

奥运网战 平起来了

新浪腾讯群雄联盟, 搜狐华奥五环矩阵——奥运让本不平静的网络江湖再度陷入群雄并起的中原混战: 先是 SOHU 击败各路网络好汉摘得奥运赞助商花魁, 而后新浪以带头大哥身份召开武林大会结盟下了战书, 几番口头较量之后, 新浪召开奥运推介会正式发出战表, SOHU 如法炮制于本周发布官方战斗檄文, 携奥运官网和华奥星空高调回应。



9月10日, 2008年北京奥运会互联网内容服务赞助商搜狐, 首次公布2008奥运赛时网络报道计划, 全面展示第一奥运门户为亿万网民规划出的奥运报道蓝图, 标志着中国互联网奥运报道正式进入轨道, 搜狐将引领中国互联网全力冲刺2008。

作为独家2008年互联网内容服务赞助商并独家承建奥运官网, 在奥运会期间, 搜狐是唯一可以驻扎在国际广播电视中心(IBC)演播室、北京奥运会主新闻中心(MPC)工作室、奥运村、媒体村等奥林匹克区域及奥运赛场内, 并使用专业摄影设备对赛事和事件进行同步报道和视频采访的互联网媒体, 拥有得天独厚的奥运报道资源。

比赛时, 搜狐将组成700人的专业报道团队, 全面覆盖整个奥林匹克区域及奥运28大项302小项赛事, 第一时间第一现场的原创报道传递全面、及时、权威的赛事信息及最原汁原味的精彩花絮, 是奥运史上规模最大、规格最高、专业化最强的网络媒体报道团队。

从2008年7月奥运村开村、中国体育代表团成立起, 搜狐华奥联合报道团将派专门记者驻扎奥运村及中国体育代表团, 独家全程报道中国代表团和世界各国奥运选手入住奥运村的全部资讯。

2008奥运会时, 每一位获得北京2008年奥运会金牌的运动员在夺牌后都将第一时间做客搜狐华奥演播

室, 进行独家深度的视频访谈, 讲述夺冠过程, 广大网民可通过搜狐无障碍观看视频访谈, 分享成功的喜悦。

作为奥运赞助商, 搜狐在商业网站中, 唯一有资格发起奥运主题的互动活动。“奥运啦啦队”、“2008听我的主持人大赛”、“绿色奥运绿色创想大型公益计划”、“我的奥运我的收藏”、“奥运助威系列”、“奥运观战指南系列”、“奥运日记——我们记录2008”等10大奥运主题活动, 包含了图文、视频、社区论坛、博客等所有互联网报道及网民互动形式, 并凭借奥运媒体联盟开展包括报纸、杂志、电台、电视在内的跨媒体宣传覆盖到全国各地, 传播范围从1.6亿网民拓展到13亿中国各类型媒体受众。 晨报记者 王海鹏

距北京2008年奥运会开幕

还有 **329** 天



奥运改变企业命运——本版以奥运企业为主要报道对象, 跟踪他们的奥运主题营销事件, 见证他们对业内对手的对决, 与他们一起体验奥运经济的魅力。现向相关奥运企业、代理机构、营销人士征集新闻线索, 讲述您的企业与奥运的故事。

▶ 电子邮件: chenbao2008@gmail.com

▶ 值班电话: 010 64183399_3254

▶ 短信发送: 13701222493

奥运观察

奥运围在网中央

任何第一背后都是艰辛, 百年奥运历史上第一个互联网赞助商 SOHU 正深深体味着。面对新浪、腾讯、网易等主要行业对手的联盟和大张旗鼓的奥运推介, SOHU 站出来搞了一个奥运推介会——与其说是主动的推介, 不如说是被动的辩护。

北京奥运市场开发计划创造了多项第一, 有些第一打破了赞助计划的“类别排他原则”比如吸纳了燕京、百威、青岛三家啤酒赞助企业, 有些第一则开创了历史先河, 比如 SOHU 网成为百年奥运历史上第一个互联网赞助商, 第一的荣誉背后是初次尝试的艰难, 其背后是多种利益平衡妥协的结果。当有外力出现, 比如那些行业内的非赞助企业站出来质疑时, 事情变得微妙起来。

于是乎我们看到了奥运网战的上演, 看到了行业巨头新浪的带头联盟, 看到了 SOHU 奥运赞助商的官方辩词, 看到了奥组委“打击一切隐形市场”的原则立场表态, 不过我们还是有很多事情不明白, 关键词集中在“报道权, 采访证, 奥运广告刊登排他”。

中国的商业网站在一起从来都是一个江湖, 冠以新闻标签的他们当年大都依靠免费获取传统媒体新闻起家, 当如今江湖中出现“奥运”百年大宝时, 难免出现更大规模的混战。

战争的终极目标是和平, 希望别把奥运陷在网中央, 心头要把网民想。

晨报记者 王海鹏

奥运企业新闻榜

Visa 启动“动感光影大赛”

晨报讯 9月6日, Visa 宣布将在亚太地区首次启动面向 Visa 持卡人的主题为“Visa 动感光影大赛”活动。比赛将评出优胜者四名, 每位优胜者将获得由 Visa 提供的北京2008奥运会的“双人套票”一份。

在本次比赛中, Visa 持卡人每人可递交最多三张参赛摄影作品。作品应最能体现摄影者对“更快”、“更高”、“更强”及对“中国”的理解。为了更好地展示本地区摄影界后起之秀的才华, Visa 特别创建了一个网上艺廊 www.visasupporters.com/movingimages 用来展示四个类别的入选作品。参观者也可投票选出每个类别的最受欢迎的作品, 票数最高的作品将赢得额外的奖金。



Visa 国际组织亚太区执行副总裁兼大中华区总经理张楷淳说, 本次比赛为 Visa 持卡人提供了一个发挥其创意的机会, 令他们真正体会所谓的“一图胜千言”的创作喜悦。 晨报记者 王海鹏

松下 续约国际奥委会 TOP 赞助

9月4日, 松下电器在伦敦与国际奥林匹克委员会 (IOC) 签署了自2009—2016年8年的奥林匹克全球正式合作伙伴协议。根据此项协议, Panasonic 将作为奥运会的全球正式合作伙伴, 为包括2010年温哥华冬季奥运会, 2012年伦敦夏季奥运会, 2014年俄罗斯索契冬季奥运会以及2016年夏季奥运会在内的4届奥运会提供众多领域方面的赞助, 继续为奥林匹克运动做出贡献。

同时, 松下自1988年起就一直非常积极的参与奥林匹克 TOP 计划, 包括即将到来的2008北京奥运 (TOP, 英文全称 The Olympic Program 是国

际奥委会的全球赞助计划, 向整个奥林匹克运动提供资金, 技术, 服务支持)。奥委会对全球赞助商的要求是很苛刻的, 必须符合三个条件: 一, 企业及其产品具有高尚品质和良好形象, 居世界领先地位; 二, 必须是跨国公司, 拥有充足的全球性资源; 三, 能够协助推行国际奥委会营销计划。

在这个体育营销备受追捧的时代, 松下的 Panasonic 商标一直在各界奥运会中频频亮相, 松下在对国际体育事业支持的同时也是自身企业宣传的绝佳机会, 成为 TOP 的成员, 本身就是一个非常具有广告意义的身份。