

史上最贵的奥运会

自 2013 年申奥成功以来，为了办好这届奥运会，日本可谓是下足了血本。由于推迟一年举行，东京奥运会举办成本已经达到了 154 亿美元，是最初的 2 倍，这个数字打破了伦敦奥运会创下的 150 亿美元的举办成本纪录。

早在申奥时，日本政府推算 2013-2020 年期间，申奥成功将给日本国内带来 2.96 万亿日元的经济效应。可没想到疫情打乱了所有计划，这注定将是一场亏钱的奥运会。东京奥组委首席执行官武藤敏郎在此前的采访中就已经表示：东京奥组委的收支情况毫无疑问将失去平衡。

实际上，东京奥运的经济账本一直是外界热议的话题。赛前被吐槽“抠门”的东京奥运会，怎么就成了“史上最贵的奥运会”？

由于推迟一年举行，东京奥运会的总费用不断上涨。日本野村综合研究所此前的调查显示，临时设施建设最烧钱，东京奥运会在此项支出超过 35 亿美元。而运营、营销和技术支出同样不少，均超过 10 亿美元。总之，场馆日常维护、延期过程中拆除、再安装场馆内外的预装设备，还要在防疫上加大投入，成本的上漲不可避免。

根据美联社报道，通过审计日本政府过去几年的开支，奥运成本或许远比奥组委宣称的高出许多，可能会达到 250 亿美元之巨。但无论哪个数字更为准确，可以断定的是，东京奥运会将是历史上最昂贵的一届夏季奥运会。

钱已经花出去了，日本要考虑的只能是如何进一步减少损失，日本的国家形象能否得到提升。

通常情况下，奥运会需要依靠门票收入、转播收入、赞助商收入以及入境游客带来的消费赚钱。但在疫情之下，好几个常规进项都变得不稳定起来。

首先是门票收入。为了防止疫情扩散，本届奥运会允许观众入内的赛场只剩 3 个，分别是宫城县和茨城县举行的足球比

赛，以及在静冈县举行的场地自行车比赛。这意味着，东京奥运会 750 场比赛将空场 97%，门票收入将从 900 亿日元降到十几亿日元，就剩个零头了。

据报道，目前已售出 363 万张门票，空场举办后绝大多数的门票将进行退票处理，后期日本政府必须追加数百亿日元以弥补退票后的财政不足。不过，门票在奥运会收入中的占比一向不大，以 2008 年北京奥运会为例，其门票收入在总收入中的占比不足 9%。因此，限制观众最大的影响还落在消费层面。

今年 3 月，日本确定了“关门办奥运”的方针，因此有接近 100 万海外观众无法入境日本。无观众空场形式举行，不仅会对航空、餐饮、酒店、旅游等行业造成严重的经济损失，也会给奥运周边产品的销售以及赞助商的商业推广等带来严重影响。据《日经新闻》报道，禁止海外观众入境，预计将对日本造成约 1500 亿日元（约合 13.7 亿美元）的经济损失。

再来看看赞助商收入。

原本东京奥运的国内赞助商多达 68 家，东京奥组委通过国内赞助商拿到了 33 亿美元，这个数字是北京和伦敦奥运会的 3 倍左右，创下奥运历史新高。再加上国际奥委会的 14 家全球赞助商，粗略计算，这届日本奥运会涉及的赞助额将达到近 200 亿美元。

但在 2020 年日本政府宣布奥运延期后，部分赞助商已经取消或缩减了相关的赞助。比如佳能、东京海运、Nidido 火险、味之素等在内的十多家公司早前已纷纷退出奥运会赞助。

奥运会顶级赞助商丰田汽车就宣布，不会在日本播放与东京奥运会相关的电视广告片，社长丰田章男及高管也没有出席开幕式。

唯一的好消息是，虽然东京奥运会几乎空场办赛，但奥运媒体转播商的报道覆盖量将高于往届，转播费也十分可观。国际奥委会预估，2020 年东京奥运会的电视覆盖率将是 2016 年里约奥运会的两倍左右。

日本野村综合研究数据也显示，相关产品和节目的售卖成为了 2020 东京奥运会的主要收入来源，占有收入比重约六成。此外，

钱已经花出去了，日本要考虑的只能是如何进一步减少损失，日本的国家形象能否得到提升。