

中美体育经纪行业比较

——兼论中国体育经纪行业制度优化

白莉莉, 冯晓露, 乔凤杰
(清华大学 体育部, 北京 100084)

摘要: 通过分析中美体育经纪行业不同的运行特征, 认为中美体育经纪行业根植于不同社会背景和体育制度环境, 形成不同产业环境下的体育经纪运作方式、不同法制建设下的行业规范、不同人力资源体系下的行业素质。在此基础上, 提出中国体育经纪制度的优化要遵循“适当管理”“尊重行业模式”“以人才培养为基点”的基本原则; 推行渐进式的市场化转型, 在法制和行业规范逐步完善的过程中, 建立符合社会主义市场经济体制的体育经纪运作方式; 通过政府管理和行业自治, 规范体育经纪人的资格认证、业务管理、违规处罚等制度, 构建良性的体育经纪人成长与监督机制。

关键词: 体育管理; 体育经纪; 体育中介服务; 中国; 美国

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2017)05-0057-06

A comparison between Chinese and American sports agency industries ——Also a discussion about the optimization of the sports agency industry system in China

BAI Li-li, FENG Xiao-lu, QIAO Feng-jie

(Department of Physical Education, Tsinghua University, Beijing 100084, China)

Abstract: By analyzing different operating characteristics of Chinese and American sports agency industries, the authors concluded that American sports agency industry is rooted in different social backgrounds and sports institutional environments, having formed sports agency operating modes under different industrial environments, industrial norms under different legalization construction, and industrial qualities under different human resource systems. On such a basis, the authors pointed out that for the optimization of the sports agency system in China, China should follow such basic principles as “appropriate management”, “respecting industrial modes” and “basing on talent cultivation as the foundation”, carry out progressive marketization transformation, in the process of gradual perfection of legal and industrial norms, establish sports agency operating modes that are in conformity with socialist market economy, standardize sports agent qualification certification system, business management system, violation punishment system and such through governmental management and industrial autonomy, and establish a benign sports agent growth and supervision mechanism.

Key words: sports management; sports agency; sports intermediary service; China; USA

在体育改革浪潮下, 发展体育服务业、促进体育产业结构升级转型已经成为各方共识。《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》明确把“体育服务业在体育产业中的比重显著提升”作为未来体育

产业发展的主要目标^[1]。和传统行业相比, 体育服务业的发展对人力资源的专业化水平要求更高。国家体育总局在《全国体育人才发展规划(2010—2020)》中强调, 全面提升我国体育人才发展水平是未来体育工作的重

收稿日期: 2016-11-03

基金项目: 国家社会科学基金项目(16BTY022)。

作者简介: 白莉莉(1988-), 女, 博士研究生, 研究方向: 体育产业、体育管理。E-mail: bll15@mails.tsinghua.edu.cn

点内容^[2]。体育经纪作为优化体育人力资源配置、推动体育商业化发展的重要行业,无疑会在未来体育产业中扮演重要角色。

如今,我国已经初步形成体育经纪人资格认证制度,培养了一定数量的专业人员^[3]。但是,目前的体育经纪人市场存在秩序混乱、行业自律性不高、人员素质参差不齐、责权界定不清和项目垄断等问题。与此同时,外界对体育经纪人的认知也存在误区,如认为体育经纪工作就是“拼缝”等^[4]。体育经纪人行业在美国已经相当成熟,体育经纪人可带来巨大商业利润。因此,对中美体育经纪行业进行比较,试图在对比分析中为我国体育经纪制度寻找优化途径。

1 中美体育经纪行业发展背景的比较

1) 美国。

总的来说,美国体育经纪业的发展经历3个阶段。第1阶段:萌芽期。从19世纪末至20世纪初,美国职业体育初现雏形,一些职业联盟相继诞生。作为美国第一个职业体育联盟,全国棒球职业甲级联盟的成立标志着美国职业体育开始走向正规^[5]。但初期的职业体育联盟并没有形成明确的商业模式和运作规范,市场竞争原则的客观性推动了运动员流动机制的诞生,所以服务于运动员的体育经纪人应运而生。初期由于政策和权利的限制,只有少数经纪人受雇于运动员,且并不受到重视。第2阶段:繁荣期。20世纪60年代以后,美国运动员自由转会制度的确立为体育经纪行业的发展带来了巨大变化。尤其是在“四大联盟”(NBA、NFL、NHL、MLB)相继实行自由转会制度后,一方面各俱乐部求贤若渴,四处招揽人才,需要有人牵线;另一方面运动员面对众多选择需要专业的指导和服务,所以作为中介的体育经纪人在两者间发挥了举足轻重的作用,而其活动范围也扩大到体育市场开发、竞赛组织、运动员代理等专业领域,社会地位也逐渐攀升^[6]。第3阶段:成熟期。20世纪90年代以后,美国职业体育基本进入规范发展阶段,形成比较完善的体育经纪人制度和法律保障制度。涉足的项目范围也不断加大,从最初的篮球、橄榄球、冰球、棒球等美国职业体育强项,逐渐渗透到田径、拳击、花样滑冰等更多体育项目。

2) 中国。

经纪行业在中国并不是新鲜的事物,早在唐朝以前中国古代社会就出现以经纪为职业的“质人”“牙人”,但是直到20世纪80年代中期,才在中国出现比较模糊的体育经纪行为^[7]。如1985年足球运动员古广明在比赛中受伤后,广东人陈剑荣代理其伤后治疗和

训练,并在伤愈后介绍他去了德国曼海姆俱乐部。但是当时中国还没有职业体育,也没有体育经纪人概念,更谈不上体育经纪人的相关制度。随着1992年职业化改革在中国体育界试行,以及1995年国家工商行政管理部门《经纪人管理办法》的颁布,体育经纪行为才开始逐渐走上规范化道路,开始出现一些个人或公司担当体育经纪人的角色。

中国体育经纪行业的发展与职业体育改革紧密联系,职业体育改革的深化和扩展也让体育经纪业务得到不断发展,并开始与国际职业体育接触。我国知名篮球明星王治郅、姚明、巴特尔等都是在国内外体育经纪人的努力合作下,才有机会进入NBA打球。然而,由于体育经纪在很大程度上是一种运动员转会经纪,而中国竞技体育“三级训练网”模式下,多数运动员的选拔、培养、流转都是由行政部门负责,体育经纪人很难介入,行业发展长期处于较低水平。2005年,知名跳水运动员田亮因商业行为过多而被逐出国家队的事件轰动一时,这与经纪人操作失当不无关系。客观来看,中国体育经纪市场发展至今,经历了从无到有,再到初步成型。

2 不同社会认知的体育经纪成长环境比较

1) 美国。

体育产业在西方体育发达国家中已经占据重要经济地位,如美国的体育产业已经成为国民经济的重要支柱。即便如此,近些年体育产业在北美依然保持着每年增幅4%高速增长,超过3.7%的世界平均水平^[8]。巨大的体育消费不仅有赖于高水准的体育赛事和丰富的体育产品,更直接的因素是普通民众已经对体育形成合理的社会认知,无论是休闲娱乐还是子女教育都愿意为之投入,而这些又将直接影响子女的体育参与行为。在Vladimir等^[9]的研究结果中,大部分的运动员父母的学历整体上要高于非运动员父母,多数精英家庭都鼓励孩子从事体育运动。例如,著名的体育经纪人Henry Bates^[10]大学就读于法律专业,父母也都是律师,他在毕业后并没有选择直接做专职律师,而是期待自己未来的事业把体育和法律结合起来,于是体育经纪人就成了最好的选择。社会对体育良好认知促进体育市场的发展,同时促使更多优秀的人才从事体育职业,形成良性循环,为体育经纪带来良好成长环境。

2) 中国。

中国体育产业发展仍处于起步阶段,即使近些年来各级政府出台一系列加快体育产业发展和促进体育消费的政策,但体育在很多人生活中依然是可有可无的附属品。即便是对于经济条件较好的阶层,很多人

也仅是意识到体育的重要性,到了实际生活中却因为种种原因而减少或放弃体育参与。根据对北京、广州、长沙 800 名中产阶层的体育参与状况调查,77%的人每周锻炼次数不足 2 次,63.1%的人每次锻炼时间不足 1 小时,制约其参与体育运动的因素主要是没有精力、无适宜场地和没有爱好的运动项目^[11]。一般情况下,体育参与和体育消费往往与家庭的经济收入成正比,中产阶级体育的参与和消费状况尚且如此,可想而知处于中低收入家庭人群的体育参与和消费就更低了。

父母的体育认知也会通过投资的形式直接作用在孩子身上。尽管对于孩子的消费在现代家庭支出中占据很大比重,但是体育方面的支出依然十分有限。体育消费无法获得家长支持的主要原因包括“占据时间过多,影响学习”“担心运动损伤”“对成长帮助不大”等^[12]。2015 年,关于大学生的就业与专业调查中,商务经济学、信息与通信工程、金融数学、电气工程与智能工程、航空航天等成为最受中国家长追捧的专业,体育相关专业则难觅踪影。社会体育专业认知的缺位根本上制约了我国体育产业的发展,行业发展受限又进一步阻碍优秀人才的进入,不利于体育经纪行业的成长和发展。

3 不同产业环境下体育经纪运作方式的比较

1) 美国。

美国拥有世界领先的体育产业市场,高度发达的体育健身业、竞赛表演业、中介服务业等,基本是由产业组织按照公司化的方式运作,这些都与美国职业化、商业化的体育发展环境有着密切关系。早在 20 世纪 90 年代,美国已有 20 多个体育项目进行了较大范围的职业化、商业化运作,橄榄球、篮球、棒球、足球、冰球 5 个项目就拥有近 800 支职业队^[13],著名的“四大联盟”(NBA、NFL、NHL、MLB)实际上就是由不同的股份制公司构成。如果用经济学要素对美国体育市场进行分析,运动员、俱乐部、运动队、经纪人、政府等都扮演着不同的角色。运动员是通过贡献技术技能为观众提供服务的劳动者,俱乐部、运动队是资方(经营者),政府是管理者和监督者。这种角色定位下,不同的要素分工不同,各司其职,按照市场规律运作^[14]。

在这样的产业环境下,美国体育经纪行业也形成特有的运作方式。虽然随着体育经纪的发展如今其涵盖的范围已今非昔比,体育经纪人工作也融入了不少新的内容,但是归纳起来,体育比赛和运动员依然是美国体育经纪人的核心业务^[15],并形成了一套相对规范的运作程序。对于比赛,体育经纪人首先要根据规范的谈判机制促进比赛各方友好协商,在各项利益分

配上达成一致并签订合同;其次要在赛前完成全套的策划与宣传推广方案;此外对于比赛场馆确定、转播权转卖、赛场临时问题解决等都要有明确的方案。对于运动员,体育经纪人在确定目标运动员后,需要进行专门的商谈,根据达成共识情况决定是否签订委托合同,只有取得代理权后才能从事相关的经纪活动。可以说,美国的体育经纪市场和运作方式已经相对规范,这和美国产业大环境的规范和引导是分不开的。

2) 中国。

职业体育进入我国,为中国体育产业带来新的发展契机,也引发了新的思考。国家体育总局在 1995 年发布《体育产业发展纲要》中,把体育产业划分为 3 大类型:体育主体产业(健身、训练、竞赛表演等发挥体育自身价值的经营内容)、体育相关产业(体育器械、体育用品等为体育提供服务的经营内容)、体育辅助产业(体育部门为帮助体育事业发展而开展的经营内容)^[16]。以此为基础,在以后的运作实践中逐渐形成体育用品制造业和销售业,体育健身、竞赛表演、技术培训、体育中介服务等多业并举的发展方式。但是,在传统经济体制中,体育产业结构长期受到行业垄断、传统消费观念的限制。即使是目前占比重较大的体育用品制造业,在综合市场中的竞争力也并不强,突出表现为缺乏自主创新能力、产品附加值较低。这种基层创新的缺乏也在一定程度上制约了健身娱乐、竞赛表演、中介服务等体育核心产业的发展。在体制层面,职业体育的运作方式依然只是在小范围内试行,赛事转播权的商业化运作也刚刚起步,造成整个职业体育在中国市场的回报率较低,相对于其他产业的市场竞争力不强。

在这种市场环境和体制下,体育经纪业务的开展需要在国家体育和相关行政部门、协会的统一指导下进行。以体育经纪人业务管理为例,目前体育经纪人行业管理,主要由国家体育总局及其相关项目管理中心、各省市体育局、国家工商总局及各省市工商局、各运动项目协会及体育经纪人行业协会共同负责^[17]。在管理方式上,目前国家体育总局制定的体育经纪人相关法规中,明确了体育经纪人资格审定、培训制度、管理制度、违纪处罚制度等,内容基本上和美国体育经理人的相关管理制度相似,但是在实践操作中却依然存在运作思路不清晰、方式创新不足、行为不规范等问题。

4 不同法制化建设下行业规范的比较

1) 美国。

美国是典型的分权制国家,在立法上具有明显层

次性。目前全美关于体育经纪行为的相关法规主要划分为运动员协会、大学生体育联合会、州立法规3个层次。运动员协会作为大型综合性体育联盟,不仅是重要的运动员权益保障机构,还具有体育经纪人从业资格的审批权限。大学生体育联合会是全美大学生体育运动的专门组织,他们的主要工作是为大学生运动员提供职业发展咨询服务,同时对正式比赛中违反规定的运动员进行罚款或资格裁定。州立法规一般更为严格,主要是从法律的角度对体育经纪行为的从业规范、体育经纪人的资格认定、业务等级、工作标准等进行界定。各州几乎都有专门的法律监督约束体育经纪人的从业行为,并辅以配套的刑事、民事手段,触犯法律的体育经纪人或得到相应的法律制裁,并记入公民信用记录^[18]。

虽然不同的系统和不同州政府对于体育经纪行为的规定有所不同,但是蕴含其中的行业规范却基本相同。归纳起来,主要包括对体育经纪人的资格认证、佣金管理、合同管理、违法处罚等方面。当然,对于一些情节较轻的经济纠纷或个人争议,运动员协会设有专门的调解和仲裁机构,以避免不必要的法律纠纷。

2) 中国。

中国体育法制化建设以1995年颁布《中华人民共和国体育法》(以下简称《体育法》)作为标志性事件。《体育法》也有对体育中介行为的规定,但是作为具体体育经纪活动,在实践中需要更加细致的法规指导。为规范市场秩序和经纪活动,国家工商总局在2004年颁布《经纪人管理办法》。北京、上海、浙江、广东等经济发达地区也相继出台了地方性的《体育经纪人管理试行办法》,但是随着全国性体育活动数量的增多和形式的变化,区域性的法规已经满足不了规范市场的需求,导致管理混乱和一些经济纠纷的出现。此外,体育对外交往的日益增多,使得体育经纪行为日益国际化,在进行国际间的体育经纪活动时也需要遵守相关的国际规定。例如,国际上通用的按照项目,对体育经纪人进行分类管理的方式。

计划经济体制下形成的“举国体制”,现在仍然或多或少地影响着体育实践运作,经纪关系掺杂在其中就更复杂。经纪行为本质上是一种市场行为,但是在很多时候并没有按照市场需求进行规范。虽然现在国家层面已经对体育赛事资源逐步开放,但是体育经纪组织在获得转让承办和推广权的过程中依然面临较多阻碍。对于运动水平较高的优秀运动员,虽然在一些职业化开展较早项目中已经实现流动,但是大多数情况下管理部门的介入和干预力度依然很大。2015年,江苏南钢篮球俱乐部和球员衡艺丰出现劳资关系矛

盾,双方最后爆出两份完全不同的“阴阳合同”。起因在于篮协要求对于自己培养的球员签订合同年限实行“4+2”模式(合同期限4年,2年优先续约权),同时对篮协下属俱乐部实行“限薪令”,俱乐部会按照要求和球员签订一份“阳合同”上报篮协,但是为了吸引优秀球员俱乐部又会和球员私下签订一份薪水标准、合同年限都不符合篮协要求的“阴合同”^[19]。这是我国职业体育发展中典型的“上有政策,下有对策”现象,在这种市场与行政管理相互制约的局面下,给体育经纪人利用制度漏洞破坏市场秩序提供了空间,使得体育经纪行业治理难以推进。即使形成了表面上的职业体育经纪人的行业规范,但是其严格标准和有效力的执行都会受到不同程度的影响。

5 不同人力资源体系下行业素质的比较

1) 美国。

美国的人力资源资格认证十分严格,体育经纪人的注册和管理也是如此。首先在资格认证方面要详细审查个人或组织的综合素质和信用记录,申请人不仅要提供受教育程度、家庭背景、工作经历等详细资料,还要提供个人的征信记录和商业行为记录,以及政府部门出具的审批或执照。获得体育经纪人资格后并不是一劳永逸,还需要参加规定的继续教育,以保证自身的业务水准和市场竞争能力。如果体育经纪人缺席继续教育次数达到州政府所设定的界限,将会自动失去体育经纪人资格。为了保证资格认证过程中的公平公正,专门设立了仲裁机构和咨询小组,为消除矛盾和职业咨询提供有效途径。

如果严格的认证机制是保证美国体育经纪人行业素质的第一道关卡,那么残酷的竞争则是市场经济天然的筛选与淘汰机制。虽然在美国职业体育中,经纪人对运动员的作用十分关键,但是这并不意味着经纪人可以对运动员提出额外的要求或者获得额外的好处。以NFL为例,NFL中又包含NFLPA(National Football League Players Association),NFLPA的重要职责之一就是处理运动员和经纪人之间的合同,以及涉及到联邦税务、州税务、地方税务、娱乐税、经纪费用等较复杂的财务问题^[20]。如果纪人有违规行为,NFLPA会对运动员的合法权益进行维护。历经一个多世纪“优胜劣汰”的过程,美国体育经纪行业已经形成享誉世界的知名机构,如著名的IMG(国际体育管理集团)、Proserv体育经纪公司、D&F集团等。出色的业务能力和规范的行业准则,让一些知名的体育经纪公司不仅面向美国职业体育市场,还把业务拓展到世界各地,小到为国外运动员提供跨国经纪服务,大到

同国外体育企业、组织进行赛事交流活动和订单预约。这种广泛的业务扩张一方面创造了收益，为本国增加外汇收入，更把体育产业融入全球经济，为体育带来更加丰富的想象空间。

2) 中国。

我国的体育经纪人资格认证方式主要是通过考试，获得由工商部门和体育部门联合颁发的《体育经纪资格证书》。对于体育经纪人的基本要求是具有民事行为能力、具有固定住所、申请体育经纪人之前连续3年没有违法犯罪行为、具有从事经纪活动所需的基本技能和一定的体育专业知识、具有大专(含)以上学历。与美国体育经纪人的要求相比，我们的要求显得很宽泛，并且没有突出对体育经纪行为中的重要素质——个人诚信的考察。获得《体育经纪资格证书》后，体育经纪人每年需到授权机构完成年检。但是现实中一些经纪人参加培训与考试往往流于形式，一些获得授权的培训与年检机构，往往为了争取更多培训费用，对申请之人得过且过，为一些能力不达标的人混迹其中留下了可乘之机。

资格认证机制的漏洞直接导致体育经纪行业现有人员良莠不齐，大多数的体育经纪人只是通过一定渠道进入的临时中介，或是兼职的广告代理人，从事体育经纪的企业大多数是公关公司、广告公司或者传媒公司。一份对北京市体育经纪人所属单位的调查显示，北京市的体育经纪人分布于体育公司、非体育公司、机关与事业单位律师事务所、学校等各种机构^[21]。即使是一些专业知识丰富、熟悉市场行情的教练员、运动员从事体育经纪活动，也难免出现缺乏法律、经纪常识的行为，甚至出现因偷税漏税触犯法律的现象。人员混杂、秩序混乱，一方面让运动员和市场都比较排斥经纪人行业，另一方面也让体育经纪这个重要的体育服务行业难以形成品牌效应，长期在低水平的运作中徘徊，制约整个体育产业结构的优化升级。

6 对中国体育经纪制度优化的建议

我国体育经纪行业长期在一种“政府+市场”的运行机制下发展，制约资源的开放性，在一定程度上限制了社会资本投资体育、开发体育资源的积极性。法制化建设的落后使得政府与市场在实践工作中的权责界限难以厘清，行业规范不能与实践运作有效结合。最直接影响就是造成体育经纪人资格认证不规范，从业资格审查存在漏洞，以至于各种良莠不齐的经纪人混迹其中，因诚信问题、职业素养问题造成的纠纷屡见不鲜，对行业发展形成恶性循环。如今国家出台各种政策刺激体育的产业化、市场化发展，体育经纪行

业自然也迎来新的发展契机。

6.1 我国体育经纪制度优化需遵循的基本原则

1) 根据我国体育体制改革的总体环境，体育经纪行业在理顺政府和市场关系之时要遵循“适当管理”原则，在当下整个体育经纪市场秩序尚处于相对混乱的情况下，如果行业治理达不到良好水平，过度放开市场权限就会适得其反。可以先尝试对羽毛球、乒乓球等具有传统优势，但商业开发程度较低的项目交由经纪公司运作，再逐步拓展到篮球、足球等职业体育大项，最终打开体育经纪市场。

2) 体育经纪作为一种中介服务业，核心价值在于实现公平合理的资源配置，这就需要在管理中“尊重行业模式”，在制度上为维护买方、卖方、体育经纪人，创造各自的话语空间。实际上，运动员和其经纪人可以构成一个独立的市场主体，和商业伙伴进行谈判，如果行业协会或政府充当“大经纪人”，使得真正的市场经纪人游走于这个“大经纪人”和其他商业伙伴之间，必然使其议价能力和话语权大打折扣，并不利于体育经纪行业的长远发展。体育经纪作为纯粹的市场行为，应该给予市场主体足够的话语权，做到政府和市场各归其位、各司其职。

3) “以人才培养为基点”作为重要原则，体育经纪人作为体育经纪行业的参与主体，对体育经纪行业的健康有序发展具有决定性作用，因此行业要想获得可持续的良性发展，必须把打造一批优秀的经纪人队伍作为基点。

6.2 建立符合社会主义市场经济的体育经纪运作方式

1) 根据美国体育经纪制度的成功经验和我国的现实国情，在社会主义市场经济体制下，我国体育经纪的运作方式要逐渐从政府主导转向市场主导，但是在这之前需要完善体育经纪的相关立法，对损害买卖双方和体育经纪人利益的各种不规范行为进行明文规定，并制定配套的民事和刑事处罚法规。

2) 建立运动员和经纪人的征信体系和公示制度。在体育经纪行为中，要明确体育经纪人和运动员的责任、权利和义务，细化体育经纪行为中的合同签订和约束条款、税费申报和劳务标准等，避免运动员和经纪人之间因信息不对称造成纠纷。对于经纪行为中存在的运动员或经纪人失信行为，都要纳入个人征信系统，并在行业内予以公示，使得无论是运动员还是经纪人，在寻找新的合作伙伴时，可以直接了解到对方的信用状况。

6.3 构建良性的体育经纪人成长与监督机制

体育经纪人对行业发展具有关键作用，体育经纪人队伍的结构优化，需要良性的体育经纪人成长与监

督机制。

1)以我国目前的实际情况,应该通过建立分层管理模式加速体育经纪人队伍的培育。在国家工商总局和国家体育总局的管理下,在具体业务方面依靠体育经纪人行业协会实现行业自治,制定明确的人才培养和考核标准。规范体育经纪人的考核登记、审批、注册制度,改变现有的标准不一、认证不严、考核过松等现状。

2)合理提高行业准入条件,拓展招收范围。西方职业体育中,体育经纪人有很多是学习法律、经济等非体育专业的,而从我国体育经纪人的考试情况看,大部分是体育专业在校生或体育相关从业者,并且多数是把这个资质作为自己的辅助职业或兼职,真正的职业体育经纪人并不多。因此,提升整体水平一方面需要提高行业准入条件,使其不再成为职业附庸,另一方面要积极拓展体育经纪人职业发展路径,并做好对外形象宣传,才能吸引更多优秀的人才加入,提高行业竞争力。

3)设立专业的咨询小组和仲裁委员会,一方面对体育经纪人在现实中遇到的问题及时指导和解决,另一方面对不规范的操作行为及时监督审查。在此基础上逐步形成完善体育经纪人资格认证与审查制度、合同管理制度、佣金制度、违规处罚和仲裁制度等。

参考文献:

- [1] 国务院. 关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见[Z]. 国发[2014]46号.
- [2] 国家体育总局. 全国体育人才发展规划(2010—2020年)[Z]. 2010.
- [3] 张春萍. 我国大型体育赛事专业管理人员培养研究[J]. 体育文化导刊, 2015(6): 16-19.
- [4] 王笑笑. 体育经纪人: 不仅仅是“拼缝”——中国体育经纪人群体现状[N]. 北京日报, 2014-12-03(012).
- [5] 谭建湘, 马铁. 体育经纪导论[M]. 2版. 北京: 高等教育出版社, 2015: 36.
- [6] CHARLES A B. Management of physical education and athletic programs[M]. St. Louis: Mosby College Publishing, 2000: 37.
- [7] HEI Z, YI Y. Sports agent industry emerges in China[J].

China & World Cultural Exchange, 2003(2): 46-48.

- [8] PWC. Changing the game: outlook for the global sports market to 2015[EB/OL]. [2016-10-10]. http://www.pwc.com/en_GX/gx/hospitality-leisure/pdf/changing-the-game-outlook-for-the-global-sports-market-to-2015.pdf.
- [9] VLADIMIR M, ANA V. Family as an agent for sport socialization of youth[J]. Serbian Journal of Sports Sciences, 2013, 7(3): 143-149.
- [10] HENRY B. Agent profile henry bates[J]. NZ Rugby World, 2015(6): 81.
- [11] 李梅娟, 彭金洲, 周亮. 北京、广州、长沙三市中产阶层体育参与现状研究[J]. 山东体育学院学报, 2007, 23(4): 41-43.
- [12] 刘爽, 庄暨军. 国内儿童体育消费的现状分析及对策——以江西省为例[J]. 四川文理学院学报, 2016, 26(2): 49-54.
- [13] ROBERT H M, LAWRENCE E S. Negotiating on behalf of others[M]. New York: International Educational and Professional Publisher, 1999: 75.
- [14] 于帆. 中美体育经纪人行业发展特点的比较研究[D]. 北京: 北京体育大学, 2012.
- [15] 徐爱丽, 陈书睿. 体育经纪人实务[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004: 96.
- [16] 国家体委. 中华人民共和国体育法规汇编(1993—1996)[M]. 北京: 人民体育出版社, 1997.
- [17] 靳勇. 我国体育经纪人的管理与培养体系[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2007: 35.
- [18] KENNETH L S, TIMOTHY D. The business of sports agents[M]. Philadelphia: University of Pennsylvania, 2002: 10.
- [19] 网易体育. 衡艺丰证实CBA存在阴阳合同 姚明也曾败给潜规则[EB/OL]. [2016-10-10]. <http://sports.163.com/15/1108/14/B7TI6TFL00052UUC.html>.
- [20] GREGORY Q JENSEN. In whose best interest: sport agents and limited disclosures an NFL players Test Case[D]. Bloomington: Indiana University, 2009.
- [21] 王功媛. 我国体育经纪人发展的制约因素研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2013.