

展望奥运丛书



*Olympic
Beijing 2008*

奥运商机

何长领 主编

在中国



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

奥运商机在中国

何长领 主编

世界
VP

奥运商机在中国

何长领主编

新世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

奥运商机在中国 / 何长领主编. — 北京: 新世界出版社, 2001. 8

ISBN 7-80005-628-7

I. 奥... II. 何... III. 奥运会, 第 29 届—影响—经济—研究—中国 IV. F12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 060453 号

奥运商机在中国

主 编: 何长领

责任编辑: 陈晓云

封面设计: 贺玉婷

责任印制: 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市百万庄大街 24 号 (100037)

电 话: (010) 68994118

传 真: (010) 68995974

电子邮件: nwpcn@public.bta.net.cn

印 刷: 北京运乔宏源印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/32

字 数: 168 千字

印 张: 9.75

印 数: 1-6000 册

版 次: 2001 年 9 月第一版 2001 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80005-628-7/G·278

定 价: 16.00 元

新世界版图书, 版权所有, 侵权必究。

新世界版图书, 印装错误可随时退换。

前 言

奥运不仅是体育盛会,也是经济盛事。当今奥运会已经走向了商业化,它的无限商机给主办国、主办城市带来了巨大的经济效益,可以获得的直接经济利益就是电视转播权销售、指定赞助商的赞助和门票收入。

申奥成功,规模空前的奥运大赛终于与北京携手,商机无限的奥运经济终于与北京相伴。奥运也是经济,这不仅因为举办奥运会本身要投入资金,并获得收益,更是因为举办奥运会能带动相关产业的发展,拉动经济的增长。

1964年第18届奥运会在东京举行。日本抓住这一机会,大兴土木,改造城市,仅兴建体育场馆就耗资30亿美元,带动了日本经济高速增长,被称作“奥林匹克景气”。1984年洛杉矶奥运会是首次由民间筹办的奥运会。金融界人士尤伯罗思领衔筹办,结果没有亏损,还盈利2.5亿美元。

筹办2008年奥运会将给中国送来经济发展的机会。仅北京市用于奥运会的投资就达2800亿元,其中1800亿元用于基础设施建设。这么大的投资对北京和全国的经济都会起到拉动作用。据测算,7

年间全国国民生产总值平均每年能增加 0.3 至 0.4 个百分点。奥运经济不仅是量的机遇,也是质的机遇。筹办奥运有利于我国更深地融入世界,更加对外开放,有利于人们观念的更新,有利于提高我国商业服务业的内在素质。

什么是奥运经济?中国会有哪些奥运商机?如何抓住奥运商机?已成为人们最为关注的问题。本书正是着眼于这几点,系统地阐述了体育经济、奥运经济和奥运商机的概念和基本内容,并深入分析了目前中国所面临的奥运商机,并为读者提供了捕捉奥运商机的方法和措施。本书包括上下两篇,上篇是奥运经济总论,包括:体育经济、奥运经济、奥运会对主办国家和城市的影响、奥运与科技、奥运与建筑、奥运与集邮以及奥运与环保,下篇是中国奥运商机,包括:2008 年奥运会对中国和北京的各行各业的影响,和如何利用、抓住奥运商机。相信会给读者以启示。

2001 年 7 月

目 录

上篇

奥运经济综论

第 1 章 体育经济	/2
1.1 体育经济概述	/2
1.1.1 体育经济的含义	/2
1.1.2 体育经济的内容	/3
1.1.3 体育与经济的关系	/5
1.2 体育经济的起源和发展	/6
1.2.1 体育经济的起源	/6
1.2.2 知识经济时代体育经济的发展	/11
1.2.3 中国体育产业的品牌战略	/16
1.3 加入“WTO”给我国体育产业的促进	/26
1.4 中国体育经济的发展展望	/29
第 2 章 奥运经济	/36
2.1 奥运经济概述	/36
2.2 奥运经济的兴起	/38
2.3 奥运经济的发展	/41
2.4 中国:进入奥运经济时代	/42

第 3 章 奥运会对主办城市和国家的影响	/51
3.1 经济影响	/52
3.1.1 促进体育产业的发展	/54
3.1.2 完善主办城市基本设施的建设	/54
3.1.3 加速经济发展	/56
3.1.4 侧面影响各行业的发展	/59
3.1.5 奥运会的直接收入可观	/61
3.2 政治影响	/64
3.2.1 提升主办国家的在国际上的政治地位	/64
3.2.2 增强民族凝聚力	/66
3.3 对文化教育的影响	/69
第 4 章 奥运与科技	/74
4.1 奥运与科技的关系	/74
4.1.1 奥运促进科技的发展	/74
4.1.2 科技为奥运创造各种条件	/80
4.2 高科技在奥运会中的运用	/82
4.2.1 现代训练中心——高新技术的总汇	/82
4.2.2 高科技在奥运场馆中的运用	/85
4.2.3 高科技在奥运会比赛项目中的运用	/91
4.3 未来奥运科学化进程	/96
第 5 章 奥运与建筑	/99
5.1 奥运会对建筑艺术的影响	/99
5.2 奥林匹克——建筑艺术的摇篮	/102

5.3 著名奥运建筑集萃	/109
5.3.1 “奥运花园”	/109
5.3.2 “千禧奥运城”	/112
5.3.3 传统与现代的完美调合	/117
第6章 奥运与集邮	/122
6.1 奥林匹克纪念邮票概况	/122
6.1.1 第一套体育邮票的诞生	/122
6.1.2 奥林匹克纪念邮票的发行	/124
6.1.3 萨马兰奇:体育集邮第一人	/130
6.2 奥林匹克集邮在中国	/135
6.2.1 新中国奥林匹克邮票的发行	/135
6.2.2 中国发行的特许奥运会邮政明信片	/141
6.2.3 中国体育集邮协会成立	/143
第7章 奥运与环保	/146
7.1 奥运对环保的影响	/146
7.2 世界环保产业市场发展状况	/147
7.3 世界环保产业发展趋势	/151
7.4 中国环保产业发展	/155
7.4.1 中国环保产业的现状	/157
7.4.2 奥运对环保公司的机遇与挑战	/161
7.5 奥运主办城市的环保与绿化	/166

下篇

中国奥运商机

第 8 章 2008 年奥运会对中国和北京的影响	/175
8.1 对中国的影响	/175
8.1.1 中国在国际上政治地位的提高	/175
8.1.2 空前的中华民族凝聚力	/177
8.1.3 奥运经济——中国的新经济概念	/177
8.1.4 对中国文化的影响	/180
8.2 对北京的影响	/181
8.2.1 国际化都市的发展	/181
8.2.2 城市基本设施的改善	/183
8.2.3 奥运将使北京经济每年增长 2.5%	/185
8.2.4 2008 年的北京	/186
8.3 直接经济收入	/192
8.4 奥运与就业	/194
第 9 章 各行业的奥运商机	/196
9.1 体育产业	/196
9.1.1 中国体育产业的发展与机遇	/196
9.1.2 中国体育产业走向成熟	/198
9.1.3 借“奥运东风”打造体育产业中国品牌	/199
9.1.4 中国体育产业的瓶颈	/200
9.1.5 体育产业奥运商机分析	/206
9.2 建筑与房地产业	/207
9.2.1 奥运场馆建设——巨大的“蛋糕”	/207

9.2.2	北京基础设施建设投资——诱人的商机	/208
9.2.3	体育场馆基本建设投资总预算表	/212
9.2.4	奥运村对周边房地产的影响	/214
9.2.5	建筑与房地产业奥运商机分析	/216
9.3	证券投资业	/218
9.3.1	申奥成功对证券市场的影响	/218
9.3.2	证券投资业奥运商机分析	/222
9.3.3	体育产业相关股票投资价值分析	/225
9.4	旅游业	/230
9.4.1	中国旅游业的龙头——北京	/230
9.4.2	旅游业将因奥运每年多挣 50 亿	/231
9.4.3	旅游业的奥运商机分析	/233
9.5	互联网与通讯业	/233
9.5.1	互联网站大挣“眼球”和广告费	/233
9.5.2	奥运通讯工程	/235
9.5.3	互联网与通讯业奥运商机分析	/236
9.6	交通运输业	/238
9.6.1	2008 年奥运会——北京交通新举措	/238
9.6.2	汉城奥运交通回顾	/242
9.6.3	2008 年北京交通规划与管理展望	/243
9.6.4	交通运输业的奥运商机分析	/245
9.7	环保业	/245
9.7.1	北京奥运环保工程	/245
9.7.2	北京将投资百亿元进行环境治理	/246
9.7.3	环保业的奥运商机分析	/249

第 10 章 如何利用奥运商机	/250
10.1 对奥运商机的深层思考	/250
10.2 跨国巨头的奥运商机	/252
10.3 企业如何利用奥运商机	/254
10.3.1 抓住奥运题材、运用奥运概念	/254
10.3.2 奥运商机的调研	/255
10.3.3 奥运发展计划	/256
10.4 个人如何利用奥运商机	/256
10.4.1 投资奥运概念股	/256
10.4.2 创业投资	/256
10.4.3 做奥运急需人才	/257
10.5 投资奥运板块	/258
10.5.1 奥运概念股分析	/258
10.5.2 奥运板块投资策略	/261
10.5.3 奥运板块的风险防范	/262
10.5.4 奥运板块部分上市公司分类列表	/263
10.6 成功案例	/263
10.6.1 2000 年悉尼奥运会	/263
10.6.2 1996 年亚特兰大奥运会	/268
10.6.3 1984 年洛杉矶奥运会	/269
10.6.4 1964 年东京奥运会和 1988 年 汉城奥运会	/270
10.6.5 彼得·维克多·尤伯罗思的成功 之路	/271
10.6.6 中国体育财富人物	/282
10.6.7 中国体育财富备忘录	/295

上篇

奥运经济综论

第1章 体育经济

1.1 体育经济概述

1.1.1 体育经济的含义

体育经济(Sport Economy)是指体育领域的经济活动及经济关系的总和。它是现代社会体育发展与社会经济发展相结合的产物。

体育是国民经济中向社会提供体育服务的特殊消费品的一个领域。体育领域存在着体育服务产品的生产、交换、分配和消费等环节以及相应的经济活动。体育服务产品的生产就是体育工作者提供体育竞赛、表演、指导、体育场所服务等形式的体育服务产品的过程。体育服务产品的消费就是公众享用体育工作者提供的体育服务,参与健身性、娱乐性体育活动或观赏体育竞赛和表演的过程。体育领域的生产、消费、交换过程中存在着人与人之间的经济关系。体育经济就是体育服务产品生产、交换与消费等经济活动及经济关系的统一。

体育资金的运作过程包括资金的来源、筹集、管

理、分配、使用等环节。从财政的角度看,体育资金运作过程也就是生财、聚财、理财、用财的过程。体育资金运作的各个环节和全过程,都属于体育经济的范畴。研究体育经济问题的核心,就是要提高体育领域资金运作和各项活动的效率与效益,以发展体育事业,满足人们体育消费的需要。

随着社会生产力的进步与人们生活水平的提高,体育已经成为国民经济的一个重要部门。人们的需求也在不断提升,对体育的需求也在增长,对体育需求的规模化与稳定化直接推动体育逐渐成为一项独立的社会活动和新兴产业。我国的体育产业不断发展壮大,目前已经形成既具有横向联系又具有纵向关联的系统行业结构,已经从单一的体育产品、体育服务的生产经营发展成为跨行业生产和经营的综合产业,成为国民经济中一个重要的产业部门。由于科学技术的进步,生产力得到迅速的提高,人们的需求结构发生了显著的变化,体育得到迅猛的发展,参加体育活动的人数越来越多,对体育的投入日渐庞大,体育中的经济问题日渐复杂突出。

1.1.2 体育经济的内容

1. 体育产业

面对市场经济,体育经济要有适应市场经济要求的组织形式、发展目标以及发展模式。明晰影响体育产业发展的基本因素,探寻加快体育产业发展

的途径,从而推动整个社会经济的发展,是体育产业发展的根本方向。

2. 体育市场

发展体育产业必须面向市场,首先要明确体育市场的基本含义以及体育市场的基本功能和作用;其次要研究各类具体的体育市场,诸如竞赛表演市场、健身娱乐市场、体育无形资产的经营市场、体育彩票市场、体育用品市场、体育科技和信息市场等,要阐明各类市场的特点和运行机制;此外,还要着眼于体育市场的建设,看清体育市场发展的条件,提出建立和健全体育市场的基本措施和相应的市场规则,探讨政府应当发挥的作用和发挥作用的方式。

3. 体育消费

体育产业的发展归根到底是要满足人们的体育消费需求,要调查清楚体育消费的特点、消费方式、消费结构和消费水平,使体育产业动态适应人们消费需求的变动,要揭示人们对体育产品的消费需求变化规律后的发展趋势,找到影响我国居民体育消费需求的基本因素,以及如何推动和引导人们对体育产品的消费需求,从而为体育产业迅速发展创造市场条件。

4. 体育资金和体育投资

体育投资是体育产业正常运行的必要条件,要进行投资必须首先筹集体育资金。第一,要明确体育资金的特点和重要作用,探讨在市场经济条件下

筹集体育资金的多元途径,探讨如何加强体育资金预算,实现体育资金的合理配置,并探索在市场经济条件下对体育资金进行有效的审计和监督的政策措施。第二,要研究体育投资的内涵、性质和特点,体育投资的来源、管理、分配和使用以及体育投资的增长变化趋势等。

5. 体育资产

面对市场,体育产业要进行资产经营,以更好地实现资产的保值与增值。体育资产一般分为有形资产与无形资产两大类。

6. 体育产权的界定和分配

合理的权利与利益分配制度是激发人们的积极性和创造性的基本保证。目前,我国体育正经历着从计划经济模式向市场经济模式的转变,体育职业化倾向日益突出,这就要求打破旧的权利与收益分配格局,在国家体育总局与体育行业协会、体育俱乐部与运动员之间,建立怎样的权利与收益分配格局,才能有利于我国体育产业的健康发展,是当前的一个重要的问题。同时面临体育职业化倾向,还要进行管理体制和运行机制改革。

1.1.3 体育与经济的关系

经济发展对体育具有制约作用。作为一个产业的体育与整个社会经济状况之间存在着复杂的关系,集中表现为经济制约着体育发展,体育反作用于

经济。

体育产业的产生和发展与其他产业的产生和发展一样,是人们的一定消费需求的产物,经济发展状况则决定了人们对体育产品的消费需求。

经济发展水平制约着人们对体育的消费需求,体育作为一个独立的产业出现,必须以稳定的、具有一定规模的体育市场需求的存在为前提。经济发展水平决定人们的收入水平,从而决定了人们的支付能力,支付能力则决定了人们对体育产品的有效需求。

经济发展水平通过决定人们的收入水平,进而影响人们的体育产品需求。一方面,通过影响人们的消费水平制约体育产业的产生和发展程度;另一方面,通过影响人们的消费结构决定体育产业本身的产品结构。只有在人们有较高的支付能力时,付费体育产品才可能形成规模生产。

同时,体育的发展对经济发展具有反作用,体育经济的兴起和繁荣推动着社会经济的发展。

1.2 体育经济的起源和发展

1.2.1 体育经济的起源

人类历史上出现的各种社会现象和活动,都有一个产生和发展的过程。体育在市场经济体制下运