

我国体育经纪人在体育产业中的作用及行为规范

文/范继军

1. 体育经纪人的产生及作用

上世纪60年代以来,随着体育职业化、商业化的不断深入,体育经济和体育产业在世界范围内有了不同程度的发展。尤其是在发达国家,体育产业在国民经济中所占比例明显上升,有的甚至成为国家的支柱产业。以上成绩的取得与体育经纪人是分不开的。体育经纪人的产生和发展是商品经济发展的产物,在市场经济中具有强大的生命力。体育经纪人是商品性的服务活动的中介,是体育市场的社会分工。国外的实践证明,体育经纪人是推动体育事业发展的有效因素。体育经纪人作为体育市场发展的行为主体之一,直接参与体育比赛、体育经济活动及运动员流动等经纪活动,以及在运动员俱乐部、协会、赞助商、广告商之间的牵线搭桥作用,成为活跃市场,促进体育事业发展的不可缺的积极因素。体育经纪人之所以能起到如此大的作用,重要的原因是这些国家建立了适合本国国情的、合理、有效的体育经纪人管理体制,在充分发挥体育经纪人的积极性、主动性和创造性的同时对他们进行有效的管理和约束,确保体育经纪活动在规范、有序的环境中进行,保持体育市场和体育产业稳定、健康发展。

我国的体育产业发展起步较晚,但是我国社会主义市场经济体制的建立与完善,为我国体育产业提供了前所未有的发展机遇和条件。尤其是随着体育职业化、商业化的出现,体育经纪活动开始出现。它们最初的形式主要是以公关、广告为名的公司,运动项目中心的市场开发部、体育经纪公司,甚至连新闻媒体也直接介入,形成官办、民办,间营、专营、企业、事业单位都参与经纪活动的多元局面。这些局面的形成是由于我国对体育经纪活动这一新事物的发展缺乏理性研究,所以造成体育经纪活动引发了不少负面影响,如经纪活动效果不佳或效益低下,发生违法乱纪甚至腐败现象,造成国有资产流失,引起法律官司和经济纠纷等。因此,建立符合我国国情、与国际单项体育组织体育经纪人的管理体制接轨是我国体育经纪人管理体制就成为当务之急。

2. 体育经纪人业务活动的主要表现形式

(1) 为运动员作代理

这包括转会谈判、报酬确定、合同签订等,这是体育经纪人的主要业务范围。经纪人深谙各俱乐部的需求,以及各位明星队员及有潜质的队员的特点和情况,为俱乐部与运动员牵线搭桥,并安排运动员参加比赛,包括选择比赛、制定比赛日程、筹措资金、参赛服务等。其中,合理地选择和安排比赛最为重要,既有利于运动员水平的提高和发挥,又能为运动员带来巨大的经济效益。

(2) 推广体育比赛

体育经纪人可以全部或部分买断国际或国内体育组织举办的正规比赛,然后通过电视转播、广告推销、争取赞助等多种形式达到推广、举办体育比赛的目的。如国际管理集团(IMG)曾推广经纪我国足球和篮球甲A联赛,香港精英公司曾推广世界女排大奖赛等。

(3) 包装运动队

这是近年来新出现的体育经纪业务,也是经纪个体运动员业务的延伸,其工作的内容和方式与前不同。经纪人通过与赞助商家联系,获得运动队的冠名权,使运动队以某个商家名义比赛,或在比赛服上打广告,一方面提高了商家的社会影响,另一方面包装了运动队,使运动队获得了赞助。此外,体育经纪活动正逐步渗透到大众体育、体育经济的各个方面。体育经纪人还可以参与解决体育活动和交往中出现的经济、法律等方面的问题,或提供有关咨询,并可作为体育组织的代理,帮助其协调解决有关问题或争端,为其获取信息等。体育经纪人主要有以下作用:首先,极大地方便了运动员。体育经纪人都需要国际各体育组织,如国际足联、田联等机构对其颁发正式的聘任证书,才是可以正常运作经营的。所以,运动员可以放心地将一切事务委托给经纪人。经纪人又大多在世界各地有很长的触角,他们不仅能够为运动员联系到足够多的比赛机会,而且还能把运动员的食宿都安排得妥当有序。比如为队员争得出场费、交通费,办好签证及把机票送到队员手里,安排到机场接送、拉广告、找赞助,并对队员进行包装宣传等,无所不及。正如我国著名的田径运动员李彤所说的那样:“对运动员而言,体育经纪人的作用,就如同拥有一位好教练一样的重要”。其次,促进了体育职业化和商业化的进程。尽管奥林匹克倡导的是业余训练和比赛,但是从当今世界来看,各国体育的职业化和商业化已成为不可避免的现实。职业化的表现形式是联赛,有联赛就有转会问题;而商业化的表现形式是大奖赛邀请赛,这些都必然需要经纪人为运动员办理转会、奖金分配和其他一些事务性工作;如果没有经纪人的参与,许多比赛都将会告吹。反过来,通过经纪人的运作,还可以创造很多商机、热点,并吸引广大民众的积极参与,如前年在我国成都成

功举办了“世界女飞人”大赛，在美国举行的采，从而在四川和全国掀起了短跑热。当前国内最活跃的是球类经纪人。他们一方面把国外的足球运动员引进中国，如大家所熟悉的前国安队的冈波斯、万达队的金斯等；另一方面又把国内足球运动员输出国外，如在英国踢球的范志毅和孙继海，到德国去踢球的杨晨。这些“引进”“送出”对我国足球首次冲出亚洲打进世界杯决赛起着很大的作用。

(4) 促进了体育产业化和市场经济的发展

体育经纪人是随着市场的发展应运而生并发展起来的，反过来体育经纪人又对体育产业化的发展和体育市场经济的繁荣起着重要的推动作用。体育经纪人是体育市场不可缺少的一个重要环节。从职业角度讲，体育经纪人的活动可以促进体育产业转向市场化和社会化。通过他们的运作，把过去由国家拨款办比赛变成社会出资办、市场出资办，这就是体育产业化重要表现形式。如我国现在的全国足球联赛、排球联赛、篮球联赛等大型职业化赛事，都是由经纪人参与，才得以顺利进行。今后，不仅各类体育比赛，而且电视转播、广告策划、媒体宣传，甚至运动员和运动队的经营管理都离不开经纪人的参与。由此足见经纪人在体育产业化和市场经济的发展中将会起着越来越重要的作用。就世界范围看，体育经纪人最成功的是1984年的第23届洛杉矶奥运会了。它是由美国商人尤伯罗斯个人企业承办的，改变了过去历届奥运会都是由各个国家政府筹办的惯例。尤伯罗斯就象经营个人企业那样，经营奥运会的全部工作，最后把23届奥运会办成了一个空前成功的盛会，而且盈利2亿多美元，改写了奥运会的经济史，使世界体育领域中最神圣的奥运会，也进入市场经济的轨道。为此，国际奥委会特别授予他一枚奥林匹克金质勋章。国际奥委主席萨马兰奇说“没有商业的帮助，奥林匹克运动将走向死亡”。每年向体育界投资3000万马克的奔驰公司得出的结论就是“对体育投入的越多，获得的利润就会越多。”可见，在世界范围内，体育界和经济界已经对双方共存共荣的发展规律达成一致的共识。

3. 经纪人作为一种特殊的职业，必须具有一定的职业道德和职业素养，在其商业活动中应遵循以下行为规范。

(1) 讲求诚信

作为一名合格的经纪人，绝对不能凭借坑蒙、欺骗、胡编乱造等手段，获取不义之财。在进行经纪活动时，双方应抱着坦诚、忠实的态度，对双方所提出的问题和要求，应详细了解和考察，并如实沟通交流，才能促使双方交易达成。只有这样才能获得信用和成功，同时还应实事求是、实实在在，在从事经纪活动中，应设身处地为当事人双方考虑，减少交易过程中的困难和麻烦从而达到共识，尽快交易成功。其次是遵纪守法。根据《民法通则》和有关商法以及经纪人法规的内容，一个合格的经纪人必须具有以下行为规范和准则：(1)熟悉有关商业活动的政策、制度和法规，通晓体育市场的中介业务知识、技能，具有一定人际关系能力和技巧。经过有关部门的考核合格，并取得合法证书和营业执照。

(2) 收费合理

经纪人为当事人双方提供了服务，因此应收取一定的劳务费用。经纪人收取的费用通常包括佣金和成本。佣金(Commission)是指经纪人在完成经纪并促成交易后，由交易双方支付的劳动报酬。由于情况不尽相同，对于收费标准和办法无法统一规定，但其收费必须是合理的，应在当事人双方与经纪人之间协商解决。成本费用是经纪人从事中介活动所开支的费用，一般包括咨询费、差旅费、租借场地费等。经纪人应以经纪成本为限，不能随意扩大或虚报成本。

(3) 依章纳税

纳税意识是一个经纪人素质水平高低的重要标志之一，也是其行为规范化和合法化的具体表现，是其应承担的经济义务。在我国由于市场经济尚不发达，经济立法不完善，经纪人制度不健全，公民纳税意识较差，逃税漏税现象难免发生。根据我国税法规定，经纪人或经纪机构应缴纳的税种主要有营业税、所得税和个人收入调节税等。

(4) 树立法制观念，严格依法办事。在目前我国经济法规体系不完备的情况下，专门针对经纪人及经纪活动的法规很少、很不完善。经纪人应以现有的法律、法规为准则，遵守如民法、合同法、交易法等法律、法规及有关的体育规章制度、转会条例等，从事经纪或中介活动。

(5) 公平、公正服务。公平、公正地对待当事人双方是经纪人应有的品德。树立服务观念，是经纪人应有的职业素养。

体育产业是一个新兴的经济热点，具有巨大的市场潜力。经纪人对于开发体育服务产品、制定体育市场的营销战略，促进体育市场的合理有序、蓬勃发展起着十分重要的积极推动作用。随着我国市场经济的发展，体育市场将得到更大发展，抓住机遇，迎接挑战，我们的体育事业必将有一个更加璀璨、辉煌的明天(作者单位：郑州牧业工程高等专科学校)

相关链接

环青海湖国际公路自行车赛商业化运作模式的研究
石家庄市城市居民体育消费调查与研究

论河南省体育产业的发展
2008年奥运会对我国经济的影响
发展河北省特色体育产业的战略思考
我国职业体育公司治理结构发展趋势探析
2010年亚运会对广州经济影响的定量分析
论全民健身中我国居民体育消费的现状与对策
我国体育经纪人在体育产业中的作用及行为规范

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心