



我国在役运动员商业价值开发的困境及其发展思路

张华鑫, 田 坤, 赵丙军

摘要: 运用文献资料调研、理论分析等方法, 对我国在役运动员商业活动现行制度、完善在役运动员商业活动制度的重要性以及在役运动员商业活动现状进行了分析研究, 提出我国在役运动员商业活动的发展思路及体制政策保障。

关键词: 在役运动员; 商业活动; 思路; 体制; 政策保障

中图分类号: G80 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2007)04-0030-04

Monitoring the Pre-Game Training of Archery

ZHANG Hua-xin, Tian Kun, ZHAO Bing-jun

(Institute of P.E., Liaocheng University, Liaocheng 252509 China)

Abstract: By the ways of literature study and theoretical analysis, the article analyzes the current system for active Chinese athletes participating in commercial activities, the importance of perfecting the current system and the atatus quo of their participating in commercial activities. It suggests the ways for the development of the active Chinese athletes' participating in commercial activities and the systems and policies securing the development.

Key words: active athlete; commercial activity; way; system; policy security

1 引言

我国体育事业的快速发展, 使体育的市场化、产业化、社会化和国际化速度加快。与此同时, 也为我国竞技体育的发展提供了更多的机遇与挑战。面对空前的机遇与挑战, 竞技体育如何才能做到多赢, 以市场化的原则来约束与管理其商业行为, 成为目前竞技体育发展的关键所在。

在竞技体育领域中, 在役运动员即是运动场上的主体, 同时也是整个竞技体育运动的核心, 影响和制约着竞技体育的发展。笔者认为: 举国体制对于在役运动员(特别是优秀运动员)长期以来形成的某种约束或者说是要求, 已达不到原先的效果, 不够明晰的产权成为运动员商业价值开发乃至体育产业化进程中难以逾越的障碍, 在新的市场经济条件下, 举国体制也应当被赋予新的内容, 通过合理适当的开发和商业运作, 实现在役运动员效益最大化。

2 在役运动员商业活动现行制度、相关法律法规

我国在役运动员是指在竞技体育领域里, 在全国单项体育协会注册的运动员。在役运动员商业活动的管理, 体育总局现行有效的文件为: 1996年国家体委(体计财产字)第505号《关于加强在役运动员从事广告等经营性活动管理的通知》、1998年国家体育总局(体计财产字)第222号《关于重申加强在役运动员从事广告等经营活动管理的通知》、2001年国家体育总局(体政字)第46号《国家体育总局关于运动项目管理中心工作规范化有关问题的通知》。此外, 相关的法律法规有《中华人民共和国宪法》和《中华人民共和国民法通则》对自然人的人身权以及与人身权相关联的肖像权, 给予的界定与保护。

3 完善在役运动员商业活动制度的重要性

3.1 完善在役运动员商业活动体制政策保障的动因

20世纪中后叶以来, 我国逐渐形成了自己的专业竞技体育体制——举国体制, 并至今仍我国的竞技体育领域占有重要的地位。举国体制是我国的特色和优势, 是我国在经济尚不发达的情况下, 取得一个又一个辉煌成绩的基础和保障。由于实施举国体制使我国竞技体育在国力尚不强大的情况下, 迅速地确立了我国在亚洲和世界的领先地位。但是, 在当前市场经济的形势下, 举国体制与进入新世纪高速发展的社会不断发生激烈碰撞与对抗, 严重制约了在役运动员商业活动的发展。我国著名的体育学者卢元镇教授, 把我国体育管理体制改革的动因归结为两股潮流的作用: 第一股潮流是中国市场经济的发展和相应的经济体制不可遏止的变革; 第二股潮流是世界体育运动的发展和它自身躁动着的改革倾向。在役运动员商业活动制度也应顺应这两股潮流, 正如魏纪中所谓“我们的体育系统正在面临一些问题, 长期以来在计划经济体制下形成的体育资源的垄断, 已经遇到了市场化的挑战。”如果在役运动员商业活动在市场化的环境中, 仍然仅仅依靠行政命令, 只能矛盾重重, 到处碰壁。

3.2 体育产业发展的要求

在役运动员的商业活动, 促使体育产业形成庞大的体育产业链, 推动了体育产业的发展。在役运动员属国家稀有资源, 他们的各种价值包括商业价值应该更好的被充分挖掘, 否则也是一种“国有资产”的流失。姚明的经济价值被当今经济学家形象地描述为“中国最大的单个出口商品。”有专家推测姚明如果能在NBA打到38岁, 可有2.7亿至2.9亿美元的收入, 刨去所得税和NBA球员基金, 姚明的实际收入约为1.8亿美元。这一收入不包括姚明获得的场外赞助、广告等巨额商业收入, 如这一价值按目前的国际商

收稿日期: 2007-03-28

第一作者简介: 张华鑫(1963-), 女, 教授, 主要研究方向: 体育社会科学

作者单位: 聊城大学体育学院 山东 252059



品价格,相当于中国出口了102万吨钢材,或239万台电视机,或630万辆自行车等。这只是从姚明个人的角度计算,如果从国家以及与其相关产业链计算其价值可以说是天文数字,专家评估其商业价值预计达5.4亿美元。如果我国在役运动员中能够开发出多个“姚明”,那么,将会对我国体育产业的发展产生巨大的促进作用。

3.3 实现在役运动员价值最大化

在役运动员是一种社会职业,也是劳动者。他们向社会和国家支付了自己的体力和脑力劳动,为国家赢得了荣誉。在他们的职业生涯里,不仅要具备与众不同的先天素质,花费大量的时间和精力用于竞技水平的提高上,还要付出常人无法忍受的痛苦和努力,放弃学习文化知识的机会,谢亚龙在“金牌产权究竟归谁?”一文中,从经济学的角度对刘翔的支付归纳为5个部分,对运动员五点支付的概括与总结,说明在役运动员的风险是巨大的,并且风险是自担的。所以,当在役运动员竞技水平一旦达到一定的高度,在国际、国内重大比赛中获得优异成绩,被社会所认可,他们就应投奔社会,走向市场,实现价值最大化。王新乐在“我国运动员的‘效用’角色分析”研究中指出:“竞技体育中,个人同样是追求某种最满意个人利益,即某种个人认为值得追求的目标或有价值的东西。”在役运动员有为集体为国家无私奉献、争取荣誉的崇高愿望,也有刻苦训练展现自我运动风采的追求,另一方面,也不可否认对自我价值的利益追求。

3.4 明确在役运动员产权的要求

近年来,在役运动员权益诉讼案不断增多,反映了在役运动员作为权益主体的意识正在觉醒,运动员拒绝承认以行业的特殊性为借口剥夺作为公民的基本权益,如姚明诉可口可乐侵犯肖像权,并索赔精神损害抚慰金和经济损失1万元案等,所以,明确在役运动员权益尤其重要。

4 在役运动员商业活动现状分析

4.1 体制政策保障存在的问题

4.1.1 体制滞后

我国在役运动员商业活动现行制度,相对于市场经济大潮浸染的体育来说,已经显得滞后。在役运动员商业价值开发应该说有很多新的问题需要进一步明晰。原来运动员的商业开发比较少,相关的法规可以只有粗线条的规定,而在今天的市场经济下,在役运动员的商业活动在不断增加,而且商业活动的内容极其多样化与复杂化,管理制度也应与时俱进,符合市场发展的需要,管理制度应加以补充和完善。

4.1.2 相关法律规定不健全

我国《民法通则》在“人身权”一章中规定了自然人的姓名权、肖像权,但是,没有对自然人人格标识商业利用权利的明确规定。《中华人民共和国体育法》中,也没有关于运动员人格标识商业利用权利的规定。国家体育总局对运动员人格标识商业利用问题的规范,主要体现于对运动员拍摄商业广告等行为的规范。但是,文件中的规定却存在与现有法律相悖、文件调整主体不明确以及行政垄断性保护规定等法律上的问题,不利于解决实践中的问题,甚至造成法律适用上的争议。以文件调整主体不明确为例,1996年505号文件规定的是“在役运动员”,1998年222

号文件规定的是“国家队、国家集训队在役运动员”,2001年46号文件规定的是“国家队运动员”。3个文件均为现行有效的法律性文件,行业中即使有些约定俗成的概念,但是,在法律性的文件中如果不规定明确,就无法实现文件规范调整的目的。

4.1.3 管理界限不明确

我国政府主管部门在对在役运动员商业活动管理中,在一定程度上允许管辖的运动员参与各类商业活动,但前提是要征得管理部门的同意。而“同意”是一个较为模糊的词,带有相当的随意性或者说“人化”色彩。一个运动员参与商业活动,其“度”依赖于管理部门的解释口径,随着口径的变化而增大或者变小。参加多少商业活动算少或者算多,哪一类商业活动可以参加或者不适宜参加,都由管理部门几位核心主管人士来界定,这其中难免会掺杂某些个人好恶。田亮与郭晶晶的商业活动用管理部门领导的话来说,“如果他们不是过分的商业化,我们是不会这样做的”,“过分的商业化”如何把握,不同的人有不同的理解。如此,很难使运动员分辨出其商业活动的界限。魏纪中名言:“运动员成名后难以自由开发,是因为他们很难清楚地被判定什么是属于自己的。”

4.1.4 经济收益分配有争议

对在役运动员商业活动所产生的经济收益,一直存在分配上的争议。一种观点认为:运动员人格标识为运动员所有,所产生的经济收益,应由运动员所有;另一种观点认为:在役运动员由国家出资培养,国家应该享有运动员广告收益的一部分,但对《国家体育总局关于运动项目管理中心工作规范化有关问题的通知》文件中规定的分配比例,以及获得收益的主体,依然存有争议。姚明登陆NBA时所引发的争议,即印证了这个事实。按照国家规定,姚明至少要将全部收入的50%以上上缴中国篮协、国家体育总局和上海体育局,其余才能跟教练和俱乐部分成。但据姚明透露:“篮协只拿到了我收入的很小一部分。”篮管中心一位负责人讲:在姚明的商业活动中篮管中心做出了较大的让步,双方最后确定的补偿标准为姚明4年工资的5%~8%。

4.2 在役运动员商业开发现状

4.2.1 缺少专业人员运作

目前,我国大部分管理中心也都设立了经济开发部,但是与真正意义上的体育经纪机构大不相同。一方面由于历来金牌战略、成绩至上思路的主导,缺乏整体长远的战略规划和有章可循的制度,在商业推广过程中,各管理中心首先起的是监管作用;另一方面,管理中心的大多数员工缺乏媒体协调、公共关系、品牌塑造、品牌营销等一系列市场运作的专业知识和经验,也不具备对明星运动员的品牌管理的意识。这种管理中心经济开发部实际上是国家体育机构行政管理职能的一种延伸,远远不能起到最大限度开发运动员商业潜力的作用,他们虽然掌握着体育资源,但却在进行着并不专业的资源利用。所以,尽管我国也不乏既有精湛竞技水平又有极大商业价值的运动员,但至今未能催生出我们自己的“超级巨星”。姚明的成功是他身后专业的经纪队伍“姚之队”,来协调他的训练、比赛及商业活动。

4.2.2 经纪人代理难以推广

在我国对于任何一个经纪人或者经纪公司,都不可能100%支配运动员的训练和其他活动,因为在“举国体制”



下,我国在役运动员在某种程度上就意味着部分或者全部失去了自己对自己的“使用权”。有位体育经纪人曾这样讲:“我只所以做体育经纪人,是因为我很看好中国运动员的市场潜力,一方面中国人把体育与民族自豪感联系得非常紧密,优秀的运动员在大众心目中有着特殊的地位;另一方面,中国运动员在自身价值的开发上会有特别成功的案例,我认为,这一行业内部的机会比比皆是。但是,我很快就发现,在这种身份的运动员身上,我所能掌控的自由空间完全不够展开真正意义上的商业开发。我感觉虽然身边到处是金子,但是稍稍一动便会触及各种危险的暗器机关,危机四伏,这些年来经历让我觉得,似乎中国运动员只要是挂着‘国家队’的牌子就不可能在正常成熟的轨道上接受必要的商业开发。”而姚明经纪人代理运作商业化的成功,是因为他享受着来自国家的某些“特殊待遇”。

4.2.3 思想观念落后

我国对在役运动员的管理,仍然残留着计划经济的管理思路。长期以来形成的“运动员为国家所有”的观念,依然体现在政府现行的文件中。在《关于加强在役运动员从事广告等经营性活动管理的通知》中规定:“在役运动员的无形资产属国家所有。”不管运动员已经或者还将取得何等伟大的成就,参加什么样的商业活动都要征得其管理中心的同意,否则,被视为违规行为。而由于长期以来在举国体制下各管理中心形成的“金牌战略”,使得运动队“闭门训练”,几乎无视身边优秀运动员“金矿”般的价值。更有观点认为:谁考虑商业活动多,谁就好像不务正业,更严重的说法是,花着国家的钱,挣着自己的钱,使得体育圈里都在回避谈论运动员的商业活动。最近有记者采访及某位运动管理中心的掌门人如何面对扑面而来的商业潮,他说:“我们现在的首要问题是训练,至于商业开发根本无暇顾及,只能采取守株待兔和姜太公钓鱼的办法。”前奥运会冠军王军霞也在公开的场合“自豪”地讲:“有人说不参加商业活动是一种资源浪费,我说我可以做一些其它的事情。”好像只有这样才是一个“纯洁”的人。这便是目前我国在役运动员在市场冲动下的真实写照,即无奈,又迷茫。

5 在役运动员商业活动的发展思路

尽管我国在役运动员商业活动存在的诸多问题无法在短时间内得到根本解决,但是我们应不断总结经验教训,累积进步来完善体制政策,保障我国竞技体育向着更加规范的轨道前行。国家体育总局局长刘鹏在全国体育局长会议上称:“不断深化我国体育管理体制,不断探索适应社会主义市场经济发展的体育体制,势在必行。”

我国在役运动员商业活动制度的改革,即要走中国特色的道路,又应借鉴国外先进的经验。因为,我们有自己的国情,竞技体育举国体制在短时间内不会改变。但是,欧美国家毕竟体育产业的发展已有上百年的历史,有非常成熟的体育市场和规范的运作方式以及完备的法律保障。所以,虽然我国在役运动员的培养方式以及市场条件与其不同,但是,我们可以从中吸取经验与教训。

5.1 在役运动员商业活动发展的预测模型

5.1.1 政府与经纪机构联合,建立在役运动员商务开发专业机构

建立一个有专业人员组成的在役运动员的商务开发机

构,使运动员的训练既不会受到影响,又可使其商务开发得到规范和保障。从宏观上,在役运动员商务开发专业机构于流通领域加速了体育的生产和消费,促进了体育竞技价值向商业价值的转变;从微观上,它以其特有的协调、管理和投资功能,为在役运动员提供全方位的服务,使在役运动员在充分发挥运动潜力,保持较高运动水平的同时获得相当的经济收入。据了解,伏明霞、刘璇、李小双、田亮、孔令辉等一大批体育明星,以产品形象代言人的身份在国内各种媒体和公众场合频频抛头露面,主要是一些智囊机构的杰作。这种机构人员的组成应有包括多方面的专家。像“姚之队”成员中有商业谈判、市场营销、金融理财、法律等专家组成。

在役运动员的商务开发离不开政府的支持,政府为经纪机构提供政策条件。可以说在姚明商业活动成功的背后主要有我国政府的支持与帮助。没有政府的支持与帮助绝对没有姚明的成功。

5.1.2 成立运动员工会

目前,我国已经有相当多的在役运动员成为职业运动员,并与有关的俱乐部签有劳动合同或类似于劳动合同的法律文件,而且也有一部分职业俱乐部以企业性质登记注册和运行,表明我国已经有相当多的在役运动员具备了我国劳动法所规定的劳动者身份,因此,至少目前一部分在役运动员已经拥有了成立工会的权利,应当尽快组织各方依据劳动法和工会法成立运动员工会,通过集体的力量和方式,依法保护处于弱势地位的在役运动员的合法权利。

5.1.3 建立在役运动员无形资产评估制度

建立在役运动员无形资产的评估制度,由专门的评估公司对在役运动员人格标识这一无形资产进行评估。根据投资主体不同的投资情况,明确不同投资人之间经济收益的分配比例。

5.1.4 建立在役运动员培养档案

在今后的在役运动员培养过程中,建立在役运动员培养档案,明确记录在役运动员培养的投资和在役运动员的训练、比赛成绩等情况,使在役运动员的成长过程明确化、公开化、制度化,有利于明确在役运动员个人和集体、国家之间的权利、义务,减少和避免法律上的纷争。

5.2 明晰在役运动员产权归属,在役运动员管理实行契约化

为了保护和充分利用在役运动员的权益,兼顾集合主义劳动过程中方方面面的利益,在役运动员无形资产的经营权、知识产权的保护权、运动员人力资源在一定时间内的使用权、运动员经济收益的分配权等,可以主要由国家体育管理部门代表国家行使权利,和运动员共同经营、依法分配。但必须在运动员正式进入训练体系前,在当事人之间以事前协议的方式进行约定,以规范双方的行为,明确双方的权利和义务,以市场化原则下的严格契约来管理其商业行为,而不只是依赖于体育管理中心的解释口径。魏纪中曾说过:“运动员没有自主开发自己的权力,如果不加以合同约定,个人在集体合作的环境中一旦获得成就,这个成就的归属便很难确定。简单说,就是体育市场的规范不能忽视契约的力量。”

5.3 制定在役运动员权益的专门立法

目前,我国涉及在役运动员权益的立法非常薄弱,存



在大量的真空和灰色地带,急需一部统一的、全面的运动员权益的专门立法,以使各方在涉及运动员权益的操作时有明确的法律依据,避免纠纷的发生。对此,体育行政部门应尽快着手准备,组织有关专家学者,在广泛调查和征求运动员意见的基础上,向人大或国务院提出立法建议,推动一部高级别运动员权益专门立法的出台。首先,在民法中对自然人人格标识商业利用的这一民事权利做相关规定。其次,体育部门在制定本部门的法律或规章时,对运动员人格标识这一无形资产做相关的规定。明确运动员人格标识这一无形资产的产权主体为运动员,运动员可以许可或转让其人格标识的商业使用权,非经合法程序,他人或组织不得以商业目的使用运动员的人格标识;国家或其它投资主体是收益权的权利主体,并拥有商业上的优先使用权等。再者,针对当前法律争议及纠纷较集中的运动员从事商业广告问题,体育部门可先集中力量制定部门内的规章、办法,调整运动员从事商业广告活动中的法律关系,规范不同主体的法律行为,保障运动员广告市场的合法、有序。最后,国家体育总局应对颁布的现行有效的相关法律文件进行合法性的审查和整理。依据我国的宪法和法律,审查文件的合法性和规定的统一性,并制定、颁布新的合法有效文件,以符合实践发展的要求。

6 结束语

随着在役运动员商业活动的不断增多,我国政府应尽快制订一套对在役运动员商业活动管理,更加完整、合理、详细的、在权责范围、利益分配等方面做出明确规定的政策保障,帮助在役运动员在商业开发、品牌塑造等工作中走上一个健康的轨道,实现在役运动员效益最大化。

参考文献:

- [1] 王新乐. 我国运动员的“效用”角色分析[J]. 武汉体育学院学报, 2005, 29, 2.
- [2] 卢元镇. 中国体育社会学评说[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2003, 8.

- [3] 高凯. 分权势在必行[J]. 中国体育, 2005, 2-3.
- [4] 王爱丰, 陈勇军. 经济体制转型与我国体育事业管理体制的改革[J]. 南京体育学院学报, 2001, 15(6).
- [5] 商业价值规律向体育界挑战姚明需“提高警惕”[N]. 新闻晨报, 2005, 2, 2.
- [6] 谢来龙. 金牌的产权究竟归谁? [J]. 体育文化导刊, 2005, 3.
- [7] 体育经纪人敲击运动员经营权[N]. 中国青年报, 2005, 1, 20.
- [8] 文雪梅. 体育明星: 何时等到“天亮”[N]. 工时报, 2005, 2, 23.
- [9] 乔新生. 因商业合同而被除名田亮何以成国家“产权” [N]. 江南时报, 2005, 2, 25.
- [10] 陈宏. 孙海平谈运动员经纪人[N]. 上海青年报, 2005, 1, 27.
- [11] 牟德鸿, 董丽看. 不同版本的“商业化”体育明星该如何经营? [J]. 财富时报, 2003, 5, 27.
- [12] 刘翔 VS 姚明商业价值大比拼 谁是2004年终极老大[N]. 重庆晚报, 2004, 12, 24.
- [13] 小寒. 刘翔的英雄主义逃避[J]. 中国体育, 2005, 2-3.
- [14] 李琴. 当明星开发遭遇“举国体制”[N]. 工商时报, 2005, 2, 6.
- [15] 张天蔚. 体育管理制度改革改什么、怎么改[N]. 北京青年报, 2005, 02.
- [16] 加强在役运动员从事广告等经营活动管理的通知[Z]. 体育总局网, 1996. 11. 19.
- [17] 白勇. 田亮难撼举国体制. 瞭望[J]. 东方周刊, 2005, 2.
- [18] 梁香青. 体育经纪人塑造体育产业链的思考[J]. 浙江体育科学, 2005, 1.
- [19] 杨磊. 越界者田亮: 体育界受困运动员的价值产权认定 [J]. 21世纪经济报道, 2005, 2, 1.
- [20] 凌平. 模式的变革与变革的模式 -- 中国体育体制和运行机制[J]. 体育软科学研究成果汇编: 2003, 7.
- [21] 黄文慧. 美国体育经纪人管理体制及相关政策[J]. 国外体育动态, 1998, 6.
- [22] 许立群. 运动员的价值如何“开发” [N]. 人民日报, 2005, 2, 1.

(责任编辑: 陈建萍)