

# 中亞五國 踏進五環

## 蘇聯分裂後 92年他們仍合組「獨立國協」參賽 本屆他們終於可以秀出自己的旗歌

【美聯社哈薩克阿拉木圖十一日電】自從蘇聯分裂後，位於中國大陸和裏海之間的五個中亞國家——哈薩克、吉爾吉斯、土庫曼和烏茲別克，今年首度派出獨立後真正代表本國的選手參加奧運。對他們來說，是別有一番驕傲在心頭。

五國之中，只有國土最大的哈薩克，穿金戴銀的希望最濃。他

們將派出九十七人的龐大選手團前往亞特蘭大。其他四國得牌機會並不很高。不過，比起首度代表本國參加奧運的光榮來說，得不得牌反而是次要的事了。

土庫曼奧委會主席安納耶夫說：「這是向前邁出了很大、很大的一步。」土庫曼全國人口僅四百萬，這次僅派出九位選手參加，是中亞五國裡，選手陣容最「迷

你」的。但是透過電視轉播，當土庫曼人民看到國旗在奧運的開幕與閉幕典禮中飄揚時，他們將會激動不已。

九二年巴塞隆納奧運時，已分裂的蘇聯各加盟共和國，合組「獨立國協」代表隊參賽。那是他們最後一次在俄羅斯的主控下，以聯隊的形式參加奧運。直到本屆，終於可以出現他們本身的國

旗和國歌。

哈薩克的面積是美國德州的四倍多，比西歐任何一國都大。但是對這個人口一千七百萬人的國家而言，在奧運亮相，是他們躍上世界舞台焦點的難得好機會，儘管是短短一下子，也已經很不錯了。

在以前蘇聯時期，哈薩克的拳擊選手一向是蘇聯拳擊隊的骨幹。

如今也是該國奪牌的希望所在。八名參賽的拳擊手中，有些是目前的亞洲區冠軍；有些是上屆世界拳擊錦標賽的獎牌得主。另外，哈薩克在舉重、角力方面實力也很強。

哈薩克選手如果獲得金牌，將可獲得五萬美元獎金。政府還會送給他房子和車子。銀牌和銅牌得主分別獲得三萬和兩萬美元。

## 奧運前半段重頭戲：容顏 身材 美人魚

編譯 劉滌昭／綜合報導  
●奧運游泳賽從二十日展開，其中女子組的比賽，世界各國美女不但比泳技，也較量美貌與身材，必將成為亞特蘭大奧運前半段的焦點。

游泳項目比賽時間從二十日至二十六日，是奧運前半的重頭戲。今年游泳池中的第一美女，當推保持二百公尺自由式世界紀錄，同時也是模特兒的德國女將范安西克。

范安西克出生於東柏林，十歲起接受舊東德式訓練，十四歲時參加巴塞隆納奧運，獲得二銀二

銅，之後與多家企業簽約，擔任廣告模特兒，並經常參加電視節目演出，年收入超過二百二十萬馬克（約合一百五十萬美元），可說是目前世界最高薪的女子游泳選手。據報導，奧運前她在美國、墨西哥進行了三次高地訓練，將是自由式短距離項目的奪牌熱門人選。

將向奧運二百公尺仰泳三連霸紀錄挑戰的匈牙利女將艾格絲姬，可愛的笑容也令人印象深刻。她在八八年漢城奧運中獲得一金一銀，九二年巴塞隆納奧運獲得三金，去年一百、二百公尺仰泳和

四百公尺個人四式均排名世界第一。今年若能獲得二百公尺仰泳冠軍，將成為奧運史上第二位三連霸的女子選手。

另外，保持五十公尺和一百公尺自由式世界紀錄的上海姑娘樂靖宜、日本自由式代表千葉鈴等，也都是泳池中令人驚艷的美女選手。

→今年奧運泳賽美女如雲。圖為德國女將范安西克（右）和日本選手千葉鈴。



## 女排若摘金 百萬人民幣 大陸女排抵亞特蘭大做最後衝刺

記者 許瑞瑜／報導  
●大陸女排日前安抵亞特蘭大，作奧運賽前最後衝刺，為激盪「長城女排」重振在世界排壇五連冠時期的雄風，TCL電子集團特別成立「郎平大陸女排專項基金」，同時宣布，大陸女排若摘下奧運金牌，將可獲頒人民幣一百萬元。由「大榔頭」郎平領軍的大陸女子排球隊，八日由北京出發前往亞特蘭大，今年亞特蘭大奧運女排賽共有十二隊參加角逐，大陸女排是在九五年世界排球賽時，以第三名之姿和古巴、巴西一同取得奧運門票。

大陸亞特蘭大奧運女排隊的主要贊助廠商TCL電子集團，除了在出發前特別設宴替全隊壯行色外，並發出「懸賞令」，該集團表示，大陸女排若能在本屆奧運奪得前三名，都有獎金可領，金牌獎金是一百萬人民幣，銀牌五十萬，銅牌三十萬。

代表隊一行由張蓉芳擔任領隊，教練郎平、陳忠和，陪練員李勇、侯靜，球員中除了賴亞文、王怡、孫玥為九二年原班人馬外，崔咏梅、李艷、諸韻穎、吳咏梅、何琦、潘文莉、王子凌、王麗娜及

殷茵都是首次入選奧運代表隊。目前世界排名第三的大陸女排，曾在一九八一年世界排球賽、八二年世界女排錦標賽、八四年洛杉磯奧運會、八五年世界排球賽及八六年世界錦標賽中，締造空前的五連冠，八八年兵敗漢城排名第三，九二年奧運更落居第七，此番捲土重來，教頭郎平不敢抱太大希望，目標在進入前三名。

## 誰在推動奧運巨輪？也因結合商業 奧運才能延續百年

記者 朱佩雲／報導  
●與企業體合作來推動體育活動，是最有效的方式，即使奧運近年來被批評越來越商業化，但不可否認的是，這種合作關係是奧運能延續百年的重要助力。

早在百年前雅典奧運中，主要經費的來源就是「私人捐助」（占67%），才能舉辦各種比賽。而如今奧運所有收入中，與商業界的贊助和合作是奧運巨輪轉動的最大動能。其中，轉播權利金占48%，企業贊助34%，而商品

代理權、門票、紀念幣等，僅占剩餘18%。

負責國際奧會市場調查與策略中心的裴恩表示：「與企業合作，是奧運長久以來能穩定發展的重要因素。」他指出，這種合作關係不但提供奧會技術面的經驗基礎，更讓奧會有穩定收入，可不分國界來推動和平，資助各會員國，或發展少數運動，而國際奧會和它的夥伴，共同藉著「奧林匹克」這個品牌，來傳遞這些訊息。

一九二四年巴黎奧運會場中曾出現過廣告，之後奧會即嚴禁會場、衣服上不能有企業名稱或廣告看板，然而目前的結合方式，仍不免讓奧會遭到過於商業化的批評，把奧運的精神當成商品出售。

不過，國際奧會認為這並不會

影響奧會所堅持的完整性。培恩指出，贊助廠商以及電視網不只是金錢的來源，更是和他們一起傳遞「人類可以不分種族、文化、敵我，用運動這個共通語言，來創造和平的世界」最真實的夥伴。