

商業廣告 大小眼

亞裔運動員面對「有理的偏見」鈔票也有種族歧視？

記者 王麗珠／取材自「今日美國」特稿

今年三月，洛杉磯道奇隊的朴贊浩成為第一個在美國職棒大聯盟獲勝的南韓選手；去年，他的隊友野茂英雄是第一個當選美國職棒年度最佳新人的日本球員，野茂得到了運動鞋的廣告合約，但是，汽車、飲料、速食連鎖店的廣告卻不和他沾邊。

一樣的狀況也發生在克麗絲蒂·山口的身上，她在九二年冬運為美國贏得一面花式滑冰金牌，得到了一些廣告合約，但是比起九四冬運花式滑冰銀牌的克麗岡，

是小巫見大巫。

再說到在美國生長的張德培，十七歲就贏得網球大賽中的法國公開賽，比阿格西揚名還早，但張德培的商業活動，在亞洲的多於在他本土生長的美國。

說起來，亞裔運動員都不是商業廣告上的大熱門，一些成就比他們低的其他族裔運動員，反而能得到更多的廣告青睞。

但是亞裔人口不容忽視，亞裔是美國成長最快的族群，去年有一千萬，預估到了二〇五〇年將達到四千萬人。

市場行銷專家指出，亞裔運動員沒有市場價值是種族偏見的副

產品，許多主管仍不願相信市場調

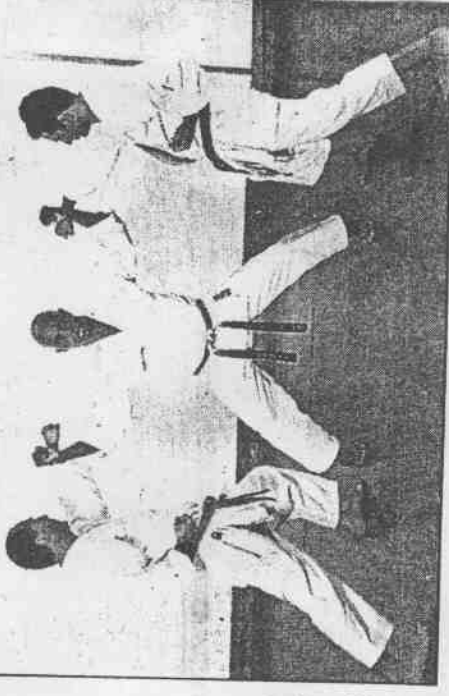
結果，而仍找些理由使他們的偏見合理化。

事實上，有許多客觀球迷或亞裔人士都認為，選擇廣告明星應以成就為考量，而非種族，假如美國公司繼續忽視朴贊浩、張德培、野茂英雄這些傑出亞裔運動員

將使得人們懷疑他們這樣的眼光

能造出完美的產品嗎？

如果要所有的人都去除種族偏見，未免有些天真。但是，企業財團的金主們可別忘了，你的產品是不分國界、種族的，畢竟，全世界共通的商業語言是——綠花花的鈔票。



↑詹姆士自美國空手道隊退役後轉任教練，將畢生所學傳授給下一代。全運照片

空的藝術 詹姆士的運動生活觀 全心投入空手道 活到老學到老

記者 許瑞瑜／取材自全運特稿

●美國詹姆士憑藉著對空手道的熱愛及毅力，成為第一個獲得日本空手道協會認可的美國籍空手道講師，雖已年逾耳順之年，仍不停止在美國推動空手道運動，對他而言，空手道便是他的終身事業。

現任美國加州洛杉磯分校、日本空手道協會美國加州分會總教練的詹姆士·菲爾德，是空手道六段黑帶高手，他不僅是極少數能達到如此高段的美國菁英，也是第一個獲得日本空手道協會認可的美國專職空手道講師，總計

目前只有四名美國空手道好手獲此殊榮。

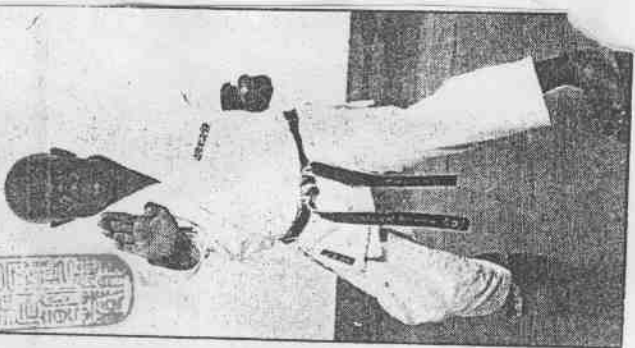
空手道的「型」是詹姆士的最愛，他投入空手道運動戰績輝煌，曾多年擔任美國空手道代表隊隊長，為一九六八年國際大學空手道錦標賽冠軍、一九七一年起連續三年在國際空手道錦標賽封王，也是七三年、七四年泛美空手道錦標賽金牌得主，七六年世界錦標賽則為第三名。

除了經常在國際空手道比賽奪牌外，詹姆士自美國空手道國家隊退役後，便致力於栽培當地空手道幼苗，培養出多名國手級及世界級的空手道好手，執教範逾

二十五年來桃李滿天下，在國際空手道界享有盛名。

曾經為聖地牙哥美式足球隊效力，同時也是美國馬里蘭州美式足球代表隊一員的詹姆士，是一個不斷在求進步的人，雖然他現在已經六十幾歲，卻沒有任何跡象顯示他的腳步正逐漸地放慢下來，為「活到老學到老」這句話作了最佳的闡釋。

詹姆士希望能在有生之年，充分利用每一天，作一些有意義的事情，才不枉人生走一回，而這也是他積極灌輸給學生的觀念。對詹姆士而言，空手道不僅是終身的事業，更是一種藝術。



↑年逾六十的詹姆士老當益壯。全運照片

Photo/Markus Boesch



←張德培在美國的市場商業價值，遠低於同級別的阿格西。

全運照片 Photo/Clive Brunskill

→日本的野茂英雄雖也備受肯定，但是並未吸引太多的廣告商。