



职业竞技体育经济分析与制度安排

*ZhiYe JingJi TiYu JingJi FenXi Yu
ZhiDu AnPai*

杨年松 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

职业体育体育经济分析与制度安排

《职业体育体育经济》(The Economics of Professional Sports) 是《职业体育体育经济》(The Economics of Professional Sports) 系列丛书的第 1 卷。

作者：[美] 詹姆斯·H. 希克斯

职业竞技体育经济 分析与制度安排

杨 年 松 著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

职业竞技体育经济分析与制度安排 / 杨年松著. —北京: 经济管理出版社, 2006

ISBN 7 - 80207 - 576 - 9

I. 职... II. 杨... III. 运动竞赛—体育经济学—研究 IV. G80 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 036708 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 何 怡

技术编辑: 晓 成

责任校对: 全志云

880mm × 1230mm/32

6.25 印张 152 千字

2006 年 5 月第 1 版

2006 年 5 月第 1 次印刷

印数: 1—3000 册

定价: 18.00 元

书号: ISBN 7 - 80207 - 576 - 9/F · 493

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街2号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

目 录

1. 导论	1
1.1 问题的提出	1
1.2 本书的研究方法	14
1.3 本书的内容结构安排	15
2. 职业竞技体育服务产品	18
2.1 职业竞技体育的产生和发展过程	19
2.2 职业竞技体育服务产品	27
2.3 职业竞技体育服务产品的准公共产品性和 经济特性	39
2.4 职业竞技体育俱乐部服务产品	46
2.5 职业竞技体育服务产品供给的模式选择	49
2.6 关于职业竞技体育产品其他定义辨析	55
3. 职业竞技体育服务生产和组织	57
3.1 职业竞技体育服务的团队生产	57
3.2 职业竞技体育团队生产的组织和分配形式	79
3.3 职业竞技体育俱乐部	84
3.4 我国职业竞技体育俱乐部改革和发展趋势	105
4. 职业竞技体育产权	110
4.1 职业竞技体育产权与效率	110
4.2 职业竞技体育产权内容、特性与经济价值	115
4.3 职业竞技体育合约分析	129
4.4 我国职业竞技体育产权制度变迁与创新	139

5. 职业竞技体育市场	144
5.1 职业竞技体育市场信息不对称	144
5.2 职业竞技体育市场的类型和结构	161
5.3 我国职业竞技体育市场的现状和发展	179
参考文献	183
后记	191

1. 导 论

1.1 问题的提出

1.1.1 职业竞技体育对经济发展的推动作用

体育的产生、形成是社会分工深化的必然产物。它是社会生产发展到一定阶段，社会产品出现剩余之后，一部分人逐步脱离物质产品生产领域，演变成日益专业化的稳定体育群体，以其生产的服务产品与实物产品相互交换维持自身的生存和发展，从而形成体育服务业。据李江帆教授在其专著《第三产业经济学》^①中考查，我国体育服务业的形成时间大约在战国时期；国外体育服务业的形成时间约在公元前 1500 年，当时希腊已举行运动会。

^① 该著作 1991 年获第四届孙冶方经济科学著作奖。

有文字记载的第一届奥林匹克竞技会举行于公元前 776 年，以后每 4 年一届。这里的体育，实际就是职业竞技体育的雏形。

经济的进一步发展，商品经济水平的不断提高以及体育自身规则的变革，尤其是 19 世纪 60 年代发生的产业革命，是真正奠定了现代职业竞技体育得以确立的基础。特别是 20 世纪 60 年代以来，电视和转播技术的普及和发达，大大推进了职业竞技体育全球化发展的进程。为此，各国不断加大投资力度，不但使本国职业竞技体育水平得到快速提升，而且又带动其他产业发展，使职业竞技体育成为推动国民经济发展的一大支柱产业，从而成为新的经济增长点。

职业竞技体育运动对一国经济的影响突出表现在两个方面：一是对国民经济的拉动作用；二是增加就业。

现今，职业竞技体育的经济功能得到不断开发，使得职业竞技体育成为许多国家国民经济发展中不可或缺的重要组成部分。如 20 世纪 80 年代初期，美国职业竞技体育的总收入大约为 30 亿美元，到 90 年代中期，这个数字已经突破 70 亿美元。其中主要的，NFL 的收入大约为 17 亿美元，MLB 的收入是 15 亿美元，NBA 的收入是 7 亿美元，NHL 的收入大约是 4 亿美元。^① 英国 1999 年赛季超级联赛比赛收入为 2.47 亿英镑，电视转播收入为 1.96 亿英镑。^②

据澳大利亚国家统计局称，澳大利亚因 2000 年 9 月的奥运会就收入了 14 亿美元。其中，奥运会期间的外来人口，包括观看奥运会的观众和参加奥运会的运动员、官员等等，为国家出口

① 鲍明晓：《体育产业——新的经济增长点》，第 17 页，人民体育出版社，2000 年 12 月版。

② 史蒂芬多布森·约翰戈达德：《足迹经济》，第 63 页，机械工业出版社，2004 年 2 月版。

创汇 1.5 亿美元,使国家对外贸易由 2000 年 8 月的 13 亿赤字变为 2000 年 9 月的 6.7 亿美元顺差,首次改变了澳大利亚约三年对外贸易逆差的状况。另外,澳大利亚组委会从海外媒体收取的转播费用就高达 9.73 亿美元,同时还有与奥运会相关的其他商业收入增长了 56%。^①

职业竞技体育对经济发展的推动作用还来源于其本身所具有的高度关联性。它表现为,职业竞技体育运动开展的前期、中期和后期往往牵涉到许多行业,如建筑业、机械制造业、食品业、电子业、交通业、通讯业、信息业、旅游业、法律咨询业等等,从而带动它们获得发展。韩国为举办 1988 年第 24 届奥运会,用了 10 年的时间,除为奥运会本身修建了现代化的体育场馆和比赛设施、奥运新村、咨询中心、控制中心、道路交通、宿舍之外,还相继建成汉城主要市区的大型旅馆、贸易中心、购物中心,扩建了金浦国际机场、公路、港口及机场卫生检疫设备、空气及水质污染控制、河道清理等基本建设工程。韩国奥运会这些相关产业的投资是 1982 年开始启动的,相关产业投资效果数据分析见表 1-1。表中数据反映,作为职业竞技体育重要组成部分的奥运会,对一国国内生产总值和就业机会增加具有不可忽视的促进作用。

再以旅游业为例(见表 1-2),1988 年奥运会^②决定在汉城举行,使得 1983 年以后海外来韩旅游人数不断增加,韩国旅游

^① 英国《体育经营》,2000(12)。

^② 在创办现代奥运会的初期,法国倡导者顾拜旦和一些欧美绅士就制定了“业余原则”,即非职业化原则,坚决抵制职业竞技体育的侵袭。但是,自 1972 年基拉宁接替布伦戴奇任国际奥委会主席起,传统的奥运会非职业化原则就逐步有所改变,直到 1980 年,国际奥委会首次从章程中删除了“业余”规定,标志国际奥林匹克运动职业化的开始,说明职业竞技体育已经开始被纳入奥林匹克运动体系(谢亚龙主编:《奥林匹克研究》,北京体育大学出版社,1994 年 2 月版)。

表 1-1 1982~1988 年各年份韩国奥运会相关产业投资效果分析

单位: 亿韩元, 千名, %

年份	奥运相关 产业投资 (A)	生产总 值 (B)	利润 (C)	增加的 就业机会 (D)	国内总 投资 (E)	(A) / (E)	(C) /GDP	(D) /雇用
1982~1984	4541	8154	3467	50	496530	0.9	0.2	0.1
1985	4773	9334	3625	43	226450	2.1	0.4	0.3
1986	5021	9819	3814	56	244250	2.1	0.4	0.4
1987	5680	11107	4314	69	275060	2.1	0.5	0.5
1988	3811	9090	3242	118	313640	1.2	0.4	0.4
总计	23826	47504	18462	336	1555930	1.5	0.4	0.3

资料来源: 韩国经济企划院, 1989 年; 韩国银行, 1989 年。

表 1-2 1983~1988 年海外来韩游客一览表

年 份	游客数 (千名)	旅游收入 (百万美元)
1983	1195 (4.3) *	596.2 (18.7)
1984	1297 (8.6)	673.4 (12.9)
1985	1426 (9.9)	784.3 (16.5)
1986	1660 (16.4)	1547.5 (97.3)
1987	1875 (13.0)	2299.2 (48.6)
1988	2340 (24.8)	3270.0 (42.2)

* 括号内数据是当年比上一年增长的百分比。

资料来源: 韩国观光产业研究院 1988 年观光年鉴。

收入逐年上升。1988 年, 来韩旅游人数就由 1983 年的 119.5 万增加到 234 万, 增加了约 96%。与 1983 年相比, 1988 年韩国旅游收入增加了 4 倍多, 达到 3.27 亿美元。其中, 由于 1986 年亚运会在韩国举行, 1986 年旅游业收入增加幅度更大, 比 1985 年

增加了 97.3%，比 1983 年增加了 159.5%。

按照 2000 年中国 GDP 8.3 万亿元计算，北京为举办 2008 年奥运会，将在治理环境污染、60 项重大工程、新体育场馆和基础设施建设等方面共投资 1045 亿元，占中国 GDP 的 0.183%。未来 7 年，北京的住宅建设若每年增加 100 万平方米，每平方米 4000 元，再带动相关需求 1000 元，共计 50 亿元，占 GDP 0.061%。就业方面，若按汉城奥运会的 6 倍计算，北京因为举办奥运会而增加的就业人数可达 150 万人，平均每人每年 5000 元收入，总收入 75 亿元。假设消费其中 50 亿元，消费乘数为 2，每年则增加 100 亿元消费，占 GDP 0.0012%。旅游对国民经济的拉动，包括飞机、汽车运输、食宿和购物等。假设消费乘数为 3，7 年可增加 1700 亿元的旅游需求，可增加国内需求 5000 亿元，平均每年 700 亿元，占 GDP 0.85%。上述各项对国民生产总值的拉动依次是：基础建设占 0.183%，住宅占 0.061%，就业占 0.0012%，旅游占 0.85%，共计占 1.0952%。另据国家统计局估计，2002 ~ 2008 年，中国经济增长速度将因奥运投资每年增加 0.3%。对奥运会举办城市北京而言，经济将因此增长 6 个百分点。^①

在就业方面，单就奥运会来看，筹备奥运会一般需要 6 ~ 7 年的时间，其中要兴建各种体育场馆、通讯、交通和环保等设施，需要投入大量财力、物力和人力。特别是随着奥运会的到来，各种服务性部门的工作量也大大增加，从而带来劳动就业机会的大量增加。1984 年洛杉矶奥运会为美国南加利福尼亚地区创造了近 7 万个就业机会。1988 年第 25 届汉城奥运会为服务业提供了 16 万个就业机会，为制造业提供了 5 万个岗位，为建筑

^① 董杰：《奥运会对举办城市经济的影响》，第 139、140 页，经济科学出版社，2004 年 9 月版。

业提供了9万个岗位。1996年巴塞罗那奥运会为该市增加的就业机会达8万个。2000年,奥运会就为澳大利亚增加了15万个就业机会,其中3万多人投入了设施建设,10万多人被雇用组织各项赛事。^①

据估计,2008年奥运会在我国举办,将给北京创造200万个就业机会,特别是绿色人才、高科技人才、基建和管理方面的人才就业机会将大大增加。

以上种种情况说明,职业竞技体育已经发展成为对国民经济具有重要推动作用的一个产业。

1.1.2 国内外职业竞技体育经济研究回顾和本书取得的进展

国外关于职业竞技体育经济研究,最初出现于20世纪50年代的北美洲。20世纪50年代中期,经济学家就已经关注与职业运动队相关的经济问题。自此之后,研究的论文和专著逐渐增多。最初有关这一主题的文章和书籍大多数出自美国,研究的重点是关于美国几大职业竞技体育项目如足球、棒球、冰球和篮球的一些具体问题。比较有代表性的文章有:“棒球运动员的劳务市场”(Rottenberg, J. 1956)、“职业运动的特殊的经济学”(Neale, J. 1964)、“职业足球经济学:足球俱乐部的效用最大化”(Sloane, p. J. 1971)、“职业体育联盟的经济模型”(EL-Hodiri, M. and Quirk, J. 1971)、“体育联盟经济分析的批评与回顾”(Cairns, J. 1983)等。而后,这种关于职业竞技体育的经济分析,在英国职业竞技体育如足球和板球研究中得到进一步应用。特别是有关职业运动经济学的研究不论是在理论上还是在

^① 何长领主编:《奥运商机在中国》,第48页,新世界出版社,2001年9月版。

方法上都有了较大的进展，而且研究职业运动经济学的论文经常出现在主要的经济学权威杂志上。

罗登博格 (Rottenberg, 1956) 最早对职业球队运动进行经济学分析。他的论文《棒球运动员的劳务市场》发表于 1956 年《政治经济学》杂志，重点论述美国职业棒球球员劳动合同所包含的留人条款。留人条款规定：当一个球员一旦首次与一个有组织的棒球队签约一年，他就不再是一个自由代理人了；若其当前的合约期满，他的球队可以自由选择是否在下一年与他续约。棒球当局认为，这种留人条款对于保证竞争球队之间球星的均衡分配是必要的。如果没有留人条款，富有球队的出价将高于资金小的球队，因而获得最好的球员，这将会减少联盟中比赛结果的不确定性，使观赏性降低，减少联盟中所有球队的上座率，以致影响整个联盟的收益，进而影响所有球队的收入。罗登博格所要证明的是留人条款不是保证竞争平衡的必要条件，应该设计一些制度能够平等地在球队之间和自由代理商之间分派天才球员。他的基本结论是：对一般水平的球员工资实行平均分配，对天才球员提供非现金报酬，对大城市球队给予特权。

尼尔 (Neale, 1964) 的《职业运动的特殊的经济学》的一个重要内容是分析职业运动产量。当一个世界冠军与一个势均力敌的竞争对手抗衡时，其收入要比与一个差距十分明显的竞争对手对抗获得的收入要高很多倍。同样的观点用于棒球，假如扬基家族用他们的财富不仅买下所有好球员，而且买下全美职业棒球联盟下辖的所有球队，其结果将是没有比赛，没有收入，也没有扬基 (Neale, 1964, p. 2)。这是不是就意味着职业运动是这样一种行业，即在此行业内，垄断获利反而少于激烈竞争？果真如此，这将和经济学中的以垄断限产提价获取垄断利润原理相悖。尼尔则通过“运动”竞争与“经济”竞争之间的不同来解释。虽然运动团队在法律的意义上是一个企业（为利益所驱动），但

它在经济学家的意识里并不是一个企业，因为一个单一的团队不能供应整个市场。假如它供应整个市场的话，将不存在比赛一说，因为球队之间必须通过相互合作来产生比赛，这样才有共同的产量。因此，以经济学家的眼光来看，个别团队不是企业，只有整个联盟才能被看做是一个企业。

斯罗尔尼 (Sloane, 1971) 对尼尔的联盟是企业而个别球队或俱乐部不具有企业性质的结论提出质疑。在职业运动联盟中，例如，英国足总作为足球运动的主要组织机构，仅仅只是制定一些规则，在遵循这些规则的前提下，各俱乐部仍然可以独立自主地运作。虽然“产出”的总量（每个俱乐部进行比赛的场数）受到控制，但是绝大多数经济方面的决定，如花多少钱维修运动场，雇用多少球员等等这类问题，都由俱乐部自行决定。在同业联盟中，企业在关于价格与产量方面达成一致是很常见的现象，但这也并不意味着同业联盟有必要被提升到一种“企业”的理论高度。总之，斯罗尔尼认为尼尔的分析过分强调了联盟中各球队之间的相互依赖，虽然联盟是一个企业，同时各俱乐部一起制造共同的产品是一个事实，但这并不能成为进行经济分析的必要而有效的条件 (Sloane, 1971, p. 128)。斯罗尔尼提出利润不是球队唯一甚至不是最重要的价值取向，并给出了俱乐部目标最大化的公式是：

$$U = U(P, A, X, \pi_R - \pi_0 - T), \text{ 当 } \pi_R \geq \pi_0 + T \text{ 时 } (1-1)$$

其中， P = 比赛获胜， A = 平均上座率， X = 俱乐部健康状况， π_R = 账面上的利润， π_0 = 税后能获得的最小利润， T = 税款。

值得注意的是，公式 1-1 和罗登博格以及尼尔的俱乐部利润最大化设想是不同的。如果 P 的作用大于 X 和 π_0 时，不断减少的盈利对优秀球员分配影响不大。如果俱乐部对利润追求不是唯一目标，那么不论留人条款、收入分成还是对转会费征收高额税款，都比不上规章条例约束球员平衡分配作用显而易见。

埃尔—哈蒂里和奎克 (EL - Hodiri, M. and Quirk, 1971) 认为, 所有关于职业运动经济学的观点都可以用一种更加合理的、以数学模型出现的方式来论述和发展。这种由埃尔—哈蒂里和奎克共同发展的数学模型, 现在已经成为分析关于职业运动联盟内机构与政策改革的竞争平衡问题的标准模型, 诸如经纪人的介入, 工资的分发或者收入分成的安排问题, 等等, 都可以根据这个模型来做出相应的解决。

本书将在以上讨论的基础上, 根据人力资本产权理论对生产要素球员均衡分配提出新的不同解释, 指出职业竞技体育人力资本所有权性质和特点决定联盟内市场竞争不会打破球员布局的平衡, 并从团队生产的角度证明联盟是企业, 而俱乐部不过是生产要素的提供者, 同时指出球员转会价格不过是买卖双方以及球员之间博弈的结果。

1965 年, 詹姆斯·布坎南运用公共产品理论, 以游泳池、高尔夫球场和网球场为例, 首先对俱乐部进行经济分析, 讨论组成俱乐部有效规模的条件, 目的在于说明, 俱乐部是提供某些物品或服务的有效途径, 从而提出了著名的俱乐部经济理论。但是, 布坎南这里的俱乐部是具有社会性质的俱乐部, 而不是专指职业竞技体育俱乐部, 即职业体育俱乐部。本书试图将“俱乐部理论”运用于职业竞技体育服务产品, 分析适用的条件。同时, 在此基础上探讨了职业竞技体育俱乐部的性质、特征、所有权和法人治理结构安排。目的在于, 扩大俱乐部理论适用领域并丰富其内容。

1972 年, 阿尔钦和德姆塞茨在《美国经济评论》6 月号上发表了现已成为企业理论的经典文献《生产、信息费用与经济组织》。在这篇论文中, 作者以职业竞技体育足球运动队队长和教练的分工和监督为例论证团队生产, 并对职业竞技体育协会的垄断性、职业竞技体育运动员过度投资现象、职业竞技体育俱乐部老板是拥有还是租赁运动员以及两者之间的关系进行了初步

探讨。但他们没有回答为什么职业竞技体育服务生产是一种团队生产，职业竞技体育团队生产是由什么因素决定的；职业竞技体育团队生产具有什么特点；为什么职业运动员会存在投资竞争，投资竞争在什么条件下得以成立，如何解释投资竞争与投机取巧并存，又如何对投机取巧行为进行激励和监督；团队生产利益如何进行有效分配，团队生产应当采用的组织形式，等等。本书尝试运用“团队生产”理论对以上诸多问题进行分析、论证和推理，并获得了一些初步结论。

20 世纪 80 年代初，加拿大学者 Rob Beamish 发表了《职业体育的政治经济学》。^① 该文以马克思主义政治经济学为指导思想，较广泛地探讨了职业竞技体育的产生、职业竞技体育卡特尔、职业竞技体育垄断和收入来源、职业竞技体育联盟的扩张和联合、职业竞技体育运动员权利转让、职业竞技体育保留制度和合约选择条款、职业竞技体育自由代理和劳动力市场等问题。本书在此基础上，从新制度经济学视角，回答了职业竞技体育人力资本的产权特征，职业竞技体育劳动力市场的信息不对称以及由此产生的逆向选择和道德危机对职业竞技体育经济活动的影响，职业竞技体育合约选择的约束条件是什么等问题。

1985 年，英国 Gratton 和 Chris 出版了专著《体育和娱乐的经济学分析》。^② 该书对体育和娱乐进行了较全面的微观经济分析，并列出了专章（第 12 章）讨论职业竞技体育活动。论著以职业足球为对象，集中探讨了职业足球服务需求的影响因素、市场失灵现象和职业竞技体育政策选择等问题。但是，该研究的许多重要结果，更多的是建立在大众体育和娱乐分析基础之上，远没

① Not just a game: essays in Canadian sport sociology. University of Ottawa Press, 1988.

② First published in 1985 by E. and F. N. Spon Ltd.

有充分反映职业竞技体育生产、交换和消费的特性，体现不出职业竞技体育与大众体育、娱乐的不同之处。为此，本书将职业竞技体育从大众体育和娱乐中分离出来，单独进行分析，比较深入地全面地探究了职业竞技体育经济活动的特点和规律。

20 世纪 90 年代，美国学者罗伯特·平狄克和丹尼尔·鲁宾费尔德在其合著的《微观经济学》^① 中，对体育卡特尔、球员市场垄断等现象提出了初步意见。但他们没有深刻分析职业竞技体育为什么会发生垄断以及职业竞技体育垄断的特点。本书对此进行了集中研究。

20 世纪 80 年代以来，国外职业竞技体育经济研究的重点是：职业竞技体育市场观众的需求确定，体育场馆和各类职业竞技体育俱乐部管理，运动资金筹措，运动竞赛门票价格及其出售，职业运动员转会及费用，职业竞技体育委托与代理等问题。

综上所述，可以说国外经济界已经较早对职业竞技体育给予了关注，并试图运用一些新经济理论对职业竞技体育活动的一些特点和规律进行归纳和总结。^② 但是，就有关这方面的现有研究

① 中国人民大学出版社，1998 年 3 月版。

② 根据笔者已经掌握的资料，比较有代表性的研究成果是：

1988 Symposium on " Sport and Economy " in Magglingen/Switzerland (Int. Rev. f. Soc. of Sport 27 (1989)) .

Sport Business in the Next Decade: A General Overview of Expected Trends (Journai of Sport management, 2001, 15, 275 ~ 296) .

Commercialism as a Dominant Factor in the American Sports Scene: Sources, Developments, perspectives (Int. Rev. f. Soc. of Sport 27 (1992)) .

Evaluating Monitoring Mechanisms as a Solution to Opportunism by professional Hockey Agents (Journai of Sport management, 2001, 15, 107 ~ 134) .

The Use and Misuse of Economic Impact Analysis: The Case of professional Sports (Journai of Sport and Social Issues, Volume25, No. 1, February2001, pp. 20 ~ 39) .

Managing North American Major professional Sport Teams in the New Millennium: A Focus ON Building Brand Equity (Journai of Sport management, 2001, 15, 297 ~ 317) .