銀髮族休閒養生產業發展之建議

宇智顧問股份有限公司　曹平霞*

壹、緒論
貳、銀髮族需求特性及研究範疇界定
叁、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
肆、結論與建議
伍、後續研究建議

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建議，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，實際瞭解國內銀髮族之需求和特性

* 本文是依據行政院經濟建設委員會委託宇智顧問股份有限公司所研究的「我國銀髮族休閒養生產業發展策略之研究」簡縮版。本研究為個人觀點，不代表本會意見。

感謝翁志遠教授、劉家勇教授、高慈薏博士、廖學能律師、許瓊文律師、馮志峰先生、陳芃諭小姐、郭建廷先生的協助。

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。

壹、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）已占總人口數的 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 年高齡人口所占比例更將達到 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。

人口老化對於一個國家而言，最直接而巨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，隨著高齡人口增加、生育率降低，長期而言將相對造成年輕勞動人口比例下降、生產萎縮、儲蓄減少、勞動力不足等經濟與社會問題。

[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）。

由於民衆生活水準大幅度提高、醫療技術和科技持續進步，我國民衆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。

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族群，其擁有許多的資源包括：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。

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。

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，並促成社會良性循環；期望也相信未來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。

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。大體而言，研究方法與架構包含：**國內外文獻回顧**、**專家座談與焦點群體訪談**、**問卷調查**、**國際研討會**、**資料整合**、**分析與提出本案研究結論與建議**。本研究則是依據所蒐集之資訊進行整理和分析，在瞭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的建議。

總體而言，在本研究中，銀髮族除被定位為**消費者**的角色，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相關配套措施之建議。

貳、銀髮族需求特性及研究範疇界定

內政部在 2009 年「老人狀況調查結果摘要分析」資料顯示，當時台灣約有 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%[2]。

一、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）[3] 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分，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順位重視或想要做的事情。

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增加而消失，反而是持續增加。隨著醫療及科技進步，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。

---

[2] 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%。

[3] 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 ～ 65 歲之間。

事實上，2011 年第一波嬰兒潮（baby boomer）已邁入 65 歲的退休年齡。因醫療及科技持續進步，嬰兒潮銀髮族較過去銀髮族更健康，經濟狀況更好，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。嬰兒潮銀髮族對休閒養生需求的變化研究係如表 1 所示。

表1　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：本研究整理。

心理學家亞伯拉罕 · 馬斯洛（Abraham Maslow）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。

（一）成功老化理論（Successful aging）

Paul Baltes 和 Margret Baltes（1993）認為老化主要有 3 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，做有效的健康自主管理，以延緩身體退化與老化，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。

（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 5 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。

（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。

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。

二、銀髮族休閒養生產業範疇

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，本研究整理如表 2 供參。

表2　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[4]	偏向於利潤中心 / 投資中心	類似於成本中心

資料來源：本研究整理。

[4] 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。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。

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「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），它應該同時也包含心智的精神活動（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，並基於銀髮族生心理之特性和需要，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、自我提升、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。

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。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，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，為台灣社會的永發展找出適合的銀髮族休閒養生產業發展模式。

叁、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，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。

一、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。

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，政策和相關做法必須跟著調整，進以符合銀髮族之需求，且希望降低政府在財政上之支出，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。該份報告重點：1. 重視銀髮族資產並改革不適宜之制度；2. 追求更健康的生活；3. 環境改造；4. 建立銀髮友善指標；5. 應用新科技協助銀髮生活更便利、安全。

此外，麥肯錫管理顧問（McKinsey & Company）2012 年則提出 "Healthy, wealthy and（maybe）wise: The emerging trillion-dollar market for health and wellness" 報告，針對銀髮族健康養生產業之現況進行研究與說明。因為發展中國家快速興起，隨著科技進步，相關產業將產生改變，銀髮消費者心態改變，加上網路普及將對銀髮消費者帶來影響及消費型態及習慣改變和不同商品或服務提供模式不斷出現；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）作為個案分介紹與分析，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。

以下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多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：

— 醫療業：一般醫院、齒科診所、助產所、齒科技工所等。

— 保健衛生業：結合健康相談設施、母子健康相談設施、檢疫所、消毒業等。

— 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 3）：

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

— 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。

— 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，但其所能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3　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）。

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。

另外，日本在銀髮族智慧型養生村產業發展上不遺餘力。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」[5]，使得日本銀髮族較能接受家庭以外的居住安排方式。

日本巢鴨地區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

[5] 「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。

有半英哩長，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。

誠如前述，在日本銀髮族相關發展經驗中，我們可以清楚看見其對於銀髮族相關產業的定義其範圍相當廣泛，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。

（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畫（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 Finnland, 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。

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，

使得芬蘭民衆提早退休，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。有鑒於此，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[6]，鼓勵芬蘭民衆工作至 68 歲，以延緩芬蘭民衆的退休年紀（Jan Kunz, 2007）。

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）[7]。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）。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

[6] 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。

[7] 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。

福祉照護中心並鼓勵僱用當地的銀髮族參與服務，使得入住的民衆得以與當地銀髮族互動、交流，對彼此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，不論是運動計畫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，由於新加坡位處東南亞地區，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合式屋，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。

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，以政策性優惠價格賣給年輕人，使得子女住得離父母近一些，充分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[8]。在新加坡政府的政策引導下，目前新加坡約有 7 成的銀髮族與家人同住（聯合報，2012）。

---

[8] 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 35 歲的單身者購買政府興建的房子，若與父母同住可獲 2 萬星幣（約台幣 47 萬元）房屋津貼，約為常人月入的 10 倍。與年邁父母同住最高可享 5 千星幣扣稅額優惠（約台幣 11 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。

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，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，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值得我國參考。

（五）以德國為例

為因應高齡化社會，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劃銀髮主題樂園以及相關設施之參考（Gerry Hadden, 2007）。

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. 商品分量採小包裝販售，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。

（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）[9]，並出版「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 19 世紀末就已經成立大學推廣教育，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。

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

（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 7 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，以香港理工大學薈賢廊為例，薈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。薈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。

三、我國銀髮族休閒養生需求發展趨勢

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：

（一）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。

（二）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。

（三）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。

（四）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 5 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 5 項休閒活動。

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[10]，絕大多數中高年齡民眾擁有不錯的健康和身心功能[11]，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。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；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%。

此外，銀髮族對於養生村等安養機構之瞭解程度出現成長。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比例亦從 2005 年 27.88%上升至 2009 年 42.40%[12]。必須承認，現今台灣銀髮族或因過往認知影響，對於至安養中心或老人住宅居住之狀況及意願相對偏低。

而為了進一步瞭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 份問卷調查[13]，針對藝術創作與欣賞、體育競賽、觀光旅遊、終身學習

---

[10] 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。

[11] 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。

[12] 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住意願則達 60%；65 歲以上銀髮族，在未來生活仍可自理時，入住意願則約為 19%，若生活未能自理時之入住意願則為 42%左右。

[13] 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 50 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，於台灣的北（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。

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。

（一）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，相對年輕銀髮族對於休閒養生的產品或服務的接受度相對較高。

（二）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。

（三）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發現，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。

四、我國銀髮族休閒養生產業發展契機

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。

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[14]；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。

[14] 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。

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[15]。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，台灣則保留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。參考他國經驗及我國利基與特性等考量因子，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）。

[15] 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 5 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 名為台灣民情風俗和文化、第四名則為台灣人民友善。而在旅客滿意度分析的部分，以「台灣民眾態度友善」、「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。

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）觀光旅憩相關產業

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 歲占 17.7%，60 歲以上占 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。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 7,900 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，「明日旅遊」（Tourism of Tomorrow）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 3 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。

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。郵輪旅遊的優勢在於省去一般旅遊煩雜與疲累的旅遊模式，因此深受銀髮族群的喜好。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啓動這些地區的銀髮族休閒養生相關服務，除將具有示

範性效果，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老，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[16]等。

（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。

[16] 根據行政院衛生署（現為衛生福利部）1999 ～ 2000 年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 8 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）。而根據衛生福利部 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 1 年會安排進行健康檢查者，將是保健食品未來之潛在客群。

（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，包括軟體開發、硬體設備設計和製造等，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。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；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，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；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。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。

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（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。

肆、結論與建議

任何一個產業的發展都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的搭配，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。

事實上，銀髮族休閒養生產業的發展並非放諸四海皆準，而是有「區域特色」的，並非可以全然「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；而除了這些建議外，本研究亦希望能透過後續研究，讓未來的相關研究能在此基礎上，更進一步創造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。

茲將前章所提 6 項主要產業發展策略建議項目統整於表 4；即便不一定能完全切合現有學術理論分析架構，但它們皆是基於我國目前社會現況、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。

銀髮族休閒養生產業涵蓋範圍廣泛，實際上發展時，各產業間橫向及縱向彼此緊密相連，應透過整合各項產業所提供之服務與產品，推出套裝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後所留下來的場館或各區運動中心，推出銀髮族健身方案。而銀髮族也可以透過建教合作完成專業人員培訓，以取得教練認證身分，進而指導其他銀髮族運動，以達健身及服務之雙贏成效。除健身運動外，亦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，可為銀髮族帶來不同的學習。

表4　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. 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。

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。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，共同營造友善、優質的生活環境，進而促使民衆整體幸福指數的提升。為達成**平衡經濟發展與社會發展**之目標，期待在政策擬定上能提供更多機會予中小企業，鼓勵其發展銀髮族休閒養生產業。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獲得性（accessibility）將比大型企業更具有發展空間，透過鼓勵與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，是厚植產業經濟的根本。

伍、後續研究建議

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上，作更進一步的修正。本研究研究對象為「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，不可諱言地，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，例如遠距醫療、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，尚未涵蓋於全國範圍，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。

未來若能將此研究主題加以延伸，並拉長計畫執行期間，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。

四、探討銀髮族的經驗注入到新興市場之商業模式

在全球化中的新興市場是一塊有商機的園地。如何運用銀髮族的資源及經驗投入新興市場的開發（如：中國、越南、印尼、非洲等），是個值得進一步研究的議題。

參考文獻

一、中文部分

1. 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。
2. 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。
3. 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》，10（10），57 ～ 59。
4. 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。
5. 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。
6. 民國 99 年 7 月，「數位內容產業發展計畫（核定本）」，第 33 頁。

7. 行政院經濟建設委員會人力規劃處（2012），2012 年至 2060 年台灣人口推計。
8. 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。
9. 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」，《台灣教育》，666，13 ～ 25。
10. 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。
11. 李嘉旭（2007），「不用電腦一個人也可以下棋」，《工業技術與資訊》，191 期。
12. 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。
13. 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。
14. 亞太青銀共創協會，www.yere.asia，最後瀏覽日期：2012 年 4 月。
15. 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
16. 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。
17. 林東泰（2002），「休閒教育與其宣導策略之研究」，台北市：師大書苑。
18. 林麗娟（1993），「運動與老化」，中華體育，7（3），120 ～ 125。
19. 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/。

20. 胡文豐（2006），「布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。
21. 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。
22. 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。
23. 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。
24. 徐慧娟（2003），成功老化：「老年健康的正向觀點」，《社區發展》，（103），252 ～ 260。
25. 徐慧娟、張明正（2004），「台灣老人成功老化與活躍老化現況：多層次分析」，《台灣社會福利學刊》，3（2），1 ～ 36。
26. 徐麗君、蔡文輝（1985），《老年社會學：理論與實務》，巨流圖書公司。
27. 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。
28. 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。
29. 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。
30. 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。
31. 陳韋庭（2008），「發現尊嚴的地方——老人日間照顧中心」，《銀髮世紀》，（36）。

32. 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。
33. 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。
34. 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。
35. 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。
36. 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。
37. 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。
38. 程紹同（1994），「現代體育發展的新趨勢——運動休閒管理」。《中華體育季刊》，7（4），25-30。
39. 黃兆仁、吳明彥、黃榮護（2009），「促進台北市觀光醫療、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，台灣經濟研究院。
40. 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。
41. 黃富順（2008），《高齡教育學》，台北市：五南圖書公司。
42. 黃富順（2009），「了解老人，認識老人」，《醫療品質雜誌》，3（5）。
43. 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。

44. 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。
45. 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。
46. 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。
47. 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。
48. 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。
49. 葉清華、薛淑琳（1998），「運動與老化」，《大專體育》，36，73 ～ 77。
50. 數位內容產業發展行動計畫（2010），行政院經濟建設委員會。
51. 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。
52. 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。
53. 盧梅（1999），「老年人健身運動的研究進展」，《體育與科學》，20（120），9 ～ 15。
54. 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。
55. 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。
56. 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。

57. 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=7D45DB55E3EDA9F648256E1B006B22C1。
58. 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。
59. 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。

二、英文部分

1. 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
2. Ann Petermans (2009), "Retail Design, Experience Economy and the Greying population: a European Perspective." Presented at the8thEuropean Academy of Design Conference. Retrieved from: http://www.academia.edu/215353/Retail_design_experience_economy_and_the_greying_population_a_European_perspective
3. Avcikurt, C. (2009), "The mature age market in Europe and its influence on tourism." Balikesir University.
4. Baltes, P. B., & Baltes, M. M. (1993), "Successful Aging: Perspectives from the Behavioral Sciences." Cambridge University Press.
5. Bass, S. A., & Caro, F. G. (1993), "Achieving a productive aging society." Auburn House.

6. 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
7. 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.
8. Cook, R. A., Yale, L. J., & Marqua, J. J. (2006), "Tourism: the business of travel." New Jersey: Pearson education.
9. Davey, J. A. (2002), "Active Ageing and education in mid and later life." Ageing & Society, 22(01), 95-113. doi:10.1017/S0144686X02008528
10. European Tourism Research Institute (ETOUR) (2005), "Tourism of Tomorrow," Mittuniversitetet.
11. Garfein, A.J., Herzog, R. (1995), "Robust aging among the young-old, old-old, and oldest-old." Journal of Gerontology, 50B, S77-S87.
12. Germany Kaiser's supermarket. Retrieved from: http://www.pri.org/theworld/?q=node/13324
13. Gerry Hadden (2007), "Germany's senior citizens." The PRI's World News. Retrieved from: http://www.pri.org/theworld/?q=node/13324
14. Goodrich, J. N. (1993). Socialist Cuba: A Study of Health Tourism. Journal of Travel Research, 32(1), 36–41. doi:10.1177/004728759303200106
15. 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.
16. 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.

17. Hsu, Hui-Chuan (2007), "Exploring elderly people's perspectives on successful ageing in Taiwan." Ageing & Society, 27(01), 87-102. doi:10.1017/S0144686X06005137
18. HUR USA Inc. Retrieved January 5, 2013, from: http://www.hurusa.com/index.asp?lang=en
19. 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
20. 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
21. Jan Kunz (2007), "Population Aging – Problem or Opportunity? Lessons from the Case of Finland." Journal of Sociology, 1(1).
22. Karani, R., McLaughlin, M. A., & Cassel, C. K. (2001), "Exercise in the healthy older adult." American Journal Of Geriatric Cardiology. 10(5), 269-273.
23. Kelly, J. R. (1996), "Leisure." MA, USA: Allyn & Bacon.
24. 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
25. L. Huang, & H. Tsai. (2003), The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan. Tourism Management, 24, 561-574.
26. Marc Prensky. (2001), "Fun, Play and Games: What Makes Games Engaging." McGraw-Hill.
27. Melanie Smith & Catherine Kelly（2006）, "Wellness Tourism." Tourism Recreation Research. 31(1), 1-4.

28. 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.
29. Nied, R. J., & Franklin, B. (2002), "Promoting and prescribing exercise for the elderly." American Family Physician, 65(3), 419-428.
30. 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
31. 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
32. Peter E. Tarlow (2007), "Tourism: Dealing with the Senior Market." Retrieved from: http://www.destinationworld.info/newsletter/feature36.html
33. 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.
34. 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
35. Robertson (2008), "What Gamers Want: Silver Gamers, Gamasutra." Retrieved from http://bit.ly/RsqLtG
36. Ruuskanen, J. M., & Ruoppila, 1. (1995), "Psychological well-being among people aged 65 to 84 years." Age and Ageing, 24, 292-296.

37. Supernaw, S. (1985), "Battle for the gray market." Proceedings of the Sixteenth Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association, 287-290.
38. 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
39. Tirrito, T. (2003), "Again in the new millennium: A global view." Columbia: University of South Carolina Press.
40. Tourism. Revew.com (2009), "ETHICAL/RELIGIOUS: Get Out of the Way! Seniors Are Coming." Retrieve from: http://www.accessibletourism.org/resources/tourism_ethical_review-senior_travellers-june2009.pdf
41. Ward, D. (2001), "The Berlitz Complete Guide to Cruising and Cruise Ships 2001." New Jersey: Berlitz Publishing.
42. 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
43. 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-%20peril%20or%20promise.pdf
44. Zimmer Z, Hickey T & Searle MS (1995), "Activity participation and well-being among older people with arthritis." Population Studies Center, University of Michigan.