



國民運動中心健身房調查

為提升國民的運動風氣，體育署補助縣市政府興建國民運動中心，同時各縣市政府亦積極自行興建，以委外經營模式，提供民眾運動休閒場所，增進國民健康體適能，迄今啟用之國民運動中心共有48座。

隨著民眾健身需求提高，國民運動中心健身房亦成為民眾重要的健身場地，而民眾使用國民運動中心健身房的情形如何？有什麼樣的評價？就讓台灣趨勢研究的健身房產業調查帶您深入了解。



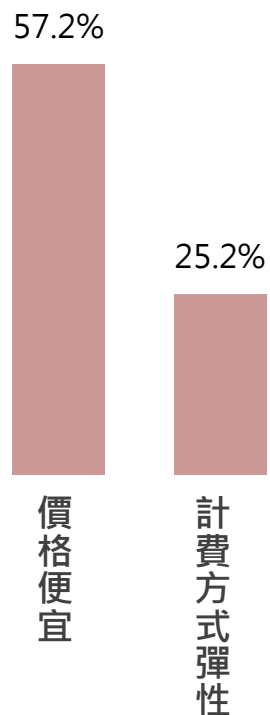
國民運動中心健身房使用情形

選擇國民運動中心健身房原因

交通便利性



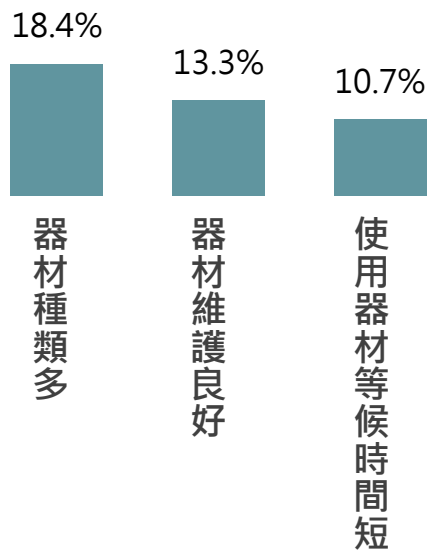
收費



環境與硬體設備



器材品質與多元性



健身房服務



消費者選擇國民運動中心健身房主要考量為交通便利性高

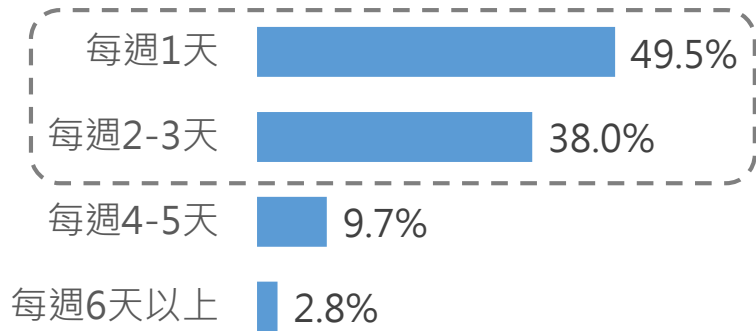
詢問消費者在國民運動中心健身的原因，調查結果顯示交通便利性為首要關鍵，有72.4%的消費者表示因國民運動中心距離住家、工作地點近，且有44.9%消費者表示交通上較為方便。

國民運動中心健身房價格便宜為優勢

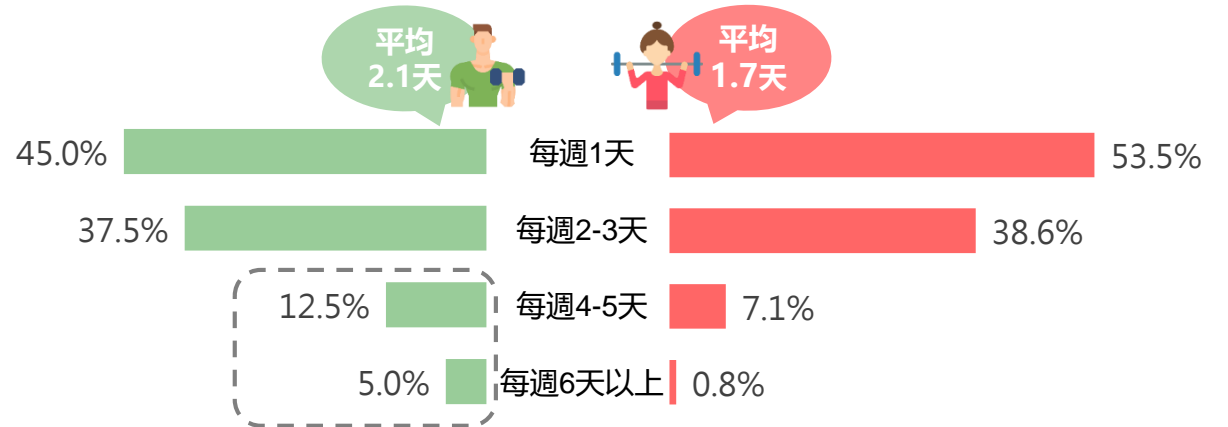
而與民營健身房差異較大的地方，在於選擇國民運動中心健身房之消費者，有超過半數認為收費便宜。顯示國民運動中心費用較低及不需綁約的特點，吸引部分消費族群目光。

消費者平均一週到國民運動中心健身房天數以1-3天居多

整體 消費者平均一週到健身房運動天數 **1.9天**

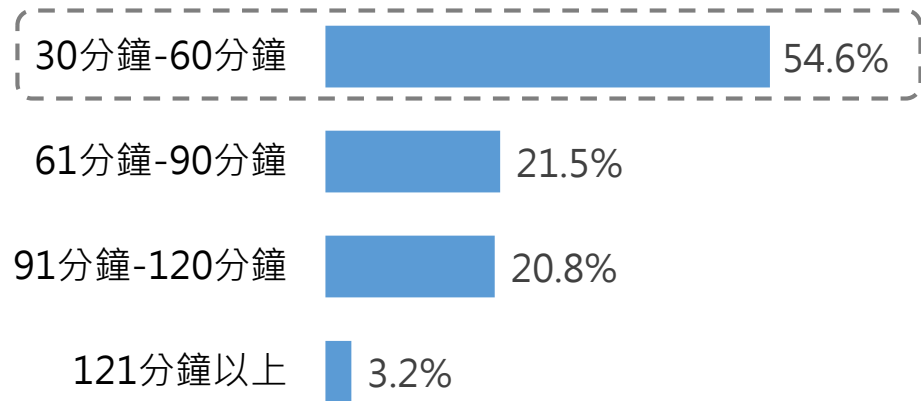


性別差異 男性每週到國民運動中心健身房的天數略高於女性

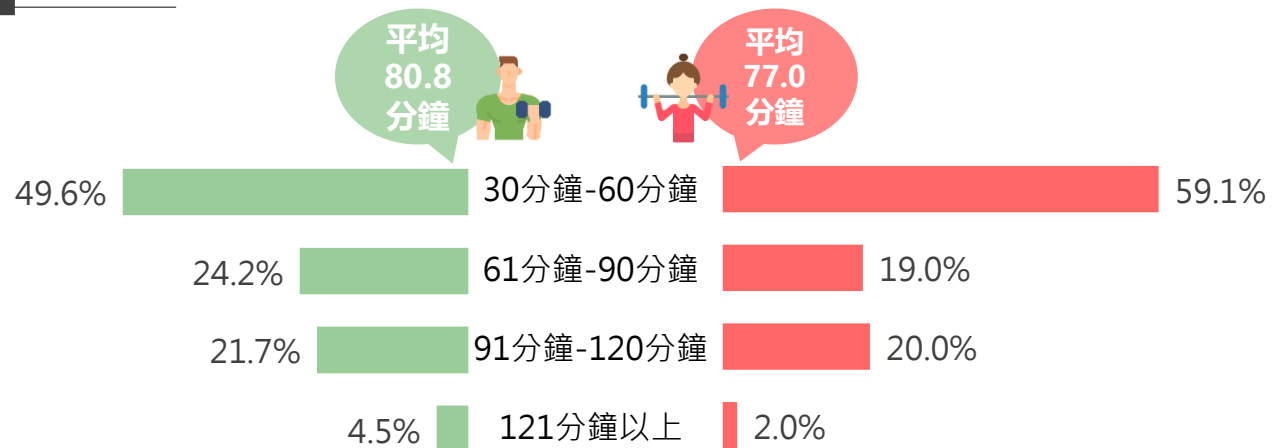


消費者平均在國民運動中心健身房待一小時左右

整體 消費者平均每次在健身房停留時間 **78.8分鐘**



性別差異 男性平均待較久，有50.4%會待超過1小時以上



消費者使用運動器材情形



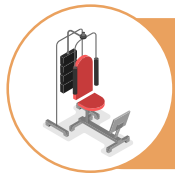
有氧/心肺器材

如：跑步機、飛輪、滑步機等

75.4%

▶ 消費者最常在國民運動中心健身房使用有氧/心肺器材

國民運動中心健身房消費者，最常使用「有氧/心肺器材」如：跑步機、飛輪等，比例高達75.4%；另外，有61.0%消費者會使用「器械式重訓器材」，五成左右也會使用「自由重訓器材」，如啞鈴、槓鈴等。



器械式重訓器材

如：腿蹬機、蝴蝶機、滑輪下拉機等

61.0%



自由重訓器材

如：啞鈴、槓鈴、壺鈴等

50.6%

▶ 男性主要使用器械式重訓器材

女性則以有氧/心肺器材較多

從性別來看，男性以器械式重訓器材為主，比例為73.1%，其次則為「有氧/心肺器材」（64.4%）；女性則以使用「有氧/心肺器材」為最多，達85.4%。



64.4%

有氧 / 心肺器材

85.4%

73.1%

器械式重訓器材

50.0%

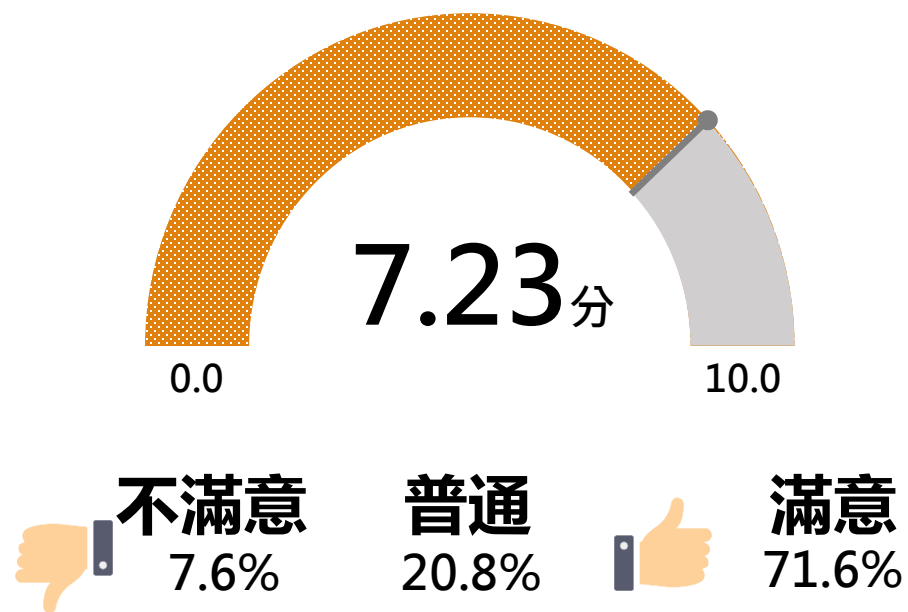
61.9%

自由重訓器材

40.5%

國民運動中心健身房 競爭力分析

對國民運動中心健身房整體滿意度

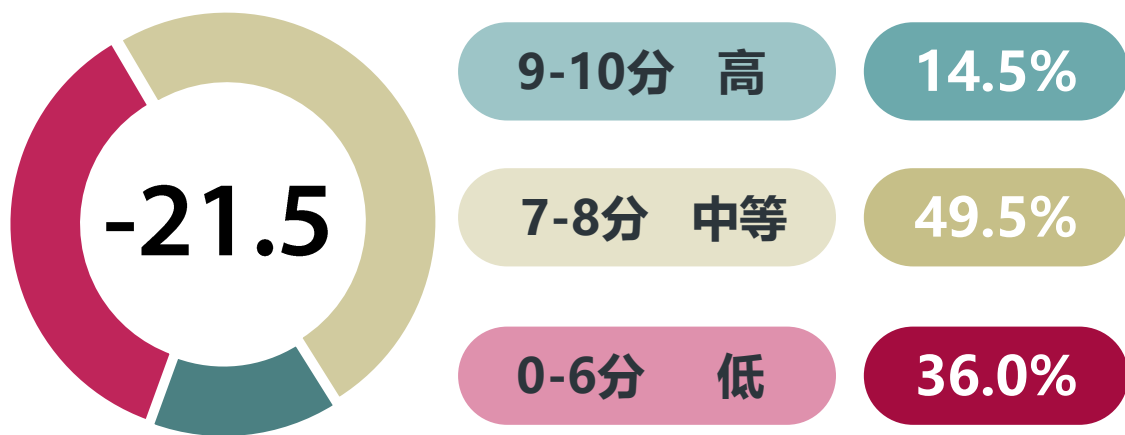


- 請消費者針對其前往的國民運動中心健身房，進行整體滿意度評分，調查結果顯示，消費者對國民運動中心健身房的整體滿意度為**7.23**，整體表現屬中上。
- 從族群交叉分析來看，13-19歲(6.81分)、20-29歲(6.83分)消費者對國民運動中心健身房的滿意度較低，皆小於7.00分；而60歲以上消費者對國民運動中心健身房滿意度最高，達8.33分。
- 將消費者之評分轉換為百分比，從百分比分布來看，有71.6%消費者對國民運動中心健身房感到滿意，20.8%表示普通，7.6%對國民運動中心健身房感到不滿意。

Q. 請問，您對此運動中心健身房的整體滿意度會打幾分？
請以0~10分評分，0分代表非常不滿意，6分代表普通，10分代表非常滿意

消費者對健身房服務可近性評價

CES
-21.5 = 14.5% - 36.0%



消費者費力程度分數 (Customer Effort Score) 為用來衡量客戶取得企業服務容易程度之指標。

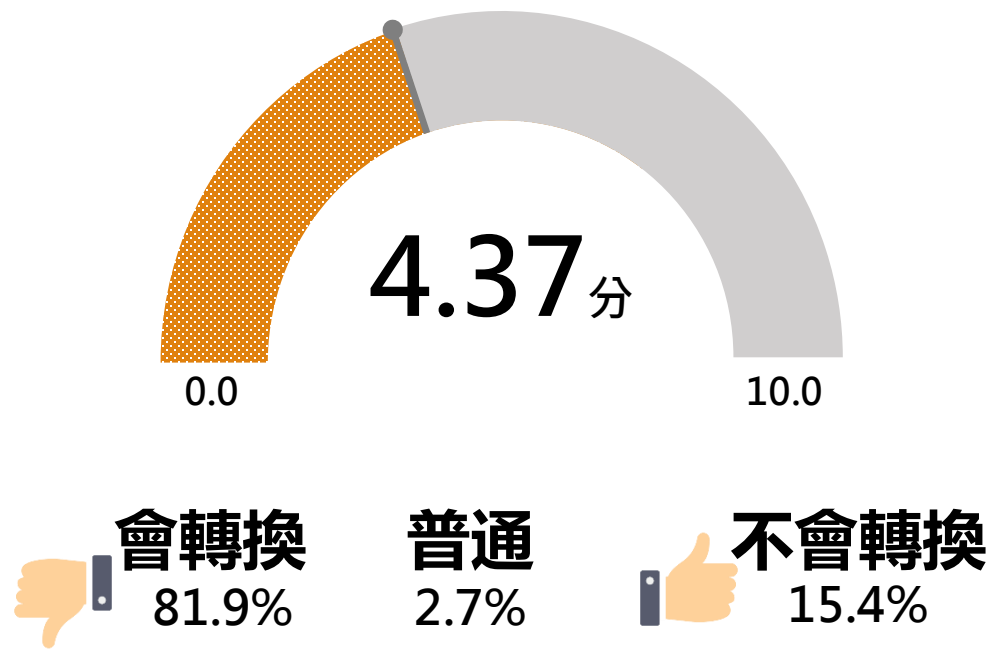
應用於此次調查中，CES即指消費者在國民運動中心健身房中，取得想用的器材、器材使用資訊、健身專業知識等相關服務的容易程度。

進一步計算消費者對國民運動中心健身房可近性評價，所獲得之分數為**-21.5分**，顯示消費者認為要在國民運動中心健身房獲得自己想要的服務較不容易，經營業者仍有相當大的加強空間。

Q. 請問，整體來說，要在此運動中心健身房取得您所需要的服務，您覺得容不容易？
請以0~10分評分，0分代表非常不容易，6分代表普通，10分代表非常容易。

消費者未來轉換至民營健身房可能性

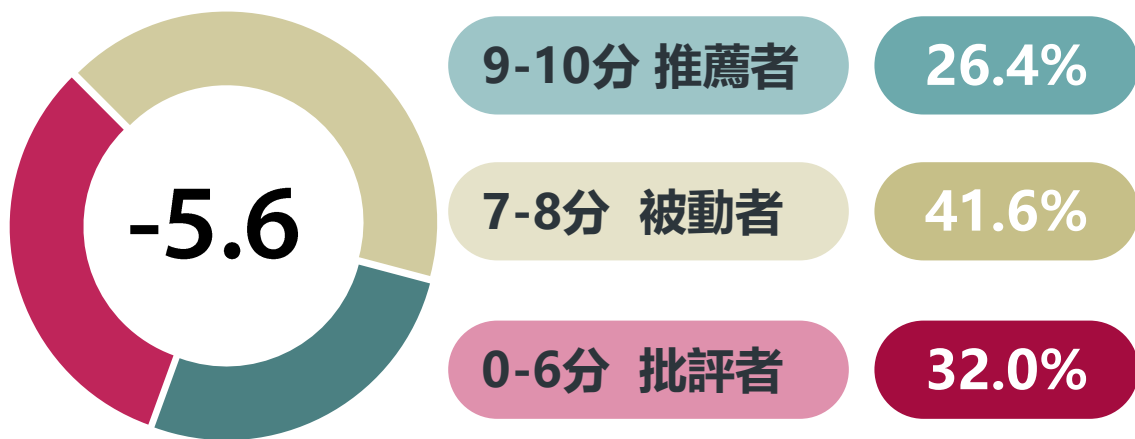
- 進一步了解有使用國民運動中心健身房的消費者，其未來轉換至民營健身房或運動場館之可能性，平均分數為**4.37分**，顯示消費者轉換可能性高。
- 將消費者之評分轉換為百分比，從百分比分布來看，僅有15.4%消費者不會轉換，81.9%的消費者表示未來可能至民營健身房消費。



Q.請問，未來您轉換到民營健身房或運動場館的可能性為何？
請以0~10分評分，0分代表一定會轉換，6分代表普通，10分代表一定不會轉換。

推薦國民運動中心健身房給親友意願

NPS
-5.6 = 26.4% - 32.0%



詢問消費者向親友推薦自身所使用的國民運動中心健身房之意願，進而計算淨推薦值(Net Promoter Score)，以瞭解消費者向親友推薦強度，分數越高，代表消費者推薦意願越高。

國民運動中心健身房的批評者多於推薦者，NPS分數為**-5.6分**，顯示國民運動中心健身房的消費者推薦意願低。

Q. 請問，您願不願意推薦此運動中心健身房給您的親朋好友？
請以0~10分評分，0分代表非常不願意推薦，6分代表普通，10分代表非常願意推薦。



台灣趨勢研究股份有限公司

吳小姐：02-77091068 #76 May@twtrend.com

謝先生：02-77091068 #73 henry@twtrend.com

台北市大安區信義路四段265巷12弄1號6樓