

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 運動休閒 來源 民生報 日期 890113 版面：四版

網路公司 成爲體壇要角

企業合併不影響球隊與球迷 觀眾更可參與虛擬的比賽

【編譯張佑生／譯自今日美國報】長久以來，職業運動隊伍的頭家都是產業界人士，例如保險業，或是天然氣公司。媒體業有時也會因為自身節目需要，入主某些隊伍。

本周一過後，新的趨勢正式浮上檯面。併購媒體巨擘時代

華納集團的「美國線上」公司，一舉擁有美國職籃 NBA、職棒大聯盟 MLB 和美式冰球 NHL 等三大北美職業運動的三支球隊。

這是網際網路公司第一次成爲體壇的「主要選手」，也可能因此改變球迷觀賞比賽的方式。丹佛運動諮詢顧問邦漢表示：「體育競賽如何在網路上呈現，將是有趣之處。但是體育節目對於網路的重要性，就像體育節目對於電視一樣。」

這番話有很深的含意。電視業者為對抗網際網路等新興媒體，已經投注巨大金額在體壇，例如轉播權利金。選手薪資和球隊資本額也隨之上漲。

例如，時代華納集團在 1996 年以 75 億 7 千萬美元買下泰德透納旗下的廣播集團後，職棒亞特蘭大勇士隊獲得一座新球場，NBA 亞特蘭大

老鷹隊也有一座新球館。

科技產業新貴當上體育隊伍老闆的風潮，行之有年。微軟共同創辦人保羅艾倫在 1988 年以 220 億美元買下 NBA 波特蘭拓荒者隊。

美國哥倫比亞廣播公司 CBS 購買美國大學男籃比賽轉播權時，合約中包括網路轉播權，期限到 2013 年。CBS 公司似乎認定網路收益終將超越電視收益。

邦漢認為，網路入主體壇後的主要變化，在於網路呈現的節目內容將是「互動式」。觀眾可以在欣賞真實的體育競賽時，自己也可以參與「虛擬」的比賽。印第安納大學商學院教授鮑爾斯表示：「企業合併不會影響球隊和其球迷，但是會影響在球迷身上狠敲一筆的機會。」

