

我国体育经纪人的现状与发展对策

张玉超¹, 郭春阳², 郭耿阳³

(1. 中国矿业大学 体育学院, 江苏 徐州 221008; 2. 河南大学 体育部, 河南 开封 475001;
3. 广州市第113中学, 广东 广州 510631)

摘 要:对我国体育经纪人的数量、素质、形式等现状进行调查分析, 结果表明: 我国体育经纪市场目前存在着人才素质低、经纪方式简单、经纪公司少且竞争力弱、国外体育经纪广泛介入等问题。提出建立和完善法规体系, 建立专门人才培养机制, 规范政府机构与体育事业的管理体制等发展我国体育经纪市场的对策。

关键词:体育经纪人; 经纪市场; 中国

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2006)01-0045-03

Current situation and measures for development of sports brokers in China

ZHANG Yu-chao¹, GUO Chun-yang², GUO Geng-yang³

(1. College of physical Education, China University of Mining and Technology, Xuzhou 221008, China;
2. Department of Physical Education, Henan University, Kaifeng 475001, China;
3. The 113th Middle School of Guangzhou, Guangzhou 510631, China)

Abstract: The authors surveyed and analyzed the number, makings and forms of sports brokers in China, and revealed the following findings: Problems, such as poor makings of professionals, too simple brokering manners, too few brokerages and weak competitive strength, as well as invasion of foreign sports brokerages, existed on sports brokerage market in China. The authors put forward measures for developing sports brokerage market in China, such as establishing and perfecting statutory systems, establishing dedicated professional training mechanism, standardizing the system of management of governmental agencies and sports undertakings.

Key words: sports broker; brokerage market; China

我国加入 WTO 和获得 2008 年北京奥运会的举办权, 以及社会主义市场经济的逐步建立与完善, 这些都给我国体育产业的发展带来良好机遇。作为体育产业主体之一的体育经纪业也适逢历史发展绝佳机会, 自 1999 年北京、上海、江苏、广东等第一批经纪人的培训获得体育经纪人资格证书以来, 体育经纪人培训班目前在我国 14 个省市如雨后春笋般地遍地开花, 但真正能从事体育经纪运作的人可谓寥寥无几。面对市场发展前景广阔的体育经纪市场, 由于体育经纪人人才素质低下, 难以承担高水平体育经纪活动, 许多经纪市场只能拱手让给国外体育经纪公司或其它非体育经纪公司。

发达国家商业体育成功发展的例子, 充分说明了建立一支高素质的体育中介人队伍和健康的体育中介市场是体育产业所不可或缺的。我国的体育市场方兴未艾, 正处在由国家办体育向社会运用商业模式办体育过渡之中, 体育中介市场依然存在着许多亟待解决的问题。本文旨在通过分析我国体育经纪业的培训、管理, 经纪人的数量、素质等现状, 结

合国际上发达国家体育经纪人的发展经验及趋势, 为我国相关部门制定体育经纪人正确发展政策提供参考。

1 我国体育经纪人的发展现状

(1) 体育经纪人的组织形式。目前我国体育经纪人数量不多且多以公司的形式存在, 主要集中在北京、广东、上海、江苏、浙江等经济、体育较为发达的地区。公司法人是我国现有体育经纪人的主要组织形式, 个体经济人和体育经纪人事务所的形式还很少。

(2) 体育经纪人现行培养模式。目前我国尚没有形成比较系统的体育经纪人培养体系, 仅有的体育经纪人培训班近几年在全国如雨后春笋, 遍地开花, 但培养效果不尽人意, 形成了一批持证却难以上岗的“准体育经纪人”。

(3) 体育经纪活动的参与主体。在从事体育经纪活动中, 真正体育经纪公司在我国数量还很少, 更多的是以兼营体育经纪业务的其它组织形式从事经纪活动, 主要是广告公

司、攻关公司、文化传播有限公司等。此外国外体育经纪公司也参与了我国体育经纪活动。

(4)体育经纪人的经纪活动形式。目前我国体育经纪人主要以“居间”形式为主,高水平的“代理”等经纪活动还很少,在运动员的经纪,特别是优秀运动员的经纪方面存在体制制约,而仅有的运动员经纪也仅限于部分运动项目运动员转会,目前我国体育经纪人的经纪领域是体育赛事,但运作水平有待提高。

(5)体育经纪人的管理。我国在体育经纪人的管理制度不健全,经纪人法律、法规缺失。从事体育经纪活动的人各自为政,无证经营,处于个体和地下等混乱状态,此外国外体育经纪人在我国境内从事非法交易,也不履行任何法律手续,造成了体育经纪活动市场的混乱。

2 我国体育经纪人发展中存在的问题

(1)体育经纪人素质低。由于市场起步较晚,短期的人员上岗培训时间短、内容少,形成过关率高、淘汰率低的短期急功近利的现象,长期的专业人才培养体系还未形成,且少有资本进入推动。由于体育经纪活动常涉及多种专业知识,如体育、经济、法律、广告、营销、公关等方面,优秀经营者需要具备综合知识结构或身边团聚着拥有多种知识结构的顾问团,因此体育经纪市场中优秀经营人才较为匮乏,中国体育经纪活动的运作水平还很低,与国外的体育经纪公司难以抗衡。

(2)体育经纪人缺乏信誉。目前体育经纪活动中无证经营、骗买骗卖、恶意串通、欺诈顾客等不法行为时有发生,体育赛事经纪存在着“一锤子买卖”、“杀鸡取卵”的现象,与客户很难持续长期合作,整个队伍还未建立起一定的信誉基础,难以让体育组织放心授权,因此也影响了体育经纪业务的拓展。

(3)体育经纪市场信息不灵。由于在地域、时间、专业、人际关系等方面存在着较大差距,造成了体育经纪人的“中介价值”缺失。而所谓“中介价值”的产生基础是经纪人能够掌握大量的相关信息。但目前,我国缺乏有权威、有质量、多内容的体育市场信息平台,没有灵通的体育市场信息交流,就难以提升体育经纪人及其活动的市场价值。

(4)体育经纪人缺乏行业自律。目前我国成立体育经纪人协会的省市还很少,仅浙江、湖南、上海等地方成立了体育经纪人协会,其监督自律作用尚未发挥。

(5)体育中介市场资源开放程度不高。在我国目前很多项目还是由体协在经营。中国运动项目协会同时承担着政府职能、事业运作和社团管理三重责任,项目协会管、办、经营同时存在的状况还将持续相当一段时间,这种状况使得项目协会能够在运动员、体育赛事市场中垄断性地占有相当的市场份额,留给体育经纪人运作的空间不多。

(6)体育经纪人管理相关法规不完善。目前对体育经纪人还未实行全国统一管理,各地的相关管理体制还不很完善,国家还没有出台相应的法律、法规,只靠像国家工商局36号令一类的规章或各地方制定的规范性文件是远远不

够。这使得无论是在规范体育经纪人的行为方面,还是在保护体育经纪人的利益方面,都难有法度可依。

(7)数据调查瓶颈常常难以突破。体育经纪活动的重要目标之一是追求企业市场宣传效果,在这方面,体育活动、明星人物在某种程度上发挥了近似于媒体的作用,面临的也是媒体的竞争,在这种竞争中,目标群体的产品选择动机、宣传效果的评价数据无疑是最有力的说服手段,媒体相关调查数据机构(如央视调查)给媒体竞争以数据支撑,而体育经纪却没有这类支持,追新尝试、追求轰动难以使企业产生持久的热情,因此数据调查瓶颈制约了体育经纪业务的市场竞争力,阻碍了中国体育经纪市场的发展。

3 我国体育经纪人的发展前景

加入WTO后,随着市场经济体制的不断发展,我国中介市场将分步骤、分阶段、渐进地开放。目前,整个中介市场处于社会转型期间,各类专业中介市场将走调整政策和放松限制之路,体育中介市场既有良好的发展机遇也面临着严峻的挑战,具体表现在:(1)运动员经纪将有大的突破;(2)运动队、体育组织将有大的经纪需求;(3)体育赛事前景将更加广阔;(4)中介市场的法制环境将有所改善;(5)体育经纪活动将在互联网等现代传媒上有所拓展;(6)体育经纪活动内容将有所扩展;(7)经纪活动范围全球化;(8)国外体育经纪公司凭借其资金、品牌、技术等优势在我国体育市场广泛介入。

4 我国体育经纪人的发展对策

(1)制定体育经纪人近、远期发展策略和政策。

当前,繁荣和规范体育经纪人市场的首要任务就是国家有关部门尽早制订出发展体育经纪人的有关政策和近远期的体育经纪人发展规划,通过出台《体育经纪人管理条例》,着手建立体育经纪人制度,对体育经纪人的资格认证、注册、收费、合同等进行规范管理。同时,应通过法律法规对体育经纪人的活动、形式等划定范围,避免出现一哄而上,大起大落、畸形发展的后果。

(2)规范政府机构与体育事业的管理体制。

打破国家体育总局各运动项目管理中心对体育市场的垄断,逐步实现体育中介市场资源的公开化,进一步转换政府体育行政部门的管理职能。我国体育经纪业应借鉴国外的管理制度,体育经纪业的管理应该着重从资格认定制度、注册登记制度、保证金制度、合同管理制度、佣金制度、仲裁制度、违规处罚制度、培训制度等几个方面入手加以规范。

(3)建立和完善法规体系。

目前部分省市已将体育经纪人纳入到体育市场管理范畴,但由于对体育经纪人缺乏足够的认识,管理缺乏针对性和实效性。因此,制定全国统一的体育经纪人管理法规十分必要。

(4)建立科学的体育经纪人培训和考核体制。

经体育总局授权的事业单位或社团组织(体育总局附属的院校、科研、信息单位等)才具备培训体育经纪人的资格。培训内容可参考一般和其他特殊行业经纪人的培训及考试

课目。培训形式可采用短期封闭和长期放开两种形式。培训结束后参加体育总局组织的统一考试,考试与培训进行分离,合格者发给行业认定的体育经纪人资格证书和行业经营许可证。

(5)建立专门人才培育机制。

国外早已将体育经纪人作为高级人才进行培养。我国各体育院校也应从市场经济下体育发展的要求出发,着眼于人才的知识结构和能力构成,调整专业或课程设置,增设体育经纪人专业。同时可参照国外体育经纪人的自我培养体制,为其他社会成员提供继续教育机会,形成多渠道、多层次的体育经纪人培养体制。

(6)疏通信息交流渠道。

总局委托一下属事业单位成立国家级体育信息中心,负责收集、整理、储存和发布国内、外体育资源供求信息,同时通过 INTERNET 等网络了解全球体育信息,为相关交易主体提供咨询和调研服务,形成经常性的信息交流市场。定期召开体育经纪人信息发布会,印发有关材料,组织经纪人学习有关政策法规,进行经验交流等。

(7)深入开展理论研究,推动实践水平的提高。

体育经纪活动是带有普遍意义的全球性问题。我国体育产业刚刚起步,体育经纪活动方兴未艾,需要深入探讨有关理论,指导实践并解决实践中出现的问题。

(8)强化体育经纪人的职业道德意识。

良好的信誉和高质量的服务是中介机构生存发展的基础。中介服务作为一个后发市场,其发育必然依托于主市场的完善。在美国、德国等市场经济发达、法制健全完善的国家,体育中介机构受到市场竞争、法律约束和行业自律三方面的共同制约,促使他们必须守信誉、重质量,在规范下运作。

(9)建立体育经纪人协会,加强行业自律。

积极筹备成立全国及省市体育经纪人协会及分会。利

用体育经纪人协会来协调经纪人之间的关系,增强经纪人之间的团结力与协会的凝聚力。体育经纪人协会做好如下两方面的工作:一是有效的指导,就是协会要多深入实际、深入经纪人之中,增强体育经纪活动针对性;2)有效的监督,就是协会在关心服务成员的同时,要切实监督权利与义务的正确履行,确保协会的健康发展。

(10)加强各级国家工商管理部门及国家体育总局对体育经纪活动的监管。

市场经济的发展要求政府形成“小政府、大社会”的管理模式,政府把一些权力及职能下放给社会有关组织,而政府只制定详细管理法规,对体育经纪活动进行宏观调控,加强对体育经纪活动中的各项监管。

参考文献:

- [1] 谭建湘. 体育经纪导论[M]. 北京:高等教育出版社, 2004.
- [2] 沈国琴, 李建设, 周玲玉. 我国体育经纪人的管理体制及相关政策[J]. 体育学刊, 2004, 11(3): 124 - 127.
- [3] 邵淑月. 经济转轨期我国体育经纪人发展特点及发展前景研究[A]. 北京:体育软科学研究成果汇编[C]. 2002: 357 - 372.
- [4] 罗平. 体育经纪人的基本特征及制度管理[J]. 上海体育学院学报, 1999, 23(2): 8 - 13.
- [5] 庄希深. 关于综合性大学培养体育经纪人的若干问题思考[J]. 陕西科技大学学报, 2003, 3: 137 - 140.
- [6] 王相周. 北京体育大学开设体育经纪人专业方向的研究[D]. 北京:北京体育大学, 2003.
- [7] 黄文卉. 建立我国体育经纪人制度的必要性[EB/OL]. <http://business.etosports.com/viewsort.php?sortid=56>.

[编辑:李寿荣]