

109 年度我國民眾運動消費支出調查

研 究 機 構 ： 台灣趨勢研究股份有限公司

計 畫 主 持 人 ： 彭賢恩 總經理

協 同 主 持 人 ： 鄭志富 教授

教 育 部 體 育 署 編 印

中 華 民 國 111 年 4 月

目 錄

壹、摘要分析.....	1
一、109 年度調查研究成果	1
二、運動消費支出總額歷年比較	4
三、各運動消費支出項目之族群分析	7
四、新冠肺炎的影響	9
五、結論與建議.....	10
貳、國際運動消費支出現況	13
一、英國.....	14
二、美國.....	18
三、澳洲.....	23
四、日本.....	27
五、新加坡.....	31
六、韓國.....	33
七、香港.....	37
八、中國.....	40
九、國際比較.....	42
參、調查過程與方法	49
一、量化研究方法.....	49
二、質化研究方法.....	66
肆、我國民眾運動消費支出總額分析	68
一、運動消費支出總額歷年比較	68
二、109 年各縣市運動消費支出分析	70
三、歷年各運動消費項目支出總額分析	77
伍、我國民眾運動消費支出頻次趨勢分析	84
一、參與性運動消費支出頻次歷年比較	84
二、觀賞性運動消費支出歷年比較	95

三、運動彩券消費支出頻次歷年比較	100
四、運動裝備消費支出頻次歷年比較	101
五、電競消費支出頻次歷年比較	107
陸、各運動消費支出項目之族群分析	109
一、參與性運動消費支出	109
二、觀賞性運動消費支出	112
三、運動彩券消費支出	113
四、運動裝備消費支出	114
五、電競消費支出.....	114
柒、焦點團體座談會分析	116
一、新冠肺炎疫情影響	116
二、疫情因應措施.....	117
三、對動滋券看法.....	118
四、未來創新發展.....	119
五、對振興運動產業建議	120
捌、新冠肺炎對運動消費之影響	123
一、新冠肺炎的影響	123
二、促進運動消費之動滋券政策	127
玖、結論與建議.....	128
一、向民眾傳遞正確運動觀念，以提升整體運動風氣	128
二、宣導諮詢管道，辦理業者座談會，持續協助業者瞭解定型化契約內容.....	129
三、提升健身教練素質，提供民眾高品質運動服務	130
四、鼓勵運動服務創新，促進整體運動產業發展	131
參考文獻.....	133
附錄一、問卷百分比	139
附錄二、附表.....	151
附錄三、109 年各項運動消費支出總額及標準誤	192

附錄四、逐字稿內容摘要	193
附錄五、焦點團體座談會逐字稿	201

圖 目 錄

圖 1-1	參與性運動消費支出總額	2
圖 1-2	觀賞性運動消費支出總額	3
圖 1-3	運動裝備消費支出總額	3
圖 1-4	105 年至 109 年各項參與性運動消費支出總額變化	5
圖 1-5	105 年至 109 年各項觀賞性運動消費支出總額變化	5
圖 1-6	105 年至 109 年台灣運動彩券銷售額變化	6
圖 1-7	105 年至 109 年各項運動裝備消費支出總額變化	6
圖 2-1	英國家戶每年平均服飾與鞋類、休閒與文化消費情形	15
圖 2-2	英國家戶每年平均運動消費情形	15
圖 2-3	美國消費者每年服飾與鞋類、娛樂消費總支出金額	19
圖 2-4	美國 2010 年-2020 年消費者運動消費支出總額	20
圖 2-5	美國 2008 年-2020 年運動產業總值	21
圖 2-6	澳洲家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況	23
圖 2-7	澳洲 15 歲以上民眾參與性運動支出金額與比例	24
圖 2-8	澳洲 15 歲以下孩童參與性運動支出金額與比例	24
圖 2-9	日本家庭平均每戶收支調查中與運動消費相關支出金額	27
圖 2-10	韓國家戶平均每月支出服飾鞋類、文化娛樂消費金額	33
圖 2-11	韓國家戶平均每月支出運動露營設備、休閒服務消費金額	34
圖 2-12	香港家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況	37
圖 2-13	中國居民教育文化娛樂及衣著消費支出	40
圖 3-1	CATI 電話訪問流程	50
圖 3-2	問卷架構	59
圖 4-1	各縣市整體消費支出平均金額分布圖	72
圖 4-2	各項參與性運動消費支出總額歷年比較	78
圖 4-3	各項觀賞性運動消費支出總額歷年比較	79
圖 4-4	大型運動比賽衍生消費支出總額歷年比較	80
圖 4-5	台灣運動彩券銷售額歷年比較	81
圖 4-6	各項運動裝備消費支出總額歷年比較	82
圖 4-7	電競消費支出總額歷年比較	83
圖 5-1	運動課程消費支出頻次年度比較	84
圖 5-2	前十項運動課程支出項目與消費金額	85
圖 5-3	單純運動指導教學費消費支出頻次年度比較	87
圖 5-4	前十項單純運動指導教學費用支出項目與消費金額	88
圖 5-5	入場費、會員費、場地設備出租費消費支出頻次年度比較	90
圖 5-6	前十項入場費、會員費、場地設備出租費支出項目與消費金額	91
圖 5-7	運動社團消費支出頻次年度比較	93
圖 5-8	參加運動比賽衍生相關消費支出頻次年度比較	94

圖 5-9	觀賞運動比賽消費支出頻次年度比較	95
圖 5-10	買票觀賞國內運動比賽支出項目與消費金額	96
圖 5-11	因觀賞運動比賽而購買、付費訂閱媒體之頻次年度比較.....	98
圖 5-12	大型運動賽事衍生消費支出頻次年度比較	99
圖 5-13	運動彩券消費支出頻次年度比較	100
圖 5-14	運動服消費支出頻次年度比較	101
圖 5-15	運動鞋消費支出頻次年度比較	102
圖 5-16	運動穿戴裝置消費支出頻次年度比較	103
圖 5-17	購買及維修運動用品消費支出頻次年度比較	104
圖 5-18	有使用運動軟體產品之頻次年度比較	105
圖 5-19	運動軟體產品消費支出頻次年度比較	106
圖 5-20	電競消費支出頻次年度比較	107
圖 5-21	電競消費支出項目頻次之年度比較	108
圖 8-1	108 年與 109 年運動消費金額之比較	123

表 目 錄

表 2-1	國際研究對象選擇.....	13
表 2-2	英國家庭消費支出調查與運動消費相關類目	14
表 2-3	美國消費者支出調查與運動消費相關分類	18
表 2-4	美國經濟分析局調查與運動消費相關類目	19
表 2-5	澳洲家庭支出調查與運動消費相關類目	23
表 2-6	澳洲民眾參與性運動消費支出金額	25
表 2-7	日本家庭收支調查與運動消費相關類目	27
表 2-8	日本家庭收支調查中每戶家庭各課程支出狀況	28
表 2-9	新加坡每戶平均每月運動消費相關類目支出金額	31
表 2-10	中國家庭支出調查與運動消費相關類目	40
表 2-11	各國每年每戶服飾鞋類平均消費金額綜合分析	43
表 2-12	各國每年每戶休閒與文化平均消費金額綜合分析	44
表 2-13	各國運動相關消費支出綜合分析	46
表 3-1	109 調查各區域之有效樣本規劃	52
表 3-2	109 年調查之接觸記錄	54
表 3-3	109 年調查之樣本代表性檢定：性別	55
表 3-4	109 年調查之樣本代表性檢定：年齡	55
表 3-5	109 調查之樣本代表性檢定：地區	56
表 3-6	109 年調查之加權後樣本分布	58
表 3-7	問卷調查面向	60
表 3-8	前測樣本分布	61
表 3-9	運動場館業者焦點團體座談會出席名單	66
表 3-10	訪談大綱	67
表 4-1	運動消費支出總額歷年比較	68
表 4-2	109 年各縣市整體消費支出總額與平均金額	70
表 4-3	各縣市參與性運動消費支出總額與平均金額	74
表 4-4	各縣市運動裝備消費支出總額與平均金額	75
表 4-5	大型運動賽事衍生消費支出總額	80
表 4-6	109 年電競消費支出總額	83
表 5-1	108 年-109 年民眾在運動課程消費支出占比前十之運動項目	86
表 5-2	民眾在單純運動指導教學消費支出占比前十之運動項目	89
表 5-3	民眾在入場費、會員費、場地設備出租費消費支出占比前十之運動項目	92
表 5-4	民眾為觀賞運動比賽消費支出占比前十之運動項目	97
表 8-1	疫情期間運動場館相關事紀	124
表 8-2	疫情期間國內運動賽事相關事紀	125
表 8-3	疫情期間重大賽事停賽及台灣運動彩券相關事紀	126

壹、摘要分析

教育部體育署為掌握我國民眾運動消費支出情形，特辦理 109 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、109 年度調查研究成果

(一)運動消費支出總額

本次調查推估 109 年我國 13-69 歲民眾的運動消費支出總額為 1,353.3 億元，其中在參與性運動消費支出總額為 298.1 億元，觀賞性運動消費支出總額為 41.9 億元，運動彩券方面則為 403.6 億元，而運動裝備消費支出總額為 601.5 億元，最後，電競消費支出總額則為 8.0 億元。

表 1-1 109 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	109 年全年	占比
參與性運動消費支出總計	29,810.41	22.0%
運動課程費	11,949.16	8.8%
單純運動指導教學費	2,091.40	1.5%
入場費、會員費、場地設備出租費	8,540.92	6.3%
運動社團費	1,589.12	1.2%
參加運動比賽衍生費	5,639.81	4.2%
觀賞性運動消費支出總計	4,193.03	3.1%
觀賞運動比賽門票費	601.07	0.4%
看運動比賽衍生費	406.22	0.3%
購買、付費訂閱媒體費	3,185.74	2.4%
運動彩券支出	40,362.27	29.8%
台灣運動彩券費用	40,362.27	29.8%
運動裝備消費支出總計	60,149.55	44.5%
運動服	26,519.18	19.6%
運動鞋	10,799.76	8.0%
運動穿戴裝置	1,133.36	0.8%
購買及維修運動用品與器材	21,552.99	15.9%
運動軟體	144.25	0.1%
電競消費支出	798.10	0.6%
電競消費支出	798.10	0.6%
總計	135,313.36	100.0%

(二)參與性運動消費支出

109 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 25.8%，其次依序為「運動課程費」(12.8%)、「參加運動比賽衍生費」(5.8%) 及「運動社團費」(4.6%)，民眾有「單純運動指導教學費」之消費比例較低，約 3.9%。

就參與性運動消費支出的總額來看，109 年 13-69 歲民眾參與性運動消費支出的總額約為 298.1 億元。就個別項目而言，以「運動課程費」之支出總額最高，約為 119.5 億元，而「入場費、會員費、場地設備出租費」則居次，約為 85.4 億元，接著依序為「參加運動比賽衍生費」56.4 億元、「單純運動指導教學費」20.9 億元及「運動社團費」15.9 億元。

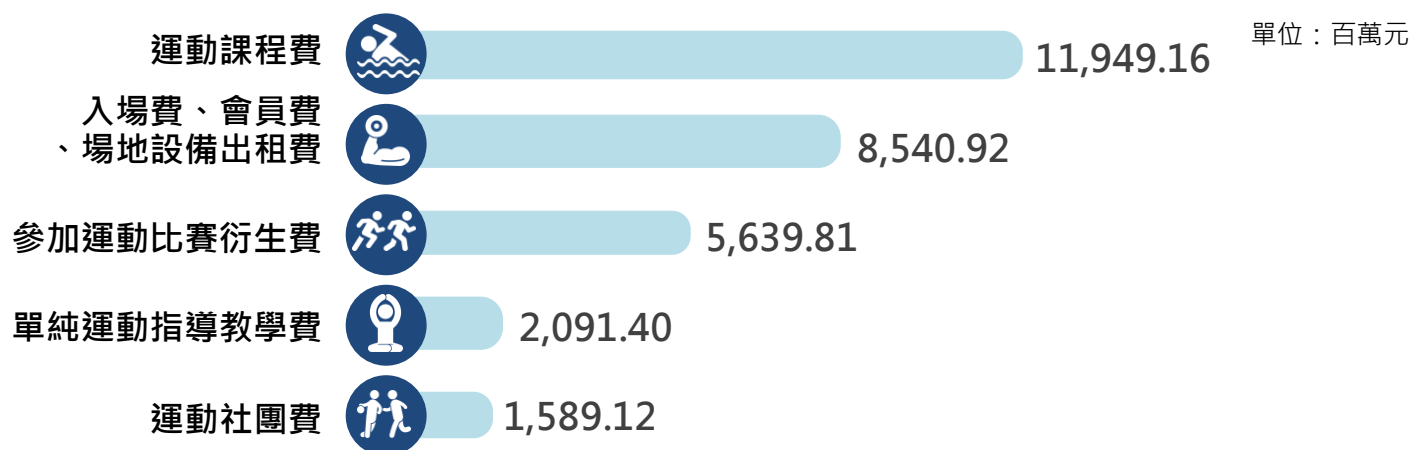


圖 1-1 參與性運動消費支出總額

(三)觀賞性運動消費支出

109 年我國 13-69 歲民眾有 4.8%曾「購買運動比賽門票」；而有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，其次為「籃球」。在購買、付費訂閱媒體方面，以「為觀賞運動比賽而訂購網路或寬頻電視」之比例較高，為 2.3%，其次依序為「為了看體育新聞而購買報紙」(1.6%) 及「額外訂閱有線或衛星電視運動頻道」(1.5%)。109 年 13-69 歲民眾觀賞性運動消費支出總額約為 41.9 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 31.9 億元，其次依序為「觀賞運動比賽門票費」(6.0 億元) 及「看運動比賽衍生費」(4.1 億元)。

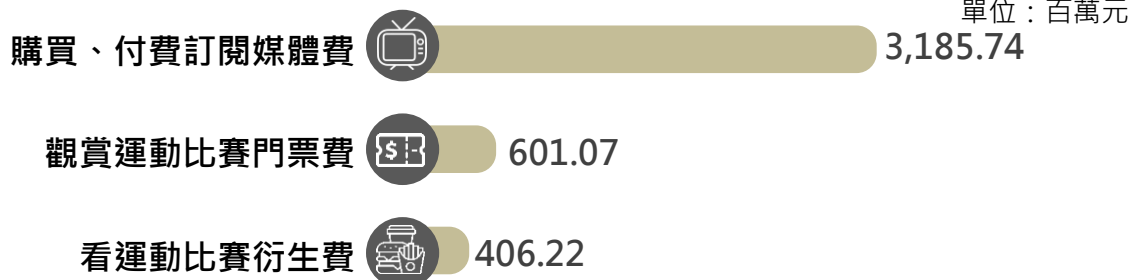


圖 1-2 觀賞性運動消費支出總額

(四)運動彩券消費支出

在運動彩券消費支出方面，109 年有 10.8%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 403.6 億元，較 108 年的 415.8 億元相比，下降 2.9 個百分點。

(五)運動裝備消費支出

109 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，為 30.1%，其次則為「運動鞋」，占比為 23.7%，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」(16.1%)、「運動穿戴裝置」(8.3%)，而有購買「運動軟體產品」之占比較低，約 7.1%。

109 年 13-69 歲民眾運動裝備消費支出的總額約為 601.5 億元。就個別項目而言，以「運動服」之消費支出總額最多，約 265.2 億元，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」(215.5 億元)、「運動鞋」(108.0 億元)、「運動穿戴裝置」(11.3 億元) 及「運動軟體」(1.4 億元)。

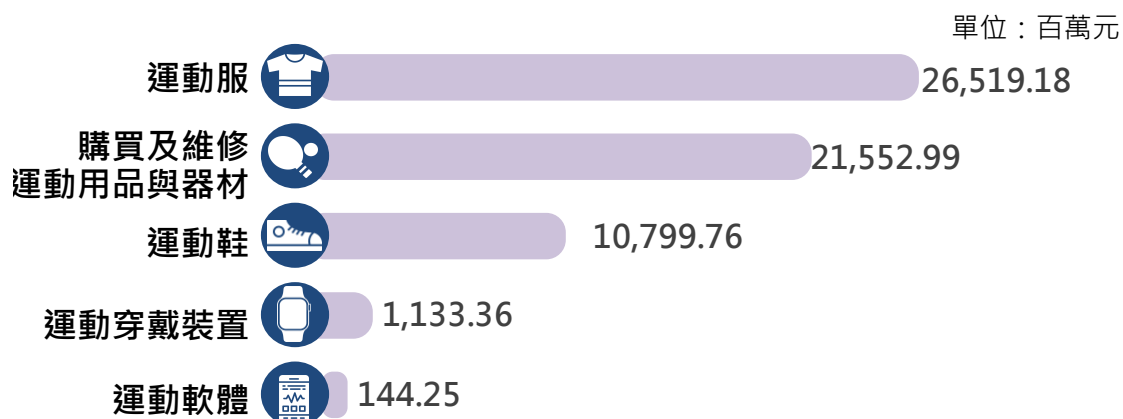


圖 1-3 運動裝備消費支出總額

(六) 電競消費支出

在電競消費支出方面，有 2.2% 的民眾有電競消費支出；而支出項目以「軟體產品」(64.6%) 及「硬體設備」(43.4%) 為主。電競消費支出總額為 8.0 億元，以「硬體設備」(5.4 億元) 及「軟體產品」(2.2 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

105 年至 108 年間，我國民眾運動消費支出總額呈逐年成長，105 年為 1,227 億元，107 年成長至 1,383 億元，108 年達 1,396 億元。然而，109 年由於新冠肺炎疫情的衝擊，我國民眾運動消費支出總額減少，為 1,353 億元，較 108 年減少 3.1 個百分點。除電競消費支出總額有成長外，其餘在參與性運動、觀賞性運動、運動彩券及運動裝備等消費支出總額，皆較 108 年有所減少。

表 1-2 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	105 年總額	106 年總額	107 年總額	108 年總額	109 年總額	108 年至 109 年金額變動幅度
參與性運動消費支出	28,340.14	28,756.51	29,004.59	29,946.88	29,810.41	-0.5%
觀賞性運動消費支出	4,585.03	4,655.82	4,706.77	4,798.53	4,193.03	-12.6%
運動彩券支出	31,124.15	33,058.36	43,416.08	41,580.29	40,362.27	-2.9%
運動裝備消費支出	58,662.75	59,748.51	60,432.94	62,571.23	60,149.55	-3.9%
電競消費支出	--	629.83	690.88	742.05	798.10	7.6%
總計	122,712.07	126,849.01	138,251.26	139,638.98	135,313.36	-3.1%

(二) 參與性運動消費支出總額分析

從歷年參與性運動消費支出總額變化來看，105 年總額為 283.4 億元，至 107 年時突破至 290.0 億元，108 年達 299.5 億元，109 年雖有疫情，但對參與性運動消費支出總額的影響相對較小，約下降 0.5 個百分點，為 298.1 億元。其中，以「入場費、會員費、場地設備出租費」之總額增加最多，108 年為 83.7 億元，109 年增加至 85.4 億元，成長 2.0 個百分點。

單位：百萬元

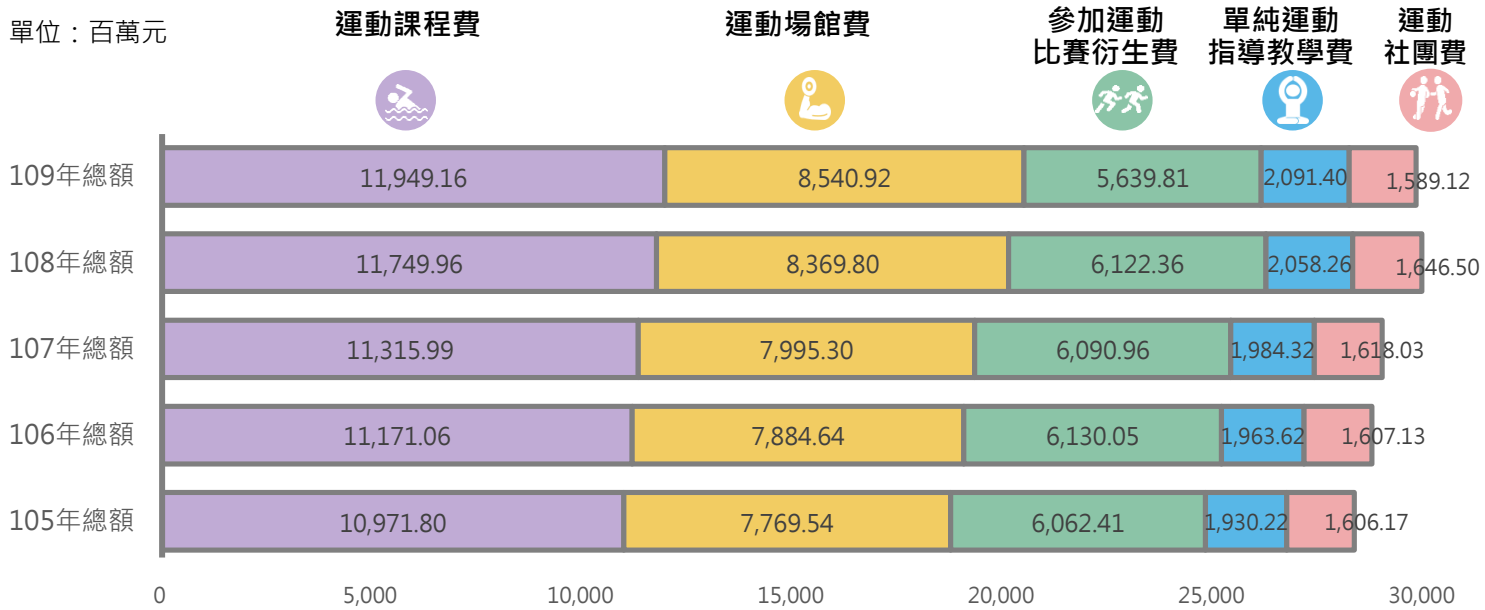


圖 1-4 105 年至 109 年各項參與性運動消費支出總額變化

(三)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，108 年約 48.0 億元，而 109 年則減少至 41.9 億元，下降 12.6 個百分點。各觀賞性運動消費支出中，「觀賞運動比賽門票費」109 年支出總額為 6.0 億元，下降 17.9 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，109 年減少為 4.1 億元。民眾在「購買、付費訂閱媒體費」之消費支出總額方面，因國外疫情嚴峻，多數運動賽事取消或縮短賽季，故有所減少，為 31.9 億元。

單位：百萬元

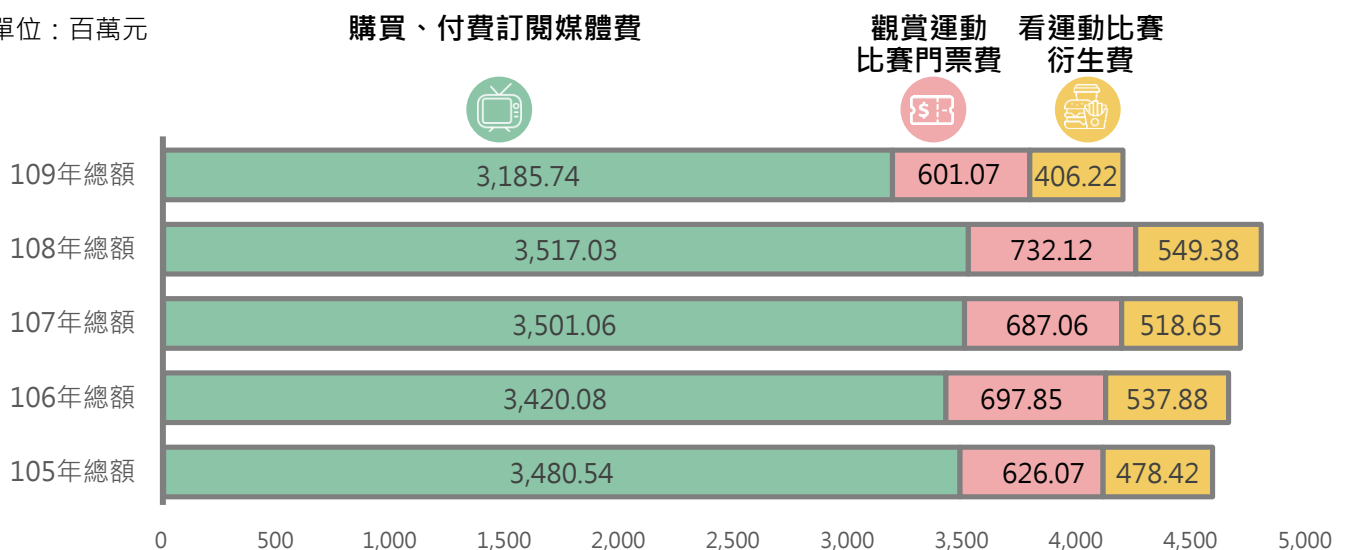


圖 1-5 105 年至 109 年各項觀賞性運動消費支出總額變化

(四) 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，105 年為 311.2 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。而 109 年由於疫情壟罩全球，許多運動賽事無法如期舉辦或展延，故 109 年銷售額減少至 403.6 億元。

單位：百萬元

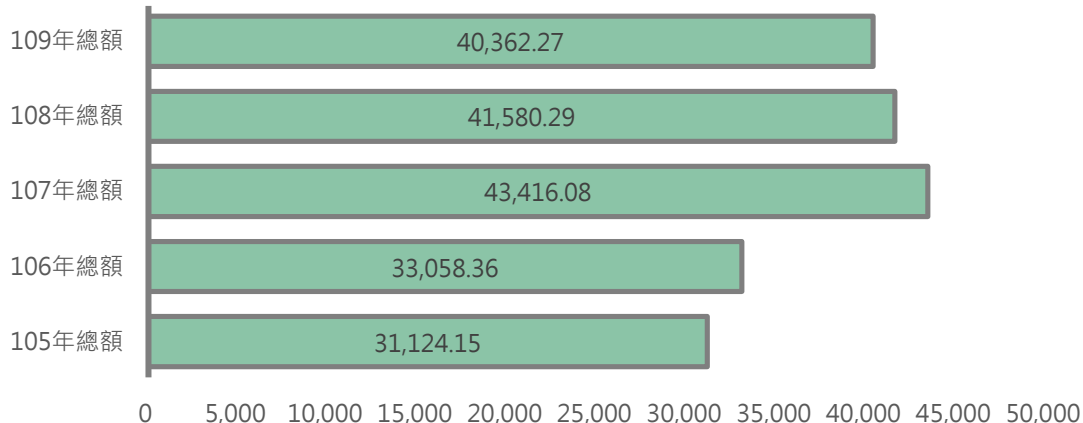


圖 1-6 105 年至 109 年台灣運動彩券銷售額變化

(五) 運動裝備消費支出總額分析

在運動裝備消費支出總額方面，108 年達 625.7 億元，而 109 年則下降至 601.5 億元，減少了 3.9 個百分點。從運動裝備各項目來看，以「運動服」及「運動鞋」下降幅度最大，分別減少了 6.4 個及 6.1 個百分點；「運動軟體產品」及「購買及維修運動用品與器材」之總額有微幅成長。

單位：百萬元

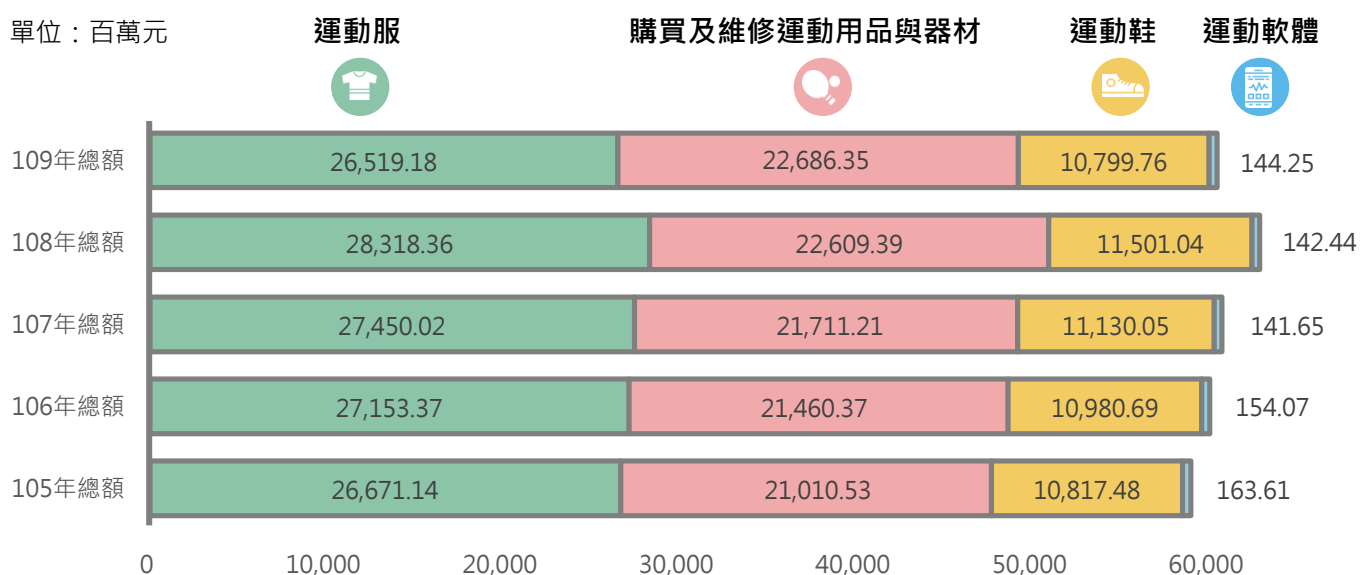


圖 1-7 105 年至 109 年各項運動裝備消費支出總額變化

三、各運動消費支出項目之族群分析

以下針對 109 年度我國民眾運動消費支出之調查結果及相關發現進行綜合歸納。

(一)參與性運動消費支出

1.女性、40-49 歲民眾為運動課程消費主力

在參與性運動各項目中，以「運動課程費」的消費支出總額最高，剖析運動課程消費族群結構，可發現以「女性」、「40-49 歲」為主，顯示女性對運動課程的消費意願較男性來得高。隨著女性運動風氣盛行，在運動課程設計方面，可依據不同運動需求之女性，設計適切、新穎的運動課程、方案，以吸引其消費意願。

2.單純運動指導教學費消費主力為女性、30-39 歲、40-49 歲民眾

我國民眾在「單純運動指導教學費」消費支出總額於 109 年達 20.9 億元，分析主要消費族群為「女性」、「30-39 歲」、「40-49 歲」民眾。主要支出項目以「上健身房」之占比最高，顯示民眾更願意付費請專業教練在旁指導，以滿足個人運動需求，達到健身效果。

3.男性、20-29 歲、雙北民眾為運動場館主要消費族群

在參與性運動項目中，民眾在「運動場館（入場費、會員費、場地設備出租費）」消費支出之占比為第一，而「男性」、「20-29 歲」民眾為主要消費族群；另因雙北地區的運動場館家數較多，場館選擇性多元且可及性高，吸引較多民眾前往消費。

4.運動社團費消費主力為男性、40-49 歲民眾

109 年部分社團活動因疫情取消，或是民眾擔心疫情而減少參與運動社團，故 109 年此項目之消費支出總額為 15.9 億元，較 108 年減少 3.5 個百分點。進一步分析消費族群結構，則以「男性」、「40-49 歲」民眾為主。

5.男性、20-29 歲民眾較有運動比賽相關衍生費用支出

109 年因疫情緣故，部份運動賽事取消，也因而影響民眾參與意願，使得「參加運動比賽衍生費」總額較往年來得少。分析參加運動比賽衍生費之消費族群以「男性」、「20-29 歲」民眾為主。

(二)觀賞性運動服務消費支出

1.運動賽事門票消費主力為男性、30-39 歲、40-49 歲民眾

109 年民眾買票觀賞國內運動賽事之比例為 4.8%，消費支出總額為 6.0 億元，以「男性」、「30-39 歲」、「40-49 歲」的民眾消費占比較高；而民眾最主要觀賞的國內運動比賽項目以「棒球」(86.5%) 為主，其次為「籃球」(18.0%)。

2.男性、30-39 歲、40-49 歲者，較會付費透過網路、寬頻電視觀賞運動比賽

109 年因疫情而取消，民眾能觀賞的運動賽事減少，使得我國民眾購買、付費訂閱媒體之比例下降，消費支出總額減少至 31.9 億元。而民眾「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」(2.3%) 的比例較高，「男性」、「30-39 歲」、「40-49 歲」民眾為主要消費族群。

(三)運動彩券消費支出

1.運動彩券消費族群以男性、30-39 歲為主

本次調查顯示，有 10.8% 的民眾在 109 年曾購買台灣運動彩券，以「男性」、「30-39 歲」為主要消費族群。而從本研究整理的台灣運動彩券實際銷售資料可知，109 年銷售總額為 403.6 億元。

(四)運動裝備消費支出

1.男性、40-49 歲民眾較有運動裝備消費支出

裝備消費支出項目五者合併計算，消費支出總額為 601.5 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」民眾為運動裝備的主要消費族群。

四、新冠肺炎的影響

根據本次調查推估，109 年我國民眾運動消費支出總額約為 1,353 億元，總額較 108 年下降 3.1 個百分點。但若進一步觀察不同運動消費支出項目情形，可發現 109 年參與性運動消費支出中的運動課程費、單純運動指導教學費、運動場館支出費用仍呈現微幅成長，顯示 109 年國內雖有新冠肺炎疫情，但因臺灣整體防疫成效良好，多數縣市的國民運動中心僅加強防疫措施，採取實名制進場管理，僅有部份縣市的國民運動中心、運動據點在 3 月至 5 月時暫停開放；且政府並未對民間健身房業者有任何強制的限制措施，僅少數健身房在 3 月底疫情較緊張時進行自主休息，故多數民眾仍可上運動課程，至運動場館健身，在運動課程、運動指導教學、運動場館的運動消費支出上影響有限。

然而，在運動比賽及運動社團衍生費方面，則可能因部份運動比賽、社團活動擔心疫情而取消，例如：金門馬拉松、高雄富邦馬拉松、新北市萬金石馬拉松、東吳國際超級馬拉松等，或民眾擔心疫情而減少運動比賽、運動社團參與情形，使得相關消費金額有所下降。

在觀賞性運動消費支出方面，受到新冠肺炎疫情影響，全球體育賽事嘎然而止，國內職棒雖為全世界最早開打的職棒賽事，但也歷經未開放觀眾、禁止飲食，到逐步放寬觀眾進場人數及開放飲食等不同階段，因疫情關係的諸多限制下，民眾在觀賞運動比賽及相關衍生支出上皆呈現大幅度下滑。而在購買、付費訂閱媒體費上，因全球運動賽事多數延期或取消，也降低了民眾在相關費用的消費支出。

除了國內運動賽事受到影響外，全球體壇賽事受到新冠肺炎影響更鉅，全球各國主要運動賽事接續宣布停賽或延賽，使得台灣運動彩券瞬間面臨困境。為減緩運動賽事停賽所帶來的衝擊，體育署隨即啟動運動彩券三大應變措施，分別為增加投注標的、強化投注賽事玩法及提高獎金支出率。在體育署與發行單位啟動緊急應變計畫下，109 年運彩銷售額雖然較 108 年小幅下滑 2.9 個百分點，但仍然突破 400



億元，達到 403 億元，顯示緊急應變措施確實帶來成效。而在運動裝備部份，民眾在 109 年運動鞋、運動服的支出總額有所下降，但在運動穿戴裝置及運動用品的支出上仍有微幅成長。

而為促進運動產業復甦，教育部體育署推出面額 500 元的動滋券，使用期間為 109 年 8 月 8 日至 110 年 1 月 31 日止。民眾可將動滋券用於運動場館使用運動設施、參加體育活動、觀賞運動賽事、運動旅遊，或是購買體育用品、電競商品等，以帶動運動消費發展。

而根據教育部體育署資料顯示，動滋券至 110 年 1 月 31 日截止抵用，交易金額為 47.19 億元，抵用金額約 17.74 億元。由於本次調查民眾 109 年運動消費支出時，並未納入動滋券之抵用金額，因此若將本調查推估之 109 年民眾運動消費支出總額 1,353 億元加上動滋券抵用金額 17.74 億元，則可推估 109 年我國民眾運動消費支出金額約為 1,371 億元。

五、結論與建議

本研究綜整量化及質化研究發現，提出以下建議：首先，今年度的調查特別針對運動場館業者辦理焦點團體座談會，業者認為民眾的正確運動觀念仍有提升空間，因此建議教育部體育署未來可持續向民眾傳遞正確運動觀念，以提升整體運動風氣。

另一方面，由歷年來的調查結果可知，民眾在運動課程、運動場館消費、運動指導教學支出總額逐年成長，而隨著近年來健身風氣蓬勃發展，上健身房運動成為民眾相當重要的運動項目，健身房業者除提供場地及運動設施外，許多業者亦推出健身教練課程服務。目前政府已訂定「健身教練服務與健身中心定型化契約規範」，體育署為協助健身房業者、地方政府及消費者，充分瞭解修法重點，亦特別彙整製作成常見問題 Q&A，並提供專門電話，提供諮詢服務，協助各界掌握新規範。隨著民眾上健身房從事運動或購買健身教練課程服務的情形越來越踴躍，未來業者在與消費者簽訂定型化契約機會增加，加

上 111 年 1 月新定的定型化契約內容上路，在實際執行後可能還會面臨不同的問題，因此建議未來可再持續辦理定型化契約座談會，並且鼓勵業者參加。透過座談會除向業者進行條文內容說明及宣導外，亦可讓業者針對新契約上路後面臨的問題進行討論，以利業者充分理解新上路的定型化契約，持續努力建構國人健全良善的健身環境。

此外，隨著健身房已成許多消費者重要的運動場域，更突顯健身房服務品質及專業教練的重要性，建議未來政府可考慮廣納各界意見，重新檢視國內健身指導員認證之課程內容及考取制度，增進國內健身教練專業性，加強健身教練專業知能，精進健身教練素質。

而從近年的調查結果可發現，我國民眾在運動服務，以及運動穿戴裝置、運動用品等消費持續成長，為了持續促進國民健康，業者在人才培訓、課程研發、運動設施等各方面，都應該持續的投入研發經費，因此建議可持續辦理相關補助計畫，協助運動產業業者推動創新研發，以促進整體運動產業發展。

貳、國際運動消費支出現況

本次研究中，研究團隊針對英國、美國、澳洲、新加坡、日本、韓國、香港、中國等 8 個國家，進行運動消費支出相關文獻蒐集，茲將國家之選擇背景與原因說明於下表：

表 2-1 國際研究對象選擇

國家	選擇原因
英國	❖ 英國政府委託權威性之運動經濟研究機構 SIRC 進行運動消費支出調查已進行多年。 ❖ SIRC 有較完整之運動消費支出分類方式。
美國	❖ 北美產業分類系統 (North America Industry Classification System, NAICS) 中運動產業分類明確。 ❖ 職業運動發展成熟，影響民眾運動消費趨勢。
澳洲	❖ 澳洲政府針對文化、休閒、運動所制定的「澳洲文化與休閒分類」(ACLC)，是目前少有的完整分類標準。 ❖ 澳洲政府定期利用家計收支調查與 ACLC 分類，進行休閒運動消費支出研究。
日本	❖ 地理位置鄰近臺灣，民眾觀賞運動賽事習慣與臺灣相似，熱衷於棒球運動，整體運動消費市場熱絡。
新加坡	❖ 與我國同為亞洲四小龍之一，被譽為亞洲四小龍之首。 ❖ 新加坡的運動發展近年來已成亞洲新指標。近年來主辦多項重要國際賽會，大大提高新加坡在國際體壇上的地位。
韓國	❖ 與我國同為亞洲四小龍之一且產業經濟與我國相似。 ❖ 韓國與我國在運動及許多其他領域，具有競爭地位。
香港	❖ 與我國同為亞洲四小龍之一。 ❖ 港府研推體育旅遊與舉辦國際賽事以吸引民眾消費。
中國	❖ 地理位置鄰近臺灣。 ❖ 自 2008 年、2010 年連續舉辦北京奧運和廣州亞運後，運動場館多元，民眾運動消費支出日漸增加。

資料蒐集管道包含該國組織、國家之出版品、網路資料、研究報告、媒體報導、公示資料、政策等，以了解該國之運動相關消費支出情形，研究團隊在分析相關文獻時，鎖定之重點將包括：各國運動消費支出相關調查方式與結果、各國運動消費支出或產業發展趨勢、運動消費支出跨國比較、其他與運動消費支出相關之資料等。

一、英國

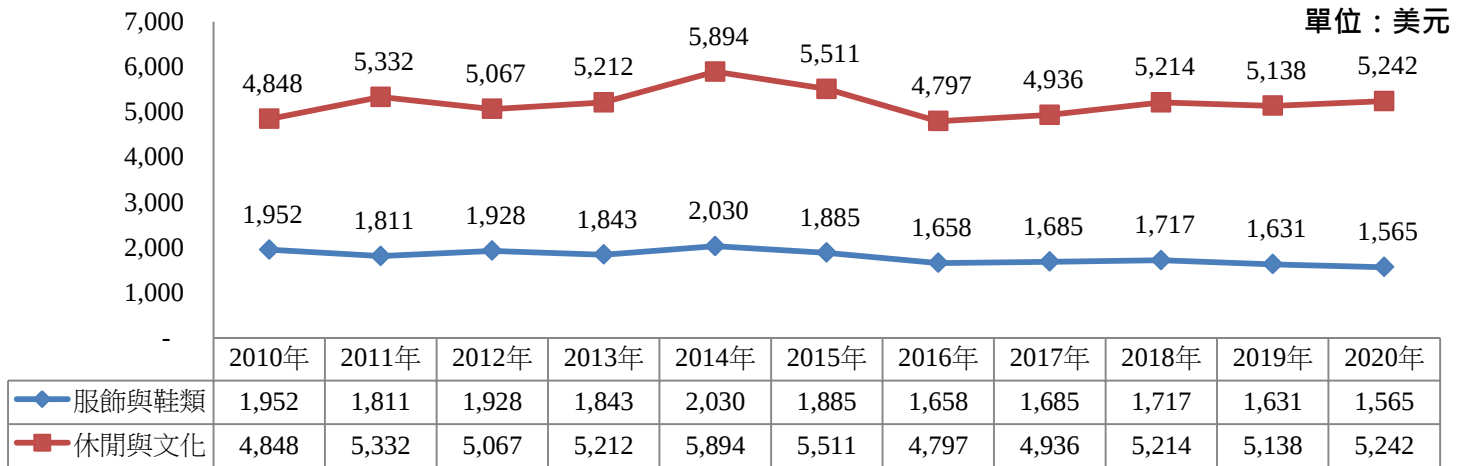
英國的家庭消費支出調查 (Household Final Consumption Expenditure, HHFCE) 是依照聯合國 COICOP 進行分類，並無自行訂定的分類系統。其中與運動消費支出調查相關的分類和 COICOP 相同，包括服飾與鞋類、休閒與文化兩大類目，服飾與鞋類類目中包含運動服與運動鞋；而休閒與文化類目中則包含多項與運動休閒有關之類目，茲將與運動消費支出有關之類目編碼整理如下表所示：

表 2-2 英國家庭消費支出調查與運動消費相關類目

大類目	小類目
03. 服飾與鞋類 (Clothing and footwear)	03.1 服飾 (包含運動服) 03.2 鞋類 (包含運動鞋)
09. 休閒與文化 (Recreation and culture)	09.3.3 運動、露營與戶外休閒設備 09.4.1.1 觀賞運動入場費 09.4.1.2 參與運動費用 09.4.1.3 運動俱樂部會員費 09.4.1.4 運動休閒課程費

資料來源：Office for National Statistics，本研究自行整理

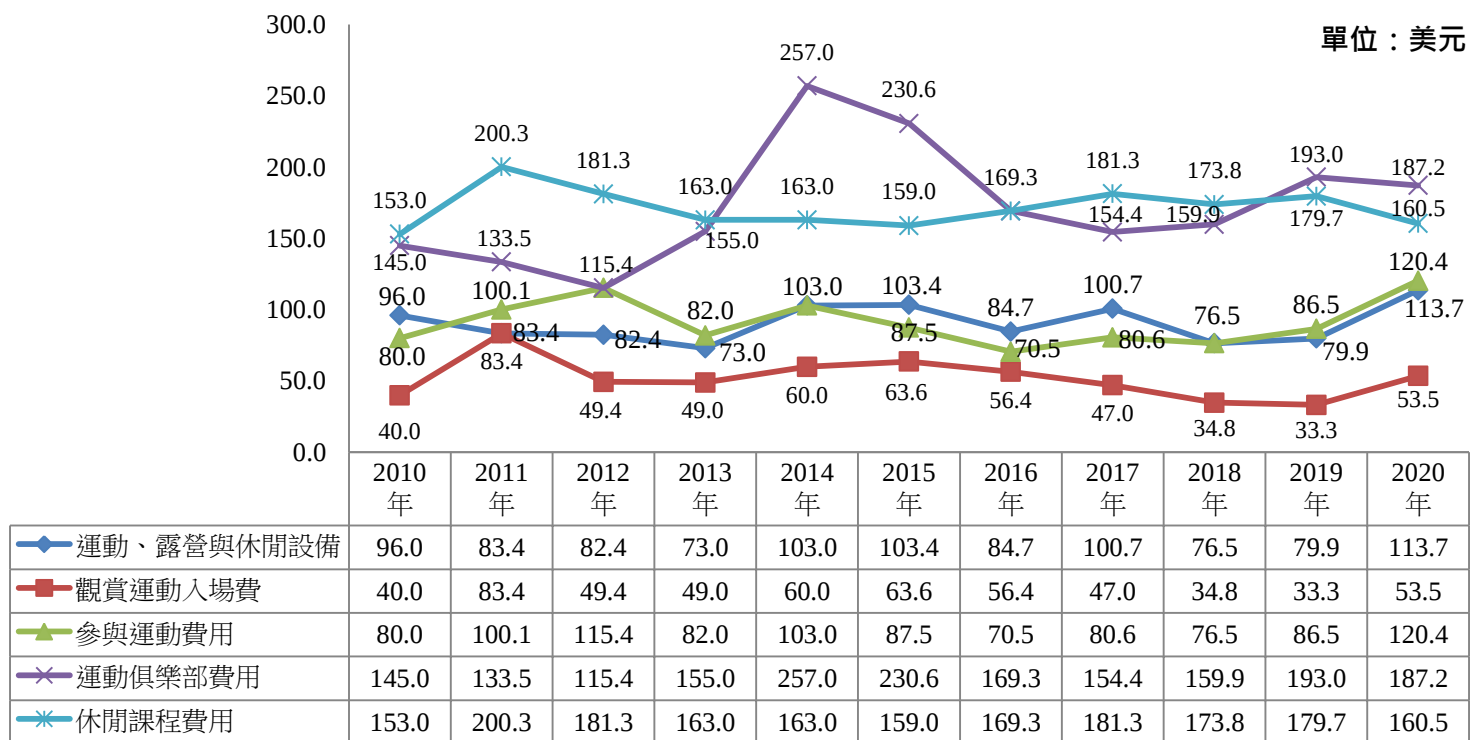
根據英國家庭支出調查中的資料顯示，與運動消費有關之花費，在服飾 (含運動服) 與鞋類 (含運動鞋)、休閒與文化等類目中，發現英國家戶每年平均花費在相關類目的金額上，以休閒與文化類的花費較高，其平均金額約在 5,000 美元左右浮動，不過服飾與鞋類則消費則有減少趨勢，茲將近年來每戶每年平均消費金額整理如下圖：



資料來源：Office for National Statistics。檢索自：<https://www.ons.gov.uk/>

圖 2-1 英國家戶每年平均服飾與鞋類、休閒與文化消費情形

進一步從英國家戶支出調查中，整理有關運動消費支出的細項，發現近年來英國家戶在運動相關的消費項目中，以運動俱樂部費用與運動休閒課程費用的金額較高，接著依序為參與運動費用、運動、露營與休閒設備費、觀賞運動入場費（Office for National Statistics, 2021）。



資料來源：Office for National Statistics。檢索自：<https://www.ons.gov.uk/>

圖 2-2 英國家戶每年平均運動消費情形



1997 年開始，英國政府便將國家彩券的部分盈餘用於培育運動選手，在英國體育款項中，有 75%來自國家彩券公司，政府每年給予優秀、有實績的選手每年最高 2.8 萬英鎊津貼補助，讓運動員能專心投入奧運備戰，而不需擔心日常生活開銷，英國在四年間為里約奧運共計投入 3.55 億英鎊。充沛資源的挹注，讓英國在 2020 年東京奧運獲得 65 枚獎牌，表現優異，金牌數 22 枚，位居世界第四。

針對 2021~2025 年，目前已有 43 個奧運會及帕奧會（殘奧會）項目，預計獲得英國非政府部門公共機構「英國體育委員會」（UK Sport）3.52 億英鎊的資金支持，其中相較於 2017~2021 年，射箭和羽毛球獲得的資金有顯著增長，其中射箭項目獲得經費從 93 萬英鎊增至 213 萬英鎊，羽毛球項目獲得經費由 66 萬英鎊提高到 315 萬英鎊。此外，2024 年巴黎奧運會新增比賽項目如攀岩、滑板和衝浪，都已獲得資金資助，顯示英國相當重視體育發展（新華網，2020）。

人才培育也是英國政府重視的發展方向。2011 年起，英國政府配合奧運籌備，推出學校競賽（School Games）專案，鼓勵各級學校學生（包含身心障礙學生）參與體育競賽，其目標分為 4 個層級，第 1 級到第 3 級設定對象為英格蘭所有學校，第 4 級為全英國，其分級為第 1 級：讓所有學生參與校內體育競賽；第 2 級：讓經過汰選，有運動潛力的學生參與校際體育競賽；第 3 級：參與區域性或國家級年度賽事；第 4 級：讓有潛力的運動員可以獲選參與國家級運動賽事（駐英國代表處教育組，2015）。

為能廣泛培養國民運動習慣，英國教育部於 2013 年頒布《英國國家課程框架文件》，提出國家體育課程，盼能透過高質量的體育課程，激發所有學生在競技體育和其他體育活動中獲得優異成績。體育課程應該為學生提供機會，讓學生透過運動對身體感到自信，同時協助學生樹立個性，並有助於在過程中學習公平和尊重等價值觀。全國

體育課程旨在確保所有學生能發展能力，以在廣泛的體育活動中脫穎而出、持續進行體育鍛煉、參加競技體育和活動、擁有健康積極的生活 (Department for Education, 2013)。

為發展校園體育，英國教育部、數位文化傳媒和體育部、衛生及社會關懷部於 2019 年聯合頒布《校園運動與活動實施計畫》(School sport and activity action plan)，希望結合教師和家長的角色，讓學生有更多機會每天進行 1 小時的體育活動，以促進青少年身體活動和心理健康 (Department for Education, Department for Digital, Culture, Media & Sport, and Department of Health and Social Care, 2019)。針對體育競賽，英國體育局也設定《體育策略計劃 2021-2031》(UK Sport Strategic Plan 2021-31)，內容指出英國政府投資 3.85 億英鎊，讓 57 項運動的運動員在北京、巴黎及其他地方追求成功，目標之一是至 2025 年前，能在超過 30 個歐洲及其他世界大賽中獲得冠軍 (UK Sport, 2021)。

根據英格蘭體育委員會調查，由於新冠疫情蔓延，整體而言，封城措施讓每周平均運動超過 150 分鐘的 16 歲以上成年民眾比例稍微減少 (Sport England, 2021)。不過相關措施也讓部分英國民眾有更多運動時間。根據 RXBAR 的調查，35% 的英國人增加每週的運動量，主要原因是希望保持身體健康(45%)。此外有近十分之一(8%)的英國人增加鍛煉，因為與伴侶同在的時間增加，使他們意識到自己不再有吸引力 (RXBAR, 2020)。

因此，英國民眾會透過採用線上健身課程，加強在家中的鍛鍊，根據英國瑜伽業者 Jenni Rawlings 統計，疫情前只有 10% 的瑜伽老師有經營線上教學，疫情後則成長至 86%，顯示相關需求暴增(田孟心，2021)。除此之外，根據麥肯錫的調查，在經歷封城之後，約有 25% 的英國民眾開始或增加運用公園進行戶外運動的時間，以降低室內群聚感染風險 (McKinsey & Company, 2020)。

二、美國

美國勞工統計局 (U.S. Bureau of Labor Statistics) 每年進行消費者支出調查(Consumer Expenditure Survey ; CEX)，其分類依 COICOP 所修改，和運動有關的消費類目主要為服飾與鞋類 (Apparel and Service)、娛樂 (Entertainment) 兩大類，該調查以家庭為單位計算各類目之消費金額，近似各國家庭收支調查。

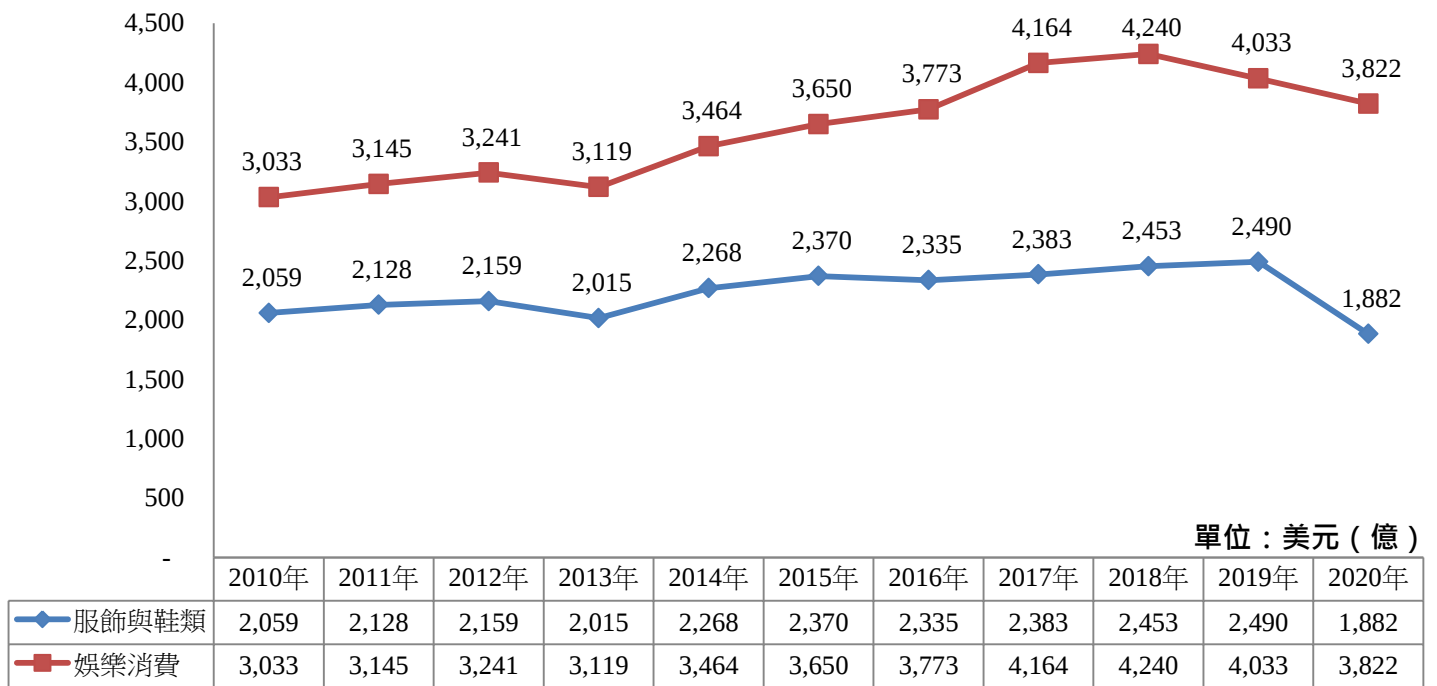
表 2-3 美國消費者支出調查與運動消費相關分類

大類目	小類目
服飾與鞋類 (Apparel and Service)	男性服飾 (包含運動服)
	女性服飾 (包含運動服)
	兒童服飾 (包含運動服)
	鞋類 (包含運動鞋)
	其他服飾與用品服務
娛樂消費 (Entertainment)	入場費與門票(包含運動相關入場費與門票)
	影音設備服務
	寵物、玩具、興趣與遊樂設備
	其他應用支援設備與服務

資料來源：U.S. Bureau of Labor Statistics，本研究自行整理

該調查分類項目的服飾與鞋類包含運動服和運動鞋，而娛樂消費當中則包含了運動相關的入場費與門票，以及休閒設備服務支出。調查結果顯示，美國消費者在娛樂消費類目上的花費較服飾與鞋類高，

然而受到新冠疫情影響，2020 年的娛樂消費支出與服飾與鞋類消費支出皆呈現衰退趨勢，其中娛樂消費支出在 2017 年至 2019 年皆超過 4,000 億美元，然 2020 年僅有 3,822 億美元；服飾與鞋類消費金額有較明顯的衰退，2019 年為 2,490 億美元，2020 年則衰退至 1,882 億美元(The U.S. Bureau of Economic Analysis, 2021)；茲將歷年美國消費者兩項消費支出總金額整理如下：



資料來源：U.S. Bureau of Labor Statistics。檢索自：<https://www.bls.gov/>

圖 2-3 美國消費者每年服飾與鞋類、娛樂消費總支出金額

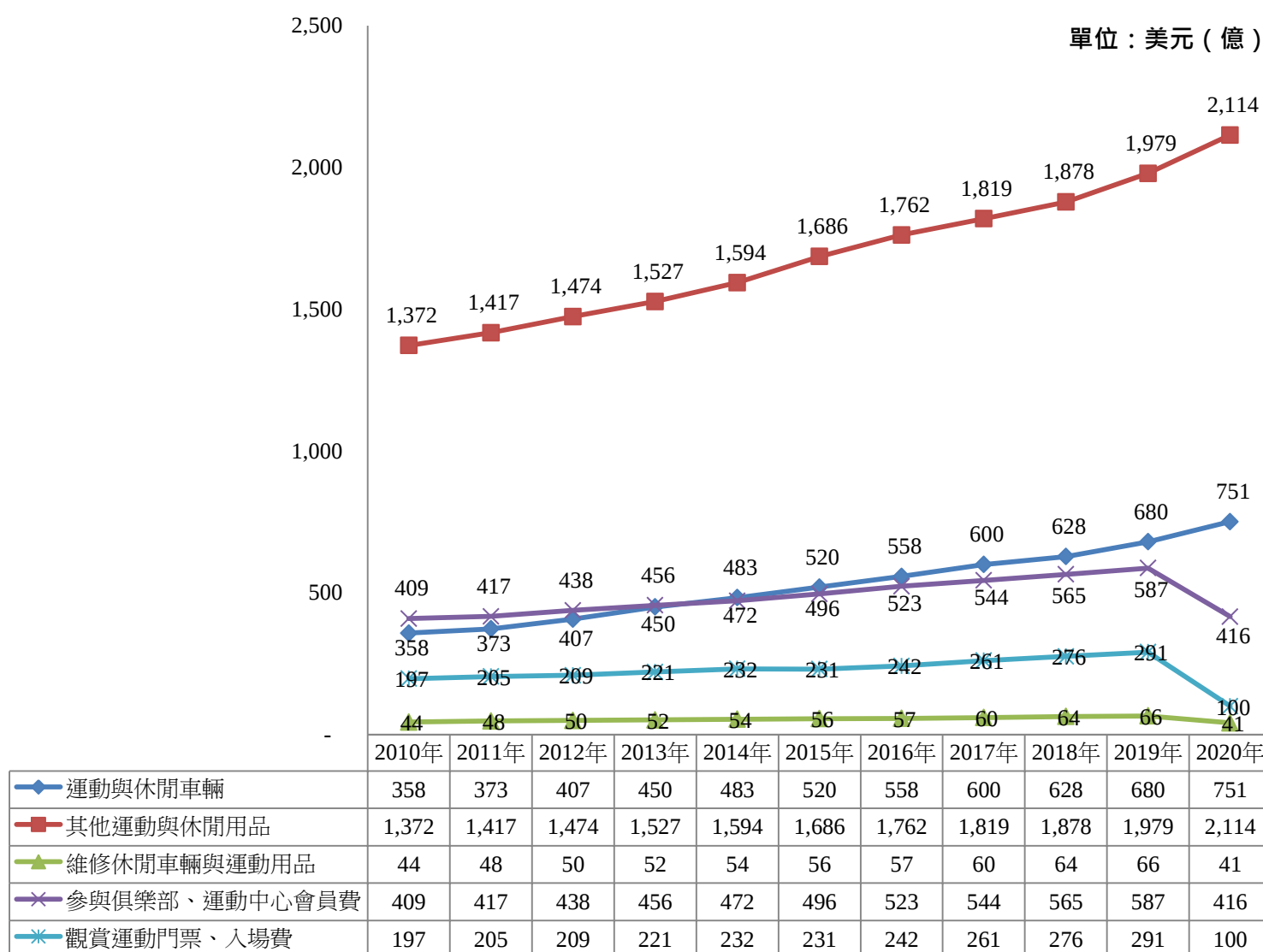
此外，由美國經濟分析局(The U.S. Bureau of Economic Analysis)歷年所進行的調查資料中，亦分析了個人運動相關消費支出，如運動與休閒服務用品、俱樂部或運動中心會員費等，其資料中與運動消費相關類目如下表：

表 2-4 美國經濟分析局調查與運動消費相關類目

大類目	小類目
運動與休閒服務與用品	運動與休閒車輛
	其他運動與休閒用品
	維修休閒車輛與運動用品
俱樂部、運動中心、遊樂園、劇院與博物館會員費	參與俱樂部、運動中心會員費
	主題樂園、風景區和其他休閒服務
觀賞性娛樂之入場費與門票	電影院門票
	現場娛樂（如演唱會）
	觀賞運動門票、入場費

資料來源：The U.S. Bureau of Economic Analysis，本調查自行整理

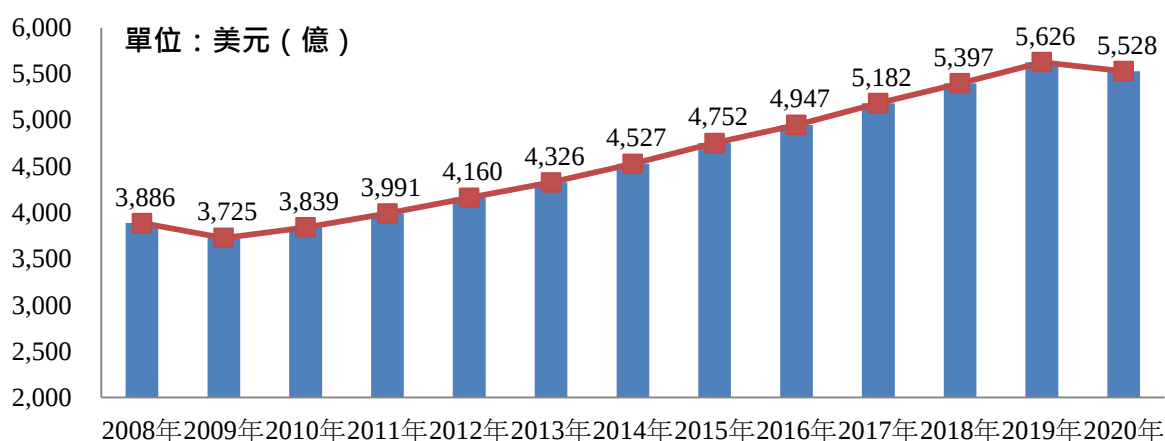
根據美國經濟分析局 2020 年的資料顯示，自 2010 年至 2020 年以來，其他運動與休閒用品為美國民眾運動消費總額最高的項目，近五年皆超過 1,500 億美元，至 2020 年已突破 2,000 億美元。其次為運動與休閒車輛花費、參與俱樂部和運動中心費用等，消費金額最低者為維修休閒車輛與運動用品的費用，且因受到新冠疫情限制之影響，在參與俱樂部和運動中心費用及觀賞運動門票入場費等項目上有較明顯的衰退(The U.S. Bureau of Economic Analysis, 2021)，茲將其資料整理如下圖：



資料來源：The U.S. Bureau of Economic Analysis。檢索自：<https://www.bls.gov/>

圖 2-4 美國 2010 年-2020 年消費者運動消費支出總額

美國並未成立運動相關部門，其運動相關產業的發展是基於龐大的市場需求、歷史悠久的大學院校運動競技傳統，以及透過商業贊助培植選手和賽事，因而形成興盛的運動風氣（林房儼，2010）。根據調研機構 Plunkett Research 的統計，美國運動產業的整體產值從 2009 年的 3,725 億美元逐年成長，至 2019 年成長為 5,626 億美元，然而 2020 年則受到新冠疫情影響而有所衰退（Plunkett Research, 2021）。



資料來源：Plunkett Research。檢索自：<https://www.plunkettresearch.com/>

圖 2-5 美國 2008 年-2020 年運動產業總值

美國政府未有明確的運動政策，但自 1950 年代起，官方及民間團體開始推動一系列提升美國人民體能、增進健康的計畫。1979 年，外科醫生朱利葉斯·里希蒙（Julius B. Richmond）發表「健康人民：外科醫生的健康促進和疾病預防報告」。1980 年，健康及人民服務部（U.S. Department of Health and Human Services; HHS）開始提出「健康人民 1990」（Healthy People 1990）計畫，目前已於 2020 年 8 月推出第五版「健康人民 2030」（Healthy People 2030）（ODPHP, 2020）。

由於美國在健康和福祉的關鍵指標（包括預期壽命、嬰兒死亡率、健康狀況）方面落後於其他發達國家，因此「健康人民 2030」設定以數據為依據的 355 個核心目標，期在未來十年內改善國民健康狀況，並能達到使國民獲得高質量、更長的壽命，免於可預防的疾病、殘疾，



傷害和過早死亡；實現健康平等、消除差距，並改善所有群體的健康；為所有人創造能促進健康的社交和自然環境；在所有生活階段提高生活質量、健康發展和健康行為等總體目標（ODPHP, 2020）。

觀察美國的體育發展脈絡可以發現，雖然政府並未投入國家資源培養運動員，但透過打造國內的良好運動風氣，使民眾樂於運動，觀賞職業運動賽事的風氣亦相當盛行，藉由完全商業化與龐大市場支持，讓運動產業自由擴張，也能使運動產業蓬勃發展，並為菁英運動打造良好的培育基礎。

2020 年新冠疫情爆發，由於需要密切接觸的運動或室內運動會增加 COVID-19 的傳播風險，美國疾病管制與預防中心(Centers for Disease Control and Prevention, CDC)針對運動與體育活動提出《青少年體育運動管理人員注意事項》(Considerations for Youth Sports Administrators)，建議民眾避免與非同住者進行需要密切接觸的運動，在戶外運動也須保持社交距離以降低風險。

根據數據資料庫 Statista，有 67%的美國民眾認為疫情為運動產業帶來負面影響（Statista, 2020）。從前文中的圖表可看到，實體運動賽事銳減確實對相關產業造成衝擊，影響超過 130 萬個體育工作崗位（EMSI BURNING GLASS, 2020）。不過根據麥肯錫比對 2019 年與 2020 年的資料顯示，有些運動習慣反而因為疫情的相關限制而有所成長，如自行車、設備和維修服務的銷售成長逾 2 倍，健身產品銷售成長約 130%，而跑步機能產品銷售則成長約 20%。居家訓練也因外出禁令而有所成長，48%的美國消費者花費更多時間在線上訓練或健身，重量訓練器材約有 3 倍的銷售成長，而瑜珈健身器材銷售成長則約為 150%-200%（McKinsey & Company, 2020）。



三、澳洲

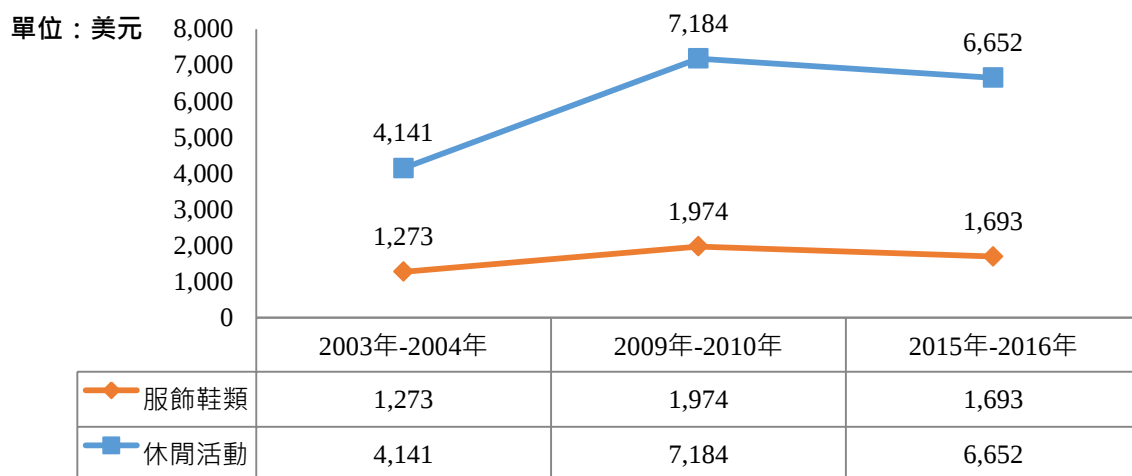
根據澳洲統計局 (Australian Bureau of Statistics, ABS) 每六年對澳洲家庭的收支狀況進行家庭消費支出調查，最近一次的調查在 2015-2016 年，該調查採用之「家庭消費支出分類」(Household Expenditure Classification ; HEC)，有關於運動相關消費支出之類別設為 code 06 服飾與鞋類 (Clothing and footwear) 及 code 11 休閒活動 (Recreation) 兩大類，參考聯合國 COICOP 之分類標準，茲將與運動消費支出有關之編碼整理如下表所示：

表 2-5 澳洲家庭支出調查與運動消費相關類目

大類目	小類目
06.服飾與鞋類 (Clothing and footwear)	0601 服飾 (包含運動服) 0602 鞋類 (包含運動鞋)
11.休閒活動 (Recreation)	1101 休閒與教育設備 1102 休閒與教育服務 1103 旅遊支出 (包含運動旅遊)

資料來源：Australian Bureau of Statistics，本研究自行整理

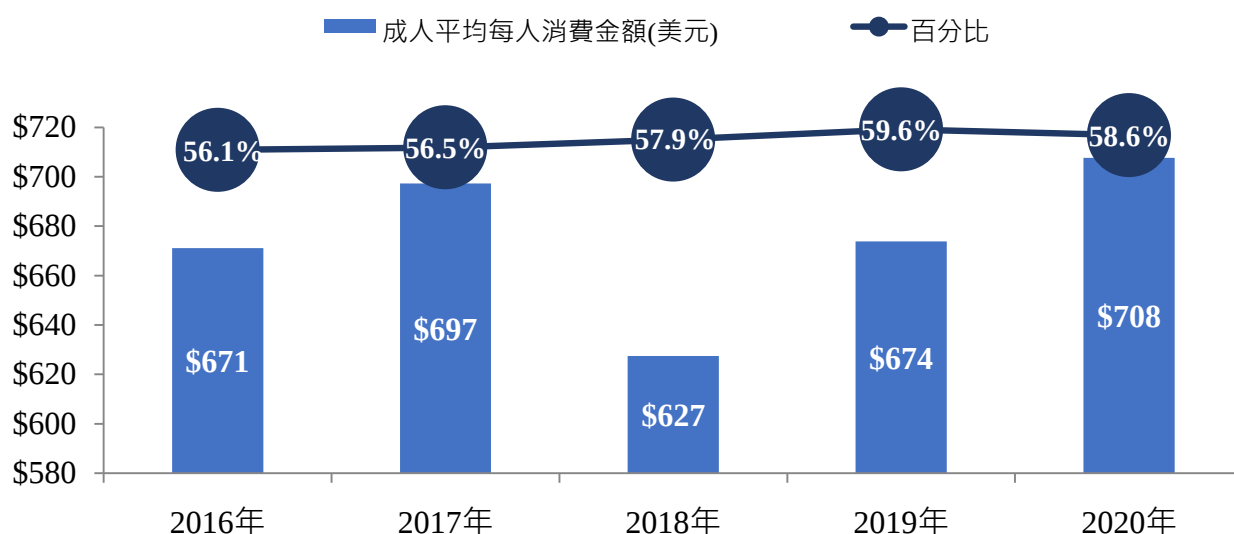
根據統計調查結果可知，澳洲的家庭 2015 年-2016 年在服飾及鞋類的消費支出金額為 6,652 美元，而澳洲家庭在休閒活動方面的支出則為 1,693 美元。



資料來源：Australian Bureau of Statistics。檢索自：<http://www.abs.gov.au/>

圖 2-6 澳洲家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況

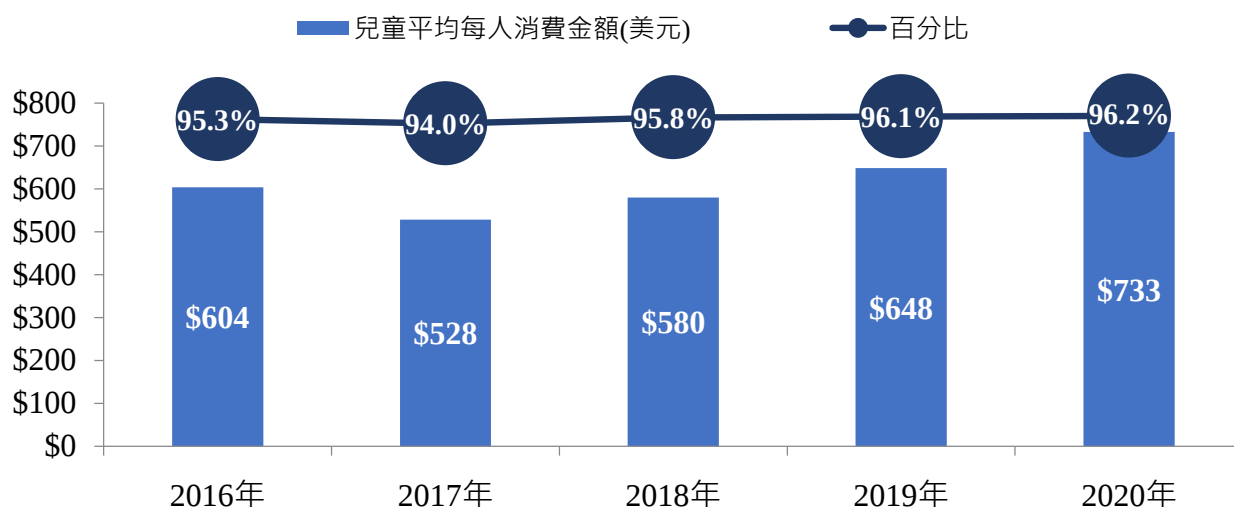
澳洲負責推動運動政策與支持運動產業發展的公家政府機關為澳洲運動委員會 (Australian Sports Commissio, ASC)，從 2015 年開始進行全國性的「AusPlay 調查」，以持續追蹤澳洲民眾運動行為。從年度比較結果可知，2016 年-2019 年間 15 歲以上民眾有參與性運動消費之比例為逐年成長，2020 年因新冠肺炎疫情緣故，下降至 58.6%，平均消費金額為 708 美元。



資料來源：Australian Sports Commission。檢索自：<https://www.ausport.gov.au/>

圖 2-7 澳洲 15 歲以上民眾參與性運動支出金額與比例

而 2020 年有 96.2% 的父母曾替孩童支付參與性運動服務費用，消費金額自 2017 年開始便呈現逐年上升趨勢，2020 年為 733 美元。



資料來源：Australian Sports Commission。檢索自：<https://www.ausport.gov.au/>

圖 2-8 澳洲 15 歲以下孩童參與性運動支出金額與比例

進一步分析澳洲民眾參與性運動消費項目，可發現 15 歲以上民眾支出金額較高項目為「運動場館、健身中心及休閒設施」、「私人運動教室」及「個人指導訓練師或教練」；而 15 歲以下孩童其家長支出金額較高項目則為「個人指導訓練師或教練」及「私人運動教室」。

表 2-6 澳洲民眾參與性運動消費支出金額

單位：美元

	2018 年		2019 年		2020 年	
	15 歲以上民眾	15 歲以下孩童	15 歲以上民眾	15 歲以下孩童	15 歲以上民眾	15 歲以下孩童
運動俱樂部或協會	\$223	\$223	\$223	\$237	\$242	\$228
休閒俱樂部或協會	\$149	\$186	\$139	\$278	\$138	\$207
運動場館、健身中心及休閒設施	\$335	\$223	\$383	\$334	\$414	\$331
私人運動教室	\$298	\$335	\$417	\$390	\$414	\$394
個人指導訓練師或教練	\$298	\$372	\$362	\$348	\$345	\$407
教育課程學費	\$134	\$126	\$118	\$209	\$83	\$193
其他運動機構	\$74	\$149	\$104	\$167	\$138	\$242

資料來源：Australian Sports Commission。檢索自：<https://www.ausport.gov.au/>

目前澳洲長期的國家運動願景計畫為「Sport 2030」，以成為世界上最活躍、最健康的運動國家做為目標。為讓更多澳洲民眾加入運動行列，2018 年起推動的「Move it AUS」，迄今仍投入大量資金補助社區與相關協會，共同促進運動參與、社區體育基礎設施以及高齡化運動等，期達到成年民眾每日運動至少 30 分鐘、孩童每日運動至少 60 分鐘之目標 (ASC, 2018)。

除此之外，提升孩童參與運動也為澳洲運動委員會努力方向，透過「Sporting Schools」計畫，與全國超過 35 個各運動項目的組織合作，協助提出申請的國小為校內學生開展運動活動，而澳洲各州為呼應此措施，也提供兌換券以負擔參與運動活動時所需的費用 (ASC, 2019)。



澳洲負責運動推廣的單位 Sport Australia，致力於提升澳洲女性參與運動的意願，與澳洲新確集團(Suncorp)攜手推動「Team Girls」計畫，鼓勵年輕女性投入團體性運動活動，透過在團體運動活動能增進社交技巧、領導能力、增進信心等，對於未來生活各方面表現也將有所幫助 (Suncorp, 2017)。

而 2020 年新冠疫情爆發，Sport Australia 特別探討新冠肺炎疫情對澳洲民眾參與運動和體育活動之影響。發現愛好運動的民眾，在新冠肺炎期間的情緒和心理感受較為正向。進一步了解封城對各項運動活動的影響，首先，在孩童運動課程方面，可發現由於舞蹈課程較容易透過線上方式進行教學，故影響最小；而休閒性質的散步、居家運動及飛輪等，為成年民眾封城時持續進行的運動項目 (Ausplay, 2020)。

除此之外，為增強自身體能與免疫力，有較多民眾在封城期間比以往更專注於慢跑、田徑及瑜珈等，因為上述運動項目多可單獨一人進行，且又能保持安全社交距離，相對地，足球、籃球及健身訓練等以團體進行為主，民眾參與比率相對較低。

四、日本

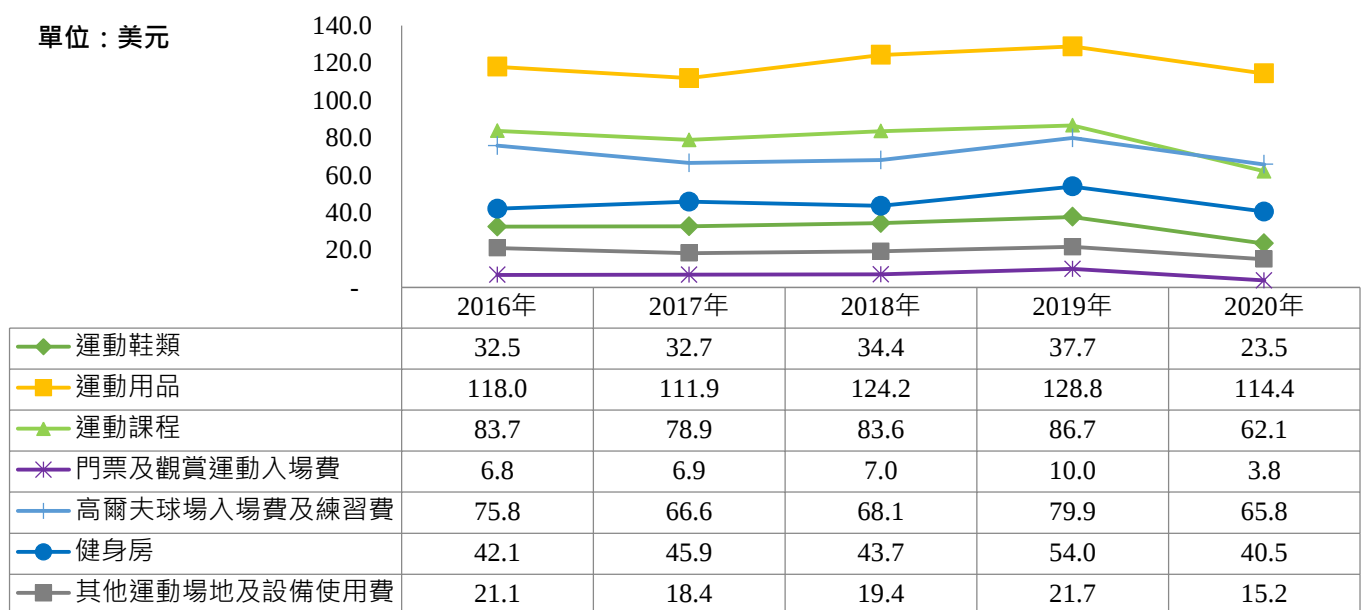
日本總務省統計局進行的家庭收支調查 (Family Income and Expenditure Survey) 中與運動消費相關之類目，包括「運動鞋類」、「運動用品」、「運動課程」、「門票及觀賞運動入場費」、「高爾夫球場入場費及練習費」、「健身房」及「運動場地及設備使用費」等項目。

表 2-7 日本家庭收支調查與運動消費相關類目

大類目	小類目
鞋類支出	運動鞋類
教養娛樂用品支出	運動用品
教養娛樂服務支出	運動課程
其他教養娛樂支出	門票及觀賞運動入場費
	高爾夫球場入場費及練習費
	健身房
	其他運動場地及設備使用費

資料來源：日本統計局，本研究自行整理

從近五年日本家庭收支調查來看，可發現 2019 年在各運動消費相關項目之支出金額，皆較 2018 年有所增加，然而，2020 年受到新冠肺炎疫情的影響，各項目支出金額皆大幅減少，其中以「門票及觀賞運動入場費」減少幅度最大，由 2019 年的 10.0 美元，減少至 2020 年的 3.8 美元。



資料來源：日本統計局。檢索自：<http://www.stat.go.jp/>

圖 2-9 日本家庭平均每戶收支調查中與運動消費相關支出金額

而由近十年來日本家庭收支調查中的課程費用支出統計可知，「運動課程」為日本家戶支出金額最高之項目，2018 年為 83.6 美元，於 2019 年增加至 86.7 美元。然而，2020 年受到新冠肺炎疫情的衝擊，日本家戶平均在運動課程之支出金額減少至 62.1 美元。

表 2-8 日本家庭收支調查中每戶家庭各課程支出狀況

單位：美元

	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
語言課程	33.6	38.1	26.3	27.6	22.5	25.8	25.2	25.8	27.0	18.5
其他教育課程	32.4	32.4	24.6	23.6	19.2	20.8	21.7	18.0	19.7	16.9
音樂課程	72.1	71.4	55.5	49.5	40.1	45.7	45.2	42.3	39.5	28.8
康樂課程	53.6	54.5	42.2	35.6	31.6	31.6	32.1	30.5	25.5	21.9
運動課程	107.5	104.8	90.2	86.4	75.8	83.7	78.9	83.6	86.7	62.1
駕駛課程	29.7	31.6	26.8	21.8	22.9	19.8	16.4	16.3	21.6	20.4
家政課程	7.1	8.4	5.7	5.6	4.2	5.4	4.6	4.7	4.5	3.9
其他私人課程	38.0	37.0	29.4	25.0	25.2	31.8	26.9	30.8	34.9	30.2
課程總支出	374.0	378.2	300.7	275.1	241.5	264.7	250.9	251.9	259.3	202.7

資料來源：日本統計局。檢索自：<http://www.stat.go.jp/>

而三菱 UFJ 研究與顧問機構每年皆會進行「運動市場行銷基本調查」，由調查結果顯示，2020 年日本運動市場規模縮減至約 150.8 億美元，以運動設施利用費及會員費之市場規模最大，達 71.6 億美元，其次為運動用品，市場規模為 40.3 億美元，而觀賞運動消費市場規模則為 38.9 億美元。顯示受到新型冠狀病毒之影響，日本運動消費市場規模有所減少。除此之外，2019 年日本民眾觀賞運動比賽的花費為 426.3 美元，2020 年則大幅減少至 358.9 美元。(三菱 UFJ 研究與顧問機構，2020)

日本掌管運動事務的政府單位為文部科學省下的體育廳 (Japan Sports Agency)，根據 2017 年-2021 年間實施的「第二期運動基本計畫」中，即表示將致力於增加運動參與人口，目標一週運動一次的人口比例提升至 65%，約增加一千萬運動人口。

有鑑於離此目標仍有差距，體育廳於 2020 年提出「Sport in Life 計畫」，設計五個與運動相關的主題標籤，民眾在社群媒體發布貼文時能夠加入標籤，讓運動風氣渲染至周遭的人。首先，為「#同時進行兩種動作類型（#ながら系）」，鼓勵民眾進行任何事時能同時與運動結合，如邀請企業加入「FUN+WALK PROJECT」，培養員工每日步行運動習慣；第二為「#好久不見類型（#久しぶり系）」，鼓勵民眾重拾以往學生時代時曾擅長的運動活動；第三則為「#新運動類型（#ネオスポーツ系）」，由應用資通訊科技如 AR/VR，創造出不同樣貌運動活動，也讓特定族群如身障者有更多參與運動的機會；而「#家鄉類型（#ジモト系）」旨在發展社區性運動活動，鼓勵民眾於自身家鄉從事運動，激發對運動興趣，而離開家鄉至新城市生活時，也能延續良好運動習慣；最後，「#親子類型（#親子系）」，說明父母也能與孩童共同享受運動樂趣，期讓更多親子運動資訊能夠藉社群媒體廣泛分享。希望民眾對運動的關注，不因東京奧運會的結束而停止，而是能延續下去，成為日常生活的一部分（體育廳，2020）。

同時，體育廳也鼓勵認同計畫宗旨的地方政府、運動團體及民間企業等加入「Sport in Life 聯盟」，除可獲得政府補助外，單位也能採用 Sport in Life 的標誌做為宣傳工具，重要的是能獲得聯盟成員間相互支持，共享運動相關資訊。除此之外，考量到成年人投入大量時間在工作上而疏於運動，體育廳也針對致力於提升職場運動風氣的企業給予認證，期藉由廣泛宣傳企業認證成果，帶動其他企業也加入推廣職場運動的行列（體育廳，2020）。

而為減少民眾在搜尋運動相關資訊如場館、賽事、課程等的不便，體育廳於 2019 年設置專門網站，主要功能為提供活動、賽事、運動設施、健身房、運動社團及運動話題等相關資訊；同時，民眾能夠建立個人帳號，直接向活動或服務設施等單位提出問題，網站也會針對個人偏好推播相關活動資訊，讓運動資訊更加透明化（體育廳，2020）。



受到新冠肺炎疫情的衝擊，日本政府針對運動相關產業提出補助措施，當企業或自由工作者需穩定或回復營運情況下，如線上運動課程、居家上班的硬體建置，以及為鞏固雇傭關係、改善運動訓練環境與進行賽事防疫工作等情況下，皆可向政府提出申請（體育廳，2020）。

而日本經濟產業省為振興國內藝文及運動活動，推動「Go to event」，其中與運動有關的部分，為當民眾購買運動相關活動門票時，可享有 20% 的折扣或優惠，若運動賽事門票金額為 5,000 日元，民眾可以 4,000 日元購入；或是付 5,000 日元，額外可再獲得價值 1,000 日元折價券或點數，能再於其他活動或是會場販賣部等使用（經濟產業省，2021）。

五、新加坡

新加坡之家戶支出由新加坡統計局 (Singapore Department of Statistics) 負責，此調查之類目參考自聯合國 COICOP，並未特別針對運動消費支出進行分類，其分類系統為「新加坡個人消費支出按用途別分類 (Singapore Standard Classification of Individual Consumption According to Purpose ; S-COICOP)」。

其中，與運動相關的類別為「服飾與鞋類」和「休閒與文化」，服飾與鞋類包括運動服與運動鞋項目，休閒與文化中則包含運動與休閒服務 (Recreational and Sporting Services) 等項目。新加坡的家庭消費支出調查每隔五年進行一次，根據最新資料顯示，新加坡民眾在運動與休閒服務方面的支出總額近年有所成長。

表 2-9 新加坡每戶平均每月運動消費相關類目支出金額

單位：美元

	2002-2003 年	2007-2008 年	2012-2013 年	2017-2018 年
服飾與鞋類	127.1	143.2	156.0	122.9
休閒與文化	448.7	383.1	398.7	378.6
運動、露營與戶外休閒設備	6.1	4.0	5.7	4.8
休閒與文化服務	124.7	127.4	137.9	113.8
運動與休閒服務	22.2	27.7	39.4	44.7

資料來源：Singapore Department of Statistics。檢索自：<https://www.singstat.gov.sg/>

新加坡負責運動事務的主管機關為新加坡體育會 (Sport Singapore ; SportSG)，以「願景 2030 (Vision 2030)」做為新加坡運動總體計畫，2012 年起與各方單位建立夥伴關係開始推動。根據新加坡國家運動參與調查顯示，相較於 2011 年，2018 年新加坡各年齡層民眾參與運動的比例皆有所提升 (SportSG, 2018)。

其中一項全國性運動促進措施為「ActiveSG」，民眾免費加入 ActiveSG 會員後，即可透過應用程式預定運動服務設施，並享有免費試聽課程、會員專屬活動等好處，另針對成人、學生及長者等族群，推出使用 ActiveGYM 及 MyActiveSWIM 的優惠付費方案。除了有多



元的線下運動活動可選擇之外，ActiveSG 也有虛擬運動課程，讓民眾不受空間及時間限制，也能進行運動活動。為增進民眾 ActiveSG 應用程式的使用率，也鼓勵民眾只要在合作商家消費，即可換取 ActiveSG 現金積點，現金積點可用來預定運動服務設施或課程。

而新加坡也設立約 18 個特定運動項目的 ActiveSG 學院和俱樂部供孩童參加，期幫助孩童挖掘對運動興趣，同時透過運動活動學習團隊合作、建立良好價值觀等。

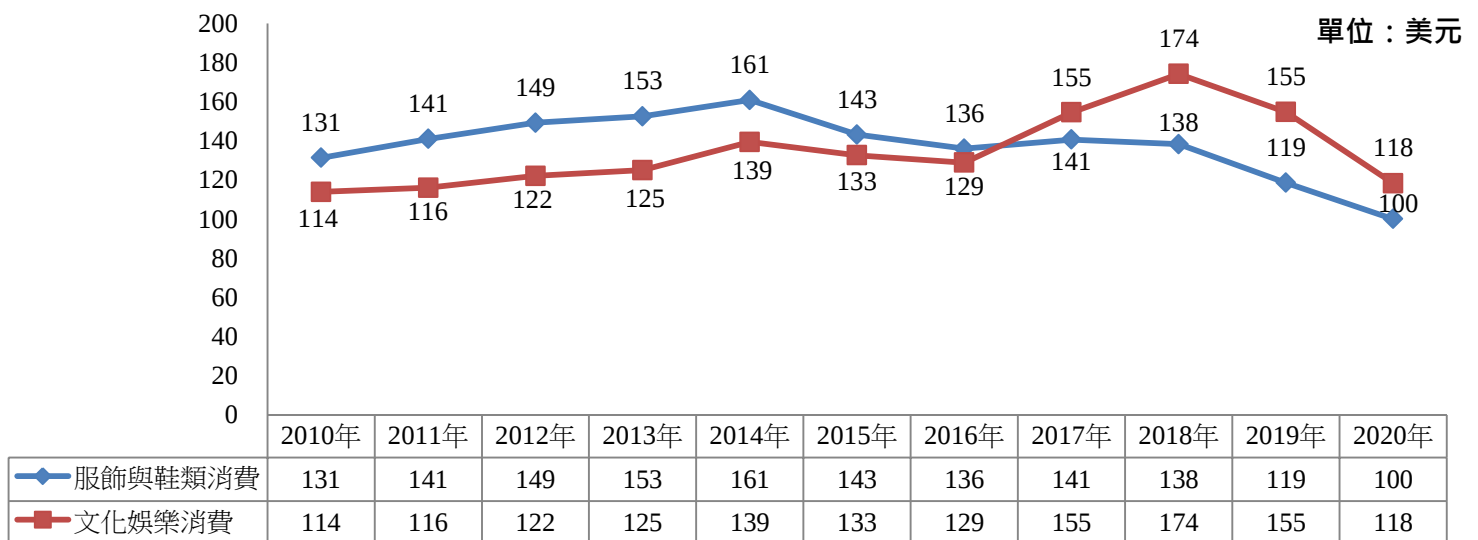
每逢新加坡國慶日時，會舉辦「動起來！新加坡（Get Active!Singapore）」一系列的運動活動，不僅凝聚民眾對國家認同感外，也藉此吸引民眾加入運動行列。2020 年受到新冠肺炎疫情的影響，活動改採線上方式進行，相關單位規劃「GetActive!@Home」活動，設計線上運動挑戰活動，讓民眾可在家與親朋好友共同玩樂，另建立「ActiveSG Circle」平台，供企業和教練上傳線上運動課程，讓民眾不因疫情的關係而中斷運動（SportSG, 2020）。

新加坡政府相信透過正向運動經驗，能夠幫助社會中處於危險、弱勢的民眾，從運動活動體驗中獲得自信、歸屬感，故由 SportCares 機構，針對低收家庭孩童、高危險青少年、身心障礙者及弱勢老年等服務對象，設計合適的常規運動活動，增進其參與運動機會。在新冠肺炎疫情期間，教練仍持續透過線上課程和面談方式，與超過 500 名的青少年、孩童保持聯繫；另外，也透過新加坡運動志工團體「Team Nila」配送健身組件包給獨居長輩使用（SportSG, 2020）。

新加坡特奧會與 SportCares 在教育部的支持下，2020 年舉辦「Play Inclusive 2020」活動，讓身心障礙族群能夠融入社區活動，身心障礙學生與非身心障礙學生組隊，運動項目包含羽毛球、籃球及足球等，期透過運動活動增進身心障礙學生玩樂、交友機會（SportSG, 2020）。

六、韓國

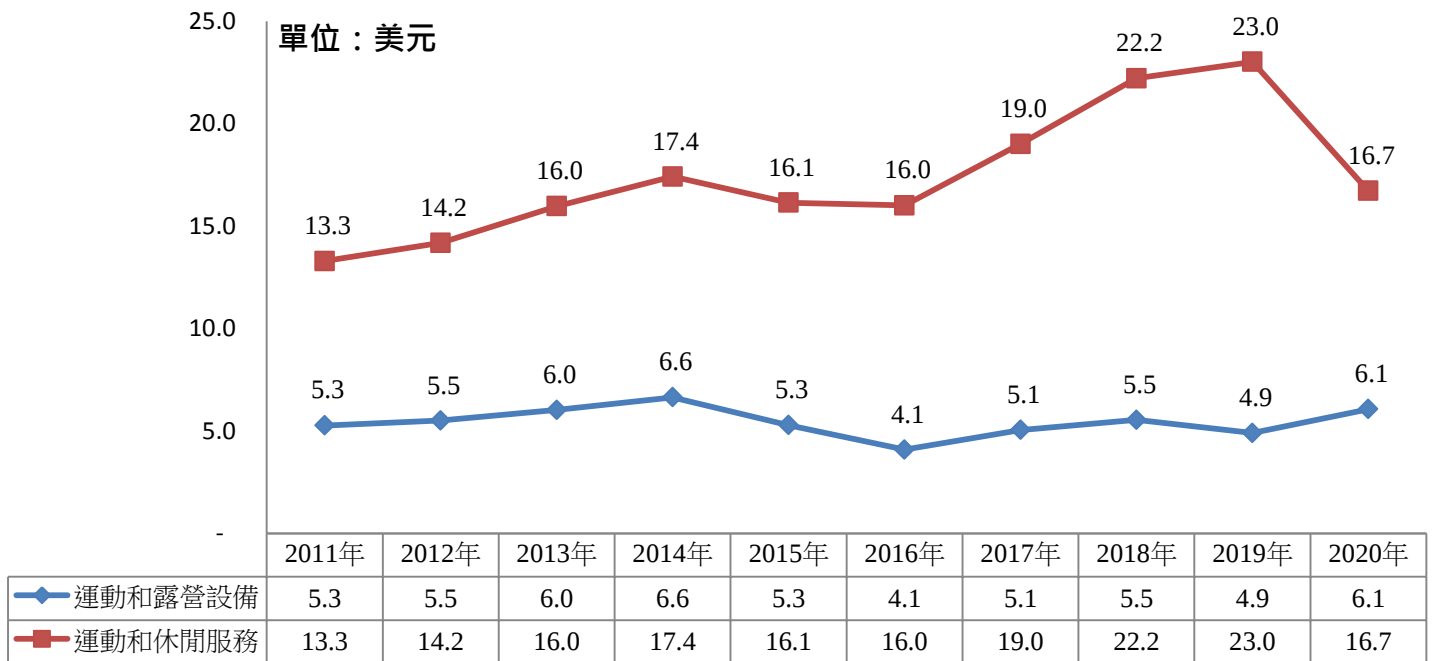
韓國家庭收支調查由韓國統計局所執行，該調查中與運動消費相關的支出類目，包括服飾與鞋類、文化娛樂消費。而根據調查結果可發現，韓國家戶在文化娛樂消費之每月平均消費金額，從 2009 年至 2018 年間呈成長趨勢，2015~2016 年間因經濟不景氣而略為下降，但受新冠疫情影響，2020 年平均每戶每月文化娛樂的消費金額僅有 118 美元；而服飾與鞋類消費方面，自 2014 年開始呈下降趨勢，且又遭到新冠疫情衝擊，2020 年平均每戶每月消費金額僅 100 美元(Statistics Korea, 2021)，茲將韓國家戶近年來平均每月在相關類目的消費情形整理如下圖：



資料來源：韓國統計局。檢索自：<http://kostat.go.kr/portal/korea/>

圖 2-10 韓國家戶平均每月支出服飾鞋類、文化娛樂消費金額

在韓國家庭收支調查的細項類目中，與運動消費相關之類目為「運動和露營設備」、「運動和休閒服務」兩項，其中又以運動和休閒服務的消費金額較高，不過受到新冠疫情影響，2020 年的運動和休閒服務消費驟降，每月平均消費金額僅約 16.7 美元，運動和露營設備的每月平均消費金額反而較 2019 年有微幅成長，約為 6.1 美元，茲將韓國家戶平均每月運動相關類目的消費情形整理如下圖：



資料來源：韓國統計局。檢索自：<http://kostat.go.kr/portal/korea/>

圖 2-11 韓國家戶平均每月支出運動露營設備、休閒服務消費金額

「文化體育觀光部」是韓國主導體育政策的政府單位，其中設有體育政策官以管理體育政策，並研討如何振興體育產業，也設有體育協力官以規劃國際賽事的參與和舉辦。

自 1988 年舉辦漢城奧運開始，三十年來韓國陸續舉辦國際重要賽事，包含 2002 年與日本合辦世界盃足球賽、2002 年釜山亞運、2011 年大邱世界田徑錦標賽、2014 年仁川亞運、2018 年平昌冬季奧運等。韓國充分利用國際賽事的效益，結合國家城市建設與產業發展，帶來豐沛的收益，1988 年舉辦漢城奧運後，同年經濟成長 12.4%，根據韓國政府的統計數據指出，舉辦奧運會替建築業創造 21 億美元、製造業 22 億美元、服務業 13 億美元的產值，且之後留下的奧運遺產能為大眾體育提供重要支援（人民日報，2016）。

有鑑於此，韓國政府相當注重 2018 年平昌冬季奧運，期望透過舉辦大型國際賽事再次刺激經濟收益。韓國政府前後投入約 130 億美元經費建設場地或建設基礎設施，然因平昌地處偏僻，民間亦質疑平昌冬奧是否具有帶動後續運動觀光效益的動能，並擔心地方政府是否有能力維護比賽場館（李宸儀，2018）。不過，經公布冬奧財政盈餘

達 5,500 萬美元 (自由時報, 2018), 且韓國政府已與私人企業談妥後續如何營運奧運設施, 而跳台滑雪、雪橇比賽等專業賽場則與體育大學簽署協議, 將場地用於培養國內體育人才。

從政府領導的作風來看可發現, 韓國的體育產業發展是以國家主導的方式進行。韓國政府於 1989 年成立體育科學研究院 (Korea Institute of Sport Science, KISS), 進行運動生理學、生物力學、運動心理學和運動社會學等研究, 研發科學式的訓練方式並開發有效的運動模式, 用於挑選及培訓具有潛力的運動員做為國家代表選手, 研發改善國民健康的方法並加以分配, 並制定適合當代環境的體育政策, 亦與國外相關體育機構進行交流, 以獲取他國運動科學資訊及經驗 (KISS, 2020)。

在體育政策方面, 2007 年韓國政府頒布《體育產業振興法》, 樹立體育產業振興計畫, 針對具有高成長性、實用性的體育產業提供技術研發之經費, 以國家力量加大對體育產業的投資能量, 並培養體育產業專業人才。2013 年頒布《體育產業中長期計畫》, 投入 1,000 億韓元發展體育賽事, 通過體育產業的整合創造未來成長動力; 2014 年再大幅修改該計畫, 將對體育相關賽事主辦的投資預算提高至 1.7 兆韓元 (惠志強, 2016)。

然而根據韓國文化體育觀光部「2019 體育白皮書」(2019 체육백서) 指出, 2018 年韓國政府體育預算略有減縮, 2015 年體育預算為 1 兆 5,389 億韓元(15,389 억 원), 占政府預算的 0.40%, 而 2019 年體育預算則為 1 兆 4,448 億韓元(14,448 억 원), 占政府預算的 0.30%。然而, 韓國民眾定期參與體育鍛鍊的比例有所增加, 每周運動 1 次以上的比例, 2018 年為 62.2%, 2019 年增加至 66.6%。每月平均體育鍛鍊費用更自 56,755 韓元(2017 年)增加至 78,214 韓元(2019 年), 顯示韓國體育風氣有所成長 (문화체육관광부, 2021)。

不過 2020 年開始新冠疫情肆虐，對韓國運動產業與風氣也造成重大衝擊，特別是因為曾發生過幾起在健身房中的群聚感染(王芊凌，2020)，使不易維持社交距離的健身房成為防疫政策的重點限制場域。根據韓國文化觀光體育部《2020 年國民生活體育調查》(2020 년 국민생활체육조사)，2020 年韓國民眾的體育活動參與率為 60.1%，較 2019 年(66.6%)下降 6.5 個百分點，且新冠疫情對民眾運動量有顯著影響，2019 年有 4.1%的韓國民眾表示運動量有所減少，但 2020 年表示運動量減少的比例則為 19%。不過，疫情對不同運動的影響也有差異，整體而言，室內運動的參與率呈下降趨勢，而室外運動的參與率則呈上升趨勢(문화체육관광부，2020c)。

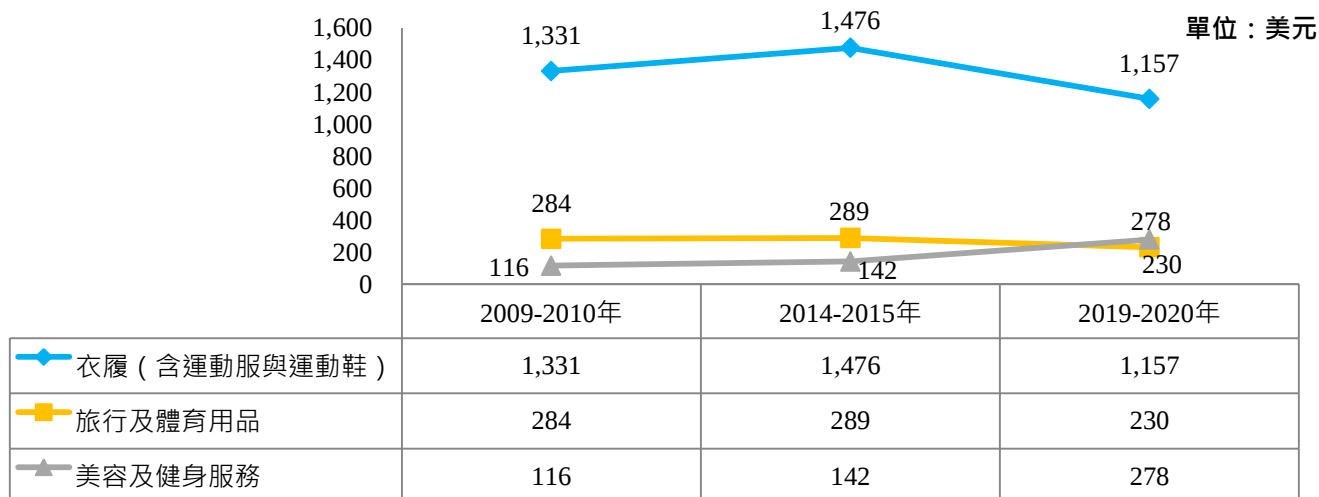
為振興運動產業，文化體育觀光部在 2020 年 2 月即表示將提供 200 億韓元的特別貸款來支持受疫情影響的體育產業。在 5 月時更追加 400 億韓元的特別貸款，意在擴大對體育公司如健身中心和體育館等設施的貸款，主要是因為因疫情而關閉的健身中心和體育館，銷售額較 2019 年大幅下降了 91.3%和 81.0%。對此，文化體育觀光部規劃每人 3 萬韓元(共 40 萬人)的私人室內體育設施補助，以促進韓國民眾體育活動並振興體育市場(문화체육관광부，2020a, 2020b)。

疫情也改變了韓國運動產品銷售結構，在疫情下，高爾夫球、自行車、運動服裝的銷售不減反增。根據相關調查，高爾夫球設備銷售額較 2019 年同期增長 22.4%，自行車銷售額較 2019 年同期增長 25%，相關設備的銷售如球桿、球袋、自行車油、頭盔等亦呈增長趨勢；而運動服裝因為可以作為在家工作服和日常家居服，銷量有較明顯的成長，增長情形普遍在 100%以上，依運動服裝類型而有所不同(首爾台灣貿易中心，2021)。

七、香港

香港政府統計處每五年進行《住戶開支統計調查》，將住戶開支依照商品與服務類別分為交通、雜項物品、耐用物品、衣履、煙酒、電氣、燃氣及水、住屋、食品等九類，其中和運動消費有關的為衣履（含運動服及運動鞋）、耐用物品（旅行及體育用品）及雜項服務（美容及健身服務）。

根據香港《住戶開支統計調查》結果，香港家戶在「衣履」類之消費金額較高，2019 年 2020 年為 1,157 美元，而「美容及健身服務」類的消費金額為 278 美元，超越「旅行及體育用品」的 230 美元。



資料來源：香港政府統計處。檢索自：<https://www.censtatd.gov.hk/>

圖 2-12 香港家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況

根據行政長官 2020 年的施政報告中提到與體育相關之內容，為啟德體育園預計將於 2023 年完工，未來也將充分利用園內設施，推動香港體育運動朝向「普及化、精英化及盛事化」，培育更多體育專才，將香港推向國際體壇盛事中心（香港特別行政區行政長官，2020）。而香港由民政事務局負責制定香港的體育發展政策，並統籌康體設施的規劃，與其相關的單位為康樂及文化事務署（簡稱康文署）與體育委員會，其中體育委員會當中又設有社區體育事務委員會、精英體育事務委員會及大型體育活動事務委員會。

為推動普及體育，香港致力於推動社區體育活動，提供學生、長者和身障者等多元化活動選擇，故投入於體育發展的經常開支中，2018-2019 年度的相關開支近 43 億元，占發展整體開支約 86% (立法會民政事務委員會，2019)。

在普及體育具體作為方面，康文署與衛生署合辦普及健體活動，依據兒童、長者及身障者設計健體計劃，以及推出行山樂、優質健行、跳舞強身及跳繩樂等活動，期兒童及青少年每日至少進行 60 分鐘中等以上強度的體能活動，成年人則每星期應至少進行 150 分鐘中等以上強度的體能活動。除此之外，康文署每年八月皆會舉辦「全民運動日」，以往會有多項免費康體活動供參加，及開放康體設施供民眾免費使用。然而，2020 年受到新冠肺炎疫情的影響，則改由民眾觀賞線上健體運動示範影片，也取消康體設施免費使用的活動。

而 2004 年康文署接管「體育資助計劃」，向體育總會及體育機構資助海外及本地國際賽事、代表隊訓練，以及發展學校體育推廣計劃、社區體育會計劃及體育培訓計劃等之費用。2019 年康文署再次重新檢視「體育資助計劃」內容並提出建議，認為政府應扶持新興體育活動，讓民眾有更多參與選擇機會，故推動「新興體育活動資助先導計劃」，將於 2021 年接受體育機構申請 (立法會民政事務委員會，2020)。

除此之外，為推動香港團隊組合運動的發展，民政事務局額外資助棒球、籃球、手球、曲棍球、冰球、壘球、排球及水球等八個體育總會，以參加亞運會或亞冬會為目標，制定和推行培訓計劃，期未來上述運動項目能夠有精湛成績。

而香港在推動體育精英化方面，主要由香港體育學院協助進行培訓，精英運動員可依據成績表現從體院獲得資金資助及其他支援服務；另香港體院也將不同運動項目分為 A*級、A 級、B 級，並予以為期四年的支援，期能於國際賽事中有亮眼成績。針對身心障礙運動員部分，香港也於 2019 年推行「殘疾人運動項目精英資助計劃」，將部分運動項目分為 A 級、B 級，以提供支援（立法會民政事務委員會，2019）。

而在推動體育盛事化，由香港大型體育活動事務委員會負責，於 2004 年發展「M 品牌計劃」，目標為爭取更多大型國際體育賽事於香港舉辦，也藉此增進民眾觀賞運動賽事的參與度。而為提升「M 品牌計劃」的配對款項上限，2018 年在香港的《財政預算案》中也提到，將撥款五億元推行「體育盛事配對資助計劃」，預計將於 2019 年中推動，期業界和私人能提高贊助款項（立法會民政事務委員會，2018）。

八、中國

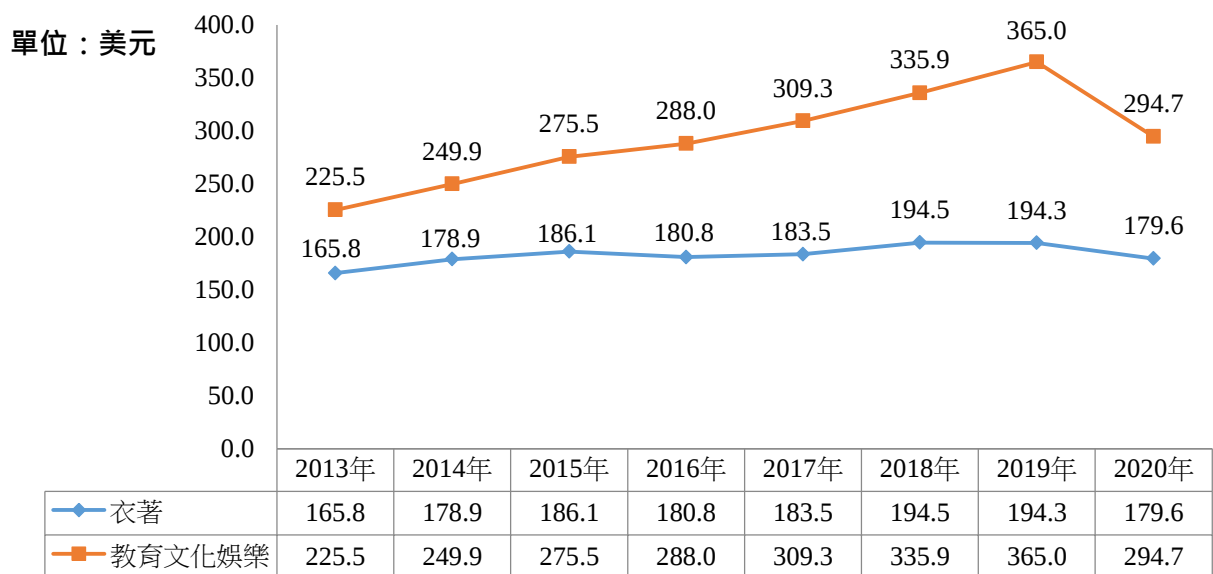
中國國家統計局所進行的「住戶收支與生活狀況調查」分類方式與 COICOP 類似，其中的衣著類別與教育文化娛樂用品及服務類別與運動消費支出相關，茲將其類目整理如下表：

表 2-10 中國家庭支出調查與運動消費相關類目

大類目	小類目
三、衣著	含運動服與運動鞋
七、教育文化娛樂用品及服務	含體育用品、健身活動、旅遊支出

資料來源：中國國家統計局，本研究自行整理

根據中國國家統計局所公布的全國居民人均收支情況統計資料結果顯示，2020 年因新冠肺炎疫情的衝擊，中國平均每人在衣著及教育文化娛樂的消費金額皆大幅減少。



資料來源：中國國家統計局。檢索自：<http://data.stats.gov.cn/>

圖 2-13 中國居民教育文化娛樂及衣著消費支出

根據中國運動用品業聯合會所發佈的「2020 年全民健身行為和消費研究報告」，過去一年來，有 96.0%的受訪民眾有運動消費，平均消費金額超過 4,000 元人民幣，其中，44.0%的受訪民眾表示較以往投入的費用來得多。而從民眾主要花費的項目來看，有 95.0%的受

訪民眾有運動實體物品消費，如服裝、器具、運動飲食及書籍等，而有 63.0% 的受訪民眾則有運動服務消費，如觀賽、教練費及場地費等，38.0% 的受訪民眾則有會員費、參與賽事等消費（中國運動用品業聯合會，2020）。

中國國務院發布「全民健身計劃（2016-2020 年）」，將增進人民體質、提升健康水平訂為目標，以滿足人民多元化體育健身需求，期 2020 年每週參與運動次數達 1 次以上的人口達 7 億，而經常性參與運動的人口則可達 4.35 億；同時，透過全民健身促進體育產業發展，體育消費總規模能達到 1.5 萬億元（中國政府網，2016）。

在國務院所發表之「關於促進全民健身和體育消費推動產業高質量發展的意見」，提到促進國民的體育消費措施，除培養國民運動習慣，同時，對體育消費市場進行規範，避免違法營利行為發生，並鼓勵各地政府豐富運動賽事多元性，優化消費者觀賞運動賽事體驗，並推動 40 個國家體育消費示範城市發展（中國政府網，2019）。

中國每年 8 月 8 日皆會舉辦「全民健身日」，2020 年以「推動全民健身，助力全面小康」做為活動主題，然而，受到新冠肺炎疫情的影響，採取線下結合線上方式進行活動，主要示範活動包括家庭健身項目線上挑戰賽「我與冠軍 PK」、體育總局彩券中心「點亮健康中國」活動、有獎徵文「我的居家健身故事」等，期在疫情期間，也能滿足人民提升自身身體素質的需求（國家体育总局，2020）。

而由於「全民健身計劃（2016-2020 年）」提及應藉雲端運算、大數據及物聯網等資通訊技術，發展全民健身管理資源庫、服務資源庫及公共服務信息平台等，使整體健身服務能更精準、有效率。故中國「全民健身信息服務平台」於 2020 年正式上線，由平台提供民眾健身設施、體育場館及賽事活動等資訊，及賽事直播、場地預定等功能（人民網，2020）。

關於運動賽事相關政策，中國於 2018 年「國務院辦公廳關於加快發展體育競賽表演產業的指導意見」，指出中國體育競賽表演產業存在供給不足、總體規模不大及大眾消費不積極等問題。強調發展原則應促進體育競賽表演產業與文化、旅遊、娛樂、互聯網等相關產業融合；同時，更應依據各地特色體育資源進行定位，以發揮優勢、差異化發展。期體育競賽表演產業朝向「專業化、品牌化、融合化」發展，目標在 2025 年產業規模能達到 2 萬億元，推出 100 項具知名度的體育精品賽事，打造 100 個具產權的體育競賽表演品牌（中國政府網，2018）。

九、國際比較

本研究為進行國際間的資料比較，將上述各國資料進行整理，主要歸納各國之家庭收支調查中，各年度每戶與運動消費有關之類目平均消費金額，因各國執行家庭收支調查年份、時間不同，相關類目定義也不同，故相關分析僅供參考。

本研究依據聯合國 COICOP 的分類標準，首先整理各國皆有且與運動消費支出相關之類目，包括服飾與鞋類（含運動服與運動鞋）、休閒與文化（含運動相關服務）等兩大類的平均支出金額（計算方式為消費總金額除以總家戶數），以及各項金額占該國每戶每年家庭所得（或總支出¹）之占比（計算方式為每戶每年平均消費除以每戶每年平均家庭所得），具體數據詳見表 2-11、2-12。

¹ 當家戶支出調查與收入調查年度不同時，採用該項消費占總支出之占比。

表 2-11 各國每年每戶服飾鞋類平均消費金額綜合分析²

單位：美元/戶

年份			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
服飾與鞋類													
英國 ³	金額	合併	1,952	1,811	1,928	1,843	2,030	1,855	1,658	1,685	1,717	1,631	1,565
	占比	合併	3.3%	3.0%	3.3%	3.1%	3.8%	3.6%	3.5%	3.5%	3.3%	3.1%	2.9%
美國 ⁴	金額	服飾	1,397	1,419	1,389	1,296	1,418	1,493	1,415	1,454	1,475	1,463	1,120
		鞋類	303	321	347	307	367	354	388	379	392	419	314
	占比	服飾	2.2%	2.2%	2.1%	2.0%	2.1%	2.1%	1.9%	2.0%	1.9%	1.8%	1.3%
		鞋類	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%
澳洲 ⁵	金額	合併	1,974	-	-	-	-	1,693	-	-	-	-	-
	占比	合併	2.6%	-	-	-	-	2.1%	-	-	-	-	-
日本 ⁶	金額	合併	1,455	1,589	1,558	1,338	1,244	1,038	1,060	1,038	1,033	1,046	868
	占比	合併	2.4%	2.4%	2.4%	2.3%	2.5%	2.2%	2.3%	2.3%	2.2%	2.2%	1.8%
新加坡 ⁷	金額	合併	-	-	1,505	-	-	-	-	1,098	-	-	-
	占比	合併	-	-	1.2%	-	-	-	-	1.0%	-	-	-
韓國 ⁸	金額	合併	1,576	1,692	1,792	1,830	1,931	1,719	1,633	1,668	1,660	1,423	1,201
	占比	合併	4.0%	4.1%	4.0%	3.9%	3.8%	4.0%	4.1%	3.6%	3.3%	2.9%	2.7%
香港 ⁹	金額	合併	1,331	-	-	-	1,476	-	-	-	-	1,157	-
	占比	合併	4.0%	-	-	-	3.5%	-	-	-	-	2.3%	-
中國 ¹⁰	金額	城鎮	614	750	837	892	813	843	802	756	819	777	625
		農村	154	206	245	270	296	343	265	354	293	302	271
	占比	城鎮	7.6%	7.7%	7.4%	7.1%	5.6%	5.5%	5.2%	4.8%	4.6%	4.3%	3.8%
		農村	4.5%	4.9%	5.0%	4.9%	4.9%	4.8%	4.7%	4.6%	4.4%	4.5%	4.2%
臺灣	金額	合併	718	766	743	749	751	704	712	768	756	752	761
	占比	合併	2.1%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	1.9%	1.9%	1.9%	1.7%	1.7%	1.7%

² 各國平均金額之計算方式為：服飾鞋類消費總金額除以總家戶數；
消費金額占比之計算方式為：服飾鞋類平均消費金額除以家戶所得平均。

³ 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。

⁴ 美國資料來源：本研究整理自 U.S. Bureau of Labor Statistics。

⁵ 澳洲家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自 Australian Bureau of Statistics。

⁶ 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。

⁷ 新加坡家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自 Singapore Department of Statistics。

⁸ 韓國資料來源：本研究整理自韓國統計局。

⁹ 香港家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自香港政府統計處。

¹⁰ 中國之官方統計調查區分為城鎮和農村兩部分；資料來源：本研究整理自中國國家統計局。

表 2-12 各國每年每戶休閒與文化平均消費金額綜合分析¹¹

單位：美元/戶

年份			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
休閒與文化													
英國 ¹²	金額	-	4,848	5,332	5,067	5,212	5,894	5,511	4,797	4,936	5,214	5,138	5,242
	占比	-	8.3%	9.0%	8.5%	8.7%	10.9%	10.4%	10.1%	10.3%	9.9%	9.8%	9.6%
美國 ¹³	金額	-	2,504	2,572	2,605	2,482	2,728	2,842	2,913	3,203	3,226	3,050	2,912
	占比	-	4.0%	4.0%	4.0%	3.9%	4.1%	4.1%	3.9%	4.4%	4.1%	3.7%	3.5%
澳洲 ¹⁴	金額	-	7,184	-	-	-	-	6,652		-	-	-	
	占比	-	9.6%	-	-	-	-	8.2%		-	-	-	
日本 ¹⁵	金額	-	4,092	4,169	4,007	3,425	3,110	2,609	2,893	2,791	2,829	2,958	2,460
	占比	-	6.9%	6.4%	6.2%	5.8%	6.4%	5.6%	6.2%	6.1%	6.1%	6.3%	5.1%
新加坡 ¹⁶	金額	-	-	-	3,846		-	-	-	3,381		-	-
	占比	-	-	-	3.1%		-	-	-	3.2%		-	-
韓國 ¹⁷	金額	-	1,367	1,393	1,465	1,501	1,674	1,592	1,547	1,855	2,091	1,857	1,420
	占比	-	3.5%	3.4%	3.3%	3.3%	3.4%	3.4%	3.4%	3.9%	4.1%	3.8%	3.2%
中國 ¹⁸	金額	城鎮	696	830	933	1,075	1,070	1,181	1,216	1,224	1,347	1,411	985
		農村	213.7	239	275	306	498	480	494	677	595	646	497
	占比	城鎮	8.5%	8.5%	8.3%	8.5%	7.4%	7.6%	7.8%	7.8%	7.6%	7.9%	5.9%
		農村	6.2%	5.7%	5.6%	5.5%	8.2%	8.5%	8.7%	8.7%	8.9%	9.3%	7.6%
臺灣	金額	-	1,181	1,305	1,295	1,329	1,324	1,336	1,342	1,563	1,546	1,638	1,156
	占比	-	3.5%	3.5%	3.4%	3.5%	3.5%	3.7%	3.6%	3.8%	3.6%	3.8%	2.5%

¹¹ 各國平均金額之計算方式為：休閒與文化類消費總金額除以總家戶數；

消費金額占比之計算方式為：休閒與文化類平均消費金額除以家戶所得平均。

¹² 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。¹³ 美國資料來源：本研究整理自 U.S. Bureau of Labor Statistics。¹⁴ 澳洲家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自 Australian Bureau of Statistics。¹⁵ 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。¹⁶ 新加坡家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自 Singapore Department of Statistics。¹⁷ 韓國資料來源：本研究整理自韓國統計局。¹⁸ 中國之官方統計調查區分為城鎮和農村兩部分；資料來源：本研究整理自中國國家統計局。

此外，研究團隊也針對各國家庭收支調查資料中與運動消費相關之細項支出進行整理，整理面向包括各國在參與性運動、觀賞性運動等項目之消費金額，以及各項金額占該國每戶每年家庭所得（或總支出）之占比，茲將相關分類整理於表 2-13。以下針對各國在各項運動消費項目上進行綜合分析，並進一步與我國運動消費支出現況進行比較，由於各國關於運動消費支出的統計項目與公布資料年份不盡相同，因此以可比較部份進行分析。

首先，在參與性運動消費支出方面，2020 年英國每戶於「運動俱樂部」（187 美元）及「休閒課程」（161 美元）的平均消費金額較高。在日本方面，則是在「高爾夫球場入場費及練習費」的支出較高，為 66 美元，在「運動課程」部分，每戶則平均花費 62 美元。而我國在參與性運動消費支出方面，每戶在「運動課程費」的平均消費金額最高，為 46 美元，其次依序為「入場費、會員費、場地設備出租費」（33 美元）及「參加運動比賽衍生費」（22 美元）；相對地，在「運動社團費」（6 美元）的花費則相對較少。比較國際間在「參與性運動消費支出」方面，臺灣及日本的家戶皆支付最多費用於「運動課程」，而英國民眾則在「運動俱樂部」花費最高。整體而言，2020 年疫情壟罩全球，各國在參與性運動之支出皆有所減少，相對地，我國在 2020 年受到疫情的衝擊相對較小，故變動幅度相對較小。

在觀賞性運動方面，英國每戶於「觀賞運動賽事門票」平均消費金額為 53 美元，日本則為 3.8 美元，臺灣的部分則相對較少，為 2 美元。另外，在運動裝備消費支出方面，英國每戶在「運動、露營與休閒設備」平均消費金額為 114 美元，日本於「運動器材」平均消費金額則為 114 美元，韓國每戶於「運動器材與用品」支出為 73 美元。而臺灣方面，每戶於「購買及維修運動用品與器材」平均消費金額為 87 美元。綜上可知，我國在運動用品消費支出方面，較英國、日本等國來得低，但相對高於韓國。

表 2-13 各國運動相關消費支出綜合分析¹⁹

單位：美元/戶

運動服務				年份										
				2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
參與性運動支出	英國 ²⁰	參與運動	金額	80	100	115	82	103	87	71	81	76	87	120
			占比	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%
		運動俱樂部	金額	145	134	115	155	257	231	169	154	160	193	187
			占比	0.3%	0.2%	0.2%	0.4%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%
		休閒課程	金額	153	200	181	163	163	159	169	181	174	180	161
			占比	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
	日本 ²¹	運動課程	金額	96	108	105	88	86	76	84	79	84	87	62
			占比	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%
		高爾夫球場入場費及練習費	金額	79	104	106	94	71	68	76	67	68	80	66
			占比	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%
		健身房	金額	37	40	42	38	39	35	42	46	44	54	41
			占比	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
		其他運動場地及設備使用費	金額	26	27	24	23	22	18	21	18	19	22	15
			占比	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.05%	0.04%	0.05%	0.04%	0.04%	0.05%	0.03%
	香港 ²²	美容與健身服務	金額	116	-	-	-	142	-	-	-	-	230	-
			占比	0.3%	-	-	-	0.3%	-	-	-	-	0.5%	-
	澳洲 ²³	健身房	金額	121	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			占比	0.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		運動俱樂部	金額	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			占比	0.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		運動課程	金額	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			占比	0.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		租用運動場地設備	金額	128	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			占比	0.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	臺灣	運動課程費	金額	-	41	43	44	43	41	40	43	43	44	46
			占比	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
		單純運動指導教學費	金額	-	8	8	8	8	7	7	8	8	8	8
			占比	-	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%
		入場費、會員費、場地設備出租費	金額	-	33	32	32	31	29	29	30	31	31	33
			占比	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
		運動社團費	金額	-	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6
			占比	-	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.01%	0.01%
		參加運動比賽衍生	金額	-	22	22	24	24	22	22	24	23	23	22

¹⁹ 各國平均金額之計算方式為：各項運動服務消費總金額除以總家戶數；

消費金額占比之計算方式為：各項運動服務平均消費金額除以家戶所得平均。

²⁰ 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。²¹ 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。²² 香港家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自香港政府統計處。²³ 澳洲家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自 Australian Bureau of Statistics。

運動服務				年份										
				2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
觀賞運動服務支出	英國 ²⁴	費	占比	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.05%
			金額	40	83	49	49	60	64	56	47	35	33	53
	日本 ²⁵	運動賽事門票及入場費	金額	7.3	9.5	9.2	7.1	6.0	4.9	6.8	6.9	7.0	10.0	3.8
			占比	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%
	臺灣	觀賞運動比賽門票費	金額	-	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2
			占比	-	0.004%	0.003%	0.006%	0.005%	0.006%	0.006%	0.007%	0.006%	0.006%	0.005%
		看運動比賽衍生費	金額	-	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
			占比	-	0.004%	0.003%	0.004%	0.004%	0.005%	0.005%	0.005%	0.005%	0.005%	0.003%
		購買、訂閱媒體費	金額	-	15	15	14	14	13	13	13	13	13	12
			占比	-	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%
運動裝備消費支出	英國	運動、露營與休閒設備	金額	96	83	49	73	103	103	85	101	76	80	114
			占比	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%
	日本	運動器材	金額	137	161	160	133	125	113	118	112	124	129	114
			占比	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.2%
	韓國 ²⁶	運動器材與用品	金額	55	63	66	72	80	63	49	61	67	59	73
			占比	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
	香港 ²⁷	旅行及體育用品	金額	284	-	-	-	289	-	-	-	-	278	-
			占比	0.9%	-	-	-	0.7%	-	-	-	-	0.6%	-
	澳洲 ²⁸	運動、體育和露營設備	金額	290	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			占比	0.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	臺灣	運動服	金額	-	111	110	110	110	98	98	105	105	105	102
			占比	-	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%
		運動鞋	金額	-	44	45	45	44	40	40	42	43	43	42
			占比	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
		購買及維修運動用品與器材	金額	-	86	86	86	85	78	77	79	83	84	87
			占比	-	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
		運動軟體	金額	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1
			占比	-	-	-	0.001%	0.002%	0.002%	0.002%	0.001%	0.001%	0.001%	0.001%

²⁴ 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。

²⁵ 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。

²⁶ 韓國資料來源：本研究整理自韓國統計局。

²⁷ 香港家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自香港政府統計處。

²⁸ 澳洲家庭收支調查每五年調查一次；資料來源：本研究整理自 Australian Bureau of Statistics。

參、調查過程與方法

一、量化研究方法

(一)問卷調查

1. 調查對象

全國二十二個縣市 13 歲至 69 歲民眾。

2. 調查方法

本次調查採集中式電腦輔助電話訪問系統 (Computer Assisted Telephone Interview ; CATI) 進行隨機抽樣之電話訪問。由曾參與本公司大型電話訪問調查表現優秀且具有多次電話訪問經驗之績優訪員，輔以詳實的訪員訓練，並於規定時段統一進行訪問，同時為了有效控制訪員及確保樣本之品質，調查過程中設有督導員及配有監聽監看系統。

3. 調查日期與時間

本次調查訪問日期為中華民國 110 年 7 月 28 日至 9 月 30 日。為使受訪對象能夠涵蓋各類型人口，本次調查時間包含平常日 (週一至週五) 與例假日 (週六、週日)，而訪問時間為每日 14:00 至 21:30。

4. 調查流程

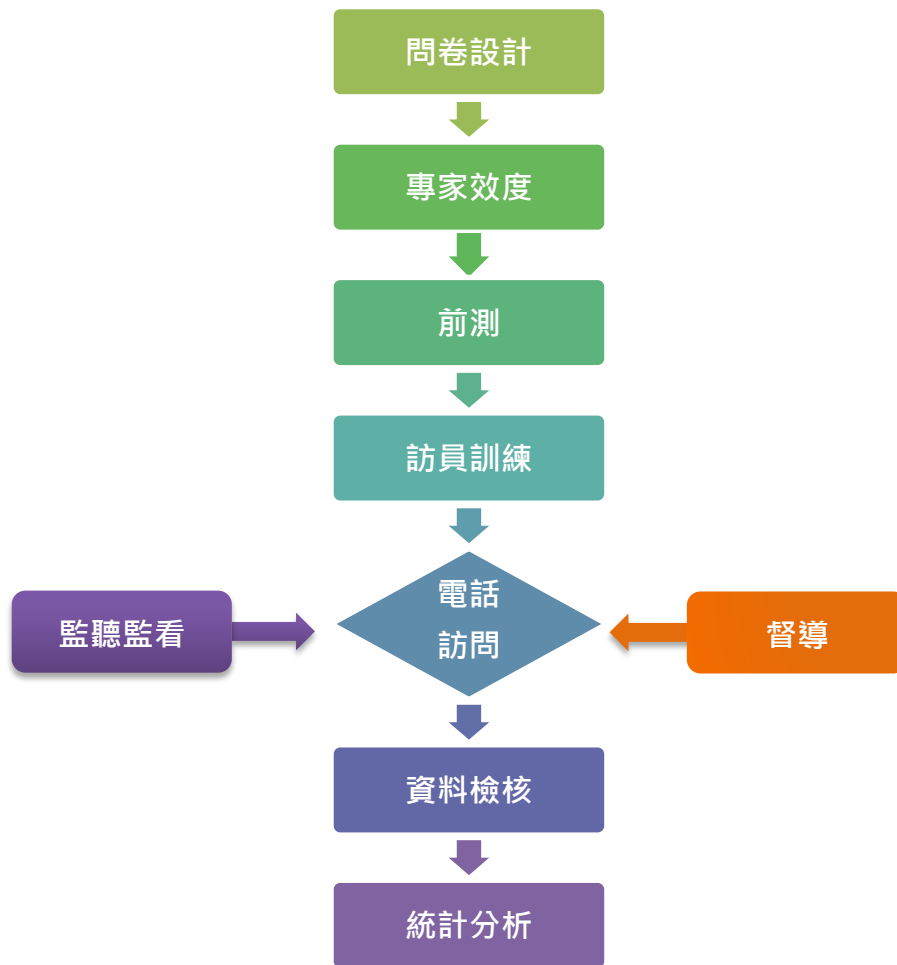


圖 3-1 CATI 電話訪問流程

5. 有效問卷數與抽樣誤差

本次調查完成 17,498 份有效樣本，在 95%信賴水準下，抽樣誤差不超過 0.74%。其中六都各 1,068 份、其他縣市各 725 份、澎湖縣及金門縣各 630 份、連江縣 405 份。估計母體比例之抽樣誤差計算公式如下所示：

$$SE = Z_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{\sum \frac{N_h^2 (N_h - n_h)}{N^2} \frac{p_h q_h}{n_h - 1}}$$

SE ：抽樣誤差 (Sampling Error)

Z ：常態臨界點。在 95%信賴水準之下， $\alpha = 0.05$ ， Z 值為 1.96

N ：總母體數 N_h ：第 h 層母體數 n_h ：第 h 層樣本數

p_h ：第 h 層成功之比例

q_h ：第 h 層失敗之比例

表 3-1 109 調查各區域之有效樣本規劃

區域	13 歲-69 歲人口數	樣本配置
新北市	3,259,023	1068
臺中市	2,251,069	1,068
高雄市	2,210,075	1,068
臺北市	1,986,412	1,068
桃園市	1,809,270	1,068
臺南市	1,489,325	1,068
彰化縣	991,473	725
屏東縣	648,234	725
雲林縣	525,764	725
苗栗縣	425,042	725
嘉義縣	392,866	725
南投縣	386,728	725
新竹縣	442,700	725
宜蘭縣	356,749	725
新竹市	348,507	725
基隆市	297,041	725
花蓮縣	255,955	725
嘉義市	208,644	725
臺東縣	170,268	725
金門縣	117,598	630
澎湖縣	84,449	630
連江縣	10,992	405
全國	18,668,184	17,498

資料來源：1.內政部統計處 109 年 12 月底之統計資料

6. 抽樣設計

(1) 抽樣架構 (Sampling Frame)

以台灣趨勢研究 (股) 公司所建檔最新的「中華電信全國住宅電話簿」資料庫為基礎，該資料庫載有 800 萬筆全國住宅電話，為使電話未刊載於電話簿之民眾亦有相同之被抽取機率，故採電話末兩碼隨機換號之方式進行電話隨機抽樣。

(2) 抽樣方法

此次調查採分層隨機抽樣，依縣市別進行分層，其中六都完成 1,068 份有效問卷；彰化縣、屏東縣、雲林縣、新竹縣、苗栗縣、嘉義縣、南投縣、宜蘭縣、新竹市、基隆市、花蓮縣、嘉義市、臺東縣完成 725 份有效問卷；金門縣、澎湖縣完成 630 份，連江縣完成 405 份有效問卷。而在進行各縣市之調查時，另以各縣市 13 至 69 歲人口之性別及年齡比例進行控制，期使樣本與母體比例接近。

(二)樣本特性分析

(1) 接觸記錄

本次調查總共撥出 285,323 通電話，成功訪問 17,498 份有效問卷數，參酌美國民意研究學會(American Association for Public Opinion Research，AAPOR)之定義，本次調查之訪問成功率為 17.7%，詳細的受訪者接觸紀錄如下表所示。

表 3-2 109 年調查之接觸記錄

接觸狀況		頻次	百分比
(I)成功	成功完成訪問	17,498	17.7%
(P)僅完成部分訪問	合格受訪者中途拒訪	28,567	29.0%
(R)拒訪	合格受訪者的家人拒訪	9,295	9.4%
	合格受訪者拒訪	43,257	43.9%
成功接觸筆數		98,617	100.0%
(UH)無法確認是否為家戶	忙線	28,297	
	無人接聽	61,275	
	答錄機	157	
	電話故障	2,859	
(NE)無法接觸	非合格受訪者	38,958	
	傳真機	4,501	
	空號	50,659	
撥打總數		285,323	

(2) 樣本代表性檢定

為了解有效樣本與母體結構是否一致，確保調查結果得以推論我國 13 歲以上、69 歲以下之民眾運動消費情形，因此本研究就「性別」、「年齡」及「地區」三項基本變項進行樣本代表性檢定，初步檢定結果顯示有效樣本與母體結構之間存在差異，故依據各縣市、性別、年齡之母體交叉結構進行加權，使加權後之樣本分配與母體結構趨於一致。茲將樣本代表性檢定整理於下表：

表 3-3 109 年調查之樣本代表性檢定：性別

性別	母體分配		加權前樣本分配		檢定結果
	母體數	百分比	樣本數	百分比	
男性	9,310,725	49.9%	8,677	49.6%	加權前： 1.卡方值=0.57 2.p 值>.05 3.樣本與母體結構沒有顯著差異
女性	9,357,459	50.1%	8,821	50.4%	
合計	18,668,184	100.0%	17,498	100.0%	

資料來源：內政部統計處 109 年 12 月底之統計資料

表 3-4 109 年調查之樣本代表性檢定：年齡

年齡	母體分配		加權前樣本分配		檢定結果
	母體數	百分比	樣本數	百分比	
13-19 歲	1,566,246	8.4%	1,708	9.8%	加權前： 1.卡方值=307.71 2.p 值<.0001 3.樣本與母體結構有顯著差異
20-29 歲	3,092,496	16.6%	2,474	14.1%	
30-39 歲	3,478,217	18.6%	2,683	15.3%	
40-49 歲	3,776,826	20.2%	3,521	20.1%	
50-59 歲	3,631,475	19.5%	3,714	21.2%	
60-69 歲	3,122,924	16.7%	3,398	19.4%	
合計	18,668,184	100.0%	17,498	100.0%	

資料來源：內政部統計處 109 年 12 月底之統計資料

表 3-5 109 調查之樣本代表性檢定：地區

地區	母體分配		加權前樣本分配		檢定結果
	母體數	百分比	樣本數	百分比	
基隆市	297,041	1.6%	725	4.1%	加權前： 1.卡方值=31,805.77 2.p 值<0.0001 3.樣本與母體結構有顯著差異
臺北市	1,986,412	10.8%	1,068	6.1%	
新北市	3,259,023	17.4%	1,068	6.1%	
桃園市	1,809,270	9.6%	1,068	6.1%	
新竹市	348,507	1.8%	725	4.1%	
新竹縣	442,700	2.3%	725	4.1%	
苗栗縣	425,042	2.3%	725	4.1%	
臺中市	2,251,069	12.0%	1,068	6.1%	
彰化縣	991,473	5.3%	725	4.1%	
南投縣	386,728	2.1%	725	4.1%	
雲林縣	525,764	2.8%	725	4.1%	
嘉義市	208,644	1.1%	725	4.1%	
嘉義縣	392,866	2.1%	725	4.1%	
臺南市	1,489,325	8.0%	1,068	6.1%	
高雄市	2,210,075	11.9%	1,068	6.1%	
屏東縣	648,234	3.5%	725	4.1%	
臺東縣	170,268	0.9%	725	4.1%	
花蓮縣	255,955	1.4%	725	4.1%	
宜蘭縣	356,749	1.9%	725	4.1%	
澎湖縣	84,449	0.4%	630	3.6%	
金門縣	117,598	0.6%	630	3.6%	
連江縣	10,992	0.1%	405	2.3%	
合計	18,668,184	100.0%	17,498	100.0%	

資料來源：內政部統計處 109 年 12 月底之統計資料

(3) 樣本加權

經樣本代表性檢定後發現，有效樣本與母體之間存在差異，為使樣本分配與母體結構趨於一致，故以加權方式進行調整。

具體操作如下說明：

- 1.整理各調查縣市最新人口資料，包括各地區人口數、性別、年齡結構情況。
- 2.以人口資料為基準，與調查完成樣本進行樣本代表性檢定(卡方檢定)。
- 3.依據各縣市性別、年齡之母體結構進行交叉加權，使地區人口數、性別、年齡結構和人口資料一致，才進行後續各項推估分析，權值計算方式如下，加權後詳細樣本分布情形請參閱下表。

$$W_{hij} = \frac{N_{hij}}{N} * \frac{n}{n_{hij}}$$

N ：母體總數

n ：樣本總數

N_{hij} ： h 縣市 i 性別第 j 年齡層母體數

n_{hij} ： h 縣市 i 性別第 j 年齡層樣本數

h ：縣市1～22；1＝臺北市、2＝新北市、3＝臺中市...、22＝連江縣

i ：性別1～2；1＝男性、2＝女性

j ：年齡1～6；1＝13-19歲、2＝20-29歲、3＝30-39歲...、6＝60-69歲

表 3-6 109 年調查之加權後樣本分布

	母體分配		加權後樣本分配	
	母體數	百分比	樣本數	百分比
男性	9,310,725	49.9%	8,727	49.9%
女性	9,357,459	50.1%	8,771	50.1%
性別總計	18,668,184	100.0%	17,498	100.0%
13-19 歲	1,566,246	8.4%	1,468	8.4%
20-29 歲	3,092,496	16.6%	2,899	16.6%
30-39 歲	3,478,217	18.6%	3,260	18.6%
40-49 歲	3,776,826	20.2%	3,540	20.2%
50-59 歲	3,631,475	19.5%	3,404	19.5%
60-69 歲	3,122,924	16.7%	2,927	16.7%
年齡總計	18,668,184	100.0%	17,498	100.0%
基隆市	297,041	1.6%	278	1.6%
臺北市	1,986,412	10.6%	1,862	10.6%
新北市	3,259,023	17.5%	3,055	17.5%
桃園市	1,809,270	9.7%	1,696	9.7%
新竹市	348,507	1.9%	327	1.9%
新竹縣	442,700	2.4%	415	2.4%
苗栗縣	425,042	2.3%	398	2.3%
臺中市	2,251,069	12.1%	2,110	12.1%
彰化縣	991,473	5.3%	929	5.3%
南投縣	386,728	2.1%	362	2.1%
雲林縣	525,764	2.8%	493	2.8%
嘉義市	208,644	1.1%	196	1.1%
嘉義縣	392,866	2.1%	368	2.1%
臺南市	1,489,325	8.0%	1,396	8.0%
高雄市	2,210,075	11.8%	2,072	11.8%
屏東縣	648,234	3.5%	608	3.5%
臺東縣	170,268	0.9%	160	0.9%
花蓮縣	255,955	1.4%	240	1.4%
宜蘭縣	356,749	1.9%	334	1.9%
澎湖縣	84,449	0.5%	79	0.5%
金門縣	117,598	0.6%	110	0.6%
連江縣	10,992	0.1%	10	0.1%
地區總計	18,668,184	100.0%	17,498	100.0%

(三)調查內容

1. 調查項目

本問卷綜合產、官、學各方專家之意見，並且經委託單位認可後及前測後，始完成問卷定稿，茲將此次調查之問卷架構及面向整理如下，詳細之問卷內容，請參見附錄一。

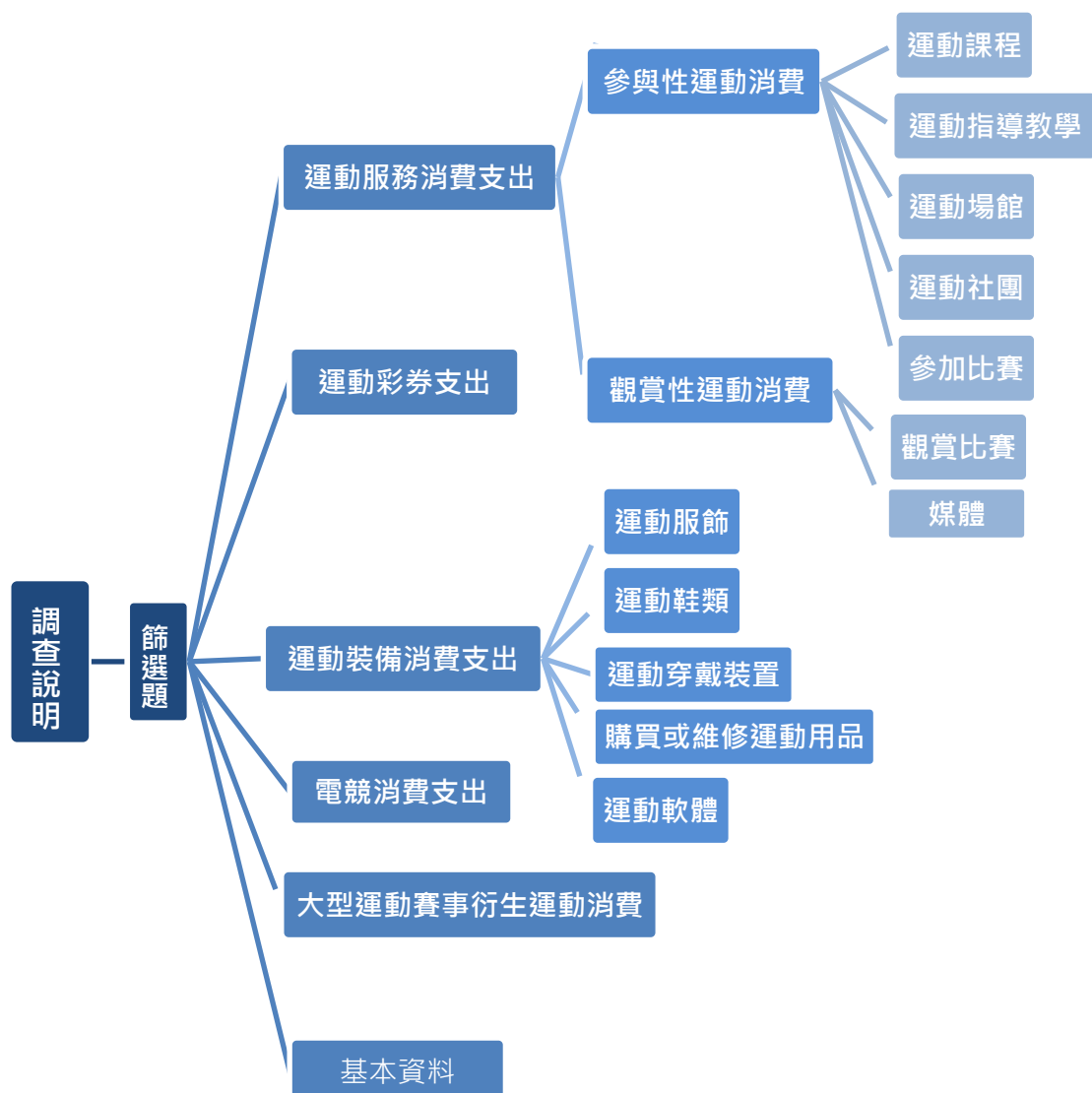


表 3-7 問卷調查面向

面向	題項		
篩選題	年齡		
	居住地區		
運動服務消費支出	參與性 運動消費	運動課程費	支出運動項目
			費用
		運動指導教學費	支出運動項目
			費用
		入場費、會員費、 場地設備出租費	支出運動項目
			費用
	觀賞性 運動消費	運動社團費用	運動社團會員費
		運動比賽費用	參加比賽的相關費用
		門票及觀賞比賽 衍生之相關費用	國內賽事費用
			國際賽事費用
運動報刊、電視、影片、網路、有線及衛星媒體 的訂閱情形及費用			
	運動彩券	購買台灣運動彩券之費用	
運動裝備消費支出	運動服飾		
	運動鞋類		
	運動穿戴裝置		
	運動用品與器材		
	運動軟體產品		
電競消費費支出	電競相關支出費用		
大型運動賽事衍生 運動消費	有無因參加或觀賞大型運動賽事而有衍生相關費用		
基本 資料	性別		
	教育程度		
	就業情形		
	個人月收入		
	每月平均運動次數		

2. 調查資料說明

本次調查所指的運動消費支出，指受訪者 109 年由個人支付的運動消費支出，包含受訪者幫別人支付的費用，例如：幫小孩、父母親等親朋好友所支付的費用，但是別人幫受訪者所支付的費用則不算在內。

3. 研究效度與信度

本研究為確保研究之效度與信度，特別在調查過程與建構研究問卷過程中，著重「專家效度」、「前測預試」、「調查工作人員信度」三面向，使得研究調查結果能具備有效性及可信度(Babbie, 1998 ; 李美華譯，1998)。

(1) 前測預試

本次調查問卷經委託單位核可後進行全國共 300 份前測。前測樣本配置將區域分為六都與非六都地區，從六都中抽取桃園市，完成 150 份前測問卷；另在非六都的十六縣市中抽花蓮縣，完成 150 份，並於 110 年 7 月 14 日完成前測，前測樣本配置如下表所示。本次調查問卷在前測過程中並無發現問題，訪員能確實有效進行訪問。

表 3-8 前測樣本分布

區域	涵蓋縣市	調查方法	前測樣本配置
六都	臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市	六都中抽取桃園市	150
非六都	基隆市、新竹縣、新竹市、苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、金門縣、連江縣	十六縣市中抽取花蓮縣	150
總計			300



(2) 調查工作人員信度

本研究為建立訪員調查過程之可信度，在調查訪問前，已針對訪員進行清楚、明確的訪問訓練；而在調查過程中，也全程配置專業的督導人員，協助監督訪問品質，並驗證調查資料之正確性，在發現調查資料有異狀時，即刻進行複證來檢驗信度。

(四) 統計分析方法

本次調查所採用之統計分析分法說明如下：

1. 樣本代表性檢定

為了解回收之樣本分配是否符合母體分配，以確保推論之有效性，故以卡方適合度考驗將樣本與母體進行樣本代表性檢定，以了解樣本分配與母體分配是否具有顯著之差異。

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i} \sim \chi_v^2$$

o_i ：實際樣本數

e_i ：期望樣本數

2. 樣本加權

在樣本分配與母體分配存在顯著差異時，將依據各縣市性別、年齡之母體結構進行交叉加權。具體操作如下說明：

- 1.由研究員整理各調查縣市最新人口資料，包括各地區人口數、性別、年齡結構情況。
- 2.以人口資料為基準，與調查完成樣本進行樣本代表性檢定(卡方檢定)。
- 3.檢定結果若 p 值大於 0.05，表示調查樣本結構與人口資料無顯著差異；若檢定結果 p 值小於 0.05，表示調查樣本結構與人口資料結構有顯著差異，將以加權方式進行調整，使地區

人口數、性別、年齡結構和人口資料一致，才進行後續各項推估分析。

3. 次數分配

各題項之次數分析 (Frequency Analysis)，是由總體樣本對問卷各題項之意見分布進行整體分析，藉由次數、百分比所呈現的數據，了解民眾對問卷各議題的看法與相關意見之整體輪廓。

4. 交叉分析

以各相關議題與基本資料的交叉表來分析各類型民眾對各議題的看法與他們基本特徵間的關係。交叉表將採用卡方檢定，以各交叉細格期望次數小於 5 之比例不超過 20% 為前提，檢視各題項是否因基本變項之差異而達到顯著之差異水準。

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^l \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \sim \chi_v^2$$

o_{ij} ：實際樣本數

e_{ij} ：期望樣本數

(五)母體參數之估計

本次調查採分層比例隨機抽樣法，母體之參數如民眾運動消費支出總值可用以下公式估計。

$$\hat{\bar{Y}} = \sum_h W_h \bar{Y}_h$$

$$\hat{Y} = \sum_h Y_h$$

$$W_h = \frac{N_h}{N} = \frac{N_h}{\sum_h N_h}$$

$$\hat{\bar{Y}}_h = \frac{1}{N_h} \sum_{ij} \frac{N_{hij}}{n_{hij}} \sum_k y_{hijk}$$

$$\hat{Y}_h = \sum_{ij} \frac{N_{hij}}{n_{hij}} \sum_k y_{hijk}$$

$\hat{\bar{Y}}$ ：母體平均數估計

$\hat{Y}$ ：母體總和估計

W_h ： h 縣市加權權值

N ：母體總數

N_h ： h 縣市母體總數

$\hat{\bar{Y}}_h$ ： h 縣市母體平均數估計

$\hat{Y}_h$ ： h 縣市母體總和估計

N_{hij} ： h 縣市 i 性別第 j 年齡層母體數

n_{hij} ： h 縣市 i 性別第 j 年齡層樣本數

y_{hijk} ： h 縣市 i 性別第 j 年齡層第 k 個觀察值

h ：縣市1~22；1=臺北市、2=新北市、3=臺中市...、22=連江縣

i ：性別1~2；1=男性、2=女性

k ：年齡1~6；1=13-19歲、2=20-29歲、3=30-39歲...、6=60-69歲

(六)母體參數估計之標準誤

估計母體總和（總金額）之標準誤計算公式如下所示：

$$S_{\hat{Y}_{st}} = \sqrt{\sum N_h (N_h - n_h) \frac{S_h^2}{n_h}}$$

$S_{\hat{Y}_{st}}$ ：母體總和估計標準誤

$\hat{Y}_{st}$ ：母體總和估計值

N ：總母體數 N_h ：第 h 層母體數 n_h ：第 h 層樣本數

S_h ：第 h 層標準誤

二、質化研究方法

109 年新冠肺炎疫情爆發，疫情或多或少改變消費者運動習慣，為了解疫情衝擊下，對運動場館業者之影響，本研究藉由舉辦運動場館業者焦點團體座談會，以瞭解疫情對業者之衝擊，及其採取之因應措施或新形態商業模式，詳細規劃說明如下：

(一)時間場次

舉辦時間為 110 年 12 月 17 日，時間為下午二點至四點，為瞭解不同區域經營業者之意見，採用線上焦點團體座談會方式進行。

(二)與談人員

本次研究共邀請 8 位不同性質之運動場館業者，茲將與談人員資訊羅列如下：

表 3-9 運動場館業者焦點團體座談會出席名單

編號	運動場館類型	職稱	經營區域
A-1	連鎖運動場館	執行董事	新北市、臺北市、桃園市、臺中市、嘉義市
A-2	主題式小型健身房	負責人	臺北市
A-3	學校綜合性運動場館	負責人	臺南市
A-4	國民運動中心	營運經理	桃園市
A-5	連鎖運動場館	負責人	新北市、臺北市、臺中市
A-6	國民運動中心	執行長	臺北市
A-7	主題式小型健身房	負責人	新北市、臺北市
A-8	國民運動中心	執行長	臺北市

(三)訪談大綱

本次運動場館業者焦點團體討論大綱整理於下表：

表 3-10 訪談大綱

面向	討論大綱
新冠肺炎疫情影響 與因應措施	■ 109 年新冠肺炎疫情爆發，持續延續中，請問 109 年及 110 年疫情對貴單位產生什麼影響？哪一年的影響比較大？為什麼？ ■ 請問，貴單位因應疫情，做了什麼樣的調整？
對動滋券看法	■ 近兩年政府推出動滋券，請問您認為有沒有幫助？特別是 110 年 9 月體育署推出動滋券 2.0(面額 500 元)，僅能使用於「做運動」、「看比賽」的運動產業，有沒有產生比較大的影響？
未來創新發展	■ 請問您認為民眾的運動習慣、風氣因疫情影響而有什麼轉變？ ■ 後疫情時代運動場館可能會產生什麼新的商業模式(線上線下課程結合、一對一私人教練課程、微型健身房、以場租取代月費)？
其他	■ 請問，您對政府在振興運動產業措施上，有什麼建議？您會希望政府能提供運動場館業者哪些協助？或政府還可以透過什麼措施，來促進國人運動風氣？

肆、我國民眾運動消費支出總額分析

一、運動消費支出總額歷年比較

105 年至 108 年間，我國民眾運動消費支出總額呈逐年成長，105 年為 1,227 億元，107 年成長至 1,383 億元，108 年達 1,396 億元。然而，109 年由於新冠肺炎疫情的衝擊，我國民眾運動消費支出總額減少，為 1,353 億元，較 108 年減少 3.1 個百分點。除電競消費支出總額有成長外，其餘在參與性運動、觀賞性運動、運動彩券及運動裝備等消費支出總額，皆較 108 年有所減少。

表 4-1 運動消費支出總額歷年比較

單位：仟元

運動消費支出項目	105 年總額	106 年總額	107 年總額	108 年總額	109 年總額	108 年至 109 年金額變動幅度
參與性運動消費支出總計	28,340,140	28,756,505	29,004,591	29,946,878	29,810,408	-0.5%
運動課程費	10,971,803	11,171,060	11,315,987	11,749,958	11,949,158	1.7%
單純運動指導教學費	1,930,223	1,963,624	1,984,319	2,058,262	2,091,402	1.6%
入場費、會員費、場地設備出租費	7,769,535	7,884,638	7,995,296	8,369,800	8,540,918	2.0%
運動社團費	1,606,170	1,607,134	1,618,032	1,646,497	1,589,118	-3.5%
參加運動比賽衍生費	6,062,409	6,130,051	6,090,957	6,122,362	5,639,812	-7.9%
觀賞性運動消費支出總計	4,585,025	4,655,816	4,706,773	4,798,529	4,193,029	-12.6%
觀賞運動比賽門票費	626,066	697,846	687,064	732,120	601,074	-17.9%
看運動比賽衍生費	478,422	537,884	518,649	549,382	406,217	-26.1%
購買、付費訂閱媒體費	3,480,537	3,420,085	3,501,060	3,517,027	3,185,738	-9.4%
運動彩券支出	31,124,150	33,058,355	43,416,081	41,580,294	40,362,274	-2.9%
台灣運動彩券費用	31,124,150	33,058,355	43,416,081	41,580,294	40,362,274	-2.9%
運動裝備消費支出總計	58,662,751	59,748,507	60,432,935	62,571,225	60,149,547	-3.9%
運動服	26,671,136	27,153,374	27,450,023	28,318,355	26,519,184	-6.4%
運動鞋	10,817,475	10,980,687	11,130,054	11,501,037	10,799,755	-6.1%
運動穿戴裝置	--	1,006,780	1,041,097	1,109,460	1,133,361	2.2%
購買及維修運動用品與器材	21,010,530	20,453,592	20,670,113	21,499,930	21,552,993	0.2%
運動軟體 ²⁹	163,611	154,072	141,649	142,442	144,254	1.3%
電競消費支出	--	629,829	690,879	742,051	798,101	7.6%
電競消費支出	--	629,829	690,879	742,051	798,101	7.6%
總計	122,712,066	126,849,012	138,251,259	139,638,976	135,313,359	-3.1%

²⁹運動穿戴裝置消費支出及電競消費支出為 106 年度新增之調查項目

若進一步從民眾運動消費支出結構來看，可發現近年的消費結構並無太大變動，占總消費最多的項目為「運動裝備消費支出」，約為 587~626 億元；而第二名則為「運動彩券消費支出」，約為 311~434 億元；排名第三名則為「參與性運動消費支出」，約為 283~299 億元；而「觀賞性運動消費支出」則約為 42 億~48 億元；「電競消費支出」則約 6.3 億~8.0 億元。

而若從變動幅度來看，可發現 109 年除「電競消費支出」為增加 7.6 個百分點之外，其餘項目總額皆有減少，其中，以「觀賞性運動消費支出」變動幅度最大，減少 12.6 個百分點，主要原因為多數運動賽事因疫情緣故，停賽或閉門比賽，故民眾相對較少購票或付費購買、訂閱運動相關媒體。而「運動裝備消費支出」減少 3.9 個百分點，「運動彩券消費支出」減少 2.9 個百分點，「參與性運動消費支出」變動幅度較小，僅減少 0.5 個百分點。

二、109 年各縣市運動消費支出分析

(一)各縣市整體運動消費支出分析

在 109 年各縣市的消費支出總額方面，以新北市(264.4 億元)、臺北市(239.9 億元)、高雄市(163.3 億元)、臺中市(146.6 億元)、桃園市(137.9 億元)及臺南市(110.8 億元)為運動消費支出總額較高的縣市；消費支出總額較低的縣市則為連江縣(4,000 萬元)、澎湖縣(3.8 億元)、金門縣(4.7 億元)及臺東縣(8.3 億元)。

從各縣市的每人年平均消費金額來看，則以臺北市(12,075 元)、新北市(8,113 元)、桃園市(7,621 元)、臺南市(7,437 元)、高雄市(7,389 元)及新竹市(7,069 元)，較其他縣市高；而較低的縣市則連江縣(3,616 元)、金門縣(3,964 元)及雲林縣(3,975 元)。

茲將 109 年各縣市運動消費支出總額與平均金額整理如下表：

表 4-2 109 年各縣市整體消費支出總額與平均金額

縣市	109 年總額 (仟元)	109 年每人平均金額 (元)
基隆市	1,849,762	6,227
臺北市	23,986,793	12,075
新北市	26,439,915	8,113
桃園市	13,789,109	7,621
新竹市	2,463,708	7,069
新竹縣	2,605,728	5,886
苗栗縣	2,203,825	5,185
臺中市	14,655,274	6,510
彰化縣	5,322,141	5,368
南投縣	1,842,394	4,764
雲林縣	2,090,014	3,975

縣市	109 年總額 (仟元)	109 年每人平均金額 (元)
嘉義市	1,156,564	5,543
嘉義縣	1,660,622	4,227
臺南市	11,075,657	7,437
高雄市	16,330,090	7,389
屏東縣	2,637,206	4,068
臺東縣	833,633	4,896
花蓮縣	1,414,612	5,527
宜蘭縣	2,075,182	5,817
澎湖縣	375,272	4,444
金門縣	466,117	3,964
連江縣	39,743	3,616
總和	135,313,359	7,248

將各縣市的每人年平均消費金額區分為六個等級後可發現，臺北市及新北市消費金額最高，達「8,000 元以上」；桃園市、臺南市、高雄市及新竹市之消費金額次高，為「7,000 元-7,999 元」。而臺中市及基隆市的消費金額則介於「6,000 元-6,999 元」。相對地，連江縣、金門縣及雲林縣消費金額僅介於「3,000 元-3,999 元」。整體而言，可發現直轄市之每人年平均消費金額普遍較高，而離島地區之每人年平均消費金額則普遍較低。

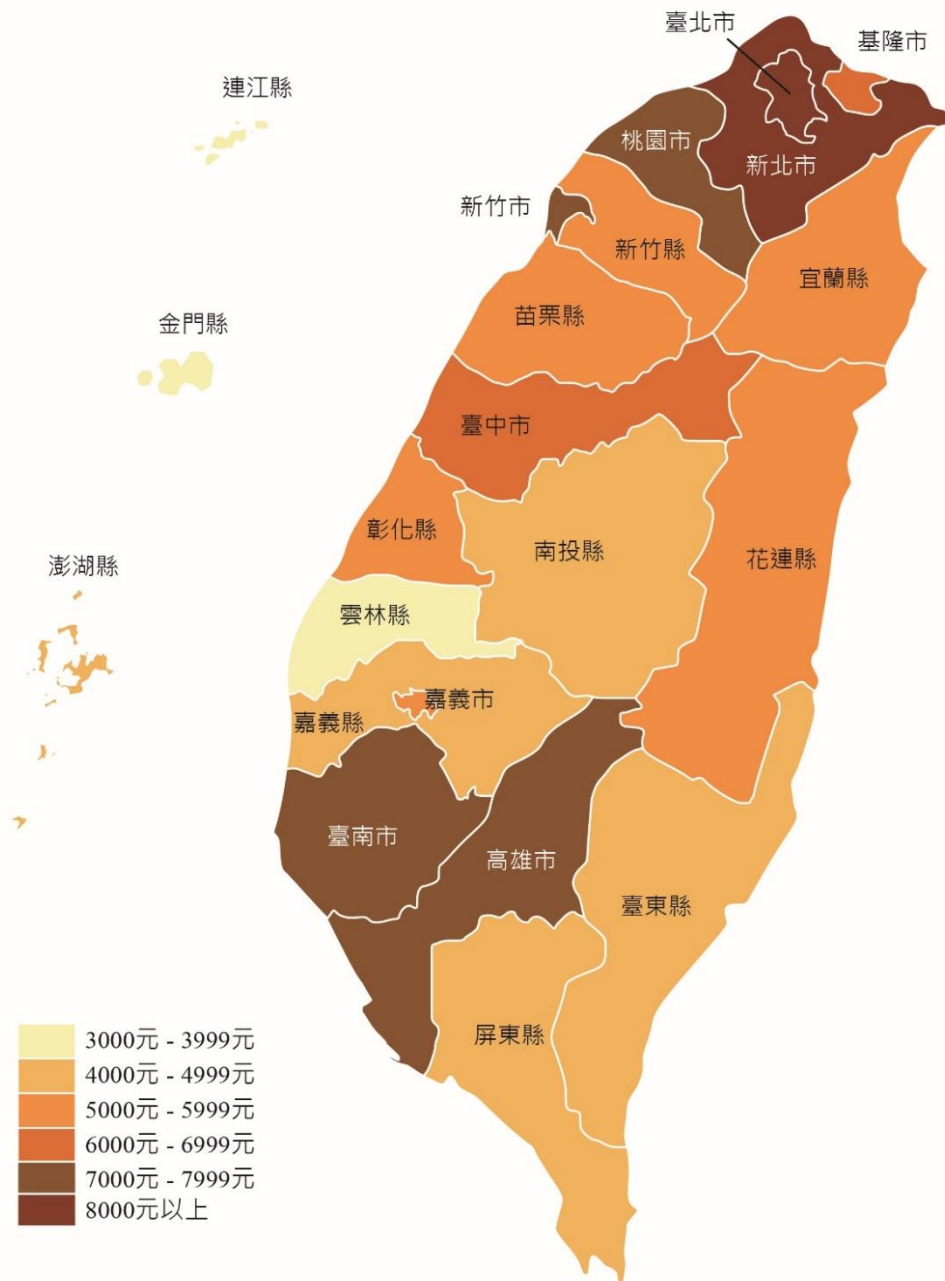


圖 4-1 各縣市整體消費支出平均金額分布圖

(二)各縣市參與性運動消費支出分析

若單純就參與性運動消費觀之，109 年消費支出總額較高的縣市，以新北市（58.6 億元）、臺北市（55.3 億元）、臺中市（36.8 億元）、高雄市（31.8 億元）及桃園市（31.5 億元）為主；相對地，消費支出總額較低的縣市，則為連江縣（518.9 萬元）、金門縣（0.6 億元）、澎湖縣（0.7 億元）、臺東縣（2.1 億元）、花蓮縣（2.7 億元）及南投縣（2.7 億元）。

從各縣市的每人年平均消費金額來看，以臺北市（2,783 元）、新竹市（1,902 元）、新北市（1,799 元）、桃園市（1,738 元）、臺中市（1,635 元）及嘉義市（1,564 元）較其他縣市高；而較低的縣市則為連江縣（472 元）、金門縣（523 元）、南投縣（694 元）及雲林縣（787 元）。

茲將 109 年各縣市參與性運動消費支出總額與平均金額整理如下表：

表 4-3 各縣市參與性運動消費支出總額與平均金額

縣市	109 年總額 (仟元)	109 年每人平均金額 (元)
基隆市	416,456	1,402
臺北市	5,528,038	2,783
新北市	5,862,851	1,799
桃園市	3,145,088	1,738
新竹市	662,729	1,902
新竹縣	576,603	1,302
苗栗縣	423,254	996
臺中市	3,679,513	1,635
彰化縣	1,118,207	1,128
南投縣	268,235	694
雲林縣	413,932	787
嘉義市	326,334	1,564
嘉義縣	342,046	871
臺南市	2,183,141	1,466
高雄市	3,181,209	1,439
屏東縣	626,549	967
臺東縣	206,393	1,212
花蓮縣	267,280	1,044
宜蘭縣	442,848	1,241
澎湖縣	73,008	865
金門縣	61,505	523
連江縣	5,189	472
總和	29,810,408	1,597

(三)各縣市運動裝備消費支出分析

而單純就運動裝備消費來看，109 年各縣市的消費支出總額以新北市(112.6 億元)、臺北市(89.7 億元)、高雄市(70.4 億元)、臺中市(69.0 億元) 及桃園市(59.4 億元) 為消費支出總額較高的縣市；消費支出總額較低的縣市則為連江縣(2,928 萬元)、金門縣(2.5 億元)、澎湖縣(2.5 億元) 及臺東縣(5.1 億元)。

從各縣市的每人年平均消費金額來看，則以臺北市(4,517 元) 最高，另新竹市(3,532 元)、新北市(3,456 元) 及桃園市(3,283 元) 較其他縣市高；較低的縣市則為金門縣(2,109 元)、雲林縣(2,220 元)、嘉義縣(2,236 元) 及屏東縣(2,269 元)。

表 4-4 各縣市運動裝備消費支出總額與平均金額

縣市	109 年總額 (仟元)	109 年每人平均金額 (元)
基隆市	844,138	2,842
臺北市	8,972,360	4,517
新北市	11,263,114	3,456
桃園市	5,939,971	3,283
新竹市	1,230,943	3,532
新竹縣	1,279,388	2,890
苗栗縣	1,105,166	2,600
臺中市	6,898,178	3,064
彰化縣	2,789,281	2,813
南投縣	1,052,573	2,722
雲林縣	1,166,986	2,220
嘉義市	596,506	2,859
嘉義縣	878,611	2,236
臺南市	4,791,956	3,218
高雄市	7,042,614	3,187



肆、我國民眾運動消費支出總額分析

縣市	109 年總額 (仟元)	109 年每人平均金額 (元)
屏東縣	1,470,753	2,269
臺東縣	513,685	3,017
花蓮縣	701,597	2,741
宜蘭縣	1,082,713	3,035
澎湖縣	251,700	2,980
金門縣	248,037	2,109
連江縣	29,278	2,664
總和	60,149,547	3,222

三、歷年各運動消費項目支出總額分析

(一)參與性運動消費支出總額分析

從歷年參與性運動消費支出總額變化來看，106 年總額為 287.6 億元，至 107 年時突破至 290.0 億元，108 年達 299.5 億元，109 年雖有疫情，但對參與性運動消費支出總額的影響相對較小，約下降 0.5 個百分點，為 298.1 億元。

在各個參與性運動項目的支出總額部分，可發現以「入場費、會員費、場地設備出租費」之總額增加最多，108 年為 83.7 億元，109 年增加至 85.4 億元，成長 2.0 個百分點。另外，109 年「運動課程費」及「單純運動指導教學費」的總額也有增加。顯示 109 年雖然有疫情，但因運動場館未封館，且疫情緩解後民眾報復性健身，故此三項的總額並未因此減少。

而 109 年多數運動賽事因疫情關係，而停賽或延期，故「參加運動比賽衍生費」之總額，由 108 年的 61.2 億元，減少至 109 年的 56.4 億元，下降了 7.9 個百分點。另外，在「運動社團費」方面，則從 108 年的 16.5 億元，減少至 15.9 億元；茲將各項參與性運動消費支出總額變化整理如下圖：



肆、我國民眾運動消費支出總額分析

單位：仟元

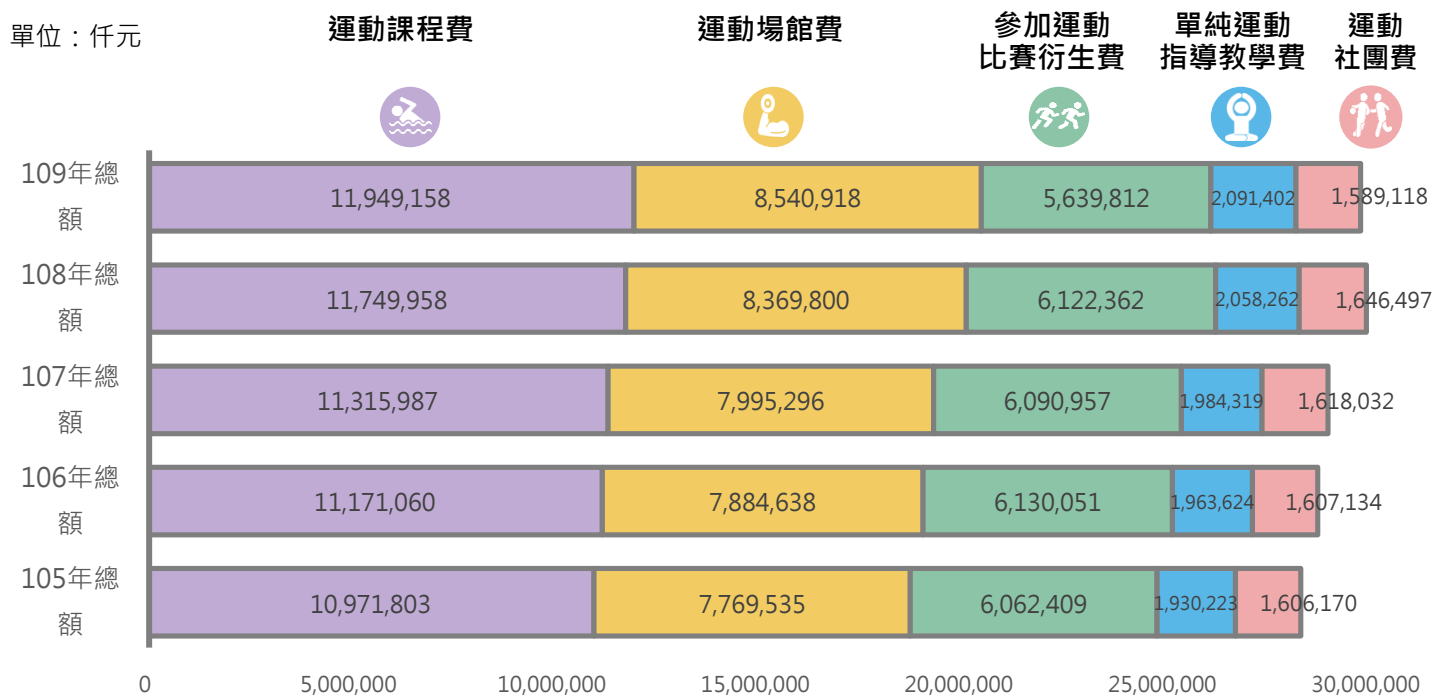


圖 4-2 各項參與性運動消費支出總額歷年比較

(二) 觀賞性運動消費支出總額分析

1. 觀賞性運動消費支出總額分析

從歷年觀賞性運動消費支出總額變化來看，105 年至 109 年間皆為逐年成長，105 年為 45.9 億元，108 年則達 48.0 億元，而 109 年則減少至 41.9 億元，下降 12.6 個百分點。

分析觀賞性運動消費支出總額減少原因，主要為 109 年疫情爆發，上半年許多運動賽事停賽或未開放觀眾，故「觀賞運動比賽門票費」及「看運動比賽衍生費」的總額銳減；「觀賞運動比賽門票費」由 108 年 7.3 億元，下降至 6.0 億元，減少 17.9 個百分點；而「看運動比賽衍生費」則由 108 年 5.5 億元，下降至 4.1 億元。

另外，由於國外疫情嚴峻，多數運動賽事取消或縮短賽季，故在「購買、訂閱媒體費」方面之總額也有所減少。

茲將各項觀賞性運動消費支出總額變化整理如下圖：

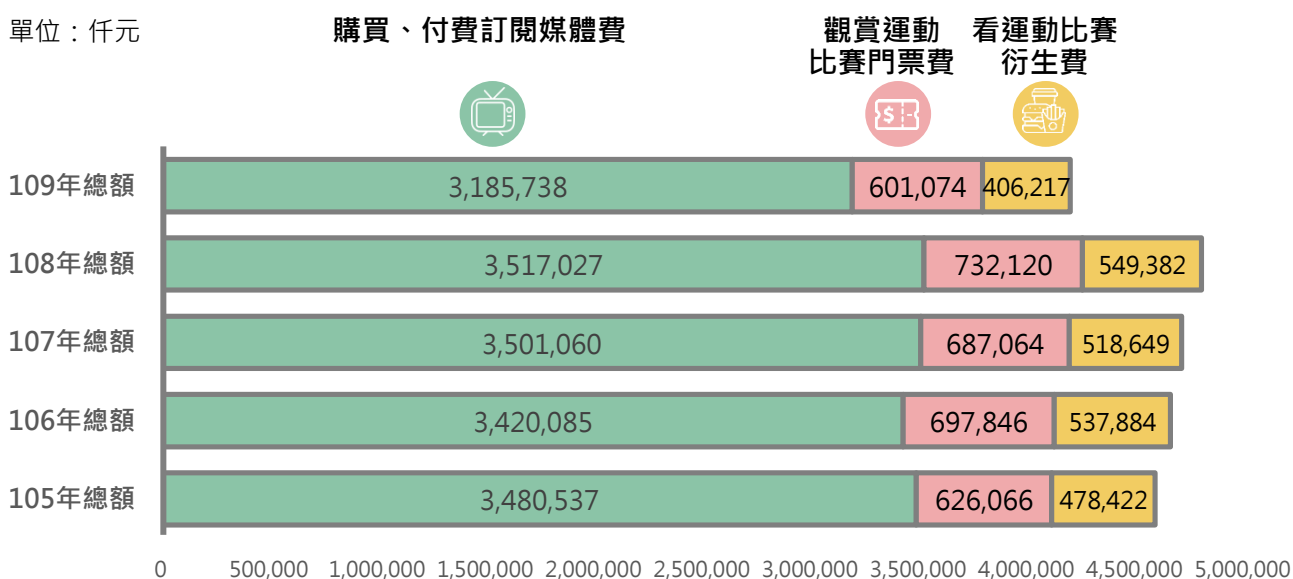


圖 4-3 各項觀賞性運動消費支出總額歷年比較

2. 大型運動比賽衍生消費支出總額分析

109 年大型運動賽事衍生消費支出總額為 1.8 億元，其中，以「全民運動會」之衍生消費支出總額最高，為 0.9 億元，其次依序為「全國中等學校運動會」(4,600 萬元) 及「全國大專校院運動會」(2,796 萬元)。

表 4-5 大型運動賽事衍生消費支出總額

大型運動賽事	總額 (仟元)
全民運動會	91,540
全國中等學校運動會	46,004
全國大專校院運動會	27,961
其他	14,994
總計	180,500

而從近二年大型運動比賽衍生消費支出總額來看，108 年大型運動賽事衍生總額為 2.3 億元，109 年則有所下降，為 1.8 億元。

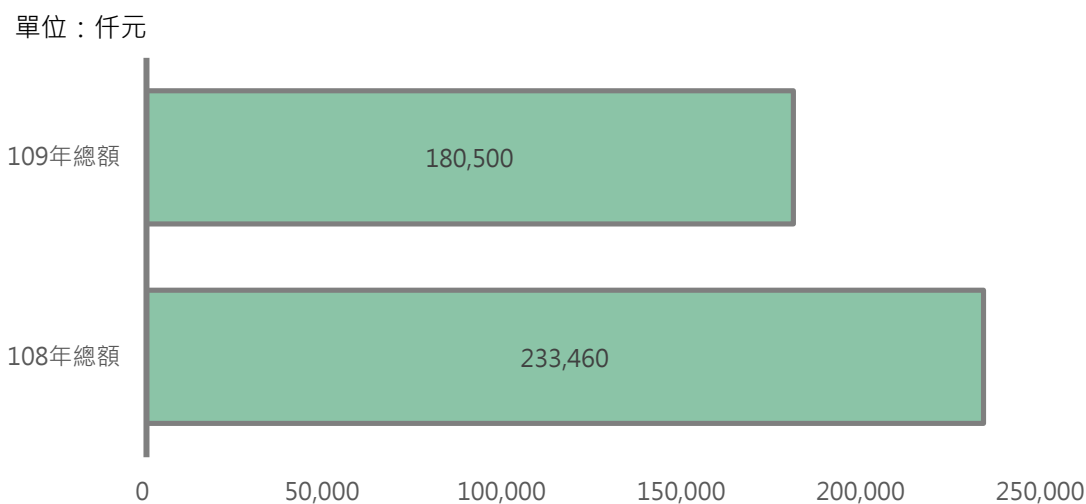


圖 4-4 大型運動比賽衍生消費支出總額歷年比較

(三)運動彩券消費支出總額分析

在運動彩券消費支出方面，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，105 年銷售額為 311.2 億元，107 年則因世界盃足球賽及雅加達亞運等大型國際賽事，銷售額達 434.2 億元，創歷年新高。

而 109 年由於疫情壟罩全球，許多運動賽事無法如期舉辦或展延，如美國職籃，也影響到台灣運動彩券投注；然而，為因應此問題，體育署與發行單位啟動緊急應變計畫，增加投注標的、玩法等，故 109 年銷售額 403.6 億元，仍維持在 400 億元以上。

單位：仟元

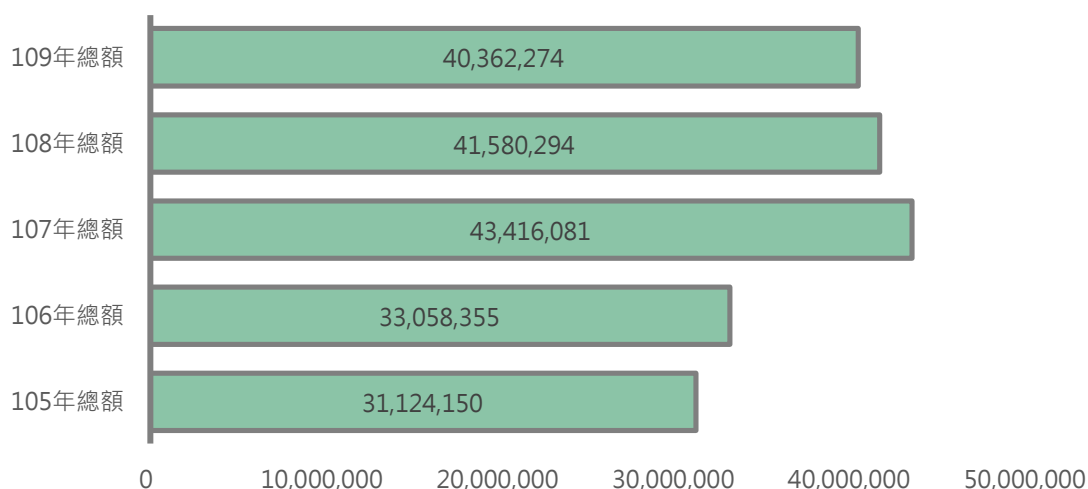


圖 4-5 台灣運動彩券銷售額歷年比較

(四)運動裝備消費支出總額分析

在運動裝備消費支出總額方面，105 年至 108 年間，我國民眾在運動裝備相關消費支出總額為逐年增加，於 107 年突破至 604.3 億元，108 年達 625.7 億元，而 109 年則下降至 601.5 億元，減少了 3.9 個百分點。

從運動裝備各項目來看，以「運動服」及「運動鞋」下降幅度最大，分別減少了 6.4 個及 6.1 個百分點；而 109 年「運動軟體產品」及「購買及維修運動用品與器材」之總額皆有微幅成長。

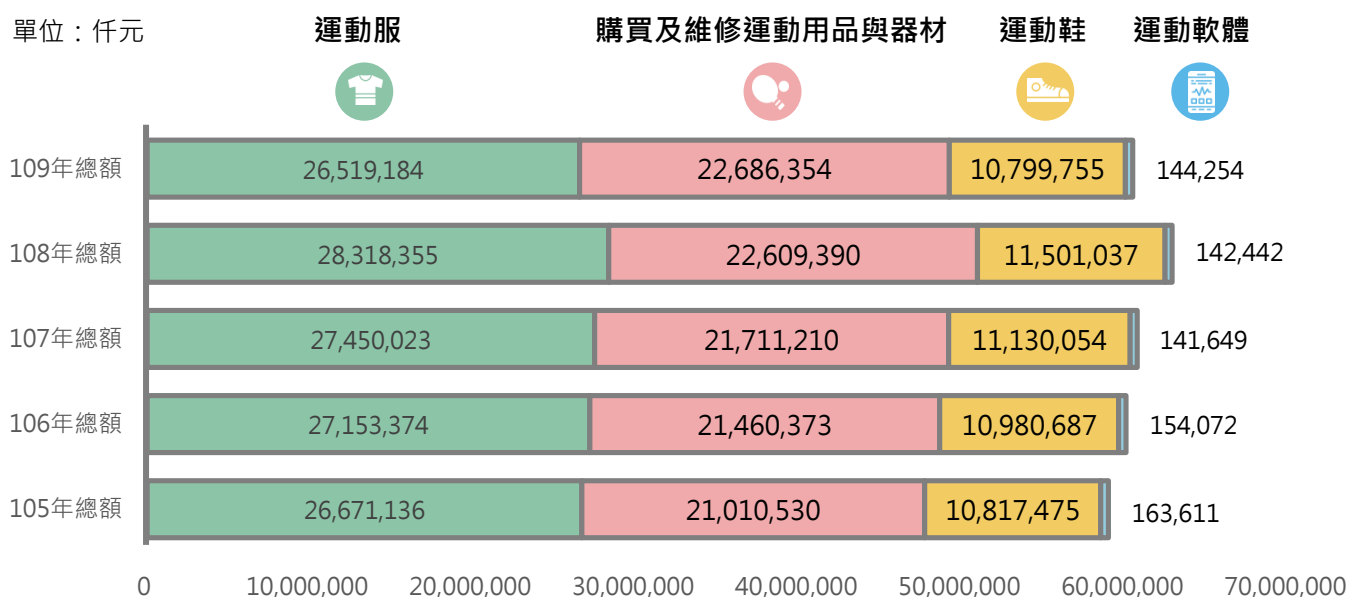


圖 4-6 各項運動裝備消費支出總額歷年比較

(五) 電競消費支出總額分析

109 年電競消費支出總額為 8.0 億元，其中，以「硬體設備」之支出總額最高，達 5.4 億元，其次為「軟體產品」，總額約 2.2 億元。

表 4-6 109 年電競消費支出總額

電競消費支出項目	總額 (仟元)
軟體產品	222,946
硬體設備	544,582
入場費、會員費、場地設備出租費	16,588
參加比賽費用	1,589
觀賞電競比賽門票費	8,988
觀賞電競比賽衍生費用	3,409
總計	798,101

從歷年的結果可知，民眾電競消費支出呈現逐年成長趨勢。顯示隨著電競產業的發展，我國民眾在電競消費支出的總額也有所成長。

單位：仟元

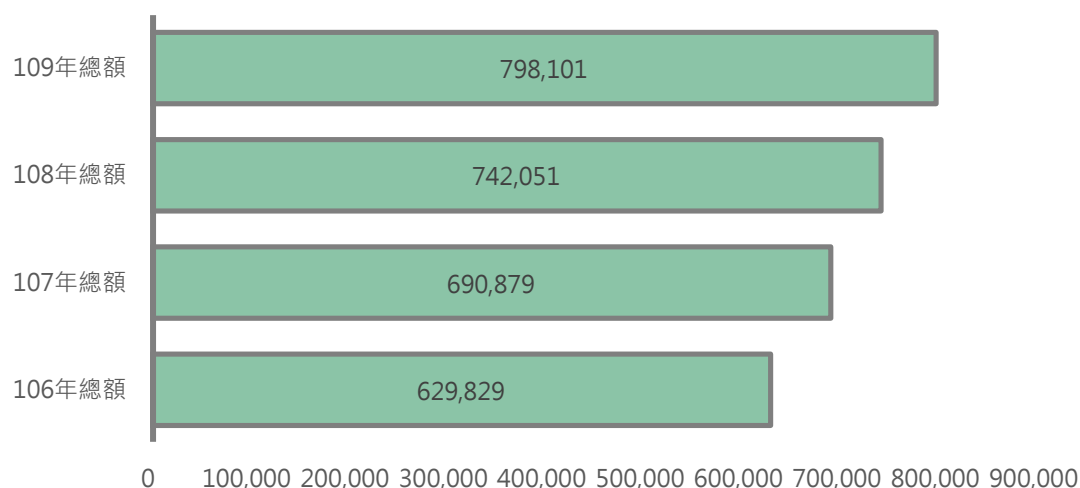


圖 4-7 電競消費支出總額歷年比較

伍、我國民眾運動消費支出頻次趨勢分析

為分析我國民眾運動消費支出趨勢，以下將依據近五年民眾運動消費支出調查之結果進行年度比較。

一、參與性運動消費支出頻次歷年比較

(一)運動課程消費支出頻次

有 12.8% 的民眾在 109 年有運動課程消費支出；而有運動課程消費支出者，其每人平均消費金額為 4,997 元。

從年度比較結果發現，我國 13-69 歲民眾運動課程費消費支出比例，於 106 年起逐年成長，108 年成長幅度最大，達 12.7%，而 109 年雖有新冠肺炎疫情，但運動場館並未封館，加上國內運動風氣興盛，故運動課程消費支出比例並未受到影響，為 12.8%。

運動課程費

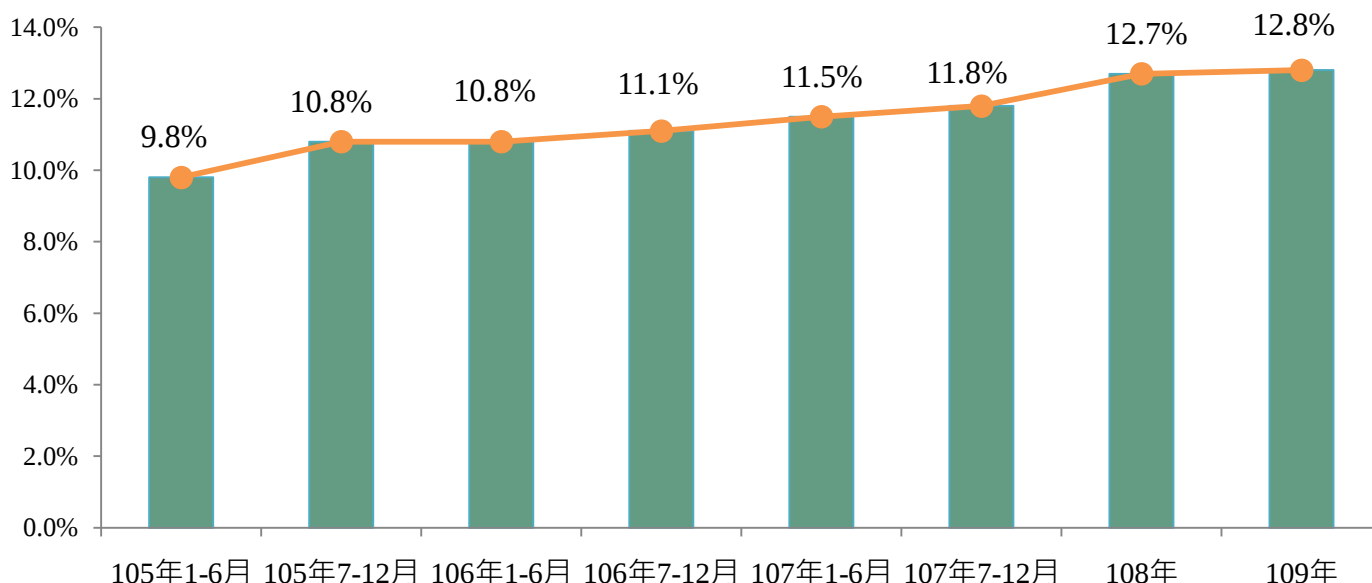


圖 5-1 運動課程消費支出頻次年度比較

而 109 年有運動課程消費支出的民眾，其主要支付的運動項目，以「游泳」的比例最高，為 24.4%，其次依序為「瑜珈」(20.7%)、「上健身房」(14.8%)、「有氧舞蹈」(7.6%) 及「羽球」(7.1%)。

而在運動課程的消費金額部分，將運動項目總消費金額除以該項目消費人數，得出各項目平均消費金額。計算結果得知，前十項以「上健身房」的平均消費金額最高，為 7,539 元，其次依序為「足球」(6,088 元)、「籃球」(5,233 元) 及「桌球」(4,217 元)。茲將民眾運動課程消費支出占比前十項及消費金額整理如下 (詳細的運動項目分析請參考附表 3)：

Q：請問，您的運動課程費主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

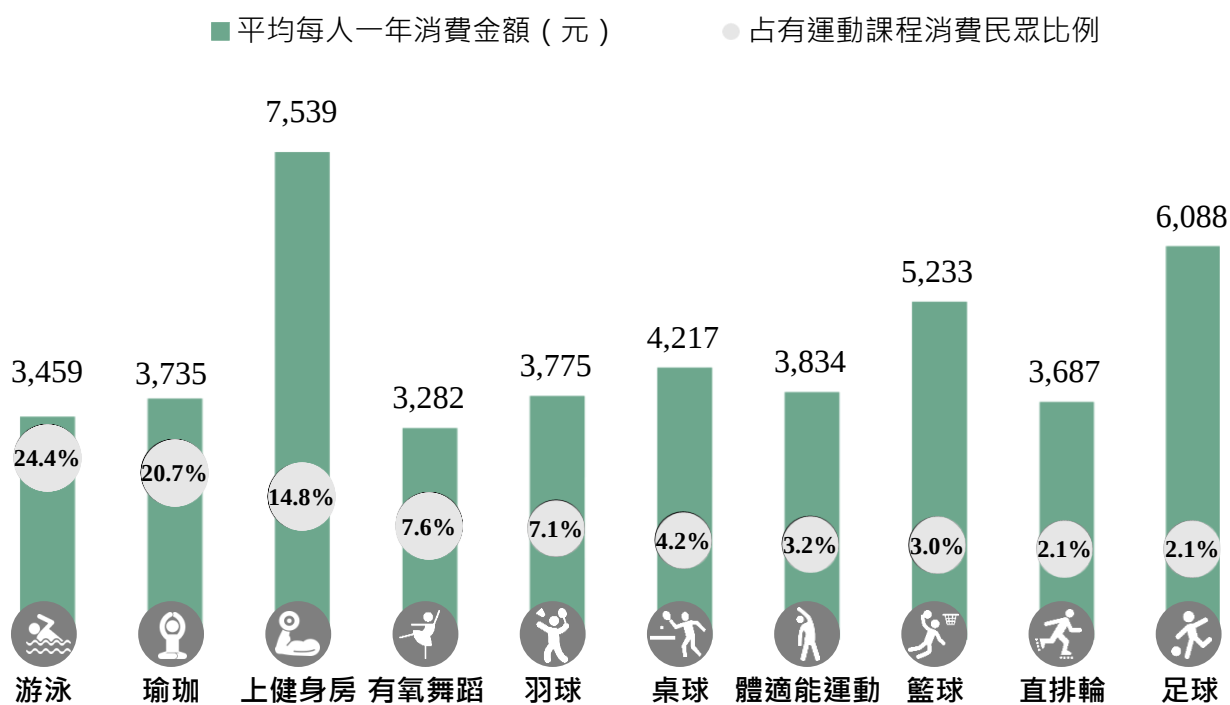


圖 5-2 前十項運動課程支出項目與消費金額

而分析 108 年及 109 年，有「運動課程費」消費支出之民眾，排序前十名的運動課程支出項目，可發現支出項目大致相同，以「游泳」、「瑜珈」、「上健身房」及「有氧舞蹈」等為主。然而，由於 109 年受到新冠肺炎疫情的影響，在參與游泳運動課程時，因無法配戴口罩，易有染疫的疑慮，故 108 年民眾有游泳運動課程支出之比例較 109 年來得低。

表 5-1 108 年-109 年民眾在運動課程消費支出占比前十之運動項目

排序	108 年	占有運動課程 消費民眾比例	109 年	占有運動課程 消費民眾比例
1	游泳	31.3%	游泳	24.4%
2	瑜珈	18.6%	瑜珈	20.7%
3	上健身房	12.6%	上健身房	14.8%
4	有氧舞蹈	8.0%	有氧舞蹈	7.6%
5	羽球	6.6%	羽球	7.1%
6	桌球	3.5%	桌球	4.2%
7	體適能運動	3.2%	體適能運動	3.2%
8	籃球	2.6%	籃球	3.0%
9	足球	2.4%	直排輪	2.1%
10	直排輪	2.0%	足球	2.1%

(二)單純運動指導教學費消費支出頻次

有 3.9%的民眾在 109 年有單純運動指導教學費用支出；而有單純運動指導教學費用支出者，其每人平均消費金額為 2,909 元。

從年度比較來看，106 年至 109 年間，我國 13-69 歲民眾單純運動指導教學費消費支出之比例逐年成長，由 106 年上半年的 2.8%，突破至 109 年的 3.9%，為近五年來最高；顯示近年健身風氣的盛行，可依據個人需求量身打造的私人教練課程，越來越受消費者青睞，再者因疫情關係，多數私人教練課程學員人數相對較少，接觸染疫的風險較低，故帶動我國民眾單純運動指導教學費之支出。

單純運動指導教學費

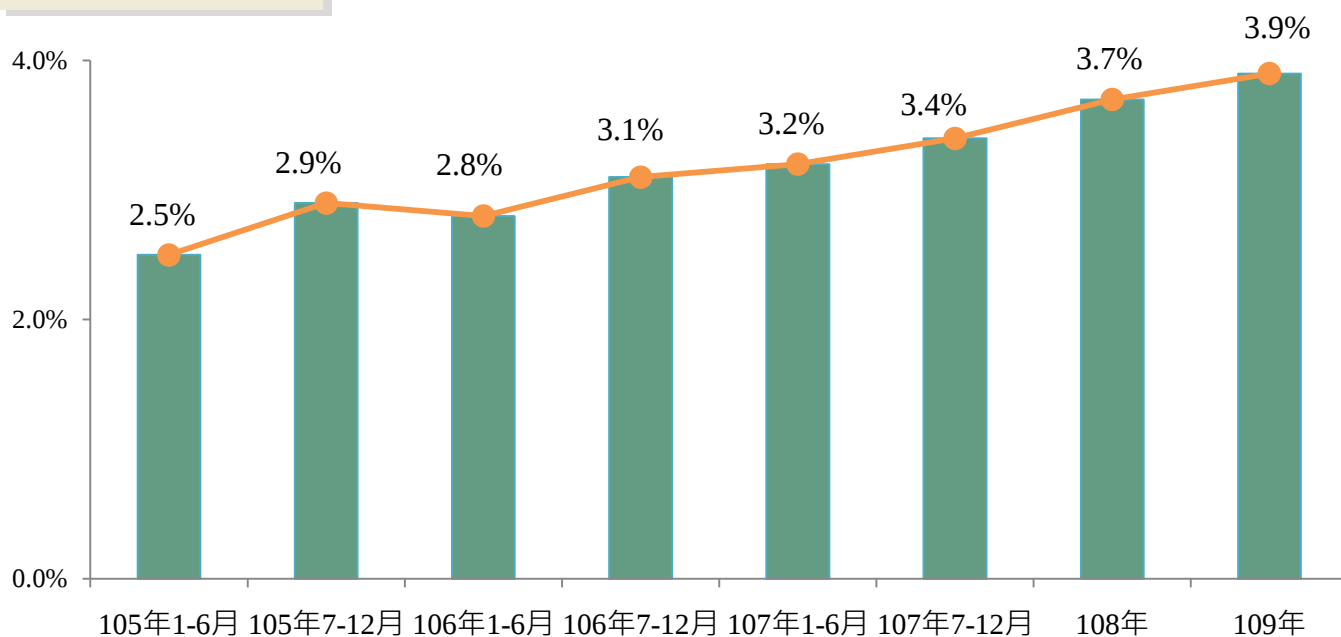


圖 5-3 單純運動指導教學費消費支出頻次年度比較

而 109 年有單純運動指導教學費用支出者，在各支出項目中，以「上健身房」的比例最高，達 33.9%，其次依序為「游泳」(14.0%)、「瑜珈」(11.2%)、「羽球」(7.0%)、「體適能運動」(5.4%) 及「桌球」(5.1%)。

而在運動指導教學的消費金額部分，將運動項目總消費金額除以該項目消費人數，得出平均支出金額。計算結果得知，前十項中以「上健身房」的平均消費金額最高，平均支出金額為 4,297 元，其次依序為「羽球」(3,010 元)、「桌球」(2,594 元) 及「有氧舞蹈」(2,357 元)。茲將民眾的單純運動指導教學費用支出占比前十項及其消費金額整理如下 (詳細運動項目分析請參考附表 5)：

Q：請問，您的單純運動指導教學費主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

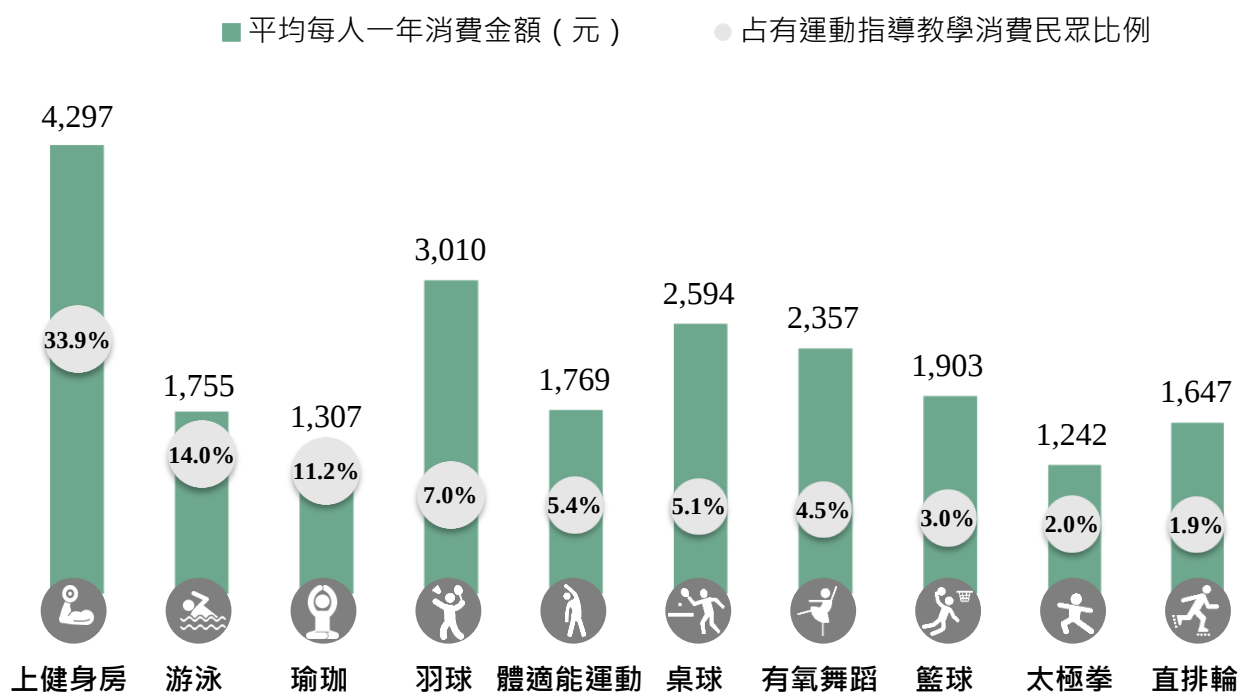


圖 5-4 前十項單純運動指導教學費用支出項目與消費金額

而 108 年及 109 年有「單純運動指導教學費」消費支出的民眾，其最主要支出的運動項目為「上健身房」，比例皆為三成以上，而「游泳」及「瑜珈」則分別排序第二、第三。

表 5-2 民眾在單純運動指導教學消費支出占比前十之運動項目

排序	108 年	占有運動指導 教學消費民眾 比例	109 年	占有運動指導 教學消費民眾 比例
1	上健身房	30.6%	上健身房	33.9%
2	游泳	19.2%	游泳	14.0%
3	瑜珈	8.3%	瑜珈	11.2%
4	羽球	6.0%	羽球	7.0%
5	桌球	5.9%	體適能運動	5.4%
6	體適能運動	5.5%	桌球	5.1%
7	有氧舞蹈	5.1%	有氧舞蹈	4.5%
8	國標/社交舞	2.2%	籃球	3.0%
9	直排輪	1.8%	太極拳	2.0%
10	籃球	1.6%	直排輪	1.9%

(三)入場費、會員費、場地設備出租費消費支出頻次

有 25.8% 的民眾在 109 年「有」入場費、會員費、場地設備出租費支出；而有入場費、會員費、場地設備出租費支出者，其每人平均消費金額為 1,773 元。

由年度比較結果觀之，106 年至 109 年間為逐年成長趨勢，106 年上半年為 21.7%，而隨著國人運動風氣蓬勃發展，多元型態的運動場館家數應運而生，且加上民眾在 109 年新冠肺炎疫情緩解後，出現報復性健身消費，故我國民眾在入場費、會員費、場地設備出租費之支出比例於 109 年達 25.8%，為近四年來最高。

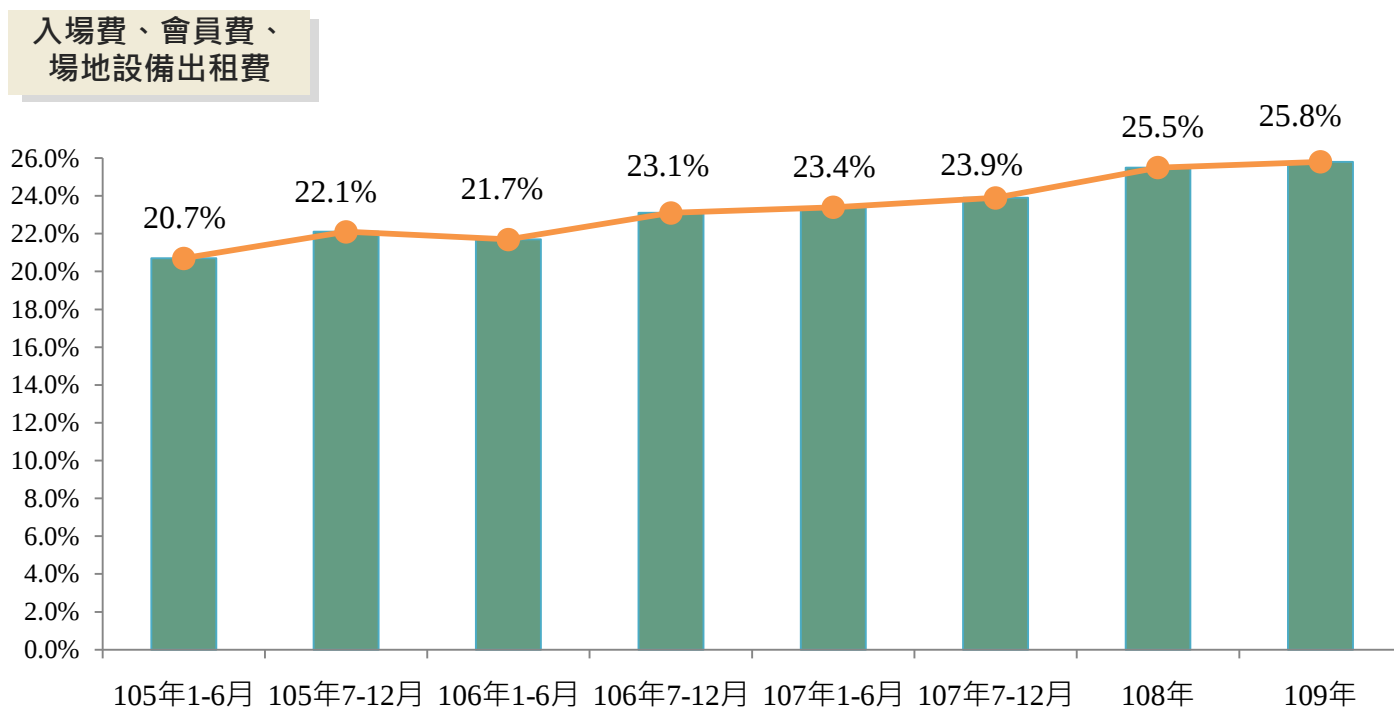


圖 5-5 入場費、會員費、場地設備出租費消費支出頻次年度比較

進一步詢問「有」入場費、會員費、場地設備出租費支出的民眾發現，在支出項目上，以「上健身房」的比例最高，達 41.1%，其次依序為「游泳」(32.7%)、「自行車」(17.1%)及「羽球」(9.9%)。

而在入場費、會員費、場地設備出租費的支出金額部分，將運動項目總消費金額除以該項目消費人數，得出平均支出金額。計算結果得知，前十項中以「高爾夫球」平均消費金額最高，平均為 5,688 元，其次依序為「上健身房」(2,781 元)、「網球」(2,081 元)及「羽球」(1,092 元)。茲將民眾入場費、會員費、場地設備出租費支出占比前十項目及消費金額整理如下 (詳細運動項目分析請參考附表 7)：

Q：請問，您的入場費、會員費、場地設備出租費主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

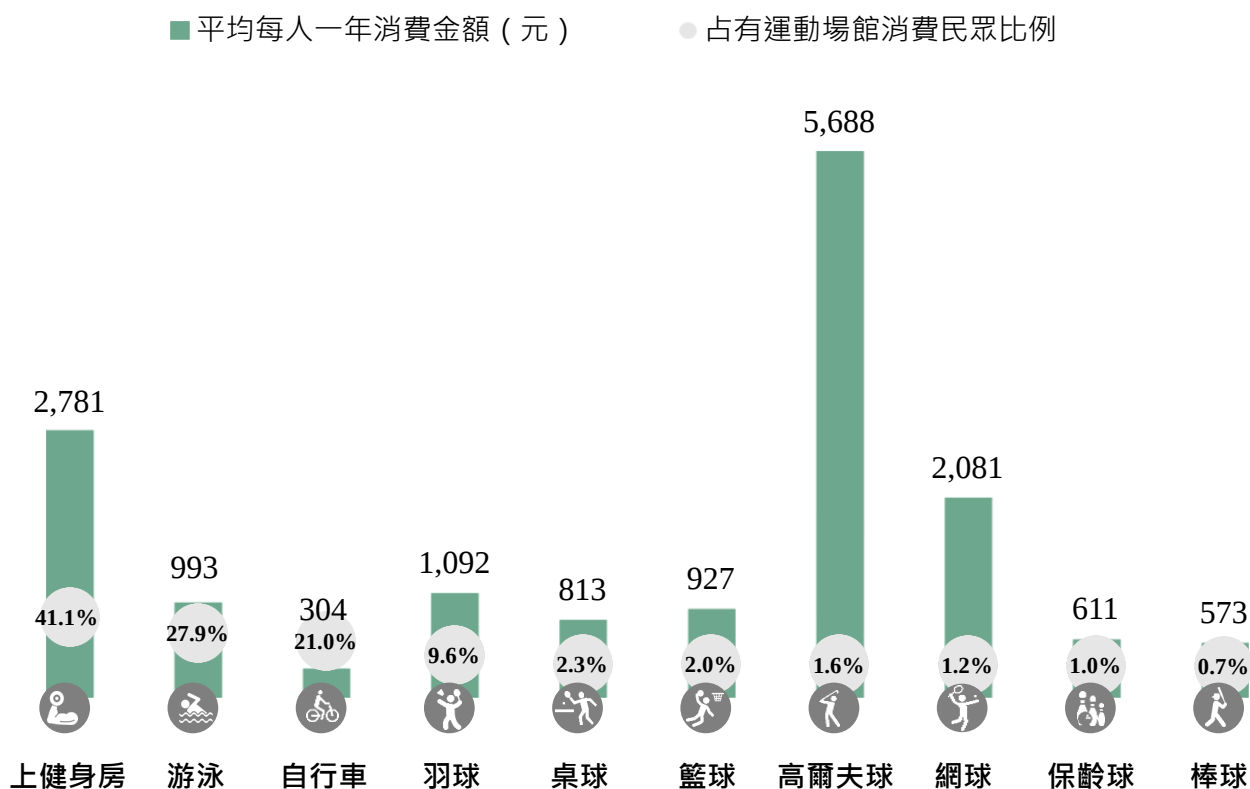


圖 5-6 前十項入場費、會員費、場地設備出租費支出項目與消費金額



伍、我國民眾運動消費支出頻次趨勢分析

而 108 年及 109 年有「入場費、會員費、場地設備出租費」支出的民眾，其最主要支出的項目皆為「上健身房」，且 109 年比例突破至 41.1%，另外，「游泳」及「自行車」也為民眾主要支出的項目。

表 5-3 民眾在入場費、會員費、場地設備出租費消費支出占比前十之運動項目

排序	108 年	占有運動場館 消費民眾比例	109 年	占有運動場館 消費民眾比例
1	上健身房	39.0%	上健身房	41.1%
2	游泳	32.7%	游泳	27.9%
3	自行車	17.1%	自行車	21.0%
4	羽球	9.9%	羽球	9.6%
5	桌球	2.7%	桌球	2.3%
6	籃球	2.0%	籃球	2.0%
7	保齡球	1.4%	高爾夫球	1.6%
8	高爾夫球	1.3%	網球	1.2%
9	網球	1.1%	保齡球	1.0%
10	棒球	0.8%	棒球	0.7%

(四)運動社團消費支出頻次

在運動社團方面，4.6%的民眾在 109 年有運動社團消費支出；而有運動社團消費支出者，其每人平均消費金額為 1,869 元。

由年度比較結果發現，我國 13-69 歲民眾有運動社團消費支出的比例，整體變動幅度不大，105 年至 107 年間，大約維持在 5.5% 左右，108 年的 6.0% 為近年來最高，爾後因疫情緣故，多數社團活動被迫取消，故 109 年的比例大幅下降至 4.6%。

運動社團費

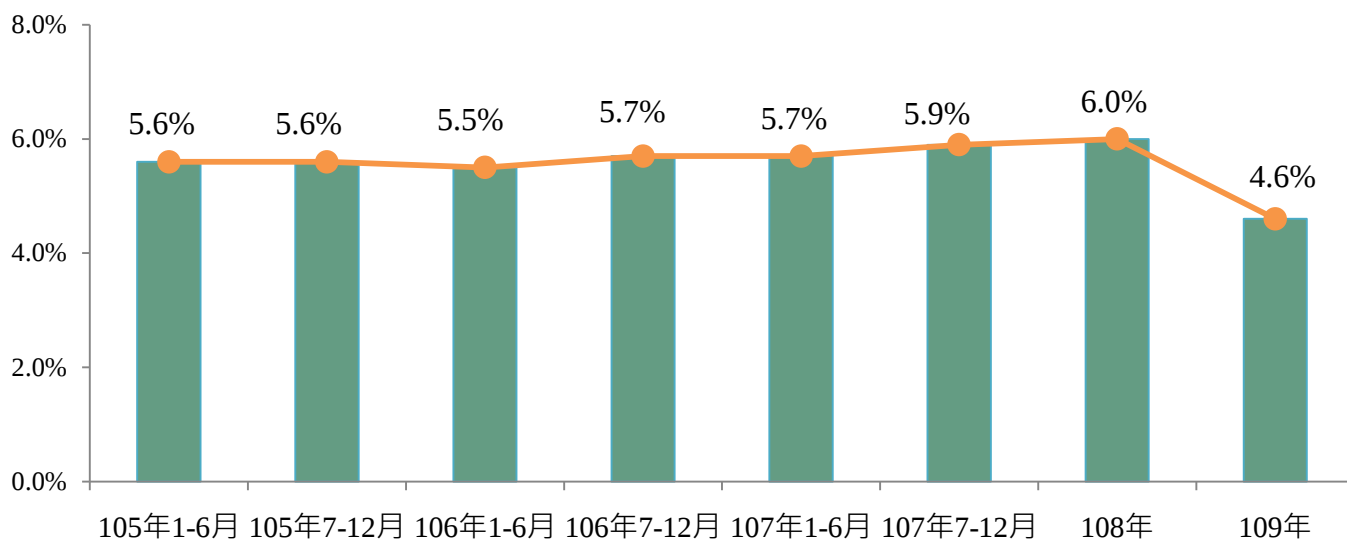


圖 5-7 運動社團消費支出頻次年度比較



(五)參加運動比賽衍生相關消費支出頻次

5.8%的民眾在 109 年有因參與運動比賽衍生消費支出，包含報名費、交通費、餐飲費、住宿費及其他相關費用；而有參加運動比賽衍生費消費支出者，其每人平均消費金額為 5,176 元。

由年度比較可發現，105 年至 108 年間，我國 13-69 歲民眾在參加運動比賽衍生相關消費支出之比例，維持平穩趨勢，約在 6.5% 左右，而 109 年因疫情的緣故，國內多項運動比賽取消，故 109 年民眾有參加運動比賽衍生相關消費支出的比例減少至 5.8%。

參加運動比賽衍生費

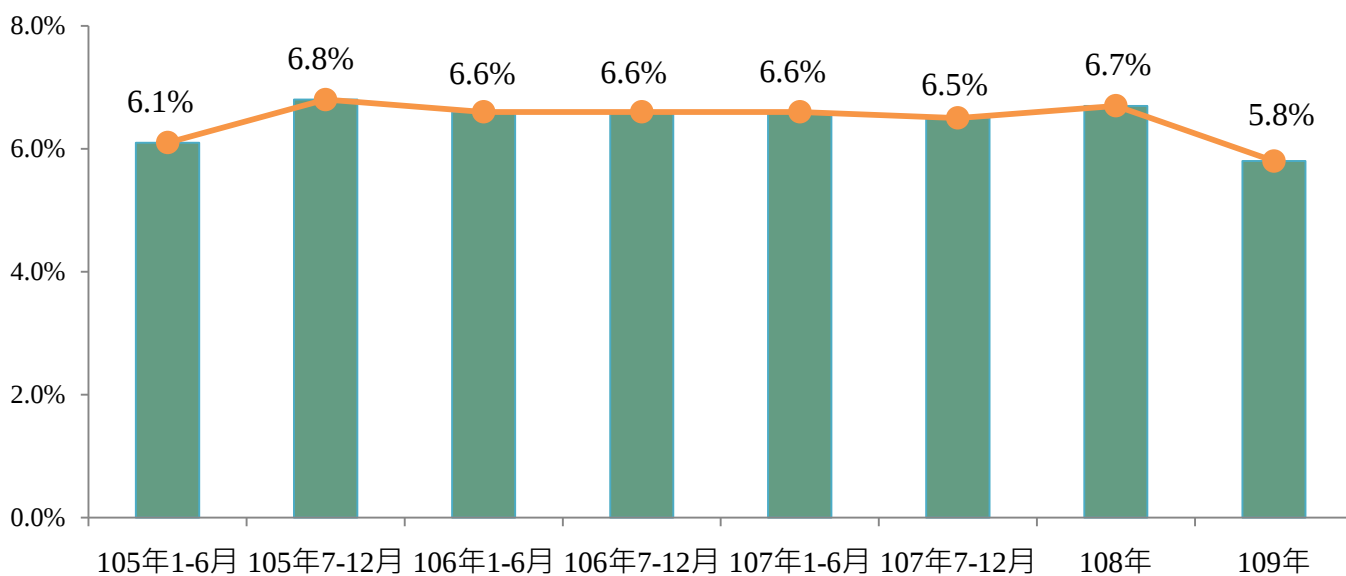


圖 5-8 參加運動比賽衍生相關消費支出頻次年度比較

二、觀賞性運動消費支出歷年比較

(一)觀賞運動比賽消費支出頻次

在觀賞運動比賽門票費方面，4.8%的民眾在 109 年有買票觀賞運動比賽。從年度比較結果可知，105 至 107 年間，上半年的比例皆維持在 5.0%左右，而因為職棒賽季緣故，故下半年民眾有觀賞運動比賽門票之消費支出的比例皆較上半年高，維持在 6.0%左右。而 108 年為歷年來最高，達 6.7%，109 年則因疫情衝擊，多數賽事停賽或改採無觀眾方式進行，故比例減少至 4.8%。

觀賞運動比賽門票費

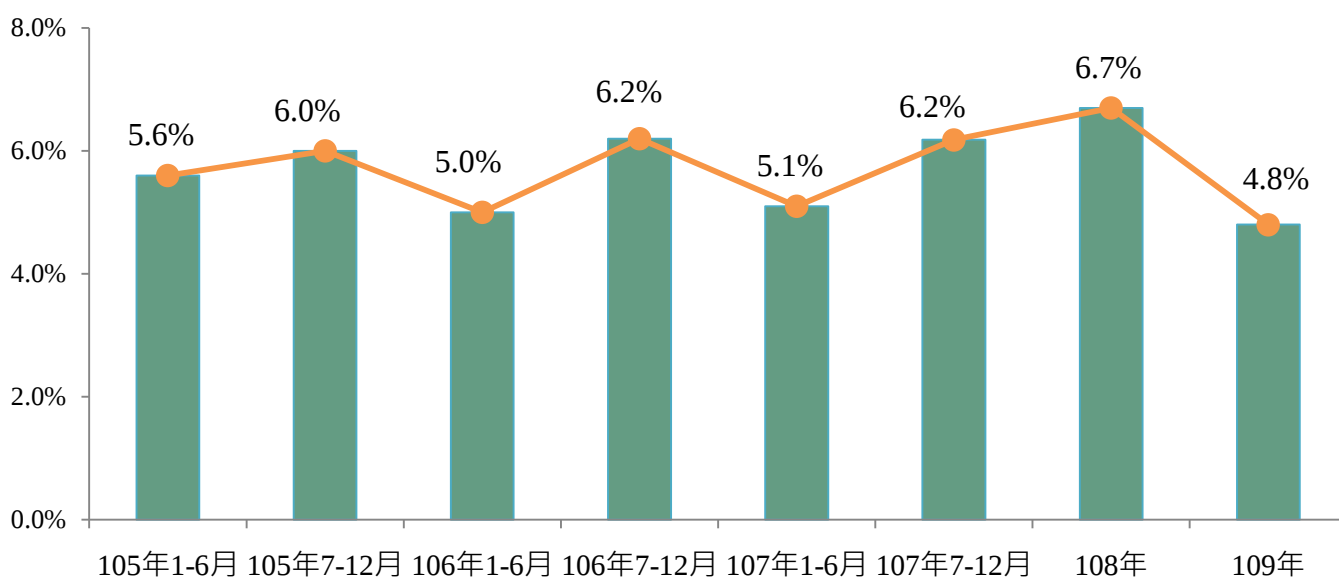


圖 5-9 觀賞運動比賽消費支出頻次年度比較

而 109 年因疫情緣故，部分賽事因國外選手無法來臺而停辦，故有買票觀賞運動比賽的民眾，以觀看「國內賽事」為主。調查結果發現，有買票觀看「國內賽事」的民眾，以觀看「棒球」的比例最高，為 86.5%，其次為「籃球」(18.0%) 及「街舞」(0.2%)。

109 年在買票觀賞國內運動比賽的消費金額部分，將各運動項目門票總消費金額除以該項目消費人數，得出平均支出金額。計算結果得知，「街舞」的平均支出金額最高，為 1,200 元，其次依序為「棒球」(664 元) 及「籃球」(534 元)。茲將民眾買票觀賞國內運動比賽之各個項目占比及消費金額整理如下：

Q：請問，您花錢買票看國內賽事，主要是看哪幾項運動？費用各是多少？

■ 平均每人一年消費金額 (元) ● 占有花錢買票民眾比例

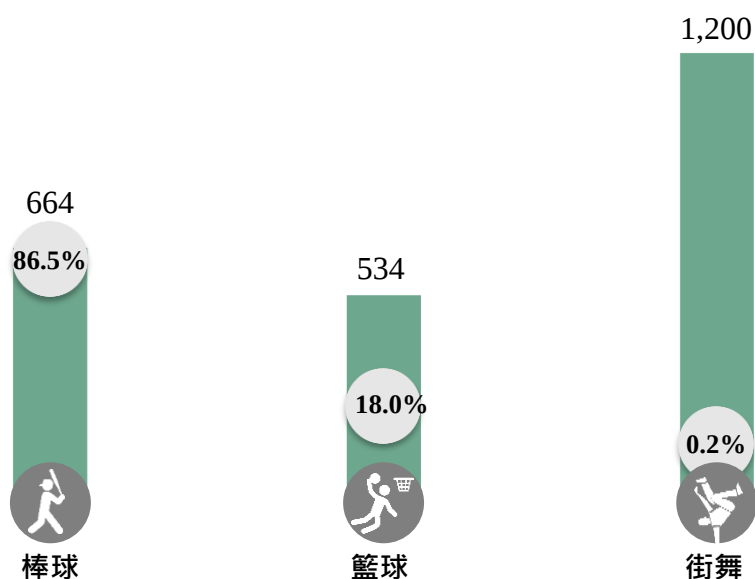


圖 5-10 買票觀賞國內運動比賽支出項目與消費金額

比較 108 年及 109 年有觀賞運動比賽門票費消費支出的民眾，其主要運動項目，皆以「棒球」之比例最高，比例次高則皆為「籃球」，顯見我國民眾在運動賽事門票消費支出項目方面，以棒球及籃球為主。

表 5-4 民眾為觀賞運動比賽消費支出占比前十之運動項目

排序	108 年	占有門票消費 民眾之比例	109 年	占有門票消費 民眾之比例
1	棒球	90.2%	棒球	86.5%
2	籃球	13.3%	籃球	18.0%
3	羽球	0.7%	街舞	0.2%
4	健美	0.33%	-	-
5	排球	0.32%	-	-
6	網球	0.32%	-	-
7	格鬥	0.18%	-	-
8	橄欖球/ 美式足球	0.16%	-	-
9	國標/社交舞	0.15%	-	-

(二)因觀賞運動比賽而購買、付費訂閱媒體之頻次

根據調查結果得知，5.9%的民眾在 109 年有因觀賞運動賽事，而購買、付費訂閱媒體，其每人平均消費金額為 2,916 元。

而從年度比較來看，「為觀賞運動而訂購網路或寬頻電視」的比例，在 106 年起逐年成長，於 108 年達 4.2%，顯示隨著串流影音平台 (OTT) 及隨選視訊 (VOD) 的發展，也成為民眾付費觀賞運動賽事的主要選擇。然而，109 年多數運動賽事因疫情而取消，民眾能觀賞的運動賽事減少，也使得該年我國民眾購買、付費訂閱媒體之比例下降。

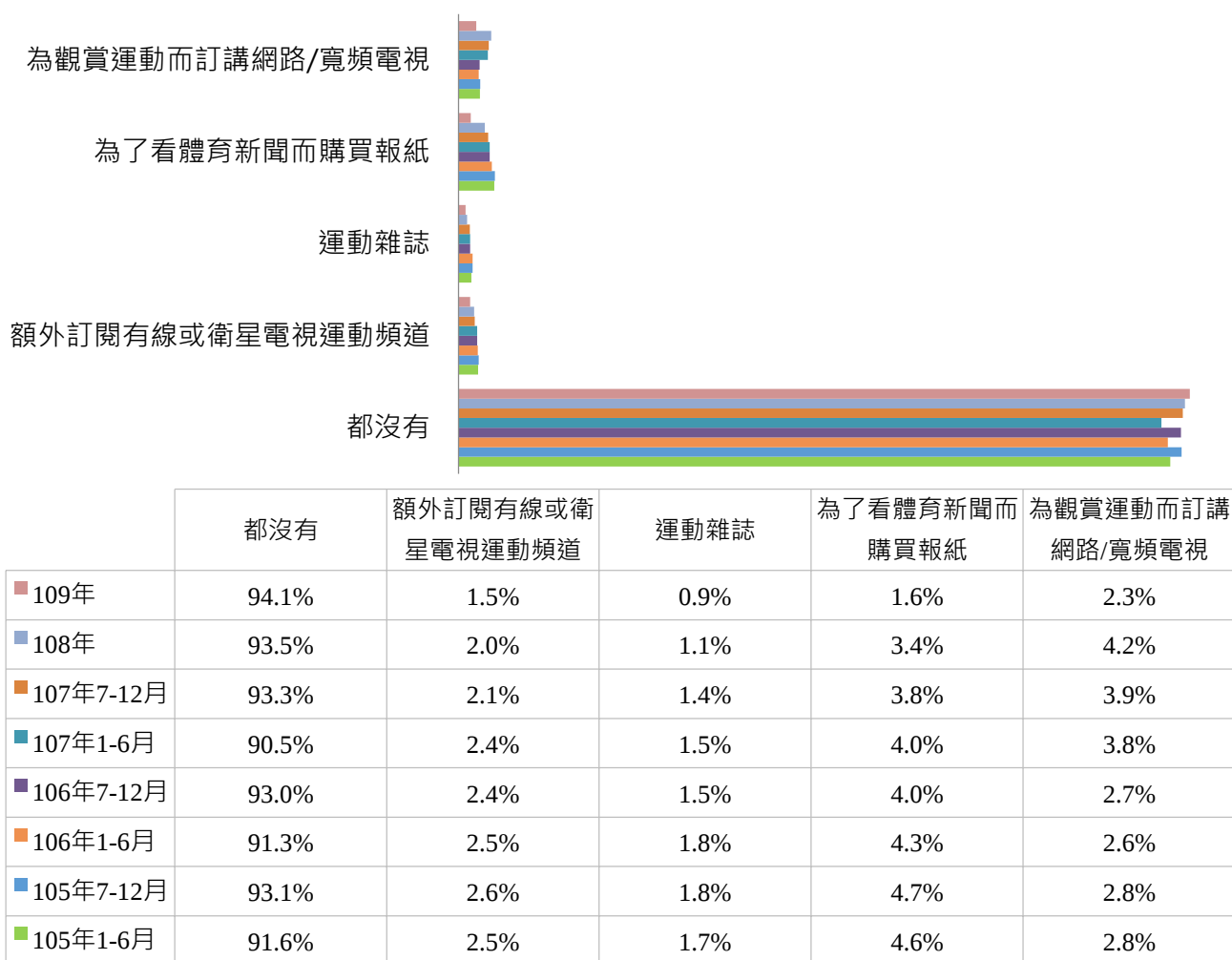


圖 5-11 因觀賞運動比賽而購買、付費訂閱媒體之頻次年度比較

(三)大型運動賽事衍生消費支出³⁰之頻次

在大型運動賽事衍生消費支出方面，109 年有 0.8% 的民眾因參加或觀賞大型運動賽事，而有衍生的消費支出，每人平均消費金額為 1,182 元。從歷年比較來看，民眾有因參加大型運動賽事，而衍生相關消費支出之比例並不高。

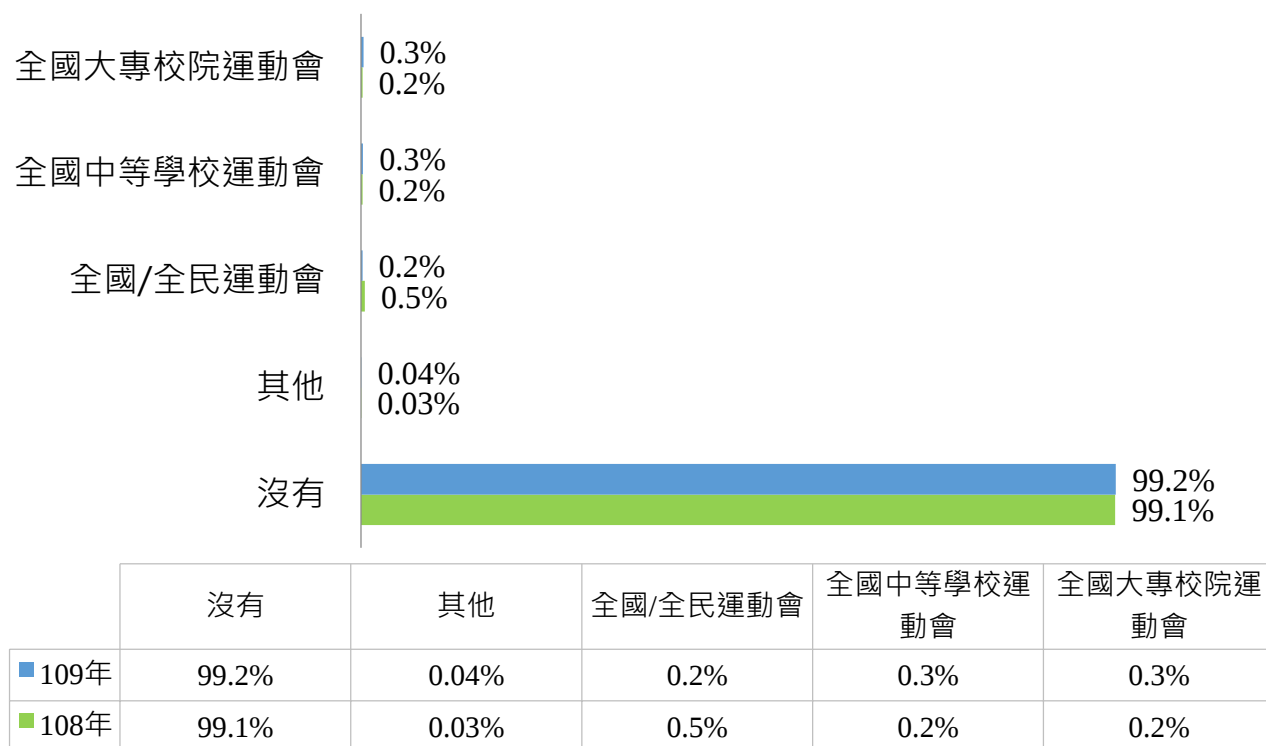


圖 5-12 大型運動賽事衍生消費支出頻次年度比較³¹

³⁰ 108 年為全國運動會，109 年則為全民運動會，此處為利於年度比較，故將其合併分析。

³¹ 109 年民眾觀賞之「其他」大型運動賽事為 109 年全國身心障礙國民運動會、109 學年度 HBL 高中籃球聯賽、109 學年度 UBA 大專籃球聯賽、109 學年度大專校院棒球聯賽及 109 學年度大專排球聯賽等

三、運動彩券消費支出頻次歷年比較

在運動彩券消費支出方面，10.8%的民眾在 109 年有購買台灣運動彩券；而有購買台灣運動彩券者，其每人平均消費金額為 6,014 元。

透過年度比較可發現，我國民眾運動彩券消費支出之比例，在 105 年至 106 年間，約介於 7.3-8.2% 左右，而 107 年因適逢世界盃足球賽及亞運等國際運動賽事關係，加上台灣運動彩券發行單位持續創新玩法，吸引民眾踴躍投注，107 年下半年達 11.9%，而 108 年-109 年間雖有下降，但仍維持在一成以上。

運動彩券消費支出

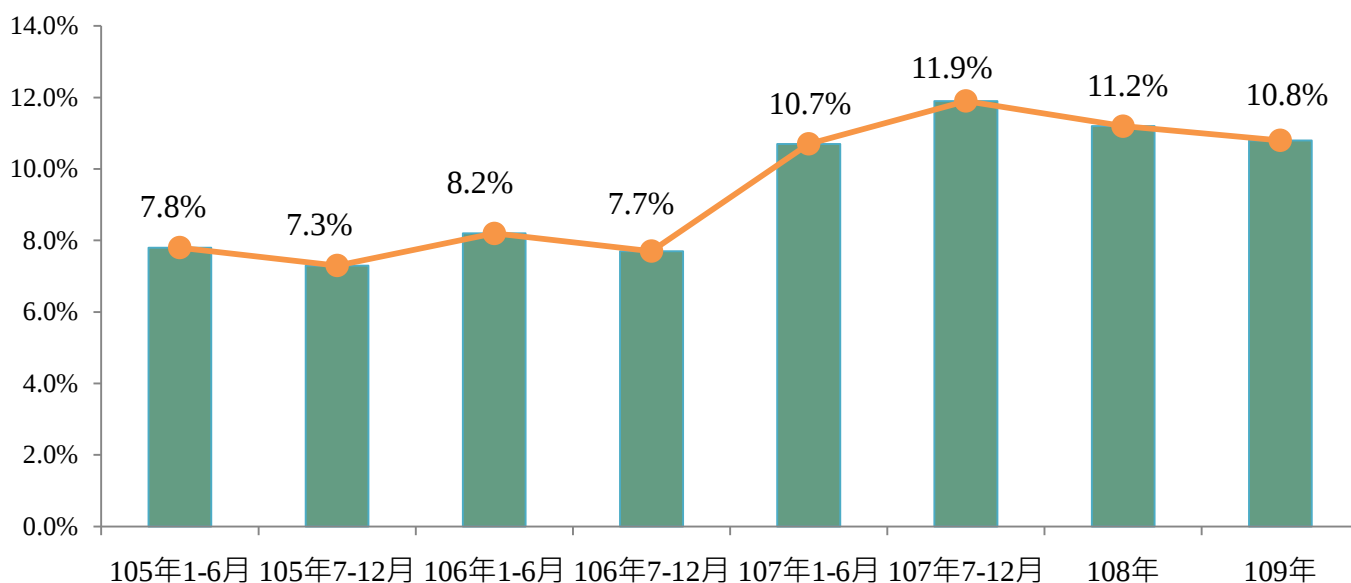


圖 5-13 運動彩券消費支出頻次年度比較

四、運動裝備消費支出頻次歷年比較

(一)運動服消費支出頻次

109年有30.1%的民眾有購買運動服；而有運動服消費支出者，其每人平均消費金額為4,713元。

從年度比較結果可知，105年至109年間，我國13-69歲民眾運動服消費支出比例，大致維持在30.0%上下，其中，又以108年的32.0%為近年來最高，而109年則因疫情緣故，減少至30.1%。

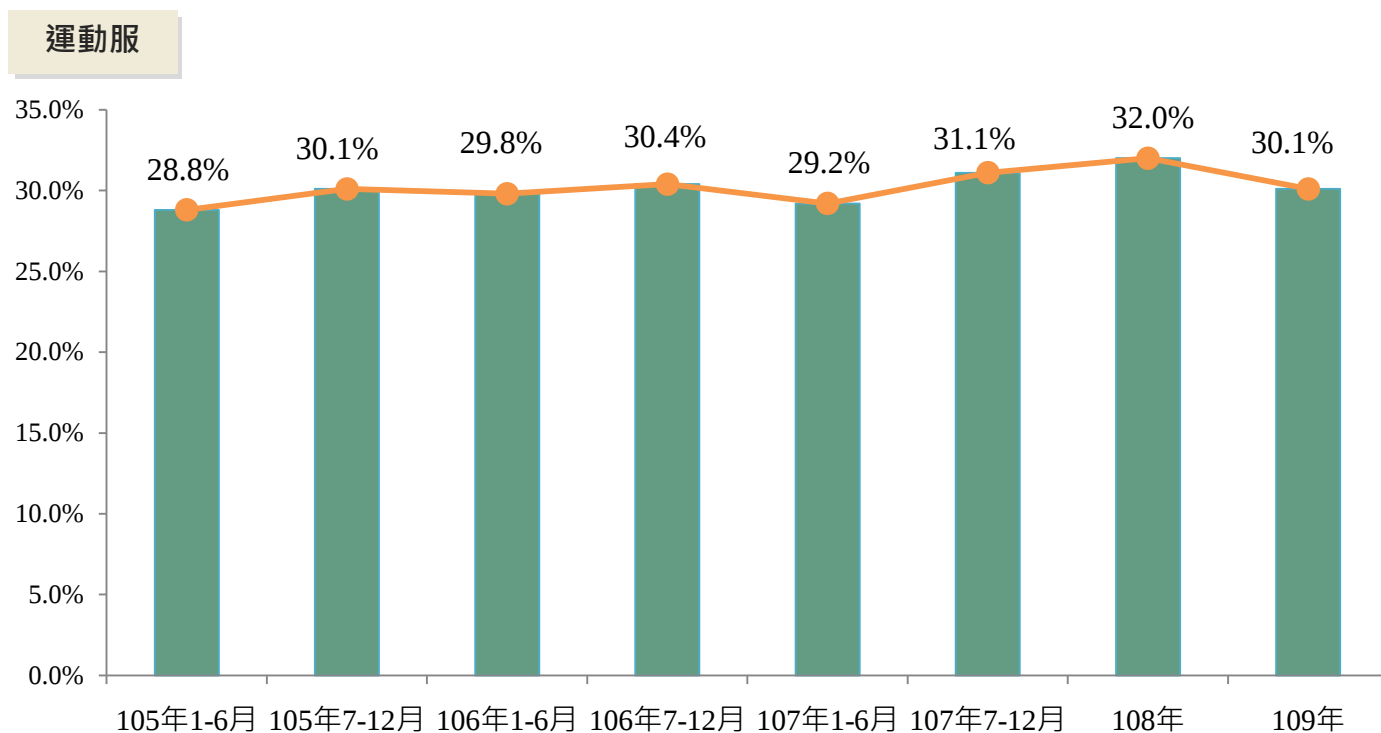


圖 5-14 運動服消費支出頻次年度比較



(二)運動鞋消費支出頻次

109 年有 23.7% 的民眾有購買運動鞋；而有運動鞋消費支出者，每人平均消費金額為 2,439 元。

從年度比較結果發現，105 年至 106 年間，我國 13-69 歲民眾運動鞋消費支出比例維持平穩趨勢，107 年上半年雖有下降，但在 107 年下半年又成長至 24.4%，108 年達 25.2%。

運動鞋

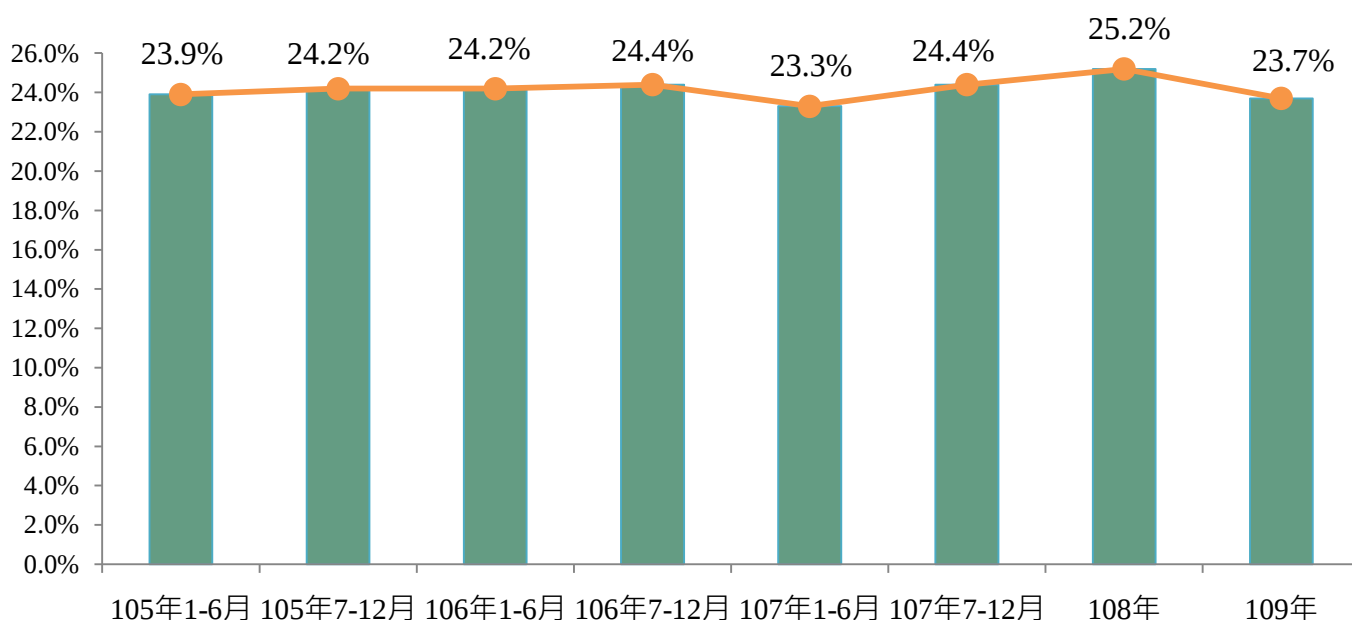


圖 5-15 運動鞋消費支出頻次年度比較

(三)運動穿戴裝置消費支出頻次

109 年有 8.3%的民眾有運動穿戴裝置的消費支出，其每人平均消費金額為 733 元。

而從年度比較結果觀之，106 年至 107 年間，我國 13-69 歲民眾運動穿戴裝置消費支出比例成長幅度較大，而 108 年至 109 年間成長趨緩，約在 8.3%左右。

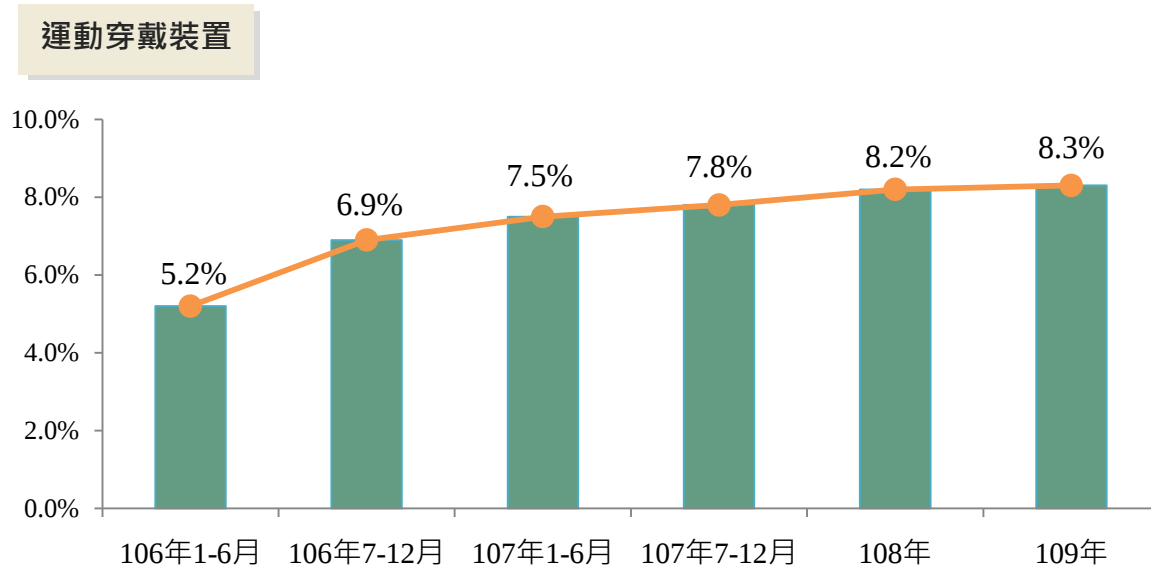


圖 5-16 運動穿戴裝置消費支出頻次年度比較

(四)購買及維修運動用品消費支出頻次

109 年有 16.1%的民眾表示有花錢購買及維修運動用品，其每人平均消費金額為 7,166 元。

而從年度比較結果來看，我國 13-69 歲民眾購買及維修運動用品之比例逐年成長，由 106 年的 13.8%，成長至 109 年的 16.1%。

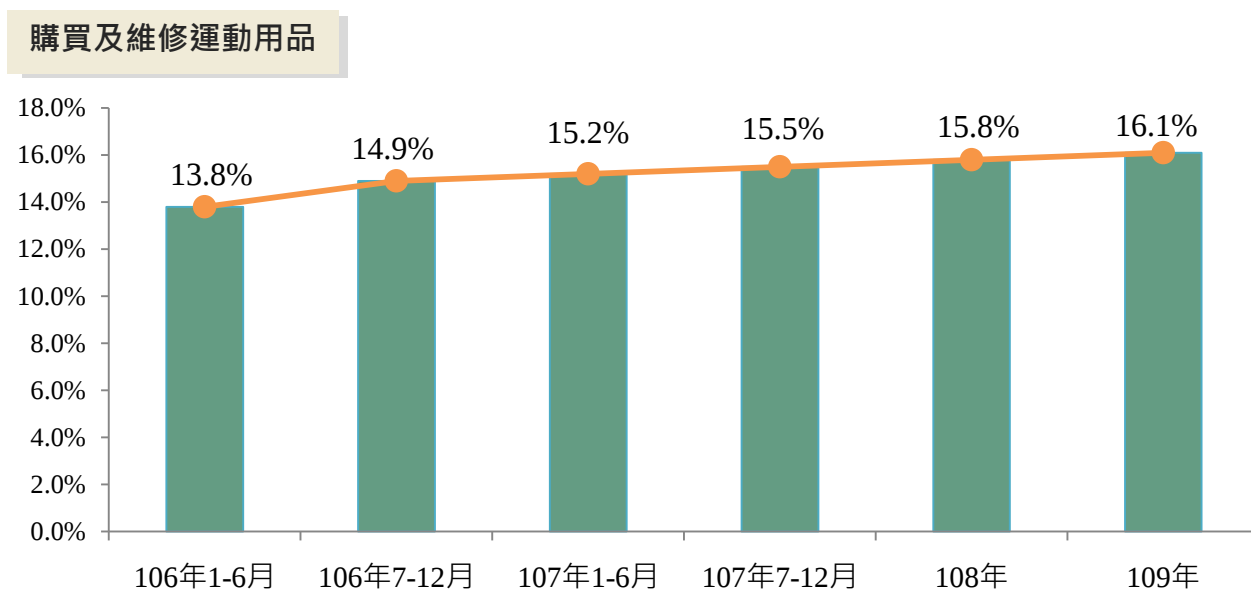


圖 5-17 購買及維修運動用品消費支出頻次年度比較

(五)有使用運動軟體產品之頻次

從近五年趨勢來看，105 年民眾有使用運動軟體產品支比例相對較高，約 18.5% 左右，而 106 年上半年之比例雖減少至 15.7%，但隨後比例又再度逐年成長，109 年比例達 17.3%。

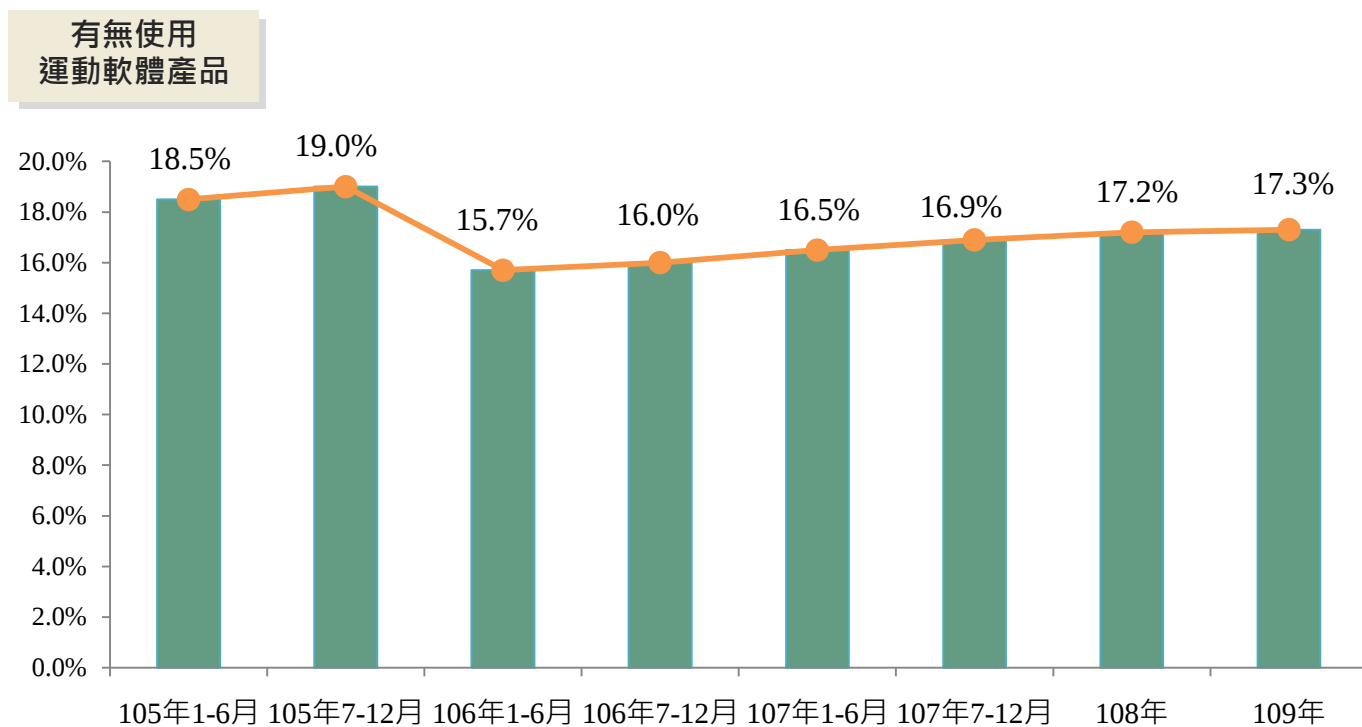


圖 5-18 有使用運動軟體產品之頻次年度比較

(六)運動軟體產品消費支出之頻次

109 年有使用運動軟體產品的民眾中，7.1%的民眾表示該運動軟體產品需要額外付費；其中，有額外支出運動軟體產品費用者，其每人平均金額為 633 元。

將歷年民眾使用運動軟體產品之比例，與運動軟體產品消費支出比例進行對照，可發現 107 年至 109 年間我國民眾有額外付費使用運動軟體產品支出比例變化越來越趨緩。

運動軟體產品
是否需要花錢

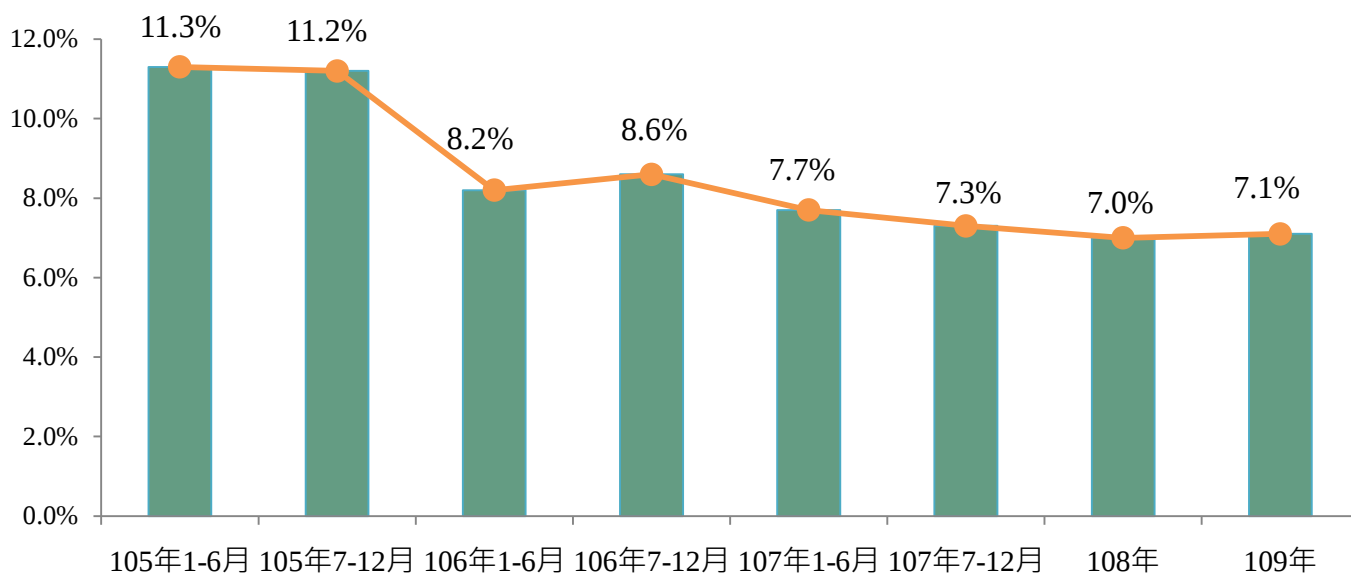


圖 5-19 運動軟體產品消費支出頻次年度比較

五、電競消費支出頻次歷年比較

在電競消費支出方面，2.2%的民眾在 109 年有電競消費支出，每人平均消費金額為 1,934 元。

從年度比較發現，我國民眾電競消費支出比例為逐年成長趨勢，由 106 年上半年的 0.9%，成長至 107 年的 1.4%，109 年更突破至 2.2%，顯示隨著近年來電競產業的發展，也帶動民眾對電競的消費支出。

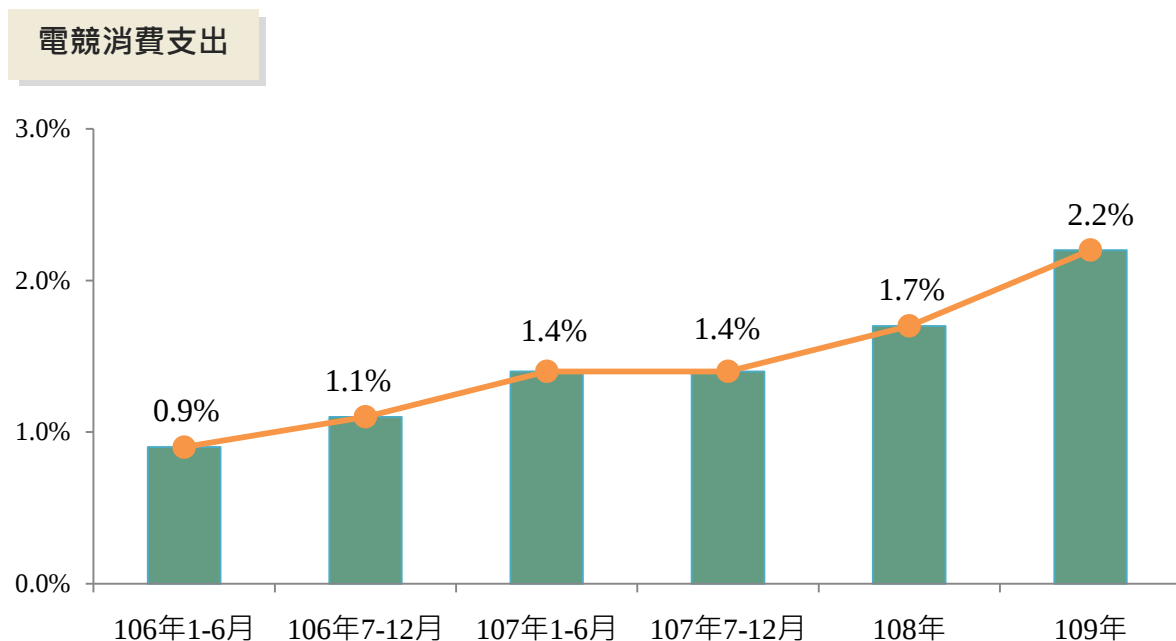


圖 5-20 電競消費支出頻次年度比較

進一步分析歷年有電競消費支出的民眾，其主要付費的項目，可發現皆以「軟體產品」及「硬體設備」為主

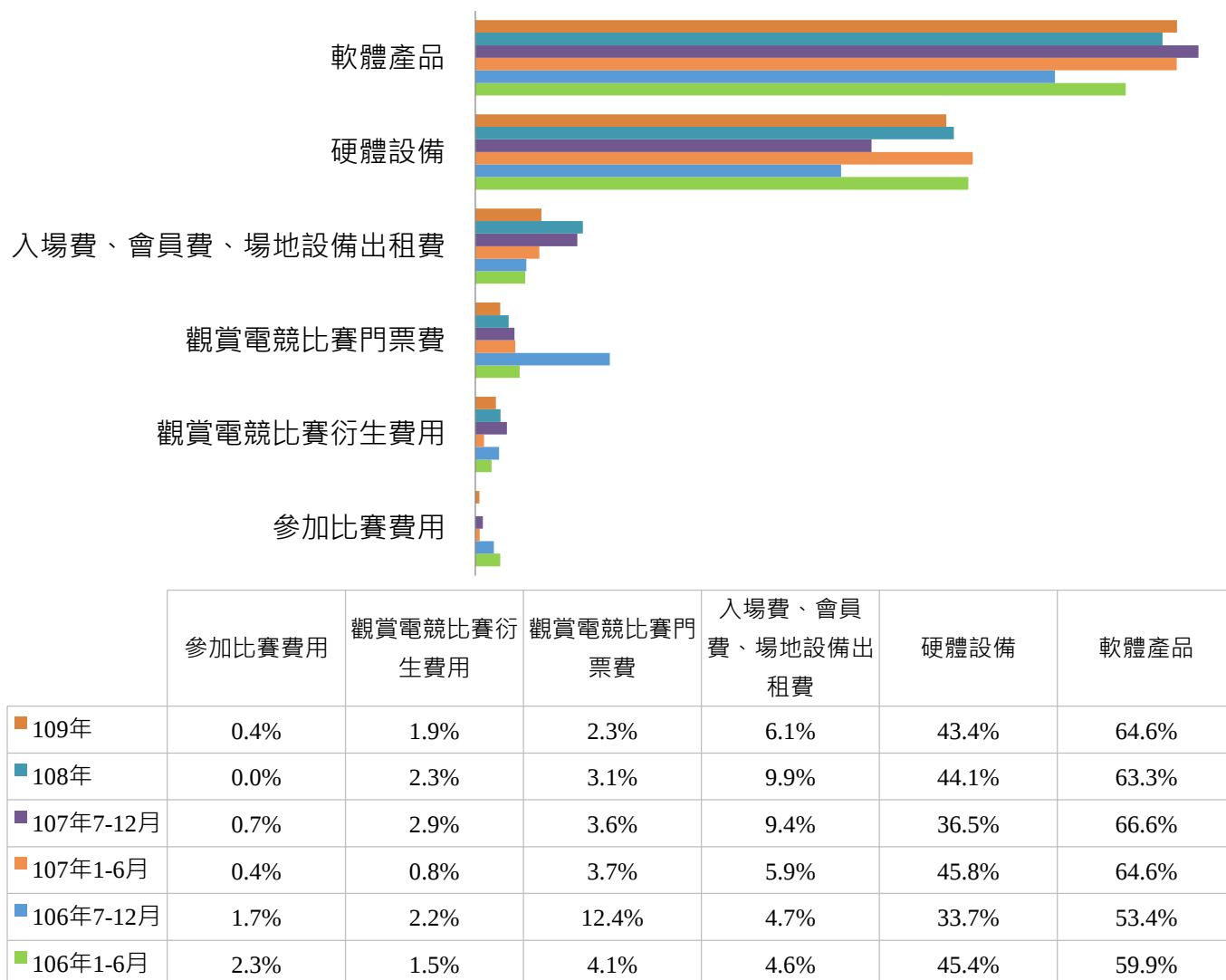


圖 5-21 電競消費支出項目頻次之年度比較

陸、各運動消費支出項目之族群分析

以下針對 109 年度我國民眾運動消費支出之調查結果及相關發現進行綜合歸納，並勾勒出各運動消費支出項目，其主要消費族群之輪廓特性。

一、參與性運動消費支出

(一)女性、40-49 歲民眾為運動課程消費主力

在參與性運動各項目中，以「運動課程費」的消費支出總額最高，於 109 年達 119.5 億元。109 年度有 12.8% 的民眾有「運動課程費」消費支出，僅次於「入場費、會員費、場地設備出租費」；然由於有運動課程消費支出者，其每人平均消費金額較高，故運動課程費消費人口比例雖排名第二，但其總額卻最高。

而從歷年運動課程消費支出總額來看，106 年運動課程的消費支出總額突破至 111.7 億元，隨後逐年成長，109 年達到 119.5 億元。顯示隨著國人對自身健康重視，運動風氣盛行，加上業者依據不同族群推出多元課程內容，提升消費者參與意願，使得近五年來運動課程消費支出總額持續成長。因此，未來業者可持續針對民眾較主要付費參與的運動課程，如「游泳」、「瑜珈」、「上健身房」及「有氧舞蹈」等，進一步規劃具吸引力之課程內容。

剖析運動課程消費族群結構，可發現主要消費族群為「女性」、「40-49 歲」，顯示女性對運動課程的消費意願較男性來得高。隨著女性運動風氣盛行，其運動需求越來越受到重視，故在運動課程設計方面，仍可依據不同運動需求之女性，設計適切、新穎的運動課程、方案，以吸引其消費意願。

(二)單純運動指導教學費消費主力為女性、30-39 歲、40-49 歲民眾

105 年至 109 年間，我國民眾在「單純運動指導教學費」消費支出總額逐年增加，105 年 19.3 億元，108 年突破 20.6 億元，109 年達 20.9 億元；在消費人口比例方面，近年來也逐年成長，其中，主要消費族群以「女性」、「30-39 歲」、「40-49 歲」民眾為主。

進一步分析民眾主要支出項目，可發現 108 年及 109 年皆以「上健身房」之占比最高，且 109 年又較 108 年來得高，為 33.9%。顯示隨著健身風氣盛行，民眾為追求個人完美體態，更願意付費請專業教練在旁指導，以滿足個人運動需求，達到健身效果。

(三)男性、20-29 歲、雙北民眾為運動場館主要消費族群

歷年民眾在「運動場館(入場費、會員費、場地設備出租費)」之消費支出占比，皆居參與性運動項目的首位，且 109 年運動場館受到疫情的影響較少，109 年比例更創新高，達 25.8%。在消費支出總額方面，歷年來皆為成長，109 年達 85.4 億元，僅次於「運動課程費」。

進一步觀察運動場館消費族群結構，可發現「男性」、「20-29 歲」民眾在運動場館的消費比例相對較高；從地區來看，則因雙北地區的運動場館家數較多，場館選擇性多元且可及性高，吸引較多民眾前往消費。

分析民眾在運動場館主要支出之項目，可發現 108 年至 109 年間皆以「上健身房」為主，且 109 年比例較歷年來得高。由此可知，隨著民眾對健康與體態越來越重視，健身需求提高，也使得運動場館的經營型態趨向多元，以搶攻多元族群市場。而「游泳」歷年來也為民眾主要支出項目之一，但 109 年則因疫情關係，民眾從事相關該運動時無法配戴口罩，染疫風險增加，故 109 年比例有所下降。

(四)運動社團費消費主力為男性、40-49 歲民眾

4.6%民眾在 109 年有運動社團消費支出，與往年相比，比例下降許多，主要原因為 109 年部分社團活動因疫情取消，或是民眾擔心疫情而減少參與運動社團，故 109 年此項目之消費支出總額為 15.9 億元，較 108 年減少 3.5 個百分點。進一步分析消費族群結構，則以「男性」、「40-49 歲」民眾為主要消費族群。

(五)男性、20-29 歲民眾較有運動比賽相關衍生費用支出

105 年至 108 年間，「參加運動比賽衍生費」之總額變動幅度平穩，皆維持在 60.0 億元左右。109 年因疫情緣故，部分運動賽事取消，影響民眾參與意願，使得「參加運動比賽衍生費」總額為 56.4 億元，較往年來得少。

而從歷年趨勢來看，「參加運動比賽衍生費」總額皆僅次於「運動課程費」(119.5 億元) 及「入場費、會員費、場地設備出租費」(85.4 億元)。而在消費人口比例方面，5.8%的民眾有「參加運動比賽衍生費」消費支出，也排名第三。

顯示多元、具話題性的運動比賽，以及良好週邊服務內容，能夠有效吸引民眾參加運動比賽，進而帶動賽事衍生消費商機，而分析消費族群輪廓，可發現以「男性」、「20-29 歲」族群為主。

二、觀賞性運動消費支出

(一) 運動賽事門票消費主力為男性、30-39 歲、40-49 歲民眾

109 年民眾買票觀賞國內運動賽事之比例為 4.8%，消費支出總額為 6.0 億元，以「男性」、「30-39 歲」、「40-49 歲」的民眾消費占比較高；而民眾最主要觀賞的國內運動比賽項目以「棒球」(86.5%) 為主，其次為籃球 (18.0%)。

(二) 男性、30-39 歲、40-49 歲者，較會付費透過網路、寬頻電視觀賞運動比賽

109 年有 5.9% 民眾為了觀賞運動賽事而購買、付費訂閱媒體，較往年來得低，主要因為多數運動賽事因疫情而取消，民眾能觀賞的運動賽事減少，使得我國民眾購買、付費訂閱媒體之比例下降。且從歷年消費支出總額趨勢來看，106 至 108 年逐年成長，達 35.2 億元，但 109 年則減少至 31.9 億元。

在購買、付費訂閱媒體方面，以「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」(2.3%) 的比例較高，「男性」、「30-39 歲」、「40-49 歲」為主要消費族群；接著依序為「為了看體育新聞而購買報紙」(1.6%)、「額外訂閱有線/衛星電視運動頻道」(1.5%) 及「運動雜誌」(0.9%)。

三、運動彩券消費支出

(一) 運動彩券消費族群以男性、30-39 歲為主

本次調查顯示，有 10.8% 的民眾在 109 年曾購買台灣運動彩券，台灣運動彩券推估消費支出總額為 121.6 億元，以「男性」、「30-39 歲」為主要消費族群。而從本研究整理的台灣運動彩券實際銷售資料可知，109 年銷售總額為 403.6 億元，較 108 年（415.8 億元），約減少 2.9 個百分點。

將實際銷售總額與本研究推估總額進行比較，可發現推估總額僅占實際銷售總額之 30.1%。由於 109 年度時間距離調查時間較久，大多民眾較不願意表露個人購買運動彩券行為，故於問卷調查過程中，可能不願承認曾購買台灣運動彩券，或者刻意減少實際消費之金額，因此，本次調查所推估之總額，與實際銷售總額有所落差。

從運動彩券歷年的實際銷售趨勢可知，105 年銷售額為 311.2 億元，106 年為 330.6 億元，107 年則在世界盃足球賽、雅加達亞運等大型國際賽事熱潮刺激下，銷售額達 434.2 億元，創下歷年新高。而 109 年儘管因疫情的影響，許多國際賽事無法如期舉辦或展延，影響到台灣運動彩券投注，但體育署與發行單位啟動緊急應變計畫，增加投注標的、玩法等，故 109 年銷售額仍維持在 400 億元以上。

四、運動裝備消費支出

(一) 男性、40-49 歲民眾較有運動裝備消費支出

在運動裝備消費支出方面，30.1%的民眾有購買「運動服」，占比最高，又以「男性」、「40-49 歲」民眾為主要消費族群；23.7%的民眾有購買「運動鞋」，同樣以「男性」、「40-49 歲」民眾消費占比較高；16.1%民眾有購買及維修運動用品花費，8.3%民眾購買運動穿戴裝置，上述兩項皆以「男性」、「40-49 歲」民眾為主；在運動軟體產品方面，則有 17.3%民眾有使用運動軟體產品，其中 7.1%的民眾有額外付費。將運動裝備消費支出項目五者合併計算，消費支出總額為 601.5 億元，為歷年運動消費支出中金額最高部份。

從歷年趨勢可知，105 年至 108 年間，我國民眾在運動裝備相關消費支出總額持續成長，107 年達 604.3 億元，108 年 625.7 億元，然而，109 年則下降 3.9 個百分點，為 601.5 億元。

與往年消費支出情形相比，109 年以運動穿戴裝置消費支出總額成長較多，成長 2.2 個百分點，為 11.3 億元，而運動軟體產品之消費支出總額的成長其次，109 年為 1.4 億元，增加 1.3 個百分點。

五、電競消費支出

(一) 男性、13-19 歲、20-29 歲、學生為電競主要消費族群

109 年有 2.2%的民眾曾有電競相關支出，以「男性」、「13-29 歲」、「學生」族群為主；而有此消費支出經驗的民眾，以「軟體產品」(64.6%) 及「硬體設備」(43.4%) 為主要項目。109 年電競消費支出總額為 8.0 億元，其中，以「硬體設備」之支出總額最高，達 5.4 億元，其次則為軟體產品，總額約 2.2 億元。

從歷年來的調查結果可知，106 年至 109 年間電競消費支出總額持續成長，106 年為 6.3 億元，108 年成長至 7.4 億元，109 年則達 8.0 億元；其中，歷年均以硬體設備與軟體產品為主要支出項目。

柒、焦點團體座談會分析

一、新冠肺炎疫情影響

(一)109 年新冠肺炎疫情對運動場館業者影響有限

由本次焦點團體座談會可發現，雖然 109 年新冠肺炎疫情爆發，但政府的防疫規定並沒有限制運動場館業者營業，民眾仍可上場館運動，故多數業者表示對營運衝擊不大。

另外，業者也表示 109 年新冠肺炎疫情較嚴重的時間點主要為上半年，109 的年中及年後隨著疫情趨緩，民眾報復性消費心態，也使運動場館的顧客很快就回流，因此營收與往年相比並沒有明顯差異。

整體而言，109 年新冠肺炎對臺灣主要影響的時間大約在 3 月底左右，這段期間新北市國民運動中心曾停止開放一陣子，也有些運動場館短暫自主休息，但皆未嚴重到全面封館，民眾仍可至場館運動運動，且 109 年疫情趨緩迅速，客源回流快，故疫情對運動場館業者的營收影響收限。

(二)110 年運動場館長時間暫停營業，業者營收大幅減少

110 年 5 月新冠肺炎疫情嚴峻，5 月 15 日起雙北進入三級警戒，為防堵疫情擴散，政府規定健身中心、運動場館業全面關閉，直到 7 月疫情趨緩後，才開始有條件開放，這段期間業者的營收與同期相比大幅減少許多，有業者更表示減少約九成左右。

然而，110 年下半年運動場館雖有條件解封，但團體課程與人接觸的機會相對較高，在招生上較不容易；且對於經營綜合性運動場館的業者來說，場地收費也是重要營收來源，但民眾擔心在游泳池會增加傳染風險，因而降低消費意願，也直接影響業者收入。

綜上可知，110 年運動場館因封館關係，使得多數業者收入大幅減少，而儘管 7 月開始有條件開放運動場館，初期民眾也因防疫考量，重回運動場館運動的速度較慢，直到 10 月、11 月之後，人潮才開始慢慢回流，故相較於 109 年，110 年疫情對運動場館業者的衝擊相對較大。

二、疫情因應措施

(一)多數業者因應疫情開設線上課程，也有業者開發運動周邊商品

110 年受疫情影響，民眾無法至場館運動，部分業者因應疫情推出線上運動課程，或是在家自主訓練的菜單，讓民眾在家也能運動，希望藉此增加與顧客之間的黏著度。

不過，業者表示多數顧客仍偏好實體課程，在運動場館開放後，線上課程人數則持續減少，因此如何將實體課程的上課氛圍營造至線上課程，讓學員在觀看影片時能身歷其境，為業者在經營線上課程時的著力點。

除了開設線上運動課程外，也有業者觀察到疫情所帶來的在家運動商機，開發販售運動周邊商品，如瑜珈墊、瑜珈磚等，以藉此增加收入。

由上述可知，業者因應疫情運動場館關閉，在經營所做的調整，主要為開設線上運動課程，也有少數業者販售周邊商品，以彌補無法營業所減少的收入。

(二)因應居家空間、網路延遲限制選擇適合的線上課程

在疫情封館期間開設線上運動課程的業者表示，一開始要推出課程時，需要花較多時間摸索硬體的架設、操作等，且因線上課程可能會有網路延遲問題，較不適合需播放音樂，節奏感較強的運動，故課程安排多以瑜珈、墊上肌力等為主。

此外，也有業者表示，部份課程因為需要器材輔助，或是需要較大的活動空間，如有氧舞蹈、混合健身等，較不適合透過線上教學方式進行，因此限制了某些運動課程內容。

而線上課程的族群，仍以年輕民眾為主，對較年長的顧客而言，需花較多時間去學習如何操作，故對線上教學方式的接受程度較低。

綜上可知，硬體設備操作、網路延遲等，為業者在開設線上運動課程時需克服的問題，而在規劃線上運動課程內容時，也需考量學員器材取得容易性，以及居家空間限制行等，以推出合適的線上運動課程。

三、對動滋券看法

(一)部分業者認為動滋券有助於刺激民眾至場館體驗

教育部體育署於 109 年因疫情衝擊推出動滋券，鼓勵民眾運動消費，以振興運動產業復甦。109 年動滋券可使用於「做運動」、「看比賽」及「添裝備」等。部份運動場館業者表示，109 年民眾可能多將動滋券拿去購買運動用品，對運動場館業者的幫助較小。

但也有業者表示，部份民眾原先可能對場館採取觀望態度，或習慣在收費較低的場館消費，但在獲得動滋券後，也促使民眾更願意前往至新的運動場館進行體驗。

整體來說，有運動場館業者認為 109 年的動滋券對營收幫助較小，但動滋券確實有助於刺激消費，可能促使民眾更願意至運動場館進行消費，或是進而選擇單價較高的場館進行體驗，在業者招募新客源方面有所助益。

四、未來創新發展

(一)運動服務與創新科技結合為未來發展趨勢

在本次焦點團體座談會中，部分業者認為未來運動服務結合創新科技如 AR/VR 沉浸式體驗、魔鏡等的機會將增加，尤其受到疫情影響，透過創新科技的應用，也能夠突破空間的限制。

目前部分運動場館也開始採用創新科技，如運動中心結合智慧科技模擬高爾夫球場地，讓民眾在運動中心也能打高爾夫球；另健身器材業者、研究機構也研發智慧健身相關產品，顯示運動服務與創新科技結合，為未來發展趨勢。

綜上可知，隨著近年來科技進步、科技政策發展，以及疫情影響的推動下，業者認為未來在運動服務與創新科技的結合方面，將更加蓬勃發展，進而產生更多元的顧客服務與商業模式。

(二)結合科技應用時，仍應保有運動服務的溫度

雖然業者表示未來運動服務結合創新科技的情形會越來越常見，但卻也可能減少服務人員與顧客之間的互動機會，使得服務缺乏溫度，與顧客的連結更為疏遠。因此，業者需留意在導入創新科技的同時，也應保有服務的溫度。

整體來說，儘管未來運動科技勢不可擋，但提供的顧客服務能否保有溫度也相當重要，讓科技服務加深業者與顧客之間的黏著度，而非因此而疏離。

五、對振興運動產業建議

(一)可再多制定提升中年、長者族群運動參與之相關政策

從業者角度來看，隨著臺灣邁入高齡化社會，應再多加強高齡族群建立正確的運動觀念，以及培養規律運動的習慣，以降低罹患慢性疾病的可能性。為培養高齡者運動習慣，進而提升其運動消費意願，業者希望政府能夠與民間業者共同合作，提供高齡相關課程、指導員及服務設施等研發上的支持。

除了需提升高齡者運動參與外，有業者也認為中年族群因平時需上班，同時又要照顧小孩，容易因忙碌而忽略運動的重要性。

整體而言，業者認為中年及高齡族群的運動參與仍有待提升，及早培養良好運動習慣，也能降低罹患疾病之機率，希望政府在這方面給予支持協助。

(二)希望各縣市對運動場館的管理標準能一致

多數業者認為不同縣市的權責機關，在管理運動場館時，執法標準並不一致，往往法規的解讀皆不同，尤其經營連鎖運動場館的業者需滿足不同縣市權責機關的要求，因而感到困擾。

除了不同縣市權責機關的法規解讀不一致外，當政府推出新的定型化契約時，業者表示無法完全理解契約相關內容，故要再向下達予運動場館服務人員時相當不容易。

由上述可知，運動場館業者希望不同縣市權責機關，在執法或解讀法規時標準能夠一致；另若有新的定型化契約上路時，也希望政府能夠協助業者更加理解契約內容。

(三)業者希望運動中心收費標準能有調整空間

在此次焦點團體座談中，業者認為政府針對運動中心的收費標準規定長期固定不變，且隨著物價及勞動薪資不斷地調漲，業者也無法進而調整運動中心的收費。

除此之外，經營運動中心的業者也表示受到疫情衝擊，整體營收有所影響，希望政府能針對權利金、土地租金等規定，能有所鬆綁，降低業者經營壓力。

綜上可知，經營運動中心的業者期待能與政府協商，依據目前的物價及勞動薪資，進而調整收費標準，並因應疫情的衝擊，針對權利金、租金等給予議價空間，以緩解業者經營上的困難。

(四)提升臺灣健身教練人才素質

在人才培育方面，目前臺灣相關體育團體雖有辦理健身指導員認證，但師資的養成與培訓過程，較不及國外協會專業，故有些健身教練傾向考取國外證照，以提升自身的競爭力。

除此之外，政府若能在產學合作上扮演中介媒合角色，讓具備健身相關專業養成的人才，能夠順利進入運動產業，對業者的人才招募上也會有所幫助。業者也表示希望政府能夠在創業或就業安定方面，協助健身相關從業人員，避免造成產業人才的流失。

整體而言，業者認為應改善我國健身教練認證之考取制度及專業性；另外，從學校端的資源、人才培養，到業界就業銜接制度上能更加完善，以提升整體產業人才素質，並給予運動從業人員在創業、就業安定等方面之支持，以留住人才。

(五)政府應向民眾傳達正確運動知識及益處

在本次焦點團體座談中，業者認為目前民眾對運動的正確觀念仍較為不足，應由政府向民眾加強傳達正確的運動知識，如健身對身體的益處、如何才能達到運動效果等，因為由政府傳遞資訊更具公信力，較具宣傳效果。

除此之外，業者也表示新聞媒體有時在播報健身房相關新聞時，標題聳動、內容負面，如健身房惡意倒閉，也加深民眾對健身房的負面觀感，降低至運動場館消費的意願。

由此顯示，業者期待能藉由政府的公信力，向民眾宣導正確的運動觀念及對身體之益處，並扭轉民眾對健身房之負面印象，期藉此能促進民眾運動消費意願。

捌、新冠肺炎對運動消費之影響

一、新冠肺炎的影響

本次調查進一步詢問民眾因為新冠肺炎疫關係，其 109 年的運動消費支出金額，與 108 年相比為增加、持平或是減少。調查結果顯示，有 28.1% 的民眾表示「增加」，40.2% 的民眾為「持平」，表示「減少」的民眾占 31.7%。顯示多數民眾在 109 年的運動消費支出金額未有太多變化，但減少運動消費支出的民眾仍略高於增加的民眾。

Q.請問，因為新冠肺炎疫情，您 109 年的運動消費支出金額，與 108 年相比是增加、持平或減少？

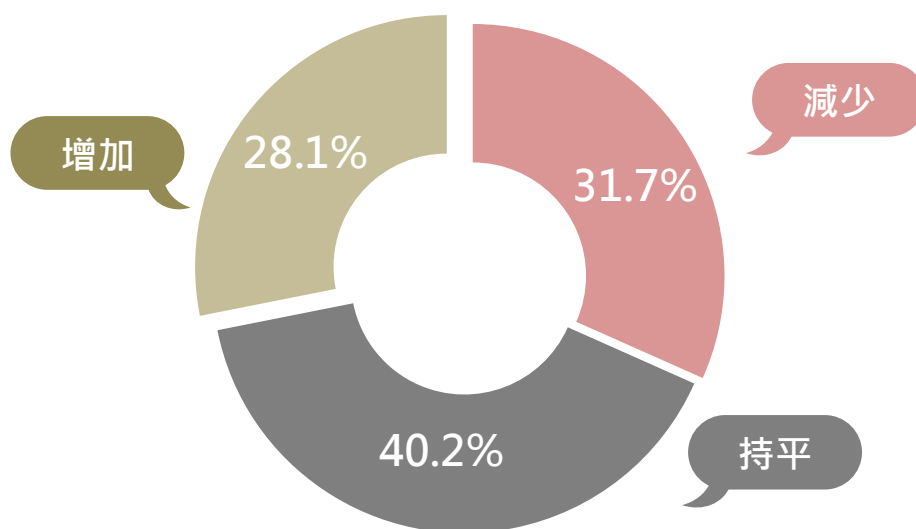


圖 8-1 108 年與 109 年運動消費金額之比較

而根據本次調查推估，109 年我國民眾運動消費支出總額約為 1,353 億元，在新冠肺炎疫情影響下，總額較 108 年下降 3.1 個百分點。然而，若進一步觀察不同運動消費支出項目情形，可發現參與性運動消費支出中的運動課程費、單純運動指導教學費、運動場館支出費用仍呈現微幅成長情形，顯示 109 年國內雖有新冠肺炎疫情，但因

臺灣整體防疫成效良好，對民眾影響時間有限，多數縣市的國民運動中心僅加強防疫措施，採取實名制進場管理，僅有新北市、新竹市、臺中市等部份縣市的國民運動中心、運動據點在 3 月至 5 月時暫停開放。政府並未對民間健身房業者有任何強制的限制措施，只有少數健身房在 3 月底疫情較緊張時進行自主休息，在疫情趨緩後大多加強防疫措施與實聯制，因此多數民眾仍可上運動課程，至運動場館健身，在運動課程、運動指導教學、運動場館的運動消費支出上影響有限。

然而，在運動比賽及運動社團衍生費方面，則可能因部份運動比賽、社團活動擔心疫情而取消，例如：金門馬拉松、高雄富邦馬拉松、新北市萬金石馬拉松、東吳國際超級馬拉松等，或民眾擔心疫情而減少運動比賽、運動社團參與情形，使得相關消費金額有所下降。

表 8-1 疫情期間運動場館相關事紀

時間	事件
3 月至 5 月	新北市運動中心、運動據點及體育館暫停對外開放
	新竹市運動中心及游泳池封館
	臺中市運動中心實施「一週一閉」
	運動中心採取實名制進場管理

而在觀賞性運動消費支出方面，受到新冠肺炎疫情影響，全球體育賽事嘎然而止，國內職棒雖然成為全世界最早開打的職棒賽事，但也歷經未開放觀眾、禁止飲食，到逐步放寬觀眾進場人數及開放飲食等不同階段。因疫情關係的諸多限制下，109 年例行賽約 85 萬觀眾進場，中斷自 2013 年起連續 7 年破 100 萬大關的紀錄，民眾在觀賞運動比賽及相關衍生支出上皆呈現大幅度下滑。而在購買、付費訂閱媒體費上，因全球運動賽事多數延期或取消，也降低了民眾在相關費用的消費支出。

表 8-2 疫情期間國內運動賽事相關事紀

時間	賽事	事件
3/12	中華職棒	開幕戰延期
4/12-5/7		開打但禁止觀眾進場
5/8-5/14		開放 1,000 位入場
5/15-6/6		開放 2,000 位入場
6/7-7/22		進場人數開放到球場容納數的 50%
7/24 起		進場人數開放到球場容納數的 78%
1/11-4/30	SBL 超級籃球聯賽	17 屆下半季例行賽皆採閉門方式進行
2/28-3/1	企業排球聯賽	挑戰賽閉門方式進行

除了國內運動賽事受到影響外，全球體壇賽事受到新冠肺炎影響更鉅，3 月 12 日美國 NBA 因球員確診，立即宣布無限期停賽，之後全球各國主要運動賽事接續宣布停賽或延賽。在運動賽事幾乎停擺的情況下，台灣運動彩券瞬間面臨「零產品」、「零銷售」、「零收入」的困境。為減緩運動賽事停賽所帶來的衝擊，體育署隨即啟動運動彩券三大應變措施（林博泰，2021）。

措施一是增加投注標的，加開未因疫情停賽之賽事，由於主要運動賽事幾乎全面停擺，因此台灣運彩加開少數國家的小型或區域型賽事，包括足球、網球、籃球、排球、羽球等 137 個賽事，約 7500 場比賽；同時也將較不受疫情影響的電競賽事，納入常態性發行。措施二為強化投注賽事玩法，由於新增的投注標的，多為消費者不熟悉的賽事，因此台灣運彩大量提供受歡迎的「場中投注」及「單場」玩法，平均每週超過 100 場。措施三為提高獎金支出率，為吸引消費者投注，台灣運彩提請主管機關同意提高運彩獎金支出率，超過法定上限 78%（林博泰，2021）。

在體育署與發行單位啟動緊急應變計畫下，109 年運彩銷售額雖然較 108 年小幅下滑 2.9 個百分點，但仍然突破 400 億元，達到 403 億元，顯示緊急應變措施確實帶來成效。

表 8-3 疫情期間重大賽事停賽及台灣運動彩券相關事紀

時間	事件
3/9	日本 NPB 宣布開幕戰延期
3/10	●韓國 KBO 宣布開幕戰延期 ●歐洲足球聯賽陸續宣布延賽、停賽
3/12	美國 NBA 宣布無限期停賽
3/13	美國 MLB 宣布開幕戰延期
3/16	通過「運動彩券緊急應變計畫」 ●新增投注賽事 ●強化投注玩法 ●提高獎金支出率

而在運動裝備部份，民眾在 109 年運動鞋、運動服的支出總額有所下降，但在運動穿戴裝置及運動用品的支出上仍有微幅成長。根據歷年運動現況調查可知，民眾從事的運動類型仍以戶外運動為大宗，將近八成民眾主要從事戶外運動，因此戶外運動為較容易影響運動服、運動鞋消費之類型，而在 109 年運動現況調查中，民眾從事戶外運動的比例下降 2.0 個百分點（教育部體育署，2020），推估可能因占民眾運動大宗的戶外運動比例下降，使得運動服、運動鞋消費下降比例較高。此外，在運動現況調查中亦指出，109 年民眾在家運動的比例為 9.0%，在 109 年上升 1.1 個百分點（教育部體育署，2020），可能因此帶動運動用品支出成長。

二、促進運動消費之動滋券政策

為紓緩新冠肺炎疫情對運動產業之衝擊，教育部體育署積極規劃運動產業紓困振興相關工作，補助體育團體、運動經銷商、運動產業經營者等。而為促進運動產業復甦，教育部體育署推出運動消費抵用方案，由「運動發展基金」提撥 20 億元，發放 400 萬份面額 500 元的動滋券，7 月 20 日開放民眾上網登記，至 7 月 26 日截止，7 月 28 日公開抽籤，共計有 698 萬人登記，中籤機率为 57.2%。民眾的使用期間為 109 年 8 月 8 日至 110 年 1 月 31 日止。而此次動滋券並未發放實體券，民眾可將動滋券用於運動場館使用運動設施、參加體育活動、觀賞運動賽事、運動旅遊，或是購買體育用品、電競商品等，以帶動運動消費發展。

而根據教育部體育署資料顯示，此次動滋券合作業者超過 7,200 家，至 110 年 1 月 31 日截止抵用，共有超過 376 萬人使用，完成超過 382 萬筆交易，交易金額為 47.19 億元，抵用金額約 17.74 億元，外溢效益約 29.45 億元（李世珍、黃彥璋，2021）。

由於本次調查民眾 109 年運動消費支出時，並未納入動滋券之抵用金額，因此若將本調查推估之 109 年民眾運動消費支出總額 1,353 億元加上動滋券抵用金額 17.74 億元³²，則可推估 109 年我國民眾運動消費支出金額約為 1,371 億元。

³² 由於此金額為計算至 110 年 1 月 31 日，因此部份金額應不屬於 109 年民眾運動消費支出金額。

玖、結論與建議

在本次研究中，除透過量化調查掌握民眾運動消費趨勢外，亦希望了解疫情對於業者的影響，因此特別邀請國內運動場館經營者舉辦焦點團體座談會，聆聽業者之意見。以下則綜整本次研究中量化及質化研究結果，提出相關建議。

一、向民眾傳遞正確運動觀念，以提升整體運動風氣

由質化研究結果發現，多數業者認為民眾的正確運動觀念仍較為不足；除此之外，新聞媒體在播報健身房倒閉、會員費用糾紛等報導時，也易加深民眾對運動場館的負面印象，儘管清楚健身對健康有益，但消費意願也可能因而降低。因此，業者希望政府單位能持續向民眾傳遞正確運動觀念，以提升整體運動風氣與產業發展。

而根據 109 年運動現況調查結果，有近四成的民眾透過手機或平板來接收運動相關之資訊。另外，日本近年為推廣全民運動，邀請不同運動選手錄製宣導影片，以鼓勵民眾至少維持一週運動一次的習慣，且透過社群媒體標籤功能，邀請民眾在進行運動時能夠分享至社群媒體，將運動風氣渲染至週遭的人。故未來政府在向民眾宣導運動相關資訊時，可優先透過社群媒體如 Facebook、Youtube 等，向民眾發布相關宣導影片或圖文，透過社群分享的力量，將資訊傳遞給更多民眾。

除此之外，業者也表示高齡者對運動知識普遍較年輕族群不足，多習慣從事無技術、低強度之運動，由 109 年運動現況調查結果也可知，超過七成高齡者平常以散步、健走為主。而隨著年齡增長，高齡者最常面臨肌力、柔軟度、平衡能力不足等問題，故未來政府也應向高齡者傳達正確的運動觀念，讓高齡者理解正確且適度從事中等度以

上的運動，能夠增進肌肉功能，以預防肌肉老化速度。另由於高齡者較偏好在住所附近從事運動，故可深入至社區據點辦理相關運動課程，由樂齡運動指導員教授高齡者正確運動觀念與動作，以有效達到運動效果。除此之外，目前各地國民運動中心均開設公益時段、公益課程，提供高齡者運動機會，建議相關單位亦可再多加強宣導。

二、宣導諮詢管道，辦理業者座談會，持續協助業者瞭解定型化契約內容

由歷年來的調查結果可知，民眾在運動課程、運動場館消費、運動指導支出總額逐年成長，調查中亦發現，隨著近來健身風氣蓬勃發展，上健身房運動成為許多民眾選擇的運動項目，且健身產業發展態樣日趨多元，業者除提供場地及運動設施外，許多業者亦推出「健身教練課程」服務。

而根據行政院消費者保護處統計數據顯示，近年來健身中心消費糾紛申訴量攀升，109 年時健身中心相爭議共有 3,784 件，主要的問題包括無預警停業、健身教練離職無法退費等解約退費糾紛，而為符合消費市場所需並強化維護消費者權益，政府已訂定「健身教練服務與健身中心定型化契約規範」，規範健身中心、健身教練服務定型化契約應記載及不得記載的內容，並於 111 年 1 月 1 日正式上路。教育部體育署在正式施行前，亦已舉辦線上說明會，廣邀各地方政府及運動場館業者進行交流討論。

但在此次焦點團體座談會中，有部份業者表示定型化契約內容繁複，向自家健身教練佈達不易，導致業者在向消費者說明定型化契約內容時，有可能產生解讀錯誤或辭不達意之問題。有鑑於此，體育署為協助健身房業者、地方政府及消費者，充分瞭解修法重點，特別彙整製作成常見問題 Q&A，並提供專門電話，提供諮詢服務，協助各

界掌握新規範。

而隨著民眾上健身房從事運動或購買健身教練課程服務的情形越來越踴躍，未來業者在與消費者簽訂定型化契約機會增加，加上 111 年 1 月新定的定型化契約內容上路，在實際執行後可能還會面臨不同的問題。因此建議未來可再持續辦理定型化契約座談會，並且鼓勵業者參加，透過座談會除向業者進行條文內容說明及宣導外，亦可讓業者針對新契約上路後面臨的問題進行討論，以利業者充分理解新上路的定型化契約，便於向自家服務人員及教練傳達，進而減少相關消費糾紛案件之出現，持續努力建構國人健全良善的健身環境。

三、提升健身教練素質，提供民眾高品質運動服務

隨著國人對自身健康與體態越來越重視，健身需求有所提升，健身房已成為許多消費者重要的運動場域，市場上除了大型的連鎖健身房外，主題式小型健身房也因應而生，以滿足不同消費者的需求。業者除提供場地及運動設施外，亦依據不同消費者需求，規劃客製化健身課程服務。

而從近年調查中亦發現，有越來越多民眾投入健身房運動，更顯示健身房服務品質及專業教練的重要性。然而，由質化研究結果發現，有部份業者認為目前臺灣國內健身指導員認證之公信力及專業性仍有加強空間，使得許多國內的健身教練多偏向考取國外證照。

有鑑於此，建議未來政府可考慮廣納各界意見，重新檢視國內健身指導員認證之課程內容及考取制度，增進國內健身教練專業性，加強健身教練專業知能，建置嚴謹的篩檢機制，精進健身教練素質。

除此之外，亦應持續了解健身產業需求，以掌握產業人才發展關鍵，評估建立體育院校與健身業者間之產學合作與媒合機制，使運動

人力符合業界需求，促使健身服務產業持續發展，提供給民眾更專業、高品質的運動服務。

四、鼓勵運動服務創新，促進整體運動產業發展

從近年的調查結果可發現，我國民眾在運動服務，以及運動穿戴裝置、運動用品等消費持續成長；而在本次質化研究結果可知，受到新冠肺炎疫情影響，也刺激業者思考新的多元經營模式如線上課程等，以因應消費者運動需求，多數業者也表示，運動服務與科技結合為未來的發展趨勢。

除此之外，在焦點團體座談會中，亦有業者指出，運動產業乃屬於知識產業，為因應未來高齡化社會的發展，以及促進國民健康，業者在人才培訓、課程研發、運動設施等各方面，都應該持續的投入研發經費，希望在整個運動產業的知識研發上能夠獲得政府更多的支持。體育署為因應高齡化社會的來臨，打造適合長者的運動環境，近年來致力於推動銀髮族運動樂活計畫、銀髮族運動指導班、縣市社區體適能促進年度計畫等，以提升長者運動參與意識與知能，並提供多元的運動參與機會。

而除了上述的推廣措施外，未來亦可考慮針對國內業者提出運動服務創新補助方案，鼓勵業者持續投入運動服務、運動課程、健康促進等領域之研發，透過專案補助方式給予業者協助，由業者自行規劃未來運動服務創新發展方向及內容，訂定具體可行計畫，邀集運動產業領域專家學者進行審核，待審查核可後，業者即可獲得一定比例的資金支援，並在規定時程內進行驗收，檢視是否達成預期效益，以協助運動產業業者推動創新研發，持續促進運動產業發展。

參考文獻

- Ausplay (2020). Early impact of COVID-19 on sport and physical activity participation Retrieved from https://www.clearinghouseforsport.gov.au/_data/assets/pdf_file/0011/975530/AusPlay-Focus-Early-Impact-of-COVID-19_Final.pdf
- Australian Sports Commission (2018) SPORT 2030. Retrieved from https://www.sportaus.gov.au/_data/assets/pdf_file/0005/677894/Sport_2030_-_National_Sport_Plan_-_2018.pdf
- Department for Education, Department for Digital, Culture, Media & Sport, and Department of Health and Social Care (2019). School sport and activity action plan. GOV.UK. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/school-sport-and-activity-action-plan>
- EMSI BURNING GLASS (2020). The Economic Impact of COVID-19 on US Sports. Retrieved from <https://www.economicmodeling.com/2020/05/28/the-economic-impact-of-covid-19-on-us-sports-up-to-92-6k-lost-every-minute/>
- McKinsey & Company (2020). Perspective on the Sporting Goods Industry post-COVID-19: Trends, challenges & opportunities. Retrieved from http://www.sports.org.tw/e-news/2020/0721/20200708_Perspective%20on%20the%20Sporting%20Goods%20Industry%20post%20COVID-19_Webinar_Morning%20Session_FINAL.pdf
- RXBAR (2020). The Evolution of Exercise. Retrieved from <https://www.prnewswire.co.uk/news-releases/the-evolution-of-exercise-818720713.html>



- Sport England (2021). Active Lives Adult Survey November 2019/20 Report. Retrieved from <https://sportengland-production-files.s3.eu-west-2.amazonaws.com/s3fs-public/2021-04/Active%20Lives%20Adult%20November%202019-20%20Report.pdf?VersionId=OjWdwCLnI3dNgDwp3X4ukcODJIDVG7Kd>
- Sport Singapore (2018). Vision 2030. Retrieved from <https://www.sportsingapore.gov.sg/about-us/vision-2030>
- Sport Singapore (2020). About ActiveSG. Retrieved from <https://www.myactivesg.com/about-activesg/membership>
- Sport Singapore (2020). Reimagine Play - Play Inclusive 2020. Retrieved from <https://www.sportsingapore.gov.sg/newsroom/media-releases/2020/reimagine-play---play-inclusive-2020>
- Sporting Schools (2019). Australian Sports Commission Retrieved from <https://www.sportaus.gov.au/schools>
- Statista (2020). Coronavirus: impact on the sports industry worldwide. Retrieved from <https://ncs4.usm.edu/pdf/covid-resources/statista-impact.pdf>
- Suncorp (2017). Team Girls Retrieved from <https://www.suncorp.com.au/about-us/partnerships/teamgirls.html>
- UK Sport (2021). Strategic Plan 2021-31. Retrieved from <https://www.uksport.gov.uk/about-us/strategic-plan>
- 人民網 (2020) 。全民健身信息服務平台正式上線 。檢自：
<http://sports.people.com.cn/jianshen/BIG5/n1/2020/0808/c150958-31815495.html>

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2020)。2020 年スポーツマーケティング基礎調査。檢自：

https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2020/10/news_release_201027.pdf

中国体育用品业联合会 (2020)。2020 年大众健身行为和消费研究报告。檢自：<https://cn.csgf.org.cn/hysj/5307.html>

中國政府網(2016)。国务院关于印发全民健身计划(2016—2020 年) 的通知。檢自：

http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-06/23/content_5084564.htm

中國政府網 (2018)。国务院办公厅关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见。檢自：

http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-12/21/content_5350734.htm

中國政府網 (2019)。国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见。檢自：

http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/17/content_5430555.htm

中華人民共和國香港特別行政區(2020)。行政長官 2020 年施政報告。檢自：<https://www.policyaddress.gov.hk/2020/chi/pdf/PA2020.pdf>

文部科学省スポーツ庁 (2016)。Special プロジェクト 2020 構想。檢自：

https://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/28/12/_icsFiles/afieldfile/2016/12/19/1380729_02.pdf

文部科学省スポーツ庁 (2017)。第 2 期スポーツ基本計画。檢自：

http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/detail/_icsFiles/afieldfile/2017/04/14/jsa_kihon02_slide.pdf

文部科学省スポーツ庁 (2020)。Sport in Life プロジェクト。檢自：

<https://sportinlife.go.jp/>



文部科学省スポーツ庁 (2020)。ここスポ。檢自：

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop05/list/jsa_00038.html

文部科学省スポーツ庁 (2020)。新型コロナウイルス経済対策 スポーツ団体・個人向け支援策・お問合せ一覧。檢自：

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/detail/jsa_00008.html

王芊凌 (2020)。韓國 112 人因健身課程染疫！研究：環境潮濕、溫暖更容易傳播。Heho 健康。檢自：

<https://heho.com.tw/archives/82894>

田孟心 (2021)。在自家浴缸的遠距游泳課？英國疫情下的虛擬運動有多熱門。天下雜誌。檢自：<https://www.cw.com.tw/article/5109857>

立法會民政事務委員會 (2018)。「體育盛事配對資助計劃」和「地區體育活動資助計劃」。檢自：

<https://www.legco.gov.hk/yr17-18/chinese/panels/ha/papers/ha20180625cb2-1635-4-c.pdf>

立法會民政事務委員會 (2019)。香港體育發展。檢自：

<https://www.legco.gov.hk/yr18-19/chinese/panels/ha/papers/ha20190527cb2-1500-5-c.pdf>

立法會民政事務委員會 (2020)。「體育資助計劃」檢討及體育總會的管治。檢自：

<https://www.legco.gov.hk/yr19-20/chinese/panels/ha/papers/ha20200713cb2-1317-3-c.pdf>

李世珍、黃彥璋 (2021)。新冠疫情期間政府輔導運動產業振興政策成效。國民體育季刊，第 251 期。

国家体育总局 (2020)。体育总局关于开展 2020 年“全民健身日”活动的通知。檢自：

<https://www.sport.gov.cn/n315/n20001395/c20007845/content.html>

林博泰。(2020)。台灣運動彩券於新冠疫情之因應策略。

首爾台灣貿易中心 (2021)。運動型態改變 疫情延燒 重創韓國運動
休閒產業。經貿透視雙周刊，第 561 期。

香港特別行政區政府統計處 (2021)。住戶開支統計調查。檢自：

https://www.censtatd.gov.hk/tc/page_16.html

教育部體育署 (2020)。109 年運動現況調查報告。

經濟產業省 (2021)。Go To イベント。檢自：<https://gotoevent.go.jp/>

문화체육관광부 (2020a)。코로나 19 피해 스포츠산업 200 억 원
특별 융자 등 지원。문화체육관광부。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=17844&pMenuCD=0302000000

문화체육관광부 (2020b)。코로나 19 피해 스포츠산업에 약 400 억
원 추가 지원。문화체육관광부。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18039&pMenuCD=0302000000

문화체육관광부 (2020c)。2020 년 생활체육 참여율 60.1%,
코로나 19 영향으로 전년 대비 6.5%포인트 감소。
문화체육관광부。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18588

문화체육관광부 (2021)。2019 체육백서。문화체육관광부。Retrieved
from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1527&pDataCD=0417000000&pType=07



附錄一、問卷百分比



109 年度我國民眾運動消費支出調查問卷

先生/小姐您好：

我們這裡是台灣趨勢研究，目前接受教育部體育署的委託，正在進行我國民眾運動消費支出訪問。訪問結果將做為未來政策擬定的參考。麻煩耽誤您一點時間，請教幾個問題，謝謝您的協助！

主辦單位：教育部體育署

承辦單位：台灣趨勢研究股份有限公司

篩選題

Q1.請問，您現在幾歲？【未滿 13 歲者，請結束訪問】

- 8.4% (1) 13-19 歲
- 16.6% (2) 20-29 歲
- 18.6% (3) 30-39 歲
- 20.2% (4) 40-49 歲
- 19.5% (5) 50-59 歲
- 16.7% (6) 60-69 歲

Q2.請問，您目前居住在哪一個縣市？

- | | |
|---------------|----------------|
| 1.6% (1) 基隆市 | 1.1% (12) 嘉義市 |
| 10.6% (2) 臺北市 | 2.1% (13) 嘉義縣 |
| 17.5% (3) 新北市 | 8.0% (14) 臺南市 |
| 9.7% (4) 桃園市 | 11.8% (15) 高雄市 |
| 1.9% (5) 新竹市 | 3.5% (16) 屏東縣 |
| 2.4% (6) 新竹縣 | 0.9% (17) 臺東縣 |
| 2.3% (7) 苗栗縣 | 1.4% (18) 花蓮縣 |
| 12.1% (8) 臺中市 | 1.9% (19) 宜蘭縣 |
| 5.3% (9) 彰化縣 | 0.5% (20) 澎湖縣 |
| 2.1% (10) 南投縣 | 0.6% (21) 金門縣 |
| 2.8% (11) 雲林縣 | 0.1% (22) 連江縣 |

運動服務消費支出

說明：接下來我們所提到的運動消費支出，是指您個人支付的各項運動消費支出，包含您幫別人支付的費用，例如：幫小孩、父母親、男女朋友等親朋好友所支付的費用，但是別人幫您支付的費用不算在內；用動滋券支付的金額不計算在內。而運動項目包含球類、戶外運動、健身房、舞蹈、養身、技擊運動及棋藝等心智運動。

一、參與性運動消費

Q3. 首先，想請問您在去年(109 年)有沒有下列運動消費支出？【可複選，請讀出以下選項】

- 12.8% (1) **運動課程費**：包括運動教學及場地設備的費用，且兩者金額無法區隔者，例如：運動課程、運動夏令營【需問 Q4】
- 3.9% (2) **單純運動指導教學費**：運動時所繳交之指導教學費用，不包含場地設備費、入場費、會員費等【需問 Q5】
- 25.8% (3) **入場費、會員費、場地設備出租費**：主要指運動時所繳交之場地及設備費用，例如運動中心、俱樂部、健身房、游泳池等的入場費、會員費或場地設備出租費【需問 Q6】
- 4.6% (4) **繳錢參加運動社團**：例如加入球隊、登山社等，但不包括加入運動中心、運動俱樂部，有加入運動社團但沒繳錢者不算【需問 Q7】
- 5.8% (5) **參加運動比賽衍生費用**：包括報名費、交通費、餐飲費、住宿費及其他相關費用，有參加運動比賽，但無相關衍生費用者不算【需問 Q8】
- 61.7% (6) **沒有支出**【跳問 Q9】



說明：以下詢問各項參與性運動消費項目與金額，請確認受訪者回答的金額是當年(109 年)花費一整年的費用；如果受訪者回答的是月費、季費或每次繳納的費用，務必追問當年繳納的次數再加總紀錄。

[若 Q3=1，需問 Q4]

Q4.您剛剛提到的 109 年運動課程花費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

24.4%	游泳	平均金額：3,459 元
20.7%	瑜珈	平均金額：3,735 元
14.8%	上健身房	平均金額：7,539 元
7.6%	有氧舞蹈	平均金額：3,282 元
7.1%	羽球	平均金額：3,775 元
4.2%	桌球	平均金額：4,217 元
3.2%	體適能運動	平均金額：3,834 元
3.0%	籃球	平均金額：5,233 元
2.1%	直排輪	平均金額：3,687 元
2.1%	足球	平均金額：6,088 元

[若 Q3=2，需問 Q5]

Q5.您剛剛提到的 109 年單純運動指導教學費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

33.9%	上健身房	平均金額：4,297 元
14.0%	游泳	平均金額：1,755 元
11.2%	瑜珈	平均金額：1,307 元
7.0%	羽球	平均金額：3,010 元
5.4%	體適能運動	平均金額：1,769 元
5.1%	桌球	平均金額：2,594 元
4.5%	有氧舞蹈	平均金額：2,357 元
3.0%	籃球	平均金額：1,903 元
2.0%	太極拳	平均金額：1,242 元
1.9%	直排輪	平均金額：1,647 元

[若 Q3=3，需問 Q6]

Q6.您剛剛提到的 109 年入場費、會員費、場地設備出租費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

41.1%	上健身房	平均金額：2,781 元
27.9%	游泳	平均金額：993 元
21.0%	自行車	平均金額：304 元
9.6%	羽球	平均金額：1,092 元
2.3%	桌球	平均金額：813 元
2.0%	籃球	平均金額：927 元
1.6%	高爾夫球	平均金額：5,688 元
1.2%	網球	平均金額：2,081 元
1.0%	保齡球	平均金額：611 元
0.7%	棒球	平均金額：573 元

[若 Q3=4，需問 Q7]

Q7.您剛剛提到的 109 年運動社團花費，請問大約多少錢？

運動社團花費：1,869 元

[若 Q3=5，需問 Q8]

Q8.您剛剛提到 109 年參加運動比賽所衍生的報名費、交通費、餐飲費、住宿費及其他與比賽相關費用，請問總共大約多少錢？

參加運動比賽相關花費：5,176 元

二、觀賞性運動消費

Q9.請問，您 109 年有沒有花錢買票看運動比賽？

- 4.8% (1) 有，看國內賽事【需問 Q10】
95.2% (2) 沒有【跳問 Q13】

Q10.請問，您 109 年花錢看哪幾項國內運動比賽，費用各是多少？

86.5%	棒球	平均金額：664 元
18.0%	籃球	平均金額：534 元
0.2%	街舞	平均金額：1,200 元

Q11.除了門票外，您 109 年因為看運動比賽而衍生的交通費、餐飲費、住宿費及其他相關費用，總共大約多少錢？【若有去看比賽，但沒有花任何錢，請填 0 元】
觀賞運動比賽衍生費用：874 元
Q12.請問，您 109 年，有沒有購買、付費訂閱下列媒體來觀賞運動？【可複選，讀出選項】【可複選，請讀出以下選項】
1.6% (1) 為了看體育新聞而購買報紙【續問 Q13】 0.9% (2) 運動雜誌【續問 Q13】 1.5% (3) 額外訂閱有線/衛星電視運動頻道【續問 Q13】 2.3% (4) 為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視【續問 Q13】 0.0% (5) 其他媒體，請說明：_____【續問 Q13】 94.1% (6) 都沒有【跳問 Q14】
Q13.您剛剛提到，109 年因觀賞運動賽事購買、付費訂閱媒體的支出，請問大約多少錢？
運動媒體支出費用：2,916 元

大型運動賽事衍生運動消費支出

Q14.請問您 109 年有沒有因為參加或觀賞下列大型運動賽事而有衍生的消費支出，包括餐飲費、住宿費、交通費、報名費及其他相關費用？【可複選，讀出選項】
0.2% (1) 全民運動會，上述費用總計大約花費多少？2,409 元 0.3% (2) 全國大專校院運動會，上述費用總計大約花費多少？474 元 0.3% (3) 全國中等學校運動會，上述費用總計大約花費多少？925 元 0.04% (4) 其他，上述費用總計大約花費多少？1,868 元 99.2% (5) 沒有

運動彩券支出

Q15.請問，您 109 年有沒有購買運動彩券？
10.8% (1) 有台灣運動彩券支出，金額：6,014 元 89.2% (1) 都沒有

運動裝備消費支出

Q16.請問，您 109 年有沒有花錢購買運動服？

30.1% (1) 有，運動服金額：4,713 元

69.9% (2) 沒有

Q17.請問，您 109 年有沒有花錢購買運動鞋？

23.7% (1) 有，運動鞋金額：2,439 元

76.3% (2) 沒有

Q18.請問，您 109 年有沒有花錢購買運動穿戴裝置？（如運動手錶、手環、智能衣、心率帶等）

8.3% (1) 有，運動穿戴裝置金額：733 元

91.7% (2) 沒有

Q19.請問，您 109 年有沒有花錢購買及維修運動用品與器材？

16.1% (1) 有，運動用品與器材金額：7,166 元

83.9% (2) 沒有

Q20.請問，您 109 年有沒有使用運動軟體產品，例如：手機或平板電腦的運動學習、運動記錄 APP 等（備註：運動遊戲軟體不算）？有沒有付費購買？

17.3% (1) 有【續問 Q22】

82.7% (2) 沒有【跳問 Q23】

Q21.請問您使用的運動軟體產品需不需要花錢，包含下載或使用軟體額外功能的費用？

7.1% (1) 需要，請問 109 年大約花費多少？633 元

92.9% (2) 不需要

電 競 消 費 支 出

四、電競消費支出

Q22.請問，您 109 年有沒有電競的相關支出？

(此處的電競遊戲指近年主要國際大型電競賽事比賽項目，包括英雄聯盟、傳說對決、鬥陣特攻、爐石戰記、星海爭霸 2、DOTA2、A.V.A 戰地之王、NBA 2K18、絕地求生、戰車世界、皇室戰爭、世界足球競賽 2018、決勝時刻、鐵拳 7、快打旋風 5、拳皇 XIV 等)

2.2% (1) 有，金額：1,934 元

97.8% (2) 沒有【跳問 Q24】

Q23.請問您有哪些電競的相關消費支出？

64.6% (1) 軟體產品，大約花費多少？836 元

43.4% (2) 硬體設備，大約花費多少？3,043 元

0.0% (3) 課程費用，大約花費多少？

6.1% (4) 入場費、會員費、場地設備出租費，大約花費多少？661 元

0.0% (5) 社團費，大約花費多少？

0.4% (6) 參加比賽費用，大約花費多少？1,000 元

2.3% (7) 觀賞電競比賽門票費，大約花費多少？952 元

1.9% (8) 觀賞電競比賽衍生費用，大約花費多少？435 元

0.0% (9) 其他，請說明：_____

新 冠 肺 炎 的 影 響

Q24.請問，因為新冠肺炎疫情，您 109 年的運動消費金額，與 108 年相比是增加，持平或減少？

28.1% (1) 增加

40.2% (2) 持平

31.7% (3) 減少

基本資料

Q25.性別【訪員自行勾選】

- 49.9% (1) 男性
50.1% (2) 女性

Q26.請問，您的教育程度是？

- 2.6% (1) 國小及以下
6.6% (2) 國（初）中
24.7% (3) 高中（職）
54.2% (4) 專科或大學
11.9% (5) 研究所及以上

Q27.請問，您的就業情形是？

- 6.4% (1) 軍公教
2.3% (2) 民意代表、主管及經理人員
6.2% (3) 自營業者
13.2% (4) 專業白領工作者（律師/會計師/醫師/工程師/技術員/助理專業人員）
23.6% (5) 一般白領工作者（文書/行政/會計/出納/服務工作人員/售貨員）
10.4% (6) 藍領工作者（工人/作業員/送貨員/司機/農林漁牧生產者）
9.3% (7) 家務管理
14.6% (8) 學生
3.0% (9) 無業/待業中
11.0% (10) 退休
0.0% (11) 其他，請說明_____

Q28.請問，您個人每個月的收入大約是多少？

- 21.2% (1) 無收入
28.1% (2) 30,000 元以下
34.1% (3) 30,000~59,999 元
10.9% (4) 60,000~99,999 元
4.2% (5) 100,000 元以上
1.4% (6) 拒答/不知道

Q29.請問，您平均每月運動次數為何？

- 22.6% (1) 平均一個月運動不到一次
19.6% (2) 每月 1~3 次
22.3% (3) 每月 4~8 次
9.0% (4) 每月 9~12 次
26.6% (5) 每月 12 次以上

訪問結束，謝謝您的協助



運動項目代碼表

(000)球類運動

(001)籃球	(002)羽球	(003)棒球	(004)桌球
(005)排球	(006)網球	(007)壘球	(008)高爾夫球
(009)保齡球	(010)撞球	(011)足球	(012)躲避球
(013)槌球/木球	(014)手球	(015)板球	(016)橄欖球/美式足球
(017)壁球/迴力球	(018)曲棍球	(019)柔力球	(020)巧固球
(021)合球	(022)高智爾球		

(099)其他球類運動，請說明：_____ (0991)其他球類運動花費：_____

(100)戶外運動

(101)散步/走路	(102)爬山	(103)跑步/慢跑	(104)馬拉松
(105)健走	(106)釣魚	(107)賽車	(108)射箭
(109)飛盤	(110)騎馬	(111)狩獵/射擊	(112)漆彈
(113)溜冰	(114)滑草	(115)野外定向	(116)攀岩
(117)田徑	(118)競走	(119)拉單槓	(120)雙槓
(121)滑板	(122)拔河	(123)自行車	(124)極限單車
(125)直排輪	(126)極限直排輪	(127)滑雪	(128)蛇板
(129)獨輪車	(130)鐵人三項		

(199)其他戶外運動，請說明：_____ (1991)其他戶外運動花費：_____

(200)民俗性運動

(201)放風箏	(202)扯鈴	(203)踢毽子	(204)踩高蹺
(205)溜溜球	(206)呼拉圈	(207)跳繩	

(299)其他民俗性運動，請說明：_____ (2991)其他民俗性運動花費：_____

(300)舞蹈運動

(301)土風舞	(302)方塊舞	(303)民族舞蹈	(304)國標/社交舞
(305)韻律舞	(306)街舞	(307)有氧舞蹈	(308)體操/啦啦隊
(309)肚皮舞	(310)芭蕾舞	(311)拉丁舞	(312)踢踏舞
(313)爵士舞	(314)扇子舞	(315)幼兒律動	(316)排舞
(317)流行舞蹈	(318)日本舞蹈	(319)現代舞	(320)印度舞
(321)佛朗明哥舞			

(399)其他舞蹈運動，請說明：_____ (3991)其他舞蹈運動花費：_____

(400)養身運動

- | | | | |
|-----------|----------|-----------|----------|
| (401)氣功 | (402)太極拳 | (403)國術 | (404)防身術 |
| (405)內外丹功 | (406)太極劍 | (407)香功 | (408)易經操 |
| (409)五行操 | (410)法輪功 | (411)回春操 | (412)伸展操 |
| (413)禪功 | (414)瑜珈 | (415)皮拉提斯 | (416)元極舞 |
| (417)經絡拳 | (418)八極拳 | | |
- (499)其他養身運動，請說明：_____ (4991)其他養身運動花費_____

(500)技擊運動

- | | | | |
|----------|----------|----------|-------------|
| (501)跆拳道 | (502)柔道 | (503)拳擊 | (504)合氣道 |
| (505)空手道 | (506)劍道 | (507)相撲 | (508)西洋劍/擊劍 |
| (509)摔角 | (510)詠春拳 | (511)八段錦 | (512)格鬥 |
| (513)泰拳 | (514)角力 | (515)搏擊 | (516)柔術 |
| (517)截拳道 | (518)散打 | | |
- (599)其他技擊運動，請說明：_____ (5991)其他技擊運動花費_____

(600)水中暨水上運動

- | | | | |
|-----------|----------|------------|-------------|
| (601)游泳 | (602)潛水 | (603)衝浪 | (604)划船/划艇 |
| (605)滑水 | (606)獨木舟 | (607)划龍舟 | (608)帆船/風帆船 |
| (609)風浪板 | (610)跳水 | (611)水上摩托車 | (612)泛舟 |
| (613)水中有氧 | (614)溯溪 | (615)水球 | |
- (699)其他水中暨水上運動，請說明：_____ (6991)其他水中暨水上運動花費：_____

(700)空中運動

- | | | | |
|----------|--------------|----------|----------|
| (701)拖曳傘 | (702)滑翔翼 | (703)飛行傘 | (703)熱氣球 |
| (705)跳傘 | (706)懸掛式滑翅運動 | | |
- (799)其他空中運動，請說明：_____ (7991)其他空中運動花費：_____

(800)健身房運動

- | | | |
|------------|---------------|-----------|
| (801)上健身房 | (802)在家使用健身器材 | (803)飛輪有氧 |
| (804)體適能運動 | (805)TRX 懸吊訓練 | |
- (899)其他健身房運動，請說明：_____ (8991)其他健身房運動花費：_____

(900)心智運動

- | | | | |
|---------|----------|---------|---------|
| (901)圍棋 | (902)西洋棋 | (903)橋牌 | (904)疊杯 |
|---------|----------|---------|---------|
- (999)其他心智運動，請說明：_____ (9991)其他心智運動，請說明：_____

附錄二、附表³³

³³本調查之抽樣設計係以全國整體代表性為主要考量，致難以全面兼顧個別縣市的代表性，部分縣市樣本數有限，應用時應考量抽樣誤差，而且據以排名或比較均不具嚴謹統計意義，使用時應多加留意。此外，此處所指運動消費支出主要指該項運動費用支付者，和使用者不盡相同。

附表 1 請問，您在 109 年有沒有下列運動消費支出？【可複選】

單位：人；%

	人數	運動課程	單純運動教學	運動指導費	會場、場地、設備、入場費、人員設置費	繳錢參加運動社團	運動比賽、參加衍生活動	沒有支出
總次數	17,498	2,240	682	4,514	805	1,015	10,796	
總百分比		12.8	3.9	25.8	4.6	5.8	61.7	
性別								
男性	8,727	8.7	3.2	29.8	5.7	6.8	60.6	
女性	8,771	16.9	4.5	21.8	3.5	4.9	62.8	
年齡								
13-19 歲	1,468	4.6	1.1	21.5	2.7	4.3	72.8	
20-29 歲	2,899	7.2	3.0	34.4	2.7	8.1	57.4	
30-39 歲	3,260	15.1	5.4	29.4	3.0	5.2	57.1	
40-49 歲	3,540	23.3	5.8	29.1	6.7	8.0	52.4	
50-59 歲	3,404	12.8	3.4	22.7	5.3	5.7	63.4	
60-69 歲	2,927	7.2	2.4	15.1	5.5	2.5	75.2	
居住縣市								
基隆市	278	12.1	2.8	22.6	4.0	4.9	63.8	
臺北市	1,862	15.3	5.3	35.9	5.4	7.0	52.3	
新北市	3,055	14.2	4.7	30.4	5.0	6.3	57.2	
桃園市	1,696	13.8	3.9	29.3	4.6	6.1	56.9	
新竹市	327	11.5	3.6	24.1	4.6	5.7	64.1	
新竹縣	415	10.3	2.4	20.2	3.5	5.2	68.5	
苗栗縣	398	9.5	2.0	17.4	3.6	4.6	72.3	
臺中市	2,110	14.6	4.1	25.4	4.6	5.9	60.2	
彰化縣	929	11.1	3.6	20.3	4.5	5.6	69.9	
南投縣	362	9.7	2.3	16.9	3.3	4.8	71.8	
雲林縣	493	9.4	1.7	18.1	3.5	4.7	71.0	
嘉義市	196	10.1	2.8	19.8	4.0	5.1	67.8	
嘉義縣	368	9.0	2.1	15.3	3.8	4.2	72.3	
臺南市	1,396	12.7	3.6	25.0	4.8	5.9	62.3	
高雄市	2,072	13.4	4.5	25.5	4.7	6.0	61.0	
屏東縣	608	8.7	2.3	18.7	3.9	4.9	70.6	
臺東縣	160	8.4	2.1	16.8	3.2	4.7	72.9	
花蓮縣	240	8.6	2.3	17.4	3.3	4.8	71.0	
宜蘭縣	334	10.6	3.5	20.6	4.1	5.8	67.2	
澎湖縣	79	7.7	2.0	14.5	2.8	3.3	77.0	
金門縣	110	7.3	1.6	13.7	2.4	3.1	77.6	
連江縣	10	6.5	1.6	12.3	2.1	2.6	78.4	

	人數	運動課程	單純運動指導費	入場費、會場費、場地費、設備費	繳錢參加運動社團	參加運動比賽費	沒有支出
教育程度							
國小及以下	448	4.4	1.7	3.6	0.6	0.7	89.8
國（初）中	1,158	4.0	0.2	8.8	1.7	2.2	85.6
高中職	4,327	6.9	2.2	17.8	3.5	3.3	73.7
大學、專科	9,489	15.0	4.5	29.5	5.0	6.8	56.4
研究所及以上	2,076	22.0	6.8	39.7	7.1	9.6	42.1
就業情形							
軍公教	1,122	18.0	3.8	28.4	5.8	11.3	53.2
民意代表、主管及經理人員	410	22.1	9.8	33.4	12.9	10.4	43.1
自營業者	1,092	14.0	4.9	27.6	5.3	7.0	58.0
專業白領工作者	2,302	16.3	6.8	36.2	6.3	7.4	48.8
一般白領工作者	4,135	17.4	4.7	29.2	4.4	6.0	56.7
藍領工作者	1,811	8.4	1.7	14.7	1.7	3.1	76.9
家務管理	1,625	15.5	3.7	18.2	2.9	2.8	66.6
學生	2,559	5.0	1.4	29.2	4.2	7.7	63.9
無業/待業中	517	6.1	1.8	16.5	1.2	1.9	79.8
退休	1,925	7.2	2.7	16.7	5.3	2.5	73.2
個人每月收入							
無收入	3,711	7.3	1.5	19.4	2.7	4.1	72.6
30,000 元以下	4,913	9.0	2.7	21.8	3.4	4.0	69.0
30,000~59,999 元	5,974	15.7	5.2	29.1	4.0	6.6	56.3
60,000~99,999 元	1,913	19.6	5.6	34.4	10.5	9.5	47.1
100,000 元以上	740	26.3	9.3	38.2	11.3	10.6	38.6
拒答/不知道	247	8.7	0.7	18.9	1.1	7.2	70.9
平均每月運動次數							
平均一個月運動不到一次	3,954	5.3	1.1	8.2	0.9	0.9	86.7
每月 1~3 次	3,428	11.1	2.4	24.9	3.4	3.7	64.3
每月 4~8 次	3,895	17.2	6.5	33.3	6.4	6.9	49.8
每月 9~12 次	1,572	18.7	5.6	39.3	5.3	9.2	46.2
每月 12 次以上	4,649	14.7	4.5	30.6	6.8	9.6	53.9

註：請參考原始問卷 Q3。

附表 2 請問在 109 年，您有沒有運動課程消費支出？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	2,240	15,258
總百分比	100	12.8	87.2
*性別			
男性	8,727	8.7	91.3
女性	8,771	16.9	83.1
*年齡			
13-19 歲	1,468	4.6	95.4
20-29 歲	2,899	7.2	92.8
30-39 歲	3,260	15.1	84.9
40-49 歲	3,540	23.3	76.7
50-59 歲	3,404	12.8	87.2
60-69 歲	2,927	7.2	92.8
*居住縣市			
基隆市	278	12.1	87.9
臺北市	1,862	15.3	84.7
新北市	3,055	14.2	85.8
桃園市	1,696	13.8	86.2
新竹市	327	11.5	88.5
新竹縣	415	10.3	89.7
苗栗縣	398	9.5	90.5
臺中市	2,110	14.6	85.4
彰化縣	929	11.1	88.9
南投縣	362	9.7	90.3
雲林縣	493	9.4	90.6
嘉義市	196	10.1	89.9
嘉義縣	368	9.0	91.0
臺南市	1,396	12.7	87.3
高雄市	2,072	13.4	86.6
屏東縣	608	8.7	91.3
臺東縣	160	8.4	91.6
花蓮縣	240	8.6	91.4
宜蘭縣	334	10.6	89.4
澎湖縣	79	7.7	92.3
金門縣	110	7.3	92.7
連江縣	10	6.5	93.5
*教育程度			
國小及以下	448	4.4	95.6
國（初）中	1,158	4.0	96.0

	人數	有	沒有
高中職	4,327	6.9	93.1
大學、專科	9,489	15.0	85.0
研究所及以上	2,076	22.0	78.0
*就業情形			
軍公教	1,122	18.0	82.0
民意代表、主管及經理人員	410	22.1	77.9
自營業者	1,092	14.0	86.0
專業白領工作者	2,302	16.3	83.7
一般白領工作者	4,135	17.4	82.6
藍領工作者	1,811	8.4	91.6
家務管理	1,625	15.5	84.5
學生	2,559	5.0	95.0
無業/待業中	517	6.1	93.9
退休	1,925	7.2	92.8
*個人每月收入			
無收入	3,711	7.3	92.7
30,000 元以下	4,913	9.0	91.0
30,000~59,999 元	5,974	15.7	84.3
60,000~99,999 元	1,913	19.6	80.4
100,000 元以上	740	26.3	73.7
拒答/不知道	247	8.7	91.3
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	5.3	94.7
每月 1~3 次	3,428	11.1	88.9
每月 4~8 次	3,895	17.2	82.8
每月 9~12 次	1,572	18.7	81.3
每月 12 次以上	4,649	14.7	85.3

註：請參考原始問卷 Q3。

附表 3 您剛剛提到的 109 年運動課程花費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
游泳	24.36%	3,459
瑜珈	20.67%	3,735
上健身房	14.85%	7,539
有氧舞蹈	7.63%	3,282
羽球	7.11%	3,775
桌球	4.17%	4,217
體適能運動	3.24%	3,834
籃球	3.00%	5,233
直排輪	2.14%	3,687
足球	2.06%	6,088
芭蕾舞	1.97%	7,848
跆拳道	1.91%	8,068
街舞	1.63%	3,326
流行舞蹈	1.39%	3,688
網球	1.30%	6,703
棒球	1.27%	2,377
太極拳	1.20%	2,222
韻律舞	1.20%	2,465
圍棋	1.11%	6,731
飛輪有氧	0.98%	3,776
排舞	0.95%	1,683
TRX 懸吊訓練	0.66%	4,878
國標/社交舞	0.64%	3,859
高爾夫球	0.56%	17,287
體操/啦啦隊	0.55%	3,801
拳擊	0.47%	3,405
土風舞	0.46%	840
現代舞	0.38%	5,904
排球	0.37%	3,074
民族舞蹈	0.36%	3,725
伸展操	0.34%	1,183
氣功	0.29%	1,863
皮拉提斯	0.24%	4,546
幼兒律動	0.23%	4,255
溜冰	0.22%	2,060
獨木舟	0.18%	2,300
肚皮舞	0.17%	2,922
扯鈴	0.15%	939
滑板	0.14%	7,269
國術	0.13%	4,006
潛水	0.12%	3,859

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
佛朗明哥舞	0.12%	7,467
攀岩	0.11%	1,057
田徑	0.11%	1,294
詠春拳	0.11%	2,338
格鬥	0.11%	4,600
壁球/迴力球	0.11%	1,800
爵士舞	0.09%	4,822
保齡球	0.09%	2,300
騎馬	0.09%	10,000
空手道	0.09%	3,600
健走	0.08%	3,700
踢踏舞	0.08%	6,000
元極舞	0.08%	500
壘球	0.07%	3,700
跑步/慢跑	0.07%	2,336
板球	0.05%	1,200
漆彈	0.05%	1,600
搏擊	0.03%	9,200
拉丁舞	0.03%	3,121
極限單車	0.03%	15,000
柔力球	0.02%	1,800
爬山	0.02%	2,300
印度舞	0.02%	2,300
溯溪	0.01%	3,700
自行車	0.01%	2,300

註：請參考原始問卷 Q4。

附表 4 請問在 109 年，您有沒有單純運動指導教學費支出？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	682	16,816
總百分比	100	3.9	96.1
*性別			
男性	8,727	3.2	96.8
女性	8,771	4.5	95.5
*年齡			
13-19 歲	1,468	1.1	98.9
20-29 歲	2,899	3.0	97.0
30-39 歲	3,260	5.4	94.6
40-49 歲	3,540	5.8	94.2
50-59 歲	3,404	3.4	96.6
60-69 歲	2,927	2.4	97.6
*居住縣市			
基隆市	278	2.8	97.2
臺北市	1,862	5.3	94.7
新北市	3,055	4.7	95.3
桃園市	1,696	3.9	96.1
新竹市	327	3.6	96.4
新竹縣	415	2.4	97.6
苗栗縣	398	2.0	98.0
臺中市	2,110	4.1	95.9
彰化縣	929	3.6	96.4
南投縣	362	2.3	97.7
雲林縣	493	1.7	98.3
嘉義市	196	2.8	97.2
嘉義縣	368	2.1	97.9
臺南市	1,396	3.6	96.4
高雄市	2,072	4.5	95.5
屏東縣	608	2.3	97.7
臺東縣	160	2.1	97.9
花蓮縣	240	2.3	97.7
宜蘭縣	334	3.5	96.5
澎湖縣	79	2.0	98.0
金門縣	110	1.6	98.4
連江縣	10	1.6	98.4
*教育程度			
國小及以下	448	1.7	98.3
國（初）中	1,158	0.2	99.8

	人數	有	沒有
高中職	4,327	2.2	97.8
大學、專科	9,489	4.5	95.5
研究所及以上	2,076	6.8	93.2
*就業情形			
軍公教	1,122	3.8	96.2
民意代表、主管及經理人員	410	9.8	90.2
自營業者	1,092	4.9	95.1
專業白領工作者	2,302	6.8	93.2
一般白領工作者	4,135	4.7	95.3
藍領工作者	1,811	1.7	98.3
家務管理	1,625	3.7	96.3
學生	2,559	1.4	98.6
無業/待業中	517	1.8	98.2
退休	1,925	2.7	97.3
*個人每月收入			
無收入	3,711	1.5	98.5
30,000 元以下	4,913	2.7	97.3
30,000~59,999 元	5,974	5.2	94.8
60,000~99,999 元	1,913	5.6	94.4
100,000 元以上	740	9.3	90.7
拒答/不知道	247	0.7	99.3
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	1.1	98.9
每月 1~3 次	3,428	2.4	97.6
每月 4~8 次	3,895	6.5	93.5
每月 9~12 次	1,572	5.6	94.4
每月 12 次以上	4,649	4.5	95.5

註：請參考原始問卷 Q3。

附表 5 您剛剛提到的 109 年單純運動指導教學費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
上健身房	33.89%	4,297
游泳	14.02%	1,755
瑜珈	11.19%	1,307
羽球	7.01%	3,010
體適能運動	5.36%	1,769
桌球	5.09%	2,594
有氧舞蹈	4.53%	2,357
籃球	3.03%	1,903
太極拳	1.99%	1,242
直排輪	1.93%	1,647
街舞	1.82%	2,046
網球	1.55%	2,493
伸展操	1.43%	1,094
國標/社交舞	1.30%	4,281
足球	1.03%	3,248
高爾夫球	0.96%	6,959
氣功	0.82%	1,954
棒球	0.80%	785
流行舞蹈	0.70%	861
土風舞	0.65%	2,439
自行車	0.63%	2,238
TRX 懸吊訓練	0.53%	1,775
拳擊	0.47%	4,689
壘球	0.43%	700
韻律舞	0.42%	2,313
跆拳道	0.39%	5,362
排舞	0.36%	1,852
芭蕾舞	0.31%	700
空手道	0.31%	400
民族舞蹈	0.18%	6,000
體操/啦啦隊	0.15%	1,200
槌球/木球	0.11%	3,000
潛水	0.08%	2,093
拉丁舞	0.08%	3,600
散打	0.05%	1,000
衝浪	0.03%	800
獨輪車	0.004%	3,000

註：請參考原始問卷 Q5。

附表 6 請問在 109 年，您有沒有入場費、會員費、場地設備出租費支出？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	4,514	12,984
總百分比	100	25.8	74.2
*性別			
男性	8,727	29.8	70.2
女性	8,771	21.8	78.2
*年齡			
13-19 歲	1,468	21.5	78.5
20-29 歲	2,899	34.4	65.6
30-39 歲	3,260	29.4	70.6
40-49 歲	3,540	29.1	70.9
50-59 歲	3,404	22.7	77.3
60-69 歲	2,927	15.1	84.9
*居住縣市			
基隆市	278	22.6	77.4
臺北市	1,862	35.9	64.1
新北市	3,055	30.4	69.6
桃園市	1,696	29.3	70.7
新竹市	327	24.1	75.9
新竹縣	415	20.2	79.8
苗栗縣	398	17.4	82.6
臺中市	2,110	25.4	74.6
彰化縣	929	20.3	79.7
南投縣	362	16.9	83.1
雲林縣	493	18.1	81.9
嘉義市	196	19.8	80.2
嘉義縣	368	15.3	84.7
臺南市	1,396	25.0	75.0
高雄市	2,072	25.5	74.5
屏東縣	608	18.7	81.3
臺東縣	160	16.8	83.2
花蓮縣	240	17.4	82.6
宜蘭縣	334	20.6	79.4
澎湖縣	79	14.5	85.5
金門縣	110	13.7	86.3
連江縣	10	12.3	87.7
*教育程度			
國小及以下	448	3.6	96.4

附錄二、附表

	人數	有	沒有
國（初）中	1,158	8.8	91.2
高中職	4,327	17.8	82.2
大學、專科	9,489	29.5	70.5
研究所及以上	2,076	39.7	60.3
*就業情形			
軍公教	1,122	28.4	71.6
民意代表、主管及經理人員	410	33.4	66.6
自營業者	1,092	27.6	72.4
專業白領工作者	2,302	36.2	63.8
一般白領工作者	4,135	29.2	70.8
藍領工作者	1,811	14.7	85.3
家務管理	1,625	18.2	81.8
學生	2,559	29.2	70.8
無業/待業中	517	16.5	83.5
退休	1,925	16.7	83.3
*個人每月收入			
無收入	3,711	19.4	80.6
30,000 元以下	4,913	21.8	78.2
30,000~59,999 元	5,974	29.1	70.9
60,000~99,999 元	1,913	34.4	65.6
100,000 元以上	740	38.2	61.8
拒答/不知道	247	18.9	81.1
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	8.2	91.8
每月 1~3 次	3,428	24.9	75.1
每月 4~8 次	3,895	33.3	66.7
每月 9~12 次	1,572	39.3	60.7
每月 12 次以上	4,649	30.6	69.4

註：請參考原始問卷 Q3。

附表 7 您剛剛提到的入場費、會員費、場地設備出租費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
上健身房	41.14%	2,781
游泳	27.91%	993
自行車	20.95%	304
羽球	9.57%	1,092
桌球	2.27%	813
籃球	2.02%	927
高爾夫球	1.57%	5,688
網球	1.16%	2,081
保齡球	0.98%	611
棒球	0.69%	573
撞球	0.48%	818
排球	0.47%	807
爬山	0.38%	504
體適能運動	0.32%	540
有氧舞蹈	0.26%	1,340
排舞	0.23%	255
瑜珈	0.22%	718
攀岩	0.12%	273
壘球	0.11%	890
壁球/迴力球	0.08%	489
國標/社交舞	0.05%	1,246
飛輪有氧	0.05%	1,282
土風舞	0.05%	690
韻律舞	0.04%	1,000
槌球/木球	0.04%	418
印度舞	0.04%	900
TRX 懸吊訓練	0.04%	1,900
跑步/慢跑	0.03%	170
肚皮舞	0.03%	2,000
內外丹功	0.03%	200
溜冰	0.03%	200
極限單車	0.02%	30



附錄二、附表

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
足球	0.02%	1,598
氣功	0.01%	200
體操/啦啦隊	0.01%	1,000
柔力球	0.01%	2,400
太極拳	0.01%	400
衝浪	0.01%	1,000

註：請參考原始問卷 Q6。

附表8 請問，您在109年有沒有繳錢參加運動社團，例如加入球隊、登山社等，但不包括加入運動中心、運動俱樂部？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	805	16,693
總百分比	100	4.6	95.4
*性別			
男性	8,727	5.7	94.3
女性	8,771	3.5	96.5
*年齡			
13-19 歲	1,468	2.7	97.3
20-29 歲	2,899	2.7	97.3
30-39 歲	3,260	3.0	97.0
40-49 歲	3,540	6.7	93.3
50-59 歲	3,404	5.3	94.7
60-69 歲	2,927	5.5	94.5
*居住縣市			
基隆市	278	4.0	96.0
臺北市	1,862	5.4	94.6
新北市	3,055	5.0	95.0
桃園市	1,696	4.6	95.4
新竹市	327	4.6	95.4
新竹縣	415	3.5	96.5
苗栗縣	398	3.6	96.4
臺中市	2,110	4.6	95.4
彰化縣	929	4.5	95.5
南投縣	362	3.3	96.7
雲林縣	493	3.5	96.5
嘉義市	196	4.0	96.0
嘉義縣	368	3.8	96.2
臺南市	1,396	4.8	95.2
高雄市	2,072	4.7	95.3
屏東縣	608	3.9	96.1
臺東縣	160	3.2	96.8
花蓮縣	240	3.3	96.7
宜蘭縣	334	4.1	95.9
澎湖縣	79	2.8	97.2
金門縣	110	2.4	97.6
連江縣	10	2.1	97.9
*教育程度			
國小及以下	448	0.6	99.4

	人數	有	沒有
國（初）中	1,158	1.7	98.3
高中職	4,327	3.5	96.5
大學、專科	9,489	5.0	95.0
研究所及以上	2,076	7.1	92.9
*就業情形			
軍公教	1,122	5.8	94.2
民意代表、主管及經理人員	410	12.9	87.1
自營業者	1,092	5.3	94.7
專業白領工作者	2,302	6.3	93.7
一般白領工作者	4,135	4.4	95.6
藍領工作者	1,811	1.7	98.3
家務管理	1,625	2.9	97.1
學生	2,559	4.2	95.8
無業/待業中	517	1.2	98.8
退休	1,925	5.3	94.7
*個人每月收入			
無收入	3,711	2.7	97.3
30,000 元以下	4,913	3.4	96.6
30,000~59,999 元	5,974	4.0	96.0
60,000~99,999 元	1,913	10.5	89.5
100,000 元以上	740	11.3	88.7
拒答/不知道	247	1.1	98.9
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	0.9	99.1
每月 1~3 次	3,428	3.4	96.6
每月 4~8 次	3,895	6.4	93.6
每月 9~12 次	1,572	5.3	94.7
每月 12 次以上	4,649	6.8	93.2

註：請參考原始問卷 Q3。

**附表9 請問·您在109年有沒有參加運動比賽所衍生的費用·包括：
報名費、交通費、餐飲費、住宿費及其他與比賽相關費用等？**

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	1,015	16,483
總百分比	100	5.8	94.2
*性別			
男性	8,727	6.8	93.2
女性	8,771	4.9	95.1
*年齡			
13-19 歲	1,468	4.3	95.7
20-29 歲	2,899	8.1	91.9
30-39 歲	3,260	5.2	94.8
40-49 歲	3,540	8.0	92.0
50-59 歲	3,404	5.7	94.3
60-69 歲	2,927	2.5	97.5
*居住縣市			
基隆市	278	4.9	95.1
臺北市	1,862	7.0	93.0
新北市	3,055	6.3	93.7
桃園市	1,696	6.1	93.9
新竹市	327	5.7	94.3
新竹縣	415	5.2	94.8
苗栗縣	398	4.6	95.4
臺中市	2,110	5.9	94.1
彰化縣	929	5.6	94.4
南投縣	362	4.8	95.2
雲林縣	493	4.7	95.3
嘉義市	196	5.1	94.9
嘉義縣	368	4.2	95.8
臺南市	1,396	5.9	94.1
高雄市	2,072	6.0	94.0
屏東縣	608	4.9	95.1
臺東縣	160	4.7	95.3
花蓮縣	240	4.8	95.2
宜蘭縣	334	5.8	94.2
澎湖縣	79	3.3	96.7
金門縣	110	3.1	96.9
連江縣	10	2.6	97.4
*教育程度			
國小及以下	448	0.7	99.3

附錄二、附表

	人數	有	沒有
國（初）中	1,158	2.2	97.8
高中職	4,327	3.3	96.7
大學、專科	9,489	6.8	93.2
研究所及以上	2,076	9.6	90.4
*就業情形			
軍公教	1,122	11.3	88.7
民意代表、主管及經理人員	410	10.4	89.6
自營業者	1,092	7.0	93.0
專業白領工作者	2,302	7.4	92.6
一般白領工作者	4,135	6.0	94.0
藍領工作者	1,811	3.1	96.9
家務管理	1,625	2.8	97.2
學生	2,559	7.7	92.3
無業/待業中	517	1.9	98.1
退休	1,925	2.5	97.5
*個人每月收入			
無收入	3,711	4.1	95.9
30,000 元以下	4,913	4.0	96.0
30,000~59,999 元	5,974	6.6	93.4
60,000~99,999 元	1,913	9.5	90.5
100,000 元以上	740	10.6	89.4
拒答/不知道	247	7.2	92.8
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	0.9	99.1
每月 1~3 次	3,428	3.7	96.3
每月 4~8 次	3,895	6.9	93.1
每月 9~12 次	1,572	9.2	90.8
每月 12 次以上	4,649	9.6	90.4

註：請參考原始問卷 Q3。

附表 10 請問，您 109 年有沒有花錢買票看運動比賽？

單位：人；%

	人數	有，看國內賽事	沒有
總次數	17,498	840	16,658
總百分比	100	4.8	95.2
*性別			
男性	8,727	6.6	93.4
女性	8,771	3.0	97.0
*年齡			
13-19 歲	1,468	3.3	96.7
20-29 歲	2,899	4.3	95.7
30-39 歲	3,260	6.6	93.4
40-49 歲	3,540	6.8	93.2
50-59 歲	3,404	3.8	96.2
60-69 歲	2,927	2.6	97.4
*居住縣市			
基隆市	278	3.7	96.3
臺北市	1,862	6.9	93.1
新北市	3,055	6.7	93.3
桃園市	1,696	6.3	93.7
新竹市	327	2.1	97.9
新竹縣	415	1.9	98.1
苗栗縣	398	1.7	98.3
臺中市	2,110	5.4	94.6
彰化縣	929	2.6	97.4
南投縣	362	1.4	98.6
雲林縣	493	2.3	97.7
嘉義市	196	2.3	97.7
嘉義縣	368	1.9	98.1
臺南市	1,396	4.9	95.1
高雄市	2,072	4.6	95.4
屏東縣	608	2.3	97.7
臺東縣	160	1.8	98.2
花蓮縣	240	2.1	97.9
宜蘭縣	334	3.2	96.8
澎湖縣	79	1.7	98.3
金門縣	110	1.5	98.5
連江縣	10	0.6	99.4
*教育程度			
國小及以下	448	1.0	99.0

	人數	有，看國內賽事	沒有
國（初）中	1,158	1.0	99.0
高中職	4,327	2.9	97.1
大學、專科	9,489	4.9	95.1
研究所及以上	2,076	11.2	88.8
*就業情形			
軍公教	1,122	8.2	91.8
民意代表、主管及經理人員	410	6.5	93.5
自營業者	1,092	3.2	96.8
專業白領工作者	2,302	8.1	91.9
一般白領工作者	4,135	6.1	93.9
藍領工作者	1,811	3.2	96.8
家務管理	1,625	1.2	98.8
學生	2,559	3.9	96.1
無業/待業中	517	2.7	97.3
退休	1,925	2.7	97.3
*個人每月收入			
無收入	3,711	2.2	97.8
30,000 元以下	4,913	2.4	97.6
30,000~59,999 元	5,974	6.4	93.6
60,000~99,999 元	1,913	9.7	90.3
100,000 元以上	740	8.9	91.1
拒答/不知道	247	0.1	99.9
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	2.3	97.7
每月 1~3 次	3,428	5.6	94.4
每月 4~8 次	3,895	6.5	93.5
每月 9~12 次	1,572	5.4	94.6
每月 12 次以上	4,649	4.6	95.4

註：請參考原始問卷 Q9。

附表 11 請問，您 109 年，有沒有購買、付費訂閱下列媒體來觀賞運動？【可複選，讀出選項】

單位：人；%

	人數	為了看新體育新聞而購買報紙	運動雜誌	額外訂閱衛星電視頻道	為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視	沒有支出
總次數	17,498	280	157	262	402	16,466
總百分比		1.6	0.9	1.5	2.3	94.1
性別						
男性	8,727	1.9	1.2	2.1	2.9	92.6
女性	8,771	1.3	0.6	0.9	1.7	95.7
年齡						
13-19 歲	1,468	1.0	1.3	0.6	0.7	96.9
20-29 歲	2,899	1.0	0.6	1.6	1.3	95.8
30-39 歲	3,260	0.8	1.5	1.2	2.8	94.0
40-49 歲	3,540	1.5	0.9	2.3	4.0	92.0
50-59 歲	3,404	2.3	0.9	1.5	2.2	93.6
60-69 歲	2,927	2.6	0.5	1.3	1.7	94.5
居住縣市						
基隆市	278	1.3	0.3	1.0	1.9	96.1
臺北市	1,862	2.1	1.5	1.8	2.8	92.8
新北市	3,055	2.2	1.1	1.8	2.4	93.2
桃園市	1,696	1.7	1.3	1.6	2.4	93.4
新竹市	327	1.4	1.0	1.6	2.2	93.9
新竹縣	415	1.5	0.6	1.4	2.2	94.5
苗栗縣	398	1.3	0.8	0.9	1.1	96.0
臺中市	2,110	1.6	0.8	1.4	2.4	94.0
彰化縣	929	0.9	0.8	1.3	2.1	95.1
南投縣	362	1.0	0.7	1.0	1.6	95.9
雲林縣	493	1.1	0.8	0.8	1.4	96.1
嘉義市	196	1.3	0.8	1.2	1.9	95.5
嘉義縣	368	1.0	0.7	0.8	1.6	96.1
臺南市	1,396	1.4	0.9	1.8	2.6	93.8
高雄市	2,072	1.5	0.7	1.6	2.7	94.0
屏東縣	608	1.0	0.3	1.3	1.5	96.3
臺東縣	160	0.8	0.9	1.0	1.4	96.3
花蓮縣	240	0.9	0.6	1.2	1.3	96.2
宜蘭縣	334	1.5	0.5	0.9	2.3	95.1
澎湖縣	79	0.8	0.2	0.6	1.5	97.2
金門縣	110	0.6	0.9	0.6	1.4	96.6

	人數	為了看 體育新聞 而買報紙	運動雜 誌	額外訂 閱衛星 電視運 動頻道	為觀賞 運動比 賽而購 網路電 視頻寬	沒有支出
連江縣	10	0.7	0.6	0.7	1.3	96.7
教育程度						
國小及以下	448	0.9	0.3	0.1	0.7	98.0
國（初）中	1,158	1.6	0.9	0.6	0.7	96.5
高中職	4,327	1.6	0.8	1.0	0.8	96.3
大學、專科	9,489	1.5	1.0	1.7	2.7	93.6
研究所及以上	2,076	2.2	1.2	2.2	5.1	89.9
就業情形						
軍公教	1,122	1.9	1.7	1.8	5.4	89.8
民意代表、主管及經理人員	410	0.7	2.0	2.8	6.6	88.0
自營業者	1,092	1.8	1.1	3.4	2.5	92.7
專業白領工作者	2,302	0.6	0.3	2.4	3.9	93.4
一般白領工作者	4,135	1.7	0.7	1.3	1.9	94.6
藍領工作者	1,811	2.1	1.3	1.1	1.2	94.9
家務管理	1,625	1.8	0.9	0.8	2.2	94.4
學生	2,559	0.7	1.1	1.5	0.5	96.5
無業/待業中	517	0.0	2.1	0.1	2.3	95.5
退休	1,925	3.3	0.4	0.7	1.8	94.4
個人每月收入						
無收入	3,711	1.1	0.9	0.6	1.2	96.4
30,000 元以下	4,913	1.7	1.0	1.1	1.3	95.2
30,000~59,999 元	5,974	1.6	0.8	1.7	2.2	94.2
60,000~99,999 元	1,913	1.5	1.4	3.3	5.1	89.6
100,000 元以上	740	3.7	0.2	2.4	7.9	86.4
拒答/不知道	247	0.1	1.4	1.9	2.7	95.7
平均每月運動次數						
平均一個月運動不到一次	3,954	0.5	0.5	0.2	0.9	98.1
每月 1~3 次	3,428	1.9	1.1	1.0	2.3	94.1
每月 4~8 次	3,895	1.0	1.2	1.7	2.3	94.1
每月 9~12 次	1,572	2.0	0.7	3.4	4.9	90.0
每月 12 次以上	4,649	2.6	1.0	2.2	2.6	92.3

註：請參考原始問卷 Q13。

附表 12 請您回想一下，109 年有沒有台灣運動彩券支出

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	1,890	15,608
總百分比	100	10.8	89.2
*性別			
男性	8,727	13.0	87.0
女性	8,771	8.7	91.3
*年齡			
13-19 歲	1,468	8.6	91.4
20-29 歲	2,899	11.9	88.1
30-39 歲	3,260	12.2	87.8
40-49 歲	3,540	11.6	88.4
50-59 歲	3,404	10.8	89.2
60-69 歲	2,927	8.5	91.5
*居住縣市			
基隆市	278	10.4	89.6
臺北市	1,862	12.8	87.2
新北市	3,055	11.0	89.0
桃園市	1,696	11.2	88.8
新竹市	327	10.4	89.6
新竹縣	415	10.1	89.9
苗栗縣	398	9.3	90.7
臺中市	2,110	11.0	89.0
彰化縣	929	8.9	91.1
南投縣	362	8.5	91.5
雲林縣	493	9.1	90.9
嘉義市	196	9.4	90.6
嘉義縣	368	9.5	90.5
臺南市	1,396	11.2	88.8
高雄市	2,072	12.1	87.9
屏東縣	608	8.9	91.1
臺東縣	160	9.0	91.0
花蓮縣	240	8.9	91.1
宜蘭縣	334	10.2	89.8
澎湖縣	79	8.7	91.3
金門縣	110	7.4	92.6
連江縣	10	7.3	92.7
*教育程度			
國小及以下	448	5.3	94.7
國（初）中	1,158	6.8	93.2

	人數	有	沒有
高中職	4,327	9.0	91.0
大學、專科	9,489	11.8	88.2
研究所及以上	2,076	13.4	86.6
*就業情形			
軍公教	1,122	12.0	88.0
民意代表、主管及經理人員	410	17.3	82.7
自營業者	1,092	12.6	87.4
專業白領工作者	2,302	14.0	86.0
一般白領工作者	4,135	11.7	88.3
藍領工作者	1,811	10.8	89.2
家務管理	1,625	7.1	92.9
學生	2,559	9.1	90.9
無業/待業中	517	9.9	90.1
退休	1,925	7.8	92.2
*個人每月收入			
無收入	3,711	8.0	92.0
30,000 元以下	4,913	9.9	90.1
30,000~59,999 元	5,974	11.6	88.4
60,000~99,999 元	1,913	14.7	85.3
100,000 元以上	740	14.8	85.2
拒答/不知道	247	11.4	88.6
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	8.0	92.0
每月 1~3 次	3,428	12.3	87.7
每月 4~8 次	3,895	12.5	87.5
每月 9~12 次	1,572	12.4	87.6
每月 12 次以上	4,649	10.2	89.8

註：請參考原始問卷 Q14。

附表 13 請問，您 109 年有沒有花錢購買運動服？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	5,267	12,231
總百分比	100	30.1	69.9
*性別			
男性	8,727	30.6	69.4
女性	8,771	29.7	70.3
*年齡			
13-19 歲	1,468	18.8	81.2
20-29 歲	2,899	28.5	71.5
30-39 歲	3,260	30.3	69.7
40-49 歲	3,540	39.5	60.5
50-59 歲	3,404	30.7	69.3
60-69 歲	2,927	25.4	74.6
*居住縣市			
基隆市	278	26.3	73.7
臺北市	1,862	34.6	65.4
新北市	3,055	31.3	68.7
桃園市	1,696	31.4	68.6
新竹市	327	27.3	72.7
新竹縣	415	26.3	73.7
苗栗縣	398	24.9	75.1
臺中市	2,110	31.6	68.4
彰化縣	929	27.7	72.3
南投縣	362	26.1	73.9
雲林縣	493	26.1	73.9
嘉義市	196	26.9	73.1
嘉義縣	368	25.8	74.2
臺南市	1,396	30.6	69.4
高雄市	2,072	31.3	68.7
屏東縣	608	26.0	74.0
臺東縣	160	25.2	74.8
花蓮縣	240	26.3	73.7
宜蘭縣	334	26.4	73.6
澎湖縣	79	25.9	74.1
金門縣	110	24.9	75.1
連江縣	10	21.4	78.6
*教育程度			
國小及以下	448	7.3	92.7
國（初）中	1,158	12.8	87.2

附錄二、附表

	人數	有	沒有
高中職	4,327	23.0	77.0
大學、專科	9,489	33.4	66.6
研究所及以上	2,076	44.8	55.2
*就業情形			
軍公教	1,122	46.7	53.3
民意代表、主管及經理人員	410	47.9	52.1
自營業者	1,092	35.4	64.6
專業白領工作者	2,302	37.7	62.3
一般白領工作者	4,135	31.6	68.4
藍領工作者	1,811	20.1	79.9
家務管理	1,625	26.6	73.4
學生	2,559	23.0	77.0
無業/待業中	517	19.0	81.0
退休	1,925	26.5	73.5
*個人每月收入			
無收入	3,711	19.5	80.5
30,000 元以下	4,913	24.0	76.0
30,000~59,999 元	5,974	35.5	64.5
60,000~99,999 元	1,913	45.3	54.7
100,000 元以上	740	43.5	56.5
拒答/不知道	247	24.5	75.5
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	10.9	89.1
每月 1~3 次	3,428	27.2	72.8
每月 4~8 次	3,895	36.2	63.8
每月 9~12 次	1,572	43.6	56.4
每月 12 次以上	4,649	39.0	61.0

註：請參考原始問卷 Q17。

附表 14 請問，您 109 年有沒有花錢購買運動鞋？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	4,147	13,351
總百分比	100	23.7	76.3
*性別			
男性	8,727	24.2	75.8
女性	8,771	23.2	76.8
*年齡			
13-19 歲	1,468	19.2	80.8
20-29 歲	2,899	20.5	79.5
30-39 歲	3,260	24.5	75.5
40-49 歲	3,540	28.6	71.4
50-59 歲	3,404	25.1	74.9
60-69 歲	2,927	20.8	79.2
*居住縣市			
基隆市	278	23.4	76.6
臺北市	1,862	24.8	75.2
新北市	3,055	24.2	75.8
桃園市	1,696	23.6	76.4
新竹市	327	23.3	76.7
新竹縣	415	22.5	77.5
苗栗縣	398	22.1	77.9
臺中市	2,110	23.8	76.2
彰化縣	929	23.1	76.9
南投縣	362	22.2	77.8
雲林縣	493	22.5	77.5
嘉義市	196	22.6	77.4
嘉義縣	368	21.9	78.1
臺南市	1,396	24.2	75.8
高雄市	2,072	24.5	75.5
屏東縣	608	22.5	77.5
臺東縣	160	22.4	77.6
花蓮縣	240	22.2	77.8
宜蘭縣	334	23.3	76.7
澎湖縣	79	22.9	77.1
金門縣	110	21.8	78.2
連江縣	10	21.7	78.3
*教育程度			
國小及以下	448	8.9	91.1
國（初）中	1,158	13.0	87.0

附錄二、附表

	人數	有	沒有
高中職	4,327	23.7	76.3
大學、專科	9,489	24.7	75.3
研究所及以上	2,076	28.7	71.3
*就業情形			
軍公教	1,122	29.0	71.0
民意代表、主管及經理人員	410	38.6	61.4
自營業者	1,092	26.1	73.9
專業白領工作者	2,302	26.9	73.1
一般白領工作者	4,135	25.2	74.8
藍領工作者	1,811	19.5	80.5
家務管理	1,625	23.8	76.2
學生	2,559	18.9	81.1
無業/待業中	517	15.7	84.3
退休	1,925	21.4	78.6
*個人每月收入			
無收入	3,711	18.9	81.1
30,000 元以下	4,913	20.6	79.4
30,000~59,999 元	5,974	26.2	73.8
60,000~99,999 元	1,913	29.7	70.3
100,000 元以上	740	34.4	65.6
拒答/不知道	247	19.2	80.8
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	15.2	84.8
每月 1~3 次	3,428	22.9	77.1
每月 4~8 次	3,895	27.2	72.8
每月 9~12 次	1,572	28.5	71.5
每月 12 次以上	4,649	27.1	72.9

註：請參考原始問卷 Q18。

附表 15 請問，您 109 年有沒有花錢購買運動穿戴裝置？（如運動手錶、手環、智能衣、心率帶等）

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	1,452	16,046
總百分比	100	8.3	91.7
*性別			
男性	8,727	9.1	90.9
女性	8,771	7.4	92.6
*年齡			
13-19 歲	1,468	4.0	96.0
20-29 歲	2,899	4.9	95.1
30-39 歲	3,260	11.5	88.5
40-49 歲	3,540	11.8	88.2
50-59 歲	3,404	8.9	91.1
60-69 歲	2,927	5.3	94.7
*居住縣市			
基隆市	278	7.5	92.5
臺北市	1,862	9.7	90.3
新北市	3,055	9.1	90.9
桃園市	1,696	9.1	90.9
新竹市	327	7.8	92.2
新竹縣	415	6.6	93.4
苗栗縣	398	6.5	93.5
臺中市	2,110	8.9	91.1
彰化縣	929	6.9	93.1
南投縣	362	5.8	94.2
雲林縣	493	6.0	94.0
嘉義市	196	7.0	93.0
嘉義縣	368	5.5	94.5
臺南市	1,396	8.8	91.2
高雄市	2,072	8.9	91.1
屏東縣	608	5.9	94.1
臺東縣	160	5.8	94.2
花蓮縣	240	6.2	93.8
宜蘭縣	334	7.0	93.0
澎湖縣	79	5.2	94.8
金門縣	110	4.7	95.3
連江縣	10	2.9	97.1
*教育程度			
國小及以下	448	1.3	98.7

	人數	有	沒有
國（初）中	1,158	5.1	94.9
高中職	4,327	5.5	94.5
大學、專科	9,489	9.2	90.8
研究所及以上	2,076	13.1	86.9
*就業情形			
軍公教	1,122	11.4	88.6
民意代表、主管及經理人員	410	17.2	82.8
自營業者	1,092	6.3	93.7
專業白領工作者	2,302	12.1	87.9
一般白領工作者	4,135	10.1	89.9
藍領工作者	1,811	6.1	93.9
家務管理	1,625	7.2	92.8
學生	2,559	4.0	96.0
無業/待業中	517	5.6	94.4
退休	1,925	6.7	93.3
*個人每月收入			
無收入	3,711	4.3	95.7
30,000 元以下	4,913	6.3	93.7
30,000~59,999 元	5,974	10.7	89.3
60,000~99,999 元	1,913	12.5	87.5
100,000 元以上	740	13.2	86.8
拒答/不知道	247	1.6	98.4
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	4.1	95.9
每月 1~3 次	3,428	6.9	93.1
每月 4~8 次	3,895	11.0	89.0
每月 9~12 次	1,572	13.2	86.8
每月 12 次以上	4,649	8.8	91.2

註：請參考原始問卷 Q19。

附表 16 請問，您 109 年有沒有花錢購買及維修運動用品與器材？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	2,817	14,681
總百分比	100	16.1	83.9
*性別			
男性	8,727	18.5	81.5
女性	8,771	13.8	86.2
*年齡			
13-19 歲	1,468	12.6	87.4
20-29 歲	2,899	13.5	86.5
30-39 歲	3,260	17.8	82.2
40-49 歲	3,540	19.7	80.3
50-59 歲	3,404	17.2	82.8
60-69 歲	2,927	13.0	87.0
*居住縣市			
基隆市	278	13.9	86.1
臺北市	1,862	18.5	81.5
新北市	3,055	17.3	82.7
桃園市	1,696	16.3	83.7
新竹市	327	14.9	85.1
新竹縣	415	14.7	85.3
苗栗縣	398	14.4	85.6
臺中市	2,110	17.0	83.0
彰化縣	929	15.1	84.9
南投縣	362	13.4	86.6
雲林縣	493	12.9	87.1
嘉義市	196	14.3	85.7
嘉義縣	368	13.6	86.4
臺南市	1,396	16.0	84.0
高雄市	2,072	16.4	83.6
屏東縣	608	13.3	86.7
臺東縣	160	13.5	86.5
花蓮縣	240	13.9	86.1
宜蘭縣	334	15.1	84.9
澎湖縣	79	13.3	86.7
金門縣	110	14.0	86.0
連江縣	10	13.3	86.7
*教育程度			
國小及以下	448	7.2	92.8
國（初）中	1,158	6.0	94.0

附錄二、附表

	人數	有	沒有
高中職	4,327	13.0	87.0
大學、專科	9,489	18.0	82.0
研究所及以上	2,076	21.5	78.5
*就業情形			
軍公教	1,122	21.8	78.2
民意代表、主管及經理人員	410	31.8	68.2
自營業者	1,092	14.5	85.5
專業白領工作者	2,302	24.5	75.5
一般白領工作者	4,135	14.1	85.9
藍領工作者	1,811	12.3	87.7
家務管理	1,625	16.7	83.3
學生	2,559	13.9	86.1
無業/待業中	517	9.3	90.7
退休	1,925	12.5	87.5
*個人每月收入			
無收入	3,711	11.3	88.7
30,000 元以下	4,913	13.9	86.1
30,000~59,999 元	5,974	17.9	82.1
60,000~99,999 元	1,913	21.1	78.9
100,000 元以上	740	28.3	71.7
拒答/不知道	247	12.2	87.8
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	5.4	94.6
每月 1~3 次	3,428	12.5	87.5
每月 4~8 次	3,895	19.9	80.1
每月 9~12 次	1,572	23.9	76.1
每月 12 次以上	4,649	22.1	77.9

註：請參考原始問卷 Q20。

附表 17 請問，您 109 年有沒有使用運動軟體產品，例如：手機或平板電腦的運動學習、運動記錄 APP 等？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	3,027	14,471
總百分比	100	17.3	82.7
*性別			
男性	8,727	16.2	83.8
女性	8,771	18.4	81.6
*年齡			
13-19 歲	1,468	15.8	84.2
20-29 歲	2,899	21.6	78.4
30-39 歲	3,260	20.8	79.2
40-49 歲	3,540	21.7	78.3
50-59 歲	3,404	13.6	86.4
60-69 歲	2,927	8.8	91.2
*居住縣市			
基隆市	278	16.1	83.9
臺北市	1,862	21.0	79.0
新北市	3,055	18.3	81.7
桃園市	1,696	17.9	82.1
新竹市	327	17.1	82.9
新竹縣	415	14.0	86.0
苗栗縣	398	13.8	86.2
臺中市	2,110	18.9	81.1
彰化縣	929	13.8	86.2
南投縣	362	13.0	87.0
雲林縣	493	12.5	87.5
嘉義市	196	15.5	84.5
嘉義縣	368	14.3	85.7
臺南市	1,396	17.6	82.4
高雄市	2,072	18.5	81.5
屏東縣	608	13.9	86.1
臺東縣	160	14.2	85.8
花蓮縣	240	13.3	86.7
宜蘭縣	334	15.7	84.3
澎湖縣	79	11.4	88.6
金門縣	110	8.5	91.5
連江縣	10	8.2	91.8
*教育程度			
國小及以下	448	3.1	96.9

	人數	有	沒有
國（初）中	1,158	6.5	93.5
高中職	4,327	11.3	88.7
大學、專科	9,489	18.8	81.2
研究所及以上	2,076	31.8	68.2
*就業情形			
軍公教	1,122	27.3	72.7
民意代表、主管及經理人員	410	26.1	73.9
自營業者	1,092	14.9	85.1
專業白領工作者	2,302	23.7	76.3
一般白領工作者	4,135	18.5	81.5
藍領工作者	1,811	9.3	90.7
家務管理	1,625	11.4	88.6
學生	2,559	20.1	79.9
無業/待業中	517	14.6	85.4
退休	1,925	10.1	89.9
*個人每月收入			
無收入	3,711	13.3	86.7
30,000 元以下	4,913	13.1	86.9
30,000~59,999 元	5,974	20.1	79.9
60,000~99,999 元	1,913	24.5	75.5
100,000 元以上	740	26.3	73.7
拒答/不知道	247	9.3	90.7
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	6.1	93.9
每月 1~3 次	3,428	15.9	84.1
每月 4~8 次	3,895	20.2	79.8
每月 9~12 次	1,572	28.2	71.8
每月 12 次以上	4,649	21.7	78.3

註：請參考原始問卷 Q21。

附表 18 請問您使用的運動軟體產品需不需要花錢，包含下載或使用軟體額外功能的費用？

單位：人；%

	人數	需要	不需要
總次數	3,027	215	2,812
總百分比	100	7.1	92.9
*性別			
男性	1,412	6.2	93.8
女性	1,615	7.8	92.2
*年齡			
13-19 歲	232	2.2	97.8
20-29 歲	626	6.1	93.9
30-39 歲	677	9.9	90.1
40-49 歲	769	9.9	90.1
50-59 歲	464	4.3	95.7
60-69 歲	259	2.8	97.2
*居住縣市			
基隆市	45	5.7	94.3
臺北市	391	9.8	90.2
新北市	559	8.6	91.4
桃園市	304	7.8	92.2
新竹市	56	6.4	93.6
新竹縣	58	4.2	95.8
苗栗縣	55	3.1	96.9
臺中市	399	6.5	93.5
彰化縣	128	5.5	94.5
南投縣	47	4.5	95.5
雲林縣	62	2.8	97.2
嘉義市	30	4.4	95.6
嘉義縣	52	3.0	97.0
臺南市	246	6.6	93.4
高雄市	384	7.4	92.6
屏東縣	84	3.8	96.2
臺東縣	23	3.0	97.0
花蓮縣	32	4.3	95.7
宜蘭縣	53	5.4	94.6
澎湖縣	9	4.2	95.8
金門縣	9	3.7	96.3
連江縣	1	3.5	96.5
*教育程度			

附錄二、附表

	人數	需要	不需要
國小及以下	14	0.0	100.0
國（初）中	75	2.6	97.4
高中職	488	2.9	97.1
大學、專科	1,790	7.9	92.1
研究所及以上	660	8.6	91.4
*就業情形			
軍公教	307	7.2	92.8
民意代表、主管及經理人員	107	7.0	93.0
自營業者	163	4.4	95.6
專業白領工作者	546	12.6	87.4
一般白領工作者	766	9.5	90.5
藍領工作者	168	2.6	97.4
家務管理	186	5.1	94.9
學生	514	3.6	96.4
無業/待業中	76	2.0	98.0
退休	194	0.8	99.2
*個人每月收入			
無收入	494	3.9	96.1
30,000 元以下	642	5.5	94.5
30,000~59,999 元	1,204	7.4	92.6
60,000~99,999 元	469	10.0	90.0
100,000 元以上	195	10.8	89.2
拒答/不知道	23	9.0	91.0
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	243	3.2	96.8
每月 1~3 次	545	4.3	95.7
每月 4~8 次	787	7.9	92.1
每月 9~12 次	444	12.7	87.3
每月 12 次以上	1,008	6.3	93.7

註：請參考原始問卷 Q22。

附表 19 請問，您 109 年有沒有電競的相關支出，包含軟硬體、課程、場地設備出租、社團、參加比賽、觀賞比賽等費用？

單位：人；%

	人數	有	沒有
總次數	17,498	385	17,113
總百分比	100	2.2	97.8
*性別			
男性	8,727	3.3	96.7
女性	8,771	1.1	98.9
*年齡			
13-19 歲	1,468	6.0	94.0
20-29 歲	2,899	6.1	93.9
30-39 歲	3,260	2.5	97.5
40-49 歲	3,540	0.9	99.1
50-59 歲	3,404	0.1	99.9
60-69 歲	2,927	0.1	99.9
*居住縣市			
基隆市	278	2.0	98.0
臺北市	1,862	3.8	96.2
新北市	3,055	3.1	96.9
桃園市	1,696	3.0	97.0
新竹市	327	1.8	98.2
新竹縣	415	0.5	99.5
苗栗縣	398	0.8	99.2
臺中市	2,110	2.2	97.8
彰化縣	929	1.2	98.8
南投縣	362	1.3	98.7
雲林縣	493	0.9	99.1
嘉義市	196	0.9	99.1
嘉義縣	368	0.9	99.1
臺南市	1,396	1.9	98.1
高雄市	2,072	2.0	98.0
屏東縣	608	0.5	99.5
臺東縣	160	0.9	99.1
花蓮縣	240	1.0	99.0
宜蘭縣	334	1.1	98.9
澎湖縣	79	0.7	99.3
金門縣	110	0.8	99.2
連江縣	10	1.0	99.0
*教育程度			
國小及以下	448	0.0	100.0

	人數	有	沒有
國（初）中	1,158	0.8	99.2
高中職	4,327	2.2	97.8
大學、專科	9,489	2.5	97.5
研究所及以上	2,076	2.4	97.6
*就業情形			
軍公教	1,122	1.4	98.6
民意代表、主管及經理人員	410	2.1	97.9
自營業者	1,092	1.0	99.0
專業白領工作者	2,302	2.1	97.9
一般白領工作者	4,135	2.0	98.0
藍領工作者	1,811	1.3	98.7
家務管理	1,625	0.3	99.7
學生	2,559	6.6	93.4
無業/待業中	517	4.3	95.7
退休	1,925	0.1	99.9
*個人每月收入			
無收入	3,711	3.2	96.8
30,000 元以下	4,913	2.1	97.9
30,000~59,999 元	5,974	2.6	97.4
60,000~99,999 元	1,913	0.5	99.5
100,000 元以上	740	0.4	99.6
拒答/不知道	247	0.0	100.0
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	3,954	1.2	98.8
每月 1~3 次	3,428	2.7	97.3
每月 4~8 次	3,895	3.1	96.9
每月 9~12 次	1,572	2.3	97.7
每月 12 次以上	4,649	1.9	98.1

註：請參考原始問卷 Q23。

附表 20-1 民眾運動消費支出總額

單位：仟元

	參與運動 課程費用	運動指導 教學費用	入場、會員、 場地設備費	參與運動 社團費用	參加運動 比賽費用
性別					
男	4,330,163	981,133	4,911,499	991,887	3,756,971
女	7,618,995	1,110,268	3,629,420	597,231	1,882,841
年齡					
13-19 歲	241,699	37,674	259,045	57,110	152,467
20-29 歲	870,066	253,164	1,640,096	109,377	992,549
30-39 歲	2,738,249	545,001	2,054,542	306,463	1,010,057
40-49 歲	4,521,413	581,243	1,966,477	449,814	1,784,105
50-59 歲	2,426,081	395,480	1,408,946	409,127	1,344,384
60-69 歲	1,151,650	278,840	1,211,813	257,229	356,250
居住地區					
基隆市	172,076	17,976	100,764	16,220	109,420
臺北市	2,408,670	399,656	1,544,181	251,374	924,157
新北市	2,422,781	405,717	1,732,606	283,190	1,018,557
桃園市	1,328,301	244,105	865,768	135,980	570,934
新竹市	310,446	34,717	185,397	39,732	92,437
新竹縣	233,685	25,015	171,842	18,444	127,618
苗栗縣	170,401	20,651	124,714	17,386	90,102
臺中市	1,595,136	299,801	935,706	241,498	607,372
彰化縣	404,023	92,018	358,933	79,031	184,203
南投縣	101,609	17,987	81,886	12,050	54,703
雲林縣	129,656	20,492	111,782	28,751	123,251
嘉義市	98,840	18,757	85,780	14,995	107,961
嘉義縣	88,919	17,644	127,830	15,271	92,381
臺南市	751,096	179,212	651,490	152,977	448,365
高雄市	1,160,698	213,791	968,411	169,527	668,782
屏東縣	203,490	19,463	182,826	53,507	167,263
臺東縣	78,562	9,448	58,629	10,371	49,382
花蓮縣	89,288	14,581	96,492	13,763	53,156
宜蘭縣	143,825	32,576	120,213	29,395	116,839
澎湖縣	30,502	3,914	18,775	3,523	16,295
金門縣	25,024	3,539	15,769	1,824	15,349
連江縣	2,131	341	1,125	306	1,285
支出總額	11,949,158	2,091,402	8,540,918	1,589,118	5,639,812

附表 20-2 (續) 民眾運動消費支出總額

單位：仟元

	購買運動比賽門票	觀賞比賽衍生費用	運動媒體
性別			
男	427,380	278,021	2,224,112
女	173,694	128,196	961,626
年齡			
13-19 歲	21,767	18,898	66,495
20-29 歲	80,961	84,897	362,324
30-39 歲	174,195	107,068	618,403
40-49 歲	170,145	99,361	940,915
50-59 歲	100,015	65,072	753,866
60-69 歲	53,990	30,921	443,735
居住地區			
基隆市	7,389	4,089	36,835
臺北市	113,127	79,661	582,669
新北市	114,651	77,181	623,121
桃園市	82,876	55,343	350,940
新竹市	10,773	6,673	54,801
新竹縣	10,702	5,929	43,999
苗栗縣	7,246	3,923	41,227
臺中市	69,339	44,528	306,065
彰化縣	24,114	13,840	108,968
南投縣	4,786	5,275	39,823
雲林縣	6,960	4,505	65,449
嘉義市	3,103	2,648	39,242
嘉義縣	5,686	3,704	33,051
臺南市	51,525	35,313	224,915
高雄市	66,982	47,889	443,746
屏東縣	6,971	4,969	94,062
臺東縣	1,344	2,037	15,639
花蓮縣	3,187	983	20,749
宜蘭縣	8,767	6,357	40,876
澎湖縣	762	711	9,130
金門縣	734	626	9,455
連江縣	51	33	975
支出總額	601,074	406,217	3,185,738

附表 20-3 (續) 民眾運動消費支出總額

單位：仟元

	運動服	運動鞋	運動穿戴裝置	運動用品與器材	運動軟體產品
性別					
男	13,699,548	5,906,840	642,929	13,326,072	60,159
女	12,819,636	4,892,915	490,432	8,226,921	84,095
年齡					
13-19 歲	748,562	633,506	36,258	680,532	898
20-29 歲	2,773,682	1,354,209	128,410	2,434,226	26,740
30-39 歲	5,544,457	2,023,615	301,905	4,946,845	55,474
40-49 歲	7,944,930	3,265,915	342,421	6,044,459	46,263
50-59 歲	6,988,508	2,430,207	238,639	4,636,252	11,508
60-69 歲	2,519,045	1,092,304	85,727	2,810,681	3,371
居住地區					
基隆市	380,265	198,232	18,559	245,543	1,539
臺北市	4,207,244	1,576,828	193,941	2,945,479	48,868
新北市	4,449,006	2,008,972	214,965	4,553,685	36,485
桃園市	2,570,222	966,880	132,528	2,259,029	11,312
新竹市	495,650	215,190	20,476	497,904	1,723
新竹縣	602,584	251,375	15,509	408,548	1,371
苗栗縣	436,563	255,390	13,664	398,789	761
臺中市	3,153,190	1,226,857	151,542	2,358,000	8,589
彰化縣	1,318,496	445,795	42,936	980,246	1,808
南投縣	501,328	185,220	14,157	351,297	570
雲林縣	546,753	241,057	12,927	365,635	613
嘉義市	273,480	118,267	9,217	194,569	973
嘉義縣	415,504	174,193	13,174	274,758	982
臺南市	1,978,729	847,241	87,643	1,871,534	6,809
高雄市	2,954,324	1,296,975	135,731	2,636,658	18,926
屏東縣	820,050	267,065	15,899	366,695	1,044
臺東縣	268,043	90,899	6,619	147,969	156
花蓮縣	332,442	136,974	7,537	224,251	393
宜蘭縣	533,265	199,817	20,945	327,759	927
澎湖縣	124,770	51,958	2,890	71,760	323
金門縣	140,796	39,067	2,317	65,782	74
連江縣	16,480	5,501	184	7,106	7
支出總額	26,519,184	10,799,755	1,133,361	21,552,993	144,254



附錄三、109 年各項運動消費支出總額及標準誤

單位：仟元

運動消費支出項目	消費支出總額	標準誤
運動課程費	11,949,158	431,917
單純運動指導教學費	2,091,402	139,672
入場費、會員費、場地設備出租費	8,540,918	246,179
運動社團費	1,589,118	119,971
參加運動比賽衍生費	5,639,812	315,691
觀賞運動比賽門票費	601,074	36,874
看運動比賽衍生費	406,217	33,959
購買、訂閱媒體費	3,185,738	163,269
運動服	26,519,184	597,681
運動鞋	10,799,755	271,559
運動穿戴裝置	1,133,361	58,715
購買及維修運動用品與器材	21,552,993	735,291
運動軟體	144,254	16,384
電競消費支出	798,101	74,661



附錄四、逐字稿內容摘要

面向	發現	逐字稿內容摘要
A. 新冠肺炎疫情影響	A1.109 年新冠肺炎疫情對運動場館業者影響有限	● (按：109 年疫情)其實對於我們的現實的一個體育產業，也就是線下的體育產業部份的影響比較小，大概整個衝擊的部份，大概只有，我們評估大概只有 2%。(A-1) ● 因為最主要就是在 109 年，雖然全年度都是受這個疫情壟罩，雖然士氣有點低，運動環境也有點差，但是至少都還能運動，我覺得至少進到場館內都還是順利。(A-4) ● 在 109 年的時候，大概疫情主要影響的話，大概是 1 月到 4 月，其實在五月的時候，其實人流就已經是回來，也有一點點報復性的消費，所以其實 109 年整體營運上來講，其實較 108 年，其實衰退的沒有想像中的大。(A-6) ● 因為 109 年度雖然有受疫情的影響，但其實到後半年，年中、年後就是一個大概報復性的運動狀態，所以整年度下來，其實我覺得並沒有比 108 年度來的衰退。(A-7)
	A2.110 年運動場館長時間暫停營業，業者營收大幅減少	● (按：110 年)但在 5 月到 8 月的部份，影響其實是非常大，我們的影響的部份，大概整體在疫情影響期間的部份，大概影響將近到 90%。(A-1) ● 我覺得當然今年因為直接就封館掉了，所以有一段時間，完全是空白的。(A-3) ● 今年 110 年從五月開始，就是正式真的爆發了以後，整個中心都休館，就是所有的場館都是禁止使用，這個時候相信對所有的運動中心，應該是對所有的場館影響都是比較大的。(A-4) ● 因為畢竟是政府這邊要求，配合疫情的管理而直接是休館，所以在這段時間，當然實體的場館收入是掉了 90~99%不等，所以如果以這兩年來比較的話，影響比較大的可能是 110 年。(A-5) ● 今年度當然就是因為有碰到整個不能，場館都不能營運的情況下，所以今年度的影響當然就是比 109 年度來的更大。(A-7) ● 只是可能說整體課程的，一對一的課程基本上是還好，但是在團體課程的招收上，還是會有一些影響到。(A-2) ● 目前看起來影響最大的其實是泳池，跟一些團體課程，因為許多的消費者會覺得說，在泳池，游泳的這一個過程裡面，是不用配戴口罩，他會怕有一些更直接的傳染途徑。(A-8)

面向	發現	逐字稿內容摘要
B. 疫情因應措施	B1. 多數業者因應疫情開設線上課程，也有業者開發運動周邊商品	● ……我們也開發了線上的課程，也提供給這個，我們的會員可以在家自主訓練的菜單，甚至是在戶外可以自主訓練的菜單。(A-5) ● 當然就是持續的要滿足我們學員的上課需求，所以我們是有做線上課程的，我們線上課程從場館不能營業，一直到現在都是還有在持續。(A-7) ● 但其實大部份的業者在走的部份，是線上部份的課程……，其實以我們來講，應該是很快就推出線上課程的部份。(A-1) ● 也就是恢復了實體課程之後，其實線上課程的參與度的部份，事實上是在下降的。(A-1) ● 就盡量把我們日常可能在實體空間中，創造一些服務跟氛圍，想辦法把他帶到線上去，後面到真的場館可以開始營業之後，其實老實說也蠻多人就開始回歸教室上課，所以我自己觀察線上課程的部份，其實學員的持續率會稍微低一點點。(A-7) ● 我們在 5 月到 8 月就是場館停業的期間，也做了一些運動的商品，就快速的找設計師，找我們配合的設計師，找廠商去做一些週邊，譬如說瑜珈磚、瑜珈繩、彈力帶，一些相關週邊的販售，還有瑜珈墊。(A-7)
	B2. 因應居家空間、網路延遲限制選擇適合的線上課程	● 整個線上的課程，因為我覺得近這幾年，環境也好，直播的設備，或是攝影設備也好，包含技術也好，都還不是這麼純熟(A-4) ● 就是可能我們前期大概在摸索一下，以及讓大家去適應硬體的設備……因為其實線上課程不管怎麼樣，尤其是以 live 的狀況下來說，都會有一些音樂等等的延遲，所以基本上我們後期也慢慢調整成以一些可能墊上肌力，或是一些瑜珈，不太需要一些音樂節奏的課程，效果是比較好的。(A-7) ● ……CrossFit 的運動，像這種運動沒有辦法在家摔槓鈴，沒有辦法在家舉槓鈴。(A-4) ● 還有就是很多人可能家裡也沒有那麼大的地方可以讓你做瑜珈，或是跳有氧，或是做什麼線上課程，甚至要有器材的部份，其實這都會限制了一些線上課程的部份。(A-6) ● 譬如說 40 歲以下的年輕人，他們使用科技，譬如說他在這個疫情期間，場館沒有開，他接受線上的課程，那是比較容易的，可是稍微年紀大一點，運動中心原本有的，來使用的，其實幾乎可行性就比較低。(A-6)

面向	發現	逐字稿內容摘要
C. 對動滋券看法	C1. 多數業者認為110年的動滋券，對運動場館業者較有幫助	● 我覺得還是有限制性的消費下，可能對場館業者的幫助是比較直接的，因為他只能做這樣子的用途。(A-3) ● ……在109年，他們是大部份都拿去買了一些健身用品、運動器材，今年因為限制上他只能做運動、看比賽，所以在限制上面，他當然對於這個運動中心，或是對我們自己這個場館，還是多少有點幫助。(A-4) ● 從109年跟110年相比較起來，110年因為使用的限制是，真的是拿來做運動，所以對場館的幫助肯定是比較大的，109年大家應該都是拿去買東西了，去shopping，所以從這兩年來相比較的話，肯定是110年，我們有看到比較顯著的幫助。(A-5) ● 這次設定在使用觀賞性跟參與性的這一個運動模式的話，我覺得對我們來講，其實有蠻大的幫助。(A-8) ● ……我們相對的在健身房的部份也是有開一些短期的，給這個動滋專用的活動，有招攬到一些新的客戶，那當然我們所在的位置，因為緊鄰於成功大學，所以成功大學蠻多的學生，也因為這樣的方案，會捨棄他們校內的健身房，跑到商業經營的健身房來做使用這樣子。(A-3) ● 但我感覺就是動滋券裡面有蠻多人是第一次來我們教室運動的，所以應該是受到一些政府的刺激，就是他或許之前有在觀望我們的場館，還沒有跨出第一步，突然天上掉下來500塊，他就願意來做個體驗，所以我覺得在新客的導量上面，動滋券的幫助比較大一些。(A-7)

面向	發現	逐字稿內容摘要
D. 未來創新發展	D1. 運動服務與創新科技結合為未來發展趨勢	● 可能是發展會有一些什麼沉浸式體驗，AR、VR，他會讓團體課程為什麼他們會有 motivation，可能是因為他們有人跟人互動，那如果我可以打破地域的限制，產生人與人的互動的話，就會跟 Peloton 一樣，所以我覺得這反而會是影響比較大的部份，科技部好像他們有類似做魔鏡的東西，現在在 test，所以有一些運動中心就放了一些鏡子可以去判斷這個人的動作，或是怎樣，那未來可以也用在家用。(A-3) ● 其實未來科技的比重一定會大幅的增加，不管是軟硬體結合，比方說像魔鏡，或者是說在進出場的溫度的檢測，或者是說線上、線下課程的結合，或者是怎麼樣運用穿戴式裝置，所以會員不在場館內，還是可以提供服務給他，我覺得不管疫情接下來會對這個產業有什麼樣調整，我覺得他有一個，其實跟所有產業都是一樣的，就是科技的元素一定會越來越重。(A-5) ● 所以我覺得未來的場館，其實融入科技的元素，這個一定是一個趨勢……譬如說像高爾夫球，所以說在今年也可能因為這樣子的一個疫情的影響，目前來學高爾夫球，或來室內使用模擬器的這樣子的一個現象，就會變，人就變得比較多。(A-8)
	D2. 結合科技應用時，仍應保有運動服務的溫度	● 科技跟溫度的這個結合，我覺得這個是，接下來是一個蠻大的課題。(A-5) ● 當然在這次的疫情衝擊下，我們也是更加認知說，因為我們自己是比較算是在做運動服務，運動服務業，所以要怎麼樣把運動服務帶給剛剛講到，前面有講到這些溫度的感覺，可以不在你的空間發生，而是在超多空間，超越時間、空間，讓它可以在線上發生，其實也是一個我們必須要去思考的，就是大家是因為我們的人、我們的環境，很喜歡來這個地方，但他如果不能來了，是不是一樣還是可以因為我們的元素，很喜歡我們其他的服務，所以其實這就是我們日常要更努力的去跟我們的會員之間有很好的連結。(A-7) ● 所以說依照過往可能在運動調查的這個部份來講，穿戴式科技其實慢慢的一直會融入到未來投入運動的這些學員的生活裡面，只是說接下來我們要怎麼樣，就像剛剛前面先進所講到的，讓科技跟溫度能夠做一個串連，我覺得這可能是面臨到接下來可能的一個挑戰。(A-8)

面向	發現	逐字稿內容摘要
E. 對振興運動產業建議	E1. 可再多制定提升中年、長者族群運動參與之相關政策	● 其實年輕人對於運動風氣跟運動習慣養成是比較容易的，也是比較有知識概念的，但是目前來說，因為現在是一個高齡化的社會的產生，所以慢性疾病這些人的議題也都不在話下，所以傳播這樣相關，因為大家都知道，其實運動就是一個最好的一個解藥……所以可能可以從政府單位得到這樣的協助。(A-2) ● 在整個高齡場館部份，或者是在整個國民健康的一個促進的部份，現在目前在整個運動振興，或者是運動產業的著眼點，其實還是著重在年輕族群，所以產業在 RD 經費上面，或者是所謂的課程的發展經費上面，其實上是受限的，事實上是限制的，而且都來自於所謂的民間業者的投入，或各別業者的投入……因應將來的一個高齡化的發展，或者是國民健康促進的部份，我覺得政府在人才的培養，或者是在業者在所謂人才發展、課程發展的 RD 經費、研發經費上面，其實應該可以給予必要性的一個補助。(A-1) ● 我覺得應該 focus 在 40 到 65 之間的這一群人，因為大概 40 歲以下，因為教育的關係，還有風氣的關係，40 歲以下的人反而有蠻好的運動習慣，40 到 65 是在社會階層裡面，就是上有老，下有小，他們其實是最忽略運動的，但是他們又很容易有三高的一些毛病，我倒覺得說政府可以多花一點心力在這上面，如何去推動他們願意運動這件事情。(A-6)
	E2. 希望各縣市對運動場館的管理標準能一致	● 然後甚至我有同業的朋友，他是林口有一個場館，然後桃園有一個場館，他遇到桃園市政府跟新北市府的體育局的重點就不一樣，同一份合約，但是場館兩邊要執行不太一樣的方向，那個是我覺得應該要統一下的，才會讓我們一線執行的業者，比較清楚明白一些。(A-3) ● 再加上可能跨部門，或者是跨區域的時候，又會有一些不同的解釋，我覺得這個如果能夠有比較一致的解釋方式，跟執法的一致性的話，我覺得對我們來說，會相對來說是能夠讓我們在經營上，能夠輕鬆一些。(A-5) ● 有時候體育署的政策跟體育局的政策，同一件事情上面也會有不同程度的解讀，對我們來講真的是，我覺得是蠻辛苦的。(A-6) ● 因為（按：111 年）1 月 1 號又有新的定型化契約，不管說是對場館，還是對教練的這個定型化契約要出來，講實在，有時候連我們自己看了都看不太懂，我們如何指望要解釋給教練們聽，然後讓他們可以解釋給他的學生們聽得懂。(A-5)

面向	發現	逐字稿內容摘要
	E3.業者希望運動中心收費標準能有調整空間	● 尤其像我們針對運動場館業來講，其實運動中心，大家做運動中心的都知道，我們現在的費用是民國 92 年訂定的，已經物價通膨，已經不曉得翻了幾倍了，但是政府都不願意提高我們的各種價錢，我記得以前工讀生一個小時只要 65 塊，在民國 92 年的時候，可是現在已經是 168 塊了，可是我們的票價，台北市游泳池是 110，新北是 100 塊，桃園是 95 塊，還越來越少。(A-6) ● 我覺得公辦民營的場館……其實我們在這個收費標準上面，其實一直以來都維持，從 90 幾年一直到現在，我覺得運動一定有他的價值存在，所以說在這個地方，如果能夠適度的調整，其實對於場館業者在經營上面來講，應該也有很大的幫助。(A-8) ● 當然對運動中心來講，當然是希望政府給我們這些，一些政策上的鬆綁，尤其是在疫情過後，我們對於權利金的減免，土地租金的減免，這當然對我們的場館業是最直接的反應。(A-4) ● 政府在給予我們這邊的監督，特別是說包含履約保證，現在的履約保證金額，或者是說我們本身要提交的一些權利租金等等，這部份的費用來說，還是相對來比其他的，或者是比較小型的來說，我們自己的壓力跟成本來說會非常的大，這一塊或許在未來有沒有機會可以在這個地方有些許的鬆綁。(A-8)

面向	發現	逐字稿內容摘要
	E4.應再加強臺灣運動教練證照的專業性	● 中華民國的一些協會的證照來看的話，其實就不太具有這麼的有公信力，跟一些這麼多人的支持，所以其實在於運動研究上面的知識來說的話，當然台灣在這個方面的知識的攝取也會比較少一點點，所以會讓很多的健身教練，我們像要考取一些證照都一定會想要往國外的證照來做發展，而不會是單純停在中華民國 C 級或 B 級，甚至 A 級的證照來做第一優先的入手，就會變成只是我們也有一張證照，可是並沒有真的實質上的內容太多，提供給教練的使用。(A-2) ● 其實運動證照的這一塊一直沒有被一個好的證明，其實會讓我們這些運動從業人員，其實在市場上的競爭能力就會差了很多，我也希望說政府如果在這一塊能夠去做一個加強的話，其實對於整體來說，應該會比較好。(A-8) ● 民間業者在跟學校資源，或者是人才養成的部份的一個銜接的部份，能夠給予一定性的一個支援跟協助，因為隨著我們的產業的發展，我們會看到在人才的瓶頸上面，我也看到很多的教練，或者是很多的從業人員，可能加入這個產業的時候，20 幾歲，到 30 幾歲，他可能要面臨創業的問題，他可能要面臨他家庭生活的問題，或者是社會需求的問題……在這個疫情的影響下，其實我們看到的是，很多的人才因為疫情的影響，被迫離開這個產業(A-1)
	E5.政府應向民眾傳達正確運動知識及益處	● 打比方說可能有些年長的朋友們會覺得重訓是一個很危險的事情，我每天只要走路走 30 分鐘，我就算是運動，哪怕連心跳 110 都沒有達到，我也算是運動……如果是從政府的機構講出來的話，我認為相對來說對正確的運動知識會有比較大幅的提升。(A-5) ● 就是在媒體上的宣傳，還有教育的部份，我們每天打開電視，最常看到就是有關於疫情的一個，勸導大家洗手的這個宣傳，假設我們運動，就是運動健康能這樣子無時無刻的宣傳的話，我覺得國人多少會願意有這個來運動的部份。(A-6) ● 其實我覺得政府可以協助上面的工作，主要我會覺得是新聞媒體的一些傳播知識上面，因為其實蠻常見就是民眾很容易被一些新聞媒體的聳動標題，而影響他們對於產業，或是對於任何一個運動的一些看法，例如說又有什麼健身房倒閉。(A-2)

附錄五、焦點團體座談會逐字稿

問：不曉得我的聲音清不清楚，如果對我的訊號或是聲音不太清楚的話，要麻煩各位跟我講一下，我們的座談會現在就開始，那有一位與會的先進，他稍微晚 10 分鐘進來，但沒關係，我們先開始，不耽誤大家太多的時間，我們是接受體育署的委託，我們在做國人的運動消費調查，體育署大概在這，將近快 10 年的時間，大概在每一年，歷年都有在做國人的運動消費的一個調查研究，那我們公司本身就是做，專門做調查研究，包含消費者研究、產業的調查研究，像我們公司在今年度也有出版一個台灣消費者在使用健身房，尤其在健身方面，健身房或者是相關運動場館的使用狀況的一個調查研究，在我們公司的網頁上面，大家有機會可以上來看一下，那麼我們公司因為長期耕耘在這一塊，這一次在體育署的委託案裡面，我們除了做一個大量的全國性的問卷調查之外，那麼我們也幫體育署特別辦理了一個座談會，那麼這個座談會的主要是我們主動跟體育署提案，因為我們知道在疫情的影響之下，對我們這些運動場館業者而言，影響應該是有一個蠻明顯的影響，所以想了解看看說疫情的影響之下，大家面對疫情受到什麼樣的衝擊，以及大家怎麼去應對，除此之外，政府也有推出一些相關的輔導，或是補助的一些政策，那麼我想聽聽看各位業界的先進，你們的看法，那麼我先跟各位報告一下，在我們今天的與會裡面，一共有八位先進，你們大概都是接近同業，我在這個投影片上面照姓氏的筆畫排序，那等一下我大概就是依照這個順序，請各位做發言，一般的座談會裡面，其實我們是會比較開放的討論，大家如果有任何想法，有任何意見，都可以隨時的插播，隨時打開你的麥克風來插播，一般座談會是這樣在做，但是線上座談會有時候會有一個傳遞延遲的狀況，所以說我今天大概還是會依照我們投影片上面表列的一個順序，來請各位發言，但是跟各位先進報告說，如果在大家別人的分享過程裡面，你有什麼樣的想法共鳴的話，也隨時可以插進來講都沒有問題，我們是一個座談會，隨時可以互動，隨時是可以溝通的，並不是一個輪流發表，並不是這樣的概念，也跟各位報告就是說，因為座談會就是要蒐集多方的意見，意見本身就是沒有對跟錯，所以各位如果您的看法跟別人的看法不太一樣的，都可以分享，我們其實沒有要得到一致的結果，我們比較希望的是聽到不一樣的一個聲音，不一樣的意見，我知道○○○○的董事，他會晚一點上線，我是不是一開始先請各位，可不可以很簡單的自我介紹一下，稍微介紹一下你是誰，我們本身是經營哪一個場館等等，一個人大概 1 分鐘以內的時間，我們先做一個簡單的暖場，我就照順序先請○○○負責人，麻煩您。

A-2：大家好，我是○○○，叫我○○就可以，目前從事跨系健身的運動相關的負責，然後目前的場館是在信義區中正路 B2，在○○○○的樓下，所以跟○○也認識。

問：謝謝，接下來請○○○，○負責人。

A-3：哈囉，大家好，我們在台南，我是台南一中的委外營運承包商，我們的型態就跟運動中心很像，我自己本身之前也都在運動中心服務跟工作，○○○ ○大概就是運動中心，除了游泳池以外，球場設施跟健身房設施都有的一個綜合型場館這樣子，我們離台南火車站很近，所以交通是蠻方便的，大概就是這樣子，謝謝大家。

問：謝謝，接著請○○○○，○經理？

A-4：大家好，我是○○，那我目前服務在○○○○，○○○○是由○○○○，就是我們母體企業是做展覽的公司，目前在○○這邊做服務，很高興認識大家。

問：謝謝，接下來我們○○○○，○負責人？

A-5：大家好我是○○○，可以叫我○○，像○○剛剛提到，我是○○○○的負責人，那我們現在是有五間場館，分佈在台北、新北、台中，今天很高興認識大家，有機會分享一下，互相協助，謝謝。

問：謝謝，接下來請○○○○，○執行長？

A-6：大家好，我是○○○○執行長，我服務過文山、桃園，然後南港運動中心，然後很高興認識大家，謝謝。

問：謝謝，接下來請○○○○，○負責人？

A-7：大家好，我是○○○○的負責人，我們○○○○就是女性專屬的運動空間，那目前新北跟台北有七間的場館，很開心今天下午可以跟大家做一些交流，謝謝。

問：謝謝，接下來請○○○○的○執行長？

A-8：大家好，可以叫我○○，那我們公司現在有○○，還有○○的運動中心，以及○○的網球中心，謝謝。

問：不好意思我想請教○董事，他上線了嗎？對不起，○○○○的○董事有上線嗎？好，還沒上線，沒關係，等一下，我們今天討論的議題大概就分成 4 round，大概是 4 round 的討論問題，那我先就第一 round 的問題跟各位做一個請教，我們第一 round 的問題大概就是針對疫情的影響，跟就各位請教疫情的影響，從去年就開始，那麼今年又遭遇到了三級警戒，那麼我在想了解各位去年跟今年的疫情影響，對你們在營運上面有沒有什麼樣的差異，營運的影響，比較大的是哪一方面？這個營運，面對這樣的疫情的影響，我們在經營上面有沒有做了什麼樣的調整？我想說是不是可以提供給大家同業來做一個參考，那麼我還是從○○這邊開始，可以嗎？○○再麻煩您。

A-2：其實疫情，因為我這邊的場館開設時間點是在疫情過後才開始，所以基本上在疫情這段時間，只有我個人被影響到，沒有被整個大環境影響到。

問：您是幾月，今年的幾月開始？

A-2：今年 8 月中。

問：剛好警戒結束？

A-2：對。

問：是有特別抓這個時間？

附錄五、焦點團體座談逐字稿

A-2：就運氣。

問：本來就是定 8 月就對了？

A-2：因為剛好是頂讓原本場館的負責人。

問：了解。

A-2：所以剛好我沒有，我個人，只有個人被影響，但公司的話是沒有被影響到。

問：但是你們 8 月一開業到現在，其實還是在疫情的狀態下吧？

A-2：對，其實還是有，多少還是有持續被影響到。

問：那有沒有針對疫情調整原本的，原本規劃的一些策略，或是一些營運的方針、方案？

A-2：因為目前就也還在且戰且走的狀況，當然就是個人的課堂那些，基本上是沒有被太大的影響比較多。

問：課堂沒有什麼影響？

A-2：對，只是可能說整體課程的，一對一的課程基本上是還好，但是在團體課程的招收上，還是會有一些影響到，因為畢竟，其實發現運動對於蠻多人來說沒有太熟悉，所以基本上可能在比較有運動經驗的人，他們很容易在疫情後就會想要回歸，當然說如果沒有運動經驗的人，會在這段時間就消失了。

問：了解，那我接下來就照順序請○○○負責人？

A-3：嗨，我們成立的時間是在今年 1 月，大概我們現在正在做周年慶，就是我們剛好一周年，所以 109 年度的疫情，其實我們相對少碰到，109 年度那時候我還在台南的永華運動中心服務，所以我還在○執行長那邊，○○這邊就認識○執行長，相比起來的話，我覺得當然今年因為直接就封館掉了，所以有一段時間，完全是空白的，那段時間對我們來說，很多同業的場館都在做線上課程，我們的做法其實我們沒有做線上，我們把所有的資源都拉回來場館內做很深度的教育訓練，影響的話，我覺得相比起其他的業者，標案類型的場館有一個好處是我們還是有一些跟場館的業主，有一些交涉的空間，就是校方，或者是市政府單位也好，我們有一些議價的空間，所以在損失上，相對的可以做一些降低，沒有損失也絕對是不可能的，在回流的過程，其實目前狀況看起來還好，我覺得南部對疫情的信心還是相比起北部好一些，我有很多同業的朋友來南部拜訪的時候，同一時間點，譬如說像中午，或者是下午一、兩點的吃飯時間，他會覺得我們的場館在健身房裡面還有 20 個人，15、20 個人，他會覺得很 ok，他可能在北部會看到工作人員比運動者還多這樣子，大概是我們這邊發生的一個順序這樣。

問：您那邊跟學校或是市府那邊的議價，這件事情是我們主動提出，還是業主方面主動提出來的？

A-3：其實我們有，我們跟校方的關係本來就不錯，所以這個在第一時間，其實

我們就有跟校方知會說，因為疫情的關係，我們有收到勒令停業通知，校方就也很大方的回復，跟我們說沒關係，中央的政策是這樣做的，我們就是照辦，後續的協調，因為他不只有我們這一間廠商而已，校方還有其他間很多委外的廠商，他會一起開協調會，我們再後續一起做溝通討論這樣，我覺得雙方維持一個良好互動關係，本來就對這件事情有加分，而且很重要。

問：謝謝，我就照順序請下一位○經理，○○○○，○經理。

A-4：主持人好，我這邊大概簡單講一下就是我們在 109 年跟 110 年遇到的情況，其實最明顯的還是，一定還是 110 年受到的影響比較嚴重，因為最主要就是在 109 年，雖然全年度都是受這個疫情壟罩，雖然士氣有點低，運動環境也有點差，但是至少都還能運動，我覺得至少進到場館內都還是順利，但是今年 110 年從 5 月開始，就是正式真的爆發了以後，整個中心都休館，就是所有的場館都是禁止使用，這個時候相信對所有的運動中心，應該是對所有的場館影響都是比較大的，所以如果是 109 年跟 110 年相比的話，一定肯定是 110 年，而且停的這個時間點就很尷尬，因為剛好又是在 5 月，5 月在，我相信在很多綜合型場館來說都是大月，因為接下來準備要收暑假，所以我們剛好在 4 月份收完一筆課程的費用之後，5 月面臨了這個休館的危機，接下來的這個 6、7、8、9 月，其實一路都是在退費的狀態，就算開館了，我們也不一定這個收入會慢慢往上走，就是一路都還是一直退費到 8、9 月，一直到 10 月、11 月開始才政策慢慢鬆綁之後，才慢慢開始，人流才開始回來，但是如果相較去年上面相比的話，這個傷害還是比較大，所以目前是這樣的狀況。

問：面對這樣的衝擊，○○○○這邊有沒有做策略上的一些調整？

A-4：因為運動中心是這樣，畢竟是 OT 單位，所以我們必須還是得配合一些，市府的一些政策，所以我們在休館期間，我們還是有發展了一些線上課程，當然效果不是那麼好，因為當然線上課程跟台灣的整個消費習慣、運動習慣都還是有差，再來就是量忽然爆增，那陣子幾乎都是在做線上，所以其實民眾第一，對於軟體操作也不熟悉，再來對於上課的方式也不熟悉，這真的就是看，講白一點就是看老師在螢幕前表演這樣，就覺得有點尷尬，這個跟運動習慣也很有關係，像剛剛有一位先進是 CrossFit 的運動，像這種運動沒有辦法在家擡槓鈴，沒有辦法在家舉槓鈴，所以這個其實真的是過渡時期在這個階段，但你說線上課程，未來能不能被發展，我相信還是可以的，只是這個市場可能還沒有那麼成熟。

問：這也是我好奇的，就是當大家在警戒的期間都發展線上課程，現在警戒稍微鬆綁之後，這個線上課程是不是還有持續？

A-4：應該消掉一半以上了。

問：但是還是有？

A-4：對，還是有一些老師是兼職可以在做線上，就要非接觸性，其實很多團課老師，反而在這段時間發展的線上課程都還不錯。

問：謝謝，我們先歡迎一下○○○○的○董事，他剛剛結束另外一個會議上線，我跟○董事報告一下，我們今天四 round 的議題的討論，現在的第一 round 議題是討論疫情的影響，包含面對疫情的影響之下，我們的單位有做了什麼樣的一個經營上面的調整，我在前面的那一頁投影片裡面，列了一下今天的與會者，也跟○董事報告一下，今天的與會八位都是不同，我們場館業者的代表，在發言的順序上面的話，我大概就是照姓氏筆畫排序，所以您剛好排在第一位，剛剛先跳過您，因為您剛不在，我現在是不是再回過頭先請您這邊，幫我們針對第一 round 的議題，幫我們做一些分享。

A-1：謝謝您，很抱歉因為剛才有一個會議延遲了時間，比較晚進來跟主持人，跟所有的先進們先抱歉一下，我們其實在 109 年跟 110 年，當然其實在整個疫情的部份，對整個產業衝擊，其實分成兩波，一個是在疫情剛開始的時候 109 年，以及在今年的 5 月開始，一直到大概在 8 月間的這一段的一個影響，其實第一段部份的影響，其實對於我們的現實的一個體育產業，也就是線下的體育產業部份的影響比較小，大概整個衝擊的部份，大概只有，我們評估大概只有 2%，只有 2%，業界的部份大概是比同期的部份，大概影響 2%，但在 5 月到 8 月的部份，影響其實是非常大，我們的影響的部份，大概整體在疫情影響期間的部份，大概影響將近到 90%，全年度的影響當然現在看起來，大概會影響全年度營收的部份，大概會影響到 35~40% 左右，因為大概一整季，到目前為止，其實現在回來的會員數，大概所有的會員數回來的部份，大概也只能夠達到大概 70~80% 左右，影響的部份，我們其實在看國外部份影響，大概都會，至少會少掉大概 10~15%，其實這是我們現在目前的一個評估，也大概因應這樣子部份，其實我們，剛才我大概也，後來上來也聽到就是線上的部份，但其實大部份的業者在走的部份，是線上部份的課程，但是線上課程，我們在 5 月、8 月，其實以我們來講，應該是很快就推出線上課程的部份，但是線上課程的部份，到我們這幾天在做評估的時候，其實人數都呈現遞衰的一個狀況，也就是恢復了實體課程之後，其實線上課程的參與度的部份，事實上是在下降的，我們線上課程在最，疫情影響最大的時候，曾經一個線上課程，同時有將近到 17 萬人。

問：一個課程 17 萬人？

A-1：對，17 萬人的瀏覽量，但是到現，因為我們自己的會員數都沒那麼多，所以其實我們也在思考就是說，其實線上課程跟實體課程之間的一個差異，有時候有點類似像創世紀那個畫有沒有？就是一個是從天上長下來，一個是從地上長上去，到底這兩個東西什麼時候會碰在一起，我們其實在看的是說這個互相之間的一個影響，有時候線上當然會影響到線下，所以我們其實也不太願意強推線上課程，可是疫情的影響，其實也還是持續在，所以我們其實目前還是雙軌在進行，在看孰輕孰重，我們其實在做一個比較適當的一個配比，但除了線上之外，其實我們也在思考其他的一些相關的可能性，也就是說比較多角度的去思考健身房的，在實體場域的一個限制，而將人的部份能夠做一個比較有效的一個擴充，跟場域擴充的範圍，譬如說類似像公共，或者是在公，戶外場域的一個使用的一個擴張，不再限於所謂的實體場域的部份，甚至也有可能進入到消費者的家庭，或他的一個工作場域裡面去進行我

們的服務的可能性，所以我們現在目前在針對疫情的部份，有做了上述的一些相應性的一個調整跟方向，但事實上都還在嘗試，對於我們來講，這都是一個不斷在嘗試的過程，我先簡單分享這樣。

問：謝謝，我剛聽到一個分享是 17 萬，其實蠻訝異的，我也蠻好奇想請教說在這樣線上課程的發展之下，有沒有我們自己考慮過，或是說已經做了，自己研發一些線上的平台，自己的平台，或是自己的 APP 之類的？

A-1：其實這一塊的部份都還在進行，也就是說線上跟線下的部份，我們還是比較，也是因為疫情的關係，才開始去思考線上平台的一個發展的可能性，當然其實現在目前在疫情，我們也在挑選適當的平台去看這個事情，也就是說我們本身是否要去走到線上平台的一個過程，我們現在是一個很大一個策略的問題，這裡面當然有很多不同的廠家，或者是不同的合作的對象，我們在思考，我們也在思考的是一個多品牌化，或者是多樣化的一個概念去分攤我們在疫情下面，所產生的單一品牌下的風險，這部份其實都在進行。

問：謝謝，我們謝謝○董事的分享，接下來就照著順序請○○○○的○負責人？

A-5：主持人您好，依照您這邊的問題，109 年及 110 年對疫情的影響，其實剛剛幾位都已經提到，當然影響最大的還是在從 5 月 17 號到 7 月底，中間這段時間，因為畢竟是政府這邊要求，配合疫情的管理而直接是休館，所以在這段時間，當然實體的場館的收入是掉了 90~99% 不等，所以如果以這兩年來比較的話，影響比較大的可能是 110 年，針對這個疫情，我們做了其實蠻多的調整的，因為第一方面，我們其實是以比較智慧型的方式在管理場館，也就是說我們沒有櫃台的人員在量體溫，所以在 109 年的 2 月，當疫情一爆發的時候，其實我們就找到了這個做測量溫度串接的，跟我們開口機去做串接，所以在 109 年 2 月的時候開始，我們的會員進入場館，就必須要做體溫的測量，這些完全都是自動化的，因為我們本來就是一個比較智慧型的一個場館，除了這個以外，當然剛剛幾位先進都有提到，就是因為畢竟線下的場館沒有辦法營業，所以我們也開發了線上的課程，也提供給這個，我們的會員可以在家自主訓練的菜單，甚至是在戶外可以自主訓練的菜單，這些都是為了增加和會員的黏著度，所以這些其實，雖然說場館開了以後，我們也一直繼續在進行，當然像剛剛有提到的就是，可能線上課程的人數，其實是有下降的，因為畢竟場館開了之後，台灣本地的運動習慣還是比較喜歡在現場，跟其他的人在一起，所以雖然說我們線上的課程繼續開著，但是是有明顯下降，也看到大家回到場館來運動，另外最後一塊當然就是在空間的使用上，因為畢竟有總人流的限制，以及比方說機器，我們是每隔一個機器，我們才開放使用，所以對於場地的乘載度來說，當然會下降，我們也在有氧的器材，因為有氧的器材，其實是相對來說，使用是比較固定，而且量比較大的，我們的有氧器材之間也做了隔板，所以這些都是針對疫情，我們去做的一些調整。

問：謝謝，接下來就請教○執行長？執行長，麥克風沒有開。

A-6：不好意思，主持人好，大家好，分享一下就是我們的單位，我們主要的單位，我們其實有經營在台北、新北、桃園、台中有 16 個運動中心，那在 109

年的時候，大概疫情主要影響的話，大概是1月到4月，其實在5月的時候，其實人流就已經是回來，也有一點點報復性的消費，所以其實109年整體營運上來講，其實較108年，其實衰退的沒有想像中的大，可是在110年的話，就是大家都一樣，就是這個暫停營運，其實像我在台北的運動中心，我們算是7月中就配合政策開始開放，但是在那一段時間就是即使有開，還比沒開虧得大，就是那時候，就是因為其實有很多的一個限制，但是實際上大概7月到9月這個虧錢的程度，大概就是反而比前面5月到7月虧更多，這個我相信大家如果是在做運動中心的業者，應該大家都是這樣子，其實人潮大概逐漸回來的時候，大概是9月左右之後，現在才慢慢回來，這個跟疫苗的施打率，跟確診人數的下降，其實有非常大的關係，所以其實我相信所有運動中心一樣，因為剛好我們是休在5、6、7、8，幾乎5、6、7、8、9這幾個月，其實是反而以往所有運動中心，都是這幾個月賺一整年的盈餘，可是剛好今年就是這幾個月通通都賺不到錢，所以我相信蠻多的運動中心，其實整體來講是負的，雖然政府有了一些租金的補助措施，可是其實整體來講應該都是負數為多，這大概是109跟110，其實110年目前回來看，因為受到場地的限制，就是因為還是有所謂的安全距離的問題，所以其實我相信大概整體回來，大概是六成五到七成五之間，我就覺得已經很厲害了，大概也沒辦法，因為人數就是有限制，是沒有辦法的事情，我們當然運動中心是一個綜合型的場館，我們其實做線上課程，其實我們沒有要發展，應該說不太可能去長期發展線上課程，我們會在這個，主要是跟客人的黏著度之間，因為其實運動中心有籃球場、羽球場，這些一定都是實體的，游泳池，我們是服務所有的民眾，所以其實線上課程，而且外面的線上課程的教練，說實在比我們真的是專業多非常多，所以其實我們現在的線上課程，其實是降到很低，不過我們也有嘗試就是做實體跟線上並行的一個部份，以上大概簡單的回應一下。

問：謝謝，我們接下來請○○○○的○負責人，麻煩您分享。

A-7：大家好，針對第一個就是哪一年度的影響比較大，其實也跟前面前輩說的狀況差不多，因為109年度雖然有受疫情的影響，但其實到後半年，年中、年後就是一個大概報復性的運動狀態，所以整年度下來，其實我覺得並沒有比108年度來的衰退，今年度當然就是因為有碰到整個不能，場館都不能營運的情況下，所以今年度的影響當然就是比109年度來的更大，在疫情的部份，我們做了哪些事情，先針對在場館無法營運的這個時期來說好了，因為我們大概就主要做了兩個部份，第一個的話，當然就是持續的要滿足我們學員的上課需求，所以我們是有做線上課程的，我們線上課程從場館不能營業，一直到現在都是還有在持續，不過老實說也是呈現一個比較下滑的狀態，在整個經營線上過程的一個歷程大概是這樣子，就是可能我們前期大概在摸索一下，以及讓大家去適應硬體的設備，比較中間的時候，就盡量把我們日常可能在實體空間中，創造一些服務跟氛圍，想辦法把他帶到線上去，後面到真的場館可以開始營業之後，其實老實說也蠻多人就開始回歸教室上課，所以我自己觀察線上課程的部份，其實學員的持續率會稍微低一點點，我們在課程的選擇上也一直在做調整，因為其實線上課程不管怎麼樣，尤其是以live的狀況下來說，都會有一些音樂等等的延遲，所以基本上我們後期也慢

慢調整成以一些可能墊上肌力，或是一些瑜珈，不太需要一些音樂節奏的課程，效果是比較好的，我們在5月到8月就是場館停業的期間，也做了一些運動的商品，就快速的找設計師，找我們配合的設計師，找廠商去做一些週邊，譬如說瑜珈磚、瑜珈繩、彈力帶，一些相關週邊的販售，還有瑜珈墊，商品部份販售的比較好的就是瑜珈墊了，當然我覺得還是不能跟課程的收入來做相比，不過在那個階段算是還是有小小的一點貢獻。我們到現在目前的話，也是10月、11月，我覺得開始算是比較真的有回穩的狀況，比較多學生開始來上課，不然前期從8月開始可以上課，9月可以開始上課的時候，其實那時候也是，就是有開，反而還在虧損這樣子，那時候的課程也是，疫情開館之後的課程，我們也是一直在做調整，因為初期是必須要戴口罩運動的，所以像我們也是綜合型的教室，就是有有氧課、肌力課、瑜珈課都有，以前的比例，或許都是三分之一、三分之一、三分之一，但自從要戴口罩之後，一些比較動態、強度高的課程比例就會大幅的調整，因為很多學員會覺得自己沒辦法戴著口罩，做那麼高強度的有氧，反而是一些墊上瑜珈類型的比重也是調的比較高這樣，大概到十一，就是口罩解封，11月之後的那個比重才慢慢的，我們現在也才慢慢的要恢復成之前的比例這樣，大概是這樣。

問：了解，謝謝，剛剛您提到一個地方，我覺得蠻特別的就是面對到疫情的一個衝擊，我們單位有往線上的購物，開發一些商品在線上購物來發展，我也好奇想要請教一下，因為剛剛沒有人提到這一塊，我想問一下我們在座先進，你們的單位在疫情衝擊之下，也有類似的發展嗎？有類似的調整嗎？就是往商品的開發銷售，有沒有人有類似的經驗？

A-3：我們有做商品，但是我們只有做一些口罩、口罩支架，就是我們的目的是為了讓客人，總是有解封的一天，解封的一天，我們也預測得到是一開始會有一段過渡期是要戴著口罩的，應該不會馬上就完全開封，所以我們想要讓我們的會員回來的速度快一點，或是有一點信心，但我們沒有投入到那麼大的金額去做瑜珈墊，或是為了線上的服務這一塊，我覺得我之所以會這樣做，是因為我剛剛有說，我們今年，我的公司，我今年才成立，這個標案我才來標，我原本在運動中心，我自己在運動中心，當然是永華那時候剛好遇到磐石艦，我不知道大家還記不記得109那個軍艦的事件，官兵他們在下船以後，其中有一個確診者足跡就有到我所服務的運動中心內，所以我在109年，其實就有遇到勒令停業的這件事情，這也造就110的時候，我覺得在閉館之前，我們閉館，我記得宣布的那一天，我們的調整速度非常的快，我們幾乎封了兩個禮拜以後，其實我們的團隊就已經討論出如果要解封的那個時候，我們的會籍要怎麼做整理，我覺得在群裡有前輩，像○○他們也是做訂閱制，○○也是做訂閱制，那在訂閱制上的營運策略，我們的退款相比傳統的運動中心做預收這塊，我們的退費潮就不會那麼大，所以在第三季的現金流的壓力，相對的也不會那麼有壓力，那個是不同制度上就會產生不同的一個壓力點。

問：我覺得蠻好，您提到那個訂閱制的衝擊會相對比較少，剛提到的，我們討論到的這個商品銷售，還有同業要分享的嗎？好，那我接下來還是請○○○○，○執行長？

A-8：哈囉，各位先進大家好，我們公司目前的三個場館，包含○○、○○以及○○的網球中心，其實剛好就是在台北市裡面，各個區域性大概都接觸到了最極致的，因為萬華應該是說在這次疫情裡面是非常嚴峻的影響，當然我們還是集中 110 年的部份，在營收的部份確實有很大的一個衝擊，疫情的期間，其實我們也配合政府這邊的一個政策，當然政府有協助我們在場館第一線的服務人員，先做疫苗的施打，所以我們在 7 月中後開放的時候，其實我們還是要符合他們的規定，包含設備間隔使用，以及教室容留人數的部份，目前看起來影響最大的其實是泳池，跟一些團體課程，因為許多的消費者會覺得說，在泳池，游泳的這一個過程裡面，是不用配戴口罩，他會怕有一些更直接的傳染途徑，所以在泳池業的這一塊，尤其我們○○○○也是以水域運動為主，所以這塊的影響就會非常的大，相對影響比較小的也是我們後來積極比較處理的措施，就是我們增加我們的服務人員跟消費者之間的連結，我們可能會透過電話，或者是一些網路平台或訊息，盡可能來聯繫他們，針對尤其像一對一服務的這種私人訓練課，我們在這一塊做得比較多的這個，所謂互動跟連結，所以在私人課程的部份，回流的速度其實算是蠻快的，其他的團體課程，主要還是受限在場館容留人數的部份，沒有辦法去再增加所謂上課的人數，所以我們其實一直到 11 月宣布不用，運動的時候可以不用配戴口罩的時候，才慢慢的比較回穩，但是比較特別的是像萬華的這個地方，因為畢竟是那時候疫情非常嚴重的地方，如果以現在三個場館來相比的話，萬華目前回來的課程，大概只有 50%，人數的部份大概也降了一半，這個是，但是內湖的部份的話，因為是屬於一個社經地位較高，消費能力也比較強的地方，所以他們也著重在私人課程居多，所以相對來說，在內湖這一塊，針對疫情期間，其實受影響的部份是比較少的，以上大概簡單分享。

問：謝謝，大概了解各位先進所分享的一些，我想大家遭遇的狀況都是蠻類似的，因應的策略上面，每個業者都有一些差異，接下來我想請教各位就是關於政府方面所做的一些作為，其中最重要的一個作為就是在，政府在這兩年來推出的這個動滋券，我想從業者的角度來看，您認為動滋券是不是對於我們的產業有幫助？特別是在今年 110 年 9 月，體育署推出動滋券的 2.0，面額是五百元，但是只有，它有限制只能用在做運動、看比賽這兩個運動產業的面向，你們各位怎麼看他這樣的一個限制，如果各位對於這個動滋券的，對業者輔導的幫助，各位覺得有沒有達到實質的成效，那麼如果沒有也沒關係，我也想聽聽看各位認為他可以怎麼樣的改善，那麼我就照順序先請○○○○，○董事，跟我們做一個分享？

A-1：動滋券其實分成兩波，尤其是在今年度的部份是只限制在做運動跟看比賽，那我們現在目前看起來在動滋券的部份，五倍券的部份比較多，動滋券的部份，其實數量非常有限，這個部份其實我們自己在看就是說，主要是因為第一個，它有份額的限制，還有份數的限制，所以以我們比較大範圍的去看的時候，我們的會員能夠抽到的比例，如果以人口比例下去算，其實數量一定是有限，因為你如果以份數比例、人口比例下去算的時候，他的結果在動滋券的部份，直接到各別的，各別的一個業者的時候，一定數量會比較少，我們實際上去看就是說，大概是佔 8%，也就是我們的營收，以多元支付的，也就是不是正常的一個收入部份去看的時候，我們五倍券的部份大概佔到

80%幾，也就是說以優惠券的使用的份數來看的時候，動滋券的話，大概就是8%，這是我可以給到各位的一個數據，這是我們現在目前整理的數據，當然現在目前還在持續中，但是這個比例並沒有太大的一個變化，最大的部份其實還是在五倍券。

問：五倍券的比例高出許多嗎？

A-1：對，大概83%，就是以優惠券部份。

問：占優惠券的部份？

A-1：對，我們的行銷優惠券，我們大概都是這樣去看，以行銷優惠券跟五倍券、動滋券、熊好券，台北市的話，我們有熊好券，這幾種的券的比例來看的時候，動滋券的佔比就是大概是8%，我們實際上去算，就是如果真的去看人口數跟得券的比例的話，這個比例其實也合理，所以其實我們並沒有針對這個部份的話，去做一個比較深入的分析說為什麼是這個數字，但看起來是在人口比例上面的差異性。

問：未必有做這樣的分析，但是我想請教就您的觀點來看，像五倍券、動滋券這樣一個優惠券推出之後，所帶來的影響是讓原本我們的顧客回流，還是可以讓我們增加新的顧客？

A-1：這一塊的數字，我們可能要實際上去看就是說，以這些優惠券進來的新的會員，跟原來舊的會員消費，但從我們之前，我還沒有實際上做 analysis，但是我們幾次的開會下來的話，看起來大概是在4%到5%左右，新增是這個數字。

問：新客戶的？

A-1：新客戶大概4%到5%，當然其實也問題是在於這一陣子會員的回流，跟新會員增加的速度，其實是也沒有非常快，因為現在目前12月，我們現在目前看起來新會員回流的速度有逐次在提升，但並沒有非常，不像我們在2003年的時候的經驗，就是2003年的時候的SARS的經驗，其實是很快的就一個比較爆炸性的一個成長，這一次的話，看起來還是比較緩慢的在增加的一個狀況。

問：了解，謝謝，那我們接下來請○○？

A-2：這次的動滋券，我覺得還是多多少少會有增加一些詢問度，基本上可是也是相對會有變成是有些民眾是想因為得到這個券，然後想來現場問說可不可以換一些現場的商品之類的兌換，這是蠻常見到的狀況，他們不是真的想要運動，他們只是因為剛好中獎，然後想兌換一些商品，這是目前我這邊蠻常遇到的狀況，有沒有產生較大影響，我覺得還好，因為其實這個券對於這種人來說，他就是一個有就有，沒有就算了的狀況，並不會因為你有這個券，可以增加，去增加他對運動的契機，因為本身如果想運動的人，他並不會因為多了這五百塊，就真的去運動，但他也不會因為沒有五百塊而不運動，所以我會覺得說這個，或許真的對於健身房的影響不會到這麼大，但是是有加

分，但是那個比例可能只佔了不到 10%。

問：如果是五倍券呢？

A-2：五倍券的話，因為其實相對的，我覺得有，還是會有幫助，但因為相對五倍券，其實在使用這種券上面的話，大家的使用方式變多了，相對想要專一在一個事項上面的比例就比較低，例如說五倍券大家可以拿去做旅遊、拿去做服飾，在運動上面也是跟剛剛前面一樣，如果本身就沒有這個想法的人，你給他十倍券也是一樣，他也不會拿來做使用，但對於說如果原本就有消費，運動習慣的人來說，這可能就會讓他們增加想去的動機，會想持續運動。

問：謝謝，下一位請○○○○的○負責人？

A-3：我自己對動滋券蠻持正面肯定的，那我覺得我不知道是不是我們綜合型場館看法，等一下可以看看其他運動中心的執行長跟前輩，是不是有一樣的觀察，因為我們有球場，他們會有一些長租性質的活動，所以不是指僅限於單一個人運動，他是一個團體的運動，那我們在做長租的續租，或是繳費的時候，其實他們就會蒐集，或是轉購這個動滋券來付這個場地的費用，所以我們這邊動滋券收的狀況，其實我覺得還不低，然後我們相對的在健身房的部份也是有開一些短期的，給這個動滋專用的活動，有招攬到一些新的客戶，那當然我們所在的位置，因為緊鄰於成功大學，所以成功大學蠻多的學生，也因為這樣的方案，會捨棄他們校內的健身房，跑到商業經營的健身房來做使用這樣子，那至於五倍卷的部份，其實跟剛剛○○形容的差不多，就是大家選擇很多，所以他不會很專一的在這一個產業，我覺得還是有限制性的消費下，可能對場館業者的幫助是比較直接的，因為他只能做這樣子的用途使用而已。

問：了解，謝謝，接下來我們請○○○○的○經理。

A-4：各位好，我這邊簡單的說明一下，○○○○這邊其實，我覺得主要如果我們跟 109 年比起來的話，動滋券的使用情形，其實在今年的使用情形稍微好一點點，但是其實總金額算起來差不多，但使用會比較好，使用狀況比較好，可能跟這個我們前面休館休了蠻長的一段時間，大家真的很想運動也有關係，所以大家拿到這個這個動滋券的時候，使用率相對稍微高一點，另外一個就是跟使用的限制上面可能也有關係，因為在 109 年，他們是大部份都拿去買了一些健身用品、運動器材，今年因為限制上他只能做運動、看比賽，所以在限制上面，他當然對於這個運動中心，或是對我們自己這個場館，還是多少有點幫助，但就像剛剛○董事長講的，就是對於整個營業額上面有沒有幫助，有，但是只有很小，另外一個就是可能剛剛主持人也有提到就是，使用動滋券的這些民眾，他到底是原本的客群，還是新的客群，這部份我覺得還是有待去進一步的釐清跟那個，但是就現場看起來，其實原本來運動的人可能會比較多，確實就是原本不運動的，他拿到了券，可能也不太會來，所以可能跟本身場館消費者黏著度就有關係。五倍券的部份，我們目前這邊觀察到的就是，其實在剛開始解封的時候，你到任何哪一個旅遊景點看都是滿，就是滿滿都是人，但是那個，這幾個月健身房的人數，或者是場館的人數都還是很低的，所以在封了那麼久以後，忽然有一筆錢，我想大家應該拿到這

個券，應該是會先拿去吃喝玩樂，過了一陣子以後就是發現情況不對，所以最近 10 月、11 月開始，運動中心或是健身房的人流才慢慢回來，所以我相信離五倍券跟動滋券都還有一段使用期間，可能越到後面，這些使用的狀況可能還是會變比較多。

問：了解，蠻特別的觀察，聽起來好像蠻有道理的，一開始先吃喝玩樂，後面幾個月才開始想到要來健身，接下來我請○○幫我們分享一下？

A-5：好，其實我沒有太多的補充，其實跟大家看到的狀況是類似的，從 109 年跟 110 年相比較起來，110 年因為使用的限制是，真的是拿來做運動，所以對場館的幫助肯定是比較大的，109 年大家應該都是拿去買東西了，去 shopping，所以從這兩年來相比較的話，肯定是 110 年，我們有看到比較顯著的幫助，至於說是新客人，還是舊客人，我們目前看起來其實大概一半一半，因為像剛剛就是○執行長也有提到，因為我們是訂閱制的關係，所以新舊客人會進出的很快，所以我目前看到是一半一半，那至於說這些新客人使用了動滋券之後，會不會再繼續留下來，這個可能我們還是要持續的觀察，但是的確是有一些因為可能不管是他轉換的場館，可能之前發生了毛巾的事件，可能轉換場館，或者是有一些新的會員加入，但是留不留的下來，這個我覺得目前還是一個未知數了，所以跟剛剛幾位提到的狀況，其實是類似的。

問：謝謝，那我接下再請○執行長？

A-6：其實我們也跟大家都差不多，就是去年的話是動滋券的比例非常低，今年當然也是跟，其實跟○○的情況很類似，就是我們大概動滋券比較多開始是從 11 月，反而現在 12 月的比例變高，10 月的話，其實還好，然後跟政府的那個振興券來講，其實我們的 11、12 月的動滋券的比例大於振興券，然後就是，但是動滋券的話就是，其實散客來的蠻多的，就散客的部份，那就是一樣，就是散客到底能不能留下來，就是成為固定運動，這個還是會比較疑問的部份，我們這邊也有那個，就是台北市的熊好券，熊好券的比例相對也更低一點，但是還是有，所以但是當然這些的話，其實今年有在做運動跟看比賽這個部份，我覺得多少我們有收到一點錢，以上補充。

問：謝謝，接下來我們請○○○○，○負責人？

A-7：那我實際就是剛前面前輩講的方向，我覺得也是跟我們的狀況蠻雷同，只是我稍微分享一下我們自己實際的數據，在各種券上面使用的人次，還有金額的一個排序好了，那我們基本上就五倍券、動滋券、熊好券都有收到，以使用人次來說的話，第一名的話是動滋券，第二名是五倍券，這個的比例大概差不多動滋券是五倍券的兩倍多，最後一名當然是熊好券，因為它只限台北市使用，然後我覺得蠻多人不知道熊好券這個東西的，所以會有這個使用上面的落差，在以消費金額上面來說的話，第一名的話會是五倍券，第二名的話是動滋券，所以比較特別的是我自己觀察在消費習慣上面來說，以我們的學員來說，會使用五倍券的話，會是以舊的學生為主，基本上他們就是本來就有預期要付這個學費了，所以就正好從這個政府多拿到的錢，直接來付學費，所以蠻多甚至是直接拿一包錢來付的，動滋券的話，實際上裡面動滋

券到底是舊生多，還是新生多的比例，我現在還沒有實際的數據，但我感覺就是動滋券裡面有蠻多人是第一次來我們教室運動的，所以應該是受到一些政府的刺激，就是他或許之前有在觀望我們的場館，還沒有跨出第一步，突然天上掉下來500塊，他就願意來做個體驗，所以我覺得在新客的導量上面，動滋券的幫助比較大一些，以上。

問：謝謝，接下來請○○○○，○○○？

A-8：目前的狀況大概是這樣子，我們的動滋券其實收的還不錯，我覺得政府的這一個措施，這次設定在使用觀賞性跟參與性的這一個運動模式的話，我覺得對我們來講，其實有蠻大的幫助，那絕大多數來使用的，以我目前的觀察都是以老顧客，就是原來的客人會比較多，因為他們拿到了之後，可能會引起他們可能會直接付，來恢復課程，或來參與的動機會比較高，反而是其他新的這些客人的話，其實他本來就沒有運動的習慣的，他其實拿到了，他也不會來，那我如果簡單的再去算一下說，目前就算以使用的人次的比例來講的話，五倍券現在使用的相對是比較少的，動滋券大概有多它七到八倍左右，動滋券使用的人次，以我們○○○○目前的狀況來說是這樣，以上。

問：謝謝，好，那我們關於動滋券的討論議題就先在這裡暫停，接下來我們進入到第三輪的一個討論，那第三輪的討論，我想從消費者的觀點來去看問題，就是疫情的影響之下，對業者是有衝擊影響，當然對民眾而言也是會有影響的，我想請教各位在運動場館的第一線的觀察，你們認為說在這樣子的一個疫情衝擊下，未來民眾的運動習慣、風氣會不會有什麼樣的轉變，我們之前在很多不同領域的調查，譬如說在零售領域，或餐飲領域裡面的調查裡面，都會發現說民眾的消費習慣不一樣，大家對於接觸式的服務或非接觸式的服務的這個接收的意願，也會有一些影響，我想在運動方面，我想是不是你們也會有同樣的觀察，那麼在另外第二個，附帶的第二個問題是，在後疫情時代之下，也就是說在未來運動場館可能會有產生什麼樣的一個商業模式，我們會問這樣的問題是因為我們在一些文獻的資料裡面，或者是在一些討論的文章裡面，會看到會有一些人提到，未來可能會有線上或線下課程的結合，或者是一對一的私人教練增加，因為大家可能去擔心染疫，去場館的可能性會降低一些，所以一對一的需求會增加，又或者是說微型的健身房會增加，也許是社區化，或者是大家不想去人太多的健身房，又或者是以場租的概念來取代月費等等，這些都只是我們透過一些研究資料，提出來一些舉例，當然未必有這樣的一個趨勢的發生，那我想請教各位業者你們在第一線的觀察裡面，你們看到了什麼，是不是可以跟我們做分享，那麼我一開始先請教○○○○的○董事，麻煩您跟我們做個分享？

A-1：我想首先第一個問題，就是說針對運動習慣，會不會因為疫情影響而轉變的這個問題，其實還是會去看到的東西，其實是這個疫情的影響到底是一個長期性的，長期性的一個現象，還是一個一定期間的一個狀態，我們現在目前看到的部份是民眾的一個運動需求仍然存在，而是他會選擇不同的一個場域，在家運動的人數其實是會提升的，在場館裡面運動人數的部份，的確因為疫情而受到部份的影響，這部份是我們觀察到的一個現象，當然因應這樣的一個情況，其實很多業者當然提出很多不同的一個對應方式，包含你在

上面所提到的幾種情況，其實我覺得都是可能會產生的一個商業的模式，在上面的轉變，我個人是認為其實問題還是在於這個疫情的影響，到底是一個長期性，是不是我們的生活，所謂後疫情時代的生活，一定會被這個疫情所長期性的產生變化，這個時候就會讓我們有一些對應的方式，成為必須是主流性的商業模式，譬如說我們現在在講人數上面的一個限制，在大型場館的部份，勢必受到疫情而產生的人流管制，所產生的營業影響，微型的健身房或小型的健身房，甚至是所謂的包間式的一對一服務模式，可以不受到人流限制的管制，而產生它的一個營業可能性，還是取決在這個疫情的影響到底有多長，如果當這個影響是長期性的部份的時候，當然我們就必須以新的營業模式來替代，如果人流的管制已經是一個常態，大型的健身房，譬如說我們甚至要思考，譬如說講飛輪教室這個事情就好，飛輪教室以前我們舊的營業型態，事實上是一個一間教室裡面，可能大概四十台車子，四十台車子的一個飛輪的模式，但是如果人流上面必須要做區隔跟管制的時候，我們勢必將一個大的飛輪教室，改變成可能大概要區隔成十間，就像我們電影院有大間的電影院，當人流管制變成形式的時候，那 MTV 就得出來，就必須變成 MTV，就變成必須是一個人一間的模式，或是兩個人一間的模式，或者甚至是三個人一間的模式，那就必須變成泡泡模式，所以其實商業模式的問題，其實會是到底它是不是變成商業的主流模式，必須存在的東西，我們現在其實預測的東西，其實是運動的溫度，其實還是很重要，也就是人跟人之間接觸的運動溫度還是很重要，這也是我們在健身房的營業模式裡面很重要的一個元素，疫情的影響，我們在判斷上，當然也可能判斷錯誤，就是判斷上，我們認為疫情的影響會是一個段落，不會是永久存在的一個現象，所以應該做的東西是微調、調整，因應疫情的變化進行一個更彈性的經營模式，但是可能有一些核心的內容，不見得會去做拋棄，或是完全的轉變，這是我們現在在模式上面的一個思考，以上供大家分享。

問：謝謝，接下來請○○？

A-2：我覺得對於這題的話，其實運動習慣會讓這一次的疫情這樣子，讓我們的人口會產生一個 U 型，所謂的 U 型就是不太運動的人就繼續保持不運動，因為他們可能覺得反正都這麼久沒有運動，等疫情過後再說，會運動的人也持續就是會持續運動，其實 U 型這中間這個觀望人數，或是想進入運動的人就會開始逐漸變少，所以我會把它稱做是一個 U 型的原因在這邊，當然因為疫情的影響，確實對整個產業造成非常大的一波影響，我也會覺得它會間接的幫助，應該說間接的讓整個場館的型態轉型，其實變成是我覺得場租教練的模式會是未來的一個趨勢，因為其實一對一本身就是非常熱門，大家都比較不會有爭議的話題，當然團體課程的模式也是個趨勢，也不在話下，但這個東西其實已經是個常態了，當然我覺得場租教練的一種營運的方式，可能是未來會充斥在整個產業不到 10 年的時間不等，因為其實他受限的東西非常的少，相對的說消費者意識抬頭，他們也不太想，越來越不想被綁定，再來就是很多的企業都會被履約保證，很多健身房都會被履約保證的部份所受限，他們的資金流的部份，所以可能未來招募更多的場租教練，會比招募更多正職教練來得會是一個樣子，這是我的想法。

問：謝謝，接下來請○負責人？

A-3：我們這邊的話，我覺得運動習慣，不一定會因為疫情改變，還是要看疫情是不是長時間性質的影響，就跟剛剛前面提到的一樣，反而它會受到一些，譬如說科技發展的影響，其實看喬山，或是看岱宇他們在家用市場今年的表現，其實就成長的很大，然後喬山甚至，雖然毛利沒有那麼好，但是他做的魔鏡，還是補了很大的營收，然後在家用市場，其實有很大的購買比例，我覺得這本來就是一個線上跟線下，但在台灣，不一定會是衝突的，因為台灣會員入會的比例本來就相對於歐美國家，或是比較完整的國家，相對是低的，所以我們有很大的開發空間，所以 even 是 U 型的，我在 U 型的右半邊還是有很大的潛力市場，我可以去尋找我的客戶這樣子，然後可能我說的科技的部份，可能是發展會有一些什麼沉浸式體驗，AR、VR，他會讓團體課程為什麼他們會有 motivation，可能是因為他們有人跟人互動，那如果我可以打破地域的限制，產生人與人的互動的話，就會跟 Peloton 一樣，所以我覺得這反而會是影響比較大的部份，科技部好像他們有類似做魔鏡的東西，現在在 test，所以有一些運動中心就放了一些鏡子可以去判斷這個人的動作，或是怎樣，那未來可以也用在家用，或是其他的方面，然後商業模式的話，因為我們本來就是在今年才成立的，所以剛好卡在去年疫情跟今年的疫情之間，我們才選擇我們要用訂閱的方式去經營，這個我自己用訂閱的模式在經營，遇到的是我們在台南這個市場，第一個可能行動支付，或者是線上支付這一個行為，或這個動作，可能對於中高齡，或是樂齡的使用者，他們一開始會有一點疑慮，那我們就會必須要做一點折衷的方式，譬如說我們發一些紙本或是 coupon 券的實體，然後讓他們帶著這個實體卷，然後來現場，至少要進到現場，我們的服務人員再教他怎麼操作以後，他才會產生信任感、才會產生黏著度，他們就開始願意用線上扣款的這件事情，但我覺得一開始的先行都會走得比較慢一點點，但是這一個代價在滾動有建立起來以後是非常值得的。

問：謝謝，請○經理這邊幫我們分享。

A-4：我這邊簡單做一點分享就是，其實如果看教育部體育署在 108 年跟 109 年做的這個運動人口，規律運動人口的比例，其實 109 年還比 108 年低一點點，大概就是 33% 左右，其實我們在這整個產業，所有的業者其實在爭的那塊餅，其實就是在這 33% 的這裡面，你說未來到底因為疫情會不會衍生出其他的另外 70% 的這些人口，我覺得可能還有一些商榷的空間，我們的資本要投資在哪裡，這也是要去思考地方，改變運動習慣跟風氣，其實我們剛剛在討論的，其實大部份都還是在健身產業，就是在健身房裡面，因為事實上有很多運動是沒有辦法進行線上運動，譬如說籃球，我們來打一場線上籃球賽，這是沒有辦法做到的，所以因為我們是綜合型場館，所以我們其實面臨到的，除了線上課程的這個問題以外，事實上我們其他種運動，其實都還，大家的這個運動習慣，其實並不會改變太多，你說風氣會不會因此而下降，大家可以從這個，今年的職籃、職棒開始的這個盛行率來講，其實風氣，運動風氣並不太，並不太有下降的這個感覺，但是運動人口會不會有改變，我相信是會有的，如果明年這個教育部體育署這個 110 年的調查出來，可能那個比例上又

會下降很多，那是不是在這短時間內要去發展這個，整個線上的課程，因為我覺得近這幾年，環境也好，直播的設備，或是攝影設備也好，包含技術也好，都還不是這麼純熟，所以如果你說，或許喬山、岱宇的這種大廠牌的這個公司，可以投入這種比較大量的資金來開發這樣子的市場，我覺得是比較有機會，但如果是一般的這種工作室，或者是一般的健身房，要業者再去投入一筆這樣的資金來開發這個，因為雖然他可能會有商業模式，但他不一定能賺錢，他可以拉得住這些會員的黏著度，但是不一定能賺錢，所以他可能還不是一個完整的獲利模式，所以我覺得這部份可能未來也還要再觀察個幾年，以上分享，謝謝。

問：那麼接下來請○○。

A-5：好，我想針對這兩個問題，就是民眾運動習慣跟風氣，我自己的看法是目前還看不出來，因為到底新的，所謂的新的正常，到底是什麼樣子，其實我希望不是像現在這樣，如果是像現在這樣的話，是正常的話，那其實是還蠻糟糕的，所以我認為是還看不出來，我想至少有一點是確定的，就是至少大家一般民眾對自己的健康，我相信有對它的重要性，我相信有更深一層的認識，因為畢竟有這些以前從來沒有見過的病菌，或者是要怎麼樣增加自己的抵抗力，所以運動習慣跟風氣，疫情有什麼影響，我自己認為現在是還看不出來，一方面也是有季節之分，至於說對商業模式的影響，我覺得可能其實是呼應到上一題，就是說因為新的正常化，到底什麼叫新的正常化，他就會影響到接下來商業模式的改變，如果說新的正常化，就是都必須要就是單獨的一個空間來做運動的話，那我相信一對一的課程，或者是微型的健身房，自然就會跑出來，如果是都要在家裡的話，我相信一些線上的這個課程，就會更蓬勃的發展，所以我認為所謂的新的正常，到底是什麼樣的一個狀況，他才會 drive 就是接下來新的商業模式的發展，但我認為有蠻多前輩都提到一點就是，其實未來科技的比重一定會大幅的增加，不管是軟硬體結合，比方說像魔鏡，或者是說在進出場的溫度的檢測，或者是說線上、線下課程的結合，或者是怎麼樣運用穿戴式裝置，所以會員不在場館內，還是可以提供服務給他，我覺得不管疫情接下來會對這個產業有什麼樣調整，我覺得他有一個，其實跟所有產業都是一樣的，就是科技的元素一定會越來越重，所以怎麼樣能夠把科技跟剛剛這個○董事長談到的就是說，科技跟溫度的這個結合，我覺得這個是，接下來是一個蠻大的課題。

問：謝謝，我覺得○○特別提到科技的部份，其實我想進一步跟○○請教是說，在這一波疫情的衝擊之下，您看到的這個科技的應用，民眾的接受程度有沒有越來越高？

A-5：我們自己的看法是，一般的運動愛好者，對科技的接受度是有在提高的，一方面是線上課程，可能一開始是逼得沒有辦法，只能做線上的課程，但是至少它是一個切入點，另外就是可能以前是做戶外運動的，他會去買這些穿戴式裝置，所以我認為就以接受的程度來說，他一定是加速的，在這個疫情的過程之中，甚至比方說像我們的場館，就是說會有一些人數上的限制，會在我們的 APP 上面顯示現場的人的數量，也有會員提到說，他希望在人比較少的時候來，所以我覺得科技怎麼樣運用，這個還是每個業者會有自己的

做法，但我覺得科技的元素一定會逐漸的提高。

問：了解，謝謝您的分享，我們接下來請○執行長。

A-6：有關於就是民眾的運動習慣或風氣，其實因為疫情的關係，大家都會體認到說運動可以增強免疫力，這個大概是政府一直在大力推廣的，但實際上因為受到這個環境的限制，就是說原本沒有運動的人，他知道要運動，然後增強免疫力，不見得會真的步入這個運動的這樣的一個作為裡面，那當然就是說，隨著這個台灣控制的蠻好的，然後疫苗的覆蓋率也蠻提高，我覺得這個其實是民眾可能願意踏進運動場館，或做戶外運動的一個蠻主要的原因，其實因為我們在，所在的場地是運動中心，我覺得來運動中心的，因為年齡層範圍很大，當然說年輕一點的，譬如說 40 歲以下的年輕人，他們使用科技，譬如說他在這個疫情期間，場館沒有開，他接受線上的課程，那是比較容易的，可是稍微年紀大一點，運動中心原本有的，來使用的，其實幾乎可行性就比較低，但是就是說因為現在疫情的關係，現在進入場館必須要掃 QR Code，或者要去做一些，科技已經融入在這個上面的東西，其實是大概大家都還是會慢慢的來使用，可是你說年齡層就是說，譬如說某個年紀以上的年齡層，你希望說他，譬如說上線上課程或什麼之類，我覺得這個比例真的非常的低，其實這個，我相信說來運動中心的民眾，他還是會希望來場館裡面運動，就是可能因為他們以往的一個運動習慣，還有運動氛圍，還有就是很多人可能家裡也沒有那麼大的地方可以讓你做瑜珈，或是跳有氧，或是做什麼線上課程，甚至要有器材的部份，其實這都會限制了一些線上課程的部份，所以其實我覺得只要疫情慢慢的趨緩，或是我們有到一定的控制，其實民眾還是會希望到運動場館，或是到戶外去運動的部份，那新的商業模式的話，其實要看說大家都有在推，但是我相信其實只要疫情如果就是說真的到好，譬如說那個預言的，或是什麼只要 2023、2024，其實真的大家都可以正常化，或是它流感化，其實我覺得這個部份，其實大家還是會回歸到正常面，只是說跟前面大家講的一樣，只是說在這段過程裡面，我們不得不去看一下線上課程，或是不得不去提升自己的科技的使用年齡、能力，這個大概都會有，那你說教練的這個一對一的私人課程，或是場租取代月費的部份，其實這可能會是後面，因為以運動中心來講，這個可行性就是會比較低一點，因為我們主要還是以團體的課程，或服務大眾為主，可是如果以一般的微型的健身房，或者是私人的健身房、俱樂部，其實他們是有機會來做這樣的調整，因為相對他們的單價，或者是他們是可以提高的，以運動中心來講，我們很多的價錢已經是被釘死了，所以我們是不太可能有什麼新的商業模式，我們只能再提高科技的服務的部份，不管是使用 APP，或者是器材上面，或者是線上的課程，這些來做我們的科技的提升，大概是這樣。

問：謝謝，我們請○○○○，○負責人？

A-7：好，針對第一個運動習慣這個部份，我覺得可能還是會再細分為說，他是本來就有在運動的人，還是初學者，我自己看到的，以疫情在場館不能營業，大家都在家裡的狀況，其實原本就有運動習慣的人，上線、上課，甚至是說開始在家裡打造自己的 home gym，買一些很多器材的這個比例，其實真的是提高蠻多的，我也覺得如果說真的很不幸，下一次又有一次這樣不能營業

的情況，這樣子的人，他其實還是持續擴充他的 home gym，或是購買更多設備，至於說那一些初學者，或是才剛開始運動的人，我訪談一下，很多人基本上在這3個月裡面，5月到8月，有很多都是完全沒運動的，所以基本上他們還是沒有運動，所以這是比較針對初學者的狀況，在整個運動的情況，以離峰季來說，我感覺其實到疫情過後，有一件事還蠻明顯的，就是可能運動跟娛樂這件事情會對民眾來說，變得更像是一件娛樂的事情，休閒娛樂，因為大家真的悶太久了，所以與其你要他去健身房舉一下、兩下、三下、四下，他可能更渴望去戶外登山，或是去做一些攀岩其他更有趣的運動，這也可能是在疫情的影響下，大家的身心靈上面都受到了一些影響，需要有一些出口，所以我覺得在整體，我自己看到我們的，因為我們那邊的會員，其實年齡大概差不多是上班族到，25到40歲中間的女性是為大宗，所以其實蠻多開始想要去做一些戶外，或是新的運動，在第二個商業模式的部份，我認為其實因為為了因應疫情，我當然也覺得一定會有更多、更多元的這種新的商業模式的玩法，但是新的商業模式其實都是需要時間去 try、去驗證到底可不可行，那就我們自己來看的話，以經營運動場館，我們自己會認為更多角化一點，一定是接下來必需要思考的事情，因為疫情這件事情，也很難確定是不是明年會再來一次，如果明年會再來一次，實際上實體的這種營運空間，其實就真的會有很大的影響，所以雖然說目前已經恢復，在疫情沒有影響的日常狀態下，我們一定還是以經營原本擅長的事情為主，但我覺得在這個日常可能也是要再思考說，如果說真的又來了一波，到底怎麼樣可以突破空間的限制，還是可以抓住會員，當然在這次的疫情衝擊下，我們也是更加認知說，因為我們自己是比較算是在做運動服務，運動服務業，所以要怎麼樣把運動服務帶給剛剛講到，前面有講到這些溫度的感覺，可以不在你的空間發生，而是在超多空間，超越時間、空間，讓它可以在線上發生，其實也是一個我們必須要去思考的，就是大家是因為我們的人、我們的環境，很喜歡來這個地方，但他如果不能來了，是不是一樣還是可以因為我們的元素，很喜歡我們其他的服務，所以其實這就是我們日常要更努力的去跟我們的會員之間有很好的連結，因為像我們觀察，在疫情的期間，其實線上課程會參加的人大概都是死忠的粉絲，就變成是接下來可能疫情期間，我們要再努力的去培養我們這些死忠的粉絲，在日常生活中，我們要再去培養死忠的粉絲，然後到真的如果又不幸發生這樣狀況，其實我們在經營其他服務的時候，這些粉絲才可以帶給我們其他的收入，謝謝。

問：謝謝，接下來請○○○○的○○幫我們做分享，謝謝。

A-8：各位好，簡單的大概分享一下，就是目前如果以運動中心會不會受到影響，因為我們是一個綜合性的場館，如果以我們運動中心來說，如果受限於場地的這個需求的話，他還是得要來，而且他也只能來，譬如說羽毛球、籃球，那我們的場館，尤其在萬華運動中心裡面，其實我們跟前面幾位的先進也有提到說，科技融入場館的這些東西會慢慢越來越多，包含現在政府其實也會一直希望說，包含空氣品質偵測等等的，所以說其實在目前來說，健身房來使用的這些消費者，他也会注意，或者是會去看一下說，目前的一個場館空間是不是適合，或者是他們喜歡的一個運動空間，尤其他們會去注意說，環境是否空氣流通等等，所以我覺得未來的場館，其實融入科技的元素，這個

一定是一個趨勢，只是說我們需要採用什麼樣子的模式去做，舉例，我們在萬華的部份，其實我們現在也有在做沉浸式投影的，這樣的一個團體的課程，但是相對於說目前來講，即便是疫情過後，他的接受程度還是比較低的，但是如果以去年的一個狀況延伸到現在，我們可以知道像去年戶外的一些運動，其實就非常的流行，譬如說像高爾夫球，所以說在今年也可能因為這樣子的一個疫情的影響，目前來學高爾夫球，或來室內使用模擬器的這樣子的一個現象，就會變，人就變得比較多，所以說依照過往可能在運動調查的這個部份來講，穿戴式科技其實慢慢的一直會融入到未來投入運動的這些學員的生活裡面，只是說接下來我們要怎麼樣，就像剛剛前面先進所講到的，讓科技跟溫度能夠做一個串連，我覺得這可能是面臨到接下來可能的一個挑戰，以上。

問：謝謝，我覺得大家的分享都非常精彩，尤其特別是很多的先進都特別點到科技跟溫度之間的結合，以及科技未來的可能性，或者是沉浸式的這種體驗越來越被接受，我想這個對我們整個研究都是非常有啟發的，那我接下來進到我們今天座談會的最後一 round 的一個問題，前面的探討，我們都很聚焦的在談關於疫情的影響，動滋券，又或者是疫情產生之後未來消費行為可能的改變，我想我們現在最後一 round 的討論，是不是請大家比較開放式的就是說，就是我們也不要局限在在疫情上面，因為各位都長期耕耘在運動產業上面，那我們的委託單位就是體育署，是不是各位長期的在業界的這個努力之下，那麼各位可能會有遇到一些經營上的狀況，或者是政府政策上的一些問題，是不是可以在這一 round 的發言裡面，跟我們做一些分享，就是我們在，我們認為說政府在振興運動產業的措施上面，您的立場，您的經驗上面會建議政府可以有什麼樣的作為，或者是政府針對我們場館業者，可以提供哪些協助、措施，可以來提升國人的一個運動風氣？那我們一樣先請○○○○的○董事跟我們做分享，○董事請。

A-1：我這邊的想法其實在，只是一個建議，其實在政府部份，其實可以做的事情很多，從民間業者或者是政府的角度去看，其實還是希望國民能夠健康，我們所看到的是說，在整個產業的發展，你說從以前的亞歷山大，到現在的一個過程中，從 1980 年到現在，我們大概整個發展也過了將近 40 個年頭的健身產業的發展，從民營到公營場館的一個聯合經營的狀態，其實我覺得這裡面有幾個事情，我想建議，第一個部份，事實上隨著人的年齡的增長，運動人口的部份事實上從以前的大概集中在 20 歲到 45 歲的人群，現在逐漸在往上，因為 40 年經過了，所以其實這些人群的部份，也逐漸的往大概 60 歲，5、60 歲的這樣子一個族群在發展，當然公營場館可以 cover 部份的一個，高齡者的一個運動的環境，但我們可以看到的是，在整個高齡場館部份，或者是在整個國民健康的一個促進的部份，現在目前在整個運動振興，或者是運動產業的著眼點，其實還是著重在年輕族群，所以產業在 RD 經費上面，或者是所謂的課程的發展經費上面，其實上是受限的，事實上是限制的，而且都來自於所謂的民間業者的投入，或各別業者的投入，所以在人才發展這件事情上，我覺得甚至第一點提出來的，因應將來的一個高齡化的發展，或者是國民健康促進的部份，我覺得政府在人才的培養，或者是在業者在所謂人才發展、課程發展的 RD 經費、研發經費上面，其實應該可以給予

必要性的一個補助，因為在這個產業裡面，其實它不是一個不動產業，也不是一個設備的問題，而是知識產業，在這個知識產業的發展上面，其實是應該在這一點上面要獲得政府更多的一個支持，第二點其實是在，民間業者在跟學校資源，或者是人才養成的部份的一個銜接的部份，能夠給予一定性的一個支援跟協助，因為隨著我們的產業的發展，我們會看到在人才的瓶頸上面，我也看到很多的教練，或者是很多的從業人員，可能加入這個產業的時候，20 幾歲，到 30 幾歲，他可能要面臨創業的問題，他可能要面臨他家庭生活的問題，或者是社會需求的問題，可是我們希望有更多的心血來加入到這個產業，在這個疫情的影響下，其實我們看到的是，很多的人才因為疫情的影響，被迫離開這個產業，所以其實在新血的部份，學校培養的人才，如何進入到這個產業，如果能夠給予一定的就業安定的補助，或者是一定的就業的一個資源的時候，其實有助於新進入到這個產業的人安定下來，這是第二點的一個想法，另外第三點的部份，其實針對整個社區型的工作的部份，我們現在目前看到的是在公有場館的部份，事實上都還是傾向於大型的健身場館的一個建設，但是在全民運動，或者是在整個健康促進的議題上面，其實很多的是屬於社區型的小型場館的建設部份，大型的商業健身房當然是一塊，但是在小型的社區場館的部份是政府可以再著力的，當然我們可以看得到的，新北市有做這樣的工作，但其他縣市的跟進部份，看起來還是比較落後的，我們其實認為新北市在這一個工作上面的一個部份，是可以值得其他縣市的一個借鏡，就是透過民間業者的介入，然後去進行社區型的運動據點的一個建設的工作，大概是這三點的一個建議，提供做為參考。

問：謝謝，接下來請○負責人。

A-2：其實我覺得政府可以協助上面的工作，主要我會覺得是新聞媒體的一些傳播知識上面，因為其實蠻常見就是民眾很容易被一些新聞媒體的聳動標題，而影響他們對於產業，或是對於任何一個運動的一些看法，例如說又有什麼健身房倒閉，或什麼之類的，其實這些負面新聞都會變成大過於一些正面新聞，對於民眾的影響，如果說在這樣的一些新聞發聲上面的東西，可以給民眾多一點的一些正確、真正的運動知識觀念的傳播，可能或許會真正改善到真的國人的運動風氣的改善，我會覺得是希望可以從政府這邊做調整，也可以多一點這樣的一個曝光部份，因為畢竟說看新聞的人很多，當然看新聞的年齡層也相對也更多，而且以年長者來說更為是大宗數，我們也都知道，其實年輕人對於運動風氣跟運動習慣養成是比較容易的，也是比較有知識概念的，但是目前來說，因為現在是一個高齡化的社會的產生，所以慢性疾病這些人的議題也都不在話下，所以傳播這樣相關，因為大家都知道，其實運動就是一個最好的一個解藥，只是說這樣的一個概念可能都，變成都只有真正在健身產業的人才會知道，可是在非產業的人根本不太了解這個話題，所以可能可以從政府單位得到這樣的協助，再來就是說，像剛剛有提到就是說人才培養的部份，當然這也是一個蠻有一個斷層的問題，就是其實基本上以台灣的健身教練人口來看的話，我們都會習慣是去考取一些國外的證照，然後來教學，但是以中華民國的一些協會的證照來看的話，其實就不太具有這麼的有公信力，跟一些這麼多人的支持，所以其實在於運動研究上面的知識來說的話，當然台灣在這個方面的知識的攝取也會比較少一點點，所以會讓很

多的健身教練，我們像要考取一些證照都一定會想要往國外的證照來做發展，而不會是單純停在中華民國 C 級或 B 級，甚至 A 級的證照來做第一優先的入手，就會變成只是我們也有一張證照，可是並沒有真的實質上的內容太多，提供給教練的使用，以上。

問：謝謝，接下來請○○○○，○負責人幫我們分享，謝謝。

A-3：我自己覺得政府可以協助我們，主要也是在教育方面的，因為人才的培養這件事情，我們公司自己有聘請物理治療師，當然他來這邊是做運動的教練的教育，而不是做治療的行為，但從兩個不同背景的人來比較的時候，他們是需要受到國家考試，然後並且有一個實習完整的過程，在運動領域的人，沒有這樣子的一個嚴謹的培育過程的時候，會變成是我們是被迫著找非本科系，或是甚至受訓很短的時間，他要得上線的，我覺得這會讓業者產生這樣子的途徑，在這個上面，其實在學校的課綱也好，那個都是有很大的調整空間，那也可能可以修正到○○剛剛講的，那對於這些商業機構，就是證照機構，他就是看到高等教育可能在彌補上面的不足、有缺口，所以他們才在這個地方會有很大的商機可以去，做這些考核，也可以立法這樣子，然後另外就是我自己覺得會有一些城鄉差距，當然這免不了，就是我從新北的板橋運動中心那一路從在台北工作，然後回到台南，在台南，六都就只有體育處，所以 even 是新的定型化契約要上了，台南市的體育處，他沒有辦法做很多決定，他上面還有教育局，他就是被壓著，所以我覺得就是同樣一份的契約，然後揭露事項，但是在各地區的執行業務主管機關在那個權力不相等的狀況下，他們注重的面向就會不一樣，然後甚至我有同業的朋友，他是林口有一個場館，然後桃園有一個場館，他遇到桃園市政府跟新北市府的體育局的重點就不一樣，同一份合約，但是場館兩邊要執行不太一樣的方向，那個是我覺得應該要統一下的，才會讓我們一線執行的業者，比較清楚明白一些，以上這樣。

問：謝謝，接下來我們請○○○○，○經理。

A-4：我這邊簡單分享就是針對第一個題目上面，我們講的是運動產業，講產業，我相信這個範圍是比較廣，就是整個產業的，包含我們運動場館就只是整個運動產業裡面的其中一環，所以其實如果相比過去來講，其實近 10 年內，我們整個台灣的運動產業應該已經算是有跳躍性的發展，所以運動產業來講應該是，我是覺得，我還是挺樂觀的，但如果說我們剛剛其實有帶到整個運動風氣的部份，事實上我個人還是比較認為是從教育上著手，就是我們從，剛剛我這邊講的教育，可能跟剛剛幾位先進講的教育比較不一樣，就是我們一直希望這個運動風氣可以變好，但是事實上我們從學校教育裡面，從體育課一直被拿掉這件事情，我們可以知道說，這些人就算一直到成年，到他有付費的這個，付費運動的能力的這個期間，他可能運動的權利可能不斷地被剝奪了，所以如果我們從現在跟長遠來看，我們從國小、國中、高中，一路去培養他對於運動的習慣，那 10 年後，或者是 18 年後，他們出社會有這個經濟能力，這一群人，18 年後這一群人才開始會真的知道說，我應該付費來運動是一件很正常的事情，那等這些人為父、為人母的時候，他也是同樣的去教育這樣子，他的小朋友，所以這個我相信到那個時候，整個這個運

動產業的風氣才會更越來越來興盛，剛剛其實有提到這個高齡的產業，其實在公家機關，或者是公共的，像我們這種 OT 的場館，對於高齡者來講，其實大部份都是免費，其實這一點也是我們一直在思考的一件事情，就是我們其實釋出很多福利給這些高齡者，但是我們始終沒有辦法去養成他們這個付費的習慣，所以當他沒有，他不願意去付錢來享受這個服務的時候，可能就沒有相對的商業模式，因為他始終覺得你只要免費，我才會來，那你就要有收費，我就不來了，所以我個人還是認為他不算是健康的一個方式，如果對於場館來說，當然對運動中心來講，當然是希望政府給我們這些，一些政策上的鬆綁，尤其是在疫情過後，我們對於權利金的減免，土地租金的減免，這當然對我們的場館業是最直接的反應，以上。

問：謝謝，那我們接下來請○○○○，○○？

A-5：我在這個產業的時間比較短，所以這邊的建議可能不是特別的豐富，但是想呼應一下就是，我覺得不管是政府透過媒體，還是政府本身自己，我覺得台灣的運動風氣其實不算差，但是會有一些可能不是非常正確的知識，打比方說可能有些年長的朋友們會覺得重訓是一個很危險的事情，我每天只要走路走 30 分鐘，我就算是運動，哪怕連心跳 110 都沒有達到，我也算是運動，所以我覺得政府可以做的，尤其是政府是最具有公信力的一個組織，由政府來傳達正確的知識，我認為是對這個產業來說，政府能夠做到最好的一件事情，因為畢竟不管說是這個 OT 的場館，還是我們這種私營的場館，我相信消費者一定會覺得，你跟我講說運動好是因為你要賺錢，但這個話，如果是從政府的機構講出來的話，我認為相對來說對正確的運動知識會有比較大幅的提升，還有另外一件事情，可能就是剛剛應該是○執行長有提到，就是說執法的一致性，因為 1 月 1 號又有新的定型化契約，不管說是對場館，還是對教練的這個定型化契約要出來，講實在，有時候連我們自己看了都看不太懂，我們如何指望要解釋給教練們聽，然後讓他們可以解釋給他的學生們聽得懂，再加上可能跨部門，或者是跨區域的時候，又會有一些不同的解釋，我覺得這個如果能夠有比較一致的解釋方式，跟執法的一致性的話，我覺得對我們來說，會相對來說是能夠讓我們在經營上，能夠輕鬆一些，因為已經有足夠多的事情要煩了，自己還要去解釋法條，我覺得其實是一個，對我們來說是一個很困難的一份工作，所以這個是我這邊的一個小小的建議。

問：謝謝，請○執行長。

A-6：有幾點建議，第一個就是大家應該最近都有感受到明顯的通膨，其實我覺得在，可能在未來的一年之內，其實民眾在運動消費的支出，或許會受到壓縮，就是願意花在這上面，對於就是說一般所得的民眾來講，他或許就會不是那麼的願意花在這上面，所以在這個，其實我們運動產業，就跟休閒，他可能會想要去玩，可是他不見得要來運動，就像剛剛的那個同仁講到的，就是說其實我覺得在這上面，雖然我們都覺得說，運動場館的存在是大家都，大家會願意、會想來的，但是我相信是都會有壓縮到，其實對於民眾來講，如果我們的，我剛剛還蠻同意大家講的，就是在媒體上的宣傳還有教育的部份，我們每天打開電視，最常看到就是有關於疫情的一個，勸導大家洗手的這個宣傳，假設我們運動，就是運動健康能這樣子無時無刻的宣傳的話，我

覺得國人多少會願意有這個來運動的部份，然後再來就是其實在這個疫情之下，其實我們受傷真的是蠻嚴重的，當然就是相對是說，很多的這個，我覺得政府對於運動產業的一個補助，相對來講，其實因為我們真的是蠻直接接受，就跟旅遊業是一樣的，旅遊業可能他前面，觀光局這邊還有蠻多從業人員的一個薪資補助，教育訓練或什麼之類，可是其實相對於體育署的一些政策來講，頂多就只有一些薪資的補助而已，我相信那個，尤其是游泳池業者，他們受傷是更嚴重的，那我覺得政府在這個補助上面的反應真的很慢，但是其實我們受傷是最嚴重的，然後當然就是說希望疫情不要，我們也不要再封館，可是如果真的再有一次，我相信很多，其實業者已經，很多已經都是營運不下去，那我相信其實第二波再來的時候，也會有這樣的一個狀況，甚至可能就是，大家就會從這個產業退出，其實希望如果政府與其就花五倍券是全民享到，全民都有享受到，我更希望政府能多花一點經費在這個，從事相關的業者上面，再來就是有關於這個，尤其像我們針對運動場館業來講，其實運動中心，大家做運動中心的都知道，我們現在的費用是民國 92 年訂定的，已經物價通膨，已經不曉得翻了幾倍了，但是政府都不願意提高我們的各種價錢，我記得以前工讀生一個小時只要 65 塊，在民國 92 年的時候，可是現在已經是 168 塊了，可是我們的票價，台北市游泳池是 110，新北是 100 塊，桃園是 95 塊，還越來越少，而且這已經是快 20 年都沒有調漲過，其實是壓縮了業者的很多空間，政府其實相關的管理部門上來講，就像剛剛講的，各縣市真的有不同的管理方式，和不同方向，甚至各種不同的承辦人，他們的管理方式也都不一樣，然後相對於像這一次的疫情期間，我們面對政府的每一週，我們每一週都在等那個政府的一個鬆綁的政策，然後各縣市政府的解讀又不一樣，其實真的對我們來講，是蠻辛苦的，我真的覺得蠻辛苦，我們幾乎是每個禮拜一都在等當天下午的記者會，看禮拜二可以做什麼事情，真的是大家其實是，雖然也就這樣子撐過來，可是我覺得很多的解釋，有時候體育署的政策跟體育局的政策，同一件事情上面也會有不同程度的解讀，對我們來講真的是，我覺得是蠻辛苦的，當然我們希望說政府，我們願意配合政府，政府也要協助我們來教育民眾，我覺得這個真的蠻重要，在很多運動教育的上面，就是因為政府的，相關的一些政府人員，他們對於民眾，民意最大這件事情，其實我覺得對於他們的運動的一個教育，運動教育上面，或是運動習慣，或是很多的方面，他們其實是，政府就是跟著民意來影響專業，我真的是這樣覺得，當然就是說，當然我們希望政府能更體恤業者，因為業者其實在這一次的配合政府的很多政策上面，真的是很努力的在配合，因為大家都想要盡快的可以來把場館開始來給民眾使用，其實我還建議說，就是政府其實他可以直接補助給民眾，就是運動消費的部份，不要只是 65 歲以上，其實 65 歲以上他們有的這些福利真的非常多了，其實我覺得向下的話，有學校教育的部份，現在其實這個前期的，就是譬如說 40 歲到 65 歲之間，反而這群人裡面有運動習慣的可能會有，但是這群人裡面有三高的人也非常多，其實我覺得政府或許可以針對這群，因為這群人未來他們會 65 歲以上，其實他們在，就是如果前期能讓他們有運動的習慣，我相信在 10 年、20 年後，我們相對的醫療的支出也會相對的減少，反而我覺得應該 focus 在 40 到 65 之間的這一群人，因為大概 40 歲以下，因為教育的關係，還有風氣的關係，40 歲以下的人反而有蠻好的運動習慣，40 到 65 是在社會階層裡面，

就是上有老，下有小，他們其實是最忽略運動的，但是他們又很容易有三高的一些毛病，我倒覺得說政府可以多花一點心力在這上面，如何去推動他們願意運動這件事情，因為我反而覺得會來運動的，會來運動中心的人，他們其實就是會來運動，但是其實運動中心之外，其實還有很多這樣的一個，40到65之間，他們其實是，幾乎是不運動的，然後但是他們退休之後，其實就會面臨了政府有很多的醫療支出要花費的部份，我覺得這個是，其實是上到下，最好是當然前面也有講，就是從前期的教育開始，大家也知道運動其實是很專業，很多是需要學習的，越早學習越好，打羽球要學習，游泳要學習，不是想像中那麼簡單的做一些休閒而已，當然學校教育的部份，其實是不能再像之前這樣，我覺得越早學習是越好的，大家就會長久培養這個運動的習慣，我覺得這個是由上到下，政府真的需要多一點補助給，多一點協助業者，謝謝。

問：謝謝，那麼請○負責人？

A-7：我這邊簡單的補充一點就是，我覺得政府在運動產業上面，當然是希望說可以再鼓勵新創，或是一些新的商業模式的發生，因為當然在疫情之前，其實運動產業是越來越蓬勃發展，我相信也很多人願意投入這個產業，到了後來可能碰到疫情的關係，其實也必須因應要有新的商業模式的發生，以實體空間的經營來說好了，我覺得商業模式的發生，還有很多新的變化，不管是收費的模式、空間等等，還有很多的玩法，但是同時的就是希望政府在這方面的角度，會是以一個輔導的立場，而不是常常會是以一個檢查，或是稽查、或是開罰的角色，來直接的就是裁罰這樣，因為其實像我們業者也常常求助無門，老實說，不是不想找人求救，只是你一開口，下一步不是輔導你，就是直接開罰，那我覺得針對很多剛踏入這個行業，有些新的商業模式的玩法的同業，其實會非常的辛苦，我覺得有越多新的運動上面的商業模式，或是形式，其實不管是針對整個運動產業，或是台灣的整個經濟發展，我相信都是有幫助的，所以簡單說，我希望政府在新創這一部份的輔導，還有執法的掌握，以及甚至說在法規的制訂上面，都可以多聽取一些不同在運動產業，可能大型、小型，不同商業模式的業者，他們的想法，而不是說在可能制定法規的時候，卻主要以某一些比較，就是單向的去思考，可能沒有那麼全面，那也讓其他業者在法規上面，會很難配合，謝謝。

問：謝謝，請○○○○的○○？

A-8：大家好，那在運動產業振興措施，其實這個範圍還蠻廣的，我大概提了一個過去聽到的一些例子，我覺得政府在運動的這個，所謂的證照執行上面，或許還需要蠻大可以加強的一個空間，過去可能曾經有提到說，公司行號人數到達多少，或許要有一個運動指導員的聘請，相對的公司的執行上，就我了解的話，可能執行的效率也沒那麼高，再來就是我們的國民體適能指導員，目前可以被接受的程度，可能也有很大的可以加強的空間，也反應剛剛很多先進提到，其實台北市之前也針對「34動動」，他是指說30歲到40歲左右這個年齡層的人，其實是最少進入運動場館來運動的，這些族群絕大多數都是在上班的勞動力族群，所以我覺得說以往像台北市來說，可能有一些巡迴樂齡指導員的這種措施，其實可以讓有一些案子可以走入企業裡面來推

廣運動這件事情，讓他們去做體適能的檢測，做運動的宣導，讓在企業的這一些工作人員能夠得到更多的這種運動的資訊，或許能夠加強他們到運動場館這邊來，第二個就是說針對運動場館業者這邊的協助的部份，因為畢竟我們是以運動中心的這個角色，公辦民營這樣子的立場比較鮮明，有時候我們會覺得說，政府在給予我們這邊的監督，特別是說包含履約保證，現在的履約保證金額，或者是說我們本身要提交的一些權利租金等等，這部份的費用來說，還是相對來比其他的，或者是比較小型的來說，我們自己的壓力跟成本來說會非常的大，這一塊或許在未來有沒有機會可以在這個地方有些許的鬆綁，因為剛剛很多先進也有提到說包含這些法律、法規的政策面，其實有時候會導致我們這些產業，很多東西窒礙難行，最後一個的部份，其實大家都有提到高齡者的這個部份，台北市現在有一個高齡職能中心也在推高齡指導員，這塊開始慢慢也現在要走到一個所謂，一個專業證照的認定，只是說一人一家證照，最後其實流入到市面，或是市場上面來說，到底哪一些才是真正可以被許可，或承認的，那就如同剛剛也有提到說，物理治療師其實是透過國考，其實運動證照的這一塊一直沒有被一個好的證明，其實會讓我們這些運動從業人員，其實在市場上的競爭能力就會差了很多，我也希望說政府如果在這一塊能夠去做一個加強的話，其實對於整體來說，應該會比較好，以上。

問：謝謝，非常感謝今天的八位業者的精采的分享，我在最後要結束之前，我還是要再做一輪的請教跟詢問，因為其實剛大家在做關於振興運動產業的這一塊，大家都給了非常多很具體的意見，那我們這邊做為研究的立場上，我們會收斂大家的意見，但是有一個東西很重要，就是說當同樣一個意見被重複講很多次的時候，我們可以特別去強調這個意見的重要性，所以是不是剛剛大家都聽完了其他業者、其他先進的意見之後，你有沒有要附議的，或是有沒有要呼應的意見，可不可以稍微，大家稍微講一下，讓我也好整理各位的意見跟觀點，各位有沒有剛剛聽到別人的意見，還想再附議一下？可以現在提出來沒問題。有嗎？

A-1：我先說一下，我是○○，就是○○，其實我大概呼應一個事，除了剛才大家有提到幾個問題，一個部份是，就是 RD 經費的部份，就是對於業者的 RD 經費，或者是人才培養的，學校的串接，第三個部份就是針對社區型的小型場館的建設，這是我認為三點，當然主要目的是對於市場的變化，高齡者的市場的產生，以及對於我們人才的一個銜接的部份的兩塊比較重要的工作，那我呼應一下剛才大家所談的另外一塊部份，其實是在業者端的東西，其實我們在業者端的部份，大概會分成兩個類型，兩個到三個類型，maybe 是三個類型，第一個類型是所謂的連鎖化經營的場館，第二類是屬於政府的場館的經營業者，這個部份其實在現在台灣，大概有將近 50 幾家的大型的各區運動中心的經營業者，這是一類，另外是屬於中小型場館的一個連鎖，或者是小型場館的一個經營業者，我們把他稱為獨立的經營業者的三種種類，當然還有其他的一個分類，這三種的其實利害關係，或者是經營的角度跟困境其實會有各別的不同，但是我們其實都是用一套的相關的法令在做管理，當然現在其實在法規的部份，事實上分成兩大類，一個是大型的場館，一種是中小型的運動訓練班，他有不同的使用分區管理的規則的規範，這個地方，

事實上已經開始在做一個區分，但在定型化契約的管理，或者是說在法令的管理、證照的管理部份，事實上都還是一套制度，所以其實我想呼應剛才大家講的部份，我再做進一步的一個延伸，其實在大型、中型連鎖化經營的部份，可能要思考的是定型化契約，或者是我們所謂的托拉斯，反托拉斯法的這一個所謂公平競爭的部份的問題，可是在中小型部份的時候，其實是一個健全體質，跟扶植、跟創新發展的部份的問題，這個部份，政府的角度應該有不同的一個思維跟想法，我覺得這個部份其實是要去做一個區分的，法規面的東西，一個是重於管制，一個是重於扶植，我覺得這是一個完全不同的面向，所以我們現在其實法規面是抑制重於扶植，所以我覺得其實應該要分別做不同的一個管理，在人才管理的部份其實也是相同，所以我覺得這一點，事實上我覺得這也是將近二、三十年來，我們所看到的政府的一個管制的部份，其實有些地方要鬆綁，有些地方要強化，我覺得應該各別有不同的觀點，我覺得這個地方事實上是在，需要再更進一步去做延伸的，供給各位做一個參考。

問：非常感謝，我覺得很棒的分享，是不是其他先進還有類似的呼應，或是其他的呼應可以跟我們分享？

A-8：不好意思我這邊補充一下，就是我覺得公辦民營的場館，尤其像剛剛的○執行長有提到，其實我們在這個收費標準上面，其實一直以來都維持，從90幾年一直到現在，我覺得運動一定有他的價值存在，所以說在這個地方，如果能夠適度的調整，其實對於場館業者在經營上面來講，應該也有很大的幫助，以上。

問：謝謝，各位還有沒有要同步呼應的？

A-3：就是這個點，我想要幫○執行長，還有剛剛○○○○的執行長贊同一下，就是這個部份真的在運動中心，有待過的同仁都會知道這是非常難跟政府單位溝通的一件事情，然後你們也辛苦了。

問：了解，謝謝，我們有感受到它的重要性，其他的部份還有沒有呼應的部份？
好，非常感謝各位今天下午，我們花了兩個小時的時間，針對疫情對運動產業的影響，以及如何振興運動產業的議題，我們做了很多很充分的一個討論跟分享，那麼非常感謝大家，各位在今天所提供的意見，我們都會很妥善的整理，把它做成一個研究報告，提交給體育署，我們等一下的會後，如果說各位有想到您有什麼要補充的，可能忘了講，或漏了講都沒有關係，都非常歡迎再留言給我們，都有我們聯絡人的資料，可以寄 email，或是用 line 的方式都可以，各種形式都非常歡迎，那麼我們今天的座談會就到這邊，非常感謝各位的參與，謝謝大家，謝謝。