

■记者 李庆钢 何梦青 实习生 付勇

8月5日,林丹伦敦奥运再度夺冠,其代言的品牌商李宁的香港股价转眼创下半年来的最大涨幅,而刘翔出人意料的摔倒,又将令多少品牌赞助商“吐血”……体育与经济的联动就这样直观而生动地呈现在人们眼前。

现代体育运动与经济紧密联系还体现在:如果没有大量金钱的投入,已经难以在奥林匹克运动场上收获金牌。刚刚成为中国奥运男子游泳第一人的孙杨,更是有人指出其训练费用高达千万元。而获得金牌后的运动员,面对的除了巨大荣誉之外,还有滚滚而来的财富。

同样,如果失去了“金牌”的光环,运动员的身价也会应声大跌,如刘翔,2008年征战奥运前,代言的品牌高达14个。退赛后,2009年代言品牌仅余四个。刘翔再度征战伦敦奥运会的2012年,只有耐克与可口可乐没有退出对刘翔的赞助行列。

古希腊人创立的奥林匹克运动,已经不再仅仅是人类自娱自乐的场所,还是一个巨大的财富聚宝盆,就让我们来看看金光闪闪的奥运金牌经济吧。

获奖运动员收入 = 金牌+奖金+品牌代言

夺冠后林丹狂喜狂奔,除了再度卫冕冠军的喜悦,巨大的经济收益恐怕也是林丹无法抑制激动心情的重要原因,毕竟一年上千万元的品牌代言收入,可不是一个小数目。那么每个获奖运动员的收入大概有多少?

【刘翔】广告身价大跌

刘翔在周二的预赛中意外摔倒,无疑让许多人痛心,然而最痛心的肯定是刘翔代言的品牌商。2008年奥运会,刘翔突然退赛,不仅令观众意外,也让绝大多数广告代言商失去信心,光是刘翔奥运退赛的次日,由他代言的多家企业仅有耐克战略性地在全国多份报纸版面上换上继续支持刘翔的广告,其余大多数品牌纷纷撤下他代言的广告或调整播放率。

2009年3月,中国品牌研究院曾发布过一个《刘翔商业价值评估报告》,当中称刘翔的商业价值已由最高峰时的代言单价1500万元,降至当时的不足200万元水平,跌幅高达87%。尽管刘翔2009年9月复出后身价重返7位数水准,但与北京奥运前相比,仍不可同日而语。

【林丹】奠定中国“广告天王”地位

在刘翔光环褪去之时,林丹成为了中国体育偶像第一人。据福布斯排行榜公布的数据显示,林丹2007年的收入是170万元,到了2008年夺得北京奥运会羽毛球男单冠军后立即飙升至1250万元,2009年更接近1500万元,在中国体育名人中名列前茅。2011年开始,林丹就取代了刘翔成为中国体坛的广告天王。奥运冠军的光环效益已成为当今资本市场的一条商业链。8月5日林丹夺冠后,6日林丹代言的品牌李宁,开盘后股价一路震荡上涨,午后加速拉升,当前涨幅达12.15%,报4.430港元,这也是该股近半年以来的最大涨幅,原因可想而知。

有权威媒体爆出,林丹全年的奖金收入不过22万美元,但林丹全年的广告收入应在200万美元以上,在伦敦奥运会上的再次叱咤风云,更加奠定了林丹中国“广告天王”的地位。

【孙杨】将加入“千万先生”行列

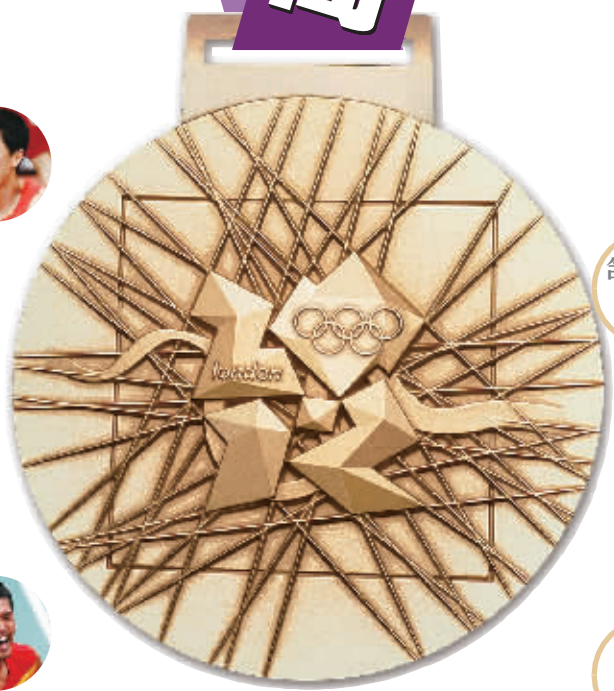
在伦敦奥运会上连夺400米、1500米游泳桂冠的新贵孙杨,身价也是直线暴涨。多方预言,孙杨将成为新一代广告代言“吸金王”。孙杨微博粉丝一路飙升,即将突破1000万大关。

孙杨继而也成为了各大品牌商们苦苦寻求的“猎物”,各大国际国内品牌商也纷纷挤上了孙杨这台“品牌高速列车”。他穿的泳裤、戴的泳帽,都成为被追逐对象。孙杨使用的品牌speedo销量大增。而“孙杨在鼓浪屿吃的牛肉脯”、“孙杨在奥运会戴的耳机”这些充满“创造力”的货品也扑面而来。

孙杨的完美表现不仅为中国游泳队创造了历史,也使前期押宝于孙杨的赞助商受益。据21世纪经济报道消息,在奥运会之前,孙杨已代言了伊利、361°以及可口可乐,孙杨奥运会的完美表现无疑将提升自己的广告价值,也对上述签约公司形成重要利好。

而业内人士表示,孙杨在伦敦奥运会后,身价可与当年刘翔的雅典奥运相比,升至千万。《福布斯》发布数据显示,刘翔2011年总收入达2880万元,依此估计,孙杨离“千万先生”或将不远。

奥运金牌『含金量』有多高



金牌有“水分”
“咬下一点就会贬值”



从1896年现代奥运会开始,对获胜运动员的奖励就是颁发象征着胜利荣耀的奖牌,而奥运金牌又是无数运动员梦寐以求的最大殊荣。但一块金牌的“含金量”究竟是多少?人们往往以为金牌是纯金的,但现实是,金牌是银制的,只是镀了6克重的金。伦敦奥组委也曾建议,运动员最好不要使劲用牙咬金牌,因为镀金部分只占总重量的1%,咬下一点来,就会让金牌贬值。



2012年伦敦奥运会金牌

重量:412克
含金量:6克
金属价值:4148元

2012年伦敦奥运会上所颁发的金牌为史上最重金牌,牌身重412克,每块奥运金牌的含金量仅为6克,占总重量的1.34%,其余为92.5%的白银和6.16%的铜。伦敦奥运会金牌是至今为止唯一含银部分价值超过黄金部分的金牌,整块金牌的金属价值约为4148元,是史上造价最高的金牌。



1912年斯德哥尔摩奥运会金牌

重量:24克
含金量:24克
金属价值:7897元

在1912年斯德哥尔摩奥运会上,所颁发的奥运金牌是由纯金打造的。当时,每盎司黄金平均价格大约18.93美元,鉴于斯德哥尔摩奥运会金牌重24克,一枚金牌造价大约16美元。但随着国际金价的走高,如今这枚含金量最高的金牌,其金属价值高达7897元。



2000年悉尼奥运会金牌

重量:180克
含金量:6克
金属价值:1800元

2000年悉尼奥运会所颁发的奖牌由于个头偏小,加之当时的金、银价格一路走低,当时的金牌材料价值只有约80美元左右,被认为是最廉价金牌。

当然,金牌还有潜在的价值,如拍卖价。2000年悉尼奥运会自由泳冠军埃尔夫,他将自己的悉尼奥运会金牌挂在网上,拍卖了17000美元,用于支援印度洋海啸的灾后重建。

2003年,女子举重冠军陈小敏拍卖了自己的奥运金牌,当时的价格为128万人民币。

2010年,奥运金牌运动员、1980年的美国男子冰上曲棍球国家队成员Mark Wells,为筹钱治病将金牌私下拍卖。金牌最后在拍卖场上再度易手,成交价高达31.07万美元。

经济危机让赞助商变“小气”

作为全球最吸引人的体育盛会,奥运会总是能吸引到大批赞助商。根据英国品牌顾问公司Brand Finance发布的最新报告,奥运会品牌价值水涨船高,如今已飙至475亿美元,仅次于价值706亿美元的苹果公司,是全球价值第2高的品牌,比474亿美元的网络搜寻引擎Google更有价值。

伦敦奥组委已获11亿英镑赞助收入

本届伦敦奥运会的11个顶级赞助商,除了老面孔可口可乐、麦当劳、通用电气、欧米茄、源讯,一些全球知名企业也榜上有名,比如松下、三星、宏碁、陶氏化学、VISA等。据报道,伦敦奥组委目前已从各类赞助商获得总额11亿英镑的收入。国际奥委会市场部主席海伯格介绍,伦敦奥运的赞助商收益达到了7.5亿英镑回报的标准。

赞助商投入上亿,并非有赚无赔

不过2006年出现端倪,2008年开始爆发并延续至今的金融危机,让赞助奥运的企业大为减少。

企业自身的经营状况也极大地影响了赞助商的行为。曾经赞助奥运会112年的柯达,就因自身亏损不得不退出了奥运赞助商的行列。

除了经济形势左右赞助商之外,赞助对象的一举一动也对赞助商造成巨大影响。上届奥运会中国选手刘翔在起跑前因伤退出比赛,业内猜测,这次退赛给广告商带来的损失高达30亿人民币。可见赞助商也并非有赚无赔。北京体育大学奥林匹克研究中心主任任海表示,随着现代奥运会的发展,奥运TOP团队需要投入的资金也随之涨到8000万到1亿美元,这对任何一家公司的财政来说都是一笔不小的支出。柯达公司的退出也会使其他奥运赞助商在奥运会投资上更加谨慎。

外汇

外币	钞买价	外币	钞买价
英镑	960.37	日元	7.8471
港币	81.26	加元	614.9
美元	630.14	澳元	649.99
瑞郎	634.13	欧元	762.11

(截止到8月7日17时50分,数据仅供参考)

外汇牌价由中国银行湖南省分行友情提供
 咨询电话: 0731-82580629
 中国银行网上银行提供个人跨境汇款