

鸟巢已成北京新标志性建筑 用其标识须经授权 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/612/2021_2022__E9_B8_9F_E5_B7_A2_E5_B7_B2_E6_c57_612778.htm 作为新北京、新奥运的标志性建筑，北京国家体育场--“鸟巢”，以其独特的建筑风格 and 奇特新颖的设计理念被评为“2007年世界十大建筑奇迹”之一。“鸟巢”目前已经成为北京奥运会最受关注的焦点所在，因为北京奥运会开、闭幕式都将在“鸟巢”进行，更增添了一丝神秘色彩。这一新北京的地标性建筑也成为北京奥运会特许商品设计师们的最爱，被大量应用到各种特许产品的设计理念当中，据悉，以场馆实景为蓝本设计奥运特许商品在历届奥运会上也是首次。“鸟巢”是新北京的标志性建筑 据北京奥组委市场开发部特许经营处唐永宏处长介绍，目前，以“鸟巢”为主题概念设计的奥运特许商品主要分为模型(贵金属、普通材质)、纪念章(贵金属、普通材质)、邮票、邮品、服装五大类，共约30多款产品，而正在向北京奥组委市场开发部特许经营处申报审批的以“鸟巢”为主题概念设计的奥运特许新品有文具(本、册、笔)、徽章、日用品、服装、帽子等五类，约近百款产品。其中以服装和帽子居多。唐永宏表示，“鸟巢”在奥运特许商品设计中被广范应用，主要是因为“鸟巢”是北京奥运会的主会场，是北京奥运会的焦点所在；此外，“鸟巢”本身的建筑风格、设计特色，也打破了传统的建筑理念，体现了现代高科技手段，可谓世界建筑史上的奇迹；其三，国内外友人因关注“鸟巢”的同时更加关注北京，“鸟巢”已经成为新北京的形象代表。把“鸟巢”带回家 春节前，一款以“鸟巢”为蓝本发行的限量版金银纪

念品，甚至喊出了“将奥运鸟巢带回家”的口号，国家体育场“鸟巢”的形象已经深入到了千家万户。记者日前从奥运金银“鸟巢”的发行方中国金币总公司了解到，该公司以国家体育场“鸟巢”为主题设计的产品主要有第29届奥林匹克运动会场馆纪念章、“北京奥运金”彩色系列第三组及北京2008年奥运会纪念金银砖第3组等三个项目约20款产品。产品在设计创意中考虑到奥运会时间节点、民族文化、奥运精神等因素，在设计方案中充分体现了人文奥运、科技奥运、绿色奥运的理念。2007年4月24日，一款完全采用建造“鸟巢”剩余钢材按1：100的标准比例打造的“鸟巢第一根钢雕”面世，产品用百分之百纯“鸟巢”钢制造，采用精密铸造工艺一次浇铸而成，每尊都附有北京奥组委颁授的惟一身份识别标识和钢印编号。奥运特许网店负责人谢培宁告诉记者，以“鸟巢”为主题概念的产品，之所以受到市场追捧，是因为购买“鸟巢”不只是买一款产品，更体现出一种精神，一种民族自豪感，一种参与奥运会的热情。企业使用“鸟巢”标识需北京奥组委授权。国家体育场“鸟巢”已经成为新北京、新奥运的标志，因此，市场上也出现了一些非奥运赞助企业、非奥运合作伙伴或者非奥运特许商利用国家体育场作为背景，在广告宣传、产品宣传上造势的情况，这是否属于隐性市场行为？北京奥组委市场开发部特许经营处副处长李亚康表示，凡未经北京奥组委授权，擅自使用国家体育场、奥运标识为背景宣传造势的行为，不仅属于隐性市场行为，更严重侵犯了奥林匹克知识产权，属于违法行为，对这些行为北京奥组委法律事务部将采取积极有效的处罚措施。李亚康呼吁社会各界共同监督，积极举报违反奥林匹克知识产权的行为，使

奥运知识产权的运用更加合理合法。1 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com