

# 公共体育服务购买的关系契约特征与双重治理机制

刘璐<sup>1</sup>, 董芹芹<sup>2,3</sup>, 沈克印<sup>2,3</sup>

(1.武汉体育学院 研究生院,湖北 武汉 430079; 2.武汉体育学院 体育社会科学研究中心,湖北 武汉 430079;  
3.武汉体育学院 经济与管理学院,湖北 武汉 430079)

**摘要:** 通过文献资料法、实地考察法,以湖北省政府向体育社会组织购买全民健身系列赛事为研究案例,通过分析认为政府购买公共体育服务项目形成契约与关系治理的双重治理机制,契约治理来自于现代法律制度的经济理性,是以正式合同为重要落脚点,利用激励机制、监督机制和惩罚机制来保障项目的正式性;关系治理来自于参与主体作为人的有限理性,以非正式契约中交易内容的不确定性为作用空间,采用包括声誉机制、经验机制、信任机制等手段进一步完善履约行为。这两种机制相互补充,是法治与人治共同作用的体现,政府应从“激励—监管—惩罚”端着手,进一步完善契约治理内容,体育社会组织应积极发挥体育治理主体作用,关注“声誉—经验—信任”为内容的关系治理机制的建立和发展。

**关键词:** 公共体育服务购买; 契约治理; 关系治理; 关系契约; 本土化

**中图分类号:** G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2021)03-0078-06

## Relationship contract characteristics and dual governance mechanism for public sports service purchase

LIU Lu<sup>1</sup>, DONG Qin-qin<sup>2,3</sup>, SHEN Ke-yin<sup>2,3</sup>

(1. Graduate school, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China;

2. Sports Social Science Research Center, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China;

3. School of Economics and Management, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China)

**Abstract:** Through the methods of literature review and field investigation, taking Hubei provincial government's purchase of national fitness events from sports social organizations as a research case, it is concluded that the dual governance mechanism of contract governance and relationship governance is formed in the government's purchase of public sports service projects, and contract governance comes from the economic rationality of modern legal system, taking formal contracts as an important foothold, and using incentive mechanism, supervision mechanism and punishment mechanism to ensure the formality of projects; relationship governance comes from the limited rationality of participants as human beings, and takes the uncertainty of transaction contents in informal contracts as the action space, and adopts means such as reputation mechanism, experience mechanism and trust mechanism to further improve performance behavior. These two mechanisms complement each other, which is the expression of the joint action of rule by law and by human. The government should start with "incentive-supervision-punishment" to further improve the content of contract governance, and sports social organizations should actively play the role of sports governance subject and pay attention to the establishment and development of relationship governance mechanism with "reputation-experience-trust" as its content.

收稿日期: 2020-10-20

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金项目“基于多维视角的体育社会组织绩效评价体系研究”(16YJC890005); 湖北省教育厅人文社科重点项目“政府向社会组织购买群众性体育赛事的绩效评价研究”(19D078); 武汉体育学院东湖学者计划资助。

作者简介: 刘璐(1996-), 女, 硕士, 研究方向: 体育人文社会学。E-mail: 657142410@qq.com 通信作者: 董芹芹

**Key words:** public sports service purchase; contract governance; relationship governance; relationship contract; localization

2013年财政部印发《政府采购品目分类目录》,将体育组织服务归纳到政府购买体育服务当中,表面上是推动体育社会组织成为公共体育服务供给主体的身份转变,其实质是政府治理方式从单一主体管理向多元主体契约治理的变革。政府购买公共体育服务本身是西方方案,在中国本土应用的实践启动较晚,相应的法律制度尚未完善,同时由于项目的不可预测性,契约无法估计所有风险。在契约执行过程中,契约主体与客体不仅需要履行合法性的契约内容,同时还依赖于法律之外“人质、抵押、触发策略、声誉”等保障机制<sup>[1]</sup>。尤其是在中国这个极具关系色彩的土地,契约合订过程时常有超越原有项目的非约定性条例出现,合订双方的一些行动也并非针对契约顺利开展而执行,而是服务于建立友好合作关系而出现。这种治理逻辑能帮助政府购买公共体育服务机制不断完善,更具合理性与适用性,降低因信息不对称、交易成本限制、契约回避等因素造成的契约破产风险。由此可见,我国政府购买公共体育服务是一种关系契约,“契约”与“关系”在公共体育服务购买项目中共同发挥了重要作用。然而,目前学界对政府购买公共体育服务的研究集中于探索其契约性,忽略交易背后的关系性,同时缺乏大量实证研究作为依托。本研究从“关系契约理论”视角,融合本土化实践,总结政府购买公共体育服务的关系契约特征,在此基础上进一步挖掘其中的治理机制。一方面有助于推导公共体育服务购买中政社关系的未来走向,另一方面促进我国体育社会科学的本土化研究与实践。

## 1 政府购买公共体育服务的关系契约特征

### 1.1 契约主体从抽象到具象

公共体育服务购买将契约主体视为各具天赋,由利益、信赖等因素构成的复杂具体化主体,选择签订契约的主体之间不能彼此独立隔绝,而是有一定的社会性接触。最早的体育社会组织是政府体育行政部门的延伸性组织,并非是独立的社会力量,完全受政府支配,双方存在一定联系,社会地位也存在明显的不对等。现代契约法将弱势群体的基本利益直接纳入国际干预行为中,以强制性手段予以保障。2014年国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》<sup>[2]</sup>,提出“引导支持体育社会组织等社会力量举办群众性赛事活动”。由此可见,立法机构意识到体育社会组织的专业性特点,开始引导体育社会组织发挥

提供公共体育服务的主体作用,但是没有意识到体育社会组织群体的内部具体分化。2018年8月财政部颁布《关于推进政府购买服务第三方绩效评价工作的指导意见》要求“购买主体要做好信息公开工作,及时充分地将评价机构、评价标准、评价结果等内容向社会公开,自觉接受社会监督”。对政府购买公共体育服务具有提高购买质量、规范购买行为的作用,能增强项目的透明度,进一步限制政府权力。2020年2月财政部颁布《第102号政府购买服务管理办法》,规定政府购买服务的社会组织为不含财政拨款保障的群团组织,由此说明公共体育服务购买的契约主体在法律语境中存在强弱差异,逐渐从抽象走向具象。

### 1.2 契约内容呈现不完全性

一份完全契约需满足以下条件:(1)契约主体具备完全理性;(2)具备完全竞争的市场环境;(3)交易不具备外部性。由于项目的动态性,公共体育服务购买无法准确完备地预估未来状态与风险,难以明确界定契约双方的权利、义务与责任,无法在契约缔结时进行周密安排,因此契约内容呈现不完全性。这种不完全性大多是由于不对称信息与人的有限理智导致,用预设性的规则章程也将限制契约客体的作用空间。公共体育服务购买不同于商品交易,在签订契约时交易行为并没有即时发生,是一个动态过程。由于持续时间较长,给付行为受时间长短的影响,将促使契约双方产生新的权利义务。关系契约可能涉及两个以上的民事主体,超越传统分立性交易的界限<sup>[3]</sup>。公共体育服务购买是任务导向型合同,任务导向型合同已在合同中明确购买服务的范围、标的、数量、质量要求以及服务期限、资金支付方式、权利义务和违约责任等内容<sup>[4]</sup>。但是具体资金使用情况、项目质量情况等内容都需要在后期进行跟进与调整。由于信息的不对称性,在《政府购买服务合同范本》补充说明:在执行本合同的过程中,所有经双方签署确认的文件(包括会议纪要、补充协议、往来信函)即成为本合同的有效组成部分,并以合同附件与补充条款的形式不断更新契约内容。2018年湖北省全民健身系列赛事(活动)购买服务项目政府购买合同条款中标注“按财政资金付款流程分两到三次付清,具体由中标人与采购人协商确定”。因此,契约内容呈现出不完全性。

### 1.3 关系因素的高度嵌入性

政府购买公共体育服务服务于交易,而每项交易都是嵌入在复杂关系中的,因此必须将契约与其社会

背景联系起来进行考察才能理解契约的本来面目<sup>[5]</sup>。公共体育服务购买的主体为政府,客体为体育社会组织,交易双方的互动不仅贯穿合同始终,还常处于合同之外,即未签订合同之前便存在约前关系。在约前关系良好的情况下,后期伴随着专用资产投资的公共体育服务购买契约才得以缔结,此时双方需要调节原有的约前关系,促进相关制度的发展避免关系破裂。双方签署的合同一部分依靠法律体系,一部分嵌入人格化的关系体系,甚至通过在合同的严格性上做出让步以维持更长久的关系。公共体育服务购买以信赖作为缔结前提,周期较长,契约主体即政府需要提供专项资金,这笔资金将纳入体育社会组织的预算当中,当政府不及时结清款项,将极大影响体育社会组织的日常运营。公共体育服务购买的绩效评估能否得到肯定,关键在于契约客体即体育社会组织的专业功能,这将直接影响政府政绩。政府与体育社会组织成为关系密切的契约共同体,有着一致的利益与风险。

#### 1.4 契约与关系具有矛盾性

当前政府购买在中国本土呈现出后发快生的态势,然而这种公共服务购买机制目前呈现出本土化的两难困境。一方面,公共服务购买实施服务收费制度的工具性关系不符合中国人的行动逻辑。契合性是本土化的本质,契约关系的可选择性与儒家提倡“由近及远,亲疏有别,爱有等差”的思想相契合,但是契约关系的短暂性却违背了中国在地缘、血缘影响下对于稳定关系的追求。另一方面,在项目购买过程中,政府受科层制工作考核的影响,对于合作者的挑选是一种“端不平”的态度,在资源分配过程中又呈现出“分不均”的情况。体育社会组织没有足够话语权以及社会影响力去阻止政府权利扩张的欲望,受“忍文化”的影响,对于权威始终是遵从态度。面对环境变化,常常忽略制度性方案,这便能解释为何体育社会组织长期呈现出一种依附式发展状态。依附式发展有可能导致体育社会组织遭受政府科层体制的“反噬”,强化体育社会组织的政府依赖性,使其独立性逐渐衰退、甚至瓦解<sup>[6]</sup>。因此公共体育服务购买下契约与关系呈现出一种矛盾、过渡的特点。

## 2 政府购买公共体育服务中的双重治理机制:以湖北省为例

共建共治共享的体育治理,具有鲜明的中国特色,强调体育治理主体的关联性,整体利益的一致性,又尊重主体的个性和不同的利益<sup>[7]</sup>。法律、合同和经济理性是后工业社会稳定和繁荣发展的必要而非充分条件,他们必须和互惠、道德义务、共同体责任以及信

任一起孕育发酵<sup>[8]</sup>。政府购买公共体育是一种关系契约,一方面,需要不断完善购买机制的法治建设,以极大满足群的众多元化体育需求;另一方面,立足政社关系长期化发展,以推动多元体育治理格局的构建。为进一步研究这种极具中国特色的政社合作模式,作为第三方赛事评估方参与到湖北省政府向体育社会组织购买全民健身赛事项目当中,历时两年,综合运用文献调查、实地访问、赛事评估等方式,挖掘其中的治理机制。

### 2.1 显性机制:契约治理

#### 1) 激励机制。

在公共体育服务购买项目中,购买主体是政府,体育社会组织属于承接客体,政府需要建立一套完善的购买机制来搭建中介渠道。鉴于体育社会组织提供的专业服务是显性服务交易行为,适合正式契约治理,通常采用业绩激励<sup>[9]</sup>,除去购买合同中明确的固定项目资金激励,政府还开通绿色通道激发购买客体积极性,培育与发展社会力量。通过项目跟进,依据双因素理论整理出以下激励内容。(1)保健因素。资金是最基本的保健因素,体育社会组织出现的大多数问题,大部分源自资金的短缺<sup>[10]</sup>。2018年湖北省政府共采购43场群众体育赛事中,中标单位为体育社会组织的赛事共24场,总金额近280万,在整个政府采购支出中占比约60%。中标金额最高为Q协会,为21万元。这些资金来源稳定,按照预算编制程序纳入政府年度预算当中,体现了对社会力量的培养与扶持,激励社会组织积极参与到竞标当中。(2)激励因素。激励因素主要体现在合法性认可上。组织“合法性”是其“主体性”基础,合法性的部分缺失迫使体育社会组织在诸多方面需要依托政府部门<sup>[11]</sup>。政府在取消业务主管单位审批环节的前提下进一步放宽准入门槛,有效解决“注册难”的问题,2018年中标的体育协会共15个,这些体育社会组织在注册过程中基本无登记注册问题,所有承办单位的协会信息及赛事信息都通过湖北省社会体育管理中心官方推广平台对外公开,展示出当地政府对社会力量的合法性认可。赛事培训、赛事运行、赛后总结过程都有政府行政官员出席,无不体现政府对体育协会工作的高度重视。

#### 2) 监督机制。

多元化主体监督机制能形成有效的协同监督链条和配套支持系统,防范购买项目中可能发生的各类风险<sup>[12]</sup>,满足各利益群体的需求,更好提升公共体育服务质量。(1)完整的监督链条。完整的招投标机制是构建内外部监督多元主体协同监督机制的基本前提,能形成事前监督、事中监督、事后监督的监督链条。为

启动公共体育服务购买项目,湖北省政府建立一套程序严谨的招投标机制,具体包括公布目录、信息发布、政府采购、项目实施、检查验收、绩效评价。完整透明的招投标机制能进一步规范承接客体的行为,保证购买过程的高效性。(2)多元的监督主体。监督主体是监督机制的关键因素,根据监督场域的不同,可分为内部监督主体及外部监督主体两个部分。内部监督主体是与购买合同息息相关的直接参与者与受益对象,即购买主体(决策者)、承接主体(实施者)和服务对象(接受者)。外部监督主体的范围更为宽泛,具有法律效力的监督主体都为该项目的间接利益相关者,例如财政部门、行业协会、司法部门、社会体育管理中心等,公民个人、新闻媒体等社会监督群体也可通过社交媒体进行舆论监督。

### 3) 惩罚机制。

惩罚机制作为契约治理中的重要构成,严格的违约处罚和责任追究机制能有效降低购买主体的腐败勾结、购买客体阴奉阳违出现的概率。(1)处罚机关。以《政府采购法》为例,对一些违规违法行为,如以不合理条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇、规定与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通等现象,明确警告、罚款、行政处罚的法律追责,来加大购买客体的粉饰成本。由此可见,处罚形式大多为行政处罚,在政府购买公共体育服务中有权实施行政处罚的机关主要为政府体育、税务、审计等部门,具有管理公共体育事务职能的组织、受行政委托的受托组织。(2)救济程序。要实现处罚的正义与公正,应公平地对待处罚相对人,让其参与到处罚程序中,保证相对人能充分表达自己的主张与请求<sup>[13]</sup>。为避免出现矫枉过度,防止权力滥用,湖北省发布的政府采购管理暂行办法中强调政府采购当事人认为自己的合法权益受到损害,可以向政府采购管理机构提出书面投诉,政府采购管理机构应当在收到投诉书之日起30日作出处理。

## 2.2 隐性机制:关系治理

### 1) 声誉机制。

声誉是关系治理的重要组成部分,其本质是一种行为评价,具有信号传递、激励与惩罚以及网络扩散等效应。在产品质量不可被直接观察的条件下,声誉可使组织享受溢价优势,进而促进组织维持良好声誉<sup>[14]</sup>。体育社会组织的法人身份与社会形象能成为内外部的声誉评级,有利于形成初始信任关系。(1)法人身份。在政府购买公共体育服务机制推出后,政府对熟悉的对象能给予更高的声誉评价,这便可解释体育社会组织采取的基于熟人信任的声誉嵌入措施。体育社会组织

的法人代表为社会组织核心管理人物,具有非营利性,属于公益法人,对外代表社会组织,政府更倾向与具有政治信任和人格信任的法人进行合作。当前湖北省体育社会组织的法人代表身份主要有以下3类:一是事业单位现职工作人员。D协会的法人代表王某为现任湖北省社会体育管理中心主任,了解政府工作话语,能进一步推动D协会提供符合政府需求的公共体育服务产品。二是离退休人员。以M协会为例,其法人代表陈某退休前为湖北省某行政部门副主任,作为退休政府官员,其身份能保证组织政治的正确性。三是社会声誉人员。以Y协会为例,其法人代表赵某是集奥运会、世锦赛、亚运会、亚锦赛、全英赛冠军于一身的大满贯运动员,其社会影响力能帮助Y协会获取更多政府信任。(2)社会形象。在社会形象的建立方面,体育社会组织因为公益性具有天然优势。在组织承包中不仅要以政府职能转移需求为导向,还应对公众展开需求调查,在需求整合后进行再供给或二次供给,引导公众参与等环节<sup>[15]</sup>。以D协会为例,通过举办山地户外指导员培训、户外教育导师课程培训、攀岩裁判员培训、定向运动基础技能培训、滑雪初级社会体育指导员培训壮大户外运动从业人员队伍。2018年末曾经举办第1届第5次会员代表大会,邀请各地登山户外运动协会、户外联盟、俱乐部、户外爱好者,共同总结2018年户外运动经验、探讨2019年户外运动方案。D协会展示“开放包容”“合作共赢”的服务意识,能进一步推动政府与社会对于D协会的认同。这种对外公开的组织会议可视为一种信息公开机制,能推动社会力量参与到组织内部的治理当中,以规范体育社会组织的内部运作,提高社会形象。

### 2) 经验机制。

经验是实用主义的核心概念,一方面经验向理性转化可以为正式契约提供原材料,另一方面经验也可以通过取消正式契约来减少流程,提高效率。通过考察两次政府购买公共体育服务项目,发现第2次政府采购付出的资金更少,体育社会组织所准备的时间更短,效率得到了更大提升。在2019年系列赛事中,湖北省第2届冰球锦标赛的承办方为D协会,冰球运动并不在其常规服务范围内。对协会组织者访问得知,湖北省尚未成立冰雪运动协会,该协会根据以往相似户外运动经验,临时成立冰雪部参与冰球赛事的投标并顺利承接。调查中标体育社会组织的日常活动,发现此类组织大多积极了解政府信息,按照政府行政部门的要求规范自身行为。如按照民政部要求定期开会总结工作、按照财政部要求公开财政信息、按照办公厅党建要求,吸纳党员参与,定期学习党内文化知识,

这些都是与政府合作有意识的经验之举。

### 3)信任机制。

信任是合作得以进行的基本条件,参与公共体育服务的契约双方需要在合作前了解各自的偏好即需求,以便能够获得一致行为<sup>[16]</sup>。关系治理使双方共享资源和知识,提高应对环境不确定性的能力<sup>[17]</sup>。政府对体育社会组织如何产生信任,在于体育社会组织是否具有能力承接公共体育服务,同时在信息互动过程中做到公开透明。在能力建设方面,社会组织必须能够获取一定的社会资源,才能维持自身运作,满足生存与发展的需要,以及开展各种活动以实现自己的宗旨<sup>[18]</sup>。通过吸纳社会资源,体育社会组织可以降低对政府资源的高强度依赖,提升独立性。高质量的人力资源是体育社会组织展示转运能力的核心要素,调查中标的体育协会发现,这些协会主要以招聘专业化人才和举办学习活动提升服务人员专业素养。为了社会精英“引进来”,Y协会公开招聘岗位上,要求办公室人员的专业为对口专业、学历为全日制硕士及以上,工作人员文化程度较高且专业性强。D协会通过定期举办山地户外裁判员培训班,将培训后具备山地户外运动赛事裁判能力的人员授予D协会的实习资格,实习合格后才能获取裁判资格证书。在专业知识上,2018年J协会开办研修班,针对湖北健身健美市场发展所呈现的一些问题进行针对性讨论与指导,学习现代健美健身运动项目发展特点和专业健身教练主流课程思路,了解协会工作安排及明年工作计划。在信息公开方面,许多体育社会组织的负责人都一致强调与政府实现有效沟通的重要性,并主张主动建立信息机制。在湖北省政府购买项目中,体育社会组织为政府提供的公共体育服务是群众性赛事,赛事的不可确定性导致政府强调安全管理,政府对政绩的追求让政府重视赛事参与者的满意度以及群众赛事的多元化、规模化。为了获得购买主体的信任,在项目执行过程中,体育社会组织会通过上交资金流向报表、定期汇报项目进展情况、制定赛事医疗保障方案、参与者的满意度调查报告等信息材料,在一定程度上能增加双方互动,减少信息不对称。

## 2.3 湖北省政府购买公共体育服务的绩效与总结

湖北是较早推行政府购买公共服务的省份,并通过完善政府购买公共体育服务制度标准,加快推进公共体育服务体系建设<sup>[19]</sup>。2018年第1届湖北省“崇尚人人体育,共创美好生活”全民健身系列赛事(活动)购买服务项目招标信息通过湖北省政府采购网对外公告进行集中化采购,采购单位为湖北省社会体育管理中心,资金来源为政府财政拨款,实际支出460万,

共8大赛事41个项目。2019年为推广武术健身项目,采购单位增设湖北省体育局武术运动管理中心,在“同价择优,同质择廉”的原则要求下,财政拨款降低为355万元。项目按照“1+4+52”全面布局,包括湖北省美丽乡村巡礼体育活动、湖北省传统赛事活动、全民健身系列赛事(活动)3大类。经过湖北省政府与社会力量的共同努力,从发布采购信息开始,经历采购实施、合同签订、赛前培训、赛事运行、绩效评估、资料归档,整个购买流程呈现出信息高透明、行动高效率、赛事高质量、赛后高评价的特点。“崇尚人人体育·共创美好生活”全民健身赛事(活动)品牌,让体育惠民理念深入人心,加快推进全民健身国家战略和体育强省战略<sup>[20]</sup>。作为第三方评估机构参与人员,通过问卷调查、访谈、数据采集及数据分析,对项目整体进行评估,得出结论:2019政府购买全民健身项目相较于2018年,赛事数量和参赛人数呈递增趋势,整体服务质量有所提高。省级群体活动从43场次增加至80余场次,带动参与健身人数200万人次,涉及社会体育组织与健身队伍超过1800个,因活动直接培训社会体育指导员4500人,仅湖北省广场舞联赛覆盖全省17个市州、800多万广场舞人员。赛事评估组从赛事报名便捷程度、组织专业程度、判决公平性、安全保障、奖项设置、办赛整体质量6个维度对现场参赛者进行满意度问卷调查,发现2019年参赛人员的满意度均高于2018年。在赛事组织方面,2019年实现“四个零”,即裁判判决零申诉、参赛人员零受伤、赛事运行零事故、赛风赛纪零违规。

在合作中,政府与体育社会组织借助契约治理与关系治理的双重治理机制来推动项目效率的优化,维持购买服务的长期合作,能有效解决范斯莱克<sup>[21]</sup>指出的政府购买公共服务中存在逆向选择、机会主义等客观冲突,让项目整体绩效得到提升。契约治理来自于现代法律制度的经济理性,是以正式合同为重要落脚点,通过明确购买主客体的责任义务,并利用激励机制、监督机制和惩罚机制来保障项目正式性。刚性的契约治理机制能有效地实现短期利益,但是应对由于长期合作导致的复杂性外部环境较为乏力,因此引入关系治理机制是一种必要手段。关系治理来自于契约主体作为人的有限理性,在契约双方的互动协调中,以非正式契约交易内容的不确定性为作用空间,采用包括声誉机制、经验机制、信任机制等手段减少信息共享壁垒,完善履约行为。中国社会转型期出现的社会问题是多层子系统弊端多重累积的结果,仅靠子系统内部的自我优化与改革难以推进整体完善与进步,需要进行协同化治理来降低矛盾,得到相对的帕累托

最优解。这两种机制相互补充,在矛盾中实现共享共建共治,进而降低交易成本,提高服务效率,是法治与人治共同作用的体现。

政府购买公共体育服务是一种关系契约,具有契约主体从抽象到具象、契约内容呈现不完全性、关系运作的高度嵌入性、契约与关系具有矛盾性的特征。通过公共体育服务购买这一制度,能强化政府与体育社会组织的相互依赖性,在本土化法治建设的影响下,以责任与义务为核心契约内容将进一步推动政府与体育社会组织的平等关系,灵活性政策的补充也在不断完善契约治理机制。同时,政府购买公共体育服务以本土性传统儒家亲缘、血缘、地缘关系形成的信任为基础,降低交易成本,抑制投机、欺诈等机会主义行为。一方面,政府应从“激励—监管—惩罚”着手,进一步完善契约治理内容,搭建政社合作载体,加快政府职能转移,明确体育社会组织的权责利。另一方面,“关系”是中国强化契约精神的重要因素,体育社会组织应积极发挥体育治理主体作用,关注以“声誉—经验—信任”为内容的关系机制的建立和发展,以追求提供高质量公共体育服务为目标,构建一种蕴含德性价值内核的政社共同体。

#### 参考文献:

- [1] 埃里·克弗鲁博顿. 新制度经济学一个交易费用的分析范式[M]. 上海: 上海三联书店, 上海人民出版社, 2006: 186-220.
- [2] 国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见(国发[2014]46号)[S]. 2014.
- [3] SPEIDAL R E. The characteristics and challenges of relational contracts[J]. *Northwestern University Law Review*, 2000(3): 823-846.
- [4] 许鹿, 罗凤鹏, 王诗宗. 组织合法性: 地方政府对社会组织选择性支持的机制性解释[J]. *江苏行政学院学报*, 2016(5): 100-108.
- [5] MACNIEL I R. Relational contracts theory: Challenges and queries[J]. *Northwestern University Law Review*, 2000(3): 877-907.
- [6] 张凤彪, 王家宏, 王松, 等. 政府购买服务与体育社会组织发展的“诺斯悖论”问题研究[J]. *体育学刊*, 2019, 26(3): 38-44.
- [7] 任海. 中国体育治理逻辑的转型与创新[J]. *体育科学*, 2020, 40(7): 3-13.
- [8] 弗朗西斯·福山. 信任: 社会美德与创造经济繁荣[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2016: 3.
- [9] 冯晓丽, 郭帅. 政府购买公共服务下体育社会组织承接购买服务研究——基于上海市体育社会组织承办市民体育大联赛[J]. *沈阳体育学院学报*, 2015, 34(4): 23-28.
- [10] 杨燕英, 杨琼, 雷德航. 构建政府购买公共服务的多元主体协同监督机制——基于 SU-CO 监督模型的分析[J]. *宏观经济研究*, 2020(8): 51-63.
- [11] 冯晓丽, 崔佳柠. 新时代我国体育社会组织高质量发展研究[J]. *体育学刊*, 2020, 27(2): 44-49.
- [12] 吴正泓, 陈通. 公共文化服务设施补偿机制的演化博弈分析[J]. *华东经济管理*, 2016, 30(11): 169-173.
- [13] SHAPIRO C. Premiums for high quality products as returns to reputations[J]. *Quarterly Journal of Economics*, 1983, 98(4): 659-679.
- [14] 伊刚. 从费孝通的双轨政治理论看我国社会管理的困境[J]. *学术探索*, 2014(12): 65-69.
- [15] GRIFFITH D A, MYERS M B. The performance implications of strategic fit of relational norm governance strategies in global supply chain relationships[J]. *Journal of International Business Studies*, 2005(3): 254-269.
- [16] 邓莉雅, 王金红. 中国 NGO 生存与发展的制约因素——以广东番禺打工族文书处理服务部为例[J]. *社会学研究*, 2004(2): 89-97.
- [17] 刘林青, 陈紫若. 共同依赖与中国企业并购的倒 U 形关系研究[J]. *管理学报*, 2020, 17(8): 1139-1149.
- [18] 刘征驰, 石庆书, 张晓换. 知识协作背景下电子商务服务供应链关系治理——一个分而治之的组合激励机制[J]. *软科学*, 2015, 29(1): 110-114.
- [19] 邹丽. 全面深化改革创新 激发湖北体育生机活力[N]. *中国体育报*, 2018-02-02(002).
- [20] 43项省级体育赛事活动力促湖北全民健身[EB/OL]. [2020-10-12]. <http://www.sport.gov.cn/n318/n351/c858789/content.html>
- [21] VAN SLYKE D M. Agents or stewards: Using theory to understand the government-nonprofit social service contracting relationship[J]. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2006, 17(2): 157-187.