



中国女排拼进决赛!



当地时间8月18日,在里约奥运会男子4×100米接力预赛中,中国队以小组第二的成绩晋级决赛。图为第三棒苏炳添(左)和第四棒张培萌(右)在比赛中。 新华社记者 殷博古摄



当地时间8月19日,在里约奥运会羽毛球男子单打半决赛中,马来西亚选手李宗伟以2比1战胜老对手中国选手林丹,晋级决赛。图为李宗伟(左)和林丹在比赛后相互致意。 新华社记者 孟永民摄



本报讯 北京时间8月19日上午,郎平率领的中国女排在里约奥运会女排半决赛中,3比1战胜荷兰队,时隔12年再度闯入奥运会决赛。

在小组赛曾2比3输给对手荷兰队的情况下,女排姑娘们打得非常坚决,顶住了对方凶猛的进攻,一分一分地拼,用顽强的意志打破了对手的心理防线,拼出了女排精神。中国女排主教练郎平也抑制不住喜悦的心情,表示这样的胜利在她的执教生涯当中都不太多见。

四局比赛的比分为27比25、23比25、29比27、25比23。每局以2分微弱优势取胜的背后,是女排姑娘们不放弃任何一次机会,奋力拼到最后的坚韧,是就算输掉比赛,也要拼尽全力的坚强。女排姑娘们的精彩表现,完美地诠释了体育精神,打出了中国女排的精气神,满满的全是正能量。

北京时间8月21日上午9点15分,中国女排将在决赛中迎战在半决赛中击败美国队晋级的塞尔维亚队。

右图 中国女排25比23拿下决胜局后,女排姑娘们抱在一起庆祝胜利。

新华社记者 岳月伟摄

里约奥运会上演中国服装秀

本报特派记者 徐惠喜

奥运期间,里约的四大赛区各场馆周围有大量的热心志愿者,为来自世界各地的运动员、观众和媒体记者提供服务。这些志愿者,或为在读高校学生,或已参加工作,或年轻或年长,操着不同口音,来自不同国家,拥有不同肤色。但他们却有一个共同特点:都身着色彩明亮的黄色服装,脚穿绿色运动鞋。

在这些志愿者的服装上,印着一个熟悉的品牌标识——中国体育服装品牌361度——里约奥运会的官方供应商。除了志愿者外,记者看到不少奥运会工作人员穿的也是该品牌的服装,有绿色、黄色、蓝色以及红色4款。细心的观众会发现,在

里约奥运会的开幕式上,田径裁判诺布雷身穿印有361度标识的官方裁判服在五环旗前代表全体赛事裁判庄严宣誓。希腊、南非等国运动员一身上下也都是清一色的361度服装。

体育服装品牌361度是里约奥运会的官方供应商,奥运会、残奥会和测试赛的志愿者、技术人员以及火炬接力人员均身着该中国品牌服装,出现在奥运会的相关活动中。换言之,奥运期间,至少有10万套361度服装亮相里约大街小巷,成为巴西一道亮丽的风景。里约奥组委主席努兹曼此前曾说:“制服也是筹办奥运会和残奥会极其重要的一个环节,我们相信

361度将以出色的表现与我们一同呈现一届令人难忘的赛事。”

中国企业通过赞助奥运会,提升了公司的品牌知名度,有助于加快海外布局,提升在国内外市场的竞争力。据悉,早在2014年361度签约成为里约奥组委官方赞助商时,公司就制定了进军巴西市场的路线图,在巴西设立10家代表处,并在南里约热内卢州新汉堡市设立仓储中心。截至今年一季度末,该公司在巴西的销售网点已多达839个,环比增加一倍。公司总裁丁伍号表示,“有意在巴西投资设厂,并以巴西作为桥头堡,辐射整个南美地区”。

作为全球最大的综合性运动会,

奥运会不仅是体育健儿的竞技场,更是各国商家的主战场、品牌营销的大舞台。在里约奥运会上演服装秀的,除了361度,还有匹克、鸿星尔克和乔丹体育等。在本届奥运会上,匹克签约12支国家代表团,鸿星尔克和乔丹体育则分别牵手克罗地亚和乌兹别克斯坦代表团。中国体育运动装备品牌华丽亮相里约,在奥运会这一大舞台上展现了中国服饰的风采,展示了中国设计和中国制造的品。

奥运会的历史同时也是国际品牌的竞争史。越来越多的中国企业成为奥运产品供应商,体现了国际市场对“中国制造”品质的认可,也是提升中国品牌形象和增加产品附加值的绝佳途径。



更多奥运报道
请关注经济日报
新闻客户端

本版编辑 刘亮 禹洋

全民健身日·公益广告

全民健身 “众”在参与



经济日报社