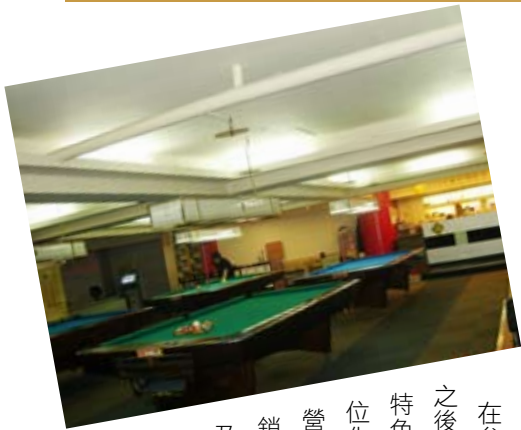


高雄運動大聯盟

全民e起，瘋運動！

帶著南台灣的活力熱情，呼應近幾年來運動休閒的盛行，運動商品服務讓南部業者有如久旱逢霖般再度出現了商機。由15個運動商品業者組成的「高雄運動大聯盟」，便是針對運動產品資訊、運動休閒場地提供及運動訊息知識的傳達，所建立的運動商品服務聯盟，讓消費者可以瞭解運動的好處及盡情地享受運動之樂！



使企業更成長。

小搏大，一定要透過網際網路應用與幫忙才能

始醞釀組成群聚的動機，因為他知道小企業要以

及營業額提高都有很大的助益，也藉由此使他開

銷無論對自己企業形象、知名度建立、客源增加

營。曾春霖也因為有此經驗而深深感覺到，網路行

位化開運團的鼓舞之下，用心投入了網路商店的經

之後，曾春霖認為或許可以運用網際網路無遠弗屆的

特色，為自己帶來另一個商機，所以在中小企業數

在參與了經濟部中小企業處縮減產業數位落差計畫

「高雄運動大聯盟」。

為中心，並分享自己的經驗，結合運動商品業者，成立

能成就造福高雄運動商品服務業者，讓大家可以透過網際

網路的應用與幫忙，共同創造新的契機，所以他以自己

品店的老闆曾春霖深感如能結合同業上下游之廠商，必

打獨門商品行銷上仍深感不足，有鑑於此，音樂棒壘精

資訊、運動休閒的場地提供、運動訊息知識的傳達及單

殺下，小型的運動用品專賣店雖林立，但在上下游產品

然而，受到大型的運動賣場及大型業者林立的市場夾

灣運動休閒產業的年產值依舊超過五百億，證明了運動

高達到41萬到128萬，雖然不一定全部在國內消費，但台

過50萬元，這些高所得家庭每年在休閒娛樂上的花費

外貿協會表示，台灣現在每年有22萬個家庭年收入超

中，再度掌握了商機。

置於高雄左營，加上2009年世運在高雄舉辦，連帶促

使高雄的運動風盛行；而近幾年來，王建民在美國大聯

盟擊出好成績，更是讓全國民眾陷入瘋運動的熱潮，而

運動商品服務的提供更讓南部業者在南部經濟景氣蕭條

一直以來，四季如春的南台灣，便是運動休閒的好

去處。培育出許多國家選手的國家訓練中心就設

因此，在開運團協助下，曾春霖找了高雄縣市地區共15

家運動用品廠商、店家、練習場、打擊場等，以帶動運

動文化的角度切入，共同推動全民運動為目標，用e化

的方式來解決運動用品服務業者普遍人手不足的問題，

以提供消費者最佳的運動商品服務。「我們必須建立一

個各項運動商品服務的結盟，有棒球、網球、壘球、高

爾夫球、桌球等用品的商家，更必須整合一些上游的用

品廠商及提供下游場地服務廠商，讓這個群聚網站不只

提供消費者線上消費，也能提供實體的消費服務，而會

去練習場或打擊場的消費者，就必定會購買運動的商品

品，而購買運動商品的消費者也需要有服務場地讓他們

去發揮，所以能達到共同行銷宣傳效果。」曾春霖表

示，建構「高雄運動大聯盟」群聚網，將可因群聚的效

益，創造資源集中效果，使產業群聚內的企業有更多的

機會，創造共生、共存、共好的共同整合行銷效益，透

過群聚集體學習的方式，將可促進新成員對資訊科技之

親身體驗，強化未加入之企業主將資訊科技融入企業經

營之意願。



■野外營露營旅遊用品專賣店



不景氣中，e化求生機

南部運動商品服務的業者，因經過這些年來景氣差與工廠外移的影響，許多運動商品服務業者便在這一波不景氣下被淘汰，加上運動商品服務業者本身的人力資源、資訊資源的不足，並缺乏網際網路的數位化應用及相關宣傳行銷費用太高，在這些問題和動機下所以高雄運動服務業者面對這些商機到來的時候，必須思索如何來經營未來的市場，才能讓本身的企業能更加蓬勃的發展。

而當這些業者還在思索時，普樂棒壘精品店的老闆曾春霖先生，率先提出整合高雄運動商品服務業者，並將自己網路科技行銷經驗分享給其他業者。

「不過，建立群聚網站是件蠻辛苦的工作。」曾春霖表示，因為不僅要整合大家的意見，且眾人對電腦的熟悉程度也不盡相同；其中，最為困難的是，就是要改變長久以來，大家對實體通路根深蒂固的觀念，即便銷售體育用品的店家大都是年青人，但有些還是對網路架站這個新觀念很生疏。幸好，經由開運團隊逐步地訓練及

教導之下，從拍攝產品與產品上架說明，到網站建立完成，這些商家開始收到了訂單，因而逐漸扭轉了他們的想法。群聚網不僅使他們看到商機，也將這些好的产品推廣的更遠。

除此之外，群聚是一個團體行動，為使運動商品服務業者，對彼此有足夠的信賴感，針對產品的品質、服務的提昇、共同的行銷業務，「高雄運動大聯盟」成員們召開固定的研討，進行定期的學習，如同其他社團化的組織，讓群聚成員們能瞭解共同整合行銷的重要性。

運動大小事，一次滿足，任君選擇

結合15家廠商的「高雄運動大聯盟」群聚，其中，普樂體育精品店是壘球代表，其前身為強打者打擊場之棒壘用品部，為擴大服務球友，才變更型態，遷址後正式成立普樂棒壘用品精品店。取名普樂是取 professional(最專業級、最職業級、最頂級)之意，同時，普樂也一直朝著精緻化的路線努力，不管是門面、陳設還是商品選擇，都帶有高度的精緻感，與傳統的店面有著極大的不



同，儼然是一家專業棒壘球的精品店。

高爾夫已經從三十年前的少數人的運動轉變成為一項普及化、年輕化、甚致是流行化的運動，而益揮高爾夫球用品社是一家美、日原廠高爾夫球產品的專賣店，希望能將「高爾夫不只是運動，更是生活一部份」的理念透過網站傳達出去；同樣也是高爾夫球代表的巨鑫高爾夫球用品社，主要業務為銷售日系高爾夫球具及周邊產品，其佔地80坪左右，備有各廠商提供之試打桿及備有室內練習場，可隨時測試球感，另外，特別裝設了電腦測定器，讓顧客瞭解揮桿正確性、球的飛行距離、回轉速率、球的方向等；還有承辦團體、公司、球隊出國及比賽相關事宜。

而喜歡羽球的人，可以到南大體育用品社盡情挑選，南大體育用品社專賣各式網羽球拍，服飾，球具、穿線及其他周邊商品。

喜愛登山及露營的人，則可以

e化群聚小檔案

- * 群聚名稱：高雄運動大聯盟
- * 群聚參與家數：15家
- * 自慢商品：體育運動用品
- * 網址：<http://sports.menet.com.tw>
- * 輔導開運團隊：高雄市電腦商業同業公會





■南大體育用品

到野外營露營旅遊用品專賣店一次購足登山露營用具；若想要穿著帥氣又實用的球鞋，不妨到大誠體育用品社及強者運動用品專賣店挖寶，無論是BROOKS、FILA、Timberland、Converse、PUMA等等各種名牌鞋款，應有盡有。邦勝企業社為所有熱愛慢跑及馬拉松的人，準備了各式專業的球鞋，供君選擇，喜歡跑步者，務必要挑選一雙合適的慢跑鞋，才能跑得持久。

而想要享受陸上馳騁速度的樂趣，或是享受當水中蛟龍的快感，這兩種時髦的運動——直排輪及游泳用具及相關配備，則可來克萊爾運動流行館一趟，一次購足外，另可了解直排輪的沿革歷史，及獲得泳裝



保養的小秘訣！同樣提供優質泳裝的勁風體育用品專賣店，則提供更多樣化泳裝、泳具、海灘鞋；等，更有多項體育用品、服飾、球鞋；等，呼籲大家要重視運動器材的選擇，才能避免不必要的運動傷害。

雅堤運動休閒服飾是結合製造和銷售的一貫作業成衣廠，舉凡T恤、POLO衫、運動褲、活動背心、帽子；等布類製品皆可生產，提供各式各樣的運動休閒服飾買



■立承運動登山廣場

賣及訂作，因應e化，提供更廣大消費群數位化服務，有線上諮詢服務管道，為你量身訂作專屬的運動服飾！想要親自上場打個痛快的球，來紓解一下壓力嗎？

高雄運動大聯盟的群聚中，包含了冠源保齡球館，提供無壓迫、放鬆的玩球空間，是與三五好友來場友誼競賽的好地方；想成為王建民第一嗎？則需要多多練習球技，強打者棒壘球打擊練習廣場，是台灣現存打擊場中最老資格的一家，更是口碑最好的一家。擁有全台最多十二座平面球道，包含四座左右打球道及兩座慢壘打擊與投準測速區，讓球友們打球不必久等，另分別配置由70-150(公里/小時)之球速供球友們選擇，盡情享受揮棒之樂！

玩夠了動態的活動，想要靜態一點的活動，高雄運動

大聯盟也有兩家撞球館，分別是133撞球館及255撞球場，提供撞球場地及相關各項服務和相關商品買賣。所有關於運動的大事、小事，只要上高雄運動大聯盟，便可輕鬆一網打盡。

e化開運，建立運動平台，帶動商機

台灣在休閒體育上已有很大進展，特別在週休二日及健康養生風氣的帶動下，全家大小利用假日，無論是從事球類運動，慢跑、露營、游泳等等，對運動的資訊需求日益增加，同時也代表對運動器材的挑選更為嚴格。

「基本上組成群聚這是一個新的模式，要將運動及運動相關消費族群吸引到群聚網站來，是件需要努力的事。」然而看好這樣的商機，曾春霖再度表示：「我們的產品很好，只是少了個曝光的平台。」網站的建置不僅提供展示及交流的功用，也讓群聚業者的市場競爭力提升。他說「網路商店的好處在於能24小時開張。業者早上一開電腦就可以準備今天要寄出的貨物，可直接完成交易的通路，24小時不受實體店面工作時間的限制，並且同時提供消費者詳盡的商品資訊。」

群聚網站的建立，最大的效益便是能讓群聚內的業者彼此能介紹客源，共享客戶資訊，再加上利用網站優



■克萊爾體育用品社



勢，列印禮卷、折價卷等共同促銷的手法，這樣的整合有一加一大於二的效果，而每家廠商最重視的自家網站及產品曝光度，也隨著倍增。還有利用發電子報通知網友，遇到特惠價時更特別來信通知，也詳列了產品服務資訊的FAQ於網站上提供顧客查詢，增加與消費者互動的功能。透過活動收集名單、之後的誘發轉寄、追蹤電子報的閱讀效果，有效地達到刺激購買。

這幾年來台灣的詐騙集團非常地猖獗，想讓客戶願意在網路上下單付費，必須給客戶一段時間適應及觀察，採用群聚的方式，客戶的信任度反而會比針對單一店家



■益揮高爾夫球用品社



來得高，相對而言，群聚內的業者彼此也會自行要求控管服務及商品的品質。與顧客之間的信任感建立了之後，可利用現有消費客戶群為首先推廣的對象，再以禮卷或贈品的方式，做MGM(Members Get Members)的會員式促銷宣傳，並同時在YAHOO或GOOGLE...等各大網站登入關鍵字及全國相關的運動網站交換相關連結以達宣傳廣告的效果，來增進群聚的銷售效益。

群聚網站可由後台直接建置產品及業者資料，及共同使用資料庫資料，因此同樣的資訊不會重複建立，群聚成員不需有專業的電腦資訊人員就可以簡單的操作網站，進而減少人力成本的負擔。

「高雄運動大聯盟」的成立，除了藉由群聚之組成，讓產品利用共同行銷之優勢聯合促銷，藉以擴大銷售管



- 小頭家做伙 e 起來**
- 雅堤運動休閒服飾公司
 - 益揮高爾夫球用品社
 - 巨鑫高爾夫球用品社
 - 普樂棒壘精品店
 - 南大體育用品社
 - 勁風體育用品專賣店
 - 克萊爾體育用品社
 - 強者體育用品專賣店
 - 大誠體育用品社
 - 巨星體育用品社
 - 冠源保齡球館
 - 強打者棒壘球打擊練習廣場
 - 123撞球場
 - kiss撞球場
 - 野外營露營旅遊用品專賣店



群聚開運撇步

群聚成員在數位化的觀念上明顯有落差，加上群聚成員並非專業人員，容易產生輸入及操作時無法跟上進度的情況，因此開運團隊針對此種情況，除了在會員大會時重點加強宣導網站建置之效益，說明群聚成立對各別店家有何影響力，協調共同的想法及觀念以達成共識之外，並加強操作使用上的個別輔導，透過此循序漸進的學習與群聚成員的積極參與，使得群聚成員成功的經營網站並獲取商機。

道並增加商機，進而建構群聚之品牌與知名度，加深群聚的效益之外，還有一項重要的任務，便是建立運動知識管理(KM)平台。

曾春霖表示，知識管理的真正價值並不在管理知識本身，而是要能創造知識和分享傳遞知識，讓群聚的成員及客戶將運動資訊透過網際網路的分享，讓群聚的網路功能更具有知識優勢，換言之，希望藉由「高雄運動大聯盟」的成立，來教育及分享運動的樂趣及益處，讓每個人都能深切體會，並能因此受用。