



世界杯
2018
RUSSIA



俄罗斯见

种种因素表明，国际足联或许在近 20 年来第一次感觉到了在世界杯上赚钱的压力。

主办国：一切往长远看

世界杯的许多直接收入已经被国际足联揣进腰包，那么主办国又能从中赚到多少呢？

根据历史数据，1998 年世界杯东道主法国获得的直接经济利益约为 80 亿法郎，还创造了 27.5 万个就业机会，当年的经济增长率提高到 3%，这也是法国当时所处时段中经济增长率最高的一年。法国在世界杯期间电视的销售比以往提高了 50%，巴黎股市的股市总值也比 1997 年提高了 45%。

德国 2006 年举办世界杯时，该国最大的消费金融银行首席经济学家马科斯表示：“对于当前的德国来说，世界杯的举办是至关重要的。而且，不同于相对集中的奥运会比赛，足球世界杯的场馆设施比较分散，因此将全面带动整个德国的国内消费。”世界杯让德国 GDP 增长幅度提高 0.33 个百分点，对于 GDP 年平均增长率仅及 1% 的德国来说，这已经显得十分难能可贵。

有了前任主办国的榜样，俄罗斯世界杯筹委会主席阿列克谢·索罗金信心满满地指出，世界杯为俄罗斯带来的收益将超过巴西的 140 亿美元、德国的 120 亿美元和南非的 70 亿美元，达到 150 亿美元。

世界杯对旅游、消费、就业的提振都是显而易见的。据统计，历年世界杯对东道国入境游客增速的平均贡献高达 13.45%，并且存在持续性和外溢效应，也能带动周边国家旅游业发展。

俄罗斯国内经济分析人士认为，举办世界杯这种赛事的花费是“硬币的两面”，如果只对收入进行估算，看上去是很费钱的。“俄罗斯在世界杯筹备过程中建设了大量房屋、道路与其他交通基础、体育设施，所有这些在未来都可以继续使用。”

对 2018 年世界杯的大部分主办地区来说，筹备和举办赛事的支出占其每年 GDP 的 2%-6%。在加里宁格勒州和莫尔多瓦共和国这两个地区，该数字甚至高达 20% 和 16%。

在俄罗斯官方看来，世界杯设施建设改造、赛事筹备与举办期间，人员就业增加，数十万岗位参与大规模建设对经济发展是很重要的。这类收益很难用金钱衡量，尽管赛事本身的主要收入归国际足联所有，但从长期来看，很大一部分支出将通过继续使用设施而逐步收回，当然前提是要成功地后续利用。

俄罗斯官方对世界杯的收益可以说是相当乐观了。而历史上，也有国家承受不了世界杯的花费而退出的例子。1986 年世界杯的主办国本来应该是哥伦比亚，但该国在比赛前几年遭遇严重的经济危机，无暇顾及也没钱举办世界杯，只能将举办权让出。接盘的墨西哥在世界杯前 8 个月遭遇了大地震，所幸他们依然坚持把世界杯顺利举办完成。

1998 年，世界杯决赛圈队伍扩军到 32 支，对于国土面积较小的国家而言，即使经济情况较好，也很难独自举办世界杯了。2002 年，韩国和日本联合举办世界杯，开了多国联办世界杯之先河。

到了 2026 年，世界杯决赛圈的参赛队将扩军到 48 队，可以预见，世界上能够独立举办世界杯的国家将更加屈指可数。即便经济实力雄厚、国土辽阔、体育设施齐全的美国，也在近期发话称将与加拿大、墨西哥联合申办 2026 年世界杯。对于主办国而言，世界杯的直接经济收益率将越来越低，大家只好“风物长宜放眼量”。

不过，特别财大气粗的国家的思路不在此列。俄罗斯之后的世界杯主办国卡塔尔的财政大臣阿里·谢里夫·埃马迪就说，今后三到四年，该国每周将投入约 5 亿美元用于世界杯的筹备工作，总花费预计将超过 2000 亿美元。就算如此，他依然不愿承认这会是“花费最贵的一届世界杯”。

企业：这钱出得值

国际足联在名义上还是个非营利组织，主办国作为政府方也不好说最大的目的是经济诉求；但围绕世界杯的一众企业们，无论是不是官方赞助商，如果说不是为了赚钱，那他们就是在对员工和投资人耍流氓。

在世界杯的历届比赛上，企业造就了许多经典营销案例。1950 年可口可乐赞助了巴西世界杯，被认为是第一家在世界杯上做营销的企业。对于该公司而言，赞助世界杯不仅使销售额翻倍，更能为其接下来许多年的发展带来诸多可能。1974 年世界杯开幕式上，阿迪达斯足球模型内走出嘉宾和乐队，至今仍为人们津津乐道。又如 2002 年世界杯上，现代汽车斥资 15 亿欧元成为官方赞助商，同年其在美国的销量增长高达 40%，品牌认知度从 32% 一跃跃升至 67%。

在早期的世界杯中，赞助商主要集中在欧美日韩等国的大品牌，并没有中国公司涉足。直到 2010 年，光伏发电行业的英利从 2010 年成为世界杯赞助商体系里的第一家中国企业。

赞助的效果如何？企业提供的数据说话：2009 年英利的销