

<<奥运会的财务风险管理>>

图书基本信息

书名：<<奥运会的财务风险管理>>

13位ISBN编号：9787505871090

10位ISBN编号：7505871099

出版时间：2008-4

出版时间：经济科学出版社

作者：董杰，刘新立 著

页数：168

字数：200000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<奥运会的财务风险管理>>

内容概要

本书从近50年奥运会财务状况的历史出发，通过对现代奥运会财务状况的比较研究，分析了奥运会财务状况中收入和支出产生的原因及对成功举办奥运会的影响，并从理论上探讨了奥运会财务运作的理想途径。

在此基础上，全面分析了北京2008奥运会的财务运作、可能面临的风险以及财务风险管理对策。

<<奥运会的财务风险管理>>

书籍目录

第1章 夏季奥运会财务运作的历史沿革 1.1 夏季奥运会财务状况的研究现状 1.2 奥运会财务状况概述 1.3 近50年夏季奥运会的财务状况第2章 奥运会财务状况变化的原因分析 2.1 奥运会规模的扩大 2.2 奥林匹克知识产权保护的要义第3章 1964年东京奥运会财务状况的研究 3.1 东京奥运会收入的来源及分析 3.2 东京奥运会的支出与分析第4章 日本、韩国和中国举办奥运会财务状况的比较研究 4.1 亚洲三国奥运会的财务状况 4.2 日本、韩国和中国举办奥运会收入的分析 4.3 日本、韩国和中国举办奥运会支出的分析第5章 近4届夏季奥运会财务状况的研究 5.1 近4届夏季奥运会收入的研究 5.2 近4届夏季奥运会支出的研究 5.3 近4届奥运会财务状况的审视 5.4 北京2008奥运会财务状况的几点思考第6章 北京2008奥运会财务风险的风险源、风险因素与突发事件 6.1 风险与风险管理 6.2 北京2008奥运会的财务风险识别 6.3 北京2008奥运会财务风险的动态风险模型 6.4 北京2008奥运会财务风险的风险源 6.5 北京2008奥运会财务风险的风险因素 6.6 北京2008奥运会财务风险的突发事件第7章 北京2008奥运会财务风险的评估 7.1 风险评估的指标 7.2 市场风险的评估 7.3 间接财务风险的评估 7.4 风险评价图第8章 北京2008奥运会的财务风险管理 8.1 北京2008奥运会风险管理的理念与措施 8.2 明确风险管理的原则 8.3 风险规避 8.4 损失控制 8.5 风险自留 8.6 保险 8.7 套期保值附：本书专用词汇中英文对照表参考文献

<<奥运会的财务风险管理>>

章节摘录

第5章 近4届夏季奥运会财务状况的研究 5.4 北京2008奥运会财务状-29, 的几点思考

5.4.1 北京奥运会的收入 首先, 截至2007年4月30日, 北京奥运会的主要收入可以说已经基本确定。

这主要是电视转播权早已经出售, 国际奥委会第六期全球合作伙伴计划确定11家企业, 组委会合作伙伴确定11家企业, 这些方面获得的收入是举办奥运会最主要的收入, 这些收入已经确定。

电视转播权出售达到18亿美元左右, 北京奥组委获得其中的49%, 国际奥委会第六期全球合作伙伴计划(TOPVI), 每家企业将赞助6000万美元左右, 组委会将获得其中的33%, 这是按固定的分配比例进行的, 可以说已经不具备增加此方面收入的弹性。

而目前组委会的合作伙伴和赞助商也基本确定, 由于时间距离奥运会的举办越来越近, 获得新的赞助企业的机会也不会很大, 即便获得新的赞助商, 考虑到时间的关系, 也不会获得较高的经济收入。

其次, 还有一个重要的获得收入的来源, 就是北京奥运会的门票收入。

但正像奥运产品一样, 门票的定价出现对于国内观众价格较高、对于国外观众价格较低的情况, 例如, 开幕式的最低票价仅为200元人民币, 最高票价为5000元人民币, 篮球比赛的门票价格最高也仅为1000元人民币, 如果不在门票销售的数量上有所增加的话, 应该讲门票收入的金额也不容乐观。

而且, 目前门票销售的办法比较复杂, 对于主要场次的门票销售, 此方法尚可, 而对于大多数场次的门票销售, 此方法过于繁琐, 可能会对门票销售出现负面影响, 从而影响到北京奥运会的收入, 因此, 要适当简化门票的销售手续, 增加门票的销售渠道, 并适当提前买票。

要通过门票的销售, 培养体育消费群体, 为今后中国举办其他大型体育赛事打好基础。

<<奥运会的财务风险管理>>

编辑推荐

《奥运会的财务风险管理》由经济科学出版社出版。

<<奥运会的财务风险管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>