

## 國立臺灣體育大學圖書館剪輯資料

分類 運動行銷 來源 經濟日報 日期 751129 版面 十版

## 運動用品業「盯牢」中華隊

無形廣告有形促銷在此一舉

據悉，今年底亞青杯籃球賽中華男女代表隊與明年瓊斯盃中華隊都將穿著由耐吉公司提供的球衣球鞋上陣，使多年來一直由愛迪達公司提供的局面為之結束。未來中華隊穿著何種品牌，對國內現有品牌來說，將形成重要的促銷戰爭。

進入國內市場最早的外國名牌球鞋為愛迪達，在國內已有八年的歷史，亦掀起國內年輕人穿著外國品牌球鞋的風氣。多年來，中華籃球代表隊一直穿著由愛迪達提供的產品出場比賽。代理愛迪達的華岡公司表示，該公司進入國內甚早，除行銷外，亦希望能以實質行動支持體育活動。在今年全國籃球協會負責人更換之前，中華隊代表我國出賽一直使用愛迪達的產品。

據體育用品界人士指出，國家代表隊使用何種品牌，對該品牌而言，無疑是重要的促銷活動；因此多年來雖有其他外國名牌也想為中華隊提供產品，但未獲結果。不過今年籃協負責人更替，使其他品牌得以一爭高下。

爭取到提供今年亞青杯及明年瓊斯盃中華隊產品的耐吉公司表示，籃協易人之後，作法和過去不同。除廣泛徵求球員意見外，並要求廠商提供產品前往比較，耐吉公司才脫穎而出。然明年瓊斯盃之後，中華隊要穿著何種品牌，屆時須看球員使用之反應或市場上有無其他品牌出現競爭，才能決定，因此未來在爭取中華隊的促銷戰爭將形成新的局面。

據指出，耐吉公司此次提供亞青杯中華男女代表隊隊員每人全套籃球裝備，計有球鞋二雙、球襪四雙、球衣四套、外套一套、毛巾一條、短袖休閒服二件及手提袋一只，總計約為新台幣三十萬元。對耐吉公司而言，雖非大數目，但其帶來的促銷效果卻遠非金錢能比擬。因此，可預見的是，未來這類促銷活動將成為各個品牌的競爭焦點。

