國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿來源中央日報日期90.11.30版面十九版

世棒賽檢討系列六之五

# 掌握超人氣 創造大商機

## 中華隊一戰成名 延續熱潮至明年球季 兩職棒聯盟責無旁貸

（趙志卿／特稿）中華成棒隊在世界盃棒球賽勇奪第三名，只要中華隊的賽事必場場爆滿，收視率更是節節攀高，轉播的緯來體育台和 MUCH TV 都創下開台的收視新高紀錄，比賽後持續的熱潮，球員商品、簽名會、各項節目的邀約，甚至參與選舉活動都爲中華隊帶來不少的商機，而幾位中華英雄如張誌家與蔡仲南，更是身價看漲，中華棒協、球員、甚至兩聯盟都應好好珍惜難得一見的棒球熱機會，共同提振棒運。

世棒賽期間全國引爆世界盃收視狂潮。十一月十四日預賽中華、南韓之戰，緯來收視率二點九一、十一月十六日八強複賽中荷之戰，緯來收視衝破三，達到三點五五、十七日的中美大戰更達收視最高峰，緯來飆到五點二五，創緯來體育台創台收視最高的紀錄。

有人潮就有商機，世棒賽的成功，給低迷的棒運打了一劑強心針，是國內職棒兩聯盟重振氣勢的大好機會。

「寒窗十年無人問，一舉成名天下知」，在世界盃棒球賽「一戰成名」的中華隊，在如此大型的國際賽會上，許多中華隊球員把握良機，讓自己發光發熱，不但打響個人知名度，也替自己的未來，打開更好的出路。

除陳金鋒因在世棒賽表現傑出，已來到大聯盟門口，幾名業餘年輕投手，如蔡仲南、張誌家，也都投出身價，進軍日、美職棒指日可待，球員成了國家英雄，家喻戶曉的人物，有了名氣，隨之而來的各種邀約接踵而來，上電視接受專訪、各類活動、甚至出現寫眞集的邀約，都是一戰成名後所帶來的附加價值，如何維持價值的不墜將是隨後的重要課題。中華棒協從票房和商品獲得重大勝利，如何繼續讓商品持續銷售增加收入、球員和職棒聯盟如何利用球季休兵期持續增加知名度與曝光率，而將世棒賽的熱潮延續到明年球季，雖不是件容易的事，但卻是兩聯盟責無旁貸的事。