

國立臺灣體育大學圖書館剪輯資料

分類 網球

來源 中國時報

日期

991226

- 版面 C 四版

中華電信 台灣網壇推手

李弘斌／專題報導

中華電信從去年開始贊助台灣「網球一哥」盧彥勳，在明年1月初的「傳奇再現夢幻球星邀請賽」，中華電信也身兼贊助商及賽會官方轉播單位兩大要角，繼續扮演台灣網壇重要推手。

11月初海碩國際女網賽，中華電信以旗下主打的高畫質平台MOD，以及HiNet、emome進行直播。這次也以同樣模式力挺等級更高的傳奇再現邀請賽，讓更多球迷能一睹前世界球王阿格西、沙芬，俄羅斯好手尤茲尼，與寶島好手盧彥勳、王宇佐的丰采，參與這場盛宴。

從過去公營事業轉為民營，中華電信不只挺台灣網球，也贊助了台北羽球公開賽與自由車環台賽等多項運動賽事。從昔日的單純經費挹注，到結合旗下資源推廣，不僅模式更加純熟，綜合性效益也更為擴大，尤其在跨足國際性賽會上，中華電信的腳步明顯領先其他公營事業。

長期以來，公營事業一直是國內體壇重要支持者，中華電信在民營之前就有女籃隊，台灣銀行籃球隊也存在已久。土地銀行目前有自己的羽球隊，也支持張凱貞等網球好手，台電有成棒、男足、女籃、女羽和排球隊。

中油過去有籃、棒球隊，目前則以贊助菁英運動員的方式來支持，明天他們要舉辦「獎助菁英、十年

有成」的簽約儀式及成果展，在民國100年繼續力挺楊宗樺、黃顯詠等，來自網球、跆拳道、田徑、體操、游泳領域的22位菁英選手。

合作金庫有羽球隊、桌球隊，成棒隊更超過一甲子，甚至基層扎根

的棒球營也已邁入第20個年頭。從民國80年起，合庫年年舉辦棒球夏令營與冬令營，由麾下教練和球員指導小朋友，讓他們能快速學習棒球，明年1月的冬令營則落腳台東。

國際化、年輕化 企業一舉兩得

李弘斌／專題報導

公營事業長年扮演台灣體育推手，若轉型民營在商言商，還能否繼續下去？從轉型後的中華電信來看，繼續支持體育絕對可行，藉著選手和賽事走向國際化，甚至可以延長和拓寬事業領域，並收到讓公營老字號「年輕化」的效果。

民營企業贊助運動進而走向國際，國泰金融集團於本月中宣布與NBA展開3年合作，就是最佳案例。國泰女籃隊成立41年，去年贊助NBA台北賽後收效宏大，因而更進一步成為NBA官方指定台灣地區金融業和信用卡合作夥伴，準備力推球星認同卡。

國泰認為，借助NBA的影響力，可以吸引和開發年輕顧客。此外，儘管合作業務僅限於台灣地區，但NBA在中國有廣大球迷，國泰先在台灣建立品牌連結，對集團未來進軍大陸市場也有幫助。中國銀行

業監管機構本月中才批准國泰在上海開設分行。

民營企業國泰都希望「年輕化」，給人保守印象的公營事業尤然。運動好手常是年輕族群效法和崇拜的偶像，公營事業現在力挺這些資產，等於握有未來「轉型」的王牌，可以迎接民營化的競爭和挑戰。土銀和合庫月中也都獲准在中國設分行，未來在對岸的國際羽球賽，贊助選手穿著所屬行庫的球衣出賽，將是最佳宣傳廣告。

今年溫布頓網賽，全世界都看見了來自台灣的盧彥勳，也看到他球衣左袖上的「中華電信」標誌。

中華電信藉此向國際打響台灣電信龍頭的名號，自然成為外國人訪台時尋求電信服務的首選。如今贊助賽事的手法更多樣化，更能發揮其涵蓋固網通信、行動通信及數據通信領域的優勢，也值得其他企業學習。