，這一代老人仍需要與家庭互動，規劃上不要即刻跳至未來一個孤獨老人的景象；若以遊樂場為例，依現在老人的需求規劃時，就不要特別去設計一個老人遊樂場，而是以現有的遊樂場設計適合全家旅遊的活動場所，可能是目前大家比較期待的。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。本研究於報告中亦多所強調銀髮族對於友伴及子女陪伴之需求，經過國內外資料蒐整，並將銀髮族之需求和特性納入考量後，本研究認為建構高齡友善的環境對於發展相關產業多所助益，且銀髮族對於旅遊等活動確實存在需求。而本研究所提高齡友善樂園主要是希望落實產品、服務、環境高齡友善的概念，提供一個銀髮族可與兒孫、親人同樂的場所，而非特別建造專屬銀髮族之樂園。相關內容請參考第 59 頁。</p>
<p>銀髮產業的推動需先認識老人，林口養身村被</p>	<p>謝謝委員建議，本研究於報告第 67 頁提出養生村</p>

<p>歸類為不成功的發展，但雙連的養護中心有很多適合老人的活動，且規劃的有家庭氣氛，就比較成功。</p>	<p>及照護中心相關規劃，並強調養生村及照護中心內之軟體活動規劃為該機構是否能夠成功的重要因素。</p>
<p>在地老化雖然已在相關法規落實，但在地老化政策在台灣卻演變成家庭使用外籍看護的結果，所以有人提出「在對的地方老化」即可。我也贊同未來養身村是有需求的，但必須比較有人性化的去呈現，才會是一個符合台灣社會文化背景的養生需求場所。</p>	<p>謝謝委員建議，本研究於報告第 67 頁提出養生村及照護中心相關規劃。</p>
<p>贊同報告提出的銀髮標章制度，建議強化該如何運用標章制度或政府該如何落實標章制度之論述。</p>	<p>謝謝委員建議，本研究於報告第 81 頁提出建構銀髮族標章制度所應涵蓋之面向和獎勵誘因。</p>
<p>老人福利法並未限縮非身體照護方面的服務提供，本研究主要研究如何用產業思維或是商業模式去推展休閒養生產業，既然研究單位未能清楚說明修法內容，所以並不建議在此提出老人福利法之修正，也許提出其他商業法令之修正或建議如何引進創投投資，對此一產業成長更有幫助。</p>	<p>謝謝委員建議。</p>
<p>本案經費有限，研究團隊在短時間即有相當的研究產出，首先要謝謝研究團的努力，至各部會代表及委員提出很多的意見，希望研究單位能納入參考。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。</p>
<p>期末研究報告比較大的問題包括： 整個研究比較缺乏競爭分析的部分，也就是研究單位究竟如何歸納出來 8 項產業，究竟怎麼篩選出這 8 項產業，較不具說服力。當然研究團隊也作了 SWOT 分析，但分析的範圍似乎太廣了，因為有些項目同時是優勢又是弱勢，並不容易聚焦。亦即，建議加強導出適合我國發展產業的競爭分析。</p>	<p>謝謝委員建議，本研究已修訂報告脈絡。首先，根據透過國內外資料蒐整的方式進行研析與探討，其中特別針對銀髮族之生心理特性和需求進行分析，進而研提出本研究之銀髮族休閒養生產業定義，確認本研究的研究範疇。此外，本研究並參考國外其他國家之發展經驗和方向，考量國內銀髮族之需求和特性，並基於台灣本身之發展優勢，於報告中第 43 頁提出產業發展機會以及報告第 51 頁提出相關發展建議。</p>
<p>期末研究報告比較大的問題包括： 對政府政策的建議部分，有些可以再深入一點，包含目前建議大多是在補助面向，這在可行性上可能有困難，除了補助之外，研究單位也許可以再思考，政府還有哪些可以著力的地方。</p>	<p>謝謝委員建議。本研究經討論和分析後，本研究目前分別於報告第 51 頁針對台灣相關產業之發展機會提出之相關產業建議。</p>

<p>期末研究報告比較大的問題包括：</p> <p>整體來看，整合的部分可能還要在加強，報告整體議題研究的論述並不是很清楚，本處就整個研究報告架構建議有：</p> <p>(1). 第一階段應先定義銀髮族休閒養生產業的研究範疇，接下來因台灣的市場有限，為掌握這些銀髮相關產業的全球輸出契機，應有全球銀髮市場的分析及國外休閒養身產業發展概況的說明。研究團隊這個部分目前已有一些資料的收集，所以應加強整合的工作，報告的呈現上就會比較清楚。</p> <p>(2). 第二階段是我國銀髮市場的規模及特性分析，建議把問卷調查、專家座談、焦點訪談等研究發現，重新做一個比較完整的呈現。而在這些背景之下，我國發展休閒養生產業到底有何利基，這個部分亦應做一個比較完整的論述，透過這些討論就可以歸納出比較適合發展的休閒養生的產業。目前研究團隊建議8項產業，建議也許可以縮減到4項，以篩選出研究團隊認為真的適合台灣發展的產業，如此也能讓研究團隊更專注在這些產業，對於整個未來推動策略的建議，不管就市場需求面或產業發展面，可以提出更具體、深入且更可行的政策建議。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。</p>
<p>最後研究單位這邊提出5項的宣導計畫，本處亦覺得不錯，如果整個研究架構能按以上建議再做調整，整個報告就會比較清楚。至於比較細部的問題，會後將再與研究單位討論。</p>	<p>謝謝委員建議，謹依指示辦理。</p>

我國銀髮族休閒養生產業發展策略之研究/曹平霞
計畫主持. —初版. —台北市：行政院經濟建設
委員會，民 102
面：表，公分
編號：(102)020.601
委託單位：行政院經濟建設委員會
執行單位：宇智顧問股份有限公司

服務業
489.1

我國銀髮族休閒養生產業發展策略之研究

計畫主持人：曹平霞

委託單位：行政院經濟建設委員會

執行單位：宇智顧問股份有限公司

出版機關：行政院經濟建設委員會

電話：02-23165300

地址：臺北市寶慶路 3 號

網址：<http://www.cepd.gov.tw/>

出版年月：中華民國 102 年 05 月

版次：初版 刷次：第 1 刷

編號：(102)020.601 (平裝)