

SONY

OFFICIAL PARTNER



新聞稿

Sony 結合集團旗下 4K、娛樂、網絡服務與企業社會關懷的活動及計劃
引發 2014 FIFA 世界盃™熱潮



香港・2014年6月11日 – Sony (Sony Corporation)今天宣佈透過與 FIFA 合作，並結合集團旗下公司的力量，為 FIFA 世界盃進一步推出多項舉世矚目的活動及計劃。[Sony](#) 是國際足協(FIFA)的官方合作伙伴。

為迎接於 2014 年 6 月 12 日開鑼的 2014 FIFA 巴西世界盃™(聯賽)，Sony 將會推出「4K」、「娛樂」、「網絡服務」及「企業社會關懷」範疇內的重點計劃，包括以下內容：

■ 4K

Sony 為聯賽提供備受讚譽的嶄新技術及優越的高增值產品，透過提供整個 4K 流程的應用方案展示其優勢，由拍攝、製作至觀賞體驗一應俱全。Sony 與 FIFA 合作，讓觀眾有更多機會體驗 4K 影像效果。(有關詳情，請參考 [2014年4月3日之公佈](#)。)

4K

• 拍攝及聯合製作：

FIFA 將製作官方 4K 影片，輯錄聯賽各場賽事的精華片段。FIFA 將採用 Sony 4K 專業拍攝器材拍攝一場 16 強賽事、一場 4 強準決賽及決賽。Sony 會為 FIFA 提供全面的技術支援，並研發了專為聯賽而設的 4K 直播製作系統。



- 觀賞體驗：

當官方影片製作完畢前，Sony 顧客將有機會透過兼容 4K 影像的 BRAVIA LCD 電視，觀賞以 4K/60P 拍攝的官方宣傳片及精選賽事。若球迷親身到巴西現場觀賞球賽及參與 FIFA 官方球迷活動，可於會場內 Sony 10 個展覽區欣賞官方的宣傳短片；全球各地的顧客亦可在約 20,000 個 Sony 專門店及零售商店，體驗 4K 的震撼畫質。



除了 4K，Sony 亦為 FIFA 提供全面的高清製作方案及廣播器材，包括約 300 部數碼攝錄機，以高清格式拍攝今屆每場賽事及於全球發佈。

- 娛樂

Sony 亦運用集團的各式各樣娛樂產業，並透過音樂於全球及巴西燃起興奮狂熱情緒。



- “SuperSong”音樂大賽：

從 2013 年 12 月開始，Sony 集團及旗下公司一連三個月舉辦“SuperSong”全球音樂大賽，為音樂創作愛好者提供難能可貴的機會，當中國際巨星 Ricky Martin 亦參與其中。大會總共收到超過 1,600 首參賽作品，而冠軍歌曲<Vida>由 Ricky Martin 親自主唱，並已收錄於 2014 FIFA 世界盃™官方唱片。(有關詳情，請參考 [2013 年 11 月 15 日之公佈](#)。)



- 官方賽事歌曲：

Sony Music Entertainment (SME) 及 FIFA 宣佈，2014 FIFA 世界盃™官方主題曲<We Are One (Ole Ola)>由國際音樂巨星 Pitbull 聯同 Jennifer Lopez 及巴西歌手 Claudia Leitte 合唱。於開幕典禮上，將賽事的熱烈氣氛進一步提升。(有關詳情請參考 [2014 年 1 月 23 日之公佈](#)。)此外，著名結他手 Carlos Santana 及多位歌手將於閉幕典禮上獻唱官方國歌<Dar um Jeito (We Will Find A Way)>。





- 官方大碟：
上述歌曲均收錄於 SME 的 2014 FIFA 世界盃™官方大碟<One Love, One Rhythm>標準版，共收錄 14 首歌曲。(有關詳情，請參考 [2014 年 4 月 8 日之公佈](#)。)唱碟內亦收錄了 Mika Nakashima 及 Miliyah Kato 合唱的「Fighter (Tachytelic World Cup Brazil 2014 Remix)」。而全球的 Sony 專門店及零售商店內，會讓顧客欣賞官方大碟所收錄歌曲<We Are One (Ole Ola)>及<Vida>的[音樂影片](#)(4K)。



■ 網絡服務(數碼及社交網絡)

除了親身入場、觀看電視及其他媒體網絡等傳統方式觀賞賽事，Sony 亦為世界盃提供嶄新的互動體驗，讓大眾透過各種網絡服務，參與足球盛事帶來的刺激體驗。

- [One Stadium](#) 網站：
Sony 已推出 One Stadium 網站(<http://football.sony.net>)，成為全球足球消息樞紐，提供多姿多采的項目和內容，例如上述的“SuperSong”大賽。Sony 充分發揮社交網絡平台的無限可能，務求打破邊界，匯聚大眾參與下列多個項目，以啟發他們互相交流及分享。
 - “One Stadium Live”社交網站：分門別類地列出 Twitter 等社交網絡上的最新及最熱門足球資訊，一覽無遺。
 - “Fan Ambassador”報導：來自 11 個國家的球迷大使將會坐鎮巴西，隨時上載球場的精彩場面。
 - “UNITED”攝影比賽：全球最大型攝影比賽 [Sony World Photography Awards](#) 當中的一個比賽，以「足球」為主題，將於聯賽舉行前一天展開。
 - 其他項目包括專訪為官方大碟獻唱的歌手，及與 Sony 社交新聞閱讀程式「Socialife News」合作。
- 與「FIFA 互動世界盃」合作：
作為 FIFA 的官方合作伙伴，Sony 透過由 FIFA 舉辦的 FIFA Interactive World Cup (“FIWC”)，讓網上遊戲迷以全新方式在網絡平台享受足球的無窮樂趣。Sony Computer Entertainment Inc. (SCE) 及 Electronic Arts Inc. 均為合作伙伴，為 FIWC 打造全球最大型網上遊戲賽事。FIWC 採用 PlayStation® 作為其官方遊戲主機，透過 PlayStation® 上的 PSN 網絡服務展開網上淘汰賽。這



© FIFA.com

項比賽是獨一無二的 FIFA 活動，讓世界各地球迷有機會在 FIFA 世界盃賽事內一比高下。去年，全球超過 250 萬 PlayStation 用戶參與聯賽，為爭取全球冠軍殊榮而施展渾身解數。2014 年 FIWC 於去年 10 月展開，總決賽將移師里約熱內盧，在真正的世界盃聯賽期間進行。

■ 企業社會關懷

作為肩負企業社會關懷的跨國企業，Sony 全力支持世界各地兒童，為建立更理想和可持續發展的社群作出貢獻。為迎接聯賽，Sony 將繼續透過下列活動服務社群：

- 「Dream Goal 2014」計劃：

Sony 與 FIFA 及 streetfootballworld gGmbH 合作推行下列兩個項目，讓 12 個中南美洲國家的兒童受惠，當中包括今屆聯賽主辦國巴西，以及多個位於非洲及其他地區的國家。(有關詳情，請瀏覽 [Dream Goal 2014 網站](#)。)

- 「**Street Football Stadium**」：提供流動足球場及教育工作坊，旨在透過足球協助超過 14,000 名兒童培養領導才能及溝通技巧。而 streetfootballworld 將於 2014 年 6 月 5 日開始在里約熱內盧展開，為期 46 日的活動，活動期間將定期舉辦上述工作坊。而賽事完結後，有關場館將繼續作當地教育用途。



© Rosilene Miliotti/
streetfootballworld

- 「**Siyakhona Media Skills**」：這個項目由 Sony 與 FIFA 合辦，透過採用 Sony 產品的培訓活動，支援 11 個國家的年青領袖培養傳媒訓練技能，同時提供機會讓他們向全球傳遞影像訊息。

上述兩個項目均透過「One Stadium」網站的悉心設計和攝影作品，讓需要支援的社群與全球社群連繫。

- 公開播放：

聯賽進行期間，Sony 將與日本國際協力機構(JICA)合作在象牙海岸(本屆非洲入圍球隊之一)舉行公開播放活動，並會採用 Sony 投影器材以高清播放賽事實況，Sony 亦將配備充電電池作為電源供應系統，以便在沒有電力供應的地區提供活動所需電源。Sony 工程師亦將提供現場技術支援。(有關詳情，請瀏覽 [2014 年 5 月 28 日的聯合聲明](#)。)這個項目的最新情況將透過視像形式上載至「One Stadium」網站。



■ 參考：其他活動

Sony 亦支援「Flag Bearer」計劃及「Fan Photographer」計劃。「Flag Bearer」邀請 12 至 17 歲少年手持 FIFA 旗幟進入比賽場館，參與賽前典禮。「Fan Photographer」讓攝影愛好者進入場館內的指定拍攝區域，以便拍攝球員進行賽前熱身的情況。上述計劃均配合 Sony 集團旗下分公司的其他銷售推廣活動，讓球迷及顧客與其熱愛的球星處身同一球場，締造永誌難忘的寶貴回憶。



透過 2014 FIFA 世界盃™發放足球的力量和狂熱情感，Sony 充分運用 4K 等領先技術，及全面的電子產品、遊戲以至娛樂等優勢，繼續為大眾提供嶄新體驗。

顧客查詢，請致電 Sony 銷售及服務熱線：(852) 2345-2966。

附註：本新聞稿以[英文原文](#)為準

有關香港業務拓展總部

香港業務拓展總部(HKMC)是索尼香港的附屬公司，在香港及澳門提供 Sony 消費者產品及廣播與專業產品的有關銷售、市務推廣及售後服務。欲知更多有關 Sony 產品及服務的資料，請瀏覽網頁 www.sony.com.hk。

###