

# 全民 起動

傳揚奧林匹克精神



在觀看奧運賽事時，每個人天性中的愛動一面都會被挑動起來。小孩觀看田徑和游泳比賽時，恨不得能立刻像他們崇拜的體育英雄一樣，在田徑場或游泳池大展身手，而成人則會下定決心，在生活中安排更多時間做運動。

今夏首次在中國舉行的奧運會，肯定會成為推動各地人民把運動融入生活的一股最大動力。在為期兩周的北京奧運期間，全國十三億人民將守候在電視機前，欣賞連場精彩比賽，勢必創下全球最高收視紀錄。

全國人民的目光將聚集在中國歷來最優秀的田徑明星劉翔身上，殷切期待這位外型俊朗、躍步如飛的欄王能在百米跨欄決賽中勇奪金牌。除他以外，由籃球巨星姚明擔大樑的國家籃球隊，以及中國近年佔有優勢的游泳、跳水和體操等運動項目的健將，也背負着全國人民的寄望。

這些運動員的出色表現，加上羽毛球手和乒乓球手長期保持的優勢，均對全民參與運動產生巨大的推動力。近年來，隨着社會日漸富裕，愈來愈多人開始參與高爾夫、健身和網球等運動，這些運動不僅能強健體魄，更成為中產階級的身份象徵。



無論在中國或世界其他地方，企業的支持都對運動普及化發揮着重要作用。例如和黃集團便在世界各地開展促進運動發展的計劃，不僅藉此建立和諧關係、加強團隊精神和凝聚力，還能使員工身體更健康，心情更愉快，工作更起勁。

基本上，運動是指不屬於競賽性質的跑步、競步或游泳，目的是讓心肺定期得到充分的鍛練。在現代社會，我們有大量醫學研究證明，定期運動和健康飲食能顯著降低患上心臟疾病的風險，延年益壽。

對現代兒童來說，體育運動遠比長時間在屏幕前玩電腦遊戲更加有益身心。因此，不少世界級運動員都積極鼓勵青少年參加體育活動，減少網絡遊戲時間，奧運獎牌得主塞巴斯蒂安·科(Sebastian Coe)便是其中之一。

塞巴斯蒂安曾經是世界最佳的中距離跑手之一，擅長八百米及千五米跑，曾榮獲四枚奧運會獎牌，包括兩枚金牌。他表示：「今天的兒童所處的世界，充滿矛盾的訊息，也有太多令他們分心的事物。孩子們可以選擇的活動五花八門，運動往往被忽視。我小時候，心中的英雄是家鄉的兩位奧運選手。今天，青少年心中的英雄每星期都不相同。」

「很多人心目中的英雄，甚至不是真實世界的人物，而是卡通或電玩中的人物。在發達國家，青少年為娛樂自己和消磨時間，沉溺於一系列被我朋友稱為SBA(Screen-based Activities，熒幕為主的活動)，包括電腦、DVD、電玩、錄像及電視等活動。」

「藉着奧運精神的巨大感召力，我希望建立一個強大的全球聯盟，通過政府機構、體育組織和企業鼓勵青少年參與體育活動，讓他們從中感受到樂趣而保持運動習慣，並盡力體現參與運動對他們個人成長和社區的裨益。對我來說，運動就像是一個在社區中默默耕耘的社會工作者，更能發揮春風化雨、鼓舞人心的積極作用。」

和黃集團一向樂於贊助和鼓勵參與體育運動，除了可以培養健康和活躍的員工，在社區推廣運動更能建立和諧關係，同時發揮巧妙的推廣功能。例如在香港市民的印象中，屈臣氏蒸餾水與體育運動已是密不可分，原因是屈臣氏透過於一九八九年成立的屈臣氏田徑會，向青少年推廣運動對健康的好處，並與田徑界建立了密切關係。下文介紹和黃集團如何透過三個不同層面包括市場推廣、生活方式及活動贊助，大力支持體運發展。



## 和黃集團 一向樂於贊助 和鼓勵參與 體育運動



### 市場推廣

高爾夫球是一種輕鬆愉快的消閒活動，如邀請客戶同行，更有助加強雙方的合作關係。去年，和記黃埔地產集團在天津和上海舉辦多項高爾夫球賽事，藉此加深了解客戶，並提升和黃多個品牌的認知度。

在上海的梅龍鎮廣場，和黃舉辦了三種截然不同的比賽，包括壁球錦標賽、乒乓球賽和花劍世界盃。該項國際劍擊壇聲譽最隆的一項盛事吸引了來自十六個國家的一百一十九位選手參賽。這些賽事提高了和黃的品牌知名度，而梅龍鎮廣場的人流也顯著增加，銷售額上升。

### 培育運動新秀

**在** 奧運會舉行前，具有運動天賦的青少年可透過屈臣氏的獎勵計劃，提高運動水平和意識。

過去三年，屈臣氏集團香港學生運動員獎已惠及中小學和特殊學校的二千多位青少年。今年夏天，在奧運會開幕前，三十位優秀學生獲得資助前往北京，參觀用以舉行奧運會開幕和閉幕儀式和進行主要田徑項目的「鳥巢」體育場，以及作為游泳和跳水比賽場地的國家游泳中心「水立方」。

此外，學生還有機會參觀中國優秀運動員的頂級訓練場館，以及北京體育大學和清華大學。

屈臣氏透過這項運動員獎，積極鼓勵學生參與體育活動。在二〇〇七至二〇〇八學年，有八百名傑出學生運動員獲獎，獲得獎學金、獎狀，以及有機會參加領袖才能工作坊和獲選前往北京參加運動交流團。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明先生說：「我們希望這項獎勵計劃能鼓勵學生追求自己的運動夢想，盡展潛能。」





## 這些活動充滿樂趣， 令大家團結一致

在重慶市，大都會商廈以一項羽毛球比賽作為周年慶祝活動之一，以提升公司形象，並加強與租戶的關係。

### 生活方式

和黃集團推廣運動的熱誠，肯定會獲得塞巴斯蒂安的衷心讚許。集團通過贊助公司內部體育會及其他社區組織，鼓勵人們改變慵懶的生活方式，撥出時間參與體育運動。

集團員工可選擇多種體育活動，如高爾夫球、野戰遊戲、健身班和運動會。在香港、北京、廣州、深圳及上海設有辦事處的TOM集團，每年都舉辦多姿多采的體育活動，包括瑜珈、羽毛球、足球、籃球、網球及乒乓球。公司發言人說：「同事的反應非常熱烈，這些活動充滿樂趣，令員工團結一致，更能加強團隊合作。」

### 創建未來

**北**京奧運會兩大場館的前衛設計，體現中國有無比決心展示其面向未來的現代化面貌。

國家體育場和國家游泳中心不僅是一流水平的運動場館，也是全球最具創意的建築傑作。到八月底，全球觀眾將通過電視轉播熟悉這些建築物的獨特造型。

國家體育場很早就被稱為「鳥巢」，建築外層由大批縱橫交錯的鋼樑組成，遠望猶如一個巨大的鳥巢。

國家體育場由瑞士建築師Herzog & de Meuron設計，估計造價約四億八千六百萬美元(港幣三十六億五千萬元)，可容納九萬一千名觀眾，將用於舉行田徑比賽和奧運會開幕及閉幕式。





## 聖火耀全球

聖火接力傳送是奧運一個主要重點。這屆奧運聖火接力以「和諧之旅」為主題，把和平及友好的訊息傳播世界各地。

今年三月二十四日，聖火從雅典主辦一八九六年首屆現代奧運會的Panathenaikon場館出發，途經五大洲一百三十五個城市，甚至登上珠穆朗瑪峰，並曾在龍舟上傳遞。

對和黃的香港員工來說，最令他們振奮的時刻相信是火炬傳到香港，展開中國之旅的時候。和記黃埔有限公司副主席李澤鉅是香港一百一十九位火炬接力手之一，合力把奧運精神傳遞至香港每個角落，他說：「我感到十分榮幸，這是我畢生難忘的一個經歷。」



## 活動贊助

遠在巴哈馬，和黃港口業務與中國建立了緊密的運動聯繫。去年上海殘奧會期間，和黃港口旗下位於巴哈馬的公司決定為參賽的運動員及官員提供制服和旅行裝備。參賽運動員凱旋歸來，共獲得二十八枚獎牌，包括首次獲得的一枚金牌。

在加拿大，能源公司赫斯基贊助一種完全不同的運動項目——世界級馬術障礙賽。在卡爾加里附近舉行的Husky Energy Classic Cup Competition，現已進入第八年。去年賽事的主題是慶祝赫斯基與當地社區維持緊密的夥伴關係。

赫斯基還贊助Olympic Gala活動，祝賀加拿大與中國運動員的卓越成就。這項活動邀請到兩國的奧運得獎選手參加，表演活動包括民族舞蹈、音樂和武術表演等。

這類請來運動明星助陣的活動，可有效把公司與社區活動聯繫起來。在印度，和黃也採取類似的推廣手法，贊助當地最受歡迎的板球運動，以及桌球和乒乓球等運動項目。

七〇年代中國靠乒乓球運動重返國際舞台，當年中國乒乓球運動員在球桌上展示出令人眩目的技巧，這種乒乓外交不但贏盡全球喝采，也推動中國開展具有更遠大目標的體育發展計劃，最終促使中國首次參加一九八四年的洛杉磯奧運會。

今年中國主辦奧運會，見證國家在過去二十年間的飛躍發展。甚至有人預測，中國有可能在本屆奧運會上高居獎牌榜首位，但無論最終結果如何，得益的始終會是運動精神、國際友誼及世界和諧。今年初，北京奧組委主席劉淇在二〇〇四年奧運會主辦城市雅典接過奧運聖火時表示：「我們堅信，奧運精神是人類文明的核心，奧運聖火是和平及友好的象徵。」

過去十年，高爾夫和網球等需要一定經濟能力支持的中產階級運動快速發展。新一代的上班族尤其需要運動，老一輩的人則繼續每天勤練太極，他們均深明活動四肢和調養氣息，能使他們的身體更健康，生活更愉快。

另一項建築傑作是位於「鳥巢」附近的國家游泳中心，由澳洲公司PTW設計，而長江集團是主要贊助機構之一。



這座建築物的外貌看來好像由許多巨大的藍色肥皂泡組成，因此也被稱為「水立方」。這座建築物採用半透明的ETFE(乙稀和四氟乙稀共聚物)材料，使外牆的顏色可不斷轉變。

「水立方」可提供六千個固定觀眾席和一萬一千個臨時觀眾席，在為期兩周的比賽期間將頒發四十二枚金牌。

圖片：IMAGINECHINA