

奧運財淹沒亞特蘭大

場內選手較勁有看頭、場外廣告大戰更激烈

在國內時，常聽我們自己說：「台灣錢淹腳目」，但由於多種因素影響，台灣經濟近況並不理想，社會失業率創下新高紀錄，相信多數國內同胞，已不再感覺自己如外傳那麽有錢了：

而這次採訪1996年奧運會，到了亞特蘭大眼看到天文數字的奧運銀子大筆大筆進帳及花費，才總算見識到：真正的奧運錢財淹沒了亞特蘭大。

亞特蘭大是一百多年前美國內戰中吃敗仗的南軍大本營，經由暢銷全球的小說「飄」及改編為不朽電影「亂世佳人」的宣傳，世人印象中，亞特蘭大似是美國比較保守落後卻充滿浪漫情懷的地方，但是奧運百年運動會在此舉行，整個使亞城風水命運變了，變得富有而現代化了。

亞特蘭大因奧運發財，早就看紅了世界各國的眼睛，因此一下子蜂湧而來了十一個城市，前來亞城參加國際

在當地的南方貝爾電話公司，為了利用亞城奧運打響其知名度，建立其能暢通全世界的國際電話形象，所花費的奧運錢也很可觀，包括大會贊助2000萬美元美金，廣告費1500萬美元美金，另外還有6500萬美元美金，用於奧運市場及配合發展業務。

VISA信用卡為了其奧運官方指定信用卡的權威普及性大力宣傳，投下了3000萬美元美金的電視廣告費，比四年前該卡在巴塞隆納奧運的廣告費800萬美元美金，增加了260%。由此可見其藉奧運攻佔信用卡之旺盛雄心。

REEBOK將花費2000萬美金的廣告費，並贊助了3000名各國參賽選手裝備，作為使用其產品的見證人。

本屆奧運會很明顯看出，上萬名運動員21面金牌的競技，也許遠不如在奧運會場周邊商業廣告戰之激烈。

從1991-1997年的奧運前後影響期間，可以對亞特蘭大市及她所在的喬治亞州腹地來說，將有五十一億元美金的收益，同時還因奧運帶來八萬個新的就業機會。

如果，僅從本屆奧運籌備會帳面上的預算來看，總收入為十七億元美金，總支出為十六億元美金。收入最大的是：奧運電視轉播權利金五億五千九百五十萬美元美金，贊助及門票各四億多美金。

這些亞城奧運籌備會的各项收入比率為：電視轉播權利金48%、贊助廣告34%、門票銷售約10%，奧運紀念幣及標誌商品約8%。

另外，為了掌握全世界熱切注目的奧運會，所能配合最有效果的宣傳造勢促銷商機，這方面的廣告戰場，還有十億元美金的

大餅，由大家來爭食。

下列是幾個奧運廣告大客戶的驚人花費數據，以亞特蘭大為總部的可口可樂，一口氣就為奧運會作東道主的面子，投進了二億五千萬美元美金（其中包括：奧運期間電視廣告花費6000萬元美金、奧運期間免費提供所有選手、記者及工作人員之飲料及設備費用2500萬元美金、設於奧運百年紀念公園的可口可樂城2000萬元美金、贊助奧運聖火傳遞活動1500萬元美金）。

而且，很多跨國大商品絕對利用這次奧運兩百萬現場觀眾及全世界三十億的電視觀眾注目的焦點，投下天價的奧運權利金，登上這舞台做好一切各行各業獨佔市場的卡位工作。

這方面卡位戰爭的各路贏家，分別為全球性的：飲料是可口可樂、軟片是KODAK、信用卡是VISA、影印是XEROX、電腦是IBM、雜誌是時代系統的SPORTS ILLUSTRATED、電視機為PANASONIC、保險JOHN HANCOCK、快速UPS。其他奧運百年的贊助還有：電訊AT&T、計時器SWATCH、航線DELTA、大哥大電話MOTOROLA、速食MCDONALDS、啤酒BUDWEISER、銀行 NATIONAL BANK、運動服CHAMPION等。

但是，可樂2000年下一屆雪梨奧運會的電視轉播權利金，再較今年提高，而其他的廣告戰規模可能縮小，因為戰場遠離帶動世界的澳洲，澳洲僅有美國十分之一的消費市場。

而雪梨四年後辦奧運也能賺錢，將是肯定預見的。
(十四日亞特蘭大傳真)

