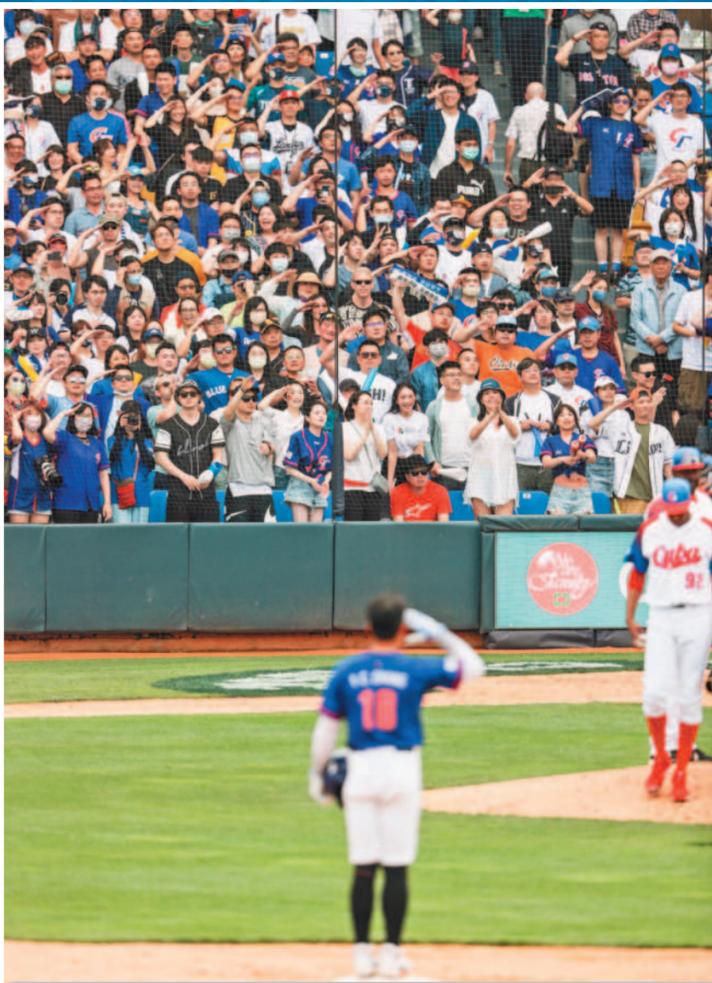


# 熱棒掃全台 感謝中華健兒

## 經典賽無緣8強 奮戰到底贏得球迷尊敬 上壘敬禮、台式應援 大聯盟盛讚



←中華張育成（前）敲出二壘打，打進全隊唯一得分，嗨翻現場球迷，紛紛向張育成敬禮致意。圖／中央社

↑中華隊結束經典賽賽程，圖為昨日對陣古巴之戰結束後，球員難掩落寞，前往投手丘向球迷致意。圖／美聯社



←啦啦隊「經典女孩」賣力的帶動現場球迷應援，獲MLB專文報導讚賞。圖／中央社

【記者張哲郢台中報導】隨著陳晨威出局在一壘前，中華隊昨天1：7敗給古巴後，2023年第5屆世界棒球經典賽旅程落幕，中華隊2勝2敗的成績雖沒能前進8強，但捍衛主場、奮戰到底的精神，讓全球球迷動容。背負輸球即淘汰的壓力，中華隊前兩戰發揮亮眼的打線遭到古巴投手群封鎖，全場僅敲出4安打，直到九局上才由陣中最強打者張育成的二壘打破蛋。

### 扳倒外隊球星 A組大冷門

古巴則是全場敲出13安，阿魯耶巴魯耶納（Erisbel Arruebarrena）與孟卡達（Yoan Moncada）2名強打同場開轟，靠著凶猛火力擊敗中華隊。落敗後的中華隊，由於前3戰失分過多，即便戰績跟其他隊伍同為2勝2敗，比較失分率，中華隊居於下風因此遭淘汰，這讓輸球後的中華英雄們，個個淚灑賽場。賽會打擊率高達4成38、敲出2轟的張育成表示，原以為中華隊能晉級，知道失分不利

後情緒忍不住，但他很謝謝球迷把他帶進中華隊，才能有這次經典賽的好表現，回到美國職棒MLB後，會帶著隊友的力量展開新赛季。起初張育成為了拚新約婉拒徵召，在多人勸說下才點頭參戰；面對外隊滿滿大聯盟球星，中華30人僅張育成有大聯盟合約，經典賽開打前，中華戰力評估排在倒數，並不被看好能從A組出線，首戰5：12敗給巴拿馬後，批評接踵而來，但中華並未氣餒，接連扳倒義大利、荷蘭等擁有眾多大聯盟球星助陣的隊伍，努力維繫晉級希望，如此表現被大聯盟記者形容是「A組最大冷門」。

### 拚勁感動世界 韌性排第1

從熱身賽無安打，到經典賽以3成57打擊率，成為球隊攻勢發動機的陳傑憲表示：「我們的資歷沒有其他國家顯赫，但我們的韌性比其他國家還強。」經典賽睽違10年再次於台中洲際球場舉辦，中華隊雖沒能複製10年前的成績，卻打出

令人感動的比賽，首度入選中華隊的吳念庭認為：「因為棒球，讓世界看見台灣，我好喜歡這團隊，好想跟這團隊繼續打下去。」如同吳念庭所說，在洲際舉辦的經典賽，特別是中華隊場次，數度登上大聯盟官網，包括張育成與地球迷建立的「上壘敬禮」默契，還有道地「台式應援」響徹雲霄，讓大聯盟特地撰文報導，稱這是一種藝術。另外，中華與日本在本屆經典賽預賽分屬不同組別，但賽後不論輸贏，都有向觀眾鞠躬的文化，主辦單位在官方IG貼出兩隊鞠躬的畫面剪成一支短片，貼文寫道：「感謝主場的觀眾。」不少外國球迷留言稱讚「令人尊敬」。中華隊預賽4場比賽，場場爆滿擠進2萬球迷，對比開幕前一面倒不被看好，縱使輸給古巴導致沒能晉級，但中華好手們卻贏得所有對手與球迷尊敬。中華隊總教練「餅總」林岳平說：「我們很珍惜從集訓後這一個多月的時間，沒有達標但大家看到我們的拚勁，往後我們還是會繼續加油，中華隊，繼續加油。」

# 人間福報

The Merit Times

創辦人 星雲大師  
發行人 慧傳法師  
創刊日：2000年4月1日  
第8289號 每份訂價10元  
讀者專線：0800-087-828  
訂報服務：02-8787-4005



9 771607 978009

### 新聞提要

#### 2 焦點

陸拚突圍  
李強內閣大換血

#### 3 綜合

防帳戶被盜  
4月1日強化電支驗證

#### 4 國際／兩岸

矽谷銀行倒閉  
衝擊歐亞新創圈

### 今日天氣

地區	氣溫℃	天氣
台北	15~16	陰天
桃園	15~18	陰天
新竹	15~19	陰時多雲
台中	16~23	晴時多雲
南投	15~22	晴時多雲
嘉義	15~22	晴時多雲
台南	16~23	晴時多雲
高雄	18~23	晴時多雲
花蓮	17~19	陰天
台東	18~21	陰時多雲

### 世界天氣

地區	氣溫℃	地區	氣溫℃
東京	7~18	香港	18~24
曼谷	27~34	福州	10~17
雪梨	20~23	昆明	8~18
洛杉磯	12~18	武漢	6~19
紐約	4~7	上海	5~15
里約	23~31	南京	4~16
日內瓦	8~19	西安	2~18
倫敦	10~13	青島	4~9
羅馬	9~17	北京	2~16
約堡	15~25	瀋陽	-7~5

## 美國新興媒體公司 打造「Z世代新聞」

【本報綜合外電報導】近年來，全球媒體公司祭出千方百計，嘗試吸引20多歲的年輕讀者成為新訂戶，但大多未見顯著成效；即便如此，

美國紐約新興媒體公司「新聞運動」（The News Movement, TNM）認為，要吸引年輕人，最直接的方式就是在抖音、Instagram、YouTube、推特等社群平台發布新聞。

根據國際管理諮詢公司奧緯諮詢（Oliver Wyman）及TNM合作的民調顯示，25歲以下的年輕人中，高達60%從社群平台知曉新聞；另外一項研究則反映，Z世代沒有上一代那麼看重傳統新聞機構。鑑於以上2點，TNM摒棄架設新聞網站及App，以現有社群平台經營年輕讀者。

TNM記者平均年齡只有25歲，TNM總裁、創辦人之一貝施提（Ramin Beheshti）及另一創辦人道瓊社前執行長劉易斯（Will Lewis）以「內容多樣性」為主要執行方向，除了與美聯社等傳統媒體公司合作，為其製作抖音短片，也打造自己的內容小隊，推出獨創單元。

例如：「新聞懶人包」Snapchat短片，一邊以旁白解說美國期中選舉等新聞，一邊播放馬匹梳毛、花朵生長等「令人平靜」的畫面；「跟我一起準備」（Get Ready with Me）由2名女子主持，兩人一邊準備上班，一邊聊最近的新聞，打破新聞就該嚴肅、沉重的刻板印象。

貝施提表示：「看新聞不應該像是在工作，應該是日常生活中的一部分。」TNM也向其他媒體品牌分享與年輕族群接觸的經驗，同時協助老牌媒體建立自己的社群團隊。

過去曾為青少年電視台「尼克兒童頻道」（Nickelodeon）製作兒童及青少年新聞節目《尼克新聞》（Nick News）的艾勒比（Linda Ellerbee）表示，在多數失敗案例中，媒體公司都低估年輕人的理解能力，用過於上對下的口吻報導新聞，另一個誤解是，以為年輕人對什麼事都不關心。



TNM的記者平均年齡25歲，負責在各個社群平台上製作新聞，吸引Z世代讀者；圖為一名TNM記者用手機錄製抖音新聞影片。圖／美聯社