

# 服务经济将领跑北京后奥运经济

■ 资讯快报 ■

## “畅想绿色未来奥运城市之旅”沈阳站启动

**本报讯** 由环境保护部宣教中心和大众汽车集团(中国)共同发起的“畅想绿色未来奥运城市之旅”日前走进沈阳市,向当地中小学生和绿色学校的环保教育工作者传递最新的环保知识和奥运理念。

环境保护部宣教中心相关负责人表示,希望此次活动给青少年朋友带来科技环保概念,让孩子们在轻松愉快的环境中学到知识,在互动体验中深入了解“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”理念。

据了解,“畅想绿色未来奥运城市之旅”是“畅想绿色未来”环境教育行动的重要组成部分。该活动旨在更好地利用奥运契机提升广大青少年的环保意识,并为他们提供近距离体验奥运精神、感受奥运文化的平台。

石岩

## 青岛完善环保生态建设体系 打造“绿色奥运”

**本报讯** 日前,奥帆赛承办城市山东省青岛市出台《青岛生态城市建设规划》及相关环保规划,建立和完善环境保护和生态城市建设目标责任考核管理体系,努力打造“绿色奥运”。

2008年北京奥运会促进青岛环保事业快速发展。青岛市环保局相关负责人介绍说,青岛的环境在这5年中变化很大,对环保的投入不断增加,环保投资额达328亿元。青岛的GDP以每年16%的速度增长,但排放污染物的比例不断下降。其中,声环境质量保持稳定,目前青岛市区区域环境噪声平均等效声级为53.3分贝,属于良好等级。奥运比赛区8个国控监测点位昼间和夜间噪声等效声级均达到相应标准要求,功能区达标率为100%。

## 北京市科委推动 奥运科技成果惠及百姓生活

**本报讯** 为促进奥运科技成果推广,北京市科委近来积极开展了一系列工作,使百姓生活受惠于奥运科技成果。

首先,利用奥运科技成果满足百姓生活需求。作为奥运科技成果,“听网”手机软件可满足市民对奥运体育信息的需求,其中开辟的“奥运专题”创造了全新的互联网体验方式。

其次,利用奥运科技成果满足百姓科技需求。北京市科委与8个国家级科研院所合作,依托北京奥运村科技园在天体科学、地球科学和生命科学等领域的学科优势,搭建科普教育平台,形成了具有特色的科普教育体系。

第三,利用科技创新改善百姓生活质量。通过资源化利用,开展脱硫石膏的综合利用,可消纳北京市电厂烟气脱硫产生的六成以上的脱硫石膏。在大型公共建筑节能方面,“高效节能、低污染天然气锅炉系统”、“水泥厂和电厂的余热余热发电”等科技成果的推广年可节约230万吨标准煤,使北京市能源消耗总量降低4%。

## 三星发布绿色经营和 奥运宣传馆设计计划

**本报讯** 日前,奥运会无线通信设备领域全球合作伙伴及2008年北京奥运会火炬接力全球合作伙伴三星公司为配合“绿色奥运”理念,发布以“三星奥运宣传馆”为中心的“绿色三星”战略,并宣布其绿色建筑核心设计者清华大学梁德祥教授为三星奥运环保大使。

三星公司宣布,将通过经营绿色化、产品绿色化、事业绿色化及地区社会绿色化等全方位体现“绿色三星”战略。三星中国公司将采取一系列措施贯彻该战略,如将2008年定为绿色经营年、新设绿色经营推进部、推举环境保护专家和开发环保新产品等。三星公司计划在奥运宣传馆内更多地体现绿色元素,包括制作一个由易拉罐、废干电池等废弃物构成的绿色希望之树,设计利用太阳能为手机充电的装置,运用波纹纸充当墙面等绿色环保内容。

蔡燕兰 蒋佩芳

更加稳定。理论上,服务经济是供需平衡的,不应出现传统经济的短缺与过剩现象,也就不会出现以生产过剩为特征的经济危机。

在服务经济发展逻辑下,中国经济当前发展的资源环境和人口难题都将迎刃而解。目前在中国整体服务业比重只有30%左右的大环境中,北京服务业比重已经达到中等发达国家水平,将引领北京后奥运经济大放异彩。

统计数据显示,1997年北京服务贸易总额为102亿美元,2006年达到374.7亿美元。北京服务贸易总额在全国所占份额越来越高,北京以全国4%左右的经济总量支持了全国19%左右的服务贸易总水平。这个比例充分说明北京的服务业,特别是服务贸易已经在全国处于重要地位。

鉴于服务贸易对转变经济增长方式、平衡贸易结构的重要性,我国政府已经把服务贸易作为发展重点,提出2010年服务贸易总额达到4000亿美元的目标,意味着服务贸易每年增速在20%左右。这为北京未来利用服务业优势地位,增强服务业的国际竞争力提供了巨大空间。

陈剑说,举办奥运会对一国和赛事所在地的服务业推动最为明显。北京正在利用举办奥运会的机会,发掘壮大新的经济增长点。北京已经确定了体育、旅游、会展、文化创意等服务产业作为后奥运时期新的经济增长引擎,其中体育和文化被置于首要位置。

北京市发改委副主任王海平表示,北京举办2008年奥运会是推动体育产业发展的有利契机,北京鼓励外资投资体育产业,同时加快培育体育品牌企业集团和大型体育赛事。从2007年开始,北京市财政每年分别投入5亿元,作为文化创意产业和体育产业发展的引导资金。



展规划中,多年来一直位列第一的现代制造业让位于现代服务业,提出将服务业比重提升到发达国家水平。

改革开放后,包括北京在内的全国许多地区都在推进结构调整,退二进三是历史必然,奥运会的筹备工作有力促进了北京经济结构调整。北京奥运经济研究会副会长陈剑认为,北京在筹办奥运会之初就提出了“绿色奥运”口号,这对以资源消耗为代价保持经济高速增长的中国具有非常现实的意义。

为实现“绿色奥运”承诺,北京制定了重工业提前退出的时间表,以首钢、北京焦化厂为代表的一批重工业先后搬迁,一些高耗能、高污染的工厂关停并转,腾出的土地用于引进更多的跨国公司总部、金融、物流以及建设文化创意产业园区。

北京经济结构的调整,其实是完成了增长方式转变,北京经济发展质量得到提升,GDP总量不降反升。2006年1

月,全国2004年经济普查结果公布,由于增加了服务业核算指标,修正后的北京GDP总量净增41%,GDP总量在全国的排名从之前的第15名一跃成为第10名,排名升幅居全国之首。

2007年7月,国家统计局宣布,全国29个省份(不含西藏)中,只有北京完成了2006年单位GDP能耗降低4%的目标任务,而同期北京GDP增长达到12.8%。

季铸表示,实践证明,北京的资源使用效率已经名列前茅。在服务经济的发展逻辑下,北京已经探索出一条解决资源瓶颈和环境压力的道路,同时其支撑经济发展的人才效率、社会效率都将在后奥运时代迎来一个和谐的机制。

## 服务经济领跑后奥运经济

当一个社会以人力资本为基本要素增长时,它就进入了服务经济时代。与农业经济和工业经济相比,服务经济增长

## 北京奥运黄金品牌效应吸引世界顶级企业

**本报讯** 正在进行的奥运火炬传递意味着2008年北京奥运会越来越接近。与此同时,众多世界顶级企业与北京奥运会融合后的黄金品牌效应日渐凸显。

北京奥组委的市场开发工作十分顺利,2008年北京奥运会赞助企业包括可口可乐、源讯、通用电气、强生、柯达、中国银行、中国网通、中国石化、中国石油、中国移动等世界和国内顶级企业。

企业通过赞助2008年北京奥运会在中国获得了强劲的发展势头。根据联想集团提供的数据,通过3年多的奥运营销,联想在中国市场上的知名度上升了15%,美誉度上升了19%,在英国、澳大利亚等海外市场的品牌知名度和美誉度也大幅提升。

在与北京奥组委的合作过程中,通用电气公司不断丰富和完善整合营销理念和管理体系。通用电气公司北京奥林匹克业务总裁金飞翔说:“从北京奥运会获得的经验进一步提高了我

们的能力,使我们能够为客户提供复杂、针对性强的解决方案,我们已将同样模式应用于上海世博会等重要项目。”

中国银行等国内赞助企业也利用北京奥运会获得了巨大的发展空间。中国银行董事长肖钢认为,经过2008年北京奥运会的磨砺,中国银行的金融服务能力和水平将得到跨越式的全新发展。

2008年北京奥运会何以蕴含如此巨大的商业价值?国际奥委会前市场总监迈克·佩恩认为,这是中国经济处于高速增长期以及奥运会首次在中国举办双重背景下的必然结果。

一个有趣的事件是,2008年北京奥运会筹办期间,世界物流巨头UPS重新回到奥运会赞助商行列。UPS曾连续赞助过1996年亚特兰大奥运会、1998年长野冬奥会和2000年悉尼奥运会,悉尼奥运会后退出奥运会赞助商行列。UPS重回奥运会赞助商行列,从一个侧面反映出2008年北京奥运会以及中国市场

对全球企业的巨大吸引力。

UPS公司亚太区资深副总裁铂利说,中国对UPS而言是一个非常重要的市场,UPS渴望通过赞助2008年北京奥运会进一步开发这个世界上最大的潜在市场。

北京奥组委市场开发部部长袁斌说,一方面,奥林匹克的品牌价值不断提升,企业越来越意识到奥林匹克市场营销平台的作用强大;另一方面,庞大而充满活力的中国市场具有强大的吸引力,高速发展的中国经济使得奥林匹克品牌的内容更加丰富。

袁斌分析说,活力十足的中国市场不仅使奥运市场开发获得了前所未有的成果,还谱写了奥运市场开发的新篇章,如以中国庞大的互联网和手机用户为背景,搜狐成为奥运史上首家互联网赞助商,国际奥委会首次进行互联网和移动平台的转播版权招标等。这些都是继电视转播权招标后,奥运会在中国因技术革命而获得的一个又一个历史机遇。

汪涌

## 原声道

## 网络广告两月逾1.3亿元 奥运赞助商或预算超支

**本报讯** 尼尔森旗下AdRelevance近日发布的《2008年1-2月中国网络广告市场研究奥运广告主报告》显示,奥运会顶级赞助商、2008年北京奥运会合作伙伴、2008年北京奥运会赞助商3个级别的32家广告主中有20家广告主今年1月份投放了网络广告,价值合计超过8700万元;2月份投放网络广告的广告主减至15家,总价值超过4600万元。

三星中国公司总部公共经理邹凯表示,广告投放数字作为企业的商业机密不可能轻易被外界获知,统计

机构可能是通过网络广告报价获得有关数字的,“但在实际操作中,这种广告报价极有可能缩水”。海尔集团负责广告项目的一位高层人士表示,“这些网络广告数据与实际投放数据非常不一致”。但业内人士同时表示,相比传统的广告投放方式,网络广告吸引了一大批网民的眼球,“我们将继续增加网络广告投放量”。

不过,体育业内人士认同尼尔森的数据。国内某知名帆船赛事组委会市场部负责人刘开运认为,按照某网站消息对话框跳一次价值40万元的价位计算,这些奥运会赞助商网络广告费用与尼尔

**面对各种发展瓶颈和难题,我国各地转变经济发展方式的要求更加迫切。北京通过结构调整走出了一条以服务经济为特征、突破资源瓶颈和环境压力的道路,同时其支撑经济发展的人才效率、社会效率都将在后奥运时代迎来一个和谐的机制。**

放缓。摩根斯坦利投资银行亚洲主管罗奇甚至预测美国经济将出现明显衰退,“当美国消费者遭遇麻烦时,将会对世界经济造成严重影响”。

作为世界工厂,中国经济的对外依存度在2008年将进一步增强,加上奥运会的巨大宣传效应,将使中国经济与全球经济更加休戚与共。当前全球经济失衡加剧、增速放缓;美国次级抵押贷款危机影响蔓延,美元持续贬值;国际市场粮食价格上涨,石油等初级产品价格高位运行,这些都可能对中国经济发展带来不利影响。

## 筹办奥运加速经济结构调整

面对各种发展瓶颈和难题,我国各地转变经济发展方式的要求更加迫切。而奥运主办城市北京率先破题,通过结构调整走出了以服务经济为特征的“北京道路”。

在脆弱的环境承载能力、国家首都的功能要求以及筹备奥运会的国际责任等诸多因素作用下,北京服务经济的发展主线日益明朗。2001年北京服务业比重为61%,目前已经达到71%。2006年制定的北京“十一五”发

展规划中,多年来一直位列第一的现代制造业让位于现代服务业,提出将服务业比重提升到发达国家水平。

## 2008 看点

## 江苏众多专利产品走进北京奥运

**本报讯** 在“科技奥运、绿色奥运、人文奥运”理念的支撑下,江苏省众多拥有自主知识产权的专利产品成功叩开2008年北京奥运会的大门。

2008年北京奥运会主场馆“鸟巢”首次采用太阳能电力这一绿色能源。由无锡尚德太阳能电力有限公司自主研发并向国家体育场独家提供的太阳能光伏发电系统,总投资1000万元。在“鸟巢”的12个主通道安装具有世界先进水平的太阳能光伏发电系统,总装机容量130千瓦,对奥运场馆电力供应将起到良好的补充作用。

为实现“科技奥运、绿色奥运”的目标,北京2007年实施了“混合动力公共汽车示范”项目,首批已有10辆混合动力公交车示范运行,并将有数

千辆混合动力汽车服务于2008年北京奥运会。春兰(集团)公司依托专利产品动力镍氢电池组及其管理系统,一举拿下该项目70%的供货合同。

江苏永益铸管股份有限公司凭借其专利产品合金钢支架节点、支座,成为2008年北京奥运会六大场馆建设中该产品的唯一供应商。江苏中盛光电有限公司拥有多项专利的太阳能光伏追日发电系统近日也在2008年北京奥运会沙滩排球场馆正式并网发电。北京奥运会游泳池、跳水馆专用的消毒剂是由靖江康爱特化工制造有限公司生产的优力洁牌溴氯化物消毒剂,这是目前国内唯一的非氧化消毒剂,已获国家专利。

吴红梅

## 新型电动环保车助力奥运交通

**本报讯** 2008年北京奥运会期间,50辆新式绿色环保的电动公交车将供运动员、记者、志愿者等在奥运村、媒体村、中心场馆群乘坐。

新客车银灰色车身,座椅的摆放和高度与普通公交车相比有所调整。锂电池奥运客车项目主要负责人、北京京通客车公司总工程师助理兼技术中心主任王砚生介绍说:“一般公交车的座椅高度是450毫米,这款电动车我们将座椅调整到适合高个运动员的高度,而且座椅间的间距也有所增大,方便乘客进出。”新客车前方的座椅是面对面摆放的,中间可以开放两只轮椅。

新客车采用一排细长的长方形小孔作为通风口。“原来的出风口对着乘客,容易使乘客头疼,而且冷风不均匀,整个车不会特别凉爽。现在改用细长型风口,风在车窗上形成一层风幕,将车内与车外隔开,这样乘客就不会头痛,而且更省电”。

司机前方有一个显示屏,电池的耗电量等全部信息清晰地显示在显示屏上。王砚生表示:“这款电动车最先进、最核心的技术是电池和CAN总线的应用。过去电池在车上充电,电流大量进入电池的过程中存在许多危险。现在我们在车下给电池充电,而且在世界上首次实现了电池的快速更换,电池的充电、检测、维修都在车下,电动车运行的安全性提高很多。CAN总线在全国的广泛应用也是首例,它能实现网络信息数据传输,同时对客车实时监控。客车发生危险时,CAN总线会强制客车停止或减速运行,进一步提升客车的安全性。”

环保节能的锂离子电动车因为造价高、电池耗损量大,此前未得到广泛应用。2008年北京奥运会期间,将是世界上第一次大规模使用锂电池电动车。奥运会结束后,这批电动车将成为城市公共服务用车。

宋雯

张能

2008年北京奥运会筹备工作有条不紊地进行之时,外部经济环境正在经历剧烈的波动。全球经济增速放缓、国际油价高涨、股市疲软……这对北京后奥运时代经济走势有何影响?北京在后奥运时代又将如何面对这些经济发展难题?

## 经济发展瓶颈凸显

尽管举办奥运会将给中国经济带来一系列利好,但世界经济波动以及中国经济发展深层问题日益凸显,将使奥运会后中国经济运行面临更加复杂的局面。

近来,物价上涨备受关注。国务委员马凯说,当前物价上涨除了结构性驱动外,土地、劳动力、资金等要素价格以及能源、资源类产品价格也是趋升的,环境损害成本过去未计入价格,现在也要逐步计入成本,所以成本推动型价格上涨压力也非常大。此外,2007年中国农业经济增长仅3.7%,服务经济同步增长11.4%,都低于工业经济13.4%的增长速度。越来越多的现象表明,后奥运时代中国经济发展中的深层次矛盾将日益突出,挑战日益凸显。

北京工商大学世界经济研究中心主任季铸认为,工业经济不断扩张的中国在取得巨大经济增长的同时,资源更加紧张,环境不断恶化,贫富差距扩大,付出了巨大的资源环境和社会代价。2008年中国经济将面临增长放慢、通货膨胀双重难题,面对经济滞胀陷阱。

2008年世界经济波动的可能也在加大。2008年年初参加达沃斯世界经济论坛的2500名代表普遍认为受美国经济拖累,今年世界经济增速将