

俄羅斯世界盃正式揭幕，數以萬計球迷抵達俄羅斯，除了帶來歡樂氣氛，也創造豐厚經濟收益。俄羅斯經濟發展部長奧列什金估計，世界盃賽事期間將有100萬旅客人次到訪俄羅斯，總消費額逾1,000億盧布。評級機構穆迪指出，俄羅斯屬較大型經濟體，世界盃未必能對全國經濟起明顯刺激作用，但一些較小型的主辦城市已摩拳擦掌，希望借世界盃宣傳，吸引更多旅客及投資。



俄羅斯近年遭西方社會制裁，經濟一度停滯，不過奧列什金認為，政治無阻球迷對世界盃的熱情，“看，球賽門票都被炒賣”。總統普京日前亦強調，體育不應與政治混為一談，期望球迷能在賽事期間，接觸不同文化及人民，俄羅斯會致力讓旅客賓至如歸，“我們很高興看見你們，歡迎來到俄羅斯”。

莫斯科多處設球迷區

俄羅斯首都莫斯科多處設立大型球迷區，其中莫斯科國立大學的球迷區預料可容納2.5萬人。除了莫斯科、聖彼得堡或索契等旅遊城市外，今屆世界盃11個主辦地點中，亦包括部分較冷門的城市，它們都希望藉賽事刺激經濟，改善居民生活。

球隊多地比賽 成有效廣告

薩蘭斯克位於莫斯科東南方，人口只有約30萬，今屆將主辦4場分組賽，涉及葡萄牙、日本、伊朗等球隊。丹麥國家隊3場分組賽將分別在薩蘭斯克、薩馬拉和莫斯科舉行，球迷通格計劃乘火車來往前兩地，他坦言對兩個城市一無所知，“這一定很刺激”。負責籌備薩蘭斯克賽事的官員梅爾庫什金揚言，世界盃將使當地受世人注目，預料世界盃帶來的投資將使薩蘭斯克的本地生產總值(GDP)上升3%。

位於波羅的海海濱、與俄羅斯本土分隔的港口城市加里寧格勒亦會主辦世界盃賽事，加里寧格勒州州長阿里汗諾夫形容，世界盃是“有效的廣告”，有助展示當地作為交通樞紐的潛力。

穆迪評世盃效應短暫

然而，世界盃對俄羅斯經濟的實質影響仍然成疑，穆迪早前發表報告，指出世界盃能為俄羅斯吸引額外遊客，飲食、酒店、電訊和運輸業均會受惠，但效果僅屬短期，這些行業本身亦非俄羅斯經濟支柱，故相信世盃對俄羅斯經濟影響有限。歐亞開發銀行首席經濟師利索沃利克指出，俄羅斯需以世界盃改善的基建為契機，發掘地方發展潛力。

■英國《金融時報》/美國廣播公司/塔斯社/路透社

料百萬球迷到訪 冀展現地方潛力

世盃揭幕 俄乘勢促經濟



掀學英文熱 俄副總理也說 “Welcome to Russia”

俄羅斯近期與西方國家關係緊張，不少俄羅斯人希望趁世界盃舉行之際學習英語，迎接到來的大量遊客，改善西方遊客對俄羅斯的印象。

地鐵員工學介紹紅場

英語導師扎博爾斯卡亞於首都莫斯科南部開課教授英語，教導如何禮貌地用英語展示善意，學生包括當地鐵路部門員工。扎博爾斯卡亞表示，她會教授學生如何指引遊客前往紅場等莫斯科地標，希望吸引更多外國遊客到來，有助帶動經濟。

莫斯科居民霍沃絲托弗表示，希望藉着世界盃的機會，向遊

客展示俄羅斯友好一面，令他們對俄國改觀。加拿大人斯蒂爾在莫斯科居住近20年並經營餐廳，他指世界盃對俄國而言，較索契冬奧更重要，希望能給予外界正面形象。他表示明白有人會對普京舉辦世界盃感憂慮，但強調俄羅斯並非只有普京一人，人們應到此感受俄國文化。

俄國副總理穆特科亦對外國展示歡迎態度，他上周出席聖彼得堡國際經濟論壇期間，被外國參加者問到俄羅斯準備世界盃的情況時，罕有地以英語回答“歡迎來到俄羅斯”(Welcome to Russia)，之後再以俄語稱所有基建設施均已落成。

■塔斯社/加拿大廣播公司



■本屆世界盃對體育用品銷售影響可能有限。網上圖片

贊助費高昂 Adidas Nike 恐虧本

足球在俄羅斯受歡迎的程度遠不及西歐，加上俄羅斯近年國際印象毀譽參半，令今屆世界盃氣氛不如2006年德國及2014年巴西世界盃般濃厚，體育用品製造商Nike和Adidas估計難以透過贊助俄羅斯世界盃，推動銷售額上升。Adidas行政總裁羅思德坦言，今屆世界盃帶來的商機，遠遜於上屆巴西世界盃。

在參賽的32隊國家隊中，Adidas共贊助其中12隊，包括德國、俄羅斯、阿根廷、西班牙和伊朗等，Nike則贊助法國及巴西等10隊，較上屆少2隊，另一德國體育用品生產商Puma的贊助球隊數目，更較上屆大減一半，僅得4隊。由於贊助費高昂，體育用品企業能否從中獲利，存在不少風險，以Adidas為例，每年在全球的市場推廣開支達25億歐元，單是每年贊助德國國家隊便花費5,000萬歐元。

法國斯特拉斯堡商學院市場行銷研究員菲利普表示，每當體育用品製造商在贊助球隊方面花費1歐元，便要額外多花1歐元或以上宣傳自己是贊助商，令市場推廣成本倍增。

■法新社