

试论伦敦奥运会对英国旅游业的影响

Theory on The London Olympic Games on British Tourism Impact

周婷婷¹,刁永辉¹

ZHOU Tingting¹, DIAO Yonghui¹

摘要:奥运会对举办国旅游业会产生重大的影响并且具有两面性,同时,举办国当时的经济背景也会成为影响其旅游业的一个重要因素。本文运用文献资料法、对比分析法、逻辑分析法等方法,分析了在受金融危机和欧债危机影响的英国,2012年伦敦奥运会将对英国旅游业产生的积极影响和消极影响,并提出了伦敦奥运会对我国旅游业的启示,以期为后续研究提供参考。

关键词:伦敦奥运会;英国;旅游业;影响

中图分类号:G811.21 **文献标识码:**A **文章编号:**1004-4590(2012)05-0048-04

Abstract: The Olympic Games host country tourism will exert a great influence and has two sides. Because of the Olympic Games, the same time, the economical background of the host country will be an important factor affecting the tourism. Using the literature method, comparative analysis method and logic analysis method, this paper analyze positive and negative effects of British tourism that the London Olympic Games will be on it in the UK by the financial crisis and the debt crisis in 2012, and puts forward the enlightenment to China tourism on the London Olympic Games, in order to provide a reference for the follow-up research.

Key words: The London Olympic Games; Britain; tourism; influence

1 问题的提出

入境旅游人数是衡量一个国家旅游业实力的一个很重要的指标,能客观地反映出该国旅游业当时的状况。2000年悉尼奥运会,澳大利亚的入境旅游人数从1998年到2000年,以平均每年14.04%的速度增长;2000年澳大利亚的入境游客创历史纪录达到4931万人;奥运会之后3个月内和两年里,入境游客人数与1999年相比,分别增长了15%和8%^[1]。2004年雅典奥运会,希腊入境旅游人数在2005年和2006年分别增长了5.60%和8.44%,只有1100万人口的希腊在2006年接待了创纪录的1570万旅游者^[2]。2008年北京奥运会,中国的入境旅游人数从2001年到2007年,以平均每年7%的速度增长,虽然2003年由于SRAS出现了一次负增长,但是随后的2004年增长高达19%^[3],奥运会之后的2010年和2011年,也分别增长了5.76%和1.24%^[4]。由此可见,奥运会对举办国旅游业会产生重大的积极影响。

然而,我们也应该看到,奥运会对主办国旅游业也会产生消极的影响。希腊旅游业在2002-2005年连续滑坡,特别是

2004年的奥运年,希腊游客人数不增反降,比上年减少了6%至10%,成为以往历届奥运会中的一个反常现象^[5],其主要原因之一是世界经济的疲软以及美元对欧元的持续贬值使外国游客特别是欧美游客减少。中国旅游业在2008-2009年也连续滑坡,入境旅游人数分别下降了1.40%和2.73%,其中外国人人数量分别下降了6.83%和9.82%^[6],其主要原因之一是金融危机使欧美等远程客源市场呈现全线下滑趋势。

奥运会对举办国旅游业会产生重大的影响并且具有两面性,同时,举办国当时的经济背景也会成为影响其旅游业的一个重要因素。2012年的英国饱受世界金融危机和欧债危机,经济萎缩不振且财政赤字严重,伦敦奥运会在这样的经济背景下,将会给英国旅游业带来什么样的影响呢?

2 伦敦奥运会的经济背景

受金融危机和欧债危机的影响,截至2010年3月的上一财政年度,英国政府的财政赤字达到了1454亿英镑,成为英国自二战以来最严重的财政赤字,已经相当于英国国内生产总值的11%,远超欧盟国家规定的3%上限^[7]。《经济人》杂志把英

收稿日期:2012-08-16

作者单位:1. 西南财经大学 体育部,成都 611130.

国列为2012年经济前景最为悲观的国家之一,预计今年经济增长只有0.6%左右,而失业率将高达8.8%^[8]。英国奥林匹克协会(2004)指出:伦敦奥运会预算已从2005年获得奥运承办权时的24亿英镑飙升到2007年的93亿英镑,但是英国在2012—2013年度却需削减190亿英镑支出以减少赤字^[9]。虽然英国政府目前正在实施严格的财政紧缩计划,大幅削减预算支出,然而英国政府仍然面临着严重的赤字和高额的奥运会预算支出,处境艰难,伦敦奥组委不得不勒紧裤腰带办奥运。

虽然处在十分艰难的经济条件下,但是英国很多研究机构和研究者对英国旅游业的前景却充满着信心。来自凯尼恩和帕尔默(2008)的一项研究^[10]显示,从2005年到奥运会结束五年后,伦敦奥运会预计收益的主要来源将是奥运场馆的兴建和奥运会对旅游业的推动产生的收益。由劳埃德银行集团(2012)进行的一项研究^[11]指出,从2005到2017年,英国预计从奥运会当中得到的总收益为165亿英镑,而奥运会结束后5年内由奥运场馆的用途转换和旅游人数持续增加所带来的收益约为50亿英镑,其中与奥运会有关的旅游业收益将达到20亿英镑。研究还指出奥运会将给英国带来总计1000万名的游客,其中包括120名万外国游客,而奥运会引发的“幸福效应”将大大促进包括旅游开支在内的消费开支。另据索恩利(2012)的一项调查^[12]显示,预计今年飞往伦敦的国际旅客接近1700万人次,消费金额总数将超过2100万美元。可以看出,尽管伦敦奥运会的经济背景令人担忧,但是我们有理由相信:伦敦奥运会将推动整个英国旅游业的发展并对其产生深远的影响。

3 伦敦奥运会对英国旅游业的积极意义

3.1 提升英国旅游业的品牌形象

英国的地理地貌和悠久的文化传统为旅游发展条件树立了良好的旅游品牌形象,在世界旅游目的地排名上列居前列,旅游业每年给英国生产总值的贡献,高达900亿英镑,如果算上供应链,贡献高达1150亿英镑,在英国国民经济中排名仅次于化工和金融^[13]。然而,近年来在海外游客选择旅游目的地上,英国的市场份额在缩小,正受到来自中国、马来西亚、土耳其等国家的强力竞争,英国越来越感受到保持其优势地位的压力^[14]。伦敦奥运会倒是为提升英国旅游业的品牌形象,提供了绝佳的契机。

一方面,在奥运会举办前后的7年间,举办地和举办国成为全世界瞩目的焦点,来自不同国家的大量记者的大强度、高密度采访报道,成为目前世界上规模最大的对举办地和举办国的宣传报道活动,其方式最为自然,影响极为深远,价值难以估量,是提升举办地和举办国旅游业品牌形象的一次绝佳机会。伦敦奥运会期间,共有来自180多个国家和地区的超过25000名的媒体记者对奥运赛事、伦敦和英国以及相关的各种事件进行了全方位的立体报道,其中大量报道与英国旅游业有着直接或间接的关系,为提升英国旅游业的品牌形象提供了外部动力。

另一方面,英国政府充分利用奥运会契机进行旅游规划部署和旅游宣传,为提升英国旅游业品牌形象提供了内部支持。伦敦市早在2005年底出台的《伦敦旅游业行动十年计划》(2006—2016)^[15]就全部围绕着伦敦奥运会这一主题,计划分为三个阶段,每一阶段都有明确的目标和具体的措施。英国文

化传媒体育部在2011出台的《政府旅游政策》^[16]提出的三大发展目标中,把伦敦奥运会作为英国旅游业的盛事来对待,制定了一系列的具体配套措施保障其顺利举行;在《政府旅游政策》中英国首相卡梅伦也明确表示,大力发展旅游业是英国经济增长战略的重要环节,并要求相关政府部门携手拟定英国旅游业发展战略。英国旅游局还在2011年发布了《伦敦奥运会旅游活动计划》,将奥运会与旅游进行捆绑宣传。

英国政府希望通过各种具体的举措使英国旅游业成为一个成熟、独立和自信的经济部门,提升其品牌形象。

3.2 促进英国入境旅游模式的升级

英国旅游业主要包括英国人的国内旅游、英国人的出境旅游和外国人的入境旅游,其中外国人的入境旅游主要包括休闲旅游、商务旅游和体育旅游,除了观光和购物式的包价旅游模式外,各种短期和多样化的自我包价旅游模式更受到来自英国核心客源市场的西欧国家和美国的旅游者的欢迎^[16]。虽然休闲旅游、商务旅游和体育旅游(模式)三者之间并非完全没有交叉和融合,但随着时代的进步和游客需求的提高,这种交叉和融合会变得更加广泛和深入。伦敦奥运会举办前后都会吸引数量巨大的游客来到英国,总体旅游需求多种多样,对旅游模式的选择也会呈现多样化的趋势,这将有效的促进英国入境旅游模式的升级。

英国政府也在为促进英国入境旅游模式的升级作出努力,其主要方向是希望将商务旅游和体育旅游相结合。英国的商务旅游模式比较成熟,每年都吸引数量众多的国际会议和展览来英国进行。为了适应新的市场变化,伦敦旅游局的内部架构已经调整,以往负责商务旅游、会务旅游的部门,已经更名为活动解决方案部门,究其原因,是伦敦旅游局对于商务旅游更宽泛的理解所致^[17]。这表明伦敦旅游局已经主动的将商务旅游模式进行泛化,与其它旅游模式进行交叉和融合,意味着英国旅游业现有的商务旅游正在走向升级之路。体育旅游模式在英国起步较早且已日趋完善。英国现有的众多世界顶级赛事,例如:温布尔登网球公开赛、英格兰足球超级联赛、英国银石赛道F1、伦敦田径超级大奖赛、伦敦铁人三项赛等,每年都吸引着大批的入境游客前来观赛和旅游,而伦敦奥运会的吸引力更是让游客如织。英国伦敦旅游局高级代表、传播总监肯·凯琳早在2008年就表示希望将商务旅游和体育旅游相结合,做出一个打包的方案,让即使是来做生意的人,也获得一份关于这个城市的体验;伦敦旅游局也已经与奥组委和一些赞助企业达成了合作协议,一是在赞助商的贵宾招待活动中,旅游局为其提供旅游解决方案,二是加深赞助商奥运城市营销的深度^[17]。由此可见,英国政府希望借伦敦奥运会来促进入境旅游模式的升级,满足更多样化的旅游需求,以期吸引更多的外国人前来英国旅游。

3.3 加快英国旅游业新兴市场的开拓

来自英国旅游业(2010)的一份报告^[14]显示,旅英客源市场主要集中在美国、爱尔兰、德国、法国和西班牙,受金融危机和欧债危机的影响,2009年旅英海外游客数下降至2990万,比2008年下降了6个百分点,虽然报告称预计到2014年,来自五大客源国的游客数目将会有大幅增长,估计增加330万人次,但是报告中明确表示:中国、巴西、俄罗斯和印度——即“金砖四国”的旅英游客数目将实现跳跃式的增长,预计到2014年来自中国的旅英游客将会增长89个百分点。肯·凯琳也曾表

示,包括中国、印度、俄罗斯等国在内的新兴市场是他们最新的增长点,预期的22亿英镑奥运旅游收入中,很大一部分将来源于新兴市场^[17]。伦敦奥运会为加快英国旅游业新兴市场的开拓提供了很好的机遇。

英国旅游局中国区媒体和公关专员刘惠心认为,伦敦奥运会对英国旅游来说是个千载难逢的机会,利用这个机会开拓中国市场已经成为英国旅游局的一个战略^[18]。为此,英国旅游局实施了一系列措施来吸引中国游客赴伦敦旅游,例如:英国旅游局开通了中文官方微博;在中国12个城市设置了签证中心;新增和增开了广州和北京直飞伦敦的航线等。2011年11月,英国旅游局战略和传播总监叶佩茜女士率领英国旅游业代表团造访北京,成为近年来英国旅游业最大规模的在华集体亮相,叶佩茜女士透露,2010年中国游客整体赴英人数已达127000人次,相比2009年增长了22%,而截至2011年9月份,英国入境中国游客相比去年增长了23%^[19]。英国文化、奥林匹克、媒体和体育大臣杰里米·亨特在2012年8月宣布,一项主要针对中国市场的“后奥运旅游”综合推广项目将于2013年启动,届时英国将在全世界9个国家的14个主要城市投放总价值约800万英镑的商业广告和推介活动,其中以北京和上海为主要目标^[20]。种种迹象表明,英国政府非常注重对旅游业新兴市场的开拓,而伦敦奥运会成为加快以我国为主的新兴市场的开拓的良机,其目的是在受金融危机和欧债危机的影响,传统客源市场萎缩的情况下吸引更多新兴市场的游客前往英国旅游。

3.4 推动英国旅游业支持系统的完善

根据邹统钎和彭海静的统计^[5],悉尼市为了举办2000年奥运会,在旅游业支持系统之一的基础设施建设上投入了约30亿澳元的资金,极大的改善了悉尼的城市环境。2004年雅典奥运会,一方面,希腊政府在奥运场馆和相关设施上的直接投资就超过60亿欧元,欧盟还为希腊的某些通信和基础设施工程提供了20亿欧元的资金,同时,光在雅典就修建了总长超过40公里的市郊铁路和25公里的电车线路;另一方面,希腊政府将原先一些限制旅馆业发展的政策取消,除了已有的酒店进行改善和维护外,还新增四星和五星级酒店床位5000多张。希腊旅游业的支持系统因此得到了极大的完善。根据郭瑞华和郭建松的统计^[21],为举办2008年奥运会,北京市在2007年之前计划投资约1000亿元人民币来完成20项治理城市环境的重大工程,其中包括到2008年计划新增7条轨道交通线路,总长达到191.9公里,并沿“五河十路”两侧建设230平方公里的防护林带,在市区建成120平方公里的三道绿色屏障工程等。另据中国政府下属的奥林匹克研究中心(2012)的估算,北京奥运会总开支总花费约是合人民币2900亿元,其中,用在道路交通等基础设施方面约人民币1800亿元。巨大的资金投入推动了我国旅游业支持系统的完善。

2012年的英国由于受到金融危机和欧债危机的影响,加上已是第三次举办夏季奥运会,所以本着精打细算的原则进行基础设施的投入,例如在新建场馆中,只有7个为永久场馆,其余的临时场馆将在奥运会结束后拆除。即便如此,根据奥运交付管理局年度报告和账目(2012)的报告^[22],英国政府投入65亿英镑改善和扩充伦敦公共交通的基础设施建设,包括对伦敦地铁站、地铁线路和轻轨进行扩建与提速等。按照英国政府的承诺,共有10条不同的地铁、城铁和轻轨线在奥运期间与奥运村

相连,每小时总客运能力达到24万人次。伦敦市政府除了改善公交系统,缓解拥堵外,也在污染和空气质量上进行改善,2005年申奥成功后,伦敦市政府就承诺:2012年奥运会期间使伦敦的空气质量达到欧盟标准。此外,伦敦市政府还在安保上投入了大量资金以防止恐怖袭击,2007年英国制定的奥运安保政府预算为6亿英镑,2011年底上升为7.55亿英镑,用于各赛场查验提包、安装栅栏以及进行场馆周边搜查等,此数额还未包括3亿英镑的为应付紧急状况而可以动用的备用安保经费。总体而言,英国政府在基础设施建设、城市交通状况、安保等方面做出了投入与改善工作,推动了英国旅游业支持系统的完善。

4 伦敦奥运会对英国旅游业的消极影响

首先,奥运会期间,大量游客、记者、运动员等人员集中涌入比赛地点,人数剧增造成的当地交通拥挤和物价上涨,容易产生“挤出效应”,即由于奥运会的举办使得原本计划到举办国或举办地的旅游者为了躲避奥运会而放弃原来的计划或改到其它地方旅游。2004年雅典奥运会就是典型的证明,在奥运期间,雅典的生活费和酒店的价格上涨了近两倍,外国游客减少了5%,旅游收入减少了15%,而邻国土耳其的旅游收入却上涨了37%^[5]。欧洲旅游经营者协会(2010)的一份的研究报告^[23]就从奥运会酒店需求方面证明了“挤出效应”所带来的“高期望与低需求的灾难性组合”,报告援引对比了悉尼、雅典和北京奥运会的预期与实际来访人数,指出实际来访人数比预期的都少很多,雅典的差额高达8.6万人,并预言伦敦也难幸免。那么,这种对旅游业的消极影响也会在伦敦奥运会期间出现吗?

伦敦奥运会期间,虽然比赛地区(伦敦东区)旅游业一片兴旺,但是伦敦旅游业呈现整体下滑态势。英国《独立报》7月31日的一篇报道^[24]显示,奥运会使除伦敦东区外的其它地区的旅游业下滑:奥运第一周,伦敦市中心(西伦敦)的人流量比去年同期减少了约11%,餐馆交易额下降了约40%,剧院、电影院票房收入减少了约30%,大英博物馆、伦敦塔等著名旅游景点游客人数少了约30%,伦敦出租车业务下降了约20%到40%,出租车司机们将伦敦称为“鬼城”。即使今年到伦敦东区的游客比去年增加了4万多人,根据英国《金融时报》报道^[25],此次奥运会吸引了约10万名外国游客,已经高于伦敦以前举办的两届奥运会,但是此数量也只是一般年份的三分之一。究其原因,主要是欧债危机令前往英国旅游的欧洲游客大为减少以及旅游成本上涨造成的旅游人数减少。另据英国入境旅行商协会(Ukinbound)2012年8月13日称,它调查超过250家旅行社、酒店和旅游景点后发现,不仅伦敦,88%的英国旅游相关企业奥运期间收入比去年同期略有减少^[26]。截止到目前为止,伦敦奥运会产生的“挤出效应”对英国旅游业的消极影响已经显现,它使伦敦奥运会期间伦敦和英国的旅游业呈现整体下滑态势。

其次,为了抢占奥运会商机,数量众多的旅游企业集中的、高密度的旅游促销活动造成的供给过剩和资源闲置很难在短期内得到消化,容易产生“膨胀效应”,造成后奥运时期旅游人数的下降。欧洲旅游运行商协会(2006)分析了汉城、巴塞罗那、悉尼和雅典奥运会的国际游客后指出,在奥运会开幕前主办地国际游客迅速增加,但在后奥运时期,除了巴塞罗那在奥运会后第二年国际游客有所增加外,其它举办地的国际游客抵

达人数均有所减少^[5]。北京在奥运会后第二年同比减少了2.73%，其中外国人同比减少了9.82%^[6]。截止到目前为止，伦敦奥运会是否会产生“膨胀效应”以及它在奥运会之后第二年对旅游业的影响如何，我们不得而知，只有留待后续研究。

5 对我国旅游业的启示

在这样的经济背景下，伦敦奥运会仍然对英国旅游业产生了重大影响，其积极影响的4个方面：提升英国旅游业的品牌形象，促进英国入境旅游模式的升级，加快英国旅游业新兴市场的开拓，推动英国旅游业支持系统的完善。这对我国如何充分利用综合性大型体育赛事发展旅游业，提供了有益的启示：

5.1 结合我国旅游业的实际情况，制定旅游业行动计划和具体措施并逐步实施，提升我国旅游业的品牌形象。

5.2 提供差异化的旅游服务和多样性的旅游模式，加强标准化与规范化管理，注重市场反馈并及时作出调整，满足不断变化的市场需要。

5.3 注意对旅游业的调查研究，找准市场定位，发现市场变化，开拓新兴市场，以应对不断变化的国际形势和客源市场。

5.4 加强国家宏观调控和旅游业内部调控的结合，对重大节庆事项的“挤出效应”和“膨胀效应”，提前作好应急行动预案，积极应对突发情况，提升我国的旅游品牌形象。

参考文献：

- [1] Australia international tourist arrivals statistics(1998—2002), Tourism Research Australia.
- [2] 梁业倩. 希腊经济依然获益于2004年雅典奥运会[DB]. 新华社多媒体数据库, 2007. 08. 16.
- [3] 徐一帆. 中国贸易外经统计年鉴2008[M]. 北京: 中国统计出版社, 2008.
- [4] 国家旅游局政策法规司. 2010年/2011年1—12月来华旅游入境人数(按入境方式分). 中国国家旅游局, 2011. 03. 25/2012. 02. 21.
- [5] 邹统钎, 彭海静. 奥运会的旅游效应分析—以悉尼奥运会及雅典奥运会为例[J]. 商业经济与管理, 2005(04).
- [6] 国家旅游局政策法规司. 2008年/2009年1—12月来华旅游入境人数(按入境方式分). 中国国家旅游局, 2009. 02. 18/2009. 01. 19.
- [7] 王振华. 英国下调上财年赤字至1454亿英镑[DB]. 新华社多媒体数据库, 2010. 5. 21.
- [8] 江红. 女人长裙和英国经济[DB]. 新华社多媒体数据库, 2012. 7. 26.
- [9] British Olympic Association, 2004, London 2012: response

to the questionnaire for cities applying to become candidate cities to host the Games of the Olympic and the Paralympic Games 2012.

- [10] Kenyon, J. & Palmer, C. Funding and Sponsorship: the Commercial Impact of the 2012 London Olympic Games—Some Considerations, [J] Journal of Qualitative Research in Sports Studies, 2008, 2(1): 29—44.
- [11] Oxford Economics Commissioned, The Economic Impact of the London 2012 Olympic & Paralympic Games, 2012, Lloyds Banking Group.
- [12] Thornley, A. The 2012 London Olympics, What Legacy? [J]. Journal of Policy Research in Tourism, 2012, 4(2): 206—210.
- [13] 王涛. 英国: 旅游业拉动发展[N], 经济日报, 2012, 01, 14(07).
- [14] VisitBritain, 2010, OVERSEAS VISITORS TO BRITAIN, Understanding Trends, Attitudes and Characteristics.
- [15] 吴伟, 代琦, 蒋革新. 伦敦旅游业行动计划(2009~2013)介绍[J]. 现代城市研究, 2010, (06).
- [16] John Penrose, Government Tourism Policy, Department for Culture, Media and Sport, 2011, 03.
- [17] 袁雪. 来华开拓新兴市场, 伦敦旅游欲借奥运掘金22亿英镑[N]. 21世纪经济报道, 2008, 06, 23(34).
- [18] 刘竞超. 英国旅游局相关负责人: 开拓中国市场是战略重点[N]. 华商晨报, 2012, 04, 18(12).
- [19] 李卓. 前三季中国赴英旅游人数增长23%[N]. 新商报, 2011, 11, 24(22—23).
- [20] 骆珺. 英国主攻中国市场 推广“后奥运旅游”[DB]. 新华社多媒体数据库, 2012, 08, 15.
- [21] 郭瑞华, 郭建松. 2008年北京奥运会对中国旅游业的影响研究[J]. 内蒙古体育科技, 2006, 01(19).
- [22] Olympics Delivery Authority, Annual Report and Accounts 2011—2012, 2012.
- [23] ETOA Report, 2010, Olympic Hotel Demand, Sydney Athens Beijing, 2010, 09.
- [24] Peter Odman. London tourism struggles during Olympics [N]. The Independent, 2012, 7, 31(9).
- [25] James Pickford, Jim Pickard. Games turn London into ‘ghost town’[N]. Financial Times, 2012, 7, 30(08).
- [26] 朱超. 英国奥运旅游不及预期[DB]. 新华社多媒体数据库, 2012, 08, 14.