

投稿類別：體育類

篇名：中華職棒球隊認養棒球場之飲食文化演進與分析

作者

陳佩妤。臺中市葳格高級中學。觀三甲班

劉芸茜。臺中市葳格高級中學。觀三丙班

施聿芸。臺中市葳格高級中學。觀三丙班

指導老師：

陳劭宸 老師

許雅婷 老師

壹●前言

一、研究動機

「棒球、熱狗和啤酒」是美國職棒中不可或缺的元素，每年約百萬人次的球迷進場看球，每人平均花費 50 元美金，內容包括美食，這樣的平價美食型態，已成為觀賞棒球之庶民文化。臺灣棒球場對於美食文化，除了便當、雞排或香腸之外，似乎沒有強烈的飲食文化，主要歸咎於無球隊認養導致難以形成專屬美食文化（廖德修，2015）。因此探討球隊認養球場後之飲食文化演進為本研究動機之一。

Lamigo 桃猿隊於 2011 年認養桃園國際棒球場後，大興球場設施革命，將凌亂的球場攤位整理成井然有序的美食區，一改過去對球場美食的觀念（歐建智，2015）。中華職棒積極落實屬地主義，推動地方特色，2015 年中華職棒明星賽出刊的《最棒美食》透過推薦比賽球場的周邊美食，期盼更親近少看棒球的民眾（羅惠齡，2015）。2016 年中信兄弟球隊認養臺中洲際棒球場後有鑑於此，不僅增設美食區外，還保留棒球場的傳統流動攤販（陳立勳，2016）。而南部以統一獅認養的台南市立棒球場為主，加上台南地區為「美食之都」，因此研究臺灣北中南地區代表性棒球場成為本研究動機之二。中華職棒四隊中僅義大犀牛隊尚無與球場有認養關係，因此本研究暫時不納入研究對象。

透過棒球與美食結合地區特色，以落實臺灣獨有的屬地特色，正是中華職棒聯盟落實屬地主義的目的，讓原本只是單純的欣賞球賽的觀眾，有了不一樣的情感連結與文化參與（2011，李承曄；2014，芭柏·史塔基）。

二、研究目的

- （一） 了解棒球場美食文化變革與現況
- （二） 了解中華職棒球隊認養棒球場後飲食文化演進

三、研究方法

- （一） 內容分析法：於 2015 年中華職棒球季年間，透過相關期刊、論文、報章雜誌相關飲食文化資訊蒐集。

(二) 田野調查法：於 2015 年中華職棒球季年間，實地參訪桃國國際棒球場、臺中洲際棒球場和台南市立棒球場至少一次，並拍照記錄相關規劃。

四、研究過程



資料來源：本研究自行整理

(圖一) 研究流程圖

貳●正文

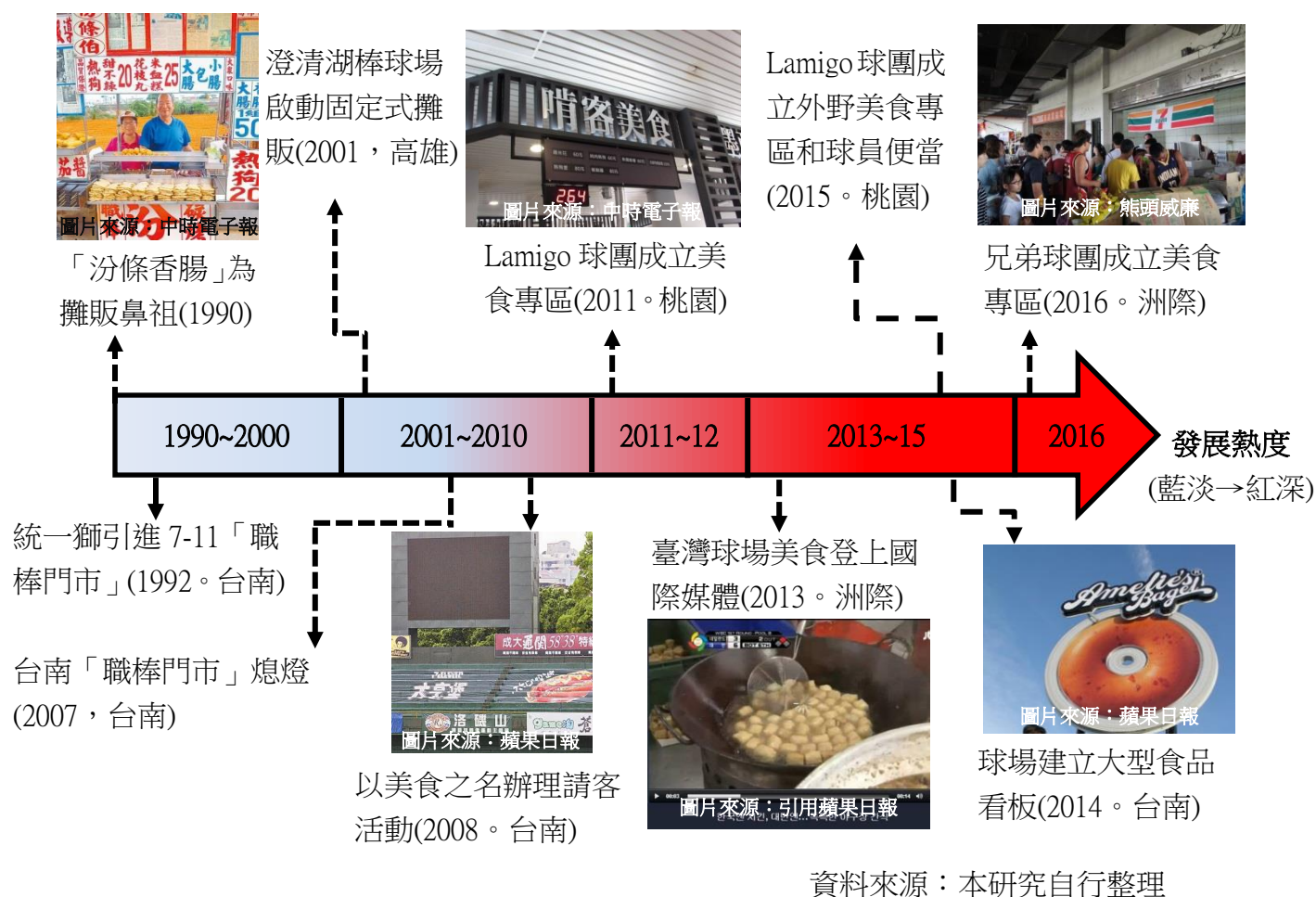
一、臺灣飲食文化

臺灣飲食文化歷經無數次各國殖民引進之飲食習慣，從早期的臺灣原住民、到明清時期、荷蘭、西班牙和日本人殖民經濟，以及後來中華民國政府播遷來台，帶來中國各省的飲食文化，發展出一套結合大江南北與西餐的飲食習慣。其中路邊攤販和夜市為庶民經濟的一環，加上餐廳和新型態的主題小吃店、飲料店、咖啡店、便當店、麵包店和便利商店，為臺灣呈現多元飲食文化（葉怡蘭，2013）。

二、臺灣棒球場美食文化變革與現況

美食文化起因之一為豐富和活躍的活動（張安平，2015）。棒球運動在台灣為唯一的職業運動，特別從職棒元年開始，進場看棒球的活動開始成為流行，每場觀眾人數爆滿，吸引各式流動攤販串流其間，使得攤販與職棒成為一種依附的關係，特別是攤販鼻祖—「汾條香腸」（廖德修，2015）。1992 年台南統一獅認養台南市立棒球場後，便將球場外攤販清除，同時引進 7-11「職棒門市」，成為臺灣首間便利商店入主球場，後因為配合市府政策，影響門市收入，於 2007 年熄燈。2001 年高雄市立澄清湖棒球場在舉辦世界盃成棒錦標賽時啟動固定式攤販。

2008 年台南統一獅球隊開始以美食為行銷，配合關係企業食品進行行銷，例如大型廣告帆布、大型廣告看版和球帽爆米花等。



(圖二) 中華職棒飲食文化演進

2011 年 Lamigo 球團認養桃園國際棒球場後，推出「全猿主場」，擺脫過去流動攤位概念，以專區食堂為概念規劃美食專區，裝置靜電吸油排煙系統，新增點餐叫號系統，讓球場飲食更加專業（歐建智，2015）。2013 年在臺灣舉辦之世界棒球經典賽因為南韓 JTBC 電視台轉播到炸臭豆腐的畫面時，讓主播形容臭豆腐是「臺灣特別的棒球場點心」。2016 年中信兄弟有感球場規劃將有助於提升球迷進場看球意願，把球場當成野餐活動，斥資重建球場設施，美食部分增設固定攤位，並保留部分流動攤販（陳立勳，2015）。相關球場飲食文化大事記演進圖如上圖二。

三、桃園國際棒球場—精緻美食區

（一）美食區規劃

桃園國際棒球場從 2011 年起由中華職棒 Lamigo 球團開始 OT (Operation, and Transfer) 經營，打出「全猿主場」的口號，改變傳統攤販的規劃，於球場二樓成立美食區，以專區食堂為概念規劃，裝置靜電吸油排煙系統，新增點餐及叫號系統，讓球場飲食更加專業（歐建智，2015）。2016 年更進行內野改造計畫，將三壘側改建成複合式餐飲歡樂區，一桌約 4~5 個座位，合計 200 個座位，且另安排服務生為球迷點餐（古依晴，2016）。

（表一） 桃園國際棒球場美食區相關規劃大事記

認養集團	達達集團
認養模式	OT (Operation, and Transfer)
認養年代	2011 年起
年代演進	2011 年 球場二樓成立美食區。
	2014 年 新增靜電吸油排煙系統和點餐叫號系統。
	2015 年 1. 二樓的美食街小幅整修門面。 2. 配合大溪豆乾舉辦活動。 3. 推出球員和吉祥物肖像便當系列。
	2016 年 三壘側將改建成複合式餐飲歡樂區。

資料來源：本研究自行整理

（二）特色與效益

食品特色方面除了便當、炸雞、比薩、熱狗和漢堡等美食外，尚有臺灣球場特有的「球員便當」和吉祥物「元氣小子便當」，仿效日本職棒以球員名字命名便當，首度在臺灣球場販售，獲得好評。此外還落實「屬地主義」，配合球場主題活動，引進桃園地區著名美食，如「大溪豆乾」，讓人更深入了解桃園。Lamigo 球團因規劃美食街，間接影響單場比賽收入，其中食品銷售方面以飲料和啤酒為最多（姚瑞宸，2015）。

(表二) 桃園國際棒球場飲食文化分析

球場攤位圖	攤位特色	說明內容
 美食區	 固定攤位	1. 美食區整齊乾淨 2. 新增靜電吸油排煙系統和點餐叫號系統
 特殊攤位	 結合桃園美食	1. 結合桃園美食一大溪豆干
 內野後方腹地	 固定式攤位	1. 開發以球員或吉祥物為主之便當 2. 便當款式多元，價格稍貴

資料來源：本研究自行整理

四、臺中洲際棒球場—固定與流動攤位並行

(一) 美食區規劃

臺中洲際棒球場為 2004 年落成，為國內首座美式規劃球場，看台視野廣闊，周邊腹地廣大，為臺灣舉辦國際賽之重心，2008 年由臺中市政府提出結合企業在球場周邊開發游泳池和美食街，以成為中部地區第一座大型體育休閒專用區。後由午陽集團透過 ROT（承租、經營、移轉）模式進行各項開發，可惜因為財務狀況，僅開發部分設施，直到 2015 年中信兄弟棒球隊認養後，才逐漸開啟美食街相關計畫，預計 2016 年 3 月完工，將成為臺灣首座流動式攤販與固定式攤販共存的球場。

根據本研究實地調查結果發現臺中洲際球場美食攤販規劃主要分成三個區域，為場內區、本壘後方區和停車場區。球場內區為環繞內野後方，此區域為主

要美食規劃區，近年受到國際賽事帶來的人潮，開始將攤販移至本壘後方區域，成功分散人群。而最後為停車場區域，此區域主要為小型流動攤販為主。

(表三) 臺中洲際棒球場美食區相關規劃大事記

認養集團	中信集團
認養模式	ROT (Rehabilitate Operation, and Transfer)
認養年代	2015 年起
年代演進	2008 年 市政府規劃於球場旁興建游泳池和美食區，成為中部地區最大運動休閒園區。
	2013 年 因為比賽間拍攝到「臭豆腐」，意外向世界介紹臺灣美食。
	2015 年 1. 開啟美食街相關籌備計畫。 2. 配合地方廠商與團體舉辦大型美食活動。
	2016 年 規劃成為臺灣首座流動式攤販與固定式攤販共存的球場。

資料來源：本研究自行整理

(二) 特色與效益

臺中洲際棒球場受到場地設計影響，內野地區僅有少數區域能使用固定式攤位，其中多為官方商品和便利商店使用。食物區域多為內野兩側，販售商品主要為烤香腸、烤魷魚或大腸包小腸等傳統美食。受腹地影響，若遇到熱門賽事人潮眾多，排隊將成為一大問題。食物銷售方面仍以啤酒為主，單日啤酒銷售量最高。由於多辦理國際賽的關係，使得球場美食一炸臭豆腐和烤魷魚，意外躍升國際，(沈明聰，2016)。2015 中信兄弟宣布認養洲際棒球場後，開啟了一系列規劃，結合臺中地方美食舉辦烤肉趴，送給進場球迷燒肉、啤酒、冰淇淋(姚瑞宸，2015)或配合家扶中心，提供場地讓創業家長在現場展售手工食品，讓球迷在觀賽的同時也有現做美食可享用(張菁雅，2015)。

(表四) 洲際棒球場飲食文化分析

球場位置圖	攤位圖	說明內容
 圖片來源：本研究拍攝 球場南側	 圖片來源：本研究拍攝 流動攤位	1. 攤位近停車場 2. 食品多元，價格較便宜 3. 攤位較凌亂 4. 夜市型態，擁擠

 圖片來源：本研究拍攝 本壘後方腹地	 圖片來源：本研究拍攝 活動攤位	1.多為主題式活動攤位，攤位整齊 2.食品多元，價格稍貴 3.大型主題攤位
 圖片來源：本研究拍攝 內野後方腹地	 圖片來源：熊頭威廉 固定式攤位	1.多為主題式活動攤位，攤位整齊 2.食品多元，價格稍貴 3.攤位較乾淨

資料來源：本研究自行整理

五、台南市立棒球場—多球場外圍美食

（一）美食區規劃

美國有線電視新聞網 CNN 網站盛讚台南是「臺灣美食之都」，然而台南市立棒球場之美食發展仍有限（謝靜雯，2015）。統一獅 1999 年開始認養台南球場，成為臺灣職棒首支落實屬地主義的球團，此後統一集團隨即展開一條鞭式經營，清空攤販，進駐旗下關係企業如於一壘側的 7-11 便利超商和球場內的 21 世紀炸雞等，提供球迷安全、衛生的飲食需求（廖德修，2015）。

但受到球場設施老舊，無法進行大幅翻修，只能局部進行改建，2005 年修建觀眾席，成為臺灣首見座椅附設飲料架的棒球場；或者用「食物」規劃不同區域，例如全台唯一的外野「烤肉席」，每場限量預定，票價內含四人份食材（謝靜雯，2015），開設「歡樂野餐席」，提供野餐墊、零食餅乾及飲料服務，而內野「鑽石席」則提供冰淇淋和啤酒等服務（統一獅官方網站，2015）。

（表五）台南市立棒球場美食區相關規劃大事記

認養集團	統一集團	
認養模式	OT (Operation, and Transfer)	
認養年代	1999 年起	
年代演進	1999 年	一壘側入口旁成立 7-11「職棒門市」。
	2005 年	臺灣首見座椅附設飲料架的棒球場。
	2015 年	1. 全台唯一的外野「烤肉席」。

2. 外野開設「歡樂野餐席」。

3. 內野開設「鑽石席」。

資料來源：本研究自行整理

(二) 特色與效益

台南地區屬於熱帶地區，氣候較為炎熱，因此飲品和冰淇淋為現場觀眾最愛，雖然台南為美食之都，但在球場受到設施老舊，較無法規畫相關美食區域供現場觀眾選購，現場多以速食炸雞冰淇淋和啤酒為主，早期還結合 7-11 推出有球員肖像之重量杯商品或是頭盔爆米花和冰淇淋，以小點心為主。直至 2016 年台南市主辦第 3 屆 WBSC 世界盃少棒錦標賽，才結合地方美食推出「歸仁棒球麵」。

(表六) 台南市立棒球場飲食文化分析

球場位置圖	攤位圖	說明內容
 球場外野	 烤肉席	1. 烤肉主題攤位 2. 台南棒球場特色 3. 以家庭對象為主
 一壘區域	 內野鑽石席	1. 親近球場為主。 2. 專人接待，食品多元。 3. 票價昂貴。

資料來源：本研究自行整理

參●結論

一、研究結果

(一) 美食區取代攤販文化

2011 年 Lamigo 球團將球場重新規劃美食專區，注重球迷服務品質，而獲得亮麗的票房，2015 年裝置靜電吸油排煙系統，新增點餐及叫號系統，讓球場飲食更加專業（歐建智，2015）。2015 年起中信兄弟認養臺中洲際棒球球場後，逐步完工美食區，未來將成為臺灣首座固定式和流動式攤販共存的球場。統一獅棒

球隊認養台南棒球場後，清空攤販，卻因為球場結構老舊等問題，使得翻修不易，因此無美食區規劃。整體中華職棒球隊之認養球場，主要為提升將球迷服務品質，使得美食區和相關設施成為首屈一指，必要規劃之區域。

（二）觀眾席配合美食型態規劃

台南市立棒球場因為結構問題，僅能以配合食用美食型態開發特色區域，如烤肉區等。桃園國際棒球場亦於 2016 年開始將三壘側將改建成複合式餐飲歡樂區，此型態已成為一種販售球票的行銷方式。

（三）銷售食品以飲品、啤酒為最多

根據調查結果顯示球迷食用的商品以飲品和啤酒居多，主要因素為球賽多為夏天舉行。台南市立棒球場的冰淇淋是球場主要銷售商品。

（四）較缺乏地方特色食品

球場美食反映地方特色，本研究結果發現桃園國際棒球場、臺中洲際棒球場和台南市立棒球場皆有配合地方美食做宣傳，卻僅有桃園大溪豆干能結合地方美食產業，而臺中和台南受到攤位發展，發展有限，對於強調落實屬地主義的中華職棒來說較彰顯地方文化不足之處。未來建議配合地方政府發展地方美食，甚至觀察伴隨球迷成長的美食而加以包裝行銷，或是仿效日本職棒開發球場限定版美食而成為特色。

（五）以球員為肖像之特色食品吸睛

桃園國際棒球場開發「球員便當」或「吉祥物便當」，提升便當買氣，台南棒球場則有球員肖像之重量杯。以球員為名之特色食品，結合地方家鄉料理，為球團帶來商機，成為球場特色賣點。

二、研究建議

（一）中華職棒聯盟方面

提升球迷之服務品質，落實屬地主義，行銷地方特色，將有助於更穩固球迷發展，同時兼顧敦親睦鄰，提升地方發展與社會責任。

（二）球團方面

加強球場設施與設備，提升球迷之服務品質，瞭解球迷之市場需求，販售適當的食品，或開發特色商品，將球員肖像、球團 logo、比賽事件等融入食品行銷販售，讓球迷能更深入比賽中。

（三）未來研究者建議方面

因人力、物力有限，而無法更深入了解其他棒球場之飲食文化，建議可以更深入訪問產業界老闆、球團經理或地方政府，以利進一步研究球場飲食文化。同時參考美國、日本和韓國之棒球飲食文化變革，做更細部的分析研究，以提供經營者之鑑鏡。

肆●引註資料

1. 古依晴(2016)。桃園球場內野改造預計 3 月中完工 球團：開幕最新體驗。引自 <http://sports.ettoday.net/news/638921#ixzz41SlJqC5>
2. 沈明璵(2015)。世界 12 強／賽事熱買氣淡 今起 3 戰攤販拚「逆轉勝」。引自 <http://history.n.yam.com/nownews/sports/20151112/20151112388565.html>
3. 芭柏·史塔基(2015)。味覺獵人：舌尖上的科學與美食癡迷症指南。臺北市：漫遊者文化。
4. 李承曄(2011)。透視野球—日本球場旅行與職棒文化解析。臺北市：球魂有限公司。
5. 廖德修(2015) 中華職棒球場美食傳統、現代兼備。引自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20150715003222-260403>
6. 張菁雅(2015)。冬盟開打 家扶球場推美食。引自 <http://sports.ltn.com.tw/news/breakingnews/1529664>
7. 葉怡蘭(2013)。台灣生活滋味。臺北市：天下文化
8. 張安平(2015)。鐘擺上的味蕾。臺北市：天下文化
9. 陳立勳(2016)。洲際球場砸重金改造 迎接主隊中信兄弟。引自 <http://sports.ettoday.net/news/643447#ixzz410NzkQWE>
10. 楊本禮(2014)。美食新風潮：美國飲食文化的魔幻蛻變。臺北市：臺灣商務
11. 歐建智(2014)。桃園球場有百貨公司美食街 叫號系統免排隊。引自 <http://sports.ettoday.net/news/341355#ixzz410ZvDObn>
12. 謝靜雯(2015)。台南棒球場外野設烤肉席 全台獨有。引自 <http://udn.com/news/story/7001/1183746-%E5%8F%B0%E5%8D%97%E6%A3%92%E7%90%83%E5%A0%B4%E5%A4%96%E9%87%8E%E8%A8%AD%E7%83%A4%E8%82%89%E5%B8%AD-%E5%85%A8%E5%8F%B0%E7%8D%A8%E6%9C%89>