



体育人文社会学

我国体育产业市场化相关主体的利益博弈分析*

陈东灵

(厦门大学 管理学院 福建 厦门 361005)

摘要:首先,分析了我国体育产业市场化的动因、利益冲突与协调。其次,基于演化博弈理论,构建了我国体育产业市场化相关主体的利益博弈模型。研究发现,关于体育产业市场化的问题,体育管理部门、盈利性体育组织和非盈利性体育组织分别选择“支持”“参与”“参与”为演化稳定策略。

关键词:体育产业;市场化;相关主体;利益博弈

文章编号:1001-747X(2013)01-0040-05

文献标识码:A

中图分类号:G80-052

Analysis of Related Subjects Interest Game on Market - Oriented of Chinese Sports Industry

CHEN Dong-ling

(School of Management, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: It is analyzed in this article the motivation, conflict and coordination of interest in Chinese sports industry. The analysis is then followed by introduction of building interest game model of related subjects in Chinese sports industry based on the evolutionary game theory. The result shows that in term of market-oriented of sports industry, sports management departments, profit sports organizations and non-profit sports organizations respectively chose to “support”, “participate”, “participate” are evolutionary stable strategies.

Key words: sports industry; market-oriented; related subjects; interest game

我国正处于经济转型和制度变迁的特殊历史阶段,体育事业要获得持续发展,需要进行整体和深层次改革,而产业化改革是必然选择^[1]。体育产业被称为“21世纪的朝阳产业”,展现出强劲的发展势头。市场化有利于提高体育资源的优化配置,以市场为导向来生产提供体育产品或服务,有利于做大做强我国体育产业,使其真正成为国民经济的新增长点。因而,体育产业既要服务于人们的精神需求,也要追求利润最大化,为了实现我国体育产业由计划模式向市场模式的顺利转轨,需要深化对体育产业经济属性的认识。

1 我国体育产业市场化的动因、利益冲突与协调

1.1 动因

市场化指市场在资源配置中起基础性调节作用。体育产业市场化意味着体育管理部门放松对体育产业运行主体的行政管制,以“市场机制为主、行政干预为辅”作为调节体育产业运行的基本原则。

我国体育产业市场化的动因体现在5个方面:(1)体育产业市场化符合我国产业结构调整 and 升级的要求;(2)体育产业市场化有利于最大化体育产业的经济效益;(3)体育产业市场化培育了市场主体,有利于提高体育管理部门的行政效率;(4)体育产业市场化增强了企业活力,有利于提高体育产业的市场竞争力;(5)体育产业市场化符合新的消费趋向和潮流,满足了人们多样化的体育消费需求。

1.2 利益冲突与协调

首先,体育产业市场化的过程涉及到3种核心利益:一是集体荣誉,注重“政绩体育”,即体育产业要争取集体荣誉,大到国家小到企业、社区,体育竞技能有效增强内部成员的集体荣誉感;二是经济效益,关注“经济体育”,即体育产业作为新型产业,可以在很大程度上拉动地方经济的发展,吸纳社会就业和创造生产总值,同时反过来为体育产业的发展提供经费保障;三是全民健身,强调“民生体育”,即体育产业要为全民健身服务,提高广大群众的身体素质和健康程度^[2]。而这三种核心利益能否顺利实现,与体育管理部门、盈利性和非盈利性体育组织

* 收稿日期:2012-08-16;修回日期:2012-10-07

作者简介:陈东灵(1986-),男,福建泉州人,博士生,研究方向为组织理论、营销管理和博弈论研究,E-mail: xmucl@126.com。

三类利益主体紧密相关。具体而言,为实现集体荣誉,体育管理部门起着主导作用,但其存在着效率低下和缺乏监督的问题,影响盈利性和非盈利性体育组织的发展,这又会在根本上牵制体育竞技水平的提高,阻碍集体荣誉感的建立;为实现经济效益,盈利性体育组织则起着关键重要,但其存在过分追求私利的问题,并且体育管理部门的过度干预与行政管制,也会降低盈利性体育组织的利润水平;为实现全民健身,非盈利性体育组织起着决定性作用,但其存在着社会关注度不高、资金来源不足和法律保障不到位的问题,一方面需要通过盈利性体育组织的繁荣发展来诱导、带动公众的健身休闲意识,另一方面需要体育管理部门提供经费支持和法律保障。因此,这三类利益主体存在相互利益关系,彼此间相互的紧密配合与协调互补是实现体育产业核心利益的基础,更关键的利益方在于体育管理部门。

其次,在传统计划经济体制下,体育管理部门存在角色定位不清的问题,将体育资源控制在自己手中,很多社会资本难以涉足体育产业。不少体育组织具有明显的“官民二重性”,要么是各级政府和体育行政部门的代言人,要么是纯粹的虚构体。在前一阶段国家机构改革的浪潮中,体育系统成立了许多项目管理中心,但这些“亦官亦民”的机构终究还是隶属于体育管理部门^[3]。体育产业的彻底改革需以市场化为推进路径,赋予民间体育组织实质性的自主权力,放松行政职权对体育产业的管制。

第三,在体育产业市场化过程中,体育管理部门作为政府的“代言人”,其目标必然是多元化的,各种政治利益、社会利益和经济利益等交织在一起,使得体育管理部门很难真正为各类民间体育组织的利益考虑,加上不同利益主体的利益诉求不同,难免造成体育管理部门与民间体育组织的矛盾,各方利益关系难以协调。例如,足协权力过分集中,排斥市场作用,以强制性和指令性行政手段管理职业化足球发展,特别是利用行政干预对俱乐部赞助商的行业性质做出限制性规定等,损害了俱乐部的市场利益。因而,为打破僵局,需要体育管理部门和民间体育组织权衡得失,寻找到共同的利益契合点。

2 我国体育产业市场化相关主体的利益博弈模型

2.1 基本假设

体育产业市场化的博弈过程涉及三类利益主体:一是国家及各级体育行政管理部门,包括国家体育总局、各运动项目管理中心(协会)、地方体育管

理部门等具有行政职权的体育监管机构,从某种意义上看,体育行政管理部门类似于我国政府机构在体育管理领域的直接利益代表;二是盈利性体育组织,包括体育赛事策划企业、体育产品设计企业、体育产品研发企业、体育产品生产企业、体育产品销售企业、体育咨询企业、体育经纪企业、职业体育俱乐部、体育培训企业、体育媒体机构、体育表演企业等以实现利润最大化为根本目标、自主经营、自负盈亏的体育组织;三是除有官方性质的体育管理部门以外的各种非盈利性体育组织,包括各类体育爱好者协会(足球爱好者协会、羽毛球爱好者协会等)、球迷协会、民间体育社团组织、体育志愿者组织、体育慈善组织、体育科研单位、体育院校等具有公益性质的体育组织。

将体育管理部门、盈利性体育组织和非盈利性体育组织抽象为3个群体 x, y, z ,他们都是有限理性的博弈方,这意味着博弈方不可能通过一次博弈就能找到获得最大利益的最优策略,而是经过多次重复博弈过程中的不断学习与模仿,寻找到一个较好的策略^[4]。在体育产业市场化的进程中,不仅需要体育管理部门的政策支持与引导,而且需要盈利性和非盈利性体育组织等社会力量的共同参与和配合,才能真正达到我国体育产业市场化的发展目的,全面带动各类体育组织和各项体育事业的蓬勃发展。因此,对于体育产业市场化的问题,体育管理部门 x 可能选择“支持”、“不支持”两种策略,盈利性体育组织 y 和非盈利性体育组织 z 均可能选择“参与”、“不参与”两种策略。

体育管理部门 x 选择“支持”和“不支持”策略、盈利性体育组织 y 选择“参与”和“不参与”策略、非盈利性体育组织 z 选择“参与”和“不参与”策略的概率分别是 $\eta, 1-\eta, \alpha, 1-\alpha, \beta, 1-\beta$ 。

π_{G1} 为体育管理部门采取“支持”策略的“收益”,不但包括百姓体育生活的丰富化、体育文化的普及、体育强国的建立等声誉提高带来的无形收益,还包括体育产业投资力度加大、体育产品或服务的社会需求增加、体育产业经济价值的增长、体育产业价值占GDP的比重提高等有形收益。此外,体育管理部门通过“支持”体育产业市场化,有利于将一些自己不擅长的事务交由市场力量完成,从而达到精简人员、节约行政成本、缩减行政审批渠道和手续、提高行政效率的目的,这也是不容忽视的潜在“收益”。 C_{G1} 为体育管理部门采取“支持”策略的“成本”,包括由于市场化后体育管理部门部分行政权力、垄断权力的自动失去和为推进体育产业市场化所需人、财、物的投入成本。例如,体育管理部门将

各类体育赛事的主办权和电视转播权让渡给市场主体,以实现市场化运作。 π_{G2} 为体育管理部门采取“不支持”策略的“收益”, C_{G2} 为体育管理部门采取“不支持”策略的“成本”。我国加入WTO后,体育行业与国外同行的交流沟通程度日益增强,体育产业市场化是大势所趋,有利于提高我国体育产业的综合实力。因此, $\pi_{G1} - C_{G1} > \pi_{G2} - C_{G2} > 0$ 。

π_{P1} 为盈利性体育组织采取“参与”策略的“收益”, C_{P1} 为盈利性体育组织采取“参与”策略的“成本”。 π_{NP1} 为盈利性体育组织采取“不参与”策略的“收益”, C_{NP1} 为盈利性体育组织采取“不参与”策略的“成本”。盈利性体育组织积极参与到体育产业市场化过程中:一是在监管政策放宽的前提下,盈利性体育组织的经营自主性得到极大提高,能通过不断挖掘消费者对体育产品或服务的消费需求,探寻到新市场空白和商机,进一步满足消费者需求,扩大市场份额;二是在体育管理部门降低准入门槛和政策扶持下,盈利性体育组织的发展能获得更有利的制度环境和法律环境,例如税收减免;三是体育产业的市场化能吸引更多的社会资金投入,体育产品市场的繁荣,有助于企业生产出更优质、更丰富的体育产品,从而带来更多的市场关注和消费需求,增加盈利性体育组织的盈利空间,当然,所面临的行业竞争也会更加激烈;四是体育产业市场化后,体育管理部门对体育资源的垄断性和控制程度会大大降低,这能节约盈利性体育组织的市场交易费用。所以,这

里假设 $\pi_{P1} - C_{P1} > \pi_{P2} - C_{P2}$ 。

π_{NP1} 非盈利性体育组织采取“参与”策略的“收益”, C_{NP1} 为非盈利性体育组织采取“参与”策略的“成本”。 π_{NP2} 非盈利性体育组织采取“不参与”策略的“收益”, C_{NP2} 为非盈利性体育组织采取“不参与”策略的“成本”。非盈利性体育组织参与到体育产业市场化进程中:一是伴随着体育产业的商业化,体育产品和服务日益丰富多样化,越来越多的人意识到体育运动、健身休闲等生活习惯的重要性,体育生活逐渐成为人们日常生活的一部分,越来越多的人加入到体育爱好者协会、民间体育社团组织、体育志愿者组织、体育慈善组织等,从而壮大了非盈利性体育组织的规模和影响力;二是体育产业的商业化,迫切需要大批熟悉体育市场经营的专业管理人才,这为体育科研单位、体育院校等创造了十分有利的发展契机。所以,这里假设 $\pi_{NP1} - C_{NP1} > \pi_{NP} - C_{NP2}$ 。

对于体育管理部门 x 、盈利性体育组织 y 和非盈利性体育组织 z 而言,选择“支持”或“参与”策略都优于选择“不支持”或“不参与”策略,因此,(支持,参与,参与)是各博弈方的最优策略选择。但是,由于各博弈方的有限理性,他们事先并不知道最优策略,也无法在每次博弈中都找到最优均衡点,于是最佳策略就是通过长期的模仿和改进,逐步趋于某个稳定策略,这个策略称为演化稳定策略。

根据上述假设,得到博弈三方的支付矩阵如表 1 所示。

表 1 博弈三方的支付矩阵

盈利性体育组织	参与 α	不参与 $1 - \alpha$	参与 α	不参与 $1 - \alpha$
支持 η	$\pi_{G1} - C_{G1}$	$\pi_{G1} - C_{G1}$	$\pi_{P1} - C_{P1}$	$\pi_{G1} - C_{G1}$
	$\pi_{P1} - C_{P1}$	$\pi_{P2} - C_{P2}$	$\pi_{NP1} - C_{NP1}$	$\pi_{P2} - C_{P2}$
体育管理部门 x	$\pi_{NP1} - C_{NP1}$	$\pi_{NP1} - C_{NP1}$	$\pi_{NP2} - C_{NP2}$	$\pi_{NP2} - C_{NP2}$
	$\pi_{G2} - C_{G2}$	$\pi_{G2} - C_{G2}$	$\pi_{G2} - C_{G2}$	$\pi_{G2} - C_{G2}$
不支持	$\pi_{P1} - C_{P1}$	$\pi_{P2} - C_{P2}$	$\pi_{P1} - C_{P1}$	$\pi_{P2} - C_{P2}$
	$\pi_{NP1} - C_{NP1}$	$\pi_{NP1} - C_{NP1}$	$\pi_{NP2} - C_{NP2}$	$\pi_{NP2} - C_{NP2}$
非盈利性体育组织 z	参与 β		不参与 $1 - \beta$	

2.2 复制动态方程和演化稳定策略

体育管理部门 x 选择“支持”策略的收益为:

$$\mu_{x1} = \alpha\beta(\pi_{G1} - C_{G1}) + (1 - \alpha)\beta(\pi_{G1} - C_{G1}) + \alpha(1 - \beta)(\pi_{G1} - C_{G1}) + (1 - \alpha)(1 - \beta)(\pi_{G1} - C_{G1}) = \pi_{G1} - C_{G1}$$

体育管理部门选择“不支持”策略的收益为:

$$\mu_{x2} = \alpha\beta(\pi_{G2} - C_{G2}) + (1 - \alpha)\beta(\pi_{G2} - C_{G2}) + \alpha(1 - \beta)(\pi_{G2} - C_{G2}) + (1 - \alpha)(1 - \beta)(\pi_{G2} - C_{G2}) = \pi_{G2} - C_{G2}$$

体育管理部门 x 的平均收益为:

$$\mu_x = \eta\mu_{x1} + (1 - \eta)\mu_{x2} = \eta(\pi_{G1} - C_{G1}) + (1 - \eta)$$

$$(\pi_{G2} - C_{G2})$$

盈利性体育组织 y 选择“参与”策略的收益为:

$$\mu_{y1} = \eta\beta(\pi_{P1} - C_{P1}) + (1 - \eta)\beta(\pi_{P1} - C_{P1}) + \eta(1 - \beta)(\pi_{P1} - C_{P1}) + (1 - \eta)(1 - \beta)(\pi_{P1} - C_{P1}) = \pi_{P1} - C_{P1}$$

盈利性体育组织 y 选择“不参与”策略的收益为:

$$\mu_{y2} = \eta\beta(\pi_{P2} - C_{P2}) + (1 - \eta)\beta(\pi_{P2} - C_{P2}) + \eta(1 - \beta)(\pi_{P2} - C_{P2}) + (1 - \eta)(1 - \beta)(\pi_{P2} - C_{P2}) = \pi_{P2} - C_{P2}$$

盈利性体育组织 y 的平均收益为:

$$\mu_y = \alpha\mu_{y1} + (1 - \alpha)\mu_{y2} = \alpha(\pi_{P1} - C_{P1}) + (1 - \alpha)$$

$$(\pi_{G2} - C_{G2})$$

非盈利性体育组织 z 选择“参与”策略的收益为:

$$\mu_{z1} = \alpha\eta(\pi_{NP1} - C_{NP1}) + (1 - \alpha)\eta(\pi_{NP1} - C_{NP1}) + \alpha(1 - \eta)(\pi_{NP1} - C_{NP1}) + (1 - \alpha)(1 - \eta)(\pi_{NP1} - C_{NP1}) = \pi_{NP1} - C_{NP1}$$

非盈利性体育组织 z 选择“不参与”策略的收益为:

$$\mu_{z2} = \alpha\eta(\pi_{NP2} - C_{NP2}) + (1 - \alpha)\eta(\pi_{NP2} - C_{NP2}) + \alpha(1 - \eta)(\pi_{NP2} - C_{NP2}) + (1 - \alpha)(1 - \eta)(\pi_{NP2} - C_{NP2}) = \pi_{NP2} - C_{NP2}$$

非盈利性体育组织 z 的平均收益为:

$$\bar{\mu}_z = \beta\mu_{z1} + (1 - \beta)\mu_{z2} = \beta(\pi_{NP1} - C_{NP1}) + (1 - \beta)(\pi_{NP2} - C_{NP2})$$

可得体育管理部门、盈利性和非盈利性体育组织的复制动态方程为:

$$\begin{cases} F(\eta) = \frac{d\eta}{dt} = \eta(\mu_{x1} - \bar{\mu}_x) = \eta(1 - \eta)(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \\ F(\alpha) = \frac{d\alpha}{dt} = \alpha(\mu_{y1} - \bar{\mu}_y) = \alpha(1 - \alpha)(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \\ F(\beta) = \frac{d\beta}{dt} = \beta(\mu_{z1} - \bar{\mu}_z) = \beta(1 - \beta)(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2}) \end{cases} \quad (1)$$

根据式(1),令 $F(\eta) = 0, F(\alpha) = 0, F(\beta) = 0$ 得到 8 个局部平衡点,用 $E_n(\eta, \alpha, \beta)$ 表示为: $E_1(0, 0, 0), E_2(1, 0, 0), E_3(0, 1, 0), E_4(0, 0, 1), E_5(1, 1, 0), E_6(1, 0, 1), E_7(0, 1, 1), E_8(1, 1, 1)$ 。

但这 8 个平衡点不一定是演化稳定策略,这是因为一个稳定状态必须对微小扰动具有稳健性才能称为演化稳定策略。这里利用 Lyapunov 定理进行判断,根据 Lyapunov 稳定性分析,当行列式的值 $det J < 0$ 且迹 $tr J < 0$ 时,系统处于稳定状态。对式(1)整理得:

$$\begin{cases} \frac{\partial F(\eta)}{\partial \eta} = (1 - 2\eta)(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}), \frac{\partial F(\eta)}{\partial \alpha} = 0, \frac{\partial F(\eta)}{\partial \beta} = 0 \\ \frac{\partial F(\alpha)}{\partial \eta} = 0, \frac{\partial F(\alpha)}{\partial \alpha} = (1 - 2\alpha)(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}), \frac{\partial F(\alpha)}{\partial \beta} = 0 \\ \frac{\partial F(\beta)}{\partial \eta} = 0, \frac{\partial F(\beta)}{\partial \alpha} = 0, \frac{\partial F(\beta)}{\partial \beta} = (1 - 2\beta)(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2}) \end{cases} \quad (2)$$

由式(2)可得该演化系统的雅可比矩阵为:

$$J = \begin{vmatrix} \frac{\partial F(\eta)}{\partial \eta} & \frac{\partial F(\eta)}{\partial \alpha} & \frac{\partial F(\eta)}{\partial \beta} \\ \frac{\partial F(\alpha)}{\partial \eta} & \frac{\partial F(\alpha)}{\partial \alpha} & \frac{\partial F(\alpha)}{\partial \beta} \\ \frac{\partial F(\beta)}{\partial \eta} & \frac{\partial F(\beta)}{\partial \alpha} & \frac{\partial F(\beta)}{\partial \beta} \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} (1 - 2\eta)(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) & 0 & 0 \\ (1 - 2\alpha)(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) & 0 & 0 \\ 0 & 0 & (1 - 2\beta)(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2}) \end{vmatrix} \quad (3)$$

根据式(3)算出该系统平衡点的稳定性情况,从表 2 可以看出, $E_8(1, 1, 1)$ 是稳定点,即体育管理

部门、盈利性和非盈利性体育组织分别采取“支持”“参与”“参与”为稳定策略。为了更直观地理解表 2 结合相图 1,该图描绘了体育管理部门、盈利性和非盈利性体育组织博弈的动态演化过程。即博弈三方经过反复博弈,不断调整策略,最终达到博弈的演化稳定点 $E_8(1, 1, 1)$ 。另外,在博弈过程中,构成博弈各方收益函数的某些参数的初始值及其变化都会导致演化系统向不同的平衡点收敛^[5]。

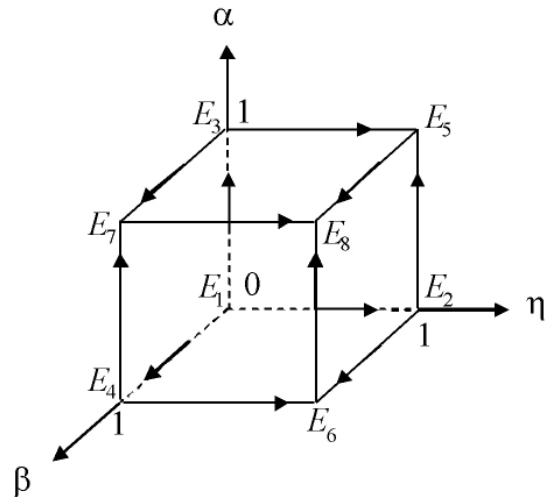


图 1 演化博弈轨迹示意图

3 建议

首先,体育管理部门、盈利性和非盈利性体育组织分别采取“支持”“参与”“参与”是博弈的演化稳定策略。对体育管理部门来说,支持体育产业市场化,即加快体育产业立法步伐、拓宽体育产业融资机制、赋予盈利性和非盈利性体育组织充分自由的交易空间、履行监督和调控职能、激发市场主体的积极性和活力、为体育产业的健康发展“保驾护航”是重要职责。对盈利性体育组织来说,积极参与到体育产业市场化,接受激烈的市场竞争“洗礼”、积累丰富的市场经验与教训、全面了解消费者需求和市场潮流、获得更多的消费者认可,对于提升品牌知名度是十分重要的。对非盈利性体育组织来说,参与体育产业市场化,才能适应大众体育、全民健身的发展趋势,与新的市场理念相融合,为社会输送更多的体育专业人才,从而获得更广泛的群众基础和关注,拥有更高的社会知名度。

其次,体育产业市场化不是要一概否认体育管理部门的行政职能。有一种片面的观点认为,市场方式是最有效的资源配置手段,完全可以代替政府部门的行政调控方式。其实不然,当出现严重信息不对称情形时,市场本身无法有效满足公共利益,此

时就需政府部门通过适度的行政干预来维持正常的市场交易秩序。并且要指出的是,体育产业不同于其它行业,因为体育产品或服务,有些属于私人产品,如收费的运动场所,可以通过市场手段来提高产品供给效率;有些体育产品或服务则属于公共产品,

具有很强的正外部性,如公共的运动场所等,容易导致过度需求、供给不足和供给不公平,此时市场机制是失灵的,这便需要体育管理部门采取行政干预措施,来弥补市场的无效行为。

表 2 平衡点稳定性分析

平衡点	$detJ$	$detJ$ 符号	trJ	trJ 符号	稳定性
$E_n(\eta, \alpha, \beta)$					
$E_1(0, 0, 0)$	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	> 0	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $+ (\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $+ (\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	> 0	不稳定
$E_2(1, 0, 0)$	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	< 0	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $+ (\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $+ (\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	不确定	不稳定
$E_3(0, 1, 0)$	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	< 0	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $-(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $+ (\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	不确定	不稳定
$E_4(0, 0, 1)$	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	< 0	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $+ (\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $-(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	不确定	不稳定
$E_5(1, 1, 0)$	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	> 0	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $-(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $+ (\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	不确定	不稳定
$E_6(1, 0, 1)$	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	> 0	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $+ (\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $-(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	不确定	不稳定
$E_7(0, 1, 1)$	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	> 0	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $-(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $-(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	不确定	不稳定
$E_8(1, 1, 1)$	$(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2}) \cdot$ $(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2}) \cdot$ $(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	< 0	$-(\pi_{G1} - C_{G1} - \pi_{G2} + C_{G2})$ $-(\pi_{P1} - C_{P1} - \pi_{P2} + C_{P2})$ $-(\pi_{NP1} - C_{NP1} - \pi_{NP2} + C_{NP2})$	< 0	稳定

因此,在体育产业市场化过程中,既要重视市场的自发调节作用,也不能忽视体育管理部门的行政管理职能,这样才能避免“市场失灵”和“政府失灵”等各种不良现象的产生。具体而言,需要体育管理部门转变行政理念和管理职能,以按照市场经济规律办事为原则,合理地运用行政权力,不断建立健全相应的政策法规支持体育产业的商业化,建立体育产权制度,投入时间和资金培育体育产品市场、体育竞赛市场、体育金融市场、体育技术市场、体育表演市场、体育彩票市场、体育咨询市场、体育旅游市场等,为体育产业市场化运作创造良好的制度环境和法律环境。

参考文献:

[1] 许敏雄,陆亨伯,汪浩翰,等. 制度变迁下我国体育事业产业化的路径选择[J]. 上海体育学院学报, 2009, 33(2): 24-26.
 [2] 陆宗芳,罗玲红. 公共治理视角下的中国体育事业发展模式[J]. 北京体育大学学报, 2009, 32(10): 19-21.
 [3] 张新萍. 中国体育改革的动力与阻力[J]. 体育学刊, 2006, 13(4): 1-4.
 [4] 达庆利,张骥骧. 有限理性条件下进化博弈均衡的稳定性分析[J]. 系统工程理论方法应用, 2006, 15(3): 279-284.
 [5] Weibull J W. Evolutionary game theory [M]. Boston: MIT Press, 1998.