

(十二) 連載

打響公司名號 贊助廠商砸大錢

記者 高正源 / 特稿

也因為奧運已經無國界，所有想賺錢的大廠商，都捨不得放棄奧運會這一個長達三個星期的夏季盛會，紛紛投入盡可能的預算，只爲了唱一曲奧運的偉大歌聲。

接下來爲大家介紹各國爲了奧運所投注的心力，當然，錢，是最重要的一環。

日本松下電氣爲什麼敢在每四年一屆的奧運會，投資六千萬美元的贊助費，對日本體壇針對奧運每四年一次的培訓，有所影響嗎？縮小範圍到日本體育協會或日本奧委會，所碰到的經費問題，或許可以得到更明確的答案。

針對雪梨奧運贊助美國奧運代表團的企業有四十五家，其中，不論大小，美國奧會與業餘總會對這些廠商只提出一個要求，就是在爲了強化奧運奪牌的這一條路上，用什麼辦法把障礙排除，這個障礙是什麼？嚴格來講，沒有人知道，可是，知道的人都很清楚，如果沒有奧運，這一切根本都不會發生，所以靠什麼排除障礙？經費！

奧運會到底惹了什麼禍？就是錢字一個，在當今這個世界潮流中，不單單只是運動員本身的問題而已，所有的大型運動競賽，本身能賣錢的，就是優秀的這些運動員，如田徑麥可強森、格森、瓊絲、游泳索普等人，沒有他們，別說是奧運，就是平時贊助他們，希望能在奧運爲該公司打響名號的這些贊助廠商，如果沒有這一層目的，也不會如此在乎奧運會。

日本針對雪梨奧運的代表團獲得幾個廠商的贊助？雖然與國際奧會的TOP榜一樣，都是十一家，其中以日本產業爲王，如美津濃、亞瑟士、野村證券、丸大食品、TOYOTA、KIRIN、AMWAY、NOVA、KONAMI等，雖

然他們都是日本奧會及體育協會能取得的主要經費來源，再加上美津濃、亞瑟士、三井海上保險、大塚製藥四家，是日本體協的固定贊助廠商，可是很簡單，日本奧會及體育協會能從他們手中獲得多少經費，加上政府補助的經費，夠不夠每四年爲奧運衝刺的足夠經費？沒有松下電氣產業大力資助的日本體壇，真的就支撐不下了嗎？

