

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 運動場館 來源 民生報 日期 790727 版面 四版

金人隨筆



各自在都市母球場 安家落戶

●台灣的四支職業隊要想有長遠的發展，走「母球場」路線在各自的都市生根將是關鍵。

台北市有兩個球場的話，可以容納兩支職業隊，其餘的要去台南、台中、新竹、高雄安家落戶，成為地方都市的代表，努力地打入地方階層，甚至變成地方都市的體育象徵。

目前，統一隊以台南為家，中南部的人同情弱者而偏好統一，兄弟、三商、味全都集中在台北，誰才是台北市的代表性球隊，答案是NO。

兄弟隊禮貌好，從業餘時代起，球迷也是基於同情弱隊心理給予鼓勵，加上兄弟隊曾老教頭治軍嚴謹，紀律與風度最佳，所以現在大家都喜歡兄弟隊。

這種現象要長久維持，很難，老打最後一名，老是贏少輸多，球迷會失散離開的，必須有其他的方法來抓住球迷的心。

球賽的「競爭力」要延伸到職業棒球的經營上，而「母球場」的制度就非走不可的一條路。以兄弟隊為例，一個球季九十場比賽，若有四十五場是在母球場比賽，則所有人員與球隊傾全力去推銷門票，製造母球場比賽人山人海的盛況，經營才能奠定良好的基礎。職業棒球是「表演」、「娛樂」，為什麼不自己去促銷門票？

再者，台北市各階層都是兄弟隊延伸觸角的地方，公共關係做好了，大大小小的啦啦隊組織將能成立，職業球隊的社交、社會關係、參與地方公益活動，在在都能加強都市人對職業球隊的進一步了解。

兄弟隊在台北市的情況是應如此，高雄市、台北市都需要有自己的代表球隊，各自在無形之中競爭的結果，聯票賣出六成、七成，球賽不怕沒人看，龐大的社會力量關切球隊，自然能督促球隊提升實力，長期職棒的真正競爭是應該建立在這樣的基礎上的。

