

# 中國品牌的奧運之旅

### 牽手奧運成為國際企業從國內轉向國際市場，從本地轉向全球，聯想上演了一幕奧運好戲。與賽場上各國運動員的競爭一樣，各個品牌的競爭也在奧運會上進行著。



圖為北京奧運會開幕式上，中國代表團成員在進行宣誓。

花費巨資投入奧運會不值得，完全是場空。不過現在，楊元慶驕傲地表示：“今天看來我們賺到了！”

聯想在成為奧運TOP企業後，其影響力迅速擴大。楊元慶回憶過去幾年的經歷時表示，2004年當聯想與奧委會簽署協議時，這是一家本土公司，但當時聯想就已經明確通過奧運實現中國企業戰略，並在2004年購買IBMPC，不斷強化海外業務的拓展。通過一系列的投入，在過去的3-4年間，中國以外的知名度有明顯提升，並成功地與全球瞭解，這些都與奧運密不可分。

據瞭解，聯想的技術服務計畫將為2008北京奧運會提供15000台台式電腦、筆記本、伺服器、桌面印表機、顯示器等計算設備。北京奧運會運營的各個層面，從設計、系統、賽場設備系統、評論員資訊系統、到資訊分發系統；從比賽管理系統、人員安排和調度系統、審查系統、到認證資訊系統；從交通系統、到組委會資訊系統等，都將在聯想的技術服務上運行。

聯想還將通過IT運營服務計畫，提供專家管理、系統維護、場館運營支援、運營規劃、奧組委系統支援等一系列的運營服務，並以近百位元歷屆奧運會考卷的經驗工程師為班底，打造500人的奧運精英服務團隊，為2008北京奧運會提供3000人/月的技術服務。

同時聯想影顯中國實力在奧運盛會上，越來越多的運動員將身著中國品牌的運動裝備出現在國際競技場。

與賽場上各國運動員的競爭一樣，各個品牌的競爭也在奧運會上進行著。

作為中國體育品牌的代表，李寧公司在爭奪北京奧運會委聘時輸給了阿迪達斯，但這絕不意味李寧牌將失去在奧運會上展示的機會。李寧將為2008年北京奧運會中國奧運軍團跳水、體操、乒乓球和射擊4支“夢之隊”提供比賽服裝和裝備。這四支球隊在2004年雅典奧運會上取得的金牌數超過中國隊金牌總數的一半。在本屆奧運會上觀眾們可以看到有精彩的一幕，各主要項目的選手們在比賽中穿著的都是青一色李寧牌服裝，而站在頒獎臺上的中國選手則立刻改穿阿迪達斯服裝。

在李寧公司舉行的發佈會上，四支國家隊奧運參賽隊令人印象深刻，包括威風凜凜的中國龍、展翅欲飛的火鳳凰、高貴典雅的牡丹花，還有如意和古代陶器上似曾相識的各種紋路。李寧公司奧運項目經理簡傑介紹，奧運參賽隊不僅要讓運動員穿得美觀舒適，更重要的是能幫助他們取得好成績。根據每項運動的不同特點，每支金牌運動隊的參賽服在設計上也各具匠心。乒乓球隊的服裝採用了4D立體剪裁技術，運動員做任何技術動作都會感到舒適自如；跳水服裝的水槽設計可以便運動員走出水池後在短距離內排幹身上的水；體操隊在背部和腰部做了大量的拼接設計，既透氣又靈活。

從1992年巴塞隆納奧運會到2004年雅典奧運會，中國健兒所穿的奧運服裝都是李寧製造的。2000年悉尼奧運會期間，李寧以“中國風”圖案為主題的領獎服及蝴蝶襪，被各國記者評為“最佳領獎裝備”。

北京奧運會期間，西班牙代表團、瑞典代表團、阿根廷足球隊等18個國際運動隊也將穿著李寧運動服登場。西班牙和瑞典代表團的女隊員還身著中式旗袍亮相奧運開幕式。

在與國外知名品牌的較量中，李寧的知名度已經大幅提高。中國最大的媒介及市場研究公司CTR市場研究資料顯示，運動服飾行業中國奧運贊助商無不提示提及率最高的品牌是李寧，達到37.4%；而本屆奧運會真正的運動服飾贊助商阿迪達斯，僅排第二位，達到22.8%。

與李寧品牌一樣，一些中國本土體育品牌也在尋找合適的贊助對象。朝鮮、土陶陶、塔吉克斯坦、白俄羅斯會身著李寧牌阿迪達斯、康路、露友和特步，出現在北京奧運會上，匹克則贊助了伊拉克代表團。

奧運舞臺展示企業責任社會責任本身，對國家和諧社會的建設，特別是中國舉辦奧運會根本目標的貢獻，是非常實際的。

借助奧運會提高品牌影響力是許多企業的行銷重點。而作為奧運史上第一個公共事業企業贊助商——國家電網公司，則走出了一條有特色的公益行銷、情感行銷、體驗行銷與公司奧運工作有機融合的奧運行銷之路，為國家電網公司探索出了一條“讓企業有思想，讓思想能傳播”的品牌建設新道路。

國家電網公司是以建設和運營電力為核心業務的能源供應企業，位列全球500強企業第24位，是世界最大的公用事業企業。作為北京2008年奧運會電力供應合作夥伴，國家電網公司堅持以服務經濟社會發展為己任，秉承“努力超越、追求卓越”的企業精神，積極履行社會責任，舉全公司之力支持北京2008奧運會，努力為2008年奧運會、殘奧會提供安全、經濟、清潔、可靠的電力供應。

為此，國家電網公司開創性地提出“奧運社會責任”理念，為奧運文化打上了鮮明的中國烙印。國家電網公司對外聯絡部主任、奧運辦公室專聯副主任姚立新表示，作為國家電網品牌核心價值觀——全面履行社會責任在奧運平臺上的體現與拓展，奧運社會責任成為“奧林匹克運動、國際企業社會責任運動、中華民族偉大復興”三種時代進步潮流融合的結晶，實現了中西方文化的充分交融，成為中華

民族留給奧運會的一份寶貴遺產。

權威資料顯示，奧運行銷對國家電網品牌價值的直接提升作用在15%以上，多達120億元。預計在今後3到5年內，這一拉動作用仍將延續，並為國家電網品牌價值帶來30到45億元的提升。奧運行銷已成為中國品牌建設支點。

北京大學IEI國際行銷與品牌策略研究中心主任、研究员、中國市場行銷專家委員會副主任兼秘書長薛岳表示，國家電網公司市場地位在一定程度上是顯性化、實質化的，它的市場地位，即不贊助奧運會，地位也不會被動搖。在這麼大的背景下，作為中國最大的國有企業贊助奧運會，明智的把奧運社會責任目標提出來，是非常有價值的。為奧運行銷開闢了新的發展點，同時社會責任的提升不僅是國家電網公司社會責任的提升，某種程度上是國有企業對整個和諧

社會發展做出了提升。奧運社會責任的理念在一定程度上不僅是國家電網公司要承擔的社會責任，更高層次上，通過奧運會、中國社會、中國政府希望對社會經濟發展和社會大眾的福利產生一種實際性的推進。

源自：本報合作媒體中國《國際商報》ibidaily.com.cn  
記者：李高起 時蔚  
實習生：孫曉莉

## 聯想集團舉辦奧運科技日



圖為聯想集團副總裁李嵐在活動中發言。

【本報特派記者金立冬北京攝影報導】北京奧運會籌備工作，聯想集團成功保障北京奧運會信息系統無故障運行。8月15日，聯想集團在北京舉辦了主題為“聯想成就科技奧運夢想”的“聯想奧運科技日”活動。活動分設上午、下午兩場，分別在奧林匹克公園內的聯想數字奧運體驗館和2008北京國際新聞中心舉行。

國際奧委會首席技術官 Jean-Benoit Gauthier、北京奧組委技術部部長楊春到會致辭，對聯想為科技奧運做出的貢獻給予了高度評價。聯想集團高級副總裁兼首席技術官賀志強、聯想集團副總裁李嵐等出席了本次活動。

活動中，來自聯想“全球創新三角”研發總體技術專家——聯想集團副總裁、北京奧運會火炬主設計師姚映佳、聯想集團ThinkPad研發高級顧問Leo Curtis、聯想集團中心高級技術負責人王磊等發表了主題演講，向百餘位中外媒體記者回顧了奧運籌備以來聯想對北京奧運會的技術支持工作，分享了聯想全球研發的經典產品和創新技術等內容。

據聯想集團副總裁李嵐介紹，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

聯想集團副總裁李嵐表示，聯想集團數字奧運體驗館每天接待2000多人次的現場觀眾，其中包括國際奧委會主席羅格等貴賓。7個聯想奧運酒吧每天為4000多人次的運動員和媒體人士提供了免費的網絡服務。

## 可口可樂藝術瓶 展現中華風采



圖為可口可樂藝術瓶展覽現場，展示了多款具有中國特色的藝術瓶。

【本報特派記者金立冬北京攝影報導】地處奧林匹克公園中心地帶的“可口可樂”暢爽體驗中心占地4000平方米，8月9日至8月24日的上午9時至晚上7時對外開放。奧運會期間預計接待遊客250,000名。前來觀看奧運比賽的觀眾可以憑奧運門票免費入內參觀。遊客在這裏不僅可以體驗奧運的精彩時刻，還可以跟隨34只“秀我家鄉”可口可樂藝術瓶領略中國傳統文化及民俗風情的精華。

在“可口可樂”暢爽體驗中心，34只被裝飾得炫目多彩的可口可樂弧形瓶和他們的創作團隊亮相。由可口可樂（中國）飲料有限公司主辦的“錦繡中國·瓶·我秀我家鄉”設計大賽於2007年12月12日正式啓動，吸引了來自全國各地的民間藝術家及熱情群眾紛紛參與，大賽共收到來自全國各地的作品近18萬件。

參賽者們用他們對家鄉的熱愛和對奧運的期盼在可口可樂弧形瓶上勾勒出一幅幅動人的畫面：甘肅的敦煌飛天、福建的土樓、還有北京的鳥巢……中國各地的代表性元素都被運用在創作當中。最終，凝聚著全國31個省、自治區、直轄市和香港、臺灣、澳門各地民俗民情的34件冠軍作品，被製作成了高達2米的立體藝術瓶，齊聚在奧林匹克公園。

可口可樂（中國）飲料有限公司副總裁及北京奧林匹克項目部總經理魯大衛表

示：“舉辦這樣一個融合傳統文化、民族風情、時代風貌和北京奧運為一體的藝術瓶設計大賽，是希望通過可口可樂弧形瓶這個載體向全世界人民展示中國的博大精深，讓更多人瞭解和喜愛中國。同時，也讓我們中國人民更好地認識到自己的家鄉是多麼遼闊和壯麗！”



圖為一款具有中國特色的可口可樂藝術瓶。

一點通 All Right Royal Treatment Center  
疼痛治療 · 減肥治療 · 耳燭治療  
宮廷技術 專業治療 百姓價格 貴族享受  
現在就撥 626-593-4656 多多優惠 等您來  
24/7, 10:00 am - 9:00 pm 909 S. Gartfield Ave., Alhambra, CA 91801

三十年中西醫、結合豐富臨床經驗 張倩倩中醫針灸診所  
婦科、內科、優生、優育專家  
醫師簡歷  
畢業於上海醫科大學  
中國醫藥學會、遺傳醫學專家委員會委員  
上海中醫國際醫學中心理事  
上海醫科大學附屬產科教授  
上海中醫學院附屬產科主任醫師  
美國加州政府中醫針灸執照，全美針灸執照  
專治各種婦科、產科病  
不孕症、催乳、帶下、宮頸炎、月經不調、痛經、孕後併發症、產後併發症、產後便秘、更年期綜合症、過性、慢性盆腔炎、子宮內膜炎等。  
各種內科  
心臟病、肝膽疾病、腎臟疾病、脾胃疾病、帶狀皰疹及其各種難癒症。  
針灸、推拿治療  
各種痛症、中風及中風後遺症、五十肩痛、電腦綜合症。  
預約電話：626-300-8577 門診時間：週一至週六 9:30am-6:00pm  
317 W. Main St. #206, Alhambra, CA 91801

如家月子護理中心  
歡迎您的到來  
您一路辛苦了  
豪華別墅備有多間套房20多年經驗美國註冊護士人員24小時照顧嬰兒名廚師專門料理產前和產後的食補有效調理避免產後肥胖。讓您和家人都享受到家庭般的溫暖快樂。  
預約免費參觀 請電報(626)203-2877 傳真(626)291-2771