

职业体育联盟的契约特性与契约选择分析

黄胜

(仲恺农业工程学院 体育部, 广东 广州 510225)

摘 要: 从企业契约理论的视角分析职业体育联盟的契约特性与契约选择。由此得出职业体育联盟中的契约是通过谈判形成的, 是一种纯粹契约式合资企业形式。职业体育联盟管理者、俱乐部业主、运动员工会及政府部门、赞助商、媒体、消费者等构成契约关系组合。其契约的特性是一系列交易的结果, 也是契约选择的结果; 其核心内容是赛事管理准租的创造与分配。

关 键 词: 体育产业; 职业体育; 体育联盟; 契约理论

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2013)04-0052-04

An analysis of the characteristics and choices of contracts offered by professional sports leagues

HUANG Sheng

(Department of Physical Education, Zhongkai University of Agriculture and Engineering, Guangzhou 510225, China)

Abstract: The authors analyzed the characteristics and choices of contracts offered by professional sports leagues from the perspective of enterprise contract theory, and therefore concluded that contracts offered by professional sports leagues are a pure contract type joint venture enterprise form formed via negotiation and bargaining. Professional sports league administrators, club owners, athlete unions, government departments, sponsors, media, consumers etc, constitute the combination of contract relationships. The characteristics of such contracts are as follows: such contracts are the result of a series of transactions, also the result of contract choices; the core content of such contracts is the creation and distribution of game management quasi-rent.

Key words: sports industry; professional sports; sports league; contract theory

随着 2011 年 NBA 劳资谈判的结束, 劳资双方就各自权益达成新的劳资条款。NBA 劳资条款就是联盟和球员工会制定的一个契约。职业体育联盟还有哪些契约, 契约有哪些特性及该如何选择与实现, 对其进行探讨和分析, 对于完善我国职业体育联盟理论, 指导我国职业体育实践具有重要的意义。

1 职业体育联盟的契约问题

1.1 职业体育联盟契约的缔约者

职业体育联盟契约的缔约者是职业体育联盟管理者、俱乐部业主、运动员工会及政府部门、赞助商、媒体、消费者等利益相关主体。这些相关主体都因各自对职业体育联盟投入专用性资源而享有利益请求

权。各主体通过多次的博弈确定各自的权利和义务, 多方博弈的结果就是根据职业体育联盟发展的情况, 在不同的阶段形成一个对相关参与者有约束力的一系列相应的契约。为了体现契约的公正、公平性, 各参与方在平等、自愿的基础上公开进行博弈, 以确保各参与方的利益。职业体育联盟契约是一种不完全契约的集合^[1], 以保证职业体育联盟各参与方都应获得参与治理的权利, 从而通过职业体育联盟的顺利运营满足各参与方的利益和实现共同利益的双赢^[2]。

1.2 职业体育联盟契约的核心内容

市场经济中, 成本收益比较是支配俱乐部行为取向的基本准则。就职业体育联盟契约的选择而言, 俱乐部业主期望获得长久的收益; 消费者期望获得更大

收稿日期: 2012-08-26

基金项目: 国家社会科学基金 2007 年度研究项目(07BTY007)。

作者简介: 黄胜(1968-), 男, 讲师, 研究方向: 体育教育与体育管理。

满足；管理者期望得到更高的薪酬。职业体育联盟契约各方共同协作、长期合作，其内驱力是对利益最大化的追求。契约各参与方真正关心的是职业体育联盟的生产与经营，他们都想从中获取更多的利益。职业体育联盟收益的创造与分配，是职业体育联盟契约的核心内容。

1.3 职业体育联盟契约的形式

所谓契约就是由交易当事人签订或认可的一系列用来规范交易行为的条款^[3]。企业的本质就是一系列契约的联结^[4]。职业体育联盟作为一种企业，通过各成员俱乐部之间的规章(契约)来实现联合控制。各俱乐部签订契约来实现各方对职业赛事共同的生产和销售。根据职业体育联盟契约规定，各俱乐部都要遵守职业体育联盟规则，按联盟要求进行赛事活动，由俱乐部成员共同组成的委员会加以控制，这种形式纯粹通过契约安排来实现联合控制。职业体育联盟是一种纯粹契约式合资企业^[5]，因为职业体育联盟是不建立在法律实体上的联营协议。

2 职业体育联盟契约的特性

2.1 职业体育联盟契约是一种市场契约

与传统工商企业一样，职业体育联盟也是建立在市场契约基础上的一种契约制度安排，市场中的职业体育联盟契约可以被理解为一个(或一组)由各类资源所有者缔结的市场契约。构成职业体育联盟契约体的各种要素只能来自于要素市场，职业体育联盟的产出价值的实现也只能通过赛事产品市场中的交易才能实现。职业体育联盟是连接要素市场与产出市场的一个枢纽。职业体育联盟的生产经营活动，无非是各俱乐部和消费者之间为保持一定的经济活动条件而结成的多边交易关系。首先，职业体育联盟是由许多俱乐部组成的；其次，对职业体育联盟契约而言，由于参与签约的各俱乐部之间构成了某种长期的交易关系，各俱乐部为了各自的利益，必然不断进行多次、重复的博弈，职业体育联盟契约作为一种市场契约，各签约人可以自由地选择参与，但一旦不满意初始契约的选择行为，也可以自由地退出该契约。

2.2 职业体育联盟契约是赛事产品生产型契约

1)职业体育联盟契约生产经营对象的特殊性。职业体育联盟生产经营的对象是一种赛事服务产品，而非实物产品。赛事服务产品具有服务产品的特征和存在条件。

2)职业体育联盟契约签约人的特殊性。构成职业体育联盟契约的参与者中除俱乐部业主、俱乐部非人力资本所有者、管理者和职员等人力资本所有者以外，

还有大量向职业体育联盟提供各种服务的其他经济主体，如体育场馆拥有方、赛事赞助商、政府等。职业体育联盟在一定程度上相当于一般性企业契约中的供应商，消费者是观众和赞助商。

3)职业体育联盟契约的投入、产出品以及营运流程的特殊性。对于大多数的生产实物产品的企业而言，投入品是供应商提供的原材料，而原材料是通过市场交换得到的；其产出品就是商品。这样，生产实物产品的企业其营运流程往往要经过货币资本、原材料、商品、货币4个阶段的形态转换。而生产非实物产品的职业体育联盟则不同，其营运流程为3个阶段，即初始的货币资本、吸收人力资本、提供赛事服务产品并赚取差额，而且基本不涉及到资本的形态转换。

4)职业体育联盟契约客户对象的针对性。由于职业体育联盟提供的是赛事服务产品，即通过赛事产品生产与销售来赚取利润，所以从理论上分析，需要消费赛事产品的消费者都可以成为职业体育联盟的客户，因此，职业体育联盟契约的客户对象具有针对性。如果对这个赛事产品经营型契约作进一步剖析的话，不难发现，职业体育联盟契约结构是很独特的：职业体育联盟实质上是关于法人化的服务企业与俱乐部之间的特别契约。从最直接的利益交往关系看，构成职业体育联盟契约正常运行的签约人首先是两大经济主体：一边是俱乐部业主，一边是经营职业体育联盟的团队(包括俱乐部的管理者、职员以及俱乐部的股东、债权人)，这是因为法人化的服务企业是经营赛事的人力资本所有者按照法人企业的架构组织起来的。

2.3 职业体育联盟契约是动态的长期的重复性契约

职业体育联盟契约的初始状态必然要随着其生存环境的变化而变化，所以，职业体育联盟契约是动态的、变化的，由此导致了联盟要不断调整契约，也使得各参与方的利益关系不断发生着变化，从而表现出契约的动态演变特征。如NBA劳资条款是动态性的，每一期劳资条款为期6年，到期后都需要重新谈判，当谈判双方无法提前就新协议达成一致时，就可能导致“停摆”。每次新的劳资条款都必须得到职业体育联盟主管委员会的批准以及球员工会的投票表决。双方达成的协议才是最终的劳资条款。NBA劳资条款从1984年至今已经进行过5次谈判。

其次，职业体育联盟初期的剩余分配权是由职业体育联盟掌握的。在早期阶段，职业体育联盟仅有少数几个俱乐部成员，他们协调工作，以期在职业体育联盟成功时共同受益，即分享职业体育联盟租金。但在职业体育联盟契约机制创建过程中却难以清晰地界定每个俱乐部的贡献及其贡献的价值。此时，职业体

育联盟掌握着剩余控制权。虽然每个俱乐部的未来收益不能事前确定,但职业体育联盟可以通过俱乐部的行为表现来区分他们的贡献,并承诺他们未来可能得到的收益。

最后,职业体育联盟的契约创造的租金^[6],是通过运营收入来实现的。当我们从职业体育联盟运营的视角分析职业体育联盟契约机制的形成时,就会发现职业体育联盟租金的创造和分配是不可分离的。在职业体育联盟的契约形成过程中,组织租金在职业体育联盟契约形成之前是不确定的,职业体育联盟是俱乐部业主通过联合行为来创造职业体育联盟租金的契约,职业体育联盟在引导组织租金创造的过程中也决定了俱乐部业主在租金分配方面的地位。

3 职业体育联盟契约的选择

3.1 职业体育联盟契约的选择形式

在职业体育的发展中,职业体育联盟作为最具活力的组织,必有其优势。交易费用的节约就是职业体育联盟这种组织形式发展的根本原因,也就是说职业体育联盟能够有效地降低交易费用。职业体育联盟与管理者、俱乐部和运动员,职业体育联盟与赞助商、消费者以及政府之间的交易必须选择特定的契约形式加以治理或者规制,这些特定的契约形式就决定了职业体育联盟的形式,形成职业体育联盟的独特激励机制、治理结构。

职业体育联盟涉及的交易主体包括俱乐部业主、管理者、赞助商、运动员、消费者、政府,他们之间不是通过通常的市场交易方式进行交易的。以职业体育联盟的组织形式提供赛事服务产品^[7],首先是节约包括度量成本在内的交易费用的需要。为了分析的方便,我们先假设提供赛事服务产品不需要其他设备资源,只需要运动员和教练员,看看职业体育联盟是如何通过契约选择而形成的。如果没有交易费用,俱乐部业主完全可以通过临时聘请运动员参赛,不必与运动员签订长期合同,即不拥有自己的运动员队伍,也就是说,如果不存在赛事服务,完全可以通过市场机制组织提供赛事服务,而不必借助于俱乐部这种组织形式提供赛事服务,不存在交易费用的话,就没有俱乐部这种组织。观众(或者政府)可以分别向这些运动员购买赛事服务,没有交易费用时这样的做法跟俱乐部组织不会有差异,事实上运动员提供的赛事服务就是这样交易的。但是,由于现代体育竞赛必须通过多个俱乐部合作才能完成,同时由于交易费用的广泛存在,观众购买赛事服务的交易费用是很大的,由于赛事服务质量、度量、监督的困难,观众甚至政府无法判定

俱乐部的服务是否符合要求,交易次数大大增加,寻找运动员、考察运动员需要成本,需要时也不一定能找到,还要经过多次谈判,花费很多时间,交易非常困难,通常的市场机制或者市场契约不可能完成赛事服务的交易。

从运动员的角度来看,运动员拥有知识和技战术能力,拥有人力资本,可以通过两种契约形式用自己的知识和人力资本换取收入:1)自己直接生产出售赛事服务;2)通过契约安排,把自己的人力资本使用权委托给另外的代理人或者组织,换取一定的收入。俱乐部中的物质资本除了有以上两种选择之外,还有一种选择即可以把物质资本完全卖掉。运动员或者物质资本做第2种选择时,通常意义上的俱乐部就形成了。在这种情况下不直接对每种活动定价,在俱乐部内不再精确对每个运动员评价,只是用比较模糊的工资或者年薪,来支付不同水平的运动员的服务报酬。俱乐部业主或者代理人根据契约获得对运动员人力资本的有限使用权,由俱乐部的管理者用雇主对雇员的命令方式来组织生产,即组织体育比赛,指定不同的运动员上场比赛。俱乐部与运动员之间的关系具有一定的等级性,运动员要服从俱乐部的安排。俱乐部业主或者代理人在组织运动员进行比赛的同时,还与职业体育联盟管理者以及观众进行交易,向观众出售赛事服务。观众在向俱乐部购买赛事服务时,如果没有交易费用,也可以一次一次地向俱乐部购买赛事服务产品,正是由于交易费用的存在,俱乐部与运动员之间都是按运动员等级来进行交易的。俱乐部与运动员之间的交易也是契约形式,由于赛事服务产品度量的困难,同时由于赛事服务产品的整体不可分解性,只有这样长期的连续的对运动员进行教育、培养,才能保证赛事质量,才有利于运动员水平的提高,这样才是有效率的。俱乐部就是这样通过一系列交易契约联结起来的组织。

由此来看,职业体育联盟是一系列交易的交易结果,是契约选择的结果^[8]。俱乐部与运动员之间的关系最普遍的慰藉物是契约。赛事中的契约有许多种方式,所以,站在经济学的角度来看,从本质上来说职业体育联盟是契约选择的结果,职业体育联盟的本质是一系列契约的联结,就这一点来说职业体育联盟与通常的企业没有本质的区别。职业体育联盟就是企业组织的一种形式。职业体育联盟中的契约也是通过谈判、讨价还价形成的,职业体育联盟的形成是俱乐部组织的各相关方博弈的结果。

另外,职业体育联盟和通常的企业还是存在差异的,一个重要的差异就是职业体育联盟为了追求利润

最大化而平衡各俱乐部竞争实力,也就是说平衡俱乐部组织力量是职业体育联盟有效运作的激励手段,这种差异是治理结构的差异,这种差异也源于契约选择,也是契约选择的结果。

3.2 职业体育联盟契约的选择实现

职业体育联盟是各俱乐部投入一定的人力和非人力资本¹⁹构成的体育竞赛组织,是人和资源的集合体,向市场提供的是赛事服务产品,它是不同俱乐部之间的交易行为。在赛事服务产品的生产过程中,各俱乐部要签订一系列的契约,通过技术和管理对资源进行转换。

职业体育联盟有效地控制赛事产品生产与经营是从两方面来进行的:一是赛事产品的生产环节,它涉及赛制、赛程、规则、市场等诸多方面;二是管理环节,这主要包括对产品生产、销售等经营活动的组织、控制、监督等系统性管理活动。

职业体育联盟作为市场上各俱乐部业主的联合组织,其根本目的和功能在于对俱乐部投资进行联合以创造更大的产出,以及从产出中获得的收入在各俱乐部之间进行分配。这一契约的主要内容具体反映在职业体育联盟的生产制度结构和分配制度结构的安排上,具有两个基本特性,即生产特性和分配特性,也就是说,职业体育联盟的本质特性在于生产赛事服务产品(创造)和分配合作剩余。作为赛事服务产品生产的职业体育联盟组织,其生产经营活动中的契约主要是关于职业体育联盟生产和分配活动规则的契约,而市场契约主要是关于活动的有关契约。

职业体育联盟契约选择的实现实际上就是创造和分配组织租金的过程。职业体育联盟根据已有的运作经验和对职业体育联盟的经营的考察来确定整合什么资源、如何利用这些资源,以及如何通过完善剩余分配机制来激励各俱乐部业主。职业体育联盟契约选择能够帮助俱乐部业主有效地解决在俱乐部业主投入资源的谈判问题,以及在职业体育联盟契约选择中判断不同资源投入者所投入资源价值的评估问题。因此,职业体育联盟契约选择的实现不仅是节约交易成本的工具,更重要的是能够在创造新的经济价值的过程中

解决交易契约的达成和维系问题。

职业体育联盟中的契约就是由职业体育联盟管理者、俱乐部业主、运动员工会及政府部门、赞助商、媒体、消费者等利益相关主体按照契约关系组合起来的利益联合体,其本质是一系列交易的交易结果,是契约选择的结果。俱乐部与运动员之间的关系最普遍的慰藉物是契约,职业体育联盟就是企业组织的一种形式,职业体育联盟中的契约也是通过谈判形成的。职业体育联盟契约的实现实际上就是创造和分配利益的机制。职业体育联盟契约选择的实现是能够在创造新的经济价值的过程中解决各参与方契约的达成和契约的维持。职业体育联盟契约是一种市场契约,也是动态的长期的重复性契约,其核心内容是赛事管理准租的创造与分配。

参考文献:

- [1] 艾伦·施瓦茨. 法律契约理论与不完全契约[G]//R·科斯. 契约经济学[M]. 北京:经济科学出版社, 1999: 102-103.
- [2] 陈宏辉,贾生华. 企业利益相关者三维分类的实证分析[J]. 经济研究, 2004(3): 80-89.
- [3] Grossman G., Hart O. The cost and benefits of ownership[J]. A Theory of Vertical and Lateral Integration, *Journal of Political Economy*, 1986, 94(1): 691-719.
- [4] Coase Ronald H. The nature of the firm[J]. *Economics*, 1937(4): 386-405.
- [5] 张保华. 职业体育联盟的生产与经营行为分析[J]. *体育学刊*, 2009, 16(11): 28-31.
- [6] 哈特. 企业、合同和财务结构[M]. 上海:上海人民出版社,上海三联出版社, 1998: 76-77.
- [7] 黄继珍. 职业体育联赛赛事的质量特征及质量控制[J]. *体育学刊*, 2010, 15(8): 33-36.
- [8] 麦克尼尔. 新社会契约论[M]. 北京:中国政法大学出版社, 1994.
- [9] 周其仁. 市场里的企业:一个人力资本与非人力资本的特别合约[J]. *经济研究*, 1996(6): 82-88.