

体育人文社会学

文章编号:1001-747 (2008)05-0012-03

文献标识码:A

中图分类号:G841.1

我国男子篮球职业联赛运行机制存在问题的研究^{*}

徐晓伟

(西安体育学院 篮球教研室,西安 710068)

摘要:运用文献资料及实证分析等方法,对我国男子篮球职业联赛运行机制存在问题进行了分析。研究结果表明,目前职业联赛运行中存在着篮球市场供给分布过于集中,供给主体融资渠道单一;市场整体规模不足;市场运行应有的委托代理机制缺失;市场管制行为较多,市场管理、服务意识不足;市场主体运作不规范;社会转型过程中的“体制性约束”;相关的法律、法规不完善;劳务要素市场不健全等问题。

关键词:中国男篮职业联赛;运行机制;存在问题

Research of Market Operation Mechanism of CBA League Tournament

XU Xiao-wei

(Xi an Physical Education University, Xi an 710068, China)

Abstract: The main problems of our country's professional basketball competition market include: the distribution of the market supplies is too convergent, the financing channel of main suppliers is unitary; the market overall scale is insufficient; the commission and agency mechanism of the market movement is absent; the market control behaviors are over many, market management and service consciousness are insufficient; the operation of the market main body (the professional basketball club) is not standard; "system restraint", correlation laws and regulations are imperfect in the process of social reforms; the service essential factor market is not perfect.

Key words: CBA; operation mechanism; existence question

1995—1996 赛季中国男篮甲 A 联赛 CBA (China Basketball Association) 的成功举办,拉开了我国篮球运动改革的序幕。随着我国篮球产业的进一步发展,以及国内篮球职业联赛影响力的加大,一些知名的国内外公司相继投资于篮球市场,使我国篮球市场的职业化、社会化、产业化初步形成。短短的 11 年时间里,我国初步形成了由多种所有制投资开发的篮球产业市场。这得益于改革开放,尤其是社会主义市场经济体制的建立,给竞技体育的发展提供了良好的外部环境和契机。

具有 58 年历史的 NBA 堪称职业篮球市场开发和运作的最成功范例,值得我们借鉴。NBA 在 2005 年门票、电视转播、国内外授权产品和广告方面,总收入在 150 亿美元左右。而我国男子篮球职业联赛的市场运作与 NBA 相比,差距甚远。为此,笔者就我国 CBA 篮球联赛运行机制存在的主要问题进行研究分析,旨在为促进我国职业篮球运动的发展和市场开发提供有益的启示和帮助。

1 我国 CBA 篮球联赛市场的供给主体还需进一步清晰、完善

我国 CBA 篮球联赛市场的供给主体是职业篮球俱乐部(CBA 联赛各参赛俱乐部)和 CBA 篮球联赛组织机构(CBA 联赛委员会)。自 2005 - 2006 赛季始,中国篮球协会实施中国篮球职业联赛参赛俱乐部“准入制”标准,以此来促进职业俱乐部理清产权、规范组建、有序运作。根据“2005 - 2008 年中国男子篮球职业俱乐部准入实施方案”第三阶段(2007 - 2008 赛季)准入标准中对俱乐部制度提出了明确的要求:第一条,中国职业男子篮球俱乐部(以下简称俱乐部)必须是企业法人,并依照《中华人民共和国公司法》在国家工商行政管理部门正式登记为 XX 篮球俱乐部有限公司或 XX 篮球俱乐部股份有限公司,获得企业法人营业执照;第二条,俱乐部股份有限公司建立股东大会、董事会、监事会,俱乐部有限责任公司建立股东会、董事会、监事会,依照公司法明确职责。股东较少的俱乐部有限责任公司可不设股东会,其职责由董事会实行。目前申请加入“中国男子篮球职业联赛”的大多数俱乐部均已按照中国篮协的要求,完成了俱乐部的改造和重组工作,如河南仁和俱乐部、江苏南钢俱乐部等以买断体育局球队产权的形式成为了独立的实体。但也有少数俱

* 收稿日期:2008-03-24;修回日期:2008-06-10

作者简介:徐晓伟(1972-),男,山东东明人,讲师,硕士。

乐部球队如八一火箭队、上海东方队由于原有体制问题,其产权结构仍较模糊,离现代职业体育俱乐部制度要求存在较大差距。总的说来,目前各职业篮球俱乐部在职业俱乐部的相关制度建设方面还需完善,各职业俱乐部之间也存在一定的差异。

2 市场结构与规模方面的问题

2.1 市场供给分布过于集中,供给主体融资渠道单一

从市场结构来看,我国职业篮球俱乐部的分布过于集中,这表现在两个方面:一是表现在地域上。目前东部有职业篮球俱乐部 11 家(其中华东沿海地区 9 家),西部仅 3 家,中部 1 家。地域市场结构呈现发展不平衡态势,这就不可避免的出现部分地区市场供给不足和供求错位现象。二是表现在经营业务上。目前各职业篮球俱乐部自身的经营收益主要来自赞助商的投资和门票的收入,俱乐部经营渠道较窄(如地方电视的转播权与特许产品的市场开发尚未形成),这就使得俱乐部的经营收益水平较低。供给主体篮球俱乐部融资渠道单一。目前我国职业篮球俱乐部可行的融资渠道有企业资金和俱乐部自留资金两种。诸如国家财政资金、银行信贷资金、非银行金融机构资金等其它机构对我国职业篮球俱乐部而言几乎都是封闭的。在俱乐部仅有的两种融资渠道中,俱乐部自留资金受制于俱乐部盈利状况。目前我国职业篮球俱乐部大多亏损经营,没有赢余(只有广东宏远篮球俱乐部一家俱乐部于 2003 - 2004 赛季后公开宣布盈利)。因此,在现实中我国职业体育俱乐部可行的融资渠道仅有企业资金这唯一的一条。融资渠道狭窄,也就意味着俱乐部资金来源的高风险和低稳定性,这也造成俱乐部对企业投资的依赖性,又由于我国资本市场规制较严,且我国职业篮球俱乐部的经营状况也不符合在资本市场融资的条件,目前我国职业篮球俱乐部还无法从资本市场融资,不可能通过发行股票和债券的方式融资。

2.2 市场整体规模不足

目前我国 CBA 篮球联赛市场整体规模不足主要表现在两方面,一是产品市场供给不足。职业篮球竞赛服务产品供给量在联赛赛制安排一定的条件下,是由参赛球队数量决定的。目前我国 CBA 职业篮球联赛参赛球队俱乐部只有 15 家。在主场比赛场次供给方面,以 2004 - 2005 赛季为例,尽管赛制安排已经接近饱和(每周 3 赛),但整个常规赛主场供给仅为 19 场,这与美国 NBA 篮球联赛市场相比差距非常明显。NBA 联盟麾下拥有 30 支球队,在主场

比赛供给方面,NBA 常规赛主场供给就达 41 场。二是我国职业篮球俱乐部的现场观众人数上远未达到规模经济。门票市场的收益是目前我国职业篮球俱乐部的主要经营渠道,以 2004 - 2005 赛季常规赛为例,尽管平均上座率达 81.17%,但受场馆容量的限制(平均 4 500 座位左右),平均每场观众人数仅有 3 895 人,加之门票销售以中低价的门票占主体和一定的销售成本支出,故票房总体收益也不佳。

3 市场运行机制方面的问题——委托代理机制缺失

目前我国 CBA 篮球联赛市场中,CBA 篮球联赛组织机构与投资者之间的委托代理关系不清晰。职业俱乐部经理人与投资者之间尽管存在形式上的委托代理关系,但两者间缺乏通过制度、契约所建立的运行通畅的激励与约束机制。在上述两层委托代理关系中,责权利较模糊,激励与约束机制的建立也就无从谈起。但在 CBA 篮球联赛市场的经营活动中,由于上述参与主体之间因存在对经营活动的参与程度不同和专业性限制等因素而存在非对称信息,因而必须建立相应的委托代理机制以确保他们之间的委托代理关系能够使委托人的投资资本与代理人的专业知识、管理能力有效结合,经过市场运营获得市场收益,从而使各自的效用实现最大化,进而实现 CBA 篮球联赛市场资源的有效配置。由此,委托代理机制的缺失造成了各市场利益主体之间的利益分配上的冲突,也使逆向选择和道德风险的行为未能得到有效的抑制,进而加大了市场的风险程度和市场秩序的不稳定性。

4 市场行为方面的问题

4.1 市场管制行为较多,市场管理、服务意识不足

目前我国 CBA 篮球联赛市场主要是由国家体育总局篮球运动项目管理中心(中国篮球协会)进行管理。篮球运动项目管理中心(中国篮球协会)作为国家体育总局下属行政事业单位,享有一定的行政权力,由此在实施对职业篮球竞赛的管理过程中,带有浓厚的行政色彩,加之缺乏相应的权力监督约束机制,导致市场管制行为较多,各俱乐部相互的利益缺乏保障,进而使篮球运动项目管理中心(中国篮球协会)与俱乐部业主之间的冲突升级。如在 1998 - 1999 赛季,上海、辽宁、山东、广东、江苏、济军和吉林等七家俱乐部曾欲通过成立“篮球俱乐部联盟”,向“领导权、经营权、管理权”三权集于一身的“篮管中心”发起挑战;在 2005 - 2006 赛季,北京奥神篮球俱乐部由于上一赛季被中国篮球协会取消参加 CBA

联赛一年(因拒绝让其队员孙悦到中国青年男篮报到),而选择从我国 CBA 篮球联赛市场的退出,并于 2005 年 10 月加入美国职业篮球 ABA 联赛。针对“奥神”的退出行为,从经济学角度讲,对于市场的损失在于投资者的撤资,会导致市场融资能力的下降,为市场的风险带来了负面影响。球员劳务市场方面则对优秀运动员资源也造成了很大的浪费(运动员因与所属俱乐部合约在身,若俱乐部方不允许是无法正常进入劳务市场的)，“奥神”目前已进入美国 ABA 联赛市场(球员劳务资源流失)。

4.2 市场主体(各职业篮球俱乐部)运作不规范

目前我国 CBA 联赛各参赛俱乐部尚未建立现代企业管理制度。尽管大部分俱乐部都已进行了公司化的改造,建立了股份有限公司或有限责任公司制俱乐部,但在俱乐部内部并未建立起有效的企业法人治理结构,没有充分发挥现代公司的民主与制衡机制来约束和规范俱乐部经营者的经营管理行为,致使各俱乐部经营管理混乱和运作的规范。各俱乐部虽然名义上为公司,但并未按公司制的要求进行运营,各俱乐部内部也未按照《公司法》等法律、法规的要求建立现代的财务管理制度,大部分俱乐部财务管理水平低,且部分俱乐部仍存在产权归属模糊的问题,由此导致我国 CBA 篮球联赛市场虽经过多年的培育,但大部分俱乐部并未形成可盈利的运作机制,缺乏盈利能力,处于亏损经营状态。

5 市场外部环境存在的问题

5.1 社会转型过程中的“体制性约束”

处在目前转型条件下的市场经济体制表现为经济运行的基本特征是市场的,市场机制的主导作用与市场失灵会同时存在于经济运行中,与之适应的政府与市场关系的基本框架也将逐步形成,政府机制的效率必将受制于传统体制下各种遗留问题的解决程度。因而我国目前的体制环境不仅与西方市场经济发达国家不同,而且处于变动中,具有相当的不稳定性。这也使得我国 CBA 篮球联赛市场的相关制度建设受到社会转型过程中“体制性约束”的外部因素制约。

5.2 相关的法律、法规不完善

目前我国 CBA 篮球联赛市场所依托的相关法律主要有《中华人民共和国体育法》、《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国工会法》、《中华人民共和国行政许可法》和《中华人民共和国知识产权保护法》等。法规则主要有国家体育政府行政管理部门(国家体育总局)制定的相关条例、规定和办法等以及授权篮球运动管理中心制定的我国 CBA 篮球联

赛的相关管理条例、规定和办法等。在相关的法律方面,由于 CBA 篮球联赛市场是我国市场经济体制转型过程中的新兴产物,因而在上述法律的内容和条款的制定上缺乏明确的、可作为解决我国 CBA 篮球联赛市场中问题的、具有可操作性的法律依据条文,因而导致 CBA 篮球联赛市场中所出现的问题在法律解释方面的弹性较大。在相关的法规方面,尽管国家体育总局和篮球运动管理中心为了维护我国 CBA 篮球联赛市场秩序已相继制定了许多相关的法规条例,但由于我国 CBA 篮球联赛市场仍在建立与完善的过程中,有的条例往往是出现问题后加以补充的。

5.3 劳务要素市场不健全

我国 CBA 篮球联赛市场的劳务要素市场主要有球员劳务市场、职业经理人劳务市场、体育经纪人劳务市场等。在球员劳务市场方面,由于我国竞技体育管理体制实施的是“举国体制”,篮球职业化改革初期,各俱乐部球队与球员基本是原专业球队和专业球员出身,其身份原为各省体工大队(事业单位)的职工,俱乐部也多属企业与地方体育局联办性质。在各省竞技体育的“全运战略”的影响下,除个别俱乐部(如广东宏远俱乐部)以买断球员身份的形式组建俱乐部篮球队外,多数俱乐部球队的多数球员的身份仍从属地方体育局(体工队),这就给球员劳务交易设置了市场障碍。此外,目前我国各职业篮球俱乐部的球员劳务资源主要依靠俱乐部自身供给,即各俱乐部的二、三线队伍的配备。这一人力资源的内部供给机制,在很大程度上限制了球员劳务市场的自由交易(自由转会);职业经理人劳务市场方面,由于体制原因,我国到目前为止还不存在真正的职业经理人劳务市场,职业体育经营管理专业人才严重缺乏,这就造成我国各职业篮球俱乐部对俱乐部经理人的选择局限性很大,不利于俱乐部经理人经营能力的提高以及对俱乐部经理人逆向选择和背德行为的制约;体育经纪人在我国仍处于起步阶段,目前我国 CBA 篮球联赛市场随着国外体育经纪人的不断介入,我国体育经纪人所面临的冲击和挑战不断加大,体育经纪人劳务市场发展明显滞后。

综上所述,我国 CBA 篮球联赛运行机制存在诸多问题,如果上述问题不能及时解决,势必将制约我国 CBA 篮球联赛市场的成熟和壮大。为此,笔者建议应按照社会主义市场经济新体制来重构企业运行机制,具体可以分为决策、激励、约束和发展四大机制,来进行管理、发展、完善我国篮球市场。

(下转第 27 页)

在构建“环首都体育休闲圈”促销策略时,应考虑:一是在海内外选定目标市场共同促销;二是与相关地联合举办旅游展示会、洽谈会、说明会及重要的旅游活动;三是联合邀请旅行商和记者在相关地进行考察和采访;四是利用相关地媒体相互进行旅游宣传和节目交流;五是联合制作旅游产品促销册;六是共同进行网络宣传促销。各方还就加强相关地行业的交流与合作,为支持奥运、服务奥运等方面进行相互支持与合作。

3.6 体育休闲产业专业人才培养

“环首都体育休闲圈”的建设,需要大量体育休闲产业专业人才。应大力培养既懂经济、又懂体育的复合型体育经营管理人才。加强政府体育部门、事业单位、社会团体中体育产业经营人才队伍建设工作。提倡和推动河北省有条件的大专院校增设有关体育休闲产业经营管理方向的专业和课程,按市场需要培养体育服务业专门人才。同时,积极从北京等地引入高水平的体育休闲产业专业人才。加强体育休闲产业的职业培训,提高从业人员的素质和

能力。建立规范有序的体育休闲产业人才市场,促进体育休闲产业人才的合理流动。人才是第一资源,培养高素质的体育休闲产业人才对于“环首都体育休闲圈”的建设起着至关重要的作用。

参考文献:

- [1] 鲍明晓. 体育市场——新的投资热点[M]. 北京:人民体育出版社,2004.
- [2] 曹可强. 论长江三角洲地区体育产业的一体化发展[J]. 上海体育学院学报,2006,30(1):24-26.
- [3] 孙东敏,路紫,王佳. 河北省发展体育旅游的前景分析[J]. 河北师范大学学报(自然科学版),2006,(2):18-20.
- [4] 河北欲打造“环北京体育圈”[EB/OL]: www.heb.chinanews.com.cn/news/hwntkhh/2006-02-05/1962.html
- [5] 河北省体育事业“十一五”规划[EB/OL]: www.sport.gov.cn/zhuannan/ty115.html
- [6] 刘淇. 北京奥运经济研究[M]. 北京:北京出版社,2003.
- [7] 臧连明. 珠江三角洲体育产业现状与发展对策[J]. 体育学刊,2006,13(2):30.
- [8] 魏丽艳. 长三角地区体育旅游产业深度开发的战略选择[J]. 浙江体育科学,2006,(2):27.
- [9] 王庆伟. 我国甲 A 男子职业俱乐部现状调查研究[J]. 首都体育学院学报,2004,16(4):26-28.
- [10] 白喜林. 我国职业篮球市场现状与研究[J]. 北京体育大学学报,2000,23(1):1-4.
- [11] 杨铁黎,刘玉林,张建华. 深化我国职业篮球体制改革的对策研究[J]. 成都体育学院学报,2001,27(2):61-64.
- [12] 黄刚强. 中国篮球职业联赛竞争平衡研究[J]. 天津体育学院学报,2007,22(5):437-440.
- [13] 白喜林,苏荣伟,张勇,等. 中国职业篮球俱乐部的经营现状与发展对策[J]. 北京体育大学学报,2000,23(1):1-4.
- [14] 赵晶,闫京东,王家宏. 我国篮球竞赛组织系统的优化配置[J]. 上海体育学院学报,2006,30(1):59-63.
- [15] 张林. 职业体育俱乐部运行机制[M]. 北京:人民体育出版社,2001:20-23.

(上接第 14 页)

参考文献:

- [1] 王 郢. 中国职业篮球竞赛市场运行机制研究[J]. 体育科学,2006,26(12):85-92.
- [2] 王 郢. 职业篮球竞赛市场的委托代理机制研究[J]. 武汉体育学院学报,2006,40(12):45-49.
- [3] 席玉宝. 美国职业运动联盟与卡特行业垄断[J]. 北京体育大学学报,2004,27(4):462-463.
- [4] 王建国. NBA 制衡机制理论的构建[J]. 上海体育学院学报,2005,28(3):62-65.
- [5] 王庆伟. 我国职业体育联盟理论研究[J]. 体育科学,2005,25(5):19-23.
- [6] 杜丛新. 所有权与控制权分离:NBA 球队的产权制度分析[J]. 西安体育学院学报,2007,24(1):25-30.