

# 108 年度我國民眾運動消費支出調查研究成果摘要

教育部體育署為掌握我國民眾運動消費支出情形，特辦理 108 年度「我國民眾運動消費支出調查」，了解國人各項運動消費狀況，推估運動消費支出總額，做為未來推廣運動產業發展之施政參酌。調查方法以電話訪問方式進行，採用分層隨機抽樣法，針對全國各縣市 13 歲至 69 歲民眾進行訪問，共回收 17,498 份有效問卷。

## 一、108 年度調查研究成果

### (一) 運動消費支出總額

本次調查推估 108 年我國 13-69 歲民眾的運動消費支出總額為 1396.3 億元，其中在參與性運動服務消費支出總額為 299.5 億元，觀賞性運動消費支出總額為 48.0 億元，運動彩券方面則為 415.8 億元，而運動裝備消費支出為 625.7 億元，最後，電競消費支出則為 7.4 億元。

表 1 108 年全年運動消費支出總額彙整

單位：百萬元

運動消費支出項目	108 年全年	占比
<b>參與性運動服務消費支出總計</b>	<b>29,946.88</b>	<b>21.5%</b>
運動課程費	11,749.96	8.4%
單純運動指導費	2,058.26	1.5%
入場費、會員費、場地設備出租費	8,369.80	6.0%
運動社團費	1,646.50	1.2%
參加運動比賽衍生費	6,122.36	4.4%
<b>觀賞性運動消費支出總計</b>	<b>4,798.53</b>	<b>3.4%</b>
觀賞運動比賽門票費	732.12	0.5%
看運動比賽衍生費	549.38	0.4%
購買、付費訂閱媒體費	3,517.03	2.5%
<b>運動彩券支出</b>	<b>41,580.29</b>	<b>29.8%</b>
臺灣運動彩券費用	41,580.29	29.8%
<b>運動裝備消費支出總計</b>	<b>62,571.22</b>	<b>44.8%</b>
運動服	28,318.36	20.3%
運動鞋	11,501.04	8.2%
運動穿戴裝置	1,109.46	0.8%
購買及維修運動用品與器材	21,499.93	15.4%
運動軟體	142.44	0.1%
<b>電競消費支出</b>	<b>742.05</b>	<b>0.5%</b>
電競消費支出	742.05	0.5%
<b>總計</b>	<b>139,638.98</b>	<b>100.0%</b>

## (二)參與性運動服務消費支出

108 年我國 13-69 歲民眾在「入場費、會員費、場地設備出租費」之消費比例最高，達 25.5%，其次依序為「運動課程費」( 12.7%)、「參加運動比賽衍生費」( 6.7%) 及「運動社團費」( 6.0%)，民眾有「單純運動指導教學費」之消費比例較低，約 3.7%。

就參與性運動消費支出的總額來看，108 年 13-69 歲民眾參與性運動消費支出的總額約為 299.5 億元。就個別項目而言，以「運動課程費」之支出總額最高，約為 117.5 億元，而「入場費、會員費、場地設備出租費」則居次，三項合計約為 83.7 億元，接著依序為「參加運動比賽衍生費」61.2 億元、「單純運動指導費」20.6 億元及「運動社團費」16.5 億元。

單位：百萬元

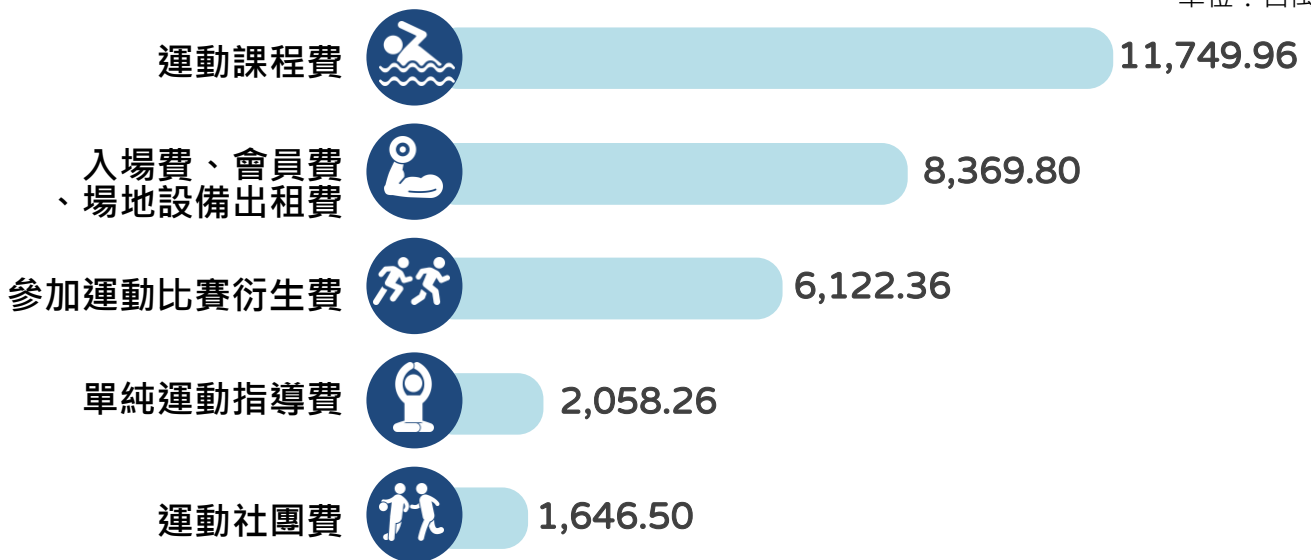


圖 1 參與性運動服務消費支出總額

## (三)觀賞性運動消費支出

108 年我國 13-69 歲民眾有 6.7% 曾「購買運動比賽門票」；而在購買運動比賽門票的民眾中，以購買「棒球」比賽門票比例最高，其次則為「籃球」。在購買、付費訂閱媒體方面，隨著串流影音的發展，民眾為觀賞運動比賽而訂購網路或寬頻電視」之比例有所提升，為 4.2%，其次依序為「為了看體育新聞而購買報紙」( 3.4%) 及「額外訂閱有線或衛星電視運動頻道」( 2.0%)，而有「購買、訂閱運動雜誌」之比例較低，僅 1.1%。

在觀賞性運動消費支出的總額方面，108 年 13-69 歲民眾觀賞性運動消費支出的總額約為 48.0 億元。進一步觀察個別項目，發現「購買、付費訂閱媒體費」之消費支出總額最高，約 35.2 億元，其次依序為「觀賞運動比賽門票費」及「看運動比賽衍生費」。

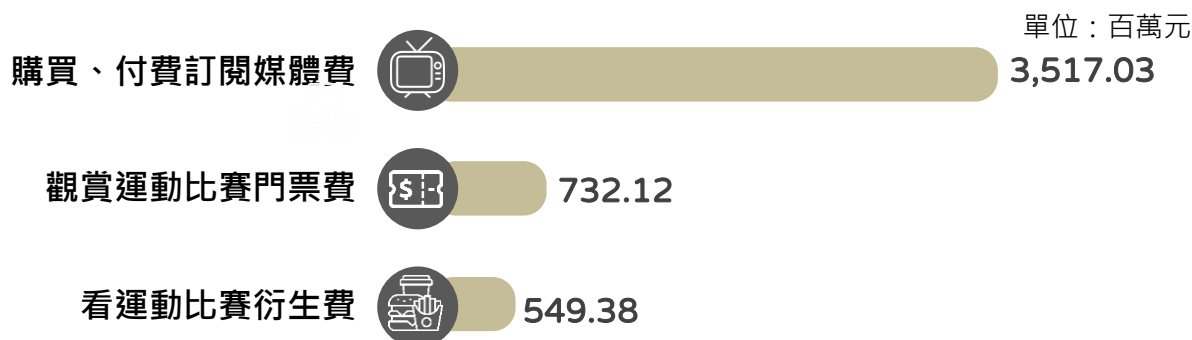


圖 2 觀賞性運動消費支出總額

#### (四)運動彩券消費支出

在運動彩券消費支出方面，108 年有 11.2%的民眾有運動彩券消費支出；而運動彩券消費支出總額約為 415.8 億元，較 107 年的 434.2 億元相比，下降 4.2 個百分點。

#### (五)運動裝備消費支出

108 年 13-69 歲民眾在運動裝備消費支出方面，以「運動服」之比例最高，達 32.0%。其次則為「運動鞋」，占比為 25.2%，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」( 15.8% )、「運動穿戴裝置」( 8.2% )，而有購買「運動軟體產品」之占比較低，約 7.0%。

在運動裝備消費支出的總額方面，108 年 13-69 歲民眾運動裝備消費支出的總額約為 625.7 億元。就個別項目而言，以「運動服」之消費支出總額最多，約 283.2 億元，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」( 215.0 億元 )、「運動鞋」( 115.0 億元 )、「運動穿戴裝置」( 11.1 億元 ) 及「運動軟體」( 1.4 億元 )。

單位：百萬元

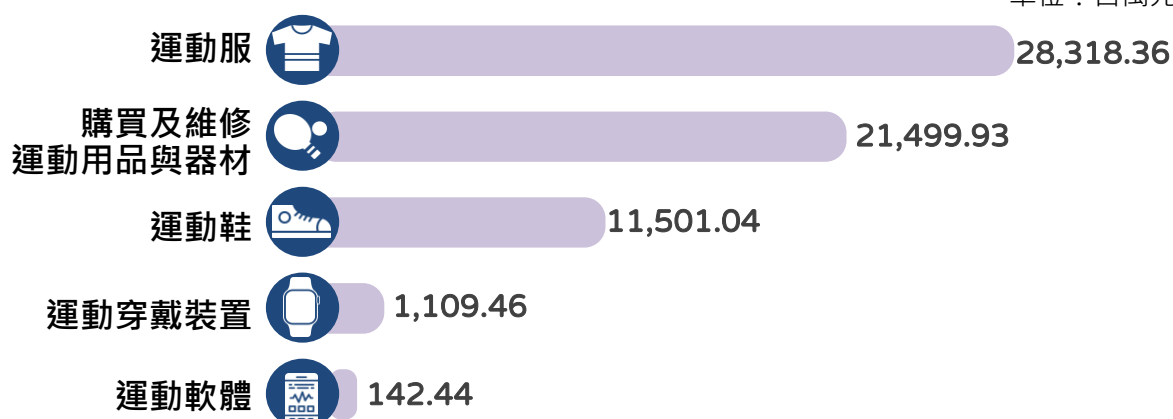


圖 3 運動裝備消費支出總額

## (六) 電競消費支出

在電競消費支出方面，有 1.7% 的民眾有電競消費支出；而支出項目以「軟體產品」( 63.3% ) 及「硬體設備」( 44.1% ) 為主。電競消費支出總額為 7.4 億元，以「硬體設備」( 5.2 億元 ) 及「軟體產品」( 2.0 億元 ) 之消費支出總額較高。

## 二、運動消費支出總額歷年比較

### (一) 運動消費支出總額歷年比較

近五年我國民眾運動消費支出總額呈逐年成長趨勢，104 年整體運動消費支出總額為 1,189 億元，而 106 年時成長至 1,268 億元，108 年達 1,396 億元，較 107 年成長 1.0 個百分點。108 年運動彩券銷售額略為減少，其餘在參與性運動服務、觀賞性運動、運動裝備及電競等運動消費支出總額，與 107 年相比，皆有所成長。茲將 104 年至 108 年運動消費支出相關項目整理如下：

表 2 運動消費支出總額歷年比較

單位：百萬元

運動消費支出項目	104 年總額	105 年總額	106 年總額	107 年總額	108 年總額	107 年至 108 年金額變動幅度
參與性運動消費支出	28,127.07	28,340.14	28,756.51	29,004.59	29,946.88	3.2%
觀賞性運動消費支出	4,530.62	4,585.03	4,655.82	4,706.77	4,798.53	1.9%
運動彩券支出	28,152.23	31,124.15	33,058.36	43,416.08	41,580.29	-4.2%
運動裝備消費支出	58,085.81	58,662.75	59,748.51	60,432.94	62,571.23	3.5%
電競消費支出	--	--	629.83	690.88	742.05	7.4%
總計	118,895.73	122,712.07	126,849.01	138,251.26	139,638.98	1.0%

## (二)參與性運動服務消費支出總額分析

在運動服務消費支出 ( 參與性、觀賞性運動消費支出之加總金額 ) 部分可以發現，106 年時約為 334.1 億元，至 107 年時約為 337.1 億元，108 年的運動服務消費支出總額約近 347.5 億元，顯示我國民眾在運動服務方面之消費支出總額有逐年成長的趨勢，以下將就參與性、觀賞性運動消費個別分析歷年消費支出變化。

### 1.參與性運動消費支出總額

從參與性運動服務消費支出總額變化可發現，106 年我國民眾在參與性運動相關消費總額為 287.6 億元，至 107 年時總額突破至 290.0 億元，108 年則達 299.5 億元，成長了 3.2 個百分點，顯示近年從事參與性運動服務消費支出總額逐年成長。與 107 年相比，108 年各參與性運動服務消費支出項目總額皆有所增加，其中又以「入場費、會員費、場地設備出租費」成長較多，107 年在此項目消費總額約 80.0 億元，108 年則增加至 83.7 億元，成長 4.7 個百分點。

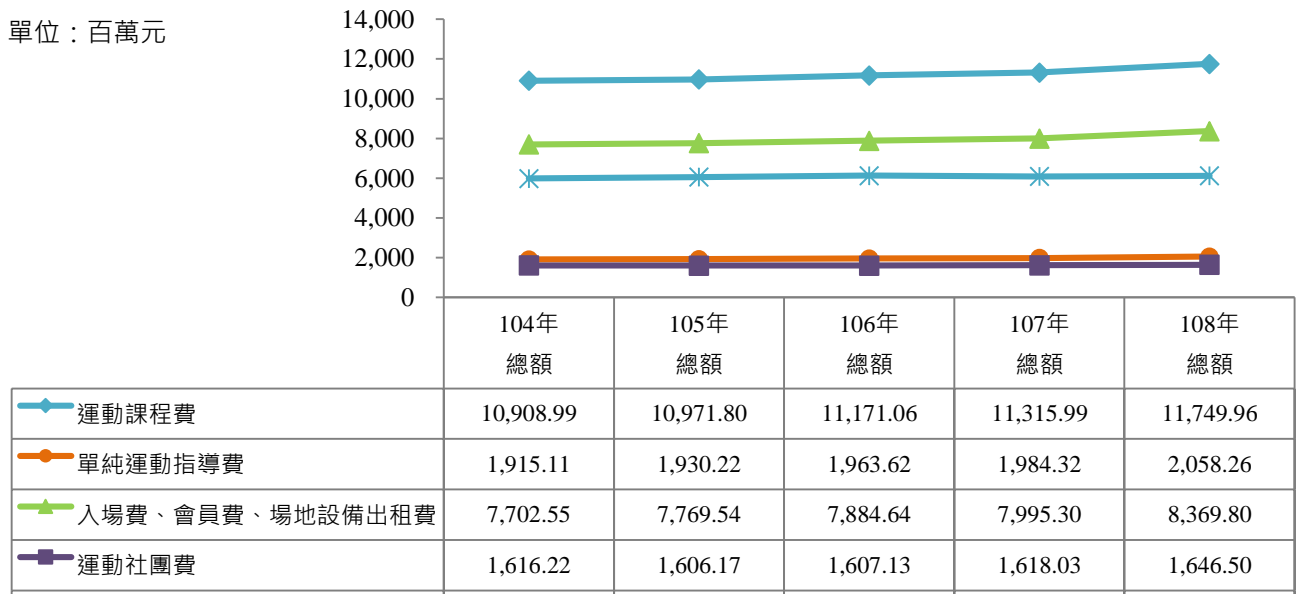


圖 4 104 年至 108 年各項參與性運動服務消費支出總額變化

### 2.觀賞性運動消費支出總額

在觀賞性運動消費支出總額方面，107 年時民眾消費支出總額約 47.1 億元，至 108 年達 48.0 億元，成長 1.9 個百分點。各觀賞性運動消費支出中，「觀賞運動比賽門票費」108 年支出總額成長至 7.3 億元，增加了 6.6 個百分點；而在「看運動比賽衍生費」方面，

消費支出總額亦有相同之趨勢，108 年增加至 5.5 億元。民眾在「購買、付費訂閱媒體費」之消費總額方面，近三年亦逐年成長，由 106 年為 34.2 億元，增加至 107 年 35.0 億元，108 年則為 35.2 億元。

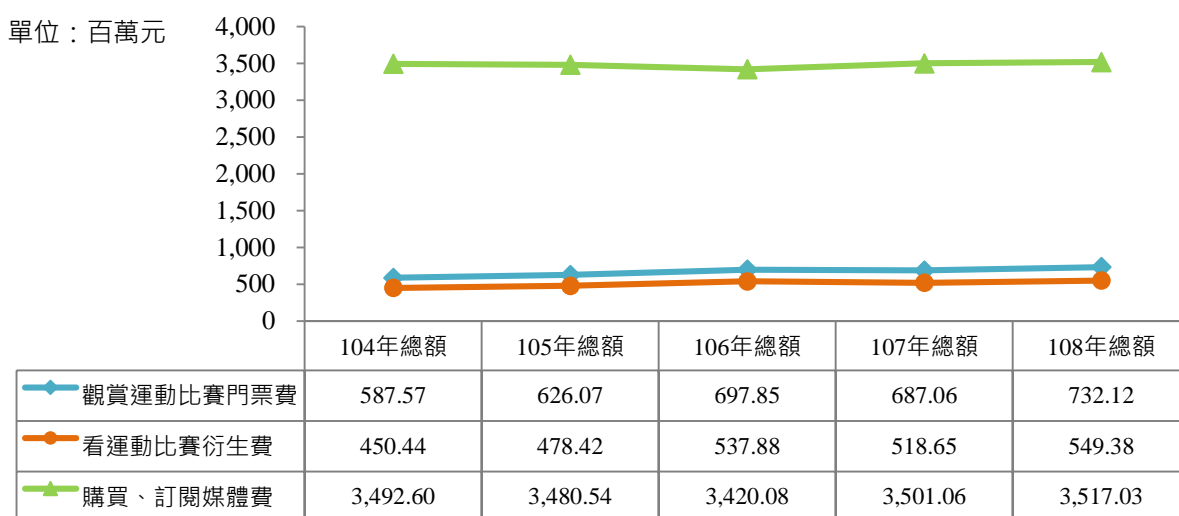


圖 5 104 年至 108 年各項觀賞性運動消費支出總額變化

### (三) 運動彩券消費支出總額分析

在運動彩券消費支出方面，乃採取教育部體育署所公布之運動彩券實際銷售額，根據統計結果，106 年為 330.6 億元。而 107 年因世界盃足球賽及雅加達亞運等大型國際賽事熱潮，銷售額創下歷年新高，達 434.2 億元，108 年微幅減少至 415.8 億元。

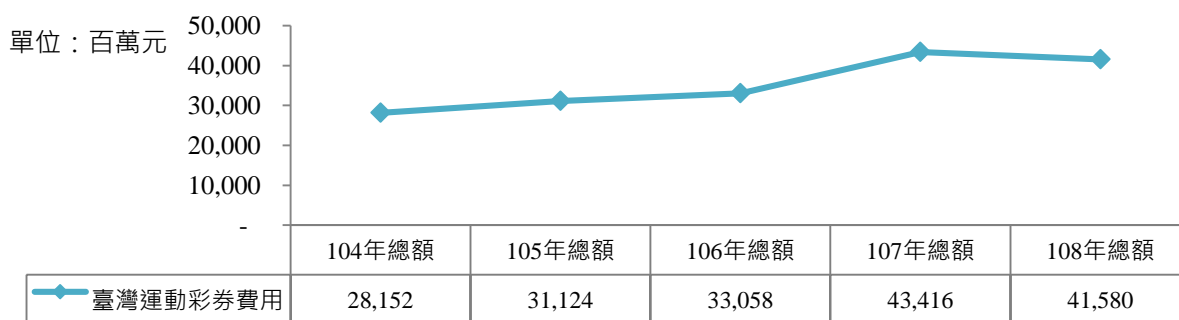


圖 6 104 年至 108 年各項觀賞性運動消費支出總額變化

### (四) 運動裝備消費支出總額分析

從運動裝備消費支出總額變化可發現，民眾在運動裝備相關支出總額逐年成長，108 年達 625.7 億元，較 107 年增加 21.4 億元，成長 3.5 個百分點。從歷年趨勢來看，購買及維修運動用品與器材成長較多，由 107 年的 217.1 億元，成長至 108 年 226.1 億元，約增加 4.1 個百分點；而運動鞋及運動服的消費支出總額，在 108 年皆有所成長，分別增加 3.3 及 3.2 個百分點；而運動軟體變化較為趨緩，108 消費支出總額約增加 0.6 個百分點。



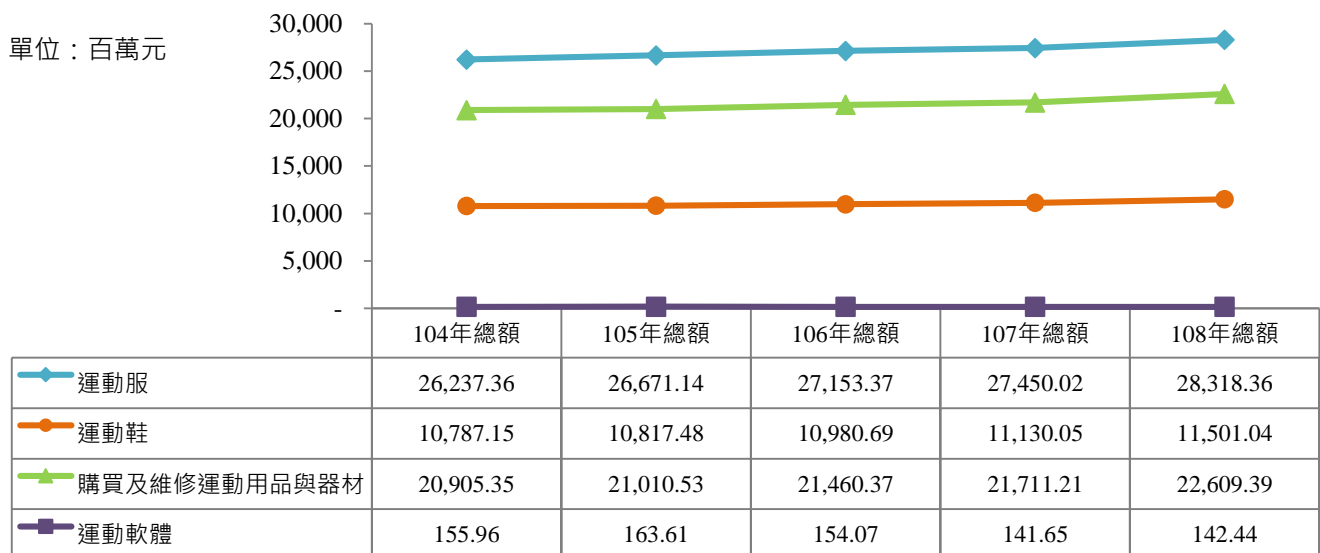


圖 7 104 年至 108 年各項運動裝備消費支出總額變化

### 三、結論

以下針對 108 年度我國運動消費支出之調查結果及相關發現進行綜合歸納。

#### (一)參與性運動服務消費支出

##### 1.歷年調查皆以運動課程支出總額最高，女性、40-49 歲民眾為主要消費族群

在參與性運動服務各項目中，歷年來民眾皆以「運動課程費」之消費支出總額最高，108 年總額達 117.5 億元，且持續成長中；除此之外，民眾在「運動課程費」消費支出之比例，則僅次於「入場費、會員費、場地設備出租費」，108 年比例為 12.7%。由歷年調查結果可發現運動課程以「女性」、「40-49 歲」為主要消費族群；顯示女性對於運動課程的投入意願較男性來得高。

##### 2.歷年來運動場館消費支出比例最高，民眾在 108 年上健身房的比例有所成長

歷年來民眾在「運動場館(入場費、會員費、場地設備出租費)」之消費支出占比，皆居參與性運動服務項目的首位，其中，「男性」、「20-29 歲」的民眾為主要消費族群。另從 108 年調查結果發現，民眾在「入場費、會員費、場地設備出租費」消費支出占比第一的項目，為「上健身房」，比例亦較往年來得高。

### **3.參加運動比賽衍生費占比與消費支出總額皆居第三，以男性、40-49 歲族群為主。**

從歷年調查結果可知，「參加運動比賽衍生費」支出總額與消費人口比例在參與性運動服務消費中，皆排名第三。在 108 年有 6.7% 的民眾有「參加運動比賽衍生費」消費支出，消費支出總額為 61.2 億元。進一步分析可發現，有參加運動比賽衍生費之消費族群以「男性」、「40-49 歲」中年族群為主。

#### **(二)觀賞性運動服務消費支出**

##### **1.棒球、籃球為歷年來民眾最常觀看比賽項目，而國際賽事亦吸引民眾目光**

108 年民眾買票觀賞運動比賽比例為 6.7%，消費支出總額為 7.3 億元，又以「男性」、「30-39 歲」的民眾消費占比較高；而從歷年調查結果發現，「棒球」與「籃球」為民眾最常觀的比賽項目。此外，國際賽事亦容易受到關注，進而刺激民眾買票進場觀賽意願，棒球、籃球同樣較在國際賽事中較受歡迎。

##### **2.近年來民眾透過網路、寬頻電視觀賞運動比賽比例有所成長**

在購買、付費訂閱媒體方面，「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」的比例，從 106 年起逐年成長，108 年創新高，達 4.2%，其中又以「男性」、「30-49 歲」購買的比例較高。顯示隨著串流影音平台 (OTT) 的發展，業者亦開始積極爭取運動賽事轉播權，以滿足民眾觀賽需求。

#### **(三)運動裝備消費支出**

運動裝備消費支出項目五者合併計算，消費支出總額為 625.7 億元，為歷年來民眾運動消費支出總額最高的項目，其中以「男性」、「40-49 歲」為購買運動裝備的主要消費族群。