

广东省体育经纪公司现状调查及制约因素分析

王进¹, 陈华²

(1.华南农业大学 体育部, 广东 广州 510642; 2.广州体育学院 休闲体育与管理系, 广东 广州 510500)

摘 要: 对广东省体育经纪公司现状进行了调查, 对其制约因素进行了分析, 并提出相应发展对策。结果表明, 广东省体育经纪企业主要从事体育赛事推广业务, 其次为体育活动策划、体育咨询、体育培训等。由于国内经纪结构调整及市场消费力减弱, 使广东省体育经纪公司的经营出现下滑趋势, 盈利公司逐年减少。广东省体育经纪公司发展的制约因素表现为: 体育市场尚未发育健全; 体育管理体制不顺, 监督管理不到位; 相关的法律法规不健全; 缺乏高素质的体育经纪专业人才; 中介行业缺乏行业自律。其相应发展对策包括: 发展和完善体育市场; 加大体育管理体制改革的力度; 制定和健全各种法规制度; 逐步建立政府监管、行业自律与社会监管相结合的体育中介市场监管体系; 建立健全体育经纪人培训体系, 加快体育中介人才的培养。

关 键 词: 体育产业; 体育经纪公司; 体育中介市场; 体育管理体制; 广东省

中图分类号: G812.7 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2008)06-0029-04

Investigation of the current state and analysis of the restricting factors of sports broker companies in Guangdong province

WANG Jin¹, CHEN Hua²

(1.Department of Physical Education, South China Agriculture University, Guangzhou 510642, China;

2.Department of Leisure Sport and Sport Management, Guangzhou Sport University, Guangzhou 510500, China)

Abstract: The authors investigated the current state of sports broker companies in Guangdong province, analyzed their restricting factors, and put forward measures for development. Sports broker enterprises in Guangdong province chiefly engage in sports games promotion (85%), and secondly provide planning, sports consultation and sports training service for sports activities. Due to the adjustment of the brokerage structure in China and the weakening of market consumption, the business of sports broker companies in Guangdong province showed a declining trend, the number of profiting companies dwindled year by year. The research results indicate the followings: the restricting factors of the development of sports broker companies in Guangdong province are embodied in the following aspects: the sports market is still not fully developed; the sports management system is not working smoothly, and the supervision management is not run properly; related laws and legislations are not completed; there is a lack of high caliber professional sports brokers; the agency industry is lacking in industrial self-discipline. Corresponding measures for development include the followings: develop and perfect the sports market; strengthen sports management system reform; establish and complete various legislations and systems; gradually establish a governmental supervision, industrial self-discipline and social supervision combined sports agency market supervision system; establish and complete a sports broker training system, and speed up the cultivation of sports agents.

Key words: sports industry; sports broker company; sports agency market; sports management system; Guangdong province

1997年广东省首家体育经纪公司——广东鸿天体育经纪公司在广州注册成立, 经过近10年的发展, 广

东省现有体育经纪公司 86 家,其中有专业性的体育经纪公司,如广东鸿天体育经纪有限公司、广东优势中体体育有限公司,但更多的是以兼营体育经纪业务的广告公司、文化发展或传播公司,如广州珠江体育文化发展公司、东莞文体发展公司,以及部分健身、娱乐俱乐部,如广州日升体育俱乐部、深圳实博特体育俱乐部,同时各级体育部门下属的体育单项协会也兼营体育经纪活动,如广州市羽毛球协会,它们在体育经纪活动中有一定的积极作用,但也存在不少问题。本文对经纪公司现状进行了调查,对其制约因素进行了分析,并提出相应发展对策,这对进一步活跃广东省体育市场,推动广东省体育产业的发展有着积极的意义。

本文以广东省体育经纪公司为研究对象。根据研究需要,设计了“体育经纪公司调查问卷”,于 2007 年 1~3 月完成发放和回收,共发放问卷 35 份,回收 35 份,有效回收率为 100%。

1 广东省体育经纪公司现状

1)持证体育经纪人情况。

我国《体育经纪人管理办法》(修订稿)规定,“开办体育经纪公司,至少需要两名持证体育经纪人,且持证体育经纪人不得在两家及以上的体育经纪公司兼职。”^[1]由此可见,持证体育经纪人是体育经纪公司必不可少的条件。到目前为止,广东省共培训持证体育经纪人 384 人,持证体育经纪人队伍已初具规模。这些体育经纪人分布在各年龄段和各行业。年龄分布以中青年为主,30~50 岁年龄段为最多,占 67.5%,其次是 30 岁以下,为 28.1%,50 岁以上仅为 4.4%;学历构成以大学学历(包括大专和本科)为主,占 82.8%,大学以下的 11.7%,而具有研究生学历的仅为 5.5%;从性别结构看,男女比例严重失调,男性占 92.8%;参加体育经纪人培训的学员中其他经纪人、体育工作者、教师和管理者所占比例最大,三者共计 67.5%。由此可见,广东省体育经纪人队伍呈现出年轻化、高学历、多元化趋势,社会影响力日益扩大。

2)经纪公司成立时间。

广东省目前共有从事体育经纪业务的公司 86 家,其中专业体育经纪公司 14 家,其余为兼业体育经纪公司。早在 1990 年 5 月,广东省第一家从事体育经纪业务的公司——广州市现代文体发展中心就已成立,当时其注册的经营业务有:策划、承办各类体育竞赛和艺术表演,体育运动人才培养,体育信息咨询,广告策划等。在随后的 1990~1996 年 7 年间,广东省先后共成立了 10 家体育经纪公司。随着体育运动职业化、

产业化和市场化发展,体育中介需求日益增加,从 1997 年开始及随后的 3 年中,广东省在体育部门登记注册了 43 家经营业务涉及体育经纪的公司,这一时期是广东省体育经纪业发展的高峰期。但从 2001 年开始,注册从事体育经纪活动的公司数量开始减少,在 2001 年,仅有 3 家公司登记注册,体育经纪公司的发展出现了低谷,说明在某种程度上广东省体育经纪公司暂趋于饱和。从 2001~2006 年 6 年间,共有 33 家公司注册,平均每年 5 家,发展速度趋于平稳。

3)性质和规模。

公司性质主要有国有、集体、私营及合资几种形式。调查显示,1990 年至 1996 年底成立的 10 家公司均为国有性质;1997 年初至 2005 年成立的 66 家公司中,国有性质占 10%,集体性质占 12%,私营企业占 65%,中外合资企业占 13%。由此可见,广东省从事体育经纪业务的公司是私营企业居于主导地位,目前的 14 家专业体育经纪公司均为出资额承担有限责任的有限责任公司形式。公司规模主要反映在注册资金和从业人员的数量,被调查的 35 家公司总注册资金为 8 456 万元人民币,其中最高的是广州中体产业有限公司,注册资金为 3 000 万元人民币,最低的是广州南兴体育经纪事务所,注册资金仅为 2 万元人民币,60% 以上的企业注册资金在 50~100 万元人民币。上述 35 家公司的从业人员总计为 912 人,其中专职人员占 92%,兼职人员占 8%,由此可见,广东省体育经纪行业解决的就业人口十分有限。

4)业务范围。

广东省体育经纪公司注册的业务范围包括运动员代理转会、运动员形象代理、体育活动策划、体育赛事推广、体育无形资产开发、体育咨询、体育培训、体育俱乐部策划和投资、体育广告制作与发布等。就以上业务对体育经纪公司进行了问卷调查,结果显示,比例最高的 4 项业务依次是:体育赛事推广(85.5%)、体育活动策划(57.2%)、体育咨询(54.5%)、体育培训(30.9%),而运动员转会(6.7%)、运动员形象代理(8.9%)、体育俱乐部的策划投资(12.2%)、体育无形资产开发(14.5%)是比例最低的 4 项经纪业务。由此可见,广东省体育经纪业务涉及的面虽然很广,但职业化、商业化程度还不高,体育经纪公司在体育市场开发方面所做的工作还有待进一步深入。

5)经济状况。

近年来,由于国内经济结构调整以及市场消费能力减弱,中介市场的直接需求有所减弱,尤其是体育广告与体育赞助市场的业务受到较大影响,加上近年来体育中介机构不断增加,原有市场份额被进一步分

割,一部分体育中介组织自身经营不善,更是直接影响了整体经济效益,广东省体育经纪公司的经营状况这几年出现下滑趋势。2001年至2006年赢利的公司在逐年递减,2001年赢利的公司占当年总数的36.9%,而到2006年,赢利公司仅占被调查公司的21.2%,虽然呈下滑趋势,但被问到公司前景时,有67.8%的公司选择对发展前景相当乐观,乐观的占21.3%,认为前景一般的占10.9%,无一家选择前景不乐观。由此可以看出,经纪公司对体育经纪业的前景还是相当看好的。

6)功能实效。

调查结果显示,广东省体育经纪人作为体育市场中介,已在多方面发挥重要作用。其中91.4%的被调查公司认为广东省体育经纪人在“沟通买卖双方,活跃体育市场”方面已发挥出积极作用,有77.1%的公司认为体育经纪人“为体育行政部门、体育经济实体和体育消费者提供服务”。至于体育经纪人在“提高交易效率、加快交易速度、减少资源浪费”方面的作用,认同的公司比例只有22.8%。客观地讲,体育经纪人在联络市场主体、代理市场交易、沟通信息方面的功能已经得到了全社会的肯定,而创造市场需求、提升客户价值等作用还远远没有发挥出来。

2 广东省体育经纪公司发展的制约因素

1)体育市场尚未发育健全。

由于体育商品和服务,即经纪行为的对象,在供给与需求的总量或分量上不会恰好相等^[2],这就必然给交易带来困难,加之全省统一的体育市场信息体系尚未建立起来,造成体育商品和体育服务供求状况出现零散性、错综复杂性和模糊性等特点,给体育经纪行为的进行带来阻碍。调查结果显示,高达74.3%的公司认为“体育市场不健全,没有完全按照市场规律运转”。因此,广东省体育经纪人中介空间狭小,体育经纪活动有较大的盲动性,甚至带有投机性,为了在狭小的市场空间里占领尽量多的份额,经纪人难免会采取一些不太规范、不太光彩的手段,提供中介服务的专业化水平更是无从保证。

2)体育管理体制不顺,监督管理不到位。

当询问被调查公司“成功代理一项体育经纪业务,应处理好哪几方面的关系”时,58.7%的被调查公司将与体育行政部门的关系放在最重要的地位,而将其与真正的市场主体,如运动员、教练员、体育组织的关系放到了较次要的地位,这说明体育经纪公司的活动受到上级行政部门的过多干涉。另外,广东省在体制改革过程中出现不同程度的行业垄断、项目垄断,

造成体育市场的不公平竞争,抑制了体育经纪公司的积极性及其功能的实效性。如从事体育经纪业务的公司有各体育局下属的单项协会或项目管理中心,它们既管理又经营,导致其他经纪公司无法参与公平竞争。

3)相关的法律法规不健全。

国家虽然出台了《体育经纪人管理办法》(修订稿),但该文件过多的是约束经纪人个人或组织,而对中介活动全过程的管理较为混乱,可操作性不强。广东省目前仍未出台自己的《体育经纪人管理办法》,调查显示,有46.8%的人认为“体育经纪人的法律法规不明确”,27.4%的人认为“上级主管部门不明确”。事实上体育行政部门与工商行政部门在管理权限上没有清晰界限,因而出现了许多不应出现的现象,如委托合同、佣金无人检查,发生纠纷后又没有一个有效的解决渠道,无证经营、不履行合同或乱收费及服务标准混乱等,造成少数体育中介组织或从业人员的违法与违规行为时有发生,影响了体育中介行业的规范发展。

4)缺乏高素质的体育经纪专业人才。

调查表明,虽然广东省体育经纪人队伍呈现出年轻化、高学历、多元化趋势,但基本分为两大类:一类是退役运动员,退役后,仍活跃在体育界;一类是其它专业的人员涉入体育中介领域。而真正既懂体育领域知识同时又具备体育经营及管理知识的人才很少。访谈中了解到,一些公司员工缺乏专门知识,体育经纪活动无论是在组织形式、活动范围、经营方式,还是管理、操作、运营等方面都还很很不成熟,甚至出现由于缺乏经验与自我保护意识和能力而受骗上当的情况。体育经纪人队伍中良莠混杂,无证经营、偷税漏税、靠拉关系搞欺骗的事时有发生。

5)中介行业缺乏自律。

国外体育中介市场发展的过程表明,自律性程度高是体育中介行业健康发展的重要保证^[3]。广东省体育中介组织机构虽有几十家,但仍无体育经纪人协会一类的自律性组织成立。现阶段我省对体育中介市场的管理,习惯用行政手段而不是法制手段。体育中介市场管理部门往往只重收费,轻管理。尤其是有的单项运动协会,一方面通过颁布相关的规定制约体育中介组织与人员,另一方面又垄断体育中介组织的经营领域和业务空间,极大地损害了体育中介组织和从业人员的根本利益^[4]。在调查问卷的开放式部分,许多被调查者都提出了“成立体育经纪人行业协会”的迫切要求,希望能通过行业协会让体育经纪人实现真正意义的“自我管理”。

3 广东省体育经纪公司发展对策

1) 发展和完善体育市场。

首先,要培育体育市场主体,一方面要推进体育产业化进程;另一方面,要增加体育人口,扩大社会对体育消费的需求。其次,健全体育市场的法律法规,一方面,政府部门要自觉地依法行政;另一方面,通过健全法律法规,保护进入体育市场者实现自己的合法权益。最后,合理配置体育市场资源,进行体育产业结构调整,进行专业化、集约化和规模化经营,从整体上提升体育市场的竞争力,使体育市场生产要素在更广阔的领域、更高的层面上流动和竞争,从而推动体育市场在更大程度上发挥合理配置资源的作用。

2) 加大体育管理体制改革的力度。

将政府现行控制的运动员和运动队的管理、体育比赛的组织、各类体育技术人才的培训、体育活动的审批等职能逐步分离出来,交由市场或中介组织去完成;加快单项协会实体化、社会化的步伐,尽快实施试点工作,选择若干市场化程度较高的运动项目协会进行社会化改造,使其真正成为具有广泛代表意义并受到章程约束和监督、责权利统一的社团法人,充分发挥其对体育市场的行业管理作用;要加快体育系统事业单位的转制,省一级大多数运动队应转变为相应的体育俱乐部,政府不再直接干预其管理;体育部门的体育赛事均应实行公开招标,而不应由个别事业单位垄断经营。

3) 制定和健全各种法规制度,实行一系列优惠政策,促进体育经纪业发展。

尽快制定与《体育法》《体育经纪人管理办法》相配套的有关规定与实施细则,制订广东省内的《体育经纪人管理办法》和《体育赛事招标投标管理办法》,推行体育赛事经纪制度与运动员经纪人代理制度,规范体育中介行为,做到严格执法,依法经营,保证体育中介市场有序高效运行。排除各种行政干扰,降低进入体育中介市场的门槛,消除对体育中介组织和从业人员的各种限制,为体育中介组织提供宽松的体育市场环境^[5]。鼓励、扶持和保护社会兴办民营体育中介企业,积极开发各类体育中介市场,通过减免税、低税或延迟收税等优惠政策,鼓励社会投资体育中介市场,疏通投资渠道,规范体育中介市场行为,降低投资成本。

4) 逐步建立政府监管、行业自律与社会监督相结合的体育中介市场监管体系。

据我国即将出台的《经纪人法》的规定,广东省体育经纪人的活动应由广东省体育局和工商局共同管理,同时由广东省体育经纪人协会对从业人员实施行业规范,从而形成分层次、分级别的管理监督机制^[6]。体育局是体育经纪人的行政主管单位,主要负责制定和推行有关政策法规,对各项目的体育经纪人工作进行统筹管理和协调,扶持成立广东省体育经纪人协会等宏观管理。工商局负责体育经纪人和经纪公司的营业执照、登记注册、行纪检查等内容。行业协会负责协调、沟通、评判、纠纷解决、培训等服务工作,是资格认证、业务培训、职业道德建设的自律性组织。

5) 建立健全体育经纪人培训体系,加快体育中介人才的培养。

建议对体育经纪人的专业培养采取以下措施:一是在保证培养质量的基础上追求规模;二是由体育院校和其他高校合办,或者由综合性大学的体育院系与财经院系合办;三是强调理论与实践紧密结合,聘请实践领域的专家,采取案例教学、情景教学等形式,注重实践操作;四是坚持培养目标与国际体育经纪事务接轨,在教学内容的设置上要注意引进国外案例;五是采取正规院校培养与短期培训相结合的方式,拓宽培训方式。短期培训是对正规院校培养的补充和继续,可以帮助体育经纪人不断调整知识结构,更新知识内容。

参考文献:

- [1] 体育经纪人管理办法[EB/OL]. (2008-01-18). <http://www.sports.people.com.cn/GB/31928/32032/35851/36217/4709114.html>.
- [2] 马铁. 体育经纪人[M]. 北京: 中国经济出版社, 2002: 68-126.
- [3] 国家工商行政管理局. 经纪人概论[M]. 北京: 经济管理出版社, 1997: 93-147.
- [4] 广东省体育市场管理暂行条例[EB/OL]. http://www.gzsports.gov.cn/Sys/PagePrgm/DefaultPage.jsp?enu=lm_rdg1&other=cate_fgwjdd.
- [5] 胡健. 论我国体育中介的现状与发展[J]. 成都体育学院学报, 2000, 26(3): 30-32.
- [6] 马铁, 黄文卉. 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.

[编辑: 黄子响]