



**TTR 台灣趨勢研究報告**

## 運動服務業發展趨勢

2018年5月

TEL : (02)7709-1068

Email : [survey@twtrend.com](mailto:survey@twtrend.com)

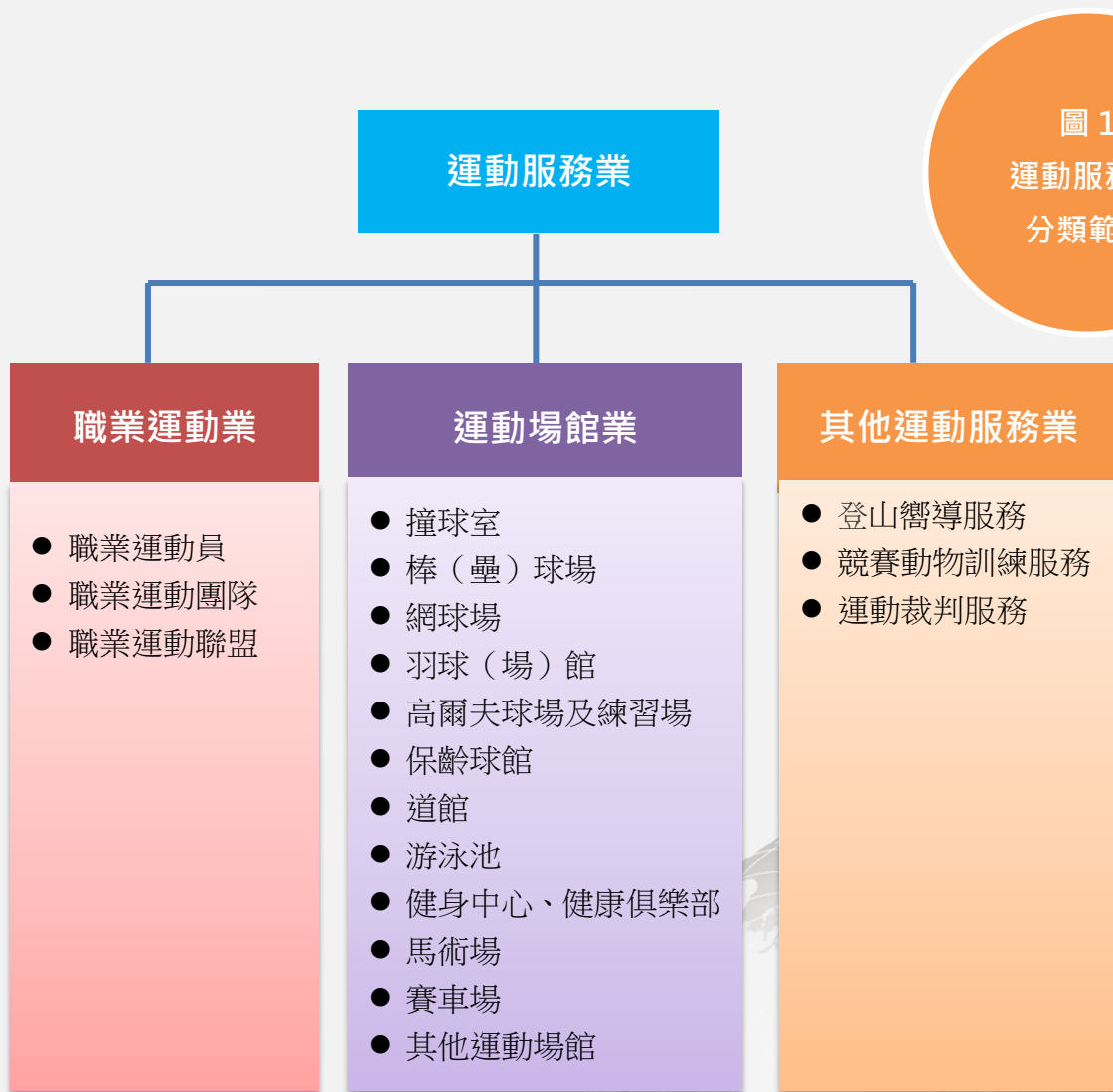
Web : [www.twtrend.com](http://www.twtrend.com)

**台灣趨勢研究**

逆向思考 順勢而為

# 運動服務業

根據財政部「中華民國稅務行業標準分類」(105年1月)第十次修訂版本，將「運動服務業」定義為：「從事職業運動、運動場館經營管理及其他運動服務之行業。其中包含職業運動業、運動場館業及其他運動服務業。」茲將運動服務業之詳細分類範疇整理如下圖所示：



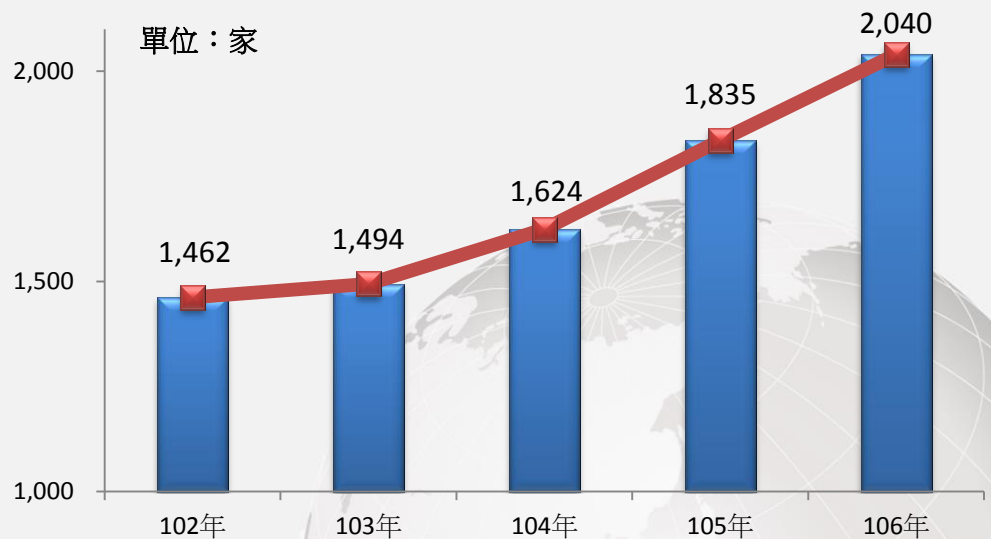
資料來源：行政院主計總處，本研究整理

運動產業涵蓋範圍廣泛，舉凡運動用品或器材製造、運動場館等，皆為運動產業範疇。我國運動產業在早期，主要以運動用品製造業市場發展較為熱絡。然而，隨著國人健康意識的建立，規律運動人口比例有所增加，且有較多的餘裕及消費能力得以參與休閒活動，對於運動服務業之需求較以往有所提升。

近年來政府亦積極推廣運動服務業發展計畫，促成相關法規及制度的建立，健全運動服務核心產業的環境。2017年更通過「運動產業發展條例」部分修正案，將「電子競技」及「運動經紀及管理顧問」納入運動產業範疇，望整合各運動產業間資源，營造運動產業完善的經營環境。除此之外，為持續促進國人運動風氣，政府致力於推動全民運動相關政策，如「運動i臺灣」、「學生觀賞運動補助」、鼓勵女性加入運動的行列等，藉此提升全民參與運動的興趣，進而擴大運動市場的需求。

根據財政部統計資料顯示，我國整體運動服務業之家數，從民國102年的1,462家成長至105年的1,835家，106年更突破至2,040家。整體而言，在國人運動風氣的盛行下，近五年來運動服務業之家數呈現逐年成長趨勢。

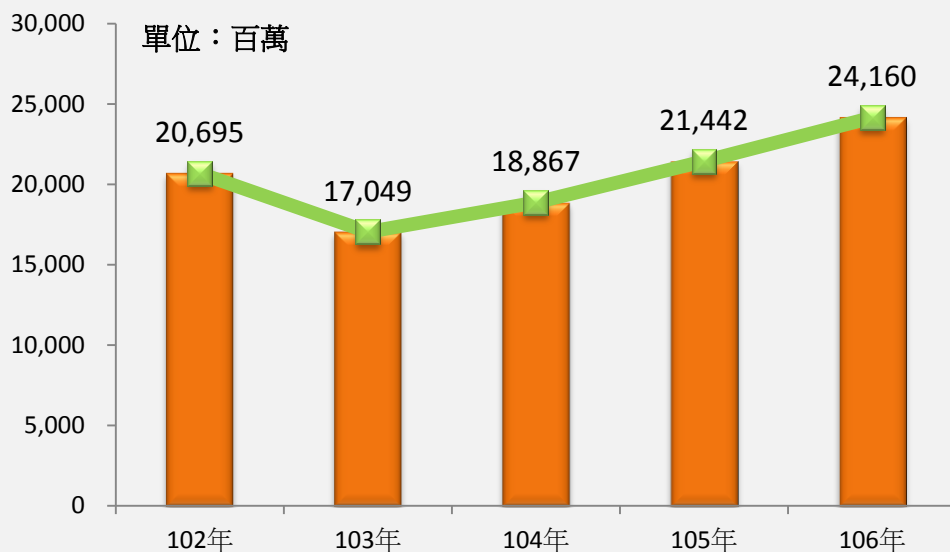
圖 2  
102年~106年我國  
運動服務業之  
營利事業家數



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

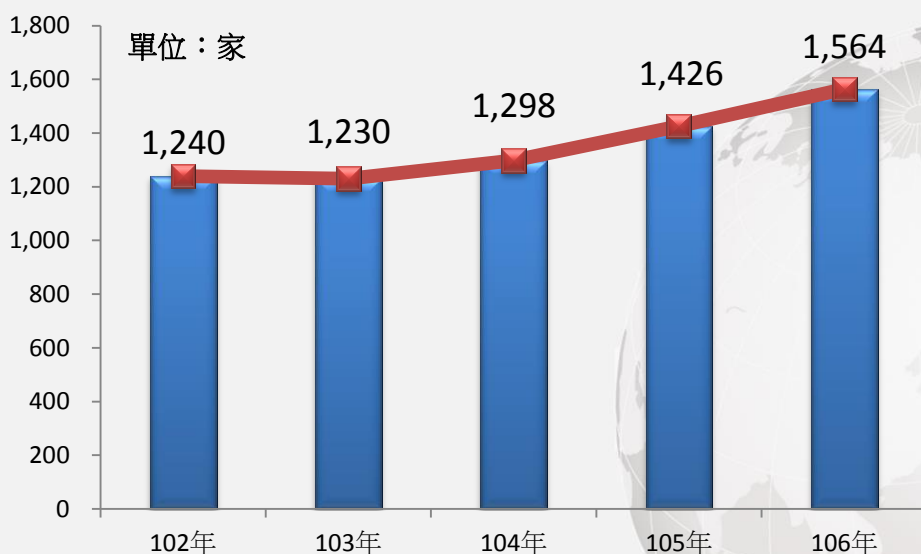
另外，在運動服務業總體營收方面，近年來亦呈現成長趨勢，由 105 年的 214.4 億元成長至 106 年的 241.6 億元。

圖 3  
102 年~106 年我國  
運動服務業之  
總體營收



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

綜觀上述，近年來我國運動服務業無論是家數或營收皆呈現逐年成長趨勢。而根據台灣趨勢研究所執行之我國民眾運動消費支出調查，106 年我國民眾運動消費支出總額為 1262.2 億元，其中「參與性運動」消費支出約為 287.6 億元，而民眾在「參與性運動」消費支出項目上，又以「運動課程費」支出總額最高，達 111.7 億元，「入場費、會員費、場地設備出租費」之支出總額則為次高，為 78.8 億元，且較前一年度有所成長。由此可知，運動場館為民眾參與運動的重要選擇，近年來運動場館業的家數，即由 103 年的 1,230 家成長至 106 年的 1,564 家。

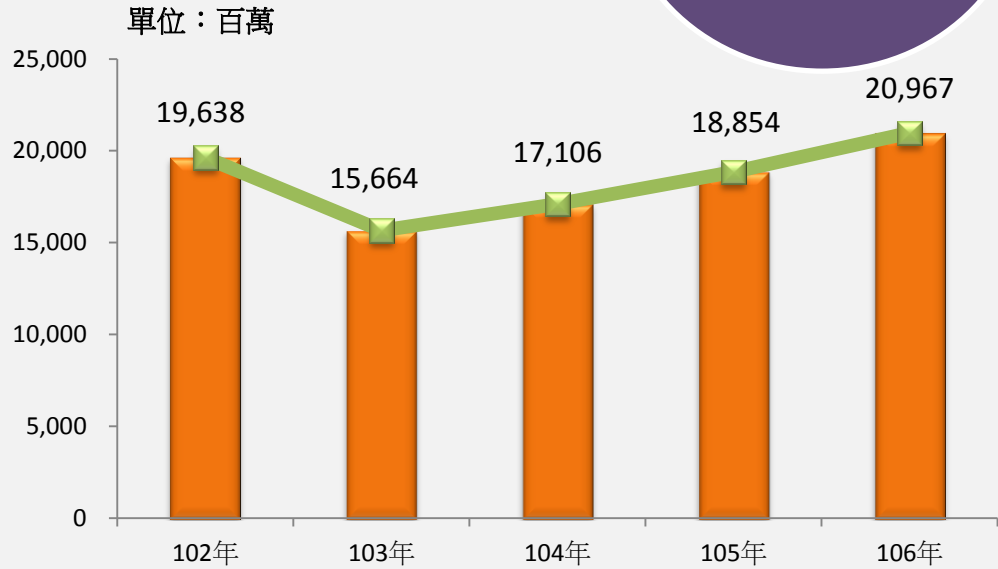


資料來源：財政部資料中心，本研究整理

圖 4  
102 年~106 年我國  
運動場館業之  
營利事業家數

而隨著運動場館的家數增加，運動場館業的總體營收亦連帶有所成長，103年至106年間皆呈現成長情形，106年突破至209.7億元。

圖 5  
102年~106年我國  
運動場館業之  
總體營收



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

進一步觀察運動場館業的細項業別中，可發現健身中心、健康俱樂部之家數，為近五年來家數增加最多的業別，由102年的149家增加至105年的299家，106年更突破達369家。

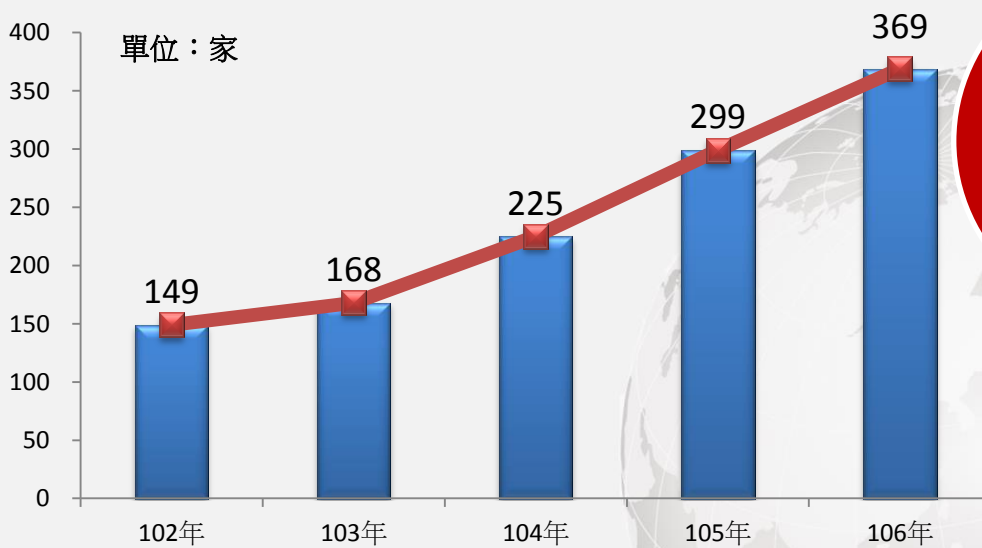


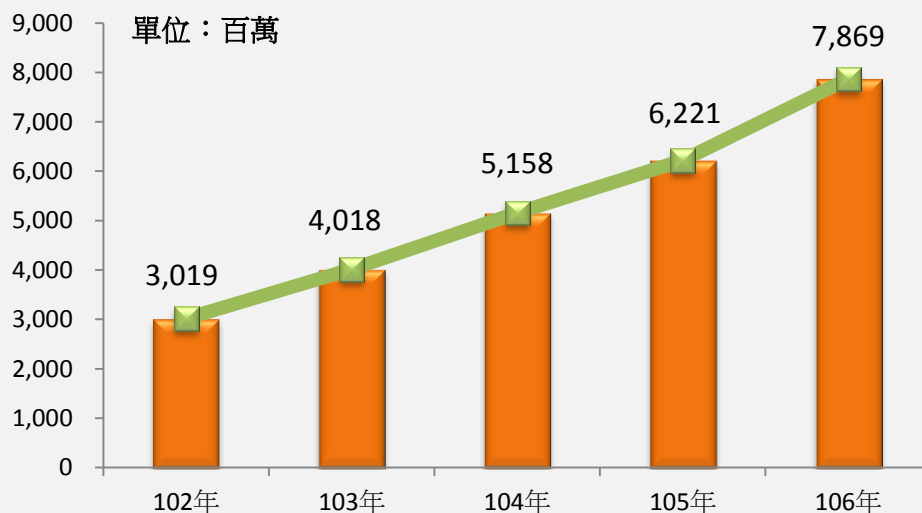
圖 6  
102年~106年我國  
健身中心、健康俱樂部之  
營利事業家數

資料來源：財政部資料中心，本研究整理



健身中心、健康俱樂部的總體營收方面，則於 106 年突破至 786.9 億元，顯示近年來國人健康意識抬頭，追求健美體態，健身需求有所提升，更帶動健身中心、健康俱樂部的市場商機。

圖 7  
102 年~106 年我國健身中心、健康俱樂部之總體營收



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

綜合上述可發現，健身中心、健康俱樂部的家數及總體營收逐年成長。隨著健身風氣崛起，國人較以往更願意投入資金與時間參與運動，順應這股熱潮，近年運動場館業者也積極發展多元經營型態。除提供專業服務、複合式設備的中大型連鎖健身中心外，市場上也出現以女性、銀髮族及孩童等特定族群為主要服務對象之運動場館；而替個人量身打造健身訓練課程的小型私人運動工作室亦具不可小覷的發展潛力。因此，在百家爭鳴下，運動場館業者如何創造自家經營優勢，持續營造優質的運動空間與服務，提升消費者對品牌的黏著度與忠誠度，將是能否在市場佔一席之地的重要關鍵。

有鑑於我國老年人口比例逐年增加，越來越多銀髮族透過運動健身以預防老化，因此銀髮族健身市場越來越受到關注。未來運動場館業者在環境設備規劃上，應結合友善環境設計，引進銀髮族適用的健身器材，以避免其使用上產生運動風險；並設計適合銀髮族運動強度的課程，將運動場館營造為銀髮族社交場所的新選擇，使其在運動過程中，又可獲得社會及心理層面的滿足感，扭轉以往健身專屬於年輕人的印象。

另外，儘管近年女性運動風氣有所提升，但其仍易因家庭因素，而中斷原有參與運動習慣。故未來業者宜掌握女性運動需求與偏好，進而調整經營方式與運動服務。在課程內容方面，可設計親子瑜珈、律動等課程，除能夠促進家庭互動，亦能解決女性常因照顧小孩而無法運動的困境；另外，改善運動空間環境的隱私性及整潔度，增進女性在使用上的舒適感，亦可藉由運動環境設備上的貼心設計，如於泳池旁增設浴巾掛勾供其使用，降低女性游泳完後因裸露而不自在的感受，提升運動場館整體的服務能量。

整體而言，在運動場館如雨後春筍般林立下，業者應時時洞悉市場脈絡，針對特定族群給予高品質服務，亦可提供如個人化健康管理的客製化服務，並朝向異業結盟方式，與多方業者合作，提升運動服務附加價值及品牌知名度，為產業拓展更深廣的商機。

