

# 美国体育中介商发展的特征

张保华

(中山大学 教育学院, 广东 广州 510275)

**摘 要:**以美国体育中介商为研究对象,对美国体育中介商的形成和发展进行了研究。美国体育中介商的发展是由小到大、服务形式和内容由单一到全面,具有阶段性的特征;体育中介商的专业化、职业化、综合化以及体育中介法律法规的健全推动了体育中介市场的发展和完善。

**关 键 词:**体育; 中介商; 美国

**中图分类号:**G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2003)06-0041-03

## Research on the development characteristics of American sports agent

ZHANG Bao-hua

(College of Education, Zhongshan University, Guangzhou 510275, China)

**Abstract:** This article analyses the formation and development of America sports agent, using the American sports agent as the subject. Analytical results show that the development of American sports agent follows a pattern of growing from small to large, service form from simple to complex, taking on episodic characteristics; the totalization, professionalization and specialization of sports agents as well as the perfection of laws and regulations on sports agent prompt the development of sports agent.

**Key words:** sports; agent market; American

体育中介是体育产业发展的有效组织形式,在沟通体育市场供需、促进体育交流、挖掘体育的经济价值、提高体育无形资产的运作效率等方面发挥着重要作用,体育中介遍及整个体育比赛、活动和与体育相关的事务,对体育赛事和产业的发展起着积极推动作用,研究发达国家体育中介市场发展和运行的规律,对我国体育中介市场的发展有着重要的指导和促进作用。本文以美国体育中介商为研究对象。

## 1 美国体育中介发展的基础和条件

### 1.1 职业比赛是美国体育中介商产生的前提

美国第一个职业体育联盟(全国棒球职业甲级联盟,1876年)的成立,使得体育中介商成为可能,职业比赛的竞争性在客观上要求运动员形成一种流动机制,而为体育中介开启了服务空间。1975年,有73个队属于职业联盟,到了2000年,5个主要联盟的球队数量达到131个,同时有近800个较小的职业体育代表队。市场需求是体育中介成长的基本条件和不可缺少的交易中介。

### 1.2 经济发展是体育产业及体育中介发展的基础

根据乔治亚技术经济发展机构提供的数据,1997年直接消费在体育产品和服务上的是3699亿美元,体育消费作为

一个产业,其产值占国内国民生产总值的2%~3%,排在国民经济各行业的第11位,超过化学、电子、食品(Hiestand, 1997),根据美国经济商业部的分析计划,2000年投资在体育和休闲方面的资金不少于4000亿美元。在美国人的消费支出中,大约每8美元中有1美元花在体育和娱乐方面,是一个比住房建设甚至国防更大的份额(Jensen, 1995)。

### 1.3 体育商业化是体育中介繁荣的重要因素

以电视为主体的大众传媒将体育运动送入千家万户,使观看体育比赛的人数迅速增加,同时,体育对观众的吸引又使各大传媒一再抬高价码购买体育比赛的转播权,加速了体育的商业化进程,从而使体育中介拥有更多的商业机会。

### 1.4 职业运动员的高收入是体育中介发展的直接原因

运动员的收入从1990年占整个协会总收入的41%,提高到1995年的68%,1996年,运动员平均收入795000美元,比1986年上升了260%,篮球运动员的收入也翻了1翻,1997年占整个协会收入的63%,1990年是33%(Brady, 1997)。

### 1.5 体育作为文化娱乐的主要形式

随着社会物质水平的不断提高,人们用于休闲、娱乐的消费和时间不断增加。观看体育竞赛是休闲、娱乐的一项活动,并随着物质水平的提高而增加,商业竞赛就是在这种背

景下产生的。体育娱乐伴随着经济的发展而发展,体育成为美国文化的重要内容。体育需求日益高涨,不仅带动了相关产业的发展,而且还为体育产业自身的发展积累了财富和经验。

### 1.6 体育中介法规的健全

中介市场相关的法律法规限制和保护了中介商的行为,保证了中介市场的正常运行,也规范了体育中介市场的行为。体育中介市场法律法规的完善和中介制度的确立,为中介市场的公平竞争提高了机会。

## 2 美国体育中介发展的阶段特征

(1)1925年至60年代是体育中介发展的萌芽阶段。这段时期几乎没有体育中介从事运动员的中介服务工作,当时体育中介的概念还不被人们接受,体育中介的活动范围非常狭窄,经常受到限制和排斥。一方面,运动队拒绝体育中介与他们谈判,一些运动员认为体育中介干涉了他们的个人事务,甚至破坏了他们与球队的合同谈判。另一方面,体育中介是以顾问身份出现,没有运动员为了自己的利益与球联协商或谈判,而且球联和运动员联合会也认为体育中介不能够代表运动员权利。所有大部分集体项目运动员没有中介商参与,只有少数个人项目的运动员有中介商参与。如高尔夫、网球运动员都是有中介商为其服务的。

(2)60年中期至70年代末是体育中介发展的起步阶段。由于球队优秀运动员为自己的利益采取了抵制策略,使球队陷于被动局面,经过协商,运动员的利益得到了提高,虽然没有达到预期的目的,但已比没有协商前提高了很多。由于体育产业的飞速发展,使得体育界普遍接受体育中介商。体育中介商在职业体育比赛的地位和作用,为体育中介市场的发展奠定了基础。但职业联赛制度对运动员权利的约束,则极大地制约着中介市场的自由开放。

(3)70年代中期至1986年是体育中介市场飞速发展阶段。各专业比赛的激烈竞争和为吸引优秀运动员入盟,他们放宽政策,给运动员更大的谈判权力和更为优厚的条件,使体育中介的服务对象和服务领域进一步扩展,体育中介市场得到飞速发展。

(4)1986至今是激烈的竞争期。当体育发展成为一个数千亿美元产业的时候,专门从事体育中介的数量成爆炸性发展。渴望代理职业运动员的人数有一个非常明显的增加。目前从事体育中介服务的中介商比职业运动员还要多,很多中介代理商是利用业余时间从事体育中介服务,利用自己的特长来做中介商。如律师、市场营销、会计、金融管理等职业人员利用业余时间做体育中介商,无形中提高了体育中介竞争的压力。

## 3 美国体育中介的形式及内容

职业运动发展到今天,作为一个逐渐增加竞争力和复杂的竞技性操作,职业管理的利益越来越明显。在职业体育生涯中,一个中介商的主要责任是代表运动员与运动队进行合同谈判,并且为他们确定市场价值,在签署合同以后,中介商

的工作是保护运动员的合同不被运动队和联盟损害,并且帮助运动员实施和坚持合同中属于他们的权利。中介商在运动员和运动队以及联盟行政事务管理之间充当沟通角色。

(1)体育中介的主要服务形式:1)运动员事务代理;2)营销;3)教练员、运动员市场推广和产品指定合同谈判;4)金融计划;5)在职和退役计划;6)争议解决;7)医疗服务;8)法律咨询;9)寻求赞助;10)市场研究;11)经济计划。

(2)中介商服务的主要内容:1)合同;2)税收;3)金融计划;4)资金管理;5)投资;6)预备收入税;7)企业;8)评估计划;9)赞助;10)医疗咨询;11)健康和身体训练咨询;12)职业和个人发展咨询;13)退役后的发展;14)保险;15)法律咨询。

## 4 体育中介商的分类及资格

### 4.1 中介商的分类

(1)全方位服务中介商:这类中介商以运动员的利益出发,发展和管理项目,创造电视表现机会,寻求机构赞助,并为他们服务。这类公司有IMG, Proser 和 Advantage International,他们的服务内容覆盖所有体育项目和各项事务。

(2)专项中介商:这类中介商服务某几项服务内容或提供某一类服务,如可以寻求赞助商或票务推广、法律、会计、金融计划等。这类中介商在美国有700多家。

(3)内部代理商:在一个大公司内部,某一部门或分部聘请中介处理体育项目管理,中介代表公司某一部门或分部的利益,他们主要复查赞助事宜和创造机会联系商标经理、广告部和相关部门实施体育计划。

### 4.2 中介商的资格

对进入体育中介市场的中介商的资格没有明确要求,但很多中介商都有专业学位和资格证书,其中一些是执业律师,一些是注册会计师,另外一些是投资顾问和理财专家,运动员对中介商需求的多样性以及中介商之间的竞争,使得中介商在实际操作过程中必须有专业学位。

体育中介商必须有体育产业的良好工作知识,这些知识包括对运动员竞争的理解以及对相关文件的理解,例如合同、政策、规则、章程和细则,以及集体利益的争取等方面。还有对产业内部运作的洞察,中介商必须拥有良好的产业沟通网络。另外,中介商必须根据运动员的要求和目标做出决定,中介商充当运动员的顾问和代表运动员的根本利益,中介商必须保护运动员,减轻他们的压力,如何面对传媒等等。

## 5 体育中介商的运作模式

(1)体育中介商进入的背景:由于职业体育的薪水和利益的大幅度提高,现代职业运动员的产生以及大量商业体育收入的增加,使体育中介商已经成为重要的谈判伙伴。运动员需要自己的代表和体育中介来管理自己的事务,这些代表包括个人与职业队之间的合同谈判等。中介商和运动员之间是一个信用关系,所以,体育中介商有强烈的责任感,知道与特殊职业体育相关的惯例和实践,另外,考虑到受关注的程度,体育中介商必须以最好的努力在竞技场外面寻找工作机会,考虑到签署合同,询问必要的背景和策划最适当的策

略都是必须的,一个人必须拥有灵活性变换管理的谈判进程。代表的其他方面包括咨询、管理运动员的财产、推广形象、通过仲裁和传媒帮助运动员解决训练和薪水纠纷,安排时间策划来保证运动员在退役之后的金融、精神和感情安全。目的是短时间内延伸收入以便于能够长时间的延伸收入,或创造聘用和商业机会以保证运动员在退役之后能够保持运动员退役前的生活水平。

(2)要成为合法的体育中介商,首先必须注册。在现行的法规下,有兴趣进入体育中介这一行业的个体和机构必须注册,然后,才能招募运动员并且代理运动员事务。

(3)招募、代理运动员事务有如下的规范。1)标准代表协议:运动员和中介商之间的主要的联系是标准代理合同,这个合同是建立在权利和义务基础之上,体育中介商有义务在有可能发生利益冲突的各个方面提供全方位的服务,标准协议条款至少有4个方面的条款是非常重要的,第1、注意书写可能发生的冲突;第2、可信任条款的协商;第3、仲裁的提供;第4、州的法律解释将指导协议条款的决定。中介商最基本的职责是运用良好的信誉做一个受托人,当需要投资的时候,管理好顾客的资金。2)职责:标准协议条款最重要的部分是中介商对合同谈判的义务。义务中指中介商拥有的必要的背景、技术、经验和履行职责的义务以及职业标志和相一致的等级的任务。一个中介商实施的服务种类是基于他的创造力。3)利益冲突的解决:中介商必须告知负责人知道他所知道的全部事实,这些材料,也许影响到负责人的权利和利益或影响到运动员采取或不采取行动思想。4)体育中介商的佣金:体育中介商固定的佣金百分比根据运动员合同常常是3%或4%,根据不同的情况,佣金的范围可以从运动员合同的5%到50%。特定的部分将取决于中介商的责任、体育赛事等等。

## 6 体育中介法律的演变

目前,美国有28个州制定了体育中介商法规,由于法规都有一个共同的追求目标,各州的国家法律委员联盟已产生了一个为体育中介立法为目标的草案委员会。该委员会提议实行统一的代理商注册法。统一法案修订了管理运动员代理人 and 体育中介商的各种各样的现行法规。由国家统一法案委员会协会草拟了统一运动员中介商法案。具体有如下内容:1)运动员的界定;2)中介商的定义;3)中介合同;4)禁止和惩罚。

根据现行体育中介法律,政府实体、运动员的亲属或监护人或代表职业体育组织的成员不能作为运动员的中介商注册。限制任何非中介商进行商业操作,侵犯中介商的利益。这个法案要求体育中介商进行注册证明。

运动员协会已经制定出了统一的运动代理协议,协议颁布了运动员和代理商之间争议的解决方式,这种统一的协议每年补充一次,每年的协议必须送到运动员协会,做为更新运动员和代理商之间关系的证据。

总的来说,美国体育中介商发展的阶段特征告诉我们,

不同时期,伴随着经济的发展和运动员收入的增加以及观念的转变有不同的表现特征;体育中介商的发展是由小到大、由单一的服务代理到全方位的服务代理,具有经济的烙印和阶段性的特征,体育中介商的专业分工和职业化、综合化增强了体育中介商的服务意识和水平,使得体育中介商的发展不断完善,体育中介商的法律法规逐步健全,又推动了体育中介商进一步的发展。

## 7 结论

(1)经济发展是体育中介商发展的基础,职业运动的高收入和对体育市场的需求是体育中介商发展的前提和条件。

(2)体育中介商的发展是随着体育产业的发展而不断发展壮大,体育作为主要的娱乐形式的需求,使得体育中介商的发展具有阶段性特征,每一阶段伴随着运动员思想观念和利益意识的觉醒不断深入,最终导致体育中介商全面介入体育市场进行运作策划。

(3)美国体育中介商的服务形式和内容随着对体育需求的增加而不断增加,呈现出多样性和全面性,导致体育中介商出现专业分化,有全方位服务中介商,也有专项中介商及内部代理商。

(4)体育中介商的运作是在现行法律保障下进行的,首先是资格和注册的认证,其次是对体育中介商的责任和义务进行限定,第三对运作进行规范,有明确的要求和措施,保证体育中介商的规范运作。

(5)法律是体育中介商进行服务的保障,随着体育中介商服务内容和需求的增加,相关法律也在不断演变和完善,为体育中介商的发展提供了保障,使体育中介商的发展更加公平和有效。

## 参考文献:

- [1] Boeck G. Cooper cashes in for NBA coaches: Agent snags rewarding deals[J]. USA Today, 1997, September 25: C1 - C2.
- [2] Yasser R. McCurdy J. Goplerud P. Sports Law: Cases and Materials[M]. Cincinnati: Anderson Publishing Co, 1997.
- [3] Curtis T. Athlete agent legislation and regulation update[J]. The Sport Lawyer, 1997, July/August, 3.
- [4] Brennan C. Inside edge: A Revealing Journey into the Secret Worm of Figure Skating[M]. New York: Doubleday, 1996.
- [5] Burwell B. David Falk: The most powerful man in the NBA[J]? USA Today, 1996, June 28, C1 - C2.
- [6] Conway R. Game Misconduct: Alan Eagleson and the Corruption of Hockey[M]. Toronto: MacFarlane, Walter, & Ross, 1995.
- [7] Willette A, Waggoner J. Rich can't afford to dismiss budget: Even superstars need financial coaching[J]. USA Today, 1996, July 12, 5B.

[编辑:李寿荣]