

國立臺灣體育大學圖書館剪輯資料

分類 世運會 來源 中國時報 日期 98.5.28 版面 三版

高

The World Games
2009 Kaohsiung

2009.7.16-26

高雄世運倒數49天

讓世界走進來 系列報導

贊助商力挺 世運品牌價值提昇

曾文祺／台北報導

高雄市長陳菊昨日與28家世運贊助廠商歡聚台北，她感謝的說：「這是台灣歷史的第一次，我們有機會行銷台灣，展現台灣實力；如果世運圓滿成功，得感謝贊助廠商幕後支持。」由於一些國際大廠商與世運結合，對世運的「品牌價值」有很大的形象提昇。

在亞、奧運等大型國際賽會的運動場上，無論你是來到賽場，或是透過電視的轉播，一定可以看到許多知名國際廠商的logo商標。

一旦高雄世運鳴槍，你也會看到很多國際大廠的商標。這便是高雄世運與28家贊助商克服全球金融海嘯風暴，共同努力創造出的「作品」。

2009世運共計有28家贊助廠商，贊助的內容分為現金與物資兩大類，其中現金贊助部分一共達4005萬元。

物資部分含4000多位選手比賽時所需的運動飲料、礦泉水、交通車輛、日常用品等，約達7000

萬。

在昨日的贊助商簽約記者會上，陳菊一再感謝贊助商的力挺，她也特別點出了一個很正面的指標：「政府與民間可以緊密合作的，這對城市、社會是非常重要的事。」

高雄世運現金部分贊助商有：中鋼、台電、台灣中油、馬里亞納、可口可樂、中華郵政、小港醫院、高醫、台糖、鮪軒、新光人壽與Zespri。

物資部分：福斯汽車、可口可樂、中華電信、中華航空、馬里

亞納、7-11超商、家樂福、瑞士天梭表、中興保全之立偉電子、馬桶洋行、偉盟工業、高鐵、全聯福利中心、叮嚀（防蚊液）、鮪軒、好客來衛星計程車、哈米爾、多樂、日東電工、星巴克。

以現階段高雄世運的門票販售情況來說，開、閉幕式門票最熱，陳菊喜孜孜的提到：「7月16日開幕式門票已經全部賣光，閉幕式門票也賣了7成5以上。」陳菊道出開、閉幕門票的銷售情況，用意是強調整個台灣社會對世運是非常關心的。



▲世界運動會組織委員會基金會27日舉辦與贊助商的簽約儀式，高雄市長陳菊（左）在廠商代表前倒入慶祝的香檳，預祝世運會圓滿舉行。（鄭任南攝）