

摘要

近年來國人運動意識抬頭，運動產品消費能力普遍提升且消費年齡層逐年下降，使得運動用品市場規模日漸擴大。業者欲進入這個領域，建立品牌、提高消費者偏好成為主要的經營重點。廣告是最常使用的行銷手法，業者透過不同的訴求方式加強廣告效果，並利用廣告感動消費者，進而刺激消費者的購買意願，達到期望的廣告效果。

本研究主要探討 NIKE 的品牌形象、廣告訴求及品牌偏好對購買意願之影響，研究對象為使用過 NIKE 產品之大眾消費者。本研究採用問卷調查方式，並以 SPSS 統計軟體作為本研究之分析工具，研究結果顯示：

- 一、品牌形象對購買意願有顯著影響，其中以經驗性對購買意願的影響較大。
- 二、廣告訴求對購買意願有顯著影響，其中以價值表現訴求對購買意願的影響較大。
- 三、品牌偏好對購買意願有顯著影響。

關鍵字：NIKE、購買意願、品牌形象、廣告訴求、品牌偏好

