

中国企业奥运营销各显神通

本报记者 吴修齐

四年一届的奥运会全球瞩目，也是一个巨大的“流量池”。眼下，巴黎奥运会正如火如荼地举行，众多国内科技企业摩拳擦掌，一场体育营销大戏渐入高潮。盘点近几届奥运会的体育营销，记者发现，国内科技企业继续对传统“国民”项目保持热情的同时，开始把目光转向新兴小众项目，各家企业在营销方式上也是各显神通。



图为中国LED大屏应用于巴黎奥运会场馆

“国民”项目依旧受青睐

TCL是巴黎奥运会中国女篮的官方合作伙伴。去年8月，万家乐与中国国家跳水队达成战略合作，这次也携手亮相巴黎奥运会。在2021年东京奥运会上，长虹签约成为国家羽毛球队的赞助商。2016年里约奥运会上大放异彩的中国女排则在东京奥运会时拥有了联想、vivo和海尔等多家企业的赞助。同样还是在里约奥运会上，美的是中国国家跳水队、游泳队和花样游泳队的最高级别赞助商，海信成为中国国家体操队的官方合作伙伴。

记者注意到，三大球、跳水、羽毛球等传统热门项目在国内享有较高的关注度，相关的明星运动员也家喻户晓，因此备受企业青睐。

小众项目成为新热点

在体育项目的选择上，也有一些企业反其道而行之，赞助相对小众的体育项目。

目。vivo旗下子品牌iQOO在东京奥运会时，成为中国国家赛艇队和皮划艇队的官方赞助商。联想旗下的联想昭阳、联想ThinkPad、联想YOGA分别成为中国国家攀岩队、帆船队和射击队的AI PC合作伙伴。在巴黎奥运会上，京东方成为中国国家击剑队首席战略合作伙伴，为击剑队提供Mini LED超高清显示、集成多种AI功能的智慧一体机、动态心电图记录仪、物联网血压计等各类产品，在训练、学习、健康管理方面给予技术支持。

中国电子视像行业协会秘书长董敏接受记者采访时认为，从企业的角度看，与大众产品和小众项目的合作，可以为其品牌形象打造潮流时尚和创新的标签，并与消费者建立起价值感知和消费连接。企业若能充分利用多样化的社交媒体内容营销，还可能通过小众高端运动项目完成大众面孔传播。

奥运营销花样百出

除了赞助比赛项目和运动队之外，一

些科技企业还把眼光投向更多的领域。从奥运会的技术支持，到场馆设备、后勤保障，都有国内科技企业的身影。

阿里巴巴是2021年东京奥运会和今年巴黎奥运会的全球合作伙伴，提供“云服务”与“电子商务平台服务”。在巴黎奥运会上，云计算将替代卫星成为奥运赛事直播的主要方式，有超过三分之二的直播信号会通过阿里云技术支持的奥运“转播云”向全球各地传输。此外，在巴黎奥运会的赛事管理和优化方面，中国移动借助人工智能为观众提供更加便捷的入场、支付和通信体验，并实现对车辆和行人的智能识别，提升交通流畅度和保障出行安全。

在东京奥运会、里约奥运会上，中国LED显示企业提供过LED显示屏、LED体育照明灯具等产品。在今天的巴黎奥运会上，多家中国LED显示企业为奥运场馆及巴黎市内相关活动提供了产品和服务。艾比森提供了超过50块PL系列高端租赁屏和A系列户外广告大屏，主要应用在巴黎奥运会开幕式、贝

尔西体育馆、户外球迷区等场地。诺瓦星云为30余座赛场显示提供超高清全链路视频显控解决方案。洲明科技为巴黎奥运会提供了LED显示屏和相配套的解决方案。

今年巴黎奥运村和媒体村不安装空调的消息引起广泛热议，格力及时宣布为中央广播电视总台巴黎奥运会的报道团队先期提供345台移动空调。不仅如此，在里约奥运会的赛事场馆和奥运村中，也有来自美的和格力的空调，以及万和电气生产的燃气热水器等产品。

尽管没有直接赞助国家队或参与奥运会的建设，但小米近三届奥运会都进行了一系列线上线下营销活动。在东京奥运会时，小米签下比赛期间的高人气运动员苏炳添和杨倩作为代言人。

董敏告诉记者，体育营销所带来的影响是全世界范围的，现在国内科技企业开始在海外更多地参与到体育场馆建设等相关活动中，不仅是借力体育营销增加企业在海外的知名度，也存在海外市场工程摸索和打造典型样板的价值。

Omdia预测

大尺寸显示面板需求将激增

本报讯 Omdia近日发布的《显示面板长期需求预测跟踪报告》显示，2024年全球显示面积需求预计比去年将增长8%。尽管全球经济不确定性和价格上涨预计将减缓基于单位需求的增长率，但大尺寸显示面板的需求有望激增，导致基于面积的需求显著回升。

2024年，显示面板单位数量需求增长率预计将与上一年相近，约为1%。然而，由于生产效率的提升和显示面板技术的不断进步，大尺寸显示面板面临的需求预计将稳步增长。

Omdia显示研究高级首席分析师Ricky Park表示：“80英寸及以上尺寸的电视市场最初主要关注提升面板厂商的盈利能力和运营率，但今年市场正在朝着显著扩大消费者需求的方向转变。由于生产效率的提升和良品率的改进，面板的供应价格正逐渐走低。预计在今年下半年的旺季，这些面板将以更具吸引力的价格投放市场。”

Omdia预测显示，面板厂商今年计划出货780万块80英寸或更大尺寸的电视面板，比去年增长35%。今年，在整个显示面板市场中，80英寸以上尺寸的显示面板预计占据的面积比例约为7%，到2030年，这一比例预计将增长至11%。 (显文)

TCL华星拟用自有或自筹资金收购LGD广州工厂

本报讯 8月1日，TCL科技发布公告，宣布其控股子公司TCL华星成为LGD广州第8.5代LCD工厂股权竞买的优先购买方，本次拟收购的资产标的为乐金显示(中国)有限公司70%股权和乐金显示(广州)有限公司100%股权，后续TCL华星将与出售方就本次交易事项进行排他性谈判及商定交易协议。如达成最终交易协议，TCL华星预计将以自有或自筹资金进行收购。

据公开资料，乐金显示(中国)有限公司为LGD广州面板厂，2023年营业收入为63亿元，净利润为6亿元；2023年12月31日净资产为118亿元。乐金显示(广州)有限公司为模组厂，2023年营业收入为119亿元，净利润为5亿元，净资产28亿元。按照收购股权比例来看，本次收购的资产包净资产接近100亿元。

据悉，广州LGD工厂产能规模180K，主要生产电视面板，今年几乎满产运营，占据全球电视面板市场份额的4%。如果TCL华星顺利完成LGD广州工厂的收购，全球电视面板产能格局将进一步向中国头部厂商集中。 (卢梦琪)

奋力谱写新型工业化发展新篇章