

热点综述

“鸟巢” 北京奥运会绽放的奇葩

以“鸟巢”为主题概念设计的奥运特许新品有近百款

作为新北京、新奥运的标志性建筑，北京国家体育场——“鸟巢”，以其独特的建筑风格和奇特新颖的设计理念被评为“2007年世界十大建筑奇迹”之一。

“鸟巢”目前已经成为北京奥运会最受关注的焦点所在，因为北京奥运会开、闭幕式都将在“鸟巢”进行，更增添了一丝神秘色彩。这一新北京的地标性建筑也成为北京奥运会特许商品设计师们的最爱，被大量应用到各种特许产品的设计理念当中，据悉，以场馆实景为蓝本设计奥运特许商品在历届奥运会上也是首次。



1公斤纪念金章背面

鸟巢摆件

“鸟巢”是新北京的标志性建筑

据北京奥组委市场开发部特许经营处唐永宏处长介绍，目前，以“鸟巢”为主题概念设计的奥运特许商品主要分为模型（贵金属、普通材质）、纪念章（贵金属、普通材质）、邮票、邮品、服装五大类，共约30多款产品。而正在向北京奥组委市场开发部特许经营处申报审批的以“鸟巢”为主题概念设计的奥运特许新品有文具（本、册、笔）、徽章、日用品、服装、帽子等五类，有近百款产品，其中以服装和帽子居多。

唐永宏表示，“鸟巢”在奥运特许商品设计中被广泛应用，主要是因为“鸟巢”是北京奥运会的主会场，是北京奥运会的焦点所在；此外，“鸟巢”本身的建筑风格、设计特色，也打破了传统的建筑理念，体现了现代高科技手段，可谓世界建筑史上的奇迹；其三，国内外友人因关注“鸟巢”的同时更加关注北京，“鸟巢”已经成为新北京的形象代表。

把“鸟巢”带回家

春节前，一款以“鸟巢”为蓝本发行的限量版金银纪念品，甚至喊出了“将奥运鸟巢带回家”的口号，国家体育场——“鸟巢”的形象已

经深入到了千家万户。

记者日前从奥运金银“鸟巢”的发行方——中国金币总公司了解到，该公司以国家体育场——“鸟巢”为主题设计的产品主要有第29届奥林匹克运动会场馆纪念章、“北京奥运金”彩色系列第三组及北京2008年奥运会纪念金银砖第三组等3个项目约20款产品。产品在设计创意中考虑到奥运会时间节点、民族文化、奥运精神等因素，在设计方案中充分体现了人文奥运、科技奥运、绿色奥运的理念。

2007年4月24日，一款完全采用建造“鸟巢”剩余钢材按1:100的标准比例打造的“鸟巢第一根钢雕”面世，产品用百分之百纯“鸟巢”钢制造，采用精密铸造工艺一次浇筑而成，每尊都附有北京奥组委颁发的唯一身份识别标志和钢印编号。

奥运特许网店负责人谢培宁告诉记者，以“鸟巢”为主题概念的产品，之所以受到市场追捧，是因为购买“鸟巢”不只是买一款产品，更体现出一种精神，一种民族自豪感，一种参与奥运会的热情。

在北京王府井奥运特许商品旗舰店内，记者看到，以“鸟巢”为主题概念设计的品种款

式颇多。一位顾客告诉记者，这里的产品少到几十元，多则上百元或上千元，基本上满足了不同程度的消费者的需求，花上几十元就可以将“鸟巢”带回家，既可以满足自己参与奥运的热情，又可以当做收藏品来珍藏，也可送给亲朋好友。

企业使用“鸟巢”标志，需北京奥组委授权

国家体育场——“鸟巢”已经成为新北京、新奥运的标志，因此，市场上也出现了一些非奥运赞助企业、非奥运合作伙伴或者非奥运特许商利用国家体育场作为背景，在广告宣传、产品宣传上造势的情况，这是否属于隐性市场行为？

北京奥组委市场开发部特许经营处副处长李亚康表示，凡未经北京奥组委授权，擅自使用国家体育场、奥运标志为背景宣传造势的行为，不仅属于隐性市场行为，更严重侵犯了奥林匹克知识产权，属于违法行为，对这些行为北京奥组委法律事务部将采取积极有效的处罚措施。李亚康呼吁社会各界共同监督，积极举报违反奥林匹克知识产权的行为，使奥运知识产权的运用更加合理合法。

郝雪 北京报道

新闻动态

国际导演拍北京活动圆满落幕

五部世界著名导演作品央视首映

2月23日，visionbeijing“国际导演拍北京”活动在北京奥运新闻中心举行了盛大的新闻发布会，发布会现场演示了5部短片，5位受邀国际导演及其所在国驻华大使参加了新闻发布会。

据悉，此次“国际导演拍北京活动”是一项在世界范围内邀请5位国际著名导演为正在筹办2008年奥运会的北京各执导一部城市宣传片的活动。

在影片创作和拍摄的过程中，5位世界著名导演秉承了以往作品的风格和特色，用短短5分钟时间，各自讲述了一个或优美或激昂或令人振奋的北京城市故事，一个古老、时尚而又热情的北京在他们执导的北京城市宣传片中得以展现。

记者从有关人员处获悉，主办方与中央电视台2月24日举办了盛大的首映式录制工作，首映式于2月28日黄金时段在中央电视台新闻频道播出。

首映式后5部影片分别在中央电视台、北京电视台等境内电视台，意大利RAI国家电视台、法国航空公司、中国国际航空公司等航空公司航班，北京各大影院，北京城市电视、移动电视、地铁电视、城市大屏幕等，北京境外各种文化交流活动中播出。

梁明月

特品展示

奥运特色服装“新概念”



设计者展示打开捆扎线后的服装

将捆扎线由底部用力拉开，一件漂亮的褶皱服装如同魔术一般出现在眼前。日前，设计者向记者展示了这款集艺术品摆放和实用穿着功能于一体的奥运特色服装。

据悉，这款产品是经奥组委授权批准的“奥运特色服装”。该款产品采用中国传统的扎染技术制作而成。该产品由一名从事服装行业37年的资深服装设计师设计而成。据悉，这款“奥运特色服装”计划生产1000万件，纯手工制作，充分体现了科技奥运、人文奥运、经济奥运的理念。

“奥运特色服装”开创了服装概念的新领域。它不仅有着穿着功能，还有（在捆扎线没有拆开之前）工艺品的摆放功能，以及正在研发的创造变形玩具的趣味功能。

有关专家称，这款产品的面市，将证明中国纺织服装行业已经从中国制造转型为中国创造。

郝雪

消费指南

奥运特许商品价格保持稳定 已发行4组纪念邮票

北京奥运会特许商品开发的6000多款产品目前均已上市，北京奥组委获得的收入完全能满足北京奥运会组织运行工作的需求。这是日前北京奥组委市场开发部部长袁斌在介绍北京奥运会市场开发情况时透露的消息。

特许商品价格保持稳定

奥运特许商品主推大众化的商品，简化包装，奥组委已经把原来最初的特许权的费率10%于去年调整到8%，同时还调整了特许商品的零售价格，主要目的是让利于民，使老百姓都能拥有几份北京奥运会的收藏。北京奥组委专门成立了由行业协会和专家参加的特许商品的评审组，主要评设计、质量和价格，通过特许商品的评审，特许商品上市之后得到了广大消费者的好评，收到了良好的效果。

已发行4组奥运纪念邮票

袁斌在介绍邮票计划时说，中国邮政发行了火炬传递个性化邮票和第二组运动项目纪念邮票，目前为止，一共发行了4组奥运纪念邮票。在纪念币方面，去年中国人民银行发行了第二组奥运纪念币，这里面包括8枚贵金属纪念币和3枚普通纪念币。

境外计划主运营商已确定

在特许商品计划方面，分为境内计划和境外计划，去年境外计划也取得了顺利进展。除了在美国、日本、加拿大和英国这几个市场采取双边协议的模式来运营境外计划，其他地区都是

采取主运营商负责的方式进行。去年通过征集程序选择了一家企业作为境外计划的主运营商，目前工作都在顺利地进行。

超级商店开进奥林匹克公园

袁斌说，通过奥运会市场开发，我们获得的收入，包括现金，一些设备物资，还有技术和服务等，完全能满足北京奥运会运营组织的需要。

在特许经营计划方面，北京奥组委一共征集到了65家特许生产商和76家特许零售商。其中特许商品一共有服装服饰、玩具、工艺品、贵金属制品等11项大类，特许企业和赞助企业在全国各地开设的专卖店、专柜或销售点已达3000多个，2007年还开通了北京奥运网店。此外，在赛时北京奥组委还将在所有的竞赛和非竞赛场馆开设奥运商品专卖店，其中在奥林匹克公园将开设3000平方米的超级商店。

体育器材供应商遍布国内外

袁斌说，根据国际奥委会和国际单项体育联合会的规定，奥运会的每一个大项，它的体育器材都应符合相应标准。奥运会体育器材有些是由单项协会指定一家企业作为独家器材供应商，有

的项目是指定了几家体育器材供应商，北京奥组委市场开发通过征集工作，选定15家国内外优秀体育器材生产厂家作为北京奥运会体育器材的供应商。他们将为18个大项提供体育器材的赞助，负责器材的安装、调试、培训和维护工作。在2007年和2008年年初举行的好运北京体育赛事中，很多体育器材都已到位并进行了测试。

残奥会已有30家企业赞助

袁斌表示，残奥会赞助计划是北京奥组委非常重要的一项工作，截止到目前，北京残奥会共有赞助企业30家，这里面有15家残奥会合作伙伴，包括北京奥组委的11家合作伙伴，还有4家全球合作伙伴。在合作伙伴里边还有4家同时成为中国残疾人奥委会和中国残疾人体育代表团的合作伙伴，另外10家北京2008赞助商也都成为北京残奥会的赞助商，还有5家企业签约成为了残奥会的独家供应商。这项工作已经进入到尾声，但是还没有完全结束，现在还有几家企业还在继续商谈赞助残奥会的事项，主要就一些技术细节进行协商，预计很快就能完成北京残奥会的赞助计划。

斐然 摘录