

	捷安特（成車、配件選物）	美利達（成車、配件選物）	Nike（服飾、配件選物）	Adadas（服飾、配件選物）	Puma（服飾、配件選物）
品牌定位	最佳總合價值 1. 中高價位，品質良好 2. 以運動競賽的消費者	最高品質自行車 1. 高單價、高級自行車 2. 喜愛客制化的消費者	1. 運動員 & 具運動習慣的顧客 2. 隨時下流行的消費者	設計時尚風格，淡化專業運動形象，往運動圈外轉型。	以美式運動風格為定位。
用戶群數量	全系列的自行車消費者	登山車、跑車消費者	中高齡消費者不具強烈吸引力。	喜歡新穎時尚消費者。	追求健康舒適，女性消費者居多。
產品	1. 高品質 2. 功能優	1. 品質好 2. 功能優	核心產品： 籃球鞋 足球鞋 慢跑鞋 有氧舞蹈鞋 網球鞋 高爾夫球鞋 登山 周邊： 運動包 運動配件	核心產品：足球鞋 慢跑鞋 籃球鞋 休閒鞋 周邊： 運動包 運動配件	核心產品：慢跑鞋 休閒鞋 賽車鞋(與法拉利合作) 周邊： 運動包 運動配件
價格	中高低價格區間，不同購買力的消費者都可以消費。	主要針對高收入的客戶群。	中高價位	中高價位	中高價位
功能	全系列的自行車產	注重產品開發及品質	行銷上主打品牌精神 JUST DO IT 不強調產品品質與功能。但產品功能性為最輕、最能跑、最能跳的鞋款。	運動時尚，強調美觀設計流行與功能性。	運動結合時尚的潮流 Life Style 路線，外型美觀不重功能性。
主要通路	專賣店	網路客制化	1. 各國運動用品專賣店	1. 各國運動用品專賣店	1. 各國運動用品專賣店

			2.百貨公司 3.零售通路	2.百貨公司 3.零售通路	2.百貨公司 3.零售通路
--	--	--	------------------	------------------	------------------