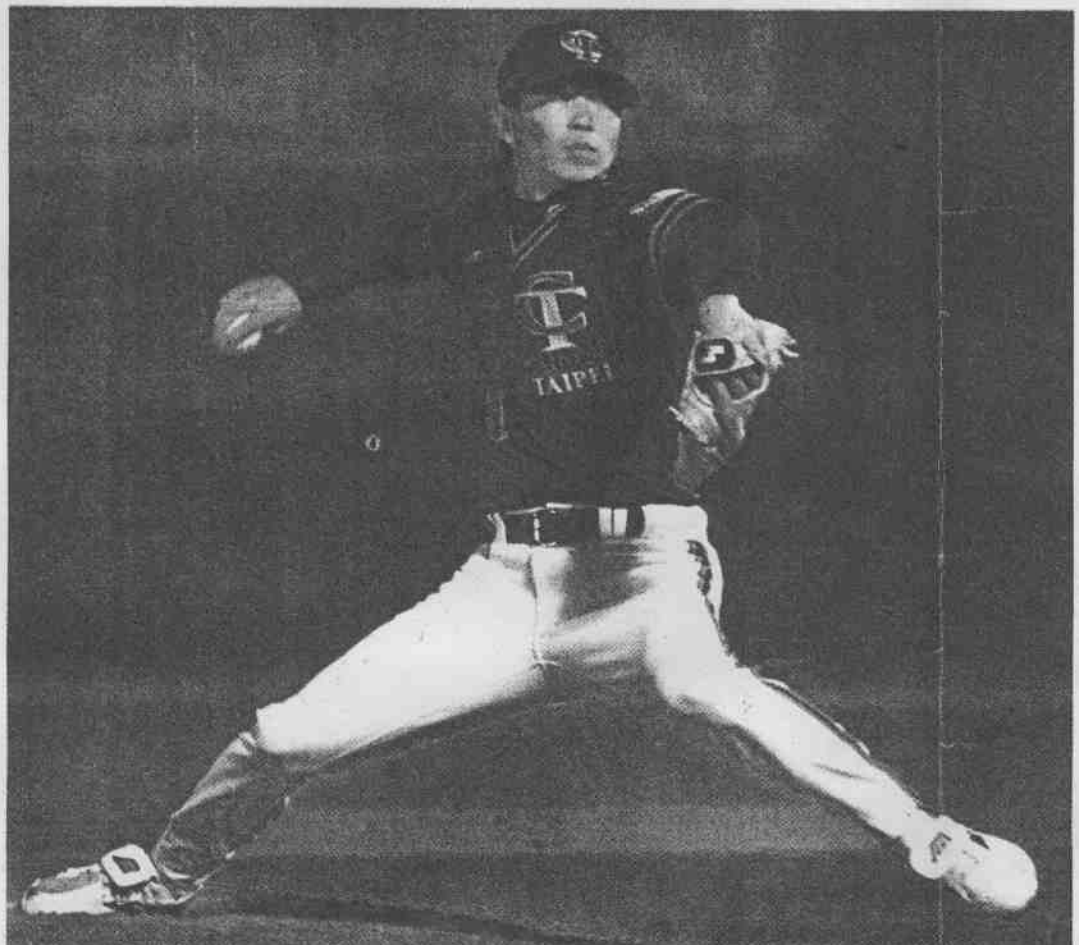


運動經紀人制 大陸已發芽滋長

我國一直缺乏規範 無從做起 大陸已經實施 可供參考



記者高正源／專題報導

運動經紀人已成為各國在推廣體育活動之餘的另外一個必要制定的制度，尤其是在發展有職業運動的國家，更要有運動經紀人的制度，否則不但會造成市場的混亂，更會使自己在國外經紀人的圍攻下，完全失去競爭的空間。

在國際單項總會之中，國際足球對於經紀人的規範最為嚴格，想在國際足球壇上擔任足球的經紀人，不但需要取得國際足球總核發的執業證書，還需繳交二十萬瑞士法郎的保證金，國際足球總會這樣嚴格的规定，最主要是擔心經紀人在做出違反規範或因做法不當導致旗下運動員負債等情況時，有所以以彌補的資金可以運用，也就是這二十萬瑞士法郎，以維護受害者的權益。

國內的職業運動發展若以職棒為基準，不過短短十三年時間，但如果把個人項目加進來，則也有將近三十年的時間了，如高爾夫、網球等，則九九〇年棒運職業化後，也有不少有心人士想擔任經紀人這個工作，但因國內以當時全國體總為首的領導單位一直沒有這方面的規範與制度，讓

這些人也無從做起。

這個影響所及，就發生在當初的中華職棒聯盟聘用洋將的問題上，國外的運動經紀人把一些身體有傷病的洋將介紹給龍獅虎象四支職棒的元老球隊，弄得球隊要笑不得，也花了不少冤枉錢。

大陸實施這個管理制度，在他們發展職業足球後，也面臨到像我們職棒的情形一樣，被國外經紀人弄一些不堪使用的「物品」到大陸賺人民幣，搞得大陸足球壇也是怨聲載道。

大陸體育總局體育經濟司張劍在體育總局的網站上，就有專文介紹大陸實施這套制度的發展背景及做法，國人不妨參考一番。

◆今年亞運棒球賽中日之戰，觀眾席上就出現這般多球探也是經紀人對每一個球員的表現互相討論。

記者李天助／攝

◆在亞運表現突出的林岳平，很可能又被經紀人盯上了。

記者李天助／攝



體育經紀人制大陸已發芽滋長

以北京、上海、江蘇和廣東為試點 進行教育培訓與考核 已收到成效

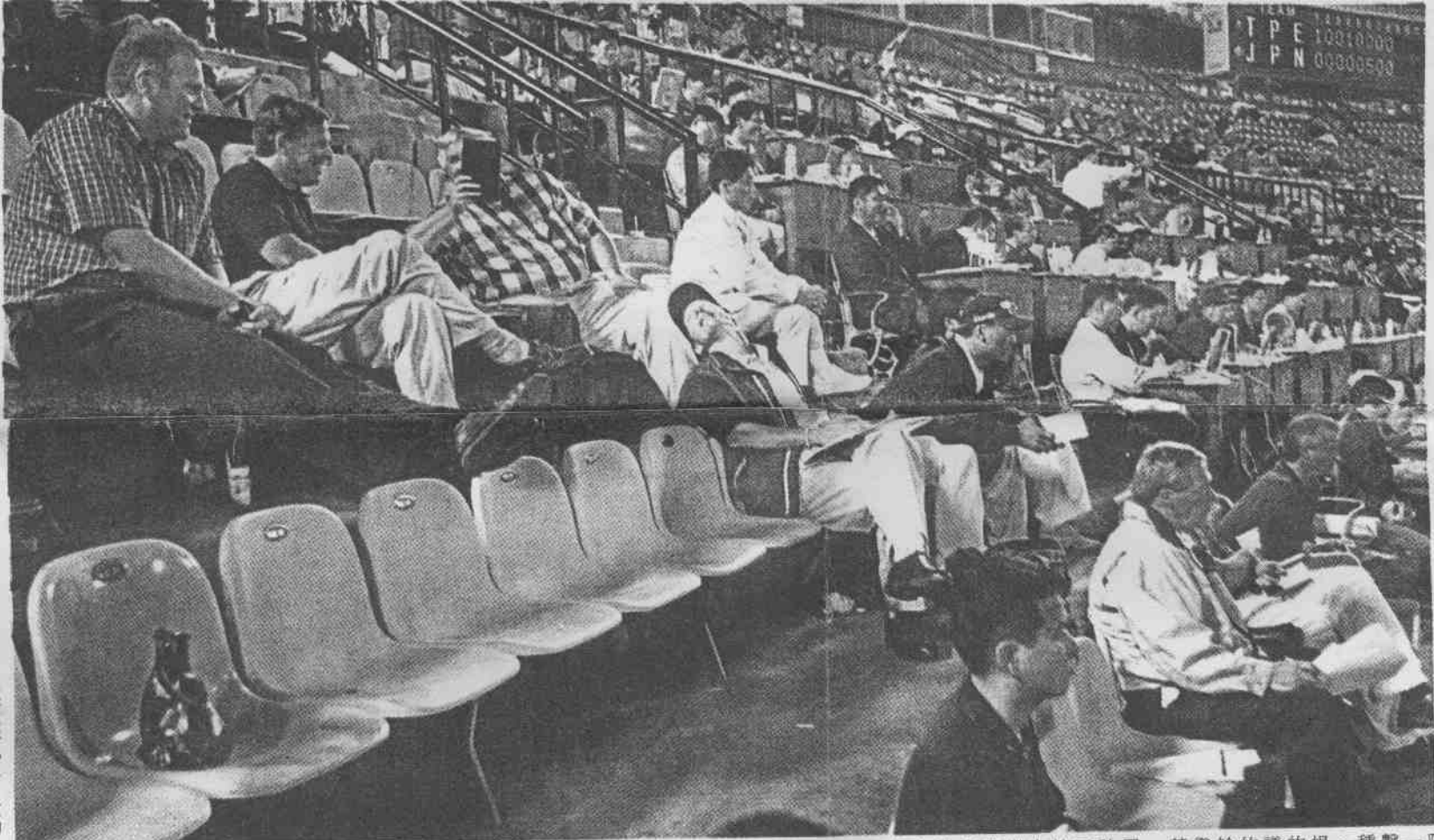
● 仲介機構是促進社會經濟發展的一支重要力量。體育總局的領導也多次提出要發展體育仲介機構。早在一九九五年，國家體委就下發了《體育產業發展綱要》，提出了逐步建立各種體育競賽仲介服務機構。一九九九年在全國體委主任會上，伍紹祖同志指出，政府機構改革的過程中，要把一些微觀的、具體的事務交給事業單位、仲介組織和社會去辦，要把體育仲介機構當做產業化的重點之一來抓。袁偉民同志又提出一個具體要求：把體育經紀人管理規定作為近期重點立法專案之一。

為完成這項任務，國家體育總局和國家工商行政管理局把體育經紀人的立法作為今年明年的一項重點工作納入了工作計畫；二是總局在四個地方：北京、上海、江蘇、廣東進行了體育經紀人教育培訓和考核的試點並取得成效。由於工作已逐步展開，加上媒體的宣傳，體育經紀人成為最近一段時期的一個熱門的話題。今天我根據大家所關心的問題，以及我們的工作進程和工作設想，做一個簡單的介紹。

國際上體育經紀人是隨著職業體育的興起而逐步發展起來的，它基於現代職業體育的三個特點，即市場背景下的競爭性、流動性和一體化。上述特點為經紀人的生存開闢了一個廣闊的空間。美國和歐洲是體育經紀人產生比較早的國家，也是當今體育經紀活動最發達的兩個地區，尤其以美國最為典型。美國的體育經紀人即職業

我國經紀人的發展經歷了建國之前的民間經紀還是有一務所、牙行、典當行。建國後經濟體制的建立，經紀人在真跡了。三中全會以後，經紀人二十年來發展道路也不太平坦

編者按：大陸運動經紀人的管理，大陸體育總局體育經濟司張劍曾在大陸體育經濟發展的網站上發表整個本報特刊的轉載，讓國人了解大陸方面的做法。



陸已發芽滋長

進行教育培訓與考核 已收到成效

大家所關心的問題，以及我們的工作進程和工作

設想，做一個簡單的介紹。

國際上體育經紀人是隨著職業體育的興起而逐步發展起來的，它基於現代職業體育的三個特點，即市場背景下的競爭性、流動性和一體化。上述特點為經紀人的生存開闢了一個廣闊的空間。美國和歐洲是體育經紀人產生比較早的國家，也是當今體育經紀活動最發達的兩個地區，尤其以美國最為典型。美國的體育經紀人即職業

一、我國經紀人的發展過程

體育經紀人，大約在一九二〇年代就已經出現，到現在為止已經形成了一套比較完整的運作體制。

二、經紀人的含義

在各種教科書和法規中對經紀人的定義不盡一致。國家工商行政管理處《經紀人管理辦法》中對經紀人的定義是這樣的：「經紀人是指在經濟活動中以收取佣金為目的，為促成他人交易而從事居間、行紀或代理等經紀業務的公民、法人和其他經濟組織」。套用經紀人的定義，簡言之體育經紀人就是在體育領域中從事上述業務的人。從這個表述當中我們可以看出經紀人的兩個核心構成要素：一是促成他人交易；二是以收取佣金為目的。日常生活中不以盈利為目的的中介活動不是經紀活動，至少不是經紀人管理辦法中要規範的經紀活動；另外經紀活動的目的還應當是促成他人交易，促成他人的經濟活動並實現商業目的，這是經紀活動的另外一個特點。比如婚姻介紹、婚姻介紹的目的不是促成男女雙方的商業交易，所以說婚姻介紹不是經紀活動，介紹人也不是經紀人。

三、我國體育經紀人發展現狀

目前我國體育經紀人的發展是一個什麼樣的狀況呢？簡單地說，我國目前體育經紀形式主要有兩種。一種是球員轉會的經紀，一種是賽事推廣。針對球員轉會這種經紀來講，主要處於一種自發的、無序的狀態，這種經紀行為水平很低。聽說海埂有一些國外的經紀人，當然還有一些身分不明的人，瞄準了我們的球員轉會市場，通過各種法律與球員和俱樂部接觸，進行交易談判。嚴格講這都是非法的，因為根據我國的工商行政管理法規，任何人在大陸境內從事，首先要在大陸境內履行登記手續。不管是在國際足聯的規定也罷，其他組織的規定也罷，在一國內營業就該履行該國的法律程序。目前正好相反，經紀人從國外拉來了球員，隔著一個鐵欄杆，那邊是球員奔跑、踢球，這邊是教練、老闆在外面往裏面看，不讓他們直接接觸，因為一旦直接接觸他們就可能直接談生意了，把經紀人甩到一邊去了。看好了拉出來談價、成交。在這種情況下，實際上對俱樂部的利益是損害，對球員利益也是損害，對中國的法律更是損害，國家的稅收也流失了。

四、規範體育經紀人活動的目的

針對目前體育經紀人發展中存在的上述問題，我們進行體育經紀人立法的目的就是要規範管理，促進發展。我們的出發點首先是扶持經紀人，然後規範經紀人的管理。簡單地說，規範我國體育經紀人管理的目的不外乎四個方面：

第一，規範市場，保護競爭。目前我國的體育經紀活動中，很多球員轉會和賽事活動經紀人（有的一種自發、地下的狀態，有些國內的經紀人）有的也不見得是經紀人）在我國境內從事非法交易，沒有履行任何法律程序，造成了市場的混亂。制定體育經紀人管理辦法，保護公開的、正當的競爭，規範體育市場是非常有必要的。而且通過培訓和考核合格的經紀人應該說都是瞭解市場和法律的經紀人，他們依靠自己的專業素質會給體育經紀市場帶來一些新的東西，使體育經紀市場在比較規範的環境中去運作。

第二，促進分工，提高效益。目前體育管理存在許多政企不分、政事不分的情況，一些體育組織既有行政職能，自己又在運作經濟活動，前店後廠，自產自銷，表面上看，肥水不流外人田，卻很不利于提高整體效益，讓體育管理者去做生意。搞經濟活動，非其長，力不從心。也有一些單位成立了自身的經營開發機構，專門做本單位的經營開發，但由於其隸屬關係，它也不能完全從企業的角度，從市場的規律出發來進行運作。後一階段，有些單位又辦了一些公司，無論是從註冊資本還是登記手續上看，它都是名正言順的、合法的，但從公司自負盈虧、自擔風險、自主經營、自我約束的特點看，它並不純粹，它完全仰仗行業管理部門生存，或高枕無憂，或勉強為繼，沒有市場風險，也缺乏自我發展的可能。經紀人以一種獨立的姿態進入體育經營活動，應當在促進分工、提高效益方面發揮積極作用。

三、推動改革，轉變職能

這個推動是雙向的。經紀人的介入依賴於我們體育改革的推進；其次它也可以推進體育體制改革。經紀人利用自己的力量，把自己的觀念滲透到行政管理工作中去，這種力量是不能忽視的。

第四、面向市場，滿足大眾

經營者要面向大眾，面向市場，而只有面向市場才能面向大眾。場是平民百姓的市場，從這個角度來講，以眼光來運作體育，去發展體育，與為人民服務、違背，同樣能很好地為人民服務。通過體育的目的和滿足群眾的需求是不謀而合的。

限制，到探索發展，到逐步規範化的過程。一九八一年，國務院下發了一系列關於加強市場管理、打擊投機倒把和走私活動的通知，將經紀活動作為一種黑市活動來處理；一九八五年，國務院下發了《關於堅決制止就地倒手轉賣活動的通知》，明確規定不許經紀人牽線掛勾從事漁利。在一九八五年的時候還有這樣的檔，現在聽起來覺得有點不可思議，就是說經紀人發展在我們國家起步是非常晚的，在一九八六年之前這段時間裏，經紀人還是處於萌芽狀態，一方面經紀人在適應市場的需求而自發地發展；另一方面政府又在政策上對其進行限制甚至打擊。

從一九八六年以後到一九九二年前後，黨的十二屆三中全會和十三大提出了發展商品經濟、市場和計畫相結合的體制。在這種背景下人們的思想得到了比較大的開放，適應市場發展新形勢的經紀人開始逐步活躍起來了。作為政府特別是工商管理部门也在經紀人管理方面進行了一些探索。重慶、廣州、武漢等很多地方較早產生了經紀人，主要是商業經紀人。一九九二年，江蘇鎮江成立了全國第一個經紀人事務所，珠海制定了第一個經紀人管理辦法，河北省大寧縣成立了全國第一個經紀人管理協會，經紀人逐步趨於活躍，活動範圍也在逐步加寬，但總體上仍處於一種探索發展的階段。

一九九二年鄧小平同志發表了著名的南巡講話，黨的十四大提出了建立社會主義市場經濟體制的經濟改革目標，極大地解放了人們的思想，國內市場空前活躍，經紀人的發展也到了一個新的階段。各個地方紛紛立法，對經紀人的活動進行規範，一九九五年十月，國家工商管理局頒佈了全國第一部《經紀人管理辦法》，對整個經紀人的培訓、考核、資格認定、從業管理等進行了系統的規定，同時，在這個階段，經紀機構在數量擴大的同時也在向專業化發展，逐步出現了保險、期貨、文化等專業經紀人。

以上是我國經紀人發展的一個簡單的脈絡。

二、經紀人的含義

在各種教科書和法規中對經紀人的定義不盡一致。國家工商行政管理處《經紀人管理辦法》中對經紀人的定義是這樣的：「經紀人是指在經濟活動中以收取佣金為目的，為促成他人交易而從事居間、行紀或代理等經紀業務的公民、法人和其他經濟組織」。套用經紀人的定義，簡言之體育經紀人就是在體育領域中從事上述業務的人。從這個表述當中我們可以看出經紀人的兩個核心構成要素：一是促成他人交易；二是以收取佣金為目的。日常生活中不以盈利為目的的中介活動不是經紀活動，至少不是經紀人管理辦法中要規範的經紀活動；另外經紀活動的目的還應當是促成他人交易，促成他人的經濟活動並實現商業目的，這是經紀活動的另外一個特點。比如婚姻介紹、婚姻介紹的目的不是促成男女雙方的商業交易，所以說婚姻介紹不是經紀活動，介紹人也不是經紀人。

剛才提到經紀活動的三種形式：一種是居間，一種是行紀，還有一種是代理。這三種區別在什麼地方？

所謂居間就是經紀人以自己的名義為交易雙方提供交易機會，促成他人之間的這種交易，他自己並不直接進行交易，純粹起一種牽線搭橋的作用，這是居間這種形態；所謂行紀是指經紀人接受委託人的委託，以自己的名義與第三人進行交易，並且自己承擔法律責任；代理指的是經紀人受委託人的委託，以委託人的名義與第三人從事交易，由此發生的法律責任由委託人承擔。

三、推動改革，轉變職能

這個推動是雙向的。經紀人的介入依賴於我們體育改革的推進；其次它也可以推進體育體制改革。經紀人利用自己的力量，把自己的觀念滲透到行政管理工作中去，這種力量是不能忽視的。

第四、面向市場，滿足大眾

經營者要面向大眾，面向市場，而只有面向市場才能面向大眾。場是平民百姓的市場，從這個角度來講，以眼光來運作體育，去發展體育，與為人民服務、違背，同樣能很好地為人民服務。通過體育的目的和滿足群眾的需求是不謀而合的。