

111 年度我國民眾運動消費支出調查

執行單位：台灣趨勢研究股份有限公司

計畫主持人：印永翔教授

共同主持人：彭賢恩總經理

教育部體育署編印

中華民國 113 年 6 月

目 錄

壹、摘要分析	1
一、111 年度調查研究成果	1
二、近年運動消費支出總額比較	4
三、各運動消費支出項目之族群分析	7
四、結論.....	13
五、建議.....	14
貳、國際運動消費支出現況.....	17
一、英國.....	18
二、美國.....	23
三、澳洲.....	28
四、日本.....	33
五、新加坡.....	38
六、韓國.....	42
七、香港.....	47
八、中國.....	50
九、國際比較.....	54
參、調查過程與方法	61
一、量化研究方法	61
二、質化研究方法	75
肆、我國民眾運動消費支出總額分析.....	77
一、運動消費支出總額近年比較	77
二、111 年各縣市運動消費支出分析.....	79
三、近年各運動消費項目支出總額分析	85
伍、我國民眾運動消費支出次數分配趨勢.....	91
一、近年參與性運動消費支出次數分配比較	91
二、近年運動賽事及媒體消費支出次數分配比較	102
三、近年運動裝備消費支出次數分配比較	106
四、近年電競消費支出次數分配比較	112

陸、各運動消費支出項目之族群分析.....	114
一、運動消費支出項目族群分析.....	114
二、性別差異分析.....	117
柒、焦點團體座談會分析.....	122
一、運動現況與習慣.....	122
二、新冠肺炎疫情對運動消費之影響.....	124
三、運動科技服務使用情形.....	126
四、增加運動消費支出的方法.....	128
捌、結論.....	132
玖、建議.....	137
參考文獻.....	145
附錄一、問卷.....	151
附錄二、附表.....	161
附錄三、住宅電話及手機調查之加權前樣本結構.....	205
附錄四、住宅電話及手機調查結果.....	207
附錄五、逐字稿內容摘要.....	213
附錄六、焦點團體座談會逐字稿.....	219

圖 目 錄

圖 1-1	參與性運動消費支出總額	2
圖 1-2	運動賽事及媒體消費支出總額	2
圖 1-3	運動裝備消費支出總額	3
圖 1-4	近年各項參與性運動消費支出	5
圖 1-5	近年各項運動賽事及媒體消費支出	6
圖 1-6	近年各項運動裝備消費支出	6
圖 1-7	近年台灣運動彩券銷售額	7
圖 1-8	不同性別參與性運動消費支出情形	10
圖 1-9	不同性別買票看運動比賽情形	11
圖 1-10	不同性別購買、付費訂閱媒體觀賞運動之情形	12
圖 1-11	不同性別運動裝備消費支出情形	13
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	19
圖 2-2	英國家戶每年平均運動消費情形	20
圖 2-3	美國消費者每年服飾與鞋類、娛樂消費總支出金額	24
圖 2-4	美國消費者運動消費支出總額	25
圖 2-5	澳洲家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況	29
圖 2-6	澳洲 15 歲以上民眾參與性運動支出金額與比例	29
圖 2-7	澳洲 15 歲以下孩童參與性運動支出金額與比例	30
圖 2-8	日本家庭平均每戶收支調查中與運動消費相關支出金額	34
圖 2-9	韓國家戶平均每月支出服飾鞋類、文化娛樂消費金額	42
圖 2-10	韓國家戶平均每月支出運動露營設備、休閒服務消費金額	43
圖 2-11	中國居民教育文化娛樂及衣著消費支出	50
圖 3-1	雙底冊調查流程	61
圖 3-2	CATI 電話訪問流程	62
圖 3-3	問卷架構	70
圖 4-1	近年各項參與性運動消費支出	85
圖 4-2	近年各項運動賽事及媒體消費支出	87
圖 4-3	近年各項運動裝備消費支出	88
圖 4-4	近年電競消費支出	89
圖 4-5	近年台灣運動彩券銷售額	90
圖 5-1	運動課程消費支出次數分配年度比較	91
圖 5-2	111 年前十項運動課程支出項目與消費金額	92

圖 5-3	單純運動指導教學費消費支出次數分配年度比較	94
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	95
圖 5-5	入場費、會員費、場地設備出租費消費支出次數分配年度比較	97
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	98
圖 5-7	運動社團消費支出次數分配年度比較	100
圖 5-8	參加運動比賽衍生相關消費支出次數分配年度比較	101
圖 5-9	運動比賽門票費消費支出次數分配年度比較	102
圖 5-10	買票觀賞運動比賽支出項目與消費金額	103
圖 5-11	因觀賞運動比賽而購買、付費訂閱媒體之次數分配年度比較	104
圖 5-12	運動書籍與雜誌消費支出次數分配	105
圖 5-13	運動服消費支出次數分配年度比較	106
圖 5-14	運動鞋消費支出次數分配年度比較	107
圖 5-15	運動穿戴裝置消費支出次數分配年度比較	108
圖 5-16	購買及維修運動用品消費支出次數分配年度比較	109
圖 5-17	有使用運動軟體產品之次數分配年度比較	110
圖 5-18	運動軟體產品消費支出次數分配年度比較	111
圖 5-19	電競消費支出次數分配年度比較	112
圖 5-20	電競消費支出項目次數分配之年度比較	113
圖 8-1	111 年與 110 年運動消費金額之比較	134
圖 8-2	工研院「高擬真虛實互動模擬系統」	143

表 目 錄

表 2-1	國際研究對象選擇	17
表 2-2	英國家庭消費支出調查與運動消費相關類目	18
表 2-3	美國消費者支出調查與運動消費相關分類	23
表 2-4	美國經濟分析局調查與運動消費相關類目	24
表 2-5	澳洲家庭支出調查與運動消費相關類目	28
表 2-6	澳洲民眾參與性運動消費支出金額	30
表 2-7	日本家庭收支調查與運動消費相關類目	33
表 2-8	日本家庭收支調查中每戶家庭各課程支出狀況	34
表 2-9	新加坡每戶平均每月運動消費相關類目支出金額	38
表 2-10	香港家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況	47
表 2-11	中國家庭支出調查與運動消費相關類目	50
表 2-12	各國每年每戶服飾鞋類平均消費金額綜合分析	54
表 2-13	各國每年每戶服飾鞋類平均消費金額綜合分析(續).....	55
表 2-14	各國每年每戶休閒與文化平均消費金額綜合分析	55
表 2-15	各國每年每戶休閒與文化平均消費金額綜合分析(續).....	56
表 2-16	各國運動相關消費支出綜合分析	58
表 2-17	各國運動相關消費支出綜合分析(續).....	59
表 3-1	111 年調查各區域之有效樣本規劃.....	65
表 3-2	111 年調查之加權前後樣本分布	68
表 3-3	111 年調查之接觸記錄	69
表 3-4	預試測樣本分布	72
表 3-5	後疫情時代運動消費趨勢焦點團體座談會出席名單	75
表 3-6	訪談大綱	76
表 4-1	運動消費支出總額近年比較	77
表 4-2	111 年各縣市整體消費支出總額與平均金額	79
表 4-3	各縣市參與性運動消費支出總額與平均金額	81
表 4-4	各縣市運動裝備消費支出總額與平均金額	83
表 4-5	111 年電競消費支出總額	89
表 5-1	民眾在運動課程消費支出占比前十之運動項目	93
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	96
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	99

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「111年度及112年度我國民眾運動消費支出調查委辦案」，瞭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。以電話訪問方式進行調查，採用分層隨機抽樣法，針對全國各縣市13歲至79歲民眾進行訪問，共計回收28,620份有效問卷。

一、111年度調查研究成果

(一)運動消費支出總額

本次調查推估111年我國13-79歲民眾的運動消費支出總額為1,005.2億元，其中以運動裝備消費支出總額643.7億元占比最高(64.1%)，其次依序為參與性運動消費支出301.0億元(29.9%)及運動賽事及媒體消費支出51.1億元(5.1%)，最後，電競消費支出總額則為9.3億元，占比0.9%。

表 1-1 111 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	111 年全年	占比
參與性運動消費支出總計	30,100.31	29.9%
運動課程費	11,808.85	11.7%
單純運動指導教學費	2,261.81	2.3%
入場費、會員費、場地設備出租費	8,364.19	8.3%
運動社團費	1,594.57	1.6%
參加運動比賽衍生費	6,070.89	6.0%
運動賽事及媒體消費支出總計	5,110.25	5.1%
觀賞運動比賽門票費	864.17	0.9%
看運動比賽衍生費	545.68	0.5%
購買、付費訂閱媒體費	3,577.10	3.6%
運動書籍與雜誌	123.29	0.1%
運動裝備消費支出總計	64,373.41	64.1%
運動服	27,321.12	27.2%
運動鞋	11,398.60	11.3%
運動穿戴裝置	1,718.88	1.7%
購買及維修運動用品與器材	23,782.61	23.7%
運動軟體	152.21	0.2%
電競消費支出	933.68	0.9%
電競消費支出	933.68	0.9%
總計	100,517.65	100.0%

(二) 參與性運動消費支出

111 年 13-79 歲民眾參與性運動消費支出總額約為 301.0 億元。就個別項目而言，以「運動課程費」之支出總額最高，約為 118.1 億元，而「入場費、會員費、場地設備出租費」則居次，約為 83.6 億元，接著依序為「參加運動比賽衍生費」60.7 億元、「單純運動指導教學費」22.6 億元及「運動社團費」15.9 億元。

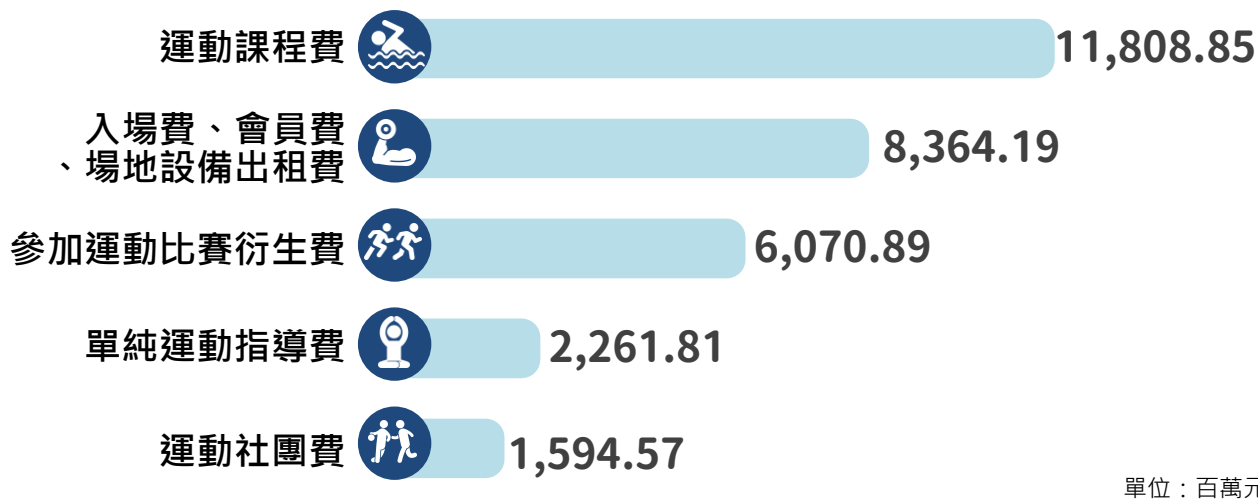


圖 1-1 參與性運動消費支出總額

(三) 運動賽事及媒體消費支出

111 年 13-79 歲民眾運動賽事及媒體消費支出總額約為 51.1 億元，從個別項目來看，「購買、付費訂閱媒體費」之消費支出總額最高，約 35.8 億元，其次依序為「觀賞運動比賽門票費」(8.6 億元) 及「看運動比賽衍生費」(5.5 億元)；另外，「購買、付費運動書籍與雜誌」的消費支出總額為 1.2 億元。

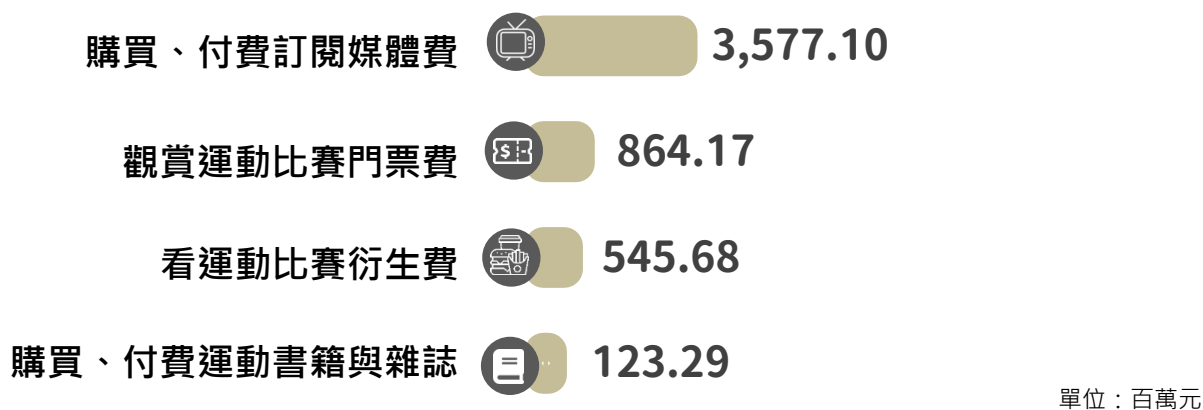


圖 1-2 運動賽事及媒體消費支出總額

(四)運動裝備消費支出

111年我國13-79歲民眾運動裝備消費支出的總額約為643.7億元，其中，以「運動服」的消費支出總額最多，約273.2億元，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」(237.8億元)、「運動鞋」(114.0億元)、「運動穿戴裝置」(17.2億元)及「運動軟體」(1.5億元)。

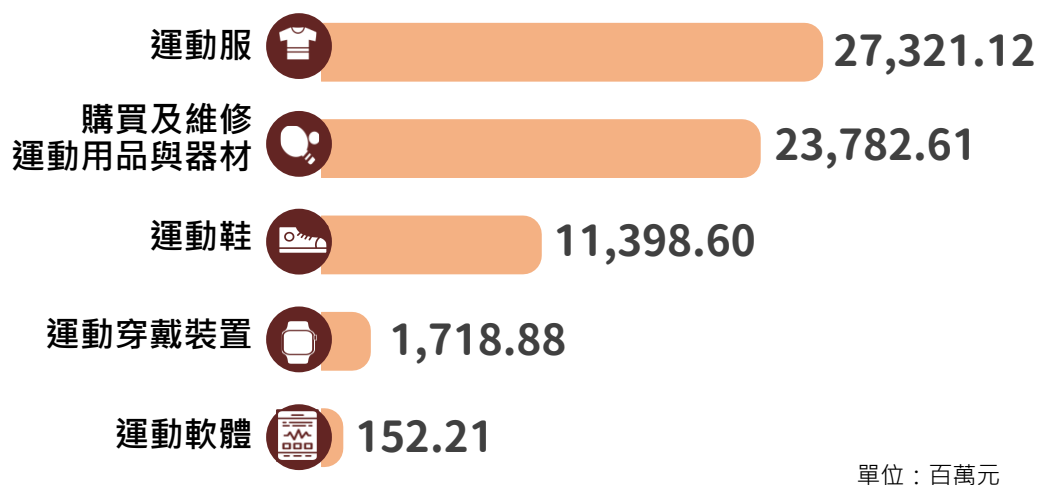


圖 1-3 運動裝備消費支出總額

(五)電競消費支出

111年我國13-79歲民眾電競消費支出總額為9.3億元，其中，以「硬體設備」之支出總額最高，達6.2億元，其次為「軟體產品」，總額約3.0億元。

表 1-2 電競消費支出總額

電競消費支出項目	總額 (百萬元)
軟體產品	304.73
硬體設備	622.92
入場費、會員費、場地設備出租費	1.23
參加比賽費用	1.42
觀賞電競比賽門票費	3.39
總計	933.68

二、近年運動消費支出總額比較

(一) 近年運動消費支出總額比較

我國民眾運動消費支出總額於 108 年達 980.6 億元，然而，109 年受到新冠肺炎疫情的衝擊，總額減少至 949.5 億元，110 年疫情更加嚴峻，總額衰退至 869.5 億元，111 年疫情趨緩，總額重回疫情前水準，達 1,005.2 億元，成長 15.6%，其中，以參與性運動消費支出總額增加最多，成長 30.7%，運動賽事及媒體運動消費支出總額則因國內外各項運動賽事漸恢復舉辦，增加 17.1%。

表 1-3 近年運動消費支出總額比較(未含運動彩券)

單位：百萬元

運動消費支出項目	107 年總額	108 年總額	109 年總額	110 年總額	111 年總額	110 年至 111 年金額變動幅度
參與性運動消費支出	29,004.59	29,946.88	29,810.41	23,035.42	30,100.31	30.7%
運動賽事及媒體消費支出	4,706.77	4,798.53	4,193.03	4,364.45	5,110.25	17.1%
運動裝備消費支出	60,432.94	62,571.22	60,149.55	58,688.02	64,373.41	9.7%
電競消費支出	690.88	742.05	798.10	862.16	933.68	8.3%
總計	94,835.18	98,058.68	94,951.09	86,950.06	100,517.65	15.6%

若與教育部體育署所公布之運動彩券實際銷售額進行加總，111 年運動消費支出總額則為 1,607.3 億元，較 110 年成長 20.3%。

表 1-4 近年運動消費支出總額比較(含運動彩券)

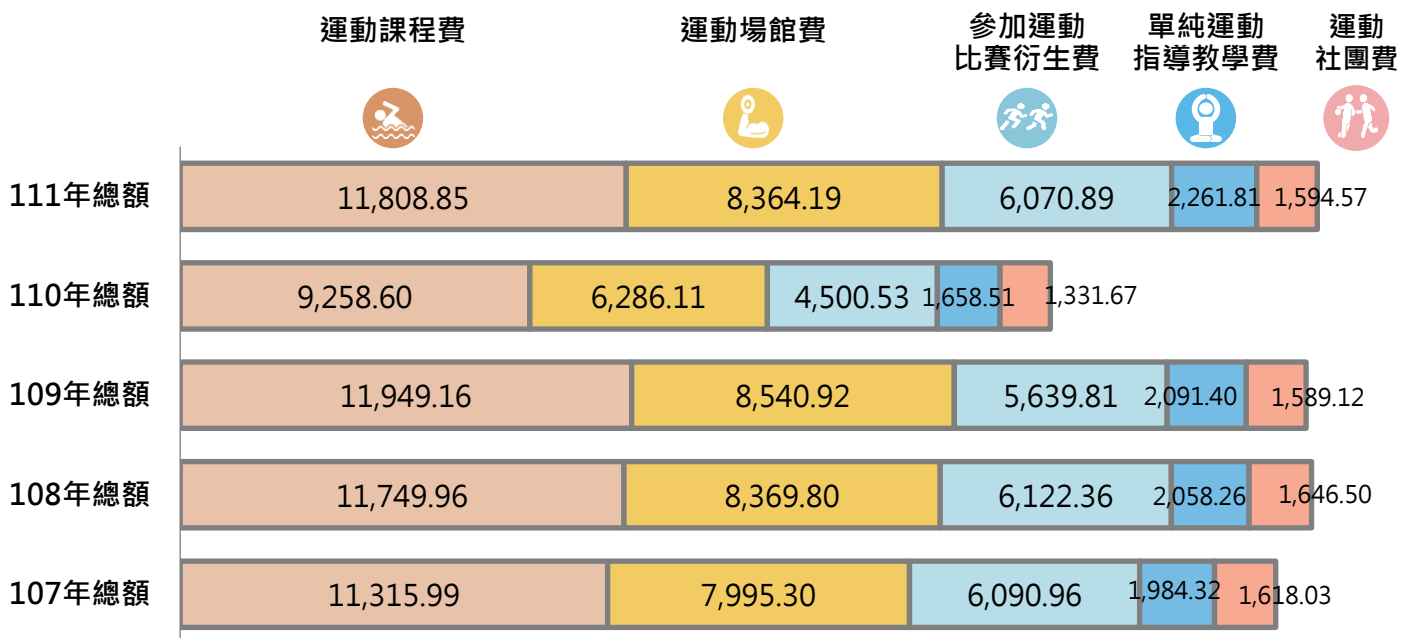
單位：百萬元

運動消費支出項目	107 年總額	108 年總額	109 年總額	110 年總額	111 年總額	110 年至 111 年金額變動幅度
參與性運動消費支出	29,004.59	29,946.88	29,810.41	23,035.42	30,100.31	30.7%
運動賽事及媒體消費支出	4,706.77	4,798.53	4,193.03	4,364.45	5,110.25	17.1%
運動裝備消費支出	60,432.94	62,571.22	60,149.55	58,688.02	64,373.41	9.7%
電競消費支出	690.88	742.05	798.10	862.16	933.68	8.3%
運動彩券支出	43,416.08	41,580.29	40,362.27	46,631.11	60,211.85	29.1%
總計	138,251.26	139,638.98	135,313.36	133,581.17	160,729.50	20.3%

(二) 參與性運動消費支出比較

觀察近五年參與性運動消費支出總額變化，可發現 107 年參與性運動消費支出總額為 290.0 億元，109 年雖然有疫情，但因國內疫情控制得宜，故總額為 298.1 億元。直至 110 年國內疫情升溫，因經歷全國疫情第三級警戒，進而影響我國民眾參與性運動消費支出，110 年總額衰退至 230.4 億元。111 年疫情控制逐漸穩定，防疫規定鬆綁，民眾得以重返運動行列，使得 111 年總額增加至 301.0 億元，較 110 年成長 30.7%。

近年皆以「運動課程費」的總額最高，111 年為 118.1 億元，其次則為「入場費、會員費、場地設備出租費」，為 83.6 億元。

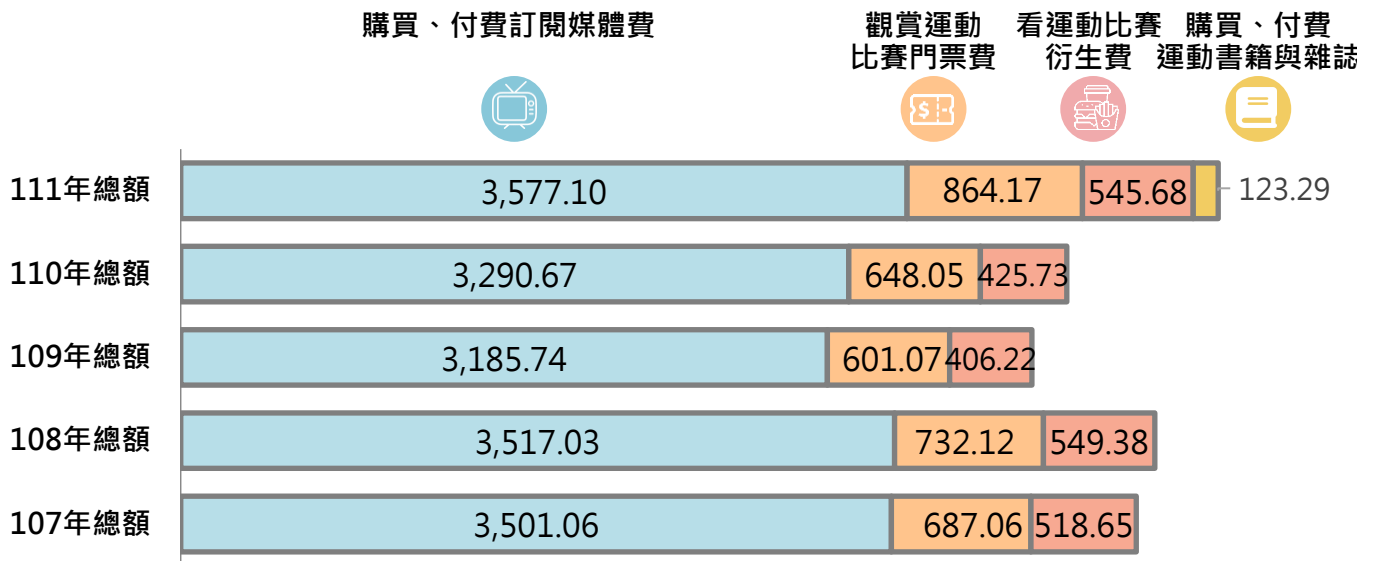


單位：百萬元

圖 1-4 近年各項參與性運動消費支出

(三) 運動賽事及媒體消費支出比較

111 年疫情趨緩，運動賽事及媒體消費支出總額回升，達 51.1 億元，較 110 年成長 17.1%。因國內及國際運動賽事重啟，「觀賞運動比賽門票費」的消費支出總額增加至 8.6 億元，成長 33.3%，而「看運動比賽衍生費」則增加至 5.5 億元。民眾在「購買、付費訂閱媒體費」之消費支出總額，因卡達世界盃足球賽及國內外運動賽事復辦，增加至 35.8 億元。

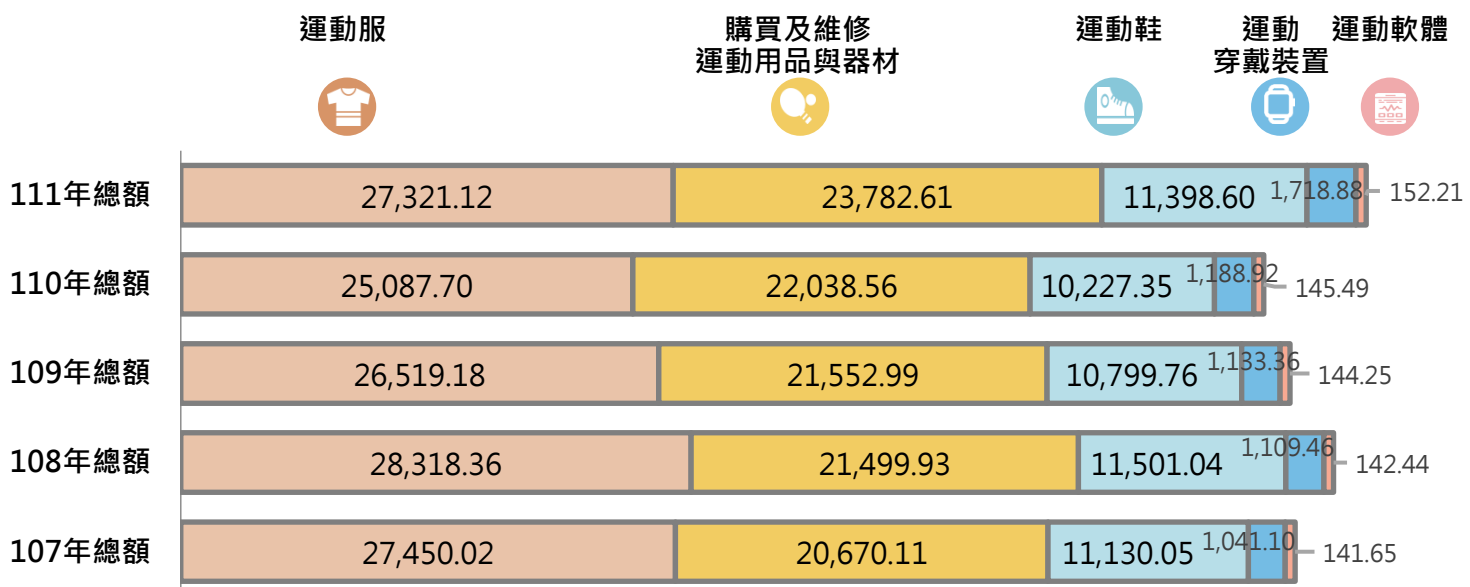


單位：百萬元

圖 1-5 近年各項運動賽事及媒體消費支出

(四) 運動裝備消費支出比較

在運動裝備消費支出總額方面，受到新冠肺炎的影響，自 109 年起連續二年下降，110 年減少為 586.9 億元，111 年疫情趨緩，民眾重返運動習慣，使得運動消費支出總額有所成長，增加至 643.7 億元。而各個運動裝備項目之消費支出總額皆增加，其中，以「運動穿戴裝置」及「運動鞋」變動幅度較大，分別增加 44.6% 及 11.5%。



單位：百萬元

圖 1-6 近年各項運動裝備消費支出

(五) 運動彩券消費支出比較

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，109 年許多運動賽事延期或取消，影響台灣運動彩券投注，銷售額減少至 403.6 億元。110 年東京奧運復辦，刺激運動彩券買氣，銷售額達 466.3 億元。111 年因卡達世界盃足球賽，以及網路投注銷售之提升，運動彩券銷售額突破至 602.1 億元，較 110 年成長 29.1%。

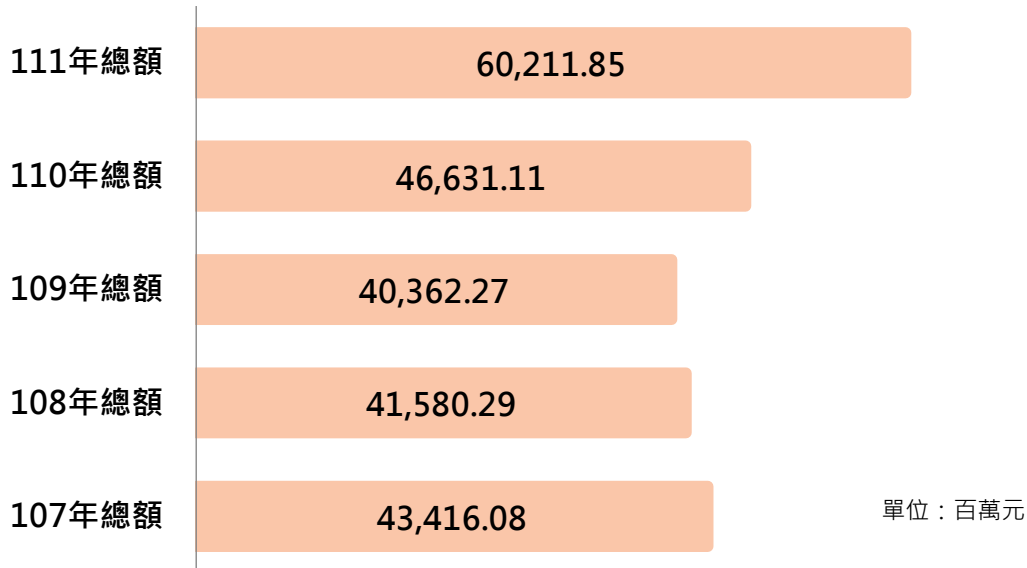


圖 1-7 近年台灣運動彩券銷售額

三、各運動消費支出項目之族群分析

以下針對 111 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) 運動消費支出項目族群分析

1. 參與性運動消費支出

1. 運動課程主要消費族群為 30-49 歲民眾

在參與性運動各項目中，近年皆以「運動課程費」的消費支出總額最高，於 109 年達 119.5 億元，隨著疫情的趨緩，國人重返運動行列，111 年消費支出總額達 118.1 億元。而從民眾消費支出比例來看，111 年 14.9% 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」。

進一步分析運動課程消費族群結構，可發現主要消費族群為「30-39 歲」及「40-49 歲」之民眾，此項目之消費支出比例皆達二成以上。有鑑於運動課程為我國民眾主要之運動消費支出項目之一，為提升民眾花費報名意願，業者可掌握民眾主要付費報名之運動課程類型，如「游泳」、「瑜珈」、「上健身房」、「羽球」及「有氧舞蹈」等，並依據不同年齡層族群，規劃適切且具吸引力之課程內容，以提升民眾消費之意願。

2. 單純運動指導教學費消費主力為 30-49 歲民眾

近年來我國民眾在「單純運動指導教學費」消費支出總額逐年增加，在 109 年達 20.9 億元，儘管 110 年受到疫情的衝擊，消費支出總額減少至 16.6 億元，但 111 年再度回升至 22.6 億元。

單純運動指導教學費消費族群又以「30-39 歲」及「40-49 歲」民眾為主；而近年我國民眾「單純運動指導教學費」之主要支出項目，可發現皆以「上健身房」為主，顯示近年國人重視健康及體態，健身風氣盛行，民眾更願意聘請教練進行專屬課程設計，讓訓練能夠更正確及有效率。

3. 運動場館主要消費族群為 20-39 歲、六都民眾

近年來我國運動場館業家數逐年成長，有助於提升民眾運動參與之可及性及便利性，由近年調查結果顯示，我國民眾有「運動場館（入場費、會員費、場地設備出租費）」消費支出的比例，皆居參與性運動項目的首位。從消費支出總額來看，則僅次於「運動課程費」，隨著 111 年疫情趨緩，運動場館開放及各項防疫措施解除，我國民眾運動場館消費支出總額提升至 83.6 億元。

剖析運動場館消費族群結構，可發現「20-29 歲」、「30-39 歲」民眾為運動場館之消費主力；由地區觀之，則以六都民眾在此項目之消費支出比例較高。

進一步觀察我國民眾運動場館主要支出項目皆以「上健身房」之比例最高，另外，近年來「游泳」也為民眾主要支出項目之一，111 年因疫情趨緩，游泳池開放，故 111 年比例有所提升。

4. 40-49 歲民眾有運動社團費消費支出之比例較高

受到新冠肺炎疫情之影響，運動場館未開放，而為避免群聚感染，運動社團活動也因而取消、暫緩，因此，在 109 年至 110 年間，我國民眾運動社團消費支出之比例下降較多，直到 111 年才回升至 15.9 億元，而分析運動社團費之消費族群結構，可發現以 40-49 歲民眾為主。

5. 40-49 歲民眾較有參加運動比賽衍生費用

在參與性運動各項目中，近年來「參加運動比賽衍生費」之消費支出比例皆位居第三，而最主要消費族群為 40-49 歲民眾；從消費支出總額來看，儘管 109 年至 110 年間國內多數運動賽事取消或延期，但隨著運動賽事復辦，111 年我國民眾在「參加運動比賽衍生費」的消費支出總額回升至 60.7 億元，僅次於「運動課程費」（118.1 億元）及「入場費、會員費、場地設備出租費」（83.6 億元）。

2. 運動賽事及媒體消費支出

(1) 20-39 歲民眾為運動賽事門票主要消費族群

9.5%的民眾在 111 年有買票觀賞運動賽事，其中，「20-29 歲」及「30-39 歲」的民眾有此消費支出的比例較高；111 年民眾主要觀賞的國內運動比賽項目為「棒球」及「籃球」，而國際運動比賽項目則為「棒球」及「羽球」。

(2) 20-49 歲民眾，較會購買網路、寬頻電視觀賞運動比賽

在購買、付費訂閱媒體方面，111 年我國民眾購買、付費訂閱媒體的支出總額為 35.8 億元，其中，可發現隨著網路通訊進步，運動轉播發展盛行，加上疫情後，國內及國際運動賽事復辦，也帶動民眾此項目的運動消費支出，我國民眾「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」之比例逐年提升，其中，「20-49 歲」民眾為主要消費族群。

3.運動裝備消費支出

(1) 20-49 歲民眾運動裝備消費支出比例較高

在運動裝備消費支出方面，111 年民眾購買「運動服」的比例最高，其中，以 30-49 歲民眾為主要消費族群；而「運動鞋」及「運動穿戴裝置」皆以「40-49 歲」民眾消費占比最高；在「購買及維修運動用品與器材」方面，則以「20-49 歲」民眾為主；而「20-39 歲」民眾為「運動軟體產品」主要消費族群。

4.電競消費支出

(1) 電競主要消費族群為男性、學生、13-29 歲民眾

111 年電競消費支出總額為 9.3 億元，其中「硬體設備」支出總額最高為 6.2 億元，其次為軟體產品，約 3.0 億元。而「男性」、「13-19 歲」、「20-29 歲」、「學生」民眾，較有電競相關消費支出。

(二)性別差異分析

1.男性為運動場館消費主力，女性則較偏好運動課程

在參與性運動方面，可發現男性有「入場費、會員費、場地設備出租費」(35.7%)、「參加運動比賽衍生費」(9.4%) 及「運動社團費」(9.3%) 消費支出的比例較高，而女性則在「運動課程費」(17.1%) 的消費支出比例較高。

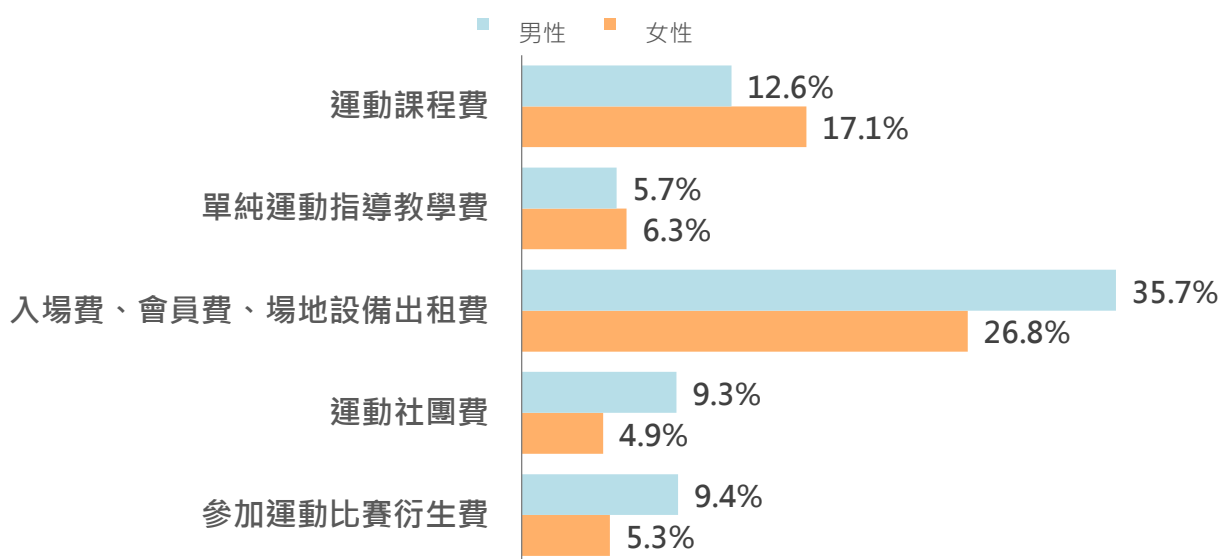


圖 1-8 不同性別參與性運動消費支出情形

從消費支出總額來看，男性在「入場費、會員費、場地設備出租費」(48.8 億元) 的消費支出總額最高，而女性消費支出總額最高的項目則為「運動課程費」(68.5 億元)。

近年女性運動參與風氣有所提升，為讓更多女性能夠在工作、照顧家庭之餘，培養規律運動習慣，考量女性為運動課程消費之主力，因此，未來相關單位及業者可依據女性之運動需求及偏好，進行適宜的課程內容規劃，進而提升女性參與運動之興趣。

2. 男性為運動賽事門票及運動媒體主要消費族群

男性有買票看運動比賽之比例為 12.9%，較女性 (6.2%) 來得高；從總額來看，男性購買運動賽事門票之消費支出總額 (6.0 億元)，較女性 (2.6 億元) 來得高。

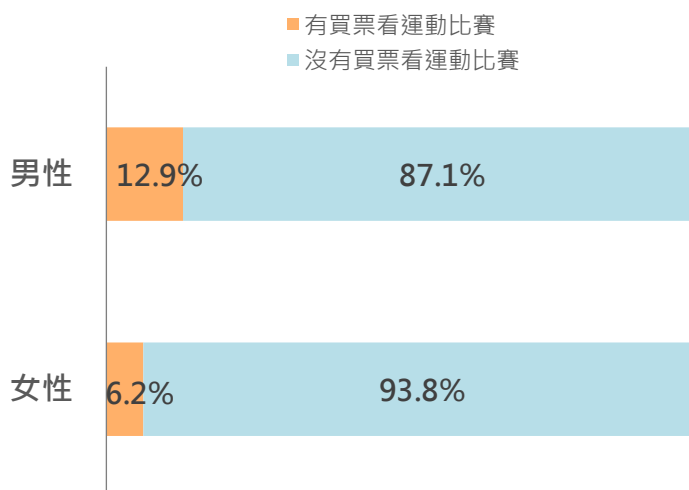


圖 1-9 不同性別買票看運動比賽情形

在購買、付費訂閱媒體方面，亦以男性有消費支出的比例較高，其中，又以「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」(11.7%)，較女性 (5.5%) 高出較多；從總額觀之，可發現男性在運動媒體之消費支出總額 (23.7 億元)，較女性 (12.1 億元) 來得高。

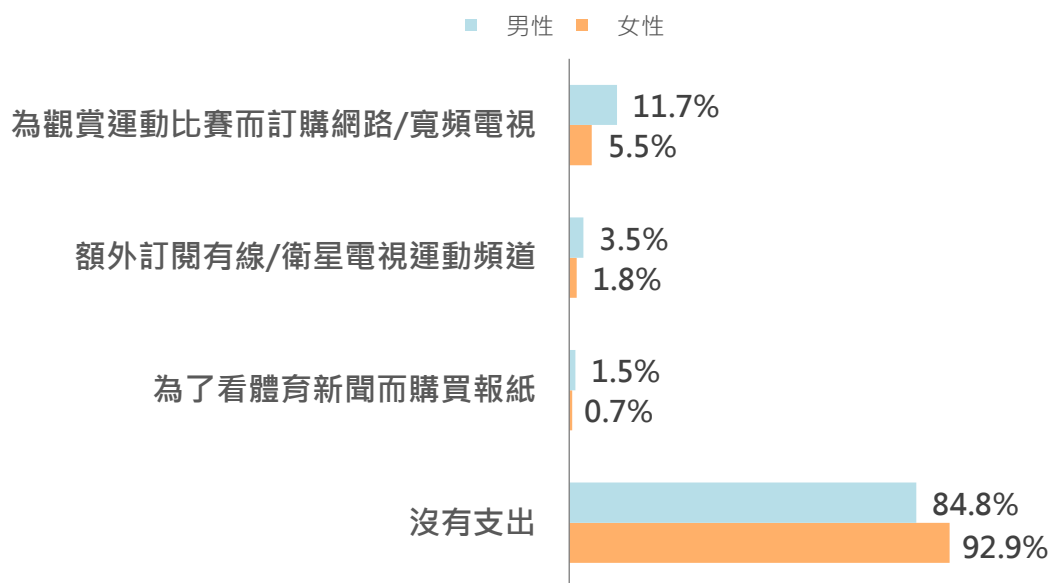


圖 1-10 不同性別購買、付費訂閱媒體觀賞運動之情形

綜上可知，男性為運動比賽門票、運動媒體之消費主力，而近年來也越來越多球團、籃球聯盟等，積極開拓女性球迷市場，像是中信兄弟即專為女性球迷舉辦「Sisters We Love 棒球女孩日」，推出周邊商品及一系列活動，如塔羅牌占卜、美甲編髮服務等，以吸引女性球迷之目光。

根據往年我國民眾運動消費支出調查結果發現，女性較少進場觀賞運動比賽之主要原因為缺乏觀看比賽熱忱及沒有他人陪伴，故進場觀賞運動比賽的意願較低。因此，未來若想要增進女性買票觀賞運動比賽之意願，除了可邀請女性較愛好之球星、明星等出席賽事之外，也可規劃兩人同行優惠票價、揪團觀賞運動比賽等活動，並推出能吸引女性目光之周邊商品，以引起女性對觀賞運動賽事之興趣。

3.運動服及運動鞋為民眾較常支出項目，男性為運動用品與器材消費主力

在運動裝備消費支出方面，可發現男性及女性皆以「運動服」及「運動鞋」為主要消費支出項目，而男性在「運動服」(36.4%)及「運動用品與器材」(22.2%)的消費支出比例又明顯較女性高。

從總額來看，男性在「運動用品與器材」(157.7 億元)之消費支出總額最高，其次則為「運動服」(149.7 億元)；而女性則以「運動服」(123.5 億元)之消費支出總額最高，其次則為「運動用品與器材」(80.2 億元)。

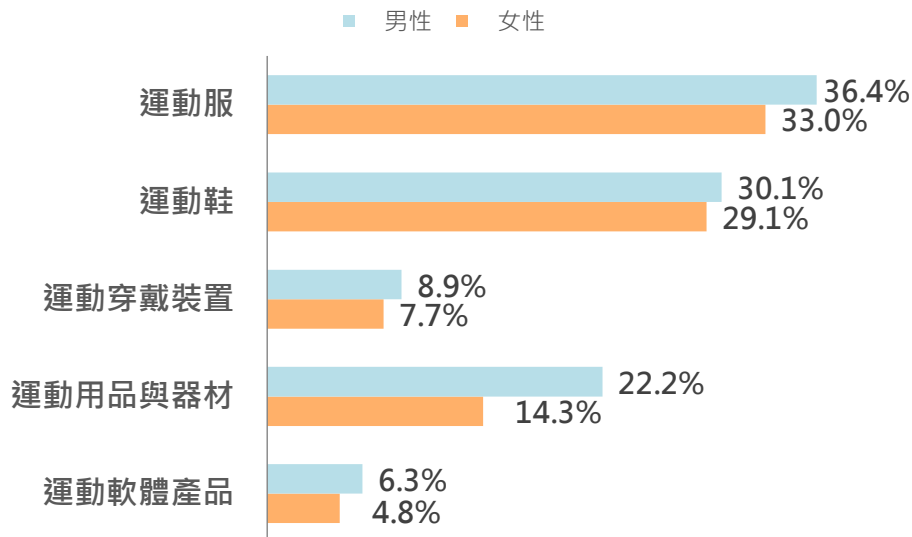


圖 1-11 不同性別運動裝備消費支出情形

四、結論

111 年隨著國內疫情趨緩，民眾逐步回歸正常的生活，重拾以往運動習慣，使得我國民眾運動消費支出總額增加至 1,005.2 億元，較 110 年成長 15.6%。

從運動消費支出項目來看，參與性運動消費支出總額為 301.0 億元，運動賽事及媒體消費支出總額為 51.1 億元，運動裝備消費支出總額為 643.7 億元，電競消費支出總額為 9.3 億元。各運動消費支出項目總額皆較 110 年成長，其中，參與性運動消費支出成長幅度最大，由 110 年的 230.4 億元，增加至 111 年的 301.0 億元，成長 30.7%。

而進一步分析可發現，在參與性運動項目中，運動課程、單純運動指導教學的消費主力為女性、30-49 歲民眾；運動場館的主要消費族群則為男性、20-39 歲民眾；而在運動社團的消費支出比例上，則以男性、40-49 歲民眾較高；在運動比賽相關衍生費用支出方面，則以男性、40-49 歲民眾較高。

另外，在運動賽事及媒體消費支出方面，則從 110 年的 43.6 億元增加至 51.1 億元，成長 17.1%；其中，男性、20-39 歲民眾為運動賽事門票的主要消費族群，而 20-49 歲民眾則較會付費訂閱網路、寬頻電視來觀賞運動比賽。運動裝備消費支出則由 110 年的 586.9 億元增加至 643.7 億元，成長 9.7%，其中男性、20-49 歲民眾在運動裝備消費支出的比例較高；電競部分，則由 110 年的 8.6 億元增加至 9.3 億元，成長 8.3%，主要的消費族群為男性、13-29 歲民眾。

本次調查也詢問民眾在 111 年的運動消費支出金額，與 110 年相比為增加，持平或是減少。調查結果顯示，有 24.6% 的民眾表示「增加」，67.2% 的民眾為「持平」，表示「減少」的民眾占 8.1%。

而在本次的焦點團體座談會發現，新冠肺炎疫情期間由於運動場館關閉之故，部份民眾選擇從事跑步、騎自行車等戶外運動。此外，民眾對於線上課程的接受度也因疫情而有所增加，部份民眾會付費購買線上課程；也有一些民眾藉由購買運動器材，將家裡打造成居家健身房，以維持運動習慣。隨著新冠肺炎疫情趨緩，運動場館逐步開放，並放寬在室外空間需配戴口罩之規定。焦點團體座談會中的民眾也表示，儘管能在家運動，但仍與現場的臨場感有落差，因此在疫情趨緩後，還是偏好恢復原本的室外運動方式，或是回到實體課程，可與教練、學員一起訓練、互相激勵的上課方式。

此外，民眾也肯定運動場館業者導入場館專屬 App，能藉此購買入場門票、預約課程等，在使用運動器材時，個人運動數據亦能同步記錄於 App，讓人感到便利，也可減少人力時間及成本，認為有助於提升運動服務體驗。

五、建議

111 年隨著疫情趨緩，民眾也邁入疫後新生活，本研究綜整量化及質化研究發現提出以下建議，以期促進民眾培養運動習慣，進而增加運動消費支出。

首先，有鑑於 30~49 歲民眾屬中壯年族群，容易因工作忙碌而沒有時間做運動；有家庭者，又因忙於照料小孩，能夠自行運用的時間相對較少，難以維持規律運動習慣。為促使此年齡層族群願意

投入運動行列，進而提升運動消費相關支出，除了可再持續推出更多元親子運動方案，亦可參考新加坡政府之作法，由新加坡體育協會推動「活躍父母」(Active Parents)，提供雙親如何帶領家中孩子進行運動活動之操作指示及活動資訊，由政府端推廣親子運動。另外，建議未來可再持續宣傳運動企業認證活動及媒合企業聘用運動指導員補助方案，並將各企業推動員工運動之措施及作法揭載，以供各界參考。

而針對樂齡族部分，考量其偏好與親朋好友一同運動，除了持續推廣各縣市國民運動中心所開設之樂齡課程、公益課程之外，可再深入至里民活動中心、社區關懷據點等辦理更豐富的樂齡運動課程，供樂齡族參與，亦能實踐「在地老化、活躍老化」精神；規劃課程內容時，應多傾聽樂齡族偏好，考量其運動能力，規劃合適的運動強度，以避免他們運動傷害或身體無法負荷，而降低參與運動意願，打造友善運動環境，強化樂齡族正確運動觀念。

而在本次焦點團體座談會中，受訪者也認為臺灣選手在國際賽場的卓越表現，不但可吸引觀賞性運動迷，也有助於提升民眾對運動的喜愛，同時帶動國人運動風氣。建議未來仍應持續投資培養優秀運動人才，期盼民眾在優秀選手傑出表現的影響下，進而提升參與運動的意願與運動習慣，促進國人運動風氣。

此外，焦點團體座談會中也有消費者提到大型且具特色的運動比賽較能引起參與興趣。建議未來可持續挖掘國內各地文化特色，將運動與之結合，規劃大型運動賽事及活動，期增進民眾參與運動意願，也能促進地方觀光體驗。

最後，近年來運動服務導入運動科技已為重要發展趨勢，政府可持續整合相關單位資源進行跨領域合作，促進落實場域及市場驗證，並與業者合作實際導入運動場館、賽事、運動用品及器材等。除此之外，運動場館業者可再持續瞭解消費者需求及痛點，發掘運動服務與科技結合之機會，提升運動服務體驗，創造不同以往的經營模式。

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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 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，以瞭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

根據英國家庭消費支出調查中的資料顯示，在整體服飾 (含運動服) 與鞋類 (含運動鞋)、休閒與文化等類目中，家戶每年平均花費在休閒與文化類的金額較高，在 2020 年以前其平均金額約在 5,000 美元左右，服飾與鞋類在 2020 年則為 1,565 美元。2021 年因新冠肺炎疫情影響，休閒與文化類花費驟減至 3,263 美元，2022 年則略回升至 3,604 美元；服飾與鞋類則在 2021 年減少至 1,040 美元，2022 年回升至 1,131 美元。茲將近年來每戶每年平均消費金額整理如下圖：



單位：美元

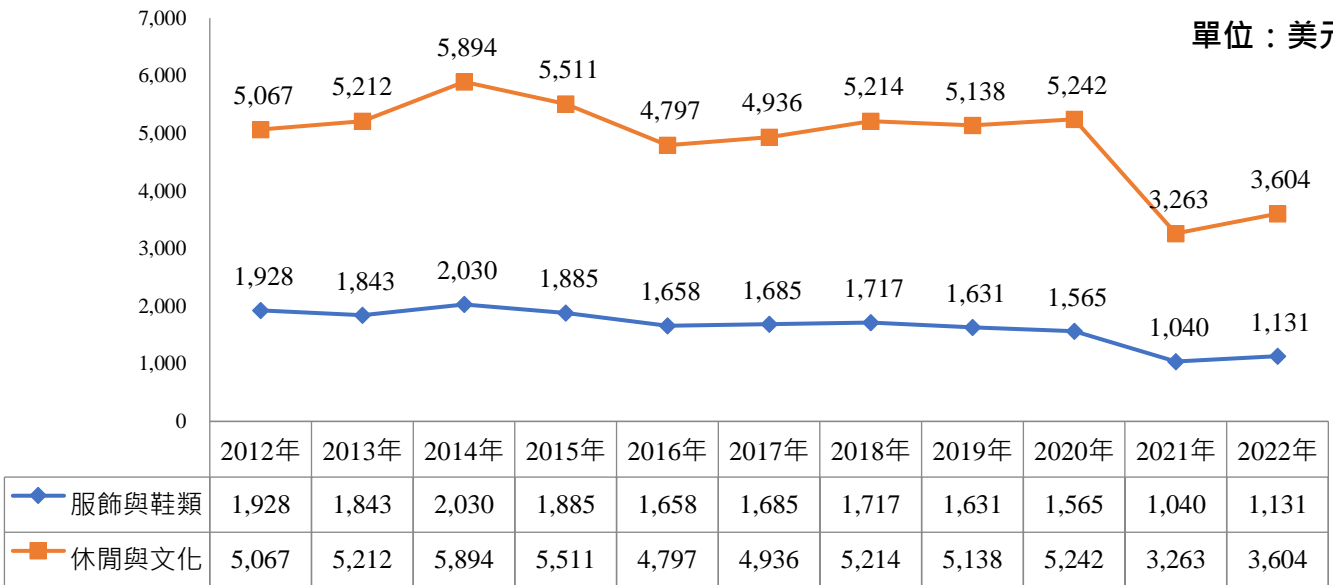


圖 2-1 英國家戶每年平均服飾與鞋類、休閒與文化消費情形

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

進一步從休閒與文化消費支出中，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。

英國於 2020 年 1 月發現首例新冠肺炎病例，而後隨著疫情逐漸升溫，在 2020 年 3 月 16 日起停止所有運動賽事，並於 3 月 23 日第一次封城，要求民眾待在家並保持社交距離，之後逐步放寬限制；而到 2020 年 9 月英國發現變種病毒，10 月時造成第二波的疫情高峰，11 月 5 日開始第二次的封城；但因變種病毒強大的傳播率，英國疫情持續攀升，並成為疫情以來最高峰，因此 2021 年 1 月英國政府開始第三次的全國封鎖，希望民眾可以待在家，並禁止開放健身房、室內休閒場所等。也因為 2021 年適逢新冠病毒疫情最高峰，且在嚴格的防疫措施下，各項消費支出均呈現明顯下降，至 2022 年隨防疫政策放寬而迅速復甦，但仍未及疫情前的水準 (Office for National Statistics, 2023)。



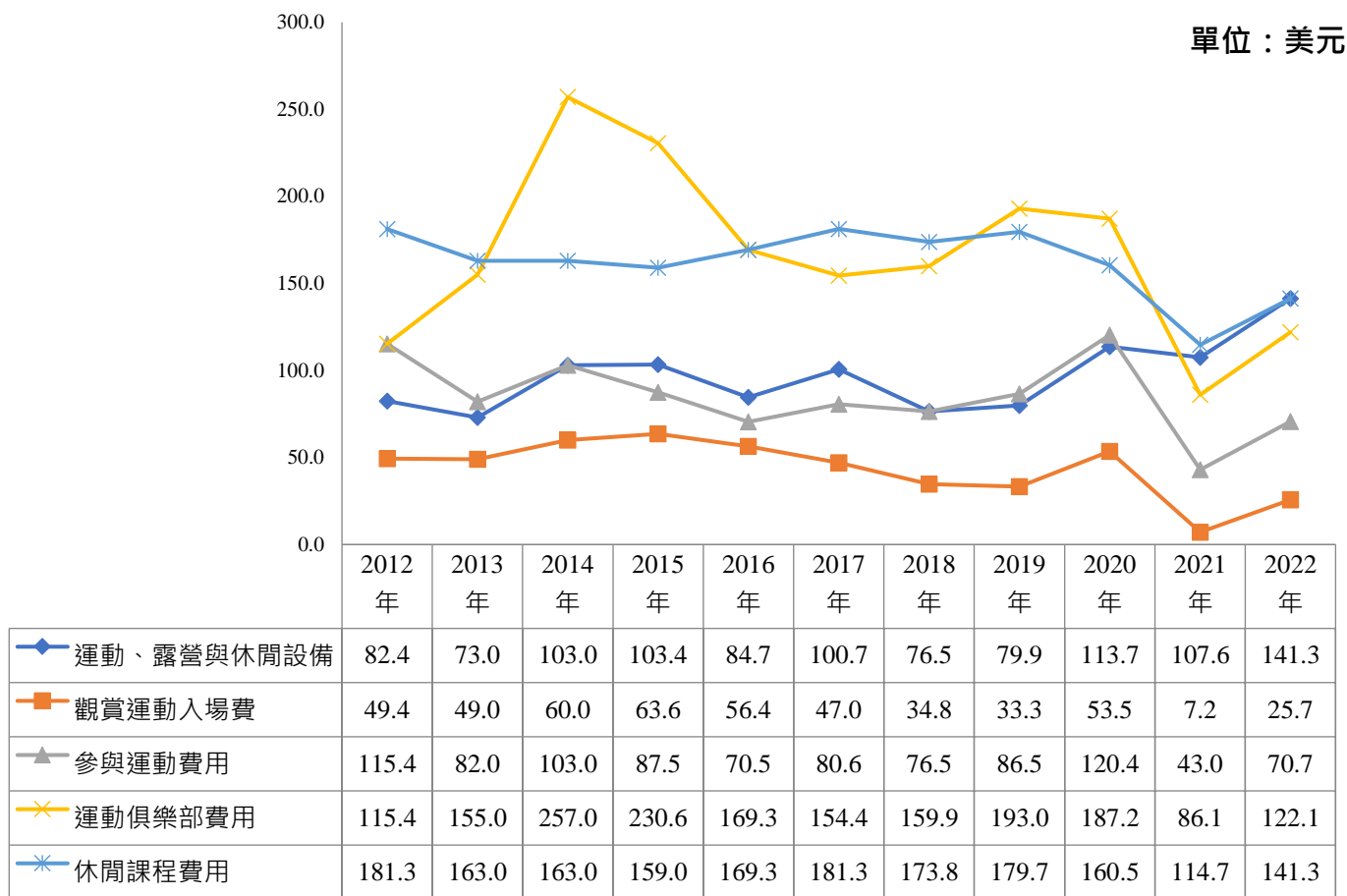


圖 2-2 英國家戶每年平均運動消費情形

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

英國的運動發展相關政策由「英國文化傳媒與體育部」(Department for Culture, Media & Sport, DCMS) 所掌管，負責運動發展相關政策的擬定，並提供相關經費支援。然而，實務上的相關事務則由半官方組織負責推動及執行，分別為負責培訓菁英運動員之英國運動委員會 (UK Sport)，及推廣國民運動參與之英格蘭運動委員會 (Sport England)。

2020 年英國疫情嚴峻，英格蘭體育委員會發起「加入運動 (Join the Movement)」，鼓勵民眾在家仍能保持運動習慣，與知名健身名人及品牌合作，提供免費運動教學內容，並邀請民眾能利用此活動之主題標籤 #StayInWorkOut，分享自身如何在家進行運動。

在 2021 至 2022 年間，隨著各項防疫措施解除，民眾運動的情況已明顯恢復，根據英格蘭體育委員會的 Active Lives 調查結果顯示，有 63.1% 的成年人（約 2,910 萬人）每週平均進行超過 150 分鐘的運動，比例已恢復到疫情前的水準；但仍有 25.8% 的人（約 1,190 萬人）每週平均運動少於 30 分鐘，略高於疫情前的水準（Sport England, 2023a）。

由於新冠肺炎疫情衝擊運動產業，英格蘭運動委員會於 2021 年提出了十年願景計畫「團結運動（UNITING THE MOVEMENT）」，焦點著重在五大重點，分別為後疫情時代下恢復和重塑、社區連結、兒童及青少年體驗、運動與健康福利連結及環境活化等，期望透過計畫讓英國從疫情中恢復正軌，並創造更為平等、包容、具社會凝聚力的國家（Sport England, 2021a）；在第一年實施計劃之後，接續透過制定 2022-25 年實施計劃，持續落實「團結運動」（Sport England, 2021b）。

英國致力於推動運動平權，自 2015 年開始英格蘭運動委員會發起了「This Girl Can」計畫，疫情期間發揮相當大的作用，推出「Me Again」，展示女性在防疫限制下的運動方式，另外，也與不同單位建立夥伴關係，如與迪士尼共同製作五個舞蹈影片，以吸引家庭能共同參與運動。有鑑於許多女孩在進入青少年時期便對運動喪失興趣，55% 的 13-16 歲女孩未能達到政府的日常運動指南目標，因此 2021 年透過與教育專家共同創建「Studio You」平台，提供超過 140 門課程，透過課程激發青少年女性對運動的積極態度，改變對運動的看法（Sport England, 2023b）。

除此之外，英國亦期待透過運動來消除不平等，解決社會問題，「體育促進發展聯盟（Sport for Development Coalition）」由近 400 個慈善機構和組織組成的全國網絡，希望透過運動推廣，產生積極的



貳、國際運動消費支出現況

社會成果，解決英國健康與社會不平等問題。期望藉由聯盟運作，改善健康與福祉、縮小教育及發展的差距、提高就業能力、減少犯罪及反社會行為，並營造出更強大的社會凝聚力 (Sport for development coalition, 2023)。而英格蘭運動委員會亦與 16 間慈善機構合作，2019 年起推動「We Are Undefeatable」，鼓勵英國 1,500 萬罹患慢性疾病或行動不便的國民能保持運動習慣，藉運動幫助控制疾病，並減輕部分症狀的嚴重程度。透過在網站提供各式維持運動的方法，協助找到適合的運動項目，並將運動融入日常生活；此外，藉由個案分享、社群媒體將運動風氣擴散出去 (Sport England, 2021c)。



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。據調查資料顯示，美國消費者在娛樂消費類目上的花費較服飾與鞋類高，然而受新冠病毒疫情的影響，近年有較明顯波動，2020 年娛樂消費支出及服飾與鞋類消費支出雙雙呈現衰退趨勢，娛樂消費金額跌破四千億美元，僅有 3,818 億美元，服飾與鞋類消費金額則衰退至 1,882 億美元；爾後自 2021 年起，疫情逐漸趨緩，消費復甦力道強勁，2022 年娛樂消費金額成長至 4,637 億美元；而服飾與鞋類則回升至 2,608 億美元 (The U.S. Bureau of Economic Analysis, 2023)；茲將歷年美國消費者兩項消費支出總金額整理如下：

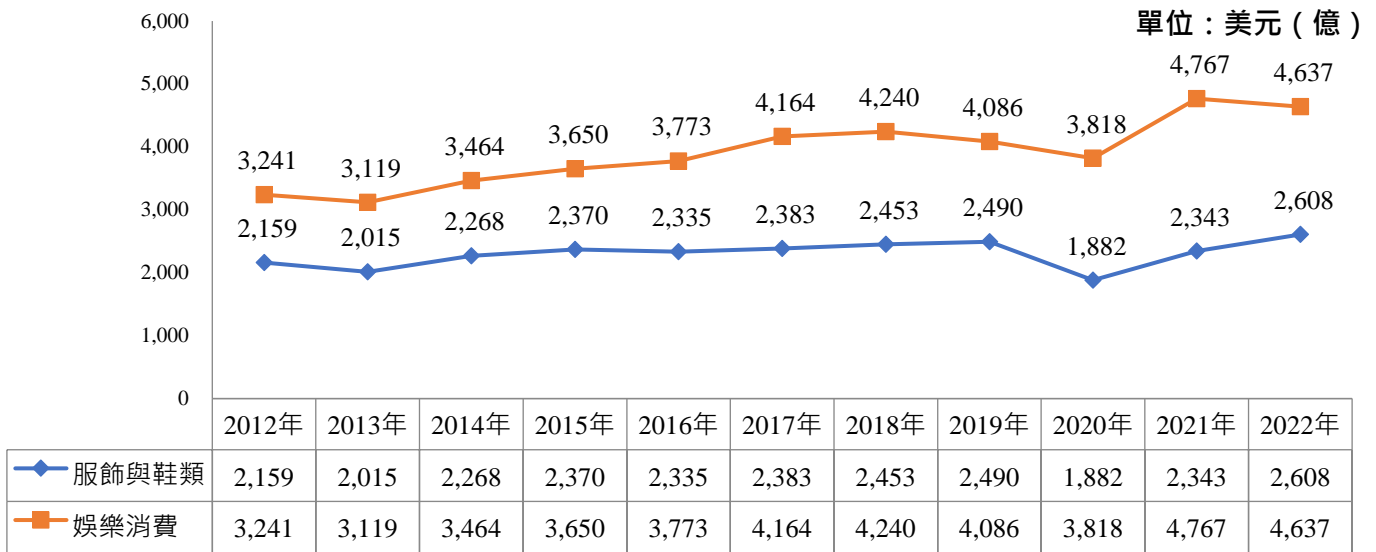


圖 2-3 美國消費者每年服飾與鞋類、娛樂消費總支出金額

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

除此之外，美國經濟分析局 (The U.S. Bureau of Economic Analysis) 亦分析了個人運動相關消費支出，如運動與休閒服務與用品、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歷年統計資料可發現，其他運動與休閒用品為美國民眾運動消費總額最高項目，2020年起逐年成長，2022年達 3,118 億美元，其次則為運動與休閒車輛花費，2021年為 1,076 億美元突破新高，2022年則達 1,138 億美元。受到新冠病毒疫情的影響，2020年參與俱樂部與運動中心會員費用及觀賞運動門票入場費



等兩項目均出現明顯的衰退，2021 年起逐漸回升，2022 年參與俱樂部與運動中心會員費達 649 億美元，觀賞運動門票入場費為 306 億美元，茲將其詳細資料整理如下圖：

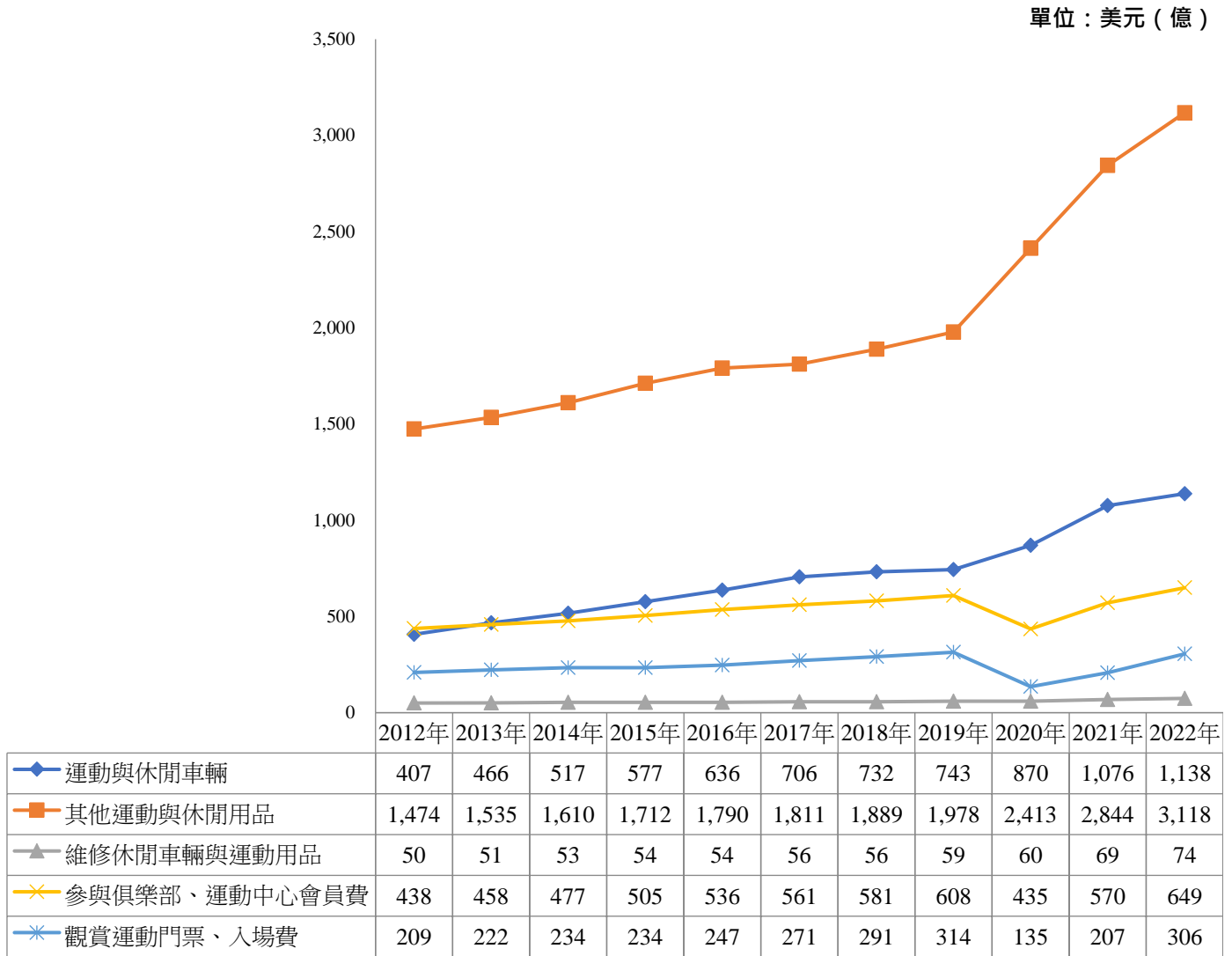


圖 2-4 美國消費者運動消費支出總額

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





美國由衛生與公眾服務部之下 (U.S. Department of Health and Human Services; HHS) 的疾病預防及健康促進辦公室 (The Office of Disease Prevention and Health Promotion; ODPHP) 進行國民的身心健康與運動促進，提供相關健康促進計畫或政策的基礎；並支援多個聯邦委員會與國家計劃，例如健康人民 2030 (Healthy People 2030)、美國人的身體活動指南 (Physical Activity Guidelines for Americans)、國家青少年體育策略 (The National Youth Sports Strategy; NYSS)、體育健身與營養總統委員會 (Office of Disease Prevention and Health Promotion [ODPHP], 2022)。但美國未有統一負責掌管國家運動政策之官方機構，主要仍有各州政府、單項運動協會合作，以及歷史悠久的大學院校運動競技文化，透過商業贊助培植選手和賽事，使美國運動風氣盛行 (林房儻，2010)。

健康的國民為國家強健的根基，美國衛生與公眾服務部於 2020 年擬定了「健康人民 2030 (Healthy People 2030)」，以改善美國人民的健康狀況與促進全民健康為目標，結合了科學證據與數據、先進技術與專業，共設定 358 個可衡量的核心策略目標，其中一項目標為「規律運動改善健康、強健身體、提升生活品質」，期待藉此能培養規律運動習慣，改善國民健康狀況，並且提供更完善社區運動設施，使參與運動更為安全、便利，幫助各年齡族群均能獲得足夠的有氧運動和肌肉訓練 (ODPHP, 2020)。

「美國人身體活動指南」是以最新科學為基礎幫助美國人通過運動改善健康狀況，為國民規律運動習慣以改善健康狀況提供建議，並在 2018 年發布了第二版的美國人身體活動指南；此外，第二版指南藉由「Move Your Way」活動進行分眾宣傳，針對兒童及青少年、成人、年長者、孕婦、醫療機構等不同的對象，分眾設計說明書、文宣、影片與互動性評估工具，內容說明各別族群每日所需運動量、適合施作的運動項目等，為不同族群量身打造適合的運動規劃 (ODPHP, 2022)。





根據研究指出，限制美國青少年運動參與的主要因素為費用過高、缺乏接觸機會、沒有時間等，為了解決這些問題，2019 年衛生與公眾服務部制定「國家青少年運動策略 (National Youth Sports Strategy, NYSS)」，以增加在青少年的運動參與率，並鼓勵建立規律運動的習慣。藉由公私部門共同合作的策略，邀請支持國家青少年體育策略的組織成為「NYSS Champions」，藉此促進青少年的運動參與，目前已有 231 個「NYSS Champions」，提供超過八千萬次青少年服務；由於女性、少數族裔、經濟弱勢家庭、農村地區、身心障礙等青少年族群的運動參與率較低，因此國家青少年運動策略特別強調對弱勢群體的重視 (U.S. Department of Health and Human Services [HHS], 2019)。

後疫情時代，44%的美國消費者更加關注自身的整體健康和保健，促使鞋類及運動裝備銷售成長，疫情後消費者更重視健身和休閒活動 (NPD, 2022)。另一方面，隨著女性比賽的能見度提升，觀賞女性運動賽事逐漸受到歡迎，越來越多人觀賞女性的運動賽事，美國國家女子足球聯賽 (NWSL) 在與 CBS 合作之後，可透過電視及串流媒體更輕鬆觀看，觀眾人數在 2020 年出現巨幅的提升，增加了 475%，社群媒體的參與率也大幅增加了 15% (Sport Innovation Fan Lab Data, 2021)。



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

藉由統計調查結果可知，受新冠肺炎疫情影響，澳洲的家庭 2019 年至 2020 年在休閒活動的消費支出金額為 6,834 美元，而在服飾與鞋類的消費支出金額則為 2,453 美元，為近十年來最低。隨著疫情的趨緩，2021 年至 2022 年在休閒活動的消費支出金額成長至 8,330 元，服飾與鞋類的消費支出金額則成長至 2,991 美元。

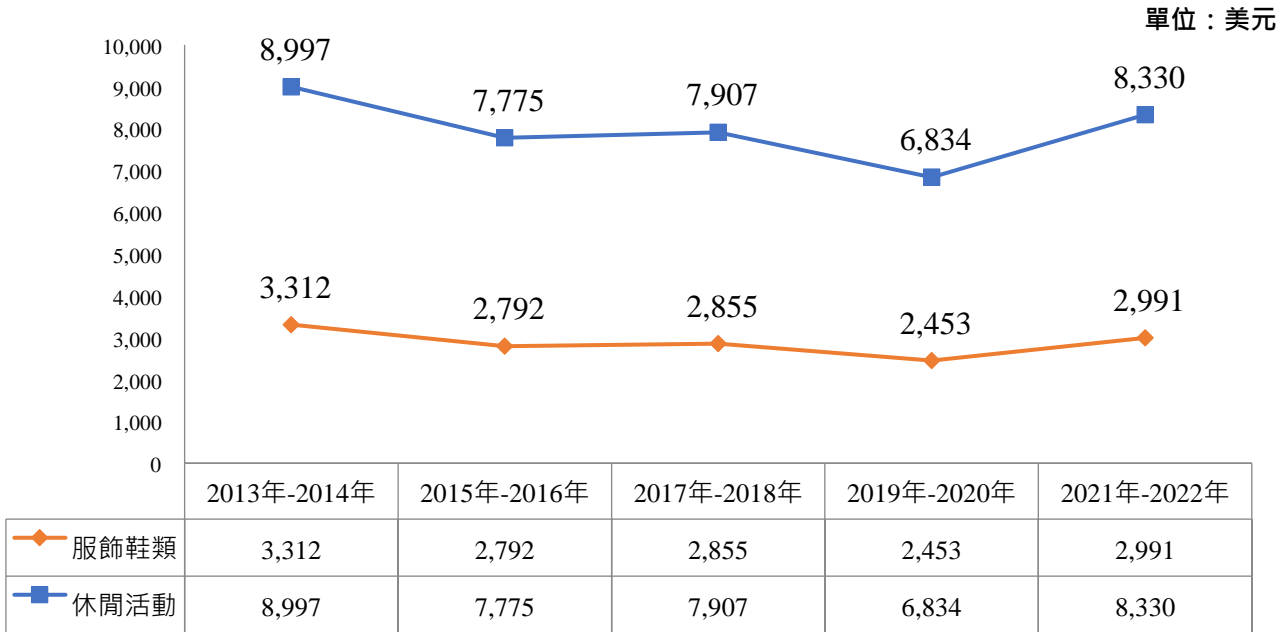


圖 2-5 澳洲家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況

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

澳洲政府長期追蹤民眾的運動行為，自 2015 年便開啟「AusPlay 調查」，以做為整體運動政策擬定及相關產業投資時的參考依據。從年度比較來看，2018 年至 2019 年間 15 歲以上民眾有參與性運動消費支出的比例有所成長，在新冠肺炎疫情的影響下，2020 與 2021 年的支出比例下降，至 2022 年疫情影響淡去，參與性運動消費支出的比例回升至疫情前的水準，平均每人消費金額也增至 813 美元。

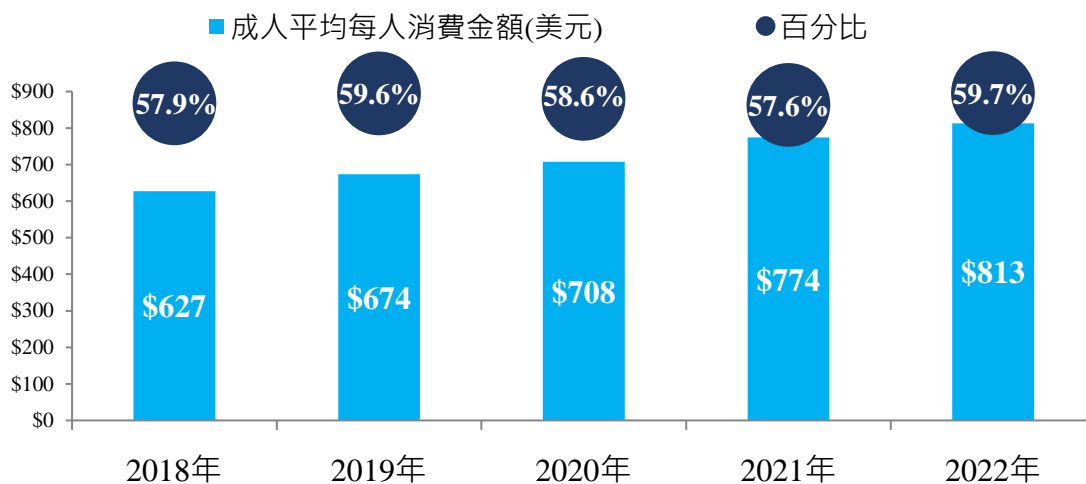


圖 2-6 澳洲 15 歲以上民眾參與性運動支出金額與比例

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

而在 2018 年至 2021 年間，兒童有參與性運動消費支出比例逐年成長，然而 2022 年比例略有下降，為 95.8%，平均每人消費金額為 821 美元。

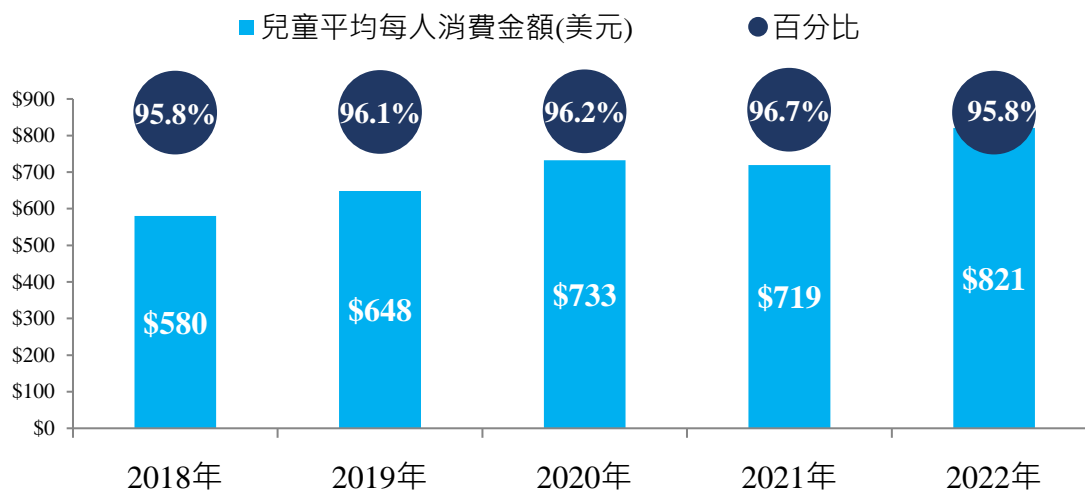


圖 2-7 澳洲 15 歲以下孩童參與性運動支出金額與比例

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

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」，2022 年隨疫情遠去，「個人指導訓練師或教練」支出金額有較大幅度的成長；而 15 歲以下孩童其家長支出金額較高項目則為「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

	2020 年		2021 年		2022 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	\$242	\$228	\$263	\$225	\$250	\$271
休閒俱樂部或協會	\$138	\$207	\$144	\$225	\$167	\$160
運動場館、健身中心及休閒設施	\$414	\$331	\$391	\$288	\$417	\$347
私人運動教室	\$414	\$394	\$376	\$451	\$417	\$486
個人指導訓練師或教練	\$345	\$407	\$376	\$225	\$507	\$313
教育課程學費	\$83	\$193	\$75	\$150	\$117	\$167
其他運動機構	\$138	\$242	\$137	\$225	\$122	\$181

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

疫情也催化了對於智慧穿戴產品的使用情況，調查結果顯示，15 歲以上民眾使用智慧穿戴裝置有明顯的提升，自 2019 年的 323 萬提升至 2021 年的 407 萬，線上數位課程也從 2019 年的 60 萬倍增至 2021 年的 136 萬。澳洲體育協會特別透過社區認知監測 (Community Perceptions Monitor)，瞭解民眾對於後疫情時代重返運動之行為與看法，2022 年的調查指出，兒童的運動參與情況在 2020 年至 2021 年中達到低點，此後穩定增加，但兒童每週運動 1 次以上及每週運動 3 次以上的參與率仍低於新冠肺炎疫情之前 (Australian Sports Commission [ASC], 2021 ; ASC, 2022a)。

為了從小培養兒童養成良好的運動習慣，讓其能熱衷於參與社區運動活動，澳洲體育委員會特別實施了「Sporting School」計畫，專為小學以及中學 7 至 8 年級學生設計，幫助學校讓學生能在安全有趣的環境中提升參與運動的機會。

在新冠肺炎爆發期間，考量許多兒童無法如常地參與運動活動，該計畫整理各運動團體教學資源和線上活動，供在家兒童能夠維持運動習慣。目前該計畫與 35 個國家體育組織 (NSO) 和國家身障者體育組織 (NSOD) 合作，贊助學校提供免費高品質的體育活動，並建立起學校與體育組織之間的關係，進而促進學生參與校外運動，目前已為 6,609 間學校、超過 170 萬學生，提供了超過 250 萬次的運動活動，自 2015 年以來提供 1,500 萬個運動活動，未來將擴大到至中學 9 至 10 年級進行試辦。另外，2020 年起透過「Sporting Schools Plus」試驗計畫，贊助 450 間學校經費，用以推動「體育素養：學校指南」，指南中從「校園文化、組織與環境」、「課程、教學與學習」、「夥伴關係」等面向，訂立學校發展兒童體育素養的關鍵要素 (ASC, 2023b)。

運動傷害也是導致運動受挫、阻礙運動參與的重要原因，受限於國家運動傷害相關數據資料的不足，澳洲健康與福利研究所與澳洲體育委員會合作進行「國家運動傷害數據策略 (National Sports Injury Data Strategy)」，建構國家運動傷害數據庫，期望藉由現有數據的應用，強化對於運動傷害的理解與發展相應預防措施，藉由降低運動過程中的阻礙，進而提升運動的參與率 (Australian Institute of Health and Welfare, 2023)。

澳洲的體育發展，高度依賴體育委員會與國家體育組織的充分合作，而為了持續提升運動參與度，必須先提升相關體育組織的營運能力，以提供良好的體育服務，才能促成更良好的運動體驗，進而培養出運動興趣與習慣，故澳洲體育委員會推動「促進運動參與資金計畫 (Participation Growth Funding)」，對國家體育組織 (NSO) 與國家身障者體育組織 (NSOD) 進行資金投資補助，並且優先用於補助對於提升民眾運動參與度、提升組織效率、提升勞動權益等相關領域項目 (ASC, 2022b)。

為了強化對運動產業的支持，澳洲體育委員會強化了線上服務，推出了「 Australian Sport Learning Centre 」，與澳洲的國家體育組織 (NSO) 合作，提供組織內的教練、體育志工一站式數位學習平台 (AUS, 2023c)；除此之外，針對俱樂部業者，澳洲體育委員會特別開發「 Game Plan 」計畫平台，協助運動俱樂部業者能夠清楚瞭解營運狀況及需改進地方，讓業者能夠藉由平台診斷俱樂部營運狀況，由俱樂部業者先建立俱樂部的簡介以及優先改進的部分，再由專家學者進行金融、行銷模式、數位化程度等需求評估，給予業者營運方向調整的建議，說明現階段應優先改善事項，期待藉此能提升俱樂部業者的服務能量 (AUS, 2023d)。

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」與「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

新冠肺炎在全球蔓延，日本於 2020 年 2 月 26 日要求全國大型體育或文化活動停辦，而隨著疫情逐漸升溫，日本也不得不宣布東京奧運賽事延期，並於 4 月 7 日發布第一次緊急事態宣言，針對全國體育館、游泳池等運動設施，提出停止營業、縮短營業的要求，直至 5 月 25 日才解除，也因此 2020 年日本運動相關消費支出下降幅度較大。而 2021 年日本疫情再次升溫，陸續發布三回的緊急事態宣言，但有鑑於第一回的緊急事態宣言對國家經濟發展衝擊大，故此三回的範圍縮小，且限制措施也有所放寬，但整體運動消費支出仍未回到疫情前水準。

單位：美元

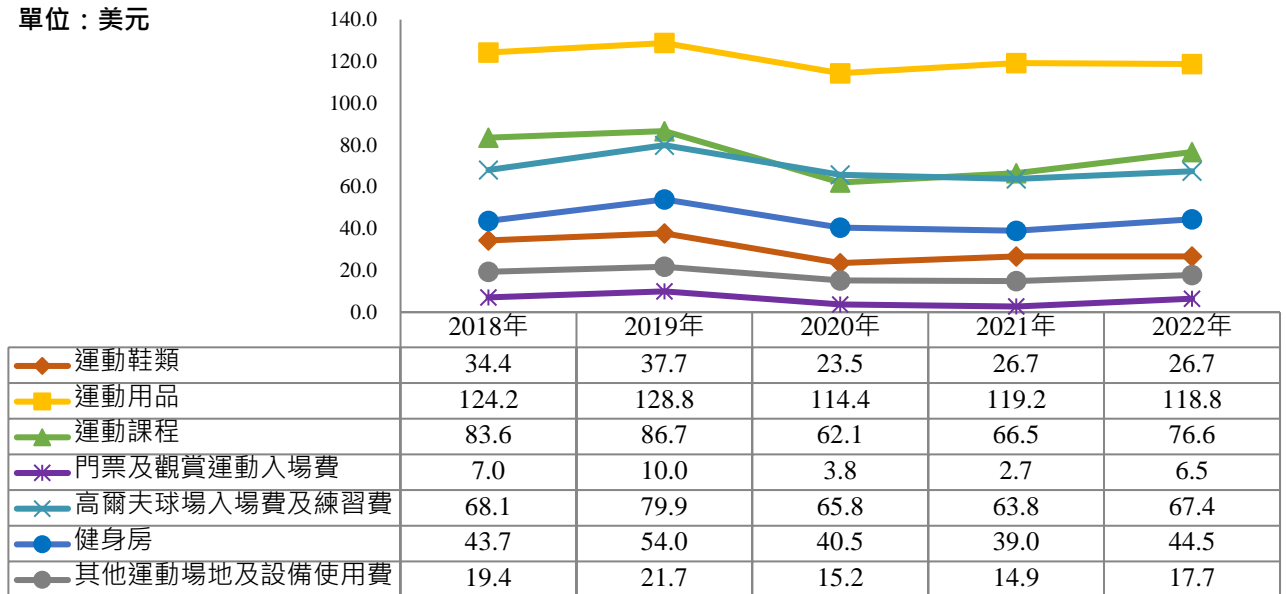


圖 2-8 日本家庭平均每戶收支調查中與運動消費相關支出金額

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

從日本家庭收支調查中的課程費用支出統計可發現，「運動課程」為日本家戶支出金額最高之項目，近三年受新冠肺炎疫情影響，日本家戶平均在運動課程之支出金額約 65 美元左右，較疫情前來得低。

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

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
語言課程	26.3	27.6	22.5	25.8	25.2	25.8	27.0	18.5	18.5	17.7
其他教育課程	24.6	23.6	19.2	20.8	21.7	18.0	19.7	16.9	15.4	13.2
音樂課程	55.5	49.5	40.1	45.7	45.2	42.3	39.5	28.8	29.7	29.7
康樂課程	42.2	35.6	31.6	31.6	32.1	30.5	25.5	21.9	18.0	17.5
運動課程	90.2	86.4	75.8	83.7	78.9	83.6	86.7	62.1	66.5	64.8
駕駛課程	26.8	21.8	22.9	19.8	16.4	16.3	21.6	20.4	26.6	21.7
家政課程	5.7	5.6	4.2	5.4	4.6	4.7	4.5	3.9	2.3	2.2
其他私人課程	29.4	25.0	25.2	31.8	26.9	30.8	34.9	30.2	32.8	23.9
課程總支出	300.7	275.1	241.5	264.7	250.9	251.9	259.3	202.7	209.9	190.8

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

三菱 UFJ 研究與顧問機構的「運動市場行銷基本調查」指出，2022 年日本觀賞運動消費市場規模為 29.5 億美元，儘管尚未回到新冠肺炎疫情爆發前之水準，但較 2021 年成長 36.9%，而運動設施利用費及會員費之市場規模為 33.3 億美元，運動用品市場規模則為 22.5 億美元（三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング，2022）。

為實現運動基本法之理念，及因應 2020 年東京奧運會與殘奧會的到來，日本於 2015 年在文部科學省下成立體育廳 (Japan Sports Agency)，由體育廳負責推動國內運動事務。體育廳於 2022 年制定了「第 3 期體育基本計畫」，施行時間為 2022 年至 2026 年，強調東京奧運會及帕運會有形及無形的成果應加以延續、繼承。

第 3 期體育基本計畫提出三個新視點，分別為「創造、孕育運動」、「透過運動聚在一塊，產生連結感」及「人人皆有參與運動機會」，主要六項發展重點則為「持續提高國際競爭力」、「繼承大型賽事的辦理經驗」、「實現共生社會並促進多元族群參與運動」、「地方創生和城市建設」、「通過運動進行國際交流與合作」、「確保運動相關人員身心安全與安心」(體育廳，2022b)。

根據日本最新運動實施狀況調查結果，2022 年 20 歲以上成人每週參加運動活動 1 次以上的實施率為 52.3%，較 2021 年的 56.4% 減少 4.1 個百分點；而女性 (50.2%) 運動實施率仍較男性 (54.4%) 來得低，20 歲至 50 歲勞動族群運動實施率也相對較低 (體育廳，2022a)。

為實現第 3 期體育基本計畫中，創造多元族群運動參與機會之目標，提升國人運動實施率，體育廳以「Sport in Life 計畫」為核心，旨在讓運動自然而然地融入國民生活，以招募認同 Sport in Life 理念之民間企業、地方公共團體及運動團體等加入「Sport in Life 聯盟 (Sport in Life consortium)」，針對兒少、上班族、育兒者、女性及老年人等進行有計畫性的運動推廣。除此之外，對於大部分時間都在工作的上班族來說，運動對此族群的生活品質相當重要，故體育廳也推動「運動吶喊企業 (SPORTS YELL COMPANY)」認證，表揚重視員工健康管理之企業，增進企業社會評價，進而吸引更多企業投入推動職員運動 (體育廳，2023a)，以期 2026 年成人每週參與運動活動 1 次以上的實施率能達到 70.0%。

日本學校運動狀況主要可分為學校體育正課及運動部活動，後者即為課外活動，學生能夠自主性、自發性選擇欲參加的運動部，並由學校老師給予指導、訓練（呂桂花，2015）。然而，日本體育廳考量到日本少子化的問題嚴重，近年參與學校課後運動社團活動的學生人數逐年減少，導致無法參與參與團體賽、練習賽等，加上欠缺競技運動經驗之教師被迫帶領運動部活動，以及在假日也需要犧牲時間指導，加重教師負擔。

因此，日本體育廳在第 3 期體育基本計畫即發布重大改革，原先以學校為中心，並由教職員所推動的課後運動社團活動，2023 年起將逐步轉向以社區為中心所進行，與當地學校、團體攜手，在市民體育館、公民館、學校運動設施等多元場所進行，以確保兒童能享受運動樂趣、擁有多樣化體驗之機會（體育廳，2023b）。

日本體育廳長期以來致力於活化、振興地方運動，認為運動不僅限於競技性質，而是廣泛日常中散步等皆能成為日常運動，不同族群皆能輕鬆參與，2021 年建立「運動 x 健康城鎮」計畫，鼓勵地方團體以居民、當地特色等，發展地方運動活動，進行地方創生，延續日本東京奧運民眾對於運動之關注及投入熱忱（體育廳，2021）。

為因應新冠肺炎疫情對運動相關產業之衝擊，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）。而體育廳也補助舉辦全國性運動聯賽及錦標賽等的運動團體，防疫措施費用如酒精、體溫機及進退場人流分析系統等，以及提供遠距觀賽服務之技術費用，期能營造安全、安心運動環境，在新冠肺炎疫情下民眾亦能參與運動賽事（體育廳，2022）。



在振興國內藝文及運動活動方面，日本經濟產業省於 2020 年底推出「Go to event」措施，當民眾購買運動賽事門票或報名參加運動賽事，則可享有票價的 20%之折扣或優惠券，舉例來說，若運動賽事門票金額為 5,000 日元，民眾能以 4,000 日元購入，或是付 5,000 日元，可再額外獲得價值 1,000 日元折價券（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，並依據當地狀況進行調整，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在近年有所成長。

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/>

2012 年新加坡政府發表「願景 2030 (Vision 2030)」，做為國家體育運動之發展藍圖，期待能落實「透過運動讓生活更美好」願景，藉此增強新加坡國民之民族認同感及社區凝聚力。而新加坡官方負責運動業務之主管機關為文化、社區暨青年發展部 (Ministry of Culture, Community, and Youth, MCCY)，轄下則由新加坡體育協會 (Sport Singapore ; SportSG) 負責推行運動相關政策。

在新加坡文化、社區暨青年發展部 2022 年經費撥款規劃之內容中，針對運動事務部份提及八項重點，包含：推動「讓運動重返」(Bring Sport Back) 計劃、由身障人士體育學院提供更包容性之機會、發展綠色運動計畫 (Sport Green Plan)、延長新加坡團隊基金 (One Team Singapore Fund)、推動新加坡團隊關懷計畫 (TeamSG CARES)、藉由體育關懷 (SportCares) 為弱勢群體帶來更多機會，及透過「獅展雄心 Unleash the Roar! (UTR!)」足球計畫讓新加坡國人團結一致。

根據新加坡全國運動參與情形調查結果顯示，新冠肺炎疫情前新加坡國人規律運動比例為 66%，受到疫情之影響，新加坡國人健康意識抬頭，有多餘時間從事運動，自 2020 年起有規律運動之人口比例逐年成長，2022 年達到 74%，為近年來最高，而從性別觀之，有規律運動之男性人口比例為 77%，女性則為 72%。新加坡國人較常從事的運動為健走、跑步、健身操/循環訓練、自行車及游泳，國人投入運動之主要原因為「促進生理健康」(81%)、促進「心理健康」(35%)、「讓氣色感覺更好」(28%)、「對運動有興趣」(26%) 及「彌補在家久坐問題」(12%)(SportSG, 2022)。

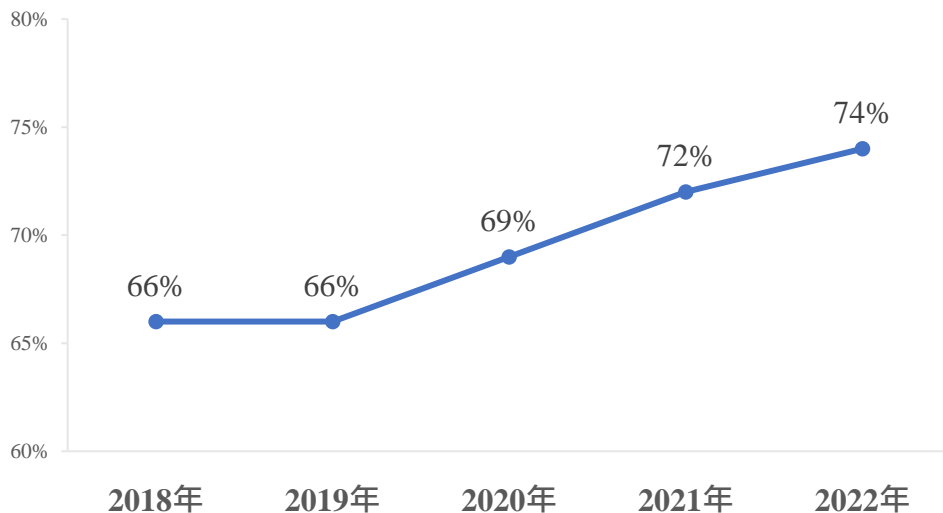


圖 1 新加坡全國運動參與情形



為讓國人藉由運動體驗生活的美好及樂趣，新加坡體育協會以「ActiveSG」做為全國性運動促進措施，依據兒童、年輕人、親子、銀髮族及身障者等需求及偏好，規劃多元運動項目活動。為增進國人運動便利性，新加坡政府持續提升社區運動設施空間數量及品質，同時，廣設公共 ActiveSG 健身房，迄今以超過 25 家以上，國人只要成為 ActiveSG 會員，即可從應用程式預定運動設施及活動等。

而新加坡體育協會每逢國慶日時，皆會舉辦「動起來!新加坡 (Get Active!Singapore)」一系列的運動活動，邀請民眾共襄盛舉，2020 年由於新冠肺炎疫情的緣故，新加坡體育協會改採線上方式進行，規劃「GetActive!@Home」線上運動挑戰活動，及建立「ActiveSG Circle」平台，平台有各式運動項目之課程，讓民眾在家也能持續運動 (SportSG, 2020)。

為幫助運動相關產業復甦，新加坡文化、社區暨青年發展部於 2020 年發布「運動恢復計畫 (Sports Resilience Package(SRP))」，共挹注 5,000 萬元，除了 2,500 萬元應用於原先措施外，其餘 2,500 萬元則為營運補助金及協助業者數位化及創新能力發展之用 (SportSG, 2020)。而 2021 年政府則加碼 1,800 萬美元，針對同年因五月防疫措施封館之運動設施業者及自雇者 (SportSG, 2021)。

在新冠肺炎疫情趨緩後，新加坡政府為使國人重拾運動行列，推出「從 60 開始 (Start with 60)」活動，鼓勵國人從每天 60 秒簡單運動開始培養運動習慣。而大型運動活動因疫情關係停擺，故新加坡政府也於 2022 年投入 2,000 萬元推動「讓運動重返 (Bring Sport Back)」計劃；為讓大型運動活動如自行車、鐵人三項、游泳及跑步等，恢復至疫情前水準，新加坡體育協會推出「Blended Events Grant-Bring Sport Back」津貼，供活動主辦單位申請，最高可補助 5 萬元。



而新加坡政府相當重視兒童運動教育及發展，設置多項運動項目之 ActiveSG 學院和俱樂部 (Academies and Clubs,A&Cs)，並依據運動訓練之密集度提供短、中、長期之運動方案，期能藉此培養兒童對運動興趣及培養正向價值觀，2022 年 3 月更針對身障人士推出運動學院 (Para Sport Academy)，除此之外，2022 年也計畫將再增加街舞學習方案及相關練習空間，以活動社區空間之利用。有鑑於兒童及青少年運動興趣之培養，家庭功能扮演相當重要角色，新加坡體育協會推動「活躍父母」(Active Parents)，提供雙親如何帶領家中孩子進行運動活動之操作指示及活動資訊 (SportSG, 2022)。

2015 年身為東南亞運動會主辦國的新加坡，推出「尼拉隊」(Team NILA)，此為全國性運動志願服務活動，在籌辦 2015 年東南亞運動會期間，招募、培訓及部署 11,000 名擔任 130 種不同職務之志工，且延續至今，成為新加坡相當重要之品牌象徵，迄今超過 35,000 名運動志工加入，主要在新加坡當地運動中心、運動活動、學院和俱樂部、體育關懷 (SportCares) 及積極健康 (Active Health) 等投入志願服務活動，鞏固國家動員能量，期能藉此提升國人公民參與、社會凝聚力。

在運動科技發展方面，新加坡體育協會下的體育中心 (ActiveSG Sport Centres) 在 2019 年啟動智慧運動中心計畫，於運動場館導入智慧科技服務，其中一項案例即是在 ActiveSG 競賽用游泳池裝設視覺溺水偵測系統 (CVDDS)，以維護使用者的安全；除此之外，新加坡體育協會體認到運動數據應用之重要性，於 2022 年底推出「運動數據交換資料庫 (Sport Data Exchange,SPORTDEXSG)」，公私部門皆能夠共享及存取平台資料。

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，2016 年間至 2018 年呈成長趨勢，受到新冠肺炎疫情衝擊，2020 年平均每戶每月文化娛樂消費金額僅 118 美元，為近年來最低，2022 年則略成長至 135 美元；在服飾與鞋類消費方面，自 2014 年開始呈下降趨勢，2020 年為近年最低點，平均每戶每月消費金額僅 100 美元，2022 年為 109 美元 (Statistics Korea, 2022)，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：

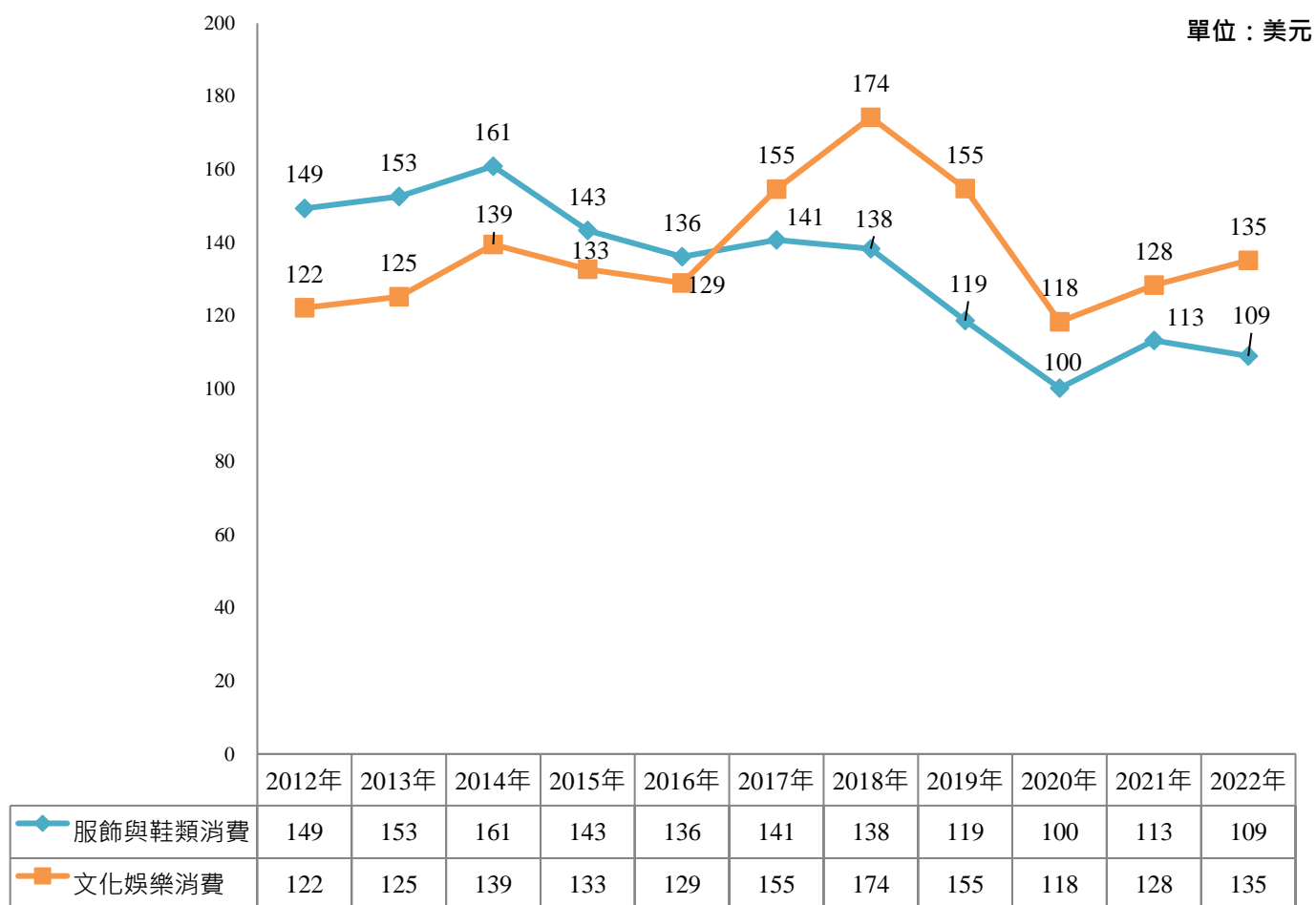


圖 2-9 韓國家戶平均每月支出服飾鞋類、文化娛樂消費金額

資料來源：韓國統計局。檢索自：<https://kosis.kr/index/index.do>

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」及「運動和休閒服務」兩項，隨著新冠肺炎疫情趨緩，此兩項金額於 2022 年回升，平均每戶每月運動和休閒服務消費金額為 23.5 美元，運動和露營設備則為 7.8 美元。

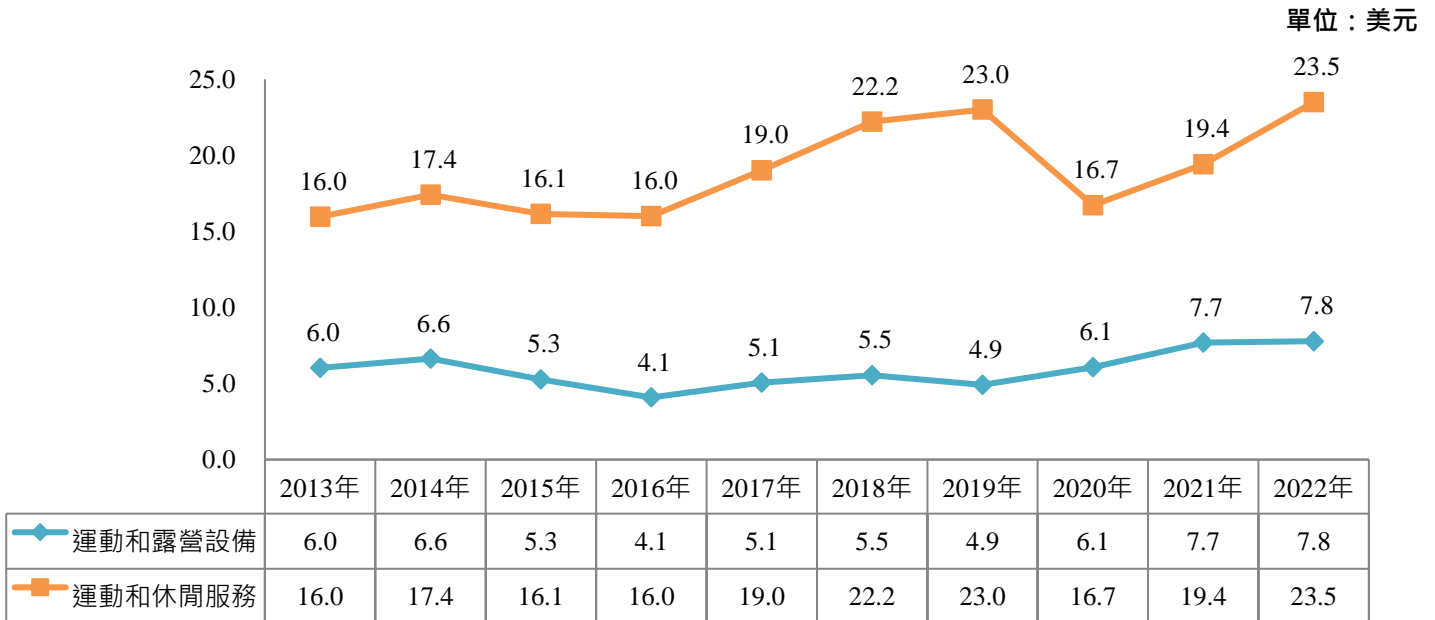


圖 2-10 韓國家戶平均每月支出運動露營設備、休閒服務消費金額

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

韓國文化體育觀光部為擬定運動政策的官方單位，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。

在文化體育觀光部 2022 年的工作計畫中，重點工作在確保全體民眾均能公平獲得運動的機會，特別是身障者的運動環境改善上，推動擴大身障者運動機會，並藉由改善身障者運動環境，辦理適合身障者的綜合體育課程，以增進身障者與一般民眾共同參與的體育活動的機會。此外，配合在地特殊文化背景，結合在地體育特色與地方資源，建設具地方特色體育城市，將舊有綜合運動場打造成為現代化特色化地標 (문화체육관광부, 2022a)。

此外，韓國於 2022 年陸續施行《體育基本法》、《體育從業人員福利法》、《運動俱樂部法》等體育三法，為體育生態環境建立制度基礎。《體育基本法》旨在確立國民的體育權利以及中央與地方政府的相應責任，並定義韓國體育政策發展方向，讓全體國民能自由、平等地參與體育活動，提升生活品質，並凝聚國家社會向心力，讓體育運動在社會中各領域普及，同時確保體育的多樣性、自主性與民主性等原則均能落實。法規內容涵蓋了專業運動、休閒運動、身障者運動、學校體育、職業運動等各類政策，以及體育產業、體育俱樂部、運動設施、體育人才與運動員、體育倫理、運動安全管理、體育環境保護、體育國際交流、運動贊助文化等體育各領域範疇之綜合規定。目前正根據《體育基本法》第 8 條進一步制定《體育振興基本計劃》，持續促進國民運動習慣的養成（문화체육관광부，2024）。

另與體育基本法同時制定的《體育從業人員福利法》，旨在為體育從業人員之福利建立制度基礎，保障體育從業人員的生活，以促進體育活動的發展。其中包括運動員訓練、比賽過程死亡或嚴重殘疾時的補償、運動員與教練支持、學生運動員獎學金計劃、高齡退役運動員照顧、支持運動員的職涯發展和創業等，以及建立運營運動員福利支援系統，用以執行運動員福利政策的落實（문화체육관광부，2024）。

2022 年生效的「體育俱樂部法」則支持韓國公共體育俱樂部發展，旨在克服體育俱樂部發展時制度基礎不足，以及缺乏系統性的支持，該法具體規定了政府在促進體育俱樂部發展時的角色。以體育俱樂部為中心，針對兒童、老人、身障者等族群辦理正規、有品質運動活動，期能促進社區運動參與，也藉此挖掘具發展潛能菁英運動員（문화체육관광부，2022b；문화체육관광부，2024）。

根據韓國《2022年國民生活體育調查》(2022년 국민생활체육조사)結果顯示，隨著新冠肺炎疫情防疫措施鬆綁，韓國民眾也重返運動行列，一週運動一次以上且每次維持至少30分鐘的比例為61.2%，較2021年的60.8%有所提升。從性別來看，女性運動參與率為62.0%，略高於男性的60.4% (문화체육관광부, 2023)。

在運動消費支出方面，有參與運動活動者，大多花費介於3萬至6萬韓元左右，2022年平均每月花費為77,135韓元，較2021年(14,031韓元)有所提升。在運動器材消費部分，38.5%的韓國民眾有購買運動器材，較2021年的32.2%來得高，平均花費為29.4萬韓元，以購買運動服裝(70.6%)及運動鞋(70.2%)為主 (문화체육관광부, 2023)。

根據調查結果顯示，在運動設施使用情形方面，韓國民眾最主要使用私人運動設施(26.8%)，而使用公共運動設施的比例為22.7%，選擇運動設施的考量因素主要為距離(39.1%)、設施免費或便宜(29.2%)及設施專業(21.5%) (문화체육관광부, 2023)。而韓國政府致力擴建公共運動設施，降低國民運動參與阻礙，在2023年的工作計劃即提及需設置三座專屬老人使用的國家級公共運動中心。

由於新冠肺炎疫情對運動產業之衝擊，韓國文化體育觀光部在2020年2月即提供特別貸款支持。而隨著新冠肺炎疫情趨緩，韓國文化體育觀光部為刺激民眾運動消費意願，推出消費私人室內運動設施及線上運動課程滿8萬韓元，即可申請3萬韓元退款的活動，將能受惠56萬民眾 (문화체육관광부, 2022c)。另外，文化觀光體育部也與韓國職業體育協會合作，民眾若在規定期限內觀賞棒球、足球、籃球及排球等職業運動賽事，可享門票半價折扣，每場最高補助7,000韓元，共發放40萬張 (대한민국 정책브리핑, 2021)。



貳、國際運動消費支出現況

有鑑於國民健康水平下降、肥胖人口增加，且相關調查結果顯示，有八成的受訪者表示國家應該提供健身管理服務。因此，韓國政府推出「國民體能 100」，民眾可藉科學方法對參與者體力狀況進行測量評估，並提供客製化之運動計劃，而國家也會根據其體力水平頒發認可證書 (KSPO, 2023)。



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食品、住屋、煙酒、衣履、耐用物品、雜項物品、交通、雜項服務，以及電力、燃氣及水等九類，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。

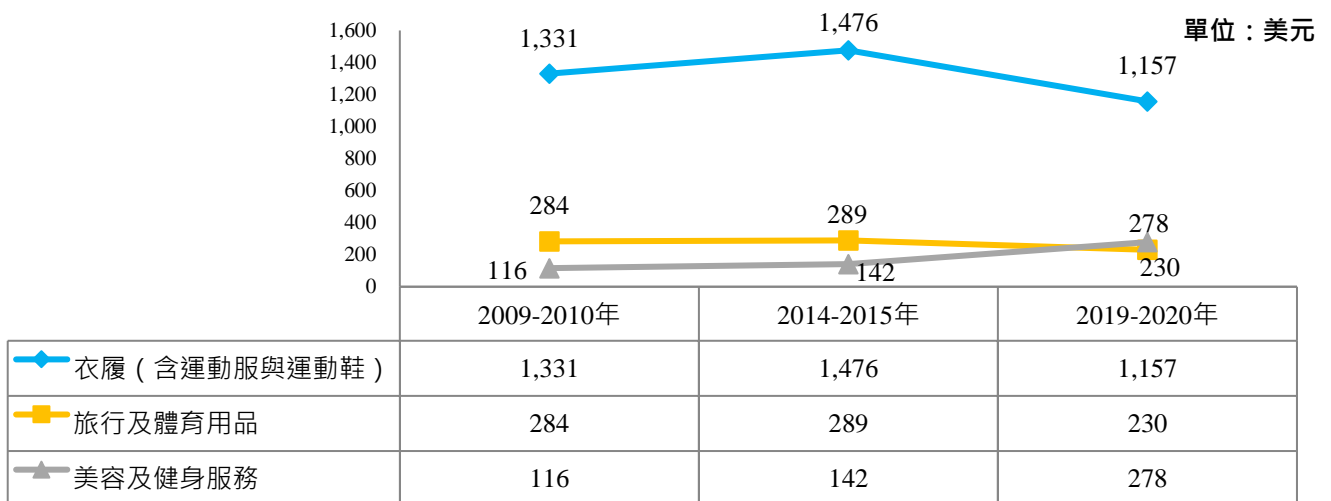


表 2-10 香港家庭平均每戶每年之運動消費支出狀況

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

香港體育發展政策，原先是由民政事務局制定政策，並進行康體設施規劃與興建，轄下之康樂及文化事務署（簡稱康文署）負責各項社區體育活動的推動以及體育設施的興設管理等。而為了能更有效地推動文化、體育、旅遊以及創意產業長遠的發展，香港政府於2022年7月正式成立文化體育及旅遊局，負責香港文化、體育及旅遊等相關事宜（立法會，2022；文化體育及旅遊局，2022a），並由轄下的體育及康樂科則負責推動和落實「普及化、菁英化、盛事



化」三大政策目標，進行體育及康樂設施的增設與提升，並建立熱愛體運的社會文化風氣。而原先隸屬民政事務局之康樂及文化事務署也改隸文化體育及旅遊局，負責協助文化體育及旅遊局執行有關政策（文化體育及旅遊局，2022b）。

在體育及康樂設施方面，為推廣全民運動、並舉辦大型國際體育盛事，香港政府規劃興建「啟德體育園」，將成為香港最大的體育園區，目前已於 2019 年首季動工，預計將於 2023-2024 年分階段完成（文化體育及旅遊局，2023）。同時，香港政府規劃「體育及康樂設施十年發展藍圖」，分兩階段提供約 30 項多元康體設施。其中，包含興建白石體育園，將會是繼啟德體育園後香港第二個體育園，並計畫於北部都會區設置大型體育康樂設施，提供多元化及更多符合國際標準的場地（香港行政長官，2022）。

2020 年香港因新冠肺炎疫情嚴峻，為讓民眾不因疫情影響而中斷運動，康文署特別建置「寓樂頻道」網站，提供各項運動項目示範教學短片，及線上互動體育訓練課程，供民眾觀看學習（香港特別行政區政府新聞公報，2021）。

在體育普及化方面，在香港政府體育發展整體經常開支當中，以推廣普及體育開支占比最多。2022 至 2023 年度預計用在推廣普及體育的開支約占體育發展整體開支的 84%，約為 60 億元（文化體育及旅遊局，2022c）。其中，由康樂及文化事務署舉辦的 2022 年全民運動日，延續過往「日日運動半個鐘健康快樂人輕鬆」的口號，以電子虛擬運動為重點推廣體育項目，以鼓勵民眾持續性參與體育活動（康樂及文化事務署，2022）。

此外，為鼓勵青年多加參與運動，康樂及文化事務署與體育界、學校等單位合作，推廣受到青年族群歡迎的「城市運動」，例如三人籃球、五人足球、運動攀登、滑板、霹靂舞等項目，以鼓勵青年族



群積極投入運動，也藉此發掘培育深具潛力的青年運動員（康樂及文化事務署，2023a）。

為能建立香港市民體質數據資料庫，由康樂及文化事務署統籌於 2021 年至 2022 年底進行「全港社區體質調查」，藉由調查找出市民的運動模式與體質之間的關係，並藉此找到政策的介入點，以確立須優先改善的領域項目，提供後續體育推廣或政策制定的依據，達到強健市民體質的目標（康樂及文化事務署，2023b）。在體育專業化和產業化發展方面，強化支援合格球會的訓練及比賽場地安排，支持香港在地球會參與中國大陸或是區域性的運動賽事；並推動殘疾運動員就業及教育先導計劃，輔導其學習退役後轉型所需的知能，同時提供實習機會，強化其退役後的生涯發展（香港行政長官，2022）。

為致力推動香港成為國際體育盛事之都，為了協助香港舉辦大型國際體育運動賽事，香港大型體育活動事務委員會設立「M」品牌制度及支援計劃，能就活動的籌辦、贊助、推廣及宣傳策略提供意見，統籌各政府部門的後勤支援，強化活動宣傳機會，並為活動提供資助（大型體育活動事務委員會，2023）。在疫情趨緩之後，進一步優化香港「M」品牌計劃，優化措施包括提升每項活動的資助上限至 1,500 萬港元、取消同一申請人的年度限額、放寬申請人資格將體育總會、非政府機構舉辦活動納入等（香港行政長官，2022）。

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 2-11 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，2022 年中國平均每人在衣著及教育文化娛樂消費皆較 2021 下滑，但綜觀十年消費支出可發現，教育文化娛樂消費金額雖有波動，但整體仍呈現持續成長的趨勢，衣著消費金額亦有緩慢增加。

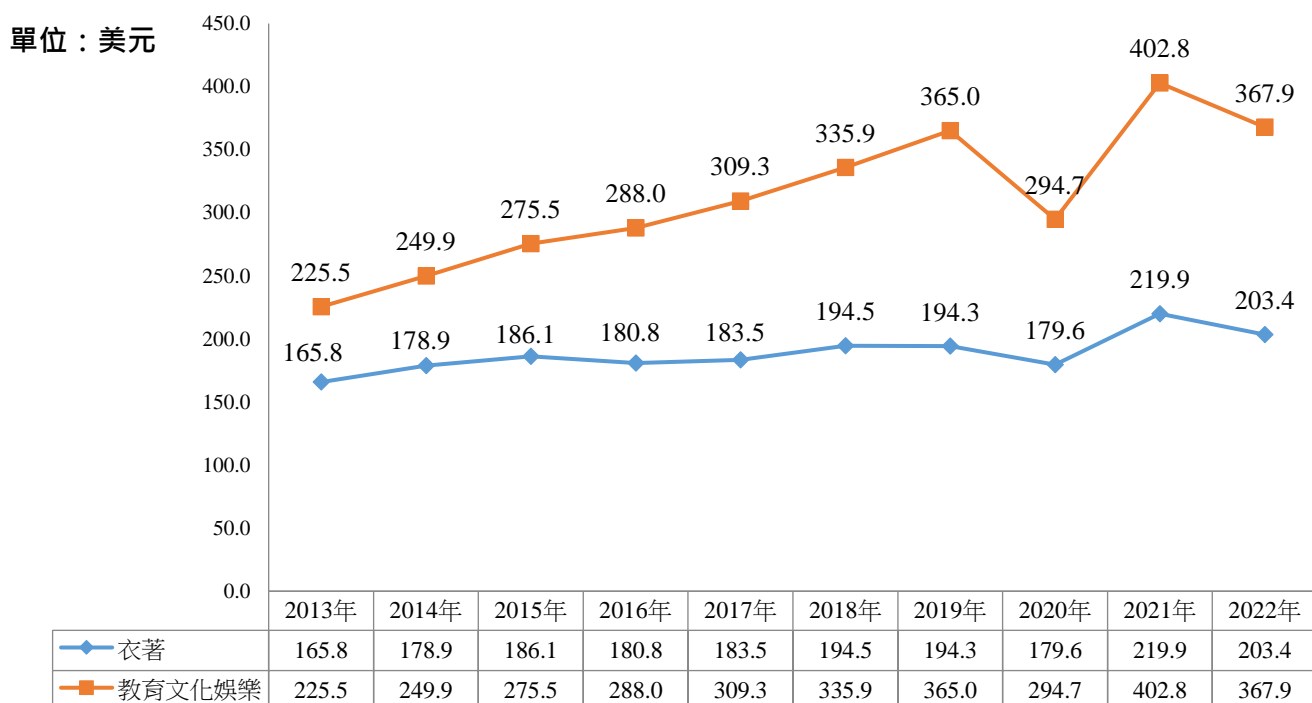


圖 2-11 中國居民教育文化娛樂及衣著消費支出

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

北京冬奧的順利舉辦鼓舞了中國體育發展，在《2022 年群眾體育工作重點》中指出，2022 年工作著重於推動《關於構建更高水平的全民健身公共服務體系的意見》、《全民健身計畫（2021-2025 年）》、《「十四五」體育發展規劃》等項目的落實（體育總局辦公廳，2022）。

在政府服務的布建方面，根據《2022 年群眾體育工作要點》第二點，貫徹《關於構建更高水平的全民健身公共服務體系的意見》，督促各地落實全民運動基本公共服務，布建全民健身公共服務統計監測、全民健身資訊服務平台、國家步道體系、體育助力鄉村振興、政府購買全民健身公共服務等項目，建構更高水準的全民健身公共服務體系（體育總局辦公廳，2022）。

冰雪運動為近年政策重點推廣項目，《2022 年群眾體育工作要點》第三點指出，藉由北京冬奧的冰雪運動熱潮，鞏固既有「帶動三億人參與冰雪運動」成果，在此基礎上持續推廣冰雪運動，加強冰球運動知識普及與文化推廣，並投入群眾冰雪運動場所建設，藉以建構冰雪產業發展的環境（體育總局辦公廳，2022）。此外，《2022 年中國冰雪經濟發展指數報告》中指出，除新冠疫情期間以外，中國冰雪經濟發展呈現不斷增長的趨勢；自 2015 年獲得北京冬奧主辦權以來，中國湧現諸多冰雪裝備產業相關企業，冰雪企業逐年增長，截至 2022 年 1 月中國擁有約 2.15 萬家冰雪相關企業，其中又以黑龍江省擁有數量最多且最完整的冰雪產業鏈（張小可，2022）。

而每年皆會舉辦的全民健身日，因受到疫情影響，自 2020 年起即採取線上線下結合的方式進行，2022 年舉辦的「全民健身線上運動會」共設置 68 個比賽項目，共計舉行 150 餘場的賽事活動，各項賽事累計報名參與人數突破 1,396 萬人，舉辦週期自 2022 年 4 月起為期長達 5 個月，除了體育總局官網外，亦結合抖音、樂動力、



Keep 等平台設置分賽區，並邀請體育明星與健身達人參與互動，為全民健身線上運動帶來創新模式（群眾體育司，2023）。此外，《中華人民共和國體育法》於 2022 年修訂，規定每年 8 月 8 日全民健身日，當週為體育宣傳週，各地舉辦多元體育宣傳主題活動，用以弘揚體育精神，擴大推動全民健身，進而帶動體育事業發展（林劍，2023）。

為了更數據化掌握 2020 至 2022 年中國民眾健身趨勢，人民網「人民愛健身」平台發表《2022 國民健身趨勢報告》。在從事的體育健身項目方面，低齡者主要從事跑步、跳繩、騎兒童自行車；成年人主要運動項目為跑步、球類；老年人則偏好步行、跑步、廣場舞。另從性別觀之，男性偏好球類運動者較多；女性偏好舞蹈、體操類運動者較多（萬世成等，2022）。

在消費金額方面，2020 年成年人的人均體育消費金額為 1758.2 元人民幣，老年人則為 1092.2 元人民幣，整體體育消費總額相較於 2014 年有明顯增長。在消費類型方面，實物型消費占比為 53.7%、參與型消費占比為 20.6%，而觀賞型消費占比則為 7.7%，與 2014 年的調查相較，有從實物型消費逐漸轉向參與型和觀賞型消費的趨勢。

另在各類運動消費之消費意願方面，有 80.4%願意在健身鞋服領域進行消費；54.1%願意在健身器材、裝備領域進行消費；32%願意在健身食品與飲料領域進行消費；28.6%願意在健身智慧裝置及週邊領域消費；24.2%願意在健身課程與健身卡領域進行消費；14.2%願意在觀賞體育比賽的消費領域消費（萬世成等，2022）。

在有意識主動參與體育健身人群中，成年健身者曾得到體育健身指導的比例為 68.5%，老年健身者則為 44.5%。在運動健身指導平台輔助健身的類型方面，主要為力量訓練性運動健身課程，且相較於成年人，老年健身者肌力訓練所花時間較長、課程參與的頻率也較高（萬世成等，2022）。





另在健身行為激勵方面，有意識主動參加體育健身人群中，56.2%的健身者表示體育健身的激勵來自「共同健身夥伴邀請約」；而 35%健身者認為平台提供的線上獎勵諸如數位勳章、線上證書等能有效激勵運動，顯示健身行為更數據化、可視化能有效激勵民眾積極投入運動的效果（萬世成等，2022）。



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 2-12、2-13。

表 2-12 各國每年每戶服飾鞋類平均消費金額綜合分析¹

單位：美元/戶

服飾與鞋類		年份		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
		金額	占比											
英國 ²	金額	合併	1,928	1,843	2,030	1,855	1,658	1,685	1,717	1,631	1,565	1,040	1,131	
	占比	合併	3.3%	3.1%	3.8%	3.6%	3.5%	3.5%	3.3%	3.1%	2.9%	1.7%	2.0%	
美國 ³	金額	服飾	1,389	1,296	1,418	1,493	1,415	1,454	1,475	1,463	1,120	1,352	1,472	
		鞋類	347	307	367	354	388	379	392	419	314	336	399	
	占比	服飾	2.1%	2.0%	2.1%	2.1%	1.9%	2.0%	1.9%	1.8%	1.3%	1.5%	1.6%	
		鞋類	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%	
澳洲	金額	合併	-	3,312		2,792		2,855		2,453		2,991		
	占比	合併	-	3.1%		3.2%		3.1%		2.8%		3.0%		
日本 ⁴	金額	合併	1,558	1,338	1,244	1,038	1,060	1,038	1,033	1,046	868	826	737	
	占比	合併	2.4%	2.3%	2.5%	2.2%	2.3%	2.3%	2.2%	2.2%	1.8%	1.8%	1.8%	

¹ 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。

² 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。

³ 美國資料來源：本研究整理自 U.S. Bureau of Labor Statistics。

⁴ 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。

表 2-13 各國每年每戶服飾鞋類平均消費金額綜合分析(續)

單位：美元/戶

服飾與鞋類		年份		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
		金額	合併											
新加坡 ⁵	金額	合併	1,505		-	-	-	-	1,098		-	-	-	
	占比	合併	1.2%		-	-	-	-	1.0%		-	-	-	
韓國 ⁶	金額	合併	1,792	1,830	1,931	1,719	1,633	1,668	1,660	1,423	1,201	1,358	1,307	
	占比	合併	4.0%	3.9%	3.8%	4.0%	4.1%	3.6%	3.3%	2.9%	2.7%	2.8%	2.8%	
香港 ⁷	金額	合併	-	-	1,476		-	-	-	1,157		-	-	
	占比	合併	-	-	3.5%		-	-	-	2.3%		-	-	
中國 ⁸	金額	城鎮	837	892	813	843	802	756	819	777	625	748	676	
		農村	245	270	296	343	265	354	293	302	271	349	337	
	占比	城鎮	7.4%	7.1%	5.6%	5.5%	5.2%	4.8%	4.6%	4.3%	3.8%	3.9%	3.5%	
		農村	5.0%	4.9%	4.9%	4.8%	4.7%	4.6%	4.4%	4.5%	4.2%	4.5%	4.3%	
臺灣	金額	合併	743	749	751	704	712	768	756	752	761	798	762	
	占比	合併	2.0%	2.0%	2.0%	1.9%	1.9%	1.9%	1.7%	1.7%	1.7%	1.6%	1.6%	

表 2-14 各國每年每戶休閒與文化平均消費金額綜合分析⁹

單位：美元/戶

休閒與文化		年份		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
		金額	占比											
英國 ¹⁰	金額		5,067	5,212	5,894	5,511	4,797	4,936	5,214	5,138	5,242	3,263	3,604	
	占比		8.5%	8.7%	10.9%	10.4%	10.1%	10.3%	9.9%	9.8%	9.6%	5.5%	6.4%	
美國 ¹¹	金額		2,605	2,482	2,728	2,842	2,913	3,203	3,226	3,050	2,912	3,568	3,458	
	占比		4.0%	3.9%	4.1%	4.1%	3.9%	4.4%	4.1%	3.7%	3.5%	4.1%	3.7%	
澳洲	金額		-	8,997		7,775		7,907		6,834		8,330		
	占比		-	8.5%		8.8%		8.6%		7.7%		8.3%		
日本 ¹²	金額		4,007	3,425	3,110	2,609	2,893	2,791	2,829	2,958	2,460	2,463	2,254	
	占比		6.2%	5.8%	6.4%	5.6%	6.2%	6.1%	6.1%	6.3%	5.1%	5.3%	5.6%	

⁵ 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。

⁶ 韓國資料來源：本研究整理自韓國統計局。

⁷ 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。

⁸ 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。

⁹ 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。

¹⁰ 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。

¹¹ 美國資料來源：本研究整理自 U.S. Bureau of Labor Statistics。

¹² 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。

表 2-15 各國每年每戶休閒與文化平均消費金額綜合分析(續)

單位：美元/戶

休閒與文化		年份		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
		金額	占比											
新加坡 ¹³	金額	-	3,846	-	-	-	-	-	3,381	-	-	-	-	-
	占比	-	3.1%	-	-	-	-	-	3.2%	-	-	-	-	-
韓國 ¹⁴	金額	-	1,465	1,501	1,674	1,592	1,547	1,855	2,091	1,857	1,420	1,540	1,621	
	占比	-	3.3%	3.3%	3.4%	3.4%	3.4%	3.9%	4.1%	3.8%	3.2%	3.2%	3.5%	
中國 ¹⁵	金額	城鎮	933	1,075	1,070	1,181	1,216	1,224	1,347	1,411	985	1,349	1,188	
		農村	275	306	498	480	494	677	595	646	497	668	656	
	占比	城鎮	8.3%	8.5%	7.4%	7.6%	7.8%	7.8%	7.6%	7.9%	5.9%	7.0%	6.2%	
		農村	5.6%	5.5%	8.2%	8.5%	8.7%	8.7%	8.9%	9.3%	7.6%	8.7%	8.4%	
臺灣	金額	-	1,295	1,329	1,324	1,336	1,342	1,563	1,546	1,638	1,156	896	910	
	占比	-	3.4%	3.5%	3.5%	3.7%	3.6%	3.8%	3.6%	3.8%	2.5%	1.8%	1.9%	

此外，研究團隊也將調查結果與主要國家與運動消費支出相關之調查結果進行比較，整理面向包括各國在參與性運動、運動賽事及媒體等項目之消費金額，以及各項金額占該國每戶每年家庭所得之占比。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，因此本研究在進行國際比較時，將詳盡列出各國的統計項目及金額，以利於進行比較，並就可比較部份進行分析。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，因此僅以可比較部份進行分析。

首先，在參與性運動消費支出方面，2022 年英國每戶於「運動俱樂部」(122 美元)及「休閒課程」(141 美元)的平均消費金額較高。在日本方面，2022 年則是以「運動課程」的支出最高，為 77 美元，在「高爾夫球場入場費及練習費」部分，每戶則平均花費 67 美元。而我國 2022 年在參與性運動消費支出方面，每戶在「運動課程

¹³ 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。

¹⁴ 韓國資料來源：本研究整理自韓國統計局。

¹⁵ 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。

費」的平均消費金額最高，為 44 美元，其次依序為「入場費、會員費、場地設備出租費」(31 美元) 及「參加運動比賽衍生費」(23 美元)，「運動社團費」(6 美元) 的花費相對較少。比較國際間在「參與性運動消費支出」方面，臺灣、日本及英戰的家戶皆支付最多費用於「運動課程」，

在運動賽事及媒體方面，2022 年英國每戶於「觀賞運動賽事門票」平均消費金額為 26 美元，日本每戶則為 6.5 美元，臺灣部分則相對較少，為 3 美元。另外，在運動裝備消費支出方面，2022 年英國每戶在「運動、露營與休閒設備」平均消費金額為 141 美元，日本每戶於「運動器材」平均消費金額則為 119 美元，而韓國每戶於「運動器材與用品」支出為 93 美元。在臺灣方面，每戶於「購買及維修運動用品與器材」平均消費金額為 96 美元。綜上可知，我國在運動裝備消費支出方面，較英國、日本等國來得低，但略高於韓國。

表 2-16 各國運動相關消費支出綜合分析¹⁶

單位：美元/戶

運動服務		年份		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
		金額	占比											
參與性運動消費支出	英國 ¹⁷	參與運動	金額	115	82	103	87	71	81	76	87	120	43	71
			占比	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%
		運動俱樂部	金額	115	155	257	231	169	154	160	193	187	86	122
			占比	0.2%	0.4%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%	0.1%	0.2%
		休閒課程	金額	181	163	163	159	169	181	174	180	161	115	141
			占比	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%
	美國 ¹⁸	參與俱樂部、運動中心會員費	金額	352	364	363	393	414	432	442	460	331	427	484
			占比	0.5%	0.6%	0.4%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.4%	0.5%	0.5%
	日本 ¹⁹	運動課程	金額	105	88	86	76	84	79	84	87	62	67	77
			占比	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%
		高爾夫球場入場費及練習費	金額	106	94	71	68	76	67	68	80	66	64	67
			占比	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%
		健身房	金額	42	38	39	35	42	46	44	54	41	39	45
			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	24	23	22	18	21	18	19	22	15	15	18	
		占比	0.04%	0.04%	0.05%	0.04%	0.05%	0.04%	0.04%	0.05%	0.03%	0.03%	0.04%	
	香港 ²⁰	美容與健身服務	金額	-	-	142	-	-	-	230	-	-		
			占比	-	-	0.3%	-	-	-	0.5%	-	-		
臺灣	運動課程費	金額	43	44	43	41	40	43	43	44	46	37	44	
		占比	0.1%	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	7	7	8	8	8	8	7	8	
		占比	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.02%	
	入場費、會員費、場地設備出租費	金額	32	32	31	29	29	30	31	31	33	25	31	
		占比	0.1%	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	6	6	6	6	6	6	5	6	
		占比	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	
	參加運動比賽衍生費	金額	22	24	24	22	22	24	23	23	22	18	23	
		占比	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.05%	0.04%	0.05%	

¹⁶ 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。

¹⁷ 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。

¹⁸ 美國資料來源：本研究整理自 The U.S. Bureau of Economic Analysis。

¹⁹ 日本資料來源：本研究整理自日本統計局。

²⁰ 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。



表 2-17 各國運動相關消費支出綜合分析(續)

單位：美元/戶

運動服務			年份											
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
運動賽事及媒體消費支出	英國 ²¹	觀賞運動入場費	金額	49	49	60	64	56	47	35	33	53	7	26
			占比	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.01%
	美國 ²²	觀賞運動門票、入場費	金額	168	177	178	182	191	208	221	237	103	155	228
			占比	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.1%	0.2%
	日本	運動賽事門票及入場費	金額	9.2	7.1	6.0	4.9	6.8	6.9	7.0	10.0	3.8	2.7	6.5%
			占比	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.01%	0.01%
	臺灣	觀賞運動比賽門票費	金額	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3
			占比	0.003%	0.006%	0.005%	0.006%	0.006%	0.007%	0.006%	0.006%	0.005%	0.005%	0.007%
		看運動比賽衍生費	金額	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
			占比	0.003%	0.004%	0.004%	0.005%	0.005%	0.005%	0.005%	0.005%	0.003%	0.003%	0.004%
購買、訂閱媒體費	金額	15	14	14	13	13	13	13	13	13	12	13	13	
	占比	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.028%	
運動裝備消費支出	英國	運動、露營與休閒設備	金額	49	73	103	103	85	101	76	80	114	108	141
			占比	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
	日本	運動器材	金額	160	133	125	113	118	112	124	129	114	119	119
			占比	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%
	韓國 ²³	運動器材與用品	金額	66	72	80	63	49	61	67	59	73	92	93
			占比	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%
	香港 ²⁴	旅行及體育用品	金額	-	-	289	-	-	-	-	278	-	-	-
			占比	-	-	0.7%	-	-	-	-	0.6%	-	-	-
	臺灣	運動服	金額	110	110	110	98	98	105	105	105	102	101	102
			占比	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
		運動鞋	金額	45	45	44	40	40	42	43	43	42	41	43
			占比	0.1%	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	85	78	77	79	83	84	87	93	96	
		占比	0.2%	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	1	1		
占比	-	0.001%	0.002%	0.002%	0.002%	0.002%	0.001%	0.001%	0.001%	0.001%	0.001%	0.001%		

²¹ 英國資料來源：本研究整理自 Office for National Statistics。

²² 美國資料來源：本研究整理自 The U.S. Bureau of Economic Analysis。

²³ 韓國資料來源：本研究整理自韓國統計局。

²⁴ 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。

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 79 歲民眾。

2. 調查方法

本次調查採用住宅電話與手機雙底冊電話問卷調查，採用本公司所研發之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。

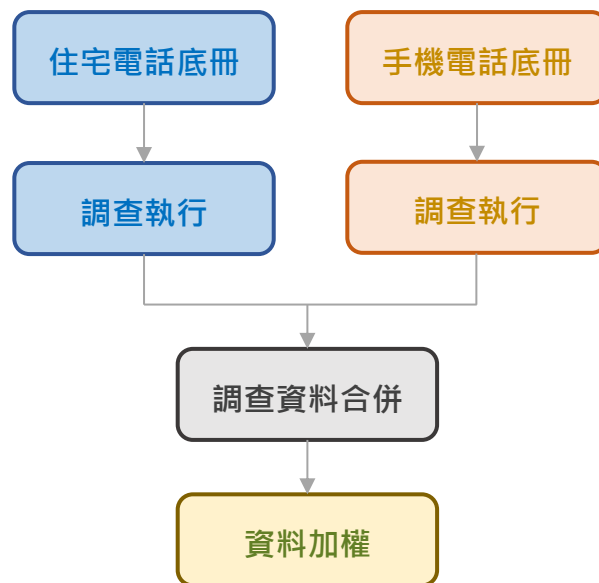


圖 3-1 雙底冊調查流程

3. 調查日期與時間

本次調查訪問日期為中華民國 113 年 1 月 19 日至 3 月 22 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

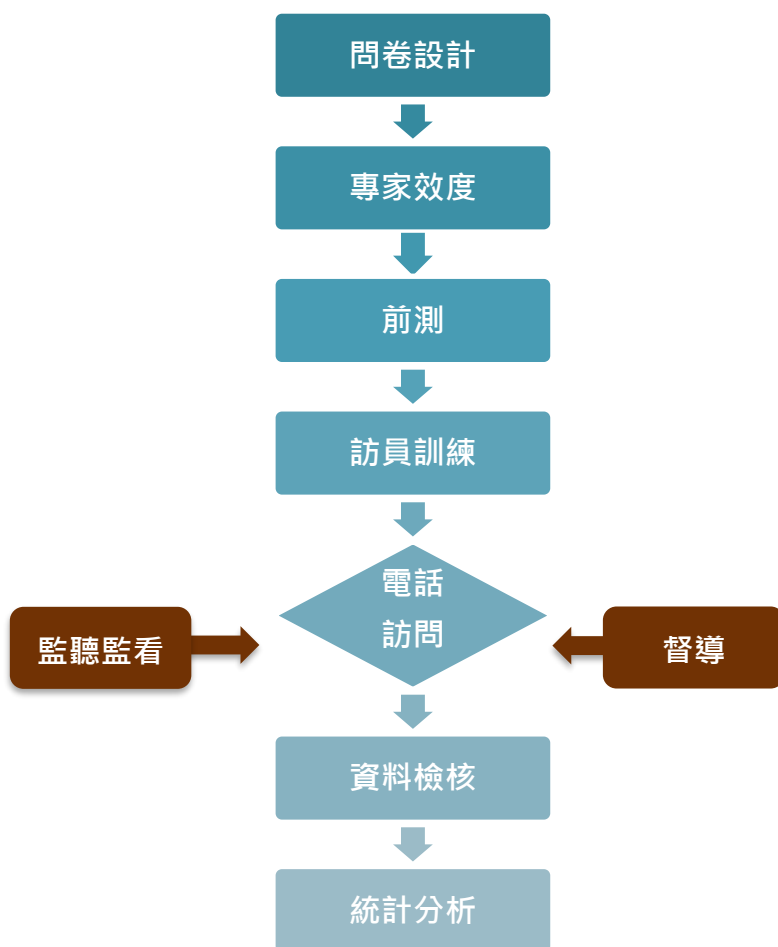


圖 3-2 CATI 電話訪問流程

5. 有效問卷數與抽樣誤差

本次調查完成 28,620 份有效樣本，在 95%信賴水準下，抽樣誤差不超過 0.58%。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

6. 抽樣設計

(1) 抽樣架構 (Sampling Frame)

在住宅電話方面，以中華電信住宅電話號碼簿為母體清冊，以隨機抽樣方式自電話號碼簿抽取出電話號碼，為使未登錄於電話簿之電話有相同被抽取機率，故再以隨機撥號法 (Random Digit Dialing, RDD)，將所抽取出之電話末 4 碼，以隨機亂數之方式換號。

在手機方面，將參照國家通訊傳播委員會公布之「行動通信網路業務用戶號碼核配現況」，首先將各已核配之編碼字首 (即前 5 碼)，依照隨機抽樣原則抽取出，再將末 5 碼以亂數方式產生，局碼與亂數末 5 碼合併為所抽取之手機號碼。

(2) 抽樣方法

此次調查採分層隨機抽樣法 (Stratified Random Sampling)，依據各縣市 13 歲至 79 歲人口比例進行分層樣本配置。首先設定在 95% 信賴水準下，抽樣誤差需小於 0.6%，換算出樣本規模約須達 28,000 份有效問卷；再將 28,000 份有效問卷數量依據各縣市母體比例進行各縣市樣本規模配置。

完全依照各縣市母體比例配置樣本規模後，發現部分縣市配置之樣本規模較小 (例如：臺東縣、澎湖縣、金門縣、連江縣)，故針對樣本規模小於 300 份有效問卷之縣市，提升其樣本規模為 300 份有效問卷，以提升各縣市運動消費推估之效度。茲將詳細之樣本配置方式呈現於下表。

表 3-1 111 年調查各區域之有效樣本規劃

區域	13 歲-79 歲人口數	樣本配置
基隆市	316,466	444
臺北市	2,092,199	2,937
新北市	3,477,692	4,882
桃園市	1,941,805	2,726
新竹市	374,770	526
新竹縣	480,805	675
苗栗縣	455,679	640
臺中市	2,402,424	3,372
彰化縣	1,057,713	1,485
南投縣	412,337	579
雲林縣	566,882	796
嘉義市	223,781	314
嘉義縣	422,022	592
臺南市	1,593,802	2,237
高雄市	2,364,917	3,320
屏東縣	693,439	973
臺東縣	182,911	300
花蓮縣	273,679	384
宜蘭縣	383,015	538
澎湖縣	92,783	300
金門縣	126,002	300
連江縣	12,363	300
全國	19,947,486	28,620

資料來源：內政部統計處 111 年 12 月底之統計資料



由於手機號碼沒有區碼，因此第一階段將先進行手機調查，第二階段再進行市話調查，以增補各縣市樣本規模達到預計的樣本配置數。而根據陳鴻嘉（2019）在研究住宅電話與手機雙底冊調查時，建議應配置 64.18%的住宅電話樣本，35.82%的手機樣本。本次調查參考陳鴻嘉之研究，配置 65%的住宅電話樣本，35%的手機樣本，以此換算，本次調查將以住宅電話底冊回收 18,603 份有效問卷，以手機底冊回收 10,017 份有效問卷。

(3) 住宅電話與手機調查資料整合說明

本研究參考洪永泰（2021）的雙底冊資料整合方式進行住宅電話與手機調查的資料併檔，本研究在調查中詢問民眾的電話使用情形，在住宅電話中可接觸到唯住宅電話族及住宅電話手機雙用族，而手機調查可接觸到住宅電話手機雙用族與唯手機族。

為瞭解母體中「唯手機族」、「唯住宅電話族」及「住宅電話手機雙用族」的比例，以 P1 表示母體之中只用住宅電話不用手機者的百分比，P2 表示母體之中使用住宅電話也用手機者的百分比，P3 表示母體之中不用住宅電話只用手機者的百分比，P4 表示母體之中不用住宅電話也不用手機者的百分比。在實際執行調查的情況下，無法對於 P4 進行調查，亦即假設 $P4=0$ ，故 $P1+P2+P3=100\%$ 。

以 x 、 y 、 z 分別表示雙底冊電話調查產生的樣本統計值， $x+y+z=100\%$ 。 x 是 P1 的估計， y 是 P2 的估計， z 是 P3 的估計。當透過雙底冊方式進行資料蒐集後，研究者可以從住宅電話調查結果得到「唯住宅電話族」樣本數 $n1$ 及「住宅電話手機雙用族」樣本數 $n2$ ；再從手機調查取得「住宅電話手機雙用族」樣本數 $n3$ 及「唯手機族」樣本數 $n4$ 。調查之後，取得 $n1$ 到 $n4$ 的實證資料，令 $n1/(n1+n2)=a$ ， $n4/(n3+n4)=b$ ，即可解出母體中，唯住宅電話族(P1)、住宅電話手機雙用族(P2)及唯手機族(P3)的百分比估計。



本研究採取上述概念，將原始樣本依性別與年齡層進行交叉組合，並計算出住宅電話調查中，唯住宅電話族與住宅電話手機雙用族的比例；同時在手機調查部份，計算出住宅電話手機雙用族與唯手機族的比例。接著再依前述比例換算出性別與年齡交叉組合中，唯住宅電話族 (P1)、住宅電話手機雙用族 (P2) 及唯手機族 (P3) 的比例。

接著參考洪永泰 (2021) 的事後分層組合估計方法，依照完訪樣本的性別、年齡交叉組合分為 14 組，並依據每一種組合的電話使用行為的比例 (唯住宅電話、住宅電話手機雙用、唯手機) 進行併檔。而根據洪永泰 (2021)，雙底冊電話資料的合併方式，包含 (1) 住宅電話為主，手機為輔、(2) 手機為主，住宅電話話為輔、(3) 住宅電話與手機調查樣本合併，雙用族各占二分之一、(4) 住宅電話話與手機調查樣本合併，雙用族合併成一類等四種方案。

本研究乃採取住宅電話與手機調查樣本合併，雙用族合併成一類的資料合併方式，將「住宅電話手機雙用族」資料合併為一類，估計時一併以 P2 權值處理，即將 n_2+n_3 合併處理其權值，也就是 $n_1+(n_2+n_3)+n_4$ ，併檔時 n_1 佔 P1 比例、 (n_2+n_3) 佔 P2 比例、 n_4 佔 P3 比例。

(4) 多變數反覆加權法

將住宅電話調查與手機調查資料進行合併後，隨後將本調查樣本就性別、年齡及地區三項基本變項與母體結構進行樣本代性性檢定，結果顯示樣本與母體間存在差異，故再採用「多變數反覆加權法 (raking)」之方式反覆加權，使加權後之樣本結構與母體結構相符。本研究以內政部統計處的人口統計資料為母體，依據縣市、性別、年齡等變項，逐一將樣本依各變項之母體結構進行多變數反覆加權，反覆調整樣本權重，直至各變項之樣本分配與母體分配無顯著之差異。



表 3-2 111 年調查之加權前後樣本分布

	母體分配		加權前樣本分配		加權後樣本分配	
	母體數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
男性	9,877,741	49.5%	13,575	47.4%	14,173	49.5%
女性	10,069,745	50.5%	15,045	52.6%	14,447	50.5%
性別總計	19,947,486	100.0%	28,620	100.0%	28,620	100.0%
13-19 歲	1,443,035	7.2%	589	2.1%	2,069	7.2%
20-29 歲	2,937,791	14.7%	4,201	14.7%	4,215	14.7%
30-39 歲	3,262,416	16.4%	5,037	17.6%	4,682	16.4%
40-49 歲	3,836,995	19.2%	4,731	16.5%	5,506	19.2%
50-59 歲	3,552,495	17.8%	4,329	15.1%	5,097	17.8%
60-69 歲	3,205,318	16.1%	5,343	18.7%	4,599	16.1%
70-79 歲	1,709,436	8.6%	4,390	15.3%	2,452	8.6%
年齡總計	19,947,486	100.0%	28,620	100.0%	28,620	100.0%
基隆市	316,466	1.6%	444	1.6%	455	1.6%
臺北市	2,092,199	10.5%	2,937	10.3%	3,002	10.5%
新北市	3,477,692	17.4%	4,882	17.1%	4,988	17.4%
桃園市	1,941,805	9.7%	2,726	9.5%	2,785	9.7%
新竹市	374,770	1.9%	526	1.8%	538	1.9%
新竹縣	480,805	2.4%	675	2.4%	690	2.4%
苗栗縣	455,679	2.3%	640	2.2%	653	2.3%
臺中市	2,402,424	12.0%	3,372	11.8%	3,446	12.0%
彰化縣	1,057,713	5.3%	1,485	5.2%	1,517	5.3%
南投縣	412,337	2.1%	579	2.0%	592	2.1%
雲林縣	566,882	2.8%	796	2.8%	813	2.8%
嘉義市	223,781	1.1%	314	1.1%	321	1.1%
嘉義縣	422,022	2.1%	592	2.1%	607	2.1%
臺南市	1,593,802	8.0%	2,237	7.8%	2,287	8.0%
高雄市	2,364,917	11.9%	3,320	11.6%	3,394	11.9%
屏東縣	693,439	3.5%	973	3.4%	996	3.5%
臺東縣	182,911	0.9%	300	1.0%	263	0.9%
花蓮縣	273,679	1.4%	384	1.3%	392	1.4%
宜蘭縣	383,015	1.9%	538	1.9%	550	1.9%
澎湖縣	92,783	0.5%	300	1.0%	135	0.5%
金門縣	126,002	0.6%	300	1.0%	180	0.6%
連江縣	12,363	0.1%	300	1.0%	17	0.1%
地區總計	19,947,486	100.0%	28,620	100.0%	28,620	100.0%

資料來源：內政部統計處 111 年 12 月底之統計資料



(5) 接觸記錄

本次調查總共撥出 576,501 通電話，成功訪問 28,620 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 18.4%，詳細的受訪者接觸記錄如下表所示。

表 3-3 111 年調查之接觸記錄

接觸狀況		次數	百分比
(I)成功	成功完成訪問	28,620	18.4%
(P)僅完成部分訪問	合格受訪者中途拒訪	46,928	30.2%
(R)拒訪	合格受訪者的家人拒訪	9,985	6.4%
	合格受訪者拒訪	69,818	44.9%
成功接觸筆數		55,351	100.0%
(UH)無法確認是否為家戶	忙線	75,323	
	無人接聽	135,179	
	答錄機	236	
	電話故障	6,593	
(NE)無法接觸	非合格受訪者	83,842	
	傳真機	4,385	
	空號	115,592	
撥打總數		576,501	

(二) 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。

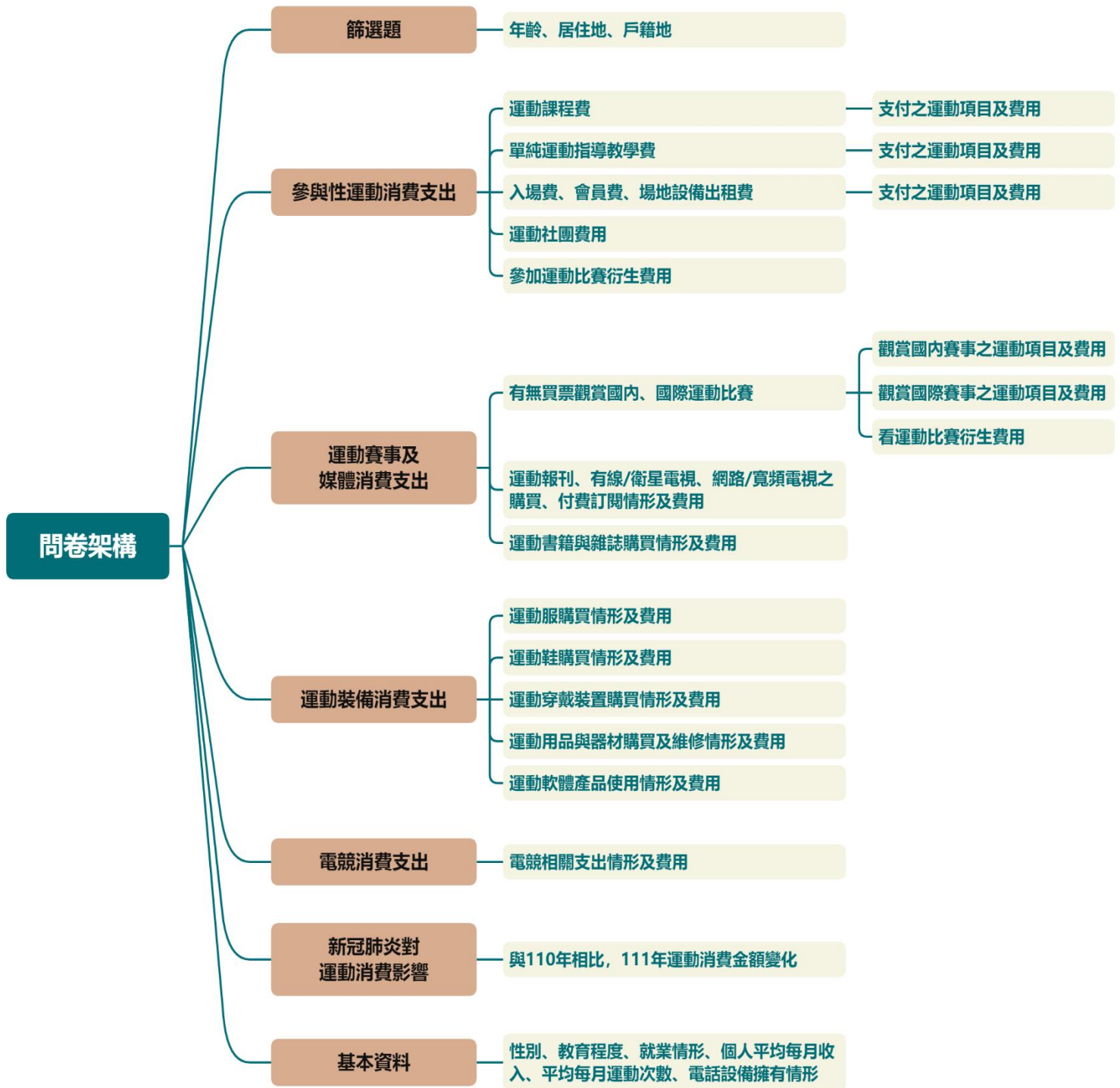


圖 3-3 問卷架構

2. 調查資料說明

本次調查所指的運動消費支出，指受訪者 111 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) 預試

本次調查問卷經專家學者及委託單位核可後，進行預試，共回收 300 份有效問卷。樣本之配置方式，將區域分為六都與非六都地區，六都臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市及高雄市各完成 30 份預試問卷，共 180 份有效問卷。而非六都地區的其他縣市則區分為北部、中部、南部、東部及離島地區，每一區域亦各完成 30 份預試問卷，共 120 份有效問卷。

預試時，以 65% 住宅電話、35% 手機電話進行樣本配置，故預試時總計以住宅電話底冊回收 195 份有效問卷，以手機底冊回收 105 份有效問卷。各區域預試樣本規模如下表所示：

表 3-4 預試測樣本分布

區域	涵蓋縣市	預試樣本配置
六都	臺北市	30
	新北市	30
	桃園市	30
	臺中市	30
	臺南市	30
	高雄市	30
小計		180
非六都	北 部 基隆市、新竹縣、新竹市	30
	中 部 苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣	30
	南 部 嘉義縣、嘉義市、屏東縣	30
	東部及離島 宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣 澎湖縣、金門縣、連江縣	30
小計		120

(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。

(三) 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. 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。

2. 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

(四) 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。

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

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

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

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

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

\hat{Y} ：母體平均數估計

\hat{Y}_h ：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{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_{\square} : 縣市 1~22 ; 1 = 臺北市、2 = 新北市、3 = 臺中市...、22 = 連江縣

i_{\square} : 性別 1~2 ; 1 = 男性、2 = 女性

k_{\square} : 年齡 1~7 ; 1 = 13-19 歲、2 = 20-29 歲、3 = 30-39 歲...、7 = 70-79 歲



二、質化研究方法

109年新冠肺炎爆發，在疫情肆虐全球下，改變了人們生活與工作模式，也帶動了人們對健康的關注。但受到疫情的影響，許多民眾也改變原有的運動消費習慣，而運動產業在面對衝擊下也進行改變與轉型。

隨著疫情趨緩，人們慢慢地回到正常生活步調，運動風潮再起，本研究希望藉由焦點團體座談會瞭解後疫情時代下民眾運動消費形態的轉變，選擇運動服務的考量因素等，以做為後疫情時代產業發展及政策規劃之參考。詳細規劃說明如下：

(一)時間場次

舉辦時間為 113 年 3 月 20 日，時間為晚上七點至九點，於台灣趨勢研究（股）公司之焦點團體座談會討論室舉辦。

(二)與談人員

本次研究共邀請 8 位與談者，茲將與談者資料羅列如下：

表 3-5 後疫情時代運動消費趨勢焦點團體座談會出席名單

編號	性別	年齡	從事運動項目
A-1	男	30-39 歲	羽球、自行車、重訓
A-2	男	50-59 歲	慢跑、重訓
A-3	男	40-49 歲	混合健身、羽球、游泳
A-4	男	30-39 歲	自行車、慢跑、游泳
A-5	女	30-39 歲	慢跑、重訓、爬山
A-6	女	30-39 歲	重訓、籃球、羽球、壁球
A-7	女	20-29 歲	慢跑、重訓、爬山
A-8	女	40-49 歲	慢跑、重訓、瑜伽

(三)訪談大綱

本次後疫情時代運動消費趨勢焦點團體座談會討論大綱整理於下表：

表 3-6 訪談大綱

面向	訪談大綱
自我介紹	<ul style="list-style-type: none"> ■請簡單自我介紹，說明一下自己的生活重心以及主要從事的運動。
運動現況與習慣	<ul style="list-style-type: none"> ■請問您通常在哪裡運動？現階段運動的主要目的？主要和誰一起運動？ ■請問您平均每週的運動次數？大概會在哪些時段運動？
新冠肺炎疫情對運動消費的影響	<ul style="list-style-type: none"> ■在新冠肺炎時，請問您有採取什麼不一樣的運動方式？運動消費上有什麼樣的改變？ ■在新冠肺炎時，有沒有採取過什麼樣的創新服務或科技應用服務？ ■新冠肺炎疫情趨緩後，請問您在運動消費上有什麼樣的改變？ ■整體而言，請問您覺得疫情對您在運動上產生最大的影響是什麼？ ■在選擇運動課程、健身房、運動設備、訓練模式、運動項目上有什麼不一樣的考量？
運動科技服務、穿戴裝置使用情形	<ul style="list-style-type: none"> ■請問您曾使用或體驗過哪些運動科技設備或服務？是在哪裡使用？需要付費嗎？ ■請問您對所使用的運動科技設備或服務，感到滿不滿意？滿意或不滿意的原因？ ■請問哪些運動科技應用可以提升您參與運動課程或使用運動場館的意願？
增加運動消費支出的方法	<ul style="list-style-type: none"> ■請問哪些情況，您會願意提升運動消費支出？ ■政府可以透過什麼措施，來增加民眾的運動消費支出？

肆、我國民眾運動消費支出總額分析

一、運動消費支出總額近年比較

我國民眾運動消費支出總額於 108 年達 980.6 億元，然而，109 年受到新冠肺炎疫情的衝擊，總額減少至 949.5 億元，110 年疫情更加嚴峻，總額衰退至 869.5 億元，111 年疫情趨緩，總額重回疫情前水準，達 1,005.2 億元，成長 15.6%，其中，以參與性運動消費支出總額增加最多，成長 30.7%，在「運動賽事及媒體運動」方面，則因國內外各項運動賽事漸恢復舉辦，增加 17.1%。

表 4-1 運動消費支出總額近年比較

單位：百萬元

運動消費支出項目	107 年總額	108 年總額	109 年總額	110 年總額	111 年總額	110 年至 111 年金額變動幅度
參與性運動消費支出總計	29,004.59	29,946.88	29,810.41	23,035.42	30,100.31	30.7%
運動課程費	11,315.99	11,749.96	11,949.16	9,258.60	11,808.85	27.5%
單純運動指導教學費	1,984.32	2,058.26	2,091.40	1,658.51	2,261.81	36.4%
入場費、會員費、場地設備出租費	7,995.30	8,369.80	8,540.92	6,286.11	8,364.19	33.1%
運動社團費	1,618.03	1,646.50	1,589.12	1,331.67	1,594.57	19.7%
參加運動比賽衍生費	6,090.96	6,122.36	5,639.81	4,500.53	6,070.89	34.9%
運動賽事及媒體消費支出總計	4,706.77	4,798.53	4,193.03	4,364.45	5,110.25	17.1%
觀賞運動比賽門票費	687.06	732.12	601.07	648.05	864.17	33.3%
看運動比賽衍生費	518.65	549.38	406.22	425.73	545.68	28.2%
購買、付費訂閱媒體費	3,501.06	3,517.03	3,185.74	3,290.67	3,577.10	8.7%
運動書籍與雜誌 ²⁵	-	-	-	-	123.29	-
運動裝備消費支出總計	60,432.94	62,571.22	60,149.55	58,688.02	64,373.41	9.7%
運動服	27,450.02	28,318.36	26,519.18	25,087.70	27,321.12	8.9%
運動鞋	11,130.05	11,501.04	10,799.76	10,227.35	11,398.60	11.5%
運動穿戴裝置	1,041.10	1,109.46	1,133.36	1,188.92	1,718.88	44.6%
購買及維修運動用品與器材	20,670.11	21,499.93	21,552.99	22,038.56	23,782.61	7.9%
運動軟體	141.65	142.44	144.25	145.49	152.21	4.6%
電競消費支出	690.88	742.05	798.10	862.16	933.68	8.3%
電競消費支出	690.88	742.05	798.10	862.16	933.68	8.3%
總計	94,835.18	98,058.68	94,951.09	86,950.06	100,517.65	15.6%

²⁵ 運動書籍與雜誌消費支出為 111 年度新增之調查項目。



肆、我國民眾運動消費支出總額分析

若進一步從民眾運動消費支出結構來看，可發現近五年的消費結構占總消費支出最多的項目為「運動裝備消費支出」，約為 586 至 643 億元；而第二名則為「參與性運動消費支出」，約為 230 至 301 億元；而「運動賽事及媒體消費支出」則約為 41 億至 51 億元；「電競消費支出」則約 6.9 億至 9.3 億元。

若與教育部體育署所公布之運動彩券實際銷售額進行加總，則 111 年運動消費支出總額則為 1,607.3 億元，較 110 年成長 20.3%。

運動消費支出項目	107 年總額	108 年總額	109 年總額	110 年總額	111 年總額	110 年至 111 年金額變動幅度
參與性運動消費支出	29,004.59	29,946.88	29,810.41	23,035.42	30,100.31	30.7%
運動賽事及媒體運動消費支出	4,706.77	4,798.53	4,193.03	4,364.45	5,110.25	17.1%
運動裝備消費支出	60,432.94	62,571.22	60,149.55	58,688.02	64,373.41	9.7%
電競消費支出	690.88	742.05	798.10	862.16	933.68	8.3%
運動彩券支出 ²⁶	43,416.08	41,580.29	40,362.27	46,631.11	60,211.85	29.1%
總計	138,251.26	139,638.98	135,313.36	133,581.17	160,729.50	20.3%

²⁶ 此處運動彩券消費支出乃採用教育部體育署所公布之運動彩券實際銷售額。資料來源：
<https://www.sa.gov.tw/PageContent?n=1064>



二、111 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 111 年各縣市的消費支出總額方面，以新北市 (191.8 億元)、臺北市 (162.2 億元)、臺中市 (121.9 億元)、高雄市 (116.4 億元)、桃園市 (101.4 億元) 及臺南市 (76.9 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 (4019 萬元)、金門縣 (3.5 億元)、澎湖縣 (3.8 億元) 及臺東縣 (8.1 億元)。

從各縣市的每人年平均消費金額來看，則以臺北市 (7,753 元)、新竹市 (5,963 元)、新北市 (5,514 元)、桃園市 (5,222 元)、臺中市 (5,076 元)、高雄市 (4,920 元) 及臺南市 (4,825 元)，較其他縣市高；而較低的縣市則雲林縣 (2,720 元)、金門縣 (2,798 元)、連江縣 (3,251 元) 及屏東縣 (3,294 元)。

茲將 111 年各縣市運動消費支出總額與平均金額整理如下表：

表 4-2 111 年各縣市整體消費支出總額與平均金額

縣市	111 年總額 (百萬元)	111 年每人平均金額 (元)
基隆市	1,279.90	4,044
臺北市	16,221.01	7,753
新北市	19,176.18	5,514
桃園市	10,140.53	5,222
新竹市	2,234.74	5,963
新竹縣	2,115.40	4,400
苗栗縣	1,557.97	3,419
臺中市	12,193.55	5,076
彰化縣	4,234.40	4,003
南投縣	1,475.33	3,578

縣市	111 年總額 (百萬元)	111 年每人平均金額 (元)
雲林縣	1,541.96	2,720
嘉義市	985.13	4,402
嘉義縣	1,418.49	3,361
臺南市	7,689.40	4,825
高雄市	11,635.83	4,920
屏東縣	2,284.44	3,294
臺東縣	806.63	4,410
花蓮縣	1,028.11	3,757
宜蘭縣	1,730.87	4,519
澎湖縣	375.02	4,042
金門縣	352.57	2,798
連江縣	40.19	3,251
總和	100,517.65	5,039

將各縣市的每人年平均消費金額區分為五個等級後可發現，臺北市之消費金額最高，達「7,000 元以上」；新竹市、新北市、桃園市及臺中市之消費金額次高，為「5,000 元-5,999 元」。而高雄市及臺南市的消費金額則介於「4,000 元-4,999 元」。相對地，雲林縣及金門縣消費金額僅介於「2,000 元-2,999 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。

(二)各縣市參與性運動消費支出分析

若從參與性運動消費觀之，111 年消費支出總額較高的縣市，以新北市（59.0 億元）、臺北市（55.0 億元）、臺中市（37.6 億元）、高雄市（34.0 億元）、桃園市（31.0 億元）及臺南市（23.2 億元）為主；相對地，消費支出總額較低的縣市，則為連江縣（675.6 萬元）、金門縣（0.6 億元）、澎湖縣（0.7 億元）及臺東縣（2.0 億元）。

從各縣市的每人年平均消費金額來看，以臺北市（2,631 元）、新竹市（1,946 元）、新北市（1,697 元）、桃園市（1,597 元）、臺中市（1,564 元）、臺南市（1,459 元）及高雄市（1,438 元）較其他縣市高；而較低的縣市則為金門縣（484 元）、連江縣（547 元）及雲林縣（625 元）

茲將 111 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	111 年總額（百萬元）	111 年每人平均金額（元）
基隆市	390.01	1,232
臺北市	5,504.87	2,631
新北市	5,902.74	1,697
桃園市	3,101.57	1,597
新竹市	729.27	1,946
新竹縣	586.26	1,219
苗栗縣	392.82	862
臺中市	3,756.88	1,564
彰化縣	1,077.52	1,019
南投縣	315.70	766
雲林縣	354.11	625



肆、我國民眾運動消費支出總額分析

縣市	111 年總額 (百萬元)	111 年每人平均金額 (元)
嘉義市	276.50	1,236
嘉義縣	331.55	786
臺南市	2,324.65	1,459
高雄市	3,400.99	1,438
屏東縣	605.57	873
臺東縣	199.45	1,090
花蓮縣	269.24	984
宜蘭縣	445.98	1,164
澎湖縣	66.95	722
金門縣	60.94	484
連江縣	6.76	547
總和	30,100.31	1,509



(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，111 年各縣市的消費支出總額以新北市（120.6 億元）、臺北市（95.2 億元）、臺中市（77.9 億元）、高雄市（74.8 億元）及桃園市（63.6 億元）為主；相對地，消費支出總額較低的縣市，則為連江縣（3,254 萬元）、金門縣（2.6 億元）、澎湖縣（2.9 億元）及臺東縣（5.9 億元）。

從各縣市的每人年平均消費金額來看，則以臺北市（4,548 元）最高，另新竹市（3,673 元）、新北市（3,468 元）、桃園市（3,274 元）及臺中市（3,242 元）較其他縣市高；較低的縣市則為雲林縣（1,954 元）、金門縣（2,094 元）、屏東縣（2,243 元）、嘉義縣（2,370 元）及苗栗縣（2,389 元）。

表 4-4 各縣市運動裝備消費支出總額與平均金額

縣市	111 年總額（百萬元）	111 年每人平均金額（元）
基隆市	824.81	2,606
臺北市	9,515.82	4,548
新北市	12,058.99	3,468
桃園市	6,356.83	3,274
新竹市	1,376.35	3,673
新竹縣	1,444.46	3,004
苗栗縣	1,088.44	2,389
臺中市	7,789.41	3,242
彰化縣	2,953.99	2,793
南投縣	1,112.76	2,699
雲林縣	1,107.42	1,954
嘉義市	663.03	2,963
嘉義縣	1,000.00	2,370
臺南市	4,975.85	3,122



肆、我國民眾運動消費支出總額分析

縣市	111 年總額 (百萬元)	111 年每人平均金額 (元)
高雄市	7,478.36	3,162
屏東縣	1,555.16	2,243
臺東縣	586.55	3,207
花蓮縣	708.89	2,590
宜蘭縣	1,185.88	3,096
澎湖縣	293.98	3,168
金門縣	263.86	2,094
連江縣	32.54	2,632
總和	64,373.41	3,227

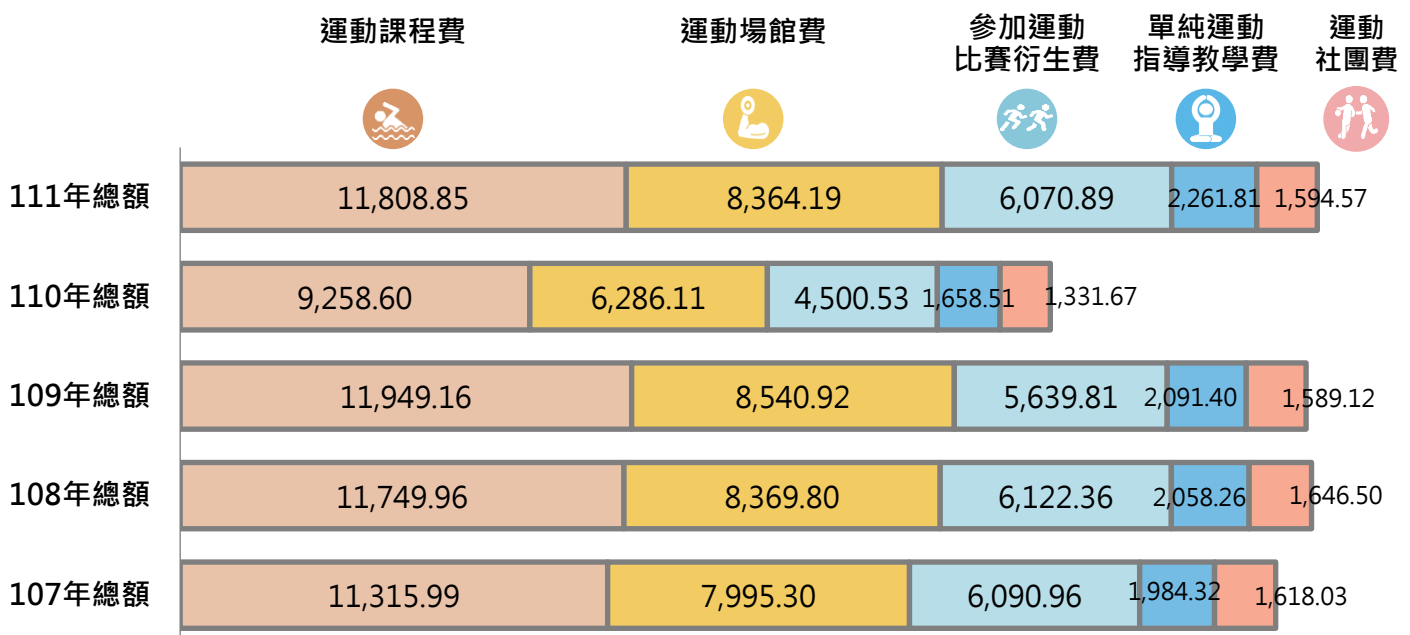


三、近年各運動消費項目支出總額分析

(一) 參與性運動消費支出比較

觀察近五年參與性運動消費支出總額變化，可發現 107 年參與性運動消費支出總額為 290.0 億元，109 年雖然有疫情，但因國內疫情控制得宜，故總額為 298.1 億元。直至 110 年國內疫情升溫，因經歷全國疫情第三級警戒，進而影響我國民眾參與性運動消費支出，110 年總額衰退至 230.4 億元。111 年疫情控制逐漸穩定，防疫規定鬆綁，民眾得以重返運動行列，使得 111 年總額增加至 301.0 億元，較 110 年成長 30.7%。

近年來皆以「運動課程費」的總額最高，111 年為 118.1 億元，其次則為「入場費、會員費、場地設備出租費」，為 83.6 億元。111 年各個參與性運動項目的消費支出總額皆為成長，其中，「單純運動指導教學費」(22.6 億元) 增加最多，成長 36.4%；其次則為「參加運動比賽衍生費」，因多數運動賽事重新復辦，故總額從 110 年的 45.0 億元，增加至 60.7 億元，成長 34.9%。



單位：百萬元

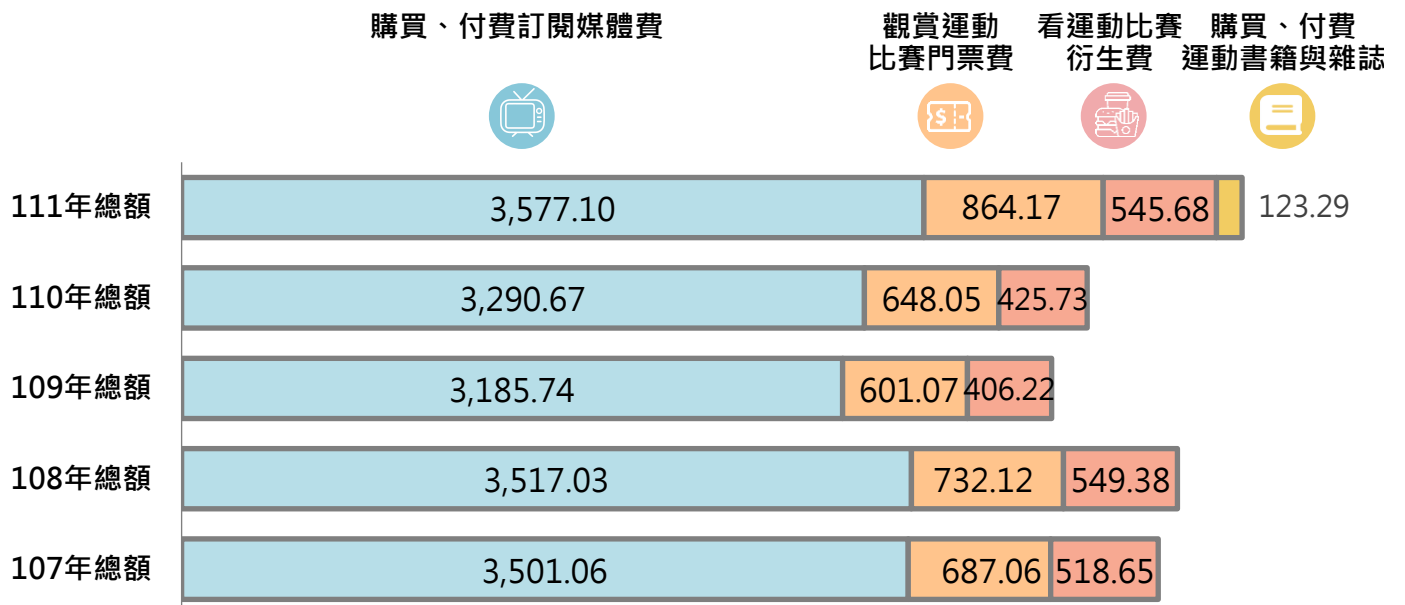
圖 4-1 近年各項參與性運動消費支出

(二)運動賽事及媒體消費支出比較

觀察近年運動賽事及媒體消費支出總額變化，107 年至 108 年間皆逐年上升，108 年達 48.0 億元，109 年因新冠肺炎疫情衝擊，運動賽事停賽或未開放觀眾，加上國外選手無法來台，國際賽事銳減，109 年總額減少至 41.9 億元。直至 111 年疫情趨緩，運動賽事及媒體消費支出總額回升，達 51.1 億元。

其中，111 年因國內及國際運動賽事重啟，「觀賞運動比賽門票費」的消費支出總額由 110 年的 6.5 億元，增加至 8.6 億元，成長 33.3%，而「看運動比賽衍生費」則由 110 年的 4.3 億元，增加至 5.5 億元。

有鑑於 109 年國外疫情嚴峻，多數運動賽事取消或縮短賽季，「購買、付費訂閱媒體費」消費支出總額減少為 31.9 億元，但 110 年因有東京奧運、帕奧及世界羽球錦標賽關係，加上資通訊科技及 5G 技術之發展，提供良好品質的 OTT 運動賽事轉播，110 年「購買、付費訂閱媒體費」消費支出總額增加，為 32.9 億元，111 年因卡達世界盃足球賽及國內外運動賽事復辦，增加至 35.8 億元。茲將近年各項運動賽事及媒體消費支出總額變化整理如下圖：



單位：百萬元

圖 4-2 近年各項運動賽事及媒體消費支出

(三)運動裝備消費支出比較

在運動裝備消費支出總額方面，受到新冠肺炎的影響，自 109 年起連續二年下降，110 年減少為 586.9 億元，111 年疫情趨緩，民眾重返運動習慣，使得運動消費支出總額有所成長，增加至 643.7 億元。

而各個運動裝備項目之消費支出總額皆增加，其中，以「運動穿戴裝置」及「運動鞋」變動幅度較大，分別增加 44.6%及 11.5%。

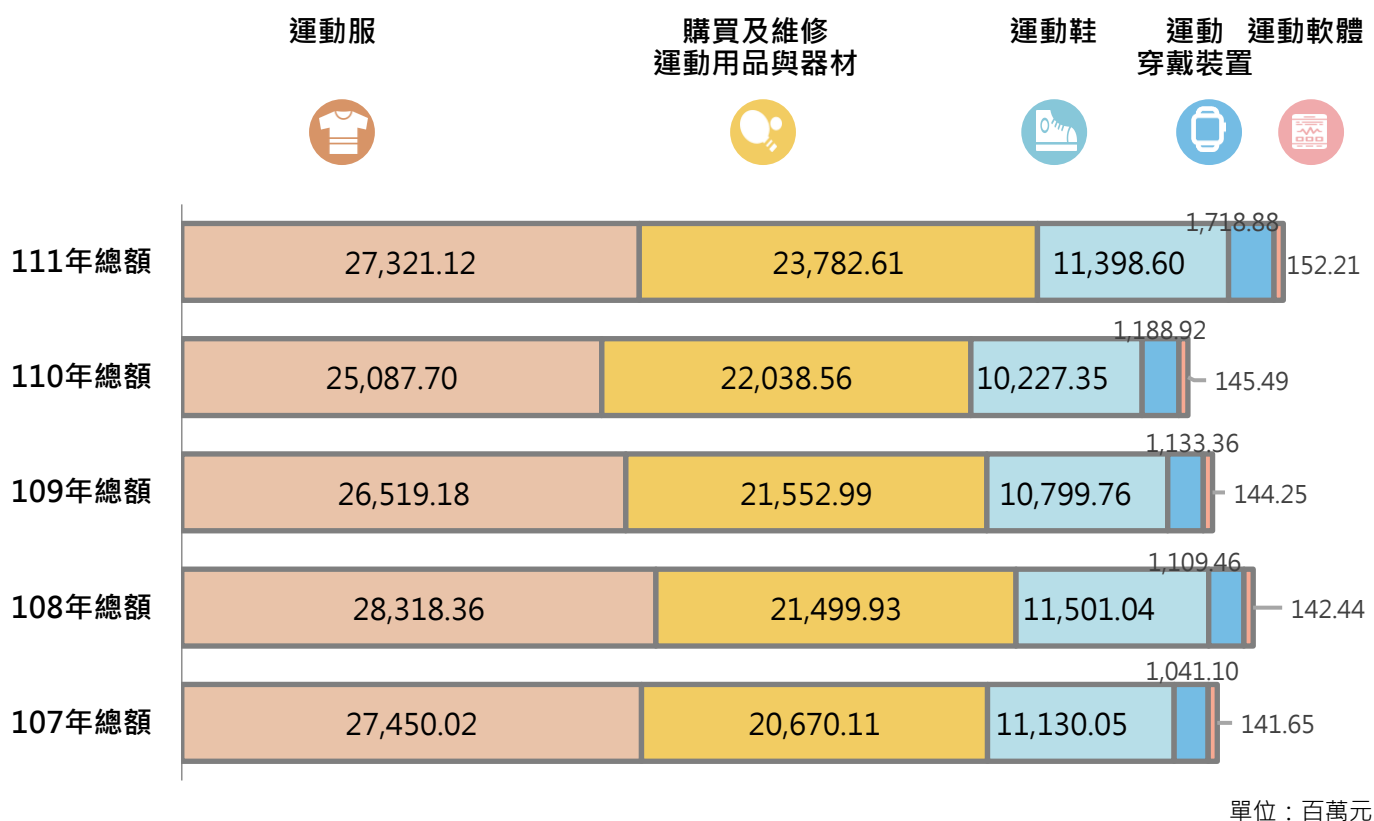


圖 4-3 近年各項運動裝備消費支出

(四) 電競消費支出比較

111 年電競消費支出總額為 9.3 億元，其中，以「硬體設備」之支出總額最高，達 6.2 億元，其次為「軟體產品」，總額約 3.0 億元。

表 4-5 111 年電競消費支出總額

電競消費支出項目	總額 (百萬元)
軟體產品	304.73
硬體設備	622.92
入場費、會員費、場地設備出租費	1.23
參加比賽費用	1.42
觀賞電競比賽門票費	3.39
總計	933.68

從近年的結果可知，民眾電競消費支出呈現逐年成長趨勢。

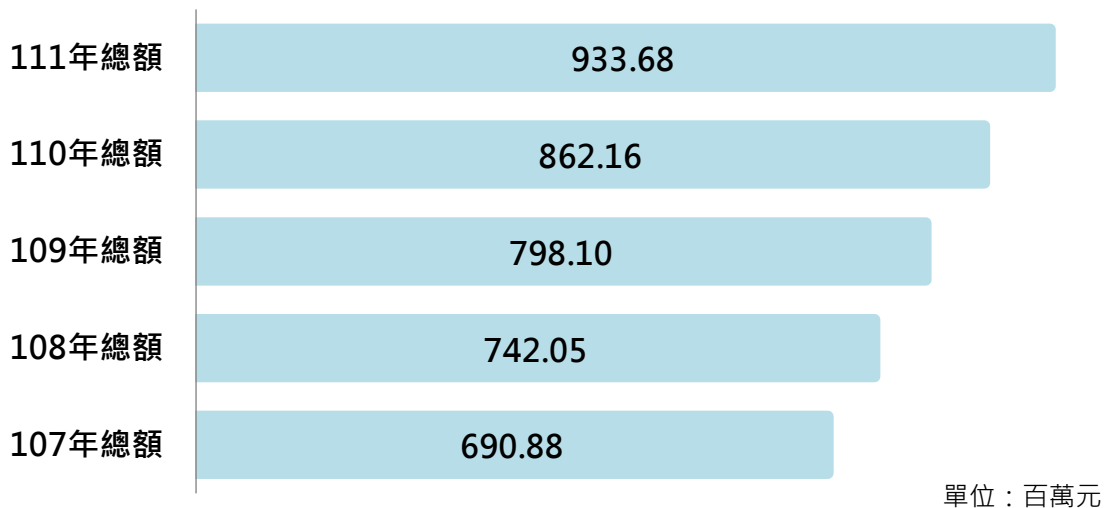


圖 4-4 近年電競消費支出

(五)運動彩券消費支出比較

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，109年由於疫情肆虐全球，許多運動賽事延期或取消，影響台灣運動彩券投注，109年銷售額相對較低，為403.6億元。110年東京奧運復辦，我國選手表現亮眼，刺激運動彩券買氣，110年銷售額達466.3億元。而111年因卡達世界盃足球賽，以及網路投注銷售之提升，運動彩券銷售額突破至602.1億元，較110年成長29.1%。

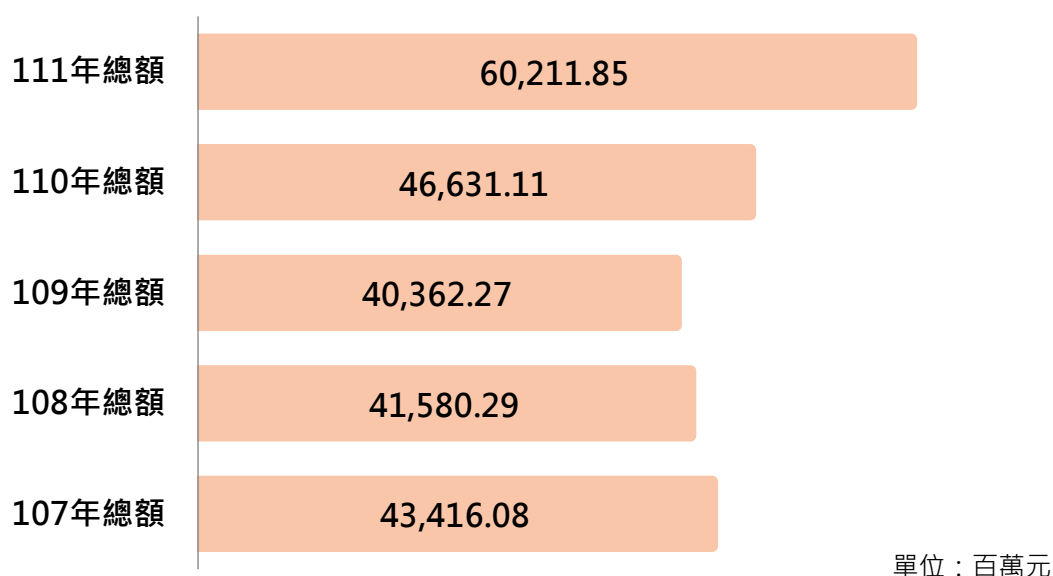


圖 4-5 近年台灣運動彩券銷售額

伍、我國民眾運動消費支出次數分配趨勢

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、近年參與性運動消費支出次數分配比較

(一)運動課程消費支出次數分配

有 14.9%的民眾在 111 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 3,980 元。

從年度比較結果發現，我國民眾運動課程消費支出比例於 107 年起逐年成長，109 年達 12.8%，而 110 年上半年因疫情升溫，運動場館封館，111 年下半年雖微解封，但室內外運動場館有乘載量限制，且民眾仍有群聚感染疑慮，故影響參與運動課程意願，110 年我國民眾運動課程消費支出比例減少至 9.5%左右，111 年因疫情趨緩，民眾得以重拾疫情前運動習慣，我國民眾運動課程消費支出比例大幅提升至 14.9%。

運動課程費

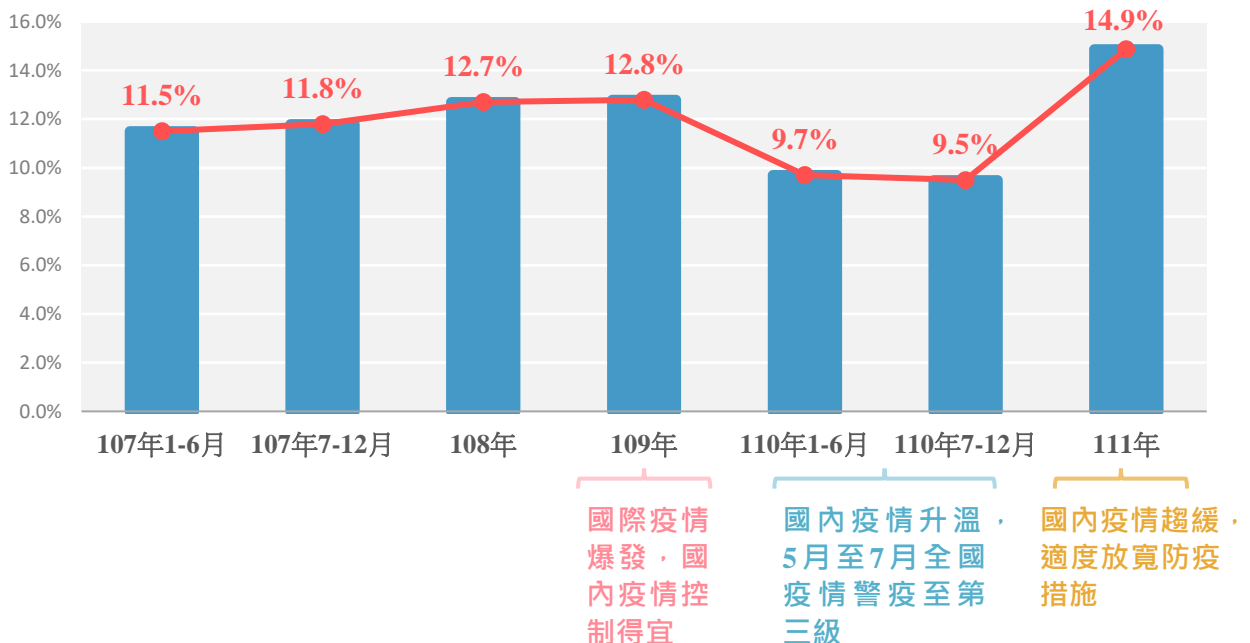


圖 5-1 運動課程消費支出次數分配年度比較

111 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」(19.7%) 及「瑜珈」(19.3%) 的比例較高，其次依序為「上健身房」(15.0%)、「羽球」(9.8%) 及「有氧舞蹈」(6.3%)。

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，前十項中，以「上健身房」的平均消費金額最高，為 5,031 元，其次依序為「體適能運動」(3,501 元)、「羽球」(3,269 元)、「瑜珈」(3,064 元) 及「籃球」(3,037 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 2)：

Q：請問您提到的運動課程花費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

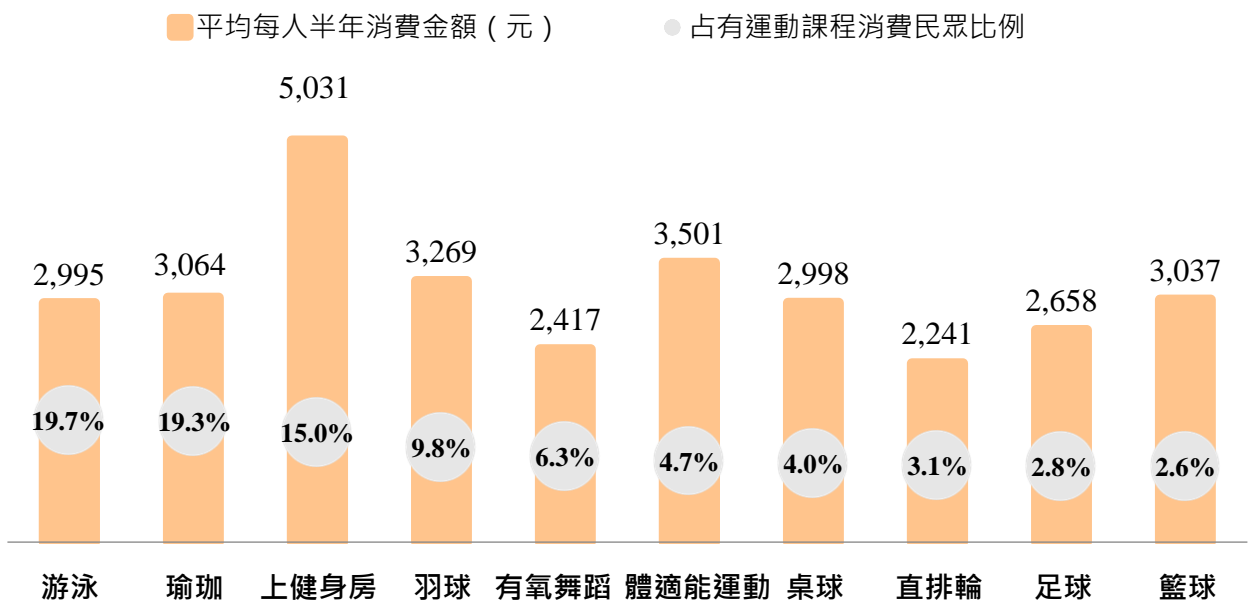


圖 5-2 111 年前十項運動課程支出項目與消費金額

分析 110 年及 111 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，可發現支出項目以「游泳」、「瑜珈」、「上健身房」、「羽球」及「有氧舞蹈」等為主。可發現 111 年游泳的比例上升相對較多，分析可能原因為 110 年下半年游泳池為較晚開放的運動場所，影響民眾報名游泳課程，因此，111 年疫情趨緩後，有游泳運動課程消費支出的民眾比例有所增加。

表 5-1 民眾在運動課程消費支出占比前十之運動項目

排序	110 年 1-6 月	占有運動 課程消費 民眾比例	110 年 7-12 月	占有運動 課程消費 民眾比例	與 110 年 1-6 月 相比	111 年	占有運動 課程消費 民眾比例	與 110 年 7-12 月 相比
1	上健身房	22.7%	上健身房	23.1%	↑	游泳	19.7%	↑
2	瑜珈	22.1%	瑜珈	20.9%	↓	瑜珈	19.3%	↓
3	游泳	15.1%	游泳	14.0%	↓	上健身房	15.0%	↓
4	羽球	7.3%	羽球	7.0%	↓	羽球	9.8%	↑
5	有氧舞蹈	6.3%	有氧舞蹈	6.8%	↑	有氧舞蹈	6.3%	↓
6	桌球	5.3%	桌球	4.9%	↓	體適能運動	4.7%	↑
7	體適能運動	3.2%	直排輪	3.1%	↑	桌球	4.0%	↓
8	直排輪	2.8%	體適能運動	2.8%	↓	直排輪	3.1%	-
9	飛輪有氧	2.2%	足球	2.7%	↑	足球	2.8%	↑
10	足球	1.6%	飛輪有氧	2.3%	↑	籃球	2.6%	↑

(二)單純運動指導教學費消費支出次數分配

有 6.0%的民眾在 111 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 1,900 元。

在年度比較方面，107 年至 109 年間，我國民眾單純運動指導教學費消費支出比例逐年上升，但 110 年因疫情的升溫，使得我國民眾單純運動指導教學費支出比例下降，約在 2.4%左右，111 年因疫情趨緩，使得我國民眾單純運動指導教學費支出比例大幅成長至 6.0%。

單純運動指導教學費

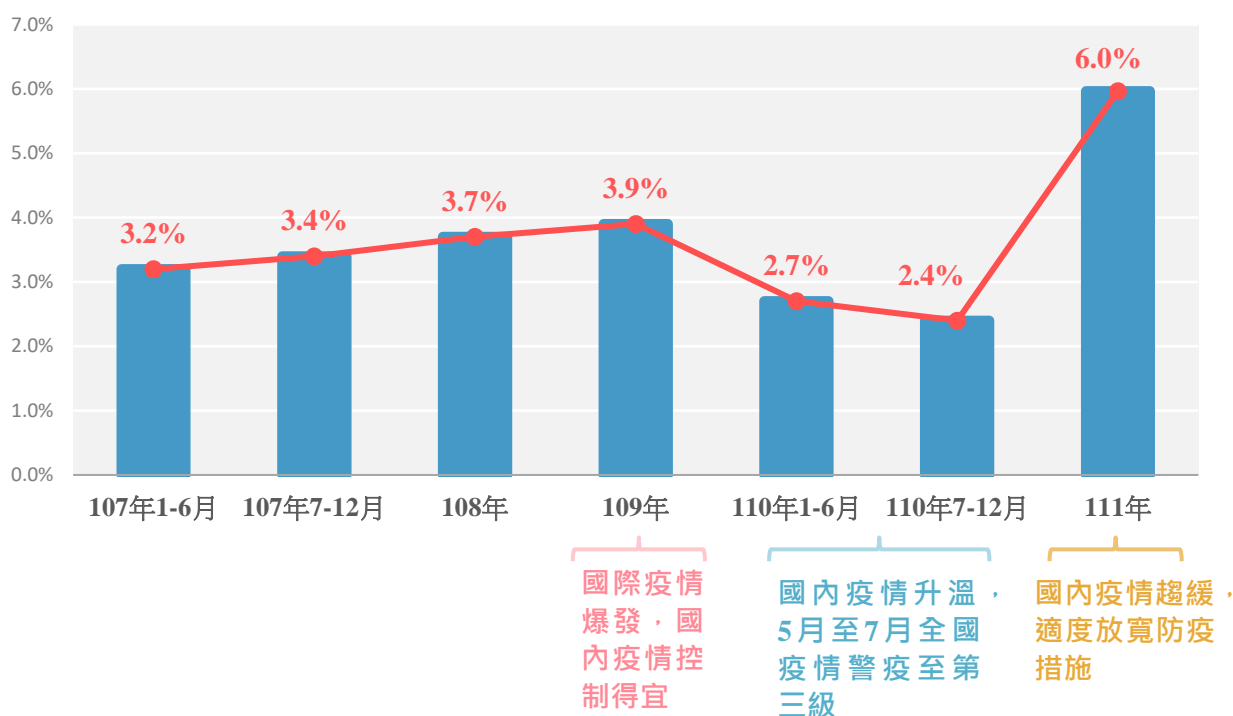


圖 5-3 單純運動指導教學費消費支出次數分配年度比較

而 111 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 42.5%，其次依序為「羽球」（10.0%）、「瑜珈」（8.6%）、「游泳」（6.9%）及「體適能運動」（5.7%）。

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 2,632 元，其次依序為「足球」（2,087 元）、「桌球」（1,532 元）及「體適能運動」（1,501 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 4）：

Q：請問您提到的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？

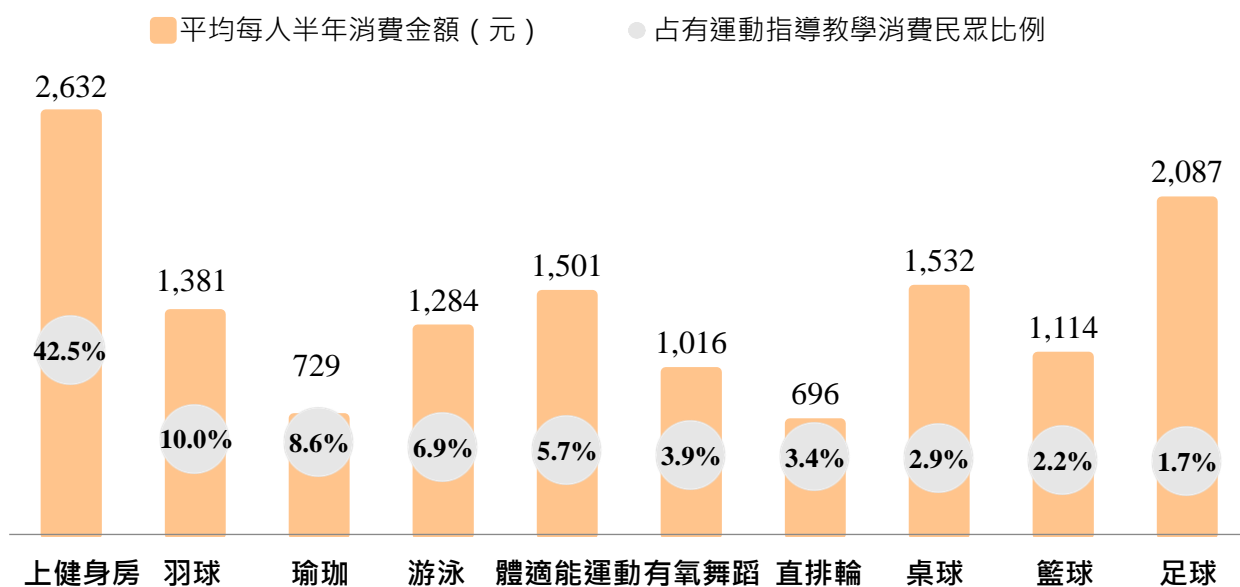


圖 5-4 前十項單純運動指導教學費用支出項目與消費金額



伍、我國民眾運動消費支出次數分配趨勢

110 年及 111 年有「單純運動指導教學費」消費支出的民眾，最主要支出的運動項目為「上健身房」，另「瑜珈」、「游泳」及「羽球」，亦為有此消費支出者較主要支出項目。隨著疫情趨緩，各運動場館開放，與 110 年相比，「上健身房」的比例明顯上升，而近年來我國羽球國手表現亮眼，也促進民眾對羽球愛好，「羽球」的比例亦增加較多。

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	110 年 1-6 月	占有運動 指導教學 消費民眾 比例	110 年 7-12 月	占有運動 指導教學 消費民眾 比例	與 110 年 1-6 月 相比	111 年	占有運動 指導教學 消費民眾 比例	與 110 年 7-12 月 相比
1	上健身房	32.5%	上健身房	27.3%	↓	上健身房	42.5%	↑
2	瑜珈	13.2%	瑜珈	11.9%	↓	羽球	10.0%	↑
3	羽球	9.4%	游泳	9.0%	↓	瑜珈	8.6%	↓
4	游泳	9.3%	有氧舞蹈	8.2%	↑	游泳	6.9%	↓
5	有氧舞蹈	6.0%	羽球	7.4%	↓	體適能運動	5.7%	↑
6	體適能運動	4.3%	體適能運動	5.6%	↑	有氧舞蹈	3.9%	↓
7	桌球	3.8%	桌球	4.7%	↑	直排輪	3.4%	↓
8	直排輪	2.9%	直排輪	4.6%	↑	桌球	2.9%	↓
9	籃球	2.7%	足球	3.3%	↑	籃球	2.2%	↓
10	足球	1.8%	籃球	3.0%	↑	足球	1.7%	↓



(三)入場費、會員費、場地設備出租費消費支出次數分配

有 31.2%的民眾在 111 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 1,345 元。

從年度比較結果來看，可發現我國民眾入場費、會員費及場地設備出租費支出比例自 107 年起逐年上升，主要跟國內運動場館家數逐年增加有關，109 年達 25.8%。110 年受疫情影響，三級警戒期間場館封閉，雖下半年微解封，場館仍有人流管制等措施，因此，我國民眾入場費、會員費及場地設備出租費支出比例下降至 17.4%左右。而 111 年隨著疫情趨緩，各運動場館開放，民眾報復性運動，我國民眾入場費、會員費及場地設備出租費支出比例大幅上升至 31.2%。

入場費、會員費、場地設備出租費

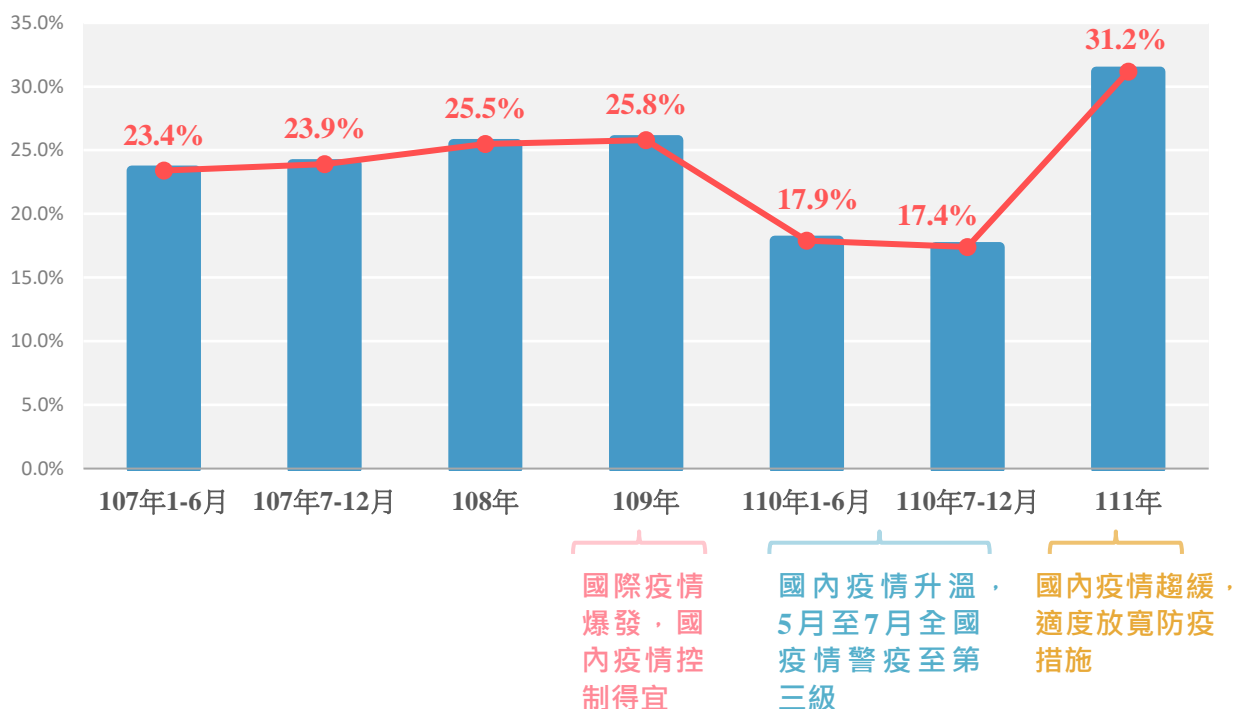


圖 5-5 入場費、會員費、場地設備出租費消費支出次數分配年度比較

111 年有入場費、會員費、場地設備出租費支出的民眾，在支出項目上，以「上健身房」的比例最高，為 45.7%%，其次依序為「游泳」(21.7%)、「自行車」(18.2%) 及「羽球」(15.0%)。

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「上健身房」平均消費金額最高，平均為 1,872 元，其次依序為「網球」(1,466 元)、「排球」(1,210 元)、「壘球」(1,074 元) 及「棒球」(1,022 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 6)：

Q：請問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？

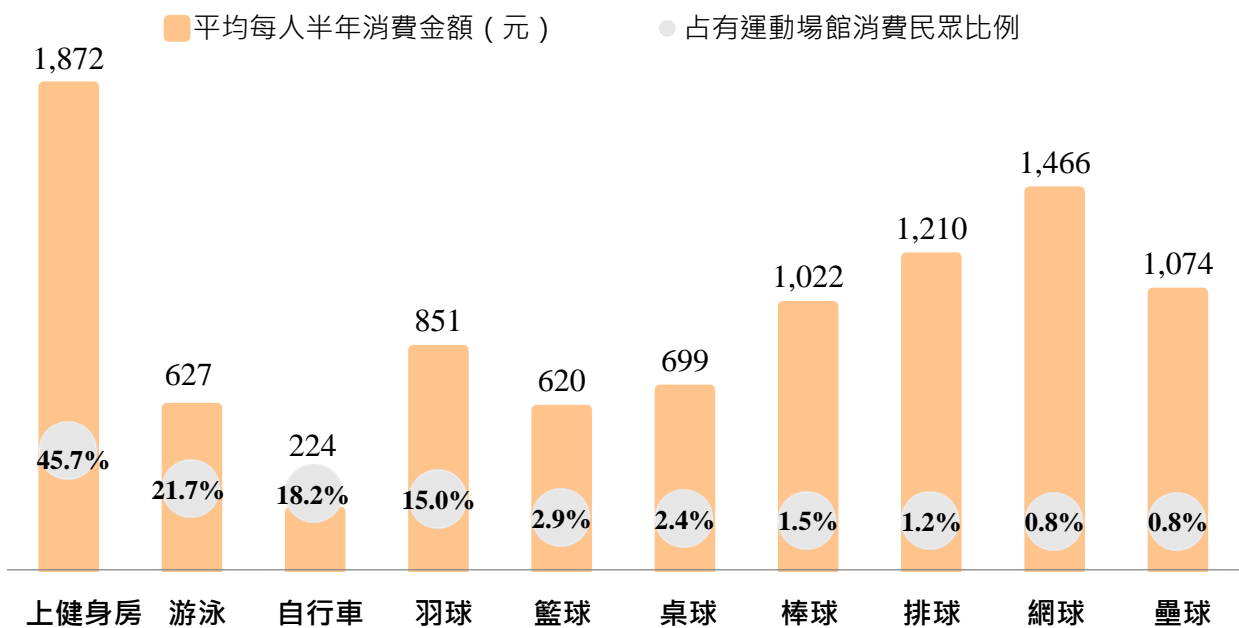


圖 5-6 前十項入場費、會員費、場地設備出租費支出項目與消費金額

分析 110 年及 111 年有「入場費、會員費、場地設備出租費」消費支出的民眾，其主要支出的運動項目皆以「上健身房」、「游泳」、「自行車」及「羽球」為主，而 111 年因疫情趨緩，運動場館及游泳池陸續開放，民眾漸恢復原有運動習慣，故「上健身房」、「游泳」及「羽球」之比例上升幅度較大。

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	110 年 1-6 月	占有運動 場館消費 民眾比例	110 年 7-12 月	占有運動 場館消費 民眾比例	與 110 年 1-6 月 相比	111 年	占有運動 場館消費 民眾比例	與 110 年 7-12 月 相比
1	上健身房	38.3%	上健身房	39.3%	↑	上健身房	45.7%	↑
2	自行車	22.3%	自行車	22.5%	↑	游泳	21.7%	↑
3	游泳	17.6%	游泳	16.1%	↓	自行車	18.2%	↓
4	羽球	12.2%	羽球	14.6%	↑	羽球	15.0%	↑
5	籃球	3.0%	籃球	3.4%	↑	籃球	2.9%	↓
6	高爾夫球	2.8%	高爾夫球	3.0%	↑	桌球	2.4%	↑
7	桌球	2.5%	桌球	2.3%	↓	棒球	1.5%	↑
8	網球	1.5%	棒球	1.2%	↑	排球	1.2%	↑
9	保齡球	1.5%	網球	1.1%	↓	網球	0.8%	↓
10	棒球	0.8%	保齡球	0.5%	↓	壘球	0.8%	↑

(四)運動社團消費支出次數分配

有 7.0%的民眾在 111 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 1,135 元。

在年度比較方面，107 年至 108 年間，我國民眾有運動社團消費支出的比例大約維持在 6.0%左右，然而，自 109 年起新冠肺炎疫情升溫，使得運動社團活動暫緩，故比例下降幅度較大，111 年疫情趨緩，我國民眾有運動社團消費支出之比例成長至 7.0%。

運動社團費

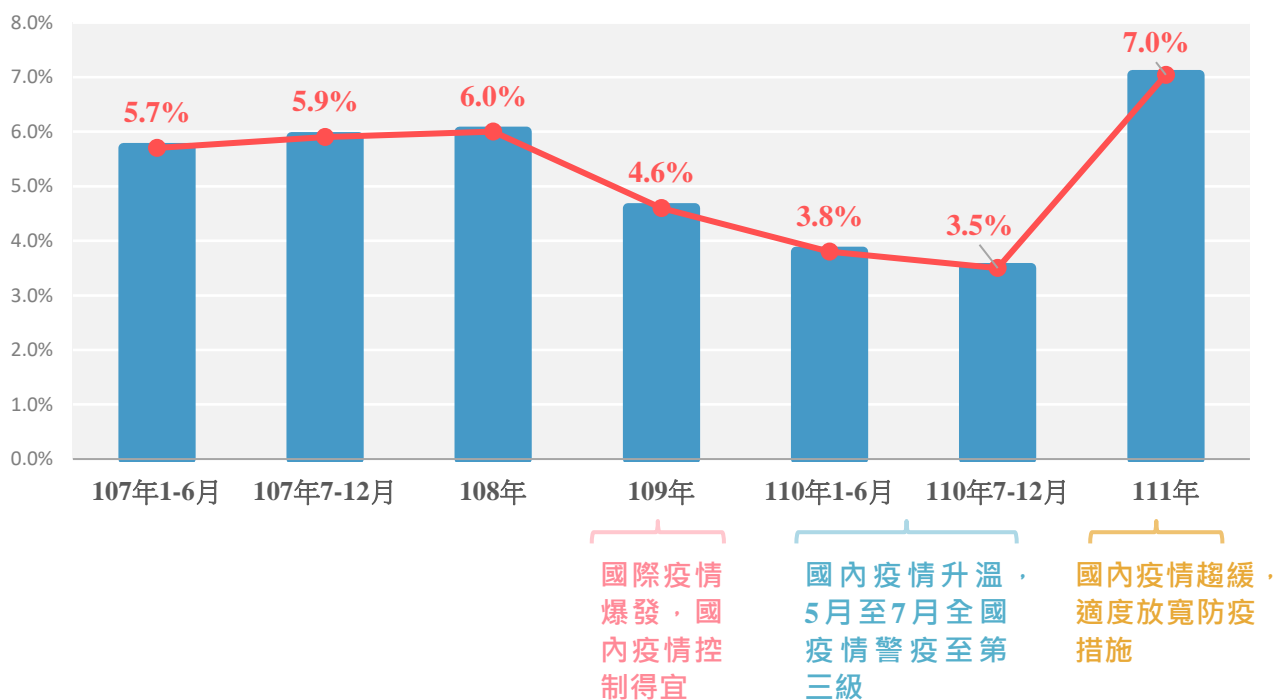


圖 5-7 運動社團消費支出次數分配年度比較

(五) 參加運動比賽衍生相關消費支出次數分配

有 7.4% 的民眾在 111 年有因參加運動比賽衍生相關消費支出，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支出者，其每人平均消費金額為 4,139 元。

從年度比較結果發現，新冠肺炎疫情前，我國民眾有參加運動比賽衍生相關消費支出的比例在 6.5% 左右，109 年起國內疫情嚴峻，大多數運動賽事被迫延期、取消，故下降幅度較大，111 年疫情趨緩，運動賽事回歸，我國民眾在參加運動比賽衍生相關消費支出的比例有所成長。

參加運動比賽衍生費

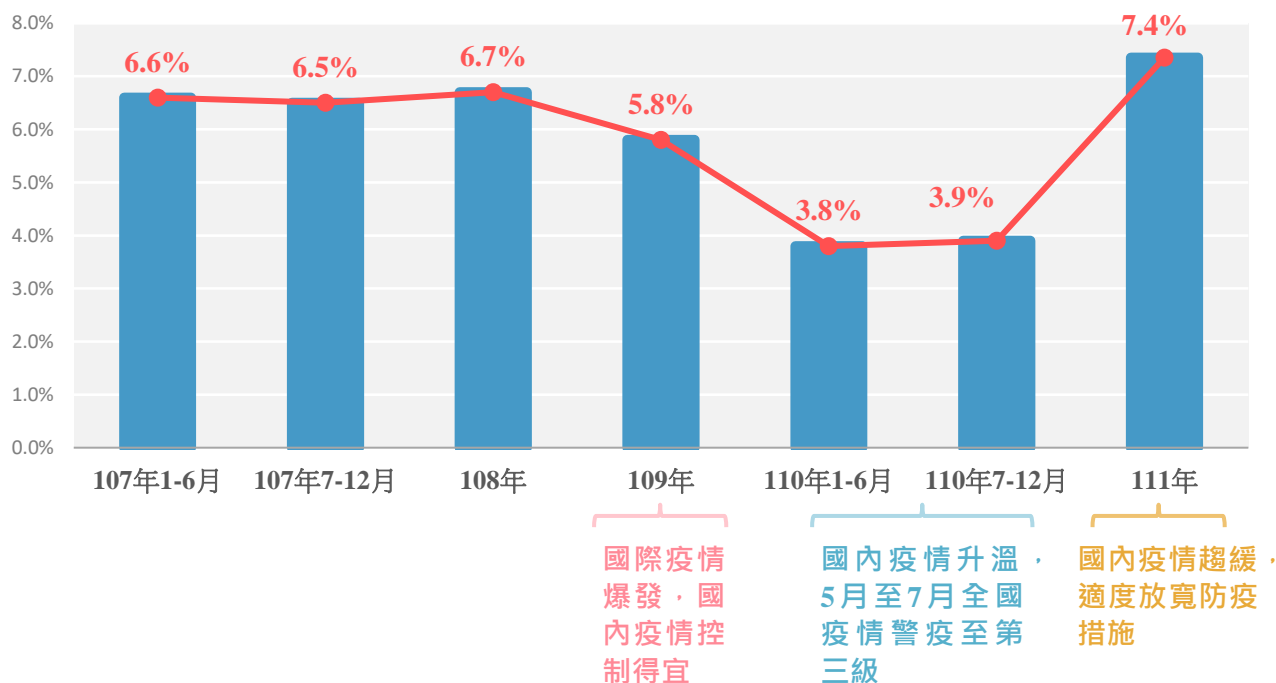


圖 5-8 參加運動比賽衍生相關消費支出次數分配年度比較

二、近年運動賽事及媒體消費支出次數分配比較

(一) 觀賞運動比賽消費支出次數分配

在觀賞運動比賽門票費方面，9.5%的民眾在111年有買票觀賞運動比賽。從年度比較結果來看，108年我國民眾有運動比賽門票消費支出之比例為6.7%，而109年至110年間，因疫情緣故，多數賽事取消或採無觀眾方式進行，故比例有所下降，111年運動賽事復賽，加上台北羽球公開賽及世界盃棒球錦標賽等國際賽事，使得我國民眾有運動比賽門票消費支出之比例有所成長。

運動比賽門票費

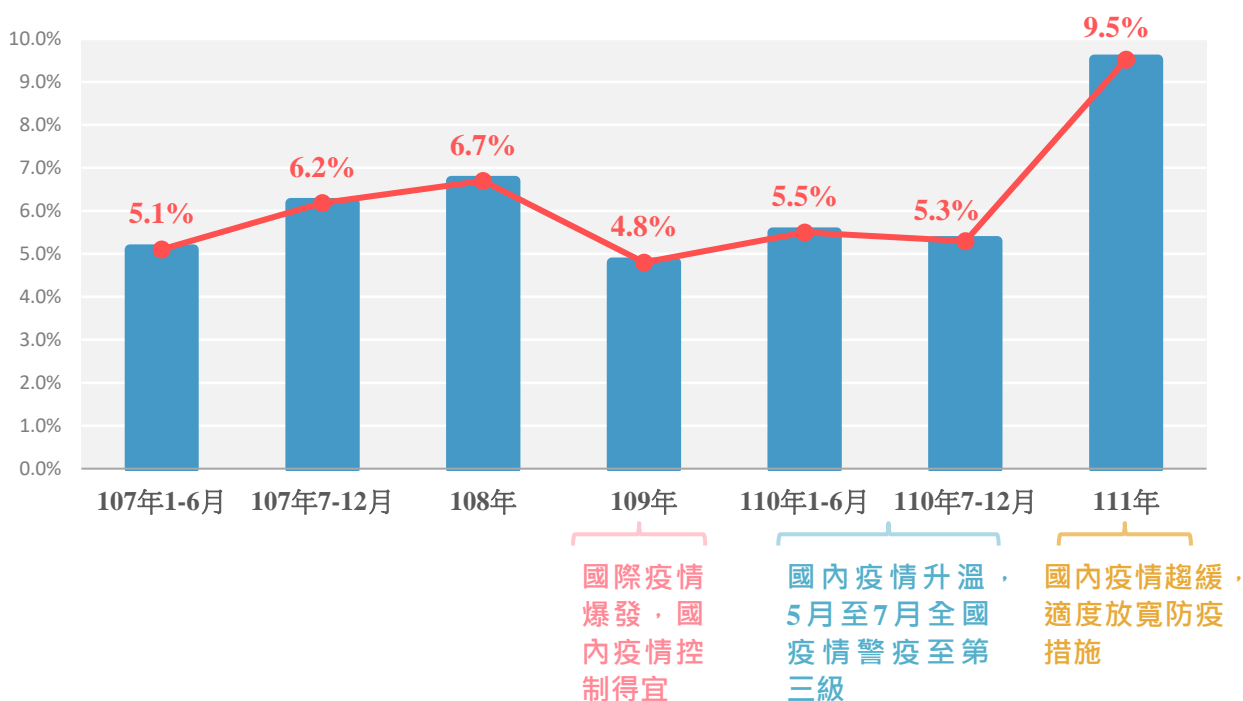


圖 5-9 運動比賽門票費消費支出次數分配年度比較

有買票觀看運動比賽的民眾，其運動比賽支出項目，以「棒球」(83.9%) 及「籃球」(25.7%) 的比例較高。在買票觀賞運動比賽的消費金額部分，將各運動項目之門票總消費金額除以該項目消費人數，得出該運動項目平均消費金額。由計算結果得知，「棒球」的平均支出金額最高，為 418 元，其次依序為「羽球」(384 元) 及「籃球」(379 元)。茲將民眾買票觀賞運動比賽之各個項目占比及消費金額整理如下：

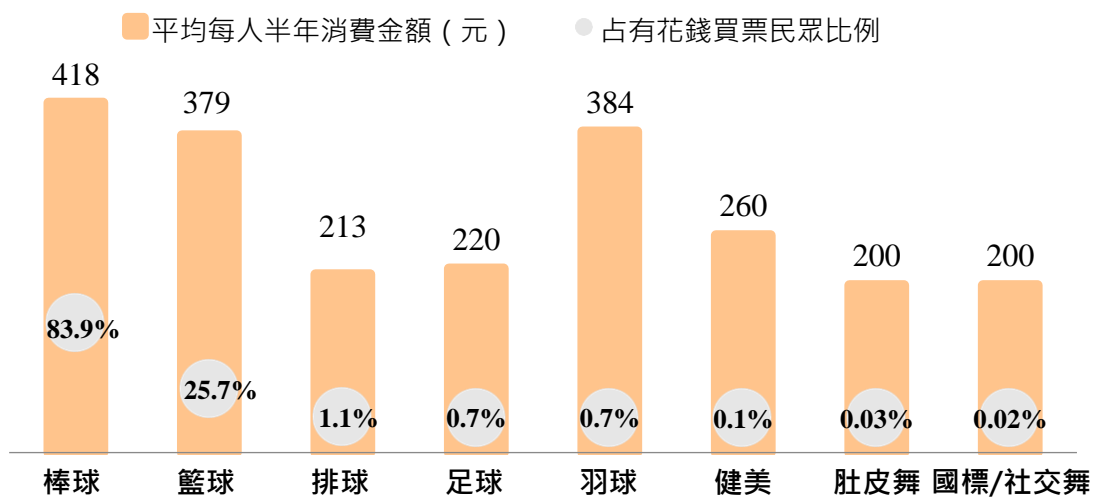


圖 5-10 買票觀賞運動比賽支出項目與消費金額

(二)購買、付費訂閱媒體消費支出次數分配

根據調查結果得知，11.1%的民眾在 111 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 1,610 元。

觀察近五年我國民眾購買、付費訂閱媒體情形，可發現「為觀賞運動而訂購網路或寬頻電視」之比例逐年成長，而隨著 OTT 運動賽事轉播蓬勃發展，加上疫情趨緩，國內及國際賽事重新回歸，故 111 年比例達 8.6%，變動幅度較大。

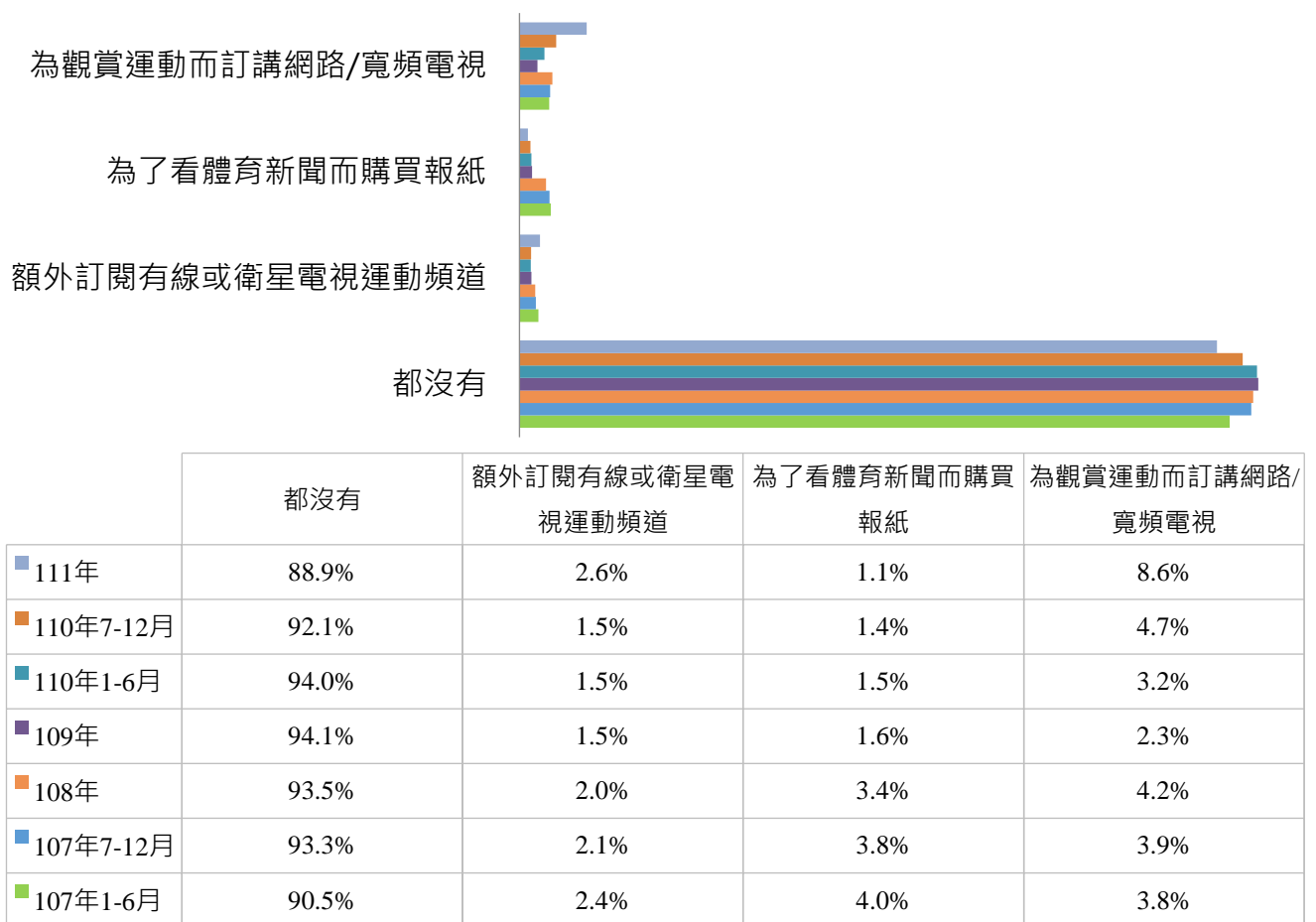


圖 5-11 因觀賞運動比賽而購買、付費訂閱媒體之次數分配年度比較

(三)運動書籍與雜誌消費支出之次數分配

111 年有 2.1% 的民眾表示有運動書籍與雜誌消費支出，而有運動書籍與雜誌消費支出者，其每人平均消費金額為 298 元。

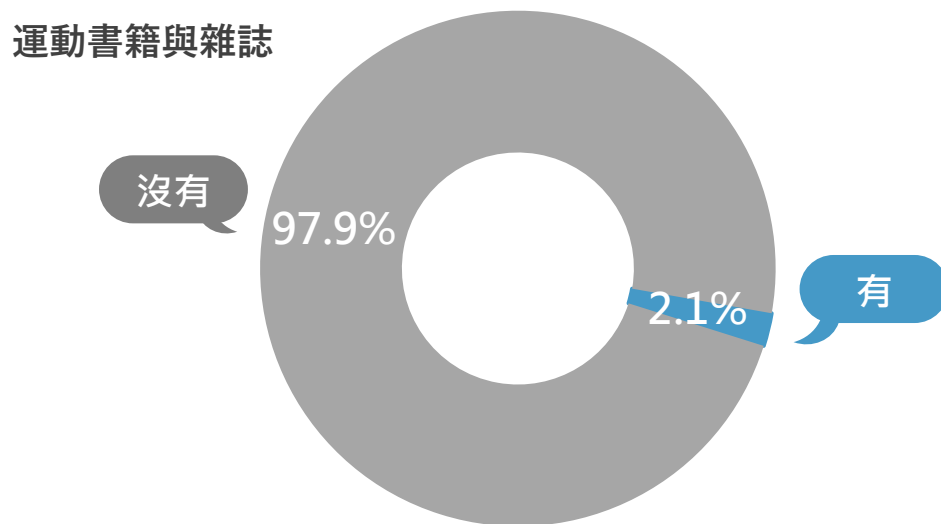


圖 5-12 運動書籍與雜誌消費支出次數分配

三、近年運動裝備消費支出次數分配比較

(一)運動服消費支出次數分配

34.7%的民眾在 111 年有購買運動服，而有運動服消費支出者，其每人平均消費金額為 3,950 元。在年度比較方面，107 年至 108 年間我國民眾運動服消費支出比例逐年成長，而 109 年起因疫情關係，民眾減少運動，故購買運動服之比例降低，待 111 年解封後比例才回升。

運動服

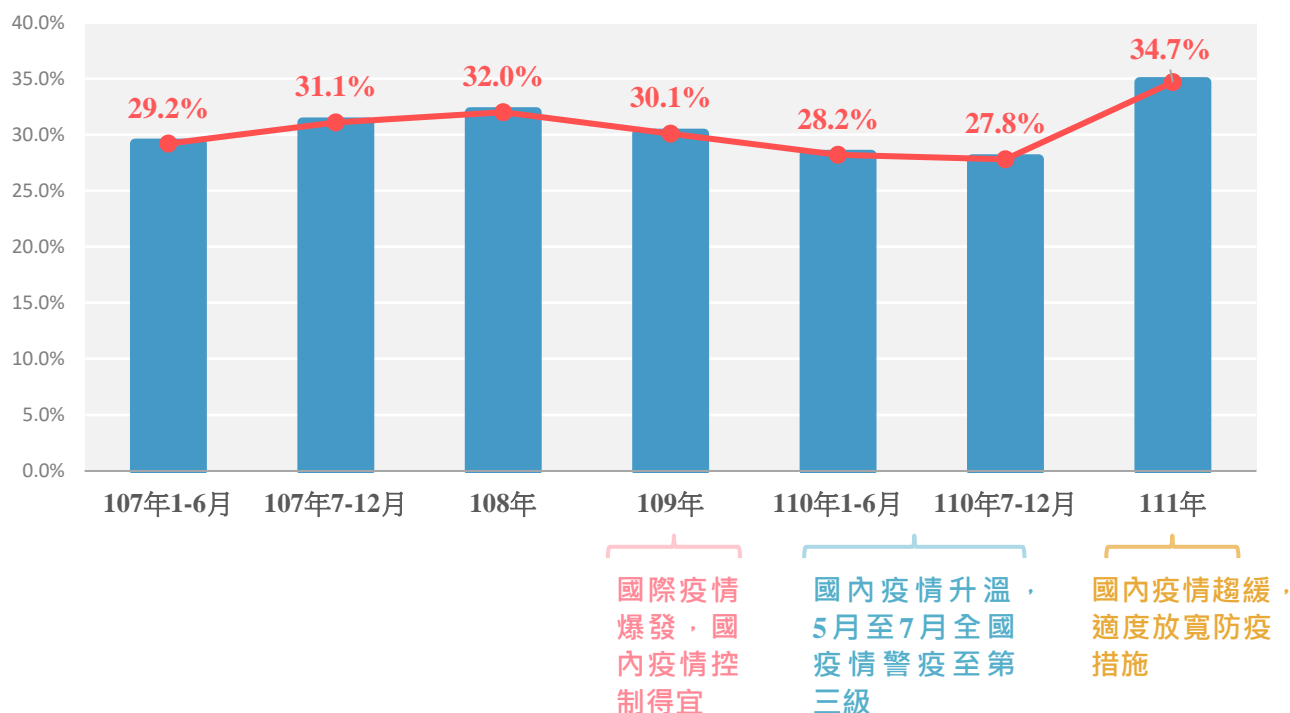


圖 5-13 運動服消費支出次數分配年度比較

(二) 運動鞋消費支出次數分配

29.6%的民眾在 111 年有購買運動鞋，而有運動鞋消費支出者，其每人平均消費金額為 1,932 元。從年度比較結果發現，109 年至 110 年間因疫情的緣故，我國民眾運動鞋消費支出比例下降，111 年才回升至 29.6%。

運動鞋

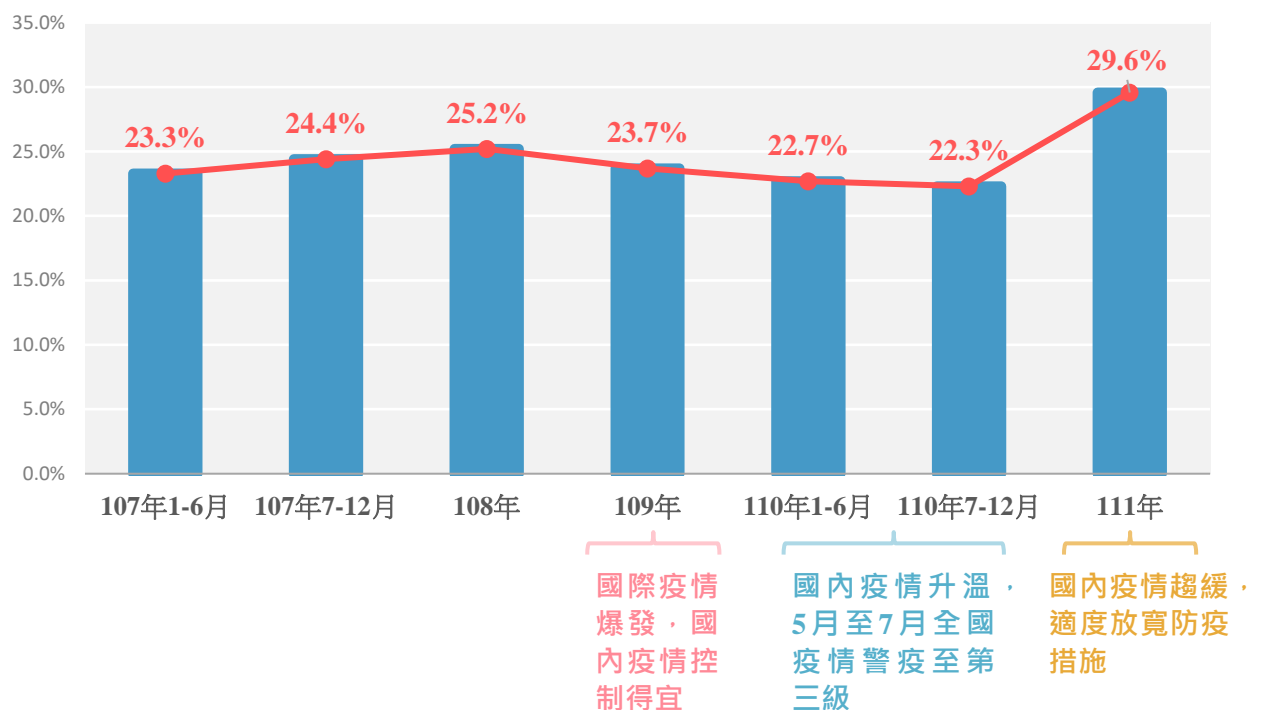


圖 5-14 運動鞋消費支出次數分配年度比較

(三)運動穿戴裝置消費支出次數分配

8.3%的民眾在 111 年有運動穿戴裝置消費支出，而有運動穿戴裝置消費支出者，其每人平均消費金額為 1,036 元。在年度比較方面，自 107 年起我國民眾運動穿戴裝置消費支出比例逐年上升，109 年達 8.3%，110 年則下降至 7.0%左右，111 年才回升至疫情前水準。

運動穿戴裝置

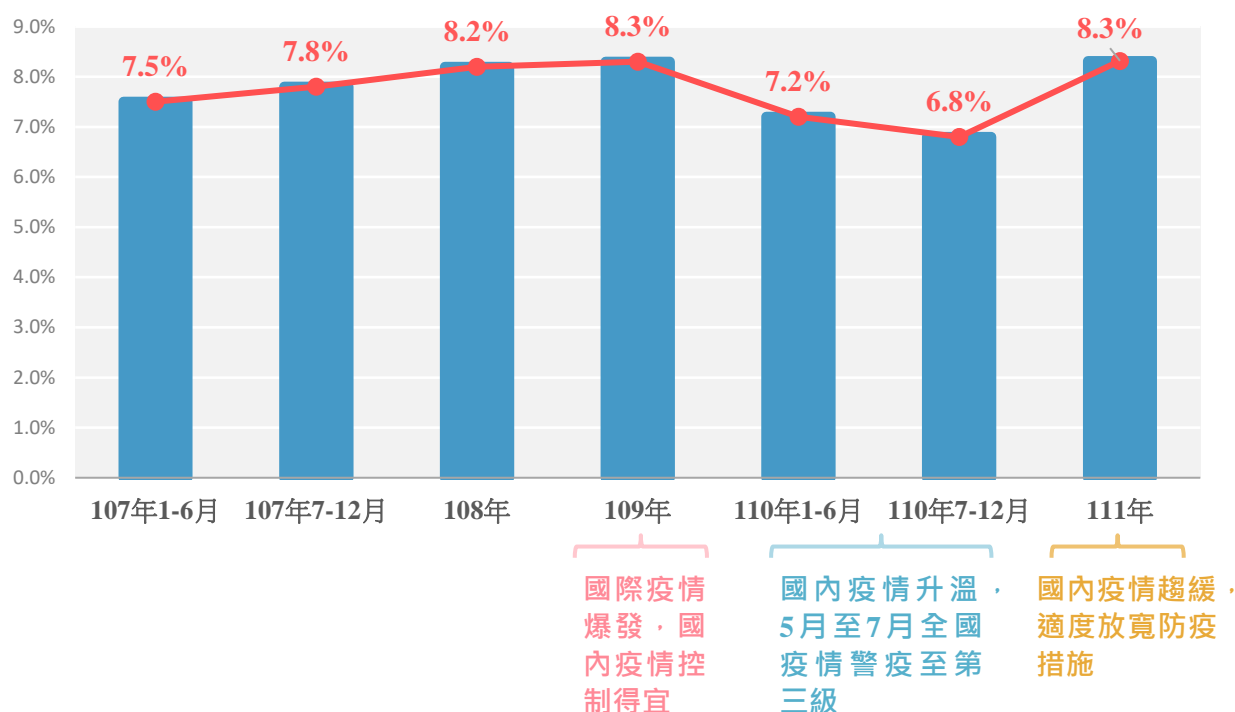


圖 5-15 運動穿戴裝置消費支出次數分配年度比較

(四) 購買及維修運動用品消費支出次數分配

111 年有 18.2% 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 6,560 元。從年度比較結果來看，110 年上半年全國疫情升級至第三級警戒，民眾待在家裡的時間增加，因而購買運動用品與器材在家運動，故比例達 16.5%，110 年下半年疫情趨緩，民眾漸回歸至場館、戶外運動，故比例微幅下降。

購買及維修運動用品

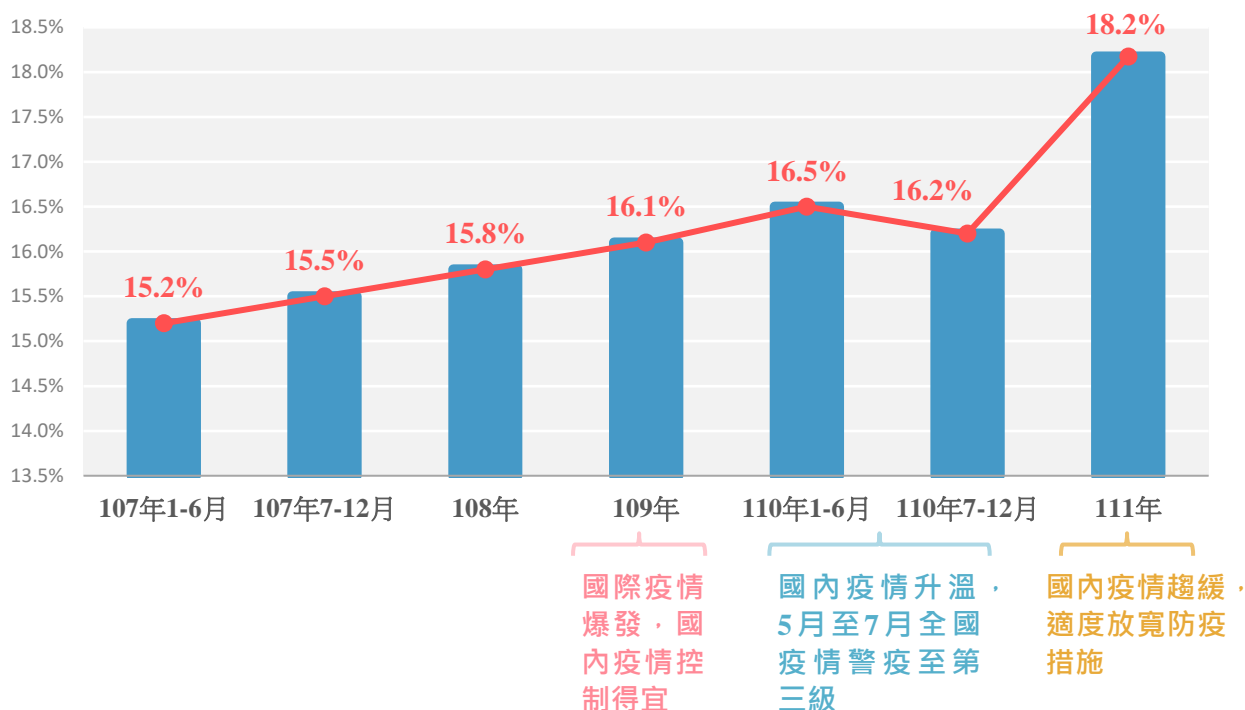


圖 5-16 購買及維修運動用品消費支出次數分配年度比較

(五)有使用運動軟體產品之次數分配

觀察近五年我國民眾使用運動軟體產品情形，可發現自 107 年起比例逐年上升，於 110 年上半年達 17.6%，隨著 111 年疫情趨緩，民眾漸回歸疫情前運動習慣，民眾有採用運動軟體產品的比例上升至 23.5%。

有無使用運動軟體產品

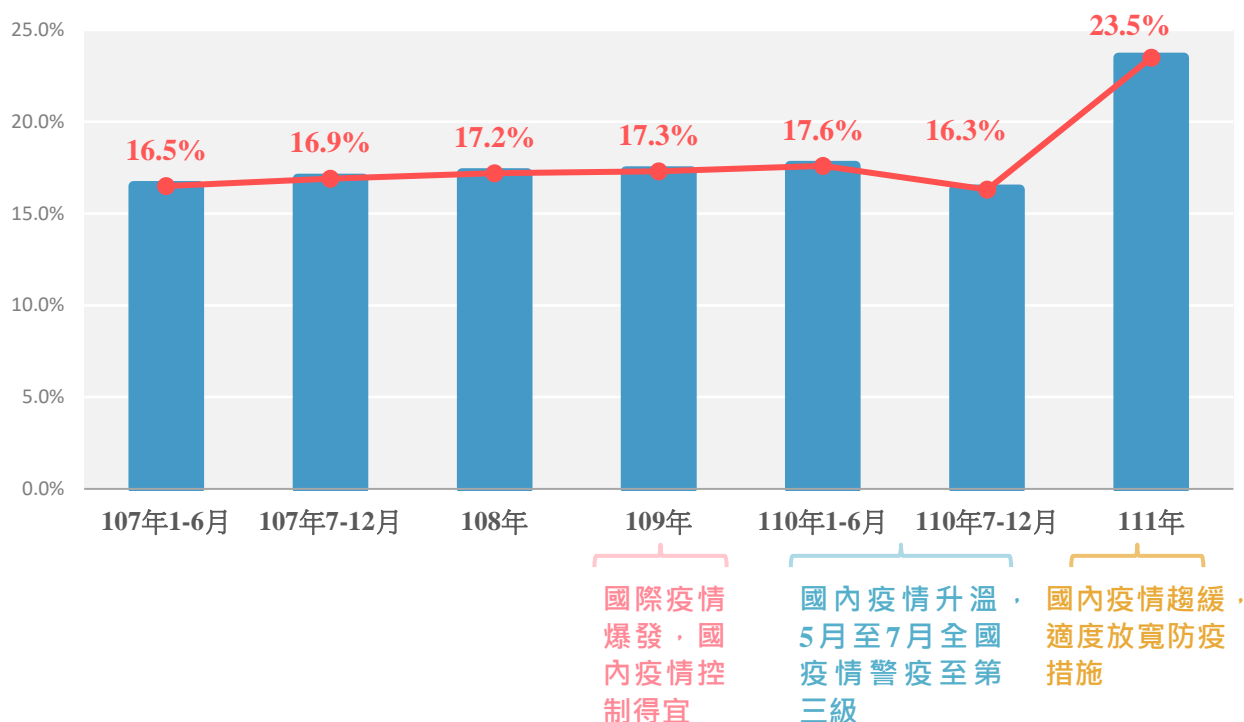


圖 5-17 有使用運動軟體產品之次數分配年度比較

(六)運動軟體產品消費支出之次數分配

111 年有使用運動軟體產品的民眾中，5.6%的民眾表示該運動軟體產品需要額外付費，而有額外付費使用運動軟體產品者，其每人平均消費金額為 580 元。觀察近年我國民眾運動軟體產品消費支出情形，可發現 107 年比例較高，而近年民眾有額外付費使用運動軟體產品之比例下降。

運動軟體產品是否需付費

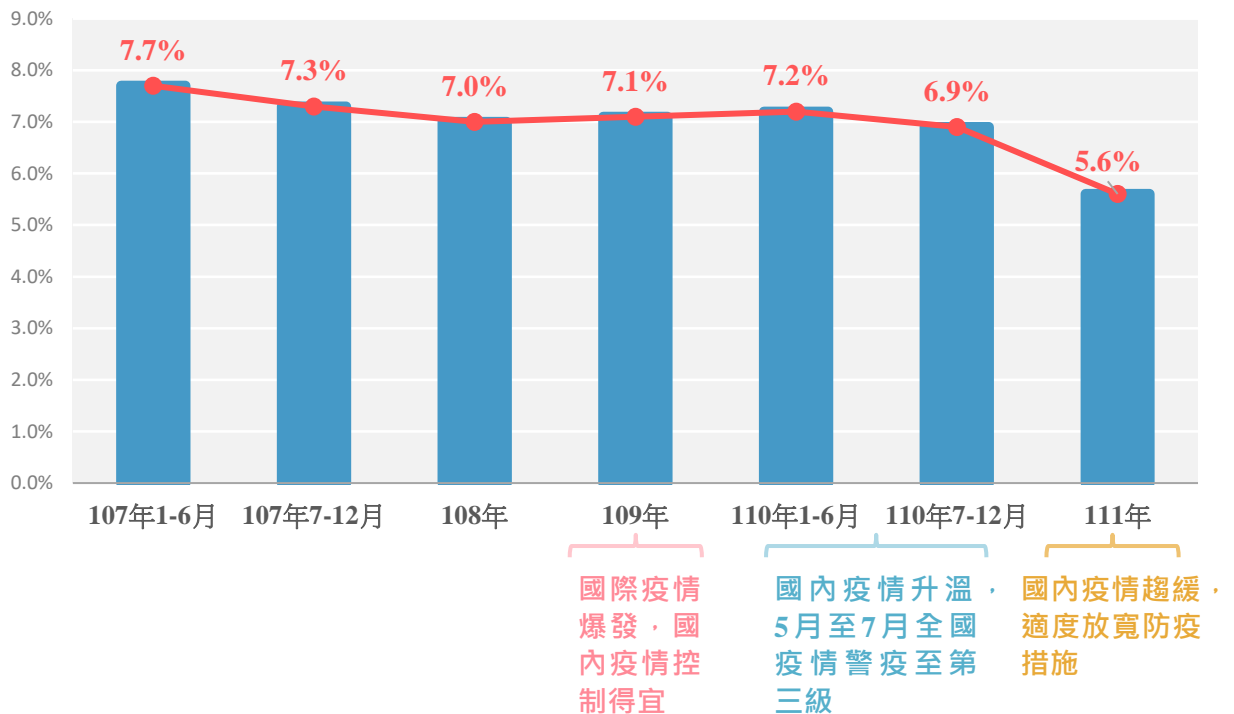


圖 5-18 運動軟體產品消費支出次數分配年度比較

四、近年電競消費支出次數分配比較

2.1%的民眾在 111 年有電競消費支出，有此消費支出者，其每人平均消費金額為 786 元。近五年來我國民眾電競消費支出比例逐年上升，109 年突破至 2.2%，而疫情的宅經濟亦帶動民眾在電競的消費支出，110 年下半年達 2.9%。

電競消費支出

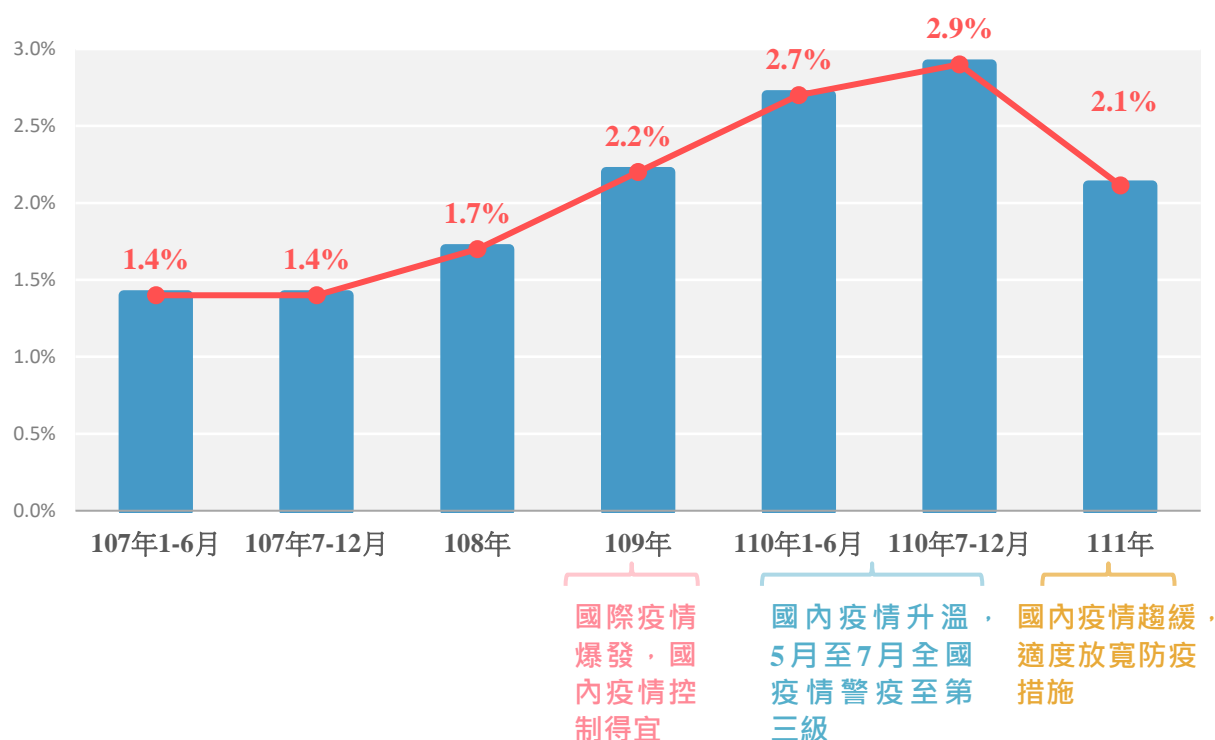


圖 5-19 電競消費支出次數分配年度比較



進一步分析近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。

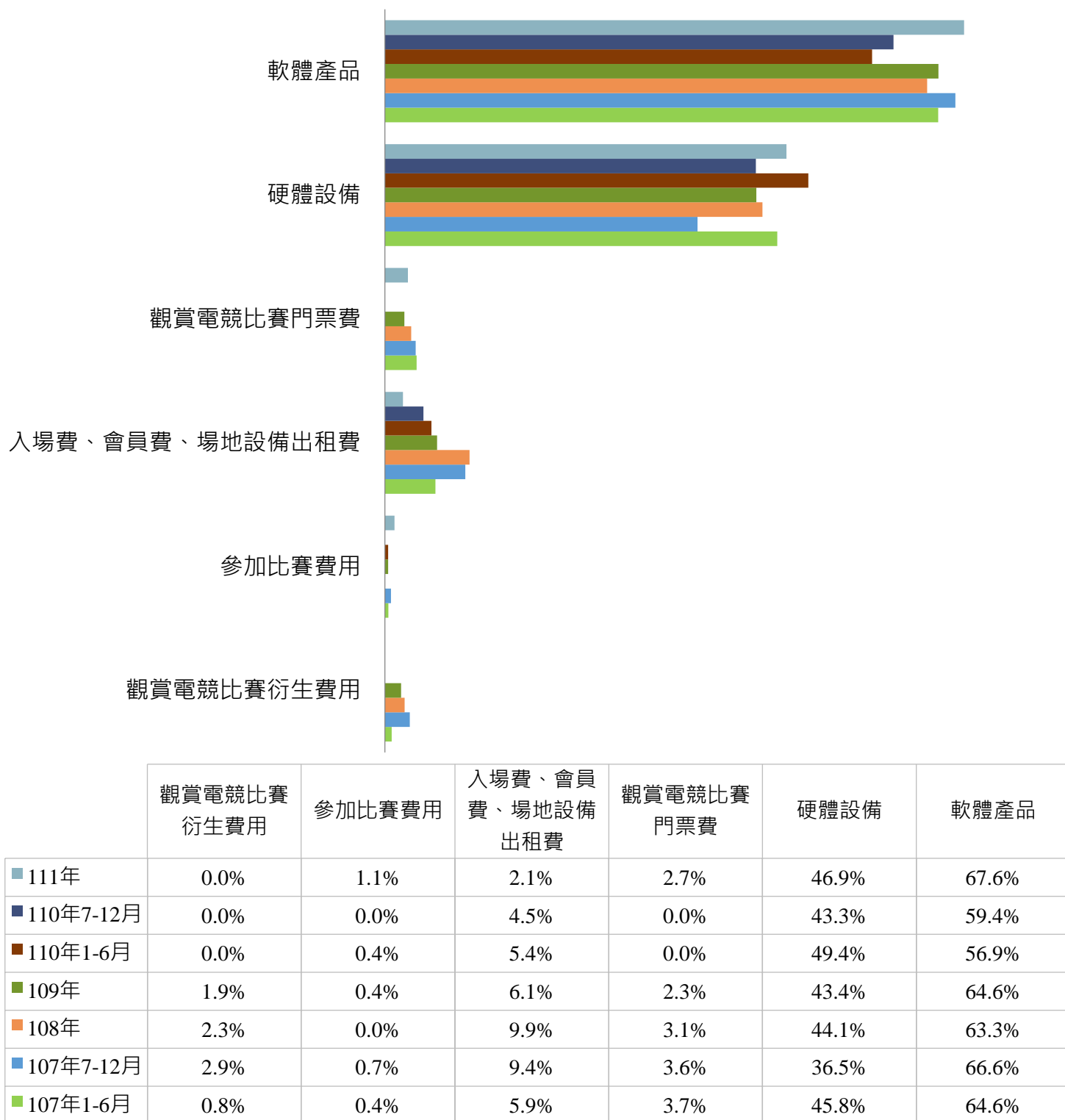


圖 5-20 電競消費支出項目次數分配之年度比較



陸、各運動消費支出項目之族群分析

以下針對 111 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、運動消費支出項目族群分析

(一) 參與性運動消費支出

6. 運動課程主要消費族群為 30-49 歲民眾

在參與性運動各項目中，近年皆以「運動課程費」的消費支出總額最高，於 109 年達 119.5 億元，隨著疫情的趨緩，國人重返運動行列，111 年消費支出總額達 118.1 億元。而從民眾消費支出比例來看，111 年 14.9% 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」。

進一步分析運動課程消費族群結構，可發現主要消費族群為「30-39 歲」及「40-49 歲」之民眾，此項目之消費支出比例皆達二成以上。有鑑於運動課程為我國民眾主要之運動消費支出項目之一，為提升民眾花費報名意願，業者可掌握民眾主要付費報名之運動課程類型，如「游泳」、「瑜珈」、「上健身房」、「羽球」及「有氧舞蹈」等，並依據不同年齡層族群，規劃適切且具吸引力之課程內容，以提升民眾消費之意願。

7. 單純運動指導教學費消費主力為 30-49 歲民眾

近年來我國民眾在「單純運動指導教學費」消費支出總額逐年增加，在 109 年達 20.9 億元，儘管 110 年受到疫情的衝擊，消費支出總額減少至 16.6 億元，但 111 年再度回升至 22.6 億元。

單純運動指導教學費消費族群又以「30-39 歲」及「40-49 歲」民眾為主；而近年我國民眾「單純運動指導教學費」之主要支出項目，可發現皆以「上健身房」為主，顯示近年國人重視健康及體態，健身風氣盛行，民眾更願意聘請教練進行專屬課程設計，讓訓練能夠更正確及有效率。

8. 運動場館主要消費族群為 20-39 歲、六都民眾

近年來我國運動場館業家數逐年成長，有助於提升民眾運動參與之可及性及便利性，由近年調查結果顯示，我國民眾有「運動場館（入場費、會員費、場地設備出租費）」消費支出的比例，皆居參與性運動項目的首位。從消費支出總額來看，則僅次於「運動課程費」，隨著 111 年疫情趨緩，運動場館開放及各項防疫措施解除，我國民眾運動場館消費支出總額提升至 83.6 億元。

剖析運動場館消費族群結構，可發現「20-29 歲」、「30-39 歲」民眾為運動場館之消費主力；由地區觀之，則以六都民眾在此項目之消費支出比例較高。

進一步觀察我國民眾運動場館主要支出項目皆以「上健身房」之比例最高，另外，近年來「游泳」也為民眾主要支出項目之一，111 年因疫情趨緩，游泳池開放，故 111 年比例有所提升。

9. 40-49 歲民眾有運動社團費消費支出之比例較高

受到新冠肺炎疫情之影響，運動場館未開放，而為避免群聚感染，運動社團活動也因而取消、暫緩，因此，在 109 年至 110 年間，我國民眾運動社團消費支出之比例下降較多，直到 111 年才回升至 15.9 億元，而分析運動社團費之消費族群結構，可發現以 40-49 歲民眾為主。



10. 40-49 歲民眾較有參加運動比賽衍生費用

在參與性運動各項目中，近年來「參加運動比賽衍生費」之消費支出比例皆位居第三，而最主要消費族群為 40-49 歲民眾；從消費支出總額來看，儘管 109 年至 110 年間國內多數運動賽事取消或延期，但隨著運動賽事復辦，111 年我國民眾在「參加運動比賽衍生費」的消費支出總額回升至 60.7 億元，僅次於「運動課程費」（118.1 億元）及「入場費、會員費、場地設備出租費」（83.6 億元）。

(二) 運動賽事及媒體消費支出

1. 20-39 歲民眾為運動賽事門票主要消費族群

9.5%的民眾在 111 年有買票觀賞運動賽事，其中，「20-29 歲」及「30-39 歲」的民眾有此消費支出的比例較高；111 年民眾主要觀賞的國內運動比賽項目為「棒球」及「籃球」，而國際運動比賽項目則為「棒球」及「羽球」。

2. 20-49 歲民眾，較會購買網路、寬頻電視觀賞運動比賽

在購買、付費訂閱媒體方面，111 年我國民眾購買、付費訂閱媒體的支出總額為 35.8 億元，其中，可發現隨著網路通訊進步，運動轉播發展盛行，加上疫情後，國內及國際運動賽事復辦，也帶動民眾此項目的運動消費支出，我國民眾「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」之比例逐年提升，其中，「20-49 歲」民眾為主要消費族群。



(三) 運動裝備消費支出

1. 20-49 歲民眾運動裝備消費支出比例較高

在運動裝備消費支出方面，111 年民眾購買「運動服」的比例最高，其中，以 30-49 歲民眾為主要消費族群；而「運動鞋」及「運動穿戴裝置」皆以「40-49 歲」民眾消費占比最高；在「購買及維修運動用品與器材」方面，則以「20-49 歲」民眾為主；而「20-39 歲」民眾為「運動軟體產品」主要消費族群。

(四) 電競消費支出

1. 電競主要消費族群為男性、學生、13-29 歲民眾

111 年電競消費支出總額為 9.3 億元，其中「硬體設備」支出總額最高為 6.2 億元，其次為軟體產品，約 3.0 億元。而「男性」、「13-19 歲」、「20-29 歲」、「學生」民眾，較有電競相關消費支出

二、性別差異分析

(一) 男性為運動場館消費主力，女性則較偏好運動課程

在參與性運動方面，可發現男性有「入場費、會員費、場地設備出租費」(35.7%)、「參加運動比賽衍生費」(9.4%)及「運動社團費」(9.3%)消費支出的比例較高，而女性則在「運動課程費」(17.1%)的消費支出比例較高。

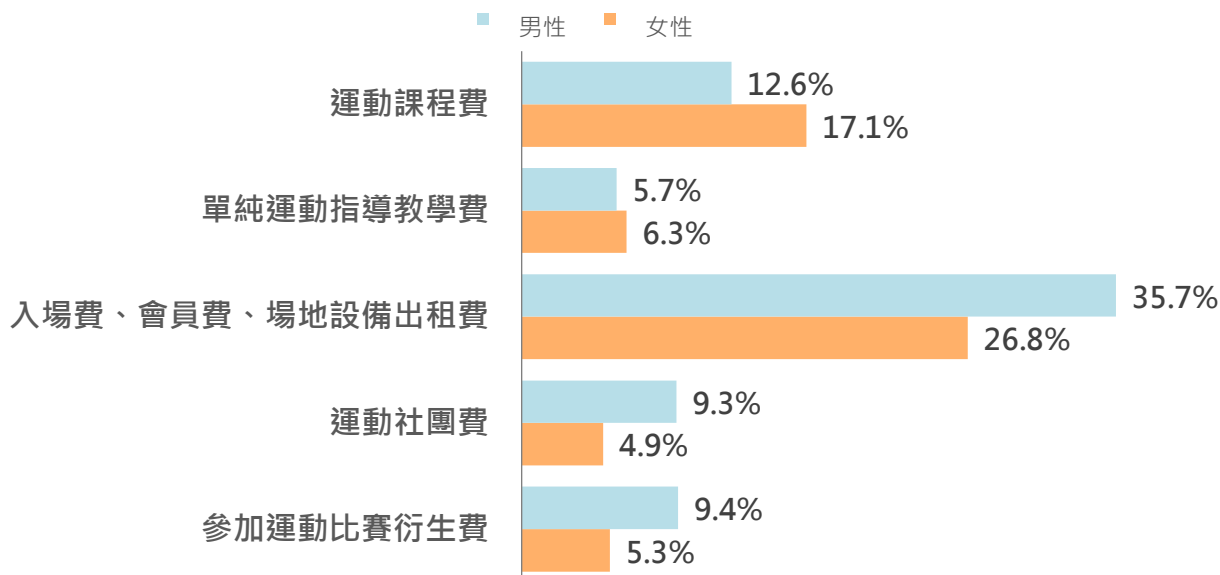


圖 6-1 不同性別參與性運動消費支出情形

從消費支出總額來看，男性在「入場費、會員費、場地設備出租費」(48.8 億元) 的消費支出總額最高，而女性消費支出總額最高的項目則為「運動課程費」(68.5 億元)。

近年女性運動參與風氣有所提升，為讓更多女性能夠在工作、照顧家庭之餘，培養規律運動習慣，考量女性為運動課程消費之主力，因此，未來相關單位及業者可依據女性之運動需求及偏好，進行適宜的課程內容規劃，進而提升女性參與運動之興趣。

(二) 男性為運動賽事門票及運動媒體主要消費族群

男性有買票看運動比賽之比例為 12.9%，較女性（6.2%）來得高；從總額來看，男性購買運動賽事門票之消費支出總額（6.0 億元），較女性（2.6 億元）來得高。

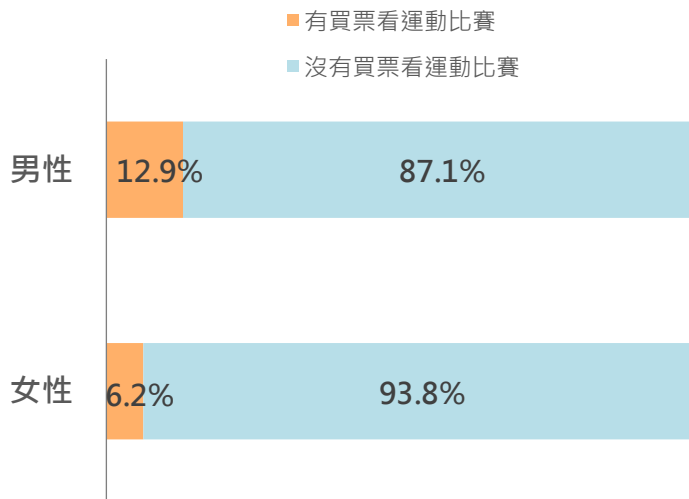


圖 6-2 不同性別買票看運動比賽情形

在購買、付費訂閱媒體方面，亦以男性有消費支出的比例較高，其中，又以「為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視」（11.7%），較女性（5.5%）高出較多；從總額觀之，可發現男性在運動媒體之消費支出總額（23.7 億元），較女性（12.1 億元）來得高。

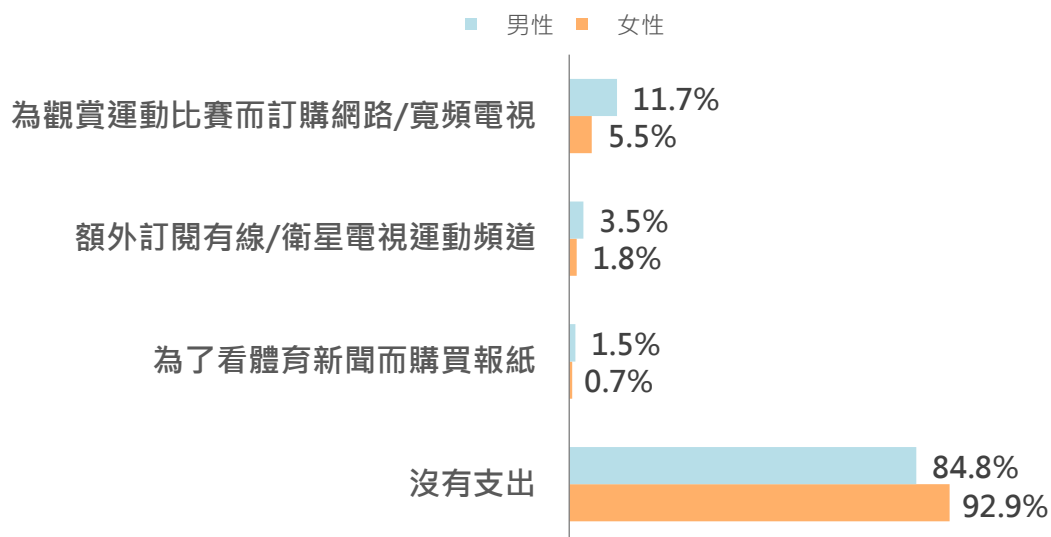


圖 6-3 不同性別購買、付費訂閱媒體觀賞運動之情形

綜上可知，男性為運動比賽門票、運動媒體之消費主力，而近年來也越來越多球團、籃球聯盟等，積極開拓女性球迷市場，像是中信兄弟即專為女性球迷舉辦「Sisters We Love 棒球女孩日」，推出周邊商品及一系列活動，如塔羅牌占卜、美甲編髮服務等，以吸引女性球迷之目光。

根據往年我國民眾運動消費支出調查結果發現，女性較少進場觀賞運動比賽之主要原因為缺乏觀看比賽熱忱及沒有他人陪伴，故進場觀賞運動比賽的意願較低。因此，未來若想要增進女性買票觀賞運動比賽之意願，除了可邀請女性較愛好之球星、明星等出席賽事之外，也可規劃兩人同行優惠票價、揪團觀賞運動比賽等活動，並推出能吸引女性目光之周邊商品，以引起女性對觀賞運動賽事之興趣。

(三)運動服及運動鞋為民眾較常支出項目，男性為運動用品與器材消費主力

在運動裝備消費支出方面，可發現男性及女性皆以「運動服」及「運動鞋」為主要消費支出項目，而男性在「運動服」(36.4%)及「運動用品與器材」(22.2%)的消費支出比例又明顯較女性高。

從總額來看，男性在「運動用品與器材」(157.7 億元)之消費支出總額最高，其次則為「運動服」(149.7 億元)；而女性則以「運動服」(123.5 億元)之消費支出總額最高，其次則為「運動用品與器材」(80.2 億元)。

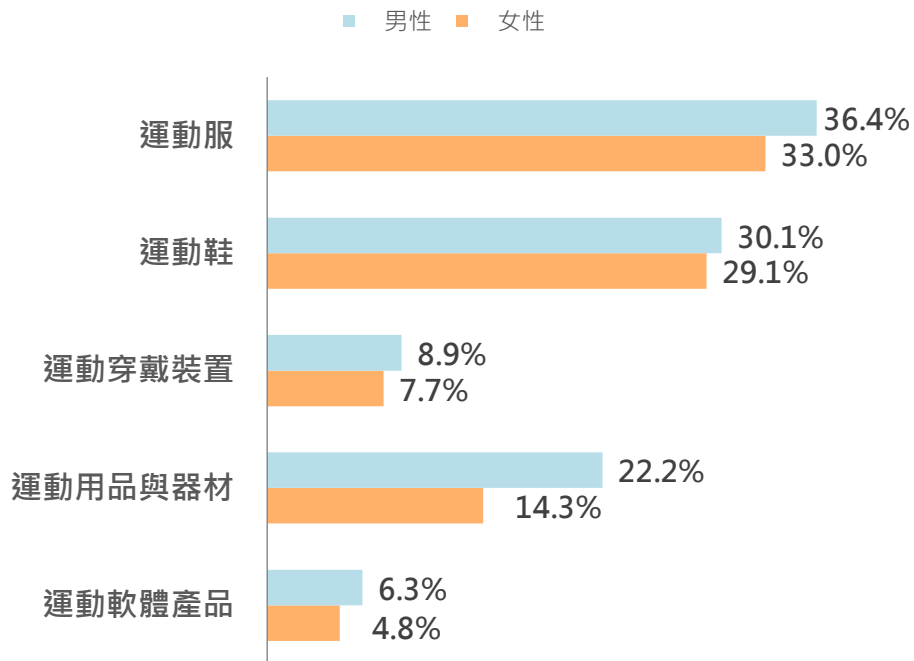


圖 6-4 不同性別運動裝備消費支出情形

柒、焦點團體座談會分析

109 年新冠肺炎疫情肆虐全球，我國在 110 年 5 月全國疫情警戒至第三級，民眾運動習慣及型態也因防疫規範有所轉變，疫情更催生運動科技迅速發展，為消費者創造居家運動之可能性，帶來更創新、多元的運動服務體驗。因此，本研究藉由焦點團體座談會，探究在後疫情時代下，民眾運動消費行為及型態之轉變、運動科技服務使用情形，以及對於政府推動民眾運動消費支出之意見與建議，以做為未來政府及業者發展運動科技設備與服務之參酌。

一、運動現況與習慣

(一) 場館交通便利性為消費者考量因素，特色運動場館能吸引目光

由本次焦點團體座談會可知，消費者選擇運動場館之考量因素為交通便利性，大多會優先選擇鄰近工作場所或住家之運動場館，以減少往來通勤的時間。

而消費者也表示目前部分連鎖健身房的會員能各館通用，可視自己的行程及所在地點，搜尋周邊是否有健身房使用，不需在固定、同樣的地點健身房運動，對消費者來說相當方便。有消費者表示具特色的運動場館也能吸引前往，像是相對國民運動中心的攀岩館，私人攀岩館可攀爬的路線種類較多、有趣。

綜上可知，場館離住家或工作場所之遠近，為民眾在選擇運動場館的重要考量之一，而部分連鎖健身房主打可各館通用，也受到消費者之青睞，當運動場館的設施具特色、特殊性的話，有機會吸引民眾的目光。

(二) 國民運動中心健身房收費實惠，可再加強器材數量、環境清潔及空氣品質

進一步瞭解消費者對國民運動中心及私人健身房之看法，首先，在收費方面，可發現多數消費者肯定運動中心的健身房收費較便宜，但因價格較優惠，使用的人也相對多，熱門時段等候器材的時間較久，實際鍛鍊的時間不多就超過時間，因此，有些消費者認為私人健身房是採用月費收費，換算下來比運動中心划算，且前往運動的次數越多越划算。

在環境方面，消費者則認為國民運動中心的健身房空間寬敞度較私人健身房小，也因此提供的運動器材數量少，相對地，私人健身房空間寬敞，運動器材也比較多。此外，國民運動中心健身房在環境及器材清潔表現也較不足。

而消費者反映曾經使用過國民運動中心健身房，室內通風較不足、冷氣不強，當使用者人數變多的時候，健身房的空間品質就會變差，進而影響整體服務感受。

整體來說，多數消費者肯定國民運動中心健身房的收費實惠，然而，仍有地方可再加強，像是等候運動器材的時間較久、運動器材數量較少，此外，消費者也認為可再多加環境清潔度及空間品質。

二、新冠肺炎疫情對運動消費之影響

(一) 疫情期間，原有運動習慣者多從事戶外運動；線上課程接受度提升，消費者添購運動器材，打造居家健身房

新冠肺炎期間由於場館並未開放，因此，部分消費者會選擇從事跑步、騎自行車等戶外運動；除此之外，也有部分消費者購買線上直播課程上課，以及購買運動器材，例如：自行車訓練台、啞鈴、彈力繩等，將家裡打造成居家健身房，以維持運動習慣。

而對於原先較無運動習慣的民眾來說，因為疫情待在家的時間增加，故也開始利用行動裝置上的運動軟體進行運動。在新冠肺炎期間，血氧濃度數值為民眾觀測自身健康狀況的重要指標，有消費者即表示為了掌握自身血氧值，特別購買運動穿戴裝置。

綜上可知，對原先已有運動習慣的消費者而言，在新冠肺炎期間，仍會維持運動習慣，主要改採從事戶外運動，以減少與他人接觸機會，而疫情也帶動我國民眾在運動課程、運動用品器材及運動穿戴裝置等運動消費支出，原先無運動習慣的消費者，也願意投入運動行列。

(二) 居家觀看線上運動課程，較易偷懶、擔心影響鄰居

在疫情期間有觀看線上直播課程及教學影片的消費者，表示可以邊看影片邊運動，但觀看直播課程能跟老師互動，比預錄好的教學影片更有趣，且直播課程需要固定時間上線，會督促自己運動，較不會偷懶。

除此之外，由於上實體運動課程有其他學員陪伴，所以運動會更加賣力，但因為在家裡只有自己一個人，就會有偷懶的情形發生。隨著疫情趨緩後，消費者也表示會繼續觀看線上運動課程的意願較低，認為家裡的環境仍較不適合運動，擔心會打擾到鄰居生活。

綜上可知，雖然可藉由觀看線上運動課程在家運動，但由於不像實體課程，學員之間可以互相激勵、學習，在家運動容易會偷懶，對自己要求變低，且也會有影響鄰居安寧的疑慮，因此，在疫情趨緩後，持續觀看線上課程運動之意願降低。

(三) 疫情趨緩，回歸原先運動習慣，進而增加運動消費支出

隨著新冠肺炎疫情趨緩，國內運動場館逐步開放，並放寬在室外空間需配戴口罩之規定，消費者亦重返以往運動習慣的懷抱，儘管在家能透過運動器材運動，像是利用自行車訓練台在家練騎，但與現場騎乘相比，臨場感仍有落差，故消費者還是較偏好在室外運動。

而疫情期間除了運動場館關閉，亦有部分山林步道進行出入管制，停止讓民眾進入，因此，待疫情趨緩後，消費者表示會報復性投入運動活動，使得在運動服、運動裝備及相關衍生的消費支出增加。

整體來說，新冠肺炎疫情趨緩後，消費者逐漸回歸原先以往運動生活，雖有運動器材能輔助在家運動，但仍傾向至戶外進行運動，因疫情被迫中止運動活動，在解封後，積極投入運動活動，進而提升個人運動消費支出。

(四) 疫情讓消費者願意嘗試不同運動項目，報復性從事戶外運動

在焦點團體座談會中，也進一步瞭解新冠肺炎疫情對民眾運動消費之影響，即有民眾表示確診過新冠肺炎後，症狀較為嚴重，儘管已轉為陰性仍持續咳嗽許久，對自身的運動表現有所影響。因此，原先較不喜愛跑步的民眾調整運動型態，重拾對跑步的樂趣，以增強肺活量。

除此之外，有民眾則提到因疫情的關係，長時間待在室內，因此，在疫情較為趨緩之後，更偏好從事戶外運動活動。

綜上可知，有民眾為改善確診後的身體狀況，進而嘗試原先較少進行的運動項目，而疫情嚴重的時候，待在家裡的時間久，疫情趨緩後，也使得民眾更加珍惜在戶外運動的機會。

三、運動科技服務使用情形

(一) 較多消費者曾體驗運動器材結合虛擬實境之服務，認為結合社群互動、競賽元素，可增加運動趣味性，吸引消費者參與

本次焦點團體座談會也進一步瞭解消費者運動科技服務的使用情形，消費者表示曾經在運動場館體驗過飛輪課程結合虛擬實境畫面，能模擬騎乘在戶外之情境；另外，運動器材也能捕捉學員之數據記錄，並即時呈現在螢幕畫面，可營造出競賽的效果。除此之外，也有消費者表示曾使用過飛輪、跑步機能同步記錄個人運動數據，並傳送至應用服務程式。

而部分愛好單車運動的消費者有購買智慧自行車訓練台在家使用，智慧自行車訓練台可結合螢幕畫面，呈現不同單車路線、賽道，也可連線與他人進行騎乘、對戰。然而，消費者表示運動器材所模擬出的虛擬實境畫面，較缺乏逼真度、質感，影響個人花費購買、解鎖更進階服務之意願。

若要提升消費者採用運動科技設備及服務之意願，則可結合社群互動、競賽之元素，像是飛輪、跑步機等運動器材，能透過網路連線，與其他使用者競賽，會提升參與運動之趣味性，吸引消費者參與。

整體來說，本次焦點團體座談會中，較多消費者體驗過之運動科技服務為運動器材結合虛擬實境畫面，儘管是在室內進行運動，也能體驗在戶外運動之風景及情境，並透過感測裝置，同步記錄個人運動數據，但虛擬實境畫面的逼真度仍有待加強，採用服務之感受會更佳；此外，運動科技設備及服務也可注入競賽元素，與其他使用者競賽，以增添運動之樂趣。

(二) 場館專屬 App、室內空氣品質監測、人流概況等，有助於提升運動服務體驗

近年來業者逐漸於運動場館內導入科技，開發運動場館專屬 App 即為其中之一，消費者對此服務予以肯定，認為能事先在 App 上購買入場門票、預約教練課程及獲得課程資訊等，相對方便許多。

除此之外，消費者表示以往在使用運動器材時，多是用人工抄寫自身運動狀況，例如運動組數及重量等，較不方便、麻煩，抑或是 InBody 測量結果報告不易保存，場館導入專屬 App 後，消費者即可在行動裝置上查詢個人運動數據及 InBody 測量結果等，方便許多，也減少人工及紙本成本。

對消費者而言，亦期望場館業者導入即時室內空氣品質監測、入場使用人數概況統計等，並與場館 App 結合，以便於評估是否要前往場館運動。

綜上可知，消費者肯定運動場館導入專屬 App，在行動裝置上即可購票及預約課程等，以及掌握個人運動數據，相當地方便，可做為業者未來增進場館服務之參考；考量到消費者會擔心場館人太多會影響運動品質，也可在 App 上提供室內空間品質監測、入場使用人數概況統計等資訊，讓消費者能事先評估是否前往健身房。

四、增加運動消費支出的方法

(一) 應持續加強民眾正確運動觀念及益處，臺灣選手在國際賽事優異表現、舉辦國內及國際運動賽事，有助提升運動風氣

在本次的焦點團體座談會，消費者提到若要增進運動消費支出，首要重點應先建立民眾正確的健康及運動觀念，尤其消費者提到樂齡族會認為運動不需花錢、到公園運動就足夠等，且當生理機能退化時，例如：駝背、無力、膝蓋退化等，寧願選擇攝取保健食品，而非增進肌力運動，缺乏對肌少症之認識。

提到我國近年運動風氣，消費者認為我國選手在國際賽事亮眼的成績表現，有助於帶動單項運動項目之興盛，像是戴姿穎國手的佳績帶動臺灣羽球人口；除此之外，國內及國際運動賽事的舉辦及轉播，例如：東京奧運及 SBL 超級籃球聯賽等，也能引起民眾投入運動之興趣。

整體來說，民眾的運動消費支出與運動風氣的關係環環相扣，消費者認為應優先針對大眾傳達正確的健康及運動觀念，說明肌少症會對身體所帶來的問題及危害。而近年來我國選手的優秀表現，以及各項運動賽事之辦理，對提升國內運動風氣也有正向幫助。

(二) 有他人陪伴及企業提倡，能吸引民眾投入運動行列

消費者認為有朋友、家人陪伴一同運動，可以互相激勵、交流，形成良好、正向之氛圍，更容易建立運動習慣，像是樂齡族因家中子女的邀約，而提升至健身房運動之意願。

除此之外，也可從企業端鼓勵員工運動，提出參與運動之誘因，當員工為了得到獎賞，即會更願意投入運動。

而有消費者也提到可透過健康檢查、InBody 檢測，協助民眾瞭解自身的身體狀況，當發現出現紅字異常時，較能促使其留意運動之重要性，有鑑於樂齡族可能對健康檢查較排斥，則可優先採用 InBody 檢測。

整體來說，若有朋友或家人一同運動，或是企業業者能帶頭鼓勵員工運動，輔以誘因，將有機會引起民眾運動之興趣，投入運動行列，另外，也可安排健康檢查、InBody 檢測，讓身體狀況不佳的民眾，瞭解運動是健康不可或缺的一部分。



(三) 可再增加樂齡課程數量及名額

在樂齡族運動方面，有消費者分享自身家人例子，認為目前國民運動中心針對較年長者所開設的優惠樂齡課程之措施相當不錯，參與課程的成員年齡相仿，運動較不會感到程度上的壓力，可看出家中長輩從不愛運動轉為愛上運動。

然而，通常國民運動中心開設的樂齡課程數量及名額皆相對較少，若沒報名到則又要再等下一期。

除此之外，年齡為 60 歲以上的消費者，也提到自己曾經去健身房的經驗，認為年長者的體能未必能承受健身教練所教授的訓練內容，且健身教練也未必清楚年長者可負荷的訓練強度，若能由年齡相仿的教練給予指導會較佳。

綜上所述，市面上要找到優惠且學員皆年齡相仿之樂齡族運動課程較不容易，故國民運動中心所開設的樂齡課程相當受歡迎，因此，未來可再增加樂齡課程數量及報名名額。而為降低樂齡族參與運動阻礙，業者亦可考慮聘僱較年長健身教練，較能同理及掌握樂齡族之體能及運動需求。



(四) 多辦理特色運動賽事及活動，並結合誘因，吸引民眾參與

在本次焦點團體座談會中，消費者認為國內有許多地方特色路跑，例如：田中馬拉松、日月潭環湖馬拉松等，每次皆吸引相當多的民眾參與，未來可再持續辦理更多具特色大型運動活動、賽事，以促進民眾運動消費。

此外，政府相關單位其實會推出運動相關活動，而當完成特定門檻或目標時，即可參加抽獎，舉例來說，交通部觀光署推出完成 16 條自行車路線之抽獎活動，消費者認為運動活動若能結合誘因、獎勵，有機會吸引到對單項運動項目有興趣的民眾參與。然而，建議參與門檻不宜太過艱難，避免有意參與的民眾因個人能力不足，而打消參與念頭。

有鑑於地方之特色賽事，往往能吸引各界民眾歡迎，未來可再持續推出具吸引力之大型運動賽事及活動，讓更多民眾共襄盛舉，而若要提升民眾參與意願，建議活動門檻可盡量親民、適合新手，並結合抽獎活動、贈品等獎勵，以吸引民眾目光。

捌、結論

一、新冠肺炎疫情趨緩，111 年我國民眾運動消費支出成長，達 1,005 億元

109 年新冠肺炎疫情在全球爆發，影響各國的運動消費支出甚鉅，反觀我國疫情控制得宜，疫情對我國的影響較小，109 年我國民眾運動消費支出總額為 949.5 億元。而 110 年我國疫情嚴峻，於 5 月中旬全國實施三級警戒，各類型運動場館需關閉，衝擊我國運動服務業，直至 7 月起才適度鬆綁各式防疫措施，110 年我國民眾運動消費支出總額衰退至 869.5 億元。

111 年隨著國內疫情趨緩，民眾逐步回歸正常的生活，重拾以往運動習慣，使得我國民眾運動消費支出總額增加至 1,005.2 億元，較 110 年成長 15.6%。

二、參與性運動消費支出總額成長最多，達 30.7%

進一步從此次調查的運動消費支出項目來看，參與性運動消費支出總額為 301.0 億元，運動賽事及媒體消費支出總額為 51.1 億元，運動裝備消費支出總額為 643.7 億元，電競消費支出總額為 9.3 億元。

觀察各運動消費支出項目之消長情形，可發現各運動消費支出項目總額皆較 110 年成長，其中，由於 111 年各類型運動場館開放，公眾集會活動人數限制鬆綁，多數運動活動漸重啟，故參與性運動消費支出成長幅度最大，由 110 年的 230.4 億元，增加至 111 年的 301.0 億元，成長 30.7%。而進一步分析可發現，在參與性運動項目中，運動課程及單純運動指導教學的消費主力為女性、30~49 歲民眾；運動場館的主要消費族群則為男性、20~39 歲民眾；而在運動社團的消費支出比例上，則以男性、40-49 歲民眾較高；在運動比賽相關衍生費用支出方面，則以男性、40-49 歲民眾較高。

另外，在運動賽事及媒體消費支出方面，則從 110 年的 43.6 億元增加至 51.1 億元，成長 17.1%；其中，男性、20~39 歲民眾為運動賽事門票的主要消費族群，而 20~49 歲民眾則較會付費訂閱網路、寬頻電視來觀賞運動比賽。

而運動裝備消費支出則由 110 年的 586.9 億元增加至 643.7 億元，成長 9.7%，其中男性、20~49 歲民眾在運動裝備消費支出的比例較高；電競部分，則由 110 年的 8.6 億元增加至 9.3 億元，成長 8.3%，主要的消費族群為男性、13~29 歲民眾。

除此之外，110 年運動彩券銷售額為 466.3 億元，而 111 年由於國內及國際多項運動賽事恢復舉辦，加上卡達世界盃足球賽加持，及運動網路投注銷售的提升等原因，使得運彩銷售額突破至 602.1 億元，成長 29.1%。

三、近二成五民眾在 111 年度增加運動消費支出

本次調查詢問民眾在 111 年的運動消費支出金額，與 110 年相比為增加，持平或是減少。調查結果顯示，有 24.6% 的民眾表示「增加」，67.2% 的民眾為「持平」，表示「減少」的民眾占 8.1%。由此可知，多數民眾在 111 年的運動消費支出金額未有太多變化，但仍有近二成五的民眾有增加運動消費支出。

Q. 整體而言，您在 111 年的運動消費金額，與 110 年相比是增加、持平或減少？大約多少比例？

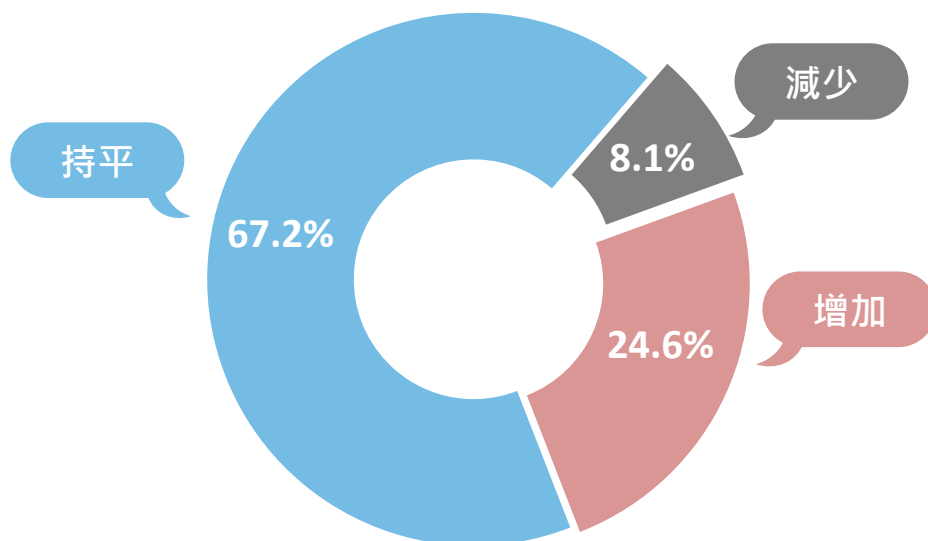


圖 8-1 111 年與 110 年運動消費金額之比較

四、疫情期間，民眾透過戶外運動、線上課程、打造居家健身房等方式來維持運動習慣

在本次的焦點團體座談會發現，新冠肺炎疫情期間由於運動場館關閉之故，部份民眾選擇從事跑步、騎自行車等戶外運動。此外，民眾對於線上課程的接受度也因疫情而有所增加，部份民眾會付費購買線上課程，透過運動教學課程或觀看教練的線上直播，跟著教練一起做運動；另外，也有民眾藉由購買運動器材，例如：自行車訓練台、啞鈴、彈力繩等，將家裡打造成居家健身房，以維持運動習慣。

而對於民眾而言，雖然可以在家做運動，但線上課程不像實體課程，學員間可互相激勵、學習；此外，也會擔心因家裡環境關係，打擾鄰居生活。

五、疫情趨緩後，民眾漸回歸原本運動習慣，偏好參與實體運動課程

隨著新冠肺炎疫情趨緩，運動場館逐步開放，並放寬在室外空間需配戴口罩之規定。焦點團體座談會中民眾也表示，儘管能在家透過運動器材運動，例如利用自行車訓練台在家練騎，但仍與現場的臨場感有落差，因此在疫情趨緩後，仍偏好恢復原本的室外運動方式。

而在疫情期間觀看線上課程運動的民眾，在疫情趨緩後也回歸原本的實體運動課程，較喜愛實際與教練互動，有學員一起訓練、互相激勵的上課方式。除此之外，也有民眾提及，因疫情關係，長時間待在室內，因此疫情趨緩後，更偏好戶外運動。

六、民眾肯定運動科技，認為有助於提升運動服務體驗

在焦點團體座談會中，有民眾肯定運動場館業者導入場館專屬 App，能藉此購買入場門票、預約課程等，在使用運動器材時，個人運動數據亦能同步記錄於 App，讓人感到便利，也可減少人力時間及成本。民眾也期待運動場館能提供像室內空氣品質監測、入場人流概況等資訊，認為有助於提升運動服務體驗。

除此之外，民眾分享自身曾使用過飛輪及跑步機結合虛擬實境之經驗，認為能模擬實際在不同場地騎乘或跑步的情形，讓人感到新奇、有趣。而為增進民眾採用運動科技服務意願，建議運動科技或服務可結合社群互動、競賽元素，將能吸引民眾目光。

七、選手在國際賽場的優秀表現有助於提升運動風氣； 藉由企業提倡、樂齡課程推廣、舉辦特色運動賽事等促進民眾運動消費

針對增加運動消費支出的建議部份，參與本次焦點團體座談會的民眾提到，近年來我國選手在國際賽事的亮眼表現，有助於帶動單項運動項目之成長，例如男女羽球國手在國際賽場的佳績，即刺激羽球人口的成長，帶動運動風氣。

此外，民眾也認為，可透過企業端鼓勵員工運動，提出參與運動之誘因，有機會引起上班族群投入運動之興趣；另可透過樂齡課程的推廣，例如增加樂齡課程數量、名額，並聘請適當的教練來降低樂齡族參與運動之阻礙，以吸引樂齡族願意參與運動課程，培養正確的運動觀念。另外，民眾亦認為國內許多結合地方特色的運動賽事，常吸引許多民眾參與，因此未來可持續舉辦具特色之運動賽事及活動，以促進民眾參與意願。

玖、建議

在本次研究中，藉由量化問卷調查掌握我國民眾運動消費趨勢，以及新冠肺炎疫情對我國民眾運動消費行為之影響；另外，此次亦透過焦點團體座談會瞭解消費者疫情前後運動消費之變化，及運動科技服務之使用經驗與看法。以下綜整本次量化及質化研究結果，提出相關建議。

一、111 年我國民眾運動消費支出增加，持續促進國人運動風氣

109 年新冠肺炎疫情在國際間蔓延，為緩解疫情對國內運動產業之影響，教育部體育署自 109 年 3 月起，即陸續辦理運動產業紓困方案，針對營運困難之運動產業給予補貼。有鑑於國際及國內運動賽事受疫情影響，無法舉辦或延期，教育部體育署於 109 年也核定啟動「運動彩券緊急應變計畫」，包含增加未因疫情停賽之賽事納入投注標的、強化投注玩法及動支責任準備金以提高獎支率等。

在刺激民眾運動消費支出方面，教育部體育署也推出運動消費抵用方案，發放 400 萬份面額 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，適用範圍為「做運動」、「看比賽」及「添裝備」等運動產業。

110 年我國疫情升溫，許多運動活動被迫停辦或延期，教育部體育署為讓民眾在家防疫期間仍可維持運動習慣，招募國民體適能指導員在「i 運動」粉絲專頁，進行 i 運動線上教練課，同時，也邀請奧運國手、網紅及藝人等，在線上與民眾一起居家運動。

除此之外，110 年為配合行政院振興五倍券措施，教育部體育署又推出「動滋券 2.0」，發放 200 萬份面額 500 元的動滋券，使用期間為 110 年 11 月 1 日至 111 年 8 月 31 日，適用範圍則聚焦在「做運動」



及「看比賽」之運動產業。為鼓勵民眾盡快將動滋券抵用完畢，教育部體育署又加碼推出「抵用完畢，加碼兩百」方案，分別針對在 111 年 4 月 30 日前及 5 月 31 日前將動滋券全數抵用完畢者，額外加碼 200 元動滋券，加碼券共發放 100 萬份。

直至 111 年疫情才逐漸趨緩，各類型運動場館開放，教育部體育署再加碼推出 1,000 元動滋健身券，共 30 萬份，適用於需接種三劑疫苗方能進入之健身房，如國民運動中心、對外經營學校健身房等。

根據本次調查推估 111 年我國民眾運動消費支出總額為 1,005.2 億元，相較於 110 年的 869.5 億元，成長 15.6%。從運動消費支出項目來看，可發現以參與性運動消費支出總額成長最多，較 110 年增加 30.7%，其中，因室內外運動場館的開放，民眾得以重返運動活動，故在單純運動指導教學費及運動場館費的消費支出總額成長幅度較大。

有鑑於新冠肺炎疫情對於我國運動產業衝擊甚大，為緩解運動產業損失，教育部體育署提出產業紓困振興相關工作，而隨著疫情趨緩，民眾也邁入疫後新生活，建議未來可持續再針對不同族群提供運動服務，以促進民眾培養運動習慣，進而增加運動消費支出。

例如針對 30~49 歲的族群，由於多為上班族，因此可從企業端著手，由企業出發鼓勵員工做運動；針對樂齡族，則應該協助其降低運動的阻礙，提供友善運動環境，增加其至運動場館運動、參與運動課程的意願，以建立正確的運動觀念。而為吸引民眾投入不同的運動項目，則可持續培養優秀的運動員，經由他們在國際賽事的優秀表現，帶動民眾的運動風氣；亦可推動具地方特色的大型運動賽事或活動，吸引民眾參與，同時促進地方觀光。



二、推廣運動企業認證，提供業界案例分享，以帶動職工運動風氣

根據 112 年運動現況調查結果可知，30~49 歲民眾規律運動比例較低，然而，30~49 歲民眾卻為運動消費之主力，在運動課程費及運動指導教學費的消費支出總額皆較高，此外，30~39 歲民眾又為運動場館費主要消費族群，40~49 歲民眾在運動社團費及參加運動比賽衍生費的消費支出總額則較其他年齡層民眾來得高。

有鑑於 30~49 歲民眾屬中壯年族群，沒有運動之主要原因為工作緣故，而有家庭者，又因忙於照料小孩，能夠自行運用的時間相對較少，難以維持規律運動習慣。為促使此年齡層族群願意投入運動行列，進而提升運動消費相關支出，除了可再持續推出更多元親子運動方案，亦可參考新加坡政府之作法，由新加坡體育協會推動「活躍父母」(Active Parents)，提供雙親如何帶領家中孩子進行運動活動之操作指示及活動資訊，由政府端推廣親子運動。

而在質化研究方面，有消費者認為可由企業端鼓勵員工參與運動，由於教育部體育署長期以來推廣運動企業認證活動，除此之外，媒合企業聘用運動指導員補助方案，故建議未來可再持續宣傳，讓更多企業加入，規劃運動及相關之員工福利，帶動職工運動風氣與職場活力。參考日本近年來推出的「Sports Yell Company」計畫，與我國運動企業認證活動相似，其會將各企業推動員工運動之措施及作法揭載，以供各界參考，也可做為我國相關單位之參酌。



三、推廣樂齡課程，打造友善運動環境，強化樂齡族正確運動觀念

由歷年量化調查結果可發現，60~69 歲及 70~79 歲民眾相對較少運動消費支出；而在質化研究方面，有消費者反映樂齡族會認為運動不需花錢、公園運動即足夠等想法，積極攝取營養保健食品，而忽略肌力訓練的重要性；從 112 年運動現況調查結果也可知，超過七成的 60 歲以上民眾平常以散步、健走為主。

有鑑於我國在 2018 年轉為高齡社會，國發會推估在 2025 年即將邁入超高齡社會，樂齡族的健康議題更應格外重視。建議未來可持續向樂齡族宣導肌少症的徵兆及潛在風險，根據 112 年運動現況調查結果，60 歲以上樂齡族透過人際傳播、戶外媒體等管道接收運動消息之比例較其他年齡層高，故若要進行衛教宣導、樂齡課程學員招募及體適能檢測等，可優先採用樂齡族主要接收訊息之管道。

另外，在本次焦點團體座談會中，有消費者肯定樂齡族能經由國民運動中心開設的樂齡運動課程，能與年齡相仿的同學一起運動相當不錯，故考量樂齡族偏好與親朋好友一同運動，除了各縣市國民運動中心所開設之樂齡課程、公益課程之外，可再深入至里民活動中心、社區關懷據點等辦理更豐富的樂齡運動課程，供樂齡族參與，亦能實踐「在地老化、活躍老化」精神。

而在焦點團體座談會中，60 歲以上的消費者也提及有時健身教練所給予之訓練內容，長者未必能負荷，因此，在規劃課程內容時，應多傾聽樂齡族偏好，考量其運動能力，規劃合適的運動強度，以避免其運動傷害或身體無法負荷，而降低參與運動意願。



四、培養優秀運動員，提升民眾對於運動喜愛，帶動國人運動風氣

國際性的運動賽事，總是備受國人矚目，而臺灣國手在國際賽事的優異表現，不僅能夠提升國際能見度，對於凝聚國民的向心力也有正面影響。

而本次焦點團體座談會中，受訪者也認為臺灣選手在國際賽場的卓越表現，不但可吸引觀賞性運動迷，也有助於提升民眾對運動的喜愛，同時帶動國人運動風氣。例如東京奧運金牌組合「麟洋配」的王齊麟與李洋、戴資穎衛冕球后紀錄超過 200 週、周天成征戰獲獎無數等羽球選手在國際賽事的優異成績，確實掀起一股羽球風潮，顯示選手傑出的運動表現，也是帶動國人參與運動的因素之一。

近年教育部體育署致力於培育優秀運動選手參加國際運動賽會取得佳績，在 2020 年的東京奧運會更獲得 2 金 4 銀 6 銅的歷屆最佳成績，建議未來仍應持續投資培養優秀運動人才，期盼民眾在優秀選手傑出表現的影響下，進而提升參與運動的意願，促進國人運動風氣。



五、結合地方特色辦理大型運動活動，促進運動觀光

根據歷年量化調查結果，我國民眾參加運動比賽衍生之消費支出逐年成長，109年至110年間雖受到新冠肺炎疫情衝擊，多數運動賽事取消或延期辦理，使得109年我國民眾參加運動比賽衍生消費支出總額減少至56.4億元，110年則為45.0億元，但隨著疫情趨緩，各項運動賽事回溫，帶動民眾此部分之運動消費支出，111年回升至60.7億元，其中，40~49歲民眾為參加運動比賽衍生費的消費主力。

在本次焦點團體座談會，消費者表示疫情解封後，偏好進行戶外運動，而大型且具特色的運動比賽能引起參與興趣。目前國內已有多項知名運動賽事，例如：新北萬金石馬拉松、台北馬拉松及田中馬拉松等，每次皆吸引許多各界跑者參加。建議未來可持續挖掘國內各地文化特色，將運動與之結合，規劃大型運動賽事及活動，期增進民眾參與運動意願，也能促進地方觀光體驗。



六、鼓勵運動服務與科技結合，帶來更良好消費者體驗

近年來運動產業科技化已漸成為全球發展趨勢，在新冠肺炎疫情肆虐期間，改變民眾生活型態，而在疫情的助瀾下，也促使運動科技之蓬勃發展。根據近年量化調查結果可知，我國民眾在運動穿戴裝置之運動消費支出總額皆逐年成長；在本次焦點團體座談會也發現，消費者對智慧運動場館所帶來之便利性給予肯定。

儘管邁入後疫情時代，但運動與科技結合勢必將更密不可分，而我國政府對此也相當重視，110 年行政院科技會報辦公室舉辦「台灣運動 x 科技產業策略 (SRB) 會議」透過跨部會討論，擬定未來執行策略，111 年提出「台灣運動 x 科技行動計畫」，並以 Sports Everywhere 為願景，期能帶動國人運動風氣。

有鑒於此，未來可持續整合相關單位資源，進行跨領域合作，並促進落實場域及市場驗證，實際導入運動場館、賽事、運動用品及器材等，帶給民眾更嶄新之運動服務體驗。

例如，我國的工業技術研究院研發的 ToF 訓練機台感測器技術，以紅外線偵測重訓器材，當民眾在使用重訓器材時，可記錄其操作次數、間隔時間等，且連結 App 即可觀看數據；而「高擬真虛實互動模擬系統」，搭配地形地貌變動模擬真實場景，以增進打球臨場感 (工業技術研究院，2023)，皆為透過運動科技來創造新的服務體驗。



圖 8-2 工研院「高擬真虛實互動模擬系統」



除此之外，近年來亦陸續有運動場館業者與運動器材業者合作，規劃智慧飛輪相關課程；也有軟體業者因應室內騎乘、跑步機及單車訓練台等室內運動的增加，投入軟體研發，包括 Zwift、Rouvy、WhiizU 等軟體，只要透過與運動器材或智慧裝置等硬體連線，就可以讓消費者可不受天氣及地形限制，在室內沉浸式體驗不同之公路自行車路線、虛擬跑步，也可進行線上團體競賽、線上課表的訓練。

而在本次焦點團體座談會中，消費者即表示沉浸式飛輪課程讓人有不同以往體驗，而場館專屬 App 讓人感到方便，可減少人工預約、付費等之流程。因此，未來不同領域的業者可再持續瞭解消費者需求及痛點，發掘運動服務與科技結合之機會，創造不同以往的經營模式。



參考文獻

万世成、袁婷、曹树霞、李凌宇 (2022年8月2日)。人民爱健身发布《2022国民健身趋势报告》。人民网。檢自：

<http://health.people.com.cn/n1/2022/0802/c14739-32491985.html>

工業技術研究院 (2023)。經濟部攜手體育署 推動運動科技新浪潮
工研院智慧高爾夫、戶外騎乘模擬技術 訓練優化嘉惠全民。
檢自：

https://www.itri.org.tw/ListStyle.aspx?DisplayStyle=01_content&SiteID=1&MmmID=1036276263153520257&MGID=112122210361292366

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2022)。2022年スポーツマーケティング基礎調査。檢自：

<https://www.murc.jp/sportsmarketing/>

大型體育活動事務委員會 (2023)。大型體育活動事務委員簡介。檢自：

<https://www.mevents.org.hk/tc/about.php>

文化體育及旅遊局 (2022a)。歡迎詞。檢自：

<https://www.cstb.gov.hk/tc/about-us/welcome-message.html>

文化體育及旅遊局 (2022c)。體育普及化。檢自：

<https://www.cstb.gov.hk/tc/policies/sports-and-recreation/sports-policy/promoting-sports-in-community.html>

文化體育及旅遊局 (2023b)。體育政策。檢自：

<https://www.cstb.gov.hk/tc/policies/sports-and-recreation/sports-policy.html>

文化體育及旅遊局 (2023)。啟德體育園。檢自：

<https://www.cstb.gov.hk/tc/policies/sports-and-recreation/kai-tak-sports-park.html>

文部科学省スポーツ庁 (2021)。オリパラ・レガシー！スポーツ×地方創生、まちづくり！。檢自：

<https://sports.go.jp/tag/country/post-71.html>

文部科学省スポーツ庁 (2022a)。スポーツの実施状況等に関する世論調査。檢自：

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/toukei/chousa04/sports/1402342.htm

文部科学省スポーツ庁 (2022b)。第3期スポーツ基本計画。檢自：



https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop01/list/1372413_00001.htm

文部科学省スポーツ庁 (2023a)。Sport in Life プロジェクト。檢自：

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop05/list/1396542_00001.htm

文部科学省スポーツ庁 (2023b)。令和5年度から休日の部活動の地域連携・地域移行が始まります。檢自：

<https://sports.go.jp/tag/policy/5.html>

立法會 (2022)。研究政府架構重組方案及相關事宜小組委員會報告。檢自：

<https://www.legco.gov.hk/yr2022/chinese/hc/papers/hc20220527cb2-430-c.pdf>

呂桂花 (2015)。日本在校運動實施現況--運動部活動。國民體育季刊，21-25+99。

体育总局办公厅 (2022年03月07日)。体育总局办公厅关于印发《2022年群众体育工作要点》的通知。檢自：

<https://www.sport.gov.cn/gdnps/content.jsp?id=24092687>

张小可 (2022年3月3日)。冬奥助推冰雪产业驶入快车道。中国体育报，第07版。檢自：

http://www.chinasportsdaily.cn/tyb/html/2022-03/03/content_116883_14555259.htm

国家统计局 (2023)。2022年居民收入和消费支出情况。

https://www.gov.cn/xinwen/2023-01/17/content_5737487.htm

林房儻 (2010)。美國運動產業產值分析與產業發展相關策略暨條例。各國運動產業產值與租稅優惠政策研討會 (頁1-53)。臺北市：行政院體育委員會。

林劍 (2023年8月7日)。首个体育宣传周今日启动。中国体育报，第01版。檢自：

http://www.chinasportsdaily.cn/tyb/html/2023-08/07/content_116877_16398384.htm

胡幼慧 (1996)。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》。臺北：巨流。

香港行政長官 (2022)。2022年度香港行政長官施政報告。檢自：

<https://www.policyaddress.gov.hk/2022/public/pdf/measure/Policy-Measures-full-tc.pdf>

香港政府統計處 (2021)。2019/20年住戶開支統計調查及重訂消費



- 物價指數基期。檢自：
<https://www.censtatd.gov.hk/tc/EIndexbySubject.html?pcode=B1060003&scode=290>
- 康樂及文化事務署 (2022)。全民運動日 2022。檢自：
<https://www.lcsd.gov.hk/tc/sfad/2022/index.html>
- 康樂及文化事務署 (2023a)。城市運動。檢自：
<https://www.lcsd.gov.hk/tc/USP/index.html>
- 康樂及文化事務署 (2023b)。2021 年全港社區體質調查。檢自：
https://www.lcsd.gov.hk/tc/healthy/physical_fitness_test_2021/index.html
- 陳鴻嘉 (2019)。〈成本考量下雙底冊電話調查的樣本配置〉，《選舉研究》，26(1)：31-56。
- 洪永泰 (2021)。〈雙底冊電話調查的估計成效評估：以選前調查為例〉，《選舉研究》28(2)：95-125。
- 群众体育司 (2023)。赛事分析 | 透过这场超 56 亿次曝光的“全民健身线上运动会”看线上运动发展趋势。檢自：
<https://www.sport.gov.cn/n4/n25393192/n25393461/c25469682/content.html>
- 대한민국 정책브리핑 (2021)。“다시 일상으로”...소비할인권 7종을 한눈에! Retrieved from
<https://www.korea.kr/news/visualNewsView.do?newsId=148895030>
- 문화체육관광부 (2022a)。2022 년 문화체육관광부 업무계획。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=2022_PLANWORKS.pdf&rs=/attachFiles/viewer/result/document/
- 문화체육관광부 (2022b)。스포츠클럽법 시행으로 누구나 일상에서 스포츠를 즐길 수 있는 환경 만든다。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=19541
- 문화체육관광부 (2022c)。민간 실내체육시설 소비할인권, 56 만 명 지원。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=19345
- 문화체육관광부 (2023)。2022 국민생활체육조사。Retrieved from
https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1691&pDataCD=0417000000&pType=



參考文獻

- 문화체육관광부 (2024) . 2022 체육백서 . Retrieved from http://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1827&pDataCD=0417000000
- 통계청 (2023) . KOSIS 국가통계포털 . Retrieved from <https://kosis.kr/index/index.do>
- Australian Bureau of Statistics (2023). Australian National Accounts: National Income, Expenditure and Product Retrieved from <https://www.abs.gov.au/statistics/economy/national-accounts/australian-national-accounts-national-income-expenditure-and-product/latest-release#data-downloads>
- Australian Institute of Health and Welfare (2023). National Sports Injury Data Strategy Retrieved from <https://www.aihw.gov.au/reports/sports-injury/national-sports-injury-data-strategy/contents/summary>
- Australian Sports Commission (2021). Ongoing impact of COVID-19 on sport and physical activity participation Retrieved from <https://www.clearinghouseforsport.gov.au/research/ausplay/results>
- Australian Sports Commission (2022a). How Australians' participation in sport and physical activity is adapting to COVID-normal Retrieved from https://www.clearinghouseforsport.gov.au/_data/assets/pdf_file/0010/1060399/Ausplay-COVID-update-July-2022.pdf
- Australian Sports Commission (2022b). Participation Growth Funding Investment Guidelines Retrieved from https://www.sportaus.gov.au/_data/assets/pdf_file/0008/1049921/Participation-Growth-Funding-Investment-Guidelines-2022-23.pdf
- Australian Sports Commission (2023a). National data tables - January 2022 to December 2022 Retrieved from <https://www.clearinghouseforsport.gov.au/research/ausplay/results>
- Australian Sports Commission (2023b). Sporting Schools Retrieved from <https://www.sportaus.gov.au/schools>
- Australian Sports Commission (2023c). Australian Sport Learning Centre Retrieved from <https://www.sportaus.gov.au/learning-centre>
- Australian Sports Commission (2023d). Club Development Retrieved from <https://www.sportaus.gov.au/club-development>
- KSPO (2023) . 국민체력 100 . Retrieved from <https://nfa.kspo.or.kr/main.kspo>



- McKinsey Insights (2023). Sporting goods 2023: The need for resilience in a world in disarray Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/sporting-goods-2023-the-need-for-resilience-in-a-world-in-disarray>
- NPD (2023). 44% of Americans place more focus on health and wellness, than before the pandemic Retrieved from <https://www.npd.com/news/press-releases/2022/heightened-focus-on-health-and-wellness-reshaping-apparel-footwear-and-sporting-goods-markets-says-npd%ef%bf%bc/>
- Office of Disease Prevention and Health Promotion (2020). Healthy People Retrieved from <https://health.gov/healthypeople/>
- Office of Disease Prevention and Health Promotion (2024). Our Work Retrieved from <https://health.gov/our-work/>
- Office for National Statistics (2022). User guide to consumer trends Retrieved from <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/satelliteaccounts/methodologies/consumertrendsuk>
- Office for National Statistics (2023). Family spending in the UK: April 2021 to March 2022 Retrieved from <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/personalandhouseholdfinances/expenditure/bulletins/familyspendingintheuk/april2021tomarch2022>
- Sport England (2021a). Uniting the Movement. Retrieved from https://sportengland-production-files.s3.eu-west-2.amazonaws.com/s3fs-public/2021-02/Sport%20England%20-%20Uniting%20the%20Movement%27.pdf?VersionId=7JxbS7dw40CN0g21_dL4VM3F4P1YJ5RW
- Sport England (2021b). Implementing Uniting The Movement Years 2-4 2022-25. Retrieved from https://sportengland-production-files.s3.eu-west-2.amazonaws.com/s3fs-public/2021-12/Implementing%20Uniting%20The%20Movement%20Years%202-4%202022-25_1.pdf?VersionId=Lx.DwY.JWxokQoRCFa2cLfVqa1QVvLsn
- Sport England (2021c). We Are Undefeatable Retrieved from <https://www.sportengland.org/campaigns-and-our-work/we-are-undefeatable>
- Sport England (2023a). Active Lives Adult Survey November 2021-22 Report. Retrieved from <https://www.sportengland.org/research-and->



[data/data/active-lives/active-lives-data-tables#november-2021-22-22323*](https://www.thisgirlcan.co.uk/about/)

Sport England (2023b). OUR STORY SO FAR. Retrieved from <https://www.thisgirlcan.co.uk/about/>

Sport for development coalition (2023). Coalition members unite to support the #OpenGoal framework. Retrieved from <https://sportfordevelopmentcoalition.org/>

Sport Innovation Fan Lab Data (2021). The Fan Project Retrieved from <https://www.insidethegames.biz/media/file/208713/The+Fan+Project+Report.pdf/>

Sport Singapore (2022a). Annual Report 21/22 Retrieved from <https://www.sportsingapore.gov.sg/about-us/annual--reports>

Sport Singapore (2022b). National Sport Participation Survey 2015 – 2021 Retrieved from <https://www.activesgcircle.gov.sg/sportdexsg>

[Sport Singapore \(2023\). Sport Singapore COS 2023 Retrieved from https://www.activesgcircle.gov.sg/cos/2023](https://www.activesgcircle.gov.sg/cos/2023)

The U.S. Bureau of Economic Analysis (2023). Consumer Expenditure Surveys Retrieved from <https://www.bls.gov/cex/>

U.S. Bureau of Labor Statistics (2023). Consumer Expenditure Surveys Retrieved from <https://www.bls.gov/cex/data-overview.htm>

U.S. Department of Health and Human Services (2019). The National Youth Sports Strategy Retrieved from https://health.gov/sites/default/files/2019-10/National_Youth_Sports_Strategy.pdf





附錄一、問卷





111 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？

- (1) 13 歲以下 【終止訪問】
- (2) 13-19 歲
- (3) 20-29 歲
- (4) 30-39 歲
- (5) 40-49 歲
- (6) 50-59 歲
- (7) 60-69 歲
- (8) 70-79 歲
- (9) 80 歲以上 【終止訪問】

Q2. 請問您居住在哪一個縣市？

- (1) 基隆市
- (2) 臺北市
- (3) 新北市
- (4) 桃園市
- (5) 新竹市
- (6) 新竹縣
- (7) 苗栗縣
- (8) 臺中市
- (9) 彰化縣
- (10) 南投縣
- (11) 雲林縣
- (12) 嘉義市
- (13) 嘉義縣
- (14) 臺南市
- (15) 高雄市
- (16) 屏東縣
- (17) 臺東縣
- (18) 花蓮縣
- (19) 宜蘭縣
- (20) 澎湖縣
- (21) 金門縣
- (22) 連江縣



Q3. 請問您的戶籍在哪一個縣市？

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 基隆市 | <input type="checkbox"/> (12) 嘉義市 |
| <input type="checkbox"/> (2) 臺北市 | <input type="checkbox"/> (13) 嘉義縣 |
| <input type="checkbox"/> (3) 新北市 | <input type="checkbox"/> (14) 臺南市 |
| <input type="checkbox"/> (4) 桃園市 | <input type="checkbox"/> (15) 高雄市 |
| <input type="checkbox"/> (5) 新竹市 | <input type="checkbox"/> (16) 屏東縣 |
| <input type="checkbox"/> (6) 新竹縣 | <input type="checkbox"/> (17) 臺東縣 |
| <input type="checkbox"/> (7) 苗栗縣 | <input type="checkbox"/> (18) 花蓮縣 |
| <input type="checkbox"/> (8) 臺中市 | <input type="checkbox"/> (19) 宜蘭縣 |
| <input type="checkbox"/> (9) 彰化縣 | <input type="checkbox"/> (20) 澎湖縣 |
| <input type="checkbox"/> (10) 南投縣 | <input type="checkbox"/> (21) 金門縣 |
| <input type="checkbox"/> (11) 雲林縣 | <input type="checkbox"/> (22) 連江縣 |

- 說明：接下來我們所提到的運動消費支出，是指您在前年（111年），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、動滋健身券支付的金額也不計算在內。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。

參與性運動消費

Q4. 請問您在 111 年有沒有下列運動消費支出？【可複選，請讀出以下選項】

【可複選，請讀出以下選項】	
<input type="checkbox"/>	(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：上游泳課、圍棋課、運動營隊等
<input type="checkbox"/>	(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
<input type="checkbox"/>	(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、健身房、游泳池等的入場費、會員費或租腳踏車等設備出租費
<input type="checkbox"/>	(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
<input type="checkbox"/>	(5) 參加運動比賽衍生費用：包括報名費、交通費、餐飲費、住宿費及其他比賽相關費用，有參加運動比賽，但無相關衍生費用者不算
<input type="checkbox"/>	(6) 沒有支出【跳問 Q10】

- 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 111 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，務必追問一年繳納的次數再加總記錄。



[若 Q4=1，需問 Q5]

Q5. 請問您剛剛提到的運動課程花費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元

[若 Q4=2，需問 Q6]

Q6. 請問您剛剛提到的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？

項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元

[若 Q4=3，需問 Q7]

Q7. 請問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？

項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元

[若 Q4=4，需問 Q8]

Q8. 請問您剛剛提到的運動社團花費，請問大約多少錢？

運動社團花費，金額：_____元

[若 Q4=5，需問 Q9]

Q9. 請問您剛剛提到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？

參加運動比賽衍生花費，金額：_____元

運動賽事及媒體消費

Q10. 請問您 111 年有沒有花錢買票看運動比賽？

- (1) 有，看國內賽事【需問 Q11】
- (2) 有，看國際賽事【需問 Q12】
- (3) 沒有【跳問 Q14】

Q11. 請問您剛剛提到花錢看的是哪幾項國內運動比賽，費用各是多少？

項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元



Q12. 請問您剛剛提到花錢看的是哪幾項國際運動比賽，費用各是多少？

項目一 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目二 (請填代碼): _____	大約花費: _____元
項目三 (請填代碼): _____	大約花費: _____元

Q13. 除了門票外，您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】_____元

Q14. 請問您有沒有購買、付費訂閱下列媒體來觀賞運動？【可複選，讀出選項，若受訪者回答雜誌，請歸類到 Q23】

- (1) 為了看體育新聞而購買報紙【續問 Q15】
- (2) 額外訂閱有線/衛星電視運動頻道【續問 Q15】
- (3) 為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視【續問 Q15】
- (4) 其他媒體，請說明：_____【續問 Q15】
- (5) 沒有支出【跳問 Q16】

Q15. 您剛剛提到，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？_____元

運動裝備及運動書籍雜誌消費支出

Q16. 請問您 111 年有沒有花錢購買運動服？

- (1) 有，運動服金額：_____元
- (2) 沒有

Q17. 請問您 111 年有沒有花錢購買運動鞋？

- (1) 有，運動鞋金額：_____元
- (2) 沒有

Q18. 請問您 111 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）

- (1) 有，運動穿戴裝置金額：_____元
- (2) 沒有

Q19. 請問您 111 年有沒有花錢購買及維修運動用品與器材？

- (1) 有，運動用品與器材金額：_____元
- (2) 沒有

Q20. 請問您 111 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）？

- (1) 有
- (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？

- (1) 需要，運動軟體金額：_____元
 (2) 不需要

Q22. 請問您 111 年有沒有花錢購買或訂閱運動書籍與雜誌？（如運動訓書籍、籃球、棒球雜誌等）

- (1) 有，運動書籍與雜誌金額：_____元
 (2) 沒有

電競消費支出

Q23. 請問您 111 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？（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、絕地求生 M、傳說對決、快打旋風、FIFA Online、DOTA2、特戰英豪、鬥陣特攻、星海爭霸、NBA 2K、爐石戰記等）

- (1) 有
 (2) 沒有【跳問 Q26】

Q24. 請問您 111 年有哪些電競的相關消費支出？【可複選，讀出選項】

- (1) 軟體產品(指電競遊戲軟體的相關支出，包括購買軟體、儲值、寶物等)，大約多少？_____元
 (2) 硬體設備，大約多少？_____元
 (3) 課程費用，大約多少？_____元
 (4) 入場費、會員費、場地設備出租費，大約多少？_____元
 (5) 社團費，大約多少？_____元
 (6) 參加比賽費用，大約多少？_____元
 (7) 觀賞電競比賽門票費，大約多少？_____元
 (8) 觀賞電競比賽衍生費用，大約多少？_____元
 (9) 其他，請說明：_____

新冠肺炎對運動消費影響

Q25. 整體而言，您在 111 年的運動消費金額，與 110 年相比是增加、持平或減少？大約多少比例？

- (1) 增加，大約多少比例？Mean：43.2%
 (2) 持平
 (3) 減少，大約多少比例？Mean：46.3%



基本資料

Q26. 性別

- (1) 男性
- (2) 女性

Q27. 請問您的教育程度？

- (1) 國小及以下
- (2) 國(初)中
- (3) 高中職
- (4) 大學、專科
- (5) 研究所以上

Q28. 請問您的職業？

- (1) 主管及經理人員(含民意代表)
- (2) 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/教師)
- (3) 一般白領工作者(文書/行政/會計/出納/服務人員/售貨員/基層公務員)
- (4) 藍領工作者(工人/作業員/送貨員/司機/農林漁牧生產者)
- (5) 軍人
- (6) 料理家務
- (7) 學生
- (8) 無業/待業中
- (9) 退休
- (10) 其他·請說明：_____

Q29. 請問您個人平均每月收入大約是多少？

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



Q30. 請問您平均每月運動次數為何？

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

-訪問到此結束，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	(023)藤球	
(024)法式滾球	(099)其他球類運動，請說明：_____		

(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)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	(131)滑輪溜冰	(132)狩獵
(133)冰壺	(199)其他戶外運動，請說明：_____		

(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/
(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	(322)霹靂舞	(323)啦啦隊	(324)彈翻床
(325)鬼步舞	(399)其他舞蹈運動，請說明：_____		



(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 (519)克拉術 (520)卡巴迪
- (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
- (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 (616)龍舟
- (617)輕艇
- (618)立式划槳 (699)其他水中暨水上運動，請說明：_____

(700)空中運動

- (701)拖曳傘 (702)滑翔翼 (703)飛行傘 (704)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：_____

(1000)其他

- (1001)現代五項



附錄二、附表²⁷

²⁷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 111 年有沒有運動課程的支出？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	4257	24363
總百分比	100.0	14.9	85.1
*性別			
男性	14173	12.6	87.4
女性	14447	17.1	82.9
*年齡			
13-19 歲	2069	10.5	89.5
20-29 歲	4215	13.7	86.3
30-39 歲	4682	20.0	80.0
40-49 歲	5506	24.6	75.4
50-59 歲	5097	12.9	87.1
60-69 歲	4599	9.4	90.6
70-79 歲	2452	3.3	96.7
*居住縣市			
基隆市	425	12.9	87.1
臺北市	3123	18.7	81.3
新北市	5430	16.9	83.1
桃園市	2697	16.2	83.8
新竹市	682	15.1	84.9
新竹縣	690	14.2	85.8
苗栗縣	609	9.0	91.0
臺中市	3556	15.5	84.5
彰化縣	1287	12.9	87.1
南投縣	542	9.8	90.2
雲林縣	745	9.5	90.5
嘉義市	299	10.0	90.0
嘉義縣	601	8.5	91.5
臺南市	2106	15.2	84.8
高雄市	3329	15.6	84.4
屏東縣	918	10.4	89.6
臺東縣	285	9.0	91.0
花蓮縣	434	9.3	90.7
宜蘭縣	570	11.3	88.7
澎湖縣	117	8.7	91.3
金門縣	152	7.8	92.2
連江縣	21	8.9	91.1
*教育程度			
國小及以下	1200	1.0	99.0

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	3.2	96.8
高中職	5812	8.4	91.6
大學、專科	15577	17.1	82.9
研究所及以上	4462	23.4	76.6
*職業類別			
主管及經理人員	1736	22.5	77.5
專業白領工作者	5132	19.8	80.2
一般白領工作者	7628	20.0	80.0
藍領工作者	2538	9.5	90.5
軍人	172	5.4	94.6
料理家務	2785	13.3	86.7
學生	3098	10.5	89.5
無業／待業中	1096	9.0	91.0
退休	4434	6.3	93.7
*個人每月收入			
無收入	4314	7.0	93.0
30,000 元以下	7325	9.9	90.1
30,000~59,999 元	11334	17.5	82.5
60,000~99,999 元	3739	21.4	78.6
100,000 元以上	1425	26.7	73.3
拒答/不知道	484	13.1	86.9
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	5.1	94.9
每月 1~3 次	4946	13.1	86.9
每月 4~8 次	6916	21.2	78.8
每月 9~12 次	2582	18.9	81.1
每月 12 次以上	8937	15.6	84.4

註：請參考原始問卷 Q4。

附表 2 請問您剛剛提到的運動課程花費，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	19.72%	2,995
瑜珈	19.31%	3,064
上健身房	15.04%	5,031
羽球	9.78%	3,269
有氧舞蹈	6.33%	2,417
體適能運動	4.74%	3,501
桌球	3.98%	2,998
直排輪	3.13%	2,241
足球	2.80%	2,658
籃球	2.63%	3,037
網球	2.45%	3,299
棒球	2.40%	4,102
TRX 懸吊訓練	2.26%	2,396
太極拳	2.10%	1,223
跆拳道	2.01%	5,027
飛輪有氧	1.59%	2,131
排球	1.47%	2,761
圍棋	1.34%	4,330
流行舞蹈	1.34%	2,895
拳擊	1.18%	4,335
街舞	1.17%	3,839
高爾夫球	0.95%	6,023
芭蕾舞	0.94%	3,917
國標/社交舞	0.84%	4,113
土風舞	0.63%	1,463
皮拉提斯	0.61%	3,271
射箭	0.51%	2,540
體操	0.49%	8,225
西洋劍/擊劍	0.49%	4,923
自行車	0.41%	2,854
田徑	0.37%	3,262
柔道	0.33%	2,139
排舞	0.30%	1,628
懸掛式滑翅運動	0.29%	928
保齡球	0.27%	1,787
氣功	0.24%	2,623
空手道	0.22%	3,587
肚皮舞	0.22%	2,668
壘球	0.22%	2,178
爬山	0.21%	3,809
撞球	0.20%	415

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
韻律舞	0.20%	1,329
劍道	0.19%	14,321
跑步/慢跑	0.18%	2,602
溜冰	0.18%	3,128
民族舞蹈	0.16%	3,175
泰拳	0.15%	3,849
攀岩	0.14%	2,809
國術	0.13%	1,672
伸展操	0.13%	1,192
滑輪溜冰	0.12%	7,026
幼兒律動	0.11%	5,629
槌球/木球	0.10%	1,011
現代舞	0.10%	2,197
射擊	0.09%	502
潛水	0.08%	10,613
滑雪	0.08%	5,780
極限直排輪	0.07%	1,608
騎馬	0.07%	12,839
壁球/迴力球	0.07%	1,664
爵士舞	0.07%	4,115
太極劍	0.06%	5,786
扯鈴	0.06%	2,379
合氣道	0.05%	400
元極舞	0.04%	200
啦啦隊	0.04%	1,904
散打	0.04%	4,000
水中有氧	0.04%	4,000
踢踏舞	0.03%	4,460
西洋棋	0.03%	1,428
經絡拳	0.02%	3,171
八段錦	0.02%	5,000
馬拉松	0.02%	700
曲棍球	0.02%	1,200
疊杯	0.02%	1,500
漆彈	0.02%	1,000
巧固球	0.02%	300
橄欖球/美式足球	0.02%	5,000
跳繩	0.02%	800
拉丁舞	0.02%	5,000
健走	0.01%	1,300
法式滾球	0.01%	2,000

註：請參考原始問卷 Q5。

附表 3 請問您在 111 年有沒有單純運動指導教學費的支出？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	1708	26912
總百分比	100.0	6.0	94.0
*性別			
男性	14173	5.7	94.3
女性	14447	6.3	93.7
*年齡			
13-19 歲	2069	2.3	97.7
20-29 歲	4215	8.0	92.0
30-39 歲	4682	9.8	90.2
40-49 歲	5506	9.1	90.9
50-59 歲	5097	4.3	95.7
60-69 歲	4599	2.2	97.8
70-79 歲	2452	1.7	98.3
*居住縣市			
基隆市	425	5.2	94.8
臺北市	3123	9.3	90.7
新北市	5430	6.3	93.7
桃園市	2697	6.1	93.9
新竹市	682	4.6	95.4
新竹縣	690	4.0	96.0
苗栗縣	609	4.2	95.8
臺中市	3556	6.8	93.2
彰化縣	1287	4.6	95.4
南投縣	542	2.9	97.1
雲林縣	745	2.8	97.2
嘉義市	299	4.7	95.3
嘉義縣	601	3.5	96.5
臺南市	2106	5.7	94.3
高雄市	3329	6.2	93.8
屏東縣	918	4.6	95.4
臺東縣	285	4.0	96.0
花蓮縣	434	4.3	95.7
宜蘭縣	570	4.5	95.5
澎湖縣	117	3.4	96.6
金門縣	152	3.5	96.5
連江縣	21	1.7	98.3
*教育程度			
國小及以下	1200	0.9	99.1

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	0.6	99.4
高中職	5812	1.9	98.1
大學、專科	15577	7.1	92.9
研究所及以上	4462	10.6	89.4
*職業類別			
主管及經理人員	1736	10.6	89.4
專業白領工作者	5132	10.5	89.5
一般白領工作者	7628	7.4	92.6
藍領工作者	2538	2.5	97.5
軍人	172	7.0	93.0
料理家務	2785	3.3	96.7
學生	3098	3.9	96.1
無業／待業中	1096	2.1	97.9
退休	4434	2.5	97.5
*個人每月收入			
無收入	4314	1.4	98.6
30,000 元以下	7325	2.9	97.1
30,000~59,999 元	11334	7.7	92.3
60,000~99,999 元	3739	10.0	90.0
100,000 元以上	1425	12.0	88.0
拒答/不知道	484	2.2	97.8
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	1.1	98.9
每月 1~3 次	4946	4.5	95.5
每月 4~8 次	6916	7.5	92.5
每月 9~12 次	2582	10.9	89.1
每月 12 次以上	8937	7.0	93.0

註：請參考原始問卷 Q4。

附表 4 請問您剛剛提到的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	42.51%	2,632
羽球	10.04%	1,381
瑜珈	8.57%	729
游泳	6.88%	1,284
體適能運動	5.68%	1,501
有氧舞蹈	3.87%	1,016
直排輪	3.41%	696
桌球	2.87%	1,532
籃球	2.17%	1,114
足球	1.67%	2,087
棒球	1.65%	1,236
網球	1.28%	2,494
排舞	1.27%	329
跆拳道	1.19%	1,450
高爾夫球	1.16%	4,042
潛水	0.92%	2,942
太極拳	0.89%	1,086
皮拉提斯	0.85%	581
圍棋	0.68%	1,256
空手道	0.64%	765
拳擊	0.49%	1,317
土風舞	0.47%	467
排球	0.41%	529
鐵人三項	0.37%	1,277
街舞	0.35%	1,316
韻律舞	0.33%	345
跑步/慢跑	0.31%	872
國標/社交舞	0.30%	1,066
氣功	0.26%	605
芭蕾舞	0.25%	2,021
TRX 懸吊訓練	0.24%	1,101
壘球	0.24%	259
射箭	0.21%	300
自行車	0.18%	781
流行舞蹈	0.14%	200
泰拳	0.14%	2,015
滑雪	0.14%	1,212
啦啦隊	0.14%	714
西洋劍/擊劍	0.13%	2,593
幼兒律動	0.13%	1,300
合氣道	0.13%	600

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
柔道	0.13%	600
滑板	0.13%	300
衝浪	0.13%	829
攀岩	0.12%	131
民族舞蹈	0.10%	3,228
壁球/迴力球	0.08%	300
騎馬	0.08%	3,300
現代舞	0.05%	1,100
國術	0.05%	1,700
保齡球	0.05%	1,100
極限單車	0.05%	100
極限直排輪	0.05%	1,500
滑輪溜冰	0.05%	3,300
飛輪有氧	0.04%	1,300
溜冰	0.03%	600
獨輪車	0.03%	400
扯鈴	0.03%	400
跳繩	0.03%	400
伸展操	0.03%	200
立式划槳	0.02%	300
槌球/木球	0.02%	300

註：請參考原始問卷 Q6。

附表 5 請問您在 111 年有沒有入場費、會員費、場地設備出租費的支出？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	8923	19697
總百分比	100.0	31.2	68.8
*性別			
男性	14173	35.7	64.3
女性	14447	26.8	73.2
*年齡			
13-19 歲	2069	33.6	66.4
20-29 歲	4215	50.7	49.3
30-39 歲	4682	46.0	54.0
40-49 歲	5506	33.9	66.1
50-59 歲	5097	23.1	76.9
60-69 歲	4599	16.0	84.0
70-79 歲	2452	6.3	93.7
*居住縣市			
基隆市	425	25.7	74.3
臺北市	3123	38.7	61.3
新北市	5430	34.5	65.5
桃園市	2697	33.9	66.1
新竹市	682	28.8	71.2
新竹縣	690	27.6	72.4
苗栗縣	609	20.2	79.8
臺中市	3556	32.6	67.4
彰化縣	1287	27.7	72.3
南投縣	542	18.1	81.9
雲林縣	745	18.2	81.8
嘉義市	299	24.1	75.9
嘉義縣	601	20.0	80.0
臺南市	2106	32.8	67.2
高雄市	3329	34.4	65.6
屏東縣	918	24.5	75.5
臺東縣	285	19.0	81.0
花蓮縣	434	18.8	81.2
宜蘭縣	570	21.4	78.6
澎湖縣	117	15.0	85.0
金門縣	152	17.3	82.7
連江縣	21	13.3	86.7

	次數	有	沒有
*教育程度			
國小及以下	1200	2.3	97.7
國(初)中	1570	8.2	91.8
高中職	5812	16.7	83.3
大學、專科	15577	36.7	63.3
研究所及以上	4462	46.4	53.6
*職業類別			
主管及經理人員	1736	37.4	62.6
專業白領工作者	5132	45.3	54.7
一般白領工作者	7628	38.3	61.7
藍領工作者	2538	19.8	80.2
軍人	172	41.9	58.1
料理家務	2785	13.2	86.8
學生	3098	40.5	59.5
無業/待業中	1096	17.0	83.0
退休	4434	14.4	85.6
*個人每月收入			
無收入	4314	16.9	83.1
30,000 元以下	7325	22.4	77.6
30,000~59,999 元	11334	36.4	63.6
60,000~99,999 元	3739	45.5	54.5
100,000 元以上	1425	44.7	55.3
拒答/不知道	484	17.4	82.6
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	10.2	89.8
每月 1~3 次	4946	30.8	69.2
每月 4~8 次	6916	39.1	60.9
每月 9~12 次	2582	45.9	54.1
每月 12 次以上	8937	33.3	66.7

註：請參考原始問卷 Q4。

附表 6 請問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	45.68%	1,872
游泳	21.68%	627
自行車	18.21%	224
羽球	15.01%	851
籃球	2.93%	620
桌球	2.36%	699
棒球	1.47%	1,022
排球	1.25%	1,210
網球	0.85%	1,466
壘球	0.84%	1,074
保齡球	0.78%	888
高爾夫球	0.75%	4,488
瑜珈	0.66%	1,315
溜冰	0.60%	612
撞球	0.50%	451
攀岩	0.27%	849
足球	0.27%	1,101
射箭	0.27%	3,411
飛輪有氧	0.21%	1,850
體適能運動	0.19%	822
爬山	0.14%	1,852
滑雪	0.14%	2,472
壁球/迴力球	0.13%	675
劍道	0.10%	2,651
有氧舞蹈	0.09%	1,466
氣功	0.09%	656
太極拳	0.08%	437
國標/社交舞	0.07%	3,641
街舞	0.06%	665
排舞	0.06%	131
彈翻床	0.05%	372
泰拳	0.04%	1,587
拳擊	0.04%	2,038
潛水	0.04%	4,885
流行舞蹈	0.04%	575
合氣道	0.03%	2,285
直排輪	0.03%	88
爵士舞	0.02%	300
皮拉提斯	0.02%	2,300
衝浪	0.02%	5,300
立式划槳	0.02%	200

項目	占比 (%)	平均金額 (元)
啦啦隊	0.02%	3,200
射擊	0.02%	400
飛行傘	0.02%	1,000
騎馬	0.02%	6,600
民族舞蹈	0.01%	2,200
滑輪溜冰	0.01%	500
橄欖球/美式足球	0.01%	600
帆船/風帆船	0.01%	200
韻律舞	0.01%	1,000
TRX 懸吊訓練	0.01%	700
西洋劍/擊劍	0.01%	6,300
圍棋	0.005%	600

註：請參考原始問卷 Q7。

附表 7 請問您剛剛提到的運動社團花費，請問大約多少錢？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	2016	26604
總百分比	100.0	7.0	93.0
*性別			
男性	14173	9.3	90.7
女性	14447	4.9	95.1
*年齡			
13-19 歲	2069	5.2	94.8
20-29 歲	4215	7.4	92.6
30-39 歲	4682	8.0	92.0
40-49 歲	5506	9.3	90.7
50-59 歲	5097	7.8	92.2
60-69 歲	4599	4.7	95.3
70-79 歲	2452	4.1	95.9
*居住縣市			
基隆市	425	5.0	95.0
臺北市	3123	9.4	90.6
新北市	5430	8.1	91.9
桃園市	2697	7.1	92.9
新竹市	682	7.0	93.0
新竹縣	690	5.3	94.7
苗栗縣	609	5.3	94.7
臺中市	3556	8.2	91.8
彰化縣	1287	5.2	94.8
南投縣	542	4.2	95.8
雲林縣	745	3.2	96.8
嘉義市	299	5.0	95.0
嘉義縣	601	3.9	96.1
臺南市	2106	7.1	92.9
高雄市	3329	7.6	92.4
屏東縣	918	4.5	95.5
臺東縣	285	4.1	95.9
花蓮縣	434	4.2	95.8
宜蘭縣	570	4.2	95.8
澎湖縣	117	3.0	97.0
金門縣	152	3.5	96.5
連江縣	21	2.3	97.7
*教育程度			
國小及以下	1200	1.2	98.8

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	2.4	97.6
高中職	5812	4.3	95.7
大學、專科	15577	7.6	92.4
研究所及以上	4462	11.8	88.2
*職業類別			
主管及經理人員	1736	10.5	89.5
專業白領工作者	5132	10.5	89.5
一般白領工作者	7628	7.2	92.8
藍領工作者	2538	5.3	94.7
軍人	172	12.0	88.0
料理家務	2785	4.4	95.6
學生	3098	7.2	92.8
無業／待業中	1096	3.4	96.6
退休	4434	4.7	95.3
*個人每月收入			
無收入	4314	4.2	95.8
30,000 元以下	7325	4.8	95.2
30,000~59,999 元	11334	7.0	93.0
60,000~99,999 元	3739	12.2	87.8
100,000 元以上	1425	13.7	86.3
拒答/不知道	484	8.2	91.8
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	1.4	98.6
每月 1~3 次	4946	4.9	95.1
每月 4~8 次	6916	8.3	91.7
每月 9~12 次	2582	10.7	89.3
每月 12 次以上	8937	9.5	90.5

註：請參考原始問卷 Q4。

附表 8 請問您剛剛提到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？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	2105	26515
總百分比	100.0	7.4	92.6
*性別			
男性	14173	9.4	90.6
女性	14447	5.3	94.7
*年齡			
13-19 歲	2069	5.3	94.7
20-29 歲	4215	10.1	89.9
30-39 歲	4682	9.9	90.1
40-49 歲	5506	12.1	87.9
50-59 歲	5097	5.7	94.3
60-69 歲	4599	2.7	97.3
70-79 歲	2452	0.9	99.1
*居住縣市			
基隆市	425	4.5	95.5
臺北市	3123	8.9	91.1
新北市	5430	8.1	91.9
桃園市	2697	8.2	91.8
新竹市	682	7.1	92.9
新竹縣	690	5.8	94.2
苗栗縣	609	4.5	95.5
臺中市	3556	8.3	91.7
彰化縣	1287	6.2	93.8
南投縣	542	4.7	95.3
雲林縣	745	4.0	96.0
嘉義市	299	5.2	94.8
嘉義縣	601	4.4	95.6
臺南市	2106	7.9	92.1
高雄市	3329	8.1	91.9
屏東縣	918	5.6	94.4
臺東縣	285	5.1	94.9
花蓮縣	434	5.9	94.1
宜蘭縣	570	4.8	95.2
澎湖縣	117	3.2	96.8
金門縣	152	2.7	97.3
連江縣	21	2.6	97.4

	次數	有	沒有
*教育程度			
國小及以下	1200	0.2	99.8
國（初）中	1570	0.6	99.4
高中職	5812	2.9	97.1
大學、專科	15577	8.5	91.5
研究所及以上	4462	13.4	86.6
*職業類別			
主管及經理人員	1736	10.7	89.3
專業白領工作者	5132	12.1	87.9
一般白領工作者	7628	8.2	91.8
藍領工作者	2538	6.1	93.9
軍人	172	17.0	83.0
料理家務	2785	3.5	96.5
學生	3098	8.8	91.2
無業／待業中	1096	3.5	96.5
退休	4434	2.0	98.0
*個人每月收入			
無收入	4314	2.9	97.1
30,000 元以下	7325	4.9	95.1
30,000~59,999 元	11334	8.1	91.9
60,000~99,999 元	3739	12.2	87.8
100,000 元以上	1425	16.2	83.8
拒答/不知道	484	3.6	96.4
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	1.8	98.2
每月 1~3 次	4946	6.3	93.7
每月 4~8 次	6916	8.7	91.3
每月 9~12 次	2582	10.3	89.7
每月 12 次以上	8937	9.3	90.7

註：請參考原始問卷 Q4。

附表 9 請問您 111 年有沒有花錢買票看運動比賽？【可複選】

單位：人；%

	次數	有，看國內 賽事	有，看國際 賽事	沒有
總次數	28620	2628	229	25895
總百分比		9.2	0.8	90.5
性別				
男性	14173	12.5	1.1	87.1
女性	14447	6.0	0.5	93.8
年齡				
13-19 歲	2069	7.4	0.1	92.5
20-29 歲	4215	13.0	2.2	86.0
30-39 歲	4682	13.9	1.1	85.6
40-49 歲	5506	12.4	1.0	87.3
50-59 歲	5097	7.3	0.4	92.6
60-69 歲	4599	4.0	0.2	95.8
70-79 歲	2452	1.3	0.0	98.7
居住縣市				
基隆市	425	11.2	0.0	88.8
臺北市	3123	12.8	1.6	86.7
新北市	5430	9.8	0.7	90.0
桃園市	2697	11.1	1.4	88.3
新竹市	682	9.1	0.2	90.9
新竹縣	690	7.3	0.4	92.4
苗栗縣	609	6.6	0.4	93.2
臺中市	3556	9.1	0.9	90.4
彰化縣	1287	8.2	0.5	91.8
南投縣	542	3.6	0.2	96.3
雲林縣	745	5.5	0.5	94.1
嘉義市	299	5.9	0.0	94.1
嘉義縣	601	5.3	1.0	94.5
臺南市	2106	9.6	0.9	89.7
高雄市	3329	9.9	0.8	89.8
屏東縣	918	7.2	0.1	92.8
臺東縣	285	5.2	0.0	94.8
花蓮縣	434	3.3	0.0	96.7
宜蘭縣	570	4.7	0.3	95.3
澎湖縣	117	1.7	0.0	98.3
金門縣	152	1.2	0.3	98.5
連江縣	21	1.4	0.0	98.6
教育程度				

	次數	有，看國內 賽事	有，看國際 賽事	沒有
國小及以下	1200	0.2	0.0	99.8
國（初）中	1570	1.3	0.3	98.3
高中職	5812	4.5	0.3	95.3
大學、專科	15577	10.6	1.0	89.0
研究所及以上	4462	15.5	1.2	84.0
職業類別				
主管及經理人員	1736	11.4	0.4	88.4
專業白領工作者	5132	15.4	1.6	84.0
一般白領工作者	7628	12.3	1.2	87.2
藍領工作者	2538	7.5	0.3	92.3
軍人	172	4.0	0.0	96.0
料理家務	2785	3.0	0.2	96.8
學生	3098	8.6	0.5	91.3
無業／待業中	1096	4.6	0.8	95.2
退休	4434	2.3	0.2	97.5
個人每月收入				
無收入	4314	2.8	0.3	97.0
30,000 元以下	7325	6.1	0.3	93.8
30,000~59,999 元	11334	11.3	0.9	88.3
60,000~99,999 元	3739	14.5	1.9	84.7
100,000 元以上	1425	14.1	0.9	85.7
拒答/不知道	484	7.7	0.0	92.3
平均每月運動次數				
平均一個月運動不到一次	5239	3.5	0.2	96.3
每月 1~3 次	4946	9.1	0.7	90.6
每月 4~8 次	6916	12.1	1.0	87.6
每月 9~12 次	2582	14.8	1.6	84.5
每月 12 次以上	8937	8.6	0.8	91.0

註：請參考原始問卷 Q10。

附表 10 請問您有沒有花錢買票看運動比賽？【選項合併】

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	2725	25895
總百分比	100.0	9.5	90.5
*性別			
男性	14173	12.9	87.1
女性	14447	6.2	93.8
*年齡			
13-19 歲	2069	7.5	92.5
20-29 歲	4215	14.0	86.0
30-39 歲	4682	14.4	85.6
40-49 歲	5506	12.7	87.3
50-59 歲	5097	7.4	92.6
60-69 歲	4599	4.2	95.8
70-79 歲	2452	1.3	98.7
*居住縣市			
基隆市	425	11.2	88.8
臺北市	3123	13.3	86.7
新北市	5430	10.0	90.0
桃園市	2697	11.7	88.3
新竹市	682	9.1	90.9
新竹縣	690	7.6	92.4
苗栗縣	609	6.8	93.2
臺中市	3556	9.6	90.4
彰化縣	1287	8.2	91.8
南投縣	542	3.7	96.3
雲林縣	745	5.9	94.1
嘉義市	299	5.9	94.1
嘉義縣	601	5.5	94.5
臺南市	2106	10.3	89.7
高雄市	3329	10.2	89.8
屏東縣	918	7.2	92.8
臺東縣	285	5.2	94.8
花蓮縣	434	3.3	96.7
宜蘭縣	570	4.7	95.3
澎湖縣	117	1.7	98.3
金門縣	152	1.5	98.5
連江縣	21	1.4	98.6
*教育程度			
國小及以下	1200	0.2	99.8

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	1.7	98.3
高中職	5812	4.7	95.3
大學、專科	15577	11.0	89.0
研究所及以上	4462	16.0	84.0
*職業類別			
主管及經理人員	1736	11.6	88.4
專業白領工作者	5132	16.0	84.0
一般白領工作者	7628	12.8	87.2
藍領工作者	2538	7.7	92.3
軍人	172	4.0	96.0
料理家務	2785	3.2	96.8
學生	3098	8.7	91.3
無業／待業中	1096	4.8	95.2
退休	4434	2.5	97.5
*個人每月收入			
無收入	4314	3.0	97.0
30,000 元以下	7325	6.2	93.8
30,000~59,999 元	11334	11.7	88.3
60,000~99,999 元	3739	15.3	84.7
100,000 元以上	1425	14.3	85.7
拒答/不知道	484	7.7	92.3
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	3.7	96.3
每月 1~3 次	4946	9.4	90.6
每月 4~8 次	6916	12.4	87.6
每月 9~12 次	2582	15.5	84.5
每月 12 次以上	8937	9.0	91.0

註：請參考原始問卷 Q10。

附表 11 請問您有沒有購買、付費訂閱下列媒體來觀賞運動？【可複選】

單位：人；%

	次數	為了看體育新聞而購買報紙	額外訂閱有線/衛星電視運動頻道	為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視	沒有支出
總次數	28620	311	754	2452	25432
總百分比		1.1	2.6	8.6	88.9
性別					
男性	14173	1.5	3.5	11.7	84.8
女性	14447	0.7	1.8	5.5	92.9
年齡					
13-19 歲	2069	0.0	0.0	6.6	93.4
20-29 歲	4215	0.4	2.1	11.3	86.8
30-39 歲	4682	0.9	3.4	13.4	83.4
40-49 歲	5506	1.6	3.9	12.2	84.0
50-59 歲	5097	1.5	3.6	6.8	90.0
60-69 歲	4599	1.5	1.8	3.5	94.2
70-79 歲	2452	0.5	1.0	1.3	97.4
居住縣市					
基隆市	425	0.8	2.8	6.4	90.3
臺北市	3123	1.5	4.1	11.0	85.5
新北市	5430	1.0	2.7	9.1	88.8
桃園市	2697	1.2	3.8	11.0	86.3
新竹市	682	1.3	1.1	9.2	88.5
新竹縣	690	0.4	3.1	7.7	90.0
苗栗縣	609	0.4	2.5	7.6	90.0
臺中市	3556	1.0	2.5	8.6	88.5
彰化縣	1287	0.6	2.0	7.7	90.7
南投縣	542	0.9	0.9	4.0	94.3
雲林縣	745	1.1	1.9	6.8	90.2
嘉義市	299	1.6	1.1	6.8	90.7
嘉義縣	601	1.5	2.4	4.3	92.6
臺南市	2106	0.8	2.6	7.5	90.2
高雄市	3329	1.6	2.0	9.1	88.0
屏東縣	918	1.1	2.0	6.9	89.9
臺東縣	285	0.8	0.9	5.4	92.9
花蓮縣	434	0.4	2.3	5.1	92.2
宜蘭縣	570	0.5	2.5	5.1	93.8
澎湖縣	117	0.5	1.4	4.5	93.6
金門縣	152	0.7	2.6	4.0	94.2

	次數	為了看體育新聞而購買報紙	額外訂閱有線/衛星電視/運動頻道	為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視	沒有支出
連江縣	21	0.5	1.5	2.8	95.5
教育程度					
國小及以下	1200	0.3	0.2	0.2	99.3
國（初）中	1570	1.0	0.4	0.8	98.0
高中職	5812	1.3	1.6	4.1	93.8
大學、專科	15577	1.0	3.0	9.6	87.5
研究所及以上	4462	1.2	4.2	15.7	81.2
職業類別					
主管及經理人員	1736	2.5	6.6	15.8	78.6
專業白領工作者	5132	1.4	3.2	15.8	81.3
一般白領工作者	7628	0.9	3.2	8.9	88.4
藍領工作者	2538	1.1	1.9	6.3	91.0
軍人	172	0.7	4.4	5.2	89.6
料理家務	2785	0.8	1.5	3.6	94.9
學生	3098	0.2	1.0	8.3	90.9
無業／待業中	1096	1.0	1.0	4.3	93.8
退休	4434	1.3	2.1	2.6	94.8
個人每月收入					
無收入	4314	0.5	0.6	3.4	96.0
30,000 元以下	7325	1.0	1.4	5.0	93.0
30,000~59,999 元	11334	1.1	3.2	9.5	87.6
60,000~99,999 元	3739	1.4	4.1	15.8	80.4
100,000 元以上	1425	2.0	6.4	17.3	77.5
拒答/不知道	484	3.1	3.9	5.6	92.3
*平均每月運動次數					
平均一個月運動不到一次	5239	0.5	0.7	3.5	95.9
每月 1~3 次	4946	1.3	2.9	8.4	88.6
每月 4~8 次	6916	1.2	2.6	10.3	86.8
每月 9~12 次	2582	1.1	4.3	12.6	83.8
每月 12 次以上	8937	1.2	3.2	9.1	88.0

註：請參考原始問卷 Q14。

附表 12 請問您 111 年有沒有花錢購買運動服？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	9924	18696
總百分比	100.0	34.7	65.3
*性別			
男性	14173	36.4	63.6
女性	14447	33.0	67.0
*年齡			
13-19 歲	2069	23.3	76.7
20-29 歲	4215	36.4	63.6
30-39 歲	4682	42.5	57.5
40-49 歲	5506	43.4	56.6
50-59 歲	5097	36.8	63.2
60-69 歲	4599	29.1	70.9
70-79 歲	2452	12.9	87.1
*居住縣市			
基隆市	425	29.1	70.9
臺北市	3123	41.4	58.6
新北市	5430	36.2	63.8
桃園市	2697	35.9	64.1
新竹市	682	31.3	68.7
新竹縣	690	31.2	68.8
苗栗縣	609	28.2	71.8
臺中市	3556	37.2	62.8
彰化縣	1287	30.2	69.8
南投縣	542	27.7	72.3
雲林縣	745	27.8	72.2
嘉義市	299	30.4	69.6
嘉義縣	601	28.5	71.5
臺南市	2106	35.5	64.5
高雄市	3329	35.6	64.4
屏東縣	918	28.3	71.7
臺東縣	285	27.3	72.7
花蓮縣	434	28.2	71.8
宜蘭縣	570	29.5	70.5
澎湖縣	117	27.3	72.7
金門縣	152	27.8	72.2
連江縣	21	25.0	75.0
*教育程度			
國小及以下	1200	7.4	92.6

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	11.4	88.6
高中職	5812	24.8	75.2
大學、專科	15577	38.1	61.9
研究所及以上	4462	51.1	48.9
*職業類別			
主管及經理人員	1736	49.0	51.0
專業白領工作者	5132	48.7	51.3
一般白領工作者	7628	39.6	60.4
藍領工作者	2538	24.7	75.3
軍人	172	39.2	60.8
料理家務	2785	26.0	74.0
學生	3098	27.2	72.8
無業／待業中	1096	17.0	83.0
退休	4434	25.0	75.0
*個人每月收入			
無收入	4314	18.4	81.6
30,000 元以下	7325	24.9	75.1
30,000~59,999 元	11334	39.0	61.0
60,000~99,999 元	3739	53.6	46.4
100,000 元以上	1425	52.8	47.2
拒答/不知道	484	28.0	72.0
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	11.4	88.6
每月 1~3 次	4946	32.3	67.7
每月 4~8 次	6916	40.1	59.9
每月 9~12 次	2582	46.0	54.0
每月 12 次以上	8937	42.2	57.8

註：請參考原始問卷 Q16。

附表 13 請問您 111 年有沒有花錢購買運動鞋？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	8465	20155
總百分比	100.0	29.6	70.4
*性別			
男性	14173	30.1	69.9
女性	14447	29.1	70.9
*年齡			
13-19 歲	2069	19.5	80.5
20-29 歲	4215	30.0	70.0
30-39 歲	4682	31.9	68.1
40-49 歲	5506	34.3	65.7
50-59 歲	5097	32.3	67.7
60-69 歲	4599	28.8	71.2
70-79 歲	2452	18.1	81.9
*居住縣市			
基隆市	425	27.7	72.3
臺北市	3123	32.7	67.3
新北市	5430	31.3	68.7
桃園市	2697	30.5	69.5
新竹市	682	27.6	72.4
新竹縣	690	26.8	73.2
苗栗縣	609	25.7	74.3
臺中市	3556	30.9	69.1
彰化縣	1287	27.6	72.4
南投縣	542	25.1	74.9
雲林縣	745	25.3	74.7
嘉義市	299	26.1	73.9
嘉義縣	601	24.5	75.5
臺南市	2106	29.7	70.3
高雄市	3329	30.0	70.0
屏東縣	918	26.0	74.0
臺東縣	285	24.2	75.8
花蓮縣	434	25.4	74.6
宜蘭縣	570	27.1	72.9
澎湖縣	117	24.8	75.2
金門縣	152	24.3	75.7
連江縣	21	24.5	75.5
*教育程度			
國小及以下	1200	14.0	86.0

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	16.9	83.1
高中職	5812	26.0	74.0
大學、專科	15577	31.3	68.7
研究所及以上	4462	36.9	63.1
*職業類別			
主管及經理人員	1736	43.7	56.3
專業白領工作者	5132	36.3	63.7
一般白領工作者	7628	31.2	68.8
藍領工作者	2538	24.0	76.0
軍人	172	30.7	69.3
料理家務	2785	25.4	74.6
學生	3098	23.7	76.3
無業／待業中	1096	15.5	84.5
退休	4434	26.8	73.2
*個人每月收入			
無收入	4314	20.9	79.1
30,000 元以下	7325	25.9	74.1
30,000~59,999 元	11334	31.5	68.5
60,000~99,999 元	3739	39.3	60.7
100,000 元以上	1425	36.7	63.3
拒答/不知道	484	21.8	78.2
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	16.9	83.1
每月 1~3 次	4946	29.9	70.1
每月 4~8 次	6916	31.9	68.1
每月 9~12 次	2582	32.0	68.0
每月 12 次以上	8937	34.4	65.6

註：請參考原始問卷 Q17。

附表 14 請問您 111 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；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	2380	26240
總百分比	100.0	8.3	91.7
*性別			
男性	14173	8.9	91.1
女性	14447	7.7	92.3
*年齡			
13-19 歲	2069	3.0	97.0
20-29 歲	4215	8.8	91.2
30-39 歲	4682	9.9	90.1
40-49 歲	5506	12.6	87.4
50-59 歲	5097	8.3	91.7
60-69 歲	4599	6.8	93.2
70-79 歲	2452	2.3	97.7
*居住縣市			
基隆市	425	7.0	93.0
臺北市	3123	10.3	89.7
新北市	5430	9.0	91.0
桃園市	2697	9.2	90.8
新竹市	682	7.9	92.1
新竹縣	690	7.0	93.0
苗栗縣	609	5.6	94.4
臺中市	3556	8.9	91.1
彰化縣	1287	6.8	93.2
南投縣	542	6.5	93.5
雲林縣	745	6.4	93.6
嘉義市	299	6.0	94.0
嘉義縣	601	5.3	94.7
臺南市	2106	8.8	91.2
高雄市	3329	9.1	90.9
屏東縣	918	6.5	93.5
臺東縣	285	5.4	94.6
花蓮縣	434	5.2	94.8
宜蘭縣	570	3.7	96.3
澎湖縣	117	5.5	94.5
金門縣	152	5.2	94.8
連江縣	21	3.2	96.8

	次數	有	沒有
*教育程度			
國小及以下	1200	0.9	99.1
國（初）中	1570	2.2	97.8
高中職	5812	7.2	92.8
大學、專科	15577	9.2	90.8
研究所及以上	4462	11.0	89.0
*職業類別			
主管及經理人員	1736	13.9	86.1
專業白領工作者	5132	11.7	88.3
一般白領工作者	7628	9.6	90.4
藍領工作者	2538	6.0	94.0
軍人	172	7.5	92.5
料理家務	2785	7.4	92.6
學生	3098	4.7	95.3
無業／待業中	1096	4.3	95.7
退休	4434	5.5	94.5
*個人每月收入			
無收入	4314	4.0	96.0
30,000 元以下	7325	5.6	94.4
30,000~59,999 元	11334	9.2	90.8
60,000~99,999 元	3739	13.4	86.6
100,000 元以上	1425	15.3	84.7
拒答/不知道	484	7.0	93.0
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	2.4	97.6
每月 1~3 次	4946	7.5	92.5
每月 4~8 次	6916	8.8	91.2
每月 9~12 次	2582	11.2	88.8
每月 12 次以上	8937	11.0	89.0

註：請參考原始問卷 Q18。

附表 15 請問您 111 年有沒有花錢購買及維修運動用品與器材？

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	5202	23418
總百分比	100.0	18.2	81.8
*性別			
男性	14173	22.2	77.8
女性	14447	14.3	85.7
*年齡			
13-19 歲	2069	20.3	79.7
20-29 歲	4215	22.7	77.3
30-39 歲	4682	20.8	79.2
40-49 歲	5506	22.0	78.0
50-59 歲	5097	17.0	83.0
60-69 歲	4599	13.4	86.6
70-79 歲	2452	6.6	93.4
*居住縣市			
基隆市	425	15.8	84.2
臺北市	3123	21.5	78.5
新北市	5430	18.4	81.6
桃園市	2697	17.7	82.3
新竹市	682	17.4	82.6
新竹縣	690	17.7	82.3
苗栗縣	609	16.3	83.7
臺中市	3556	19.6	80.4
彰化縣	1287	16.0	84.0
南投縣	542	14.1	85.9
雲林縣	745	15.6	84.4
嘉義市	299	15.6	84.4
嘉義縣	601	15.5	84.5
臺南市	2106	18.4	81.6
高雄市	3329	18.9	81.1
屏東縣	918	16.4	83.6
臺東縣	285	15.0	85.0
花蓮縣	434	15.8	84.2
宜蘭縣	570	15.2	84.8
澎湖縣	117	17.0	83.0
金門縣	152	14.2	85.8
連江縣	21	15.5	84.5
*教育程度			
國小及以下	1200	2.0	98.0

	次數	有	沒有
國（初）中	1570	7.1	92.9
高中職	5812	12.4	87.6
大學、專科	15577	19.9	80.1
研究所及以上	4462	27.8	72.2
*職業類別			
主管及經理人員	1736	25.9	74.1
專業白領工作者	5132	25.8	74.2
一般白領工作者	7628	18.0	82.0
藍領工作者	2538	12.3	87.7
軍人	172	24.4	75.6
料理家務	2785	9.9	90.1
學生	3098	23.3	76.7
無業／待業中	1096	12.8	87.2
退休	4434	12.8	87.2
*個人每月收入			
無收入	4314	10.9	89.1
30,000 元以下	7325	14.5	85.5
30,000~59,999 元	11334	19.9	80.1
60,000~99,999 元	3739	27.4	72.6
100,000 元以上	1425	23.2	76.8
拒答/不知道	484	13.1	86.9
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	4.8	95.2
每月 1~3 次	4946	13.9	86.1
每月 4~8 次	6916	22.5	77.5
每月 9~12 次	2582	23.3	76.7
每月 12 次以上	8937	23.5	76.5

註：請參考原始問卷 Q19。

附表 16 請問您 111 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；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	6721	21899
總百分比	100.0	23.5	76.5
*性別			
男性	14173	25.0	75.0
女性	14447	22.0	78.0
*年齡			
13-19 歲	2069	23.5	76.5
20-29 歲	4215	32.5	67.5
30-39 歲	4682	33.5	66.5
40-49 歲	5506	29.7	70.3
50-59 歲	5097	19.9	80.1
60-69 歲	4599	11.4	88.6
70-79 歲	2452	4.9	95.1
*居住縣市			
基隆市	425	17.7	82.3
臺北市	3123	27.0	73.0
新北市	5430	26.6	73.4
桃園市	2697	23.2	76.8
新竹市	682	25.9	74.1
新竹縣	690	20.3	79.7
苗栗縣	609	17.8	82.2
臺中市	3556	25.3	74.7
彰化縣	1287	21.1	78.9
南投縣	542	14.0	86.0
雲林縣	745	18.1	81.9
嘉義市	299	18.7	81.3
嘉義縣	601	14.7	85.3
臺南市	2106	23.3	76.7
高雄市	3329	25.6	74.4
屏東縣	918	18.4	81.6
臺東縣	285	17.6	82.4
花蓮縣	434	18.4	81.6
宜蘭縣	570	17.3	82.7
澎湖縣	117	14.1	85.9
金門縣	152	14.6	85.4
連江縣	21	14.4	85.6

	次數	有	沒有
*教育程度			
國小及以下	1200	1.8	98.2
國(初)中	1570	4.1	95.9
高中職	5812	13.2	86.8
大學、專科	15577	27.0	73.0
研究所及以上	4462	37.4	62.6
*職業類別			
主管及經理人員	1736	27.8	72.2
專業白領工作者	5132	34.7	65.3
一般白領工作者	7628	27.5	72.5
藍領工作者	2538	13.8	86.2
軍人	172	41.4	58.6
料理家務	2785	13.0	87.0
學生	3098	28.0	72.0
無業/待業中	1096	15.7	84.3
退休	4434	12.1	87.9
*個人每月收入			
無收入	4314	14.9	85.1
30,000 元以下	7325	17.8	82.2
30,000~59,999 元	11334	26.9	73.1
60,000~99,999 元	3739	31.5	68.5
100,000 元以上	1425	34.1	65.9
拒答/不知道	484	14.4	85.6
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	8.1	91.9
每月 1~3 次	4946	20.7	79.3
每月 4~8 次	6916	29.5	70.5
每月 9~12 次	2582	31.9	68.1
每月 12 次以上	8937	26.9	73.1

註：請參考原始問卷 Q20。

附表 17 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；%

	次數	需要	不需要
總次數	6721	377	6344
總百分比	100.0	5.6	94.4
*性別			
男性	3549	6.3	93.7
女性	3172	4.8	95.2
*年齡			
13-19 歲	487	0.2	99.8
20-29 歲	1371	8.0	92.0
30-39 歲	1568	8.4	91.6
40-49 歲	1635	5.4	94.6
50-59 歲	1012	2.3	97.7
60-69 歲	526	3.7	96.3
70-79 歲	121	1.9	98.1
*居住縣市			
基隆市	75	3.5	96.5
臺北市	843	7.4	92.6
新北市	1442	5.8	94.2
桃園市	627	6.0	94.0
新竹市	177	5.9	94.1
新竹縣	140	3.6	96.4
苗栗縣	108	3.9	96.1
臺中市	898	6.2	93.8
彰化縣	272	3.5	96.5
南投縣	76	2.8	97.2
雲林縣	135	1.0	99.0
嘉義市	56	3.6	96.4
嘉義縣	88	3.2	96.8
臺南市	491	6.3	93.7
高雄市	854	6.2	93.8
屏東縣	169	2.4	97.6
臺東縣	50	3.1	96.9
花蓮縣	80	3.9	96.1
宜蘭縣	98	3.3	96.7
澎湖縣	17	3.8	96.2
金門縣	22	4.8	95.2
連江縣	3	4.0	96.0

	次數	需要	不需要
*教育程度			
國小及以下	21	3.8	96.2
國(初)中	65	3.9	96.1
高中職	767	2.1	97.9
大學、專科	4200	5.8	94.2
研究所及以上	1668	6.9	93.1
*職業類別			
主管及經理人員	483	12.3	87.7
專業白領工作者	1781	7.2	92.8
一般白領工作者	2100	5.9	94.1
藍領工作者	350	5.3	94.7
軍人	71	3.2	96.8
料理家務	363	3.0	97.0
學生	867	1.6	98.4
無業/待業中	172	4.1	95.9
退休	535	2.3	97.7
*個人每月收入			
無收入	641	0.8	99.2
30,000 元以下	1301	3.2	96.8
30,000~59,999 元	3046	5.9	94.1
60,000~99,999 元	1177	7.4	92.6
100,000 元以上	486	12.9	87.1
拒答/不知道	70	0.8	99.2
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	424	1.8	98.2
每月 1~3 次	1024	5.9	94.1
每月 4~8 次	2043	5.5	94.5
每月 9~12 次	823	6.4	93.6
每月 12 次以上	2407	6.0	94.0

註：請參考原始問卷 Q21。

附表 18 請問您 111 年有沒有花錢購買或訂閱運動書籍與雜誌？
 (如運動訓練書籍、籃球、棒球雜誌等)

單位：人；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	594	28026
總百分比	100.0	2.1	97.9
*性別			
男性	14173	3.0	97.0
女性	14447	1.2	98.8
*年齡			
13-19 歲	2069	0.6	99.4
20-29 歲	4215	2.8	97.2
30-39 歲	4682	2.6	97.4
40-49 歲	5506	3.6	96.4
50-59 歲	5097	1.9	98.1
60-69 歲	4599	0.7	99.3
70-79 歲	2452	0.4	99.6
*居住縣市			
基隆市	425	1.6	98.4
臺北市	3123	3.4	96.6
新北市	5430	2.2	97.8
桃園市	2697	2.5	97.5
新竹市	682	1.6	98.4
新竹縣	690	1.2	98.8
苗栗縣	609	1.1	98.9
臺中市	3556	2.0	98.0
彰化縣	1287	1.3	98.7
南投縣	542	0.8	99.2
雲林縣	745	1.2	98.8
嘉義市	299	0.9	99.1
嘉義縣	601	1.5	98.5
臺南市	2106	2.1	97.9
高雄市	3329	2.3	97.7
屏東縣	918	1.8	98.2
臺東縣	285	1.7	98.3
花蓮縣	434	1.7	98.3
宜蘭縣	570	0.9	99.1
澎湖縣	117	0.7	99.3
金門縣	152	0.5	99.5
連江縣	21	0.3	99.7

	次數	有	沒有
*教育程度			
國小及以下	1200	0.0	100.0
國（初）中	1570	0.3	99.7
高中職	5812	0.8	99.2
大學、專科	15577	2.4	97.6
研究所及以上	4462	3.7	96.3
*職業類別			
主管及經理人員	1736	4.0	96.0
專業白領工作者	5132	3.9	96.1
一般白領工作者	7628	2.1	97.9
藍領工作者	2538	1.1	98.9
軍人	172	1.5	98.5
料理家務	2785	1.1	98.9
學生	3098	1.6	98.4
無業／待業中	1096	1.8	98.2
退休	4434	0.8	99.2
*個人每月收入			
無收入	4314	0.4	99.6
30,000 元以下	7325	1.6	98.4
30,000~59,999 元	11334	2.2	97.8
60,000~99,999 元	3739	2.9	97.1
100,000 元以上	1425	4.9	95.1
拒答/不知道	484	6.1	93.9
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	0.7	99.3
每月 1~3 次	4946	1.3	98.7
每月 4~8 次	6916	2.3	97.7
每月 9~12 次	2582	2.3	97.7
每月 12 次以上	8937	3.1	96.9

註：請參考原始問卷 Q22。

附表 19 請問您 111 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；%

	次數	有	沒有
總次數	28620	605	28015
總百分比	100.0	2.1	97.9
*性別			
男性	14173	3.4	96.6
女性	14447	0.8	99.2
*年齡			
13-19 歲	2069	6.4	93.6
20-29 歲	4215	6.6	93.4
30-39 歲	4682	2.3	97.7
40-49 歲	5506	0.9	99.1
50-59 歲	5097	0.4	99.6
60-69 歲	4599	0.4	99.6
70-79 歲	2452	0.0	100.0
*居住縣市			
基隆市	425	1.7	98.3
臺北市	3123	3.3	96.7
新北市	5430	2.8	97.2
桃園市	2697	1.8	98.2
新竹市	682	2.3	97.7
新竹縣	690	1.4	98.6
苗栗縣	609	0.9	99.1
臺中市	3556	2.5	97.5
彰化縣	1287	0.9	99.1
南投縣	542	0.8	99.2
雲林縣	745	2.0	98.0
嘉義市	299	1.3	98.7
嘉義縣	601	1.1	98.9
臺南市	2106	1.4	98.6
高雄市	3329	2.3	97.7
屏東縣	918	1.6	98.4
臺東縣	285	1.2	98.8
花蓮縣	434	1.4	98.6
宜蘭縣	570	0.7	99.3
澎湖縣	117	0.4	99.6
金門縣	152	0.7	99.3
連江縣	21	0.3	99.7

	次數	有	沒有
*教育程度			
國小及以下	1200	0.2	99.8
國（初）中	1570	2.5	97.5
高中職	5812	0.6	99.4
大學、專科	15577	2.5	97.5
研究所及以上	4462	2.9	97.1
*職業類別			
主管及經理人員	1736	1.6	98.4
專業白領工作者	5132	2.8	97.2
一般白領工作者	7628	2.2	97.8
藍領工作者	2538	1.4	98.6
軍人	172	0.0	100.0
料理家務	2785	0.2	99.8
學生	3098	6.7	93.3
無業／待業中	1096	1.6	98.4
退休	4434	0.0	100.0
*個人每月收入			
無收入	4314	1.8	98.2
30,000 元以下	7325	1.9	98.1
30,000~59,999 元	11334	2.1	97.9
60,000~99,999 元	3739	2.5	97.5
100,000 元以上	1425	2.4	97.6
拒答/不知道	484	3.2	96.8
*平均每月運動次數			
平均一個月運動不到一次	5239	0.7	99.3
每月 1~3 次	4946	1.8	98.2
每月 4~8 次	6916	3.0	97.0
每月 9~12 次	2582	3.6	96.4
每月 12 次以上	8937	2.0	98.0

註：請參考原始問卷 Q23。

附表 20 整體而言，您在 111 年的運動消費金額，與 110 年相比是增加、持平或減少？大約多少比例？

單位：人；%

	次數	增加	持平	減少
總次數	28620	7053	19242	2325
總百分比	100.0	24.6	67.2	8.1
*性別				
男性	14173	26.6	65.5	7.9
女性	14447	22.7	68.9	8.4
*年齡				
13-19 歲	2069	29.6	62.0	8.4
20-29 歲	4215	36.4	52.3	11.4
30-39 歲	4682	32.8	55.2	11.9
40-49 歲	5506	28.2	63.7	8.1
50-59 歲	5097	19.1	73.5	7.5
60-69 歲	4599	15.9	80.1	4.0
70-79 歲	2452	4.8	90.9	4.2
*居住縣市				
基隆市	425	16.4	74.1	9.5
臺北市	3123	29.3	62.4	8.3
新北市	5430	27.2	63.9	8.9
桃園市	2697	23.8	68.6	7.6
新竹市	682	26.2	64.4	9.4
新竹縣	690	24.8	68.5	6.7
苗栗縣	609	17.5	76.5	5.9
臺中市	3556	25.7	65.1	9.2
彰化縣	1287	20.4	73.4	6.2
南投縣	542	23.9	70.0	6.1
雲林縣	745	19.9	74.3	5.8
嘉義市	299	24.2	66.9	8.9
嘉義縣	601	16.9	75.6	7.5
臺南市	2106	24.2	69.4	6.4
高雄市	3329	25.9	65.6	8.5
屏東縣	918	21.9	68.6	9.5
臺東縣	285	13.8	78.1	8.1
花蓮縣	434	20.0	70.7	9.2
宜蘭縣	570	20.3	71.8	7.8
澎湖縣	117	17.0	73.7	9.3
金門縣	152	15.5	76.9	7.7
連江縣	21	14.8	80.0	5.3

	次數	增加	持平	減少
*教育程度				
國小及以下	1200	7.1	88.6	4.3
國（初）中	1570	7.5	88.9	3.6
高中職	5812	15.4	76.4	8.2
大學、專科	15577	27.8	63.8	8.4
研究所及以上	4462	36.4	53.9	9.7
*職業類別				
主管及經理人員	1736	29.7	61.6	8.7
專業白領工作者	5132	33.7	57.8	8.6
一般白領工作者	7628	29.2	60.7	10.1
藍領工作者	2538	16.6	75.2	8.2
軍人	172	35.8	59.8	4.4
料理家務	2785	13.8	80.5	5.7
學生	3098	31.2	59.0	9.7
無業／待業中	1096	15.8	76.4	7.8
退休	4434	12.9	82.6	4.5
*個人每月收入				
無收入	4314	15.1	78.0	6.9
30,000 元以下	7325	19.7	73.2	7.1
30,000~59,999 元	11334	28.4	62.3	9.3
60,000~99,999 元	3739	32.2	59.3	8.6
100,000 元以上	1425	33.4	58.5	8.1
拒答/不知道	484	12.2	82.9	5.0
*平均每月運動次數				
平均一個月運動不到一次	5239	8.2	84.2	7.6
每月 1~3 次	4946	24.5	65.2	10.3
每月 4~8 次	6916	28.8	61.9	9.3
每月 9~12 次	2582	34.3	55.9	9.8
每月 12 次以上	8937	28.4	65.8	5.9

註：請參考原始問卷 Q25。



附表 21 民眾運動消費支出總額

單位：百萬元

	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	4,960.08	1,081.42	4,877.01	1,029.52	4,135.24
女	6,848.77	1,180.39	3,487.18	565.05	1,935.65
年齡					
13-19 歲	329.57	24.84	269.07	91.17	300.72
20-29 歲	1,216.03	478.02	1,922.47	178.05	1,034.21
30-39 歲	2,585.72	775.18	2,236.69	225.91	1,330.15
40-49 歲	4,499.22	639.55	1,650.93	505.21	2,269.74
50-59 歲	1,939.86	207.63	1,085.70	337.17	760.01
60-69 歲	1,069.34	104.84	1,029.05	163.58	315.03
70-79 歲	169.11	31.74	170.27	93.49	61.04
居住地區					
基隆市	164.82	22.04	96.70	22.85	83.59
臺北市	2,310.95	432.51	1,512.87	253.69	994.85
新北市	2,377.66	438.71	1,705.63	283.85	1,096.88
桃園市	1,234.78	263.21	839.11	149.90	614.57
新竹市	328.95	41.56	186.58	39.97	132.22
新竹縣	251.59	26.64	167.83	23.20	117.00
苗栗縣	148.93	24.74	117.00	24.04	78.10
臺中市	1,493.27	302.11	943.31	259.66	758.54
彰化縣	380.86	92.49	343.72	65.79	194.67
南投縣	113.46	12.73	75.70	11.39	102.43
雲林縣	125.64	24.68	104.91	16.45	82.43
嘉義市	98.10	16.21	81.46	4.15	76.57
嘉義縣	80.39	23.57	121.03	21.98	84.58
臺南市	867.19	187.42	640.76	151.49	477.79
高雄市	1,271.88	242.71	960.89	184.97	740.53
屏東縣	193.14	30.99	184.98	33.92	162.55
臺東縣	76.73	10.06	52.36	6.68	53.62
花蓮縣	82.66	21.02	89.40	10.09	66.07
宜蘭縣	144.89	40.28	111.91	27.18	121.73
澎湖縣	33.12	3.40	12.63	2.28	15.52
金門縣	27.36	4.52	12.46	0.88	15.72
連江縣	2.49	0.23	2.95	0.16	0.93
支出總額	11,808.85	2,261.81	8,364.19	1,594.57	6,070.89



附表 21-2 (續) 民眾運動消費支出總額

單位：百萬元

	購買運動比賽門票	觀賞比賽衍生費用	運動媒體
性別			
男	604.37	390.98	2367.71
女	259.80	154.70	1209.39
年齡			
13-19 歲	61.22	22.86	55.72
20-29 歲	187.90	99.95	458.16
30-39 歲	196.31	133.10	822.22
40-49 歲	224.34	183.55	1075.10
50-59 歲	125.13	80.69	735.99
60-69 歲	59.62	22.55	316.85
70-79 歲	9.66	2.99	113.07
居住地區			
基隆市	13.60	6.49	33.17
臺北市	161.97	106.22	655.08
新北市	168.47	102.67	699.97
桃園市	109.37	73.54	415.48
新竹市	18.10	10.39	77.03
新竹縣	15.06	9.36	49.46
苗栗縣	10.81	6.49	51.73
臺中市	100.37	58.22	369.63
彰化縣	35.11	16.77	127.11
南投縣	6.40	4.87	31.15
雲林縣	10.03	7.78	58.52
嘉義市	5.23	4.29	30.86
嘉義縣	9.39	8.10	58.28
臺南市	67.82	44.08	244.53
高雄市	98.53	64.84	457.86
屏東縣	12.51	7.67	86.78
臺東縣	3.86	3.72	8.84
花蓮縣	4.97	2.57	30.89
宜蘭縣	11.50	5.99	60.36
澎湖縣	0.55	0.26	12.30
金門縣	0.43	1.35	17.36
連江縣	0.08	0.04	0.71
支出總額	864.17	545.68	3577.10



附表 21-3 (續) 民眾運動消費支出總額

單位：百萬元

	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	14,967.05	5,997.95	969.01	15,765.52	78.82
女	12,354.07	5,400.65	749.87	8,017.09	73.39
年齡					
13-19 歲	988.86	607.92	22.99	1,030.28	0.18
20-29 歲	4,243.67	1,491.65	357.25	3,679.71	47.80
30-39 歲	5,497.67	1,961.41	420.23	4,502.81	52.86
40-49 歲	7,308.57	3,160.02	474.85	5,970.65	33.80
50-59 歲	5,368.42	2,288.64	254.67	4,410.16	6.61
60-69 歲	3,227.21	1,487.31	157.32	3,293.56	10.54
70-79 歲	686.73	401.65	31.57	895.44	0.42
居住地區					
基隆市	392.56	179.83	22.59	228.79	1.05
臺北市	4,335.56	1,664.47	294.75	3,191.47	29.57
新北市	4,584.51	2,179.32	326.93	4,934.09	34.15
桃園市	2,648.29	1,088.26	195.77	2,410.55	13.97
新竹市	511.55	247.55	36.46	575.92	4.86
新竹縣	621.67	214.29	25.44	581.23	1.82
苗栗縣	450.25	213.91	21.52	401.68	1.09
臺中市	3,248.99	1,369.25	230.76	2,917.99	22.41
彰化縣	1,357.88	479.60	63.94	1,048.94	3.64
南投縣	516.04	185.35	24.42	386.73	0.22
雲林縣	562.50	234.49	23.69	286.42	0.32
嘉義市	281.98	114.76	11.37	253.94	0.98
嘉義縣	428.10	163.20	16.52	391.54	0.65
臺南市	2,038.82	876.42	132.14	1,916.01	12.46
高雄市	3,043.98	1,368.35	201.90	2,844.26	19.87
屏東縣	845.09	282.60	31.27	395.30	0.90
臺東縣	276.79	88.11	12.10	208.32	1.24
花蓮縣	341.77	135.01	13.31	217.55	1.24
宜蘭縣	549.79	211.25	24.64	399.49	0.71
澎湖縣	124.94	55.47	4.84	108.19	0.54
金門縣	145.38	41.24	4.26	72.67	0.29
連江縣	14.67	5.87	0.25	11.52	0.22
支出總額	27,321.12	11,398.60	1,718.88	23,782.61	152.21





附錄三、住宅電話及手機調查之加權前樣本結構





附錄三、住宅電話及手機調查之加權前樣本結構

基本資料	住宅電話調查		手機調查	
	樣本數	百分比	樣本數	百分比
男性	8,617	46.3%	4,958	49.5%
女性	9,986	53.7%	5,059	50.5%
性別總計	18,603	100.0%	10,017	100.0%
13-19 歲	448	2.4%	141	1.4%
20-29 歲	1,437	7.7%	2,764	27.6%
30-39 歲	1,868	10.0%	3,169	31.6%
40-49 歲	2,207	11.9%	2,524	25.2%
50-59 歲	3,253	17.5%	1,076	10.7%
60-69 歲	5,046	27.1%	297	3.0%
70-79 歲	4,344	23.4%	46	0.5%
年齡總計	18,603	100.0%	10,017	100.0%
基隆市	202	1.1%	242	2.4%
臺北市	1,765	9.5%	1,172	11.7%
新北市	3,235	17.4%	1,647	16.4%
桃園市	1,737	9.3%	989	9.9%
新竹市	303	1.6%	223	2.2%
新竹縣	497	2.7%	178	1.8%
苗栗縣	455	2.4%	185	1.8%
臺中市	2,229	12.0%	1,143	11.4%
彰化縣	940	5.1%	545	5.4%
南投縣	416	2.2%	163	1.6%
雲林縣	499	2.7%	297	3.0%
嘉義市	189	1.0%	125	1.2%
嘉義縣	433	2.3%	159	1.6%
臺南市	1,408	7.6%	829	8.3%
高雄市	2,076	11.2%	1,244	12.4%
屏東縣	701	3.8%	272	2.7%
臺東縣	225	1.2%	75	0.7%
花蓮縣	194	1.0%	190	1.9%
宜蘭縣	296	1.6%	242	2.4%
澎湖縣	262	1.4%	38	0.4%
金門縣	257	1.4%	43	0.4%
連江縣	284	1.5%	16	0.2%
地區總計	18,603	100.0%	10,017	100.0%



附錄四、住宅電話及手機調查結果



Q.請問您在 111 年有沒有下列運動消費支出？【可複選】

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
運動課程費	11.9	18.6
單純運動指導教學費	4.7	7.1
入場費、會員費、場地設備租費	24.4	38.2
繳錢參加運動社團	5.7	8.5
參加運動比賽衍生費用	4.4	10.4
沒有支出	64.8	49.3

Q.請問您剛剛提到的運動課程花費，請問主要是支付哪幾項運動？費用各是多少？

住宅電話調查		手機調查	
項目	百分比(%)	項目	百分比(%)
瑜珈	22.3	游泳	21.3
游泳	19.6	瑜珈	18.6
上健身房	13.3	上健身房	13.1
羽球	9.8	羽球	9.2
有氧舞蹈	6.1	有氧舞蹈	8.8
桌球	4.9	體適能運動	5.9
足球	3.6	圍棋	4.0
體適能運動	3.3	直排輪	3.2
跆拳道	3.1	桌球	3.0
直排輪	2.9	足球	2.6

Q.請問您剛剛提到的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？

住宅電話調查		手機調查	
項目	百分比(%)	項目	百分比(%)
上健身房	38.9	上健身房	38.9
瑜珈	9.6	羽球	11.4
羽球	9.4	體適能運動	7.6
游泳	8.1	瑜珈	6.5
體適能運動	5.9	游泳	5.9
有氧舞蹈	3.1	有氧舞蹈	4.5
直排輪	2.9	直排輪	4.2
桌球	2.7	太極拳	3.6
籃球	2.6	桌球	2.9
網球	1.9	街舞	2.0

Q.請問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？

住宅電話調查		手機調查	
項目	百分比(%)	項目	百分比(%)
上健身房	40.8	上健身房	46.0
游泳	21.0	游泳	24.0
自行車	19.4	自行車	18.5
羽球	16.2	羽球	14.2
籃球	2.9	桌球	3.1
桌球	2.7	籃球	2.6
棒球	1.2	棒球	1.4
排球	1.2	保齡球	1.3
高爾夫球	0.9	排球	1.1
網球	0.9	壘球	0.9

Q.請問您剛剛提到的運動社團花費，請問大約多少錢？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	5.7	8.5
沒有	94.3	91.5

Q.請問您剛剛提到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？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	4.4	10.4
沒有	95.6	89.6

Q.請問您 111 年有沒有花錢買票看運動比賽？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有·看國內賽事	6.6	10.6
有·看國際賽事	0.6	1.0
沒有	93.2	89.1

Q.請問您剛剛提到花錢看的是哪幾項國內運動比賽，費用各是多少？

住宅電話調查		手機調查	
項目	百分比(%)	項目	百分比(%)
棒球	76.6	棒球	81.3
籃球	31.4	籃球	25.0
排球	0.6	排球	1.0
肚皮舞	0.1	足球	0.7
-	-	健美	0.0

Q.請問您剛剛提到花錢看的是哪幾項國際運動比賽，費用各是多少？

住宅電話調查		手機調查	
項目	百分比(%)	項目	百分比(%)
棒球	90.5	棒球	91.7
羽球	7.4	羽球	4.7
足球	2.2	足球	2.6
-	-	國標/社交舞	0.6
-	-	健美	0.5

Q.請問您有沒有購買、付費訂閱下列媒體來觀賞運動？【可複選】

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
為了看體育新聞而購買報紙	1.0	1.1
額外訂閱有線/衛星電視運動頻道	2.6	3.2
為觀賞運動比賽而訂購網路/寬頻電視	5.9	10.5
沒有支出	91.2	86.5

Q.請問您 111 年有沒有花錢購買運動服？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	29.6	38.4
沒有	70.4	61.6

Q.請問您 111 年有沒有花錢購買運動鞋？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	27.7	31.7
沒有	72.3	68.3

Q.請問您 111 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）

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	6.7	9.6
沒有	93.3	90.4

Q.請問您 111 年有沒有花錢購買及維修運動用品與器材？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	14.5	22.2
沒有	85.5	77.8

Q.請問您 111 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？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	16.6	28.9
沒有	83.4	71.1

Q.請問您使用的運動軟體產品需不需要花錢？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
需要	5.4	5.0
不需要	94.6	95.0

Q.請問您 111 年有沒有花錢購買或訂閱運動書籍與雜誌？（如運動訓書籍、籃球、棒球雜誌等）

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	1.5	2.7
沒有	98.5	97.3

Q.請問您 111 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？

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
有	1.9	2.4
沒有	98.1	97.6

Q.請問您 111 年有哪些電競的相關消費支出？【可複選，讀出選項】

住宅電話調查		手機調查	
項目	百分比(%)	項目	百分比(%)
軟體產品	66.9	軟體產品	61.1
硬體設備	41.9	硬體設備	51.7
課程費用	-	課程費用	-
入場費、會員費、場地設備出租費	3.0	入場費、會員費、場地設備出租費	1.9
社團費	-	社團費	-
參加比賽費用	2.0	參加比賽費用	0.8
觀賞電競比賽門票費	-	觀賞電競比賽門票費	2.7
觀賞電競比賽衍生費用	-	觀賞電競比賽衍生費用	-



附錄四、住宅電話及手機調查結果

Q. 整體而言，您在 111 年的運動消費金額，與 110 年相比是增加、持平或減少？大約多少比例？（此題於 112 年度亦將納入調查）

	住宅電話調查	手機調查
	百分比(%)	百分比(%)
增加	18.6	28.8
持平	74.2	60.3
減少	7.2	10.9





附錄五、逐字稿內容摘要



面向	發現	逐字稿內容摘要
	<p>A1.場館交通便利性為消費者考量因素，特色運動場館能吸引目光</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 因為我們的公司都在松山那附近，就下班去松山運動中心，如果在我家附近的話，我家在中和，就可能去附近比較小型的私人健身房。(A-6) ● 我會跑去新北市打球，去找強度跟我差不多的地方打，但是去了幾次之後發現好遠又好累，所以反而寧願在附近的運動中心多花一點錢。(A-1) ● 我自己本身有 Anytime Fitness 的會籍，因為之前比較常在國外跑的關係，所以我是在國外加入，好處是全球可以跑，……，就譬如說今天如果我有需要出門，剛好這個城市有，我隨時就可以去。(A-3) ● ……像 World Gym，譬如說北區是全部通用，所以你想說可能今天假日沒事，晚上跟朋友吃飯，就可以在附近運動、洗澡，然後再去吃飯。(A-5) ● 因為攀岩還是運動中心最便宜，外面攀岩館都很貴，但外面攀岩館的路線比較多、比較好玩，就是還是要看。(A-1)
<p>A.運動現況與習慣</p>	<p>A2.國民運動中心健身房收費實惠，可再加器材數量、環境清潔及空氣品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 因為運動中心很便宜，所以熱門時段人會爆多，我之前有去過 50 塊的運動中心，真的完全沒有任何器材，連自由重量區全部都擠滿人。(A-5) ● 我之前去運動中心的經驗是，我今天就只想要花 50 元，我就去一個小時，可是你從刷進場就開始算，等器材、排器材、休息、準備，那全部都是時間，可能實際練的時間很少，之後要趕快衝出去，不然超過時間又要加下一個小時的錢，但是健身房的話，譬如說一個月八百塊，那換算成運動中心就是 16 個小時，其實你一天去認真練、正常練，一定都會超過一個小時，那算一下，其實八天就已經比運動中心划算很多，而且月費就是你去的越勤，就會越划算。(A-6) ● 但其實硬體上，就我自己的經驗，健身房遠遠好於運動中心，運動中心真的器材很有限，場館很小，但是健身房很寬廣，器材很多。(A-6) ● 運動中心的維護好像也沒有到很好，因為一直有人在用，所以也可能來不及清潔，可是健身房可能會有早上都沒人。(A-5) ● 我覺得空氣品質好像也差蠻多，……，我都覺得他的健身房有一種霉味的樣子，……，而且會覺得他的冷氣好像開得沒有很強，所以我那幾次去的時候，我覺得人沒有到非常多，但是我都覺得空氣真的蠻差的。(A-1) ● 而且可能我去萬華、板橋的運動中心，也沒有到非常大，有時候人一出，空氣就會變糟糕。(A-5)

面向	發現	逐字稿內容摘要
B. 新冠肺炎前後運動消費的改變	B1. 疫情期間，消費者多從事戶外運動，運用線上課程、運動器材在家運動	<ul style="list-style-type: none"> ● ……因為場館都沒開，我就習慣跑外面。(A-2) ● 因為我玩三鐵，跑步就是照跑，腳踏車也照騎。(A-4) ● 我有買線上有氧課，就是直播，還有買沒有繩子的跳繩、腳踏車的訓練台，一樣在家裡騎，就全部改在家裡。(A-5) ● 我就有一樣買訓練台在家裡騎，還有自己組Home Gym，就是買東西在家。(A-1) ● 就是我有瑜珈墊、兩組啞鈴，就會去找一些網路上免費的影片來做一些核心，或是用啞鈴負重做一些簡單的深蹲。(A-7) ● ……那時候就先買了可調式啞鈴，再買了幾組不同阻力的彈力繩，就是希望在家也是可以自己運動，也有瑜珈墊，可以做一些墊上的運動，我幾乎運動是沒有停的。(A-8) ● 我那時候還沒有運動習慣，但因為在家真的蠻無聊，所以那時候iPad有很多運動的東西。(A-6) ● 新冠肺炎三級警戒的時候，大家會很緊張自己的血氧，所以那時候就買Garmin可以測血氧的手錶。(A-6)
	B2. 居家觀看線上運動課程，會有偷懶、影響鄰居等問題	<ul style="list-style-type: none"> ● 可是我覺得直播比較好笑，就是現場老師會有一些互動，會一直說什麼你是不是在偷懶，就是他自己演很大，就還蠻好玩，可是影片感覺就比較沒有那個氣氛，而且直播的話，可能每個禮拜二固定時間就要上線，可是看影片可能就會偷懶。(A-5) ● ……在健身房真的會比較努力一點，在家裡可能還是會有點偷懶，可能他說一起跳，太累我就會站在那，健身房因為大家都會跳，就不想丟臉。(A-5) ● (問2：那你現在就不會想要去上?) 就不會了，因為家裡的場地地板不是那麼好，重點是地板，在家裡穿運動鞋，樓下鄰居也會抗議。(A-5)
	B3. 疫情趨緩後，回歸原先運動習慣，進而增加運動消費支出	<ul style="list-style-type: none"> ● 不過後來因為新冠結束了，就可以比較放心地出去騎，……，去外面可能體驗實際的風比較有快感。(A-1) ● 衣服很貴，還是會添購一些裝備或一些鍋具、碗具消耗品，所以疫情後這些東西重新開放，爬得機會變多消費也會增加。(A-7)
	B4. 疫情讓消費者願意嘗試不動運動項目，報復性從事戶外運動	<ul style="list-style-type: none"> ● 我覺得疫情對我最大的影響是，運動型態的改變，……疫情的時候我確診兩次，確診完，我都是反應比較激烈的，就是我會一直乾咳，咳四、五個月那種，那對我的運動表現有很大的影響，我就有開始重新恢復跑步，會發現因為跑步讓我有感的進步。(A-1) ● 可能報復性比較多，因為疫情都在家裡，我原本就比較喜歡戶外，疫情完之後，變成完全不想在室內，就全部都在室外，那一年就全部都在戶外。(A-5)

面向	發現	逐字稿內容摘要
	<p>C1. 較多消費者曾體驗過運動器材結合虛擬實境之服務</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 就是會一直播放賽道的畫面，我們就假裝在壓車，因為我不確定是可以搖的，可以壓到超低，可以騎到碰壁，如果你願意的話，騎到碰壁都可以，還有一種是一樣有錶，就是有功率錶，如果你願意跟老師登記的話，全班同學的名字都秀在上面。(A-5) ● 譬如說我今天踩飛輪或跑步機，它會幫你統計在它自己的 APP 裡面，譬如說每週、每月的訓練這樣子。(A-3) ● 訓練台其實還蠻好的，可以連著電視，會呈現虛擬的路線，所以騎起來也是還蠻好，而且可以顯示出其他人，就等於一同參與線上的。(A-1) ● 但可能是因為競爭的廠商還不是很多，所以那個其實看起來又都很廉價，以現在這個畫面，現在的單機遊戲都做得那麼逼真，它的畫面應該要更好，但它看起來又像十年前的那種，那個畫面太廉價了，我不會想要在上面做這個花費。(A-1) ● 如果有人可以比，健身房的跑步機可以比賽，我可能會。(A-5) ● 譬如說你挑步道，它是全球連線，選那個步道的人都會在。(A-3)
<p>C. 運動科技服務使用情形</p>	<p>C2. 場館專屬 App 能增進消費者便利性，室內空氣品質監測、人流概況等為有用資訊</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 像我們那個健身房，他是全部都整合在 APP 上面，他是主打無人管理，所以從進場就是 APP 打開那個 QR code，掃開門進去，好像是你所有跟教練預約什麼的，也都是在上面進行，課程的發佈都會在上面。(A-7) ● ……這個健身房就是所有東西都整合在 APP 上面，就不用再人工，也不用櫃檯買票、不用找人，就是很方便，我自己就可以完成，就會吸引你去這樣。(A-7) ● 我記得它之前是每個器材上面都會有一個 QR code，你掃了之後就會開始記錄你做的運動，做了幾公斤、幾下，就不用人工再數。(A-7) ● 就是每個月會送你一次 InBody，你去量完之後，記錄就會傳到 APP 上，所以等於說你每個月量，就會知道我這個月又肥了。(A-1) ● ……他們有做自己的 APP，就是我剛講的買時間，進去就是掃 QR code，就像運動中心拿到那張紙，會很擔心不見，所以我就覺得這點還蠻不錯，可以在 APP 上可能去預約一些教練課類似這種，就是功能沒有到很多，但以使用量而言已經足夠了。(A-6) ● 我前陣子去大安運動中心運動，……，他們有監控整個場館的品質，……，空氣品質會隨時去換氣，那個也不錯。(A-3) ● 看到人少的時候，去的時候就會比較開心，你看到人太多，可能會猶豫一下，如果今天沒有那麼想去，就會想說人那麼多要排隊，可能就乾脆不去，所以可以看到即時的人數，我覺得還蠻方便的。(A-7)



面向	發現	逐字稿內容摘要
	D1. 應持續加強民眾運動觀念及益處	<ul style="list-style-type: none"> ● 如果以我這個世代來說，大部份真的都不喜歡運動，因為剛剛講很多，運動為什麼要花錢。(A-2) ● 像長輩他們都會寧願相信電視購物說吃什麼膝蓋就會好，而不願意相信訓練一下你的四頭肌，你的膝蓋就會舒服一點。(A-3) ● 可能老人家會覺得我去公園就好，為什麼要花錢，可是譬如說有一些老人家他駝背、沒有力氣、生活不方便，可能是源自於他肌少症，那他們就會從這部份去切入，譬如說做什麼動作可以輔助你，讓你的生活更好。(A-6) ● ……戴資穎最好的那個時候，因為那時候我剛好在念研究所，那時候在外面除了帶聯電跟台積電的羽球社團，也有帶國小的課，人一年比一年多。(A-1) ● 因為我剛有提到我之前不太運動，我覺得疫情期間因為都待在家裡，有一陣子是東京奧運，就是大量的看各種運動賽事，我覺得這個有影響，因為一直看就會想要自己去運動，包含可能羽球跟籃球，其實前面都停滯蠻長一段時間，也就是運動習慣的養成、看比賽的習慣，包含像臺灣籃球這幾年又突然變得很熱絡，因為我小時候是看 SBL 長大的，這幾年也是因為看球賽，就會自己想要去參與運動。(A-6)
D. 增加運動消費支出的方法	D2. 有他人陪伴及企業提倡，能吸引民眾投入運動行列	<ul style="list-style-type: none"> ● ……運動真的要找個伴，可以互相激勵，真的有幫助。(A-2) ● 我覺得家人的陪伴還蠻不錯的，……，有些是因為小朋友就在這邊練，騙他過來，……，大家一起參與，就會比較願意運動，進而有消費行為。(A-3) ● 因為老闆自己跑得到，他也鼓勵員工多運動，身體健康，所以我們去跑半馬完賽的話會有獎金一萬二。(A-7) ● 其實我覺得就像量 InBody 應該算蠻有效，因為我們公司很多都健檢出來紅字，看到紅字才會去運動個一、兩下，老年人其實很多都不愛健檢，就不想面對，很多長輩都是這樣，叫他去健檢，他會說反正測出來都是病，……，可是只是叫他們量個 InBody，他們好像就不太會排斥。(A-5)
	D3. 可增加樂齡課程數量及名額	<ul style="list-style-type: none"> ● ……有些運動中心有為老年人開免費的健身，但現在其實還很少，而且名額也很少，其實我奶奶有參與，我有看到很明顯的改變，因為她原本所有鞋子都是比較高跟的那種，她也不太愛走，每天都躺在那邊看電視，但她參加這個活動之後，就是剛剛 OOO 說的同儕，她在裡面可能覺得很快樂，所以就開始買 New Balance 的鞋子之類，當然對運動消費有促進一些。(A-1) ● ……因為這個點以及名額很少，名額很快就滿了，原住民是 55 歲以上，如果一般人 65 歲以上是免費，可是現在的點跟時間都還是太少了，而且只要一錯過，報名的窗口要等三個月的樣子，所以她有時候錯過就會很失落，但是要她自己再去參加外面的又不容易，因為可能很難找到一個全部鄰居都像她一樣 80 多歲的，這樣的同儕團體，那她就會覺得有壓力。(A-1) ● 應該說有一些到我們這個年紀，不管是去運動中心還是健身房都沒關係，教練都是年輕的，第一個教練都年輕人，就算這個教練給他是屬於比較輕度的，還是會很多人負荷不了，要有同理心，我的看法很簡單，好比說我這個世代，我的狀況還可以，應該是屬於說我來面對跟我差不多的世代，讓他感覺到我們可以這樣。(A-2)



面向	發現	逐字稿內容摘要
	<p>D4. 多辦理特色運動賽事及活動，並結合誘因，吸引民眾參與</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 我覺得辦大型活動，感覺大家好像比較容易花錢，像田中馬，那個好像也是地方的，地方馬拉松或是地方的一些。像日月潭馬也是，每年都 10K、5K，超多人報的，感覺就賺很多錢，那種地方馬每年越辦越大，越來越多人報名，感覺可能辦大型賽事比較可以促進消費。(A-5) ● 我發現政府有一些很不錯的抽獎活動，像幾年前有看到政府跟 Strava 聯動，就是你只要每天跑步或走路，只要超過一定的里程，連續 30 天還多少就可以抽獎，以及交通部每年大概辦兩次臺灣各地有 16 條路線的單車，反正你完成它就可以參加抽獎，而且獎項還蠻好的，……，我原本是不會去外縣市騎車，因為那個還要跑去澎湖在逆風中騎車，可是因為有這個抽獎，雖然抽獎是附帶的，但是看到有個東西就會忍不住完成。(A-1) ● ……我就覺得政府其實有很多這種好的補助，但也許可以更多，甚至門檻不要這麼高，因為像 16 條路線真的太困難，全臺灣只有 8 個人完成。(A-1) ● 更入門、更簡單的，就是給新手。(A-5) ● ……我朋友他住榮星花園附近，他們那個里好像每年都會辦榮星花園健走的活動，走完不知道幾圈之後就可以領衛生紙，超容易。(A-6)



附錄六、焦點團體座談會逐字稿



問 1：大家好，謝謝大家晚上撥空來參加這個座談會，我是今天的主持人，我是黃怡姍，這位也是我們今天的主持人，周秩年，非常謝謝大家來參加，會有這個座談會，主要是因為我們是接受教育部體育署的委託，教育部體育署他們每年都會做一個我國民眾運動消費支出調查，這個我國民眾運動消費支出調查，除了會做電話訪問之外，也會有一個座談會，就是用訪談的方式去了解民眾他們的一些運動習慣、運動消費的行為，做為未來擬定一些政策上的參考。在座的各位其實都是我們撥電話，精挑細選邀請來參加的，大家代表的都是每一個不同的族群，大家可能會有不同的意見都沒關係，也不要覺得說不好意思，跟其他人有不一樣的想法，大家都可以踴躍表達自己的想法。我們桌上也有一些餐點，大家等一下餓的話，可以喝，也可以吃，假如想去廁所的話，也可以去。我們一開始就先暖場一下，大家可以簡單的自我介紹，說說自己目前生活上的一些重心，例如像目前在做什麼工作，因為這個座談會主要是跟運動消費有關的，所以也想要瞭解說大家目前主要是做什麼運動，那我們就先從 OOO 開始好了。

A-1：大家好，我是 OOO，今年 30 歲，我的工作就是羽球教練跟作文家教，就是輔導國高中生升學的作文，斜槓。因為我本身有羽球教練這個工作，所以我平常從事的運動就是打羽球，以及我還會騎自行車跟重訓。

問 1：謝謝，接著就是 O 先生。

A-2：您好，我姓 O，我是銀髮族，基本上我的工作就是運動而已，就是保持健康、運動。我幾乎每天都在運動，最主要就是慢跑，我幾乎每天都在跑步，有時候會做一點重訓，反正我就是把時間花在讓自己維持健康，這是我目前最重要的工作。我剛剛看了一下，他說都有不同世代的代表，所以我大概就是銀髮族的代表，謝謝。

A-3：大家好，我是 OOO，今年 42 歲，之前是工程師，現在決定給自己放假兩年，目前就是沒工作，但是生活主要還是跟 OOO 一樣以運動為主。自己運動有請教練，主要從事的運動是 CrossFit，混合健身，還有今年開始有學打羽球，自己運動覺得有些不太足夠，所以剛好國體大每年都有開課，就想說順便去學一下，最近也剛開始排課這樣。

問 1：謝謝。

A-4：大家好，我是 OO，我現在是師大的學生，在就讀博士班，其實有點老了，最常做的運動是三鐵的運動，騎腳踏車、跑步跟游泳，這三個是我此生的最愛，就比較少涉足其他運動，因為球類運動不知道為什麼，常常被球打。我今天其實有抱持著一些問題想要來詢問，就是關於大家在運動上的問題，我一直蠻想知道說，因為像我自己大部份在做的都是三鐵運動，都是比較偏有氧的，關於無氧的那種重訓的運動，我其實真的沒有這麼的喜歡這件事情，我覺得這好像是心中的一個結，可是我知道如果沒有透過重訓這種運動的話，好像在有氧運動的成績就很難突破，因為還是需要透過無氧運動去促成那一塊，謝謝。

A-5：我叫 OOO，我現在是軟體業的專案經理，現在是平常一到五都會慢跑，或是去健身房上團課，團課的內容主要是有氧類，通常是騎飛輪或是拳擊有氧，六日就爬山，大概是這樣做這些運動。

問 1：謝謝。

A-6：大家好，大家可以叫我 OO，我今年 30 歲，我是在電信業做企業產品的推廣，其實我在前十年，應該說大學畢業後的那幾年一直到去年，都很少固定運動，就是看到身邊的人一直去運動的時候就有點煩，想說我就讓自己的身體放假到 30 歲之後再開始運動，但我其實很喜歡球類，小時候是籃球隊，高中、大學也都一直在打羽球，就是我跟他應該是相反，我超討厭跑步，跑步是我最討厭的運動。我今年有跟朋友一起約，每個禮拜一起去健身房一次，因為我的膝蓋以前有運動傷害，也是想說可以透過健身的方式去強化

肌肉，讓自己的膝蓋可能負擔不要那麼重。

問 1：謝謝。

A-7：換我了嗎？我是 OO，我應該是最小的吧，我今年 23 歲要 24 歲了，目前從事行銷的工作，平常一到五下班就會去健身房重訓，假日或是連假有空的時候會去爬山，我主要爬百岳為主，百岳目前一半了，希望可以趕快完成剩下的 50 座這樣。我最近開始跑步，因為公司有鼓勵我們去參加半馬，但是我也找不到跑步的樂趣在哪裡，覺得好痛苦，我覺得跑步比爬山痛苦很多，最近也是剛開始接觸，在嘗試找之中的樂趣，那就是會去報名半馬的比賽，參加看看這樣。

問 1：謝謝。

A-8：大家好，我是 OO，我是從事財會工作，我一開始運動是上拳擊有氧的課，一直上到現在，已經上了大概有 10 年了，大概從四年前開始上教練課，也有在重訓，最近開始在做跑步的訓練，也有開始在上瑜珈課，有時候假日會跟朋友去爬山，大概是這樣。

問 1：了解，想要了解大家通常都是去哪裡運動，是運動中心嗎？還是一些私人的健身房？

A-1：我平常打羽球的話，因為有比較多的資源，所以其實打球比較不太需要負擔場地費，就是有很多私人的地方可以打，但是如果教學的話，一般都還是在國小，因為我通常都是接公司社團的球隊，他們通常都是用公司的名字去租到這個場地，我再去當教練，如果是重訓的話，我之前是固定在市政府旁邊的超核心練，不過後來因為我搬到內湖，也入籍內湖，內湖的焚化爐健身房是免費的，所以我都騎腳踏車去焚化爐健身房訓練。

問 2：你是小時候就是有學羽球，不然後來怎麼會去當羽球教練？

A-1：我小時候是桌球科班出身的，不過我大學的時候轉打羽球，打得還不錯，後來在念研究所的時候，有跟著一個甲組的教練在帶科班的球隊。我一开始是在新竹帶聯電跟台積電的社團，後來畢業之後回台北，就自己在台北教球這樣。自己如果平常騎車的話，通常是會跟著車店的約騎，臺北有幾家像是曜越單車或法博這幾家車店，他們都有不錯的約騎，他們的路線大概都是爬坡，我假日的時候都會跟著他們去爬坡，比較多騎山路。

A-2：我剛才聽了好幾位說不太喜歡跑步，我都不講話，因為應該這樣說，跑步的樂趣真的需要時間去培養，像我幾乎天天在跑，多的時候我一個月的月跑量跑到 5-600K，會越跑越開心，應該是說需要去體會，因為如果沒有享受腦內啡分泌的那種快感，你們是不會喜歡跑步的，像我們跑習慣了，只要腦內啡分泌就是很開心，而且不跑就會很痛苦，像下雨天什麼，我幾乎除了颱風天不跑之外，幾乎天天都在跑。我住的地方在市立體育場那邊，因為離得近，我走路就可以到，所以我有許多跑伴，我們很多銀髮族，大家最多的就是時間，所以我們幾乎每天都會碰面，然後越聚越多人，像前兩天那個萬金石，我有一個師兄就是分組一，我也是受他影響，其實你說跑步有沒有樂趣，跑步很無聊，又累又流汗，有時候又腳酸，幹嘛這麼辛苦？一開始我也是這樣，就給它痛習慣、累習慣，之後真的會上癮，尤其是要有伴，跑步會覺得無聊是因為沒有伴，因為我很愛講話，認識我的就知道，在體育場不認識的我就靠過去，因為我喜歡邊跑邊聊天，這是大家很討厭的，因為累得要死，誰有空理你，還跟你聊天，但我們就是聊習慣了，其實跑步聊天也是一個訓練，訓練自己的肺活量，是有幫助的，我就很愛亂聊，可是久了之後，因為我臉皮比較厚，尤其我會去找像你們這些妹妹去聊，久了之後大家會開始學習，這都是有幫助的，我就是喜歡聊天、喜歡運動。

問 2：主要都是什麼時間在跑步？

A-2：大部份都是傍晚之後，因為我比較懶，早上起不來，尤其馬拉松幾乎都是早上，我以前比較熱衷，現在我已經放棄了，因為我起不來，七早八早叫我起來就要跑 40 幾公里，我

現在不願意，但我還是以健康為主，偶爾被刺激的時候會去跑一下，說實話，其實現在的我今年 60 歲，我還是有三個多小時，這就是跑上癮會有幫助，而且像女生都很愛漂亮，真的要跑步，跑步可以雕塑你們的身型，腿絕對不會粗，如果跑得正確的話，這個是教練講的，你只要有正確搭配飲食，絕對不用怕腿粗，而且身形會很漂亮，就是要有方法，抱歉，我比較多話。

A-3：因為嘗試的是 CrossFit，所以有一些 CrossFit 他們自己的健身房，最主要是上團課為主，我一個禮拜會有三堂團課跟一堂教練課，周末的時候會去大安運動中心學羽球，團課的部份因為有固定課表，所以我會挑一堂舉重，一堂 CrossFit 標準課，還有一堂就是針對單邊，因為平常如果是舉槓鈴的話，都是兩邊，自己在運動，我覺得兩邊差很多，所以會有一堂團課是針對單邊，教練課的教練就會教技巧的部份。

問 2：那你會習慣有人跟你一起做運動？

A-3：會有，都是團課，CrossFit 除了教練課那一個小時之外，其他三堂都是大概 8 到 12 個人一起運動。

問 2：是原本就認識約的，還是說就是？

A-3：不認識，我的時間固定是早上十點的團課，早上十點有些人他的工作比較自由，所以會認識不同行業的人，有的是業務也有退休職，各行各業都有。

問 2：謝謝。

A-4：三鐵，腳踏車，我很討厭騎山路，所以我大部份的活動範圍都是在北海岸，就騎北海岸，跑步的話，因為我是師大的學生，我們有操場，河濱會路跑，游泳就是師大的游泳池跟運動中心游泳池。

問 2：那你平常都會有人跟你一起做運動嗎？還是你比較習慣自己？

A-4：三鐵是一個蠻寂寞的貴族運動，就是真的很昂貴，你要參加任何比賽都非常的昂貴，所以我也能夠理解喜歡玩三鐵的朋友其實不多，我自己都覺得那就是自己個人的興趣，因為我以前是三鐵隊，所以有教練，他會開課表跟菜單給我，我就照著那個方式去做練習，對我來說，那個課表就是以多樣化去訓練不同的肌肉群的記憶這樣為主，大概是這樣。

問 2：謝謝。

A-5：我玩的比較雜，就是我跑步是去河濱公園，去年我也玩過標鐵，標鐵就是 515，那時候是去河濱公園騎公路車、去國小游泳池跟 World Gym 游泳池游泳，如果是團課就是在健身房，爬山就是去外面。全台北市的運動中心，我好像都有去過，有時候去攀岩、去內湖運動中心射箭什麼的，反正幾乎除了球類以外，我全部都碰過，所以玩得比較雜，去過的地方蠻多的，就戶外也有、游泳也有、去海邊也有，幾乎都有。

問 2：所以你會是比較喜歡在不同的場所做？

A-5：對，因為我比較容易膩，所以會一直換，大概是這樣。我也有上過重訓的課，但是去私人教練他自己租的工作室，之前也有玩過比較特別的是紅石，有點像物理治療，不過那個教練說也可以拿來針對小肌群做重訓，就是有些特別的有玩過，所以去的地方蠻多的。我幾乎都是一個人，就是我喜歡自己一個人運動，要嘛就是去全部都不認識，像爬山不是就很多人都不認識，要嘛就是我自己一個人，譬如說跑步、三鐵，三鐵就自己一個人，可是也有跟朋友去騎過山路，因為其實我自己也是喜歡爬坡，不喜歡騎路邊，我覺得騎路邊很危險，可是跟車隊一起爬坡會相對比較安全一點，但是下坡還是很恐怖，我不喜歡下坡，想到下坡就開車下來，但就看是什麼運動，就去那個特定的地方。

A-6：我也去過蠻多臺北市的運動中心，平常除了重訓之外，重訓如果跟朋友一起，因為我們的公司都在松山那附近，就下班去松山運動中心，如果在我家附近的話，我家在中和，就可能去附近比較小型的私人健身房，再來是球類，羽球的話，可能就跟朋友一起去租場地，看那個時候搶到哪邊的場地，或是運動中心的場地，有時候是國小的場地，或一些私人的場地這樣。去年有新增一個是壁球，剛好朋友裡面有人比較會，也可以帶著大家打，再來是壁球的場地比羽球便宜很多，我覺得這幾年的羽球場好貴，而且也比較好搶一點，就大概一個月會打個一、兩次，籃球的話，我家附近有河濱公園，想到就會去河濱那邊打球。

問 1：O 小姐。

A-7：我健身房也去超核心松仁那館，那館比較大，所以我平常就去健身房，爬山的話，就戶外，山不用錢，跑步最近剛開始，但我會去河濱，因為我覺得跑操場好無聊，很像倉鼠繞圈，感覺比較容易膩，但河濱至少可以看風景，運動的人比較多，會覺得比較有趣，可以跑比較遠，差不多就這樣。

問 1：謝謝。

A-8：我一開始上拳擊有氧是在比較小的類似工作室那種，然後是團課，那時候是有跟朋友一起去，後來發現我在跟的老師，他也有在運動中心教，所以有一陣子是跟著他去運動中心上課，後來開始接觸重訓之後，就發現有些健身房的拳擊有氧課是團課，是有包在費裡面，所以後來加入健身房之後，就都上健身房的拳擊有氧，瑜珈課也是健身房的，跑步的話，一開始是自己跑公園，我也是覺得操場太無聊，就很小圈，然後都會覺得跑好久怎麼才四百，所以我會去找比較大圈一點的，可能一圈就一公里、兩公里的那種大公園，像榮星花園之類的，就可以感覺不會跑很久，爬山的話，我有朋友在台電工作，他們台電有一群很愛爬山的朋友會揪，大概一個月一、兩次這樣，跟他們一起去爬山。

A-2：我突然發現我很無聊，因為我有跑過一百圈。

A-5：心理素質很堅強。

問 2：可能你會找人家聊天，就會比較有趣一點。

A-2：我跑 100 圈的時候沒人跟我聊天，因為前面可能有人跑，也有朋友 20 圈走了、30 圈走了，到最後還是剩自己，真的像她講的倉鼠這樣。

A-1：市立體育場不是有兩個，一個是主場，一個是副場，你都是在哪個場館？

A-2：主場只有晚上六點才開，我幾乎都是在主場，只要有開的話，因為大場當然比較好跑，暖身場三百而已，而且又有溜小孩的、散步什麼的那些。

A-1：還有踢足球的。

A-2：對，危險性很高，有些人、球會突然跑出來，所以為什麼我都是傍晚才去，因為傍晚是主場。

問 2：開放的時間。

A-2：六點才開，去年那個四百場，只要大家有去，幾乎都會碰到我，因為我的服裝很特別，冬天打赤膊，夏天穿衣服，所以說有去四百場的，大概都會看到這個怪人。

A-6：為什麼冬天打赤膊？

A-2：沒有為什麼，因為冬天不會有人打赤膊。

A-5：就是要特別。

A-2：也不是特別，很冷。很多東西都是一個習慣，就像跑步久了也會習慣，像我常常說讓自己冷習慣，就不會那麼冷，像我去武嶺，體感零下四度，我一樣穿短袖上去，就讓自己習慣就好，很多事情讓自己習慣，像我冬天會洗冷水，就是有點自虐。

問 2：等一下我們其實會再請教大家一些問題，大家不一定要按照我們剛剛的順序，剛只是先暖場一下，大家有什麼想法隨時都可以一起講這樣，沒有關係，其實剛剛可以看到大家都應該算是很重度的運動喜好者，接下來要請教一個問題，請大家幫我們一起回想一下，在新冠肺炎的時候，我相信應該不會有人不知道，新冠肺炎其實對我們的生活產生了很大的影響，我想對於像你們這樣重度的運動使用者，可能也是產生一些限制，譬如說三級警戒那時候，很多運動場館可能都沒有開，甚至很多運動的課可能也都停課，所以想要請教大家，在新冠肺炎的時候，請大家幫我們回想一下，你們有沒有採取什麼樣不一樣的運動方式，就是在新冠肺炎那期間，為了讓自己可以做運動或是持續有可以動起來，我相信像很多人可能就放棄，可能也就沒辦法運動，我不知道大家還有沒有什麼樣的方式來做運動，有誰可以先？

A-2：這我可以說，新冠那時候最開始說戶外要戴口罩，剛開始的時候，我還是會去外面跑，因為場館沒開，我會跑馬路，印象最深的就是剛開始規定戶外也要戴的時候，我忘記戴就在路上跑，因為我繞小巨蛋那條路，一定會經過派出所，警察崗哨會在，我經過他就一直看我，我也忘記自己沒戴口罩，但他也沒有理我，因為他看我在運動，就一圈、一圈，看我一次、看我一次，他都沒講話，後來我終於發現自己忘了戴口罩，他也沒有理我，可能他是認為說我們在運動，後來就開始戴了。那因為場館都沒開，我就習慣跑外面，還是天天跑就繞馬路，因為馬路比較不會跟人接觸、有距離，我幾乎沒有去改變。

問 2：就是場地改變？

A-2：對，只是場地改變而已。後來開始慢慢開放，變成體育場規定一次只能進去 30 個，有一個出來，另外一個才能進去，他會有時間幾點開始，我還有一些朋友就會早一點去，搶前面 30 個趕快進去，其實運動習慣之後真的會上癮。

問 2：所以您就是改變了運動場地？

A-2：對，只是被迫改變，但是習慣不變，因為不運動對我們來說已經有點痛苦，時間太多。

問 2：還有其他人可以跟我們一起分享？

A-5：我還有買沒有繩子的跳繩、腳踏車的訓練台，一樣在家裡騎，就全部改在家裡，因為那時候我們家比較謹慎一點，不准我出門，當然工作也是可以 work from home，所以就全部改在家裡。

問 2：所以就買了很多的設備？

A-5：對，就是花蠻多錢。

問 2：那課程呢？你那時候上線上的課程，您覺得？

A-5：有免費的，裡面就是影片，可是我覺得直播比較好笑，就是現場老師會有一些互動，會一直說什麼你是不是在偷懶，就是他自己演很大，就還蠻好玩，可是影片感覺就比較沒有那個氣氛，而且直播的話，可能每個禮拜二固定時間就要上線，可是看影片可能會偷懶。

問 2：所以影片是免費的，但是直播那個就要付錢？

A-5：自己找，也有免費的直播，可是我有喜歡的老師，所以我就買喜歡的老師的課。

問 2：你那時候有買那個課程，所以那時候這樣的線上體驗的上課方式，你覺得是好的嗎？

A-5：我覺得還 OK，只是可能家裡的冷氣就不夠強，就沒有像健身房強，所以在家裡會特別累，而且健身房實體的氣氛還是有，所以感覺在健身房真的會比較努力一點，在家裡可能還是會有點偷懶，可能他說一起跳，太累我就會站在那，健身房因為大家都會跳，就不想丟臉。

問 2：是有一些同儕的互動？

A-5：就是有教室的壓力在，在家裡就偷懶，站在那邊擦汗、喝水，老師根本就看不到，類似這樣，也有玩健身環，健身環真的蠻好玩的。

問 2：其他人呢？

A-1：新冠肺炎那時候我剛好還是高中老師，那時候在學校任教，所以都是改成在家上課，那時候我們學校規定原本 50 分鐘的課，只要上 30 分鐘就好，然後又在家，時間忽然多了很多，我就有一樣買訓練台在家裡騎，還有自己組 Home Gym，就是買東西在家，這樣的生活型態對我來說又會覺得很棒，等於隨時隨地都可以運動，所以新冠疫情結束之後，我反而不想回學校任教，因為忽然享受這個自由，所以就想改變自己的生活型態，我發現我真的好喜歡運動，如果是在做很固定的工作，要把時間綁在那邊，像現在就可以很自由自在的運動。

問 2：所以你的 Home Gym 現在還有持續？

A-1：還有持續地在使用，不過訓練台就比較少在使用，因為可以去外騎，外騎還是比較快樂，我那時候連滾筒都用買的。

A-5：我也有買滾筒。

A-1：在家裡騎就覺得自己真的才叫倉鼠。

A-5：在家裡騎超熱的，外騎還比較涼。

A-1：我都要拿兩支電風扇來吹。

A-5：我也是對著風口，拿兩支電風扇，木地板都濕了。

A-1：馬上騎的都要鋪毛巾，否則那個汗。

問 2：訓練台那時候買，訓練台一個要多少錢？

A-1：我那時候是買二手，大概一萬六左右。

A-5：我朋友送我的，因為他不想在家裡騎，他也不用訓練台，所以就直接給我，我不用再選他。

A-1：訓練台其實還蠻好的，可以連著電視，會呈現虛擬的路線，所以騎起來也是還蠻好，而且可以顯示出其他人，就等於一同參與線上的。

問 2：所以是有連線的？

A-1：對，是有連線的。

A-5：還可以跟隊友競賽、流程表，我是便宜貨，好像兩、三千。

A-1：對，他會顯示，譬如說數值，就是你現在的功率多少，可以覺得我踩的速度要掉下來，或是功率掉下來，就知道我好像現在不認真，所以要用力的騎，還蠻好玩的，不過後來

因為新冠結束了，就可以比較放心地出去騎，其實戴著車錶，車錶上面也會顯示這樣的數字，去外面可能體驗實際的風比較有快感，如果自己在家裡踩，那種訓練的感覺太重了，新冠肺炎這段時間對我的影響還蠻大的，包含我對這個運動的態度，跟我整個職涯的選擇，又直接做一個大轉彎這樣。

問 2：還有誰可以跟我們分享？

A-6：我那時候還沒有運動習慣，但因為在家真的蠻無聊，所以那時候 iPad 有很多運動的東西。

問 2：影片？

A-6：對，就會下載來玩，還蠻好玩的，因為他也是有很多模式，也有跟球類有關的，我自己蠻喜歡球類，就會跟室友或伴侶一起玩，也會去找一些像有氧的影片，自己在家裡訓練，再來就是我也有買 Switch，我沒有買健身環，我是買他一個拳擊有氧的遊戲，還有前兩年有出一個 sports，也是可以打拳，我覺得在家打就很方便，因為當時沒有運動習慣，就覺得這些事情都可以在家做，對我而言很方便，又是我還蠻喜歡的事情，再來另外一個比較有趣的是，新冠肺炎三級警戒的時候，大家會很緊張自己的血氧，所以那時候就買 Garmin 可以測血氧的手錶。

問 2：穿戴裝置。

A-6：因為現在比較常運動，當然就會用到裡面跟運動相關的一些偵測功能，如果當時沒有買這個的話，我現在也不會因為運動去買一支跟運動相關的手錶，大概是這樣。

問 2：還有誰？

A-3：我是放棄運動代表，一開始疫情的時候，我不在臺灣在菲律賓，臺灣一天十幾個的時候，我們那邊一天是七千人，很早就封城了，都不能出門，要出門要有通行證，會發給你的大樓登記誰要出門，你要出門的話，得憑那個通行證，不然就會被警察帶走，被警察帶走通常會比較危險，所以那個時候就沒日沒夜的工作，我們 2020 年 3 月開始封城，在家裡關了半年，到 9 月就乾脆給我們回家，然後就回來臺灣了，臺灣那時候狀況還蠻好，還可以在外面走動，不過那時也是沒日沒夜的工作，工作到疫情幾乎都結束的時候，整個人胖到生涯顛峰，後來決定不做工作，好好運動，第二次因為工作的關係，讓自己的體重飆高，自己覺得整個身體都不太行，所以就決定先休息一陣子再回去。

問 2：新冠肺炎對你的職涯也是產生蠻大的影響？

A-3：對。

A-4：因為我玩三鐵，跑步就是照跑，腳踏車也照騎，因為北海岸那邊沒有警察，唯一影響比較大的就是游泳，那一塊我真的是蠻困擾的，因為三項裡面，游泳對我來說蠻重要的，因為三鐵贏在游泳。

A-5：第一個游完，時間馬上出來，後面就很輕鬆。

A-4：就可以微笑過終點，所以游泳對我來說是比較困擾的，當時因為封城的關係，但是我覺得也還好，臺灣好像真的沒有那麼嚴重，只是泳池有一些規範人數的上限，那因為我在師大，有時候會去上游水課，師大游泳課也沒有受到影響，就只有說距離拉開一點，但問題是根本不可能，游泳這種東西教練要指導你的動作，所以疫情對我來說的影響，實際上游泳次數有變少，但當時我很感謝 Switch，我被朋友入坑 Switch，才發現原來 Just Dance 有這麼好玩，而且我的游泳教練也跟我講，跳舞是可以協調你的游泳的，因為游泳是全身的協調，所以也對那個有幫助，我那時候就很瘋狂的跳 Just Dance，我覺得最大的消費就是那一筆。

A-5：可是那才一點點，就是買半年費，就是一年全曲。

A-4：對，跟你們相比我的確是還好，我反而覺得不是疫情。

A-5：是 Just Dance 讓你愛上跳舞。

A-4：對，運動消費這件事情，我覺得不是疫情讓我的運動消費增高，反而是現在讓我覺得消費比較高，我不知道為什麼，是因為通膨嗎？還是物價上漲？

A-5：就是配件那些全部都漲價，連鞋子、衣服也全部都漲。

A-4：連報名費都漲。

A-5：對，馬拉松的費用也漲。

A-4：三鐵就更不用講。

A-5：三鐵都很貴。

A-1：三鐵好像一場都要五千塊上下，四、五千塊。

A-5：你是報哪裡。

A-2：看你報哪裡。

A-4：像美國或在日本的一場都破萬。

A-5：都是去國外。

A-4：我要講一個很討人厭的事情，我其實是在玩超馬。

A-5：為什麼討人厭？

A-4：因為大家不喜歡跑步，我發現報名費也是有點漲。

A-5：超馬應該很貴。

A-4：對，本來就已經不便宜了，所以我覺得反而疫情那段時間讓我蠻開心的，因為路上人變少，所以你會覺得怎麼空氣變得很乾淨，而且三寶就很少，我好懷念那段時間，現在反而很痛苦，東西又很貴，路上人又多。

A-5：路上人車什麼的都變多。

A-4：對，所以我覺得我最近好像有點退回 Switch 的世界。

A-5：跳舞。

A-4：對，還是在家裡面跳舞，謝謝。

問 2：還有誰？

A-7：疫情那時候，我剛好在準備考試，我是考生，所以整天關在家裡不出門，本來就出門，所以不能出門對我來說也沒關係，因為整天關在家念書，其實也蠻無聊的，也會覺得自己整天坐在桌子前面，坐久了蠻痛苦的，所以還是有維持一點點運動習慣，就是我有瑜珈墊、兩組啞鈴，就會去找一些網路上免費的影片來做一些核心，或是用啞鈴負重做一些簡單的深蹲，至少就是在一整天都完全沒有動的情況下，還可以有一點點的運動，但就是完全沒有花錢到，因為考生很窮，也不會想要再花錢去購買什麼線上的影片，就以手邊現有的資源為主。

A-8：那換我，疫情那段時間應該是最熱衷重訓的時間，所以健身房關掉對我來講就會覺得怎麼會這樣，所以就馬上上網去找可調式啞鈴，一開始還慢慢做功課，後來想不對！不能等，因為價格一直上去，而且還不一定能買得到。

A-3：超貴。

A-8：因為它會缺貨，要等很久，反正那時候就先買了可調式啞鈴，再買了幾組不同阻力的彈力繩，就是希望在家也是可以自己運動，也有瑜珈墊，可以做一些墊上的運動，我幾乎運動是沒有停的，但強度會比在健身房低很多。

問 2：所以你有買一些課程？還是就是自己看影片，還是自己之前就已經有？

A-8：我跟她一樣，就是上網看一些直播跟著運動。

問 2：所以因為疫情，那段時間也是採購了很多設備？

A-8：也沒有到很多，就是基本的啞鈴、彈力繩那些。

問 2：那現在還有在用？

A-8：因為現在有健身房，那些就給我爸用。

問 2：所以其實我們剛剛也發現，在疫情的期間，確實有改變了一些可能場地的不同，或者是有人直接就在家裡打造健身房這樣，或是有人因為這樣子而購買了一些線上的課程、購買了一些運動的器材，甚至有一些新的線上服務，或者是運動穿戴裝置，其實現在雖然疫情也還沒有結束，但我們至少也可以講說現在是疫情趨緩的一個情況，我想這個大家應該都是可以同意的，那我們想要再請大家幫我們想想看就是，剛剛我們請教大家在疫情之間做了什麼樣的改變，那在疫情趨緩了之後，大家在運動上面，或者是運動消費上面有做什麼樣的一個調整，或者有什麼樣的一個改變，O 大哥可能比較沒有變，因為你好像還是一直跑，可是你在疫情之前，疫情的時候有去運動中心，還是後來？

A-2：後來。

問 2：後來結束之後就開始去？

A-2：後來有去，還有疫情還沒開始之前也有去，其實我不是一開始就在做跑步的運動，年輕那時候是在打高爾夫球，到後來因為我大部份時間都在國外，到 40 幾歲才回來臺灣就開始比較頹廢的生活，身體出狀況，我會跑步是因為身體出狀況，想說好吧！開始運動，那打高爾夫球要找伴，很少一個人打，跑步就比較簡單，就開始這樣。我說實話，剛開始的時候一圈三百公尺我跑不完，就是這樣慢慢到現在十多年，開始愛上它，因為可以認識很多的伴，其實像他有在做教練，可以看到運動真的要找個伴，可以互相激勵，真的有幫助，像我最重的時候也到 70 幾公斤，到後來一直維持在 50 多也上不去，像我現在不行，我玩到最兇的時候，體脂率大概在 11、12 而已，現在年紀大了有變比較多，大概 16、17，所以我強調是說，運動不管說有沒有做消費都沒關係，運動是一個要持續的，像他剛才偷偷講說他有玩超馬，因為我很喜歡聊天跟交朋友，我在跑場也有三鐵的朋友，也有超馬的朋友，我認識蠻多那些都是冠軍選手，因為我很愛講話，所以我很容易認識那些人，但我實際上沒有那個實力，可是我聊天的實力很好，你說疫情之後的改變，我後來開始有時候會上健身房去做重訓，也是因為被同儕刺激到，覺得都是跟我年紀差不多的，怎麼他的記錄比我快，後來發現原來他有在做重訓，我想說我怎麼可以輸人，我們疫情前贏他，疫情後沒有道理輸，所以我也激勵自己一起來重訓，所以我有去健身房，自己家裡也會亂買一堆，認為說越重越有用，就會有一些迷思，因為自己認識太多朋友，有很多都是屬於那種上凸台那些，我都認為這些不會輸給教練，他們會用他們的經驗談告訴我們，可是後來我發現這是不對的，因為每個人素質不一樣，我們的身體素質差很多，他是冠軍選手的素質，我不是，我是一般人，我聽他的經常受傷，後

來才發現不對，還是要去像健身房聽比較專業的。

問 2：所以你在健身房有教練嗎？還是說也是跟旁邊的人請教？

A-2：跟旁邊的有時候也是聊一聊而已，我曾經跟過團，後來有些同團的跟我說，譬如你怎麼跟教練差不多等級，我就不好意思，變成要低調，有時候教練給的東西，可能對我來說有一點強度沒那麼強，所以後來我就比較少在找，因為我也有年紀了，那些教練都是這種帥的、年輕的，他們給的我不一定吃得下去，這是騙不了人的，年齡真的不一定吃得下去，所以就發現我們還是要認識自己，我現在是這個階段，我應該要做什麼樣的程度就好，不要勉強，因為受傷之後，會變不能運動，不能運動就會很痛苦，只要不受傷就可以一直運動，運動的強不強，其實不是那麼重要，重要的是你要動，動了就會有收穫。

問 2：謝謝，還有誰？

A-5：疫情前，我本來就是有在爬山，疫情之後本來想爬山，那時候山路好像會管制人數，而且我家人管得比較嚴，他們幾乎不想要讓我出門跟陌生人在一起，所以那時候解封的時候，我就瘋狂的爬山，也是爬百岳，但我是疫情解封之後才開始爬，而且去年我膝蓋受傷，又玩三鐵，那時候又想要去越野跑，所以去年就沒有再爬山，所以等於是算爬百岳爬很淺，解封之後就去外面比較多，也有去潛水什麼的。

問 2：所以就是解封之後，去戶外的一些行程就比較多？

A-5：要不然之前潛水都要戴口罩，潛水在海裡面根本不可能戴口罩，整個都濕的，而且都是鹽巴，感覺膚質有變差，而且又曬太陽，解封之後去戶外，感覺大家比較可以講話，不然我疫情還是有出去一、兩次，大家都戴口罩也比較謹慎，就一直瘋狂噴酒精，或是有人可能只是胃食道逆流或怎樣，他咳嗽，就會有人非常緊張，我遇過有人瘋狂抱怨說為什麼有人在咳嗽，可是那個人可能只是胃食道逆流，或是他那天喉嚨癢之類的，我就會覺得說這樣出門會有各種不同的突發事件很麻煩，所以那時候就不想出門，解封之後一出去馬上中標，爬百岳的時候被車友傳染，但因為平常有運動，所以恢復蠻快的，反正就是疫情後的改變就是戶外運動變很多，比起來就不想去健身房，就瘋狂去戶外，但今年又回到平衡，就是一半一半。

問 2：了解，還有誰？

A-1：疫情後，我的運動消費反而就還好，沒有花什麼錢。我是 2019 年那時候研究所畢業來臺北任教，一直任教到 23 年，這四年剛好幾乎跟疫情重疊，回到臺北的第一年，那時候還沒有疫情，那因為我剛回臺北人生地不熟，而且工作又還蠻累的，我那時候在找打球的地方，因為那時候在松山任教，我會跑去新北市打球，去找強度跟我差不多的地方打，但是去了幾次之後發現好遠又好累，所以反而寧願在附近的運動中心多花一點錢，打比較快樂的零打團，可是到了疫情的時候，包含三級的時候，那時候忽然都沒有場地，當然一方面也在家自己快樂的運動，再來因為那時候有認識了一些程度跟我差不多的球友，剛好很幸運有球友，他有自己私人的球場，我們大概都一到三個人，沒有超過他四個人的限制，因為私人球場自己去練球，在他們那邊打球其實就不用花什麼錢，反而疫情的時候，我們把這個關係確定下來，因為就剛好是三個人，有一個也是自由業的軟體工程師，有一個是科班的羽球教練，我們三個年紀也差不多，也有一直在外面打比賽得名的這種野心，所以就一直保持固定的訓練狀態到現在，我也因為有這樣的關係，所以疫情後也還是繼續打羽球，疫情的時候把家裡佈置得很美輪美奐，反而疫情後就不需要再花什麼健身房的錢了，而且就算有的時候不想在家裡練，有朋友來或是自己想要去外面換個環境，我就會去內湖焚化爐，因為有免費的資源，而且內湖焚化爐也有游泳池，我都去游泳或健身這樣，所以疫情後，幾乎沒有什麼運動上的消費，反而大幅減少了。

A-7：剛 OO 說得很好，她說報復性爬山。

A-5：就爆爬，一直抽籤，抽到就爬。

A-7：因為疫情期間沒得爬，所以開放山林之後就會很常去爬山，爬山本來就會有一些必要的花費，譬如說包車。

A-5：我覺得爬山很貴，買衣服最貴。

A-7：對，衣服很貴，還是會添購一些裝備或一些鍋具、碗具消耗品，所以疫情後這些東西重新開放，爬得機會變多消費也會增加，像我自己上健身房也是疫情後才有的習慣，但也不排除是因為生活、職涯階段的轉變，開始工作之後，下班才會固定去健身房，所以健身房月費也是一個支出，最近我剛有說想要開始練跑步，可能也是因為疫情後路跑的比賽變多了，加上我們公司也鼓勵我們去跑步，我也覺得自己要練，所以最近去買了手錶，最近才購入的，我覺得如果沒有再有疫情的話，就是在穩定的情況下，就有更多的時間可以出去練跑步，因為跑步是長久的，要常跑，所以我覺得這是很值得的投資，為了跑步。

問 2：那你們公司為什麼會鼓勵你們去跑步，是鼓勵你們做運動，還是鼓勵你們跑步？

A-7：鼓勵我們去跑步，因為老闆自己跑得到，他也鼓勵員工多運動，身體健康，所以我們去跑半馬完賽的話會有獎金一萬二。

A-2：有收這麼老的嗎？

A-7：可能收進來做一下就要退休。

A-5：如果像他跑超馬有 double 嗎？

A-7：老闆覺得全馬太變態了，那個已經超出人的負荷，他不鼓勵花錢。

A-4：還會被扣薪水。

A-7：對，所以努力以半馬為目標。

A-6：我補充，我自己的話，因為我剛有提到我之前不太運動，我覺得疫情期間因為都待在家裡，有一陣子是東京奧運，就是大量的看各種運動賽事，我覺得這個有影響，因為一直看就會想要自己去運動，包含可能羽球跟籃球，其實前面都停滯蠻長一段時間，也就是運動習慣的養成、看比賽的習慣，包含像臺灣籃球這幾年又突然變得很熱絡，因為我小時候是看 SBL 長大的，這幾年也是因為看球賽，就會自己想要去參與運動，也就會延伸到可能有時候看到運動員在場上受傷，自己在運動的時候也會比較在意自己一些，不管是鞋子或是穿的衣服，就會比較在意裝備要符合運動的需求，因為我以前有受過傷，所以我有點擔心這件事，再來除了裝備之外，就譬如說像肌貼，我也會去學說哪個地方不舒服，應該要怎麼貼，就也會花一些費用在購買這個類型的東西上，還有物理治療也是，因為開始運動就會希望知道自已的身體目前有哪些狀況，如果透過去物理治療，就是也有花一些，應該說花蠻大一筆物理治療的費用去調整自已的身體，讓自已的身體更適合去做這些運動。

問 2：還有誰跟我們分享一下疫情之後？

A-8：可是我覺得我真的沒什麼改變，就還是一樣做我想做的運動，花我想花的錢，我覺得我沒什麼太大的變化。

問 2：但是你可能以前還是會回到健身房，最後面還是會希望回到健身房這樣的一個場域裡面？

A-8：對，我做的改變是我自己想做的改變，而不是因為疫情的原因，我覺得是這樣，當然有改變，但是跟疫情沒有關係。

問 2：還有誰？

A-3：我跟 O 小姐一樣，因為自己團課的關係，所以我選擇做某些消費，然後因為疫情是直接歸零，所以等於是回到疫情前，根據我自己現在想要的訓練狀態，來決定我的消費行為。

問 2：O 先生可能沒有？

A-4：我的消費行為，但是我真的覺得是因為通膨。

問 2：感覺花的錢變多了？

A-4：對，然後還有一個原因，因為疫情臺灣真的守的算不錯，我知道其他國家真的很慘，尤其是美國真的很慘，大多的運動用品其實都是在中國跟美國這兩個國家製造的居多，所以我有發現疫情那段時間，好像也沒什麼新的產品出現，因為我是會去追新產品的，我發現現在不但物價高昂，他們新的東西又一直出，就覺得好像我真的很需要跟財會學一學，我現在需要學的其實是財務管理，就是我覺得好像在裝備上面的那個支出。

問 2：越來越增加？

A-4：對，我覺得還有一件事，我不知道這跟消費有沒有關係，但是我有一個很深的觀察，就是因為可能是我玩三鐵，所以在疫情的時候，我去跑步、騎腳踏車都無比的空曠，你就會覺得成績有進步，反而人潮一回來之後，當然自己學校開始必須要回去上課，因為我還有兼研究助理的工作，所以也開始忙，時間也變少、時間被壓縮，自己的成績就會有一點往下掉，所以也會開始去想說是不是又是裝備的問題。

A-6：你只是想花錢。

A-4：對，也跟各位分享，最近真的出了一款很好的車，因為我的公路車已經有點舊。

A-5：你說 TCR 第十代嗎？

A-4：沒有。

A-5：太便宜不是。

A-4：最近就是剛買了一台新的車子，我就一直在想說，如果你問我消費，我真的覺得疫情的影響比較不是因為疫情對我的健康，而是因為疫情對整個運動用品產業的影響，所以進而牽動我。

問 2：消費的影響？

A-4：對。

問 2：另外像剛剛 O 小姐有提到就是說你可能因為看了一些運動比賽就開始運動，這是題外話，我想要問一下現在羽球的人口，以你羽球教練來講，是不是有明顯成長的一個？

A-1：有，我覺得有蠻明顯變多的，因為就我看到的，我比較是白天的時候，應該說平日的時候，有些運動中心的場地也都會有人，其實說實話大家都不用上班嗎？有的時候會覺得蠻驚人的，這時候還有這麼多人，有時候可能早上十點、十二點。

問 2：你覺得會是跟這種臺灣的選手在羽球的成績表現好是有？

A-1：我覺得有差別，就是戴資穎最好的那個時候，因為那時候我剛好在念研究所，那時候在外面除了帶聯電跟台積電的羽球社團，也有帶國小的課，人一年比一年多。

問 2：對，因為我們調查也是發現羽球的人口，最近其實是有明顯的一直在往上成長。

A-1：比賽的人數也是一樣，像剛剛 OO 說的我就還蠻有感，疫情的時候，那時候 21 年、22 年，臺北市辦比賽，我去參加都打到前四強，想說自己怎麼這麼厲害，結果 23、24 年忽然就只能打到八強、十六強，因為外縣市的人又忽然都跑來打這個比賽。

問 2：會不會是裝備的關係？

A-6：買下去。

A-1：我一定要拿兩支球拍出來打，還有一個我覺得最明顯的是我大概 20 年開始打排名賽，排名賽都等於是給國高中科班的小朋友打，他們為了升甲組。

問 2：升學。

A-1：對，升學跟升甲組，取得國手的資格，但像我這種乙組插花的大叔，我發現這幾年人數真的越來越爆多，跟疫情沒有關係，就逐年的越來越多，多到要限制。

問 2：報名人數。

A-1：像國中生都已經限制到在國中等級的比賽要打到全國前八才能夠報名，因為如果不限制人數，可能一個單打比賽就一千多個人，他現在限制下來，大概回到五、六百人，因為其實每次打都要消耗很多天，像之前我在學校任教，碰到排名賽都很苦惱，七月剛好是暑假所以還好，如果是一月，通常是還在學期中，都要請兩、三天假去打比賽，現在時間天數變少，當然我也不需要請假。

問 2：接下來我剛已經有問到疫情趨緩之後，可能對於運動消費上面的改變，大家都有講到很多，也都是很寶貴的意見，但我還是要請教大家一下，可能大家有些人可能覺得還好，有些人如果覺得有影響的話，還是可以跟我們分享一下，就是說整體來講，你覺得疫情可能對你的運動產生比較大的影響是什麼？也許是讓你更重視你的健康，或者是讓你覺得希望提升，在這段期間，你希望去提升你自己運動的一些表現，或者是說因為這樣子，可能去買了一些設備之後，有覺得要做什麼樣的調整，也許是你在選擇課程，譬如說選擇健身房，或者是選擇你的一些訓練模式上面，可能有什麼不一樣思考的方向，有沒有可能是因為疫情造成你對運動上面有一些不一樣的想法，或者是像剛剛提到的，可能因為疫情買了 Switch，開始對運動產生了一些興趣，覺得好像運動也是不錯的一個活動之類的？

A-1：我覺得疫情對我最大的影響是，運動型態的改變，其實我以前也不是那麼喜歡跑步，因為我國小是桌球的科班，就是念體育班，那時候已經每天跑得要死要活，所以後來就不是那麼喜歡跑步，那時候跑太慢會被教練打，所以就真的很不喜歡跑步，但是疫情的時候我確診兩次，確診完，我都是反應比較激烈的，就是我會一直乾咳，咳四、五個月那種，那對我的運動表現有很大的影響，我就有開始重新恢復跑步，會發現因為跑步讓我有感的進步，就是可以慢慢跑，不像腳踏車會想騎很快，慢慢跑可能一開始七分速，過兩個禮拜發現我可以跑六分速，到最後又重新可以跑回四分半速內，就發現我的身體終於回到正常，所以其實疫情的話，對我來說，因為曾經確診過，每次確診都有比較長的後遺症，就會想要用不同的運動型態來調整，現在雖然沒有很穩定的在跑，但是無聊的時候，有時候還是會跑個 15 公里，這對我來說是疫情的時候，對我運動型態最大的改變。

問 2：還有其他人？

A-5：可能報復性比較多，因為疫情都在家裡，我原本就比較喜歡戶外，疫情完之後，變成完全不想在室內，就全部都在室外，那一年就全部都在戶外。

問 2：現在你有就是？

A-5：現在終於走到平衡，就是一半一半，假日去爬山，我也是去河濱公園跑，因為我也很討厭繞一個圈子。

問 2：那你現在就不會想要去上？

A-5：有，我現在還是有在上。

問 2：我說譬如說？

A-5：線上？

問 2：對。

A-5：就不會了，因為家裡的場地地板不是那麼好，重點是地板，在家裡穿運動鞋，樓下鄰居也會抗議。

A-8：我被抗議過。

A-5：而且我家是瓷磚比較硬，健身房是木頭的，再來就是冷氣，在家裡太熱。

問 2：所以還是習慣回到那樣子？

A-5：外面，完全不會待在家裡，Switch 都拿來打電動，都沒有在玩那些了。

問 2：剛剛其實你們都有，有些人都會講到說就是會去運動中心，但也會去健身房，想要請教一下你們選擇的差別會是怎麼樣，哪些時候你們會覺得要去，會去運動中心，或者是哪些時候你們會選擇去健身房，還是說你覺得臺灣現在的運動中心跟健身房，帶給你們什麼不一樣的一些感覺？

A-5：因為運動中心很便宜，所以熱門時段人會爆多，我之前有去過 50 塊的運動中心，真的完全沒有任何器材，連自由重量區全部都擠滿人，就是你一個人站在那邊排隊，發現你站在那邊後面就開始排一、兩個，跑步機也全滿，而且可能我去萬華、板橋的運動中心，也沒有到非常大，有時候人一多，空氣就會變糟糕，但如果游泳的話，有時候還是會去運動中心，因為比較便宜。World Gym 有游泳池的只有兩家，就是大直跟好像民權西，我住板橋去那兩家太遠了，所以我還是會去運動中心游泳，可是運動中心游泳的話，尖峰時段人也是爆多，除非是冬天或淡季會比較少人，或是挑那種可能快打烊或是剛開，就還要挑時段，所以我還是選擇去健身房，而且我是參加 World Gym 上團課就是在月費裡面，所以我就算一個禮拜去七天都是一樣的錢，可是運動中心是算一堂一堂的，而且用 World Gym 的好處是我是買北區全區，可能有的老師在這間，我喜歡那個老師的課，他在別間上課，我也可以去，所以我是挑老師去上課，可是運動中心的話，可能老師有在運動中心上課，也有在 World Gym 上課，那運動中心的課可能永遠都只有一堂，我還要另外花錢去別的運動中心，還要花入場費，還要上團課，就會比較麻煩，所以我的選擇點是這兩個，一個就是太多人，不然便宜一定是運動中心，還有 World Gym 離我家很近，板橋運動中心離我家很遠，所以我後來就去 World Gym，像攀岩，就特殊的攀岩會去萬華。

問 2：所以有一些特色的場館還是會吸引你們特別去這樣？

A-5：對，因為攀岩還是運動中心最便宜，外面攀岩館都很貴，但外面攀岩館的路線比較多、比較好玩，就是還是要看。

問 2：還有大家可以跟我們分享？

A-6：以我自己去運動中心，其實我家附近原本有 TRUE YOGA，可是之前的室友她好像是繳年費還是月費，後來她搬家就要轉讓會籍，我覺得好麻煩，我也沒有把握我一個月一定可以去到我覺得 CP 值符合的程度，再來是大概去年底的時候，我家附近又開了一個比較小型的私人健身房，也是可以買分鐘數的，就買一定的分鐘數會比較便宜，算下來跟一般運動中心的費用差不多，可以不限時間，反正就是進去刷 QR code 就開始算時間，我覺得這樣對我而言比較彈性一點，有時候不管是工作或是自己私人的聚會比較多的時候，就會某一段時間沒有辦法固定去健身房，我覺得這樣子的計費機制對我而言比較彈性，再來因為他是新開的，相對人比較少，器材也都是新的，我覺得這樣子是比較舒服的。

問 2：了解，還有誰可以跟我們分享一下你覺得新冠疫情對你們在運動上，產生的一個？

A-4：我不知道講這種話會不會被討厭。

問 2：你是要講跑步？

A-4：我必須講就是我有確診過，但是沒有感覺，我完全沒有症狀，但就是兩條線，所以我覺得那段時間很開心，領了十萬塊。

問 2：保險。

A-4：這是一個，第二個就是因為剛剛在講健身房跟運動中心，我想要再釐清一下，你所講的健身房指的是 World Gym 這種健身房，運動中心指的是公立的這種？

問 2：嗯。

A-4：所以你現在在講的是運動中心裡面的健身房，跟外面的健身房的差異嗎？

問 2：對，就是說你們如果來選擇的話，或是在使用上的考量因素會是？

A-4：了解，因為我大部份的時間都在學校，其實師大就有自己的健身房，那我不知道那他比較像是。

問 2：師大又比較特殊，因為算是學校的健身房，其實又比較不像 BOT，因為現在其實外面的應該都算是 BOT 的運動中心，其實也是委外經營的，只是說確實跟一般的私人健身房不一樣，因為畢竟政府單位還是有出一些錢在裡面，還是有一些公益性質在裡面的，公益的時段，團課也一定比一般的團課便宜，師大就算是比較特殊，因為你們的健身房又算是學校經營的健身房，甚至學生可能只要花一點點錢，甚至有可能有些學校是不用錢的。

A-4：是不用錢的，但是人就很多，所以如果我真的不小心喜歡上了重訓，我覺得我一定是去選。

問 2：健身房。

A-4：有空間、我不需要等候的，學校基本上我比較不考慮，因為人真的很多，我覺得那個味道有點驚人的，大概是這樣。

問 2：還有誰？

A-3：我自己是因為做 CrossFit，有幾個部份，因為是以團課為主，再來是其實蠻貴的，而且他有限制每堂課上課人數，大概 12 個人。

問 2：人數。

A-3：上完通常中間會有很多空堂，譬如說你上完課或上課前自己想練的話，就可以去練，缺點的話是以自由重量為主，就是身體自己的重量，可能會參一些心肺，所以一般以我自己選擇主要訓練模式的話，我就會選這個，我自己本身有 Anytime Fitness 的會籍，因為之前比較常在國外跑的關係，所以我是在國外加入，好處是全球可以跑，拿到鑰匙就全球可以晃來晃去這樣，他主要是以器材為主，就譬如說今天如果我有需要出門，剛好這個城市有，我隨時就可以去，他的優點是淋浴間是無敵的。

問 2：怎樣無敵？

A-3：每個人進去那一間，你有一個馬桶，有一個獨立的淋浴間，還有一個鏡子，每一間。

問 2：那有幾間？要等很久嗎？

A-3：台北現在信義。

問 2：裡面的淋浴間會？

A-5：要排隊嗎？

問 2：要排隊排很久嗎？

A-3：我覺得這家一半的面積都被淋浴間占走，那個器材就覺得好擠。

A-4：是賣淋浴間。

問 2：可能就是主打，有些人就是很重視這種，這個需求。

A-4：可是不是沖一沖。

A-3：可以慢慢的。

問 2：女生會比較？

A-5：我都回家洗澡，因為 World Gym 的健身房的淋浴間很髒，我覺得，可能個人觀感，可能我常看到有些人不知道在裡面幹嘛。

問 2：如果有這種無敵的淋浴間會吸引你去？

A-5：不會，因為女生要吹頭髮，要洗蠻多的，還要抹一些有的沒的，所以還是回家，我運動完直接回家。

A-8：我想要分享一個就是因為我是早上運動，我是早上第一批六點開門就去的，真的會有一群人就是早上這麼早去洗澡。

問 2：只去洗澡？

A-8：對，就是我在那邊放東西的時候，她就已經脫光要進去了。

問 2：洗澡？

A-8：對，她就是第一批去洗澡，因為前一天可能有清浴室，你這時候去是最乾淨的。

問 2：她繳的是健身房的錢，但只是去洗澡？

A-8：對。

A-5：我也有在泡澡的時候遇到。

問 2：很難理解。

A-5：我泡澡的時候有聽到阿桑在聊，他們說現在很忙，來洗澡也好，就是他們不想花時間來運動，來聊天。

A-8：我有同事她不喜歡運動，但她繳了錢，就說我就去洗個澡，真的有。

A-5：因為可以泡澡很好。

A-8：可以 SPA。

A-5：SPA、烤箱、淋浴。

問 2：了解，所以也是一個健身房賣點就對了。

A-6：很難接受，每一個人不一樣。

A-4：有點不太理解，但我必須講，我覺得三鐵的運動好處，也是因為我真的不喜歡重訓，所以比較沒有那些月費、教練費的支出，我覺得我的消費的趨勢比較是長成這樣子，所以我有時候聽你們說都會去健身房什麼的，我心裡都在想說，不知道那個支出驚不驚人。

A-5：跟你的車比起來還好，支出很少。

A-8：我一年的月費應該比你少。

A-5：他的是我五年。

A-8：我可能三年。

A-5：三年以上。

A-4：抱歉。

A-6：我可以分享一下，雖然我比較少去運動中心，但我之前去過，所以我可以分享為什麼選擇去健身房，而不是運動中心，以健身重訓來說，因為運動中心可能是計時，一個小時 50 塊，健身房是月費，一個月 800 塊，就像你去餐廳一道一道點菜，點到那個金額，跟你付了八百塊去吃到飽狂點那種感覺不一樣，那心理壓力是不一樣的，我之前去運動中心的經驗是，我今天就只想要花 50 元，我就去一個小時，可是你從刷進場就開始算，等器材、排器材、休息、準備，那全部都是時間，可能實際練的時間很少，之後要趕快衝出去，不然超過時間又要加下一個小時的錢，但是健身房的話，譬如說一個月八百塊，那換算成運動中心就是 16 個小時，其實你一天去認真練、正常練，一定都會超過一個小時，那算一下，其實八天就已經比運動中心划算很多，而且月費就是你去的越勤，就會越划算，所以他會讓我更有動力的去健身房運動，如果是單次付費的會很有壓力，就會比較少去。

A-5：有時候可能超過十分鐘，就會罵說剛剛那個人一直休息滑手機害我等很久。

A-6：對，所以在投入的運動時間跟你練的程度來說，健身房比運動中心，我認為優質很多的。

A-5：而且健身房像 World Gym，譬如說北區是全部通用，所以你想說可能今天假日沒事，晚上跟朋友吃飯，就可以在附近運動、洗澡，然後再去吃飯，就不用在家裡用完之後再跑過去，因為北區連宜蘭、桃園都有，有時候去宜蘭玩也可以。

問 2：你去宜蘭玩？

A-6：玩不好好玩。

A-5：我可以去跑步、擊球之類的，或是因為像我很容易膩，所以我就會一直換，之前就是很方便，我都去劍南路那邊跑步，跑完之後直接去旁邊 World Gym 上團課，我就覺得說我騎這麼遠來這邊很划算，因為玩了兩個多小時再回去，可是如果是像運動中心的話，我就只能去板橋，就是我可能去劍南路跑步之後，要回板橋再運動，就會覺得冷掉或好累，我想吃飯，健身房好像蠻多都有這種的，就是一鎮很多地方，可是運動中心好像沒有，就是門檻。

A-4：我有點驚訝是當然也跟主持請教，你們也許在這方面研究比較多，就是在運動消費的性別裡面，女性真的這麼在意所謂的 CP 值、精算，你們是連去游泳都還要去計算，例如我繳了一百塊的門票，要游幾圈才回本這樣子？

A-5：應該說每個人的個性。

A-6：價格敏感。

A-3：個人消費習慣。

A-5：每個人想花錢，但賺比較少，搞不好今天超跑四、五、六千，我 OK，可是游泳十分鐘我就覺得很貴，就是每個人在意的點不同。

問 2：在意的運動項目跟花的地方。

A-5：錢的地方。

問 2：不然有些人只願意花錢，她只要去洗澡，她也覺得。

A-5：對，或是有些人買衣服可以買一、兩萬，可是爬山八百塊包車就說怎麼那麼貴。

A-6：但其實硬體上，就我自己的經驗，健身房遠遠好於運動中心，運動中心真的器材很有限，場館很小，但是健身房很寬廣，器材很多，就是運動中心在任何方面都沒有贏。

A-5：運動中心的維護好像也沒有到很好，因為一直有人在用，所以也可能來不及清潔，可是健身房可能會有早上都沒人。

A-6：健身房會有打掃的一直在清。

問 2：頻率比較那個。

A-5：一定是花錢。

A-1：我覺得空氣品質好像也差蠻多，因為運動中心的健身房，突然忘記哪一家我有用過，我都覺得他的健身房有一種霉味的樣子，就不知道為什麼，而且會覺得他的冷氣好像開得沒有很強，所以我那幾次去的時候，我覺得人沒有到非常多，但是我都覺得空氣真的蠻差的，因為像我以前也是跟 OO 一樣，大學念研究所也有免費的健身房可以使用，但是我有校隊的身分，所以其實人都沒有很多，成大跟興大都是學生都還是要收錢，但是在成大的時候，我都不會用這個學校的健身房，因為他真的有一股鐵鏽味，會寧願去跑操場，但興大會覺得冷氣很涼，可能冷氣是一個很重要的考量點，因為冷氣好通風就會好，在裡面健身都流了很多汗，大家的汗味都夾雜在一起，那是很難以忍受的，所以空氣真的是很重要的，我最近都比較會定期去內湖焚化爐，想運動就內湖，因為冷氣真的還蠻棒的，然後人很少，不知道為什麼，那邊內湖人可以免費使用，但人是真的很少，就算不是內湖人，20 塊就可以用，應該是早上、下午跟晚上的時段，一次可以用四個小時。

問 2：這樣推廣之後，大家都會想要去。

A-5：搬家去內湖。

A-8：可是很遠。

A-1：不只這個，內湖跟南港，還有北投的焚化爐，他們都是這樣，但其他兩個地方的健身房，我沒有去過，不知道狀況如何。他們這個健身房雖然是焚化爐附設，器材比較少，比較沒有器械式的，但是自由重量跟槓片，還有飛輪跟跑步機，其實數量是還蠻足夠，所以現在有朋友從外縣市來找我玩的話，我都會帶他安排這個行程，騎腳踏車去內湖焚化爐，練一個早上。

A-8：好超值。

A-1：他們就會覺得 20 塊，好爽。

問 2：還有人要分享新冠肺炎對於運動消費，或對運動產生的一些改變的影響？

問 1：剛才其實大家也有分享很多，就是可能在家裡運動的時候，也有用到一些運動科技，像是在家裡看一些線上的課程、線上的直播，剛才也有提到有用到一些像是自行車的訓練台，剛才 OOO 也有講到說因為可能在家裡運動，也開始用一些運動穿戴裝置，那想要再問問大家，除了上述這些之外，還有沒有其他人其實也有體驗過一些運動科技，或是一些運動科技的服務或是設備？

問 2：譬如說有些健身房專屬的 APP，或者是你們有用過一些運動的 APP。

A-3：我自己是買了這個。

問 2：心率帶？

A-3：基本上賣你一個服務，就是給你一年的訂閱，裝置如果壞，會寄一個新的給你，但它沒有螢幕，就是有一個 APP 會告訴你今天的身體壓力狀況，起床的時候會給你一個問卷，你可以自己決定問卷的內容，譬如說我今天有沒有攝取咖啡因，今天有沒有攝取哪些蛋白質，一段時間之後會告訴你，這些因子對你身體恢復的影響是正面還是負面的，你可以自己調整自己的狀態。

問 2：那你用多久？

A-3：我用幾個月。

問 2：這樣訂閱費是一年的費用，還是？

A-3：一年差不多八千。

問 2：然後他給你的是一個這個裝置？

A-3：對，他就是一個裝置，你喜歡戴哪裡就戴哪裡。

問 2：都可以感應你的身體狀況？

A-3：對，他們公司還有出一些，譬如說衣服、褲子，有一個洞，可以直接把那個拔下來，塞在你方便的。

問 2：他是臺灣的？

A-3：不是，他是國外的，因為剛好健身房的教練他們有在用，好像蠻好玩的，試試看。

問 2：所以是國外寄過來給你？

A-3：對，國外寄過來。

問 2：你覺得對於你了解自己的身體，或者是？

A-3：因為我本來是用手錶，但我發現用手錶的時候，如果做一些手腕要動比較多的，譬如說波比跳，它會飄，像我做波比跳它顯示 70 幾，那是不可能的事情，但是如果我把它換到比較大肌群，它服貼比較好的話，那個數字就是正常的，我覺得還蠻方便的。

問 2：所以如果壞了，就馬上再寄？

A-3：壞了就請他再寄一個新的，算是訂閱服務、裝置。

問 2：附屬的。

A-3：裝置免費這樣子。

問 2：但 24 小時，你只要戴著，它就是記錄你的身體狀況？

A-3：對，24 小時。

問 2：會提供給你什麼樣的資訊？

A-3：還蠻詳細的。

問 2：血壓這些？

A-3：有幾個基本數值，就是血氧、休息心律、心律變異、體溫變化，還有每分鐘呼吸次數，用這些東西來評估，我現在是覺得它主要是以你的心律變異來評估你今天恢復的狀況好不好。

問 2：所以你覺得好嗎？

A-3：反正我得用完這一年，目前我覺得還不錯。

問 2：會想要？

A-5：回購嗎？

A-3：會續訂，因為它還是比其他裝置方便太多了，它就少了一些，譬如說螢幕，也沒有計步器，就只單純聚焦在你今天身體的壓力，跟今天身體的一個狀況。

問 2：就是透過看手機的 APP？

A-3：對，就是看手機的 APP。

問 2：好特別。

A-8：需要充電嗎？

A-3：要，我比較早期是用 Apple Watch，要充就很煩，後來換這一支，發現它所有的資料不能進 iPhone。

A-8：那一支是什麼？

A-3：CASIO，然後發現除了好看之外，就沒什麼，之前有用過 Garmin 手環，他們家的使用介面我不喜歡，蠻不習慣的，後來換到這個。

附錄六、焦點團體座談會逐字稿

A-4：我想問一個問題，就是為什麼要了解這些東西？

A-3：你恢復的比較好的時候，那天可以督促自己比較多。

A-4：但要是你發現你比較糟，心情會沮喪？

A-3：因為早上不是會給你填一個問卷嗎？

A-4：每天早上都會叫你填一個問卷？

A-3：你可以選擇要不要填，我選擇填，就譬如說你前一個晚上有沒有喝酒，它會告訴你前一天晚上睡了幾個小時、做夢多久、深眠、淺眠多久，醒來幾分鐘，所以你一起來就知道你今天大概怎麼樣。

A-5：Garmin 好像有。

A-3：決定自己今天的訓練要推進到什麼。

A-4：所以如果你體內發生，譬如說什麼癌症病變，它也都可以？

問 2：應該不行，這個沒有。

A-5：那可能要八十萬。

A-6：那可能要去醫院。

A-4：因為有點驚訝就是。

A-6：現在的科技已經發展到。

A-4：我反而會有點害怕這樣的東西。

A-5：可是你現在已經買三鐵錶？

A-4：對，但是那個就只會記錄訓練的時間。

A-5：不會去看那個。

A-4：我不會讓它干涉到我的生活太多，因為我覺得隱私，我知道大數據的時代。

A-5：有可能會被上傳。

A-4：對，我想要保有一點隱私的空間，再加上我覺得最主要是，我還沒有用過，但我一直覺得我心情會不好。

問 2：你是說看到數字不好的時候就會？

A-4：對。

A-5：會，因為 Garmin 也有，Garmin 每次都會說恢復不好，或是說過度訓練，或是沒有在訓練，就是它會一直轉。

A-6：我會把通知關掉，我可以補充一下，因為我很容易失眠，所以我買了 Garmin 之後，每天早上起床就會看一下我前一天的睡眠狀況，當然它不是每一天都記得很清楚，我會去看一下我可能前一天做了什麼事情，當天會睡得比較不好，或是看它記錄我半夜醒來、作夢的時間，這也是因為疫情之後買了這個，才有這個習慣，再來是我去的那個健身房，雖然是私人小間，大概兩、三間而已，但他們有做自己的 APP，就是我剛講的買時間，進去就是掃 QR code，就像運動中心拿到那張紙，會很擔心不見，所以我就覺得這

點還蠻不錯，可以在 APP 上可能去預約一些教練課類似這種，就是功能沒有到很多，但以使用量而言已經足夠了，再來就是因為我在台灣大哥大，我們公司自己有開發一個 APP，叫 MySports，有點像 Garmin 的功能可以記錄，譬如說運動的時間去換算熱量，我們公司也是每年會辦一到兩次的團體競賽，有部門還有個人，前幾名會有獎金，就是鼓勵同事多運動，可能是為了寫 ESG 報告，大概是這樣。

問 2：還有誰？

A-5：我那時候在上紅石，我就問教練說，最近課表可不可以重一點，因為我要去海邊穿比基尼，他就有一個什麼電流，可以刺激肌肉，腹肌就會變很明顯。

A-3：像腹肌貼那樣？

問 2：真的假的？

A-5：那有點像貼片，可以貼在任何一個肌肉的地方，真的很電，有點像電療的加強版，他說是他們那個物理治療所新買那個東西，就拿來給我用用看。

A-3：那不是復健在用的？

A-5：對，他說刺激看看可不可以腹肌變大，因為我跟那個健身教練很熟，所以他就說用那個電，電完之後腹肌真的變明顯，但只能維持兩天，他說去海邊就電一下，腹肌會變很明顯，可以去海邊玩，這個算是運動科技嗎？

問 2：這個好像比較像復健。

A-6：松山運動中心好像有一個新的東西，反正就是一個運動器材，有那個螢幕。

問 2：記錄？

A-6：看起來好像想要輔助你可能運動更有效率，或是幫你記錄你的時間、次數。

問 2：對，應該是記錄你的時間。

A-6：這一個器材做得很，就是坐上去不知道怎麼用的感覺。

問 2：還有沒有人？

A-4：師大有一個引以為豪的器材，後來我發現那個好像已經不是引以為豪，好像大家都有的，就是你只要站上去，他可以完全知道你所有的身體的組成。

問 2：組成。

A-5：就像 InBody。

A-4：對，但是它好像還有更多其它的功能，例如說可以知道你肌肉的每一塊。

A-3：骨骼組成密度。

A-5：醫院花錢有。

問 2：要，那個要很貴。

A-3：我去看了一下，去台大掛號，那個一次自費是一千五。

A-4：要不要來讀師大。

A-6：校外人士可以。

問 2：他們有體育的系所。

A-8：可是那是不一樣的東西，因為他講的那個是要躺著進去，你這個只是站上去，不一樣。

A-5：站上去那個好像 250 元，我家附近的家醫科診所好像有，就是比較貴一點的 InBody，你打健檢身體組成儀就有那個器材的名字。

A-4：對，所以我其實就有點搞不太清楚那些東西，反正當時也是被叫著去試試看，因為當時學校要推，我就被叫去要去幫忙做這個實驗，他其實是一個實驗，所以包含他還有一些器材，例如說划船機。

問 2：划船機。

A-4：對，其實師大就是有這些。

問 2：因為你們有體育系。

A-5：師大有龍舟隊嗎？

A-4：沒有，因為龍舟不是經濟項目，玩了一輪會覺得就是幫助你更加了解現在的自己，但是好像沒有辦法給你一些預測，那個預測又必須要回歸到專業判斷，例如說我是玩三鐵，可能就會針對，例如說我跑步想要做增強，根據我現有的數值，需要增強什麼，例如說我相信羽球教練他拿到的資料。

問 2：跟你的資料一定不一樣。

A-4：我們基本不同，因為我們自己個人的運動專長不同，之後也會往不同的方向去做邁進，我就想這不是廢話嗎？所以我有時候會覺得這樣的科技幫助，可能在我身上比較沒有什麼作用，可能我一直都沒有什麼睡眠的問題，或者是我有其它的一些症狀，我在想應該是這樣子。

問 2：還有誰有使用過？

A-5：剛剛那個 VR 的訓練台應該算？

問 2：訓練台算。

A-1：不過它就只是會呈現一個虛擬的賽道，因為我沒有再付費去解鎖更多的，它有很多是真實的賽道，但可能是因為競爭的廠商還不是很多，所以那個其實看起來又都很廉價，以現在這個畫面，現在的單機遊戲都做得那麼逼真，它的畫面應該要更好，但它看起來又像十年前的那種，那個畫面太廉價了，我不會想要在上面做這個花費。

問 2：健身房有類似的？

A-5：World Gym 有，飛輪有類似。

A-1：也是有類似。

A-5：但它有兩種，一種是跟他一樣，就是會一直播放賽道的畫面，我們就假裝在壓車，因為我不確定是可以搖的，可以壓到超低，可以騎到碰壁，如果你願意的話，騎到碰壁都可以，還有一種是一樣有錶，就是有功率錶，如果你願意跟老師登記的話，全班同學的名字都秀在上面。

問 2：就是會比賽？

A-5：對，可以比賽，我還蠻喜歡去那種的，因為可以故意穿得很隨便，然後旁邊老師就會很

鄙視說，同學，你是不是新來的，然後你數值贏那些男生，就會很爽，我就會故意去那種地方玩，算還不錯。

A-3：另外，我在國外有用過，它是某一家器材的廠商，它自己的器材可能比較新的版本，可以依照不同的器材，譬如說我今天踩飛輪或跑步機，它會幫你統計在它自己的 APP 裡面，譬如說每週、每月的訓練這樣子，當然它本身大畫面也有一些虛擬的，它就挑那種國家步道或其他可以選，它會自動幫你調高低、速度，上次有玩到一個比較好玩的是可以直接登錄 Netflix 帳號，我就可以省去那些東西，就直接一邊追劇一邊跑就好。

問 2：你說可以登錄，用那個就可以直接看劇？

A-3：就是可以直接在健身房跑步機上面看 Netflix。

A-4：那是要看影片，還是要？

A-3：因為我通常會上跑步機，是我在恢復的時候，我只會走，所以對我來說，我不會晃，所以看 Netflix 比較舒服。

A-5：我比較喜歡跟他一樣，如果有人可以比，健身房的跑步機可以比賽，我可能會。

A-3：對，類似那種，譬如說你挑步道，它是全球連線，選那個步道的人都會在。

問 2：都會在那個上面。

A-3：會有一些假的影子。

問 2：超過就會，看起來你真的騎超過一個人。

A-3：走贏他。

A-5：所以有虛擬的介面？

A-3：對。

A-5：那還蠻好玩的。

A-3：不過就是你得申請它的帳號，綁它的 APP 比較麻煩。

問 2：所以它在健身房裡面的器材，提供這樣的功能就對了？

A-3：對，它只要是那一家的器材，比較新款，也不是每一個分店都有，有的比較舊款。

問 2：就沒有。

A-3：藍芽連接上去就是，變成你可以把你的速度什麼，記錄在你的手機裡面。

問 2：所以像這樣子的新的運動科技的服務，會吸引你們去使用嗎？

A-5：好玩才會，因為最近還有一個東西，就是一個虛擬場館裡面，有點像現實 VR，就譬如說上面地板是超大地板，然後一格一格。

問 2：踩？

A-5：對，一直想去玩，然後都約不到，那個也算是運動科技，可以運動。

問 2：就是你要踩亮的那個。

A-5：對，發亮的那個，可能有多人合作，我也有玩過頭戴式的 VR，可是我是玩砍劍，那個

很好玩，好像也有拳擊。

問 2：所以會吸引你？

A-5：好玩才會，如果不好玩就算了。

問 2：那是什麼樣的一些運動科技，或者是哪一些場館的運用，就譬如說我們剛講的 APP，你覺得可以有刷 code 時間或什麼會吸引你們想要去這個場館？就譬如說有提供什麼樣的一些設備功能，會吸引你們願意去使用這個場館？

A-5：就是像剛剛我講的，飛輪上有功率計，不是每家 World Gym 都有，只有某幾家，我為了要去玩那個功率錶，就去某家。

問 2：有些競賽，比較好玩的這種會吸引你？

A-5：對，記錄自己或是跟同學比賽。

問 2：還有？

A-7：像我們那個健身房，他是全部都整合在 APP 上面，他是主打無人管理，所以從進場就是 APP 打開那個 QR code，掃開門進去，好像是你所有跟教練預約什麼的，也都是在上面進行，課程的發佈都會在上面，其他跟科技比較有關的，我記得它之前是每個器材上面都會有一個 QR code，你掃了之後就會開始記錄你做的運動，做了幾公斤、幾下，就不用人工再數，最近好像把這個拿掉了。

A-1：他把它刪掉，我記得好像 QR code 掃下去會有教學影片，現在還有嗎？

A-7：也拿掉了，但反正這個健身房就是所有東西都整合在 APP 上面，就不用再人工，也不用櫃檯買票、不用找人，就是很方便，我自己就可以完成，就會吸引你去這樣。

問 2：為什麼會把記錄的功能拿掉？

A-7：不知道。

A-1：超核心我記得他以前有，不知道現在還有沒有，就是每個月會送你一次 InBody，你去量完之後，記錄就會傳到 APP 上，所以等於說你每個月量，就會知道我這個月又肥了。

A-7：你只要是會員，一個月就可以量一次，他是手握的那種 InBody 機器，報告會直接在 APP 裡面。

問 2：所以可以記錄你的運動表現，會吸引你們想要去這樣的一個健身房？

A-8：因為那個一次出去外面至少要 200 塊。

A-1：250。

A-5：記錄很方便，不然都要自己手動輸入幾項器材，就很煩。

A-3：還有一個，我前陣子去大安運動中心運動，我有稍微看一下，他們換了 BOT 的廠商，他們有做一個我覺得還蠻有趣，但是我自己是沒有特別感覺，他們有監控整個場館的品質，所以我覺得 OOO 應該會蠻有興趣的，空氣品質會隨時去換氣，那個也不錯。

問 2：看起來好像是健身房很重要的一個。

A-7：還有一個是可以看場館資訊，可以直接看人數。

A-5：很方便。

A-7：看到人少的時候，去的時候就會比較開心，你看到人太多，可能會猶豫一下，如果今天沒有那麼想去，就會想說人那麼多要排隊，可能就乾脆不去，所以可以看到即時的人數，我覺得還蠻方便的。

A-3：另外有一件冷知識，但是應該沒什麼用，在國外量 InBody 是不用錢的，因為我在 Anytime Fitness，我去每一家晃，每個都會放一台。

A-5：但臺灣 Anytime Fitness。

A-3：要錢。我在那邊自己去，印表機在那邊記得開。

A-6：還有紙本印。

A-5：World Gym 也有，你可以去量，但會被推銷。

A-3：可是他完全就不收錢，放在那邊也沒有人要用。

問 2：所以 World Gym 的要錢？

A-5：World Gym 不用錢，可是會來推銷你。

問 2：只要去量，就會有人來推銷你？

A-5：對，買教練課，就是會有個教練過來，我幫你印，就開始批評說你這個骨骼肌不夠。

A-3：增肌減脂。

A-5：左右不協調，這樣會腰酸背痛，反正會盡可能的批評你結果，就推銷教練課。

問 2：那接下來還是要請教大家，因為其實我們做這一個教育部體育署的計劃，應該說其實體育署推動很多個面向，包括全民運動，其實也是他們的政策，運動消費，也就是說其實臺灣現在有很多人，不是你們，因為你們應該都有貢獻很多運動消費，臺灣健身房這幾年才開始慢慢越來越多，也就是說其實對臺灣早期來講，蠻多人都會覺得，甚至我相信現在很多公園的長輩也都是覺得運動是不需要花錢的，他覺得為什麼運動要花錢這件事，在臺灣可能跟國外比起來，其實相對來講是蠻不一樣的一個觀念，他們會希望可以提升民眾的運動消費支出，讓他除了可以增加一些比較正確的運動方式，或是說另外一點也是希望可以帶動整個臺灣運動產業的發展，所以最後面想要請教大家，有沒有什麼樣的措施，您覺得可能可以來增加民眾，或是從你們的想法來思考，讓民眾可以願意更增加他們的運動消費支出，或是說吸引他們去做運動，我想這個其實政府已經有一些政策，大家之前可能也知道，譬如說推出動滋券，就是希望刺激民眾可以去做運動，除了這個之外，有沒有什麼是你們有用過，動滋券的經驗也可以，就是覺得其實是有幫助，或是說有什麼樣的是你們覺得可以增加民眾運動消費支出的一些措施？大家可以想想看。

A-6：我覺得要先建立觀念，譬如以老年人來說，我最近看到有一個健身房，他叫練健康 LKK，他就是特別針對老年人族群去做重訓健身推廣，他會切入的角度就是，可能老人家會覺得我去公園就好，為什麼要花錢，可是譬如說有一些老人家他駝背、沒有力氣、生活不方便，可能是源自於他肌少症，那他們就會從這部份去切入，譬如說做什麼動作可以輔助你，讓你的生活更好。

A-1：就是生活的功能可以更正常。

A-6：對，就是他們切入的點是你重訓健身這件事，是可以幫助你自己的身體的，所以要先讓他們有這個觀念說，這個是為了你自己好，他們才會願意去運動，所以我覺得要先建立觀念比較重要，就是你發那個動滋券，那可能大家去體驗一次、兩次，去免費用完了，

他可能就不去了，可是如果他知道說像 OOO 覺得跑步對自己身體好，那他因為知道跑步的益處，才會持續長久去做這件事，不是說我今天叫你去跑，你就去跑，我覺得是這樣子。

A-2：我想我剛才是完全進入聽眾模式，到現在切換回來，你說如何促進，如果以我這個世代來說，大部份真的都不喜歡運動，因為剛剛講很多，運動為什麼要花錢，應該說有一些到我們這個年紀，不管是去運動中心還是健身房都沒關係，教練都是年輕的，第一個教練都年輕人，就算這個教練給他是屬於比較輕度的，還是會很多人負荷不了，要有同理心，我的看法很簡單，好比說我這個世代，我的狀況還可以，應該是屬於說我來面對跟我差不多的世代，讓他感覺到我們可以這樣。

A-6：要同一個年齡層溝通。

A-2：這樣才會有同理心，因為我知道說你哪裡痛，我知道你不動的話，你哪邊會有問題，這樣會比較能夠有感受，你找個比較年輕的告訴他你要運動，運動才會好，我也知道，但我就動不了，這有點惡性循環，為什麼他們不願意去接觸，如果他跟我差不多的年齡，甚至年齡比我還大，人家為什麼可以這樣，這有個不服輸。

A-6：才有說服力。

A-2：人不管到幾歲都會不服輸，你說我去面對像你們這麼年輕的，我當然輸你們，你們跟我講會沒有說服力，這些人大部份可能都比我小孩子年紀還小，你們跟我講，我會覺得我當然知道，我心裡知道，但沒有說服力，像很多年齡層都會有一些身體不錯有長時間運動的，就是說應該讓他們去感受同樣世代，我認為會比較有說服力，像我們專門在運動的，因為運動人口會越來越多，這是一個觀念問題，我的看法是這樣，如果不斷的告訴說你要動，大家也知道要動。

問 2：其實國外有一些也是專門老人的重訓器材，是用那種油壓式的，相對來講就是對長輩會比較友善一點。

A-2：我的意思是說希望在指導他的那些人，讓他感覺到是沒有壓力的，屬於他比較能夠接受的，差距不會太大，因為臺灣普遍都是年輕的。

問 2：我們以前也有做過這種長輩的，就是找全部都是長輩，他們有一些人覺得去健身房，其實會有一些壓力，就不會想要去做這樣的一個運動。

A-2：所以說其實同儕之間，像我剛剛開玩笑，因為有時候跟我稍微同年紀的，我一定是這個年紀接觸比較多的，他們的聊天話題都在講，哪個醫生比較好、哪顆藥比較好，我有時候跟他們在一起，我都不知道要跟他們講什麼，我只能聽高血壓這顆藥比較好、醫院那個醫生不錯、什麼骨科那個比較好，他們都是在講這些東西，那我也不能講說你就去運動這種話，我們不能講，所以我的意思是很多東西是自己觀念要去改，加上你剛剛說政府希望去如何來促進對不對？可能方法要去轉變，主事者可能也都蠻年輕的，想法應該都跟你們差不多，我很單純就是以我這個年齡層的感覺，就好像我剛才為什麼說我進入聽眾模式，我從以前的裝備組到現在已經不是裝備組了，你剛講說這些消費行為，以前我才兩隻腳而已，我有十隻球鞋，我是蜈蚣，就是愛買，到現在我可以穿拖鞋就跑了，球鞋都丟在那邊，沒有為什麼，就是說我回歸比較平常心，我也慢慢已經比較不注重裝備，因為我的目的就是要健康，穿得漂漂亮亮當然是很好，我到這個年紀就算了，我讓自己比較自在，這是心態慢慢會轉變，我認為說我走向比較簡單一點，你們這樣是很好，因為你們這個是促進經濟的活絡，這很重要，只是還是那句話，一個階段、一個階段不一樣，你們在走你們這個階段該做的事，我們已經走過這個階段，這沒有對錯，這個就是一個人生，人生就這樣子，所以我等一下又要回到聽眾模式。

問 2：還有誰有想法？

A-5：我們是要促進運動，還是促進花錢？

A-6：運動消費。

A-5：所以還是以消費為主？

問 2：應該是都有相關的。

A-5：因為我覺得如果是消費的話，感覺辦大型活動臺灣人好像還蠻喜歡的，如果促進運動，其實我覺得就像量 InBody 應該算蠻有效，因為我們公司很多都健檢出來紅字，看到紅字才會去運動個一、兩下，老年人其實很多都不愛健檢，就不想面對，很多長輩都是這樣，叫他去健檢，他會說反正測出來都是病，可是叫他去測運動類的，他們就不會那麼排斥，因為健檢感覺就可能有什麼癌症第二期，他們會幻想有這種畫面，可是只是叫他們量個 InBody，他們好像就不太會排斥，可是如果量出來發現。

A-1：肥肥的。

A-5：或是肌肉太少，可能再加上教練一個洗腦，可能就會去運動，健身房很多都這樣，所以我覺得如果是政府可以推那種。

問 2：其實現在有一些有點像是做體適能檢測的那種概念。

A-5：如果花錢，我覺得辦大型活動，感覺大家好像比較容易花錢，像田中馬，那個好像也是地方的，地方馬拉松或是地方的一些。

問 2：透過一些賽事帶動。

A-5：像日月潭馬也是，每年都 10K、5K，超多人報的，感覺就賺很多錢，那種地方馬每年越辦越大，越來越多人報名，感覺可能辦大型賽事比較可以促進消費。

問 2：還有什麼？

A-6：我可以講幾個點，我覺得比較基本還是就是教育，因為臺灣的求學階段還是比較功利主義一點，就像我自己去年在物理治療的時候，就有蠻大的感觸，就是我從小到大沒有被教過，光是譬如說坐或是站，到底什麼才是正確的姿勢，可能因為長期駝背，會導致運動更容易受傷，就是不只是教正確的運動方式，我覺得教如何去避免受傷也是很重要的，尤其年紀大會更怕自己受傷，再來另外一個是之前我朋友的經驗，就是可能一些影視的作品的相關，像去年不可能的任務七，因為湯姆克魯斯已經 60 幾歲了，電影裡面有一個橋段是他騎車飛越懸崖然後跳傘，他自己沒有替身，好像拍了六次還七次，我朋友就帶他爸媽去看，他說他爸媽有被鼓勵到，就是可以跑成那樣子，他爸媽就開始去運動，我覺得這是特例，但是一個可以努力的方向，另一個我覺得當然是跟政策面有關，因為應該大家都知道臺灣各種運動的協會，其實長年有一些弊端，我覺得這很重要，尤其回應前面提到，因為戴資穎或是近幾年臺灣的羽球成績在國際上很亮眼，這帶動了羽球的發展，我覺得這就是一個很明確的是當我們的體育環境好的時候，在國際上的能見度高，這當然也跟前幾年可能社群的熱絡有關係，那是可以相對的帶動運動，所以我覺得政府好好整頓這些協會，讓我們國家的運動員得到更好的資源，他們在國際上能見度會越高，不是說他們一定要拿一個什麼獎或是什麼，我覺得像是近幾年可以收看運動的媒體也很多，我自己也長期都有在看愛爾達，我覺得這個都很有差，像我有時候看球賽想要跟別人聊，都會覺得很孤單，就是沒有什麼人可以聊，所以我在 PTT 看到這次的活動，我長期都在看羽球版，所以我覺得這個是會有差異的。

問 2：還有？

A-1：我有兩個點，都是生活上所看到的，第一個是有些運動中心有為老年人開免費的健身，

但現在其實還很少，而且名額也很少，其實我奶奶有參與，我有看到很明顯的改變，因為她原本所有鞋子都是比較高跟的那種，她也不太愛走，每天都躺在那邊看電視，但她參加這個活動之後，就是剛剛 OOO 說的同儕，她在裡面可能覺得很快樂，所以就開始買 New Balance 的鞋子之類，當然對運動消費有促進一些，要不然原本我跟我爸想要讓她穿運動褲或穿運動鞋的，但是因為這個點以及名額很少，名額很快就滿了，原住民是 55 歲以上，如果一般人 65 歲以上是免費，可是現在的點跟時間都還是太少了，而且只要一錯過，報名的窗口要等三個月的樣子，所以她有時候錯過就會很失落，但是要她自己再去參加外面的又不容易，因為可能很難找到一個全部鄰居都像她一樣 80 多歲的，這樣的同儕團體，那她就會覺得有壓力，這是第一個，我覺得這是政府可以有更多的運動中心提供這樣的支持，因為可能年輕人覺得運動中心的服務沒那麼好，可是對老年人來說，那已經很足夠了，第二個是我自己看到的，我發現政府有一些很不錯的抽獎活動，像幾年前有看到政府跟 Strava 聯動，就是你只要每天跑步或走路，只要超過一定的里程，連續 30 天還多少就可以抽獎，以及交通部每年大概辦兩次臺灣各地有 16 條路線的單車，反正你完成它就可以參加抽獎，而且獎項還蠻好的，去年我有不小心抽到三萬塊，我原本是不會去外縣市騎車，因為那個還要跑去澎湖在逆風中騎車，可是因為有這個抽獎，雖然抽獎是附帶的，但是看到有個東西就會忍不住完成，搞不好我很幸運，結果真的很幸運，所以我就覺得政府其實有很多這種好的補助，但也許可以更多，甚至門檻不要這麼高，因為像 16 條路線真的太困難，全臺灣只有 8 個人完成。

A-8：中獎機率很高。

問 2：你是其中一個？

A-1：對，我是其中一個，所以像這種為什麼不能夠更多、更親民，大家都能夠參與，不需要這麼困難，就會覺得這些活動如果更多，我相信一定會有更多人有運動誘因，運動同時又能消費。

A-5：我也覺得這種活動可以辦多一點，因為像爬山也有類似。

A-7：台北大縱走。

A-5：我覺得可以再簡單一點，如果面向是可以給他們，因為縱走還是有一點難，就是比較累，如果要給沒有運動的人，他會覺得很煩，我覺得門檻可以再更低一點。

A-6：更入門一點。

A-5：更入門、更簡單的，就是給新手。

A-6：我突然想到我朋友他住榮星花園附近，他們那個里好像每年都會辦榮星花園健走的活動，走完不知道幾圈之後就可以領衛生紙，超容易，因為某一年他媽媽受重傷，爸爸要在醫院顧媽媽，他爸還叮嚀他說你一定要去參加，一定要拿到衛生紙。

A-1：這我也有感，因為像我老婆在台電工作，台電大概每幾個月就會有員工的健行，但是就是走很少，大概四、五公里而已，我老婆是不愛運動的人，但是這個活動她就很踴躍的參加，因為等於走完就會給她禮券跟餐盒，這麼小的東西，她可以拿得很開心。

A-3：我這邊覺得是社會結構的問題，臺灣出了名的低薪高工時，這影響很多東西，主要是我們的收入其實不算高，所以會影響我們每個月的支出，會先壓縮到你的運動消費，再來另外一個是教育，像長輩他們都會寧願相信電視購物說吃什麼膝蓋就會好，而不願意相信訓練一下你的四頭肌，你的膝蓋就會舒服一點，還有一個蠻重要的是，我覺得家人的陪伴還蠻不錯的，像剛有提到練健康，其實跟我們健身房一樣是走 CrossFit 路線，還有怪獸運動中心也是有在推廣一些長輩的重訓，像我們健身房平常白天都會有大概 50 歲跟 60 歲的大哥、大姊一起上課，舉得還比我重，當然有些是因為他們退休了，所以有閒，

有些是因為小朋友就在這邊練，騙他過來，我們這個活動又是每年，像最近就有比賽，他有分組，就是譬如說 55 歲以上有 55 歲以上的組，可能做一樣的肌群，不一樣的動作，大家一起參與，就會比較願意運動，進而有消費行為，我覺得先讓大家願意動起來，然後再去想要怎麼樣促進消費行為，而不是做動滋券，要大家去買門票。

A-5：或是買衣服。

問 2：謝謝。

A-4：可能因為剛剛都講得差不多，我補充兩個東西，一個是我覺得需要去做年齡創新化這件事情，剛剛已經說明了很多，我想要特別講的是，我有發現在健身房或運動中心，真的都是以年輕人為主，那種真的會讓人離開，但是今天，如果看到他是一位長輩教練，我會很喜歡，因為感覺他好像都已經知道我的未來，我跟著他一起動之後會發生什麼事情，所以我覺得長輩教練對我來說反而是加分的，這是我想要特別去提的，在年齡創新化這一塊；第二個部份我想要特別去提的是性別的創新化這一塊，我發現男性喜歡的運動跟女性喜歡的運動，其實蠻不一樣的，如果針對女性跟男性的性別差異化底下，能夠去找出更多的因子，針對這一塊去做增強，我覺得效果一定會很好，例如說我看到的一些研究報告好像是說女性會比較希望有同儕的陪伴，他們的運動動力其實是有的，這件事情就可以去構思是否要怎麼樣，例如說去補助各個地方的運動社團，或者甚至你要不要乾脆鼓勵科技公司，我們就來開發一個虛擬的人物，就陪著你在旁邊運動，初音未來陪著你跑步。

A-5：我覺得結合聯誼活動呢？男性報名很多，女性報名很少。

問 2：有，其實有一些運動中心都會有這種聯誼活動。

A-4：也可以解決少子化。

A-5：兩大好處。

A-4：所以我覺得性別的創新化跟年齡的創新化，這是兩個很重要的觀點，當然工時也是問題、教育也是問題、收費也是問題、活動多不多也是問題、門檻高不高也是問題。

A-5：還有活動辦得好不好。

A-4：對，我就是沒有抽到獎的那個。

問 2：你也是 8 個裡面的一個？

A-4：我 3 條就受不了，那個實在是太誇張。

A-5：因為我剛查說如果完成就會寄發，如果太少人，少於 50 個，就是完成 16 條就直接送你。

A-4：但是那個真的太誇張。

A-1：澎湖那個要在大逆風頂著騎，總共全程大概 120 公里，大概逆風段會有 5、60 公里，我那時候去騎的時候，因為是冬天騎，最大陣風十級風，我想說哇！真的會有人把它騎完喔。

A-4：十級會被吹走吧。

A-1：對，陣風。

問 2：最大陣風，不是連續，是瞬間有可能會。

附錄六、焦點團體座談會逐字稿

A-4：3 萬給你。

A-1：可是它只有那一次最好，後面的都越來越差，像紀念徽章，我根本不想要。

A-8：所以獎品也很重要。

A-4：一定是接到太多像我這種客訴。

A-5：還有像之前不是有武嶺挑戰賽，現在限縮成只有平日才能舉辦，假日都不能舉辦，就是連政府都不配合大型賽事，這樣誰會想去參加，誰沒事會請三天假去。

A-1：武嶺是有外國的頂級車手會來參加的，因為臺灣的這條路線是從花蓮的東海岸一直騎到合歡山山頂，這個是很多那種單車官方的 youtuber，一聽臺灣有一條很厲害的路線，因為很少國家可以像臺灣一樣，這麼短的時間，這麼高的海拔，又是從海岸騎到山上。

A-5：可是我覺得是民眾觀念的問題，會覺得說為什麼我去武嶺玩那邊要封路。

A-1：封路。

A-5：沒辦法去武陵農場玩，或是沒辦法去武嶺拍照，我沒辦法去走合歡山那邊，我覺得真的是觀念，教育觀念。

A-1：可是封也就那一天。

A-5：那一天而已，去年那次就很多人抱怨，因為剛好在連假的中間某一天，我記得後來就發表聲明說，忘記是哪個縣就說以後武嶺封路的賽事不能在假日，就有些比較難的規定出來，我覺得可能政府要宣導。

問 2：政府的支持。

A-5：而不是就是抱怨，也不幫單車的人講話，就直接改政策。

A-3：明年有一個世界壯年運動會。

問 2：明年在臺北。

A-3：我覺得應該效果不錯。

A-4：可是要收費

A-3：要，3600。

A-4：不覺得很驚人嗎？

A-3：3600 也可以選三項嗎？

A-4：然後呢？

A-3：他的條件只有 30 歲以上，還分年齡、重量，所以可以去玩玩看，開幕跟閉幕還有好禮包，如果你有朋友的話，只要半價。

問 2：應該也有一些國外，希望可以帶動一些國外的。

A-5：應該國外的會。

問 2：那個應該是世界的壯年，剛好臺灣去爭取主辦。

A-3：所以如果有興趣可以參加。

A-4：謝謝。

A-3：有自由車。

A-5：我覺得可以辦 YouBike 競賽，老年人也可以騎 YouBike，就入門。

A-4：太棒了。

A-5：就大家入門，在河濱公園，就一個趣味性的，但是讓老人可以開始騎車。

A-3：電動輔助也好。

A-5：入門先不要花錢，他們入門之後才會花錢，可能五個社區的好朋友，阿公、阿嬤一起去騎之後，有一個阿嬤買了一萬塊的單車，剩下四個人也會跟著買。

問 2：先讓他們體會到運動的樂趣再開始。

A-1：對，因為同儕，像我帶我一起打球的球友去騎腳踏車，他們就也會開始跟著入坑一起買。

A-5：就會被推坑，但重點是要先讓他們學習，先免費再花錢。

A-1：而且像我帶我的朋友騎，我都會帶他們去騎車店的約騎，車店約騎騎完，就會回店裡有吃有喝，他們就會覺得原來有這種正向的連結，原來騎車有這麼好的回饋，就會很樂意再繼續參加，但是如果是我帶著他去騎，一起去爬冷水坑，騎完他們都已經很累了，我可能還會覺得你騎好慢，去打擊他，他就不會想要再去，如果是跟著車店約騎，可能一群人大家有快有慢的，一定有跟他速度差不多的，大家騎完回到店裡，這時候有一個友善的氛圍。

A-5：我覺得是開心。

A-1：友善的氛圍很重要，從中得到喜悅的感覺。

A-5：就會開始想花錢，如果內心很不高興或是很痛苦，根本就不想花錢。

問 2：今天非常感謝大家。

A-1：謝謝。