

我为奥运进一言



培育首都奥运会特许产品经济 面临的矛盾及对策建议

陆杰华 吕智浩

自1896年在希腊雅典举办第一届奥运会至今,奥运会已历经百多年,规模和影响不断扩大。1984年洛杉矶奥运会商业运作的成功,激励了一些国家和城市申办奥运会,期望通过奥运会的举办推动本国、本地区经济和社会的发展以及影响力的扩大。1988年第24届汉城奥运会和1992年第25届巴塞罗那奥运会的成功举办,更把这种举办活动推向高潮。从1984年洛杉矶奥运会到2004雅典奥运会,连续6届奥运会的成功举办,使以举办奥运会为核心,带动和影响举办地经济和社会发展的“奥运经济”概念逐步形成。奥运经济是主办国组委会的直接效益,即电视转播权销售、指定赞助商的赞助、门票收入和奥运纪念品的发售,以及对主办国主办城市其他行业产生的直接或间接诱发效益的总和。其中直接收益是奥运经济的基础,而间接效益和精神效益才是把奥运经济做大做强的根本。

2008年北京奥运会为我国体育产业提供了难得的发展契机,对首都体育产业也将产生全方位的影响。值得一提的是,奥运会特许产品经济收益在奥运经济总收益中的比重越来越大。有关资料显示,1984年特许产品经济收益占总收益的比重为2.93%,1992年为12.56%,1996年为16.1%,2000年为20.8%,2004年雅典奥运会仅零售销售收入就超过了7亿欧元。考虑

到首都北京届时将至少拥有1600万常住人口以及数以万计的国内外旅游人口,2008年北京奥运摘取新的奥运特许产品销售桂冠显得顺理成章。首都体育产业也将伴随着特许产品的开发经营,在前、中、后奥运经济时代获得突飞猛进的发展。

培育首都奥运会 特许产品经济的优势

奥运会特许产品经营专指奥组委授权合格企业生产或销售带有奥组委标志、吉祥物等奥林匹克知识产权的产品。为享有这一权利,特许企业向奥组委交纳一定的特许权费,以此为奥运会做出贡献。奥运特许产品经营是奥运市场开发计划中的重要部分,旨在推广奥林匹克理念和奥运品牌,为公众提供接触和了解奥运的机会,激发奥运热情。同时,帮助国内外的企业通过积极参与奥运会特许产品市场开发,充分享受奥运会品牌带来的广泛效应和回报,并通过奥运会这个平台学习品牌创立与发展模式,让品牌迅速走向世界市场。

培育首都奥运会特许产品经济,不仅能为北京奥运会奠定雄厚的资金基础,承担筹集部分资金的作用,也能作为北京奥运会的一个宣传载体,让世界认识北京认识中国。首都北京作为2008年奥运会的重要场所,具备培育奥运会特许产品经济的多种优势,主要表现在以下四个方面:

一是我国稳定良好的宏观社会经济环境为培育首都奥运会特许产品经济奠定了坚实的物质基础。奥运经济与社会整体经济运行之间存在着紧密的互动关系,消费者收入增加,其对奥运会特许产品的需求和消费空间也相应扩大。随着我国整体进入小康社会,城乡居民的体育娱乐消费进一步朝着大众化、普及化、多样化方向发

展。体育消费形式已逐步由福利型的单位供给消费向个人自主消费转变;体育消费群体也由以年轻人和高薪阶层为主,向各年龄层和大众工薪阶层广泛参与方向转化;体育消费方式由不稳定的零星消费向定期、定项目、定地点的有规律的方式转变;体育消费能力也随着收入增加由过去低消费向中高消费水平转化。奥运特许产品消费需求的增长必将有力地促进相关体育产业的投资,在消费和投资不断增长态势刺激下,奥运特许产品经济规模必将以惊人速度扩张。

二是首都厚重的历史人文积淀赋予奥运会特许产品经济独特的文化内涵。“北京奥运,人文致胜”。北京作为当代中国的政治、文化、教育和科技中心,整个城市经济与自然和谐发展,名胜古迹俯拾皆是,以及海纳百川、兼容并包的文化底蕴都为北京举办奥运会准备了丰盛的精神文明大餐。奥运特许产品计划与奥运理念、中国文化相结合,产品设计中加入中国元素、北京特色,必将塑造出独特的北京奥运品牌。丝绸的柔美、瓷器的古雅不仅巧妙地传播了奥运的精神,而且流淌出了悠悠的中华民族文化。

三是历届奥运特许产品经营为首都奥运会特许产品经济发展提供了丰富的借鉴经验。历届奥运会传统的特许产品有纪念章、T恤衫、棒球帽等,但由于每个国家的国情不同、文化不同、市场不同,不仅在产品开发上不尽相同,其内在运作系统和具体操作规程也有很大差异。前人的经验对我们来说固然不能生搬硬套,但从历届奥运会特许经营的操作规程和具体成果进行分析,知道他们哪些做得好,哪些还有待提高对北京奥运会来说有很大的借鉴意义。在借鉴国外成果和已取得经验的基础上抓紧时间发现漏洞,完善特许经营系统对整个经济发展也有重要的意义。

四是首都政府有力的组织调控为奥运会特许产品经济的壮大开辟了广阔的发展空间。体育、文化和环境是奥林匹克的三大支柱,体育是龙头,环境是制约,文化是招牌,真正的奥运经济是一种“软经济”,是围绕奥运而形成的一整套经济、文化、生活体系,这就必然要求主办城市在工作进程中协调好各种利害关系,统筹兼顾,相互协调,使得经济增长,文化繁荣、品牌效益同步提升,最终形成一种可持续发展的良性文化经济模式,推动文化经济社会环境一体化进程。首都市民的积极参与加上首都北京深厚的体育、文化和环境积淀,无疑会促使首都奥运会特许产品经济,在整合资源优化配置的过程中进一步发展壮大。

培育首都奥运会特许产品经济面临的突出矛盾

奥运特许产品计划已经运行两年多的时间,取得了不错的销售业绩。不过,自奥运会特许产品神秘面纱逐渐揭开以来,并不是所有的奥运特许产品都博得了普遍好评。北京市奥运会特许产品市场追踪调查显示,消费者对于奥运会特许产品的心理预期和实际产品之间存在着一定的差距,首都奥运会特许产品经济在长足发展的同时还面临着一些突出问题,主要表现在:

首先,由于市场经济发育较晚的原因,各界对奥运会特许产品经济的认识程度不够。奥运会为全世界最有价值的体育品牌提供了展示平台,历届主办方无不在绞尽脑汁思考如何充分挖掘奥运会的品牌资源。我国进入市场经济只有短短20多年时间,与国外已经成熟的商业社会相比我们缺乏足够的品牌运作经验。如何充分利用现有品牌资源,如何开发新的品牌资源,如何刷新特许产品的设计创意,如何加强特许产品的系列化和关联性,如何提升奥运会整体品牌的宣传和加

大特许产品市场的推广力度,都是培育首都奥运特许产品经济急需思考的问题。同时我们要注意到,树立首都奥运会特许产品知名品牌是一个长期过程,冰冻三尺非一日之寒,一个知名品牌的树立并非只需靠一次奥运机会。

其次,对奥运会特许产品经济的预期过高,对其潜在的危机缺少必要的关注。对于2008年北京奥运会这样一个重大事件,在我国历史上尚属首次,万众瞩目,举国欢庆。人们更多地关注“奥运的经济效应”,如凝聚效应、辐射效应、瞬间放大效应,很多学者都在测算,奥运会特许产品经济能拉动首都北京经济增长几个百分点。但实际上,我们应该花一些时间和精力思考潜在的负面效应,防范和降低其出现的可能性,同时关注后奥运经济时代,这样才能客观公正地看待整个奥运事件和首都奥运特许产品经济。

再者,对首都奥运会特许产品经济的培育缺少必要的规划。奥运会特许产品的开发销售是奥运经济得以实现的一个重要手段,不仅要不断创新,寻找新的盈利点,更应在借鉴国外经验的基础上,冷静而理智地认识并关注奥运特许产品经济的规范化运作问题。奥运特许产品经济作为一种经济活动,同样需要在效率、利润和福利三个方面加强统筹规划。只有理性地看待奥运特许产品经济、积极地运作并严格地参照各项规则办事,奥运特许产品经济才能发展得更完善,才能为首都经济发展真正抓住进步的机会。

最后,奥运会特许产品价格偏高,抑制了首都奥运会特许产品市场的消费潜力。由于部分消费者对奥运会特许产品的价值认同度低,使得消费者更多的愿意直接购买仿冒的奥运会特许产品来满足自身的消费欲求或者希望购买便宜的正规奥运会特许产品。

促进首都奥运会特许产品经济快速发展的政策建议

鉴于首都培育奥运会特许产品经济的自身优势和培育过程中存在的诸多问题,结合奥运经济的内涵和北京的社会经济资源特点,我们特对培育首都奥运会特许产品经济提出以下政策建议:

做好首都奥运会特许产品经济发展规划。从往届经验可以看出,奥运会特许经营工作是一项复杂而艰巨的任务。首都奥运特许产品经济需在借鉴以往主办城市经验的基础上开拓创新,研究出一种更有效的、更适合北京本身情况的发展模式,在奥运特许产品开发、销售、监管和经营系统等方面做足功夫。同时,始终要对北京奥运会特许产品经济的期待保持适度的谨慎,通过战略规划,周密实施,进行先期预防和后期预防,避免过热,防止一味的追求利益最大化和防范经济泡沫。

重视首都奥运会特许产品的开发和销售。奥运特许计划是北京奥运市场开发计划中重要的一部分,由含有奥运会标志的特许产品计划、奥运会纪念币计划和奥运会纪念邮票计划三项内容组成。目前的工作需要把特许经营产品计划尽快地由历届传统的具有庆祝和纪念意义的特许产品(纪念章、T恤衫、棒球帽等),发展成为一个完整的设计统一、品种丰富、品质优秀的系列产品计划,以便更好地宣传和推广北京奥运会的整体形象。同时要制定合理的销售价格策略,使价格既能为消费者接受又能为奥组委尽可能多地筹集资金。而且有必要对奥运特许产品进行分层开发,低端产品价格尽量压低,争取薄利多销,中、高端产品具有较高的品牌溢价,满足高消费群体的特殊需求和特殊购买目的。

以奥运会特许产品为契机,加快首都体育产业园产业区的规划和实施,促进首都体育产业发展。作为中国奥运会特许产品销售网点最多、销售额度最大的城市,首都许多体育园区都在加强北京体育服务业与文化、旅游、媒体、商业、科技等产业的合作,发挥各自优势,拓展体育服务领域,积极引导大众的综合性消费,开发具有体育特色的大文化市场,如龙潭湖体育产业园区正在努力建设成为最大的奥运会特许产品集散地。同时要充分发挥奥运经济对首都经济发展的强大推动作用,抓住奥运契机,大胆借鉴并采用国外先进的体育商业化运作经验和模式,改善经营管理体制,激活首都体育市场,让更多的企业参与其中,以形成一定规模的体育资本,制定一系列体育产业政策,为体育产业的发展提供更加公平合理的市场环境,使首都体育产业走上健康稳定的发展道路。

建立首都奥运会特许产品经济的人才支撑体系和市场监管体系。就目前来讲,我国还没有专门的研究奥运会特许产品经济的机构,研究体育产业的专门性人才也相当缺乏,这一现状严重阻碍了首都奥运会特许产品经济和体育产业科学化发展的管理。同时体育市场和奥运会特许产品经营市场的监管体系还没有形成,政策法规不完善,市场管理手段和规章制度滞后,缺乏高度有效的调控机制和长期稳定的政策扶持。另外,发展首都奥运会特许经济和首都体育产业仅仅依靠体育部门一家的力量是远远不够的,在发挥体育部门主导作用的同时,要充分调动社会力量,发挥社会各界的人才、资金、技术、项目等优势,多元发展首都奥运会特许产品经济,努力营造国家、集体、个人共同发展首都体育产业的新局面。

(责任编辑 薄茹)

陆杰华 北京大学社会学系教授
吕智浩 北京大学人口研究所硕士研究生