



國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所

Graduate Institute of Sport, Leisure and Hospitality Management, National Taiwan Normal University

# 英雄聯盟太平洋職業聯賽現場觀眾體驗 價值、比賽氣氛與再參與意願之研究

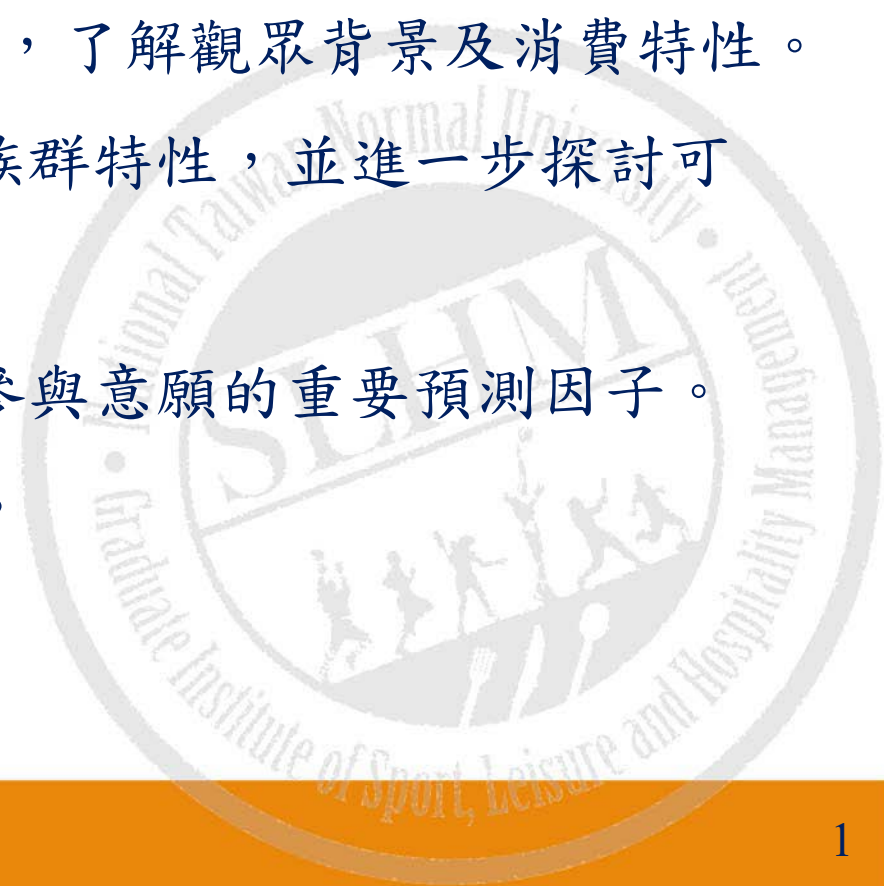
發表人：盧冠宇

評論人：劉承勛

國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所



- 研究主題新穎符合時代趨勢，探討近年的新興電競職業聯賽（LCP），具實務與市場應用潛力。
- 研究對象以曾在 LCP Arena 現場觀賽經驗的觀眾，了解觀眾背景及消費特性。
- 透過**體驗價值**、**比賽氣氛**，探討電競運動的消費族群特性，並進一步探討可能影響消費者再參與的成因有哪些。
- 研究結果顯示「**服務優越**」與「**趣味社交**」為再參與意願的重要預測因子。  
可作為未來電競賽式經營、**粉絲經濟**的參考依據。





# Q&A



亞洲奧林匹克理事會（OCA）日前公布了2026 愛知 - 名古屋第20 屆亞運舉辦的 11 個電競項目。



1. 武術競技（團體賽）
  - i. 快打旋風系列
  - ii. 鐵拳系列
  - iii. 格鬥天王系列
2. 寶可夢大集結
3. 王者榮耀
4. 英雄聯盟
5. 絕地求生亞運版
6. 無盡對決（Mobile Legends: Bang Bang）
7. 第五人格亞運版
8. 永劫無間（Naraka）亞運版
9. 跑車浪漫旅 7（Grand Turismo 7）
10. 世界足球競賽（Efootball）系列
11. 魔法氣泡（Puyo Puyo Champions）

## 壹、緒論-研究背景與動機

3

- 2025年全球電子競技玩家預計達到36億，成長率約4.4%，營收達1888億美元，年增率達到3.4% (Newzoo, 2025)。受到網路直播發展之影響，電競觀眾數量呈現增長趨勢，2025年全球電競觀眾總數預計將超過6.41億人 (LnData, 2025)。
- 英雄聯盟職業賽事的全球版圖，在2025年被重新劃分為五大賽區，台港澳與越南、日本、大洋洲等地的職業聯賽，合併為「英雄聯盟太平洋職業聯賽 League of Legends Championship Pacific」，後續簡稱 **LCP** (Riot Games, 2024)。隨著LCP將主場定在臺北，全新的電競館LCP Arena應運而生，同時開放觀眾進場觀賞例行賽。

\*\*\*建議說明線上觀看跟現場體驗的差異，引出研究目的。

Q：這裡的電競觀眾指的是線上觀眾還是現場觀眾？

Q：臺灣觀賞電競運動的情形如何？



## 比賽氣氛

比賽氣氛係指在運動賽事場域中，透過各種環境元素激發觀眾感官，進而形塑其心理情緒之整體氛圍。本研究之操作型定義為觀眾在現場觀賞電子競技賽事後，對於賽事或現場氣氛產生情緒，在周邊活動、觀眾投入、參賽隊伍、科技呈現等軟硬體方面之現場環境情緒體驗。

## 體驗價值

體驗價值是指人們對於產品使用和服務的體驗之互動中，基於心理感受與主觀評價所形成的內在偏好。本研究之操作型定義為觀眾在現場觀賞電子競技賽事後，在消費投報、美感風格、服務優越、趣味社交等軟硬體方面所體會到的價值感受。

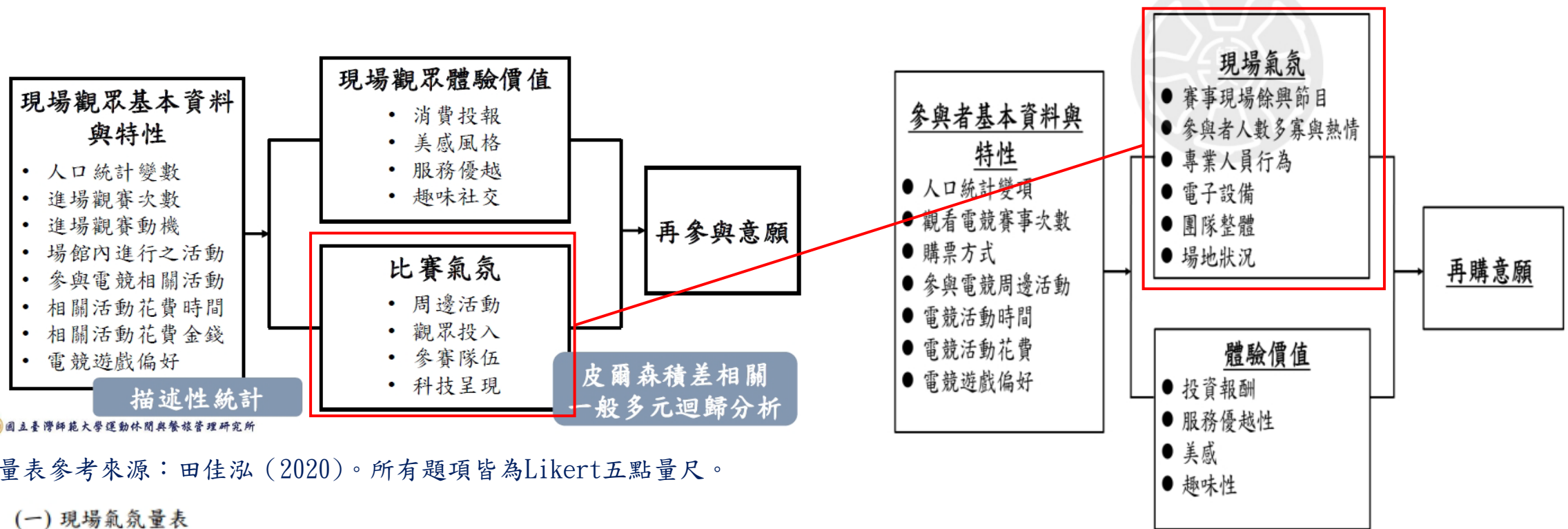
\*\*\*建議文獻回顧內容可以與名詞釋義對齊，加強研究脈絡及論述邏輯。

## 比賽氣氛

- 比賽氣氛應用在體育賽事或活動上，對於參與的觀眾，不僅是看比賽，同時也是體驗現場比賽氣氛。比賽氣氛會直接影響觀眾願意花費多少或再購票觀賞比賽之意願(邱慧婷，2011)。
- 林柔姪(2025)的研究顯示，比賽氣氛與球員表現是影響觀賽滿意度的重要因素，而滿意度提升後，觀眾更可能產生認同與歸屬感。

## 體驗價值

- 根據 Mathwick 等人(2001)的觀點，體驗價值是由產品使用、商家服務或遠距離欣賞等經驗轉化而成。當消費者參與並經歷這些活動後，對產品所形成的認知評價與個人偏好，便是體驗價值的內涵。
- 體驗價值是指為了促進或幫助消費者達成其消費目標或意圖，在消費歷程中，由與產品或服務互動所引發之產品態度與消費結果的整體評價(許朝鐘，2010)。



國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所

量表參考來源：田佳泓（2020）。所有題項皆為Likert五點量尺。

## （一）現場氣氛量表

本研究之現場氣氛量表採用邱慧婷（2011）及黃筱茶、賀嘉瑞與陳美燕（2017）所建構的「球場比賽氣氛量表」，其中包含「球賽餘興節目」、「球迷多寡與熱情」、「專業人員行為」、「電子設備」、「球隊整體」、「場地狀況」等六個構面，為本研究氣氛量表之因素，採取李克特5點尺度（5：非常同意；1：非常不同意），進行現場氛圍之衡量。此量表信度 Cronbach's  $\alpha$  值為.77~.88，顯示該量表具可接受之信效度，量表參考依據與參考來源之信度如表 3-1 所示。

圖 3-1. 研究架構圖。

\*\*\*建議參考原始資料。

量表名稱	構面 (題數)	本研究Cronbach' s α	參考來源Cronbach' s α
觀眾體驗價值	消費投報 (5)	.61~.81	.79~.88
	美感風格 (5)		
	服務優越 (5)		
	趣味社交 (5)		
比賽氣氛	周邊活動 (5)	.61~.77	.80~.89
	觀眾投入 (5)		
	參賽隊伍 (5)		
	科技呈現 (6)		
再參與意願	再購意願 (4)	.87	.89

量表參考來源：田佳泓 (2020)。所有題項皆為Likert五點量尺。

\*\*\*每個構面都會有各自的信度

量表	構面	題數	參考來源信度	參考來源	本研究信度
城市形象量表	市政服務	5題	.85	Gilboa et al., (2015); Cassia et al., (2018); Oshimi & harada (2016)	.77
	公共服務	3題	.86		.89
	休閒服務	3題	.75		.67
	運動形象	3題	.97		.83

量表	題數	參考來源信度	參考來源	本研究信度
城市態度量表	3題	.94	Hensel & Bruner (1992)	.88

量表	題數	參考來源信度	參考來源	本研究信度
運動賽事態度量表	3題	.94	Hensel & Bruner (1992)	.93

量表	題數	參考來源信度	參考來源	本研究信度
口碑傳播量表	3題	.96	Gilboa 等 (2015)	.95

# 肆、研究結果

同行夥伴 同事朋友同學 (53.2%)、自己 (42.6%)

進場觀賽次數 1~2次 (34.9%)、3~8次 (32.4%)

進場觀賽動機 支持特定選手 (52.1%)

電子競技活動平均花費  
(每月) 1,000元以下 (42%)

電子競技活動平均使  
用時間 (每日) 1-3小時 (47.9%)

喜歡的電子競技遊戲  
類型 MOBA遊戲 (多人線上戰鬥競技場遊  
戲) (92%)  
射擊遊戲 (62.8%)  
卡牌遊戲 (47.3%)

LCP Arena內  
進行之活動

購買館內餐點 (82.4%)  
拍照並於社群平台發文 (75%)  
製作/領取/交換應援物 (65.4%)

除進場觀賽外  
曾參與之電子競  
技活動類型

透過網路觀看比賽 (98.9%)  
關注相關新聞報導 (88.3%)  
購買賽事/戰對周邊商品 (83.5%)  
參與線上社群討論 (82.4%)

\*\*\*建議提供原始問卷樣貌。

變項	研究結果
性別	女性(58.7%)；男性(41.3%)
年齡	18-29歲(45.2%)；30-39歲(25.8%)；40-49歲(18.3%)
職業	學生(23.7%)；自由業及服務業(20.3%)；商業人士(18.5%)；軍公教人員(17.8%)
每月可支配所得	40,001 - 60,000元(28.5%)；20,001 - 40,000元(25.6%)；20,000元以下(19.9%)
教育程度	大專院校(58.4%)；研究所及以上(34.5%)；高中職及以下(7.1%)
婚姻狀況	未婚(71.2%)；已婚(28.8%)

# 肆、研究結果

	非標準化係數		標準化係數		
	估計值	標準錯誤	Beta 分配	t 值	p 值
(常數)	-.33	.40		-.82	.41
消費投報	.16	.09	.12	1.78	.76
美感風格	.04	.07	.04	.58	.56
服務優越	.50	.09	.42	5.33	<.001
趣味社交	.23	.07	.23	3.57	<.001
周邊活動	.05	.07	.04	.78	.44
觀眾投入	-.003	.08	-.003	-.04	.97
參賽隊伍	.08	.10	.06	.87	.39
科技呈現	.03	.09	.03	.36	.72
R 值	R 平方	調整過後 R 平方	F 值		
.76	.58	.57	.45		

2025雙北世壯運之城市形象、運動賽事態度、城市態度與口碑傳播之迴歸分析表(N=438)

	非標準化係數		標準化係數		
	估計值	標準誤	Beta 分配	t 值	p 值
常數	.17	.26		.66	.506
市政服務	.13	.04	.11	2.82**	.005
公共服務	.05	.05	.04	1.09	.275
休閒服務	-.01	.04	-.01	-.27	.786
運動形象	.06	.04	.06	1.56	.118
城市態度	.27	.03	.29	7.45***	.000
運動賽事態度	.46	.03	.45	12.25***	.000
R 值	R 平方值	調整後 R 平方值	F 值		
.76	.57	.57	98.59		

註：\*\* $p < .01$ ；\*\*\* $p < .001$

\*\*\*表格顯示原始數據，顯著性在備註呈現(參考右圖)





# Q&A



- 究聚焦於近年快速發展之新興電競職業聯賽（LCP），提供**產業應用價值**，也能補充電競運動現場觀眾研究之**實證缺口**；此外，尤其研究結果顯示「**服務優越**」與「**趣味社交**」為影響再參與意願的重要因素，可作為未來電競賽事經營、粉絲經濟與場館體驗設計的重要參考依據。
- 建議後續研究可進一步區分「**線上觀眾**」與「**現場觀眾**」之差異，方能完整呈現電子競技觀眾之整體樣貌與體驗差異。
- 建議後續研究可強化**研究方法**與**結果**呈現方式，包括使用**原始問卷內容**、**各構面個別信度**、**原始數據**等，並進一步**補充文獻回顧**與**名詞釋義**間之連結，以提升研究透明度、論述邏輯與整體學術嚴謹性。



評論結束，敬請指教

