

# 國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 奧運 來源 大成報 日期 89. 6. 29 版面 四版

(六) 列系載連



## 連相手心業企家11 運奧援金

伙伴佳最中口奇蘭瑪薩是 金助贊元美萬千六至千五供提定固年四每

記者 高正源 / 特稿

國際奧會的 TOP PARTNER 頂級伙伴到底是誰？大家一定會覺得奇怪，因為名單中，為什麼沒有競爭最激烈的兩家運動用品廠商耐吉與阿迪達斯在內。

可口可樂、IBM、VISA、FUJI XEROX、麥當勞、UPS、柯達、美國運動畫刊 SI、南韓三星企業 (Samsung)、日本松下電氣產業 (Panasonic)、JOHN HANCOCK：這十一家企業，就是國際奧會主席薩瑪蘭奇口中的最佳伙伴。

這十一家企業經營的層面各有不同，國際奧會則把包含餐飲業的麥當勞及可口可樂、快遞業、錄影機、電子產品業、報刊媒體及保險業都吸納在其中，每一家企業每四年固定提供五千至六千萬美元的贊助金，支持奧運會，成為國際奧會推動會務的生命力來源，其中除了日本松下電氣產業及南韓三星企業，另九家都是美國企業。

國際奧會為何會想出這個點子，主要是一九八四年洛杉磯奧運大大地成功示範承辦奧運也能賺大錢後，再看到八八年漢城奧運立刻享受到這項利益，因此，國際奧會在薩瑪蘭奇的主導下，於一九八八年漢城奧運期間，就開始尋找願意長期成為夏季奧運及冬季奧運贊助者，設立了英雄榜，結果這十一家好漢，就站上了 TOP 榜。

他們為什麼願意花這麼大的一筆數目，只是想國際奧會的 TOP 榜留名嗎？日本松下電氣產業放送系統事業部理事山本克彥說：「現在全世界不論是哪個角落，都知道 PANASONIC 是精良放送機器、電視產品，透過奧運的傳遞，PANASONIC 讓世界所有人認識，已充分得到了贊助奧運的價值。」

松下電氣國際宣傳部長遠山信樹也說：「松下電氣因此取得世界的信賴，這是非常具有意義的。」

所以，松下電氣在這四年內投資了六千萬美元的贊助費，目的也在本屆雪梨奧運會讓全世界人都看到 PANASONIC 的大型聲幕。

