

## 如新公司經理曾秀如

### 產品贊助中外觀眾有落差

**記者 朱逸寧／專訪**

有些企業以金錢贊助體育，有些企業則以產品贊助，美商如新公司台灣分公司公關經理曾秀如說，該公司贊助我國亞奧運選手，便以產品為主，但在贊助過程中，發現部份運動員未將產品物盡其用，顯示培訓單位欠缺指導運動員如何使用輔助食品的專業人員，這部份屬於科學化增強運動能力，我們的觀念和做法都落後西方國家。

曾秀如說，經濟大環境不佳，企業回饋體育界的熱度有減退，但對製成運動用品的業者而言，因為本身產業和運動界分不了一家，所以贊助案還是照樣進行，該公司便在兩年前和中華奧會簽訂贊助約，專案編列八百萬經費，以產品加經費方式贊助亞奧運選手，直到兩千年雪梨奧運結束。

由於如新公司製成營養補助品，多年來在美國和其他地區，一直贊助許多優秀運動員，過去的花蝴蝶葛瑞菲絲和現代職籃巨星卡爾馬龍都是該公司的贊助對象，產品引進國內後，最近幾年才開始贊助國內運動員，最大的贊助案就是亞奧運動員這個專案。曾秀如說，贊助的目的是希望運動員使用輔助食品後，真的能發揮效用，提升他們的比賽競爭能力。

然而，輔助食品在國內體育界，還是新觀念，大家都不了解

應該怎麼使用才會發生作用，培訓單位也欠缺這方面的專業人員，業者雖然有專家，但是培訓單位不願沾上圖利廠商的麻煩，無法安排業者和培訓運動員面對面，以致贊助產品交到運動員手上之後，有些胡亂服用，有些棄如敝屣，雖有部份正常使用，還是覺得浪費，眼看運動員成績沒進步，大家都著急。

因此，曾秀如認為，西方有許多使用輔助食品後大大提升運動能力的例子，我們的培訓單位應該加強這方面專家的培育，贊助產品才能物盡其用，對提升運動員競爭力也有正面幫助，運動員成績好，出去比賽表現傑出，便能帶動更多人投入運動競技行列。此外，曾秀如說，贊助過程中發現，許多運動員深感前途茫茫，擔心成績不好往後不知如何生活，建議政府應該多為運動員的將來出路鋪陳，才能鼓勵運動員全心投入。



曾秀如 記者朱逸寧／攝  
馬達政 記者吳政勳／攝

## 立法總是慢半拍 缺少明星帶動唱

**記者 姚瑞宸／專訪**

「政府應制定有前瞻性的體育政策，規範遊戲規則，以抵稅等方式獎掖企業界，才能提升企業贊助體育的誘因。」十三年來參與主辦三商高爾夫球名人賽、四年的三商虎領隊經驗，使三商行副總經理陳玉書對國內體育環境的諸多問題感觸良多，他指出：「政府政策的制定，趕不上企業發展的速度，是許多運動發展的共同難題。」

雖然三商已從職棒的行列退出，但贊助的運動項目還很多，包括高爾夫球賽、壘球和慢跑，陳玉書說企業的行銷概念急速成長，「運動行銷」和「事件行銷」是常用的方式，多數企業對贊助體育以塑造企業形象有濃厚興趣，但投資必須要有相

成長的部份都在二十五歲以上的業餘球友，具有前瞻性的青少年球員，不但沒有增加而且缺乏有計畫的培訓，使國內領有PGA執照的職業高球員只有百人以上，在青黃不接狀況下，很難期待出現一個像老虎伍茲的球員帶動高球的發展，他強調：「高爾夫應在休閒式全民運動發展或視作負有奪牌任務的競技項目，是體委會必須趕快規劃的方向。」

對的價值回收，如果所獲得的效應是負面的，企業當然會望之卻步。

以職棒為例，陳玉書認為這雖然是商業行為，但也佔用了許多的社會資源，政府應像管理銀行業一樣，設計一套管理和遊戲規則，不應完全放任自由競爭。

即使是高爾夫，政府也沒有一個明確的策略和發展方向，「三商名人賽舉辦十三年來，參加和得獎的人都是些老面孔，其間只有洪家煜等一、兩名新人出現，本土球員沒有表現，是有可能影響企業贊助的意願。」陳玉書說道。

他指出，高爾夫運動人口，雖由十幾年前的三十萬成長至今天的一百萬人，但李登輝總統曾希望每座高球場培育一、兩個自己的球員，目前全台各地擁有上百座的高爾夫球場，但運動人口急速成長，球場老闆在生意考量下，不可能撥出時間、場地、經費來培育年輕球員，「培養一個職業高球員要花十幾年時間和五百萬元以上經費。」陳玉書說，政府沒有抵稅之類的獎勵條例，很難期待球場和企業再投注資金在球員的培訓上。