



臺灣體育運動10年之回顧與前瞻

改善運動賽會品質吸引國民參與運動， 提升運動產業產值

奚聖林總經理

ESPN 公司

大綱

從 ESS 在臺灣發展本土運動及國際賽會的經驗，以為呼應。

2004 年 SBL 登場，以 NBA 為師，鎖定四大目標及整體規劃：

(一) 打造臺灣頂級籃球殿堂

- 建立品牌 - 以超級為名，建立介於職業籃球和甲組聯賽之間的季賽
- 設定年度主題，化解因中華隊戰績不佳而來的質疑
第一季：每一戰都是決戰，
第二季：冠軍聖戒，
第三季：生死以球，
第四季：全星開戰
- 設計冠軍戒指，設立頒獎典禮，以建立頂級賽事的頂級形象
- 多元運用宣傳通路，包括加強平面廣告及戶外看板，廣設路燈旗，賽事置入廣播節目

(二) 引爆欣賞籃球運動熱潮

- 強化媒體公關 - 協助球隊與球員建立良好的媒體關係，並灌輸溝通行銷概念，
- 發展 SBL 慈善公益活動，
- 每季遴選校園大使，與中學及大專推廣 SBL，
- 把週末的賽事焦點延伸到週間，擴大賽事報導面向- Media Day，每週最佳鬥士，每月 MVP
- 不斷提升轉播技術，提供 NBA 級的觀賞經驗 - Sound of the Game, Play of the Game，賽前總教練專訪，單場最佳球員場邊專訪，
- 主播與球評的年輕化，專業化，明星化，以吸引年輕球迷



臺灣體育運動10年之回顧與前瞻

- 開發周邊節目，形成天天都有 SBL 的印象 – SBL Focus, SBL Review, SBL Upclose, SBL Live 及 Basketball Tonight

(三) 刻畫白館時尚派對印象

- 球場佈置掛滿布條，賽前發送加油棒及彩帶，製造每場比賽都是嘉年華，觀眾都是參與者的感覺
- 首創由 DJ 帶領比賽高潮並與觀眾互動，凝聚賽事焦點並調動觀眾情緒
- 運用聲光特效強化運動賽會的綜藝化效果，看球如同參加演唱會
- 鼓勵球隊成立啦啦隊並創造吉祥物，以熱辣有勁的秀場表演銜接暫停，中場休息，讓觀賞多元化，觀眾進場絕無冷場

(四) 建立運動賽事商業機制

- 由廠商直接冠名贊助 SBL 明星賽，提升 SBL 比賽的商業價值，發揮 SBL 球星的代言價值
- 現場活動與贊助商配合，以活動創新深化品牌及產品印象

(五) 2004 年臺北世界花式撞球錦標賽

- 建立與地方政府合作模式 – 臺北市政府提供公車,路燈旗,系統台跑馬燈等行政支援,電視台反饋景點介紹,首長專訪,電視宣傳,新聞報導等行銷效益
- 建立與場館合作模式 – 世貿二館首次成為最成功的國際運動場地,因此減免場地租金及使用規費
- 發展最佳效益的媒體公關 – 利用接待海內外媒體,及舉行國際記者會的機會,進行主辦單位元所需要的行銷
- 以國際轉播規格進行全球轉播,並以行銷臺灣



臺灣體育運動10年之回顧與前瞻

2007年台灣體育運動高峰論壇
建立全民參與體育運與
養成規律運動機制

第三子題

改善運動賽會品質
· 吸引國民參與運動
提升運動產業產值

報告人：龔聖林 ESPN STAR Sports台灣區總經理

esprstar.com.tw



ESS如何運用主辦及轉播國際賽會的經驗,在台灣發展
本土籃球運動—超級籃球聯賽 SBL

· SBL四大目標

- 打造台灣頂級籃球殿堂
- 引爆欣賞籃球運動熱潮
- 刻畫白館時尚派對印象
- 建立運動賽事商業機制

esprstar.com.tw



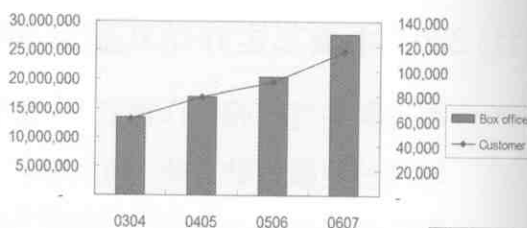
2003年11月21日起
七支國內籃球勁旅
每週末上演七強爭霸
歷經451場比賽
台灣籃球從谷底翻升
球迷以熱情回報

esprstar.com.tw



人氣一再向上攀升—票房

- 進場人數與票房大幅成長,四年來進場人數成長**88%**,
票房亦成長**107%**。

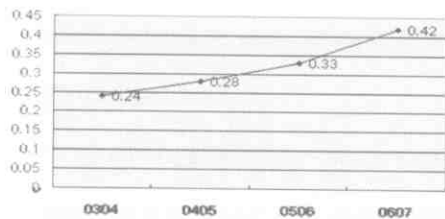


esprstar.com.tw



人氣一再向上攀升—收視率

- 四年來,與第一季相比收視率成長**75%**,電視觀眾超過一
億一千六百萬人次。



esprstar.com.tw



台灣籃運逐年看漲

- 國際賽事名次提升
- 國內大型盃賽增加
- 球隊成為企業代言人
- 明星球員成為節目、廣告新寵

esprstar.com.tw





臺灣體育運動10年之回顧與前瞻

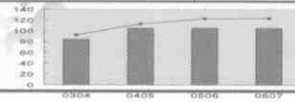
向國際水準邁進

- SBL收視率超越NBA
- SBL成為媒體大篇幅報導焦點
- ESPN轉播之SBL獲亞洲電視大獎

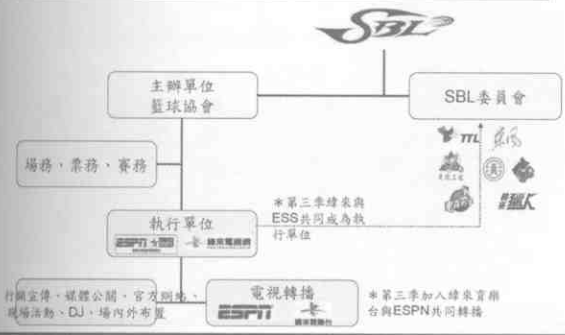


四季SBL概況

第一季	第二季	第三季	第四季
2003/11/21-2004/04/04 共82場	2004/12/19-2005/05/01 共105場	2005/12/10-2006/04/16 共105場	2007/1/6-2007/05/6 共105場
2004/04/09-2004/04/13 三戰兩勝 共打5場	2005/05/04-2005/05/08 三戰兩勝 共打5場	2005/04/21-2006/04/27 五戰三勝 共打9場	2007/05/11-2007/05/17 五戰三勝 共打9場
2004/04/15-2004/04/18 五戰三勝 共打3場	2005/05/12-2005/05/15 五戰三勝 共打3場	2006/04/29-2006/05/05 季軍賽 五戰三勝共打3場 2006/04/29-2006/05/06 冠軍賽 七戰四勝共打5場	2007/05/19-2007/05/26 季軍賽 五戰三勝共打4場 2007/05/19-2007/05/27 冠軍賽 七戰四勝共打5場



(一) 打造台灣頂級籃球殿堂



(一) 打造台灣頂級籃球殿堂

- 設定年度主題
 - 第一季：每一戰都是決戰
 - 第二季：冠軍聖戒 統治籃壇
 - 第三季：生死以球
 - 第四季：全星開戰

打造冠軍聖戒

(一) 打造台灣頂級籃球殿堂

- 代言人吸引球迷認同
 - 第一季：周杰倫
 - 第二季：林佑威
 - 第三季：蕭亞軒

(一) 打造台灣頂級籃球殿堂

- 多元運用宣傳通路
 - 四年來執行單位以職業賽事規模行銷包裝SBL，獲得支持與好評。

其他媒體宣傳

線上直播、SMS簡訊告知節目表、官方網站、超級總數碼等

電子媒體宣傳

宣傳短片、雜誌型節目、娛樂新聞電視宣傳、廣播廣告等

平面媒體宣傳

報紙廣告、戶外看板、路燈旗、公車廣告、雜誌廣告、媒體合作、海報、媒體服務、賽事發稿、記者會、媒體日等

現場活動

開幕典禮、中場活動、現場DJ與音樂、全明星賽、總冠軍賽首戰開戰典禮、閉幕儀式、頒獎典禮、校園活動等



臺灣體育運動十年之回顧與前瞻

(二) 引爆欣賞籃球熱潮

- 強化媒體公關與合作
 - 與民視/緯來聯播
擴大收視基礎, 促進良性競爭, 開發年輕球迷
 - Hi-Channel直播
在不同時間, 不同地點, 接觸更廣泛的收視群
 - 明星球員置入綜藝節目
康熙來了, 娛樂百分百, 我愛黑澀會, 國光幫幫忙, 女狼俱樂部



espnstar.com.tw

(二) 引爆欣賞籃球熱潮

- 全星開戰、全面宣傳
 - 大型造勢記者會
開賽記者會以Fashion Show形式
 - 電視宣傳片系列
 - 公關活動延伸報導

明星賽記者會盛況

季後賽記者會教練、球員與冠軍獎金之合照



espnstar.com.tw

(二) 引爆欣賞籃球熱潮

- SBL Care
 - 拋磚引玉, 以實際行動回饋社會
- SBL Campus
 - 前進校園, 與學生互動



espnstar.com.tw

(二) 引爆欣賞籃球熱潮

- 年輕化、專業化、明星化的評論團隊



主場田鴻魁球評願行書



球評貴凡主場田鴻魁



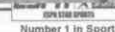
球評黃萬隆主場李雲翔



espnstar.com.tw

(二) 引爆欣賞籃球熱潮

- 提供NBA級的觀賞經驗



espnstar.com.tw

(二) 引爆欣賞籃球熱潮

- 開發SBL雜誌型節目, 天天都有SBL
 - SBL Focus
 - SBL Review
 - SBL Live
 - SBL Up Close



espnstar.com.tw



臺灣體育運動十年之回顧與前瞻

(三) 刻畫流行派對印象
每場比賽都是嘉年華

- 氣勢磅礴的開幕典禮



espristar.com.tw



(三) 刻畫流行派對印象
每場比賽都是嘉年華

- 星光閃耀的全明星賽



espristar.com.tw



(三) 刻畫流行派對印象
每場比賽都是嘉年華

- 總冠軍賽與頒獎典禮
— SBL球隊與球員最高榮譽



espristar.com.tw



(四) 建立運動賽事商業機制

- 轉播權利金成長8.75倍
640萬—2,750萬—3,500萬—5,600萬
- 整體規劃贊助廠商效益
現場看板/地貼/電視贊助卡/圖表結合商標/校園與慈善活動/多媒體廣告—有SBL的地方就有你
- 全明星賽冠名權銷售
- 中場活動置入贊助商產品
- 地方政府機構贊助與宣傳回饋
- 開發SBL周邊商品

espristar.com.tw

