



更高：联通3G速率高达21M 更快：联通精品宽带免费提速至10M 更强：手机+宽带+固话融合业务更优惠



新闻背景

四年一次的奥运会将在英国伦敦开幕，国内各大家电品牌为迎接“奥运商机”纷纷使出各种的“独门绝技”，通过产品、市场、技术、公益等大手笔加入到奥运营销“暗战”中，但有业界认为奥运营销仅仅成为企业实现短期效益的一种手段，或者说又仅仅是中国家电业最为普遍和常见的跟风行为。那么，在现实中，各位家电人士又是怎么看待这次奥运商机的呢？

# 借势伦敦 家电业掀“奥运营销”潮



主持人：朱江华



郑州TCL电器公司总经理 胡学军



三星电子郑州办事处处长 许亮



中国家电营销委员会副理事长 洪仕斌

主持人：综观每次家电业的奥运营销风潮，各企业的参与方式可谓是八仙过海、各显神通。但有业界认为奥运营销仅仅成为企业实现短期效益的一种手段，或者说又仅仅是中国家电业最为普遍和常见的跟风行为。各位有何看法？

## 奥运营销不应一阵风

胡学军：TCL选择体育营销载体，便是与企业精神和品牌形象的契合。从当初赞助高尔夫比赛，到后来赞助中国女子网球运动的整体事业发展，TCL完成了一个境界上的转变。而TCL携手中国国家男篮和CBA，正是基于双方共同的精神，共通的理念。

许亮：奥运营销不是一个仅在奥运会期间的短期营销活动，而应是一个长期的行为。从雅典奥运会结束以后，三星的奥运营销活动就一直没有停止，与国家体育总局联合设立的三星奥运奖吸引了众多人气，而在上海家电博览会上，一款将洗涤时间从74分钟降低至45分钟三星泡泡净洗衣机也被拉带上奥运的话题。

洪仕斌：对于注重长远利益的企业来讲，体育营销确实绝对高于促销、广告之上的一种高层次行销手法，尤其是在产品层面和市场层面的行销趋同性越来越严重时，体育营销给企业的作用将是多元化、复合型、持久性的。但必须提醒热衷于热闹一时的奥运营销的企业，体育营销应该也只能是企业内在战略的一个外在符号。

主持人：2012年伦敦奥运会即将开幕，新一轮激战即将拉开帷幕，TCL、三星等家电企业纷纷使出“杀手锏”，通过产品、市场、技术、公益等大手笔加入到奥运营销“暗战”中，各位对“抢占决胜2012奥运市场的快车道”有何看法？

## 企业再战新奥运年

所倡导的时尚、健康的生活方式和积极进取、自我实现的生活态度，也将激情快乐、进取超越的奥运精神融入TCL品牌，使奥运成为TCL与目标受众间的情感纽带，进而促进业务增长。

许亮：三星电子是2012年伦敦奥运会的官方赞助商，为了迎接今年将召开的2012年伦敦奥运会，三星推出Super-star2冰箱特有的吧台功能，观看奥运比赛更享受，可以方便随时从冰箱取出新鲜冷饮和

美食，同时强大的制冰功能还能满足DIY凉品的制作，让这个奥运季有美味与清凉相伴。

洪仕斌：伦敦奥运会的到来，给各品牌企业的竞争带来新的变数。当前消费者的需求已经发生了微妙变化，更加理性，除了衡量价格、比较综合功能，还要看外观、比服务。这就要求企业应需求而变，真正做到从消费者需求和利益出发。

胡学军：奥运营销是公司整体战略上的重点项目。通过TCL的产品载体和一系列整合传播活动，让更多人领略到TCL

主持人：随着7月28日伦敦奥运会的日渐临近，又一波儿体育营销热潮即将兴起。企业如何利用奥运盛会，在品牌推广方面实现创新和超越？各位的论点有哪些？

## 体育营销重在创新

运会这样的国际舞台，在海外提升品牌价值，增强企业竞争力并获得公众的认可，为企业的发展创造有利的机遇。

许亮：对三星来说，三星赞助奥运会不单纯关注经济效益。更希望把目光转向奥运营销的社会效益，因此，赞助奥运会也是社会公益活动的一部分，并不是以短期创收为目的。从长远的角度考虑，是让大多数人认可三星是曾为奥运会作过

贡献的好企业，加强构建与消费者的信赖感。

洪仕斌：品牌和奥运的结合不应仅仅停留在简单的“借势”——体育赞助和购买产品上；奥运营销的核心是要把奥运精神、品牌内涵和消费者连成一体，从而真正挖掘其中的价值。因此，衡量奥运营销是否成功，关键还要看品牌如何将整个活动最大化地传递给消费者。

胡学军：体育营销是TCL的长期战略，既是TCL的市场战略之一，同时也是TCL积极回报社会、回报消费者、与消费者直接互动的重要途径。同时，也利用奥

郑州晚报

我们一直在你身边



# Congratulation

《郑州晚报》创刊63周年  
改版10周年  
创造大世界基尼斯世界纪录！

# 祝贺

530《全城热恋》纪念特刊  
恢宏巨制672版  
刷新全球中文报纸历史！

买家电看晚报

上海大世界基尼斯总部



单日出纸版面最多的中文报纸

印张：84 版面：672版  
(正报新闻48版、特刊新闻288版、广告336版)

郑州晚报社为庆祝创刊63周年，改版10周年，于2012年5月30日出版、发行《郑州晚报》正报及“全城热恋”巨型纪念特刊60万份。

NO:02727  
2012.05

王以卓

蔡丰

路洪光

海信科龙电器股份有限公司(冰箱)河南分公司总经理