

邀運動員作代言人

葉碧玲

明晚就要舉行第五屆東亞運動會開幕禮，近年香港參與不少體育盛事，令大家對運動不期然有一股熱潮，一些公關及傳媒人想找運動員出席宣傳活動，卻不知從何入手，早於九十年代已向商界推廣運動的我，唯有權充顧問。

找運動員作代言人其實有很多辦法。早於一九九六年，奧運金牌得主李麗珊已委託經理人，代為處理商業及傳媒活動；而香港體育學院為了令運動員更專心訓練，以及增加他們的社會認同，十多年前起，一直協助他們洽談商業合作。近年北京奧運會帶動運動員經理人行業的發展，再有數位運動員簽約經理人公司。隨着運動員經理人冒起，有些運動員的體育總會、教練、甚至家人或朋友，也會充當經理人的角色。

為何越來越多公司邀請運動員作代言人？運動員相對藝人、歌星、名模是可以「make a difference」。他們除了形象健康、有活力之外，亦以刻苦、節制和努力見稱；加上經常在海外比賽，一年內只有約一個多月時間可以接受傳媒訪問或參與商業活動，所謂物以罕為貴，曝光率雖然不及藝人高，但出現在大眾媒體時，大多都是報道他們在國際體壇的成就，帶給市民喜訊和光榮，市民再看到他們代言的產品，也會留下好印象。

如果你有意邀請運動員作代言人或出席宣傳活動，須知道他們訓練活動頻繁，不常在港，又要與教練商討調動訓練時間表，所以要預早提出和商討合作細節。

- 完 -

撰文：葉碧玲

作者為香港體育學院公眾事務及市務拓展經理，從事體育推廣及公關十多年