

# 國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 \_\_\_\_\_ 來源大成報 日期 90. 3. 04 版面 二版

(三六) 助贊引吸何如育體



## 摸清廠商策略 各取所需

高正源

贊助體育無法獲得節稅，確實是國內體壇發展無法邁開大步躍進的主因，在經濟不景氣的影響所及，連最受支持的棒球、籃球兩項運動也叫苦連天，贊助的廠商也一家接一家退出，才剛進入新的一年，連台北羽球公開賽都喊停，如果大家無法合力為體壇謀求一條

的此時此刻，為網壇投入一顆愁雲慘霧的炸彈。而最讓羽球界感到失望的就是二〇〇一年開辦的台北羽球公開賽，原本在一月底都是扮演國內體壇新年的第一場大戲，結果今年羽協也因為自體委會的補助款及贊助廠商等問題，宣布停辦。

但也不能做為停止腳步的最大理由，因為如何為本身開創商機，利用媒體，為贊助廠商達到最大的宣傳效益，是能不能與特定廠商或為長期贊助伙伴的主因。不論企業、廠商的規模大小，他們本身都有一套宣傳策略，每家企業或廠商的策略各有不同，體育界想博取他們的青睞，就必須充分了解他們的經營策略，在向他們爭取贊助經費時才能事半功倍。

生存之路，企業只會離體育愈來愈遠。除了職棒及職籃外，過去支持網球運動的鄧錄普、飛利浦公司，近年來相繼退出網壇的贊助行列；國內最早成立女子網球隊的台電公司，也因為近三年來國內沒有甲組的團體賽，使得台電公司打算解散女子網球隊，讓王宇佐、謝淑薇等年輕新秀再打出網壇新希望

以台北羽球公開賽為例，舉辦時間是固定的，羽球協會要招商獲得企業、廠商的贊助，應該不是件困難的事，會落得因經費等因素，不得不宣布停辦，除羽協與廠商的互動關係之外，經濟不景氣成了最大殺手。吸引企業、廠商贊助體育，雖然與經濟景不景氣有很大的關聯，

務，已不符合現代趨勢所需了，具有市場經營專才的人，已成為單項協會的基本配備，由他們摸清各個企業、廠商的行銷策略，再針對他們的策略提出吸引他們與本身結合的充足理由，必能獲得他們的贊助，進而成為長期合作的伙伴。  
(作者高正源先生為本報副總編輯)