



走向奥运

特刊
(3)

尤伯罗斯： 第一个 让奥运会 赚钱的人

今年66岁的尤伯罗斯于1980年至1984年任洛杉矶奥运会组委会主席。他首创了奥运会商业运作的“私营模式”，不仅改变了以往奥运会“赔本赚吆喝”的历史，而且在没有任何政府资助的情况下，创造了2.25亿美元的盈利，把奥运会变成了人见人爱的摇钱树。

1980年，尤伯罗斯上任之初，当时奥组委可谓困难重重，因为洛杉矶市政府禁止动用公共基金，加利福尼亚州又不准发行彩票，而两者都是奥运会筹款的传统模式。精于算计的尤伯罗斯于是用上了他所熟悉的种种商业手段：出售奥运会电视转播权，获3.6亿美元资金，与可口可乐等公司大打心理战，赢得超出预计的860万美元赞助费；甩掉只肯出价200万美元的柯达公司，接受日本富士公司700万美元的赞助合作等等。尤伯罗斯的一系列措施，改变了奥运会赔钱的历史。

更重要的是，尽管洛杉矶奥运会受到了前苏联等国的抵制，尤伯罗斯的努力让包括罗马尼亚在内的140多个国家和地区参加了比赛，并为汉城奥运会的成功举办奠定了基础。正是因为尤伯罗斯对现代奥运做出的突出贡献，1984年他获得了国际奥委会颁发的杰出奥运组织奖。

奥运会 靠什么赚钱？

奥运会收入的主要来源：电视转播权销售，赞助收入（包括国际奥委会的全球赞助商和组委会的赞助商），供应商收入，捐赠，特许经营，邮品，纪念币经营，主题文化活动，如奥运会火炬接力收入，票务收入，以及其他收入等9个方面。

1984年以来奥运会赢利情况：

1984年，洛杉矶奥运会赢利25亿美元。
1988年，汉城奥运会赢利3亿美元，开创了官办奥运会赢利纪录。
1992年，巴塞罗那奥运会赢利500万美元。
1996年，亚特兰大奥运会赢利1000万美元。
2000年，悉尼奥运会组委会的收入达到17.56亿美元。

奥林匹克国际村 将产生无限商机

省文体厅厅长范晓军说，我省的体育产业近几年取得了不错的进步。但和国内其他省份相比，我省的体育产业的效益并不发达，基础较差，底子不厚，还存在体制和机制不灵活的缺点。一旦奥林匹克国际村落落户三亚后，将改变我省体育产业不发达的现状，会给我省的体育产业带来无限商机。

省文体厅副厅长陈亚俊认为，这个项目的建成将对海南的体育产业产生很大的影响，三亚完全能看成是继瑞士的洛桑后，第二个国际奥委会总部所在地。

范晓军说，我省的体育休闲和旅游产业将会因此受益匪浅。每年都会有不少全球知名的运动员和官员来三亚训练和度假，他们所产生的社会和经济效益将会非常大。以后，国际奥委会还将在三亚举行会

奥林匹克国际村有意落户三亚，这是个超级好消息，用“天上掉下来个林妹妹”来比喻一点都不过分。在我省体育战线工作的人士均认为，一旦奥林匹克国际村落落户三亚，这个项目对我的省的体育产业和体育休闲经济将产生不可估量的影响。

我省体育产业 目前三分天下

由于拥有得天独厚的自然条件，我省的体育产业很有特点，目前分为冬季训练、高尔夫球和海上项目这三大块，效益主要来自冬训经济和体育休闲经济方面。

从2003年的冬天开始，国内十几支职业球队都会在海口地区附近进行20多天的集训。海南冬训足球基地成为继云南昆明海埂后，国内第二个足球冬训基地。和海埂不同的是，我省的几个足球基地都不是政府出钱建的，而是

奥林匹克国际村： 给海南带来无限商机

■ 本报记者 王黎刚

颇具商业眼光的私人老板投资兴建。不过随着中国足球水平的日渐下滑，这几年，海南足球冬训影响力和效益比前几年略差一些。

高尔夫球是我省近几年“新冒出来”的体育产业。翻开国内出版的有影响力的高尔夫球刊物，海南的高尔夫球场是重点介绍对象。从每年的11月底到次年的3月，韩国游客和国内高尔夫球爱好者挤满了我省的20多个高尔夫球场。这些

国内外球手的到来，在很大程度上提高了海南的知名度，带动了我省航空和酒店等相关产业，也让海南成为在国内有一定知名度的“高尔夫球圣地”。

帆船帆板、冲浪和滑水运动则是我省最早产生效益的项目，堪称我省体育产业的“先驱者”。早从上世纪九十年代冬天开始，每年都有几百名的国内帆船帆板队在海口市西秀海滩的海面上冬训，一练就是3个月。除了国内专业帆船帆板选手来海南冬训外，国内的不少业余帆船帆板“发烧友”也自费飞赴海口，体验在琼州海峡面上驾驶帆船乘风破浪的感觉。甚至还有一些国外的冲浪爱好者来海南冲浪。

议，这势必是高规格和重量级的会议，对提高三亚和海南岛的知名度不言而喻。一旦奥林匹克国际村落落户三亚，将给三亚贴上奥林匹克的标签，这个标签所反映出来的是运动、阳光和健康。它会吸引更多的国内外游客来三亚体验运动、阳光和健康，无形中会带动海南的休闲旅游产业。

沙滩排球海南得天独厚

张杰 摄

2008北京奥运

让我们分享经济的盛宴



北京奥运： 中国经济的巨大机遇

北京：奥运经济新中心

北京获得2008年奥运会的举办权，使它理所当然成为新一轮“奥运经济”的中心。

当今社会，体育产业已成为最赚钱的行业之一。据美国一家商业咨询公司的统计，美国体育产业的市场价值在20世纪90年代中期已达到1520亿美元，成为美国的第11大产业，占GDP的2%。在足球发达的意大利，体育产业在20世纪80年代末就已跻身国民经济10大支柱性产业。目前，全球体育产业产生的价值每年已超过了4500亿美元。

一个城市能够承办规模巨大的奥运会，说明它已经具有相当的国际化水平和组织能力，而一届奥运会的成功举办也会对一个城市的经济发展产生巨大的推动作用。

举办奥运会给主办城市带来的直接和间接收入，可能来自电视转播权、国际奥委会合作伙伴计划、政府补助、组委会赞助商、特许经销商、奥林匹克纪念币和邮票、门票收入、捐赠资产处置，以及旅游观光、食宿、运输、购物等许多方面。而它对于当地经济甚至一个国家经济的拉动，则是不可估量的。

经济界：抢抓巨大机遇

巨额的基建投资、庞大的环境治理规划、大量增加的人员往来……北京的经济界人士认为，北京举办2008年奥运会将创造巨大商机。

北京现代城总经理潘石屹说，奥运会在北京举办将会给房地产市场带来巨大的活力。北京大力加强绿化、交通等建设，必然提高房地产的“含金量”。

中国国际航空公司副总裁张学仁说，北京申奥成功将使更多的国内外人员相互往来，互通有无，我国的航运市场也会因此注入新的活力。中国国际旅行社和中国旅行社的有关人士说，奥运会是一颗巨大的“磁石”，来北京、来中国观光旅游的人数大量增加，旅游市场将会更加

繁荣。

爱立信中国有限公司总裁杨迈说，北京提出了“科技奥运”的口号，这意味着北京和中国将在通信等高科技领域加大投资，他们准备在北京和中国的高科技战略中一展身手。

奥运会的举办也将激发人们健身的热潮，体育产业也会有大发展。据估计，奥运会后北京市体育产业增加值将达到66亿多元，形成较为繁荣的体育竞赛、表演、健身娱乐、彩票销售、体育用品生产和销售市场。

香港：多个行业将受惠

2008年北京奥运会临近，香港各界人士欣喜地认为，它将为香港带来商机，有助于香港经济发展。

财政部有关人士表示，香港作为中国最大的对外窗口，及亚洲地区的金融、货运、商业中心，北京举办奥运会必然会为香港带来正面的影响和无限商机。

香港总商会总裁翁以登认为，北京办奥运长远来说对香港有利，许多服务行业都将受惠。

香港中华进出口商会也认为，中国办奥运必会刺激内部需求和吸引外资。为此他们估计，香港多个行业将受惠。

外商：赢得更多大合同

对于北京申办2008年奥运会成功，外电也纷纷发表评论称，在商机无限的中国、北京，外商将赢得更多更大的合同。

哪些外商将赢得巨额的合同呢？“如果你在中国本就有好的口碑，在中国同行里面有名气，这将是你的最大优势。”中英商业理事会负责人斯图罗克这样说道。

当然，像以往每一届成功的奥运会一样，北京2008奥运会也吸引了众多国际知名大企业和跨国公司前来争夺充当赞助商的机会。因为，这一机会事实上是它们在中国这个世界上最大的市场上扩大自身影响力和市场份额的千载难逢的良机。



圆新月异的北京

奥运：提速城市现代化

迎接奥运的5年内，北京对城市基础设施建设创纪录地投入1800亿元人民币，重点建设142个项目，以全力缩短与国外同等地位大城市的差距。

其中：

900亿元用于修建地铁、轻轨、高速公路、机场等，打造四通八达的快速交通网络；

450亿元用于环境治理，实现天更蓝、水更清、地更绿；

300亿元用于信息化建设，奠定“数字北京”的基础，初步实现电子政务、电子商务、信息化社区和远程教育；

150亿元用于水电电气热等生活设施的建设和改造。同时，借助29项大型奥运设施的建设，促进北京城市面貌和居民生活条件的彻底改善；完成城区900多万平方米危旧房改造任务，人均住房面积提高到18平方米；世人瞩目的古都风貌将继续得到保护，北京为此启动了3.3亿元财政专款，并带动社会投资14亿元，投入旧城区文物的抢救、修缮。

2008年，北京已构建起世界一流水平的国际大都市的框架。

(原文)

编者按：2008年奥运会不仅仅是北京的奥运会，它更是全世界的奥运会。当奥运精神深入北京城的血脉之中时，北京也在把一颗明珠嵌入国际社会的价值体系，爆发出东方文明巨大的经济能量。

7年前，当北京在激烈的竞争中脱颖而出，一举夺得2008年奥运会的主办权，世人瞩目。众所周知，一个城市能够承办规模巨大的奥运会，说明它已经具有相当的国际化水平和组织能力，而一届奥运会的成功举办也会对一个城市的经济发展产生巨大的推动作用。奥运会为何从少人问津到被各国竞相追逐？它通过何种方式赢利？奥运会的经济意义何在？北京如何成为奥运经济新中心？企业与奥运会如何达到双赢……关注奥运，就不得不关注奥运与经济密不可分的关系。

2008： 梦想如此 触手可及

希腊神话里，神使赫尔墨斯位列奥林匹斯12主神，这位宙斯之子同时主管着体育和商业，他年轻英俊，四肢匀称，目光炯炯。

如今，他的脚步已临近北京。本届奥运的赞助商群体，正如赫尔墨斯一般，同时活跃在跑道和市场的两端。

众所周知，上世纪80年代，是现代商业力量的及时援手，挽奥运狂澜于既倒，从此，体育人奥运与商人奥运便不离不弃。

同时，两者又承担着各自并行不悖的使命。

体育作为“生活的游戏和玩具”，即便是奥运竞技，也信奉“较量虽然只有一个胜利者，却没有失败者”的温情主义。

而商业总是更为现实，或输或赢，泾渭分明。

对奥运赞助商们来说，跑道是一个特殊的市场，市场则是另一条更为炙热的赛道。而在我们看来，两边都是2008年的风景，它们的结合，便是我们的那个期望——商业推动奥运，奥运提升商业。

今天，规模盛大的奥运，已成为一国之商业，甚至政治、文化多维度的催化剂。

国际奥组委主席罗格预言：“北京奥运，将有来自205个国家和地区的10500名运动员角逐，这将开创奥运会历史纪录。”

与运动员一样，企业家们也勇于创造历史——2008年，北京，梦想如此触手可及。

从经济角度解读，中国的产品早已行销世界，但企业的资本、品牌和人才，始终徘徊在国门之侧。现在，以联想为代表的中国行业领军企业正在打破宿命——成为TOP(The Olympic Partnership Programme)国际奥委会全球最高级别的合作伙伴，向整个奥林匹克运动提供资金、产品、服务、技术和人力资源支持)本身，已为中国企业给世界留下了一个骄傲的身影。

同样的，许多跨国公司也不会放弃这个挺进中国市场的完美时刻。

如果说，中国顶尖企业还处在迈向全球化的征途中，那么跨国公司则已步入下一个关口——在完成全球布局后，他们正重新考虑在海外的本土化问题，尤其是在中国这样一望无垠的新兴市场上。

2008年，不仅是奥运会在吸引他们，更是北京，是北京召开了他们！

三星副总裁桂贤告诉记者，中国已成为三星电子最大的海外投资地，这里亦有望成为其最大的海外市场，所以，北京奥运就是我们的“主场”。

是的，更多TOP正把主场搬到中国。

越来越多的国际企业相信，未来的中国市场可以驱动全球平台。

不久前，GE全球董事长伊梅尔特选择在北京启动了“绿色创想”这个他上任以来最重要的发展战略——中国，是世界头号企业再度发起全球攻势的新起点。

更有趣的例子是强生，它或许是奥运历史上身份最炫目的赞助商，在同一届奥运中同时拥有北京合作伙伴和TOP两个头衔。

“促进强生加入奥林匹克世界的动力首先来自于中国。”强生结盟奥运最初的倡导者反反复强调，正是成为第二十九届奥运会的北京合作伙伴后，强生的眼界才不断开阔，看到了奥运会在全球的营销机会，最终加入了TOP。

让我们为进取的赫尔墨斯们祈福。为2008北京奥运加油。

(宋璐)

本版图片除署名外均由本报资料库提供