



創市際雙週刊
第一六三期

發刊日：2020年09月30日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 體育類網站使用概況

IX Survey 市調解析

11 市調解析 – 運動篇

ARO / MMX 觀察

體育類網站使用概況

體育類網站使用概況

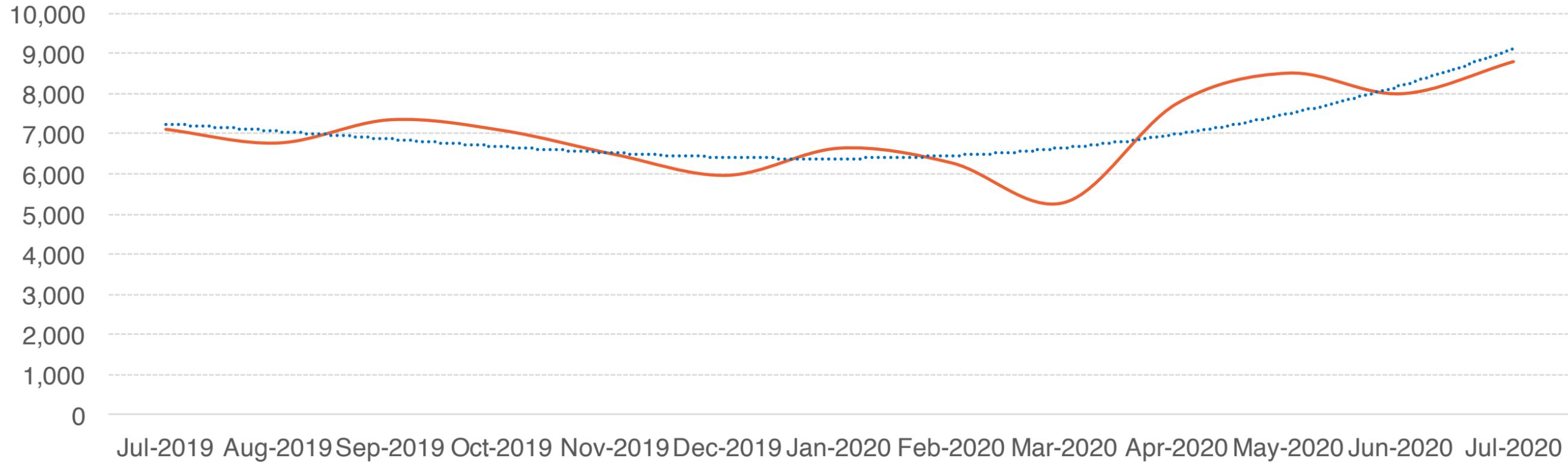
原訂在 8 月 9 日劃下句點的第三十二屆奧林匹克運動會，因疫情持續肆虐而延期一年舉辦，今年的大型體育盛事熱潮也跟著冷卻下來。

然而，隨著疫情趨緩，台灣民眾在這段期間養成了不群聚的習慣，休閒活動也轉往戶外發展。一到週末或連續假期，爆量的車輛、登山客湧入熱門郊山步道與水域，SUP 立槳與登山健行儼然成為新流行，取代前幾年的路跑熱潮。

本次創市際透過 Comscore MMX Multi-Platform 觀察體育類網站近來趨勢，試圖找出網友對於體育 / 戶外活動的偏好是否轉移。

體育類型網站自 2020 年第一季末開始快速成長

2019 年 7 月至 2020 年 7 月，體育類 (Sports) 網站整體數位人口趨勢



體育類網站通常隨賽事活動而在流量上有所起伏，而在武漢肺炎的影響之下，賽事紛紛暫停，台灣數位網友的體育類網站造訪狀況卻呈現與想像中不同的樣貌。雖說四月的中職轉播確實帶來話題也造成流量湧入，但創市際仍覺得在背後應該還有更多的原因造成此一現象。

ETtoday 單月最多運動類網友造訪，Yahoo 奇摩運動黏著度高

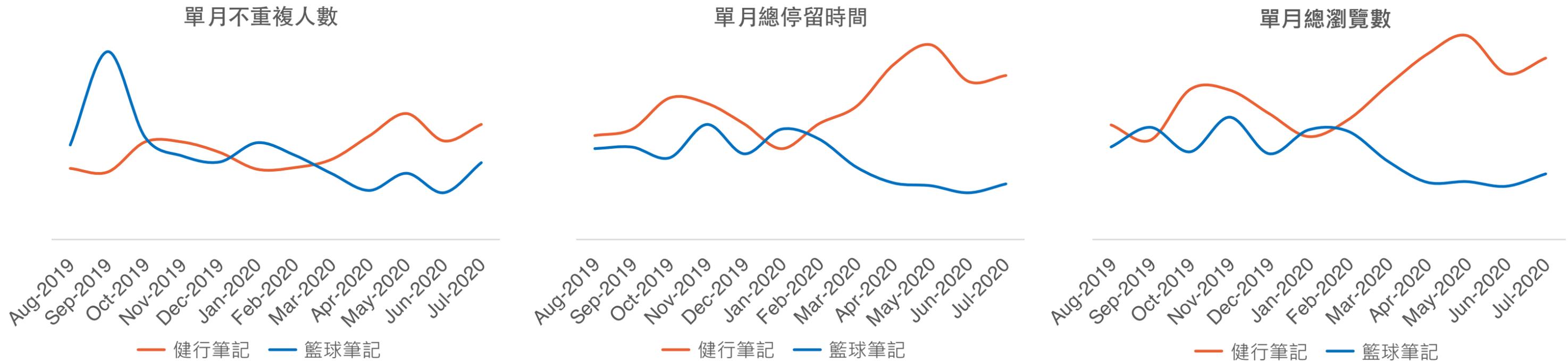
2020 年 7 月單月不重複人口前五大體育類網站網友使用狀況

	單月不重複造訪人數 (千人)	單月總瀏覽數 (百萬頁)	單月總造訪次數 (千次)	單月總停留時間 (百萬分鐘)	平均單次造訪停留分鐘數	平均每人每月瀏覽分鐘數
ETtoday 運動雲	2,688	8.6	6,026	10.0	1.7	3.7
筆記網路	2,464	9.7	4,321	10.1	2.3	4.1
痞客邦運動邦	1,882	2.9	2,394	4.1	1.7	2.2
運動視界	1,395	8.6	4,163	14.1	3.4	10.1
Yahoo 奇摩運動	851	12.1	3,010	17.4	5.8	20.5

2020 年 7 月不重複人數最多的前五大體育類網站，「ETtoday 運動雲」、「痞客邦運動邦」、「Yahoo 奇摩運動」來自綜合性網站 / 平台；「筆記網路」與「運動視界」則為垂直網站。當中較令人矚目的是「Yahoo 奇摩運動」的使用量指標，都在前五大網站中居領先地位。

全民瘋健行，健行筆記使用狀況超越籃球筆記

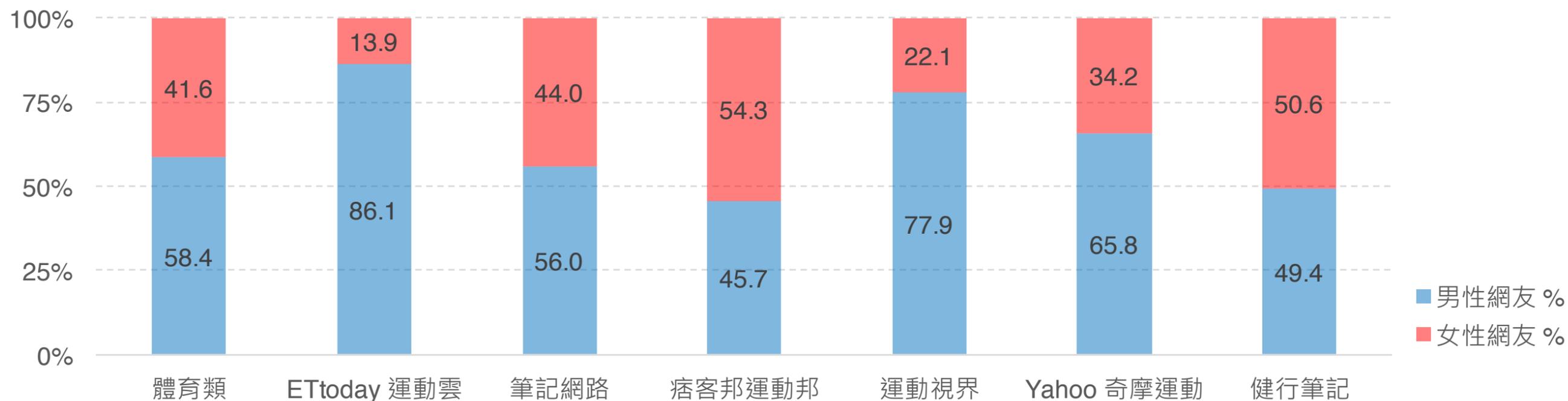
2019年8月至2020年7月，健行筆記與籃球筆記網友使用狀況趨勢



本次創市際想特別探討自「筆記網路」中觀察到的現象，囿於籃球賽事的暫停，網友對於相關資訊的需求度也隨之降低，但「健行筆記」的成長卻迅速地讓人驚艷。讀者是否發現近半年來看到網紅們在戶外打卡發美照的頻率越來越高。以北部為例，「聖母山莊步道（抹茶山）」、「無耳茶壺山」、「三貂嶺瀑布瀑布步道」都是熱門打卡點。山友們長久以來在「健行筆記」中紀錄登山路線、交通方式等有用資訊，也讓網站在這波戶外熱潮中成為最大受惠者。

痞客邦運動邦與健行筆記，女性網友比例過半

2020年7月體育類網站使用者輪廓



進一步觀察各網站網友性別分布，發現「痞客邦運動邦」、「健行筆記」的女性網友高過男性網友。刻板印象中認為男性族群才是比較關心運動資訊、體育賽事的組群，然而如前述所說，在登山健行漸成顯學的現在，網紅棲息地的「痞客邦運動邦」與擁有豐富資料的「健行筆記」，聚集了較高比例的女性群眾，似乎也有了合理的解釋。

小結

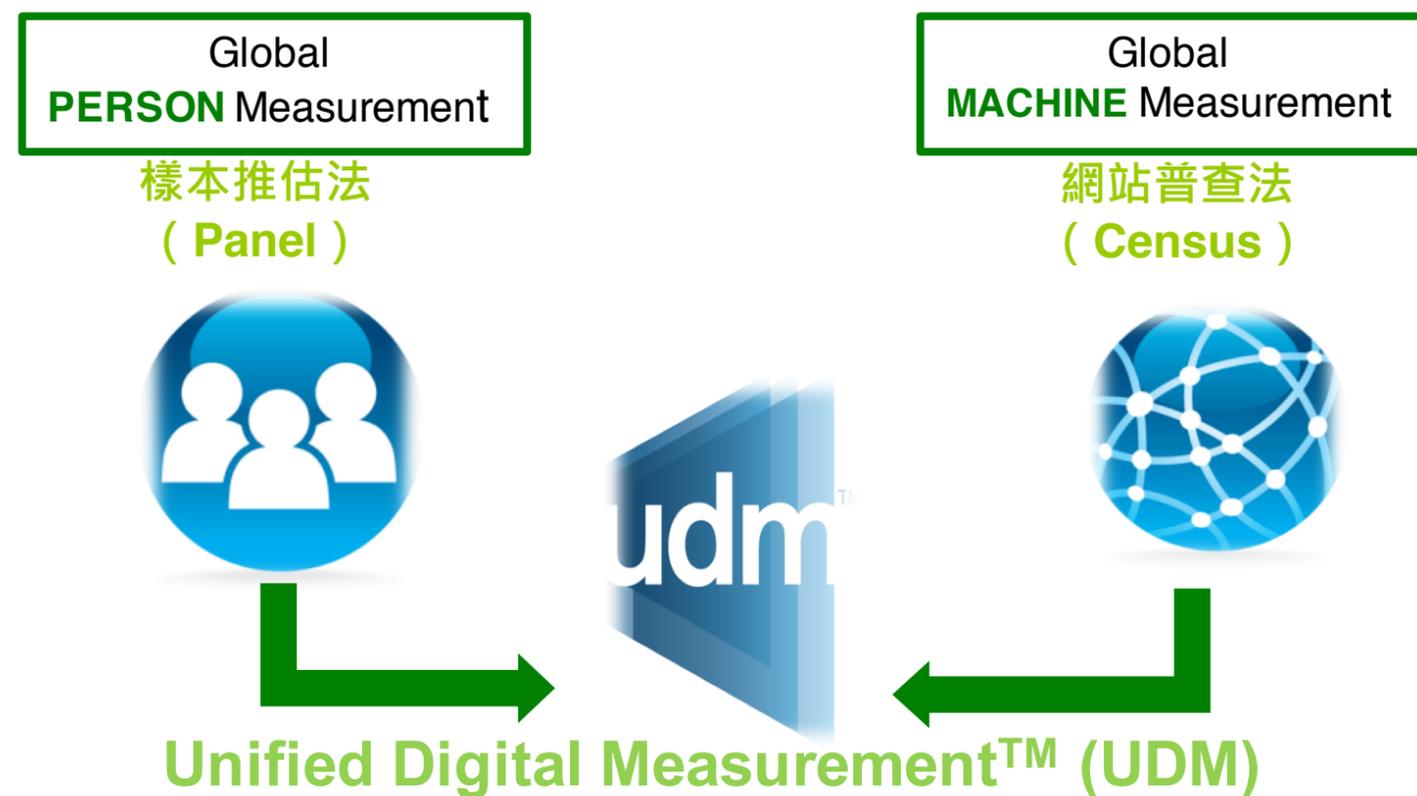
- ▶ 觀察 2019 年 7 月至 2020 年 7 月體育類網站瀏覽人數狀況，前期人數呈現下降趨勢，但自 2020 年 4 月起，隨著地表唯一體育賽事中華職棒開打，體育類網站造訪人數快速成長。
- ▶ 2020 年 7 月，體育類單月不重複造訪人數最多前五網站為「Ettoday 運動雲」、「筆記網路」、「痞客邦運動邦」、「運動視界」、「Yahoo 奇摩運動」，其中「筆記網路」與「運動視界」為獨立網站。
- ▶ 筆記網路中的「健行筆記」自 2020 年起有明顯流量上的成長，反觀「籃球筆記」則因需求降低而看到衰退。
- ▶ 觀察各網站網友性別比例，「痞客邦運動邦」與「健行筆記」女性網友濃度較高，綜觀時下流行與數據結果，線下活動流行單日健行或 SUP 立槳等戶外活動，而重點是照片拍起來要夠好看，女性網友族群的多樣貌也從這個地方體現，行銷人員不妨考慮從這個切入點思考女性族群的接觸點。

Methodology

comScore 採用先進的 Unified Digital Measurement™(UDM) 技術取得網站流量數據，數據來源包含台灣超過 6 萬名不重複使用者的整體網路使用行為，以及眾多網站在網頁安裝追蹤程式碼取得網頁稽核數據，輔以 IAB 提供的 International Spiders and Bots List 進行非人為流量的資料清整，多方數據交互加權校正，可減少誤差且反映各網站最真實的流量。

MMX Multi-Platform

MMX Multi-Platform 資料來自於 MMX、Video Metrix 與 Mobile Metrix，並以同源樣本的方式計算出網友跨屏使用的情況；唯台灣目前未有行動裝置上的觀察樣本，因此仰賴各行動網站主與行動應用程式開發商在網頁上安裝 Comscore 追蹤碼或在 App 中加入 Comscore SDK，數據方能在系統中呈現，行動數據完整性亦與網站主是否網頁或各裝置中加裝追蹤碼相關。



* 參與 comScore 流量稽核(UDM) 的網域，其媒體名稱前依 unified 程度加註 (U) 或 (u)，分別代表全站稽核或部份網頁稽核。

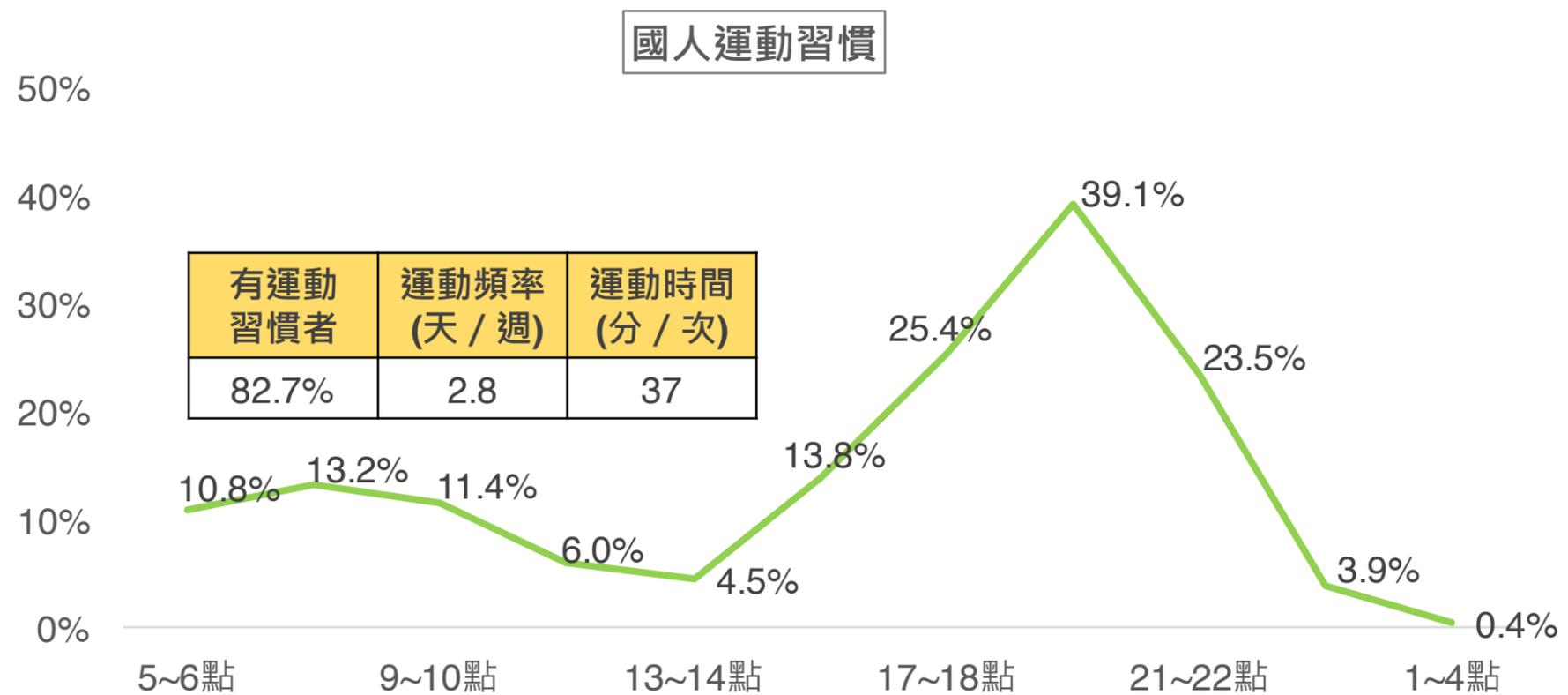
IX 市調解析

運動篇

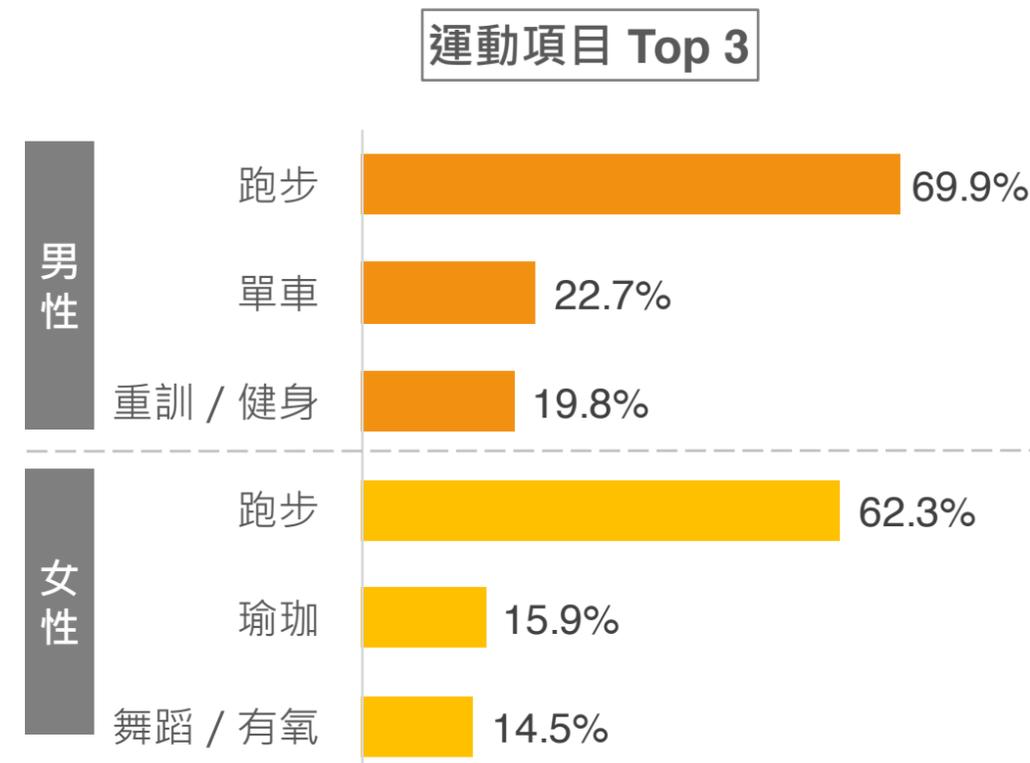
運動篇

你今天運動了嗎？在政府不斷推動運動政策，及國內外各項運動競賽、活動的引領下，帶動一股全民運動的風氣，為瞭解台灣民眾的運動行為及習慣，創市際於 2020 年 8 月 31 日至 9 月 4 日，針對 15-64 歲 的網友進行了一項「運動篇」的調查，總計回收了 1,356 份問卷。

八成以上國人有運動習慣 / 跑步為全民運動首選



Base：全體受訪者 N=1,356
有運動習慣的受訪者 N=1,121
資料來源：創市際市場研究顧問 Aug. 2020

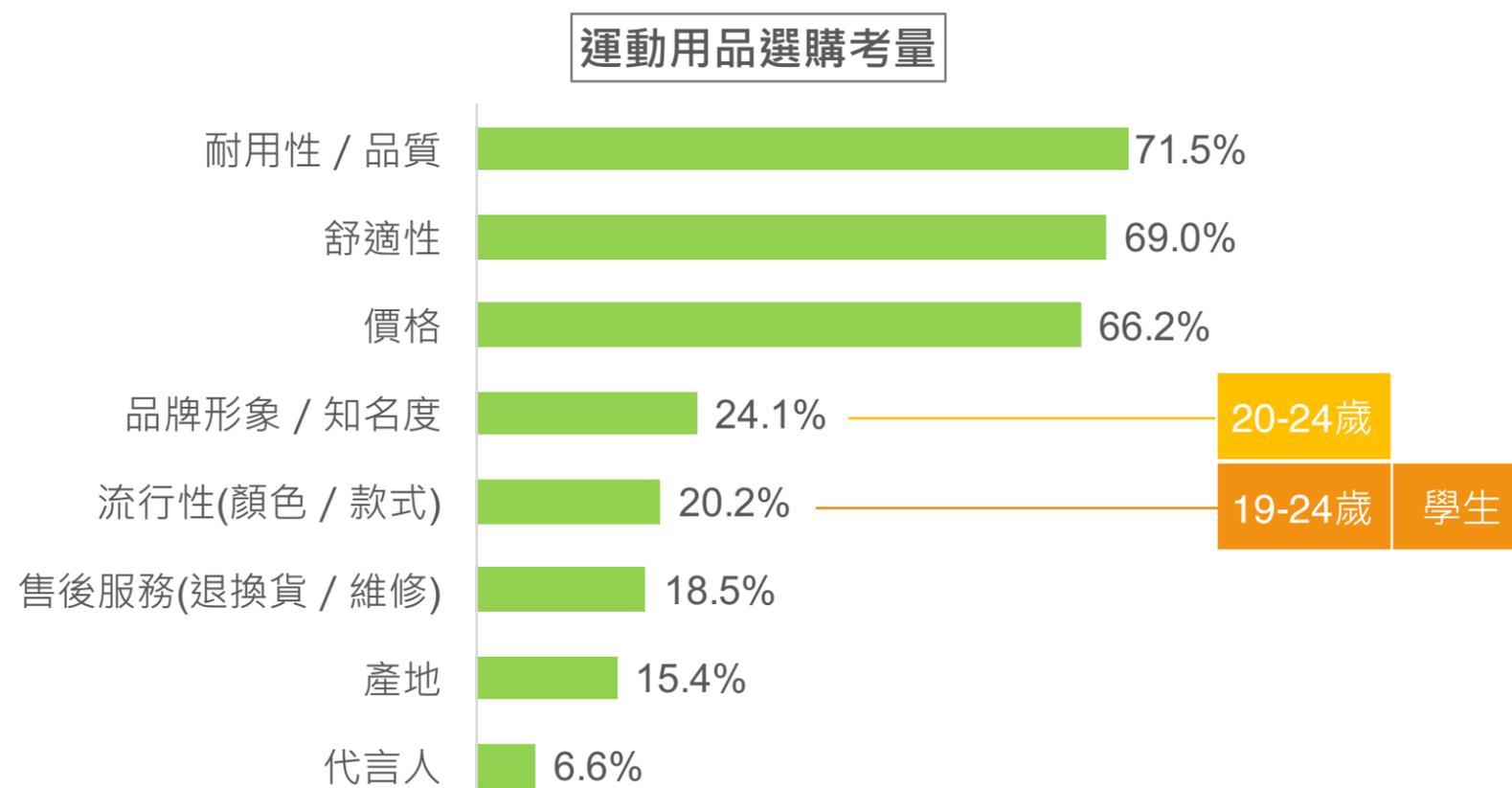
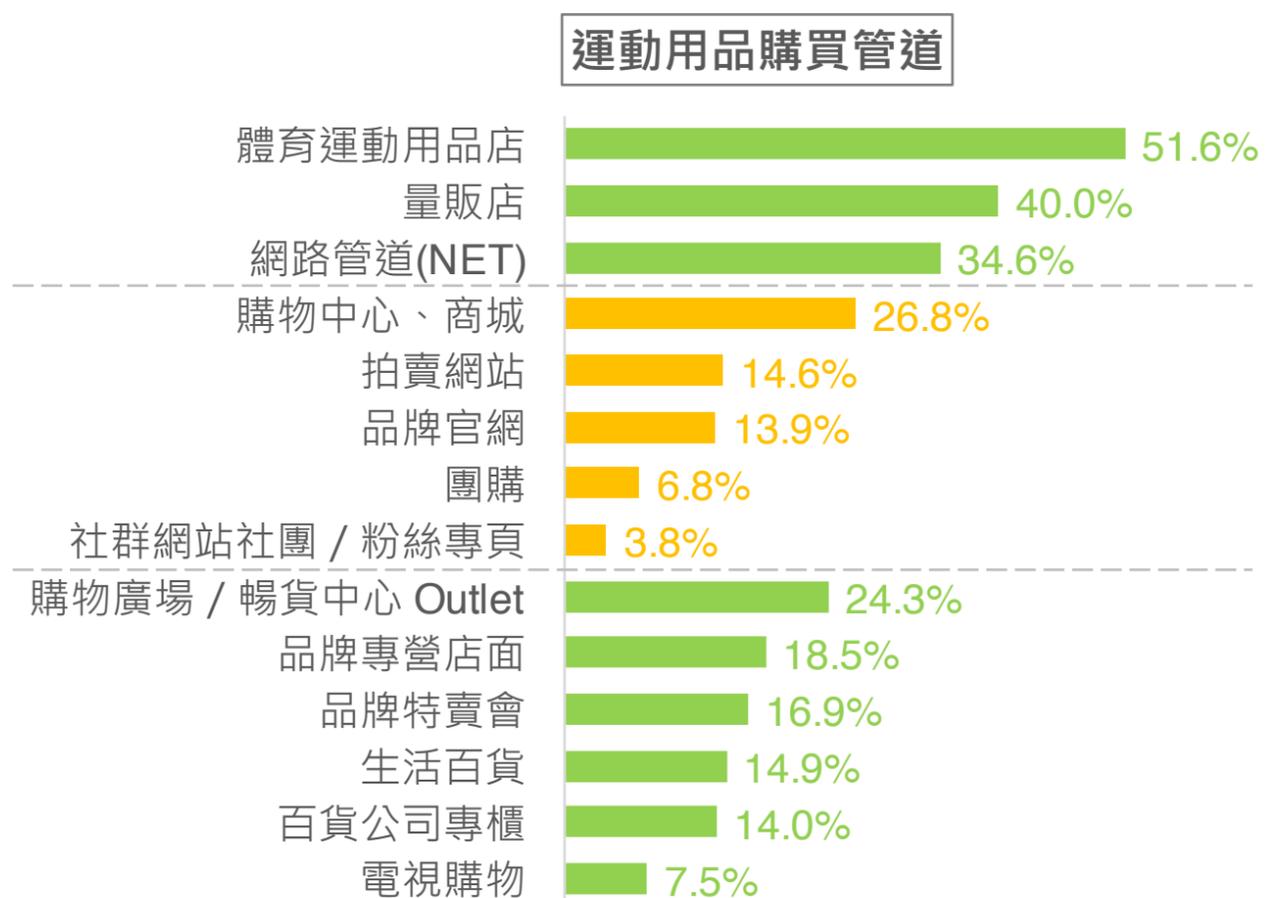


Base：有運動習慣的受訪者 N=1,121
資料來源：創市際市場研究顧問 Aug. 2020

透過調查顯示，八成以上的民眾有運動的習慣(82.7%)。有運動習慣者，平均每週運動 2.8 天，每次持續運動 37 分鐘，運動時間的高點則集中在傍晚 5 點到晚上 10 點左右。

在**運動項目**部份，發現「跑步」為最受國人歡迎的運動項目；此外，男性還偏好「單車」及「重訓 / 健身」，女性則是會選擇「瑜珈」或「舞蹈/有氧」等運動。

選購運動用品主要考量：耐用性 / 品質、舒適性、價格



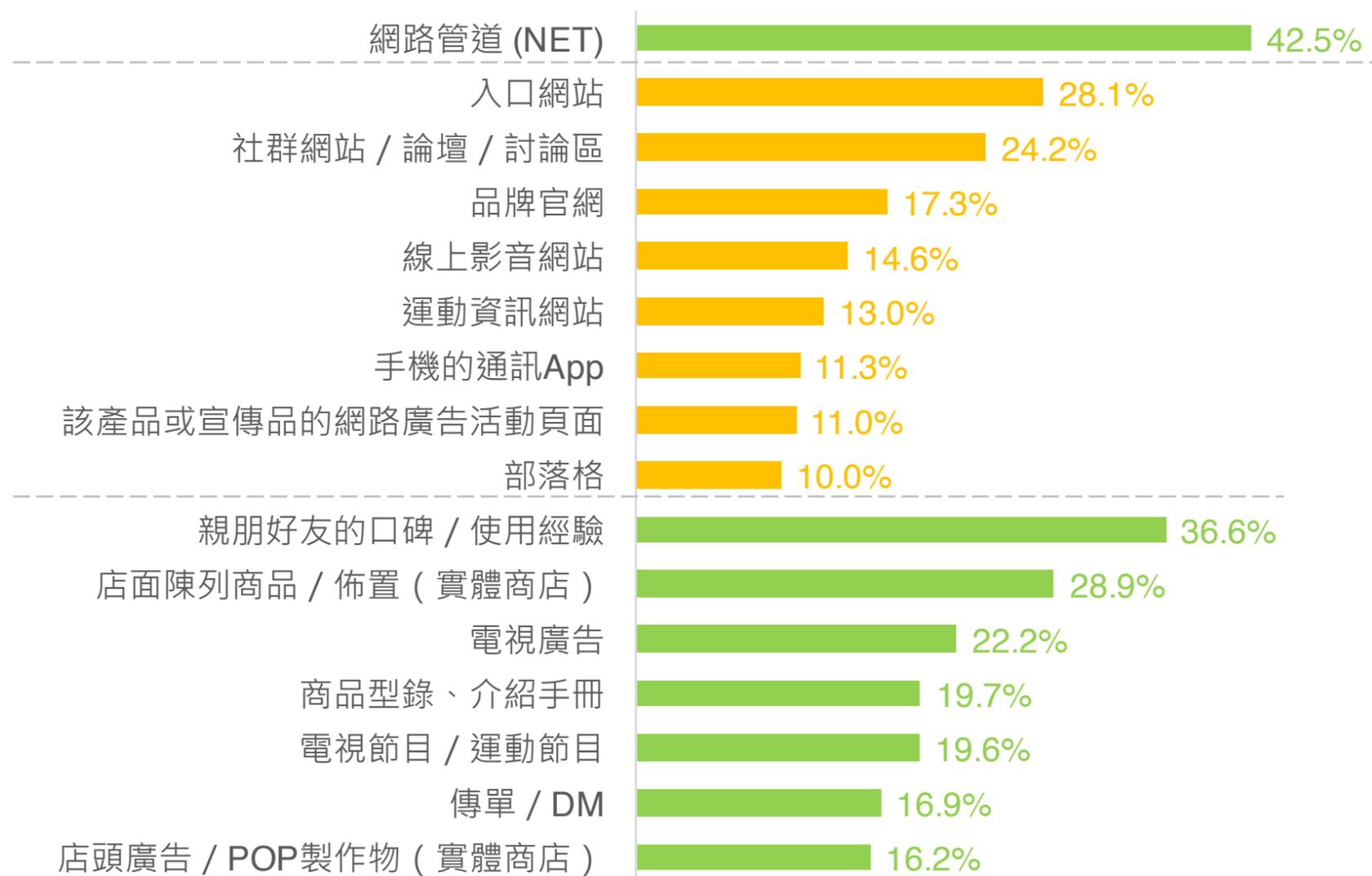
Base：有運動習慣的受訪者N=1,121
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2020

調查民眾選購運動用品的管道，顯示多數(51.6%)民眾會在「體育運動用品店」購買，其次是「量販店」(40.0%)以及「網路管道」(34.6%)。

而在選購的考量因素上，民眾最在意的是「耐用性 / 品質」(71.5%)、「舒適性」(69.0%)及「價格」(66.2%)；值得一提的是**24歲以下的年輕族群**在「品牌形性 / 知名度」或「流行性」的指標有較高的顯著度。

運動用品資訊管道：網路 / 親友口碑 / 實體商店陳列

獲知運動用品資訊管道



Base：有運動習慣的受訪者 N=1,121
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2020

調查民眾獲知**運動用品資訊**的管道，主要來自「網路管道」(42.5%)、「親友資訊 / 口碑」(36.6%)和實體商店中的「店面陳列商品 / 佈置」(28.9%)。

進一步詢問網路管道的來源，以「入口網站」(28.1%)、「社群網站 / 論壇 / 討論區」(24.2%)及「品牌官網」(17.3%)的比例較高。

小結

- ▶ 國人有運動習慣者占 82.7%：
運動行為：每週頻率：約 2.8 天；每次持續時間：約 37 分鐘；運動時點高峰：傍晚五點~晚上十點；首選項目：跑步。
- ▶ 運動用品選購管道：「體育運動用品店」(51.6%)、「量販店」(40.0%)、「網路管道」(34.6%)
網路管道：「購物中心 / 商城」(26.8%)>「拍賣網站」(14.6%)>「品牌官網」(13.9%)
- ▶ 運動用品選購考量：「耐用性 / 品質」(71.5%)、「舒適性」(69.0%)、「價格」(66.2%)
- ▶ 運動用品資訊來源：「網路管道」(42.5%)、「親友口碑」(36.6%)、「實體商店陳列」(28.9%)
網路管道：「入口網站」(28.1%)>「社群網站 / 論壇 / 討論區」(24.2%)>「品牌官網」(17.3%)

研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對 15-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2020/08/31 ~ 2020/09/04

有效樣本數；N=1,356

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.66%，再依照行政院主計處2020年06月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	678	50.0%
	女性	678	50.0%
年齡	15-19歲	97	7.2%
	20-24歲	120	8.9%
	25-29歲	129	9.5%
	30-34歲	127	9.4%
	35-39歲	156	11.5%
	40-44歲	160	11.8%
	45-49歲	142	10.5%
	50-54歲	145	10.7%
	55-59歲	147	10.8%
	60-64歲	133	9.8%
居住地	北部	624	46.0%
	中部	356	26.3%
	南部	376	27.7%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m marcom@ixresearch.com