

中国职业篮球竞赛市场 的运行机制

王摇郅摇著

北京体育大学出版社



作者简介

王郢，男，1975年11月出生，浙江东阳人。1997年考入武汉体育学院体育系本科，2001年毕业获学士学位。2003年考取武汉体育学院体育教育训练学硕士研究生，2005年毕业留校任教。2007年考取北京体育大学体育教育训练学博士研究生，2010年12月获教育学博士学位。现任武汉体育学院体育教育学院副教授，硕士研究生导师。

2004年以来，先后主持和参与国家社科基金项目1项、国家体育总局奥运重点科研攻关项目、国家体育总局体育社会科学研究项目、教育部人文社会科学规划项目等省部级课题10项；在学术刊物和学术会议上发表论文100余篇，参编著作、教材10部。获湖北省教学成果三等奖和第10届奥运会科技攻关与科技服务优秀奖各1项、武汉体育学院教学成果一等奖1项。

目前致力于竞技体育、职业篮球和体育产业方面的研究。

序

20世纪80年代以来，奥运会与职业体育的不断融合，推动了世界各国职业体育运动的加速发展；世界经济一体化趋势的迅速发展，也使职业体育作为一种产业越来越呈现出旺盛的生命力。作为后发展的我国职业体育，起步于20世纪80年代初，是在现代奥运会和世界职业体育发展的国际大形势下，在我国经济体制改革和体育事业管理体制改革的推动下逐步成长起来的一个新生事物。职业体育（竞赛）市场经过十多年的培育与发展，目前已成为我国体育市场的重要组成部分，它的存在为体育事业的持续发展拓展了空间，为体育与经济的协调发展架设了渠道，也为我国竞技体育的发展提供了新的社会融资平台。然而，从各国职业体育的考察中，我们可以看出，不同国情背景下的各国职业体育呈现出相对不同的表现特征，其发展背后的政治、经济、社会和文化因素对不同国家，特别是处于转型时期国家职业体育的发展模式产生着重要影响。我国职业体育（竞赛）市场的培育与发展过程中，也一直面临着如何解决引进欧美发达国家职业体育竞赛市场运营的先进经验与我国具体国情相结合的问题。因而，围绕我国职业体育发展过程中所呈现出的现象与问题的相关研究成为近几年来体育界关注的热点。职业篮球联赛是我国职业体育竞赛市场中的先行者之一，王郅作为我的博士生选择了《中国职业篮球竞赛市场的运行机制》这一论题，经过广泛的调研与考察，从理论

和实证两个方面对我国职业篮球竞赛市场生存与发展问题进行了全方位的分析，对我国篮球产业主体的规范，促进我国职业篮球竞赛市场的有序发展具有现实意义。

《中国职业篮球竞赛市场的运行机制》一书是王郢博士在其学位论文基础上经过修改而成的专著，该书的研究成果和理论价值主要体现在以下几方面：

第一，该研究展现了职业体育研究的一种微观视角，它是已有的职业体育宏观政策研究的补充。通过对我国职业篮球竞赛市场的概念、特征、功能、历史沿革、参与形式、价格机制、供求机制以及委托代理机制等方面的系统分析，为职业体育项目市场的研究提供了一个全新的分析框架体系与结构，为尚处于起步阶段的我国职业体育发展的宏观决策提供了一定的理论参考依据，并为推进我国职业体育竞赛市场的培育与发展作出了有益的贡献。

第二，不同国情下的职业体育产业发展路径与模式具有不同的表现特征。由此，该研究对我国职业篮球竞赛市场与西方发达国家职业篮球竞赛市场的不同表现特征进行了分析，并提出了我国职业篮球竞赛市场客观存在两类供给主体，即俱乐部是竞赛服务产品的供给主体，竞赛组织机构是无形资产类产品的供给主体，这在我国职业体育的相关研究中是一个新的观点。

第三，该研究通过分析美国 篮球职业篮球竞赛市场中 篮球俱乐部业主与 篮球联盟总裁，俱乐部业主与俱乐部经理之间的两层委托代理关系揭示了职业体育竞赛市场的微观运行机制——委托代理机制，对于职业体育产业及其市场的研究是

一个新的视角，为规范我国职业体育竞赛市场主体行为提供了新的思路。

第四，该研究系统地分析了当前我国职业篮球竞赛市场存在的各类问题，并在问题剖析的基础上提出了解决问题的具体对策与建议，其政策含义较清晰并具有现实的可操作性，对于社会转型期我国职业篮球竞赛市场的培育与完善具有建设性的理论参考价值。

当然，该研究在对我国职业篮球竞赛市场宏观社会环境的分析以及如何应对 2008 年北京奥运会的举办和美国 NBA 联赛的推广与渗透所带来的机遇与挑战方面，还有待于今后进一步研究与完善。作为王郢博士的导师，我非常高兴他的这一研究成果得以出版面世，希望这项研究成果出版能受到职业体育的理论研究者和实践者的广泛关注，并有助于对我国职业体育产业发展的持续研究与探讨，也希望王郢博士在体育学术研究领域不断取得新的成果。



2008 年 6 月

摘要

本研究在文献研究的基础上，采用社会调查、历史研究、比较分析相结合的研究方法，通过对我国职业篮球竞赛市场的界定、特征及功能、市场的形成与发展、市场的参与主体、市场的价格机制、供求机制、委托代理机制等方面的系统研究，以揭示出市场运行的内在机理和市场发展中存在的问题，并提出培育与完善我国职业篮球竞赛市场的应对策略与建议，为规范我国职业篮球竞赛市场秩序和市场主体行为的宏观决策提供理论参考依据。

研究结论如下：

我国职业篮球竞赛市场是我国社会转型过程中的新兴市场，其市场特征在竞赛产品的性质、投资主体的角色、组织管理方式、收益方式等方面不同于我国传统篮球竞赛市场；在职业篮球竞赛市场的孕育过程、竞赛组织的核心目标、组织结构与控制权的配置、治理机制与管理规程、市场主体——职业篮球俱乐部制度等方面不同于西方市场经济发达国家职业篮球竞赛（NBA）市场。

我国市场经济体制的确立与发展，世界篮球运动职业化与奥运会的发展，以及我国竞技体育体制改革的推动，是市场生成与发展所依托的外部环境；职业篮球俱乐部的兴起为市场的生成与发展提供了微观主体，政府主导的竞赛体制则为市场的生成提供了支持平台；我国职业体育制度的政府主导型供给方式是目前职业篮球竞赛市场发展的“体制性约束”。

我国职业篮球竞赛市场存在两类供给主体，即职业篮球俱乐部和职业篮球竞赛组织机构。前者是职业竞赛服务产品的供给主体。后者是无形资产类产品的供给主体。我国职业篮球竞赛市场的需求主体主要是球迷、赞助商、媒体和地方政府。体育中介服务机构主要承担赛事商务推广活动的中介代理。

价格机制体现在产品的价格表现形式、特性、定价影响要素和价格策略的选择等方面。“竞赛服务产品”的质量和悦骋联赛的品牌是影响产品价格的关键要素。价格作用机理表现为：在局部市场上，影响票房的收益；在整体市场上，影响产业发展方略的选择，进而影响其市场的收益。前者的作用方式是影响个体消费者的消费行为，后者的作用方式则是影响商务消费者的消费行为。从现状上看，后者的收益远大于前者。

消费者的消费效用、产品的价格和消费者的偏好是个体消费者需求的主导因素。商务消费者的消费收益、产品的价格和体育中介服务机构的商务推广能力是商务消费者需求的主导影响。职业篮球竞赛产品供给具有一定的刚性特征。竞赛服务产品供给受职业篮球竞赛赛制安排、参赛球队数量和球员劳务供给状况的限制。“无形资产类”产品供给取决于悦骋联赛无形资产和职业篮球俱乐部无形资产的开发和运营。我国职业篮球竞赛市场均衡过程中，价格因素对市场供求均衡的作用有限，非价格因素成为市场供求均衡的要素；市场均衡特性表现为，区域市场间的均衡价格差异显著和市场供求趋于非均衡状态。

职业篮球竞赛市场利益主体间应建立起相应的委托代理机制。美国（NBA）职业篮球竞赛市场通过激励和约束机制的设计和相应的制度保障构建了俱乐部业主与NBA总裁、俱乐部业主与俱乐部总经理两层委托代理机制。我国职业篮球竞赛组织机构与投资者之间的委托代理关系不清晰，职业俱乐部经理人与投资者之间尽管存在形式上的委托代理关系，但两者间缺乏通过制度、契约所建立的运行通畅的激励与约束机制。目前，我国悦骋联赛组织与赛事经营公司之间以有限合作的契约方式所建立起的委托代理机制，在委托代理关系的机制设计上具有创新价值。

我国职业篮球竞赛市场在市场结构与规模、市场运行机制、市场行为和市场外部环境等方面均存在着问题，其应对策略主要有：加快市场体系和市场要素的培育与完善；完善悦骋联赛组织结构、市场主体建立起合理的产权制度和治理结构；创造良好的政策环境，制定与完善相关法律、法规、制度。

关键词：职业篮球竞赛市场；价格机制；供求机制；委托代理关系；中国。

第 4 章 导论

1.1 论题的提出

当前，我国社会正处于计划经济向市场经济不断推进的社会转型期，随着我国市场经济体制的确立与不断推进，极大地推动了商品经济的发展，使体育劳务市场与文化市场不断扩大，人们对体育的消费意识及消费能力不断提高。在国家对体育的投资不能满足体育事业发展的需求时，商品经济的高度发展使得体育具有了自我发展的机会。同时，经济的发展使人们精神和物质生活水平提高的同时，还具备了投资体育的意识和能力，为职业体育的发展提供了适宜的社会环境。由此，体育竞赛的角色、功能、作用也随社会经济的转型发生了许多变化，促发了我国职业体育竞赛的诞生与发展，从而使体育竞赛作为推动体育运动竞技水平提高的重要手段，得以成为体育产业链中的产品进入市场，并成为我国体育产业的重要组成部分。

职业体育竞赛市场是体育市场中最活跃、最具影响力的市场。目前，世界上已经有 100 多个国家开展了职业体育竞赛，尤其是西方发达国家职业体育竞赛的蓬勃发展，让世人看到职业体育竞赛对一个国家的政治、经济、文化所产生的巨大作用，这就使人们认识到它已经远远超越了体育，它不仅仅是一种体育现象，更是一种“独特的经济”现象，同时它也是一种社会文化现象。据有关统计，20 世纪 80 年代早期，北美四大职业体育赛事的总市值达到了 100 亿美元；90 年代中期，美国职业体育赛事的年收入已达 100 亿美元，现在已突破了 200 亿美元。意大利职业足球竞赛的蓬勃发展不仅为体育事业筹措了大量资金，同时还扩大了意大利的劳动就业，繁荣了市场，促进了第三产业的发展，成为意大利国民经济十大产业中名副其实的“无烟工业”。

我国的职业体育竞赛市场起步于 20 世纪 80 年代初,是我国经济体制改革和体育事业管理体制改革的背景下涌现的一个新兴体育服务市场。职业体育竞赛市场经过十多年的培育与发展,已成为我国体育市场的重要组成部分,它的存在为体育事业的持续发展拓展了空间,为体育与经济的协调发展架设了渠道,也为我国竞技体育的发展提供了新的社会融资平台,并为我国竞技体育资源包括财力资源(经费)、人力资源(运动员)及场地资源(体育场馆)的配置提供了市场空间。同时,对健身娱乐市场、体育中介市场、体育彩票市场、体育用品市场等体育服务市场的发展也具有积极的推动作用。但目前我国职业体育竞赛市场还处于起步阶段,在体育市场中所占的比重还不小,发挥的作用也有限,因而有必要加快培育和发展我国职业体育竞赛市场。

有关职业体育竞赛市场和职业体育产业领域的研究,近年来已逐渐被国内专家和学者们所关注,主要针对职业体育俱乐部和职业体育联盟体制展开了大量的研究,以促进我国职业体育竞赛市场的完善和职业体育产业的成熟。然而,从我国职业体育竞赛市场的诞生和发展路径来看,它是社会经济转型过程中,在政府、市场双向驱动下我国竞技体育管理体制变革的产物;是政府体育管理职能转换过程中通过一系列改革,自上而下地开发培育而逐步形成的新兴市场。这与西方市场经济发达国家职业体育竞赛市场在市场的孕育过程、竞赛组织的核心目标、组织结构与控制权的配置、治理机制与管理规程以及市场主体——职业篮球俱乐部体制等诸多方面具有明显不同的市场表现特征。因此,对于转型时期的我国职业体育竞赛市场和职业体育产业发展路径及模式的探讨,应充分考虑其背后的政治、经济、社会和文化因素所产生的重要影响,这就需要从系统研究的角度,以更宽阔的视角对我国职业体育竞赛市场进行深入考察。

我国职业篮球竞赛作为我国职业体育竞赛市场中的先行者之一,起始于 1995 年初的中国男子篮球甲级联赛的赛制改革,该联赛被命名为“CBA 联赛”,至今已历时 15 年。目前,我国职业篮球运动竞赛市场发展所依托的制度安排是以政府供给主导型的方式进行,并且我国职业篮球竞赛市场还有待于培育和完善,培育市场所依托的产业还很幼稚,作为市场主体的职业篮球俱乐部体制还在建立和完善之中。对职业篮球竞赛市场的培育和完善过程离不开对其内在规律的认识与运用,这其中包括价格机制、供求机制和各市场利益主体间委托代理机制等职业篮球竞赛

市场运作过程中的内在机理和制度安排，即职业篮球竞赛市场的运行机制。对我国职业篮球竞赛市场运行机制的研究则可以为我们深入考察职业体育竞赛市场及经营行为提供更广阔的视角。通过对当前职业篮球竞赛市场特征和运行现状的深入分析，探寻我国篮球竞赛市场运行的内在机理以及相关的制度建设，有助于解决我们在引进欧美发达国家职业篮球竞赛市场运营的先进经验与我国具体国情相结合时所面临的问题，为我国职业篮球竞赛市场的培育与发展提供切实可行的操作原则，为我国职业篮球竞赛市场建设和市场主体行为规范提供理论依据。

1.2 国内外相关研究综述

国外研究综述

国外对职业体育产业、职业体育（竞赛表演）市场及职业俱乐部球队经济活动的研究起始于 20 世纪 70 年代，相关文献多集中于美国，这与职业体育（篮球）赛事的市场运营在美国较为成功，且美国也是职业体育产业最发达的国家。从查阅、收集的文献资料来看，相关的研究主要关注以下几方面：职业体育（篮球）产业的组织形式和经营特征、职业体育（篮球）竞赛市场的微观经济结构、职业球员劳务市场的特征等。

（一）职业体育（篮球）产业的组织形式和经营特征

陈博的研究指出，职业联盟是目前职业体育产业的主要组织形式。“成立联盟好像是保证一项职业运动财政稳定的前提条件之一，虽然联盟并不是与职业球队同时出现。^{〔1〕}”迈克尔·利兹和彼得·冯·阿尔门（Michael Litz and Peter von Arnim）认为，联盟生来就是合作共同体，在某个层面上，每个球队的成功依赖于联盟中其他球队的成功以及作为一个机构的联盟的成功^{〔2〕}。陈博在《职业体育联盟内部竞争行为的分析》中指出，“竞争行为的目标是最大化联盟中球队的综合财

〔1〕 陈博：《职业体育联盟内部竞争行为的分析》，载《体育科学》，2008（3），第 10-11 页。

〔2〕 迈克尔·利兹，彼得·冯·阿尔门：《职业体育经济学》〔M〕，刘畅玉明，蒋建平，王琳，译。北京：清华大学出版社，2008，第 10 页。

富。^{〔员〕}”这些研究阐述了职业联盟作为职业体育产业的组织形式是其市场运营成功的重要条件。

迈克尔·利兹和彼得·冯·阿尔门在对美国职业体育产业的经营特征的研究中，认为俱乐部球队在门票销售、其他与场地相关的收入、转播权和特许经营销售中获得收入；球队利用联盟来稳定收入和控制成本；联盟可视作垄断者，俱乐部球队则是一项合作产品的生产者；联盟通过垄断提高价格和降低产出使利润最大化；联盟作为垄断者依赖所掌握的消费者信息的多少，能够通过实施不同的价格歧视部分占有或全部占有消费者剩余；联盟的经营活动主要在四个方面：设定规则、限制进入、竞争平衡和联盟层面的营销^{〔圆〕}。

（圆）职业体育（竞赛）市场的微观经济结构

迈克尔·利兹和彼得·冯·阿尔门在对职业体育市场的竞争与垄断的市场结构的比较研究中，指出“垄断给予垄断者制定价格的能力，使其不只是简单地接受市场定价。在职业体育市场中，各俱乐部球队都具有一定水平的市场支配力。通过制定票价，各队有能力控制上座率，直到接近体育场馆的容纳能力”。在对市场供给特征分析中指出，成本以及固定成本与可变成本间的区别在决定产出和价格方面起关键作用。对职业俱乐部球队而言，球员的薪酬通常被视为固定成本，而与票价无关。^{〔猿〕} 曼廷在对职业体育经济特性的分析中指出，尽管职业球队俱乐部在法律上是一个企业，但在经济学家的意识里并不是一个企业，因为单个俱乐部不能供应整个市场；球队俱乐部之间必须相互合作来产生比赛，这样才能有了共同的产量；个别球队俱乐部不是企业，整个联盟才能被看作企业；职业球队的市场成本与需求的特点使得职业俱乐部间的竞争降低了，这为垄断创造了条件，使得单一联盟足以供应整个市场^{〔源〕}。

〔员〕 迈克尔·利兹和彼得·冯·阿尔门：《职业体育经济学》，清华大学出版社，2006年，第100页。

〔圆〕 迈克尔·利兹，彼得·冯·阿尔门：《体育经济学》[M]，刘畅玉明，蒋建平，王琳，译。北京：清华大学出版社，2006年，第100页。

〔猿〕 曼廷：《职业体育经济学》，清华大学出版社，2006年，第100页。

〔源〕 曼廷：《职业体育经济学》，清华大学出版社，2006年，第100页。

(狗) 职业球员劳务市场的特征

匀·晕·巴诺马廖夫在《作为一种亚文化的职业体育》中写道：“职业体育具有自己的特征，体育职业化的标准在于运动员和雇主之间存有一种劳动关系，以契约或其他法律文件形式将雇主和运动员之间的这种关系固定下来，并得到确认。这一特征是界定职业体育的主要依据。”（刘德佩译，^[员]迈克尔·利兹和彼得·冯·阿尔门针对美国职业体育（集体项目）市场的劳务供给与需求、联盟在劳务交易中的市场干预行为的特征进行了研究，分析认为：“联盟长期以来就意识到它们的成功依赖于举行那些结果不确定的比赛”，“市场规模和早先的成功对球队质量有可能产生影响，在更大市场上的球队通常会拥有更多的资源，从而具有更强的、在自由市场上雇佣更好的运动员的能力。此外，成功的球队有可能拥有从穷队招募运动员的优势，形成自我永续之王朝。因此，联盟应用经济刺激市场以确保竞争平衡和长期稳定^[员]”。职业联盟通过制定的内部制度来对限制劳务市场竞争，包括“选秀制度”、“球员转会制度”、“球队工资帽”、“球员年薪封顶”、“保留条款”，以维持各俱乐部间的竞争性平衡。^[圆]刘建强、王德建则比较了欧洲和美国职业联赛中球员劳务市场的不同模式（封闭模式和开放模式），分析认为：假设其他不变，从封闭模式向开放模式转变会使联赛内各球队间的竞争更为平衡。在开放条件下，富队更难通过独占一流球员而达到垄断竞争的目的。在开放模式中，球队追求利润最大化比其追求胜率或收入最大化更易使竞争达到平衡^[圆]。

员圆园圆国内研究综述

我国的职业体育起步于 圆园世纪 怨园年代初，职业体育竞赛主要集中在足球、篮球、排球、乒乓球等运动项目，国内有关职业体育、职业体育（篮球）竞赛、职业（篮球）俱乐部、职业竞赛（篮球）表演市场、职业体育产业的研究主要集中在近几年，其研究主要体现在以下几个方面：

[员] 迈克尔·利兹，彼得·冯·阿尔门《体育经济学》[酝] 鄢杨玉明，蒋建平，王琳，译 北京：清华大学出版社，圆园园圆年版

[圆] 刘建强、王德建《职业体育俱乐部：从垄断到竞争》 北京：北京体育大学出版社，圆园园圆年版

(员) 介绍职业体育、职业体育(篮球)竞赛表演产业、职业竞赛(篮球)表演市场的相关概念和知识,介绍国外职业体育发展的历史和现状,从而使国内的相关者对职业体育这一领域有比较清晰的认识。这类专著和文章主要有:耿力中的专著《体育市场与管理》、鲍明晓的专著《体育产业》、刘忠等的专著《市场经济与体育》、李明的《体育产业学导论》、李敦厚的《中国体育市场研究》、吴超林主编的教材《体育产业经济学》以及国家体育总局政策法规司成果汇编如《国外、境外考察报告》历年《体育软科学研究成果汇编》中相关研究成果、陈云开的国家社会科学基金青年项目成果发表的《中国职业运动项目的市场结构及其完善的策略构想》、《竞赛表演产业及其市场构成》等系列论文。其中,陈云开的研究指出,竞赛表演产业是指生产运动竞赛和竞技表演产品的行业,其中包括竞赛表演市场及其衍生产品市场。竞赛表演市场是指竞赛表演供给主体和需求主体之间交换关系的总和;衍生产品市场是指利用竞赛表演的特点再生的一系列无形产品市场。当竞赛表演衍生产品再生新的权利或有形产品时,一般都不属于竞赛表演产业及其市场^[员]。

(圆) 对职业体育(篮球)竞赛市场和职业体育(篮球)俱乐部相关问题的研究,介绍了国内外职业体育(篮球)和职业体育(篮球)俱乐部发展的历史和现状,职业体育(篮球)和职业体育(篮球)俱乐部管理体制和运行机制,职业体育(篮球)市场的基本概念、构成要素的论述。杨铁黎在对职业篮球市场的分析中认为,职业篮球市场体系中的“经济人”应该包括职业篮球经营机构(包括职业篮球联盟和职业篮球俱乐部)、企业家、职业篮球运动员、教练员、裁判员、中介机构、广告商、赞助商、电视转播机构、观众(包括球迷);并提出了职业篮球市场的一般运行模式是:以适应市场经济规律的管理体制为环境保证,以满足观众多样化需求为出发点,围绕竞赛产品质量的提高,调动职业篮球市场中各要素的积极流动,全面开发职业篮球市场的理论模式^[圆]。张林曾对国内外职业体育俱乐部运行机制的特点分别进行了研究,提出了我国职业体育俱乐部运行机制的目标模式包括:面向市场

[员] 陈云开《职业表演产业及其市场构成》[员] 见《上海体育学院学报》,2004(员):55-56

[圆] 杨铁黎《职业篮球市场论》[圆] 北京:北京体育大学出版社,2004

的经营机制、“政俱分开”的管理机制、产权明确的投资机制、责权明确的决策机制、利益协调的激励机制、制度健全的约束机制、外部体系的监控机制。陈元欣结合我国职业体育俱乐部的客观现实提出，企业集团融资、无形资产融资、风险投资和上市融资是目前我国职业体育俱乐部较为理想的融资方式。王进认为，在社会主义市场经济体系逐步建立的同时，我国职业体育俱乐部的发展，一方面通过建立股份制俱乐部，使其在产权明晰的情况下拓宽俱乐部的融资和投资渠道；另一方面，俱乐部在内部通过与教练员、运动员的产权有效安排，提高“生产”效率和“产品”质量，促进俱乐部生产经营的良性循环。

(獭) 对职业体育联盟和职业体育产业运行特征的理论研究。其中，王庆伟的研究指出：“职业体育联盟”是指组织、管理和经营职业联赛的一种管理模式；依照管理主体与生产主体之间的关系，西方的职业体育联盟是一种“市场垄断型”职业体育联盟；我国改革之初的职业体育管理模式是“行政垄断型”职业体育联盟，即由政府部门或政府所办协会或机构中心全面负责组织管理，由职业俱乐部参与的一种职业体育联赛的管理模式；我国现行的“行政垄断型”职业体育联盟的最主要缺陷表现为协会与职业体育俱乐部之间为利益“异体化结构”，即职业联盟内部存在着多元利益主体。在没有形成利益统一体的前提条件下，其运行机制表现出了诸多缺陷^{〔夙〕}。王莉在其博士论文《职业体育联盟的产业组织分析》中提出：“职业体育产业是指生产提供同一项目竞赛表演产品的职业俱乐部的集合。职业体育的本质在于生产提供竞赛表演以满足市场（观众）的需要。比赛的本质特征既决定了其生产必须由各个俱乐部合作才能完成，同时又要求各俱乐部必须保持法人地位。比赛结果的不确定性是决定比赛质量的重要因素，资源的不平等会导致比赛结果的不均等。职业体育的特点决定了其生产必须以职业体育联盟的方式实现。职业体育联盟是若干同一项目职业体育俱乐部为了生存，以契约为纽带而组成的合作生产竞赛表演产品，共担风险，共享利益的中间组织，兼有卡特尔和企业联盟的属性。具有组织的松散性、地位的平等性、合作与竞争的共存性、管理的复杂性等特征。”并对美国职业体育市场集中度和进入壁垒进行了考察，研究认为：“美国职业体育属于完全垄断的市场结构，由于这种市场结构很大程度上能够满足职

〔夙〕 王庆伟《我国职业体育联盟理论研究》《体育科学》〔允〕 2006(2)：156-157