

生活不求人

奥运北京 (三)

韩文 主编

延边大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

生活不求人/韩文主编.

—延吉: 延边大学出版社, 2004.8

ISBN 7-5634-1724-9

I. 生…

II. 韩…

III. 家庭生活—基本知识—丛书

IV. TS976.3-51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 111161 号

延边大学出版社出版发行

(吉林延吉市公园街 105 号 邮政编码 133002)

中铁十六局印刷厂印刷

787×1092 32 开 362.50 印张

2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~1 000 册

定价: 1160.00 元(本卷 20.00 元)

目 录

◎谁为北京 2008 盛会保驾护航? 外商瞄准奥运 安保市场.....	1
◎走近 2008 北京奥运中国 IT 业热衷体育营销.....	3
◎北京奥组委确定大众汽车成为 08 奥运会首家 合作伙伴.....	6
◎国际奥委会专家建议: 北京尽快制定奥运交通战略.....	7
◎奥科委官员承诺北京奥运会将消除“语言障碍”.....	8
◎北京奥运市场推介会商机无限做大奥运“蛋糕”.....	9
◎国际奥委会官员谈奥运应对恐怖威胁两原则.....	11
◎罗格: 控制奥运规模是目标北京奥运会也在行动.....	13
◎雅典奥运会闭幕式北京八分钟内向全世界展示自己.....	14
◎雅典奥运会射击比赛将在古奥运奥林匹亚诞生地举行...	15
◎较量的故事——周继红.....	16
◎较量的故事——王楠.....	17
◎中国领衔亚洲奥运军团为北京 2008 铺垫.....	19
◎《华盛顿邮报》: 雅典奥运安全投入创历史纪录.....	22
◎中国体育报: 面向未来再立新功.....	23
◎1998~1999 年申奥大事.....	25
◎2000 年 1~3 月申奥大事.....	26

◎2000 年 4 月申奥大事.....	28
◎2000 年 5 月申奥大事.....	28
◎2000 年 6 月申奥大事.....	30
◎2000 年 7 月申奥大事.....	33
◎2000 年 8 月申奥大事.....	35
◎2000 年 9 月申奥大事.....	38
◎2000 年 10 月申奥大事.....	45
◎2000 年 11 月申奥大事.....	52
◎2000 年 12 月申奥大事.....	60
◎2001 年 1 月申奥大事.....	64
◎2001 年 2 月申奥大事.....	68
◎2001 年 3 月申奥大事.....	75
◎2001 年 4 月申奥大事.....	80
◎2001 年 5 月申奥大事.....	88
◎2001 年 6 月申奥大事.....	91
◎2001 年 7 月申奥大事.....	94
◎日本专家：北京奥运能否屏蔽“基因兴奋剂”	98
◎第二届“北京 2008”奥林匹克文化节拉开序幕	99
◎新北京新奥运战略人文是北京奥运的灵魂	100
◎北京奥运会总体影响高层研讨会在京举行	104
◎第 29 届奥运会健全奥运预防腐败体系专题 研讨会召开.....	107

◎2008 年北京奥运场馆打造四大财富区	109
◎通用电气公司成为北京奥运会的合作伙伴	114
◎评论：奥运经济推介会——比签约更重要的	114
◎2008 年北京奥运会废弃物管理计划启动	117
◎奥运商机催动世界酒店巨头加紧拓展中国市场	119
◎奥组委采取三项措施避免场馆闲置	120
◎柯达——百年奥运赞助商翘首北京	121
◎申办奥运足迹——两次申办终成正果	124
◎中国奥委会市场开发工作简介	139
◎2008 奥运赞助计划	140
◎2008 奥运特许计划	145
◎解读北京奥运市场开发计划	148
◎中国奥林匹克委员会章程	154
◎第六届中国奥委会委员名单	165
◎评论：奥运商机无限	168
◎谁能动奥运票务这块“奶酪”	170
◎北京奥组委邀请 IOC 体育专家进行专题讲座	174
◎北京奥运会特许经营专题研讨会召开	175
◎北京奥运 22 个大包装项目吸引众多大企业	177
◎2004 年：奥运文化活动精彩纷呈	179
◎北京处理上百起侵犯奥林匹克标志案	183
◎奥运经济市场 370 个项目两个 15000 亿元商机	

等待开发	184
◎奥运会与世博会的筹备可协调合作.....	186
◎2008 年后——文化产业要成为北京支柱产业.....	187
◎王宝良在奥运场馆和国家队训练设施建设监督 会议上的讲话	189

◎谁为北京 2008 盛会保驾护航？外商瞄准奥运安保市场

2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会、2010 年广州亚运会，盛会连连，国人自然喜上眉梢。随着 9·11 事件、马德里事件的发生，国土防卫及对人员、资金的保护等公共安全的保障问题已经成为全世界关注的焦点。据悉，雅典奥运会组织者在安保方面的投入已达 10 亿欧元，创造了奥运会有史以来的历史纪录，其费用是悉尼奥运会的 3 倍左右。有关专家指出，为将 2008 年北京奥运会办成一届安全、成功的盛会，必须加大安全技术方面的研究和投入，抬高对抗恐怖活动的门槛，提高国家和城市整体安全防范的能力和水平。虽然北京奥运会组织委员会目前还没有宣布 2008 年奥运会的最终安保预算，但其可以预想的巨大市场空间吸引了全世界的安全防务巨头的目光。

去年年底，欧洲宇航防务集团首席执行官菲利普·凯缪来京，向北京奥组委表达了愿为北京奥运会提供整套安全检查系统、职能集群通讯系统、直升飞机平台等优质的高科技产品的合作意愿。近日，欧洲宇航防务集团防务与通讯系统公司首席运营官帕特里克·茹尔当一行人再次来京，表示：

“欧洲宇航防务集团现在将战略焦点集中于 2008 年北京奥运会，但我们决无意于将自己的安全观念强加给组织者。相反，我们愿意同中国政府有关方面合作，以确定并实施中方自己的安全系统。我们的目标是联合欧洲主要制造商，并鼓励它们加入这一雄心勃勃的创新性项目之中。”欧洲宇航防务集团是一家在航空、防务、安全和相关领域全球领先的供应商，旗下拥有飞机制造商空中客车以及世界最大的直升飞机供应商欧洲直升机公司。该集团曾经参与过法国世界杯、2003 年世界田径锦标赛和布拉格北约峰会等许多大型活动的安全保卫工作。

2008 年北京奥运的安保问题，成为帕特里克·茹尔当此行永恒的话题。无论记者给出什么样的问题，最终他都会回到有关北京奥运的安保问题上来：“2008 年北京奥运会同以往奥运会相比有一些不同的特点：如场馆在地理上分布的比较遥远，而且奥运会场馆的情况也是多种多样的，并且最大的问题是参与者比较多，包括运动员、教练及官方人士等。我们十分希望能成为中国政府关于 2008 年北京奥运会公共安全的一个合作伙伴，也就是说我们希望把我们的经验和技能都毫无保留地同中国当局分享，当然我们也想把这些已经开发的技术和经验

同中国的企业进行分享，并希望能够长期同他们合作。从技术层面上讲，我们将为北京奥运会量身订做一系列的防务安全解决办法，并且它们还将继续使用于 2010 年上海世博会。这样做将会尽可能降低中国对 2008 年奥运会及以后大型活动的投资。让我们来想象一下，世界各地的来宾将乘坐世界最大的飞机空中客车 380 安全抵达北京，目睹盛况空前的 2008 年北京奥运会，这该是一件多么有纪念意义的事情啊。”据悉，一些实力雄厚的美国公司也同样向北京奥组委提交了有关安保方面的合作申请。

◎走近 2008 北京奥运中国 IT 业热衷体育营销

雅典奥运会火炬全球传递日前到达北京，奥运会离中国人越来越近，二〇〇八年似乎并不遥远。而随着今年三月联想集团成为奥运历史上首个“国际奥委会全球合作伙伴”(TOP)的中国企业，中国 IT 业的体育营销热潮开始高涨。

IBM、惠普、三星……以往的奥运赛场，也是国际 IT 巨头“过招”的舞台，借势奥运提升品牌形象，已经成为 IT 巨头重要的市场策略。北京奥运紧锣密鼓的招标，让国内 IT 对其中的机会虎视眈眈。尽管“天时地利”，但由于品牌知名度和国际化程

度的相对不足，以及参与世界级赛事经验的匮乏，对许多中国企业而言，如何利用北京奥运会达到提升品牌的目的，可谓是一个巨大挑战。

北京市发改委主任丁向阳曾指出，奥运经济已成为近三十年来世界经济发展中一种独特的经济现象。从以往举办城市和国家的历史实践来看，奥运经济是注意力经济，它是由注意力资源的相对集中而给举办城市和国家带来的一种阶段性加速发展的经济现象。奥运经济是品牌经济，通过良好的运作，通常能造就一批知名的产品和企业品牌。奥运经济是借势经济，奥运会的举办将对所在城市和国家的经济、社会发展产生强大的推动力量，从而产生一种加速器或催化剂的作用。

“国际奥委会全球合作伙伴”是韩国三星从背负百亿美元债务到成为了全球数码霸主的“利器”之一，也是中国 IT 企业的效仿的样板。从联想成为“国际奥委会全球合作伙伴”，爱国者组建“二〇〇四雅典奥运助威团”，到网易公司推出历时两个月、覆盖全国七大城市的“体育梦想中国行”大型体育文化推广活动，中国 IT 品牌正在奥运和自身品牌发展上，探索着一条上升之路。

联想集团总裁杨元庆指出，北京奥运会为中国

企业的产品、服务提供了广阔的市场机会。要真正抓住北京奥运商机，必须与世界企业共享商机。我们的企业要能够提供世界级的产品，要有自己的核心竞争力以及熟悉国际市场规则的队伍。中国企业要积极准备，坚持不懈，如果能以自己的企业实际参与到奥运会的市场中，必将带来一定的经济效益，提升自己品牌的知名度和美誉度。

网易公司高级副总裁胡智琴表示，体育运动是全人类共通的语言，奥运精神无国界。网易将自己的体育文化定位为卓越、坚持、技术、速度、人才、和平，与奥运精神的内涵有着强烈的共鸣，希望借覆盖全国的体育文化活动，加深消费者与品牌的关系。

在体育营销上，IT 业尽管起步较晚，但随着这个信息社会的到来，IT 企业在奥运会上越来越赢得了自己广阔的舞台。有关专家就此指出，有了战略的高瞻远瞩和实力的全面提升，借力奥运会这一良好的全球营销平台，无疑可以成就中国 IT 业的发展大跨越。从以往的实践来看，奥运经济是品牌经济，通过良好的运作，通常能造就一批驰名品牌。如何参与奥运经济，摆在中国 IT 面前的，既是机遇，也是挑战。

◎北京奥组委确定大众汽车成为 08 奥运会首家合作伙伴

北京奥组委 10 日在北京公布了首家合作伙伴企业，大众汽车集团(中国)被选定为北京 2008 年奥运会汽车合作伙伴。

北京奥组委副主席王伟在新闻发布会上说，这一决定是北京奥组委经过近两年深入考察和全面评估后作出的。

大众汽车将为北京 2008 年奥运会、北京 2008 年残疾人奥运会、北京奥组委、中国奥委会、2006 年冬奥会和 2008 年奥运会中国体育代表团在资金、车辆及相关服务方面提供赞助与支持。大众汽车也将获得相应的权益回报。

王伟表示，近 20 年来各国成功举办奥运会所积累的一条重要经验是，将奥运会与企业界紧密结合。广大企业的直接参与不仅为成功举办奥运会提供了充分可靠的物质保障，也为在世界范围内弘扬奥林匹克精神和理想开辟了广阔、有效的途径。北京将本着“开放办奥运”的原则筹办和举办 2008 年奥运会，创造公开、公平、公正的竞争环境，为企业提供合理的回报。

大众汽车集团副总裁、中国业务总负责人魏智

博说，大众汽车能够荣幸地成为北京 2008 年奥运会的首家合作伙伴，是因为大众汽车在中国已经有了 20 余年的历史。获得这一荣誉的同时，也深感责任重大与面临的挑战。

王伟说，北京奥运会的市场开发计划包括国际奥运会的全球赞助商和北京奥组委合作伙伴，以及特许经营商和供应商等多个层次，其它相关领域合作伙伴的谈判工作正在顺利进行，北京奥组委将会在近期陆续公布新的合作伙伴名单。

◎国际奥委会专家建议：北京尽快制定奥运交通战略

国际奥委会资深交通专家、瑞士联邦工学院教授菲·鲍威 27 日在此表示，北京最迟应该在雅典奥运会结束后的两三个月内，制定出完整的奥运交通战略计划。

鲍威在应邀出席国际大城市交通战略选择座谈会上，向北京市主管交通、科技的两位副市长当面提出了上述建议。他说，根据以往的经验，奥运会候办城市必须至少提前 4 年制定规划，以应对奥运会带来的巨大交通压力。

鲍威说，夏季奥运会作为目前世界上最大的活动，在短短十几天内会吸引数量惊人的现场观众和

旅游观光者，还有 1.6 万名运动员和技术官员、2 万名新闻记者及 5 至 10 万名相关工作人员。确保每天 60 万名持票观众和 20 万名工作人员、志愿者畅通地往返于比赛场馆和驻地，是成功举办奥运会的目标。

鲍威认为，只有完善的轨道交通才能在短时间内完成如此庞大的客流运输任务。他赞赏北京市正在加紧实施的轨道交通规划，特别是对北京即将建设奥林匹克公园地铁支线给予了很高评价。

鲍威还建议北京市按照运动员和技术官员、奥林匹克官员、新闻记者、其他相关人员的次序，安排交通优先规划，并有必要设立直通主要比赛场馆的专用交通线路。他说，涉及北京奥运会的所有交通项目都应在 2007 年底前完工，以预留时间检验交通体系是否符合举办奥运会的要求。

◎奥科委官员承诺北京奥运会将消除“语言障碍”

来自世界各地的运动员、记者和观众的“语言障碍”，一直以来都是奥运会的最大困难之一。在今天上午举行的“奥运多语言智能信息服务国际论坛”上，第二十九届奥运会科学技术委员会主席林文漪表示，北京奥运会将提供多语种的个性化信息

服务，消除“语言障碍”。

林文漪说，北京奥申委在申奥报告中郑重承诺，“在二〇〇八北京奥运会，Any Time, Any Where, Any One, Any Device 都能方便地获取奥运的信息，分享奥运的喜悦。”《北京奥运行动规划》中提出，到二〇〇八年，基本实现任何人、在任何时间、任何场所都能够安全、方便、快捷、高效地获取可支付得起的、丰富的、无语言障碍的、个性化的信息服务，保证奥运会的出色承办。

这位干练的女官员向与会的各国专家表示，第二十九届奥运会科学技术委员会将高标准、高水平、高质量地实现上述目标，履行北京奥申委的庄严承诺。

她介绍说，“面向奥运的多语言智能信息服务网络系统”已经被列为科技奥运十大专项之一，国家“八六三计划”和北京市科技计划也分别将其列为重大研究项目。过去两年，这个项目已经取得若干重要的阶段性成果，希望通过此次论坛，建立起更加广泛的国际合作，使该项目获得圆满成功。

◎北京奥运市场推介会商机无限做大奥运“蛋糕”

北京市发展和改革委员会主任丁向阳 9 日在北

京召开的新闻发布会上透露，将于4月18日至19日举行的“投资北京——奥运经济市场推介会”含金量非常高，可谓“金光闪闪”。

由北京奥组委、北京市发改委、国资委等单位共同主办的这次推介会，将从奥运场馆建设商机、城市基础设施建设运营商机、现代制造业发展商机、服务业发展商机、环保与资源综合利用产业发展商机、旅游业发展商机等角度，对奥运经济及其市场和商机进行总体介绍。据初步测算，从现在起到2008年，北京市总投资将达到1.5万亿元人民币。

推介会上将推出一批寻求合作项目，涉及工业、高新技术、商业、基础设施、城市建设、奥运场馆建设、资源综合利用与环境保护等领域。拟推出的项目约370个，总投资上千亿元。其中可达到商业谈判程度的重点包装项目约20个，总投资约700亿元。

这次推介会还将推出100个以上寻求资金、技术、产品、市场、人才等方面合作的企业，并由15家企业就其合作意向进行介绍，以便于国内外的战略投资者通过对这些企业信息的充分了解，作出合理的投资决策。

推介会举行的推介活动还有，集中介绍远郊区 10 个市级开发区、6 个重点发展小城镇的总体发展思路、近期建设项目和发展商机、区位条件、优惠政策等信息；介绍 3 个重点园区相关政策、开发信息。顺义区、怀柔区也将在会上整体推介他们的发展商机。

据介绍，推介会还将举办“奥运商机高峰论坛”，国际、国内著名经济学家和企业家作重点发言，探讨企业如何抓住、参与和分享北京奥运商机，北京市政府如何优化投资环境，降低企业商务成本，奥运经济如何持续发展以促进市场长期繁荣等问题，通过互动提高企业参与北京奥运经济的积极性。

丁向阳说，在这次推介会上还将发布一批招标、招聘信息，包括奥运项目法人招标信息、政府投资项目代建招标(聘)信息等。

◎国际奥委会官员谈奥运应对恐怖威胁两原则

国际奥委会新闻委员会主席、国际奥委会北京奥运会协调委员会副主席凯文·高斯帕 9 日接受了新华社记者的专访。他说，“9·11”恐怖袭击发生后，国际奥委会处理和协调解决各式新问题会有新