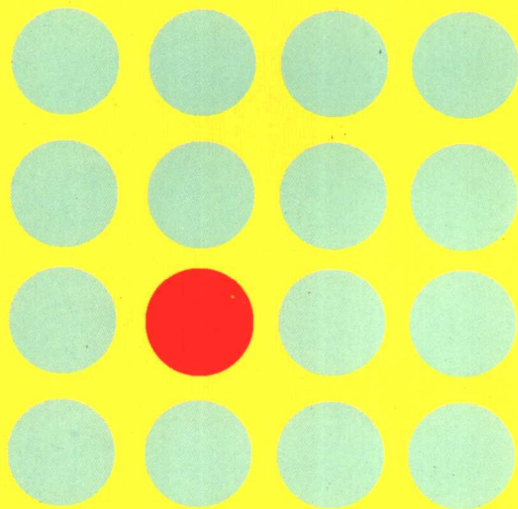


中国体育博士文丛

职业

体育组织的演进 与创新

张文健 著



北京体育大学出版社

职业体育组织的演进与创新

张文健 著

北京体育大学出版社

策划编辑 梁 林
责任编辑 梁 林
审稿编辑 鲁 牧
责任校对 潘 帅
责任印制 陈 莎

图书在版编目(CIP)数据

职业体育组织的演进与创新/张文健著. - 北京:北京
体育大学出版社,2006.5
ISBN 7-81100-497-6

I. 职… II. 张… III. 职业体育-国际组织:体育
组织 IV. G811.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 021891 号

职业体育组织的演进与创新 张文健 著

出 版 北京体育大学出版社
地 址 北京海淀区中关村北大街
邮 编 100084
发 行 新华书店总店北京发行所经销
印 刷 北京市昌平阳坊精工印刷厂
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 11.75

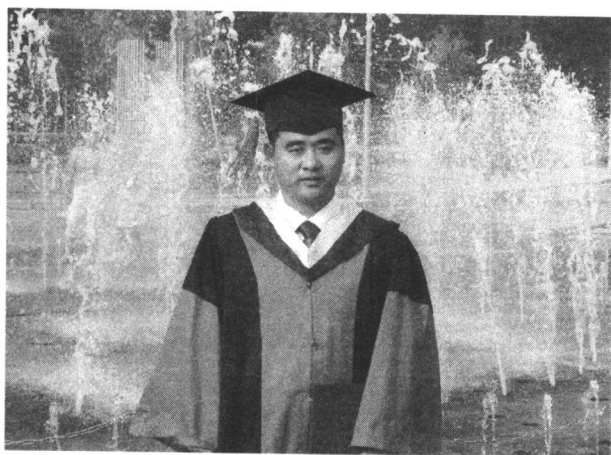
2006 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 33.00 元(平) 53.00 元(精)

(本书因装订质量不合格本社发行部负责调换)

责任编辑
装帧设计

梁林
杨宇



作者简介

张文健，男，博士，副教授。1968年12月出生于辽宁省沈阳市。1992年毕业于沈阳体育学院，获学士学位；1995年毕业于东北师范大学，获硕士学位；1998年10月~1999年10月由教育部资助到波兰华沙体育学院攻读访问学者；2004年毕业于北京体育大学，获博士学位。于1995年7月~2004年9月在沈阳体育学院社会学科教研室任教；2004年9月始在温州大学工作。

自1992年开始从事体育社会学及体育产业等领域的教学与科研工作。先后发表论文30余篇。在1999年布达佩斯举办的国际体育社会学研讨会和2000年悉尼举办的国际奥林匹克体育科学大会等大型国际会议上作了专题发言。多次担任国际会议主持人。参与编写了《中国文化大百科全书》、《Sport and Physical Education in China》、《体育公共关系》等多部著作。主持国家社会科学基金课题一项；参与完成国家社会科学基金课题、省部级课题多项。

现任温州大学体育社会科学研究室所长、温州大学体育学院社会体育理论教研室主任，国际体育社会学会理事，中国社会学会体育社会学专业委员会理事。

序

张文健同志近几年来一直在从事职业体育领域的研究工作，在读博士之前，他就已经撰写了多篇有关的论文，尤其是他在波兰读访问学者期间积累了比较丰富的国外资料，这些为他在读博士期间较早地确定博士学位论文选题创造了条件。现在呈现在读者面前的《职业体育组织的演进与创新》一书，就是在他的博士学位论文的基础上经补充修改完成的。

职业运动从诞生到现在已经有一百多年的时间，在近几十年中，随着社会经济的发展与电视、报刊、杂志等传媒的介入，职业赛事的营利能力迅速提高，职业体育组织在世界范围内普遍获得超速发展，并成为引人瞩目的一大产业。我国的职业体育虽然起步较晚，但在十余年的时间里，足球、篮球、乒乓球、排球等适合市场发展的运动项目相继实行了职业化改革，中国竞技体育为适应市场经济的发展，向职业化方向的转变已经成为大势所趋。在我们刚刚迈入 21 世纪之际，回顾职业运动发展的历史，总结职业运动成长的规律，探询我国职业体育未来的发展路径与改革对策，是摆在我们面前的一项紧迫的任务。对这样的前沿问题的研究，这种研究的成果，不仅具有重大的理论意义，而且具有重大的现实意义。

职业体育组织创新是一个不断变化的复杂的系统工程，作者运用社会学、经济学、管理学等多学科交叉的视角，将职业体育组织的历史演进与创新形式紧密地结合起来，提出职业体育联盟产生的历史背景不同，发展轨迹也有所差异，概括和总



结了欧美职业体育组织的经营与管理模式，从职业体育组织发展动因的角度，将职业体育组织的发展类型划分为内因发展型与外因发展型两种不同的形态，探讨了中国、日本等内因发展型职业体育组织的形成特征与发展模式。这本书的一个重要特色，就是把职业体育组织的经营渠道创新、产权制度创新和组织资本创新有机地结合起来，通过这三条主线对职业体育组织的演进与组织创新做了多维阐释，比较全面地概括了职业体育组织的创新形式。系统地分析了我国职业体育组织当前存在的问题与面临的挑战，并提出了我国职业体育组织未来改革与发展的可供选择的方案。虽然近些年来国内外对职业体育领域的研究越来越多，但至今还没有看到有关职业体育组织创新方面的学术专著出版，从这个意义上说，张文健的著作可以看作是一部填补空白之作。

职业体育组织创新是一个涉及面广、内容庞杂的理论问题，而我们国内又没有什么研究成果可以借鉴，因此，开展这方面研究的困难是可想而知的，该书难免还会存在这样那样的问题，也就毫不奇怪了。如作者对一些问题的理论概括还比较薄弱，需要做进一步的阐发；对有些问题的分析也不够准确，尚需进一步研究等等。尽管该书还存在一些不足之处，但作者以宽广的视野，合理地把握了职业体育的本质，以翔实的文献资料，对当代国际职业体育组织的演进与创新进行全面论述，其研究成果对丰富该领域的理论基础，推动我国职业体育实践的发展都具有重要的意义。



2006年1月

摘 要

本文将职业体育组织作为一个统一整体来进行考察,研究职业体育组织创新对职业体育组织成长的影响。职业体育组织创新作为一个独立的整体概念,包括了职业体育组织中进行的各类单项创新,如观念创新、竞技表演创新、经营渠道创新、产权制度创新和组织资本创新等。这些创新之间具有联动作用,每一项创新的变化都会影响到其他创新的变化,它们之间相互联系、相互作用,构成了一个具有一定功能的创新网络系统。观念创新是职业体育组织创新的先导,竞技表演创新是职业体育组织创新的根本,经营渠道创新是职业体育组织创新的价值实现形式,产权制度创新与组织资本创新是职业体育组织创新的基础。

职业体育组织通过经营渠道创新,摆脱了对门票收入过分依赖的格局,体育赞助、体育广告、电视转播权等其他收入在职业体育组织的收益中占据了越来越大的比重。本文分析了职业体育组织产权结构创新的基本模式,并对职业体育组织产权制度创新的过程与手段进行了解释性研究。联盟作为职业体育组织的权威机构,在产权制度安排上发挥的作用包括:建立垄断壁垒,提高俱乐部的资产价值与利润;通过利润分享机制,降低俱乐部的经营风险;通过赛制改革调整俱乐部的收益权,建立激励机制。随着俱乐部由家族制与合伙制向现代公司制的转化,职业体育组织的经理人队伍建设得到显著加强,俱乐部的融资能力显著提高。本文结合 NBA 及英超的实证资料,从理论分析和案例剖析的角度研究了职业体育组织资本创新对其高速成长的促进作用。NBA 以全球战略目标为指导,在赛制与产权制度创新的基础上,进行了组织资本创新,从而在向全球扩张的过程中,确立了无可替代的世界篮坛霸主地位。曼联俱乐部以人才培养战略目标为基础,在组织文化建设中,塑造了团结互爱、公平与共享的团队文化,卓越的团队文化为俱乐部获得欧洲足坛的霸主地位奠定了基础。

在对职业体育组织创新一般规律研究的基础上,分析了中国职业体育组织创新的特征、取得的成就与面临的挑战。我国职业体育组织为适应市场经济的要求,在经营渠道、产权结构、组织资本等诸方面进行了创新。我国职业体育组织依靠协会的法定权威性建立的收入分享机制、人才流动机制及限薪制度促进了俱乐部的产权结构改革。俱乐部的经营自主权逐渐增强,市场竞争压力随之加大,俱乐部的人才激励机制相继建立。为实现职业体育组织面向市场的战略目标,实行职业化改革的项目协会相继出台了运动员转会制度,伴随着运动员市场的建立,教练员与职业经理人等职业体育人才也相继进入了市场。项目协会与职业俱乐部围绕人力资源与商业开发两条主线对组织结构进行了重大调整。一些职业体育组织加强了职业体育组织文化建设,树立了职业体育的可持续发展观。

随着中国职业体育组织改革的不断深入,新旧体制间的冲突暴露得越来越显著。职业体育组织与电视媒体机构在转播权上的利益协调问题及职业体育组织的后备人才培养机制问题,都在制约着职业体育组织对经营渠道的进一步开发。产权结构创新诱发了利益群体间的矛盾,协会与俱乐部间的冲突日趋明朗化与公开化。中国职业体育组织的制度建设尚不完善,一些俱乐部忽视对组织文化的培育,过分依赖物质激励,导致了俱乐部的收支失衡。在经济利益的诱惑下,“假球”、“黑哨”等丑恶现象随之蔓延,面对职业化改革中出现的新问题、新挑战,职业体育组织只有通过制度创新,才能适应变化了的环境。

Abstract

It has been seen that the professional sports have got particular development since the 1950s. For example, NBA and Premier League have obtained the significant success on behalf of American professional sport model and the Europe professional sport model respectively. When it entered into the 1980s, the professional sport organizations from China and Japan etc were drawn on as the "late - developed" pattern. In retrospection, it can be discovered that the creativity is the domain factor that the European and American professional sport organization obtained the great success. The professional sport organization in Japan and China was developed rapidly based on the creativity. It has been proved that the creativity is the original motivation of the development of professional sport organization in the worldwide. In this research project the professional sport organization has been seen as a integrated unit. In this specific view this research aims to explore in which way that the "creativity" contributes to the rapid improvement in the area of the professional sport organizations. In this it is necessary to make it clear about the concept of "creativity". In this research the creativity can be seen as a independent and integrated concept, which includes the variety of creativity in the context of the professional sport organizations, such as the creativity of the conception, sport performance, sale channel, property right and organizational capital and so on. It should be drawn on that all kinds of creativity has specific interaction, that is, one part of creativity which has changes might lead to the reflected changes as the whole. In this all the creativity can be regarded as a network system with a certain function. The conceptual creativity might be considered as the leading factor; professional sport performance can be understood as the motivation of the creativity; sale channel can be seen as the embodied pattern of the creativity; the property right and organizational capital might be the



basement of the creativity.

In this research the practical research data were selected and collected from the professional sport organizations of China, the USA, the US. In the view of economic sociology, this research made a deep and detailed analysis about the creativity and its procedure in the context of the professional sport organizations. Based on several domain social and economic theoretical frameworks, such as trading cost theory, organizational capital, this research attempt to conduct a analytic research on the creativity procedure of sales channel, property right system and organizational capital. Based on the general understanding of the international theoretical research results, this research analyzed the characteristics of the creativity, the existed achievement and the current challenge in the context of Chinese professional sport organization.

Key words: Professional sport organization, Creativity, Sale channel, Property right, Organizational capital



《中国体育博士文丛》

已出版书目

现代体操运动训练科学化探骊——运动训练时间理论研究

王文生著 定价：38.00 元

竞技体操训练的科学化探索——竞技体操创新理论研究

吕万刚著 定价：28.00 元

竞技体育的意义——价值理论研究探微

颜天民著 定价：28.00 元

中国体育人口的理论探索与实证研究

仇 军著 定价：48.00 元

职业篮球市场论

杨铁黎著 定价：28.00 元

中国竞技体育人才开发

宋全征著 定价：33.00 元

人体运动环节重量参数测量新思路

李世明著 定价：28.00 元

论体育生活方式

苗大培著 定价：38.00 元

奥林匹克视觉形象的历史研究

王 军著 定价：28.00 元

我国运动训练科学化动力系统的研究

罗超毅著 定价：28.00 元

海南体育旅游开发研究

夏敏慧著 定价：38.00 元

我国优势项目高水平运动员参赛风险的识别、评估与应对

石 岩著 定价：38.00 元

散打运动训练监控科学化探微

姜传银著 定价：28.00 元

论中华民族传统体育

倪依克著 定价：33.00 元

田径运动训练过程控制理论

尹 军著 定价：38.00 元

训练观念及其导向功能

邓运龙著 定价：33.00 元

低氧运动促进肌组织血管生成的机制

郑 澜著 定价：33.00 元

田径运动专项速度研究

谢惠松著 定价：33.00 元

运动技能形成自组织理论的建构及其实证研究

李 捷著 定价：33.00 元

职业体育组织的演进与创新

张文健著 定价：33.00 元

目 录

摘 要	(1)
Abstract	(3)
第一章 导 论	(1)
第一节 问题的提出与主要研究内容	(1)
第二节 职业体育理论的研究现状	(3)
一、国外职业体育理论研究进展	(3)
二、国内职业体育理论研究进展	(9)
第三节 关于组织资本、产权制度及组织创新的理论检索	(10)
一、组织资本理论	(10)
二、交易成本理论	(13)
三、组织创新理论	(15)
第四节 研究对象与研究方法	(17)
一、研究对象	(17)
二、研究方法	(17)
第二章 职业体育发展概况	(19)
第一节 职业体育产生的社会背景	(19)
一、文艺复兴运动为现代职业运动的萌生奠定了文化基础	(20)
二、工业革命为现代职业运动的萌生奠定了物质基础	(22)
第二节 职业体育的发展脉络	(24)
第三节 美国职业体育的发展简况	(28)

一、美国篮球联盟	(28)
二、美国棒球大联盟	(30)
三、美国橄榄球联盟	(33)
四、美国冰球联盟	(34)

第三章 职业体育组织的本质 (38)

第一节 职业体育组织的性质	(39)
一、职业体育组织是营利性经济组织	(39)
二、职业体育组织是社会单位	(40)
第二节 职业体育组织与职业体育市场的关系	(40)
一、从交易成本经济学视角看职业体育组织与职业体育市场的关系	(40)
二、从组织管理理论视角看职业体育组织在职业体育市场中的竞争优势	(41)
第三节 职业体育的组织模式分析	(42)
一、职业体育的游戏性质是联盟制组织模式形成的基础	(42)
二、职业体育联盟的特征与类型	(44)
三、竞赛表演质量创新的表现形式	(47)
四、创新是职业体育组织高速成长的动力之源	(49)
第四节 小 结	(50)

第四章 职业体育组织的经营渠道创新 (51)

第一节 对门票市场的经营与开发	(51)
一、对影响门票经营的因素分析	(51)
二、价格歧视在门票定价策略中的运用	(54)
第二节 对体育赞助与体育广告市场的开发	(63)
一、体育赞助与体育广告迅猛发展的外因分析	(64)
二、体育赞助与体育广告市场的开发策略	(65)
第三节 电视转播权市场的形成与开发	(70)
一、电视转播权收入对职业体育组织的贡献	(70)

二、电视转播权市场的开发	(72)
第四节 对特许经营市场的开发	(78)
一、体育特许经营的概念与特征	(78)
二、体育特许经营的发展历史	(79)
三、体育特许经营的管理与创新	(82)
第四节 小 结	(84)

第五章 职业体育组织产权制度创新

(85)

第一节 产权的定义与功能	(85)
一、产权的定义	(85)
二、产权的功能	(86)
第二节 产权制度创新与职业体育组织成长	(86)
一、职业体育联盟与职业体育产权制度创新	(86)
二、俱乐部的产权结构演变与职业体育组织成长	(95)
第三节 小 结	(103)

第六章 职业体育组织资本创新

(105)

第一节 组织资本的内涵	(105)
第二节 职业体育组织的战略目标创新	(106)
一、联盟的战略目标创新	(107)
二、俱乐部的战略目标创新	(110)
第三节 职业体育组织结构创新	(111)
一、职业体育联盟的组织结构创新	(112)
二、职业体育俱乐部的组织结构创新	(115)
第四节 组织文化创新与职业体育组织成长	(117)
一、组织文化是促进职业体育组织发展的永恒动力	(118)
二、组织文化对塑造职业体育组织形象的影响	(120)
三、职业体育文化对职业体育组织经营业绩的促进	(121)
第五节 小 结	(123)



第七章 中国职业体育组织产生的社会背景 (124)

- 第一节 中国专业竞技体育体制的建立 (124)
- 第二节 社会转型与职业体育组织发展 (125)
 - 一、职业体育观的形成 (126)
 - 二、职业体育启动的特征 (126)
- 第三节 小 结 (129)

第八章 中国职业体育组织的创新与成长 (130)

- 第一节 经营渠道创新 (130)
 - 一、体育赞助与体育广告市场的开发 (130)
 - 二、电视转播权市场的开发 (132)
 - 三、其他经营渠道的开发 (134)
- 第二节 产权结构创新 (135)
 - 一、协会实体化改革与职业体育组织产权制度创新 (135)
 - 二、产权结构创新对俱乐部的影响 (139)
- 第三节 中国职业体育组织资本创新 (141)
 - 一、职业体育组织目标创新 (142)
 - 二、职业体育组织结构创新 (143)
 - 三、职业体育组织文化创新 (147)
- 第四节 小 结 (150)

第九章 中国职业体育组织创新面临的挑战 (151)

- 第一节 收入渠道创新诱发的挑战 (152)
- 第二节 产权制度创新诱发的群体利益冲突 (153)
- 第三节 组织资本创新面临的挑战 (155)
- 第四节 制度创新是解决“黑哨”等社会问题的根本途径
..... (157)
 - 一、职业体育制度是保证公平竞赛的基础 (157)