



運動行銷與品牌推廣論壇

圖、文◎張晉銘

隨著台灣民衆逐漸重視週休假期的戶外活動，休閒運動產業的熱度也跟著蒸蒸日上，這項新興的軟實力該如何蓬勃發展備受產業重視。

對此，外貿協會擇於 7/16 休閒展期間舉辦「運動行銷與品牌推廣論壇」，邀請到外貿協會葉明水副秘書長、國立體育大學高俊雄校長、功學社謝正寬董事長、建大輪胎楊銀明董事長、One 玩 Golf 雜誌林瑞祥總編輯、緯來體育台王德興主播及智林運動行銷劉志威總監等各個領域的專家學者針對品牌推廣與國際賽事對於城市行銷的影響層面，進行意見交流與心得分享，現場座無虛席，引起廣大的共鳴！

外貿協會葉明水副秘書長

外貿協會副秘書長葉明水表示，運動行銷是近年來非常火熱的話題，最常見的行銷方式就是透過利用冠名賽事名稱的方式來贊助，無論是企業、品牌、城市或國家都可以透過如此模式打響品牌或城市的知名度；即將在 10 月

份轟動登場的 LPGA 高爾夫球國際賽事是首度在台灣舉行，假若成為賽事的掛名贊助，只要提到賽事的全部名稱，贊助商的名聲也會跟著揚名海外，無形中在觀眾的腦海中留下 Image。



國立體育大學高俊雄校長

國立體育大學校長高俊雄指出，運動產業發展條例已經在立法院三讀通過，往後企業捐贈金額給相關的體育團體，可提列為企業稅前運動支出，而且沒有限制金額，企業將有更多的意願投入於贊助事項，相較於以往體育界著重在競技運動及全民運動等兩大主軸，現階段納入運動產業的項目，對於台灣的體育發展無疑是一大利多。



功學社謝正寬董事長

功學社董事長謝正寬認為騎乘自行車是最佳的生涯運動，因此拋出自行車運動行銷的三大主軸，分別是安全、正確和健康，這三個面向是騎乘者最關心的課題，他以單車學校作為例子，成立學校是為了教導騎乘安全的注意事項，並且出版《單車學校教你的 52 堂課》，讓你免出門也能在家上課，同時在台灣各處成立飛輪教室，教導正確的騎乘姿勢與模式，最後再以健康的角度宣揚運動生理、運動傷害和自我防護等知識，善用三大主軸的謝校長，讓 KHS 在台灣的自行車領域頗負盛名！



建大輪胎楊銀明董事長

建大輪胎董事長楊銀明回憶道，早期做代工實在很辛苦，因此創立品牌後便積極經營與行銷品牌，以運動產業為例，輪胎正好與許多運動項目可以連結，包含汽車、機車和自行車都有許多車隊可以贊助，像是捷安特建大職業車隊就是很好的例子；另一方面，觀賞台灣棒球的觀眾很多，為了在年輕人心目中留下印象，因此贊助興農牛棒球隊，相信有在觀賞職棒的讀者不難發現球員的左手臂有 Kenda 品牌的 Logo；楊董事長補充道，經過多年來的贊助實例，對於品牌形象的提升，助益不小。



智林運動行銷劉志威總監

智林運動行銷總監劉志威則是提醒，尋找贊助廠商必須依照領域不同而有所區分，依循市場導向來執行，舉凡棒球、籃球和高爾夫球，

尋找贊助廠商的類型和屬性就會有所不同，兩者之間若能存在著某種因果，效果將會明顯增加；除此之外，贊助廠商與被贊助者之間每個階段的權利和義務必須交代清楚，例如廠商在贊助之後可以獲得哪些回饋，有時候不一定是金錢，而是看不見在的潛在價值。



One玩Golf雜誌林瑞祥總編輯

One 玩 Golf 雜誌總編輯林瑞祥以印尼高爾夫球公開賽為例，除了透過冠名方式來贊助賽事，實況轉播將會在世界各地播送賽事內容，這對於一個國家或城市是絕佳的行銷機會，當地政府可以宣揚人文歷史與自然環境，藉此促進觀光發展，增加國民所得；此外，高爾夫球賽中選手所戴的帽子，其前緣很容易被鏡頭帶到，要如何利用小小的面積，將所要表達的字眼傳送到電視機前的全球觀眾，是非常值得用心思考的問題。



緯來體育台王德興主播

緯來體育台主播王德興表示，台灣的基層運動選手非常辛苦，參與海內外大小賽事一年可能就要燒掉 1 千萬，因此他認為台灣所有的運動必須職業化，運動選手才有更多的舞台可以嶄露頭角；同時他也建議，大型賽事的贊助模式，產官學各領域必須齊頭並進，並且有效整合才能創造彼此最大的效益。

