

·体育社会科学·

## 运动员商业活动的制度空间

邓春林

(广东商学院 体育部, 广东 广州 510320)

**摘 要:** 结合制度变迁理论, 对我国运动员商业活动的制度创新进行了研究。论述了现行运动员商业活动相关制度的弊端: 项目管理中心组织形式官民兼具、运行方式管办兼能是运动员商业活动的制度性障碍; 运动员商业开发资源被行政垄断, 使得运动员无形资产的产权主体比较单一、社会资本参与运动员商业活动的进入壁垒较高, 不利于实现运动员商业价值最大化。研究认为, 反行政垄断并非是《反垄断法》所能完全承受的重任, 完善运动员商业活动相关制度的关键是项目管理中心要转变职能, 实现彻底的管办分离, 以消除行政性限制竞争产生的土壤。据此, 对项目管理中心试行运动员商业活动招标制度、改进合同管理方式以优化运动员商业价值开发资源的产权配置, 提高运动员商业活动的效益进行了探讨。

**关键词:** 体育经济学; 商业开发; 运动员; 体育法

**中图分类号:** G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2009)08-0018-06

### Institutional spaces for athlete's commercial activities

DENG Chun-lin

(Department of Physical Education, Guangdong Commercial College, Guangzhou 510320, China)

**Abstract:** By using theories about institutional transformation, the author studied institutional innovations for commercial activities of athletes in China, and expatiated on the following malpractices of athlete's commercial activity related institutions currently effective: the private and official organizational forms concurrently existing and the management and operation concurrently effective running manner of the Project Management Center are the institutional obstacles for athlete's commercial activities; athlete's commercial development resources are administratively monopolized, resulting in that the main body of the property right of athlete's intangible assets is undiversified, and that it is relatively difficult for social capital to participate in athlete's commercial activities, which are bad for realizing the maximization of athlete's commercial value. Via his study the author put forward the following opinions: anti administrative monopoly is not an task that can be undertaken solely by the *Antitrust Law*; the key to perfecting athlete's commercial activity related institutions is that the Project Management Center should transform its functions, and completely separate management from operation, so as to eliminate the soil for growing administratively restricted competitions. Accordingly, the author probed into the trial institution of bid invitation for athlete's commercial activities of the Project Management Center, as well as contract management manner improvement in order to optimize the allocation of property right of athlete's commercial value development resources, and to enhance the effect of athlete's commercial activities.

**Key words:** sports economics; commercial development; athlete; sports law

我国运动员商业价值开发中的不足与诸多弊端是一个老生常谈的问题, 但也是一个常谈常新的问题。

本文系统地研究了国家体育总局发布的有关运动员商业活动的规章和规范性文件, 阐述了《关于对国家队

收稿日期: 2009-04-20

基金项目: 2008 年度国家社会科学基金资助项目(08CTY012); 广东省哲学社会科学“十一五”规划 2007 年度项目(07YN01)。

作者简介: 邓春林 (1971-), 男, 副教授, 硕士, 研究方向: 田径、体育法学。

运动员商业活动试行合同管理的通知》与新施行的《反垄断法》之间的冲突，归纳和剖析了相关制度的不足。在此基础上，探讨目前的制度安排与运动员商业活动实际需求之间存在的差距，及由此带来的制度进一步完善的空间，以期对相关制度创新提供参考。

## 1 我国运动员商业活动的相关制度简述

自我国经济体制改革开始以来，国家体育总局先后发布了10多件涉及运动员商业活动的规定、通知、办法：1986年11月24日《国家工商行政管理局、国家体委关于加强体育广告管理的暂行规定》、1989年6月12日《关于国家体委各直属企事业单位、单项体育协会通过体育广告、社会赞助所得的资金、物品管理暂行规定》、1992年3月12日《〈关于国家体委各直属企事业单位、单项体育协会通过体育广告、社会赞助所得资金、物品管理暂行规定〉的补充规定》、1996年7月5日《社会捐赠(赞助)运动员、教练员奖金、奖品管理暂行办法》、1996年11月19日《关于加强在役运动员从事广告等经营性活动管理的通知》、1997年11月20日《国内外有奖比赛奖金、奖品管理暂行办法》、1997年11月24日《国家体委运动项目管理中心工作规范暂行规定》、1998年6月19日《关于重申加强在役运动员从事广告等经营活动管理的通知》、2001年10月19日《关于运动项目管理中心工作规范化有关问题的通知》、2006年9月6日《关于对国家队运动员商业活动试行合同管理的通知》、2007年1月5日《国家队运动员有奖比赛奖金管理暂行办法》。从这些通知、规定或办法中，可以勾勒出我国运动员商业活动制度变迁的轨迹：

1)相关文件规定，现役国家队运动员不得擅自进行商业活动，其商业活动的审批、管理权由所在的全国单项体育协会掌握。这一制度在有效地保证运动员的比赛、训练正常进行的同时，也存在项目管理中心(协会)管办不分、高度垄断运动员商业价值开发导致缺乏市场竞争机制等弊端。

2)运动员的商业活动是围绕着运动员的无形资产开展起来的，开发运动员的无形资产是运动员商业活动的核心。运动员无形资产的产权配置经历了“在役运动员的无形资产属国家所有”(见《关于加强在役运动员从事广告等经营性活动管理的通知》，1996年)到通过签署合同明确各方权益的变化。如《关于对国家队运动员试行合同管理的通知》(2006年)规定：“各单位应当根据本项目实际情况和工作需要，与进入国家队的运动员签署相关合同，对国家队运动员商业活动进行管理。要围绕国家队运动员的商业活动，明确约

定管理单位与运动员的基本关系及相关权益的处置，明确运动员商业开发活动权利主体、运作主体、运作模式、运作程序、相关权利义务、违约责任等。”但是，目前运动员无形资产的产权主体仍旧比较单一，缺乏商业开发的竞争机制。“在役运动员的无形资产属国家所有”实际就是我国传统的产权主体一元化的产权制度之缩影，即运动员无形资产的产权主体只有国家。由于国家是一个抽象概念，因此由国家权力的执行机构——政府代理国家行使国有产权是其逻辑选择。体育产权的主体则由政府的体育职能部门，即隶属于国务院的国家体育总局代理充当<sup>[1]</sup>。在《关于对国家队运动员试行合同管理的通知》虽然有所进步，产权主体由一元改变为二元，即运动员与国家(体育总局是国家的代表，管理中心则是总局的代表)，但仍旧没有达到市场经济竞争对产权多元化的要求。以公有制为主体，多种所有制经济共同发展，是我国社会主义初级阶段的一项基本经济制度。在我国经济体制改革的进程中，国有企业的产权主体已经有了多种类型。随着我国体育体制改革和体育制度的不断创新，运动员无形资产的产权多元化也必将是大势所趋。

3)有关运动员商业活动收益分配的规定逐渐细化。如1996年《关于加强在役运动员从事广告等经营活动管理的通知》规定：“在役运动员从事广告等经营活动的收益，除按规定奖励有关运动员外，应主要用于单项体育协会及所在训练单位发展事业。”1998年《关于重申加强在役运动员从事广告等经营活动管理的通知》改变为：“资金按不低于70%奖励运动员、教练员及其他有功人员，其余部分留作单项体育协会发展基金；运动员以其名义和技术投资入股合资、合作经营的收益，由运动项目管理中心提出收益管理分配意见，报国家体育总局批准实施。”2001年《关于运动项目管理中心工作规范化有关问题的通知》细化为：“原则上应当按照运动员个人50%、教练员和其他有功人员15%、全国性单项体育协会的项目发展基金15%、运动员输送单位20%的比例进行分配。”

## 2 运动员商业活动相关制度的不足

我国的经济体制改革必然涉及两个方面的内容：一是经济趋向市场化；二是所有制结构多元化<sup>[2]</sup>。而所有制结构多元化，必然要求经济活动中的产权主体多元化。我国的体育体制在迅速推进中国体育跻身于世界体坛诸强前列的同时，竞技体育资源的产权高度集中的弊端也日益显露——产权高度集中使得体育经济活动主体既缺乏动力，又失去约束力<sup>[3]</sup>，这极大程度上制约了体育市场化的推进和发展。

## 2.1 项目管理中心官民兼具和管办兼能

改革开放以来,各行业都面临着如何适应社会主义市场经济发展的抉择,中国体育也不例外。1993~1997年,原国家体委结合国务院机构改革,相继成立了20个运动项目管理中心(以下简称管理中心),各管理中心均靠挂有相应的全国性单项体育协会,实行的是一套班子两块牌子,即“管理中心+全国性单项体育协会”的组织模式。管理中心是国家体育总局直属的事业单位,具有国家体育总局授予的进行运动项目管理的行政性管理职能。全国性单项体育协会是以运动项目的普及和提高为目标,具有社团法人身份的民间性组织。故各管理中心都是将官、民双重身份集于一身。采用这种形式的初衷是为了保证新旧体制间的平稳过渡,以利于各体育协会的实体化转变和体育行政机关的管办分离。但随着改革进程的深入,这种双重身份也逐渐暴露出了一些新的缺陷:官民二重的身份自相矛盾,使其在运行过程中容易造成职责、权力的混乱和错位。这就是体育界人士10年前就批评的:既要制定规则,又要上场比赛,还要吹哨当裁判的现象<sup>[6]</sup>。如今,这种状况依然没有改变。

结合运动员商业活动的相关制度来看,从1996年发布的《关于加强在役运动员从事广告等经营性活动管理的通知》,到2006年发布的《关于对国家队运动员商业活动试行合同管理的通知》,都一直在延续项目管理中心和全国性单项体育协会对运动员商业活动管办兼能的状况。后者虽然规定通过签订合同明确各方的权益,可以说是一种制度创新和进步,但在“管办兼能”方面却依旧与前者一脉相承。例如,后者名为“对国家队运动员商业活动试行合同管理”,实际上却又要取得运动员的商业开发权。在其附件“国家队运动员商业开发合同参考文本”中,全国性单项体育协会和项目管理中心为甲方,运动员为乙方的选择一是“乙方以国家队运动员身份的商业开发权归甲方所有”;选择二是“乙方以国家队运动员身份和以个人身份的商业开发权归甲方所有”。管理中心和协会既管理运动员商业开发,又要取得运动员的商业开发权进行商业开发,正是“管办兼能”的真实体现。设立的管理中心目的是实现政事分开、管办分离,但实际上它们却成为管办兼能、官民兼具、政事不分的混合体<sup>[5]</sup>,这无疑是我国运动员商业活动的一种制度性障碍。

## 2.2 行政垄断不利于实现运动员商业价值的最大化

行政垄断是指政府运用其行政权力排斥、限制市场竞争的行为或状态。在经济转型国家中,行政垄断是较为普遍存在的一种现象。中国在迈向社会主义市场经济的过程中,同样也面临着行政垄断这一巨大的

障碍。体育产业化和市场化改革正在使体育行业逐步成为竞争性行业<sup>[6]</sup>,但由于社会办体育的机制还处于探索之中,体育事务目前主要还是依靠行政权力维系运作,很大程度上保留了计划经济体制时期的组织形式和管理方式,因而体育行业仍旧还具有较多的垄断性行业的特征。当前,我国的社会体育组织除了一些行业体协、学校等以外,数量很少,俱乐部除了篮球、足球等职业俱乐部外,数量也很少,社会办体育的卖方市场与供给严重不足。因此,在较长的一段时间,我国的体育管理体制仍将是政府主导型的管理体制,管理中心同时管、办和经营的状况还将持续,这自然也就形成了管理中心和全国单项体育协会对体育竞赛资源的垄断,并产生行政垄断市场效应。

具体到运动员商业活动的相关规范性文件的分析,还是以《关于对国家队运动员商业活动试行合同管理的通知》的附件“合同参考文本”为例:(1)有限制社会资本参与运动员商业开发的条款。合同只为运动员提供的两个选择,是分别选“以国家队运动员身份”或“以国家队运动员身份和以个人身份”,而无论怎么选择,商业开发权的归属均为项目中心或协会,没有社会中介机构,也没有经纪公司。也就是说,运动员只能把商业开发权交给管理中心或协会。(2)有禁止运动员自行开发其商业价值的条款。如“在本合同有效期内,未经甲方同意,乙方不得自行以任何名义(包括以本人名义)、任何方式,与任何第三方签订商业开发合同、参与任何商业宣传或推广活动”。“本合同终止后,乙方不得从事任何与国家队运动员身份有关的商业开发活动”。当然,运动员也可以拒绝签署该合同,不从事商业活动。但是,总局发布此《通知》,似乎给人一种总局在用行政手段确立管理中心和全国单项体育协会在运动员商业开发中的垄断地位的印象。资源被垄断无疑不利于运动员的商业价值开发。

“短时间内协会可以充任运动员经纪人的角色,但长此以往是不行的。因为协会的主要任务,或者说现阶段的价值取向是金牌,这就决定了在商业开发方面,不能像专业经纪人那样不遗余力;资源一旦被垄断,没有竞争机制,社会资本就不能顺畅进入,就不利于实现运动员商业价值的最大化”<sup>[7]</sup>。

2008年8月1日,我国颁布的《反垄断法》开始施行。《反垄断法》中的第8条规定:“行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力,排除、限制竞争”。第37条规定:“行政机关不得滥用行政权力,制定含有排除、限制竞争内容的规定”。第51条规定:“行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织滥用行政权力,实

施排除、限制竞争行为的，由上级机关责令改正；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分。反垄断执法机构可以向有关上级机关提出依法处理的建议。”但是，如果法律授权上级机关纠正下级机关的违法行为，法律上就应该有关于接受举报、调查、听证、监督、裁决、上诉等一系列完备的程序性规定，而《反垄断法》只是对国务院反垄断执法机构的执法程序进行了规定。《反垄断法》似乎默认上级机关具有很强的反行政垄断意识，缺乏对上级机关如果不作为，如果消极执行反垄断执法机关的建议时，如何监督和规定的规定。所以严格来说，《反垄断法》具有宣示反行政垄断的意义，但可操作性尚有待进一步提高。从根本上消除我国的行政垄断的这一重任，仍旧并非《反垄断法》所能完全承受。

### 2.3 体育中介市场进入门槛高，不利于运动员商业价值开发效率的提高

综观国内外著名运动员的商业活动取得成功，有赖于有专业的经纪团队策划和管理商业活动。由于缺乏专业团队先行统筹策划，一些脱颖而出的运动员不能够把握商机，还有一些运动员则为纷至沓来的社会、商业活动“疲于奔命”。知名体操运动员程菲曾在一次接受记者采访时说：自己都不知道下一步要干什么，是训练，是休息，还是要参加什么活动<sup>[8]</sup>。

据肖林鹏等<sup>[9]</sup>在2006年对27个省(市、区)体育局、5个计划单列市体育局、17个国家体育总局运动项目管理中心及其它直属单位进行的一项调查显示，虽然有71.9%的体育行政部门表明非常需要体育经纪人介入体育事务，但体育经纪活动完全依靠本部门内部相关机构独立运作的占总数的34.4%，由本部门成立的中介组织运作的占6.3%，部分交由外部中介组织或个人运作的占53.1%，完全交给外部中介机构或个人运作的占6.3%。陆作生、周爱光<sup>[10]</sup>亦有如下论述：《经纪人管理办法》中规定：凡国家允许进入市场流通的商品或服务项目，经纪人均可进行经纪活动……可现在与国外相比，体育经纪业是“有‘商品’无市场”，“有市场无秩序”。“在利益丰厚的体育市场中还隐约可见‘政府官方’的手，竞技体育市场的垄断还难以短时根除。在仅有的可以让体育经纪人发挥作用的市场中，由于政府管理部门监督管理的缺失，造成市场秩序混乱，影响着竞技体育走向光辉灿烂。”

由于体育中介很难从市场中直接获取这些被行政机关及其直属事业单位、具有官方背景的行政性公司(如中体公司、中篮公司)掌控的体育资源，使得体育中介的施展空间受到较大限制。这无疑制约了体育中介的发展，反过来又影响了运动员商业活动开发的效

益。

## 3 运动员商业活动制度创新的关键、难点和方式选择

《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出：“产权是所有制的核心和主要内容。”“建立归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅的现代产权制度，是完善基本经济制度的内在要求，是构建现代企业制度的重要基础。”运动员商业活动的相关制度实质上也是关于运动员无形资产的产权配置与流转的制度。管理中心官民兼具、管办兼能使得运动员无形资产的产权归属不清、产权主体之间权责不明，行政垄断、体育中介市场进入门槛高使得运动员无形资产的产权不能流转顺畅，这都与管理中心和全国性单项体育协会有关。

### 3.1 完善相关制度的关键：管理中心管办分离

作为中国110 m栏项目的第一个奥运冠军，刘翔在中国体育史上的里程碑意义，较姚明有过之而无所不及。但是，即便刘翔在北京奥运会上迫不得已退赛之前，他的商业价值开发也一直远远落后于姚明。有媒体用刘翔代言的“鹤舞白沙我心飞翔”广告被禁播、安利纽崔莱广告涉嫌盗用“鸟巢”形象做为背景招“炮轰”后撤换等事例，对刘翔身后经营团队的专业水准提出了疑问，魏纪中先生亦曾经对刘翔代言某些广告提出过批评<sup>[11]</sup>。还有媒体认为，刘翔的商业开发是田管中心市场经营部负责，而姚明背后是专业的经纪人团队“姚之队”，这是两位明星商业活动收益存在差距的主要原因，并发出感叹：有“姚之队”，为什么没有“翔之队”呢？对此，田管中心的一位负责人曾经解释说，一些经纪公司曾经找过他，但他感到他们开发的思路以及对刘翔价值的评判，都还未达到他满意的程度。这也就是为何刘翔没有专业经纪团队的原因，而并非是田管中心不肯放权。这种状况可以理解，因为目前我国优秀的体育经纪人或公司还不是特别多，这样，一些协会不得不自行运作运动员商业活动，刘翔只不过是其中最著名的一例而已<sup>[7]</sup>。

但是，管理中心对找上门的经纪公司不满意，那么管理中心有没有去努力寻找满意的经纪公司？有没有主动面向海内外进行招标？据调查，目前不少的管理中心只是等着商家上门，并不会主动出击。从姚明的商业开发历程来看，姚明今天的成就与其身后专业经纪人团队的努力是分不开的。在2002年，“姚之队”委托芝加哥商学院新产品战略管理实验室，就姚明的市场开发进行评估，为姚明制定了长期营销策略。为了让姚明这一“金字招牌”持续升值，他们至少拒绝

了3 000万美元的合同,每签一份合同,都要花几十万美元做市场调查<sup>[2]</sup>。为了保护“姚明”这个品牌,“姚之队”还在中国商标局申请注册了近30大类的“姚明”商标名称。而类似的工作,管理中心是很难做到的。因为管理中心缺乏市场营销专家和资深法律专业人士,缺乏与媒体协调、品牌塑造和营销等一系列市场运作的专业知识和经验和管理中心目前的运行状况存在两点弊端:(1)开发运动员的商业价值并非管理中心所擅长,不利于实现运动员价值的最大化;(2)管理中心拒绝经纪公司参与,自行运作运动员的商业活动,有可能是迫不得已,但也不能完全排除利用行政权力排除或限制社会资本参与竞争的可能性。

除了通过《反垄断法》规制行政垄断,更重要的是要转变行政机关和具有管理公共事务职能的组织的职能,实现彻底的政企分开、管办分离,消除行政性限制竞争产生的土壤。因此,完善运动员商业活动相关制度首先需要明确的是,限制市场竞争显然不利于实现运动员商业价值的最大化,即便没有被法律禁止,也应当成为体育制度改革的对象。既然开发运动员的商业价值并非管理中心之所长,那么就要管办分离,打破管理中心对资源的垄断,使资源的产权主体多元化,把开发运动员商业价值的权力交给合适的角色。

### 3.2 制度创新的难点:突破路径依赖

诺贝尔经济学奖的获得者诺斯认为,一种制度一旦形成,不管是否有效,都会在一定时期内持续存在,这就好像进入了一个特定的路径,制度变迁只能按照这种路径走下去,即产生路径依赖。制度的进化,是个突破路径依赖与创新改革的过程。“这就是说,第一,初始的体制选择会提供强化现存体制的刺激和惯性,因为沿着原有的体制变化路径和既定方向往前走,总比另辟蹊径要来得方便一些;第二,一种体制形成以后,会形成某种在现存体制中的既得利益集团。他们力求巩固现有制度,阻碍进一步的改革,哪怕新的体制较之现存的体制更有效率”<sup>[3]</sup>。

我国的体育体制是在计划经济体制下形成的,在它长期运行的过程中,必然会受到母体制的规约而形成与之相匹配的制度路径,并产生路径依赖。长期以来,为国、为集体争光是我国运动员的首要任务,商业活动直到改革开放之后才逐渐成为运动员的“副业”。而在国内外知名运动员中,不乏商业活动与体育“本行”两不误的榜样,如姚明每年的商业开发价值上亿元,并没有影响他为火箭队效力;贝克汉姆先后为百事、阿迪达斯等数十个品牌代言,也未曾妨碍他担当英格兰国家足球队队长。但是,我国体育管理部门由于有过多商业活动会影响运动员的正常训练和

比赛的顾虑,往往对运动员商业活动进行严格控制,而不是积极探索两者的双赢之策。这些观念和工作方法不会因为经济体制改革立即改变。相对于改革开放的进程而言,体育体制及其运行机制、工作方法和内容的改革较为滞后,这是运动员商业活动乃至中国体育都还存在某些弊端和不足的主要原因,这些弊端和不足也是进一步深化体育改革的主要对象和内容<sup>[4]</sup>。

### 3.3 制度创新的方式选择:诱致性与强制性制度创新相结合

制度变迁理论起源于西方,但我国著名经济学家、现任世界银行高级副行长兼首席经济学家林毅夫却是第一个系统地阐述“诱致性”制度变迁的学者。他的《关于制度变迁的经济学理论:诱致性创新与强制性变迁》一文被舒尔茨誉为在制度研究的范围与内容方面的杰出之作。该文中论述了制度变迁的两种模式<sup>[5]</sup>:诱致性制度变迁,是指人们在响应获利机会时自发倡导、组织和实行的制度变迁;与此相反,强制性制度变迁由政府命令及法律引入和实行。如果把诱致性制度变迁作为制度创新的唯一安排,那么,许多制度创新便可能不会发生——打破旧制度需要面对某些风险,出于对有效地弥补诱致性变迁的不足。而在诱致性制度变迁中,尤其是在正式制度的变迁中,最终往往也需要政府来促进变迁发生。制度变迁是由制度创新推进的,没有创新,制度也就不会变迁。

姚明的商业开发模式是我国运动员商业活动制度诱致性制度变迁的开端,是对相关制度创新的积极有益探索。但是,类似姚明这样的运动员毕竟是少数,我国绝大多数运动员的商业开发还是由管理中心控制和参与运作。因此,管理中心有必要成为制度创新的主体。笔者认为,管理中心参与制度创新的模式既不完全同于诱致性制度创新,又区别于强制性制度创新。这是由主观、客观两方面因素决定的:(1)从主观方面来分析,当面对市场收益的诱惑时,管理中心虽然不甘心放弃市场收益,但又害怕承担管理不善影响训练和竞赛的责任,这使得管理中心不可能积极进行运动员商业活动方面的开拓性尝试。因此目前的状况是,管理中心只是在坚决地履行着力促运动员争金夺银、为国争光的职责的同时,以有限的行动从市场寻求经济利益。(2)从客观方面来分析,体育在我国具有较强的政治功能,故不可能完全被市场“牵着鼻子走”。如为了备战北京奥运会,国家体育总局刘鹏局长曾在2006年11月宣布:北京奥运之前,为确保各运动队的训练不受干扰,国家体育总局对现役国家队运动员参加各类社会活动、商业活动将采取严格的限制措施<sup>[6]</sup>。上级行政部门由于有过多商业活动会影响竞赛和训练工

作的顾虑,在国家队运动员的体育“本行”与商业开发两不误的运作模式出现之前,亦不太可能推出强制性制度变迁的举措。

基于以上分析,建议在少数管理中心试行运动员商业开发活动招标制度,以利于管办分离、引入社会资本参与竞争,发挥优秀体育经纪专业团队的优势。具体举措是:管理中心主动面向海内外招标,把开发运动员商业价值的工作外包给多个优秀的体育经纪公司。经纪公司根据具体情况制定出商业开发的计划和实施方案后,由运动员和教练组决定是否采纳,管理中心只进行原则上的监管。国家体育总局可以先鼓励少数管理中心试点。采取试点方式的益处是:(1)试点兼有下级主动开拓、上级予以默许甚至支持的双重含义。管理中心主动创新(诱致性制度创新)的成本将会因上级的默许甚至鼓励而降低,至少在减轻政治风险方面是如此,而管理中心最大的顾忌正是这一方面;(2)将运动员的商业开发工作外包给专业的体育经纪公司后,管理中心协调与经纪公司之间的合作、规避商业开发与运动训练之间冲突等方面的措施与方法,还有待于借鉴国内外的成功经验,进行较长时间的探索。试点有利于有效控制探索中可能出现的失误对整个制度创新产生的负面影响。

#### 4 小结

1)项目管理中心组织形式官民兼具、运行方式管办兼能是运动员商业活动的制度性障碍。运动员商业开发资源被行政垄断,使得运动员无形资产的产权主体比较单一、社会资本参与运动员商业活动的进入门槛较高,不利于实现运动员商业价值最大化。

2)反行政垄断并非是《反垄断法》所能完全承受的重任,完善运动员商业活动相关制度的关键是项目管理中心要转变职能,实现彻底的管办分离,以消除行政性限制竞争产生的土壤。项目管理中心有必要试行运动员商业活动招标制度、改进合同管理方式,建立引入社会资本参与运动员商业价值开发的竞争机制,以优化运动员商业价值开发资源的产权配置,提高运动员商业活动的效益。

3)管理中心试行运动员商业活动招标制度需要规避委托代理风险、防范权利寻租。此外,运动员商业活动招标合同中的法律关系比较复杂,既有公务合同,也有民事合同,其中,公务合同适用于行政法,民事

合同适用于债法中的《合同法》,及其它民商法。这使得对运动员商业活动招标及其合同管理的法律规制有一定程度上的法律缺失,尚有待研究完善。

#### 参考文献:

- [1] 陈勇军. 产权理论与我国体育产权制度的改革[J]. 南京体育学院学报, 1997, 11(2): 7-8.
- [2] 唐末兵. 中国转轨时期所有制结构演进的制度分析[M]. 北京: 经济科学出版社, 2004.
- [3] 杨年松. 职业竞技体育产权效率与制度创新[J]. 广州体育学院学报, 2006, 26(2): 14.
- [4] 伍绍祖. 中华人民共和国体育史(1949~1998)综合卷[M]. 北京: 中国书籍出版社, 1999: 420-421.
- [5] 胡小明. 新时期中国体育的制度创新[J]. 体育文化导刊, 2007(3): 5.
- [6] 谭建湘. 我国体育中介企业市场结构的研究[J]. 广州体育学院学报, 2008, 28(6): 4-7.
- [7] 张冬梅. 桃子熟了怎么摘?——对体育明星无形资产开发的思考[J]. 新体育, 2005: 39.
- [8] 慈鑫. 中国运动员还在为社会活动疲于奔命[N]. 中国青年报, 2006-11-20.
- [9] 肖林鹏, 丁涛, 李豪杰, 等. 我国体育经纪人职业概况与前景研究[J]. 天津体育学院学报, 2007, 22(1): 65.
- [10] 陆作生, 周爱光. 我国体育经纪人的法制监管[M]. 体育与科学, 2007, 28(2): 47-48.
- [11] 子轩. 名将“走穴”遭遇“紧箍咒”[N]. 人民日报海外版, 2006-11-17(10).
- [12] 中国体育热线. 上海滩的体育明星商业梦[EB/OL]. <http://www.tgocn.com/news/3202.htm>.
- [13] 吴敬琏. 何处寻求大智慧[M]. 上海: 上海三联书店, 1997: 355.
- [14] 梁晓龙, 鲍明晓, 张林. 举国体制[M]. 人民体育出版社, 2006: 198-199.
- [15] 林毅夫. 关于制度变迁的理论: 诱致性创新与强制性变迁[G]//陈昕. 财产权利与制度变迁——产权学派与新制度学派译文集, 上海: 三联书店、上海人民出版社, 1994: 389-392.

[编辑: 李寿荣]