

奥运的贸易影响

申办奥运的国家正在释放 准备开放贸易的信号

Andrew K. Rose 和 Mark M. Spiegel

经济学家们通常对“体育赛事基础设施应该由公众买单”的观点持怀疑态度，这种质疑是有道理的。人们之所以支持新建体育场馆和举办盛大的体育赛事，通常是因为未经世事或出于一己私利。现实中，这些赛事花费巨大，对发展中国家而言更是如此。2008年北京奥运会开幕式的花费估计远远超过1亿美元——而至少有1亿中国人每天的生活开支不到1美元。

里约热内卢近期赢得了2016年的奥运会主办权，预计开支将达到150亿美元，相当于每个里约居民平均承担2000美元，这还不包括预料中的超支。这笔资金的大部分计划用于提升城市的交通系统。但是如果交通领域的投资对于一个有着奥运前景的大城市很有意义的话，那么假如没有承办奥运的刺激，这样的投资还同样有意义吗？长期投资的决策是否真的应该用来应对仅仅持续两周半的峰值需求吗？经济学家通常对举办奥运这样大型活动的目的感到疑惑。经过测算，这类大型活动中直接经济效益显著者寥寥，且通常为负；而非经济效益难以核实。花钱承办大型活动对于公共财富来说是一种理想的用途吗？或许吧——专业的经济学家的质疑并不能得到决策者和当地民众的认可，他们对这样的盛况总是报以热情。实际上，各国为了夺得大型活动的承办权而激烈竞争。是经济专家们忽略了什么吗？

国际奥委会（IOC）确实这样认为。IOC相信，通过感受奥运会，游览者会被主办城市的场馆和产品所吸引。人们由此归纳出一个观点，即主办奥运会将促进一个国家的出口，尤其是它的旅游业。

我们对这个观点在实践中是否奏效表示怀疑，任何因奥运会而产生的出口繁荣都规模甚小且为期短暂。我们因此开始近期的研究，以实证的方法来检验这个理论。

我们使用一个标准的“引力”贸易模型，它将两国之间的贸易量设定为一个函数，受两国之间的距离和其他一些解释变量的影响。这个模型已在文献中被广泛用来解释大部分跨国贸易水平的变化。我们增加了一个变量来考查奥运会的持续影响。我们发现强有力的证据显示奥运会对出口有着巨大的正效应（大约超过30%）。我们的怀疑看来是没有根据的，这个永恒的“奥运贸易影响”对出口的推动作用显著而积极。

在我们2009年的论文中，其他研究结果表明所有的贸易都在增长；进口和出口增长相当。我们的研究



1992年巴塞罗那奥运会开幕式。

结果也经过了一系列其他的敏感性检测。奥运贸易影响始终保持为正，且相当显著。当我们把目光转向其他大型活动（例如足球世界杯和世界博览会时），就会发现这些活动对贸易也有着巨大的正效应。

为什么承办大型活动会带来更多的贸易呢？一些有趣的证据表明，在实践中承办大型活动和贸易自由化有一定联系。2001年7月，北京获得了第29届奥运会的承办权。仅仅两个月后，中国就成功地完成了加入世贸组织的谈判，正式确认了其贸易自由化的承诺。无独有偶，罗马在1955年获得1960年奥运会承办权，同年意大利开始推动货币兑换的进程、加入联合国，最重要的是，其催生了两年后的罗马协定，并据此建立了欧洲经济共同体（EEC），即今天欧盟的前身。

“我们发现强有力的证据显示奥运会对出口有着巨大的正效应。”

在承办东京奥运会的1964年，日本加入了IMF和经济合作与发展组织；巴塞罗那在1986年获得了1992年奥运会承办权，同年西班牙加入了欧洲经济共同体；韩国获得1988年奥运会承办权与该国的政治自由化也几乎同时。这样的相关性不仅发生在奥运会的案例中：1986年足球世界杯在墨西哥举行，与此同时，墨西哥开始启动贸易自由化并加入关贸总协定，即世界贸易组织的前身。

因此，对于奥运贸易影响的真正解释似乎是，开放贸易的国家同时承办了奥运会这样的重要赛事。也许承办大型活动会推动贸易自由化，后者得益于一些和奥运会有关的活动和基础设施。但现在就得出这个结论还为时尚早。我们用同样的方法来考察没有赢得奥运会承办权的竞标者，发现其贸易也得到积极推动，和奥运会实际承办者所受的影响一样大。

考虑到与失败的申办者相比，实际承办运动会并没有体现出更明显的效益，我们由此得出一个结论，做为一个认真的申办者，无论成败，其行为本身都起着一种信号的作用。因为这些申办行为之后都紧跟着自由化的步伐，所以试图成为大型活动申办者的行为传递了一个国家希望推动贸易自由化的信号的说法是符合逻辑的。

为什么一个国家愿意发出这样昂贵的信号呢？我们引入了一个模型。在这个模型中，发出这样的信号将产生更多与贸易有关的不可逆的投资。更为重要的是，这创造出了一个特定的政治环境，在该环境中，无论是大型活动还是贸易自由化方面的后退都将带

来无法承受的后果。重大的贸易自由化进程和大型活动一样，难得一遇、成本高昂，不仅引人注目，而且影响深远。但是贸易自由化带来的长期效益将超过举办重大活动的短期成本，因此在公众心目中将二者联系起来是一个明智的战略。而且，举办大型活动的成本往往被经济部门（比如承办城市和国家的政府）承担，而后者恰恰是贸易自由化最大的受益者。成本和收益的匹配使得竞标申办重大活动成为一个有效的自由化信号。

我们的研究忽略了一些与大型活动有关的议题。巴西将承办2016年奥运会，但同时它也将举办几乎同样受到关注的2014年足球世界杯。如果各国以申办大型活动作为其对外开放的标志的话，为什么要重复申办呢？温哥华承办了2010年冬奥会，伦敦将承办2012年的夏季奥运会。这些已经自由化的经济体为什么要申办大型活动呢？芝加哥申办第八届美洲奥运会失败了，美国又从这次失败中获得了什么？显然，另外一些动机促成了自由经济体的多次申办，不过上述的基本观点也能被轻易地扩展为：多次竞标是因为在一个声誉逐渐降低的环境中，需要以重复传递信号来不断提升知名度。不过，其他方式也能作为其国际自由化的标志，那么承办一场盛大的体育赛事有何重大意义呢？显然对此还将有许多理论层面的解释，这也为未来的研究提供了很大的空间。当然，我们的观点很直观，对于那些力求打造国际形象的新兴经济体来说更是如此。俄罗斯的索契将举办2014年冬奥会；南非将举办2010年世界杯。对于这些国家（或许也包括巴西）而言，承办重大活动意味着一个清楚的宣言：这个国家正在成为国际社会中的一个负责任的成员。因此带来的收益可能远远高于承办运动会的成本。

自由化总是充满困难的，大部分国家在这方面有始无终。因此当一个国家在认真考虑对外开放时，传递一个昂贵的信号也是自然而然的事。简而言之，当一个国家希望进入国际舞台时，其可以通过申办大型活动来向国内和国际表明这一意愿。■

Andrew K. Rose是加州大学伯克利分校哈斯商学院经济分析与政策研究中心B.T. Rocca讲座教授，Mark M. Spiegel是旧金山联邦储备银行国际研究部副主任。

参考文献：

Rose, Andrew K., and Mark M. Spiegel, 2009, "The Olympic Effect" CEPR Discussion Paper 7248 (London: Centre for Economic Policy Research). Also published as Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper 09-06 and National Bureau of Economic Research Working Paper 14,854.