

體育與國民運動在兩種經濟體制下的比較(三之一)

俱樂部 發展競技體育的基本細胞

記者 詹健全／報導

競技體育在市場經濟體制下進行的另一個重要特徵，就是中介機構的廣泛介入。中介機構對競技體育的廣泛介入有兩個原因，一是競技體育有巨額商業利潤，現代競技體育的廣泛性、國際性，使得各類運動競賽，尤其是大型綜合比賽和體育明星成爲眾多廠商追尋的最佳廣告代言人，中介機構透過自己專業性的經紀活動，撮合雙方交易，並從中收取佣金，也實現了自身的利益。

對協會、俱樂部和運動員來說，尋求中介機構作爲他們的商務活動代理，能擴大財源、增加財富，降低交易成本和風險，增強與經濟部門的交往與聯繫，因此，中介機構的介入也符合競技體育自身利益。

在市場經濟體制下，競技體育與中介機構之間的委託代理關係主要有兩種：一種是法人的代理，主要是一些著名的中介機構對各類社團法人的商務代理，例如總部設在瑞士的國際體育娛樂公司(ISL)，就是一個著名的跨國體育中介機構，它從一九八三年起，就成爲國際奧委會的商務代理，全權代理奧林匹克專利權



起，就成爲國際奧委會的商務代理，全權代理奧林匹克專利權

的出售事宜；另一種是運動行銷公司對運動員商務活動的代理，例如荷蘭人赫曼斯就是一個著名的體育經紀人，他也是大陸選手李紅、李彤的經紀人。應該說，健全的中介機構和完善的體育經紀人制度是市場經濟體制下，競技體育得以依托市場自我生存、自我發展的重要條件。

市場經濟體制下的俱樂部是競技體育的基本「細胞」，它的運作也表現出高效、有序的特徵，主要的特色是：

一、依法成立。市場經濟體制下的俱樂部要遵循相關的法律規定。一般而言，公益性俱樂部依據所在國的「民法」、「社團法」和「團體法」相關規定組成；而商業性俱樂部則是依據所在國的「公司法」、「反托辣斯法」和「體育法」的基本要求依法登記註冊。

二、俱樂部的產權關係明晰。儘管俱樂部在成立時有獨資和合資兩種，但產權部份都必須是相當清楚，俱樂部的所有者和經營者的責、權、利的定位關係相當明確，經營者對所有老負有資產保值和增值責任。所以，產權關係明確是俱樂部形成約束和動力機制的重要條件，而這一點又是俱樂部得以高效、有序運作的內在保證。

三、以市場爲取向、自主經營。首

先，俱樂部作爲市場主體，以最大限度激勵和滿足有支付能力的體育消費需求爲自己的經營目標，是直接或間接追求自身利益最大化的主體，對利益的追求迫使他們不斷減低成本、提高效益，其次，俱樂部作爲具有產權完全獨立的體育服務經營者，可以自由支配、使用歸自己經營的資產，從而促進運作的效率和效益的提高，所以，儘管一國競技體育在宏觀上可能是無組織、無計畫的，但它在微觀上卻是有序和高效率的。(完)



青年體操隊昨天在體育會議中小露身手。
記者陳陽智／攝