

■ 海外聚焦

奥运吉祥物的经济账

□本报记者 王亚宏

从首尔机场开始,一直到200多公里外的平昌和江陵,在冬奥会开始前韩国人已经被无处不在的冬奥吉祥物所包围,随处可见的白虎黑熊卡通形象装点出更加浓郁的奥运气氛。在这些吉祥物背后,是一个数亿美元的大市场。

“五环”溢价

平昌冬奥组委选择了白虎和黑熊作为本届冬奥会和残奥会的吉祥物,按照组织方的说法,这两只动物寓意着守护运动员以及坚强的意志和勇气。这一寓意带来的实际效果是将吉祥物包装成为守护奥运资产负债表的“神兽”,同时其天赋能力是不断刺激消费者产生购买的勇气和意志。

这些奥运神兽的老巢在奥运特许商品店里,不过要想从那里收养一只却价格不菲。一个普通30厘米左右的毛绒公仔标价2.5万韩元,折算成人民币大约是150块——类似大小的中国狗年公仔在电商那里只要12元人民币。就算白虎黑熊比公仔小狗要凶猛不少,且白虎黑熊是在WWF的保护名录里,但高达十倍的价差更多体现的是奥运特许的溢价,即消费者要为吉祥物身上的五个环买单。

五环捆绑销售利润丰厚。对于毛绒玩具来说,十倍的价差可谓“天价”了。拿着来之不易的公仔,可以让人寄希望于下一次的幸运,而奥运纪念品则没有这种“幸运+1”的命运,它更多的是在特定情境下的快消品。

10%的奥运收入

“激情、欢乐、热忱、爱心”等充满正能量的词汇一直是奥运的经典套路,从营销角度看,更高的参与热情意味着更多的利润。因此,从奥运吉祥物诞生的第一天起,就担负着提高奥运关注度的使命,而提高奥运收入也就水到渠成。

1972年在慕尼黑举办的第20届奥运会上首次出现吉祥物。当时联邦德国的艺术家们精心设计了一只小猎狗的图案,作为该届运动会的象征。此后随着奥运会力求实现体育经济双丰收,奥运经济的属性也逐渐被发掘出来,任何与奥运相关的产业背后的商业价值越来越受到关注。于是吉祥物成了奥运会上不可或缺的产物。本世纪以来的每届夏季奥运会的吉祥物都能为组织方带来至少2亿美元的收入,冬奥会吉祥物

■ 海外选粹

通用电气的海市蜃楼

作为美国的标志性企业,通用电气的衰落令人唏嘘。自2016年12月以来,该公司股价几近腰斩,目前该公司正考虑放弃照明和机车等核心业务,而美国证券交易委员会也在调查通用电气过去的会计操作,通用电气貌似正走向戏剧化的重塑,不过其作为大型联合企业的日子已屈指可数。

通用电气并非打着大型联合企业标签的唯一公司,同行业的美国联合技术公司和霍尼韦尔等大型企业仍在存活,但它们远未像通用电气那样扩张,而且经常有分分合合的各种传闻出现。数字时代的到来,不可避免创造出新一批大型联合企业,比如亚马逊及谷歌母公司阿尔法等。这种企业模式在海外也能找到共鸣,比如印度的塔塔集团,其业务范围从钢铁到酒店、饮料业几乎无所不包。

哈佛商学院教授塔伦·凯纳和克里什纳·佩尔普曾在2010年提出“制度缺失”理论,他们认为,像大型联合企业这种跨行业公司的规模和资源,可以用来弥补新兴市场缺少高质量企业的漏洞。毕竟,需要有企业担当促进商业交易及传播市场信息的角色,而美国的大型联合企业在上世纪60年代恰恰扮演了这一角色。

今天,美国投资者仍然可以追随任何一家大型联合企业,后者只需改改名字即可。比如,炙手可热的亚马逊,阿拉巴马伯明翰基金经理理查·库克认为,大型联合企业本身并没有错。事实上,通用电气当初走向成功就是受益于投资人对于杰克·韦尔奇不可动摇的信赖,他交出的每季报数字都精准得像钟表一样。不过,这种模式在韦尔奇的继任者杰弗里·伊梅尔特治下出现动摇,特别是在2008年金融危机爆发后,通用电气在韦尔奇时代不断扩张金融业务的风险逐渐暴露出来。彼时,伊梅尔特试图再造通用电气,将其转变为一家人数化公司,无奈时运不济,转型失败。

2017年中,在股东压力下,伊梅尔特卸任,接班人是约翰·弗兰纳里,他试图通过削减成本和转变管理方式让通用电气这只大船成功驶向正确航道,但这些措施仍无济于事,2017年,尽管美国股市连创历史新高,通用电气的股价却一年跌掉45%。由于无计可施,弗兰纳里表示已在考虑过去从未想过的拆分公司。对于此举,很多市场人士的反应是,目前的问题不在于通用电气为什么要拆分,而是为什么要花这么长时间才决定拆分。

投资者担心,一旦通用电气的问题进一步恶化,各种各样的问题会蔓延开来。果真如此,则拆分公司是有必要的。甚至还有投资者表示,如果弗兰纳里有一天在公司电话会议上宣布,通用电气未来还会存在,但它将与现在有所不同。则通用电气股价分分钟会上扬至56个百分点。

毫无疑问,通用电气仍会以某种形式延续下去,但沃顿商学院管理学教授迈克尔·尤希姆认为,传统的大型联合企业模式已死。(石璐)



彭博商业周刊



视觉中国图片

收入稍逊,但也是数千万美元的生意。

吉祥物的收入一般占整个奥运会收入的10%左右,这些吉祥物品种繁多,在平昌的特许商店里能看到从毛绒玩具到文具、从服饰到徽章等数百种产品。但因为牵扯面广,吉祥物在商业开发过程中也要避免掉“坑”里。

在1988年的汉城奥运会上,组织方推出的吉祥物是一只脖子上挂着奥林匹克五环、头上戴着朝鲜传统圆顶小帽的小老虎。当时有70多个国家与汉城奥组委签订了吉祥物的商标注册合同,带有吉祥物形象的金币银币在海外销售额达1.1亿美元,这只“金虎”让组委会大为开心。可汉城奥运会前美国一家制造谷物食品的公司指控吉祥物模仿了他们公司的商标,向美国和欧洲各国的专利局提起诉讼。如果吉祥物被起诉而宣布无效,韩国费尽心思为奥运吉祥物打造的一系列商机都将化作泡影。为此,韩国奥委会多次同美国公司商谈,最终求得和解,并承诺在美国公司从

事的相关领域不使用商标使用权。

“保质期”短

这场商业纠纷直接影响韩国夏季奥运会吉祥物的商业收入,此次再次使用类似标志,也算有效摊低成本——这也是快消品领域二次销售的常用手段。

将这些价值数千万美元的奥运纪念品和牙膏薯片之类的东西归为一类看起来有些混搭,但事实上在脱离为期三周的“奥运狂热”之后,吉祥物会迅速贬值。比如还有几个人能记住两年前里约奥运会吉祥物的样子,至于索契冬季奥运会吉祥物更是早就被扔到角落里。唯一能记住的是貌似五个圣斗士一样的吉祥物,这要托北京奥运会的福,还能想起其它奥运吉祥物形象的人都有资格去参加“最强大脑”了。

因此,奥运吉祥物就像普通快消品一样有明确的保质期。从发布的第一天起到赛会结束那

■ 金融城传真

英国加息步伐料提速

□本报记者 邓茜 伦敦报道

英国央行英格兰银行8日表示,如果英国经济保持目前运行趋势,英国央行基准利率上调步伐可能加速。在英国央行发出可能加速加息的言论后,英镑对美元和欧元持续走高,涨幅超过1%。

在7日结束的最新一次货币政策会议上,英国央行货币委员会成员一致通过维持当天基准利率在0.5%的水平不变,并通过继续执行宽松措施,包括继续购买100亿英镑的英国公司债券、维持4350亿英镑的英国国债购买计划。不过,货币政策委员会表示,加息时机有可能比去年11月的预期提前,幅度也可能加大。分析人士认为,英国央行最快有可能在今年5月再次加息。

高利率对英国经济和家庭消费具有重要影响。根据有关统计数据,大约810万英国家庭拥有抵押贷款,其中近一半是浮动利率,必将受到加息影响。但对银行储户而言,基准利率上升将增加存款收益。

去年11月,英国央行十年来首次加息,

■ 华尔街夜话

美联储加息节奏不会改变

□本报记者 江宇娟 华盛顿报道

2月5日,新任美联储主席杰罗姆·鲍威尔宣誓就职。也正是在这一天,纽约道琼斯工业平均指数暴跌千余点,单日下跌点数创历史之最。鲍威尔领导的美联储将如何评估股市波动的影响?美联储会不会因此改变加息路径?

截至记者发稿,鲍威尔尚未对股市波动发表公开声明。不过,从近期部分美联储官员的表态来看,美联储暂时不会因为市场波动而改变当前的加息节奏,今年仍有望加息三次。

纽约联邦储备银行行长达德利近日表示,去年美国股市经历了较长时间的大幅上涨,而且波动极低。相较于去年股市的涨幅,近期股市回落并不算大,股价仍高于去年水平。去年,道指全年上涨了25%,为2013年以来最大涨幅。

达德利说,近期股市波动对经济预测并没有实质影响。考虑到减税等财政刺激政策,达德利在1月份将今年美国经济增长预测上调了0.5至0.75个百分点至2.5%至2.75%区间。他表示,今年加息三次的预期是

合适的。不过达德利也强调,如果股市持续下滑,可能影响经济前景以及美联储的货币政策决定。

去年12月,美联储官员预测今年将加息三次。在上周举行的货币政策例会上,美联储预计今年通胀率将出现回升。这一表述较之前几次会议更加乐观,暗示美联储今年有望维持加息三次的预期。

与此同时,上周公布的就业市场数据 displays,1月份美国员工时薪同比增长2.9%,为2009年6月以来最快增速。综合美联储加息预期走强的表态,市场开始担心美国通胀率会加速回升,美联储或将加快加息节奏。

旧金山联邦储备银行行长威廉斯则表示,工资提速并不意味着通胀也会加速回升。他说,在通胀率维持在2%左右的健康经济增长条件下,工资增速通常可以达到3%至3.5%的区间。

威廉斯也表示,最近股市波动暂时不会影响他对经济形势的判断。他说,当前金融市场条件仍比较宽松,全球增长好于预期,加之美国近期推出减税政策,这些因素有望支持美国经济今年继续保持2.5%左右的增速。

天,是其活跃期,但最佳保质期也就三个月左右。从奥运开幕前两个月开始,到赛事期间,由于曝光率大幅提高,吉祥物会迎来自己的高光时刻。但这种高光意味着吉祥物怒放的生命,从奥运闭幕式上火炬熄灭的那一刻起,吉祥物就“过期了”,很快就会有一下届奥运会吉祥物来接班。就像现在白虎黑熊在平昌冬奥会上收割大家喜爱的时候,将由28万日本小学生投票产生的东京奥运会吉祥物已经做好了升级打怪的准备。

“只闻新人笑,不听旧人哭”是快消市场的规律。过期的吉祥物会很快贬值,从这一点看一个月后白虎黑熊的保值率还不如毛绒狗,因为后者至少在12年后还会再迎来一个销售周期,而猛兽兄弟则没有这个机会了。也许有人想把奥运吉祥物当收藏品保值增值,如果你买的是平昌特许商店里那些工业化大生产的产品的话,最好死了这条心,至少1988年汉城奥运会的吉祥物都还没赶上这样的幸运。

此外,英国央行此轮加息的一个重要原因是为了应对不断上升的通胀压力。自2016年6月英国举行“脱欧”公投以来,英国通胀率持续攀升。根据英国国家统计局发布的最新数据,去年12月英国通胀率为3%,虽然较去年11月的3.1%有所下调,但英国央行认为,由于国际油价走高,预计短期内仍将维持这一水平。

英国央行在最新的议会议纪要中表示,由于英镑自“脱欧”公投后大幅贬值导致进口物价上涨,英国通胀率持续高于央行2%的通胀目标。随着英镑持续走高,引发通胀的外部因素逐渐减弱,但内部通胀压力预计将增加。总体来看,通胀预计将逐渐回落,但仍高于通胀目标。

英国央行8日将今年英国经济增长预期从去年11月预期的1.5%上调至1.7%,但同时强调这一预测是基于英国“脱欧”顺利过渡。金融分析公司EY ITEM高级经济顾问霍华德·阿切尔对记者表示,英国央行货币委员会加息态度显然更趋鹰派。随着经济增长趋势进一步巩固,货币政策将持续收紧。

威廉斯说,美国经济能够承受美联储渐进的加息节奏,目前经济面临下行风险的可能性较低。他预计,今年加息三到四次是合适的。

俄勒冈大学经济学教授蒂姆·迪伊也指出,近期的股市波动还不足以改变美联储官员对经济前景和加息节奏的预测。首先,过去一年美国股市持续上涨,基本没有回调,因此在这种情形下,近期的回调是合理的。

迪伊还指出,本轮经济扩张较为全面,股市上涨并没有刺激某个行业出现投资过剩的情形。因此,在整体经济温和增长的情况下,美联储也没有必要因为股市波动而改变对经济前景的评估。

迪伊甚至认为,股市回调对美联储来说是好消息。他说,股市持续上涨有可能引发金融稳定风险,美联储可能会加快加息节奏来控制金融风险,但这样可能会导致经济出现“硬着陆”风险。

他说,股市回调可以缓解美联储对金融稳定风险的担忧,还能够适度降低金融市场的宽松程度,缓解经济过热风险,从而让美联储可以更自如地继续渐进加息,降低决策出错的可能性。

■ 海外观察

从北美两大展会冷热看中国产业虚实

□金皎皎

不久前,在华盛顿和一位顶级投资人士聊中国创新。这位在中国市场深耕二十多年的投资家坦言,“脱实向虚”依然是中国产业发展中值得警惕的问题。一方面,中国各种互联网创新热火朝天;但另一方面,制造业等实体产业的底子仍有待加强。

这一观点和笔者近期在美国的观察颇为契合。年初以来,美国举办了两场重要的展会,一个是1月初在美国拉斯维加斯举行的消费电子展(CES),超过1500家中国企业参展,一时间中国“特车”、中国“黑科技”备受瞩目。另一个是1月中旬在底特律举行的北美国际汽车展。笔者在展会上采访三天,发现参展中国企业只有寥寥两家,受关注度也相对较低。

在两大北美年度最重要的展会上,是什么造成这种“冷热”反差,而这种反差又折射出中国产业何种“虚实”问题,颇值得思考。无论是在CES,还是在底特律车展,其实有一个相似的关注焦点——未来。什么是汽车行业的未来?什么是汽车行业技术发展的未来?两大展会上参展厂商的答案大同小异:自动化和电动化。

不过,在CES上讨论的未来,和底特律车展上讨论的未来,却具有时间维度上的差别。CES上眼花缭乱的概念车和技术,瞄准的是10年、20年之后甚至是更远的未来。在这种由高科技企业所描绘的未来中,自动驾驶的电动车不仅是交通运输工具,也是移动娱乐终端、物联网一环、大数据来源……

而在底特律车展上,虽然企业也在谈论电动化和自动化的未来,但这种未来仅仅只是三五年、至多不超过10年的未来。无论是在本届展会上宣布投资110亿美元开发电动车的福特,还是带来纯电动i3、混合动力i8跑车的宝马,他们所考虑的未来是2022或2025。

不同的“未来观”带来对创新的不同理解。由科技企业主导的CES所展示的未来是颠覆性、革命性的。一些此前名不见经传的中国企业,一出现便带来令人为之惊叹的颠覆性产品,例如拥有横贯中控台50英寸巨屏的拜腾汽车。这就是为什么CES给人一种遍地“黑科技”的直观感受。

而在汽车厂商主导的底特律车展,未来更多是延续性的。在这里所看到的创新,是一种迭代创新,即通过一代一代产品升级来实现创新优化。

不同的未来观、不同的创新理念,其背后是不同的技术力量和不同的资本力量。在CES,引起国际关注的中国企业大多是科技创新企业甚至是初创企业,他们的背后是风险投资资本。有些企业参展,是为展示技术,展示可能性,也是为更好吸引风投融资。

而在底特律,参展的均为汽车专业领域的传统大企业,像福特、奔驰这样的企业都有超过百年的历史。以他们为中心,汇聚了无数零配件供应商、产业链、产业集群,其背后是产业资本。这些企业参展是为了展示产品,也是为了吸引更多消费者。

正是因为这种差别,CES上的很多企业很可能还没有做出一件能让消费者买单的产品,但他们可以吸引极大的关注,可能吸引到数额惊人的风险投资。这些企业即便失败,损失的只是创业人的热情和投资人的钱。

而在底特律车展上,所有厂商都在战战兢兢地做着实实在在的产品。如果产品失败、发展路线出现偏差,或者是一场经济危机,可能会毁掉一个百年企业;而一个企业倒下,背后是一整条供应链的倒下,是无数工人的失业。

中国企业在CES上的“熟”,与在底特律车展上的“冷”,由此可以得到合理解释。中国拥有大量具有全球背景、全球眼光的科技创新企业,拥有全球罕见的创新动力和企业家精神,中国企业和企业家都希望通过革命性的科技创新,来实现“弯道超车”。但中国的制造业基础和品牌建设,和美日欧相比仍有较大差距。

北美国际汽车展执行董事罗德·艾伯特对笔者说,中国企业在新能源、互联网和自动驾驶方面具有明显的“后发优势”。不过,要将这种优势转化为消费者愿意购买的具体产品,并通过合理供应链、合理产能以合理的价格生产出来,这对中国企业来说才是真正的难关所在。如果不能实现这种突破,那么在CES上的热潮只不过是“创新泡沫”罢了。

在CES上吸引眼球,需要有“拼故事”能力;而在底特律车展上吸引眼球,要有“微产品”能力。从拉斯维加斯到底特律,其实就是从“拼故事”能力到“微产品”能力的迈进。中国企业CES上大热,值得庆贺;但中国企业在底特律车展的冷清,同样值得深思。

回到最初的话题,北美两大展会中国企业的“冷热反差”所折射出的中国产业发展的“虚实反差”,有何警示意义?如果我们梳理一下中国的国际知名企业,会发现大多数可能都是并不生产具体产品的平台型企业,如最著名的BAT(百度、阿里、腾讯)。

这些企业的成功吸引了惊人的资本、人才和舆论关注,他们的共同特点都是创新性大于传承性。但另一方面,任何国家的实体产业基础,均是历史遗产大于任何国家。因此,在未来发展过程中,中国企业如何寻获一个合理的平衡点至关重要。