



石智勇夺得宁波史上首块奥运金牌
不少企业有意向请他做品牌代言人

宁波企业瞄准“后奥运经济”

多个宁波企业向石智勇伸出橄榄枝

记者了解到，我市已有一家文具企业和一家保险公司，昨天迅速通过国家体育总局举摔柔中心等渠道，有意向请石智勇代言其产品和服务。另外，有几家汽车、服装、旅游景区、餐饮、健康养身企业也有意向，已在咨询其代言费用。

在业内人士眼里，奥运冠军的商业价值，不仅体现在成绩上，运动员本身的影响力和美誉度同样必不可少。石智勇夺得

宁波体育史上首块奥运金牌，其在宁波就拥有了巨大的个人魅力和品牌号召力。对于这些企业而言，一个优秀的奥运冠军代言人，将对企业的销售和业绩起到巨大的推动作用。如果商业推广得当，其对企业业绩的提升，要远远大于企业对运动员的投入，以及高额的代言费用。

体育赛场其实也是商业的竞技场，向奥运借东风，无论是传统商业帝国还是新兴品牌，谁都不想

错过这个机会。相比于其他体育赛事，奥运会的大众关注度最高、运动员最容易出好成绩，因而在商家眼里，冠军的商业“含金量”最高。

北京关键之道体育咨询有限公司CEO张庆认为，奥运冠军的头衔可以延续4年，甚至更长。相比于世锦赛等项目，奥运冠军的商业开发价值更高，奥运冠军可以说是体育营销皇冠上面的宝石。

“宁波装”与体育早已热恋

作为长期的合作伙伴，申洲接到了阿迪达斯巴西奥运会T恤的订单。昨天，记者致电申洲针织相关人士。他表示，“公司确实接到了相关订单，但出于保密协议，不方便透露更多细节。”可以想见的是，在巴西一些奥运产品专卖店或者阿迪达斯的专卖店销售的T恤，其中或许就有申洲针织生产的产品。其实，申洲接奥运订单已经连续好几届了。比如2012年伦敦奥运会，申洲针织就为德国阿

迪达斯、美国耐克提供OEM服务。美国和德国参加伦敦奥运会的运动员服装，也有一部分是申洲针织生产的。

今年4月18日，中国田径协会与雅戈尔集团合作，雅戈尔集团正式成为中国田径协会官方唯一指定正装供应商。根据相关协议，在需要正装出席的场合，中国田径队的成员都将身着雅戈尔为其量身定制的服装亮相。“与体育跨界合作，目前这一块业务比重还比较小，以后或

许会有所突破。”昨天，雅戈尔集团有关人士说。

据了解，服装企业参与奥运经济的方式有很多，如奥运全球赞助、特许经营、特约供应商等。奥运会前期奥组委还会有一些采购活动，包括礼仪服、运动服、运动村室内用品及宾馆用品等直接奥运产品等。不过，相对于3000多家宁波服装企业而言，庞大的“服装军团”直接拿到订单的并不多，多数通过OEM贴牌加工方式进入奥运市场。

宁波制造搭上“奥运快车”

里约奥运会顺利进行，甚至居民通过电视收看赛事，都离不开电力设备的支持。而这次里约部分居民，用的就是奥克斯生产的电表。

去年，奥克斯收购了一家巴西电力工厂，也是做电力设备的，是为里约城市提供配用电设备。奥克斯电力板块的巴西合资工厂是奥克斯首家海外工厂。这家工厂是巴西本土老牌电表厂，创立于1930年，年产能是200万台。

里约城市人口1600万，电力设备市场占巴西的10%。奥克斯与当地两个电力局有合作，2015年销售0.3万只普通表及多功能表。今年正在洽谈约

4.5万只电能表的招标项目。

早在2008年北京奥运、残奥会期间，由宁波GQY视讯股份有限公司承建北京交通管理指挥中心大屏幕显示系统并经受住了考验，出色地完成了相关任务。该大屏幕显示系统由98个投影单元构成，单屏80英寸，拼接面积达194平方米，堪称世界第一大屏。

“国内接下来的体育赛事还有很多，我们目前正在积极洽谈这方面的业务。”昨天，GQY视讯相关人士说，但他们并未参与巴西里约奥运会相关项目，“主要是大屏幕显示系统售后服务难跟上。”

而连续为三届奥运会提供场馆座椅的浙江大丰体育有限公司，从2009年巴西取得奥运会主办权开始，曾6次派人去巴西考察，但最终也因为距离太远，运输成本太高决定放弃。该公司负责人称，但他们已经在着手准备杭州亚运会、北京冬奥会场馆的订单。



贝发集团曾是2008年北京奥运会特许经营商和特许零售商。（资料图片）

对“后奥运经济”充满期待

巴西里约奥运会将在短短的十几天后结束，但挥之不去的体育氛围成为许多企业掘金的契机。与此同时，分布在不同时间段的其他赛事也将成为烘托“后奥运”气氛的催化剂。任何一项在赛事中出现的运动，都出现了一批忠实的“粉丝”，体育服务用品、体育服装、体育旅游、体育传媒等众多相关产业将直接受益。

根据我国《体育产业发展“十三五”规划》，体育产业总规模将超3万亿元，从业人数超600万人，体育产业增加值占GDP比重达1%，体育消费额占人均居民可支配收入比例超过2.5%，将构建一批具有国际竞争力的龙头企业和创新企业的体育产业集群。

宁波育品体育公司是一家致力于皮划艇休闲、皮艇球项目培训赛事的企业，同时还致力于皮艇球运动器材生产、制造、研发等完整产品线，并在24个国家拥有自己的代理商。“我们一直努力将这个运动在亚洲范围内进行推广，而且这项运动也即将被列入亚运会的项目之一，将会有越来越多的人加入到这个运动中来。”育品体育公司负责人这样告诉记者。

他表示，“宁波东钱湖是亚洲最知名的训练场地之一。目前，平均每天有来自七八个国家的人员在此训练，日均人数达到70~80人。”

据了解，育品体育还将在今年9月份组织亚太皮艇球俱乐部锦标赛这一独立赛事，届时将会有超过10个国家与地区约20支队伍在东钱湖参加比赛。与此同时，公司生产的皮艇球运动器材将赞助今年的世界锦标赛。“这对于我们开拓国际的体育市场是非常有利的。”这名负责人说。

北京、张家口冬奥会申办成功，对于滑雪用品产业的发展是个重大利好。今年5月18日，由张家口市政府主办的“奥运经济对接浙商资本—2016张家口市投资推介会”特地来到宁波举办，邀请吉利、金鹰、运达风电等企业去张家口寻找商机。据悉，宁海一些生产滑雪板、登山杖的企业，也在纷纷寻找订单。

宁波发展战略研究会有关人士认为，“后奥运经济”可通过健康、服装、金融、汽车、建筑、旅游、科技、文化、传媒等产业间的传导路径来实现，延伸奥运关联上下游产业。宁波企业可提前布局进入“体育+”产业，抓住“后奥运经济”的消费引发效应和品牌提升效应、凝聚效应和辐射效应，从而来拓展产品市场和健康养生服务。宁波企业更要以奥运健儿为榜样，借鉴并发扬他们敢于拼搏的精神，向“更快、更高、更强”的目标迈进。

“

昨天上午，当石智勇夺得宁波历史上首块奥运金牌后，我市一些企业老总也像打了鸡血一样兴奋。场内热血贲张，场外商机遍地，这能不令他们兴奋吗？

事实上，随着人们对体育赛事的关注，不少宁波企业加快步伐布局体育与健康、服装、建筑、旅游、科技、文化、传媒等产业融合。如今，许多企业更在瞄准挖掘北京、张家口冬奥会、杭州亚运会等“后奥运经济”的蛋糕，有望使“体育+”成为产业升级转型的新突破口。

记者 陈旭钦
殷浩
王婧
劳育聪

”



▲2010年南非世界杯上，来自宁波的“呜呜祖啦”一鸣惊人。（资料图片）

◀石智勇夺得宁波体育史上首块奥运金牌。 新华社