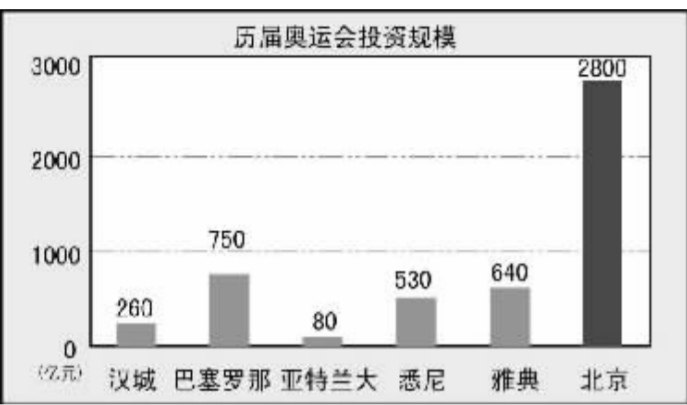


编者按:距离2008北京奥运会开幕,已不足500天了。北京奥运会的举办,对于中国经济增长具有重要的推动作用,包括实体经济与虚拟经济,其中,基础设施建设、环保、信息通信、传媒、旅游、交通运输、商业零售等行业受益最大。囊括了众多上市公司的奥运板块,在资本市场正日益成为主流热点。从今天起,我们将以2008北京奥运会对各个行业以及上市公司影响为主题,分行业陆续刊登相关研究报告。

## 北京奥运与中国经济:重在短期,志在长远



本版制图均为郭晨凯

北京奥运对中国经济的影响兼具短期与长期、显性与隐性作用,奥运举办当年显性拉动达到高峰,其后将通过改善经济增长变量而间接发挥持续推动力。  
从历届奥运会举办国经验看,奥运不但对实体经济具有较强的推动作用,对虚拟经济更是具有强大的刺激作用。  
北京奥运的举办对中国行业经济的影响,主要体现在奥运举办期间的峰聚效应以及后奥运时代的长期竞争力的改善。峰聚效应主要表现为需求刺激,尤其是投资与消费的拉动,重在短期;后奥运时代的竞争力改善则指提升供给要素方面素质,立于长远。

□长城证券 李志武

北京奥运正在并将进一步改变着中国经济,也势必对中国资本市场产生重要的影响。从国际经验看,奥运举办前期各东道国股市均产生积极的上扬行情,2007年A股市场中奥运板块也因此尤其值得期待。奥运对中国

经济的影响较易把握的是峰聚效应和非均衡特性,北京区域及商业、旅游板块受益程度最大。

北京奥运对中国经济的影响兼具短期与长期、显性与隐性作用,奥运举办当年显性拉动达到高峰,其后将通过改善经济增长变量而间接发挥持续推动力。

### 国外奥运经济存在差异性

从国外奥运会案例看,奥运对前期及当年国民经济有着明显的助推作用,但对小国影响程度强于大国。奥运结束后,各个国家经济发展轨迹有较大的差异,奥运效应难以得到明显的验证,更多的是取决于各国实际经济增长变量的发展状况。

从各国在举办奥运会前后的GDP发展状况看,奥运前一年及当年的GDP增速大多较高,如韩国、西班牙、澳大利亚的GDP增长率分别为(11.10%, 10.64%)、(9.66%, 7.70%)、(4.36%, 3.41%);但奥运结束

后大多呈下降走势,如上述三国奥运举办后第一年数据分别为6.74%、3.46%和2.15%。其中有一例外即美国,美国这三年GDP增长率分别为4.60%、5.67%和6.24%。因此,奥运对于小国经济的促进作用强于大国,并且举办前期与当年作用强于后期。

后奥运时代中奥运对国民经济的影响很难准确估算,将其视为对国民经济增长的推动力之一是比较合适的,奥运对经济由直接推动而成为间接推动,由显性刺激演变为隐性推动。

### 中国经济转型背景下的特殊意义

与历届奥运会相比,北京奥运对于中国有着特殊的意义:第一,直接投资规模远超往届,2800亿元创奥运投资之最,对经济的直接推动效应显著;第二,北京奥运将成为若干新兴产业启动的契机,3G、数字电视都将借助北京奥运的举办出现大规模发展;第三,奥运举办恰逢中国经济结构调整的重要时期,处于投资驱动向消费驱动的转

期,奥运会的举办可以大大提振消费者信心与增长预期,促进经济结构更快更好的转型。

总体而言,北京奥运会对于中国的意义不仅表现为直接推动经济增长,更突出的体现在间接效应上,经济影响与政治影响并重,短期利益与长期利益交织。尽管长期间接推动更为持续和深远,但短期效应更为显著,也更易把握。

## 两类公司直接或间接受益北京奥运

□高盛高华 邓体顺  
刘劲涛 常宇亮

2008年北京奥运会距现在只剩下一年半的时间,目前非常值得讨论这一主题。从基本面的角度来看,尽管经济学家认为奥运会对中国整个宏观经济状况的影响有限,但有几个点很有意义,可能有助于得出重要的投资观点。

在宏观层面上,他们认为中国的情形可能和英国更相似,因为它们都拥有庞大的经济规模(预计中国2008年的经济规模将达到3.5万亿美元),而且奥运会主办城市的经济规模占所在国经济比例很小。

他们还认为,从投资以及消费(程度较弱)的角度来看,奥

运会的影响将更突出地反映在北京地区这一层面上。

除此之外,以下几点很有意义,这些可能有助于得出重要的投资观点:

#### 从整体上促进GDP增长

通过研究了过去11届夏季奥运会主办国的实际GDP增长趋势(从1964年的日本到2004年的希腊),概括出各国在奥运会主办年份的实际经济增长可能较前一年平均高出1个百分点。尽管对奥运会主办国经济的影响将取决于各国不同的经济规模以及所处的发展阶段,但它将通过提升消费、投资以及其它溢出效应对经济产生积极影响。

**信心增强**  
在成功主办这项全球著名

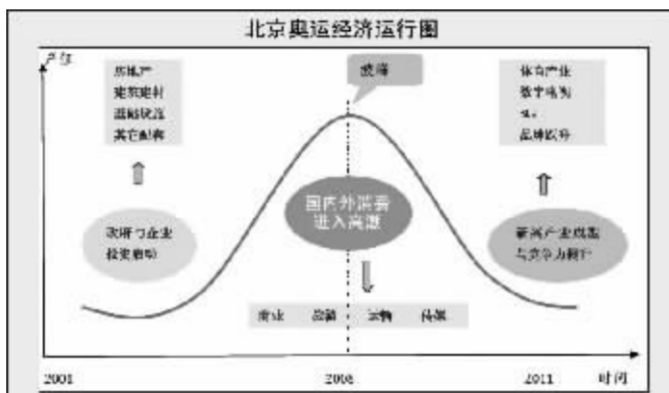
### 北京奥运之行业脉动

北京奥运的举办对中国行业经济的影响主要体现在奥运举办期间的峰聚效应以及后奥运时代的长期竞争力的改善。峰聚效应主要表现为需求刺激,尤其是投资与消费的拉动,重在短期;后奥运时代的竞争力改善则指提升供给要素方面素质,立于长远。

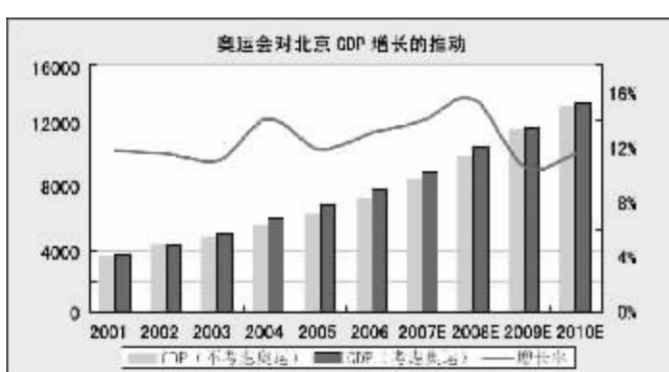
#### 需求刺激到供给驱动

奥运经济对国民经济或区域经济的助推作用主要体现在两方面:从初期的总需求刺激到后期的供给驱动。短期直接推动最大并且体现得最明显的也是需求刺激,而供给驱动更多的通过其它要素体现出来,具有长期性与间接性。

#### 需求冲击指的是总需求冲击



### 两大维度,四大主题



由于奥运牵涉到经济的各个层面,受益公司比较多,但受惠程度不尽相同。牢牢把握脉冲刺激、品牌跃升、新兴产业促进、要素质量提升四大主题对奥运受益板块进行甄别,挑选具有较高投资价值公司。

#### 两大维度:区域与行业

区域:北京板块是奥运经济直接受益板块,可垂直分享奥运经济的效应。2800亿元的投资分布在交通基础设施、场馆、环保以及信息通信等方面。北京近10年GDP的年均增长率平均为10%,奥运大规模建设可在此基础上每年再增加2至4个百分点,并创造30万个新的就业机会。

行业:充分把握奥运会的

击,包括投资、消费和政府支出以及净出口等方面,表现为直接推动。

资料显示,北京奥运会总投资高达2800亿元,带动其它投资达15000亿元,均创历届奥运投资之最,预计2008年奥运将对全国GDP增长贡献0.3至0.5个百分点,对北京GDP增长贡献2个百分点。

供给驱动影响主要包括增强供给要素素质,包括企业品牌提升、国际形象改善、经济基础完善带来的效率提高以及推进新兴产业成长等方面。供给驱动相对需求刺激而言是长期且渐近的,对经济推动也是持续而深远的,但更多的是通过下游产业而得到体现,相对需求影响更

把握,区域经济特别是北京板块则相对受惠更大。  
**非均衡性促进**  
奥运经济大多呈现“前7后3”的周期性特征,即在奥运申办成功至开幕前期为筹备阶段,以投资为主要特征的基础设施建设成为GDP的重要推动力量;奥运举办期间因客流大幅上升而使得消费出现峰聚效应;奥运结束后,成功的形象展示使得主办城市与焦点产业及公司品牌得到大幅提升,从而增强了后期要素的竞争质量。

奥运特有的时期性特点使行业经济具有典型的脉冲式促进与非均衡影响,举办期间的峰聚效应与重点行业的脉冲式增长成为显著特点。在前期的筹备阶段,投资成为主题,房地产、建筑建材以及基础设施建设成为直接受益行业;

奥运举办期间将出现客流、物流与信息流的集聚,从而出现典型的消费峰聚效应,波峰也随之出现,该段时间内商业、旅游、运输以及传媒行业将是最能分享奥运收益的行业;奥运结束后,通过北京奥运平台的锻造,3G、数字电视以及体育产业将在全国如火如荼全面铺开,部分奥运赞助商以及特许产品制造商也将获得品牌的跃升。

对于零售行业来说,奥运会带来的商机主要体现在两个方面:一是奥运商品特许经营商家带来的收益,二是旅游者增加带来的本地消费增加。

我国奥运的积极影响将伴随消费升级给零售业带来长期利好,预计2008年北京奥运商品的销售规模将达到80亿元。

#### 四大主题

具体选择北京奥运个股可从四大主题中寻找:脉冲刺激、品牌跃升、新兴产业促进、要素质量提升四个方面。

**脉冲刺激:**奥运经济是注意力经济,注意力资源的集聚给相关公司带来脉冲式加速发展机会。受益公司主要集中在商业、旅游、交通运输以及传媒领域。

**品牌跃升:**对于奥运赞助商来说,奥运赞助资格将能有力的提升品牌知名度,对于国内名牌冲击世界名牌,小行业名牌拓展到大行业都具有重要的借力作用。

**新兴产业促进:**北京奥运将成为奥运历史上科技含量较高的一届,主要表现在3G和数字电视的规模应用。

**增长质量提升:**主要是北京区域内公司。

把握,区域经济特别是北京板块则相对受惠更大。

资料显示,北京奥运会总投资高达2800亿元,带动其它投资达15000亿元,均创历届奥运投资之最,预计2008年奥运将对全国GDP增长贡献0.3至0.5个百分点,对北京GDP增长贡献2个百分点。

供给驱动影响主要包括增强供给要素素质,包括企业品牌提升、国际形象改善、经济基础完善带来的效率提高以及推进新兴产业成长等方面。供给驱动相对需求刺激而言是长期且渐近的,对经济推动也是持续而深远的,但更多的是通过下游产业而得到体现,相对需求影响更

把握,区域经济特别是北京板块则相对受惠更大。  
**非均衡性促进**  
奥运经济大多呈现“前7后3”的周期性特征,即在奥运申办成功至开幕前期为筹备阶段,以投资为主要特征的基础设施建设成为GDP的重要推动力量;奥运举办期间因客流大幅上升而使得消费出现峰聚效应;奥运结束后,成功的形象展示使得主办城市与焦点产业及公司品牌得到大幅提升,从而增强了后期要素的竞争质量。

奥运特有的时期性特点使行业经济具有典型的脉冲式促进与非均衡影响,举办期间的峰聚效应与重点行业的脉冲式增长成为显著特点。在前期的筹备阶段,投资成为主题,房地产、建筑建材以及基础设施建设成为直接受益行业;

奥运举办期间将出现客流、物流与信息流的集聚,从而出现典型的消费峰聚效应,波峰也随之出现,该段时间内商业、旅游、运输以及传媒行业将是最能分享奥运收益的行业;奥运结束后,通过北京奥运平台的锻造,3G、数字电视以及体育产业将在全国如火如荼全面铺开,部分奥运赞助商以及特许产品制造商也将获得品牌的跃升。

对于零售行业来说,奥运会带来的商机主要体现在两个方面:一是奥运商品特许经营商家带来的收益,二是旅游者增加带来的本地消费增加。

我国奥运的积极影响将伴随消费升级给零售业带来长期利好,预计2008年北京奥运商品的销售规模将达到80亿元。

#### 四大主题

具体选择北京奥运个股可从四大主题中寻找:脉冲刺激、品牌跃升、新兴产业促进、要素质量提升四个方面。

**脉冲刺激:**奥运经济是注意力经济,注意力资源的集聚给相关公司带来脉冲式加速发展机会。受益公司主要集中在商业、旅游、交通运输以及传媒领域。

**品牌跃升:**对于奥运赞助商来说,奥运赞助资格将能有力的提升品牌知名度,对于国内名牌冲击世界名牌,小行业名牌拓展到大行业都具有重要的借力作用。

**新兴产业促进:**北京奥运将成为奥运历史上科技含量较高的一届,主要表现在3G和数字电视的规模应用。

**增长质量提升:**主要是北京区域内公司。

## 大国崛起视野下的北京奥运

□申银万国研究所 廖绪发

日本、韩国举办奥运会的历史表明,奥运会对其经济崛起功不可没。北京2008奥运会正是在中国经济崛起过程中举办的,与日本、韩国当年处于类似阶段。北京奥运会将扮演三个重要角色:经济增长的加速器;大国崛起的润滑剂;大企业国际化的催化剂。

### 两届奥运会与两个经济强国崛起

1964年,东京第18届奥运会。日本一举投入30多亿美元,大规模基础设施建设带动了制造业、建筑业、服务业、运输、通讯等行业的强劲发展,使日本出现了经济的持续繁荣。GNP从奥运会前的年增长10.1%猛增到16.1%,史称“东京奥林匹克景气”。在此届奥运会上,日本首次采用全球卫星直播,通过政治、经济、科技、文化成就的展示,树立了崭新的形象,成为日本走出二战阴影的重要一步。日本产品从此一改人们心目中粗糙低劣形象,一些产品如精工、西铁城开始走向世界,成为世界名牌。东京奥运会因此被视为日本进入世界工业强国的里程碑。

1988年,汉城第24届奥运会。1970年代韩国经济起飞后,急需给世界一个新形象,于是主动申办1988年奥运会,希望通过奥运会实现大政治的目标,把奥运会做为韩国政治、经济、社会、文化方面跃向先进国家行列的桥梁。韩国借申奥成功良机,推动经济超高速增长,1981年至1988年,筹备奥运会共带来70亿美元的生产和27亿美元的国民收入诱发效果,经济增速年均达12.4%,1985年至1990年,人均国内生产总值从2300美元增至6300美元,实现了从发展中国家向新兴工业国家的转变。史称“奥林匹克生产效应”。

### 中国举办奥运阶段类似日韩

中国举办奥运会的经济阶段类似韩国与日本。从人均GDP看,预计中国到2008年人均GDP大约是2500美元左右,东部发达地区是5000美元左右,分别相当于美国人均GDP的5.3%和10.6%左右。考虑中国庞大的人口规模和城乡的两元经济结构,这个经济发展水平大致与当年韩国举办1988年奥运会时较为接近。不过从经济规模看,中国GDP总体规模已经名列世界第四,从经济绝对的规模和相对的总体实力看,则与日本1964年举办奥运会的情况大致相似。从经济增长阶段看,中国限日韩也非常相似。日本在举办奥运前十年GDP年均增长10%,在举办奥运后十年

### 奥运会是大国崛起的润滑剂

如果奥运对消费和服务需求,筹备奥运会共带来70亿美元的生产诱发和27亿美元的国民收入诱发效果,经济增速年均达12.4%,1985年至1990年,人均国内生产总值从2300美元增至6300美元,实现了从发展中国家向新兴工业国家的转变。史称“奥林匹克生产效应”。

### 再次,奥运会是中国企业国际化的催化剂

借助大众传媒,奥运经济成为一种极具稀缺性的“全球媒介事件”,是一种非常典型的注意力经济。2008年奥运会上许多中国企业借助奥林匹克市场营销计划宣传、推广企业形象和品牌,更好地实现由产品经营向品牌经营的转变。

