

107年度我國民眾運動消費支出調查 研究成果摘要



教育部體育署編印
中華民國108年6月

107年度我國民眾運動消費支出調查研究成果摘要

教育部體育署

民國108年

107 年度我國民眾運動消費支出調查研究成果摘要

教育部體育署為掌握我國民眾運動消費支出情形，特辦理 107 年度「我國民眾運動消費支出調查」，了解國人在各項運動之消費狀況，推估運動消費支出總額，做為未來推廣運動產業發展之施政參酌。調查方法以電話訪問方式進行，採用分層隨機抽樣法，針對全國各縣市 13 歲至 69 歲民眾進行訪問；調查日期共分為兩階段，第一階段調查為民眾於 107 年 1-6 月之運動消費支出情形，第二階段調查為民眾於 107 年 7-12 月之運動消費支出情形；兩階段調查各回收 17,496 份有效問卷，在 95%的信賴水準下，抽樣誤差不大於 0.74%。

一、107 年度調查研究成果

以下針對 107 年度調查結果進行摘要說明：

（一）運動消費支出總額

本次調查推估 107 年 13-69 歲民眾在參與性運動消費支出總額為 290.0 億元，觀賞性運動消費支出總額為 47.1 億元，運動彩券方面則為 434.2 億元，而運動裝備消費支出為 604.3 億元，最後，電競消費支出則為 6.9 億元，總計民眾的運動消費支出總額為 1,383 億元。

表 1 107 年全年運動消費支出總額彙整

單位：仟元

運動消費支出項目	107 年 1-6 月	107 年 7-12 月	107 年全年	占比
參與性運動消費支出總計	14,301,515	14,703,076	29,004,591	21.0%
運動課程費	5,621,179	5,694,809	11,315,987	8.2%
單純運動指導費	988,116	996,203	1,984,319	1.4%
入場費、會員費、場地設備出租費	3,985,323	4,009,974	7,995,296	5.8%
運動社團費	806,030	812,002	1,618,032	1.2%
參加運動比賽衍生費	2,900,868	3,190,089	6,090,957	4.4%
觀賞性運動消費支出總計	2,234,934	2,471,839	4,706,773	3.4%
觀賞運動比賽門票費	277,942	409,123	687,064	0.5%
看運動比賽衍生費	216,969	301,679	518,649	0.4%
購買、訂閱媒體費	1,740,023	1,761,037	3,501,060	2.5%
運動彩券支出	20,413,456	23,002,625	43,416,081	31.4%
台灣運動彩券費用	20,413,456	23,002,625	43,416,081	31.4%
運動裝備消費支出總計	29,912,214	30,520,722	60,432,935	43.7%
運動服	13,350,004	14,100,019	27,450,023	19.9%
運動鞋	5,450,020	5,680,035	11,130,054	8.1%
運動穿戴裝置	520,015	521,082	1,041,097	0.8%
購買及維修運動用品與器材	10,520,057	10,150,056	20,670,113	15.0%
運動軟體	72,118	69,531	141,649	0.1%
電競消費支出	338,990	351,889	690,879	0.5%
電競消費支出	338,990	351,889	690,879	0.5%
總計	67,201,109	71,050,151	138,251,259	100.0%

(二) 參與性運動消費支出

107 年 13-69 歲民眾在參與性運動消費支出方面，以「入場費、會員費、場地設備出租費」之消費比例最高，約占二成左右。其次則為「運動課程費」，消費比例約占一成左右。接著依序為「參加運動比賽衍生費」及「運動社團費」，而民眾有「單純運動指導教學費」之消費比例最低，僅占 3.0% 左右；整體而言，107 年下半年除了「參加運動比賽衍生費」之比例略為下降外，其餘項目之比例皆有所成長。

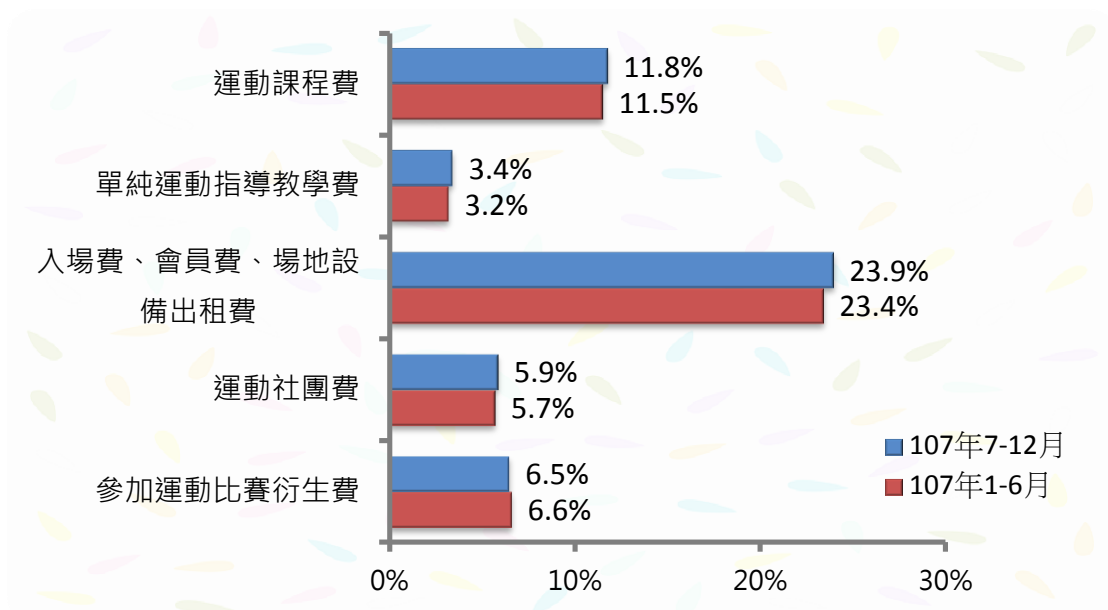


圖 1 107 年 1-6 月與 107 年 7-12 月民眾參與性運動消費支出

就參與性運動消費支出的總額來看，107 年 13-69 歲民眾參與性運動消費支出的總額約為 290.0 億元。就個別項目而言，以「運動課程費」之支出總額最高，約為 113.2 億元，而「入場費、會員費、場地設備出租費」則居次，三項合計約為 80.0 億元，接著依序為「參加運動比賽衍生費」60.9 億元、「單純運動指導費」19.8 億元及「運動社團費」16.2 億元。

表 2 107 年參與性運動消費支出總額

單位：仟元

參與性運動消費支出項目	107 年 1-6 月	107 年 7-12 月	107 年全年
運動課程費	5,621,179	5,694,809	11,315,987
單純運動指導費	988,116	996,203	1,984,319
入場費、會員費、場地設備出租費	3,985,323	4,009,974	7,995,296
運動社團費	806,030	812,002	1,618,032
參加運動比賽衍生費	2,900,868	3,190,089	6,090,957
總計	14,301,515	14,703,076	29,004,591

（三）觀賞性運動消費支出

107 年 13-69 歲民眾在觀賞性運動消費支出方面，以「購買運動賽事門票」之消費比例最高，107 年 7-12 月民眾購買運動賽事門票之比例成長至 6.2%。其次則依序為「為觀賞運動比賽而訂購網路或寬頻電視」、「為了看體育新聞而購買報紙」及「額外訂閱有線或衛星電視運動頻道」，而「購買、訂閱運動雜誌」之消費比例最低，僅占 1.4%左右。

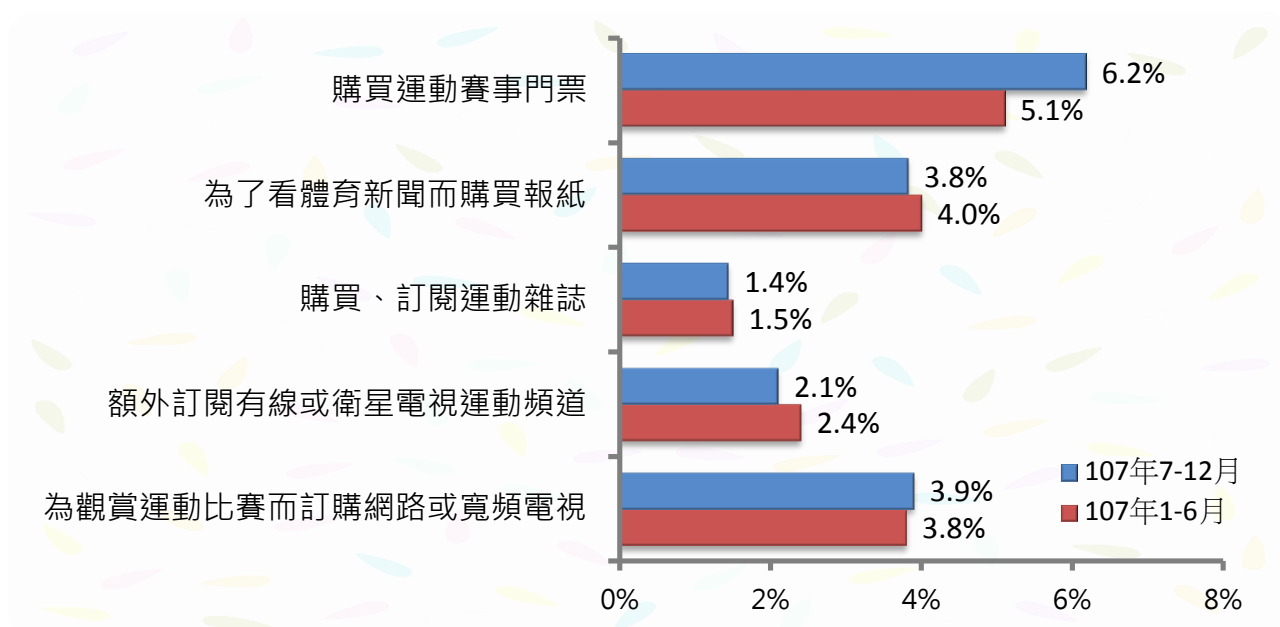


圖 2 107 年 1-6 月與 107 年 7-12 月民眾觀賞性運動消費支出

在觀賞性運動消費支出的總額方面，107 年 13-69 歲民眾觀賞性運動消費支出的總額約為 47.1 億元。進一步觀察個別項目，發現「購買、訂閱媒體費」之消費支出總額最高，約 35.0 億元，其次依序為「觀賞運動比賽門票費」及「看運動比賽衍生費」。

表 3 107 年觀賞性運動消費支出總額

單位：仟元

觀賞性運動消費支出項目	107 年 1-6 月	107 年 7-12 月	107 年全年
觀賞運動比賽門票費	277,942	409,123	687,064
看運動比賽衍生費	216,969	301,679	518,649
購買、訂閱媒體費	1,740,023	1,761,037	3,501,060
總計	2,234,934	2,471,839	4,706,773

就購買運動賽事之門票項目來看，民眾購買運動賽事門票以「棒球」為最主要的運動項目，「籃球」則是民眾購買運動賽事門票次高之運動項目。

表 4 107 年 1-6 月與 107 年 7-12 月民眾購買運動賽事門票支出項目

排序	107 年 1-6 月 購票項目	占有門票消費 民眾之比例	107 年 7-12 月 購票項目	占有門票消費 民眾之比例
1	棒球	80.4%	棒球	87.3%
2	籃球	21.3%	籃球	11.4%
3	排球	2.6%	羽球	1.7%
4	足球	1.2%	排球	1.0%
5	網球	0.6%	國標/社交舞	0.4%
6	國標/社交舞	0.5%	足球	0.3%
7	芭蕾舞	0.04%	體操/啦啦隊	0.3%
8	摔角	0.03%	-	-
9	-	-	-	-
10	-	-	-	-

（四）運動彩券消費支出

在運動彩券消費支出方面，107 年民眾運動彩券消費支出總額約 434.2 億元。其中，107 年 1-6 月民眾曾購買台灣運動彩券之比例為 10.7%，消費支出總額為 204.1 億元；而 107 年 7-12 月間，民眾曾購買台灣運動彩券之比例成長至 11.9%，消費支出總額則為 230.0 億元。

表 5 107 年運動彩券消費支出總額

單位：仟元

運動消費支出項目	107 年 1-6 月	107 年 7-12 月	107 年全年
台灣運動彩券費用	20,413,456	23,002,625	43,416,081

（五）運動裝備消費支出

107 年 13-69 歲民眾在運動裝備消費支出方面，以「運動服」之比例最高，約占三成左右。其次則為「運動鞋」，比例約占二成四左右，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」及「運動軟體」，而「運動穿戴裝置」占比則相對較低。

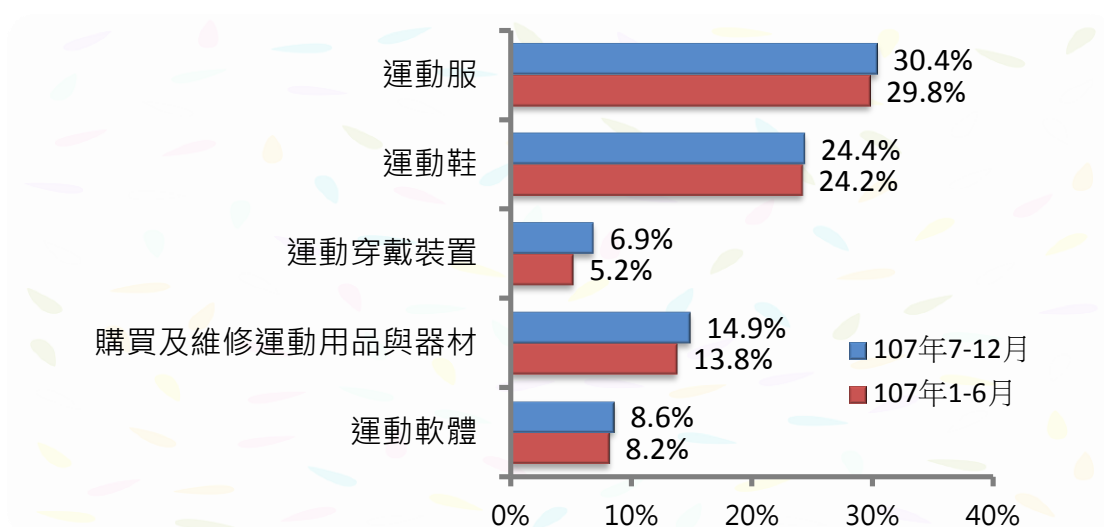


圖 3 107 年 1-6 月與 107 年 7-12 月民眾運動裝備消費支出

在運動裝備消費支出的總額方面，107 年 13-69 歲民眾運動裝備消費支出的總額約為 604.3 億元。就個別項目而言，以「運動服」之消費支出總額最多，約 274.5 億元，接著依序為「購買及維修運動用品與器材」（206.7 億元）、「運動鞋」（111.3 億元）、「運動穿戴裝置」（10.4 億元）及「運動軟體」（1.4 億元）。

表 6 107 年運動裝備消費支出總額

單位：仟元

運動裝備消費支出項目	107 年 1-6 月	107 年 7-12 月	107 年全年
運動服	13,350,004	14,100,019	27,450,023
運動鞋	5,450,020	5,680,035	11,130,054
運動穿戴裝置	520,015	521,082	1,041,097
購買及維修運動用品與器材	10,520,057	10,150,056	20,670,113
運動軟體	72,118	69,531	141,649
總計	29,912,214	30,520,722	60,432,935

（六）電競消費支出

107 年民眾在電競消費支出方面，以「軟體產品」之消費比例最高，約占六成左右，其次則為「硬體設備」。而「入場費、會員費、場地設備出租費」、「觀賞電競比賽門票費」、「觀賞電競比賽衍生費用」、「參加比賽費用」及「社團費」之消費比例則相對較低。

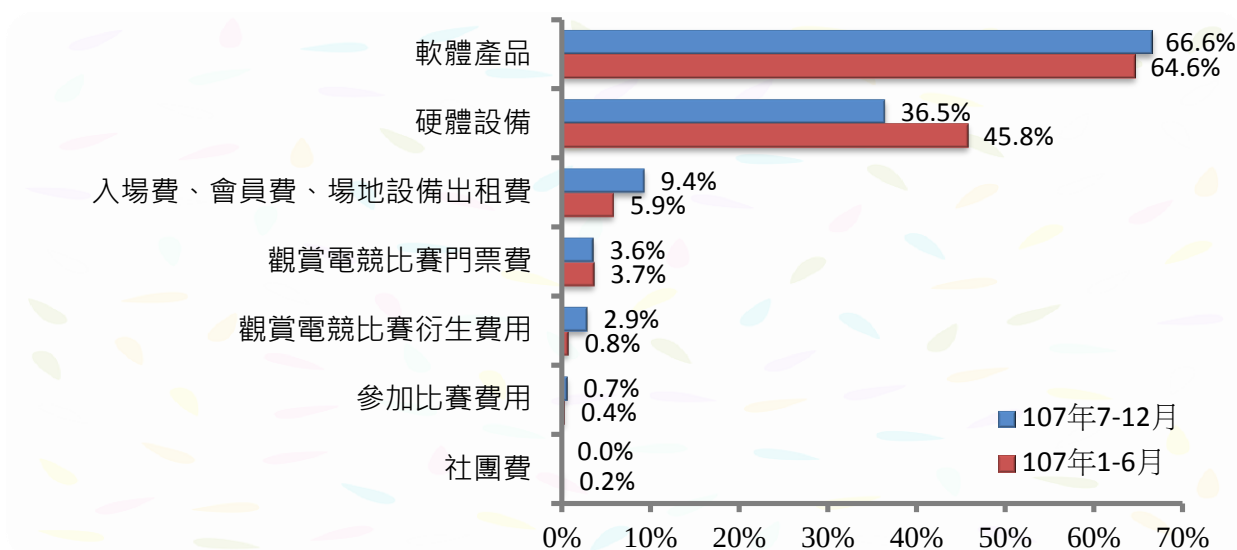


圖 4 107 年 1-6 月與 107 年 7-12 月民眾電競消費支出

在電競消費支出的總額方面，107 年 13-69 歲民眾電競消費支出總額約為 6.9 億元。觀察電競消費支出的個別項目，可發現「硬體設備」及「軟體產品」之消費支出總額較高。

表 7 107 年電競消費支出總額

單位：仟元

電競運動消費支出項目	107 年 1-6 月	107 年 7-12 月	107 年全年
軟體產品	81,077	85,926	167,003
硬體設備	248,070	250,663	498,733
入場費、會員費、場地設備出租費	4,450	7,039	11,489
社團費	606	-	606
參加比賽費用	716	1,143	1,859
觀賞電競比賽門票費	3,666	5,091	8,757
觀賞電競比賽衍生費用	405	2,028	2,433
總計	338,990	351,889	690,879

二、運動消費支出總額歷年比較

（一）運動消費支出總額歷年比較

依據近三年民眾運動消費支出總額比較可發現，105 年整體運動消費支出總額為 1,227 億元，106 年時則增加至 1,268 億元，而 107 年時再增加至 1,382 億元，較 106 年成長 9.0%，顯示我國民眾運動消費支出乃呈現成長趨勢；其中，以台灣運動彩券銷售額成長 31.3% 最多，但若扣除台灣運動彩券因素後，則 107 年運動消費支出總額仍較 106 年成長 1.1 個百分點，茲將 103 年至 107 年運動消費支出相關項目整理如下：

表 8 運動消費支出總額歷年比較

單位：仟元

運動消費 支出項目	103 年總額	104 年總額	105 年總額	106 年總額	107 年總額	106 年至 107 年金額變動 幅度
參與性運動消費支出總計	28,210,943	28,127,074	28,340,140	28,756,505	29,004,591	0.9%
運動課程費	10,837,932	10,908,994	10,971,803	11,171,060	11,315,987	1.3%
單純運動指導費	1,938,388	1,915,111	1,930,223	1,963,624	1,984,319	1.1%
入場費、會員費、場地設備出租費	7,836,677	7,702,547	7,769,535	7,884,638	7,995,296	1.4%
運動社團費	1,634,640	1,616,216	1,606,170	1,607,134	1,618,032	0.7%
參加運動比賽衍生費	5,963,306	5,984,205	6,062,409	6,130,051	6,090,957	-0.6%
觀賞性運動消費支出總計	4,395,103	4,530,615	4,585,025	4,655,816	4,706,773	1.1%
觀賞運動比賽門票費	494,098	587,575	626,066	697,846	687,064	-1.5%
看運動比賽衍生費	394,321	450,443	478,422	537,884	518,649	-3.6%
購買、訂閱媒體費	3,506,684	3,492,597	3,480,537	3,420,085	3,501,060	2.4%
運動彩券支出	24,048,117	28,152,229	31,124,150	33,058,355	43,416,081	31.3%
台灣運動彩券費用	24,048,117	28,152,229	31,124,150	33,058,355	43,416,081	31.3%
運動裝備消費支出總計	59,256,282	58,085,814	58,662,751	59,748,507	60,432,935	1.1%
運動服	26,837,998	26,237,355	26,671,136	27,153,374	27,450,023	1.1%
運動鞋	10,976,946	10,787,150	10,817,475	10,980,687	11,130,054	1.4%
運動穿戴裝置	--	--	--	1,006,780	1,041,097	3.4%
購買及維修運動用品與器材	21,297,237	20,905,345	21,010,530	20,453,592	20,670,113	1.1%
運動軟體	144,102	155,963	163,611	154,072	141,649	-8.1%
電競消費支出¹	--	--	--	629,829	690,879	9.7%
電競消費支出	--	--	--	629,829	690,879	9.7%
總計	115,910,445	118,895,732	122,712,066	126,849,012	138,251,259	9.0%

(二) 運動服務消費支出總額分析

在運動服務消費支出（參與性、觀賞性運動消費支出之加總金額）部分可以發現，105 年的運動服務消費支出總額約近 329.3 億元，106 年時約為 334.1 億元，至 107 年時約為 337.1 億元，顯示我國民眾在運動服務方面之消費支出總額有逐年成長的趨勢，以下將就參與性、觀賞性運動消費個別分析歷年消費支出變化。

¹運動軟體消費支出為 102 年度新增之調查項目；運動穿戴裝置消費支出及電競消費支出為 106 年度新增之調查項目。

1.參與性運動消費支出總額

從參與性運動消費支出總額的變化可以發現，106 年時我國民眾在參與性運動相關消費總額為 287.6 億元，至 107 年時總額達 290.0 億元，成長幅度為 0.9%，顯示 107 年從事參與性運動消費支出總額有微幅上升。

107 年各個參與性運動消費支出項目之總額，與 106 年相比，除了「參加運動比賽衍生費」外，各支出項目皆有所增加，其中又以「入場費、會員費、場地設備出租費」之消費總額成長較多，106 年我國民眾在此項目之消費總額為 78.8 億元，而 107 年則為 80.0 億元，變動幅度為 1.4%；茲將各項參與性運動消費支出總額變化整理如下圖：

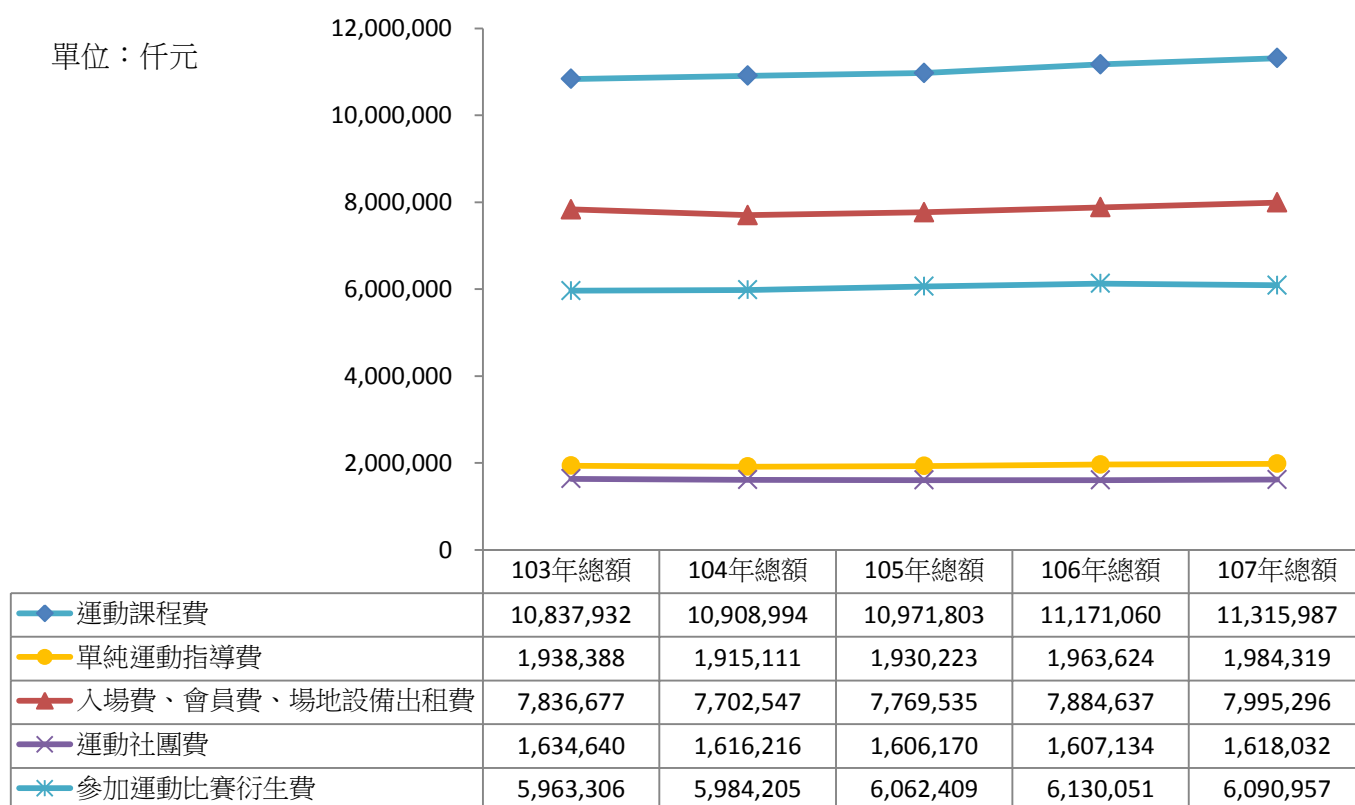


圖 5 103 年至 107 年各項參與性運動消費支出總額變化

2.觀賞性運動消費支出總額

從觀賞性運動消費支出總額的年度比較可發現，106 年時我國民眾在觀賞性運動相關消費總額為 46.6 億元，至 107 年時總額達 47.1 億元，變動幅度達 1.1%，顯示 107 年觀賞性運動消費支出總額呈現成長。

各項觀賞性運動消費支出中，若從「觀賞運動比賽門票費」來看，107 年的消費支出總額較 106 年有所減少，分析可能原因為今年度中華職棒觀眾人數與去年相比有所下降，票房已不如以往，故民眾在運動比賽門票支出總額也因而有所下降。

此外，近年來我國民眾在「看運動比賽衍生費」方面，消費總額亦有相同之趨勢，106 年時看運動比賽衍生費消費總額約為 5.4 億元，107 年消費總額減少至 5.2 億元，約減少 3.6 個百分點，顯示在觀賞運動比賽門票支出減少下，也同時影響比賽衍生費之消費總額。

隨著網路與行動通訊的普及，民眾可透過網路取得的免費資訊，以及免費觀看直播運動賽事的管道越來越多，民眾在「購買、訂閱媒體費」之消費總額方面，近三年呈現成長情形，105 年為 34.8 億元，106 年增加至 34.2 億元，而 107 年則增加至 35.0 億元。根據 106 年家庭收支調查顯示，我國民眾一年購買、訂閱報紙、雜誌及有線電視、多媒體隨選視訊月租費等媒體的消費支出總額為 598.4 億，而若與 106 年調查所推估之購買、訂閱媒體觀賞運動的消費支出 34.2 億元相比，則可知運動媒體之消費總額，占家庭收支調查中相關媒體消費支出總額之 5.7%。

茲將各項觀賞性運動消費支出總額變化整理如下圖：

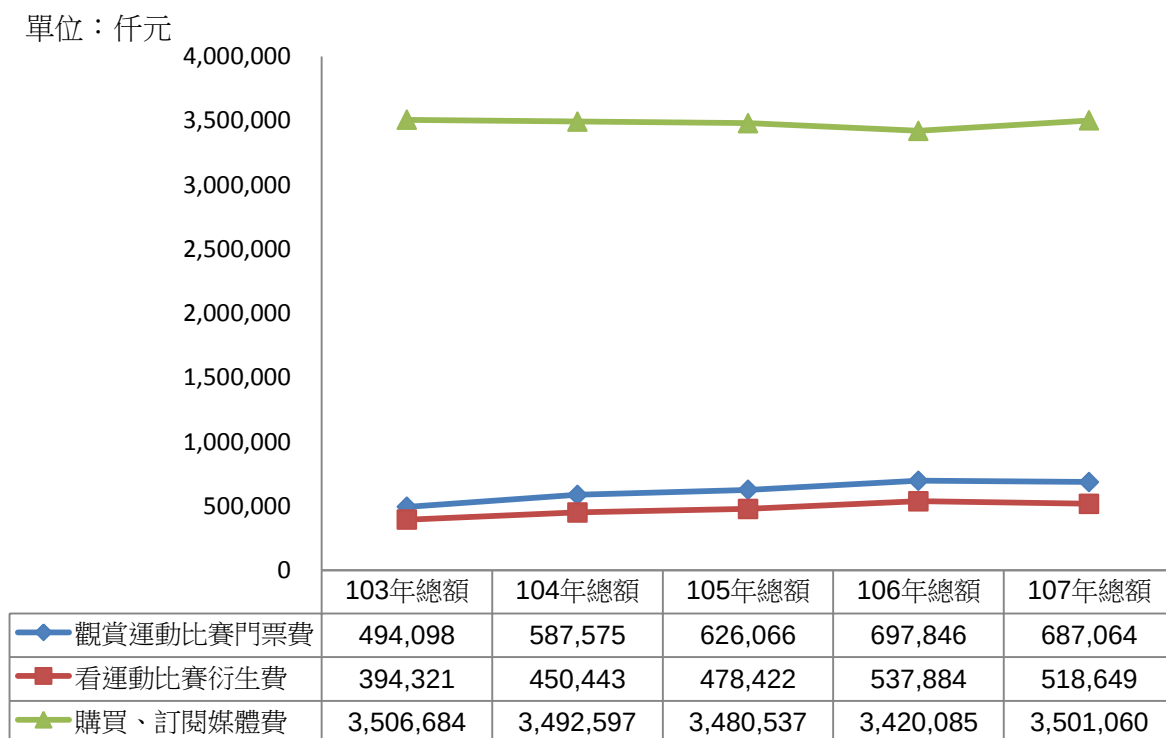


圖 6 103 年至 107 年各項觀賞性運動消費支出總額變化

(三) 運動彩券消費支出總額分析

在運動彩券消費支出部份，乃採取教育部體育署所公布之運動彩券實際銷售額，根據統計結果，105 年銷售額為 311.2 億元，106 年為 330.6 億元，107 年則成長至 434.2 億元。

由近五年的趨勢可發現，107 年因世界盃足球賽及雅加達亞運等大型國際賽事，以及運動彩券發行單位不斷推出有趣的投注玩法及投注方式下，銷售額創下歷年新高，成長比例達 31.3%，茲將運動彩券歷年消費總額趨勢整理如下表：

表 9 107 年運動彩券消費支出總額歷年比較

運動彩券消費支出	103 年總額	104 年總額	105 年總額	106 年總額	107 年總額	106 年至 107 年金額變動幅度
台灣運動彩券費用	24,048,117	28,152,229	31,124,150	33,058,355	43,416,081	31.3%

(四) 運動裝備消費支出總額分析

從運動裝備消費支出總額的變化可以發現，106 年時我國民眾在運動裝備相關消費總額為 597.5 億元，至 107 年時總額成長至 604.3 億元，總額約增加 6.8 億元，成長幅度為 1.1%，顯示 107 年運動裝備消費支出總額呈現上升情形。

從運動鞋及運動服之歷年變化趨勢來看，我國民眾今年之消費總額皆呈現上升之情形，成長幅度分別為 1.4%及 1.1%；而購買及維修運動用品與器材之消費總額亦有所成長，106 年時購買及維修運動用品與器材的消費總額約達 214.6 億元，至 107 年時上升至 217.1 億元，成長幅度為 1.2%；而運動軟體為今年消費總額變動幅度最大之項目，106 年消費總額為 1.5 億元，107 年則減少至 1.4 億，下降幅度達 8.1%；茲將運動裝備近年來消費總額變化整理如下圖：

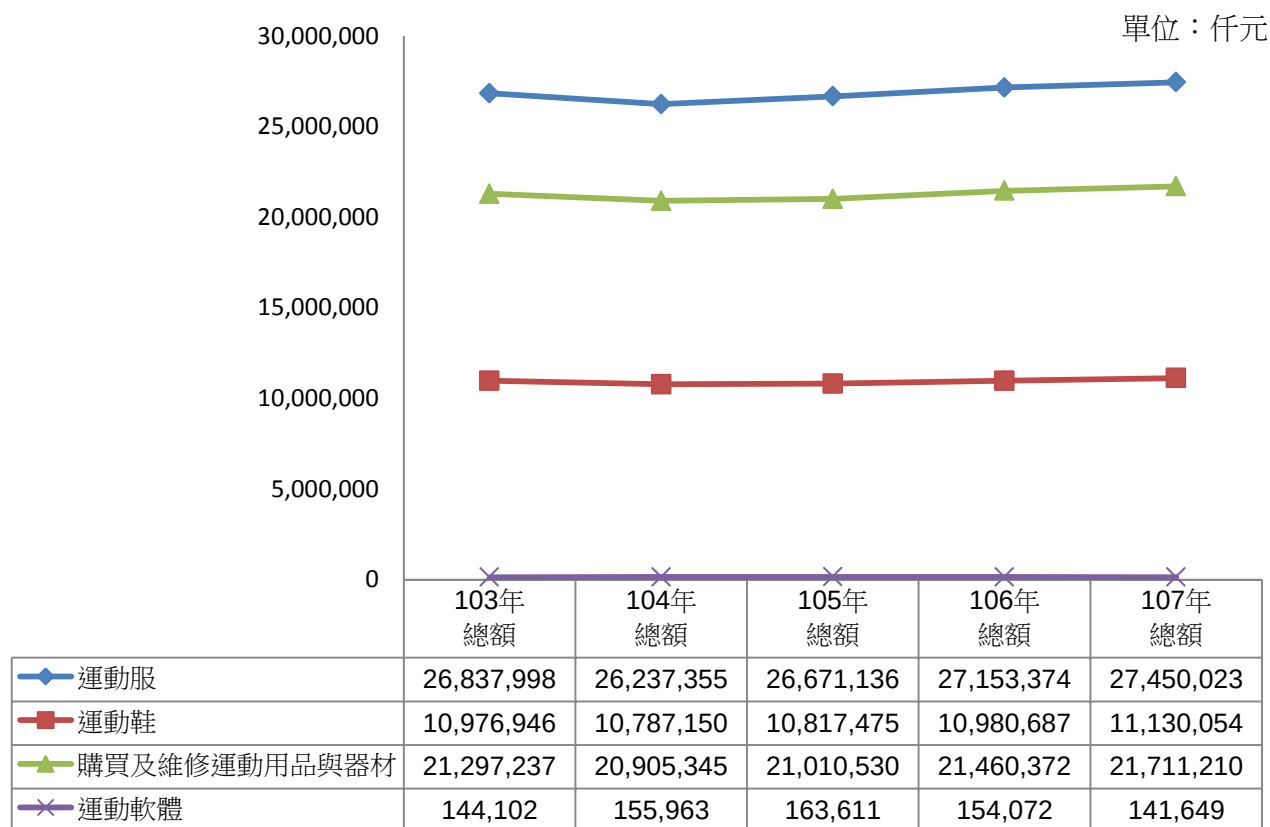


圖 7 103 年至 107 年各項運動裝備消費支出總額變化

三、國外運動消費支出情形

此部份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，並進一步與我國運動消費現況進行比較。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。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。

1. 參與運動服務支出

在參與運動服務支出方面，2017 年英國每戶於「休閒課程」及

「運動俱樂部」的平均消費金額皆最高，分別為 182 美元及 155 美元，其次則為「參與運動」費用，為 81 美元。日本則是在「運動課程」支出較高，達 79 美元，其次依序為「高爾夫球場入場費及練習費」及「健身房」支出，每戶平均消費金額分別為 67 美元、46 美元。我國在參與運動服務之支出方面，每戶平均消費金額最高之項目為「運動課程費」，為 43 元美金，其次依序為「入場費、會員費、場地設備出租費」及「參加運動比賽衍生費」，每戶平均消費金額分別為 30 美元、24 美元，由上述結果發現，在「參與運動服務支出」方面，臺灣、日本及英國皆支出較多的費用在「運動課程」費用上，不過英國民眾在「運動俱樂部」的花費也相當高，而相對來說臺灣民眾對於投入「運動社團費」的支出則較低。

2. 觀賞運動服務支出

在觀賞運動服務支出方面，美國每戶於「觀賞運動賽事門票」支出平均金額為 750 美元，英國為 47 美元，日本則為 6.9 美元，臺灣則為 3 美元。由此可知，美國民眾相較於其他國家在觀賞運動賽事門票支出方面高出許多，而臺灣在觀賞運動賽事門票支出上則相對較低，與其他各國有一段落差。

3. 運動裝備消費支出

在運動裝備消費支出方面，英國每戶於「運動、露營與休閒設備」平均消費金額為 101 美元，日本於「運動器材」平均消費金額為 112 美元，南韓在「運動器材與用品」支出為 61 美元；而臺灣每戶於「購買及維修運動用品與器材」平均消費金額則為 79 元美元。上述發現，在運動用品消費支出金額方面，我國較英國、日本等國低，但較南韓來得高。

四、結論與建議

(一) 運動消費支出呈現成長趨勢，依族群需求規劃促進運動方案

根據本次調查推估 107 年我國民眾的運動消費支出總額為 1,382.5 億元，相較於 106 年增加 114 億元，主要受台灣運動彩券大幅成長所影響，帶動整體運動消費支出成長達 9.0%。但若扣除台灣運動彩券因素後，則 107 年消費支出總額較 106 年約成長 1.1 個百分點，顯示運動彩券的成長在 107 年扮演相當重要因素。由近年來趨勢可知，民眾運動消費支出持續成長，為有效提升民眾運動消費支出，相關業者及政府單位亦持續針對不同族群，規劃合適之運動方案。

(二) 老年人口比例攀升，應建構友善且符合熟齡族需求的運動環境

隨著我國老年人口比例逐年攀升，熟齡族群的運動需求及機會大增，如何促進其培養有效、規律之運動習慣，增加運動消費支出，亦為重要關鍵。本次研究發現熟齡族群所從事的運動容易為無技術、低強度的運動項目，體育署為打造適合長者的運動環境，亦致力於推動銀髮族樂活計畫、銀髮族運動指導班、縣市社區體適能促進年度計畫等，以提升長者運動參與意識與知能，並提供多元的運動參與機會，建議未來可持續透過不同的方式進行推動。

1. 傳達正確運動觀念，促進熟齡族有效及規律運動

根據芬蘭高齡者運動健康促進方案的經驗，芬蘭培訓了許多高齡者運動指導員及高齡運動志工，其建立社區運動團體、教導正確運動知識及技能，在推廣高齡者運動上發揮重要功能。因此建議未來亦可強化運動指導員及高齡運動志工制度。運動指導員

亦應針對銀髮族之狀況，提供符合高齡者需求的整合性運動課程，透過間歇性中高強度的運動訓練，改善高齡者傾向參與低強度、低活動量之現況，同時傳達正確運動觀念。亦可考慮培訓高齡運動志工，透過高齡運動志工發展運動團體，一起陪伴長者做運動，經由同儕間彼此的經驗交流，相互教學，影響更多長者願意投入運動，培養規律運動習慣。

2.活用社區公共空間，開設熟齡族運動課程

交通便利性為熟齡族群在選擇運動場地或運動課程的重要考量因素，而社交性則為培養持續運動習慣的重點，因此未來可活用社區公共空間，開設適合熟齡族的運動課程，透過增加運動的方便性與社交性，提升熟齡族群參與運動意願。

3.提供體適能檢測服務，依結果給予熟齡族運動規劃建議

熟齡族對於體適能的檢測服務具高度興趣，因此，建議未來相關單位可提供銀髮族體適能檢測服務，掌握其體能程度與需加强的部分，客製化運動活動。

4.提供友善環境與專屬優惠，增加熟齡族至運動場館意願

依據熟齡族群的需求，調整運動服務。在課程方面，應該有等級區分，以漸進的方式帶領熟齡族群運動；在硬體方面，則可考慮引進高齡者專用運動器材，以確保高齡者在使用上的安全性及舒適度，故亦可考慮推出揪友優惠、多人同行優惠等活動，藉此吸引熟齡族群參與運動意願。

(三) 打造符合女性需求的運動課程與環境，增加女性參與運動意願

從近年來的量化調查結果，皆呈現女性支付運動課程費比例相對男性來得高之趨勢，顯示女性對於運動課程的投入意願較高。應掌握女性參與運動之偏好，並排除其可能面臨之阻礙。在課程上可推出女性偏好的項目，如：瑜珈、有氧舞蹈等，亦可綜合女性需求及照顧小孩之需要，推出親子瑜珈、親子律動等課程，以緩解因家庭因素而無法運動的困境。運動空間的環境設備規劃上，應重視環境設備隱私性及清潔度，提升女性運動時的舒適感與安全感。