

东京奥运会延期 日本经济受得住吗

如果一切顺利,2020年本应该是日本的希望之年——在经历了消费税上调、贸易摩擦等考验的2019年后,本想借着2020年的东京奥运会摆脱经济低迷,走入真正的令和新时代,但随着压力的增大,日本首相安倍放弃“挣扎”,东京奥运会推迟至2021年夏天正式获得“官宣”。与此同时,日本即将在月度经济评估报告中删除“复苏”表述的消息也不胫而走,不管最终日本会不会作出这样的举动,真实的情况早已比月度报告更早地说明了一切。

东京奥运会资金投入情况

日本整体投入超3万亿日元



2013年9月-2030年9月东京奥运会及残奥会带来的经济辐射效果

就业

东京都预计增加约130万人,东京都以外约增加64万人

经济效益

日本全国总计经济效益:32万亿日元

预计2020年日本的增速为-0.7%,若奥运会遭到取消,那么全年可能会发生1.5%的经济萎缩。

正常情况下有30万外国游客将在东京奥运会期间访日,但如果奥运会遭到取消且疫情得不到控制,那么日本将遭遇1.4%的负增长。

——野村证券

——日兴证券

奥运会推迟一年

该来的还是来了。当地时间3月24日,国际奥委会宣布,鉴于新冠肺炎患者数量急剧增加,国际奥委会需要在不同的状况下采取措施,在与东京奥组委、日本政府和东京都政府讨论后,完成疫情对奥运会冲击的评估,决定推迟东京奥运会至2021年夏天举行,延期后的奥运会名称仍保留“2020年东京奥运会和残奥会”。

国际奥委会主席巴赫和安倍电话会议得出结论,在目前情况下,根据世界卫生组织24日提供的信息,为了维护运动员的健康,东京第32届奥林匹克运动会必须重新安排到2020年以后,但不得迟于2021年夏天。双方一致认为,在这个动荡时期,东京奥运会可以成为世界的希望灯塔,奥林匹克圣火可能成为当今世界所处隧道尽头的曙光,因此奥林匹克圣火将继续保留在日本。

对东京奥运会来说,延迟的命运似乎早已确定。当天早些时候《今日美国》便已报道称,资深国际奥委会委员迪克·庞德当地时间23日透露,2020年东京奥运会将推迟至2021年,有关细节将在未来四周内制定。报道称,庞德在电话采访中说:根据国际奥委会提供的信息,已决定推迟东京奥运会。尚不确定推

迟的具体计划,但东京奥运会将不会在7月24日开始,这就是我知道的。”

过去这段时间,关于东京奥运会是否延期的问题已经形成了一场拔河比赛,一边是外界不断呼吁国际奥委会迅速作出决定,在目前的环境下已经不适合如期举办;另一边则是日本政府始终坚持如一的奥运会“不会延期,更不会取消”。直到23日,日本首相首次松口,称如果不能以完整的形式举办,将不得不考虑延期。随后,加拿大、澳大利亚、挪威先后宣布退出今年夏天的东京奥运会。

巨额损失压顶

日本的态度不难理解,对日本来说,硬着头皮举办奥运会就像是一场豪赌,赌疫情不会影响举办奥运会,而奥运会则一定会给日本经济带来起色。日本东京都政府曾估算,2020年东京奥运会和残奥会带来的经济辐射效果,从申办成功的2013-2030年约17年间内,日本全国总计经济效益将达32万亿日元(约合人民币2万亿元)左右,年均GDP将推高9000亿日元。

根据日本官方公布的数据,日本政府已经为奥运会投入126亿美元。如果东京奥运会被延迟,相关投入预计还将进一步增加。《日经新闻》认为,奥运会推迟的损失将在54亿-63亿

美元之间,这些损失只是奥运会本身的损失和推迟一年造成的财政消耗。如果奥运会被取消,损失将达到410亿美元。

如今,连同奥运会的推迟,一系列麻烦已经在路上了。中国现代国际关系研究院日本研究所所长胡继平提到,日本已经为此投入了不少预算,而且一些新建的设施,包括场馆、酒店、运动员的住所等,原计划是开完奥运会就卖出去的,推迟的话就意味着前期投入的资金一下子收不回来,据说已经有一部分被卖掉了,如果属实的话就会涉及到大量违约金的问题。另外,日本一些志愿者也已经准备妥当,如今延期就意味着一切都要推翻重来。

同样涉及违约金的还有转播方面的问题。胡继平称,虽然疫情的影响是客观原因,但转播方已经买下了这个时段的内容,违约问题再起。而到了明年,又会有新的转播权的问题,因为买方通常都会提前一年左右的时间购买转播权,这意味着东京奥运会明年可能卖不出去那么多了,问题接连而至。

中国现代国际关系研究院研究员刘军红也称,对日本经济来说,疫情以及中美贸易摩擦的阴影、日本国内税制政策的调整等,都对日本国内经济形成了一定的打击,再加上奥运会的推迟,导致访日游客大量减少,国内餐饮业住宿业旅游业都会受到很大冲击。而且

游客对日本经济贡献非常大,在日本的老龄化背景之下,国内内需不振,游客提供的内需就成为了一个非常重要的增量。如果疫情持续时间持续,很可能让游客的兴趣产生转移,对日本不再有强烈的热情,一旦形成这种思潮,日本再想让游客回来就很难了。

“失败”的新时代

经济损失已经让日本倍感压力,但别忘了,东京奥运会对日本来说,早已不单单是一场简单的体育盛会了,它还承载了日本经济的希望,甚至是日本人摆脱困境的希冀。1964年的东京奥运会被视为日本国运的转折点,此次奥运会之后,日本经济飞速发展。然而随着失去的20年的到来,日本经济也始终不见起色,在此背景之下,举办奥运会就成了安倍政府的重要举措。

刘军红称,奥运会对主办方有两方面的正向影响,一来国际社会会更接受这个国家,二来对国家的民族士气也有很大的提振作用,可以说,日本期望奥运会带给他重振的机遇和机会,毕竟日本经济自冷战结束后就一直持续低迷,所以才有了后面的失去的20年。此前日本更改新年号就是希望开启一个新的时代,再加上奥运会的提振,希望借此实现目标,摆脱过去的阴霾,从而进入新时代。但现

在的情况是,奥运会延期一年,就相当于以开放的姿态、和平的方式迈向新时代延期一年。

现在,奥运延期已成定局。但需要注意的是,对日本经济而言,2020年的挑战却不只奥运会延期这一件事。《日经新闻》在24日的报道中提到,由于新冠肺炎疫情令私人消费和商业情绪降温,日本政府预计将在3月作出近七年来最悲观的经济评估。该报道称,在3月的月度报告中,日本政府将在6年零9个月来首次放弃将经济描述为“复苏”的措辞。不过《日经新闻》并未注明该消息来源。

不管日本政府会不会删去“复苏”的表述,现实的情况是都已经十分明显了。实际上,如今的日本面临的是多重困境,一方面奥运会延期带来巨额损失,另一方面疫情影响抑制消费,再加上去年上调消费税的后遗症显现,几乎可以算得上三重打击。

《朝日新闻》报道称,受疫情影响,访日外国游客所带来的销售额大幅下降,再加上日本人减少外出,导致本土消费也出现了大幅减少。此外,由于去年10月上调消费税的影响,日本内需已经出现了滑坡。因此,当地时间17日,日本经济大臣西村康稔表示,将考虑多项措施,应对新冠肺炎疫情对日本经济的冲击。其中,不排除下调消费税的可能,而这距离日本去年10月1日上调这一税率刚过去不到6个月。

北京商报记者 杨月涵

· 相关新闻 ·

失去中国游客 日本“旅游大年”难为继

3月24日晚,日本首相安倍晋三正式决定东京奥运会推迟一年,犹如一颗重磅炸弹投向了日本旅游业。有经济学家测算,东京奥运会推迟将导致日本损失超3.2万亿日元,其中原本被寄予厚望的日本奥运旅游将受到严重冲击。此外,原本应与东京奥运会共同形成今年旅游热点的日本“史上最早樱花季”,也因疫情重创而成为了2011年3月日本大地震以来的“最惨淡樱花季”。在业内看来,日本旅游业在受到多方冲击后,怎样挽回流失的出境游客,尤其是消费力较高的中国游客,将成为日后的工作重心。

4000万入境游客“梦碎”

“2020年,日本将吸引4000万境外游客赴日旅游。”这是日本政府基于今年东京奥运会、最早樱花季等一系列旅游利好曾立下的豪言壮志。如今,这一目标恐难如期实现了。新冠肺炎疫情出现以来,日本入境游客量大幅减少,当地旅游业迅速“入冬”,有观点认为,日本的游客量将出现自2011年3月大地震以来最大的降幅,短期内恢复难度较大。

屋漏偏逢连夜雨,就在全球疫情防控形势越发严峻的当下,东京奥运会推迟的消息,更让日本旅游业失去了一个重要的复苏之机。3月24日,作为东京奥运会中国奥委会辖区官方票务代理机构的凯撒旅游明确表示,只要东京奥运会没有结束,凯撒旅游的代理

就不会改变。凯撒旅游体育奥运项目负责人席瀚回应称,一切工作将根据东京组委会的通知推进。

实际上,由于今年日本樱花季提前12天到来,加上中国春节假期、东京奥运会的影响,日本本该在上半年迎来数轮境外游客热潮。然而,受疫情影响,今年,日本樱花季风光不再,不仅当地的“花下野餐”赏樱活动被叫停,而且,东京都政府也取消了举办多年的“樱花祭”,此外,“千代田樱花节”点灯活动也未能如期举办。

受旅游业遇冷的影响,日本航空、邮轮等行业也纷纷步入低谷。据日本国内航空公司加盟的定期航空协会统计数据,预约取消、新订单的减少导致2-4月日本各家公司的旅客收入低于预期3000亿日元;3月2日,日本神户夜光邮轮公司还宣告破产,成为日本首家因新冠疫情破产的邮轮公司。

日本政府观光局发布的数据显示,2月访日游客约有108万人,与去年同期相比下降约58%,降幅破历史纪录。而且,截至今年2月,赴日游客已连续5个月减少,其中,2月中国游客仅为8.72万人,同比降幅高达88%。

被寄予厚望的“旅游大年”

近年来,台风、地震等自然灾害接踵而至,日本旅游市场屡受重创。2018年9月,访日外籍游客还出现了过去五年多以来的首次下降。在此背景下,当地不少商家都将下一个重点发力目标锁定在了2020年提前到来的樱花季及东京奥运会。从旅企到政府,日本旅游业摩拳擦掌,计划要在今年实现旅游“丰收”。

此前,日本当地媒体曾报道称,随着2020年东京奥运会临近,东京酒店价格大幅上涨,部分民宿甚至将奥运会开幕式当天(7月24日)的住宿价格上调至平日的23倍。日本当地旅行住宿网站信息显示,7月24日-25日,东京市中心地区民宿价格普遍上涨,收费超过10万日元(约合6400元人民币)的民宿不在少数,甚至有研究人员表示,尽管酒店建筑业蓬勃发展,由于奥运相关旅游业的预期激增,东京仍会出现客房供应短缺。

有OTA曾预测,2020年东京奥运会期间,赴日游客对旅游内容的需求量将较同期增长11倍。而且,在樱花季距离鼠年中国春节

较近等原因的带动下,2020年日本将迎来新的旅游高峰。

值得注意的是,在日本原本的2020年旅游业发展计划中,中国游客将扮演举足轻重的角色。据统计,去年中国内地赴日游客数达959万人次,占访日外国游客总人次的30%,消费额所占比例接近40%。如今,中国游客数量骤降,直接给部分日本商户带来了“致命一击”。据悉,受中国游客大量减少影响,日本老字号旅馆“富士见庄”向法院提出了破产申请。据悉,这家创立于1956年的老牌住宿企业近年来一直以接待中国团队游客为主,此前每月房间一直是呈满员状态。

“回血”牌该怎样打

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌看来,东京奥运会的推迟会让日本旅游业“很受伤”。现阶段,疫情冲击着全球旅游业,其中,日本的情况则更为特殊。为了迎接奥运,当地很多旅行社较早地制定了相关的旅游路线,在售出了相关产品的同时也产生了一定费用,大量的退订订单给企业的资金流带来了巨大压力,甚至有部分企业面临破产风险。”

尚游汇文旅董事长钟晖则表示:“奥运会作为一项体育赛事,对举办地形成的旅游拉力还是颇为可观的,而且会在奥运闭幕后持续较长时间”。钟晖举例称,比如赛前的酒

店和相关产品的预订、门票销售以及赛后奥运场馆的参观等都是境外游客消费的重点。他进一步介绍:“同时,除了旅游业本身,奥运会还衍生出不少业态,如文创商品、周边销售等产业链的延伸。但正因为奥运的准备周期较长,也拉长了旅游业的准备工作并产生了大量的资金投入。”除奥运会外,据钟晖介绍,此次提前的樱花季也与奥运会形成了“叠加效应”,但受疫情影响,日本的主要客源中国、韩国等周边国家的出境游客大幅减少,加上日本本国的疫情形势不断加剧,短时间内日本旅游业“元气大伤”。

那么,全球旅游业“首当其冲”的日本旅游市场,到底应如何“回血”呢?钟晖表示,日本旅游经过长期的发展,拥有较完整的体系,入境游品类相对丰富,想要恢复元气并非难事。“日本旅游业的一大优势就是一年四季皆可出游,樱花季、温泉游、跨年、初诣等大型活动使其受时间和季节的限制相对较少,也更具弹性。”他进一步分析,想要挽回流失的客源,日本可从提升签证便利、加密航线等方面入手。同时,日本的历史、文化等对游客也具有一定的吸引力,在疫情得到有效控制后,日本可针对中国游客适当增加大型活动的组织、推出机酒产品优惠、增加海岛游线路、适当推出免税店打折活动等;“唤醒”旅游市场。

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉