

我国体育经纪人的管理体制及相关政策

沈国琴¹, 李建设², 周玲玉³

(1. 浙江财经学院 体军部, 浙江 杭州 310012; 2. 浙江大学教育学院 体育学系, 浙江 杭州 310028;
3. 萧山第十高级中学, 浙江 萧山 311200)

摘 要:通过文献研究、专家访问和社会调查,借鉴国外体育经纪人的管理体制和运行机制,考察我国体育经纪人的发展现状,对现行管理制度进行剖析,提出规范我国体育经纪人管理的具体对策。

关 键 词:体育经纪人; 体育产业; 管理体制; 中国

中图分类号:G80-05;G812 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2004)03-0124-04

Management system and strategy for sports agents in China

SHEN Guo-qin¹, LI Jian-she², ZHOU Ling-yu³

(1. Department of Physical Education, Zhejiang University of Finance and Economics, Hangzhou 310012, China;
2. Department of Physical Education, Zhejiang University, Hangzhou 310028, China;
3. Xiaoshan 10st Middle Scholl, Xiaoshan 311200, China)

Abstract: Sports economy and industry plays a more and more important role in the country's economy after China's WTO entry. Sports agents, as mediators in sports business and markets have become a positive indicator in the promotion of sports markets. Compared with some developed countries, we had a disorder situation in sports agents. So it is vital to establish the sports agents management system and other policies. Based on documents research, experts talking and a social investigation, the authors discussed present situation at home and abroad, and pointed out management systems sports agents in detail.

Key words: sports agents; sports industry; management system; China

随着中国加入世界经济贸易组织,体育经济和体育产业在国家经济中发挥的作用越来越显著。体育经纪人作为体育市场发展的行为主体之一,直接参与体育经纪活动,成为活跃市场,促进体育事业发展的不可缺少的积极因素。与一些发达国家相比,我国的体育产业起步较晚,体育经纪人发展相对缓慢,体育经纪活动尚未走上正轨。因此,在我国体育市场和体育经纪人制度形成的初期,对体育经纪人的管理体制和管理方式等实际问题开展研究,建立和完善符合我国国情,与国际单项体育组织体育经纪人接轨的我国体育经纪人管理体制和政策法规就成为当务之急。

1 体育经纪人的概念和类别

1.1 体育经纪人的概念

受不同社会制度、经济发展水平和传统文化等因素的影响,不同国家对“经纪人”的界定各有差异。《中国经济大辞典》:“经纪人,中间商人,旧时称掮客,处于独立地位,作为买卖双方的媒介,促成交易以赚取佣金的中间商人。”^[1]美国市场学家菲利普·R·特奥拉《国家市场经营》:“经纪人是提供

廉价代理人服务的各式中间人的总称,他们与客商之间无连续性关系而言。”《经纪人业务教程》:“经纪人是指为买卖双方牵线搭桥,从中赚取佣金,起一种中介作用的中间商人。”^[2]《经纪人管理办法》:“经纪人是指在经济活动中,以收取佣金为目的,为促成他人交易而从事居间、行纪或代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织。”^[3]虽然各国对经纪人说法不一,但其基本内涵是一致的,主要包括3点:以收取佣金为目的;充当委托人与第三人间的订约媒介或为委托人提供与第三人订约的机会;保证委托合同实施。

目前,我国对体育经纪人这一概念尚无科学、权威、统一的定义。我国学者将“体育经纪人”定义为:以获取佣金为目的,与体育相关人员及组织签订委托合同,充当委托人与第三人有关职业运动、体育竞赛的订约媒介,或为委托人提供通过体育获益机会的自然人、法人或其他经纪组织^[4-6]。

1.2 体育经纪人的类别

经纪人有不同的类型,根据职业特点不同可分为专职经纪人和兼职经纪人;根据组织形式不同可分为个体经纪人、经纪人事务所和经纪公司;根据经纪活动方式不同可分为居

收稿日期:2003-09-09

基金项目:国家社科基金项目(批准号:02BTY006)子课题。

作者简介:沈国琴(1971-),女,讲师,在读硕士研究生,研究方向:体育社会学。

间经纪人、行纪经纪人和代理经纪人;根据活动场所和涉及的行业不同可分为一般经纪人、交易经纪人和特殊行业经纪人;根据客户性质不同可分为运动员经纪人、体育比赛经纪人和体育组织经纪人^[7]。

2 国外体育经纪人的管理体制

2.1 体育经纪人的管理形式

欧洲体育经纪人制度的管理形式主要是单项委托代理,其特点是不再对委托人的事务全面代理,而只负责一两项委托事务,使体育经纪活动更加专业化。欧洲体坛职业化程度最高的体育项目是足球,大部分国家都已建立了完整的职业足球体制,形成了完全以市场为依托的职业足球联赛体系。庞大的职业足球市场和职业球员队伍为足球经纪人从事足球经纪活动提供了巨大的舞台,足球经纪人在整个体育经纪人队伍中所占比例和影响也最大^[8]。

美国对体育事业的管理属于分权型体制,政府不设专门的主管行政机构,直接管理任务由各体育单项协会、体育联合会、大学生体协等社会团体共同完成。目前,美国体育经纪人的管理形式分为两个层次:一是政府,主要是州政府。美国联邦宪法规定,各州政府有权生效并强制实施健康、安全和福利方面的法制,并受美国最高法院的认可。已有24个州制定了体育经纪人管理条例,并指定劳工会、行业管理部门、州政府专门秘书处、立法委员会法律办公室为注册机构。二是社会团体,包括运动员工会、大学生体联等。两者均以法律手段对体育经纪人进行调控和管理^[9,10]。

2.2 体育经纪人的管理内容

(1) 资格审定制度。

最早在美国从事体育经纪人职业无需经过任何的资格认定,随着经纪人违法犯罪现象的不断曝光,美国各州政府及一些相关组织纷纷在各自管辖范围内制定了法律法规,其中资格认定是必不可少的内容。在欧洲对申请体育经纪人这一职业的要求并不十分严格,只要是本国公民,没有犯罪和违反体育法规的记录,具备基本的文化程度(高中毕业)和一定的经济实力,都有资格申请从事体育经纪人职业。但申请人还必须通过特定的经纪人行业考试。考试由相应的体育组织、行业协会或两者共同组织进行。

(2) 注册登记制度。

申请人经资格认定后,须到相应的经纪人联合会或经纪人事务委员会进行注册,交纳注册费,有些项目的经纪人实行年度注册制度。

(3) 保证金制度。

在注册登记的同时,申请人还须交纳一定数目的保证金,以押金的形式储存在管理机构,作为经纪人违约的赔偿。国际田联约1万美元,意大利足协规定足球经纪人的保证金是7000里拉,法国足球为25万法郎。

(4) 合同管理制度。

合同管理是经有关机构认定后,获得营业资格的经纪人可以自由寻找客户,从事各种经纪活动。为保障经纪人和运动员的合法权益,美国政府及有关体育组织规定,体育经纪

人在代理前,必须签订委托合同,将责、权、利以合同的形式确定下来,使双方权益受到有效的法律保障。

(5) 佣金制度。

体育经纪人在完成代理的事后有权得到合理的报酬,即佣金。体育经纪人的收费方式可分为4种:一是按比例收费。涉及运动员与所属俱乐部的劳资谈判的佣金提取比例较低,一般为0.5%~5.0%;进行运动员名字及形象的商业开发、广告、赞助的佣金比例较高,足球经纪人为15%;如果由经纪人公司进行代理佣金提成比例更大。一些田径经纪人公司代理运动员劳资谈判,就会收取运动员收入的40%~50%。二是按时间收费,收费以小时计算。三是综合收费,按比例收费与时间收费结合起来计算的收费方式。四是固定收费,不计谈判耗时间及合同款数额,按事先谈好的费用收取^[9]。

(6) 仲裁制度。

当双方出现纷争时,一般都要提请有关的机构调解和仲裁。仲裁机构在进行裁决前,往往先调解,如果成功,由各方和仲裁人签名,按调解办法执行。调解不成,双方必须拿出证词、证据,仲裁机构在规定的期限内进行裁决。

(7) 违法处罚制度。

对体育经纪人的违法行为,通常按情节轻重处以通报批评、罚款、取消资格、责令停业、吊销执照、刑事处罚等。

(8) 培训制度。

要成为一名成功的体育经纪人必须具备很高的业务素质 and 能力,故在举行经纪人资格考试前进行正规的培训是非常必要的。培训内容大多包括相关法律法规、市场营销、经纪合同、公共关系和行业规范等方面。

3 我国体育经纪人发展现状及展望

3.1 我国体育经纪人发展现状

我国体育经纪人开始出现在20世纪80年代末和90年代初,当时社会主义市场经济体制刚提出,商业化运作的体育竞赛市场开始形成。应该说,是国外的体育经纪人为中国体育的职业化和市场化带了好头,当年国际管理集团(IMG)以1000万元介入我国甲A足球联赛,紧接着,中国国家足球队推广商国际体育娱乐公司(ISL)、香港精英等接踵而来。在这些外来体育经纪人的推动下,我国的体育市场逐渐活跃起来,从而带动了国内体育经纪人的发展。公司法人是我国现有体育经纪人的主要组织形式。

体育经纪人培训和相关的研讨会在全国范围内迅猛发展。为规范经纪人行为,鼓励经纪人发展,维护市场秩序,国家体育总局信息研究所于1999年初召开了首次以体育经纪人为主题的高级研讨会,加速了各地体育经纪人队伍的发展,并引起了政府的高度重视。之后,北京、上海、广东、江苏等省的体育业务主管部门会同相关部门相继联合举办了体育经纪人培训班,颁发了《体育经纪人资格证书》,出台了本省的体育经纪人管理办法^[11]。作为第一个走向市场、第一个职业化、第一个尝试联赛制度的足球,为足球经纪人提供了比其他经纪人更为广阔的运作空间。中国足协在

2000年11月举办了首届足球经纪人培训班,并颁发了足球经纪人许可证。

虽然体育经纪人发展较为迅速,但是体育经纪活动处于混乱状态。由于我国对经纪活动这一新事物的发展缺乏理性研究,现行的体育制度在某些方面不适应相应的管理制度,培训制度缺乏,以及从业人员的素质不高,造成国内体育经纪活动不少负面影响。如经纪人登记注册、管理制度不完善;无照经纪、偷税、漏税现象严重;经纪行为规划空缺,存在私下交易、欺骗性介绍、滥收佣金的情况;经纪活动合同化程度不高等等。更甚者连新闻媒体也直接介入,形成官方、民办、兼营、专营、事业单位都参与经纪活动的多元局面^[12]。

3.2 我国体育经纪人发展展望

中国体育经纪人的舞台是非常大的,中国的内地市场在全世界是独一无二的,而其中的体育市场大而且刚起步,除了热点项目以外还有很多尚待开发的处女地;国际间的交流潜力很大。随着中国成功加入WTO,客观上将促成国家宏观经济形势的好转,产业结构的升级,投资环境的进一步改善,体育产业孕育着广阔的发展前景,然而作为幼稚产业——体育产业下的体育经纪业,也面临更为严峻的挑战。

首先,世界著名跨国经纪公司在我国立足,且形成一定垄断。以美国为首的欧美一些发达国家,在立足本国体育市场的同时,已经将触角伸向我国和其他国家及地区。目前,我国高水平的职业联赛和部分商业性比赛的赛事推广商,以及部分高水平优秀运动员均是由国外经纪公司和体育经纪人代理的。像IMG和ISL这样的世界著名跨国体育经纪公司已经在我国的发展。

其次,体育中介市场的竞争更加激烈。中国入世后市场更为开放,不仅国际上著名的体育经纪公司会更多地进入中国市场,而且二流的体育经纪公司也可能涉足国内赛事,体育中介市场上的竞争必将更加激烈。尽管更多的国际经纪公司进入中国市场,会在一定程度上提高我国赛事的商业价值,有利于体育无形资产的深度开发,但是,一旦市场被完全垄断,我们就会受制于人,甚至丧失部分项目的自主发展权。

最后,高素质的体育经纪人缺乏。因此,尽快培养一批懂业务、会经营、能公关又具有一定能力和实力的经纪人才,已成为我国职业体育发展一个十分急需的基础条件。

4 我国体育经纪人的管理体制

为规范体育经纪市场,促进国内体育经纪人的发展,必须建立和完善有关管理制度和法规,明确国家体育总局和工商行政管理部门的共同管理,为经纪活动和体育经纪人的发展创造一个良性的、法制化的、公平竞争的社会环境,维持委托人及第三人的利益,建立充满活力的体育体制和良性运行机制,从而推动我国体育产业化、职业化发展。

4.1 完善体育部门对体育经纪人的管理体制

体育经纪人制度并不是孤立的,它的建立必须与能推进竞技体育高度职业化的竞赛制度联系起来。没有高水平的运动现象,也就不可能促成体育的竞技价值向商业价值的转换,当然也就不可能产生体育的媒体效应。就目前我国经纪

市场而言,体育经纪人尚属新鲜的行业,还没有形成一定的市场运作规律,千篇一律的经纪行为及非法运作不仅不利于我国的体育产业化进程,更损害了国家体育经济效益。我国经纪市场既要合乎本国国情又要融入国际市场,这给我国现有管理体制改革提出了更高的要求。因此,国家体育管理部门必须尽快建立和完善体育经纪人管理体制,加大管理力度,引导国内体育经纪业立足本国市场,接轨国际市场^[13]。

(1)颁布《体育经纪人管理条例及管理办法》。

根据体育行业的特点和实际情况,健全国内体育经纪市场,建立和完善体育行业经纪人管理法规和规章制度,颁布《体育经纪人管理条例及管理办法》,制定推出相应的明确可操作的管理细则。

(2)严格体育经纪人的资格认证、审定。

首先必须明确审批和签发体育经纪人资格证书的部门。根据我国目前体育经纪人多、把关不严的情况,我们认为应该暂时规定只有通过国家体育总局审批通过的人员才能获取体育经纪人资格证书。其次还应明确认证程序,必须包括岗前培训,接受资格审查、登记、取证等程序。此外,在其营业执照上必须界定其营业范围。

(3)规范合同内容。

为方便管理和减少纠纷,体育部门制定合同范本,也可由运动项目中心制定各项目代理的合同范本。在具体操作过程中,代理双方可根据具体情况增减条款,但必须合法。

(4)监督经纪行为。

尽管国家体育总局会采取下放权力给项目管理中心或其他部门,但对各项目管理中心的体育经纪人工作依然要进行统筹管理和协调,随时关注该行为的发展及运作情况,以便完善和补充政策法规。

(5)完善仲裁制度。

经纪人在为运动员进行代理过程中,尽管有合同的约束,但是很容易出现各种争议和纠纷。当出现这些问题时,一般都是提请相关的部门和机构进行调解和仲裁。在我国,在法规尚未完善的情况下,更应明确体育部门的裁决权。

(6)组织在职体育经纪人员进行再教育。

根据新形势的要求,以现有的法律、法规为准则,定期组织体育经纪人进行再教育,使其遵守民法、经济合同法等法律、法规,规范、约束其经纪行为。

4.2 加强法制部门对体育经纪人的约束力

尽管目前我国经济法规体系日趋完备,专门针对经纪人及经纪活动的法规条例已出台并实施,但就有关体育经纪人和体育经纪人活动的法规条例却迟迟没有出台,以致很大程度上造成了无序的、零散的,甚至非法的经纪活动。这既不利于体育经纪人的发展及体育产业化进程,更损害了国家利益。因而,我们有必要通过强有力的手段,加强法制部门对该行业的约束力,正确引导体育经纪人顺应市场经济要求,发挥其正向作用,抑制其消极影响。

(1)合同管理。

由于体育经纪人的活动范围逐渐广泛,与运动员客户的联系日益紧密,双方在收费金额和方式、投资及税收建议提

供等方面的争论越来越多,极易产生误解。为保障经纪人和运动员的合法权益,法制部门应规定体育经纪人在代理运动员之前必须与之签订委托合同,将责、权、利以合同的形式确定下来,使双方权益受到有效的法律保障。此外,随着国内运动员与国外经纪公司越加频繁的接触,以及更多运动员有机会出国深造的情况下,为保障国内运动员的合法权益,法制部门在其促成合作意向前更应该加强合同的管理。

(2) 佣金制度。

体育经纪人在完成经纪活动后有权利得到合理的报酬,即佣金。根据不同的代理业务和运动项目,佣金有不同的支付标准。而根据我国国情及未来市场经济走向,我们认为法制部门应明确规定各运动项目和代理业务的佣金标准(当然,这个标准在数字上可以有一定范围的调度),以规范体育经纪行为,实行公平竞争,维护委托人及第三人利益。

(3) 保证金制度。

根据国际体育组织的有关规定,从事体育经纪要交纳一定的保证金,以押金的形式储存于管理机构,作为经纪人一旦违约的赔偿,以此来约束经纪人履行义务,规范经营。我国更应该在保证金制度上加强力度,以减少非法经纪行为。

(4) 颁布禁令。

主要禁令有:第1,不准未经许可擅自从事体育经纪业务,或超范围经营。第2,在经营过程中,不能对当事人隐瞒重要事项。第3,不能违反经纪人有关规定,利用经纪人有利地位,与当事人恶意串通,损害另一方当事人的利益,或采取欺诈、胁迫等手段促成交易。第4,不准收取和索要佣金以外的其他报酬。

(5) 违规处罚制度。

在处罚制度上,法律部门必须一视同仁,从严治理。对于违法行为,轻者采取通报批评、经济制裁等措施,严重者则取消其成员资格、责令停业、吊销执照、给予刑事处罚等。

5 我国体育经纪人的相关政策

5.1 建立理想经纪运作模式

目前我国体育经纪行为从客户性质上分,主要有球员转会的经纪和赛事的经纪。前者主要处于一种自发、地下、无序的状态;后者缺乏长远眼光,常常是杀鸡取卵或一锤子买卖,双方一次合作之后,经常难以继续,甚至撕破脸皮,两败俱伤。以上状况很难与进军中国的国外著名经纪公司竞争市场,而且可能发生以下两种情况:其一,一些初具规模的经纪公司竞争不到业务而无法营运,因而被国外经纪公司收购。其二,国内一些经纪个体被吸收到国外大型经纪公司。为有效预防国内市场的被垄断以及经纪人才的流失,我们设计了一理想经纪运作模式。

第1、国家体育总局和工商行政管理部门颁发全国统一的法律条文,对体育经纪人实行统一管理,各地区根据本地的具体情况,允许有地方性的法律条文。

第2、成立全国体育经纪人协会,建立起自我监督、自我管理、共同提高、共同发展的良性行业自律管理机制。

这样做既有利于经纪人定期进行业务总结,经验交流,

分析解决系列问题,提高代理效率,又便于管理,规范市场,抵制国外体育经纪公司国内市场的垄断。

5.2 培养我国体育经纪人的合理化途径

第1步,对现有体育经纪人的强化性培训。主要是强化体育经纪人知识结构,针对其弱项进行再培养,特别是在对外交往能力及法律知识上。这些人有着丰富的从业经验,只需在其弱项上加强,必可成为我国培养国际性体育经纪人才的捷径。

第2步,利用高校的有利资源培养体育经纪人。我国目前没有专门培养体育经纪人的院校,有条件的院校可以尝试进行体育经纪人的培养,相对而言,在综合性院校开设体育经纪人课程,从国外引进师资和教材,来培养我国的体育经纪人,短期内不失为一种行之有效的办法。

第3步,利用高科技发展体育经纪人。随着科学技术的发展,体育经纪人的运作模式和经营手段也发生着改变。目前在国外已经出现了网上体育经纪公司。利用电子商务平台,经纪人可以迅速准确地发现运动员,并为之取得联系,甚至最终签订合同,划拨佣金。尽管目前仍以传统的经纪方式更为通行,但体育经纪人绝不应该放弃互联网带来的种种便捷,让信息技术上的优势成为领先别人的武器。

参考文献:

- [1] 邵锡山,成天礼.谈市场经济中的体育经纪人[J].生产力研究,1999,6:18-20.
- [2] 国家工商行政管理局市场管理司.经纪人业务教程[M].北京:中国书籍出版社,1993.
- [3] 国家工商行政管理局.经纪人管理办法[M].北京:中国书籍出版社,1995.
- [4] 陈立农.我国体育经济发展现状与对策的初步研究[J].广州体育学院学报,2001,21(4):20-23.
- [5] 王力军.体育经纪人概念刍议[J].武汉体育学院学报,2000,34(3):11-13.
- [6] 马 铁,黄文卉,张 立,等.我国发展体育经纪人的对策研究[J].中国体育科技,1999,35(2):2-7.
- [7] 王 璟,夏培玲.市场经济体制下的体育经纪人[J].武汉体育学院学报,2001,35(1):36-38.
- [8] 石 磊.欧洲体育经纪活动和体育经纪人制度的主要特点[J].国外体育动态,1998(5):281-285.
- [9] 黄文卉.美国体育经纪人管理体制及相关政策[J].国外体育动态,1998(6):41-44.
- [10] 王亚琼.美国体育经纪人[J].黔南民族师专学报,2000,3:38-41.
- [11] 叶华聪.建立我国体育经纪人管理体制的思考[J].成都体育学院学报,2000,26(2):35-37.
- [12] 张 剑.我国体育经纪人的管理[J].天津体育学院学报,2000,15(2):6-9.
- [13] 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):8-12.

[编辑:李寿荣]