



連載系列 (六十八)

田徑排名化 商機滾滾來

史皮耶弗提構想 藉此刺激田徑比賽的可看度

記者 高正源 / 特稿

一九九七年國際田徑總會創辦黃金聯賽起，更讓經紀人擁兵自重，因為像雪梨奧運的男女百公尺短跑名將格林及瓊絲，他們的身價已到了四百萬美元，只要在奧運奪得金牌，身價就會再翻揚。

黃金聯賽讓所有的田徑選手有了更明確的追求目標，也讓經紀人有了更多的商機，像原本對經紀人採取「鎖國政策」的日本，本屆雪梨奧運的鏈球選手室伏廣治，原本是屬於美津濃公司的職員，為了能參加在歐洲舉行的多項比賽，由公司出面向日本田徑協會申請他能有經紀人，這雖是特例，但也等於提前開啓這一道大門。

由於雪梨奧運之後，日本田徑協會已將開放經紀人進入日本市場，所以此次奧運田徑代表隊中的男子四百公尺中欄山崎一彥、女子馬拉松有森裕子，都將成為擁有經紀人的職業選手了。

除了突破日本田徑的「鎖國政策」及大陸市場外，經紀人更把目標對準肯亞，畢竟肯亞是當今馬拉松及中長距離好手的寶庫，所有經紀人無不希望從肯亞獲得更多的搖錢樹。

為了讓田徑的商機愈來愈多，匈牙利籍的亞提

拉·史皮耶弗更要利用身為物理學家的父親所設計出來的一套模式，為田徑選手開發出一套制度

界紀錄等，來吸引大家的眼光而已，只要賽會有更多賣點，商機就會滾滾而來。

計出來的一套模式，為田徑選手開發出一套制度，目標是把全球約六萬四千名實力夠的選手，依每年大約全球進行的一萬九千場競賽大會的成績，以類似網球或高爾夫的世界排名一般，由電腦統計製作出田徑選手的世界排名，藉此能刺激田徑比賽的可看度。

當然，史皮耶弗的這一個構想，希望能與國際田徑總會結合，一起共造商機，使田徑更加落實職業化之名，在他構想中，只要能使整個田徑賽季，形成一排名之競爭，不像目前只是格林、波登、強森等人亮相，彼此叫叫要破世

