

上海因世博「賺很大」 經濟效應「享受」15年

◀ 世博園內的中國館燈火通明，分外耀眼



為期 184 天的上海世博速逝而過，這項如奧運般的盛事雖然不是一項競技事件，卻依然創下多項紀錄，其中包括史無前例的百萬人同日遊園紀錄，以及 7300 萬人次的入園參觀紀錄。上海更成為世博資產的「最大受益人」，因為不僅上海 GDP 憑世博得以提高，而且可以推高整個長三角的投資環境，更甚的是經濟效應可維持 15 年之久。

本報記者 王凡

世博正式劃上句號，然而，世博的兩大寶貴資產，場館以及服務人員的去向，為人們所關注。

企業銀彈攬世博人才

世博結束後，園區工作人員面臨轉崗再就業。近日，「世博服務人員招聘會」在滬舉行，逾 300 家企業帶來 6000 多個職位進場招聘。由於世博的工作人員在就職前需經過層層選拔，自身不論是職業能力的「硬件」或工作態度的「軟件」均可望有上佳水準，因此不少企業都視招聘會為人才淘金的好機會，並提出的相當有吸引力的招聘條件。而在世博期間勞苦功高的小白菜，成為了招聘會的主要對象，更獲得招聘會主辦方設立的投遞綠色通道。

場館資產價格大不同

世博結束後，場館的處理方式備受矚目。許多熱門場館建築物在世博結束前已被高價買走。9 月 16 日，台灣館以新台幣近 4.6 億元被新竹市政府競得，10 月 30 日，湖南館整體資產以 3040 萬元的價格拍賣。台灣館的原造價為 2.2 億元人民幣，而湖南館的原造價更僅為 2500 萬元。

然而，有許多熱門場館卻以意料之外的折扣價出售，佔地 6000 平米的加拿大國家館總造價達 1.3 億元人民幣，而其建築場景設計的獨家復建授權及場館本體建築資產的



▲ 上海世博園內很受歡迎的紀念品是 30 元一本的世博護照，觀眾拿着世博護照，每到一個國家館就加蓋一個館章，樂此不疲

為期 184 日的上海世博落下帷幕，相信留給會進入園區參觀的旅客的，除了全球各國場館內對於「城市，讓生活更美好」的理念外，還有很多具有「中國特色」的軼事。

「黃牛黨」低買高賣

進出場館的遊客必定會遇上要求收票或低價買票的「黃牛黨」。黃牛黨一般下午至夜晚在出口處出沒，回收門票，原價 160 元的世博全日票每張回收價約 75 元人民幣，最高可升至約 85 元一張，手中若持有多張門票的人士在與黃牛黨談判後可以更高的價格出售持有的門票。但門票的收購價隨着世博接近尾聲而降低，世博結束前，160 元的全日票回收價僅至 30 元人民幣。而在晚上成功以低價購入門票的黃牛黨，在翌日上午時分便會出現在售票處附近，以約 130 元人民幣起價兜售門票。除了買賣世博門票，黃牛黨的「服務」範圍亦包括展館的預約券。其中，作為稀缺「商品」的台灣館預約券就被炒至 200 元人民幣。

路人哼唱「小白菜」

進入世博園區後，映入眼簾的除了場館，便是「遍地」的「小白菜」。「小白菜」是上海世博會志願者對自己以及同伴的暱稱。之所以稱他們為「小白菜」，是因為這些

交易起始價僅相當於原價的 1.5 折，實屬物超所值。至於造價 8500 萬的瑞士館建築及場景設計的獨家再建授權及 6000 個「小太陽」起拍價也僅 670 萬元，相當於原價的 0.78 折。

最後，有部分場館選擇了捐贈。使用鋼板作為建築材料的澳洲館將邀請澳洲原住民和新秀藝術家在外牆結構的鋼板上進行創作，最後將選出六塊繪畫鋼板送往北京展出並進行拍賣，所得收入將分別捐贈給四川興仁小學和澳洲滕南特克里克的一所原住民學校。日本館亦表示，在各個企業將提供的物件取回後，一些模型等都將贈送給世博博物館。



◀ 上海世博會志願者在上海世博園區與「海寶」合影

志願者統一身穿綠白相間的服裝，遠看活像一顆顆新鮮的白菜。事實上，「小白菜」是一首傳統童謠，歌詞雖哀婉悲切，卻頗為人們所識。因此常有路人在園區見到「小白菜」之際，便不自覺地輕聲哼唱。

作為和平時期的最大型集會，世博這場「不出國門看世界」的旅遊活動，理所當然帶來了一個個龐大的等候隊伍。在沙特阿拉伯的月亮船 IMAX 影院外，遊客時常一等就是 8 個小時。更有人們在漫長的等候中互相交流遊園經歷，排隊中結為友誼。零售價低於 10 元人民幣的摺疊椅成為了世博必不可少之的裝備，不論男女幾乎人手一把。

「簽證處」人流洶湧

本次世博最受歡迎的商品，除摺疊椅外，便是世博護照。這本仿真護照以及各個場館發出的「簽證」，從始至終都得到了遊客的熱情追捧。進入場館後，放眼望去，人群最擁擠的地方必為敲章之處。遊客們逢館必蓋，有人甚至手持數本，忙的不亦樂乎，為了控制人流，許多場館對蓋章的護照數目進行限制，法國館更在場館外另設一個蓋章處，而排隊蓋章的人數更可與在館外等待的人數相媲美。儘管當中部分場館對發出的「簽證」收取費用，照樣得到「蓋紅了眼」的人們「慷慨解囊」。

世博資產出路無憂

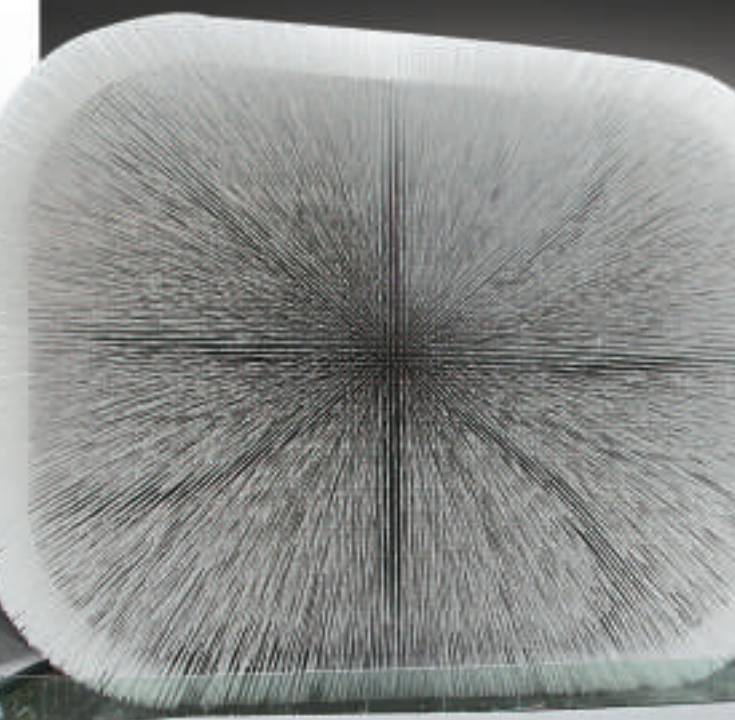
園區「中國特色」人與事



▲ 黃浦江畔的「月亮船」沙特館，遊客沿沙特館迴旋步道參觀



▲ 法國館「鑲館之寶」法國畫家米勒的作品《晚鐘》



縱然有部分上海市民抱怨，世博帶來種種不便，光是禁止穿睡衣上街便讓他們感覺本土文化受到了侵蝕。然而不可否認的是，上海政府為舉辦世博進行的種種基礎設施的建設，其最大的收益者毫無疑問就是上海的當地居民。

經濟效益湧現

中國對本次世博注入的資金額雖為「不能說的秘密」，惟是外界普遍推測，中國為上海世博會投入金額高達 286 億元（人民幣，下同），其中對改進上海地鐵、機場和其他公共設施投入巨大。而上海全市的花壇和草坪，均被統一整修，整飭一新。相比起政府的支出，世博這項「投資」的回報收益更是可觀。市場人士指出，世博門票收益進帳 100 億元。中國旅遊研究院推算，在世博舉行的半年內，直接帶來的旅遊收入超過 800 億元。專家估計，除旅遊收入外，世博園區內近四成土地日後釋出，價值估計將高達 2000 億元，成為世博最大收入來源。更甚的是，世博會對上海 GDP 的貢獻值將達 5%，對整個長三角投資的影響將達 40% 至 50%。世博經濟熱帶來的經濟效應，將可持續 10 至 15 年，繼續帶動上海經濟。

場館亮點之爭

各參展國在本次世博中在展館中下足功夫，精心策劃配套的宣傳活動，其目的是希望借助展館這個平台，加深改善本國在全世界特別是中國人眼中的形象。世博開幕前，對於眾多國家館內情況並不了解的遊客一般的參觀取捨主要是由其相對應國家的印象而決定的。

根據中國零點研究諮詢集團於 2010 年 7 月完成的「2010 上海世博會系列調查」，遊客在參觀前最想參觀的三大展館分別為中國館、美國館以及日本館，然而在參觀後印象最好的三大展館分別為中國館、沙特館以及日本館。

原本默默無聞的沙特館憑着擁有全球最大 IMAX 展廳的「月亮船」，在世博開幕後一躍成為最受歡迎的境外展館，排隊最長時間高達 8 小時。另外，首次走出故土的丹麥美人魚銅像，亦得到大量遊客的青睞。截至 10 月 30 日，丹麥館參觀人數已經超過 555 萬，超過目前丹麥國家總人口數。

同時，展出包括梵高的《阿爾的舞廳》以及米勒的《晚鐘》在內六幅名畫的法國館，在世博會半年會期裡，吸引了超過 1000 萬人次的參觀者。極具魅力的展館在吸引遊客的同時，該國對遊客的印象亦隨之上升。

品牌「奧運會」

作為新興市場投資回報最大的國家之一，上海世博作為絕佳的產品展示平台，得到了眾多跨國企業的重大投資。多家大型跨國集團除了在上海浦西區擁有自己的「領地」，美國企業更為美國館的建造貢獻了超過 6000 萬美元的資金。先來看看世博園颯起的「奢侈風」。奢侈品牌 Chanel、Prada、Versace，以及眾多其他全球時尚品牌，均於上海世博會上設立了超大的展台。

以意大利館為例，一個巨大的模特衣架上套着橙色范思哲絲綢褶裙，立在 Ermenegildo Zegna 和 Dolce & Gabbana 設計的亞馬遜風格禮服旁邊，普拉達則擺出一個 3 米高的假人，讓其身穿紫色連身襪和玻璃珠飾禮服，來美化展館數層樓高的中庭。Prada 為意大利館工作人員設計的制服亦堪稱獨樹一幟。同時，一些時尚品牌也爭相推出慶祝世博會的特別版產品，展示出對全球第二大奢侈品市場的消費者日益強大購買力的尊重。

嶄新「科技潮」

除「奢侈風」外，還有「科技潮」。撇開所有具備嶄新技術的企業館不說，從準備進入上海世博園的那一刻起，手持智能的 RFID 世博門票的參觀者，僅用兩秒鐘便可通過了防偽識別和安檢，順利進入世博園。參觀者不僅能隨時查詢自己所處的位置，還可以了解同伴的方位；通過信息查詢系統，參觀者能夠動態掌握各場館的參觀流量，規劃自己的參觀行程，並對參觀目標進行網上預約。

此次規模空前的世博盛會中，數百家設備供應商和系統集成商包括 IBM、思科、中國電信、中國移動等巨頭為信息化提供服務。而中國最大的 IT 民營企業聯想集團更負責在幕後將所有獨立的系統整合到同一個平台，並在世博會期間確保其安全、穩定運行。

◀ 上海世博會展館評獎揭曉，這是榮獲 A 類展館設計金獎的英國館