

摘要

品牌價值的概念，是指一個產品上的品牌忠誠度、品牌知名度之範圍或程度，也是企業長期經營建立在消費者心中的形象，不僅可代表公司的價值，也是消費者辨識、選擇該企業產品的品質保證。

好的品牌標誌會使消費者更願意購買該企業的商品，因為品牌標誌代表公司，可以幫公司行銷產品，透過品牌的價值可以轉化為商業利益。另外，品牌形象是行銷與消費者行為領域的重要概念，也是產品成功的關鍵因素。由於台灣在國際化方面的投入，國人有越來越多的休閒運動與對健康的重視，對品牌的要求也就愈來愈高。所以本研究想要瞭解國際知名運動鞋 Nike，其品牌在台灣的品牌經營與行銷策略，尤在激烈競爭的市場之下，了解如何運用自身品牌形象的行銷策略更是重要的課題。

本研究結果顯示，品牌形象與不同動機之消費者對於流行品牌的購買意願有顯著的影響，而購買動機與品牌明顯度有顯著的交互效果。本研究結果可提供未來流行品牌業者擬定決策時參考。

關鍵詞：品牌價值、品牌形象、行銷策略