



聚焦亚运

2008—2009广州亚运传媒论坛演讲录

第16届亚运会组委会宣传部 合编
暨南大学新闻与传播学院



聚焦亚运

2008—2009广州亚运传媒论坛演讲录

第16届亚运会组委会宣传部
暨南大学新闻与传播学院 合编

图书在版编目 (CIP) 数据

聚焦亚运: 2008~2009 广州亚运传媒论坛演讲录 / 第 16 届亚运会组委会宣传部, 暨南大学新闻与传播学院合编. 广州: 南方日报出版社, 2009. 10

ISBN 978-7-80652-943-0

I. 聚… II. ①第…②暨… III. ①亚洲运动会—传播媒介—研究—2010—文集②亚洲运动会—新闻工作—研究—2010—文集 IV. G811.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 184669 号

聚焦亚运——2008~2009 广州亚运传媒论坛演讲录

第 16 届亚运会组委会宣传部 暨南大学新闻与传播学院 合编

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87373998-8502

经 销: 全国新华书店

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 12.25

字 数: 120 千字

版 次: 2009 年 10 月第 1 版

印 次: 2009 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

目 录

2008广州亚运传媒论坛

● 新媒体传播与亚运品牌推广

2 重视新媒体发展 实现亚运传播新跨越

广州亚组委副秘书长、广州市政府副秘书长 古石阳

传统媒介·观点

8 整合媒体资源 推广亚运品牌

羊城晚报报业集团副总编辑 刘海陵

15 在媒体融合中高调推广亚运品牌

广州日报报业集团副总编辑 顾润清

互联网·声音

23 浅谈新媒体技术与广州亚运报道应用

南方报业传媒集团副总编辑、南方新闻网总裁 欧阳农跃

26 广州亚运品牌推广与互联网传播

网易公司副总裁、网站部总编辑 李 甬





002

聚焦亚运

JUJIAO YAYUN

32 如何利用大型体育赛事塑造和提升城市品牌

金羊网常务副总经理 张光远

39 从奥运到亚运：广州日报大洋网新媒体报道的嬗变

大洋网总裁 梁 泉

47 南都·奥一：广州奥运报道模式选择

南方都市报副总编辑、奥一网CEO 任天阳

新媒体·关注

55 3G时代的手机传媒让广州亚运无处不在

中国联通广东公司副总经理 周友盟

60 地铁跨媒体整合平台与亚运品牌推广

广州地铁广告有限公司总经理 朱伟平

63 区域新媒体与广州亚运

广州珠江城市移动电视有限公司总经理 赖朝晖

66 航美传媒的发展及其对亚运传播的意义

航美传媒集团广州分公司总经理 龙 原

学界·见解

69 媒体融合与广州亚运的跨媒体传播

暨南大学校长助理、教授 林如鹏

73 试谈网络时代的亚运会

华南理工大学新闻与传播学院副教授 苏宏元

2009广州亚运传媒论坛

● 亚运传播与跨媒体整合

78 提高整体传播效果 提升亚运会知名度

广州亚组委副秘书长 叶细权

传统媒介·观点

81 用聚合战略做好亚运传播 用亚运传播深化聚合战略

南方报业传媒集团管委会主任、南方日报社社长 杨兴锋

88 媒体整合传播与亚运品牌推广

凤凰卫视业务发展副总裁、凤凰都市传媒总裁 刘作庚

92 奥运报道给亚运新闻的启示

中国青年报副总编辑 毛 浩





004

聚焦亚运

JULIAO YAYUN

互联网·声音

98 网易亚运战略

网易公司副总裁 杨 斌

新媒体·关注

103 新媒体传播与广州亚运

分众传媒董事长 江南春

108 我、手机、亚运：全力打造全民参与亚运新媒体平台

3G门户首席运营官 常映明

115 移动传媒在广州亚运宣传中的作用

巴士在线传媒首席运营官 陈 越

121 互动媒体与广州亚运传播

触动传媒执行总经理 汪燕波

126 华视传媒与广州亚运传播

华视传媒首席营销官 唐家兴

学界·见解

131 广州亚运会传播目标与跨媒体传播策略

暨南大学副校长、教授 林如鹏

互动交流

139 媒体融合时代的亚运品牌推广

● 媒体关注

156 无线宽带上网亚运前或覆盖全市

南方日报

161 各媒体整合资源推介广州亚运

羊城晚报

167 广州亚运会规模“空前”“绝后”

广州日报





006

聚焦
亚运

JUJIAO YAYUN

- 171 2010亚运应培育公民新闻
南方都市报
- 174 学者传媒谋划亚运传播战略
信息时报
- 177 借亚运向世界展示广州形象
南方日报
- 181 媒体报道亚运重在“行销广州”
羊城晚报
- 182 把亚运办成一个大PARTY
南方都市报
- 184 后记



2008广州亚运传媒论坛

新媒体传播与亚运品牌推广



重视新媒体发展 实现亚运传播新跨越

广州亚组委副秘书长、广州市政府副秘书长 古石阳

各位嘉宾，女士们、先生们：

下午好！今天，广州亚组委和暨南大学在这里联合举办广州亚运传媒论坛，来自新媒体行业的高管和传媒界专家、学者围绕“新媒体传播与亚运品牌推广”这一主题展开研讨和交流，为广州亚运会建言献策。在此，我谨代表广州亚组委，对各位嘉宾和朋友的到来表示热烈的欢迎，对大家给予广州亚运会的关注和支持表示衷心的感谢！

今天，我们在此相聚，共同探讨新媒体传播与亚运品牌推广，缘于我们对广州亚运会的关注和对奥林匹克运动的热爱。媒体是连接体育赛事与公众的重要桥梁，现代奥林匹克

运动正是借助广播电视这一新技术才进入千家万户，为全世界人民共同分享。当前，各种新媒体、新技术方兴未艾，迅猛发展，必将推动现代体育运动的蓬勃发展。

2010年11月12日开幕的广州亚运会，将是体现“激情盛会、和谐亚洲”理念的盛典，是亚洲多元文化交流与对话的平台，是广州和亚洲各国人民的共同节日，也是广州城市发展的里程碑。

作为亚洲规格水平最高、规模最大，影响力仅次于奥运会的综合性的体育文化盛会，广州亚运会将集中亚洲乃至全世界关注的目光。如何运用新媒体打造亚运品牌，推广广州亚运会，成为广州亚组委一直以来思考的问题。

下面，我首先介绍一下广州亚运会的有关筹备工作，然后就新媒体与亚运传播问题，谈几点想法。

一、广州亚运筹备工作有序推进

广州亚运会将于2010年11月12日开幕，11月27日闭幕，将是历史上竞赛项目最多、参会人数最多的一届亚运会。本届亚运会共设42个比赛项目，包括28个奥运会项目，14个非奥运项目。其中，体育舞蹈、龙舟、轮滑、围棋和板球五个项目首次列入亚运会正式比赛。我们预计，届时将有来自亚洲45个国家和地区的14,000名运动员和随队官员，6500名国际和亚洲体育单项组织技术官员，10,000名境内外媒体人员，2000多名亚奥理事会大家庭成员参加广州亚运会。



广州亚运会的会徽和吉祥物的创意均来源于广州城市传说和作为城市标志的五羊雕塑。吉祥物的形象是运动时尚的五只羊：阿祥、阿和、阿如、阿意、乐羊羊，寓意“祥和”、“如意”、“乐洋洋”，充分表达了“激情盛会、和谐亚洲”的理念，以及广州对全亚洲人民“吉祥、和谐、幸福、圆满和快乐”的美好祝愿。

当前，广州亚运会的各项筹备工作正在紧张有序地进行。2007年，广州亚组委制订了总体工作计划和62个筹办领域的运行纲要。2008年，进入场馆建设和计划实施阶段。目前，已编制完成了第16届亚运会竞赛项目设置方案，全面启动了场馆建设和改造工作，广州亚运会建设规模最大



“2008广州亚运传媒论坛”在广州举行

的工程项目——广州亚运城，已于2007年11月破土动工，市场开发取得突破性进展。此外，运动会信息系统、电视主播机构组建、分赛区筹备工作以及亚运会开、闭幕式创意方案征集等各项工作按计划稳步推进。本月，广州市政府常务会议原则通过《广州2010亚运城市行动计划实施工作方案》，张广宁市长指出，亚运城市行动是全市未来两年重要的中心工作，标志着整个城市已经行动起来，为创办一届高水平的亚运会而努力。

二、新媒体的迅猛发展引人注目

新媒体的迅猛发展，在社会上产生了越来越大的影响，受到各级政府的高度重视和社会的广泛关注。今年6月，胡锦涛总书记视察人民日报，专程前往强国论坛，与网友亲切聊天，充分说明中央领导对新媒体的关注和对网络舆情的重视。各级政府通过网络与网民的互动也在不断增加，说明网络已经成为信息传播的重要渠道。网民既是读者，从网络获取信息；也是记者，可以在网上自由发布文字、图片等。加强主流媒体建设和新兴媒体建设，从社会舆论多层次的实际出发，把握媒体分众化、对象化的新趋势，努力构建定位明确、特色鲜明、功能互补、覆盖广泛的多媒体发展新格局，是摆在各级政府和业界面前的巨大任务，也是广州亚组委高度重视的新课题。北京奥运会第一次设立了新媒体转播权，央视国际成为北京奥运会官方互联网及手机转播机构。这也是国际奥委会首次将互联网、手机等新媒体作为独立转播机





构，与传统媒体一起列入奥运会的转播体系。网络媒体和移动媒体可以满足3800小时的节目采用高清、立体声全部播出的需求，可直播、轮播、点播，24小时不停，极大地弥补了传统媒体的不足，使信息与资讯无处不在。可以预计，北京奥运会，将不仅是精彩的体育竞技，也是新媒体大展拳脚的舞台。

三、广州亚组委高度重视新媒体在亚运传播中的作用

广州亚组委自筹办以来，一直十分关注新媒体的发展，希望能够充分利用新媒体的独特优势为亚运会服务。

广州亚运会不仅是体育的盛会，也是文化的盛会。广州亚组委不仅关注着赛时的信息传播，更重视在亚运会的筹办过程中信息的传播。信息传播是广州亚运会形象树立与品牌推广的重要渠道之一。

广州亚组委将加强与新媒体行业的联系和沟通，把新媒体的运用纳入广州亚运会的传播战略之中，充分发挥新媒体的优势。我们也欢迎新媒体深入研究广州亚运会的特点，精心策划并制订有特色、高水平的亚运传播计划，与亚组委携手合作，在广州亚运会的传播方面，实现新的突破和跨越。

新媒体可以在赛事直播和转播、品牌推广、专栏与频道的合作、网络视频音频展示及下载等方面与广州亚组委开展全方位的合作，在亚运形象和品牌推广方面发挥更大的作用。

广州是“海上丝绸之路”的发祥地。今天，作为改革开

放前沿地的广州，将以宽广的胸怀拥抱亚洲各国和各地区的嘉宾。亚运会为我们提供了一个机遇，向世界传播岭南文化开放、兼容、务实、创新的精神，传达广州人民对亚洲各国人民的美好感情和良好祝愿。

去年12月9日，广州亚组委和暨南大学联合举办了首次广州亚运传媒论坛，引起了广泛的社会反响。今后，我们还会陆续举办这个论坛，并把它打造成广州亚运会的重要品牌。

再次感谢大家的光临！谢谢！





羊城晚报报业集团副总编辑 刘海陵

整合媒体资源 推广亚运品牌

2010年在广州举办的第16届亚运会，是广州2200多年城市发展史上的大事。可以预见，亚运会将会积极推动广州的城市发展，极大提升广州在亚洲的关注度，并将全面提高广州的市民素质。因此，精心塑造广州亚运会的形象，着力推广广州亚运会的品牌，是广州传媒义不容辞的职责。去年在这里举办的“2007广州亚运传媒论坛”，主题是“传媒人视野中的广州亚运”。而这次举办的“2008广州亚运传媒论坛”，它的主题是“新媒体传播与亚运品牌推广”。我个人认为，推广亚运品牌，利用诸如“电子杂志”、“视频