

山东大学自主创新基金资助项目

成会君 著



信任与 中国体育经济的 可持续发展

Xinren yu
Zhongguo Tiyujingji de
Kechixufazhan

山东大学出版社

山东大学自主创新基金资助项目

信任与中国体育经济的 可持续发展

成会君 著

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

信任与中国体育经济的可持续发展/成会君著.
—济南:山东大学出版社,2012.6
ISBN 978-7-5607-3811-6

I. ①信…

II. ①成…

III. ①体育经济学—研究—中国

IV. ①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 160057 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路27号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

济南景升印业有限公司印刷

787 毫米×1092 毫米 1/32 7.125 印张 177 千字

2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

定价:20.00 元

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

目 录

第一章 导 论	(1)
第一节 研究体育信任的缘起	(1)
第二节 研究思路与总体结构	(7)
第三节 相关文献综述	(12)
第四节 研究方法	(28)
第二章 体育经济活动信任概述	(30)
第一节 信任内涵的界定	(30)
第二节 体育经济活动的信任源	(38)
第三节 体育经济活动中信任的作用	(50)
第四节 信任与影响体育经济发展因素的关系	(62)
第三章 传统社会体育经济活动的信任	(66)
第一节 传统社会体育经济活动的社会背景	(66)
第二节 传统社会体育经济活动的信任结构	(69)
第三节 传统社会体育经济活动的信任程度	(78)
第四章 计划经济时期体育经济活动的信任	(80)
第一节 计划经济时期体育经济活动的社会背景	(80)

第二节	计划经济时期体育经济活动概述	(82)
第三节	计划经济时期体育经济活动的信任结构	(86)
第四节	计划经济时期体育经济活动的信任程度	(91)
第五章	转型期体育经济活动的信任分析	(94)
第一节	转型期体育经济活动的社会背景	(94)
第二节	转型期体育经济活动对信任的需求	(99)
第三节	转型期体育经济活动的信任结构	(109)
第六章	转型期体育经济活动的信任程度	(120)
第一节	职业体育联赛的信任程度	(120)
第二节	体育用品企业的信任程度	(141)
第三节	体育经济活动的信任模糊综合评判	(144)
第七章	转型期体育经济活动低信任成因分析	(150)
第八章	维护体育经济活动信任的国外经验	(169)
第一节	国际奥委会维护消费者信任的实证研究	(169)
第二节	英超联赛的消费者信任分析	(174)
第九章	中国体育经济可持续发展的信任构建	(182)
第一节	信任构建的目标和思路	(182)
第二节	信任构建的具体措施	(184)
主要参考文献		(208)
后 记		(222)

第一章 导 论

第一节 研究体育信任的缘起

一、当前中国正经历着一场信任危机

在当前的中国,信任成了一种十分稀缺的资源,信任危机弥漫在社会的不同人群、阶层和行业。从“彭宇案”到“许云鹤案”、“殷红彬案”等,整个社会的信任度日渐低下,以至于出现了老人倒地无人敢扶、路人漠视倒在血泊中的幼儿等现象。尽管很多人想伸出援手,但面对随时会被反咬一口的恶言,有限的良善有被冷漠侵蚀的危险。

在我国的经济发展中,信任危机同样造成巨大的损失。以婴幼儿奶粉为例,2008年发生的“三鹿”奶粉事件不仅损害了公众健康,而且影响了整个乳品行业的声誉,将市场份额拱手让给国外品牌。据统计,我国乳制品的进口量由2008年的12.06万吨猛增到2009年的59.7万吨,其中,高端婴幼儿进口奶粉所占份额接近90%。2011年2月27日,央视《每周质量报告》调查称七成受访者不愿选购国产奶粉。由于对国产奶粉不信任、不放心,人们纷纷抢购进口奶粉。

有关数据显示,我国每年因逃废债务造成的直接损失约为

1800 亿元,由于合同欺诈造成的损失约为 55 亿元,由于产品质量低劣或制假售假造成的各种损失达 2000 亿元,由于三角债和现款交易增加的财务费用约有 2000 亿元,另有逃骗税损失及发现的腐败损失等。合同交易只占整个经济交易量的 30%,履约率也仅有 60%左右。^① 这些数字所反映的还只是直接经济损失,而间接经济损失远远大于直接经济损失。造假充斥多个市场(如产品市场上的假冒伪劣商品、资本市场上上市公司的虚假报表、建筑市场上的豆腐渣工程等),严重影响了社会的投资信心、消费信心,也一定程度上导致了社会的信任危机。

经济活动中交易双方的信任,是人类在长期经济实践中自发产生的、克服交易风险的机制,它通过直接或间接方式(中介人或机构等形式),减少信息不完全带来的风险。信任是交易的背景和润滑剂,没有一定程度的信任,交易就不会发生。当前的信任危机在一定程度上影响着中国经济的发展。

二、我国体育经济的发展也出现低信任现象

体育经济是社会经济的重要组成部分。从历史上来看,虽然不能说体育经济是在远古时期伴随体育实践的产生而生的,但作为一种社会文化现象,体育经济也有着几千年的悠久历史,只是在生产力水平低下、商品经济不发达的传统社会中,体育经济只能在社会夹缝中生存。近代以后,在西方国家的社会现代化进程中,人们从繁重的劳动中解放出来,生活水平显著提高,从而对体育有了更多的需求。当时,竞技体育尤其是职业体育、大众体育尤其是以健身和休闲为主要内容的娱乐体育迅速勃兴,体育的经济功能日益强大,在市场经济“需求决定供给”、“消费决定生产”的运行规律

^① 参见《发改委官员:每年逃废债务造成直接损失 1800 亿》, <http://finance.sina.com.cn/roll/20050919/0220316934.shtml>.

下,社会中为满足人们的体育需求而提供体育产品的部门和人员越来越多,并迅速形成一个朝阳产业——体育产业。随着人们物质生活水平的提高,也随着人们对体育产品的需求越来越个性化,体育产业内部的社会分工越来越细,不同部门之间、不同人员之间以及不同部门、人员与消费者之间频繁进行着交易活动。于是,体育经济活动在更广的范围内展开,体育经济呈现出蓬勃发展的势头。

但是,任何事情的发展都不会是一帆风顺的,不和谐的因素总是在人们意想不到的地方出现,我国体育经济的发展也同样如此。随着我国改革的进一步深入,新旧观念和事物的激烈冲突不可避免地影响和折射到体育经济中来,在体育经济发展过程中出现了一些有违经济伦理的事件,影响了交易双方的相互信任。如我国足球职业联赛经过最初的火暴后,假球、黑哨、赌球等丑闻频繁曝出,影响了联赛信誉,导致观众人数急剧减少。从表 1-1 中可以看到,1996 年现场观众人数平均每场达到 2.43 万后,以后再也没有达到这样的人数。在最惨淡的时候,有的场次观众人数不足千人。球迷的漠然意味着对足球联赛信任的丧失,而信任的丧失对足球联赛意味着产品市场的崩溃。2009 年,公安部介入足球领域掀起反腐风暴,并逮捕了部分足协高层、裁判、俱乐部人员,在一定程度上恢复了球迷对足球联赛的信任,观众人数逐渐回升,2011 年达到近十年的最高水平。这也从另一方面说明,只有建立交易信任,我国足球联赛才能可持续发展。

表 1-1 中国足球超级联赛(2004 年前为甲 A)

观众场均人数

单位:万人

年份	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011
人数	1.65	2.43	2.13	1.99	1.55	1.08	1.06	1.29	1.46	1.76

(资料来源:根据中超官网相关数据整理所得)

足球联赛中的负面事件不仅造成了观众的低信任,也导致了赞助商的低信任,赞助费大幅缩水。如 2002 年我国甲 A 足球联赛总冠名收入达到 1.2 亿元人民币,但由于俱乐部的罢赛及球市低迷等事件的影响,2005 年中超元年,联赛“裸奔”。而在其后的几年中,冠名费也没有再达到 2002 年的高度(具体见第五章相关数据)。

另外,体育彩票市场也曾受到信任危机的打击。2004 年,某公司法人代表杨永明用行贿陕西省体育彩票管理中心领导的手段,取得了以个人名义承包西安市体育彩票大世界的经营权。2004 年 3 月 20 日至 25 日,西安市举行即开型体育彩票实物返奖销售活动。在承销过程中,杨永明伙同聘用人员用欺骗的手段非法获得了本应兑现的奖品。^① 陕西体彩案曝光后,西安约 60% 的彩民表示不再购买任何彩票。在信息社会,陕西体彩案立即传遍全国,影响恶劣。陕西体彩案后,国家财政部下发禁令,要求从 2004 年 5 月 14 日开始,全国暂停集中销售即开型彩票,这一纸禁令让许多地方的即开型彩票销售投入付之东流。据估算,全国各地的损失总计有 40 亿元人民币,而这只是显性损失,对彩民信心的打击以致他们再也不买彩票的隐性损失是无法衡量的。

三、促进体育经济可持续发展,必须重视维护社会高信任度

我国体育经济的发展时间较短,虽然已初具规模,但整体上还处于起步阶段,与发达国家相比有较大差距。有数据表明,目前美国体育经济对美国经济的贡献达 11%,澳大利亚体育经济对 GDP 的贡献率超过 1%,英国体育产业年产值约为 70 亿英镑,超过汽车制造业和烟草业的年产值,而我国体育经济对 GDP 的贡献率则

^① 参见徐建波等《承销商骗取彩票奖品的行为该如何定性》,载《人民检察》2005 年第 2 期。

只有 0.7%。虽然现实的差距较大,但从另一个方面来说,我国体育经济的发展空间也是巨大的。可以看到,经过多年的探索和实践,体育正在成为全社会的一个消费和投资热点,体育市场日渐活跃,各类体育企业不断涌现,体育经济在社会经济生活中的作用和地位越来越显著,已逐渐成为国民经济新的增长点。

鉴于当前社会低信任对经济发展造成的巨大影响,要推动我国体育经济可持续发展,就必须高度重视维护体育经济活动中的高度信任,这也是由体育产品的特殊性决定的。体育产品主要是无形产品,如各种体育比赛等,它具有两方面的特点:(1)产品的生产与消费在时间和空间上具有同一性,生产过程结束,消费过程也结束。同时,人们没有统一的客观标准来评判产品的优劣,在很大程度上凭主观感觉来判断优劣。而信任正是建立在交易主体自身知识和经验基础上的一种主观判断,是人们对交易对方的未来行为具有的肯定性预期。当人们对体育产品的主观感觉与信任预期相吻合时,自然会增加购买兴趣;反之,则会抑制人们的消费欲望。(2)体育产品的社会影响广泛。在注重精神生活的今天,体育在一定意义上已经成为人们社会生活的有机组成部分。通过电视、网络、报纸等媒体的广泛传播,体育无形产品被社会广大领域的人们所关注。产品质量低劣造成的低信任,影响的不仅仅是某一地域的某一人群,而是通过媒体,在第一时间影响到社会更广范围的人们。体育无形产品的这种影响力是其他领域的产品所不具备的:对于其他领域的产品来讲,交易双方的交换行为多发生在企业之间、单个企业与消费者之间,影响的范围大多局限在某一地域的某一人群中,社会涉及面小。体育无形产品的以上两个特点,要求在体育经济活动中必须保持交易双方的高度信任,避免信任危机的出现。

四、从信任角度开展对体育经济可持续发展的研究势在必行

要解决当前中国体育经济发展中出现的信任问题,推动中国体育经济的可持续、健康发展,需要有完善的理论体系作指导,但显然当前体育理论界没有作出应有的回应。在已有的针对体育经济可持续发展的研究中,大多数学者主要借助比较优势理论、契约理念等,从体育产业的多个子产业入手,分析各子产业的可持续发展。这些研究虽然取得了一定的成果,但忽视了体育经济发展中最基本的条件——信任,没有一定程度的信任,体育产品的交易就不会发生,体育经济就得不到发展。而在指导体育经济发展的西方经济学理论中,信任是不被考虑的,信任常常被看作呼之即来的交易背景,是一种使得经济主体顺利进行生产和交换的常备润滑剂。在西方市场经济的标准模式中,人们认为消费者受预算的制约,并且常常像他们答应的那样提供商品和劳务。但这种协议能否得到执行,经济学理论则没有对此进行分析。在对生产者的分析中同样存在这样的问题。西方经济学理论对信任的忽视,也使我国体育经济的发展缺少经典理论的指导。在这种情况下,理论的创新成为当务之急。

信任是市场运行的基石之一,在社会主义市场经济条件下推动体育经济的可持续发展,必须保持交易双方的高度信任。但是,现代意义上的市场经济体制及现代企业制度,严格来说是西方文明的产物,它们内含的信任模式与西方社会基本伦理规范一脉相通,在西方民众看来理所当然、毋庸置疑的这些原则规范,对于非西方国家来说,感受却明显不同,甚至对信任本身内涵的理解和运用,也与西方国家存在差异。^① 中国是典型的东方国家,对于信任

^① 参见张缨《信任、契约及其规制——转型期中国企业间信任关系及结构重组研究》,中国社会科学院研究生院博士学位论文,2001年,第5页。

有不同于西方的认识和运用模式,有合乎传统中国的社会运行逻辑和商业伦理规范。几千年传统文化的积淀,使我们在体育经济往来中有着自己的信任模式,这显然不同于西方市场经济国家,甚至与港台地区、海外华人也明显不同。中国社会发展的特殊性,使得中国体育经济活动的进行不可能简单地套用西方信任模式。但是,迄今为止,体育理论界对中国体育经济活动的信任还没有加以必要的关注,还没有从信任角度展开对中国体育经济可持续发展的系统研究。

以上事实告诉我们,推动中国体育经济的可持续发展对于国家经济的发展、人民生活质量的提升有着重要意义,开展中国体育经济可持续发展的信任研究已是势在必行。本书的研究,有助于进一步完善体育经济理论体系,也为体育经济的相关理论研究提供了新的切入点。当前中国所要全力构建的社会主义和谐社会,是“民主法治、公平正义、诚信友善、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会”,作为社会经济活动重要组成部分的体育经济活动如果解决了信任问题,在交易双方间建立起高度信任,对提高其他领域的信任程度也会起到很好的借鉴作用,对和谐社会的实现也将是有力的促进。希望本书的研究,能够引导更多的社会力量来关注和解决当前中国体育经济发展过程中出现的信任问题,能够挖掘出信任问题产生的社会历史根源,为有关部门采取更有效的防范措施及制定更有针对性的管理对策提供理论依据,以最终促进中国体育经济的可持续发展。

第二节 研究思路与总体结构

一、研究思路

本书基本上围绕纵向和横向两条主线展开研究的:纵向研

究以历史的演变为线索,论述了传统社会、计划经济时期、转型期三个历史时期中国体育经济活动的信任及主要特征;横向研究对每一时期体育经济活动的社会背景、体育经济发展的概貌以及体育交易中的信任结构与信任程度等几个方面展开论述,转型期的横向研究还涉及了体育经济活动低信任的后果和影响因素的研究,并提出了相应的措施。循着纵、横两条主线,本书共分九个章节展开论述。

第一章是导论部分。在导论中,重点分析了研究中国体育经济活动中信任的意义,对信任、经济活动的信任、体育经济活动的信任的相关文献进行了综述,并介绍了写作的整体思路、基本结构以及研究方法等,是对本书研究的整体介绍。

第二章是对体育经济活动中信任相关内容的概述,涉及信任的定义、来源和作用,是全书研究的逻辑起点。首先,在介绍前人对信任界定的基础上,根据中国体育经济活动的特点提出了本书对信任的界定。其次,在前人研究的基础上,并根据中国社会结构的特点和体育经济活动的实际情况,提出了三个信任源:关系、信誉和制度。信任的界定和信任源的提出,为下文分析打下了基础。最后,分析了信任在体育经济活动中的作用以及与其他影响体育经济发展的因素之间的关系。

第三章分析了传统社会体育经济活动的信任,第四章分析了计划经济时期体育经济活动的信任,第五章和第六章分别分析了转型期体育经济活动的信任结构和信任程度。在论述过程中,对这三个时期体育经济活动的信任采用了相同的论述结构,首先探讨不同时期体育经济活动的社会背景,然后分析体育经济活动的特征,在此基础上提炼出每一时期体育经济活动的信任结构特征和信任程度。由于本书对转型期体育经济活动的信任进行了重点研究,出于篇幅的考虑,本书将转型期部分的内容分成第五章和第六章,其中第五章重点探讨转型期体育经济活动的信任结构,第六

章重点探讨转型期体育经济活动的信任程度。

第七、第八、第九章是第五、第六章的延伸,呈现提出问题—分析问题—解决问题的结构。第五、第六章在分析转型期体育经济活动特征时,通过个案研究,提出当前某些体育经济活动存在信任程度较低的现象。第七章则深入分析了这种低信任现象的形成原因。第八章考察了维护消费者信任度的国外经验。第九章在全书分析的基础上,特别是在第五、第六、第七、第八章分析的基础上,构建了提高体育经济活动信任度、促进体育经济可持续发展的措施,主要是从挖掘传统信任文化的精髓、加强诚信教育、完善体育经济相关管理制度、创设体育经济主体外部条件等方面展开。第九章是全书研究的最终落脚点。

二、总体结构设计

本书从信任角度对中国体育经济的可持续发展,分四大部分八小部分进行阐发。第一大部分是对本书的总体介绍,即第一章导论部分;第二大部分是信任的相关概述,为后文的展开奠定基础,即第二章;第三大部分是体育经济活动中信任的历史演变,分传统社会、计划经济时期、转型期三个时间段,包括第三、第四、第五、第六章;第四大部分是对转型期体育经济活动信任问题产生原因的分析及解决措施,包括第七、第八、第九章。本书总体结构如图 1-1 所示。

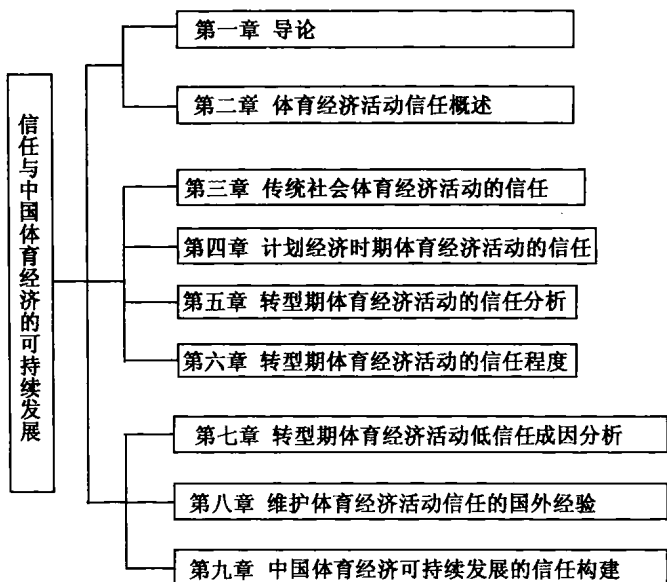


图 1-1 本书的总体结构图

三、研究范围

在体育经济活动中,交易主体主要是体育企业(在传统社会也包括以个人为单位出售体育技艺的个人)、上下游企业、终端消费者、金融部门、政府。体育企业内部也有交易关系,如雇主和员工之间的交易等。由于体育经济活动是有关体育产品的生产、交换、分配和消费的活动集合,而体育企业是产品的主要提供者,由此引发不同交易主体间交易关系的出现,因此,我们把体育企业作为中心,几种交易主体间的交易关系如图 1-2 所示。

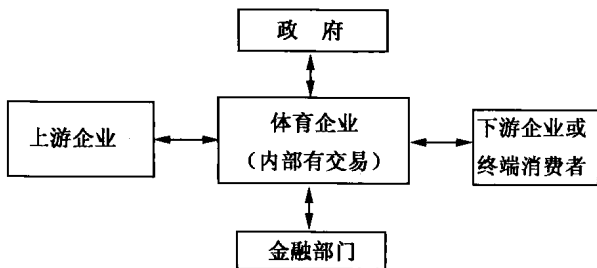


图 1-2 体育交易主体间的交易关系

相比较而言,在体育企业形成的几种交易关系中,金融部门与体育企业的交易活动并不普遍,但这不代表二者之间的交易不重要。当前我国体育企业规模普遍较小,社会筹资能力也不强,金融部门的支持对体育企业的成长还是非常关键的。但由于二者之间的交易频率较低,因此,本书不考虑二者的交易活动及其中的信任。在本书的研究中,主要考虑其他四种交易关系中的信任,即体育企业内部交易、体育企业与上下游企业的交易、体育企业与政府的交易、体育企业与消费者的交易中所体现的信任。从严格意义上讲,下游企业也是体育企业的消费者,但是由于体育企业与下游企业的交易不同于体育企业与终端消费者的交易,在交易活动中构建的信任也会有所不同,因此本书区分下游企业与终端消费者。如不特别指明,则本书中的消费者只是指终端的作为个人主体存在的普通消费者。为行文方便,书中将与体育企业交易的上下游企业、政府、消费者等统称为“体育交易主体”。

四、本书划分三个时间段的依据

本书在研究中国体育经济活动的信任时,将其发展过程划分为传统社会、计划经济时期、转型期三个阶段,主要是依据体育经济活动组织形式的不同。在本书中,传统社会指新中国成立前的

几千年,包括古代社会和近代社会。在传统社会,中国处于以农业为主、乡村社会和自然经济占统治地位的落后状态,体育经济活动以自发的、小规模的状态散布于民间,体育经济的主体主要是个人或家族式企业。计划经济时期是指从建国到改革开放的这段时间,转型期则指改革开放至今的三十多年时间。之所以如此划分,主要是因为新中国成立前的任何一个政府都没有触及体育经济活动存在的方式,而建国后,国家实行高度集中的计划体制管理体育,以国家财政来推动体育的发展,国家成为体育交易的主体,体育交易从个人的自发活动上升为正式社会组织的活动,从而深刻地改变了体育经济的发展模式。改革开放后进入社会转型时期,部分体育项目被推向市场,按市场化规律运作,体育服装业、体育彩票业等也呈现出良好的发展势头。国家逐渐退出具体的体育经济活动,主要从宏观层面调控体育经济的发展,而在微观层面,社会和个人发挥了更大的作用,在体育经济发展中形成国家、社会、个人共存的格局。体育经济的组织形式从个人自发参与到国家正式组织,再到国家、社会、个人共同参与的转变过程,构成了本书划分三个历史阶段的依据。

第三节 相关文献综述

一、可持续发展相关研究的回顾

(一)可持续发展的研究

我国可持续发展的研究起步于 20 世纪 80 年代末,其研究范围几乎覆盖了所有的学科领域,如农业、工业、教育、经济、城市、区域可持续发展等诸多方面。可持续发展的理论也不断升华,从其经典概念发展到从生态、资源和环境保护视角以及经济学角度、社会属性角度、技术性角度等多角度定义概念(如:可持续发展是建