

## 國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 休閒 來源大成報日期90.3.07版面二版

(六六) 助贊引吸何如育體



高正源

危機、轉機、時機、生機；了解這四機，就能掌握任商機。

現在上自體委會、下至各單項協會，都有推動會務的贊助行列時，不能就此視為無可奈何之事，不動腦筋尋求突破，怎能再為自己找到商機。

不論任何行業，當危機出現時，也就是轉機隨之而來的時刻，在轉機中等待時機來臨，只要生機一現身，能立刻掌握住，處處就會充滿商機。

# 化危機為轉機 看時機創商機

這裡頭就是一個「變」字訣。

以大陸足壇為例，今年球季也是他們面臨寒冬的一個球季，為了不讓球場中的人氣因而散失，瀋陽海獅俱樂部率先在主场推出一元球票的促銷手法，希望能在最大限度內再吸引球迷進場，海獅俱樂部此舉，立刻導致其他甲A、甲B俱樂部也紛紛降低主場的門票價格，以應付這一個足球寒季。

這種促銷手法，我們的職棒球隊在過去二、三個球季也嘗試過，但效果不是很理想，會導致效果不如預期，主要原因應該是在其他的配套活動

準備得不够周延，及沒有足夠吸引球迷進場的明星球員所致；大陸足壇也看清了這一點，所以他們在「一元球票」促銷之餘，也考慮到該如何利用配套措施，再把球迷找回球場。

提到明星級球員，大家一定會立刻想到飛人喬登與NBA的結合所爆發出的效益，所以，為自己塑造出一批批的明星球員，是能吸引廠商成為本身長期贊助伙伴的最佳途徑，對廠商而言，這畢竟是最直接的致命吸引力。

(作者高正源先生為本報副總編輯)