

《台灣區運系列報導》③

廣告、門票、吉祥物 一切商業化 經費不足只好搞行銷

記者 李友煌／報導

●以最少的經費辦區運是高雄市今年承辦的另一項特色，高雄市的總經費僅有一億餘元，比去年台北或前年桃園兩、三億元的區運經費。又面臨教育部補助經費繳庫的困擾，區運籌備處在捉襟見肘之際，只好拚命開源節流，靠行銷術來替區運掙錢了。

在市庫甚窘的情況下，為承辦八四年區運，高市教育局一開始提出的預算是一億八千萬元，後來被刪減成一億五千三百萬元，比起八三年區運台北市的兩億三千萬元、八二年區運桃園縣的三億三千萬元，可以說是大幅縮水。

而今年區運一舉增加了太極、武術、擊劍、輕艇四種比賽，又有光復五十周年的各項文化活動要舉辦，處處要錢，讓籌備處大嘆巧婦難為。

在錢少事多的情況下，市府只好絞盡腦汁來籌措經費了。籌備處第一個想到的當然是民間廠商了，惟經濟不景氣，經過爭取，只有光陽機車、漢神百貨等少數幾家企業願意出錢，數目也不多，不得已文化活動部分只好從區運經費中挪除，由主管科另行設法。

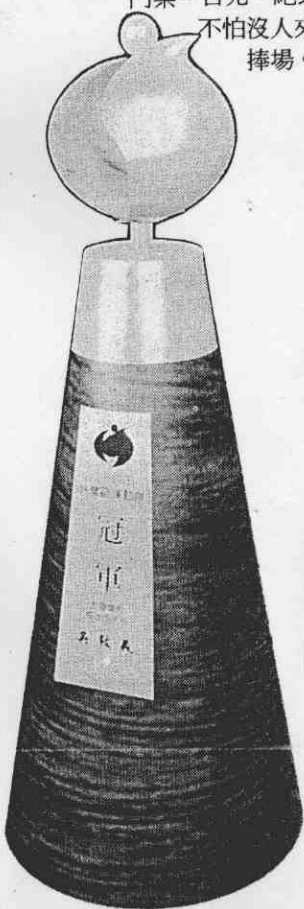
籌備處在副局長黃孝校及第五科科長劉永元的帶領衝刺下絕處逢生，陸續想出不少行銷的主意，包括比賽場地賣廣告、開幕典禮賣門票、區運吉祥物商品化等方法，並把以往設在飯店的選手村改到學校，區運宣傳品及精神堡壘等也都招徠公司企業協力，以節省花費。

區運吉祥物方面，今年選定的是可愛的梅花鹿，目前市府已委託中華藝校美術科設計數十種梅花鹿圖案，打算印製成一本畫冊來賣，也將製成一組紀念徽章、填充玩具、貼紙、

紀念郵票等商品販售。

在場地廣告方面，以往公務員怕麻煩，大都不願與廠商有任何商業交易行為，高雄市為開拓財源，將廿幾處主要的比賽場地以四百萬元的代價包給一家廠商拉廣告，今年區運觀眾將可在場地中看到規格畫一的各式平面廣告。

另一項更大膽的構想是區運開幕典禮購票入場，這將是區運史上破天荒的創舉，籌備處認為，只要表演節目夠精采，請來的影視歌星夠魅力，一張門票一百元，絕對不怕沒人來捧場。



↑↓今年區運的精神標誌及獎牌已完成。

記者 李友煌／攝影



84 臺灣區運動會

WE CAN, 高雄