

北京奧運 台商已就定位

楊俊斌／綜合報導

比賽還沒比，2008年奧運就確定會有盈餘，根據估計，從周邊商品和各種因為比賽帶來的利益，北京奧運組委會可為中國帶進至少20億



美元以上的利益。

奧林匹克贊助計畫，分為全球贊助商、奧運

籌備會贊助商，以及各國奧會贊助商三種層級，其中第一級的全球贊助計畫，簡稱TOP計畫，目前包括有可口可樂、柯達、SWATCH、JHON HANCOCK、SCHLUMBERGERSEMA、PANASONIC和三星共七家。

再按照國際奧會的統一模式，北京奧運的國內贊助計畫，計分為贊助商、供應商和特許經營3大類。北京奧運組委會經過市場分析，選擇了19個行業，涵蓋銀行、保險、製藥、服裝、汽車、快遞、貨運、零售、電腦、電信、網路、通訊、啤酒、葡萄酒、旅遊、航空客運、家電、石油化工等等。

在沒有辦法和跨國企業競逐成TOP贊助商的情況下，這些行業勢必轉為北京奧運會籌備會贊助商。而台商目前所搶占的市場，多數就包含在這19類中。

目前所知台商拿下的商業領域，包含場館設計、授權商品、食品、旅遊等等。其中最知名的就是所謂的「天幕」LED看板，長200公尺、寬30公尺、號稱世界第二、亞洲第一大，而且在將於9月交貨，總價值超過1億元人民幣，未來開閉幕式都可看到。去年底杜哈亞運主場館內的看板，也是由這家廠商所承製。目前北京市區內的主要街頭、大樓、機場、車站、港口和場館內，都有這家廠商所生產的LED。

另外一家在台灣以賣湯圓、水餃起家的食品集團，還找了中國桌球國手張怡寧代言，搶搭奧運順風車的企圖不言而喻。

過去辦世界級大賽，獲利最多的是2002年日韓世界盃足賽，兩個國家合計獲得至少50億美元以上的巨大利益，日韓還因為世足賽的主辦，讓因為金融風暴所受的傷害得到復元的機會。

可以確定的是，台商早早在北京奧運中布好局，準備占好位置，成為真正的贏家。