

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 企業贊助 來源 民生報 日期 801206 版面 二版

奧林匹克、孔方兄 愈走愈近

商業介入國際奧林匹克活動，雖是經濟後盾，却也引發一些負面影響；但兩者間互蒙其利，也必能取得平衡點。

記者 江彥文／報導

●商業化介入奧林匹克活動的利弊如何？國際奧林匹克學院講師李卡斯卡與3M遠東地區主管紀博格，均持肯定看法，認為兩者之間可以找到絕佳的平衡點。

第14屆中華奧林匹克研討會昨天研討本屆主題「商業化與奧林匹克活動」，由李卡斯卡女士主講，並邀請紀博格以贊助廠商立場說明近年商業與奧林匹克活動之間如何互蒙其利。

李卡斯卡首先談到「業餘主義與資格選拔」受到商業化的影響，以往參加奧林匹克運動會必須具備業餘資格的概念已逐漸被排除，而代之以適用於現今生活的實用處理方式，包括由運動員所屬之國家奧會或運動協會授權負擔其因參加奧運會及國際運動比賽離開工作單位導致的財務損失，而補償金額不得超出同時段工作所得等。

她指出，高水準的運動活動須仰賴大量的經濟後盾，而商業化的介入也無可避免

的引發一些負面影響，如日益增加的經濟報酬，導致醫學禁藥的濫用；兒童過早開始訓練導致犧牲正常發展等問題。不過這些問題，IOC都已注意到，並積極謀求對抗方法。

李卡斯卡表示，為了確保商業化的介入後的積極意義，IOC委託國際運動休閒公司策劃一套名為「TOP」的市場計畫，為奧林匹克活動節檢，尋求「合於與奧林匹克籌備委員會合夥資格」的廠商，IOC並定期評估

其合作成果與合約內容。

透過此一市場計畫，一個財務充裕的國際奧會得以資助世界各地的奧林匹克活動與信念、精神一致的各國家奧會。

3M遠東地區主管紀博格指出，3M公司自1986年，

成為國際奧會TOP計畫的贊助廠商，初期仍看不出回收效益，近年則感覺到3M藉著參與奧林匹克活動，深入世界各地，他認為，商業化與奧林匹克精神之間取得平衡點，對兩者是互蒙其利的。

