

# 廣州辦亞運 台商大手筆贊助

李道成／台北報導

繼北京奧運之後，明年廣州亞運會也成為了眾多企業競逐品牌的重要戰場。包括田統一集團收購的健力寶，還有廣州當地的嘉豐窗簾公司等台資企業，都斥巨資，成為二〇一〇亞運會贊助商，希望藉此打響品牌，為進軍大陸內銷市場加分。

最近才與廣州亞運組委會簽約，成為第廿五家贊助商，並且同時是窗簾、床上用品獨家供應商的藝廉實業公司董事長程豐原表示，斥資二千萬元人民幣（下同）成為亞運贊助商，主要是看中龐大的廣告效應，對進軍大陸內銷市場有加分作用。

## 看上龐大廣告效應 為品牌加分

近年全力衝刺大陸內銷市場的程豐原透露，按照廣州亞運贊助與獨家供應商的合約規定，整個亞運會過程中，廣州亞運組委會的採購金額，將是贊助金額的四到六倍，也就是贊助亞運，將為藝廉實業帶來八十萬至一二億的業務商機。

程豐原坦誠，能夠以中小企業身分，成為全亞洲運動競賽最高殿堂的贊助商，一方面靠的是品質、品牌的實力；但兩岸關係融冰，重點鼓勵台商參與，也是藝廉繼中國移動之後，成為廣州亞運第廿五家贊助商的重要因素之一。

除了程豐原的自創品牌「藝廉」，成功打進廣州亞運贊助廠商行列之外，由統一買下品牌所有權的健力寶，之前也以八千萬元代價，成為明年亞運的贊助商。這也是繼去年北京奧運會後，統一集團再度成為大型體育賽事的贊助商。

由於健力寶的主力產品是運動飲料，統一對這次的亞運贊助活動非常重視，年初還完成三億元的增資行動，主要就是為了廣州亞運的贊助與其他行銷活動之用。

## 統一繼奧運 贊助八千萬人民幣

以目前廣州亞運會已經簽約的廿五家贊助商來看，多數都是大陸品牌企業，大型外商公司，截至現今，

贊助商	贊助經費	從事產業	背後集團	背景	單位／人民幣
廣州汽車	6億	汽車製造銷售	廣州汽車公司	大陸國企	整理：李道成
健力寶	8千萬	運動飲料	統一集團	台資企業	
藝廉	2千萬	窗簾與床上用品	嘉豐集團	台資企業	
王老吉	2億	涼茶	廣州醫藥集團	大陸民營企業	
TCL	8千萬	家電	TCL集團	大陸民營企業	

仍只有韓國三星拍板定案；以往體育活動最大的贊助商可口可樂與百事可樂，至今仍未有動靜。

此外，重要贊助商部分，金額最大的贊助商首推廣州當地的「大型國有企業」廣州汽車公司，贊助金額達到六億元；其他包括中國移動、中國電信、中國人壽等贊助商，都是大型國企公司。

還有在大陸名氣很大的王老吉涼茶，對廣州亞運的贊助也高達一億元，屬於層次極高的一高級合作夥伴一級的贊助商，並且金額居所有飲料、食品類贊助商之冠。

## 利用運動行銷 台商才剛起步

李道成／新聞分析

要想打進大陸市場，運動行銷已成台商必備的基本營運；不論是贊助球隊或是各項大型運動競技活動，一些重視內需市場的台資企業品牌，已隨著體育競賽，逐漸進入了大陸老百姓的心中。

看好大陸內銷市場，不少台商品牌，近年砸大錢建立品牌形象的情況不勝枚舉，就以NBA明星球員姚明來說，當年選在上海大鯊魚隊時，就曾曾經穿過當時才剛開始打內銷的謙頭球衣比賽。由於體育競賽的廣告效應無遠弗屆，雖然這些運動明星的代言費用高昂，但確實為初進市場的台商品牌打開了知名度。

受到市場規模愈來愈大影響，台商近年來投入運動行銷的手筆也今非昔比，去年統一成為北京奧運贊助商，就曾出了不小風頭，龐大的贊助經費並未立即反應在銷售數字上，然基於長期布局來說，這些台資企業實盤打的籌碼很精。

亞運會層級雖然比不上奧運，在大陸市場重要性提高情況下，還碰到百年一遇的全球金融危機，然而包括台商、大陸與國際知名品牌，為覓逐這個難得的行銷機會，即便一擲千金也在所不惜。

