

# 北京奧運與中國經濟發展

從1993年北京第一次正式申辦奧運會算起，到2008年8月8日體操王子李寧最終在鳥巢點燃奧運聖火，中國人用了整整十五年才迎來了奧運盛會。十五年間，中國和世界都發生了天翻地覆的變化，而中國的發展和中國的崛起無疑是這個世界最大的變化之一。

今天的中國在奧運勾畫的橫縱坐標下，從競技體育的角度回顧分析中國經濟的發展思路和發展模式，當真別有一番意味。

## 中式開幕與西式建築

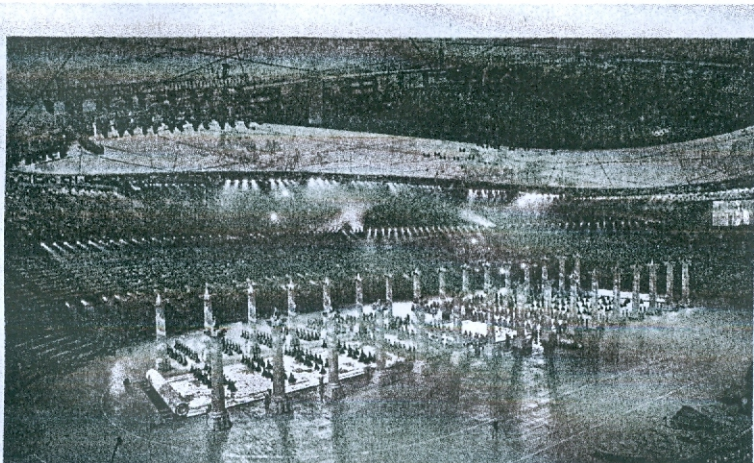
在全球矚目的奧運開幕式上，中國傳統文化元素作為開幕式的主基調，被發揮到了淋漓盡致的水準——文房四寶、飛天神女、歷史畫簡，以及隨後的按照簡化漢字順序安排各國運動員入場。

這一由繁複的中國文化符號統帥的奧運開幕儀式，與舉辦這一儀式的鳥巢建築本身，形成了強烈的對比。而中國傳統文化的雅致雍容的內涵，與現代奧運體育的對抗搏擊，也在無意之間形成了一個難以逾越的文化對壘。

兩者的對立隱喻了當代中國的發展階段和發展模式——形而上的努力學習、借鑒西方制度結構等外在架構，與形而下的根深蒂固的傳統意識與思維模式，共同構成中國目前的社會基礎和驅動力量。

兩種力量的衝撞與融合，構建了理解中國當下制度演進和現實操作的一個有效框架。正如在內地的公司管治實踐中，外在形式上完備的公司組織形式和結構設置，在實際公司運作中的效力和效果，無法通過單一的制度規範的緯度加以預測，必須考慮到內地傳統的人際行為方式的強大影響。

競技體育是和平時期的戰爭。奧運會作為地球上規模最大的綜合運動會，有意無意之中充當了一個衡量各國社會發展水準和標誌一個國家發展階段的坐標體系。首先是奧運主辦權本身構成的一個縱向的歷史坐標體系——這也是中國申辦奧運的主旨



以傳統文化元素作為開幕式的主調



中國出口產業中的紡織、玩具及五金，如同乒乓球、跳水及羽毛球，領先優勢明顯，但行業帶動效應不夠。（彭博圖片）

所在：通過舉辦奧運，綜合展示自身國力和振奮民族精神。從中國所處的東亞來看，這一規律更為明顯。日本於1964年舉辦奧運會，南韓則是1988年，中國2008年，三者之間二十年左右的一個舉辦時間差，也大體反映了三個國家之間的經濟發展水準之差。

日本和南韓舉辦奧運之後，經濟發展加速進入一個成熟強大的階段，奧運本身的廣告效應也催化了這兩個國家的一些世界級企業的誕生。從這一角度而言，中國今天舉辦奧運會，近似的標誌着中國經濟發展到了一個基本可以與世界對話的階段；中國企業也發展到了一個自我突破的階段，能否產生一批世界級企業，雖然不是這次奧運會本身可以決

定的，但是從時間視窗上看，未來五到十年，應該是這些企業成批出現的合理檔期。

## 金牌榜與GDP

奧運期間，最為重要的資訊恐怕是各國的金牌榜莫屬。而綜合來看，美國一強領先、中俄兩國緊隨其後的整體格局不會有根本改變，當然也不排除中國憑藉主場之勢獨佔鰲頭。

但是，從世界體育的整體競爭力來看，美國仍具有較大的優勢。美國作為一個移民國家，在人種組成上先天的優勢，是其他國家的競技體育無法比擬的。這一點在其經濟發展和商業實踐中，也得到了充分發揮。而中國的傳統文化中的多元化基因，在長期的大一統帝王思維下凝固了，如何在文化碰撞中，為中國的經濟發展融入更多的多元緯度，恐怕不僅是個經濟問題，更是社會文化問題。

從金牌榜的金牌項目分布來看，應該清醒地認識到中國的金牌總數無意之間誇大了中國體育的實際競爭力，正如中國GDP的總量誇大了中國經濟的實際競爭力一樣。以四年前的雅典奧運會為例，取得金牌的大戶是乒乓球、跳水、羽毛球、體操和舉重等，而在基礎性的田徑項目，只有劉翔捍衛了中國作為體育大國的榮譽；在具有代表性的足、籃、排中，如果沒有女排的輝煌，中國將難逃尷尬。

同樣對於中國GDP的結構分析，也會引發出對於類似結構失衡的擔憂和思考。中國出口產業中的紡織、玩具與五金就如同乒乓球、跳水、羽毛球，領先優勢明顯，但是行業帶動效應不夠，而且形成了世界打中國的被動局面。在維護這些傳統優勢產業的同時，如何優化產業結構、實現產業提升已經成為中國經濟面臨的核心問題。中國近兩年已經開始對於GDP指標進行反思，認識到單純的GDP增加並不一定帶來經濟發展與社會福利，所以提出了更多的社會指標度量經濟發展。

何順文 浸會大學工商管理學院院長兼教授  
李元莎 浸會大學工商管理學院博士研究生