

巴西大把烧钱,赚吆喝 国际足联数钱,笑呵呵

世界杯是个大卖场,各方都有自己的小算盘



本报特派记者 李志刚 叶嘉利
7月8日发自巴西

到底谁是大赢家?

国际足联一天净赚4亿元

尽管赛前面临“工期进展缓慢”“国内游行不断”等具体困难,但巴西世界杯开赛至今,以其亲民、欢快的节奏受到各方的一致好评,这是否意味着“巴西赢了”?如果从经济方面来说的话,恐怕并非如此,国际足联才是最大的赢家——世界杯确实赚钱,转播收益、广告收益、门票及官方纪念品销售等,是一笔可观的收入,这其中的绝大部分被国际足联分走了。

在国际足联的收益账本中,60%至70%是媒体版权分销,即转播收益;广告和赞助收入则达到了20%至30%;剩下的10%则是从球迷手里赚得,其中包括门票和官方纪念品的销售。单是本届世界杯的转播费用就已经让国际足联有逾25亿美元入账。门票方面,目前已卖出了300万张,总价值达3亿美元。纪念品收入和门票收入相当,约2.3亿美元。

此外,本届世界杯吸引了阿迪达斯、阿联酋航空、索尼、现代、可口可乐、Visa、麦当劳、百威啤酒等诸多国际大牌,目前国际足联从这些公司收到的赞助费就已经超过13亿美元,预计最终将达到17亿美元。

根据英国媒体预估,本届世界杯是国际足联历届投入最多也是最赚钱的,收支相抵后,最终国际足联将赚取20亿美元左右的“净利润”。按照32天赛程来计算,国际足联相当于每天赚4亿元人民币左右。

当地民众为啥反对?

巴西政府投入超130亿美元

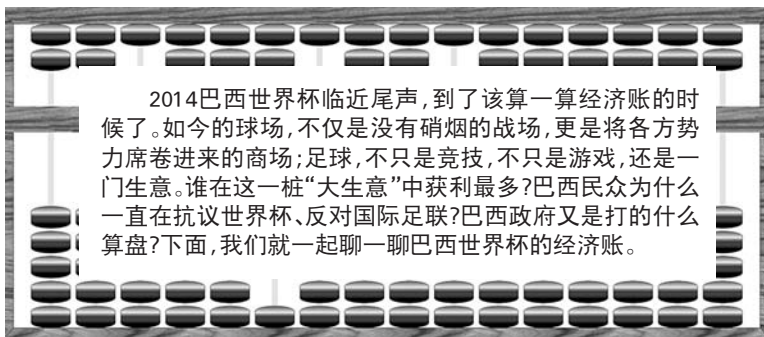
世界杯开赛以来,热爱足球的巴西民众再未爆发大规模的罢工,但小范围的游行、示威一直没有停止。在里约海滨大道上,气势雄伟的科帕卡巴纳宫殿大酒店在众多奢华酒店中很显眼。这里,便是国际足联高级官员的下榻地。前段时间,在酒店门前的沙滩上,遍插醒目的红色卡片,上面以英文、葡文书写着“国际足联,红牌离场!”一边的标牌上,同样用英文、葡文书写着“国际足联,你的社会责任感在哪里”、“巴西还要投入多少钱”等等。

据巴西媒体报道,本届世界杯巴西政府财政投入超过130亿美元,比原先的预算多出50多亿美元。虽然贵为“金砖五国”之一,但巴西仍然有33%的贫困人口,近年来经济发展逐渐放缓的难题尚未解决,世界杯前日益严重的通货膨胀让穷苦潦倒的巴西民众生活难以为继。这是巴西民众每逢休赛日便集会抗议国际足联的根源所在。

对于国际足联的质疑,久已有之。自从上世纪90年代中后期,国际足联原主席阿维兰热退休,现主席布拉特接任以来,世界杯在短短的时间内便在亚非拉大陆举办(2002韩日,2010南非,2014巴西),表面上,这是国际足联对不发达国家和地区的一种扶持,起到了推广足球的效果,但也有人认为,这不仅是布拉特为自己当初的竞选成功“还债”,还方便了国际足联“吸金”——这些国家的财政制度往往不像欧洲那样严格,在与国际足联的谈判中更容易做出让步,这正是国际足联乐于看到的。



▶国际足联主席布拉特



2014巴西世界杯接近尾声,到了该算一算经济账的时候了。如今的球场,不仅是没有硝烟的战场,更是将各方势力席卷进来的商场;足球,不只是竞技,不只是游戏,还是一门生意。谁在这一桩“大生意”中获利最多?巴西民众为什么一直在抗议世界杯、反对国际足联?巴西政府又是打的什么算盘?下面,我们就一起聊一聊巴西世界杯的经济账。



◀一位街头抗议的巴西民众脸上写着足球“国际,滚回家!”

烧钱咋还抢着办?

60万游客涌入,消费也噌噌涨

作为本届世界杯的主办方,巴西在场馆建设、安保费用、基础设施改建等方面投入巨大,至于每一个大赛举办国都要面对的“场馆下一步如何利用”问题,巴西人的回答是“里约热内卢马上要于2016年举办夏季奥运会,所有的事情,都等到奥运会办完再说”。

除了巨大的投入,自今年5月初起,巴西公交车司机、银行安保人员等发起了大规模罢工活动,巴西的交通和银行运营系统基本瘫痪,直接经济损失超过2.77亿雷亚尔(1雷亚尔约合人民币2.8元),这都是巴西政府必须面对的实际困难。

同样一本账,站在不同的角度会有不同的算法,从而得出不同的结果。巴西本土经济学家和政府部门还是比较乐观的,他们列举了世界杯可能会给巴西经济带来的七大好处,如外国游客增加、经济总量增加、机场容量翻倍、中小企业收益、就业增加、税收增加和国际形象提升等。巴西旅游部也在估算,在世界杯期间将有60万外国游客来到巴西,其带动的消费将达到29.5亿美元。另外,还有300万巴西本国游客将带来逾79亿美元的消费。

巴西政府、经济学家预期中的客流量,确实正在兑现——前段时间,记者曾造访圣保罗著名的3月25日大街上的一个“SHOPPING MALL”,那是一家由广东人开办的批发市场。记者在现场看到,光是一家卖盗版球衣的小店铺,一天球衣销售利润达1.6万美金,折合人民币近10万元;而里约贫民窟借世界杯大力整治居住环境,家庭旅馆取代了毒品买卖;比赛地酒店机票价格较世界杯之前上涨三至四倍,旅游热点城市玛瑙斯的一家旅行社老板GERO也高兴地说,“世界杯太好了,我现在的生意比以前不知道好了多少倍。”

除了钱还有啥道道儿?

以球会友,向世界推销巴西

“一定要把每一笔账都算清楚。”这是普通小市民的想法。事实上,上升到国家层面,办赛的初衷往往超越经济账簿之外,巴西将举办本届世界杯当成“向全世界推销自己”的一次绝佳机会。

如何“推销自己”呢?巴西政府紧紧抓住前来采访的各国记者这条线。巴西当地时间7月7日早上6点,里约新闻中心邀请媒体记者走上巴西海军军舰,介绍巴西海军在世界杯期间开展安保工作的细节。登舰的当天下午,巴西工业和对外贸易发展部部长、支持微小企业服务部部长,还到媒体中心作了主题为“世界杯与激发巴西企业竞争力”的演讲。

接下来的日子里,巴西环境部长、民航部长、旅游部长、体育部长和总统秘书处负责人,将陆续走进新闻媒体中心,以简报形式,评估世界杯对激发巴西企业竞争力、环境保护的可持续发展以及对民航、旅游、体育事业发展的拉动作用。

巴西外交部政治事务二部副秘书长也将走进媒体中心,介绍“金砖五国”峰会筹备情况,以此为峰会预热。对巴西而言,世界杯这个平台,可以让全世界重新认识这个国家,这才是他们最看重的一笔“账”。

