

(十) 列系載連



不做現場直播 NBC還是有賺頭

記者 高正源／特稿

NBC因時差因素，已決定雪梨奧運不對美國進行現場直播的工程，廣告收入會受影響嗎？二〇〇二年鹽湖城冬運受賄醜聞影響，會影響到NBC賣廣告嗎？對NBC來說，一點都不會，他們還充滿信心地要在雪梨奧運做到七億八千

萬美元的廣告量。NBC以七億五千萬美元買下雪梨奧運

運電視轉播權，比一九九六年亞特蘭大奧運的四億六千五百萬美元，又多出了三億六千萬美元，而上屆亞特蘭大奧運，NBC廣告賣了六億多美元，本屆雪梨奧運的目標是七億八千萬美元，等於比上屆要多做出了一億美元的廣告量。

目標訂得很高，但雪梨奧運期間因時差及英特爾網路的關係，不對美國本土做實況轉播，真的不會影響到廣告的收入嗎？NBC很樂觀的估計，不但不會，他們還要像前兩屆奧運一樣，再賺一筆。

NBC有鑑於雪梨與美國東岸有十五小時時差，而雪梨奧運決賽，尤其是最能吸引美國人的田徑及游泳比賽，都無法在美國的黃金時段播出，所以決定都用錄影轉播的方式播報奧運競賽訊息，會如此考慮，

評估重點反而是在收視率及廣告收入上，也因為考慮的是在能吸引廣告廠商上門的收視率上，所以NBC很有把握即使沒有做現場直播，廣告廠商的鈔票，還是會如預期滾進他們的口袋中。

也因此，NBC本屆奧運的轉播時間只定一六二·五個小時，而同意有線電視轉播二七九個小時，且美國民眾還可從英特爾網路及時查詢到比賽結果。

從雪梨奧運、二〇〇二年鹽湖城冬運、二〇〇四年雅典奧運、二〇〇六年冬運及二〇〇八年奧運，這五屆奧運國際奧會單是從NBC就獲得了三十億七千萬美元的電視轉播權利金，難怪國際奧會握著NBC的手說：「這真是長期確保的安定財源呢！」