

垄断与创新

——当代职业体育的新经济学分析

LONGDUAN YU CHUANGXIN

DANGDAI ZHIYE TIYU DE XINJINGJIXUE FENXI

李 伟 / 著



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

垄断与创新

——当代职业体育的新经济学分析

LONGDUAN YU CHUANGXIN
DANGDAI ZHIYE TIYU DE XINJINGJIXUE FENXI

李 伟 / 著



首都经济贸易大学出版社

Capital University of Economics and Business Press

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

垄断与创新:当代职业体育的新经济学分析/李伟著.

—北京:首都经济贸易大学出版社,2017.6

ISBN 978-7-5638-2648-3

I. ①垄… II. ①李… III. ①职业体育—体育产业—
研究—中国 IV. ①G812

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第116272号

垄断与创新——当代职业体育的新经济学分析

李伟 著

责任编辑 刘欢

封面设计 风得信·阿东
FondesyDesign

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地址 北京市朝阳区红庙(邮编100026)

电话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经销 全国新华书店

照排 北京视祥志远激光照排技术有限公司

印刷 北京京华虎彩印刷有限公司

开本 710毫米×1000毫米 1/16

字数 167千字

印张 9.5

版次 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5638-2648-3/G·399

定价 30.00元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

出版说明

本书运用“新经济”中注意力经济学的理论和方法对职业体育进行分析,研究完善市场经济制度下一般职业体育组织发展的规律和产业特性。一般职业体育的发展规律在完善的市场经济制度下才能得以体现,而我国正处于转型阶段,在体育产业领域,新经济学理论分析超前于目前市场化和职业化的水平。所以,在正式开篇之前,以下部分是笔者讨论职业体育发展问题的前提。

一、价值与效率

郝伯特·A. 西蒙(1946)^①认为,管理的要素包括价值要素和事实要素。价值要素决定了管理的目标和价值取向,事实要素决定管理的内容和方法,管理的问题不仅仅是事实命题,管理的目标和价值取向是所有管理活动的前提。也就是说,所谓追求效率,是追求达成既定目标和实现既定价值的效率,如果没有实现既定的目标,管理自然就没有效率。所以,讨论一切管理问题的出发点是价值问题。

谈到价值,我们必然又会触及另一个概念——主体,价值一定相对于某个或某些主体而言,对此“主体”有价值未必对彼“主体”有价值,但是也有可能对这些“主体”都有价值。所以,讨论体育的价值就是讨论拥有体育资源的主体的价值。体育的政治功能对应着国家的政治诉求,体育的经济功能对应投资者的经济诉求,而体育本身所具有的健身、娱乐、康复等功能则对应着普通消费者的消费诉求。在市场经济制度完善的经济环境中,产权主

^① (美) 西蒙. 管理行为 [M]. 詹正茂, 译. 北京: 机械工业出版社, 2004.



体的价值自然就是其所拥有的组织的管理目标,管理的效率就是实现产权主体价值最大化的资源配置效率。

二、效率来自于公平

新制度经济学认为,制度的供给受制度需求的影响,制度需求越大,制度供给就越强。中国自改革开放以来,经济社会的转型速度加快,制度创新的需求也越来越大,可以说,制度创新是中国经济发展的主要动力之一。正是在这一背景下,1994年我国职业体育体制得以设立,这标志着中国体育制度试验的开始。

但是,中国职业体育的改革和发展是以政府主导的方式进行的,政府体育部门在制度设计上有绝对的权力。“诺斯悖论现象”^①时刻都困扰着中国体育改革。2004年“中超罢赛”传达给我们的信息就是国家“主体”和投资人“主体”之间不公平的博弈现状。正如国内部分学者的论断^②,中国体育制度的调整终将是各个主体之间利益博弈的结果,哈耶克^③曾经指出,游戏规则即制度能够带来效率的前提是游戏规则本身是公平的,在不公平的规则下,游戏是玩不起来的。所以,使体育纳入市场经济体系中的前提条件是拥有理性的市场主体,没有产权明晰、自负盈亏的市场投资主体,体育产业组织内部的激励体制和资源配置的效率不可能在根本上得到解决。

三、“增量改革”的不可能性

职业体育改革的另一种观点是通过“增量改革”来实现,即进行体制外的改革。虽然《中华人民共和国行政许可法》(《中华人民共和国行政许可法》由中华人民共和国第十届全国人民代表大会常务委员会第四次会议在

① 诺斯在1981年提出,国家(state)具有双重目标,一方面通过向不同的势力集团提供不同的产权,获取租金的最大化;另一方面,国家还试图降低交易费用以推动社会产出的最大化,以促进国家税收的增加。

② 从湖平.我国职业体育制度变迁的方式、路径及相关问题研究[J].体育科学,2004,24(3):1-4.

③ 杨小凯.杨小凯谈经济[M].北京:中国社会科学出版社,2004:100-101.



2003年8月27日通过,自2004年7月1日起施行)的颁布进一步降低了职业体育投资的行政壁垒,但是仍然没有从根本上解决问题。因为,职业体育的核心资源是运动员,在国家限制运动员自由流动的前提下^①,这种资源是不可能通过增量来实现的。即使在体制外另起炉灶,从运动员如此之长的培养周期来看也不是可取之策。短期来看,进行增量改革不是主要的方式。因此,职业体育的“增量改革”从本质上来说还得依靠存量的调整。

四、通过资本运营实现体育产业的产权改革

由于以上原因,首先,笔者认为中国体育的产业化进程需要以产权交易为主的外部型资本运营来实现,这个逻辑的起点是,使体育纳入市场经济体系中的前提条件是拥有理性的市场主体,没有产权明晰、自负盈亏的市场主体,体育产业组织内部的激励体制和资源配置的效率不可能在根本上解决;其次,体育的产业化又不可能像其他产业一样通过增量来实现,因为,作为体育本体产业的核心资产——优秀的体育人才不可能在体制外通过增量来实现,这就是说,不能在保持现有体育产业存量的基础上另起炉灶,只能对存量进行改革;最后,资本市场的发展给体育产业的发展提供了产权改革的机会,从2006年就开始的股权分置改革彻底地改变了资本市场的价格双轨制,国有资本市场流通的壁垒被打破,资本市场的日渐成熟,给塑造体育产业的理性主体提供了外部条件。随着资本市场的完善,产权改革和资本运营或许能够成为职业体育发展的契机。

^① 邹国防认为:“长期以来我国运动员是以义务为本位,运动员的职责就是为集体争荣誉,为国争光,为人民群众提供体育竞赛和表演服务,国家向运动员免费提供吃、住、运动服装、器械和场馆,并配备教练员的指导,还有每月的岗位津贴。运动员在伤、病、残或被认为其运动潜能已无可挖掘时将被安排‘退役’。”参见邹国防:产权分割:竞技体育运动员人力资本产权问题的思考[J].体育与科学,2004,23(5):17-18.

前 言

现代职业体育诞生于工业时代，却在信息时代得到了全面的发展。伴随着 20 世纪 90 年代以来“新经济”的突飞猛进，世界职业体育的发展也呈现出许多新的特征和新的趋势：产业产值的急速增长；高度垄断的态势随着全球化逐渐加强；大众传播和职业体育的产业融合。不论从哪一方面看，我们用服务产业理论去解释职业体育都已经行不通了；当代职业体育从经济形态上看更加接近信息产业和文化产业的新经济形态，我们需要一次体育产业理论的新经济学革命，这样我们才能够把握住当代职业体育的发展趋势、构筑体育产业发展政策的理论基础。

本书首次利用“新经济”理论之一——注意力经济学对职业体育进行了分析。主要包含五个部分：结合当代职业体育发展的现状提出问题；分析职业体育的注意力经济属性；讨论职业体育注意力经济中的产品性质；归纳职业体育注意力经济市场结构的特征；剖析职业体育注意力经济市场中“赢家通吃”现象。之所以这样安排，旨在回答以下问题：①20 世纪 90 年代以来职业体育产值增长的本质是什么？②为什么大众媒体与职业体育之间有产业融合的趋势？③为什么西方职业体育组织的垄断地位能够在全球范围内加强？

在回答以上问题的过程中，本书所做的研究创新之处在于：在研究方法上，第一次从“新经济”的视角尝试性地研究了职业体育注意力经济活动的基本问题，并期望构建一个初步的分析框架；在研究内容上，本书将 20 世纪 90 年代以来的“新经济”背景和体育产业发展联系起来，指出职业体育注意力经济模式在当代职业体育的发展中居于主导地位，并区分了两种经济形态——服务经济和注意力经济。主要的研究成果如下：①本书论证了职业体育的注意力经济属性：职业体育所提供的产品可以以信息的形式在大众媒体上



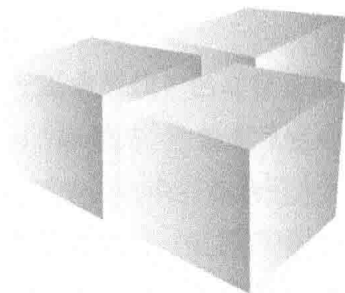
传播,以获得消费者的注意力,并通过注意力的二次“售卖”获得收入,这是一种典型的注意力经济模式;②初步探讨了职业体育注意力经济的市场构成,指出大众媒体是职业体育注意力经济的交易场所,媒体、企业、观众、职业体育组织共同构成了职业体育注意力经济的市场关系;③论述了职业体育注意力经济中的明星体制的特点,以及体育明星的经济价值、角色转变和市场等问题;④根据注意力资源的获取方式,归纳了两种职业体育注意力经济的运作模式,即捆绑型和转接型,并分析了两种模式的特点;⑤分析了职业体育注意力经济的收入性质——在零和市场上的租金收入,指出职业体育注意力经济的收入是由注意力购买者向职业体育组织所进行的财富转移;⑥分析了体育服务产品理论的来源、特点和局限性,指出信息形式的体育产品和作为信息消费形式的注意力产品是注意力经济模式中基本的产品形式,并研究了两种产品价值来源、特点和需求与供给的特性;⑦论证了职业体育注意力经济的市场结构的垄断特征和可竞争性;⑧分析了职业体育联盟垄断性的经典解释——“共生性”,并根据注意力经济中“赢家通吃”的规律研究了职业体育注意力经济的正反馈机制。

目 录

1	导论	1
1.1	“新经济”背景下职业体育的发展特征	3
1.2	新经济理论的革命	4
1.3	问题的提出	6
1.4	国内外研究现状	10
1.5	本书内容意义	15
1.6	方法论与研究方法	16
1.7	职业体育和职业体育联盟概述	19
2	职业体育的注意力经济属性	23
2.1	注意力经济释义	25
2.2	职业体育的注意力经济属性	28
2.3	职业体育注意力经济中的明星体制	40
2.4	职业体育注意力经济增长的本质——财富的转移	47
3	职业体育注意力经济的产品分析	55
3.1	体育产品的理论回顾	57
3.2	职业体育注意力经济模式中的产品分析	67
4	职业体育注意力经济的市场结构	83
4.1	市场结构定义与度量	85



4.2	美国职业体育市场集中的过程	87
4.3	职业体育市场结构的复杂性	91
4.4	职业体育注意力经济的市场结构特征	95
4.5	反垄断法	98
5	职业体育注意力经济中“赢家通吃”现象成因分析	103
5.1	对职业体育联盟垄断的经济解释“共生性”的反思	106
5.2	职业体育注意力经济市场上的“赢家通吃”现象	108
5.3	“赢家通吃”现象——模仿的悖论	118
6	结论及后续研究建议	123
6.1	结论	125
6.2	后续研究建议	129
	参考文献	132



1 导论



经过了几个世纪的发展,人类经历了农业时代、工业时代并进入信息时代。信息时代是以全球化和信息化的发展为重要标志的。伴随着信息时代的发展,20世纪90年代以来,经济学界已经在孕育一场伟大的革命。根植于工业时代的现代经济学范式的常规科学革命进程即将结束,取而代之的是新建于后工业社会、信息社会、新经济基础之上的“超现代经济学”范式^①:“无重量经济学”(Weightless Economy)和“无边界经济学”(Unbounded Economy)。

1.1 “新经济”背景下职业体育的发展特征

现代职业体育虽诞生于工业时代,但却在信息时代得到了全面的发展。伴随着20世纪90年代以来“新经济”^②的突飞猛进,世界职业体育的发展也呈现出许多新的特征和新的趋势,其中三点最引人注目。

首先,职业体育产值爆炸式增长,电视转播费收入成为当今西方职业体育组织经济增长的支柱。目前美国职业体育约有20个项目,其中棒球、橄榄球、冰球、篮球、足球5个项目职业联赛最为著名。20世纪80年代初期,美国职业体育的总收入大约在30亿美元左右,到90年代中期已经突破了70亿美元,到90年代末期又超过100亿美元,10多年翻了一番;而全美体育竞赛表演产业总产值1986年约为94亿美元,1998年猛增至1296亿美元,12年间激增近13倍。“美国的职业体育从100多年前开始发展到20世纪末,正式、正规走向市场的大约有18个运动项目的150多个职业体育俱乐部,并且其中15%左右都是20世纪90年代以后新成立的俱乐部”。“现全美大小职业体育联盟共有792支职业队,职业队之多列全球之首”^③。

其次,在全球化的浪潮下,西方职业体育组织的垄断地位在全球范围内

① 臧朔恒,林平.现代产业经济学前沿问题研究[M].北京:经济科学出版社,2006:3.

② 美国进步政策研究所对新经济的定义是:以知识和思想为基础的经济。

③ 田军.透视美国体育产业[J].体育博览,2004,2:30-31.



得到加强。20 世纪西方职业体育联盟经过了垄断与反垄断的法律较量以后逐渐获得了垄断地位的法律支持，如今，这种垄断地位在全球化的分工中得到进一步的加强。20 世纪 80 年代末，美国的一些职业体育组织，如职业橄榄球联盟、职业棒球联盟以及职业篮球联盟的活动就已经出现了国际化的趋势，一些职业队聘请外国选手加盟，职业队在亚洲和欧洲的国际性商业活动不断加强。如今，美国四大职业体育联盟，特别是 NBA（美国职业篮球联盟）不仅垄断了国内的篮球市场，在全球职业篮球市场上也已经形成了优势地位；而欧洲职业足球早已变成世界足球的中心。在全球化的背景下，中国职业体育的发展必然要和国外的职业体育比赛产生竞争。

最后，职业体育与大众传媒业不断融合，产业之间的界限逐渐模糊，如享有“媒介巨人”美誉的鲁伯特·默多克的新闻集团 1992 年起以每年 6 000 万英镑的天价购买了英格兰超级联赛的转播权，并且兼并了好几个英国足球俱乐部，甚至直接购买了美国最好的棒球队之一——洛杉矶道奇队，并为此支付了 3 亿美元，比布鲁克林将道奇队买入洛杉矶贵了 1 200 倍；其他媒体巨头如美国在线、时代华纳等也纷纷向职业体育市场大举进军。

这些新的特征出现于美国 20 世纪末开始的“新经济时代”。“新经济”的发展使职业体育的盈利能力突飞猛进，我们应该如何解读这些增长背后的原因呢？在全球化的背景下，西方职业体育组织对中国观众的竞争已经成为一个不争的现实，那么，国内职业体育该如何应对这种竞争？职业体育为什么要和大众传媒业进行并购，这是不是代表了新的产业融合趋势？回答这些问题必须将职业体育的发展和新经济的理论与实践联系起来。

1.2 新经济理论的革命

什么是新经济呢？目前，对于新经济的概念有数十种说法，其中网络经济、信息经济、知识经济、虚拟经济、企业家经济、创新经济、注意力经济等都可以看作新经济的代表形式。

新经济的概念最早是人们在描述美国从 20 世纪 90 年代开始的经济走势



的时候提出的。传统经济学理论认为，在市场经济条件下通货膨胀和失业率之间具有“菲利普斯曲线”所描述的反向运动的关系。而政府的经济政策能够做的就是在这两者之间寻找一个社会能够接受的平衡点。但是从20世纪90年代开始，美国经济却实现了低通胀率和低失业率并存的高速增长。2000年2月美国总统克林顿在《总统经济报告》中宣称美国经济已经创下了107个月的增长纪录。人们将这种无法用传统经济学解释的经济运行状态称为“新经济”。如今“新经济”在美国内外已经成为一个广泛流行的名词，可是当问到“新经济”究竟新在何处时，得到的答案却并不是十分明确。美国哈佛大学经济学教授罗伦斯·萨默斯对此进行了研究^①，集中探讨了新经济新在何处以及它与旧经济有何不同等问题，他指出：新经济的“新奇之处”就在于由生产实体产品的经济转移到莫基于知识和信息的生产与运用的经济。旧经济生产的是实体产品，新经济生产的是知识和信息形式的产品。他认为实体产品的价值决定于它的“实际重量”，而知识和信息产品的价值决定于它内含的知识和信息。信息形式的产品含有很高的固定成本和很低的边际成本。因此，不断追求垄断力量成为新经济的核心动力。这种动力所导致的创造性毁灭成为经济成长的主要刺激。他认为农业与工业和新经济分别归属于不同的学派，前者属于斯密学派，后者属于熊彼特学派。斯密模型表明了供给随价格上涨而增加，但是需求减少，供求不平衡则会恢复平衡，这是一种负反馈经济，而新经济则是需求增加会创造更高的效率和更高的报酬，而价格下降还会创造更高的需求，这是一种正反馈经济。萨默斯指出，当市场是由正反馈所驱动的时候，它的效率会与规模成正比，所以“成功创造了成功”。旧经济中，供求失衡会通过价格的调整来恢复平衡，而新经济则是适者生存，赢者通吃。萨默斯的分析将新旧经济中的差异密切联系起来，从传统产业的实体产品和服务产品同新经济中信息和知识产品的各不相同的特性出发，揭示了它们创造价值的过程及其与旧价值的联系和分属于不同的经济范式。这就给了我们一个将新旧经济联系起来的桥梁。

^① 据2000年5月1日在美国旧金山第28届大通H&Q科技年会上的演说《国家的财富》。



总结新经济理论对传统经济学的挑战主要有三个方面：长期增长论、商业周期论以及增长源泉论^①。从宏观上看，“新经济”违反传统经济学理论的一个明显的例子是对宏观经济学奉为经典的“菲利普斯曲线”的反证，即低通货膨胀和低失业率并存的局面；从中观上看，“新经济”中的许多产业表现为竞争性的垄断结构，这传统产业经济学中 SCP 框架（结构—行为—绩效）对于垄断和竞争的关系描述有所不同，垄断和竞争的现象并存，并在很多行业表现为“赢者通吃”的现象；从微观上看，由于新经济中的产业是以信息产品的生产为特征的，信息产品所表现出来的边际收益递增和网络效应等特征与传统经济学所研究的物质和服务产品有所不同，形成了新经济的微观基础。

新经济理论的“革命”已经大大改变了体育产业理论最重要的母学科之一——经济学的现状，体育理论的研究也必将跟进。

1.3 问题的提出

如何将职业体育的新经济特征和新经济理论进行联系是一个重要的问题，研究这一问题的意义在于新经济理论能够对当代职业体育的发展规律做出更为现实的解释。本书的切入点是新经济的形态之一——注意力经济。作为新经济研究领域的一块阵地，注意力经济的提法是伴随着网络经济、知识经济、信息经济等新经济现象的产生而出现的，注意力经济的基本观点是：随着信息经济的发展，有价值的不是信息，而是注意力。其实，自有传媒业以来，注意力经济就已经存在，只是那时注意力资源的稀缺性不明显，注意力经济还没有引起人们足够的重视。在信息和文化生活相对贫乏的年代，注意力相对过剩，随着信息技术和大众传播的发展，信息和文化产品不断增加，吸引人的东西越来越多，人们的注意力开始不足。20 世纪 70 年代，中国的一些刊物，比如《报刊文摘》《大众电影》等信息和文化产品有时甚至订阅不到，

^① 李杰，黄文平．理解新经济——对当代美国经济的新观察 [J]．学术月刊，2001，3：62 - 66.



而如今免费赠送的报纸甚至还会遭到拒绝。这是因为，相对于越来越稀缺和珍贵的注意力，有些信息和文化产品就相对贬值了。电视出现以后，观看电视节目逐渐成了人们生活的中心，我们的情感和体验都赋予了电视，电视提供给我们免费的信息产品，而我们也为之付出了昂贵的注意力。90年代，互联网飞速发展则让人类社会生活的整个中心都发生了转移，人类活动更多地从体力的消耗转移到注意力的使用上，注意力的稀缺更加明显。如今，我们生活在信息的海洋，任何信息产品的消费和使用都需要付出注意力资源。在这个时代，人们的大量活动都是围绕着付出注意、获得注意和逃避注意，商品的物质形态往往只是信息形态的载体，而信息形态往往只是精神价值的载体，注意力经济可以说是无处不在。

张雷（2002）在《注意力经济学》中指出，在大众传播不断发展的当代，体育和娱乐产业共同构成注意力经济的两大支柱，现代社会的注意力消费绝大多数都与这两者有关。^① 作为体育产业中的“本体产业”“核心产业”，职业体育毫无疑问是注意力经济中强有力的竞争者。西方职业运动诞生至今已经有200多年的历史，最近几十年由于大众媒体（报刊、影视、互联网等）的介入，体育赛事的盈利能力得以迅速提高。如今，仅仅靠巨额的转播费，某些职业体育赛事就可以支付全部的开销。例如，英格兰足总与英国星空电视台签订了为期4年的高达6.7亿英镑（折合10亿美元）的电视转播合同；美国NBA电视转播费更是天文数字，仅以NBC（美国全国广播公司）为首的电视转播费就占到NBA联盟总收入的30%。^② 这还不包括广告和赞助的巨额收入，而这都源自职业体育能够吸引消费者持久的注意力。中国职业体育尽管起步较晚，其转播收入目前还不能与美国和欧洲相比，但以国外职业体育发展的状况来看，其上升空间非常之大。20世纪90年代以来，随着网络经济的发展，信息的泛滥使注意力更加匮乏，获取注意力的代价不断提高，西方职业体育的电视转播费等收入的飞速增长证明了这种注意力经济模式已成为

① 张雷. 注意力经济学 [M]. 浙江: 浙江大学出版社, 2002: 89-90.

② 李开元, 赵鲁南. 我国职业体育俱乐部经费来源及市场开发状况探析 [J]. 中国体育科技, 2000, 36 (10): 14-15.