

# 爱奇体育

第三期  
2011.11  
内部刊物 欢迎交流

做最有价值的**服务**提供者

河南生产基地建成  
爱奇实业品牌扩张**大提速**

2012海阳  
以体育为名的一场旅行



第3届亚洲沙滩运动会  
签约合作伙伴





● 人造草 ● 看台座椅 ● 拼装式运动地板 ● 卷式多功能移动地板

广州爱奇实业有限公司  
GUANGZHOU ACT CORPORATION

营运总部：广州市天河区天河北街32号综合大楼2楼  
Tel:020-3879 6000 Fax:020-3879 6100 PC:510620

E-mail: Marketing@actcorp.cn  
www.actcorp.cn

刊首语  
FRONT NOTES



## 让服务零距离

We make service no distance

文 ■ 市场部 刘苏

从事后勤管理工作多年，服务理念贯穿着我的职业生涯的始终。伴随着爱奇实业从创立到如今跻身全国前列的奋斗历程，我见证了良性服务对企业持续发展的巨大促进作用。

从爱奇创业之初的精炼客服团队，到发展期销售订单骤增给客服部门带来的巨大压力，再到如今爱奇实业建立的完善客户服务体系和客服团队持续培训的保障机制，我们深刻地感受到，客户的满意才是一个企业生存与发展的源动力。

记得爱奇在创立之初，员工较少，客户数量也不多，一对一的精细化服务为爱奇赢得了广泛的市场认可度，为企业蕴育了巨大的发展后劲，爱奇实业“重视客户、重视服务”的传统也在这一时期得以形成。在爱奇实业客户服务体系逐渐发展壮大过程中，客服团队始终以客户的满意为最高目标，不断地挑战自我，将看不见、摸不着的服务转化为客户能够实实在在感受到的满意度和信心。在这个过程中，爱奇的客服队伍不断成长，逐渐形成了包含客户服务政策、员工行为规范体系、问题处理体系、客情维护体系等在内完善的服务系统，塑造并固化了将无形服务转化为有形情感载体的服务机制，也赢得了客户极大的信任。

如今，等待客户投诉，然后不紧不慢的处理问题的服务方式早已成为历史；定制服务，让个性化的需求在这里能轻易地得到满足；跟踪式服务打破了传统的服务模式，提前预测客户需求，保证了服务的及时性。对于部分安装力量薄弱的客户，爱奇的专业团队甚至通过技术支持、培训、现场辅导等，帮助客户培养自己的专业安装队伍。

客户的需求大于一切，无条件地解决客户的问题为爱奇实业开创了无数合作的新机会，而对于爱奇来说，更为宝贵的财富就在于我们拥有这样一支高素质的服务队伍。在客户需要爱奇的时候，能够想起这支强有力的队伍，对于他们来说，就是最大的鼓励！





2011年 第三期

**ACT 爱奇体育**  
SPORTS  
引领中国体育设施新时代

Organizer 主办单位 广州爱奇实业有限公司  
GUANGZHOU ACT CORPORATION

Consultant 顾问 雷爱新 Leiaixin  
强力 Qiangli

Director 主任 郭维新 Guoweixin  
周伟明 Zhouweiming

President 总编辑 刘苏 Liusu

Executive Publisher 执行主编 赖金辉 Laijinhui

Visual Editor 视觉总监 赵江梅 Zhaojiangmei

Editor 文字编辑 周志云 Zhouzhiyun  
张菲菲 Zhangfeifei

Arts Editor 美术编辑 李雪梅 Lixuemei

【内部刊物，欢迎交流】

编辑部电话：020-38796000转216  
投稿邮箱：zhouzhiyun@actcorp.cn  
网址：www.actcorp.cn

本刊欢迎读者来电来函免费索取，或提出宝贵建议、意见；欢迎作者赐稿，稿件一经采用，稿费从优。另外，本刊图文未经许可请勿转载。

# CONTENTS 目录

## 01 刊首语 FRONT NOTES

P01 让服务零距离

## 02 服务进行曲 SERVICE MARCH

P02 河南基地投产 爱奇实业品牌扩张大提速

P08 走进高校 爱奇实业寻找创意达人

P13 谁来关注校园体育教学安全

## 03 声音 SOUND

P16 难在何处 解密曲棍球场地

P22 选择爱奇 我们放心

## 04 服务最前线 FRONT LINE SERVICES

P24 塞内加尔 忘不了那段艰苦的岁月

P26 热浪中的爱奇“战士”

P28 她如蜜蜂般起舞

## 05 热点追踪 HOT TRACK

P30 人造草也玩新概念

## 02 服务进行曲 SERVICE MARCH 河南基地投产 爱奇实业品牌扩张大提速

P34 赛事营销让SPORT COURT地板迎来春天

P38 东亚会与体育产业发展新契机

P42 人造草的繁荣 国际足联回顾10年足球草的质量体系

## 06 服务心语 SERVICE VOICE

P46 做最有价值的服务提供者

P47 外贸询盘你知多少

P48 让客户满意的谈话艺术

## 07 爱奇大杂烩 ACT HODGEPODGE

P50 新闻连连看

P58 2012海阳 以体育为名的一场旅行

P62 爱奇妈妈与她们的幸福光影

P63 爱奇微博眼

P64 编辑部 那些不得不说的雷人囡事

P65 今天你笑了吗

## 08 有奖问卷调查 QUESTIONNAIRE SURVEY

P66 亲 一定要支持我们哦



## 05 热点追踪 HOT TRACK

赛事营销让SPORT COURT地板迎来“春天”



## 03 声音 SOUND

难在何处  
解密曲棍球场地



# 河南基地投产 爱奇实业 品牌扩张 大提速

文 ■ 市场部 赖金辉



随着北京奥运会、广州亚运会等重大赛事的顺利举办，体育场馆行业在庞大体育产业的发展过程中步步为营。而众多业内企业在自身发展与开拓市场中，面临着这样那样的问题与困惑，包括二次创业、企业发展方向、投融资、网络营销、如何开拓海外市场、企业继承等问题逐渐浮出水面。

作为一家专业生产人造草、看台座椅的民营企业，如何发展得又快又好，一直是爱奇实业在思考的重要战略课题之一。

2011年，对于爱奇实业来说是最具挑战的一年。这一年，年产值达到2至3个亿的河南生产基地将拔地而起、建成投产，加上原有的广州增城生产基地，爱奇实业的整体产值将增加至6亿左右。在此基础上，从以资本为纽带扩张模式，向以品牌输出扩张方式转变，爱奇实业从而实现自主品牌的快速扩张发展，走出了一条适合自己企业发展的转型之路。

爱奇实业董事长  
雷爱新先生



爱奇实业掌门人雷爱新先生曾经在不同场合这样描述企业的发展历程：从当年最早的一家人造草生产企业，到随后的专业场馆看台座椅、悬浮式拼装运动地板、草坪保护板等多元产品供应商，再到集研发、生产、营销与服务为一体的联动发展，每一步的前行都让企业获益匪浅，也让爱奇实业一路走来坐稳本土体育场馆设施行业的头把交椅。历经2010年广州亚运会的洗礼，爱奇实业品牌再一次得到跨越式的提升：爱奇专业看台座椅被40多个亚运场馆选用，爱奇人造草还造就了我国第一片由本土品牌安装的国际曲联最高认证场地。2011年1月，爱奇人造草被认定为“广州市著名商标”，这也是在广东省体育设施产品与服务行业中唯一的著名商标。

2009年，经过多方考察，雷爱新将目光瞄准了新兴的中原经济圈——河南新乡，准备在那儿打造一个辐射华中、华北、华东、华西地区的生产基地、物流管控中心。2010年，在当地相关政府部门的大力支持下，爱奇实业斥巨资打造的河南生产基地正式破土动工，这标志着爱奇实业踏上了新一轮品牌扩张的征途。

爱奇实业河南生产建设项目是河南省重点体育用品产业推进项目，根据规划，该基地占地总面积106亩，建筑面积50000平方米。爱奇实业旗下河南生产基地的建成，将有利于提高爱奇实业现有的产能，对于品牌的提升有着不可估算的促进作用；同时，爱奇实业也将按质按时，以更好的服务迎接即将到来的2012天津全国大学生运动会、2012海阳亚沙会以及2013年天津东亚会等国内外顶尖赛事。

带着爱奇实业品牌扩张“提速”、企业的未来愿景与宏伟蓝图等种种疑惑，笔者采访了公司相关领导，让我们聆听他们的声音——

### 总经理 强力先生

河南生产基地的落成，是公司可持续发展战略强有力的步伐之一，对于产业的转移及整体布局也有着极其重要的意义。另外，生产基地处于河南省政府着力打造的中原经济圈，地理位置得天独厚，周边配套设施完善，体育产业集群化将有利于企业的迅速发展。而该基地的正式投产，将有力推动爱奇实业的产能增加，满足市场需求，同时进一步提升企业的核心竞争力。

### 营销总监 郭维新先生

将生产基地设置在河南新乡，有利于西北区域市场的进一步开拓，进而辐射整个北方市场。由于受地理位置及运输成本等因素的限制，北方市场在价格竞争方面并不占优势，而河南生产基地的建成，将降低生产、运输的成本，给客户带来价格上的实惠，同时也将提高售后服务能力，努力打造成为国内备受尊重的体育产业优秀企业。

### 副总经理 周伟明先生

河南生产基地的建成，是爱奇实业迈出华南区域面向全国市场的第一步，预计公司将在三五年间迈出第二步、甚至是第三步，形成辐射全国市场的生产网络。新基地的正式投产，也将减轻增城生产基地的生产压力，增加产能以满足市场不断增长的需求。

### 销售部经理 范开进先生

爱奇实业率先在河南新乡建立生产基地，把战略纵深向北推进，有力的掐住了对手西进南移的咽喉，这一布局具有高度的战略眼光，将对手在北方的强大优势化为乌有；运输成本的降低、运输时间的缩短大大提升了爱奇实业在北部、西部等区域的竞争力。河南有勤劳的人民、富足的劳动力资源和便利的交通环境，也给企业的发展带来了得天独厚的自然条件。

### 品牌主管 赵江梅女士

河南爱奇工厂的建立，为爱奇体育品牌扩张注入更多内涵，给爱奇实业的品牌拓展打开更大空间，将进一步夯实爱奇实业迈向集团化、多元化的基础，持续引领爱奇实业步入稳健发展期。

## ACT 国际体育休闲产业整合服务商

人造草	体育场馆看台座椅	悬浮式拼装运动地板	体育设施租赁	场馆咨询服务	场馆维护	球场连锁经营
-----	----------	-----------	--------	--------	------	--------

### 爱奇艺：体育产业中的“优质股”

在国内的体育产业中，爱奇艺的名字在业界早已耳熟能详了。2002年，中国最早、最大的运动型人造草生产企业——广州爱奇艺实业有限公司正式成立。原生产基地位于素有“荔枝之乡”美誉的广州增城，占地面积达10万平方米，是集研发、生产、销售、服务于一体的国际体育休闲产业整合服务商。依托强劲的研发、生产、销售能力，爱奇艺提供的人造草、悬浮式拼装运动地板、场馆看台座椅、场馆配套设施等系列产品已经服务于全球无数知名体育场馆。

深耕中国，完善布局。从2007年昆明全国残疾人运动会、2008年北京残奥会、2010年广州亚运会、到即将举办的2012年海阳亚沙会、天津全国大运会以及2013年东亚运动会等，爱奇艺多次与国、内外众多大型运动赛事深度合作。一路走来，爱奇艺精益求精、勇担重任，为盛会的成功举办奠定了坚实的基础。

不断探索、创新与发展的爱奇艺已建立起遍及全球的营销网络和专业完善的服务体系，成功地开拓了国、内外消费市场，产品远销世界各地，走上了全球化经营的快车道。

### 体育消费成为社会时尚

2010年9月27日，国家体育总局局长刘鹏接受中央主流媒体集体采访，其间刘鹏局长重点谈到了体育产业的发展。他指出最近这两年，体育产业的发展速度超过了20%，高于全国经济增长的平均水平，在2009年，体育产业在GDP所占的比重已经超过了0.5%，展示了很大的潜力。

“十二五”期间是我国社会、经济发展的重要历史阶段，也是体育产业发展的重要战略机遇期，建设小康社会的战略部署和构建和谐社会的目标为体育产业发展营造了良好的外部环境。人民生活水平的不断提高，带动了居民生活方式的转变，居民的健康意识普遍增强，体育消费正逐步成为社会时尚。城乡居民的体育娱乐消费日益大众化，普及化和多样化，体育消费形式已经逐步由福利型的单位供给消费向个人自主消费方向转变，体育消费群体由以年轻人和高薪阶层为主向各年龄层和大众中等工薪阶层广泛参与方向转变，体育消费方式由不稳定的零星消费向定期、定项目、定地点的有规律消费方向转变。也就是说，以体育健身娱乐为龙头的体育产业市场将迎来良好的发展机遇，从而带动整个以体育产业为链条的中下游产业的快速发展，并注入了强大动力。

另外，国内外重大体育赛事的开展也对体育产业的繁荣起着推波助澜的巨大作用。如2008年北京奥运会、2010年广州亚运会的顺利举办，不仅展示和提升了国家民族形象，扩大了我国在世界范围内的影响力，而且对我国体育产业的发展带来了难得的历史机遇，对整个体育企业经营水平的提高和整个体育产业的发展将带来深远的影响。

### 体育场馆设施行业潜力巨大

现代社会，体育产业已成为一个蕴藏着巨大商机的新兴产业，尤其是体育场馆设施行业，已成为当今世界最具发展前景的朝阳产业之一，而且随着世界经济的发展和人们生活水平的提高，发展潜力十分广阔。

草，跑道草、休闲草、多功能草；地板，乒乓球专业运动地板、羽毛球专业运动地板、室内足球专业运动地板；座椅、固定看台座椅、可移动看台座椅……在第28届（成都）体博会场馆设施馆中，来自境内外的200多家体育场馆设施企业，被细分为人造草材料、地面材料、声光电设备、体育器材及游乐设备、场馆检测及维护设备五大类，在此次博览会上盛装展出。成都体博会组委会一名工作人员告诉笔者：“近几年来，随着大众生活水平的提高，体育消费及市场需求逐年增加，国内的体育场馆设施行业处于高速发展的状态。而且随着市场容量的增大，体育场馆设施行业的发展将会呈现‘速度快、科技含量高’的趋势。”

爱奇艺创始人雷爱新先生从2000年开始，便将目光盯在了国内体育产业的“市场蛋糕”中，并于2002年成立广州爱奇艺实业有限公司，通过自身的不懈努力，爱奇艺已经跻身于国内优秀的体育场馆设施企业行列。雷爱新先生说：“在美国，体育产业作为十大产业之一，已经占到了GDP的2%，澳大利亚体育产业提供的就业机会超过了农业、铁路、保险、电力等主要行业。随着国民收入水平及生活水平的提高，我国的体育产业拥有很大的商机，将会形成一个巨大的体育消费市场。也正基于此，爱奇艺通过不断扩大规模，以满足市场不断增长的需求。”



# 走进高校 爱奇实业寻找 “创意达人”

文 ■ 市场部 赖金辉

2011年6月，  
“爱奇杯”场馆辅助创意设计大赛  
在国家“211工程”“985工程”院校  
——华南理工大学校园里举行。



**17幅入围作品**  
**60多个日日夜夜**  
**100余名参赛选手**  
.....  
历经初赛与决赛层层考验  
**究竟是谁**  
**能问鼎“创意达人”奖杯？**





“爱奇杯” 2011DBL限高篮球5.1黄金周联赛



第二届“爱奇杯”广州市五人制足球联赛

### “爱创奇迹” 用爱回报社会公益事业

当日历翻到2011年6月这一页，爱奇实业已经走过近10年的发展历程，成为一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际体育休闲产业整合服务商，也是目前国内最大的运动型人造草生产商之一。

十年来，爱奇实业在经营业绩蒸蒸日上的同时，一直秉承着“爱创奇迹”的企业核心价值观，热心参与公益事业、努力树立极度负责的企业公民形象，大力推行环保生产、积极创造就业机会、资助“希望工程”、赞助全国五人足球职业联赛和全国大学生五人足球赛、支持体育彩票推广等。爱奇实业还多次荣获“守合同、重信用”企业称号，其对公益的热心和良好的商业信誉在业内为人所津津乐道。而对社会公益事业的不断支持，这也正是爱奇实业能够赢得客户尊重与信赖的重要原因之一。

# 谁来关注 校园体育教学安全

文 ■ 市场部 赖金辉

鉴定证书给钱就办，假文物骗你没商量；暴利洗灸堂，中药泡浴洗出孩子一身脓包；建筑外墙使用易燃保温材料；轮胎被曝光使用大量返炼胶；造纸厂被曝用脱墨纸生产餐巾纸……在今年央视的3.15晚会中，曝光的一系列消费欺诈让我们触目惊心。

市场在考验着企业的诚信与良知。一些无良企业甚至是黑心企业，弃消费者的身心健康和人身安全于不顾，以次充好，以假乱真，扰乱正常的市场经济秩序。而在央视3.15晚会被曝光的这些问题产品中，有多少与我们的生活息息相关？又让我们情何以堪？







## “爱奇杯”创意设计大赛盛装上演

2011年6月，由华南理工大学设计学院主办，广州爱奇实业有限公司全程赞助的“爱奇杯”场馆辅助创意设计大赛在一片掌声中落下帷幕。本次大赛全程历时两个多月，活动覆盖以华南理工大学为中心的整个广州大学城，共吸引了100余名选手参加，通过预初赛、答辩等层层严格筛选，最终17幅作品拿到总决赛的“入门券”。

而最终，12号作品《弓》以创新、实用、舒适等特色获专业评委组青睐，以全场最高分数摘得桂冠。《广州日报》《羊城晚报》等主流媒体报道称，此次大赛是一场智慧云集的创意盛宴，并引发了场馆营造行业的广泛关注。

活动期间，主办方通过举办启动仪式、现场宣讲会等不同形式的活动，增加参赛选手对本次创意设计大赛的“零距离接触”。尤其是组织选手参观爱奇实业生产基地，通过参观了爱奇看台座椅、爱奇人造草等生产流水线，了解制作工艺及流程。获得本次大赛一等奖的作品《弓》的作者大三学子袁炳山同学说：“通过参观爱奇实业的生产基地以及与企业面对面的交流，让我们了解到自己设计的作品中存在的不足，增加了我们对市场的认知，我觉得这是非常好的一次锻炼机会。”



“爱奇杯”创意设计大赛  
陈博士讲解座椅相关知识

## 让创意与社会需求相对接

“爱奇杯”场馆辅助创意设计大赛是爱奇实业体现企业社会责任的一次大型活动，旨在为高校学子提供一次创意与社会需求相对接的机会，从而实现帮助大学生们提升创意和设计能力的目的。

回报教育与社会，这是爱奇实业的初衷。爱奇实业总经理强力先生表示：“通过举办‘爱奇杯’体育场馆辅助设施创意设计大赛，我们看到了当代大学生的自信自强的精神风貌，勇于创新、始终向前的青春风采，我们也想借助此次机会，为参赛选手提供一个实现自我价值的舞台，爱奇实业也将一如既往支持此类校园创意活动。”

场馆资源网报道称，“爱奇杯”场馆辅助创意设计大赛通过学生创意与社会需求相对接，着力于提高大学生创新意识与设计技能，是实用与审美的结合，创意产业与实体产业的结合，理论创新与技能人才培养的结合，必将对设计艺术理论创新、创意人才选拔培养和设计行业人才素质提升起到催化作用。



“爱奇杯”设计大赛现场



## 校园体育教学环境备受重视

近几年来，各大媒体不断地报道学校体育教学、活动中由于各种主客观因素造成的伤害事故，给学校体育教育敲响了警钟。随着学校教育教学改革进程的深化，全面推进素质教育、实施体育课程标准的新目标，树立“健康第一，安全第一”的教育理念，引起了相关教育主管部门及学校的高度重视和深刻反思。

给学生营造健康、安全的教学环境，摆在了学校日常工作的重要位置。其中，越来越注重校园体育运动场所、体育器械和其他体育设施的性能及安全因素，以确保校园体育教学安全“零隐患”。及时对运动器械的安全性能进行检查，防止因器械器材不牢固等原因发生学生安全事故也成为学校日常工作之一。

## 打造安全体育教学环境 爱奇在努力

3月15日，在《中国教育报》公布的“先锋装备点亮现代校园教育装备评选”中，爱奇实业旗下的ACTturf人造草成功入围，一同入围的体育装备类的还有安踏、德尔惠等知名运动品牌。

由中国教育报刊社、中国教学仪器设备行业协会共同主办的“先锋装备点亮现代校园教育装备评选”活动自2010年11月启动以来，共计收到报名产品429件。经过审核评估，共有118件产品参评，通过网络投票和专家共同评审选出的第一批入围产品仅有34件。在此次评选活动中，爱奇实业旗下ACTturf人造草产品以安全、绿色、健康等赢得了广大消费者以及评选委员会的青睐，从400多个参选品牌中脱颖而出，成功入围“先锋装备点亮现代校园评选”活动”。

关注校园体育教学安全，爱奇实业用自己的方式一直在努力。从产品研发到原材料选购，从批量生产到现场安装，再到售后服务，每一个环节爱奇实业都严格把控。



“把最健康、最环保的产品带给学校，确保学生在体育运动时拥有一个绿色、舒适的环境，让他们健康的成长起来！”爱奇实业董事长雷爱新先生如是说。

## 口碑源自品质 诚信铸就品牌

在评选委员会公布的入围理由中，爱奇人造草因融合最新科技成果的单丝草产品解决了以往切片单丝出现的起毛、易脱落等现象，且爱奇人造草在外观上与天然草相差无几、色泽鲜亮，草线挺度强、回弹性好，在性能上最大限度地与天然草相吻合。

2001年，爱奇实业成为国内第1家专业生产运动型人造草的企业。迄今为止，由爱奇实业生产的人造草产品所铺设场地荣获国际足联（FIFA）一星、二星认证的场地已累计达24片，遍布四大洲。“国际足联全球推荐足球草生产厂家”“第13届残奥会闭幕式指定人造草供应商”等荣誉及良好的市场口碑，为爱奇人造草产品赢得了极高的市场占有率。连续6年来，爱奇人造草产品销售量在国内名列前茅，每一天，超过200万人在爱奇铺设的人造草上感受着运动的快乐。

作为国际体育休闲产业的优秀整合服务商，爱奇实业秉承“爱创奇迹”的品牌理念与“创新、诚信、专业”的企业价值观，在产品质量上不断精益求精，在售后服务上不断完善，把实惠真正留给客户，为塑造诚信的企业形象，推动体育产业健康发展做出了不懈努力。十年来，爱奇实业旗下的ACTturf爱奇草、BSM百橙草、SPORT COURT悬浮式拼装运动地板、ACTseating爱奇看台座椅等品牌已经成为国内外众多体育场馆的首选。发展至今，爱奇实业建立了遍布全球的营销网络和专业完善的服务体系，产品行销体系日趋完善，赢得了国内外客户的普遍好评。

# 难在何处？ 解密曲棍球场地

特邀撰稿 ■ 张帆 作者系场馆资源网记者，全文有删节

2010年11月24日，广东奥体中心曲棍球场随着6号孙思楠将点球稳稳罚进，中国女曲成功卫冕。瞬间，中国队教练全都跑了过来，与女曲姑娘们拥抱在了一起，她们把一面五星红旗围在了中间，球场被映成了绚丽的中国红。



广州，第16届亚运会。在女子曲棍球决赛后的新闻发布会上，教练金昶伯掩饰不住自己的激动，他豪言道：“2008年我们是银牌，在伦敦奥运会上，我当然希望是金牌。能不能实现不重要，关键是我们要有这样一个目标，并且向着这个目标而奋斗的进取心！”

的确，韩国籍教练金昶伯的豪言壮志来的有根有据，随着08年北京奥运会亚军、10年广州亚运会冠军的获得，中国女子曲棍球队用实力证明这多年来的不懈努力，同时也验证着中国曲棍球的发展历程与未来趋势。

### 曲棍球场地铺装标准呼吁正规化

近年来，我国对于曲棍球这项奥运会历史最为悠久和光辉的项目越来越重视与关注。除了大力加强国家队训练力度与夺金目标外，更是通过筹建各地曲棍球场地的方式，带动全民参与此项运动的热情。

曲棍球又称草地曲棍球，是历史最为悠久和光辉的项目之一。曲棍球（Hockey）这一名称起源于法语，意思是牧羊人的棍杖。作为世界上历史最悠久的体育项目之一，曲棍球的出现要比最初的奥林匹克运动会早1200年或者更多。

众所周知，现代曲棍球比赛都以人造草坪作为场地进行。而此项目的专用草坪又与我们常常谈到的足球人造草坪相差甚多，同时对于其产品标准、铺装工艺、赛后维护等也是要求甚多，并且难度颇大。所以，我国体育场馆营造行业中真正能承担曲棍球人造草坪生产、铺装的企业也屈指可数。

针对曲棍球运动在我国越发受捧的趋势，推广正规、权威的运动场地铺装标准、生产工艺等势在必行。

### 曲棍球场地系统难在何处

一套完整的曲棍球场地系统十分复杂，其中包括基础构造、场地设计、基础验收、喷淋系统、照明系统、围网等，每个环节都至关重要。

曲棍球人造草坪场地是其中的重中之重，与我们所熟知的足球人造草坪截然不同，鉴于曲棍球运动的特点，其草坪要符合包括良好的保水性、透水性，极强的耐磨度，极佳的平整性、抗老化及耐候性能，以及草密度高，无方向性，时刻保持球的运动方向等特点，对人造草的生产提出了严格的要求。

曲棍球场地的铺展工艺也要求甚多。其中，球场既要渗水又要保水的双重要求，对于施工提出了新的考验。按照相关要求，球场在洒水35分钟后，表面平均保留3mm水量，而且任何一处的水量均不得少于2mm。为此，在場地的建设中，我们一般采用石灰、粗沥青、中沥青、橡胶颗粒减震层、人造草的五层铺设法。

在日常的维护及保养中，应时常检查缝合处是否有松动、底部有无损坏、撕裂、烧灼等现象，如有脱胶、磨损等问题应及时给予维修处理。由于曲棍球场为保证球的运动质量及防静电要求，在每场比赛前，必须对整个场地预先洒水，按照人造草坪的透水性，水分一般可保持两个小时左右。



▼ 相关链接：

## 广州黄村基地 “后亚运时代”的永久性曲棍球竞技场

文 ■ 市场部 赖金辉

我国曲棍球运动起步较晚、基础较薄弱，虽然近两年的赛事水平有很大突破，但要尽快赶上世界先进水平，须从青少年抓起。近年来，国家非常重视青少年体育活动的开展和培养全面型体育人才的工作，把发展青少年曲棍球运动作为一项中心工作，抓推广，抓普及，积极支持地方青少年曲棍球队建设，通过举办全国与地方青少年曲棍球锦标赛，加强实战演练。我们有理由相信，在国内“全民运动”走进普通百姓的时候，曲棍球运动也将由专业化走向普及化，真正走进大众。



9月15日，2011广东省青少年曲棍球锦标赛女子组进入总决赛，经过激烈的争夺，深圳队如一匹“黑马”，以3:0的成绩大胜实力雄厚的云浮队，获得本次锦标赛的冠军奖杯，而亚军和季军分别被云浮队及佛山队抱走。此次赛事在2010年亚运会曲棍球比赛的举办地——黄村曲棍球场1号场地举行，该片场地是我国目前级别最高的一个永久性专业曲棍球场地，也是我国第一次全部采用民族品牌建设的高级别专业曲棍球场地，人造草坪及安装服务均由爱奇艺实业提供。



在比赛现场，笔者目睹了广东省青少年曲棍球女子组的精彩对抗，被她们勇于拼搏、不畏艰难的精神所感染。在比赛结束后，有幸邀请到了广东省女子曲棍球主教练、国家高级教练尤宝东先生接受我们的采访，以下是采访实录：

**《爱奇艺体育》：**曲棍球比赛场地，除了人造草之外，是否还有其它替代品？

**尤教练：**国内的曲棍球运动正在不断地发展中，非职业赛事的训练场地一般包括泥地、水泥地、沙面及足球场地等，正规赛事一般采用人造草场地。

**《爱奇艺体育》：**曲棍球运动相对于其它大众化的运动来说会比较复杂些，那么它主要有哪些技术要点呢？

**尤教练：**曲棍球运动比足球复杂，与冰球运动较接近，主要是技术及手感等因素。首先是基本功的扎实与否，比如运球及控球能力，接、传、推、击、射门等动作的规范与熟练程度；另外，手感技巧要好，掌握一定的力量及方法，如挑、击、扫等动作。

**《爱奇艺体育》：**曲棍球运动的场地建设，需要达到什么标准？

**尤教练：**场地建设这一块，我个人觉得首先人造草的软硬度应该适中，草质要软中有硬，以保证球速，保证球的无方向性；其次，草坪宜平整，要具备良好的保水性及透水性；再次，耐磨度、耐候性能及抗老化性能要强。

**《爱奇艺体育》：**您能不能谈谈曲棍球运动在国内目前发展的现状及趋势？

**尤教练：**就目前来讲，曲棍球运动已经开始向大众化体育这块大力推广了，比如说，国内一些小学、中学及大学都建设有自己的曲棍球场地，如华东理工大学等高校，曲棍球运动开始真正的走向了校园。我想，在未来曲棍球运动会成为一种大众化运动，这也是我们所希望看到的结果。

**《爱奇艺体育》：**黄村曲棍球基地采用爱奇艺人造草铺设而成，您能不能谈谈使用后的感受？

**尤教练：**这两块场地全部按照国际曲联的标准来建设，09年建成并投入使用以来，我们从各个教练和运动员口中获得的反馈是非常好的。这两块场地，在仿真性能上，与天然草几乎没有什么区别，看起来非常舒服。另外，人造草的密度较高，对于球的运动方向这块来说是非常好的，保证了运动中球的无方向性。第三，人造草表面有光泽但不会眩眼，也就是我们说的反光。总体来说，这两片场地经实践运动性能和脚感都非常好。



用户心声

## 选择爱奇，我们放心

爱奇实业是目前国内最早、规模最大的人造草生产商，同时，也是国内首家获得国际足联一、二星场地推荐标志的厂家。旗下著名品牌主要有ACTturf爱奇草、BSM百橙草，主要广泛应用在足球、曲棍球、高尔夫球、网球、园林绿化等。另外，看台座椅及运动地板也广泛用于体育场馆建设中。

十年来，爱奇实业的产品遍布全球，在行业内引起良好口碑。

十年来，爱奇实业的客户会

### 怎样评价爱奇实业呢？



广东商学院  
基建处 马主任



广东商学院足球场

07年我们建设了这片场地，采用的是爱奇飞碟单丝草，整体效果及外观非常美观。由于我校学生较多，所以该场地使用频率非常高，但是使用至今，该场地没有出现任何问题，我校对此非常满意。



广东金融学院  
体育部 贾教练



广东金融学院足球场

我校足球场采用的是爱奇人造草，于09年初建设完成并投入使用。到现在该场地已经使用两年多了，场地保养和维护都没有出现问题，完全满足正常教学与课余运动的需要。爱奇人造草挺度高、牵引力及耐磨性也很好，给我的感觉是相当不错的！



广州一中  
陈校长



广州一中足球场

这片场地由09年建设完成并投入使用，采用的是爱奇的飞碟单丝人造草铺设，主要用于体育教学、学生锻炼、对外足球比赛等，使用频率较高。以前曾经采用天然草铺设，但后续维护成本较高。后来采用爱奇人造草铺设，既满足了正常的场地使用问题，也兼顾了维护成本。

# 塞内加尔 忘不了 那段艰苦的岁月

文 ■ 服务管理部 潘浩波



站在自己亲手铺设的足球场中，工程师焦秀林（中）备感自豪



安装工程师雷志凯

“又要去塞内加尔？”

刚风尘仆仆从国外赶回广州的焦秀林、雷志凯愣了一愣，那个地方对他们来说，留下的印象太深刻了。

焦秀林和雷志凯是公司的安装工程师，从事人造草安装铺设工作近15个年头，并曾参与过2010年广州亚运会曲棍球场的安装工作。面对公司的临时安排，两位师傅并没有拒绝。既然是公司安排，就要无条件的服从，他们仔细询问了此次项目的具体情况以及行程安排。收拾好准备出发前，焦秀林向雷志凯打趣道：“可惜啊，我们刚立下的誓言就要被打破了！”

大家都很好奇，究竟是什么誓言呢？原来，这是他们第二次去塞内加尔施工了。09年9月，焦秀林与雷志凯参加了中国商务部援助塞内加尔国家体育场的安装工作，经过两个月的努力，顺利完成了该工程并得到了对方的高度评价。然而，这两个月来却让他们俩整整瘦了一圈，原本黝黑的皮肤更是染上了一层古铜色。离开塞内加尔国家前，面对着这片荒凉的土地，焦秀林和雷志凯立下誓言：希望此生不再来此，因为这段经历太让他们心有余悸了。

又一次踏上非洲的土地！从广州到北京，然后在迪拜转机，历经波折来到非洲的项目所在地，光路程就花了三天时间，两个人早已筋疲力尽。此次项目地艰苦的条件令他们咋舌：露天的简易工棚，几块木板架成的床，这就是他们下榻的“360度全景式星级宾馆”。唯一的好处是晚上可以睡着数天上的星星，这是在国内所享受不到的别样异域风情。由于在国内忙于施工，很少这样静静地观看夜晚的星空，而这

爱奇艺永远不会忘记  
那些一直默默奉献的人



里，闪闪的星星将会陪伴他们度过接下来漫长的3个月施工时间。无数个不眠之夜，他们都在想：非洲的夜空会和中国的一样吗？

屋漏偏逢连夜雨，意想不到的困难接踵而至。食品匮乏、经常停水、停电，而且一停就是十多个小时、没有空调、床前“吱吱”作响的小风扇已经是奢侈品了。然而，这些对他们来说都是小问题，比酷热更令人崩溃的，莫过于非洲本地那数不清的蚊子，个头大，被咬上一口奇痒难耐，整晚都睡不了踏实的觉。每晚睡前，焦秀林和雷志凯都要全身武装，拿着特制的工具不停地拍打蚊子，他们曾自嘲说，这种采用“手动模式”的驱蚊方法也不管用，打死一批下一批又前赴后续飞过来了，让人无法安宁。而在这样无休止的拍打中，黑夜慢慢的过去，又将迎来酷热的白天。

焦秀林有一个发明特别的得意。晚上睡觉时蚂蚁很容易爬到床上，尽管有四周有蚊帐围着。于是，他想了个办法，把四个矿泉水的瓶子切掉上面的部分，装上水，放在床的四个角上，形成了一条“人工护城河”，结果蚂蚁再也爬不进去了，只能干瞪眼。

除了生活的条件艰苦，安装工作中也遇到了很多难题。语言不通，沟通起来非常吃力，更多的时候只能靠手势比划。请来的小工是当地人，做事风格比较拖拉，经常躲在一旁休息，为了赶工程进

度，焦秀林和雷志凯只能用手势和微笑与小工们沟通，自己以身作则，带领着他们加班加点。而最要命的是，由于地域的不同，很多常用的铺设工具在非洲找不到，焦秀林他们更多的时候是用双手一块一块去铺设。虽然条件很艰苦，但是，他们并没有一句怨言。雷志凯常开玩笑说：自己是一块砖，革命需要往哪搬就往哪搬。

精神的落寞也成了他们需要面对的最大难题。一遇到下雨，或者工程暂时停工，他们便不知道做什么事情，没有街可以逛，没有书可以读，没有网络与电视，唯一能做的就是坐着或者躺着，然后发呆。与家人保持联系只有手里的电话，但是话费都贵的惊人，每分钟十八块钱，尽管对他们来说这是一种奢侈，但还是会偶尔给家里打个电话问平安。发呆的同时，偶尔绕绕家常，彼此询问家里的情况。谈的最多便是自己的孩子，他们都还在国内上学。焦秀林说：“不管再怎么辛苦，一定要让孩子们好好读书，将来出人头地，而不是走自己曾经走过的路。”

塞内加尔只是他们无数个安装项目中的一个，也许并不是最艰苦的，只是其中的一个剪影而已。在爱奇艺的十多年来，焦秀林与雷志凯等工程师用无悔的心，坚守着自己的岗位，用自己的专业技术和年华，换来了爱奇艺这棵巨树的常青。



» 兰仲祥

“我觉得还有很多比我优秀的人，你可以去采访他们，我只是爱奇艺实业大家庭里面一个普普通通的员工。”

## 热浪中的 爱奇艺“战士”

文 ■ 市场部 赖金辉

高温又来了，在热浪的裹挟下汹涌袭来。地火在奔突，向工作在各条“战线”上的爱奇艺人袭来。35℃、36℃、37℃……天气预报里，气温每天都在刷新，似乎在考验每一个爱奇艺人的意志。尽管天气炎热，但在爱奇艺实业的车间里，爱奇艺人正用自己的汗水，在努力打拼着……

8月24日，笔者来到位于素有“荔枝之乡”美誉的增城，走进爱奇艺实业生产基地的各个车间，用镜头与文字去捕捉、去勾勒这些朴实无华的一线员工，这群守护在岗位上的坚强“战士”。

### 兰仲祥：1800天里从没请过一次假

面对笔者的镜头，兰师傅略有些羞涩。这位来自湖北省公安县的汉子，带着特有淳厚与朴纳，用他家乡味很浓的普通话与我攀谈开来。

2007年1月，兰师傅来到广州并加入了爱奇艺实业的大家庭里，在织草车间担任拉丝班长一职，工作一直勤勤恳恳，任劳任怨。这位没有城府的中年人，马上便融入了他的团队中，领导和下属也都很喜欢他。

2009年，由于生产基地的配胶小组需要培养一名负责人，公司便决定把他调动至该岗位。从拉丝班的班长，换到普通的工作岗位，而且是全车间最辛苦的工作岗位。兰师傅说：“说真的，刚开始心里有一些不平衡。后来就这事领导和我说谈了很久，将心比心，我也能理解公司的安排，所以就坚持下来了。”

第一眼见到兰师傅，正赶上他忙得热火朝天。只见他穿着绿黄相间的工作服正在机器下熟练的操作着。额头上的汗水呼呼直冒，沿着古铜色的脸颊一滴一滴往下流，打湿了米黄色的口罩。由于暂时脱不开身，便约好半小时后再进行采访。

从织草车间出来，瞬间感觉凉快了许多，尽管没有风。随后，笔者来到织草车间的管理办公室，找到其主管刘小荣通过侧面去了解他。“车间里配胶的工作是最辛苦的，而且还得接受高温的考验，很难有人能坚持下来！”刘主管如是说，“而兰师傅在这个岗位工作后，一干就是三年。”

每天早上8点，兰师傅便准时来到生产车间。换好工作服，戴好口罩，开始了一天紧张的工作。有时候货期非常紧张，兰师傅便二话



» 张亚飞

“我没有别人聪明，但我可以比别人更努力啊！别人可以做到的，我也一定能，而且要做的更好！”

不说，主动加班。有时候甚至加班到凌晨十二点，把第二天需要生产的配料全部准备好了才回宿舍休息，而第二天又准时来到车间开始新的一天的工作。

下班后，兰师傅的娱乐活动并不多，和同事们拉拉家常，偶尔出去聚餐，他的生活在笔者想象起来，非常的平淡。而正是这种平平淡淡的生活，兰师傅在爱奇艺工作了五年。五年里，他没有回过一次家；五年里，没有请过一次假；五年里，从来没有人投诉过他的配料质量有问题。

而就是这样一个平凡的人，却令我对他肃然起敬。

### 张亚飞与他的90后团队

张亚飞是河南周口人，是一个看起来特别踏实、成熟的小伙子。当问起年龄时，笔者怎么也没想到，他说自己是93年出生的，居然是个标准的“90后”。

今年四月，刚高中毕业的他，怀揣着梦想只身来到了广州，寻找属于自己的天地。经朋友介绍，小张顺利进入了爱奇艺实业的大家庭。谈起他面试的时候，副总经理助理曾志飞记忆犹新，当时，小张来面试的时候，给他最深的印象是诚恳与踏实。由于工作中肯吃苦、爱钻研，两个月后张亚飞从一个普通工人被领导提升为车间里的一名组长，而他的团队，也是清一色的90后年轻人。

广州的四月开始变得越来越热，天气和饮食习惯的差异，让习惯于中原生活的张亚飞开始有些不太适应。八月的广州很热，室外温度达37度，而车间里由于机器运转时产生的高温，室内温度保持在四十多度。每天下班从车间里出来，小张和同事们的工作服都是湿淋淋的，被汗水浸透。而就在这样艰苦的环境下，小张没有任何怨言，他说：“爱奇艺的发展空间很大，为了锻炼下自己，吃点苦算什么。只要别人做得了，我就做得了，而且要比别人做的更好！”

没有豪言壮语，没有华丽词藻，小张用他的实际行动，在践行着他的诺言。他所带领的小组，生产出来的半成品质量全部通过检测，而且机器故障率很低。

由于生产排期较紧，生产基地实行两班倒工作制。漫漫长夜使人容易疲劳，很容易犯迷糊睡着。然而，从四月份到现在，小张从没有在上夜班的时候睡过一次觉。实在犯困，他就用喝浓茶，或者掐大腿等方法使自己清醒而继续工作。

后记：在爱奇艺实业2011上半年业绩总结大会中，兰仲祥及张亚飞等人由于工作努力获得“优秀员工奖”，笔者被他们朴素无华的语言、吃苦耐劳的奉献精神所感动、感染。而他们只是爱奇艺实业大家庭里面的一个“微缩影”，有更多、更多的爱奇艺人正在默默坚守着自己的岗位，虽然汗流浹背，挥汗如雨，但他们始终保持着乐观的心态，用勤劳的双手创造并见证着爱奇艺实业一个又一个“传奇”。



# 她如蜜蜂般起舞



文 ■ 市场部 赖金辉

我不敢说，每一天上班，她都是最早来办公室的。  
我也不敢说，每一天下班，她都是最后一个离开办公室的。  
但是我敢说，她是公司里面最勤奋的员工之一。

她叫杨腾俏，是一个80后梅州姑娘，带着和家人朴实敦厚的特质，外向而不失稳重、内敛而不失大方。2010年12月，小杨走进了爱奇艺实业的大家庭，在公司负责前台接待及行政助理工作。

当我写下这篇文章的时候，正好是她加入爱奇艺实业团队的第330天。在这段时间的记忆里，小杨给我最深的印象是她一直忙碌的身影，接听电话、接待来访客人、处理文档……她的勤奋有目共睹，获得了公司上下的认可。在2011年上半年的业绩总结大会中，小杨获得了“优秀新人”奖。

## 进取心

来到爱奇艺实业之前，小杨是一个刚踏出校园、涉世未深的学生。小杨说，非常庆幸加入爱奇艺实业的团队中，让她在工作中不断成长，不断进步。

对于这位如一张白纸般的职场新人来说，快节奏的工作方式确实让小杨感觉到略有一些吃力，经常出现一些意外的“小插曲”。为了能更快熟悉公司的各项业务，除了参加公司组织的日常培训外，小杨还经常利用自己的业余时间，加班加点学习公司的企业文化及规章制度等，以便更快的融入新的环境。

年尾将至，刚入职不足一个月的她除了要做好本职的日常工作，还要协助举办公司的文体活动及年终会议等，小杨肩上的重担开始慢慢增大，让她感受到了“台上一分钟，台下十年功”

的真正内涵。会场的设备及物料准备等，无论是一只气球还是一盏彩灯，小杨都要一一检查，确保活动全程不出任何一处失误。

舞台上霓虹闪烁、舞台下所有员工都在分享着这一年来的欢声笑语，而小杨的工作才刚刚开始。不时为现场同事斟茶倒水、准备水果及点心，协助清理现场的垃圾等等都揽在了小杨的身上。当所有员工都欢天喜地的随抽奖环节而欢呼呐喊的时候，小杨扮演着礼仪小姐的角色，不时的穿梭在人群中搬奖品。每一次公司的大活动落幕后，小杨和她的部门同事们都会长舒一口气，心中的一块大石头终于落地。

## 责任心

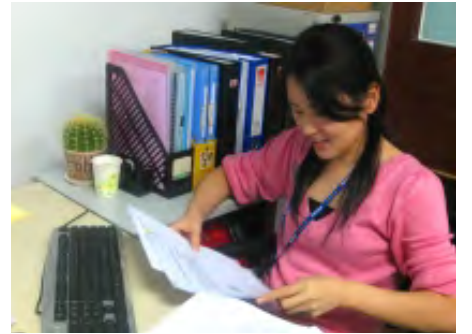
前台接待的工作很繁琐，每一个细节都要放在心里。每一天下班，小杨都要检查门锁是否锁好，办公室门是否关好，走廊及卫生间的灯是否关好等，而这样重复且单调的工作，日复一日。

在公司统一搬迁至体育西路前，由于各子公司及部门分散办公，给小杨的日常工作带来不少困难。最麻烦的是有些文件需要送达各办公点，前台工作走不开，小杨只好利用午休时间来回穿梭在各个写字楼的办公点，等忙完了才有时间吃午饭，而其它的同事都已经吃完饭正在午休。这一切，小杨没有一句怨言。小杨在她的微博上写道：“虽然工作很忙，但也很充实，让我没有太多的时间去感受因工作不胜任带来的恐惧。”

5月份，值公司进行统一搬迁。由于搬运公司

## 杨腾俏

部门：人事行政部  
职位：前台文员



的货车白天限行，搬迁的那几天可对对搬迁没有任何经验的小杨忙的满头大汗。早上七点，天刚刚放亮，小杨的身影就已经出现在写字楼，开始组织搬运工作人员将打包好的办公物品搬至楼下等待运送。

随着上班高峰期的到来，上班人员越来越多，给搬迁工作带来了很大的麻烦。小杨除了要看管好被搬到一楼的物品，提醒师傅小心轻放，还要不时的帮忙搬些不重的东西。因为搬运费用是按车次计算的，为了图方便搬运师傅把物品堆的稀稀拉拉的，有时候不满一车便拉走了。为了节省搬运费用，小杨便卷起袖子，二话不说自己爬上货车车厢，将物品重新摆放，以便腾出更多空间。整个搬迁的过程，让小杨感触最深的是，部门里的虽然都是女同胞，但一个个都是好样的，男人能做到的，女人也一样能做到！

## 平常心

小杨有一次开玩笑说，最怕听到下班前打来的电话，尤其是要求资料盖章的电话，电话里的声音总是那么刻不容缓，因此不管多晚，小杨都咬牙坚持把同事交待的工作处理好，因为关系竞标成功与否。有一天下班很久了，小杨已经回到了住处。突然一个同事打电话给她，称有很重要的资料需要盖章。于是小杨便从住处赶回公司。六本标书，共300多页，每一页都需要加盖公章，盖完后还要拿到外面装订成册，这一折腾已经是晚上十点多了。而让小杨备感庆幸的是，这个项目成功中标了。

在工作中，小杨偶尔也有“很受伤”的时候，但她总是一笑置之。从分散的办公点到集中的地点统一办公，由于以前分散办公导致公司很多的制度的执行情况不容乐观，因此公司开始对办公用品的管理、考勤制度、办公环境制度等各项工作进行整顿。一开始，不少同事感觉到不方便，多少有些抵触心理，自然也闹过不少不愉快的事情。遇到同事的不理解，小杨很耐心地给同事说明情况。小杨说：“严格的规章制度的推行刚开始肯定不可能一帆风顺，需要经历很长一段时间的磨合，有些同事觉得我们部门在为难他们，但其实等他们养成好的习惯后便不这样认为了。”

# 人造草也玩 “新概念”

文 ■ 营销办 姜建成

你是否想过，将来在可以自动降温的人造草球场上踢球？

你是否想过，将来在香气扑鼻的人造草场上奔跑？

你是否想过……当时光机停摆在2011年，人造草除了满足单一大众运动这一功能外，开始与时俱进地玩起了“新概念”。



## 【背景】人造草在国内走俏

人造草行业在国内经过近20年的发展，以其耐用、环保、免维护、投资少等特点被广大用户认同并接受，广泛运用在足球场、网球场、门球场、高尔夫球场、曲棍球场、跑道、篮球场等运动场地，逐渐发展成为成熟的产业。

据统计，截止至2010年，全国人造草行业国内销售面积突破1000万平方米，产值超过5亿元，出口量突破800万平方米，出口销售额达5亿元人民币。目前国内拥有30家人造草生产企业，年总产能可达到3000多万平方米。其中，运动型人造草占据了95%的绝对份额，并呈现强劲的发展势头。

## 【亮点】“新概念”人造草出现

人造草行业发展至今，竞争日益激烈。市场上产品同质化现象非常严重，经常大打“价格战”，一些厂家开始陷入产能过剩的“尴尬”境地。为应对日益严峻的市场环境，一些厂家在产品上大做文章，玩起了“新概念”。然而，不管这些“概念草”基于什么样的考虑，总体离不开两个重要的特点：一是模仿天然草的仿真性，在形态上更接近天然草；二是在运动性能上模仿天然草，让人造草场地带给运动者天然草般的运动乐趣。

接下来，我们将揭开“新概念”草的神秘面纱，去认识她们的真实面孔。

### 一、仿真概念草

主要从人造草的外形上进行考虑，着重人造草的仿真性能，这一变化可以从近年来单丝草逐渐代替网状草中看出来，目前单丝已经成为市场上的主流，而单丝也经过不断演变形成不同概念的人造草。笔者通过收集，列出以下行业中出现的7类“新概念”人造草：

#### 概念一：“带筋”单丝草

“带筋”单丝草以模仿天然草体内的筋脉结构，起到稳定和支撑以增加弹性的效果。实际上，从微观来看确实增加了草体的仿真效果，但从宏观来看很难看出实际效果，且对人造草的运动性能改变不大。

#### 概念二：“空心”单丝草

“空心”单丝草，除了模仿天然草的筋脉外，还增添了一个空心的结构，主要是起到保水的作用，也称为“会呼吸的草”，而实际上这个微小的空心结构由于毛细作用很难达到保水和呼吸的目的。

#### 概念三：“回力”单丝草

草体截面呈S型结构，且模仿天然草弯曲的特点，称为“回力”单丝草。但经过使用后，这种优势并不明显，回力效果较差。

#### 概念四：“钻石”单丝草

钻石单丝，顾名思义，草纤维截面呈钻石结构，模仿天然草的棱状结构，这可以增加草纤维的挺度，但是草坪的摩擦力发生改变，变得容易打滑。

#### 概念五：“网单”混织草

该系列人造草主要是模仿天然草粗细不均的特点，但是也只能做到两个不同的叶片，无法像天然草一样每根草丝都可以粗细不一样。

#### 概念六：芳香人造草

主要是模仿天然草的芳香气味，一是从草纤维上增加芳香剂，二是从填充物上增加芳香剂，但无论是哪种方式，这种芳香只能保持很短的时间，最长不超过半年，因此实用价值不高。



#### 概念七：“Z字型”“波浪型”人造草

除上述六种仿真概念草之外，还有“Z字形”、“波浪型”走针编织的人造草，模仿天然草植株排列无规则的特点。但是，这种人造草无法做到毫无规则，也不能从根本上提高草线的束缚力。从表面上来看，这样的编织方法和传统的编织方法铺出来的效果没有多大的区别。

## 二、仿运动型概念草

仿运动型人造草除了注重外形之外，更注重其内在，模仿天然草各种不同的特征及性能，主要有以下五种类型的概念草：

#### 概念一：曲草

曲草又分为单丝曲草及网状曲草，通过减少或免除填充料，以减少单丝直草的方向性。此类人造草一般用于门球场、网球场、曲棍球场，近年来也逐渐用于休闲领域。由于模仿了天然草上疏下密的层次感，所以较少用于足球场地，因为其弹性很难满足足球比赛的需要。

#### 概念二：混织草

网曲混织及单曲混织草，增加的曲草主要是为了增加弹性，防止辅料板结。但是，此类概念草在成本上投入较大，且在场地铺设中，由于曲草完全被埋并没发挥运动作用，因此市场容量较小，混织草主要用于一些高端场地。

#### 概念三：带垫层人造草

带垫层人造草改变采用传统辅料的方法，将一定厚度的橡胶垫层放在人造草下面来获得场地弹性，此类场地主要用于曲棍球等高端场地。

#### 概念四：拼块人造草

为了方面铺装和移动，拼块人造草一般不填辅料，带垫层，方便移动，但是造价相对昂贵。

#### 概念五：冷草

冷草作为一种新型的概念草，采用不吸热的生产材料，相对于其它人造草，温度会降低一些，但是实际效果并不理想。

## 【疑问】新概念草能走多远

人造草坪已在世界各地的俱乐部、体育场馆广泛应用，如尤文图斯队、芬兰U-17冠军杯等足球豪门和国际赛事都选用了人造草。我们不禁想问：人造草将会迎来怎样的高峰？而新概念草又能走多远？

从人造草行业在中国发展20多年的历程来看，各厂家新概念草的推出，在一定程度上是对产品进行改良，在不改变场地的运动性能和物理性能的基础上，增加草的使用寿命，并增强运动员对草的感知度。但是从市场的反应来看，并没有起到明显的效果，仅仅只是停留在概念的基础上，主流的产品仍然占据着市场98%以上的覆盖率。

从业主到工程商他们接受新概念草的热情并不太高，在未来的几年，主流的人造草仍然会是市场的主要需求。但是有一个趋势我们可以看到，改良型的人造草应该会成为市场的主流产品之一，比如带筋单丝草，目前市场的接受程度相对比较高，且作为工程商也乐意向业主方推荐。而从各个生产厂家推出概念草的目的和动机来看，商业的目的还是主要因素，比如有些厂家推出Z型草和波浪草，其目的是在招标文件中设置门槛，以防止其他生产厂家进入。其实这是一个非常危险的信号，对于人造草行业的发展并不利，更多的会造成恶性的循环。

人造草的新概念都是基于天然草的特性来考虑和设计的，有些概念草已被使用，如曲棍球草等，有些概念草至少目前还缺少使用价值或投入产出不成正比，如芳香草等。人造草能走多远，还需要市场去检验。至少，“新概念”草还有一段很长的路需要走。



# 赛事营销 让SPORT COURT地板 迎来“春天”

文 ■ 地板销售部 程道君

2002年初，SPORT COURT悬浮式运动地板由爱奇实业引进中国市场，作为运动地板行业的“生力军”，凭借“侧面缓冲、正面锁扣”等专利及“领先、环保、安全新概念”等众多优势，在国内地板行业中占据着一席之地。

她的名字，始终与国内外的顶级赛事联系在一起。

从2003年全国室内五人制足球甲级队联赛开始，05年SPORT COURT悬浮式运动地板陆续在香港NBA运音会、NBA中国少年行、NBA大篷车等系列活动亮相，到06年CBO公开赛比赛场地的指定产品，再到07年的上海特奥会以及08年连续三年成为中国女排奥运会热身赛的专用地板，SPORT COURT悬浮式运动地板开始了进入中国市场以来长达十年的赛事营销策略。2009年，随着爱奇实业正式签约成为第16届广州亚运会产品供应商，SPORT COURT悬浮式运动地板全面进入了亚运会的场馆，真正与国际顶级赛事紧密联系在一起。





爱奇艺实业从引进SPORT COURT悬浮式运动地板那一刻开始，并没有立即对产品进行市场定位，通过参与赛事的形式让消费者体验产品，而是根据用户感受对产品进行定位，使得其在目标市场的细分中越来越精准，SPORT COURT悬浮式运动地板也在高端市场上越走越远，越走越顺。从一开始，爱奇艺实业就认识到了中国的国情，并意识到了在中国的市场前景及容量。

借助赛事，SPORT COURT悬浮式运动地板品牌除了获得提升之外，还找到了其理念输出的渠道。这不仅仅是为了市场定位和市场细分，最终还是要回到企业和产品本身的属性。而通过赛事营销，近距离的体验式产品接触，SPORT COURT悬浮式运动地板也在业内外产生了深远的影响。在相当一部分用户的眼里，SPORT COURT悬浮式运动地板就是“专业体育用途地板”，成了释放个性、激情、寻求精神诉求的载体，这也是其他同类产品所无法企及的一种价值认识。

室内排球赛



- ① 2007年日本亚足联五人制足球锦标赛
- ② 2010年新加坡青奥会
- ③ 2005年美国大学联盟锦标赛

“爱创奇迹”，这是爱奇艺实业在制定企业发展战略时的核心价值主张，而SPORT COURT悬浮式运动地板的诉求正好契合了企业的价值观。因为，我们看到在SPORT COURT悬浮式运动地板参与的赛事中一个又一个奇迹的诞生，尤其是在中国女排、中美篮球对抗赛等这一系列的重要赛事中体现得淋漓尽致。

冰冻三尺，非一日之寒。如果说，五年前SPORT COURT悬浮式运动地板参与的赛事影响力只局限于某些领域的话，那么在2010年全面参与第16届广州亚运会，则是从容而自信，并以主场的姿态出现在国人面前，品牌实力窥一斑而知全豹。而正是因为用了十年的时间去参与赛事，所以才能把产品的功能和企业的精神、商品的价值、消费导向通过赛事成功的输出和传递到了市场以及公众，并且成功的将吸引力转变成为支配力，引导着行业的发展。从某种意义上说，SPORT COURT悬浮式运动地板已经成为了用户和运动者荣耀的象征。

“赛事营销，是一个不断创造价值的过程”。爱奇艺实业中国区营销总监郭维新如是说。对于企业来说，赛事营销是品牌不断积累的过程。通过赛事营销活动，源源不断地向客户灌输品牌意识，最终的结果就是品牌的良性循环，从而为企业和客户带来经济上的效益。

室外篮球场



# 东亚会与体育产业 发展新契机

文 ■ 人造草销售部 刘学

2013年，第六届东亚运动会的圣火将在天津点燃，新的传奇也将在那个富有传奇色彩的中国北方海滨城市续写。这是天津第一次举办国际大型综合性运动会，来自中国、韩国、日本等国家和地区的数千名运动员、教练员、裁判员、官员、媒体记者届时将抵达天津一起见证此次体育盛会。



## 走进东亚会

为了增进东亚地区各奥委会在体育上和文化上的交流，各地区代表在1991年9月15日举行的东亚各国奥委会第一届理事会上首次提出了举办东亚运动会(East Asia Games)的建议。而同年11月于第二次东亚各国奥委会协调会议中正式通过东亚运动会为四年一度的体育活动，并同意首届运动会于1993年在中国举行。

在1992年1月27日举行的第三次东亚各国奥委会协调会议中决议成立东亚各国奥委会协调委员会(EANOC)，并通过其宪章。同时决定第一届东亚运动会于1993年5月9至18日在上海举行。其后在1993年5月17日于上海举行的第六次东亚各国奥委会协调会议中，组织的名称改为现在的东亚运动会总会(EAGA)。

东亚运动会尽管参赛的国家和地区为数不多，但由于亚洲体育三强中、日、韩的积极参与，某些项目具有相当高的运动技术水平。从第二届东亚运动会所取得的成绩可以看到，东亚乃至亚洲的体育水平都在不断提高。





## 爱奇艺携手天津东亚会共发展

2011年8月22日，作为中国领先的体育产业整合服务商，爱奇艺与天津2013年东亚会组委会签订合作协议，爱奇艺正式成为“第六届天津东亚会独家供应商”，为此次盛会提供看台座椅、人造草等体育设施产品及服务。

天津东亚会组委会副秘书长刘凤山先生指出，爱奇艺是中国领先的体育场馆设施生产企业，曾先后为2008年北京残奥会、2010年广州亚运会等大型国际体育赛事提供产品及服务保障，充分显示了爱奇艺在场馆建设，尤其座椅及人造草等项目上所具备的雄厚实力和品牌魅力。因此，相信爱奇艺凭借强大的综合实力和优秀的服务团队，一定能够出色完成2013年天津东亚运动会的看台座椅和相关体育设施产品及服务工作。

爱奇艺董事长雷爱新先生表示，爱奇艺一直热爱体育事业，竭力为体育场馆建设提供服务，很荣幸爱奇艺能够成为“第六届天津东亚会独家供应商”。这一次双方成功签约，对爱奇艺来说具有重大意义，这不仅显示了东亚运动会组委会对爱奇艺实力的认可，而且标志着爱奇艺继北京残奥会、广州亚运会之后，在“国际体育休闲产业整合服务商”的发展战略上又迈向一个新台阶。

自2002年成立国内最早的体育材料生产企业以来，爱奇艺至今已发展成为国内领先的体育产业整合服务商。凭借雄厚的研发、生产实力及完善的售后服务体系，爱奇艺在承接大型项目中具备突出的领先竞争优势，为客户提供完美的体育场馆设施营造解决方案，其中包括提供设计服务并生产自订产品，满足专业终端客户，尤其是大型项目的特定需求。

爱奇艺一直秉承“爱创奇迹”的企业核心价值主张，致力于成为备受尊重的国际体育休闲产业整合服务商。能够成为东亚运动会独家供应商，以及2012年天津全国大学生运动会、2012年海阳亚沙会等国内国际重大赛事的合作伙伴，这是爱奇艺走向国际化的重要渠道，爱奇艺必将以此难得的契机，进一步提升爱奇艺的国际品牌知名度和影响力。



## 东亚会对主办城市建设的影响

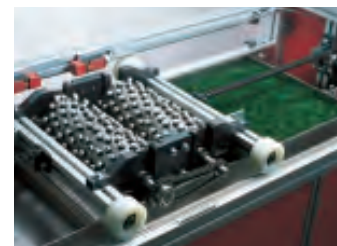
东亚运动会的举办，必将进一步提升天津的城市品牌形象，扩大天津在国内外的影响。天津迅速壮大的经济实力、和谐稳定的社会环境为成功举办大型体育赛事奠定了坚实的基础，而体育比赛的广告效应又极大地提升了天津的城市知名度和国际影响力，全面带动现代服务业快速发展，也将极大带动城市旅游、餐饮娱乐、酒店服务等行业发展，在打造“近代中国看天津”文化旅游品牌基础上，天津有望成为体育旅游胜地。举办东亚运动会所带来的积极影响，将长久地伴随天津市人民，不断推动城市经济社会健康发展，使广大群众真正得到实惠。



Turf's up: FIFA looks back on 10 years of its Quality Concept for Football Turf

# 人造草的繁荣： 国际足联回顾 10年足球草的质量体系

文字翻译 ■ 进出口部 卢壁燕 摘自《Stadia》March 2011



场地认证



实验室认证





FIFA began implementing quality assurance measures for football turf in 2001. Principal among these is the FIFA Quality Concept for Football Turf, which safeguards the highest quality standards and ensures football can be played on first-class pitches through the 'FIFA Recommended' quality marks (1 STAR/2 STAR) and the FIFA Preferred Producer initiative. World football's governing body can now look back on 10 years, which have seen increasing acceptance of high-quality football turf among players, associations, communities and industry.

2001年国际足联开始实施对足球草的质量保证措施。其中最重要的是国际足联为足球草所制定的质量体系，保证了最高的质量标准，确保了足球运动能在通过“国际足联推荐”的质量标记（一星/二星）和国际足联推荐厂家所生产的场地上进行。国际足球管理部门现在回顾过去的10年，可以看到足球人造草坪的高质量标准已经在足球运动员身上、协会、大众和企业间得到很大的提升。

FIFA RECOMMENDED Football turf pitches first appeared in France and the Netherlands in 2001. Since the completion of the first two FIFA-certified football turf pitches, the number of new installations has risen sharply year on year, reaching 273 in 2010, and FIFA expects the number of new FIFA Recommended football turf pitches to pass the 400-mark in 2011.

国际足联推荐人造草足球场首次出现在2001年的法国和荷兰。自从这两片首获国际足联认证的人造草足球场地完成，新安装的场地数量每年急剧增长，在2010年数量达到了273个。预计在2011年，通过国际足联推荐的场地数量可以超越400个。

The range of FIFA Recommended pitches extends from many community and training pitches to top arenas such as the Estadio Omnilifie in Mexico and the Color Line Stadium in Norway, whose football turf pitch has been successfully tested and re-certified three times since its installation. The 1,000 milestone was reached in January 2010 with the installation of the FIFA Recommended 2-star pitch in the Estadio Ricardo Saprissa Aym á in Costa Rica.

FIFA 推荐场地的范围从一些大众公共的以及训练类型的场地扩展到一些高级场馆，例如墨西哥的Estadio Omnilifie场馆跟挪威的色彩干线场馆。自从安装成功后，色彩干线的足球场已经成功地通过测试并三次通过年审。哥斯达黎加的Estadio Ricardo Saprissa Aym á场馆的FIFA推荐二星人造草场地在2010年的一月份成功的铺张完工，就已经标志着FIFA推荐人造草场地一千英里式的里程碑的到来。



## Quality control

The key to the success of modern football turf concepts is clearly the high quality of the products a key factor in their high acceptance on the market. For example, the Dutch Football Association (KNVB) uses FIFA Recommended football turf pitches to stage top-tier Dutch league matches. Similar commitment is shown by the producers, with the number of licensees having increased from four to 30 over the past 10 years. What is more, over the same time period the average number per year of pitches installed per licensee has soared from one to 10.

### 质量控制：

现代人造足球草皮成功的关键因素是非常清晰的，那就是制造出高质量的产品——这是满足市场上高标准的一个重要条件。例如荷兰足球联赛协会就是用FIFA推荐的足球人造草皮来作为荷兰顶级足球赛事的场地用草。类似的承诺以及义务是会在我们的制造者中体现出来的，我们的证书持有者人数在过去的十年里面从4个到30个。更重要的是，在同样的十年里面，平均每年每个持有证书的制造企业手上的通过测试的场地从一个上升到了十个。

FIFA responded to the demand for a full quality guarantee by introducing the FIFA Preferred Producer initiative in 2009. The five FIFA Preferred Producers who implement this quality concept, which covers everything from planning to installation and maintenance, should be the first choice of any football turf purchaser with an eye on quality. Quite simply, the Quality Concept ticks all the boxes. With independent testing institutes, consistent further development of the football turf concepts and providers that meet the highest quality standards, FIFA is on course to implement its mission to develop the game, touch the world and build a better future.

2009年，国际足联通过首次引进国际足联推荐厂家来回应应对全方位质量保证的要求。五个FIFA推荐厂家执行该质量体系，从规划到安装和维护，涵盖了所有方面，应该是任何一个足球草买家的首选。很简单地，质量体系包含了很多方面。有着独立的测试机构，坚持足球人造草理念和供应商的发展来达到最高的质量要求，FIFA一贯履行其使命来发展足球运动，从而感动世界、为人类创建更美好的未来。

# 做最有价值的服务提供者



我始终坚信，我们是有价值的服务提供者。  
我始终坚信，我们是客户的朋友和支持者。  
我始终坚信，用爱才能创造奇迹。

文 ■ 人造草销售部 鲍世玉

有爱的地方，就会有奇迹。从加入爱奇实业的团队的那一刻起，“爱创奇迹”的企业核心价值观便引导着我勇往直前，不管将来会遇到什么难题，会经历怎样的坎坷。

在国内人造草行业中，也许爱奇实业的产品价格并不是最低的，但是努力把产品质量做到业内最好却一直是我们所追求的；也许，我们市场占有率也不是最高的，但是我们正努力引导着整个人造草行业向一个健康良性的方向发展；也许，我们的销售人员并不是最优秀的，但我们争取依靠我们坚实的专业知识给客户带去信赖和信心。

岁月的长河里如大浪淘沙，一些金灿灿的东西时常能感动自己。在黎明前的黑暗中，在摸爬滚打中，如火炬般照亮前进的征途。

刚开始接触销售时，时常被客户无情的拒绝，但我理解他们。我常常在想，也许他们真的在忙，也许他们当时心情不好，也许他们确实没有需求；甚至我还在想，即使有需求，每天面对各种品牌销售人员的喋喋不休，他们也许会产生抵触心理。客户需要产品信息，客户要选择性价高和值得信赖的商品，他们更需要关心和安静。所以，我在想提供他们优良的产品和服务的同时，不要忘记理解他们，关心他们。

客户因为种种原因不能选择我们的产品，我也非常理解他们。有时候，确实是甲方钟情于某种品牌，他们也无能为力；有些时候，某些竞争厂家采

取低价竞争策略误导客户，又碍于现在工程投入成本高、工程中标价低、工程款回收困难造成的利润低的现状，客户只能让位于价格；有些时候，客户习惯于一个品牌，不愿尝试与其他品牌合作。我们并没有因为这些客户暂时没有给我们合作，就放弃了他们。尽力给予他们我们力所能及的帮助，客户也会被你感动。面对对于体育场地建设不熟的客户，我们会不厌其烦的讲述我们所掌握的专业知识；在有最新的工程招标信息时我们会及时、准确的把信息反馈给客户。我们知道，他们可能不会因为我们的这些举动去选择我们的产品，但是我们坚持要做客户的朋友和支持者，我们坚持做有价值的利益和服务的提供者。

更多的时候，我们的付出赢得了很多客户的认可。当我们到达出差的城市，客户都会从车站或者酒店迎接我们，纵然没有项目要谈，客户也会像朋友一样对待你；更多的时候，我们得到了客户的承诺，“只要我能拿下这个项目，我会优先考虑采用你们的产品”；更多的时候，我们合作过一次的客户都会继续和我们合作下去。面对这些更多的时候，我想对亲爱的客户说：谢谢你们，谢谢你们的信任，你们的支持是我们销售人员和公司进步的不懈动力。

面对变幻莫测的市场，我们的信念始终未变：为做最有价值的服务提供者而不懈努力！

# 外贸询盘 你知多少



文 ■ 进出口部 周霞光

通常情况下，凡是涉足过网络推广的企业，外贸销售人员均会收到来自这些平台上一定数量的询盘。而实际情况是，当我们回盘之后，却再收不到客户的回复，或者偶有客户草草回复后便再无下文。

针对这样的现象，我想谈谈我个人的一些见解，也许这些方法不能适合某些特殊案例，但用科学的、合乎逻辑的方法去分析和对待，确实能够提高询盘的回复率和订单的成交率。事实上，这个话题应该要分两个方面来叙述才算完整：**第一、分析询盘；第二、回复询盘。**在本篇文章，笔者就分析询盘这块谈谈自己对它的理解。

个人认为，分析询盘一般是从以下三个方面来开展的：

## 分析E-Mail和客户网站

首先，我们可以将询盘中的E-Mail地址或客户留下来的网站信息在Google网站进行搜索，因为一般成规模的公司都会有自己的企业网站，或者被一些权威的行业网站收录。这样我们可以了解到客户的公司介绍、主营产品、企业文化以及联系方式等有用信息。有时，还能搜索到同行业对于此客户的一些评价，从而了解到自己的产品是否能和客户需求匹配，以及该公司的信誉度、实力以及专业度等。

## 分析客户的角色

在充分了解对象的基础上，更要尝试了解他的目标市场及角色定位。一般来讲分为几大类：自家用的终端客户，零售商，批发商，工程客户等。根据对象的不同进行有策略地回复询盘能有效地提高成功率。

## 分析邮件内容

一般邮件内容不外乎价格、质量以及交货期。当然有的客户并不关注价格，也不关注是否可以生产、是否可以打样、质量标准是否合格，有没有相应证书等。因此，对于这样的询盘千万不能答非所问，尽量在第一封询盘里以质量、交货期、服务为主，有针对性地回答客户已提出的问题，待客户对你有一个基本的了解和有意合作后再进行报价。有时候，价格只是客户能想象到的服务中配套的代价而已，因此要仔细分析客户邮件内容，分析客户真正想得到的信息。有的客户关心的是产品参数、质量，因此我们回复应以产品资料，优秀图片为主。如果客户单单需要价格，我们则要深入地了解一下客户的用意并进行回复。

总之，第一封询盘要经过慎重分析，为了得到买家的第二封来盘，我们要做的就是写好第一封回盘，真正与买家建立起一对一的联系，不宜过急过躁，急于求成，也不宜拖沓敷衍节奏过慢，针对不同询盘不同买家，拿捏好不同的分寸，找到吸引买家的点，这是共通的法则。

# 让客户满意的谈话艺术

文 ■ 人造草销售部 钟德虎

8个月前，有幸加入了爱奇艺实业的团队。

8个月来，公司温馨的“家庭式”氛围深深地感染了我。从初来乍到的迷茫到如今业务的操作娴熟，离不开公司的用心栽培，也离不开领导及同事的鼓励与支持。

来到公司上的第一节培训课便是如何让客户满意。优秀的销售人员，离不开与客户真诚的交流与沟通。无论是电话拜访，还是登门拜访，8个月来都让我在工作中积累了不少的心得和体会。在这里，将我的一些亲身经历和感受与大家一起分享、共勉，一起与爱奇艺实业同进步、共成长。

在销售人员的拜访过程中，有很多非常有把握的业务最后却没有谈成的现象出现。我们的产品不差，服务没有问题，态度也很诚恳，可是为什么生意就“黄”了呢？其实，这与销售人员谈话的艺术有很大关系，通俗一点说，要懂说话，会说话。

我们往往在谈论某个成功的销售人员时，常会这样感叹：那人真会说话，大家都很喜欢他。由此可见，谈话的艺术对于每个人来说都是非常重要的，对于销售人员来说就更加重要了。某些销售人员在与客户谈业务的过程中，谈话的技巧不足，很容易引起客户的反感，结果被客户三两句话就打发走了。所以，多留意学习沟通的艺术，掌握好的谈话技巧及沟通方式，相当于拥有了良好沟通的重要武器，能达到事半功倍的效果。

下面，我就结合工作中的一些实际案例谈谈自己的看法：

## 一、叙述应简明扼要

当我们和客户见面或电话拜访时，无论是自我介绍还是介绍产品，都要简明扼要，最好能在两三句话之内完成。比如，我通常会这样介绍自己：“×总，您好！我是广州爱奇艺实业有限公司的××，我司是体育材料的供应商，今

天很高兴能当面拜访您”。在这里，需要注意的是音调，建议在公司名称、自己姓名、产品名称等三个位置需要使用重音，以加深对方的印象，引起共鸣。当然，此时语速一定要缓慢而不拖沓，谈话时一定要看着对方的眼睛，面带微笑。

## 二、善于倾听别人

客户在说话时，不要随意打断对方的话，更不能立即反驳对方的观点，要善于倾听，了解对方的真实意图后再进行沟通。有很多销售人员，经常不等对方说完话或者没有弄清楚对方的观点，就开始插话或者反驳，拜访就演变成了辩论赛，这会引起客户的极大反感，自然订单也就“零希望”了。

销售不仅仅是推销产品，更重要的是推销人品。要成为优秀的销售人员，一定要时刻牢记自己的任务，有时客户对你的产品的贬低是一种习惯性的发泄，你只要认真的听他发泄，不时的表示理解，最终能赢得客户的好感，再谈产品的订单时就容易多了。

## 三、认真回答对方的提问

对于客户的疑问，销售人员心里清楚的要肯定回答，不太清楚的可以直言不讳的告诉客户，我会把这个问题记下来，搞清楚后回答你。千万不能不懂装懂，也不要含糊不清的回答，更不要转变话题避开客户。

另外，回答客户的问题时需要注意不能绝对化，要留有余地，如我们的质量绝对没问题、我们的服务绝对一流等话语。众所周知，天下没有绝对的事情。有一次，我去拜访济南的一个客户。客户问我篮球场四周的草应该怎样铺，因为这个问题我不太清楚，所以我就回答客户说：“不好意思，这个问题我不知道，请您多指教！”，客户并没有责怪我，而是很真诚地告诉我如何铺设。试想，如果我当时不懂装懂，可想而知，会给客户留下非常不好的印象。

## 四、尽量不要用反问的语调

有些销售人员在面对客户的恶意问题时，以血还血以牙还牙，恨不得一连串的反问，把客户驳倒。却适得其反，客户被驳倒了，订单也丢了。我们在面对客户的质疑时，千万不能慌乱，而应保持微笑进行解释：“我非常理解您的意见，您说的问题我们也经常遇到，但是……”我们不能由于客户的无理智，把自己也变的无理智。

## 五、学会赞扬你的客户

赞美是一种美德，对于客户的优点，你要发自内心的赞扬。有一次在面对泰安客户时，客户提出双面加筋单丝草的挺度会更好，我不由对客户的专业知识产生佩服，并发自内心的赞美。事实证明，会赞美别人，你也会赢得别人的尊重。



# 新闻连连看

这里，将网罗爱奇艺最全面的新闻动态；  
这里，将打造爱奇艺最精彩的资讯平台。  
新闻连连看，越看越精彩！



## 赛事篇 Sports event

### ATP中国国际网球挑战赛

3月21日，由中国网协主办的“绿茵天地-2011ATP中国国际网球挑战赛”在广东奥林匹克体育中心开拍，场内由爱奇艺实业生产并安装的看台座椅，采用米黄色与天蓝色的完美搭配，从高空俯视宛如一个巨大的网球形状。



### “加油中国”冠军联赛

3月27日，由爱奇艺实业鼎力支持的2011加油中国冠军联赛“泓颐糖业杯”广州赛区拉开战幕。此次联赛共吸引32个城市、1024支球队、30720名业余球员参赛，是中国目前规模最大、影响力最大、参赛人数最多、媒体最为关注的草根足球赛事之一。



### 爱奇艺杯-2011DBL限高篮球5.1黄金周联赛

5月1日，“爱奇艺杯-2011DBL限高篮球5.1黄金周联赛”在广东奥林匹克体育中心进行，该联赛是全球首推的限高篮球联赛，只允许身高188cm以内的球员参加。

### “茵宝杯”五人制足球赛全国总决赛

2010-2011年“茵宝杯”五人制足球赛全国总决赛于5月21-22日“羊城”广州市正式打响，来自11个城市的公开组冠军以及深圳天运队，组成总决赛的“12强”分别在天河体育中心由爱奇艺人造草铺设的足球场上进行巅峰对决，最终广州队技压群雄成功摘得桂冠。

### “爱奇艺”广州社区7人制足球邀请赛

5月21日，广州市一年一度的社区7人制足球邀请赛在广州一中举行。此次赛事在由爱奇艺飞碟单丝草铺设的场地上进行，该场地为2009年建成并投入使用，历经多次大型赛事，目前场地仍保持良好的状态。

### 第二届“爱奇艺”广州市五人制足球联赛

继2011“爱奇艺迎春杯”广州市七人制足球联赛成功举办之后，第二届“爱奇艺”广州市五人制足球联赛也吹响了赛事“集结号”。最终，立讯科技如一匹黑马杀出重围，捧得冠军奖杯。

- ① 2011ATP中国国际网球挑战赛
- ② 2011“加油中国”冠军联赛
- ③ 爱奇艺杯-2011DBL限高篮球5.1黄金周联赛
- ④ “茵宝杯”五人制足球赛全国总决赛
- ⑤ “爱奇艺”2011广州社区7人制足球邀请赛
- ⑥ 第二届“爱奇艺”广州市五人制足球联赛



1

## 展会篇

### Exhibition

#### 第13届中国国际地材展

3月24日，第十三届中国国际地面材料及铺装技术展览会于上海新国际博览中心圆满落幕，代表体育产业鲜明个性的爱奇艺品牌新形象在运动地材专区首度精彩亮相。

#### 第109届（春季）广交会

4月15日，第109届中国进出口商品交易会（简称“广交会”）在广州市琶洲展馆开幕。爱奇艺旗下人造草、场馆看台座椅等产品在展会上大放异彩，引起了中外客商的关注。

#### 第28届成都（夏季）体博会

5月13日，素有“天府之国”之称的成都迎来了备受业内关注的第28届中国体育用品博览会。爱奇艺展位以蓝绿为主打色，整体形象简洁大气，令人耳目一新。在现场，爱奇艺向客户展示了经过20000次及40000次磨损实验之后性能仍保持良好的人造草产品。

#### 第12届广东省体博会

9月26日，爱奇艺精彩亮相于“第8届粤港澳国际体育用品博览会暨第12届广东国际体育用品博览会”。



1



2



3

- ① 第28届成都体博会
- ② 第13届中国国际地材展
- ③ 德国科隆体育设施展
- ④ 第109届（秋季）广交会
- ⑤ 第28届沈阳（冬季）体博会

#### 第109届（秋季）广交会

10月15日，继春季广交会后，爱奇艺实业的身影又一次出现在广交会这一综合性国际贸易盛会中。借此契机，爱奇艺实业拓宽了国际市场的销售渠道，促进了本土体育设施企业进一步走出国门。

#### 第28届沈阳（冬季）体博会

10月21日，主题为“相约体博，共享全运”的2011中国国际体育用品博览会（冬季）在沈阳的辽宁工业展览馆盛大开幕。与往届相比，2011冬博会在滑雪、户外等时尚运动相关类别的基础上，重点增加了场馆设施、竞赛器材和十二运赞助商等相关类别产品展示。包括爱奇艺实业在内共有78个企业和品牌参展，借助残奥会、亚运会等大型国际赛事合作经历，爱奇艺人造草、专业看台座椅、SPORT COURT运动地板等产品在展会期间吸引了众多客户至展位进行了解与咨询。

#### 德国科隆体育设施展

10月26日，德国科隆国际休闲、体育设施及泳池设备展在科隆国际展览中心隆重举行，爱奇艺实业盛装参展。在三天的展期中，我司展位共接待了来自德国、英国、荷兰、比利时、葡萄牙、波兰等国家的数百名来访客商。



4



5



爱奇艺实业领导与国际足联官员Eric Harrison合影

## 论坛篇

### Forum

#### 2011国际足联人造草高峰论坛

5月13日，在国家体育总局及中国足协、中国体育用品业联合会领导的倡导和高度重视下，由国际足联、爱奇艺实业联合主办的“前瞻、专业、影响力——2011国际足联人造草高峰论坛”在成都世纪会展中心成功举办。国际足联市场部许可经理Johannes Holzmueller、爱奇艺实业总经理强力先生、爱奇艺国际总经理Chris Clapham、中国区营销总监郭维新先生、业界精英及媒体记者约80人出席了此次论坛。

此次人造草行业盛会恰逢第28届（成都）中国国际体育用品博览会举办之际，主题围绕“人造草国际足联认证的意义及国际流行趋势的解读”，围绕“国际足联场地认证标准及机构介绍”、“国际人造草行业的流行趋势解读”等内容进行深入讨论，目的是通过权威机构和企业间的深入讨论，推动国内人造草行业的健康、快速发展。

#### 第一届体育运动场馆场地生产与铺装技术论坛

4月9日，2011年体育运动场馆场地生产与铺装技术论坛于石家庄隆重开幕，国家体育总局经济司副司长陈恩堂先生、处长杜健先生及各省体育局领导共同出席了本次论坛。会上，爱奇艺实业市场部经理刘苏女士向与会嘉宾详细介绍了爱奇艺实业的发展历程，并对企业参与国家标准的相关工作予以讲解。



右三为爱奇艺实业董事长雷爱新先生

## 荣誉篇

### Honor

#### 亚运“杰出贡献奖”

3月31日，第十六届广州亚运会赞助商答谢会在广州香格里拉大酒店隆重举行。出席答谢会的有亚奥理事会副主席霍震霆先生、亚奥理事会副主席于再清先生、广州市副市长许瑞生先生等领导。

爱奇艺实业董事长雷爱新先生、总经理强力先生与近百名赞助商一起应邀出席。会上，亚奥理事会（OCA）、广州亚组委授予广州爱奇艺实业有限公司亚运“杰出贡献奖”荣誉，组委会领导为爱奇艺实业董事长雷爱新先生颁发了荣誉证书，以表彰爱奇艺实业为亚洲体育事业做出的卓越贡献，并对爱奇艺实业研发生产的优质亚运场馆座椅给予了高度评价。

#### 中国场馆行业“品牌实力”奖

在2010年首届中国场馆行业评选活动中传来捷报，爱奇艺实业凭借在场馆行业工程领域的雄厚实力与品牌影响力荣获“品牌实力”奖。与此同时，以SPORT COURT悬浮式拼装体育运动地板成为NBA MADNESS指定活动运动地板，也获得了评委会授予的中国场馆行业“十大影响力事件”荣誉。

#### 成功签约第六届天津东亚会独家供应商

8月22日，爱奇艺实业与天津2013年东亚会组委会签订合作协议，爱奇艺实业正式成为“第六届天津东亚会独家供应商”，为此次盛会提供看台座椅、人造草等体育设施产品及服务。东亚运动会是亚洲地区顶级的、备受全球瞩目的一个综合性运动会，第六届东亚运动会将于2013年10月6日至10月15日在天津举行。





### 端午节

“发粽子啦，大家赶快来！”6月2日，公司上下洋溢着节日的喜庆氛围，只见员工们手捧着端午节礼物——粽子和红包，快乐的心情跃然于笑脸。

### 阳江活力游

7月9日，爱奇艺实业组织员工抵达素有中国的“马尔代夫”之称的阳江沙扒湾，开始为期两天的活力之旅。此外，公司还为所有员工发放了夏季高温补贴、牛奶、凉茶等消暑饮料，组织全体员工开展足球赛、篮球赛，举办新员工茶话会等活动，为勤奋的爱奇人在炎炎夏日里送去了阵阵清凉，共同度过一个多姿多彩的夏季。

### 中秋节

8月22日，在一年一度的中秋佳节即将到来之际，公司全体员工都收到了爱奇艺实业这个大家庭送来的慰问礼品（月饼、购物卡等）和温暖祝福，让大家在这个特殊的日子感受到了公司温暖的人文关怀。

### 阳朔休闲游

8月27日，公司组织员工前往桂林阳朔，领略山水甲天下之美。烟雨漓江，古色西街，纵情于山水之间，众人意犹未尽。



## 关怀篇

Concern



## 活动篇

Activity

### 红歌嘹亮唱响红色激情

7月15日，纪念建党90周年爱奇艺实业红歌合唱比赛在公司多功能会议厅拉开了帷幕，数百名爱奇人齐唱国歌，向党的90周年生日献礼。比赛中，来自各个部门组成的六支参赛队伍，分别高唱《没有共产党就没有新中国》、《歌唱祖国》等爱国歌曲表达我们热爱中华的拳拳赤子之心。

### 皇马VS恒大

8月3日，2011年皇马中国友谊赛(广州站)皇家马德里对中超联赛领头羊广州恒大之战在广州天河体育场展开激烈角逐。短短的90分钟里，两大豪华阵容的巅峰对决让前来观赛的球迷们大呼“给力”，天河体育中心体育场里由爱奇艺实业生产并安装的60000张专业看台座椅上挤满了兴奋的球迷，只见球迷身披白色皇马或者红色恒大球衣，擂动战鼓，不停为球队呐喊助威，场面甚是壮观。

### “斯坦科维奇”杯洲际篮球赛

8月4日，由广州市体育局主办、广州市篮球协会承办、爱奇艺实业等企业赞助的广州国际篮球节揭开了面纱，此次活动包括广州国际篮球嘉年华、广州国际篮球论坛及广州国际篮球颁奖盛典三个环节。活动期间，著名球星易建联、基德、马丁和乐福等名宿来到现场与球迷进行交流、互动，与广州球迷一起度过了一个盛大的狂欢节日。





# 2012 海阳

## 以体育为名的一场旅行

文 ■ 市场部 周志云



蓝天、碧海、一望无际的万米金色沙滩、象征生机活力和快乐的第三届亚沙会标志——与快乐在一起。海阳，这座小城，依山傍海，地处黄海之滨，素有“东方夏威夷”的美誉。行驶在海阳滨海大道上，感受自然风光和大海的风情，沿线有10座山峰，2个峡谷，3条河流，规划了旅游风景区，4个海上游乐场，6个特色风情镇，原始的风貌，美丽自然风光，让人陶醉。

### 赛事看点：

亚洲沙滩运动会与亚洲运动会、亚洲冬季运动会、亚洲室内运动会和亚洲青年运动会并列成为亚洲五大综合性体育赛事，是亚洲规模最大、档次最高、影响最广的沙滩综合性体育盛会。第一届亚洲沙滩运动会于2008年10月18日至26日在印尼巴厘岛成功举办，此后该赛事每两年举办一次。

2010年12月16日，海阳市在马斯卡特第二届亚沙会闭幕式上接过亚奥理事会会旗，正式进入亚沙会“海阳周期”。大赛将于2012年6月份举办，精彩比赛项目包括：沙滩排球、沙滩卡巴迪、沙滩搏击、沙滩藤球、沙滩马来西亚拳、龙舟、帆船、滑翔伞、冲浪、摩托艇、马拉松游泳、健美、沙滩足球、铁人三项、帆板、木球、沙滩手球等11个大项43个小项比赛，其中沙滩篮球和沙滩水球为表演项目。另外，赛事期间参会的运动员、裁判员、体育官员及媒体记者近万人。







1



3



2

## 周边景点：

### 1 海阳万米海滩浴场

推荐指数：★★★★

绵延近20公里的海阳万米海滩，海水浴场天蓝海碧，沙白水清，有长10000多米，宽150米的海滩，沙细得像粉，纯得像面，匀得像过了箩，被国内外客人誉为“国内少有”的理想天然海水浴场。

来到海阳，不妨光着脚，与沙滩、海浪来次亲密的接触。

### 2 海阳国际沙雕艺术公园

推荐指数：★★★

位于海阳旅游度假区西部海滨，是目前国内最大、北方唯一的沙雕艺术主题城市公园。巨大的雕塑规模，强烈的视觉冲击力以及粗犷的艺术震撼力，吸引着无数游客前来观光。

更让人叫绝称奇的是，她还坐拥800余亩黑松林。步入林区，空气湿润清新，松香扑鼻盈肺，可尽享天然氧吧，沉醉于自然恩赐。

### 3 海阳旭宝高尔夫球场

游玩指数：★★

海阳旭宝高尔夫球场为纯正的苏格式滨海球场，国际标准18洞，全长7222码，是由宋镛满亲自操刀独自建造完成的大作。

由于濒临黄海有1.6公里的海岸线，海风成为主导海阳旭宝的一切。在此挥杆击球，有时一天之内会经历一年四季春夏秋冬的变化，耳际还不时传来海岸边海浪拍打的声音，让人深深感受到如同置身于圣安卓古老滨海球场一般，那一份旷野、开阔、自然，带给人们的是精神上至高无上的享受。

囿于篇幅，笔者就不一一细说了。其实，在海阳这座美丽的滨海城市，有很多的景点值得我们去游览。那么，剩下的美景，就等着您亲临海阳慢慢体验吧！



2



1



4



3

## 美食诱惑：

蓝天、大海、沙滩，这些美丽的风景足以让人忘记尘世间的一切烦琐，让心灵在旅行中享受愉快，而海阳的美食更让人流连忘返。在那儿，可以品尝新鲜量大且价格便宜的海鲜产品，而且还可以见识到海阳独特的烹饪做法，领略当地的风土人情。

### 1 油炸蚕蛹

推荐指数：★★★★

蚕蛹含有丰富的蛋白质和多种氨基酸，是体弱、病后、老人及妇女产后的高级营养补品。蚕蛹能产生具有药理学活性的物质，可有效提高人体内白细胞水平，从而提高人体免疫功能，延缓人体机能衰老。

### 2 肉炒海蜇

推荐指数：★★★★

将海蜇切成片，用八成开热油一烫；瘦猪肉片挂蛋清、粉团糊，以油滑熟。烹锅后，投放海蜇略炒，速放入肉片，用淀粉浓溜，拌入少许胡椒粉、香油。鲜脆可口，为下酒美味。

### 3 盘丝饼

推荐指数：★★★

盘丝饼是在抻面的基础上发展起来的一种精细面食品，是山东的传统面食品种。食时提起饼中心的面头处，把丝抖开，再散放盆内，撒上白糖。风味特点是面丝金黄透亮，酥脆甜香。

### 4 叶儿粑

推荐指数：★★★

特点：色泽清新，口感细嫩，荷香味浓，甘甜爽口，菜芹两味，咸甜皆宜。

只要您填写本刊第66页的问卷调查并邮寄给我们，您将有机会获得**亚沙会门票**哦！

另外，本刊将在问卷中随机抽选**10名幸运读者**，各送出精品酒店住宿两晚，价值达**998元**。

# 爱奇艺妈妈 与她们的幸福光影

有爱的地方，就会有奇迹。

在爱奇艺实业的大家庭里面，缘分让我们相聚、相识、相知。不断成长的步伐里，一种淡淡而又浓郁的亲情始终贯穿其中，也正是这种健康向上的企业文化，在感染、感动并激励着每一位员工。镜头下的爱奇艺妈妈及准妈妈们，露出了她们快乐的笑容，而我们，便瞬间将这份幸福定格，成为永恒。

也许，总有一种片段叫温馨。

爱奇艺  
给我家人般亲切感。

爱，撑起家；  
奇，创未来。

在爱奇艺实业工作多年，  
有一种家的温馨感，  
愿家越来越好！

HAPPY仔，  
希望你快乐成长，  
快乐运动，快乐每一天！

在爱奇艺找到了家庭、  
事业的平衡点，因为  
有爱才有幸福、快乐！

## 爱奇艺微博眼

文字整理 ■ 市场部 周志云



姚明微博

**YaoMing**

Sorry to hear about the passing of Steve Jobs. A great creative leader.

姚明在微博上悼念苹果创始人乔布斯，称其为“伟大的具有创造力的领导者。”

**小编点评：**不管你有没有苹果4，都来悼念下这位伟人吧！



腾讯体育

【库娃登时尚杂志 变健身教练秀S曲线】俄罗斯著名网球运动员库尔尼科娃登上时尚杂志封面，并变身教练，示范动作，大展诱人S曲线。

**小编点评：**芙蓉姐姐估计要“压力山大”了。



聂卫平微博

**聂卫平微博：**假如我当国足主教练，我就“强迫”他们学围棋，当年容志行就大局观好，视野开拓，传球到位，就是因为他喜欢下围棋。

**小编点评：**假如我当国足主教练，我就“强迫”他们。。。你懂得！



**网易体育：**@网易体育NBA频道：**火箭队威廉姆斯：**哥的头疼和脱水一点没见好，就跟和老板马拉松扯皮一样蛋疼。

**小编点评：**威廉兄，你真幽默！



**体坛网新闻：**北京时间10月11日消息，第三十四届芝加哥马拉松赛发生了太多令人意外的消息，除了选手猝死之外，今天英国《每日邮报》又爆料，一位来自美国怀孕39周的孕妇，在参加完比赛的七小时后生下了自己的女儿，彪悍得一塌糊涂!!! 佩服！

**小编点评：**马拉松赛是个危险活，除了能让人蹬腿，还能让人早产。



李娜微博

**李娜微博：**2011赛季结束，跟过山车一样起起伏伏，努力过惊喜过失望过，不管怎么样对自己来说也是值得回忆的一年。当很久以后回想起2011还是会为自己感到骄傲，很感谢一直以来大家的支持，更感谢我的团队，谢谢你们的陪伴和鼓励，更感谢你们一如既往的相信我，坚信明年的我们会更好，一起加油！

**小编点评：**李娜你行的，加油！



## 编辑部： 那些不得不说的 雷人百事

文 ■ 市场部 赖金辉

在这个越来越雷的世界，我们都成了被雷的过客。本期杂志在编撰过程中，不断爆出雷人囧事，糗料百出，以下内容请各位看客自带避雷针……

首先爆笑登场的是能把“芙蓉姐”变身“全智贤”，人称“小裁缝”又名“小李飞刀”的美编雪梅仙女，在排版时将外贸部写成了“外卖部”，OH MY LADYGAGA!编辑部所有成员集体被HOLD住，惊呼：公司除了卖草，还涉足餐饮行业了！PS：打拼音的人伤不起啊，伤不起的有木有？

有一次打开邮箱，收到公司某员工的投稿，邮件主题赫然写着：“××编辑部收”，我差点没喷出来。拜托，我们这里多少跟文化能扯点关系，不是纺织厂！我敢保证，除了我小时候曾学过木匠活之外，另外几个编辑都是大学生，绝对没有人做过篾匠！

编辑菲菲童鞋要做妈妈了，只是四个月过去了，肚子跟笔者的啤酒肚一样不那么明显，以至于坐公交车和地铁都无人让座。对此，菲菲杏眉一挑，白眼一翻：“怀孕就像怀才，时间长了才能看出来滴！”

美女编辑大云有一次订酒店，本想问问人家有没有什么免费上网之类的服务，突然大脑短路，怎么也想不出来如何说好，于是就问对方：“请问，你们这里有没有特殊服务？”对方：“什么？特殊服务？？我们可是正规酒店！”还有一次打电话订餐，“老板，我要一份酸辣土豆丝，不要放土豆！”对方足足沉默了一分钟。半小时后，一份辣椒盒饭送到了她的办公桌上……

一向沉着冷静的赵姐也有不淡定的时候，有一次打电话与德国某展览公司沟通布展的细节，对方称没有某种灯光，赵姐想都没想，顺口来了一句：“这个可以有”，没想到老外居然用蹩脚的中文说：“这个真没有！”赵姐顿时石化了30秒！此事在办公室一直成为饭后美谈。

一到星期五，公司的网速如何慢得跟蜗牛似的，大家纷纷崩溃。而办公室又非常的闷热，让人抓狂。编辑部老大刘苏，端着一杯咖啡和大家说：“走，我们一起去阳台抽风！”大家一怔，继而爆笑，原来她想说的是吹风。

光阴似面，岁月如锅，在编辑部全体同仁的不懈努力下，第三期《爱奇体育》杂志终于赶在百年一遇的“神棍节”前新鲜出炉了！在这里，小编们提前祝大家接下来的圣诞、元旦、新年统统快乐！大家快乐，才是真的快乐！



## 今天你笑了吗？

每一张笑脸，都是一种符号，  
每一张笑脸，都是一段回忆。  
你的每一个笑容，快乐亦或幸福，都会感染、感动自己或者别人。  
让你的笑脸更加灿烂，也让我们珍藏成永不泯灭的记忆。





## 亲 一定要支持我们哦!

亲! 第四期《爱奇艺·十周年庆精装版》即将面世啦!

欢迎来电来函免费索取, 只需要您的一个电话, 或者一封邮件, 我们将把第四期《爱奇艺》第一时间邮寄给您, 全场包邮哦!

亲, 不管是好评、中评还是差评, 我们都虚心接受。您的宝贵意见, 将是我们不断进步的源泉, 是我们不断前行的航向标。只要您将以下调查问卷邮寄给我们, 编辑部将为您准备一份精美礼品! (与第四期杂志一同寄出)

欢迎各位亲赐稿, 稿费很丰厚的说。。。

祝各位亲好运!

《爱奇艺》编辑部  
2011年11月



▼ 以下将花去您两分钟时间:

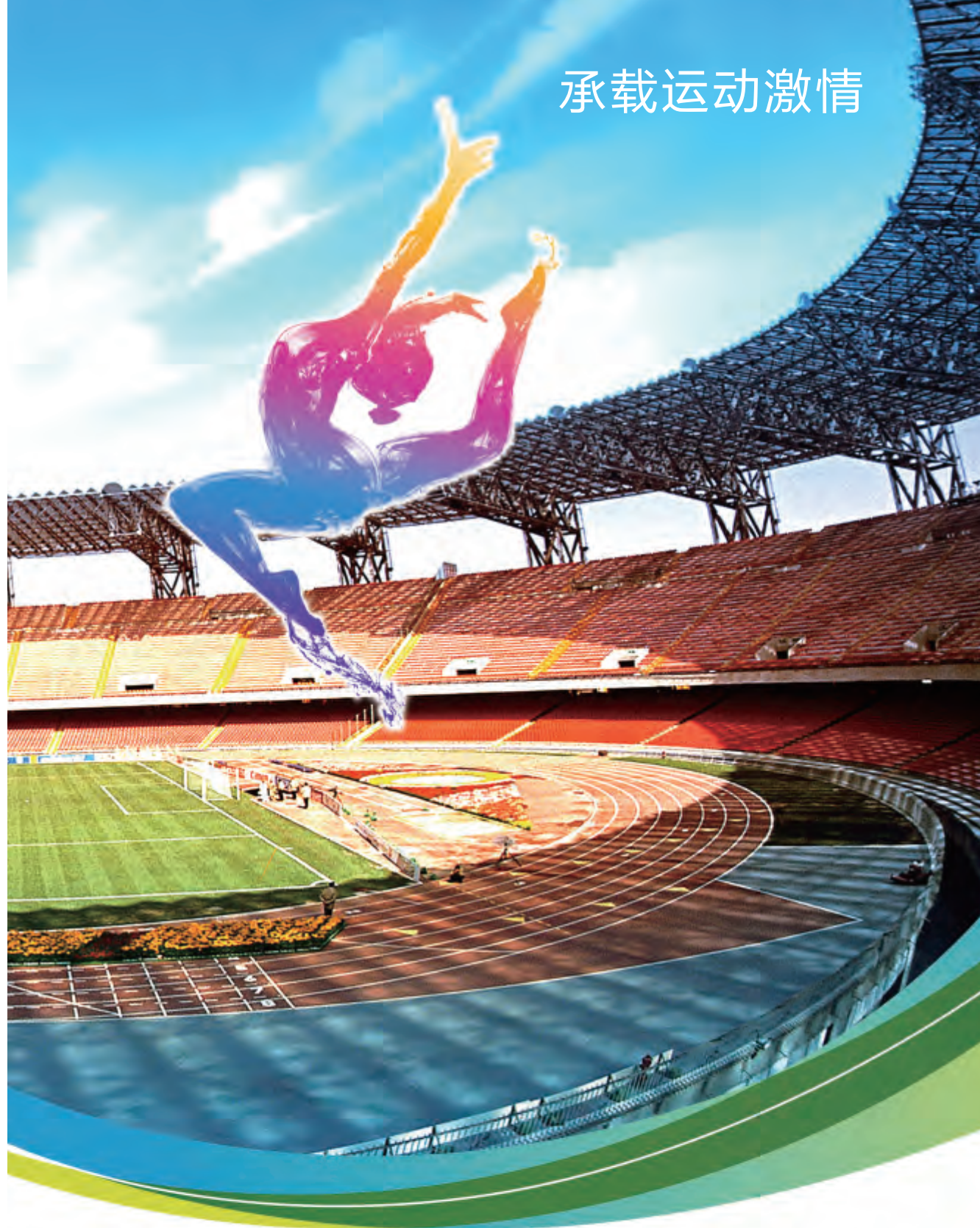
- 1、您希望获得什么礼物?  
 998元住宿券  门票  神秘礼品
- 2、与前两期杂志相比, 您觉得本期如何?  
 差  及格  良好  优秀
- 3、您最希望了解哪些内容? (可多选)  
 公司动态  业界热点  员工生活  行业知识  其它
- 4、您最喜欢的栏目是哪个? (可多选)  
 服务进行曲  热点追踪  服务心语  声音  服务最前线  
 爱奇艺杂烩
- 5、您认为本期杂志有哪些不足之处? \_\_\_\_\_
- 6、您希望下期杂志增加哪些栏目或者内容? \_\_\_\_\_
- 7、对于《爱奇艺》杂志的成长, 请谈谈您的改进意见: \_\_\_\_\_
- 8、明年是爱奇艺十周年庆, 您有什么祝福送给我们? \_\_\_\_\_

您的姓名: \_\_\_\_\_ 职务: \_\_\_\_\_ 联系电话: \_\_\_\_\_

请您填写完成后邮寄给我们, 感谢您的支持! 联系人: 周志云 电话: 020-38796000转216

邮寄地址: 广州市天河区北街32号综合大楼二层 邮编: 510610

## 承载运动激情



**ACT** 爱奇艺看台座椅  
seating



第3届亚洲沙滩运动会  
会徽合作伙伴



第16届亚洲运动会  
看台座椅提供商



2012亚洲  
运动会  
看台座椅提供商

**广州爱奇实业有限公司**  
GUANGZHOU ACT CORPORATION

**运营总部(Operating headquarters):**

广州市天河区河北街32号综合大楼二楼  
2/F No.32TianHeBei Street,  
Guangzhou P.R. China

Tel : +86-20-38796000

Fax: +86-20-38796100

E-mail: marketing@actcorp.cn (境内)

E-mail: info@actcorp.cn (境外)

**生产基地(Manufacturing Base):**

广州增城中新镇新墩路168号

No.168 Xindun Rd.Zhongxin,

Zengcheng Guangzhou P.R.China

Tel : +86-20-82861111

Fax: +86-20-82860000