

新《体育法》视野下的体育赛事产权及其法律保护

周 颖

(青岛大学法学院,山东 青岛 266071)

摘要:从理论上来看,体育赛事产权是体育赛事举办权、体育赛事版权的上位概念,其权利客体既包括具体体育赛事也包括抽象体育赛事,是体育赛事组织者对体育赛事所享有的包括体育赛事举办权、传播权、商标权、门票销售权、商业开发权等在内的一切财产性权利,是由一整套权利组合而成的财产权权利束。体育赛事产权既可以通过创立新的体育赛事的方式由体育赛事组织者原始取得,也可以通过受让等方式继受取得。体育赛事产权与其他财产权一样需要进入市场进行交易,其市场交易形式既包括对包含举办权在内的体育赛事产权的整体转让交易,也包括以体育赛事产权为基础的特许经营权许可交易。在最新修订的《中华人民共和国体育法》并未明确规定体育赛事组织者对体育赛事享有财产权利的背景下,实践中应依据有关物权、债权、知识产权等部门法规范,对体育赛事产权的各项子权利分别进行保护。

关键词:体育赛事产权;体育赛事组织者;新《体育法》

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

文章编号:1008-7699(2023)04-0054-09

体育赛事产权是体育赛事市场乃至整个体育产业市场上的顶级资源。近年来,我国体育赛事的商业化经营不断深入,体育产业领域出现了大量围绕体育赛事产权开展的市场活动,不少地方政府也组建了体育赛事产权交易平台。^[1-2]因此,有关体育赛事产权的法律规范亟待跟进。然而,2022年6月24日最新修订的《中华人民共和国体育法》(以下简称新《体育法》)并未采纳学者们长久以来的立法建议,包括增加“体育产业”一章并在其中规定体育赛事组织者享有包括赛事传播权在内的财产权利^[3]、规范赛事组织对体育赛事所拥有的绝对权^[4]、增加赛事组织者的赛事数据权益保护条款^[5]等。而是仅在“竞技体育”一章第五十二条规定:“未经体育赛事活动组织者等相关权利人许可,不得以营利为目的采集或者传播体育赛事活动现场图片、音视频等信息。”可以看出,该条仅仅规定对体育赛事的传播权予以保护,但既未明确权利性质,也未规定权利保护的详细内容。在此背景下,只有从立法论研究的固有思路中脱离出来,对体育赛事产权法律属性予以明确,才能对体育赛事产权所涉及的物权、著作权、商标权等权利以及合同法、侵权责任法、反不正当竞争法等法律规范进行符合逻辑的解释,从而对市场实践中的体育赛事产权及其交易提供有效的法律保护。

一、体育赛事产权的概念廓清与性质界定

新修订的《体育法》并没有对体育赛事产权予以明确界定。事实上,体育赛事产权也并非严格意义上的法律概念,而是新闻报道、政府规章及规范性文件中所采用的一种通俗表达。在非正式语境下也被简称为“体育赛事 IP”。一方面,体育赛事产权在法律上究竟属于哪类权利,在立法和理论研究中均尚无定论;另一方面,即使是在非正式语境下,体育赛事产权与其周边概念亦经常发生混淆。因而,应首先梳理和澄清体育赛事产权的概念内涵,进而分析其法律属性。

收稿日期:2023-02-24

基金项目:山东省社会科学规划年度青年项目(19DFXJ02)

作者简介:周 颖(1988—),女,山东沂源人,青岛大学法学院助理教授、硕士生导师,博士,美国威斯康星大学麦迪逊分校访问学者。

(一) 体育赛事产权与周边概念的厘清

首先,体育赛事产权与体育赛事举办权(主办权)需要厘清。体育赛事产权由体育赛事主办方原始取得,体育赛事举办权是体育赛事产权的一部分。目前,在我国正式的法律文件中有“主办方”这一概念,但并无“主办权”这样的表达。2020年颁布实施的《体育赛事活动管理办法》第十八条以及2023年颁布实施的《体育赛事活动管理办法》第二十五条均明确使用了“举办权”这一概念;同时,《体育赛事活动管理办法》第五条规定,“主办方是指发起举办体育赛事活动的自然人、法人和非法人组织”。可以推断,“举办权”与“主办权”表达的实为同一含义,只不过“举办权”可以回避日常表达中“主办权”与“承办权”混同的问题。因而,从权利的原始产生来看,体育赛事产权与体育赛事举办权都是体育赛事主办方的权利,体育赛事举办权是体育赛事产权的基础。同时,体育赛事产权作为主办方对体育赛事所享有的概括性的权利,应当包含体育赛事举办权。进而言之,体育赛事举办权作为组织和举办体育赛事的排他的资格性权利,本质上是体育赛事主办方对体育赛事所享有的占有、使用、收益、处分等财产权能的一种表征。因而,除非体育赛事产权概括转让,否则体育赛事产权中的商业开发权、转播权、门票销售权以及衍生开发权等子权利的转让或特许经营,并不会导致主办方丧失举办权。这符合体育赛事产权的性质和交易规则。

其次,体育赛事产权中的体育赛事举办权与特许经营权需要厘清。关于体育赛事举办权(主办权)法律属性的探讨早已有之。一般认为,体育赛事举办权是一种特许经营权,这显然是在我国体育赛事审批制之下得出的结论。于当下的商业性体育赛事而言,其举办权的性质不宜被界定为特许经营权。因为从法律上来讲,特许经营权分为商业特许经营权和政府特许经营权两类。其一,体育赛事举办权并非商业特许经营权。商业特许经营,是指特许人将自己拥有的经营模式连同知识产权、专有技术、商业秘密的一种或数种,通过特许经营协议授予受许人使用,受许人按协议约定的业务模式从事经营活动并向特许人支付费用的一种商业模式。^[6]商业特许经营权即为受许人在该法律关系中享有的权利,是一种只能通过继受取得的权利。但在商业领域,体育赛事举办权可以原始取得,企业通过创立自己的体育赛事品牌,从而对该体育赛事享有举办权。其二,体育赛事举办权只有在国家垄断体育资源的背景下才可构成政府特许经营权。从经济学上讲,政府特许经营权是治理自然垄断的政策选择。^[7]而在我国早期的体育赛事审批制之下,全国性、非商业性的专业体育赛事就属于自然垄断产品,各全国性体育协会所享有的此类赛事的举办权就是由政府通过特许经营权的形式授予的。

再次,体育赛事产权与体育赛事需要厘清。体育赛事在不同的研究领域有不同的定义。从体育学的视角来看,体育赛事是按照统一规则组织与实施的运动员或运动队之间的竞技较量。^[8]从社会学的视角看,体育赛事是以体育竞技为主题的集众性活动。^[9]而从经济学的视角看,商业性体育赛事的举办是一种市场生产行为,^[10]而体育赛事是体育产业产出的服务产品。据上述定义,体育赛事可谓之竞赛、活动、产品,虽然并非有形物,但可以以媒介内容的形式具体呈现在人们眼前,此可谓具体的体育赛事。此外,有学者指出体育赛事具有无体性和知识性,构成知识产权(非著作权)的新型客体,认为其知识性来源于运动技术和竞技能力的获得两方面。^[11]但,在该论证中,对体育赛事的界定仍未走出具体体育赛事的范畴。论及体育赛事的知识性,体育赛事举办的规则、理念、文化传承等内容更具说服力,同时这也构成了抽象意义上的体育赛事。因而对于体育赛事产权的界定,应明确其既包含对具体的体育赛事的权利内容,也包括对抽象的体育赛事的权利内容。

最后,体育赛事产权与体育赛事版权以及体育赛事著作权需要厘清。在体育产业蓬勃发展、体育赛事经营商业化的大背景下,学术研究以及新闻媒体的报道与评论中充斥着体育赛事版权与体育赛事著作权这两个概念。此两者实为同义概念,因为《中华人民共和国著作权法》第五十七条规定“本法所称的著作权即版权”。商业领域所言之体育赛事版权是企业进行一系列赛事运营的前提和基础,其内含商业开发权、转播权、门票销售权以及衍生开发权等权利。在市场实践中,企业可以单项、多项或打包买断这些权利。然而,从严谨的法律概念层面出发,体育赛事版权需面对两项质疑:其一,体育赛事是否构成著作

权法所保护的作品;其二,体育赛事版权能否作为商业开发权、转播权、门票销售权以及衍生开发权等权利的上位概念。首先,作品应满足独创性的要求,但具体意义上的体育赛事很难认定其具备独创性。一般认为,除艺术体操、花样游泳等包含艺术编排要素的特殊体育竞赛外,体育赛事本身不构成作品。体育赛事获得著作权法保护的途径通常是“曲径通幽”,将体育赛事节目认定为具有独创性的“视听作品”和“广播节目”,使体育赛事节目而非体育赛事获得著作权法的保护,例如美国1976年的《版权法案》。^[12]其次,著作权包括由发表权、署名权、修改权、保护作品完整权等内容构成的著作人身权,以及由复制权、发行权、表演权、广播权、改编权等内容构成的著作财产权。显然,体育赛事的商业开发权、门票销售权等权利并不属于上述范畴,也就不能构成体育赛事版权的下位概念。由此可见,体育赛事版权本身就是一个模糊不清的概念,其使用缺乏必要的严谨性。进一步反向观之,商业开发权、传播权、门票销售权以及衍生品开发权等权利皆属于体育赛事产权的一部分,将体育赛事版权作为体育赛事产权的下位概念实则更具有合理性。

(二)体育赛事产权的法律属性

首先,体育赛事是无形财产,体育赛事产权应属无形财产权。依前文所述,体育赛事分为具体体育赛事与抽象体育赛事。虽然两者皆非有体物,不能构成传统大陆法系物权的客体,但不论是一场具体可观的体育竞赛还是由体育赛事的品牌、规则、理念、文化、信誉以及商业秘密等构成的体育赛事的营业能力(赢得市场份额、赚取利润的能力),^[13]均可产生财产利益,落入无形财产的范畴,构成无形财产权的客体。详言之,关于无形财产的范畴,在不同的国家有不同的界定。例如,在日本,无形财产是指智力创造性成果;在法国,无形财产是指特定财产权利(包括权利人就营业资产、顾客、营业场所、作品、发明专利、工业设计、商标、商业名称以及现代社会的商业信息等所享有的权利);^[9]在英国,无形财产则泛指一切具有财产意义之抽象物。但随着科技与经济的飞速发展,越来越多的财产表现为无形的和非物质的形态,各国无形财产的范畴也都有着不断扩展的趋势。在此背景下,我国学者主张,应建立一个能够包容一切基于非物质形态所产生的权利的无形财产权体系。^[14]由此可见,体育赛事当属法国法上的特定财产权利、英国法上的有财产意义之抽象物以及我国学者所主张的知识经验形态、经营标记形态及商业资信形态的无形财产。例如,《奥林匹克宪章》第七条规定,“奥林匹克运动会是国际奥委会的专有财产,国际奥委会……不加限制地拥有涉及该运动会的组织、开发、转播、录制、展示、复制、获取和散发的全部权利”。

其次,体育赛事产权应属体育赛事主办方即体育赛事组织者所有。其一,从权利客体的产生以及权利的原始取得来看,体育赛事主办方作为发起举办体育赛事活动的组织或个人,应当当然地、原始地取得对体育赛事的产权。体育赛事主办方发起组织一场比赛需要投入大量的人力、物力和财力,而这都可以被归入广义劳动的范畴。因此,不论是规则、理念、文化等抽象体育赛事还是具体体育赛事,都是体育赛事主办方的智力或非智力的劳动成果。^[5]而且《国务院办公厅关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》(国办发〔2018〕121号)中也提到,“赛事相关权利归各级单项体育协会以及其他各类社会组织、企事业单位等合法办赛的赛事主办方所有”。其二,从体育赛事商业化经营的层面来看,体育赛事的主办方从事的是一项经济活动,承担着经济利益上的风险,属于商业主体,其企业经营的产品就是体育赛事,因而主办方当然地享有该体育赛事的财产权益。^[15]而这与学界大多数学者所赞同的体育赛事转播权“企业权利说”恰恰是相通的。其三,从权利义务相统一的原则出发,体育赛事主办方对体育赛事的竞赛、安全、新闻等各方面负有保障义务,应当是以体育赛事主办方概括性地享有对体育赛事的财产权利为前提的。现有的法律规范对体育赛事主办方课以了诸多义务,主办方是体育赛事的第一责任人。例如,《体育赛事活动管理办法》第二十条规定,“体育赛事活动主办方负责对体育赛事活动的全面组织”“主办方直接承担体育赛事活动筹备和组织工作的,履行承办方责任”;第二十六条规定,“因变更或取消体育赛事活动造成承办方、协办方、参与者、观众等相关方损失的,主办方应当按照协议依法予以补偿。”新修订的《体育法》也在其第十章“监督管理”与第十一章“法律责任”中规定了体育赛事活动组织者在竞赛、安全方面的义务与责

任。但不论是《体育赛事活动管理办法》还是新修订的《体育法》均没有明确规定体育赛事主办方概括性地享有体育赛事产权。例如,《体育赛事活动管理办法》第二十条与第二十六条,实质上确定了体育赛事主办方作为体育赛事第一责任人的地位,而体育赛事承办方是由其选任的,且有权向其请求因赛事变更或取消而产生的损害赔偿。换言之,体育赛事承办方与主办方应当是合同关系,其对体育赛事所享有的权利应来自于主办方的转让或授权,其权利保护应诉诸合同法的规范。然而,《体育赛事活动管理办法》第二十五条却将体育赛事主办方与承办方共同列为了体育赛事活动的无形财产权利的权利人,这显然与权利义务相统一原则是相悖的,也模糊了体育赛事产权的归属,不利于体育赛事产权的保护和交易。

二、体育赛事产权的权利内容

虽然,新修订的《体育法》中并没有体育赛事产权这一概念,但在诸多部门规章以及规范性文件中,主办方、体育赛事组织者、举办权(主办权)以及体育赛事组织者的权利等概念或表述的使用颇为常见。然而,关于体育赛事主办方或体育赛事组织者对体育赛事所享有的权利到底包含哪些内容,在相关法律文件中均没有明确的规定或者解释。

(一)体育赛事产权是由一整套权利组成的权利束

体育赛事产权这一概念是体育赛事主办方对体育赛事应当享有的一整套权利的概括性表达。关于体育赛事是由一整套权利组合而成的权利束的说法早已有之。有学者就曾创新性地指出,体育特许经营权是体育运动主办者拥有的由体育商标、标志、专利、著作权等结合在一起的一整套知识产权的权利束。^[16]这实际上是为体育赛事主办方对体育赛事应当享有的权利内容冠以了一个统一的概念,此种做法值得赞同,但法律概念的选取却有欠妥当。因为,特许经营权是特许经营法律关系中受许人(或被特许人)获得的权利,最顶端的特许人本身并不享有特许经营权,其拥有的是工业产权或其他商业资信形态的无形财产权。例如,国家电网公司作为被特许人享有电力供应特许经营权,麦当劳加盟店向麦当劳公司支付特许经营费获得特许经营权。而体育赛事产权这一概念更能够准确地概括体育赛事主办方对体育赛事应当享有的一整套权利,涵盖了商业开发权、门票销售权、转播权、衍生品开发权以及体育赛事品牌商标权、相关著作权等权利内容。例如,《国际足联章程》规定,“国际足联、其会员协会以及各洲足联为其管辖的各项比赛和赛事的所有权利的原始所有者”。法国1984年颁布的《组织和促进法国大众与竞技体育运动法》第十八条第一款特别规定,“组织体育比赛的体育协会或者实体对有关的比赛拥有专属的权利,包括所有权。”^[17]法国《体育法》第L. 333-1条也进一步明确,“体育联合会以及体育赛事组织者是其组织的体育赛事或比赛的开发权的所有者”,其中,开发权系“每一项因该体育赛事的举办而产生经济效益的活动”。^[18]

(二)体育赛事产权权利内容的列举与概括

体育赛事产权作为一整套权利组合而成的权利束,以列举加概括的方式加以界定是必要和可行的。一方面,就体育赛事产权具体包括哪些子权利,目前尚无定论。例如,《体育赛事活动管理办法》第二十五条列举了体育赛事主办方和承办方对体育赛事活动所享有的权利,包括“体育赛事活动的名称、标志、举办权、赛事转播权和其他无形财产权利”以及“进行市场开发依法依规获取相关收益”的权利。《国务院办公厅关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》(国办发[2018]121号)中提到要“推进赛事举办权、赛事转播权、运动员转会权等具备交易条件的资源公平、公正、公开流转”。近年来,我国各地纷纷成立了体育产业资源交易平台、体育赛事产权(IP)交易平台,如浙江体育赛事产权交易平台、青岛体育资源及IP交易平台、厦门体育资源交易平台等。平台交易的体育赛事产权也是多种多样,主要包括了冠名权、赞助权、转播权、承办权、影视权以及赛事IP授权等。在数字科技迅猛发展的当下,还有学者提出了赛事组织者的赛事数据权益保护问题。^[5]可以看出,想要完全列举出体育赛事产权所包含的子权利是不具有现实可行性的。但是,对体育赛事产权中主要的子权利进行列举,并以适当的称谓实现对其法律属性的描述,

结束目前法律法规以及规范性文件对体育赛事产权列举混乱的局面是十分必要的,也是体育赛事产权交易实践的需求。在考量其法律属性的基础上,从体育赛事的收入来源结构出发,对体育赛事产权子权利进行重点的列举是实际和可行的。《普华永道体育行业调查报告(2020)》显示,全球成熟的体育赛事收入主要包括,赞助和广告收入、媒体版权收入、赛事门票收入、许可和衍生产品收入。因此,主要的体育赛事产权应当包括体育赛事举办权、转播权、商标权、门票销售权、赞助权、商业开发权等。另一方面,随着体育赛事商业化经营的不断深化,体育赛事商业模式会不断创新,而有关体育赛事的新的无形财产及其相应的权利也会出现。因此,应当对体育赛事产权进行概括性的界定,从而为新的体育赛事产权类型的创新及保护留下空间。简言之,体育赛事产权是体育赛事主办方对体育赛事所享有的一切财产性权利。

三、体育赛事产权的取得与交易:法律理论与法律规则

2020年颁布实施的《体育赛事活动管理办法》取消了体育总局对一般国内体育赛事活动的审批后,相关业界人士纷纷表示,希望在赛事产权归属、产权交易方面能有更多长远的后续配套措施尽快出台。

(一)体育赛事产权的取得

虽然,部分原本由行政主导的体育赛事的产权、举办权产生了归属上的争议。^[19-20]但是,这些争议属于历史遗留问题。对已经延续举办的体育赛事,完全可以在保障公共利益、明确产权归属的前提下,让相关利益主体按照股份制分配体育赛事收益。^[19]总体上,这并不影响政策以及立法对体育赛事产权的确立和保护。不仅如此,若要实现打造体育赛事品牌、增强体育赛事核心竞争力的政策目标,则必须以确认并有效保护体育赛事产权为前提。从经济学上来讲,明晰产权能够降低交易成本、提高交易效率。也只有从法律上明确体育赛事产权的归属,保护发起和举办体育赛事的组织或个人的权益,消除体育赛事产权被吞噬、收回的政策风险,才能从根本上为民营体育产业经营者自主打造新的体育赛事品牌提供激励。实践中,体育赛事主办方大多通过注册第四十一类商标的形式标识其对体育赛事的权利。例如,中国足球协会是“中超”的商标权人,北京中篮体育开发中心(国家体育总局篮球运动管理中心的全资子公司)是“CBA”的商标权人,智美体育集团是“四季跑 RUN”的商标权人,并且此类商标所对应的商品或服务均包含有“组织体育比赛”一项。从《体育赛事活动管理办法》的规定也能看出,目前,保护体育赛事主办方对体育赛事所享有的各项权利的主要途径就是申请知识产权。《体育赛事活动管理办法》二十五条第二款,要求体育赛事活动主办方与承办方提高权利保护意识,主动办理相关知识产权手续,保护体育赛事活动相关权益。然而,这些远不能构成对体育赛事产权完整有效的保护,法律需要进一步明确体育赛事产权的权利主体、权利来源、权利内容以及对权利的限制。

首先,凡依法发起组织体育赛事的法律主体即为该体育赛事的主办方,主办方享有体育赛事产权,体育赛事产权既可以通过创立新的体育赛事的方式原始取得,也可以通过受让等方式继取得。体育赛事产权具有财产权的属性,其市场价值源于主办方对体育赛事的经营,这正是主办方享有体育赛事产权的正当性之所在。而对于主办方的身份,法律并没有作出限制。依据《体育赛事活动管理办法》第十条之规定,“机关、企事业单位、社会组织和个人均可依法组织和举办体育赛事活动。”也就是说,凡合法之法律主体皆可成为体育赛事产权的主体,若法律无特殊规定,体育赛事产权可在各类法律主体之间流转。

其次,就权利内容而言,体育赛事产权是由一系列权利组成的权利束,是主办方对体育赛事所享有的财产权,因而凡是与体育赛事相关且能产生财产利益的权能皆应属于体育赛事产权的权利内容。例如,2017年8月发布的《浙江省体育赛事管理办法(征求意见稿)》第十条规定,“举办人在体育赛事中可以接受商业赞助,依法开展广告、赛事转播和门票销售等经营活动,对体育赛事名称、徽记、吉祥物等标志进行市场开发,并依法享有相关权益”。然而,在2017年12月发布的《浙江省体育赛事管理办法》的正式版本中,该条被删除了。这从一个侧面说明,地方立法者对于是否应将有关体育赛事的财产性权利以概括性的体育赛事产权的形式赋予体育赛事的发起、组织者,持有肯定但又试探的态度,这是上位法在此方面的

规范空白导致的。时至2023年,国家体育总局颁布的《体育赛事活动管理办法》第二十五条对该问题作出了一定程度的回应,“体育赛事活动的名称、标志、举办权、赛事转播权和其他无形资产权利受法律保护,主办方和承办方可以进行市场开发依法依规获取相关收益,任何组织和个人不得侵犯”。该条规定虽然明确了体育赛事活动的无形财产权利受法律保护,但对权利的主体作了模糊化的处理,将主办方与承办方共同列为权利人,这显然是与产权明晰这一财产权保护的精神要义相悖的。

实际上,不论是从理论还是实践层面来讲,将有关体育赛事的诸多财产性权利以体育赛事产权的形式赋予主办方,都是合理、可行且高效的。一方面,该方案既可以实现有些学者所主张的对体育赛事的“物权保护”,^[21]又能避免体育赛事难以构成有体物的理论困难;另一方面,可以为侵权责任在体育赛事领域的实现提供明确的权利依据,从而为体育赛事的财产性权利提供侵权责任法上的保护。对此,有学者指出体育赛事组织者对体育赛事享有的权利是一种绝对权,是体育赛事其他衍生权利的基础性权利,即由赛事组织者享有的利用体育赛事产生收益的权利。任何人无正当理由不得妨害和侵害赛事组织者合法地享有此种基础性权利。^[4]不仅如此,从经济学视角看,将有关体育赛事的权利在立法上赋予体育赛事的发起者、组织者,“其他参与者(如,体育赛事承办方、参赛队伍及参赛选手等)可以根据共同参与制定的规则或共同签订的协议分享利益”^[17]也是顺应市场规律的选择。例如,主办方可与俱乐部签订利益分享协议;与其他体育产业经营者签订承办协议或服务协议;与运动员签订参赛协议,为其提供出场费及奖金等。由此,可在市场的作用下形成体育赛事所特有的收入共享机制,^[22]从而保障体育产业市场的活力。

当然,法律对体育赛事产权的保护并不是绝对的,应在一定程度上受到国家、社会公共利益的限制,同时体育赛事产权的享有者应被课以相应义务。其中,前者对体育赛事产权的限制主要体现在体育赛事产权保护与反垄断的问题上。原则上,对体育赛事产权的保护既需达到保护主办方的权利、培养精品赛事的目标,又不能造成垄断或限制体育赛事市场的竞争、创新和发展。应当明确,对具有公共性、共享性以及历史继承性的公共领域知识——竞赛项目与竞赛规则等,均不应予以排他性的保护。主办方作为体育赛事产权的直接享有者,在行使体育赛事产权的同时,应对体育赛事的其他参与者承担相应的义务。从宏观层面讲,应负有组织、筹备体育赛事,制定、公布赛事规程的义务,对体育赛事的公平及安全负责。从微观层面讲,应以平等民事主体的身份与体育赛事的其他参与者在共同协商的基础上签订协议,履行相应义务。而对相对弱势的参与方——参赛选手,应负有保障其基本权利的法定义务,包括参赛选手的姓名权、肖像权、隐私权、名誉权等基本的人格权,以及参加比赛的权利、公平比赛的权利、安全比赛的权利、退出比赛的权利、获得奖励的权利等。^[23]

(二)体育赛事产权的市场交易

体育赛事产权的市场交易应当是体育赛事商业化经营的最高表现形式,也只有允许体育赛事产权进行市场交易,体育赛事特别是抽象体育赛事才能真正具有市场价值,体育赛事经营者之间的市场竞争才能维系。然而,我国学界对体育赛事产权尤其是其中的举办权(主办权)是否允许进行市场交易尚存异议,法律以及部门规章均未作出明确的规定,而某些地方政府规章更是明确禁止了体育赛事举办权的交易。《山西省体育竞赛监督管理办法》第十三条规定,“体育竞赛的主办者……不得转让体育竞赛主办权”。并且,此项规定并非仅仅针对国家授予特许经营权的体育赛事,还同样适用于商业性、群众性的体育赛事。该管理办法第十二条规定,“能够独立承担民事责任符合法定条件的组织和个人可以主办面向社会的体育竞赛”。显然,第十三条中的“体育竞赛”必然包含了第十二条所言的“民营商业性体育竞赛”。然而,禁止体育赛事举办权转让的做法与“充分调动社会多方面的积极性,建立办赛主体多元化的体育赛事体系”的政策理念以及未来发展方向是背道而驰的。因此,依据“法无禁止即可为”的原理,应当废止一切禁止包括商业性体育赛事举办权在内的体育赛事产权转让的法律规范,从而使体育赛事产权与其他财产权一样得以进入市场进行交易。

依据体育赛事产权所具有的无形财产权、权利束的性质,其市场交易形式主要有两种:一是对包含举

办权在内的体育赛事产权的整体转让交易;二是以体育赛事产权为基础的特许经营权许可交易。在体育赛事产权的整体转让交易中,其权利内容具有整体性,具体表现为,原主办方对抽象体育赛事以及将来的具体体育赛事享有的权利应一并转让给体育赛事产权的受让人,原主办方不再享有其中任何一项权利。此种交易形式能够保障体育赛事产权受让人享有对体育赛事完整的财产权,使体育赛事的经营在产权清晰的前提下进行,可降低成本、提高效率。不仅如此,体育赛事产权的受让人还可以与原主办方签订保密协议与限制竞争协议,以此来保障其所受让之体育赛事产权的经济利益充分实现。以体育赛事产权为基础的特许经营权许可交易,可以分为三个层次。其一,体育赛事主办方将其体育赛事产权的部分权利内容或该体育赛事在某个区域的体育赛事产权以特许经营权的形式授予其他民事主体。例如,我国体育公司从国外引进体育赛事,该体育赛事的主办方授予我国体育公司该体育赛事在中国的举办权,亦即特许经营权,我国体育公司按照特许经营协议向其支付特许经营费,享有该体育赛事在中国的全部或部分体育赛事产权的权利内容。其二,体育赛事主办方选任其他民事主体作为体育赛事承办方,该民事主体作为承办方以特许经营权的形式受让体育赛事产权中的部分权利内容。其三,承办方将其受让的特许经营权授予其他企业或机构。

就体育赛事产权的交易规则而言,不论是体育赛事产权的整体转让交易还是以体育赛事产权为基础的特许经营权许可交易,都应依据所涉体育赛事产权子权利的相关法律规定分别予以确定。因为,在大陆法系财产权利的体系之下,体育赛事产权所包含的子权利可以被分别归入物权、债权、知识产权以及其他财产性权益的范畴,其交易规则亦应分别依据物权法、合同法、著作权法、商标法、专利法等予以确定。例如,体育赛事的商标权、传播权等属于知识产权保护的范畴。关于体育赛事传播权的法律属性,历来存在诸多争议,在新修订的《体育法》并未明确其具有特殊权利属性的情况下,应依据《著作权法》第三章“著作权许可使用和转让合同”以及《民法典》物权编、合同编的相关规定进行交易,实现无形财产所有权的移转或相关特许经营权的移转。再例如,参照中国资产评估协会2022年发布的《体育无形资产评估指导意见》,体育赛事举办权、门票销售权、赞助权、商业开发权应为“合同权益资产”,属债权保护的范畴。最高人民法院的判决((2020)最高法民终910号)就明确将门票收费权认定为应收账款债权。因而,体育赛事门票收费权的交易应遵循债权移转的规则。

四、余论

体育赛事产权的法律保护一般有两种路径:一是通过专门立法明确并保护体育赛事组织者对体育赛事所享有的财产权益;二是依据有关物权、知识产权、债权以及包括数据权益在内的各类新兴财产权益的部门法,对体育赛事组织者享有的体育赛事产权的各项子权利分别进行保护。由于最新修订的《体育法》并未明确规定体育赛事组织者对体育赛事所享有的财产权利,第二种路径成为当下体育赛事产权保护的必然选择。也正如学者所言:“体育法是规范体育权益的交通枢纽,而民法等基本法则是保障体育权益的终点站。”^[4]

然而,对体育赛事产权基于其子权利法律属性的这种部门法保护,还存在一些明显的法律理论和司法实践的困境,有待未来探索。其一,不论是体育赛事的传播权还是体育赛事产权中应当由债权保护的子权利,其存在的基础都是体育赛事组织者对体育赛事本身所享有的基础性权利,否则传播权与债权均无从产生。就如美国纽约州法院在 National Exhibition Co. v. Fass 一案^①中所明确的:“职业棒球俱乐部是职业棒球赛事的所有者,它因此而享有赛事的财产权。”然而,在我国目前的法律体系中,这项基础性权利既不能构成传统的物权,又未得到新修订的《体育法》的认可。其二,体育赛事产权的各项子权利本身都具有与体育赛事商业模式相关的特性,导致其在权利属性的认定上十分复杂。虽然能够被逐一归入物

^① 143 N. Y. S. 2d 767, 777(N. Y. Sup. Ct. 1955)

权、债权、知识产权以及其他财产性权益的范畴,但在权利的认定和保护上都存在或多或少的障碍。其三,随着体育赛事商业模式的发展,体育赛事产权中还会出现诸如体育赛事数据权益等新型的权利或权益,其认定和保护也将不可避免地面临缺乏基础性权利以及权利属性复杂的问题。上述问题有待未来在法律理论和实践的发展中持续得以解决。

参考文献:

- [1] 韩晓余,傅闻捷. 2017 上海体育赛事推介会今举行,体育赛事交易平台首亮相[EB/OL]. [2017-02-28]. https://www.cnr.cn/shanghai/tt/20170228/t20170228_523627058.shtml.
- [2] 薄克国. 国内首个市场化体育资源及 IP 交易平台在青岛上线[EB/OL]. [2019-12-30]. <http://hb.dzwww.com/p/4564913.html>.
- [3] 马宏俊. 试论我国体育法律体系的建立与完善——以《中华人民共和国体育法》修改为视角[J]. 体育科学, 2021(1):7-20.
- [4] 姜栋. 论体育赛事转播权的体育法规制[J]. 法学家, 2022(1):128-195.
- [5] 徐伟康. 数字体育时代赛事组织者数据权益的保护[J]. 体育科学, 2021(7):79-87.
- [6] 何易. 特许经营法律问题研究[M]. 北京:中国方正出版社,2004:3.
- [7] 黄新华. 政府管制、公共企业与特许经营权竞标——政府治理自然垄断问题的政策选择分析[J]. 东南学术, 2006(1):50-57.
- [8] 田麦久. 运动训练学词解[M]. 北京:北京体育大学出版社,2002:68.
- [9] 黄海燕,张林. 体育赛事的基本理论研究——论体育赛事的历史沿革、定义、分类及特征[J]. 武汉体育学院学报, 2011(2):22-27.
- [10] 丛湖平,郑芳,童莹娟. 我国体育产业政策研究[J]. 体育科学, 2013(9):3-13.
- [11] 刘宇晖. 论体育赛事的可知识产权性[J]. 知识产权, 2015(10):103-107.
- [12] 马法超. 体育赛事转播权法律性质研究[J]. 体育科学, 2008(1):66-70.
- [13] 高富平. 物权法原理[M]. 北京:中国法制出版社,2001:427.
- [14] 吴汉东. 财产权客体制度论——以无形财产权客体为主要研究对象[J]. 法商研究, 2000(4):45-58.
- [15] 郭树理. 外国体育法律制度专题研究[M]. 武汉:武汉大学出版社,2008:241.
- [16] 汪全胜. 体育特许经营权许可的法律关系考察[J]. 成都体育学院学报, 2011(6):10-14.
- [17] 刘铁光,张路路. 体育赛事的权利配置及其法律选择——基于体育赛事产业发展的充分保障[J]. 体育科学, 2016(2):72-79.
- [18] FRODL C. Commercialisation of sports data: Rights of event owners over information and statistics generated about their sports events[J]. Marquette sports law review, 2015(1):366.
- [19] 童绍刚,郝海亭,白杨. CUBA 主办权归属的辨析[J]. 首都体育学院学报, 2019(4):332-335.
- [20] 禹唐. 体育总局召开体育产业企业座谈会,赛事产权归属权受热议[EB/OL]. [2015-03-13]. https://www.sohu.com/a/5960702_115533.
- [21] 赵阳,汤卫东. 体育赛事法律性质的民法解读——以《民法典·民法总则(草案)》为背景[J]. 武汉体育学院学报, 2017(2):51-53.
- [22] 袁野,董新风. 体育赛事经济理论基础与价值创造模式研究[J]. 华东经济管理, 2012(11):80-83.
- [23] 陈书睿. 体育赛事中运动员权利的法学研究——以赛事组织方为相对人[J]. 西安体育学院学报, 2012(6):60-64.

Property Rights of Sports Events and Their Legal Protection Under the Newly Revised Sports Law

ZHOU Ying

(Faculty of Law, Qingdao University, Qingdao, Shandong 266071, China)

Abstract: Theoretically, it should be clarified that property rights of sports events are superordinate to hosting rights and copyrights of sports events. Their property rights, including those of both specific sports events and abstract sports events, cover all rights that the organizers enjoy for sports events, including the rights to host sports events, the rights to communicate, the rights to trademark, the rights to sell tickets, the rights to develop business, etc. They are a combination of property rights composed of a whole set of rights. Property rights of sports events can be acquired by the organizers of sports events either through the creation of new sports events or through the transfer transaction. Like other property rights, property rights of sports events are entitled to be traded in the market. The form of market transaction includes not only the overall transfer transaction of property rights including hosting rights, but also the franchise licensing transaction based on property rights of sports events. However, the newly revised *Sports Law of the People's Republic of China* does not clearly stipulate property rights of the organizers. In practice, various sub-rights of sports events should be protected respectively according to the departmental laws and regulations on real rights, creditor's rights and intellectual property rights.

Key words: property rights of sports events; the organizers of sports events; newly revised Sports Law

(责任编辑:董兴佩)

(上接第 36 页)

Regulatory Approach to Resale Price Maintenance by Antimonopoly Law in the Digital Franchise Model

PEI Yi

(School of Law, Beijing Institute of Technology, Beijing 100087, China)

Abstract: Resale price maintenance, as such, is often negatively evaluated and prohibited in national competition laws. However, in the franchise model, it has long been legal to maintain the efficiencies that may arise from it. The new 2022 amendments to the *Antimonopoly Law* have significantly amended the provisions on resale price maintenance and the regulation of vertical monopoly agreements, providing reasonable efficiency defenses and a “safe harbour” rule for enterprises, and have resulted in a significant shift in attitude towards the enforcement of vertical monopoly agreements and the regulation of resale price maintenance thereafter, which not only recognizes the potential innovative and efficient outcomes of such act and respects efficiency defenses of enterprises, but also avoids the use of efficiency defenses by enterprises to circumvent the regulation of the antimonopoly law.

Key words: vertical monopoly agreements; resale price maintenance; the franchise model

(责任编辑:董兴佩)