



中国创意产业研究中心 权威发布 张京成 主编
2008 年北京奥运会精彩全记录

创意奥运

一场精彩纷呈的智慧风暴

张京成 主编

OLYMPICS



科学出版社
www.sciencep.com



中国创意产业研究中心 权威发布
2008 年北京奥运会精彩全记录

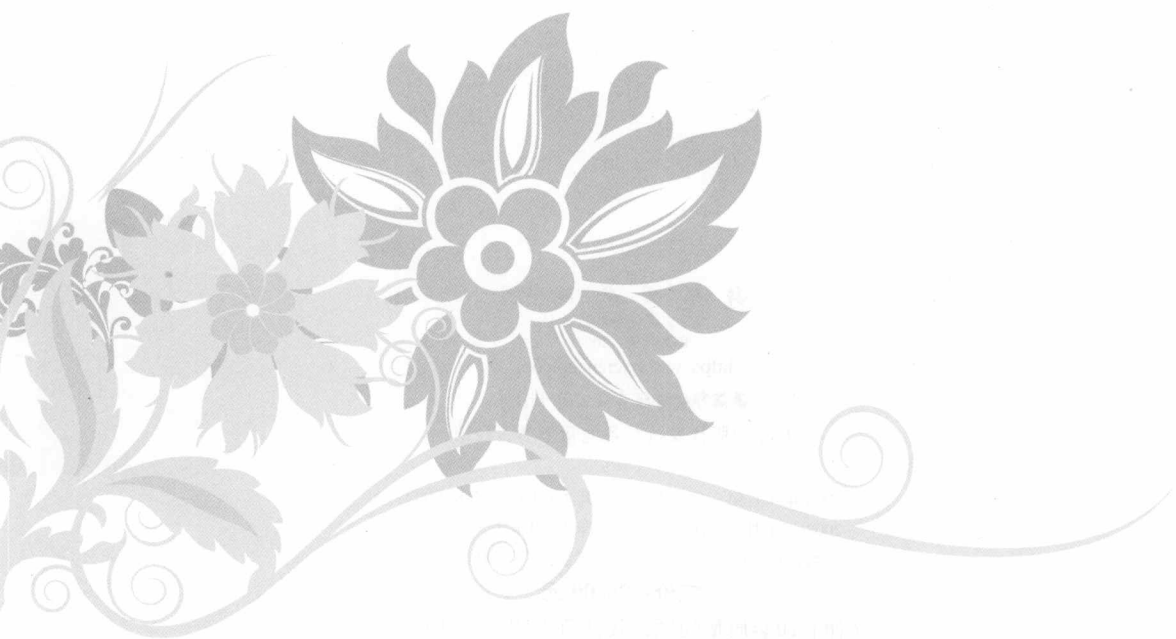
张京成 主编

创意奥运

一场精彩纷呈的智慧风暴

张京成 主编

OLYMPICS



科学出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

创意奥运：一场精彩纷呈的智慧风暴/张京成主编. —北京：科学出版社，
2008

(奥运·创意丛书/张京成主编)

ISBN 978-7-03-021500-0

I. 创… II. 张… III. 奥运会—基本知识 IV. G811.21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 041435 号

责任编辑：王 建 侯俊琳 李久进 / 责任校对：陈玉凤

责任印制：钱玉芬 / 封面设计：无极书装

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码：100717

<http://www.sciencep.com>

源海印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 4 月第 一 版 开本：B5 (720×1000)

2008 年 4 月第一次印刷 印张：9 1/2

印数：1—3 500 字数：174 000

定价：28.00 元

(如有印装质量问题，我社负责调换〈环伟〉)

“奥运·创意”丛书编委会

顾 问：李京文

主 编：张京成

编 委（以姓氏笔画为序）：

丁 辉 王 立 刘光宇 刘利永 李永进
李岱松 李春霞 张士运 罗忠仁 罗 欣
周学政

《创意奥运——一场精彩纷呈的 智慧风暴编委会》

主 编：张京成

副主编：刘光宇 刘利永

编 委（以姓氏笔画为序）：

李咸菊 沈晓平 周学政 郑 祎 袁晓庆
倪 莉 黄 琳 彭伽佳

总序

奥运铸就梦想 创意改变生活

创意是人类在几千年文化积淀后思维智能拓展的结果；创意产业是具有一定文化内涵的，来源于人的创造力和聪明智慧的，通过科技的支撑作用和市场化运作可以被产业化的活动的总和。如果说，奥运本身是一个创意，那么，当代奥运则是创意这一智能型新兴产业神奇组合的经济魔方之一。它不仅彰显着“更快、更高、更强”的体育精神，而且是推动科技进步，促进社会发展，构建和谐社会的催化剂。奥运中的每一项新科技、新思维和新创意在铸就中华民族伟大奥运梦想的同时，也在悄悄改变着我们的生活。

“绿色奥运，科技奥运，人文奥运”是北京奥运的三大理念。其中，绿色奥运全方位考虑物质绿色和意识绿色，促进自然环境、生态环境、人类社会的协调发展；人文奥运以文化为基础，强调创造性的战略实践；科技奥运关注科学，以科学思想统领奥运战略，体现现代化。三者相互独立、相互影响，是创意产业推动下面向未来、创造未来的系统工程。创意产业作为一种新兴的产业形态，在一些地区已经率先发展起来，并逐渐成为推动地方经济发展、弘扬地方文化的重要组成部分。当前，在我国大力提倡建设创新型国家、构建和谐社会的背景下，发展创意产业已是大势所趋。北京奥运作为以创意为核心、以体验为基础、以注意力为目标，依托当代高科技和传播媒介的智能型产业，成为推动我国创意经济发展的绝好机遇，更应枕戈待旦、全力以赴。

以创意之势铸就奥运辉煌，以奥运辉煌推动经济发展是我们每个人的期盼。如何在奥运与创意之间找到契合点，探索奥运与创意在改变百姓生活中的作用，是我们长久以来思考的问题。最终，我们决定利用2008年北京奥运会这一千载难逢的机遇，把奥运与创意结合起来，做一套浅显易懂、图文并茂的丛书，让奥运与创意走进百姓生活，为北京奥运贡献一点绵薄之力。

本丛书把与奥运会相关的科技、人文、绿色、创意、和谐、财富、安全等相关内容一一作为主题，通过各种方式深入浅出地分析这些要素与奥运的关系，并以“北京奥运”的全景描述为收官之作，展现一个全新的奥运，使每个读者重新认识奥运、走进奥运、思考奥运、理解奥运。

由于水平有限，能力和眼界可能无法达到读者的要求，不足之处恳请不吝赐教，以利于我们进一步提高水平，为更多读者提供更多、更好的作品。

“奥运·创意”丛书编委会

前 言

创意是什么？创意是对传统的挑战，是打破常规的哲学，是一种文化底蕴，是一种闪光的震撼，是思维的碰撞，是智慧的对接，是一场如火如荼的头脑风暴。创意文化产业作为一门新兴的产业如雨后春笋般迅速发展壮大起来，作为全球最大的体育运动——奥林匹克运动从来都不缺乏层出不穷的绝妙创意。

雅典奥运会开幕式就是一个获得巨大成功的奥运创意产业的经典个案，全新的创意依托了现代高科技手段，在全世界人民面前很好地展示了希腊古老而丰富的灿烂文明，把我们带到了那个神秘而浪漫的国度，美丽的爱琴海和动人的神话故事让全世界为之倾倒。

随着奥运会规模的不断扩大，奥运会的举办不但需要强大的经济后盾，要办一届出色的与众不同的奥运会更需要精彩绝伦的创意。因此，奥运会的举办不但是一个国家经济实力的考验，也是对一个国家的文化底蕴和智慧的考验。历届奥运会的举办国都在奥运的创意上下足了功夫，力争做到前无古人甚至后无来者，就这样，创意接力棒一届一届地不断向下传递，奥运会也一届比一届更让人期待。那么近几届奥运会都有哪些精彩的创意呢？

本书从创意的角度切入，全面、系统地对历届奥运会中的创意进行了发掘、整理和归纳，以奥运会的整体过程为纵线，以奥运创意的内容、产生过程、达到的效果为横线，勾织出一幅启迪读者灵感的奥运创意谱。

全书共五章。第一章给大家介绍了近几届奥运会申办理念和奥运口号的创意，同时着重介绍了北京奥运会和伦敦奥运会宣传片、宣传图片和宣传文字的创意以及在申办过程中公关和推介活动的创意。第二章为大家呈现了主场馆的建设、奥运火炬的传递、奥运会志愿者的招募及奥运门票设计的精彩创意。第三章向大家悉数了近几届奥运会的点火创意、团体操及文艺表演创意、奥运会主题曲的创意，同时对北京奥运会开幕式的创意进行了猜想和预测。第四章，随着女子选手和职业选手的进军奥运会，奥运赛场变得更加精彩纷呈，同时随着奥运比赛项目设置的变化，奥运赛场变得越来越丰富和富有观赏性。第五章为大家讲述了从奥运邮票、奥运会会徽、奥运会吉祥物到奥运会奖牌的形形色色的创意，同时为大家讲述“创意奥运是北京奥运的明天”这一观点。

其实奥运创意就在我们身边，在小小的邮票上，在可爱的福娃上到处都是精彩的创意，只要我们善于观察生活，就可以从生活中感受到很多来自奥运的创意。

此书在编写过程中参阅了北京奥组委的一些官方文件，引用了一些国内期刊、文献的资料，充实和丰富了本书的内容，借此机会向所有的作者表示衷心的感谢。

由于时间仓促和编者水平有限，书中一定存在一些错误和不妥之处，敬请读者批评指正。

目 录

总序

前言

第一章 运筹帷幄——奥运申办过程中的创意	1
一、奥运申办理念和奥运口号创意	1
(一) 近几届奥运会口号回顾	1
(二) 中国申办理念和奥运口号创意的诞生历程	6
二、申办奥运创意的脸——宣传片、宣传图片和宣传文字	8
(一) 2008 北京申奥的宣传片、宣传图片和宣传文字	9
(二) 2012 伦敦的宣传片、宣传图片和宣传文字	12
三、申办奥运创意的力——公关、推介活动	15
(一) 2008 北京申办奥运的公关、推介活动	16
(二) 2012 伦敦申办奥运的公关、推介活动	22
第二章 厉兵秣马——创意贯穿奥运筹备	24
一、创意挺起主场馆	24
(一) 筑在北京的鸟巢——中国国家体育场的创意	24
(二) 两虹飞跨传统与现代——雅典奥林匹克综合体育场的创意	25
(三) “绿色”屹立海湾畔——悉尼奥林匹克体育场的创意	26
(四) 老树发新芽——巴塞罗那蒙锥克体育场的创意	27
(五) 室外室内悬索系——蒙特利尔奥林匹克体育场的创意	27
(六) 在空中连绵的帐篷——慕尼黑奥林匹克体育场的创意	28
二、激情燃烧的创意——奥运火炬传递	28
(一) 火炬及其传递的创意产生	29
(二) 柏林奥运会火炬传递——创意从这里点燃	29
(三) 巴塞罗那奥运会火炬传递——一个老人和一个世界	30
(四) 悉尼奥运会火炬传递——敢上九天、敢下五洋	31
(五) 雅典奥运会火炬传递——跨越五大洲的创意	32
(六) 飘过丝路的祥云——北京 2008 年奥运会火炬接力创意	33

三、志愿者创意肩负奥运会半边天	36
(一) 奥运志愿者行动创意的历程	36
(二) 志愿者创意落实——丰富的招募和促进形式	41
(三) 志愿者创意的明天向何方	43
四、奥运会门票方案创意	46
(一) 汉城奥运会的门票方案创意	46
(二) 巴塞罗那奥运会门票方案创意	48
(三) 亚特兰大奥运会门票方案创意	49
(四) 悉尼奥运会门票方案创意	51
第三章 惊世骇俗——奥运会开幕式的创意	53
一、四年只为这一刻——圣火点燃仪式	54
(一) 创意接力棒——点火大戏常演常新	54
(二) 呼之欲出——北京点火仪式让人期待	57
二、“奥运会之花”——团体操及文艺表演	58
(一) 精彩纷呈，创意不断的视觉盛宴	58
(二) 雅典归来看北京	64
三、跳动的音符，永恒的主题——奥运主题曲	67
四、美好的相约——我给世界五千年	70
(一) 办好开幕式的三件法宝	71
(二) 北京奥运会的三大悬念	73
第四章 沙场点兵——奥运赛场上的创意	76
一、百年奥运——赛场元素“渐趋丰富”	76
(一) 百年奥运——开创女子走向体坛先河	76
(二) 职业选手进军奥运会——奥运因此而精彩	78
二、比赛项目设置——创意点燃精彩	82
(一) 百年回眸——项目设置逐渐成熟	82
(二) 展望未来——观赏性是创意主线	85
三、巅峰时刻——金牌源于创意	86
(一) 谁与争锋——运动员经典创意	86
(二) 运筹帷幄——教练员经典创意	94
第五章 回味无穷——奥运收藏品的创意	98
一、方寸之间的奥运传奇——奥运会纪念邮票	99
(一) 奥运纪念邮票——奥运会的第一批赞助商	99
(二) 传承体育精神，记录奥运传奇——绵延不绝的创意	99

(三) 百年不衰的法宝——与时俱进的创意	102
(四) 中国奥运邮票诞生始末	104
(五) 萨翁集邮——吹起体育集邮的时尚旋风	107
二、奥林匹克体育的图腾——奥运会会徽	108
(一) 奥林匹克五环——创意的典范	108
(二) 奥运会会徽——民族文化的宣传画	109
三、家喻户晓的友谊天使——奥运会吉祥物	112
(一) 悉数友谊天使——历届奥运会吉祥物	112
(二) 五福临门——北京奥运会吉祥物	117
四、“更快、更高、更强”的见证——奥运会奖牌	119
(一) 百年奖牌——求统思变	119
(二) 奥运回家——奖牌“大变脸”	121
(三) 北京奥运，金玉结缘——文化创意的典范	121
五、小小五环，大千世界——无限的创意，永远的纪念	125
(一) 纪念币的发行——千古遗风	125
(二) 中国发行奥运史上第一块银砖——开百年奥运先河	128
(三) 奥运会纪念章——创意回眸	129
(四) 创意奥运——北京奥运会的明天	134
参考文献	137

第一章

运筹帷幄——奥运申办过程中的创意

历届奥运会主办国在筹备奥运时都有其独特的举办理念，而奥运口号是奥运会举办理念的高度概括和集中体现。奥运口号的任务是把奥运会举办理念浓缩为一句更加简单有力和容易记忆的话，一句更富于视觉表现能力和感情色彩、能被各种不同文化背景的人广泛接受的口号。各届奥运会都精心设计打动人心的奥运口号以使其广泛传播，深入人心，并使其成为奥运会各种文化和视觉设计活动的创作依据。每一个奥运口号都闪动着人类创意的灵性之光。

一、奥运申办理念和奥运口号创意

申办奥运会是一个庞大的系统工程，涉及很多方面的工作，而这些方方面面的工作都必须在统一口号的指导下，有计划、有步骤、分阶段、多层次地展开，因此奥运口号实质上就是奥运理念对奥运会各项工作的指引，是贯穿于奥运会始终的灵魂。奥运申办理念和奥运口号的创意大致分为三类表现意义：第一类是根据这届奥运会的时空特点，提出有很强的时间性、对本国有特殊意义的理念和口号；第二类就是将主办城市的心声、感受、感悟传达给世界的理念和口号；第三类就是奥林匹克主题精神的一种延伸的理念和口号。

（一）近几届奥运会口号回顾

1. 1984 年洛杉矶奥运会：Play a Part in History

1984 年的洛杉矶奥运会开展之前为奥运会提出口号的做法并不普遍，加之高度商业化的组织背景，洛杉矶奥运会也就没有提出一个总的口号。但在筹办和举办过程中，组织者也使用了几句口号。这几句口号大都由洛杉矶奥组委公共关系部根据具体的工作需要而提出的，它们并不具有综合体现主办城市文化和奥林匹克精神，进而表现本届奥运会总体形象与面貌的功能，但却承担了明确的工作

任务,服务于具体的工作目标,成为洛杉矶奥运会公共关系工作的一个组成部分。作为一个文化、种族、地貌都比较多元化的地区,洛杉矶每年都会举办很多大型活动,对大型活动习以为常的周边居民因此并不关心洛杉矶奥运会的情况。1982年萨拉热窝冬奥会后,洛杉矶奥运会迫在眉睫,但当地居民对洛杉矶奥运会的认识、了解、参与和支持都依然有限,组织者开始对这种情形感到忧心忡忡。在这种背景下,洛杉矶奥组委公共关系部开始着手组织了一些宣传活动,以提升当地居民对洛杉矶奥运会的参与和支持度。“在历史中扮演你的角色”(Play a Part in History)就是组织者为鼓励当地居民而在宣传活动中使用的口号。虽然这些宣传活动因缺乏系统的组织、主动推介意识不足而效果一般,但是作为奥运口号的雏形,其创意对于奥运理念的宣传和推广发挥了极其重要的作用。

2. 1988年汉城奥运会: Harmony and Progress

1988年汉城奥运会的理念是“和谐、进步”(Harmony and Progress)。组织者希望汉城奥运会的主题既能表现出汉城奥运会的独特意义与东方特质,又能代表奥林匹克的精神与追求。1984年1月,汉城奥组委召集学术界、传媒界、体育界等相关领域人士组成了一个专家委员会,专门负责汉城奥运会口号的研究和设计工作,同年6月,汉城奥组委宣布“和谐、进步”为汉城奥运会主题。作为汉城奥运会的主题,“和谐、进步”的含义分为四个层次:第一层次强调了韩国追求和平的基本国策;第二层次旨在体现汉城奥运会对奥林匹克宪章的遵从、对和谐之追求,同时论及人类的进步;第三层次意在强调韩国卓越的民族文化及其出色的奥运会举办水准;第四层次则力图暗示汉城奥运会的非凡意义。汉城奥运会的组织者认为,“建设一个更加美好的世界”既是奥林匹克运动的首要目标,也是韩国人民坚持不懈的追求,而“和谐、进步”恰恰反映了奥林匹克精神与韩国人民想法的一致之处。汉城奥组委希望汉城奥运会能够成为全球人民共同进步、创造世界和谐氛围、实现人类繁荣、和平和欢乐愿望的一次机遇,并将成为世界不同文化与韩国古老文化和谐欢聚的一次盛会。同时,组织者还希望通过这样的主题为国际奥林匹克运动注入“新的希望”,鼓励世界各国奋发向前,并在世界奥林匹克历史和韩国历史上书写新的篇章。此外,汉城奥组委还举行了全国性的口号征集活动,虽然征集来的创意口号很多不属于简短易记的口号,但这些创意口号后来被广泛的用于国内宣传,用于鼓舞民众的自豪感和荣誉感。这些口号有:世界来到汉城 汉城走向世界(The World to Seoul Seoul to the World)、人类的和平 民族的荣耀(Peace for Mankind Honor for the Nation)、我的面貌代表国家 我的精神代表民族(My Appearance the Face of the Country My Mind

the Spirit of the Nation) 等。

3. 1992 年巴塞罗那奥运会: Friends for Life

1992 年在西班牙巴塞罗那举行的第 25 届奥林匹克运动会是世界奥林匹克大家庭空前的一次团聚——在经历了美苏互相抵制的莫斯科奥运会和洛杉矶奥运会, 以及被朝鲜抵制了的汉城奥运会之后, 现代奥运会终于在多年低潮之后迎来了一次大团聚。而冷战刚刚结束的国际背景似乎又赋予了这次奥林匹克大家庭大欢聚以特殊的意义。当国际政治中的阴云和奥运赛场上的敌视一同消散时, 巴塞罗那奥运会响亮地喊出了“永远的朋友”(Friends for Life) 这一口号。“永远的朋友”不仅强调了奥林匹克精神中友谊与和平的永恒主题, 表达了全世界人民所共同的期盼与心声, 更试图以此来赋予巴塞罗那奥运会荣耀的历史地位, 那就是: 巴塞罗那奥运会将作为和平与友谊的见证者和纪念物而永存于奥林匹克的历史之中。

4. 1996 年亚特兰大奥运会: The Celebration of the Century; Harmony Radiance Grace

1996 年亚特兰大奥运会的口号实际上一共使用了两条口号, 而它对口号的创意、使用及推介却算得上是近几届奥运会中一个不成功的案例。

作为最先被使用的“和谐、光辉、优雅”, 却并非是作为一句用来为自我形象进行定位的奥运口号被提出来的, 而是由亚特兰大奥组委为完成本届奥运会的形象与景观设计而提出的用于指导设计的理念和指标: “和谐”代表世界各地的运动员团结在一起, “光辉”代表奥林匹克百年纪念的光芒照亮全球, “优雅”是主办城市和美国南部的特点。在这一理念的指导下, 亚特兰大奥运会设计了一个由不同颜色、形状的叶子补缀为主要构图元素的“缝合被单”(The Quilt of Leaves) 作为其视觉识别系统, 补缀的手法象征了当地的一种民间艺术传统, 也象征了不同文化背景人们的团结融合, 而叶子则有效地把百年奥运历史的不同主题连接起来, 并同时象征了被称为“森林之城”(The City of Trees) 的亚特兰大及美国南部优美的自然环境。

“和谐、光辉、优雅”主要被用于指导亚特兰大的视觉系统设计, 并没有大规模出现在本届奥运会的公关与推广活动中。亚特兰大奥组委又另外设计了“世纪庆典”(The Celebration of the Century) 的口号, “世纪庆典”从某种意义上讲比“和谐、光辉、优雅”更加称得上是亚特兰大奥运会真正的口号, 但这句口号的主要任务却是为了推进亚特兰大奥运会的市场开发计划。组委会试图以此来赋予自己的市场开发计划以特别的吸引力和说服力, 于是便更加侧重于在同赞助

商接洽的过程中使用它，却偏偏忽视了在非商业的其他奥运活动中去使用和宣传它，最终导致了这句算得上口号的话最终却极其鲜为人知。

5. 2000 年悉尼奥运会：Share the Spirit

1992 年，正在申办第 27 届奥运会的悉尼提出了“分享奥林匹克精神”（Share the Spirit）这一口号，因此，这一口号实际上是首先作为申办口号出现的。悉尼试图通过“分享奥林匹克精神”这一口号来反映奥林匹克精神举世共享的特性和理想，也试图以此来鼓舞悉尼及澳大利亚人申奥的热潮，并将此作为对全世界人民前来参与和分享悉尼奥运会的邀请。从 1992 年悉尼仍在申办时起，这句口号一直被沿用到 2000 年悉尼奥运会落幕，而更加令人叹服的是，“分享奥林匹克精神”从悉尼申奥开始就几乎成了悉尼奥运的精神，它启发和感召了悉尼奥运会的视觉设计、形象推广等一系列活动，为悉尼奥运会整体形象的塑造做出了巨大贡献。悉尼奥运会“分享奥林匹克精神”口号的成功之处不仅仅在于它通过成功的语言设计和深刻的精神内涵带给人们的心灵触动，更加在于它对悉尼奥运的视觉设计、公共关系、形象推广、赛事开展等诸领域工作无可替代的统领作用。

6. 2004 年雅典奥运会：Welcome Home

2004 年的雅典第 28 届奥运会上，希腊人热情而自豪地喊出了“欢迎回家”的口号。雅典奥运会从“遗产、人本、参与、庆典”（Heritage Humanity Participation Celebration）的理念归结出了“欢迎回家”的口号。口号反映了希腊人民一百年来对于天地神人和谐共处的古希腊文化精神的呼唤，表达了让全世界人重新感受希腊文化的强烈愿望。这其中不仅包含了雅典奥运会对全球奥林匹克大家庭所有成员最诚挚、最热烈的欢迎盛情，更充分表达了希腊作为奥林匹克发祥地对奥运会重归故里的喜悦和自豪之情。在“欢迎回家”的口号的感召下，“奥林匹克重归故里”便自然而然地成了雅典奥运会无处不在的主题，当观众亲眼目睹希腊人如数家珍似的将希腊文化、奥林匹克历史在开闭幕式上进行展示的时候，人们就会深刻意识到希腊之于人类的伟大贡献——而这正是组织者所期望的。“欢迎回家”同样也被应用到了雅典奥运会各个领域的工作之中，写着“欢迎回家”字样的旗帜、海报随处可见。

作为一句创意口号，“欢迎回家”的成功之处概括起来有两点：其一，它令主办国在文化声誉和地位方面的收益达到了最大化；其二，它极其精准地找到了雅典奥运会的定位和主题。

7. 2008 年北京奥运会: One World One Dream

“新北京, 新奥运”(New Beijing Great Olympics) 是中国申办 2008 年夏季奥运会的口号。2001 年 7 月 13 日, 时任国际奥委会主席的萨马兰奇先生在莫斯科举行的国际奥委会第 112 次会议上郑重宣布, 北京赢得 2008 年夏季奥运会的主办权, 申奥口号在北京申办奥运会的过程中发挥了不可替代的作用。作为申奥口号的创意, “新北京, 新奥运”反映出了有三千余年建城史的北京, 经过改革开放的洗礼, 将以崭新的、多姿多彩的面貌进入新世纪, 她将以饱满的热情欢迎全世界的体育健儿和各界朋友, 共同参与奥运盛会。经历百年沧桑的现代奥林匹克运动会, 在拥有世界人口的 1/5 的中国举办, 将使奥林匹克精神得到更广泛的传授, 翻开奥林匹克运动的崭新一页。同时, 进入新世纪的奥林匹克传统运动也将以全新的面貌向世界人民展示其特有的魅力。

2005 年 6 月 26 日, 北京第 29 届奥运会主题口号“同一个世界 同一个梦想”(One World One Dream) 在经历了复杂的创意过程后横空出世, 这一奥运主题口号深刻反映了北京奥运会的核心理念, 体现了作为“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”三大理念的核心和灵魂的人文奥运所蕴含的和谐的价值观念。“天人合一”, “和为贵”是中国人民自古以来对人与自然, 人与人和谐关系的理想与追求。和平进步、和谐发展、和睦相处、合作共赢、和美生活是全世界的共同理想。梦想是热情的、乐观的、理想的, 是对美好未来的向往, 它表现了所有奥运选手的拼搏精神和对奥林匹克梦想的共同分享。同时, 这一奥运口号还体现了奥林匹克精神的实质和普遍价值观——团结、友谊、进步、和谐、参与和梦想, 表达了全世界在奥林匹克精神的感召下, 追求人类美好未来的共同愿望。尽管人类肤色不同、语言不同、种族不同, 但共同分享着奥林匹克的魅力与欢乐, 共同追求着人类和平的理想, 同属一个世界, 拥有同样的希望和梦想。

“同一个世界 同一个梦想”是一个关于和谐、共同经历和世界团结的口号, 它反映了奥林匹克运动通过体育运动团结世界的目标, 表达出了主办国家愿以友谊拥抱世界的愿望, 描绘了奥林匹克运动会带给人们一种共同经历的冲击, 传达了人们共同的心声和对美好未来的向往, 表现了团结、和谐、友谊、分享和梦想的价值。

8. 2012 年伦敦奥运会: 超越绿色、可持续发展

伦敦提出的口号是“超越绿色、可持续发展”。把奥运引向平民化大众化, 通过主办奥运来为平民百姓谋幸福, 尽可能使平民百姓有机会分享奥运的激情和快乐, 这也是伦敦申办奥运最富创意的主旨和举措。

伦敦的王牌是伦敦申奥的“绿色环保牌”，为了筹备2012年伦敦奥运会，伦敦已决定大量恢复过去因建造体育馆而损害的环境。作为对“城市公共设施陈旧，公共交通饱和”的回应，伦敦打算让所有观众全部坐公交车去看比赛。申奥的目的之一是为后代谋利，伦敦市长利文斯通说：“在伦敦建立可持续的新能源基础设施，奥运之后可以继续沿用。”

伦敦的申奥口号和申奥理念为英国人民描绘出的富有创造力的远景，让民众尤其是伦敦市民看到了奥运会将给他们的生活带来积极转变，从而支持伦敦申奥。如举办奥运会将对伦敦城市建设进行的改造，尤其在伦敦东区建设奥林匹克公园将完全改变这个地区的面貌等。而通过奥运会促进主办城市形象的提升和社会的发展也是国际奥委会最关注的问题之一。

此外，“青年和奥林匹克的未来”这一申奥理念也是伦敦申奥成功的重要因素之一。正如英国驻华大使韩魁发爵士所说：我们的确看到了奥林匹克运动对年轻人的吸引力，并成功利用了这个理念，有30多个来自伦敦东区的孩子也作为代表团成员去了新加坡。这次伦敦的申奥主题就是奥运精神和奥林匹克传统的传承，希望能够通过伦敦这个国际性大都会将奥林匹克精神传递给全世界的年轻人。我们提出了让年轻人和孩子带给奥林匹克运动新的热情，热爱运动，使孩子们远离犯罪，不再整天沉溺于计算机游戏中，让他们的人生更充实。七年后在伦敦举办奥运会的时候，今天的孩子将长大成人，拥有了年轻人，奥林匹克运动就会有更光辉的未来。

（二）中国申办理念和奥运口号创意的诞生历程

每一个奥运口号的创意并非是一时一事的灵光乍现，其产生过程大都是百转千回。一句简洁的话语云集的是无数人智慧的结晶。“同一个世界 同一个梦想”，一句浓缩的心灵呼喊，是13亿中国人要向世界表达的心声，反映了华夏子孙愿同世界人民一起通过参与奥林匹克运动创造和平世界的决心。口号虽然简练，其诞生的过程却并不简单。“如何以简洁、富于情感色彩与亲和力的方式实现对北京奥运会三大理念的传播？如何使之被世界普遍接受？如何真正体现本届奥运会的精神？”对口号并不陌生的中国人此次面临着意想不到的挑战。

1. 一次空前的民意调查——21万条应征

2005年1月1日，北京奥组委文化活动部正式面向海内外征集北京奥运会口号，截至1月31日，征集办公室收到社会各界邮寄信件和电子邮件20161封，应征口号总数21万条，导致组委会收邮件的计算机一度瘫痪。征集活动参与范

围之广，为主办方始料未及。包括台湾省在内的中国所有省、市、自治区和香港、澳门特别行政区，美国、英国、法国、日本、韩国、古巴、挪威、巴西等国家的华人华侨和外国友人纷纷热情投稿。参与者中年龄最小的仅两岁，最长者达91岁高龄，有的全家男女老少齐上阵，学校、公司等集体参与者也不在少数。年已86岁的退休教师关润延双目几近失明，但老人对创作口号非常认真，细细琢磨了好几天，想出“发扬奥林匹克精神”，自己口述朋友代笔填写了参选表格。“这是我们国家第一次举办奥运会，是中华民族的骄傲，我和身边人都非常支持。”虽然视力不容许她过多用眼，但老人仍坚持经常浏览报纸大标题和收听新闻，关注北京奥运会筹备工作的进展。众多应征作品，有的表达了人们对奥运来到中国的欢喜与骄傲之情，有的寄托了对北京奥运会的期盼与憧憬，有的则描述了奥林匹克和东方文化互相融合的美好图景，其中不乏构思新颖、语句优美的优秀作品。

2. 一场猛烈的头脑风暴——数十条入围

21万条鲜活的素材，需要深加工。工作人员和志愿者不分昼夜地初选出有代表性的800条口号。随后，五次国内研讨会、五次国际研讨会、走访、调研，北京奥组委开始向社会各界人士征求意见、集思广益。学者、体育专家、外籍顾问、艺术名人、新闻工作者和国际知名公关公司都不遗余力地出谋划策。最终，立意新颖、思想丰富、符合人文奥运特色的数十条口号成为专家们“脑力震荡”的核心。“要做到‘言有尽，意无穷’不是件简单的事，研究过程中各方专家可谓殚精竭虑，被‘榨干’了精力”，北京大学中文系张颐武教授如是说。参与过七届奥运会竞标的“申办先生”乔治·赫斯勒、北京奥组委执委何振梁、北京外国语大学教授陈琳等专业人士对备选口号进行了深入分析：“四海一家，共创未来”和“传承文明、共享奥运”四四对仗句式，整体有气势，但“未来”缺乏力量，给人遥远而不确定之感，“奥运”涉及知识产权问题；“和为贵”与“四海之内皆兄弟”直接取材于中国古代典籍，人们耳熟能详，富有浓烈的中国文化特色和东方哲学意义，但英文无法彻底达意，由于文化差异显得极为平凡……似乎没有哪一句口号能使人眼前一亮，得到一致通过。

3. 一句浓缩的心灵呼喊——口号诞生

围绕北京奥运会“人文奥运”的核心价值，以及“追求和谐发展、走向现代化的中国，将与世界共同创造更加美好未来”的形象目标，评选委员会进一步将参选口号中出现频率最多的核心词语逐一论证。

和谐（harmony），一个非常亚洲的概念，比如中国哲学提到的阴与阳，有力