

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 行銷與管理 來源 大成報 期 89.12.16 版面 二版

(八之十) WTO 加入對台灣體育壇如何對應

路血條一出殺 源資握掌

想把

屬於自己

的資源與財

富留在自己手中

，除了健全自己的觀

念與作法之外，實在別無

他法，這是我國加入WTO之

後，體壇所必須、也不得不認真

面對的課題。

現在，不能再說我們比共產主義的大

陸體壇有多先進，因為在應對WTO這個課

題上，我們實在比大陸落後很多，關鍵只在被

自己所謂自由化、民主化，這一帽子給扣死了。

今年二月底大陸體育總局召開的那一次研討會中，天津體育學院教授梁進就

說：「我國目前仲介市場的薄弱和經紀人才的匱乏，將導致

國內體育資源的大量流失。從某種意義上說，目前國際仲介

機構和商業集團在中國體育市場的壟斷優勢，原因就在於中

國仲介市場的薄弱和經紀人才的匱乏。我們現在面臨的局面

，一方面是亟待開發及運作的市場，另一是剛剛進入市場的

企業，中間恰恰缺乏一個經驗豐富、功能齊備的仲介媒體，

一個中間環節。而正是這個中間環節，決定體育市場最終資

源的流向。目前我們只能眼睜睜地讓出市場給國際仲介集團

，以培育、發展我們的體育市場；同時，國內的體育資源也隨之流向國外。」

用時光倒流的方式來看待台灣加入WTO之後的景況，雖然二十年前我們的

體育市場就如同加入WTO似地開放了，但二十年後的今天，我們的體育市場

已萎縮到如同沒有加入WTO之前一般，在這種已處於絕對弱勢的情況下，如

何讓自己的企業或運動團體，還能保有自我一點點的發展空間，就不是一句「

不干我事」可以完全撇清自我責任的問題了。

大陸早在三年前為了應付加入WTO的問題，由足球開始實施體育經紀人制

度，也核發體育經紀公司的開業執照，更甚者，他們現在一直在研究如何整合

體育產品製造業的資源，以合併的方式開發自己的品牌，以對抗耐吉、阿迪達

斯、可口可樂等大型企業壟斷市場的局面，希望在體育產業的各類運動用品中

，能殺出一條血路，讓自己的品牌有一條路可走，進而打破外商壟斷市場的格

局。大陸都這樣在做了，且用絕對嚴陣以待的態度在面對，我們呢？

(作者高正源先生為本報副總編輯)



高正源

