

“合纵”与“连横”

——北京冬奥会市场开发畅想2018

随着2018年的到来,北京冬奥会市场开发工作也来到了一个新的起点,虽然严格意义上来说北京冬奥会周期还没有到来,但已签约的赞助企业均已开始了针对冬奥会和冬季运动的布局。

在冬奥会会徽发布后不久,伊利集团就发布了伊利-冬奥组合标识,并通过一场覆盖面积最广的“活力冬奥学院”活动掀起了冬奥市场营销的大幕。

在2008年北京奥运会等大赛的洗礼下,中国企业的体育营销已经摆脱了单纯“赞助打广告”的阶段,而是通过纵向整合企业内部资源,在精准营销和培养市场方面下功夫。

例如伊利的“活力冬奥学院”,瞄准的目标就是为更为广泛的消费者提供优质的“冰雪初体验”,在精准定位推广品牌的同时,着力扩大冰雪运动的潜在市场和消费人群。

2017年12月18日,伊利“活力冬奥学院”的开学典礼在张家口崇礼的万龙滑雪场盛大举行。伊利集团执行总裁张剑秋在活动仪式上表示,伊利将全面助力“三亿人参与

冰雪”目标的实现,“活力冬奥学院”将成为普通大众实现“冰雪之梦”的舞台,助力冰雪运动的普及与冰雪文化的弘扬。

据了解,该活动刚上线一周,报名人数已经破万。在这个冬天,“活力冬奥学院”计划在国内外十余个地区落地。

伊利与体育的交集颇多,不仅赞助了多届奥运会,而且支持了多支中国冰雪运动队,此番如此大规模地拉开北京冬奥会市场营销大幕,与这些年来在体育领域内积累起来的经验和资源密不可分。

纵向整合产业链上下游的营销方式已经被北京冬奥会的赞助商们广泛认同并加以实践。去年7月签约成为北京冬奥会赞助商的中国银行,除了为冬奥组委会提供金融服务之外,还通过行内宣传激励、发布冬奥贵金属特许商品、对外多渠道宣传推广等方式开始介入冰雪运动,除此之外,银行还与一些滑雪场进行合作,开展“刷卡打折”类的促销活动,目的也是盘活冰雪运动市场的增量。

作为体育用品行业的领军企业之一,安

踏已经确立了“多品牌”“单聚焦”“全覆盖”的战略思路,目的同样是为了更精准地掌握新的时代背景下新市场的目标人群。

安踏集团副总裁李玲透露,安踏在冬奥方面的布局大概包括三方面。“第一,我们希望通过我们的专业运动装备,让更多大众的消费者能够穿得起、买得起冰雪运动装备。第二,目前我们在北京冬奥组委会合作,在开发一个冰雪运动的APP,这是一个专业信息沟通平台,让更多人通过这个平台,获得冰雪方面的知识。第三,我们非常希望能够在未来四年当中,推广更多的冰雪赛事,推动三亿人参与冰雪运动,这个目标,也是梦想。”李玲说。

此外,中国国际航空公司、中国联通等赞助商也都有了冬奥市场开发的相应战略规划。在单个企业纵向延伸产业链的同时,一种跨企业合作的“连横”趋势也逐渐形成。

2018年1月,国际奥委会全球合作伙伴阿里巴巴启动了“天猫冰雪节”,携手包括宝洁、松下、可口可乐、伊利等品牌,推出大量

冬奥和冰雪限定商品上线,并且与3个滑雪场合作,为会员提供免费雪票。

体育产业链不断延伸,在行业与行业之间也摩擦出了火花,通过奥运会的平台作用,不同领域品牌的合作、碰撞,也在一次又一次地刷新着人们对于体育营销和体育市场开发的想象空间。

滑雪市场研究专家劳伦特·凡奈特表示,近年来,欧美的滑雪市场发展速度逐步放缓甚至某些地区有所下滑,不过在全球范围看这一市场仍在发展壮大的过程中,中国滑雪市场在其中起了非常关键的作用。

凡奈特说:“现在的滑雪市场仍需要进一步改善消费者的消费体验,或许我们能在中国得到一些好消息。在这里,冰雪运动市场仍有着非常巨大的发展空间。”

“合纵”与“连横”,面对2022年的冰雪盛会和“三亿人参与冰雪运动”的目标,各个赞助商都已开始施展拳脚。冬奥会的市场开发,也将迎来更为令人期待的未来。

(新华社北京1月29日电)

“湛河源”杯荷花摄影大赛 获奖作品集出版发行

本报讯(记者沙星海) 10日开赛以来,吸引了来自郑州、南阳、濮阳、许昌等地的263名摄影家和摄影爱好者拍摄创作,组委会共收到参赛作品1578幅/组(每位作者限投6幅)。评委经过认真评选,最终选出一等奖1幅,二等奖3幅,三等奖5幅,佳作奖30幅,入选奖60幅。获奖作品角度、画面、用光、气氛都非常到位,充分诠释了荷花的丰富内涵。

本次大赛自2017年7月

市艺术摄影学会有关负责人1月29日介绍,由多家单位联合举办的2017平顶山市第一届“湛河源”杯荷花摄影大赛评选结果揭晓,大赛获奖作品集由中国图书出版社出版发行。

湛河源莲花湿地位于宝丰县城南3公里处,湛河源历史悠久,文化底蕴深厚。

第60届格莱美奖揭晓

布鲁诺·马尔斯狂揽七项大奖

据新华社纽约1月28日电(记者高山 杨士龙)第60届美国格莱美音乐奖颁奖典礼28日晚在纽约麦迪逊广场花园举行,美国歌手布鲁诺·马尔斯狂揽7项大奖,成为最大赢家。

马尔斯凭借专辑《24K Magic》及歌曲《That's What I Like》拿下了年度专辑、年度制作和年度歌曲这三个分量最重的大奖。此外他还夺得了最佳R&B歌手、最佳R&B歌曲、最佳R&B专辑和最佳非古典专辑策划等奖项。

美国说唱歌手肯德里克·拉马尔以5项大奖紧随其后。拉马尔包揽了最佳说唱歌曲、最佳说唱表演、最佳说唱专辑和最佳说唱合作4个说唱类奖项,以及最佳音乐录影带等奖项。

美国歌手克里斯·斯特普尔顿则是乡村音乐类奖项的最大赢家,获得了最佳乡村表演(个人)、最佳乡村歌

曲和最佳乡村专辑三项大奖。

英国歌手艾德·希兰在流行类奖项中夺得最佳流行歌手和最佳流行专辑奖。之前获得8项提名的美国歌手Jay-Z最终空手而归。

最佳新人奖由1996年出生的加拿大女歌手阿莱西娅·卡拉获得。卡拉是长达三个半小时的颁奖典礼中唯一获得重要奖项的女性。美国南加州大学25日公布的一份调查报告批评美国流行音乐界“缺乏女性声音”,过去6年格莱美奖提名女性占比不到10%。

格莱美音乐奖是美国国家录音与科学学会主办的年度大型音乐评选活动,被认为代表着世界乐坛的最高水平。自1959年首届格莱美颁奖典礼以来,该颁奖礼在相当长的时间里轮流在纽约和洛杉矶举办。本届颁奖典礼是2004年以来首次在纽约举行,下届颁奖典礼将重返洛杉矶。

2018“中国杯”足球赛 吉祥物“龙宝”出炉

新华社南宁1月29日电(记者卢美婷) 2018格力·中国杯国际足球锦标赛吉祥物评选结果近日揭晓,以“中国龙”为原型的设计方案高票当选官方吉祥物,并被正式命名为“龙宝”(见下图)。

据介绍,在为期一周的公开票选阶段,共有92634名网友参与了投票,“龙宝”从5组候选吉祥物设计方案中脱颖而出,以65554张选票当选2018“中国杯”吉祥物。

“龙宝”设计团队相关负责人介绍,龙是中华民族独具代表性且有传统文化归属感的符号,象征着祥瑞和力量。在创作“龙宝”的过程中,设计团队力图将足球元素与民族文化相结合,将威武与灵动相结合,将传统与时尚相结合。设计方案在颜色上以黄、红色为主色调,象征着荣誉与热情。

根据此前赛事主办方公布的计划,新诞生的吉祥物将出现在此后举行的足球嘉年华现场,“中国杯”牵手球童以及足球宝贝选拔现场。

本届“中国杯”由中国足球协会、广西壮族自治区体育局、南宁市政府以及万达集团主办,参赛队可获得国际足联正式积分。赛事将于3月22日至26日在广西体育中心举行。威尔士、乌拉圭和捷克3支球队将与中国队展开较量。



勒沃库森胜美因茨
1月28日,勒沃库森队球员斯文·本德(左)与美国因茨队球员塞达尔在比赛中拼抢。
当日,在2017-2018赛季德国足球甲级联赛第20轮比赛中,勒沃库森队主场以2:0战胜美因茨队。
新华社发

中国选手汪士博赢得砂板世乒赛冠军

新华社伦敦1月28日电(记者王子江)中国选手汪士博28日在这里举行的世界砂板乒乓球锦标赛决赛中,与队友黄俊刚苦战5局,最后以一分的优势击败对手,为中国队第二次捧起了冠军奖杯。

在决赛开始之前,34岁的直板选手汪士博和43岁的黄俊刚当天都连续闯过四分之一决赛和半决赛两道关口,比赛开始后,汪士博凭借体力优势以15:11拿下第一局。黄俊刚随后以15:13、15:14连下两局将比分反超,第四局比赛中,黄俊刚本来以13:6领先,只要再赢两分就可以锁定冠军,但汪士博奇迹般逆转,连赢9分获胜,2:2。

决胜局比赛,黄俊刚以14:0拿到赛点,但汪士博再一次上演奇迹,连拿5分以

15:14翻盘。这也是继去年来自江苏的大学生严巍豪夺冠后,中国选手第二次拿下这项比赛的冠军。

汪士博赛后说:“这场比赛太困难了,后面两局比赛都是反败为胜,到了最后我所有的包袱都放下了。”

汪士博曾经在广东省队训练,入选过国家青年队,两年前才开始转战砂板乒乓球。

中国选手在去年的比赛中大获全胜,除了包揽前两名外,来自青岛的薛亮也闯入了半决赛。在最后16强中,中国选手占据了7席。

中国队领队、快乐乒乓网创始人张其力说,这次夺冠会对砂板乒乓球在中国的推广起到很大的促进作用,也希望通过砂

板世乒赛,在国内兴起砂板热潮,增加砂板人口,有更多的专业运动员加入砂板乒乓球的行列中来。

砂板是在木板上贴上一层薄薄的砂纸,而非胶皮。与乒乓球相比,旋转更弱,速度更慢,回合更多,所以更容易上手,观赏性大大提高,再加上对器材的依赖更低,十分有利于普及和推广。

砂板世乒赛是由美国商人杰弗里·伯加辛注册的赛事品牌,2012年,首届比赛在拉斯韦加斯举行,自2013年起,他联手英国著名体育推广人巴里·赫恩在伦敦举办比赛,赛事每年的奖金为10万美元,从小组赛开始每胜一场都有奖金,最后冠军奖金两万美元,亚军一万美元。



德医双馨 情暖患儿

——记市中医院儿科副主任李君

父亲是远近闻名的儿科中医专家,古稀之年仍行医济世;她继承父亲衣钵,也成为备受爱戴的白衣天使。她就是市中医院儿科副主任李君。

传承家训 心系患儿

今年45岁的李君出身中医世家,父亲李兴永是位受人尊敬的老中医,一生以“幼吾幼以及人之幼”为座右铭,悉心治疗患儿几十万人次。李君和妹妹幼承家训,耳濡目染,渐渐对医学产生了浓厚的兴趣。上中学时,每到假期,父亲就让李君背“药性赋”。她当时不理解,多年后踏入临床才知道父亲的良苦用心。从李君记事起,家里的门总是不分早晚被抱着孩子的家长叫开;父亲的口袋里永远装着药和处方,因为不管走到哪儿,都有可能碰到患儿。李兴永告诫姐妹俩:医者父母心,要用最便宜、最安全的药为患儿治病,要让所有的患儿看得起病,尽力为所有患儿看好病。她和妹

妹在从医的道路上谨遵此训,丝毫不敢懈怠。

在父亲的谆谆教诲和自己的不懈努力下,李君逐渐成长成为一名优秀的医生,也成了医院科室的中坚力量。从医20多年来,她始终坚持工作在儿科临床一线,一年中有半年是急诊,门诊患儿则有万余人次,住院患儿有千余人次。为了干好工作,在科室发展的关键时期,她有两年时间都是晚上睡在办公室,平时加班加点更是家常便饭。

作为儿科副主任,李君负责儿科重症监护室工作。十余年来,她成功救治数千名危急重症儿,抢救成功率在98%以上,气管插管成功率100%,使上百名高危早产儿转危为安,保障了医疗安全。

2014年冬天的一个傍晚,该院妇产科一个刚出生不久的婴儿在接种疫苗时出现青紫窒息,转到儿科重症监护室时已没有呼吸。李君和同事用气管插管和呼

吸机为患儿进行吸痰、心肺复苏、辅助通气,直至孩子醒来。经CT和彩超诊断,孩子患重度肺炎和先天性心脏病。经过积极的治疗,患儿最终转危为安。

精益求精 备受信赖

由于在工作中对技术精益求精,对病人服务热情,李君的门诊永远门庭若市,不少人托熟人找关系请她看病,还有人从郑州、许昌等地慕名而来。

2009年春夏之交,手足口来袭。李君被市卫生局委派到市第一人民医院手足口病区工作3个月。工作中,她与省市专家共同制定诊疗方案,采用西医抢救手段进行有效抢救,辅助中医药技术促进患儿尽快康复,减少并发症,共抢救手足口重症患儿百余例,抢救成功率99%。而在此期间,许多患儿家长四处打听,专门找她为孩子看病。

专门慕名而来找她看病,这样的例子不胜枚举。有一次,李

君正在门诊接诊,科室突然来了急诊,急需她去。当时是上午10点,她被20多位家长围着。她抱歉地对大家说:“你们先找其他医生看病,我可能一时半会儿回不来。”不料,她12点多回来时,发现这些家长还带着孩子原地未动等她看病。家长的信赖让她感动不已,她坚持为20多个患儿看完病,已是下午上班时间。

不懈追求 永不停歇

在工作中,李君始终牢记父亲的教诲,坚决拒绝红包、回扣、吃请等行为。有时,为了让患儿的家长心安,她会先收下红包,然后交成医疗费。三分治疗,七分安慰。她以精湛的医术、良好的医德和对患儿的爱心赢得好评。

诊疗中,她在充分发挥中医药特色优势的同时,不断学习和掌握国内外儿科基本诊疗的新理论和新技术。她每年都外出参加国家级和省部级学术会议,不断提高自己的学术水平,使市中医院

中医儿科的诊疗水平和儿科的重症监护技术在平顶山市及周边享有较高的声誉。她先后在国家级及学术刊物上发表论文十余篇,主持和参加的科研项目获省科技进步二等奖1项,市科技进步奖5项,其中一等奖3项、二等奖两项,目前均在二级以上医院推广应用。

工作中,她以身作则,严于律己,认真做好带教工作,先后带教新上岗、进修和实习学生30余名,使新上岗人员很快成为儿科的业务骨干。有位实习女生家庭贫困,但刻苦好学。在她的鼓励和资助下,这位女孩如今已经硕士研究生毕业在即。

由于在儿科医疗专业方面的业绩和影响,李君先后当选为中国中医药研究促进会小儿推拿外治专业委员会常务委员、中国民族医药学会儿科分会理事、河南省中医药学会儿科专业委员会委员、平顶山市中西医结合学会第一届儿科专业委员会副主



1月28日,李君在为一位感冒患儿进行病情检查。李英平 摄

任委员、平顶山市中医药学会中西医结合儿科专业委员会副主任委员。

她先后参与河南省中医药继续教育项目3项,为省辖市和县一医院的学员讲授中医儿科新知识、新进展。不懈的努力让她屡获殊荣。她连年获得市卫生系统优秀共产党员、医院先进工作者、医疗卫生书写优胜个人等称号,先后获评市职工一线技术英才、省卫生计生行业三八红旗手、平顶山市优秀青年科技工作者,省市

“学术技术带头人”、市第11批拔尖人才和“市创新之星”。

奉献不言苦,追求无止境。尽管李君硕果累累,但她还是感觉自己身上的担子沉甸甸的,一方面要传承老一辈的中医传统,积极学习现代医学,使市中医院儿科中西医结合治疗水平再上一个台阶,另一方面还要总结父亲毕生的心血和经验,编辑成册,让更多的人分享和受益,让更多的患儿远离病痛。

(本报记者 魏应欣)