

繽紛己卯 梅竹記事

己卯梅竹後援會主席 鄭緯綸

話說三十年前位於竹塹城的交大、清大為增進兩校交流
仿效英國牛津、劍橋的划船賽
舉辦一場體能與技藝的競賽
為紀念對兩校有卓越貢獻的交大凌竹銘、清大梅貽琦校長
將這場深具時代意義的競技命名為梅竹賽
從此，交大便以勁竹自許，等待著與新竹城的美麗邂逅
三十個年頭的等待
勁竹交大與風城新竹終於在世紀末的最後一場梅竹賽結緣
風城一竹歃血為盟、立誓從此休戚與共
在風土人文學術科技的世界級舞臺
以前所未有的城市慶典
為二十世紀最後一場梅竹賽劃下句點
而這個句點
更是開啓二十一世紀的一把鎖
勁竹交大、豪氣干雲，風城新竹、歷久彌新
讓這場世紀盛宴，跨越到下一個世紀

繽紛燦爛的己卯梅竹賽終於落幕，交大也終於一償多年來的宿願獲得最後的總錦標。有趣的是，今年的梅竹賽期間交大校園內一改過去滿坑滿谷的標語、旗海等形式的造勢，取而代之的是具浪漫情調的燈海、繫鈴以及詼諧可愛的青蛙圖形，整個校園看似沒有什麼戰事即起的緊張氣氛，其實卻暗潮洶湧，是交大近年來氣勢與鬥志最高昂的一次。這其中有許多作法與現象是值得討論以供未來梅竹賽作為參考的。

一、形塑校園文化

有一個有趣的現象，交清大梅竹賽進行的時節正值台大杜鵑花節，我們可以發現杜鵑花節是全國性新聞媒體自然會轉播的一項重要校園節慶，然而梅竹賽所有在TVBS上的轉播與新聞卻都是經過一番努力交涉的結果，是因為具三十年歷史名校對抗的梅竹賽不比台大校內的杜鵑花節嗎？追根究底我們認為因為杜鵑花節代表著校園文化的延續，而梅竹賽傳統雖在，文化卻已漸漸流失。

二十多年前的梅竹賽由於學校人數不多，是全校動員的盛事，當時兩校學生由於梅竹賽而打架或男女朋友分手是司空見慣的，並不是說打架或分手是好的，然而隨著學校人數增加，學生對梅竹的熱誠一年比一年冷淡卻是不爭的事實。漸漸地，現在提到交大，大多數人的第一反應即是理工背景、網路發達的校園文化，而淡忘了深具傳統的梅竹大賽了。當我們提到牛津或

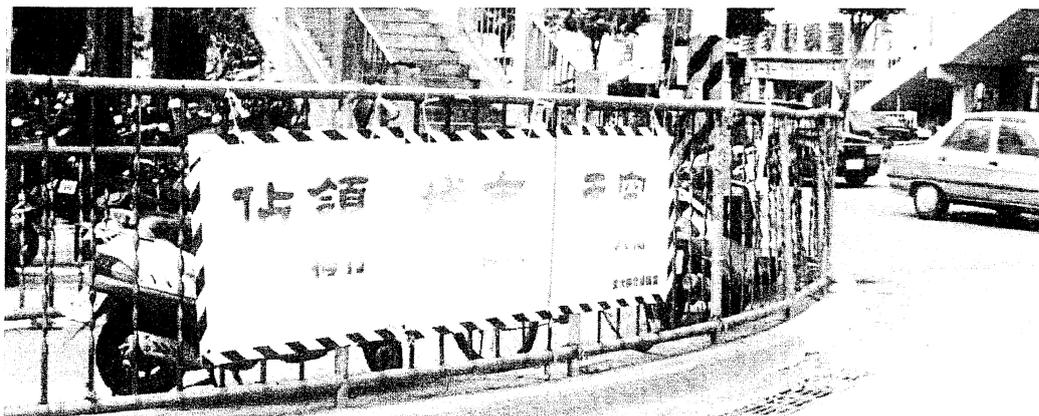
思園記事

劍橋時就聯想到划船賽，提到史丹佛或柏克萊就想到他們的名校對抗賽，相較之下，交大、清大在這三十年來經營的梅竹賽確實是還有許多需要加強的！在我們與多年前的學長接觸時，發現許多已是大企業負責人的學長對梅竹的熱衷猶勝在校的同學，總使這些學長唏噓不已。聯強國際總經理杜書伍校友(此次交大梅竹後援會榮譽主席)與我們討論梅竹活動時，和他清大畢業的特別助理總是津津樂道於過去兩校全校動員激烈競爭的盛況，他特別提到過去的清大人數雖少，但格外團結，更透過梅竹賽的歷練造就了現在許多社會上的菁英人士。近年來，雖然交大蓬勃發展，校區擴大，人數增加，在高科技領域亦執世界之牛耳，然而總給人不修邊幅、缺乏人文素養的印象，一直到他出社會成為大企業領導人，才發現梅竹精神與人文素養的重要性。杜學長的一席話給了我們很深的啟發，因此今年梅竹後援會的所有活動最終目標即在於既有的校園特色與優勢中，積極的開創更開闊的校園文化，企圖形塑交大一個具傳統、人文、高科技而開放積極的形象。因此諸如利用網路熱烈討論、網頁製作、開放式演唱會、浩然圖資中心廣場園遊會、燈海繫鈴風車、交通看版、祭鼓遊行、潑水節、城市慶典文宣、青蛙罐頭工廠等等，都是以在既有之特色中形塑校園文化為出發點。

二、 交大起舞、新竹動起來

此次梅竹交清氣勢強弱之關鍵，我們認為在於定位之格局不同。清大以其於梅竹賽中代表梅，因此以所謂梅族作為造勢主軸，號召清大族群參與梅竹。而交大以竹群融合為中心思想，立竹風城為口號，將代表竹的交大與竹塹城做一整合，使勁竹交大與風城新竹同生共榮，於是全新竹市民亦可為交大後援會的成員，而交大後援會也永遠為全新竹市民後援。基於此一理念，此次所有造勢活動不但在校園內的部份歡迎市民參與，更積極走出校園走入市區辦活動。我們期盼交大不單是在校園內起舞，更要帶動新竹動起來，從此勁竹與新竹的竹群能夠同樂共榮，舉辦於市立體育場的TVBS萬人演唱會即是一例，除了邀請清大的學生外，更吸引了大量的新竹市民擠滿了市立體育場，是新竹地區近來最盛大的演唱會。

不單如此，我們亦希望在竹群中是不分族群階級的，因此我們不只在誠品書店放置宣傳品，更大膽的在光復路上的檳榔攤張貼海報放置城市慶典文宣，期許檳榔攤也能成為城市中另一種傳播文化的媒介，在不久的將來檳榔攤也能發放文化中心的藝文資訊、市府的政令宣導等，發揮在地文化傳媒的功能。也許第一次的嘗試並未臻於完美，但至少提供了一個未來的方向與可能性，也引來了TVBS台灣念真情節目的採訪。相信能引發更多有心人的關注，讓我們更期待未來交大與新竹城的共舞。

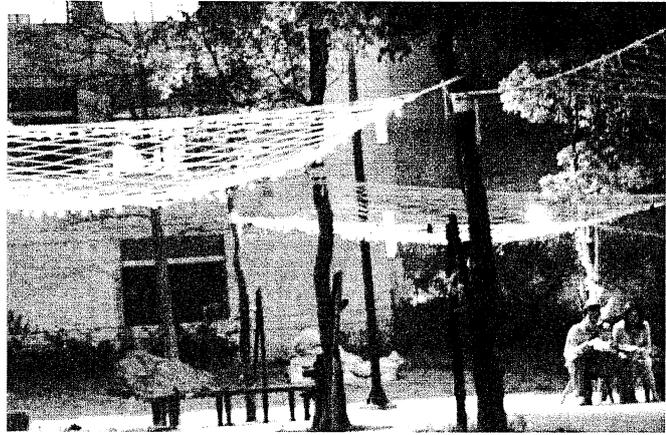


設於清大天橋下的造勢看板

思園記事

三、校園文化行銷與城市公關

也許有人要質疑，校園的歸校園，城市的歸城市，何以要將校園文化與城市公關擺在一起呢？我們相信大學該是城市進步的元素與動力，而城市也應為大學最佳的教室；因此一個進步的大學不可能存在於一個頹圯的城市，而一個進步的城市不該存在著頹圯的大學。因此校園文化與城市有部份整合的必要性。首先，我們來討論校園文化何以需行銷，這就如同一項產品乃至於個人藉由行銷來提昇其價值，進而明確其定位，尋得最佳的市場，校園文化同理亦當找尋其明確的定位與存在的空間，藉由行銷的概念以提昇其價值。四月份正在舉行的劍橋牛津划船賽，經過全球性媒體的報導，透過電視螢幕看到河道兩岸綺麗的風光和情緒高昂的人群，令人心生羨慕，相信在全球各地的電視螢幕前，也有著無數嚮往如此深具歷史文化校園的學子。由此可知校園文化行銷的重要性，不只為校園文化求得延續生存的空間，更為學校吸引認同其優良文化的莘莘學子。優良傳統需要延續，特色文化需得發揚，而透過大眾傳媒或其他行銷活動使得優良傳統或特色文化廣受社會大眾所知曉才能使其獲得延續與發揚。



燈海活動

其次，城市公關為何又會成為梅竹賽的重點之一呢？姑不論城市公關的內涵與重要性。此次梅竹賽受蔡仁堅市長的重視，宏觀的將其視為新竹城的重要城市慶典，而所有活動新竹文化中心也義務廣為宣傳，使得梅竹賽不單受到新竹市民的重視，也讓全國的民眾同時更進一步的瞭解新竹城與交清大。可以想像在不久的將來，梅竹賽期間將成為新竹的重要旅遊季而交清大也能在此時綻放最耀眼的光芒。新竹有世界級的一流大學，有世界級的科學園區，是台灣一流的歷史文化古都，我們相信藉著整合行銷的力量，能為梅竹賽與新竹實現一個世界級的夢。

回顧己卯梅竹，尚有許多我們來不及做到或還沒發展成熟的概念，還需要時間來累積，梅竹後援會目前正在著手整理資料試圖勾勒未來的藍圖，以提供未來的交大人在舉辦梅竹慶典時的參考。展望下一個世紀的梅竹賽，我們期許更開闊的梅竹慶典文化能在世界的舞臺上發光發亮，更希望所有交大人都能以此文化傳統為榮。

回顧己卯梅竹，尚有許多我們來不及做到或還沒發展成熟的概念，還需要時間來累積，梅竹後援會目前正在著手整理資料試圖勾勒未來的藍圖，以提供未來的交大人在舉辦梅竹慶典時的參考。展望下一個世紀的梅竹賽，我們期許更開闊的梅竹慶典文化能在世界的舞臺上發光發亮，更希望所有交大人都能以此文化傳統為榮。

梅竹後援會贊助校友

贊助人	企業	金額
杜書伍	聯強國際股份有限公司總經理	20000
邱羅火	富鑫顧問有限公司總經理	10000
施振榮	宏碁電腦股份有限公司董事長	5000
段鐘潭	滾石唱片總經理	5000