

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 體育評論 來源 民生報 日期 780221 版面 五版

台北國際馬拉松的新方向

● 孫祥麟 ●

台北國際馬拉松已在熱烈的氣氛中舉行。與會者有二萬人，包括許多國際的好手，跑在台北街頭，猶如奔騰的萬馬，聲勢浩大，場面壯觀。台北國際馬拉松的舉辦，有多方面的意義。除了帶動我國長跑運動的發展外；都市人接受此一活動，為台北市的早晨注入昂盛的活力；而全國田徑協會卯足幹勁，不眠不休，長期投注以求辦好比賽，貢獻卓著，亦值得肯定。

今年馬拉松比賽的水準與素質，較之往年，大有進步，規模也相對擴大。外國好手來自歐洲、非洲、東北亞、澳洲、中南美等各地區，真正已邁向國際化。顯然，台北馬拉松已受到國際的矚目，以後的遠景看好，必然會愈辦愈成功。

儘管台北國際馬拉松已是一個成功的賽會，但自不能滿足於現狀，而可更上層樓。以前國際間重要的馬拉松活動之間，促銷與競爭的情況而論，提高獎金，吸引世界頂尖好手來華，甚至邀請世界田徑界領導人士前來參觀，相信會有助於提升台北國際馬拉松的國際地位。

在田徑協會朝著「國際化」的方向舉辦台北馬拉松之時，提高國內競爭力，讓我們的選手有足夠的實力，跟外國選手一較高下，當更能使台北馬拉松精采刺激。而要提升國內選手的成績，則選手與比賽、獎勵、馬拉松與企業界相結合，雙管齊下，方能竟其全功。以奧運金牌選手洛培茲、莫塔，及波斯頓冠軍潮古利彥為例，無一不是由金融、食品等大企業長期支持者。選手無後顧之憂，才能全部時間、精力，投入最艱苦的訓練。

像上述三位選手，在他們本國比賽時，代表的是企業單位；參加奧運或國際馬拉松，則代表國家。經由電視轉播，全球都可看到選手邁向成功，拿到金牌的實況，人人皆知選手所代表的單位，故對一家有規模的企業來說，既為國家提供最大貢獻，為社會盡最大服務，又宣揚了自身的企業文化，一舉數得。

其次，國內的馬拉松活動仍不夠多，有待加強推廣。選手可參加的比賽一多，獎金、獎勵隨之而來，可直接帶動成績的進步。田徑協會已在這些方面再下功夫，相信我國馬拉松的進步會加快腳步，台北國際馬拉松也自然能在世界田徑長跑舞台上，佔有重要的地位。