



论体育赛事组织者权利法定化的完善

——兼评新修《体育法》

戎朝,上官凯云*

摘要:结合《体育法》的修订内容,探讨新增条款对体育赛事产业化发展带来的影响,进一步讨论体育赛事职业化发展中无形产权益的法定化,详细分析了赛事转播权入法后在实施中可能会面临的问题,同时就集体肖像权、数据保护等无形产权利法定化提出完善建议,并就赛事职业化发展中与反垄断法的冲突进行了分析和建议。

关键词:体育法;赛事组织者;无形资产;赛事转播权

中图分类号:G80-05 文献标志码:A 文章编号:1006-1207(2022)05-0042-09

DOI:10.12064/ssr.2021071801

The Discussion on Legalization Perfection of Sports Event Organizers' Rights

RONG Chao, SHANGGUAN Kaiyun*

(Boss & Young Attorneys at Law, Shanghai 200010, China)

Abstract: This paper discusses the influence of the new clauses on the sports event's industrialization combined with the revised content of Sports Law. It also discusses the legalization of intangible assets rights and interests in the professional development of sports events. At the same time, the paper analyzes in detail the problems that may be faced in the implementation of broadcasting rights after they are incorporated into the law, and makes suggestions for improving the legalization of intangible asset rights such as collective portrait rights and data protection, as well as analyzes and suggests the conflicts with antitrust laws in the development of sports events.

Keywords: Sports Law; event organizers; intangible asset; broadcast rights

近年来,以习近平同志为核心的党中央多次强调了建设体育强国的战略目标,以及推进体育产业的发展。《体育强国建设纲要》中强调,要推进职业体育发展,鼓励具备条件的运动项目走职业化道路,支持教练员、运动员职业化发展,组建职业联盟^[1]。竞技体育的职业化发展作为我国体育强国建设的关键环节之一,是未来体育事业发展的重要组成部分,也是未来体育经济发展的重要依托。

2022年6月24日,十三届全国人大常委会表决通过新修订的《中华人民共和国体育法》(简称新修《体育法》),新修《体育法》将于2023年1月1日生效。新修《体育法》结合了多年的实践经验,进行了较大的调整,新增了多项内容,明确了促进体育事业发展的目标,其出台将对后续体育产业的发展产生重大影响。本文立足体育赛事职业化发展的道路,进一

步围绕体育赛事组织者的权利,对新修《体育法》生效后的适用进行分析。

1 研究背景

1.1 体育赛事组织者的立法现状与问题:缺乏对具体行为的规范

法律具有很强的规范性,通过配置人们在法律上的权利义务以及规定违反法律规定所应承担的法律责任,设定人们的行为模式,引导人们在法律许可的范围内开展活动,从而把社会主体的活动引入可调控的、有利于社会稳定的社会秩序之中。

相较于新修《体育法》,之前条款的规范内容较为抽象,整体上是一种公益性质的、以鼓励全民运动为主的指导意见,表达的是一种美好愿景,但缺乏具

收稿日期:2021-07-18

第一作者简介:戎朝,男,学士,律师中级职称。主要研究方向:体育法、知识产权法。E-mail:rongchao@ronglawyer.com。

*通信作者简介:上官凯云,女,硕士。主要研究方向:体育法、知识产权法。E-mail:sgky2510@163.com。

作者单位:上海邦信阳中建中汇律师事务所,上海200010。

体操作的指引和规范,没有系统地明确政府、社会团体和运动员等体育活动主体的权责以及规范,一些诸如俱乐部准入、运动员流转、赛事转播权售卖等运行仍然依赖于行业管理和赛事组织者的章程,各体育项目的保护水平参差不齐,一定程度上阻碍了体育产业的全面发展,未能有效发挥法律的指示作用。

根据笔者在威科先行法律信息库的检索统计(截至2022年6月23日),自《体育法》颁布以来,在中国裁判文书网中收录的以《体育法》作为裁判依据的案件仅有386件(判决163件,裁定223件),民事

案件占主要比例(图1),且大部分案件是合同纠纷和劳动争议,这类案件中大多引用第32条关于体育仲裁管辖的条款(图2),实际运用《体育法》的具体规范以规制某一行为的案例屈指可数。这说明《体育法》实施的过程中并没有真正发挥其在体育领域内的规范作用,严格来说不是一部“合格”管用的法律。究其原因,是现行《体育法》主要围绕体育活动的组织形式作出一些指导性规定,而非规定具体的体育活动相关的权利、义务,导致体育主体在活动中只有指导性的条文,缺乏用于指导法律行为的规范。

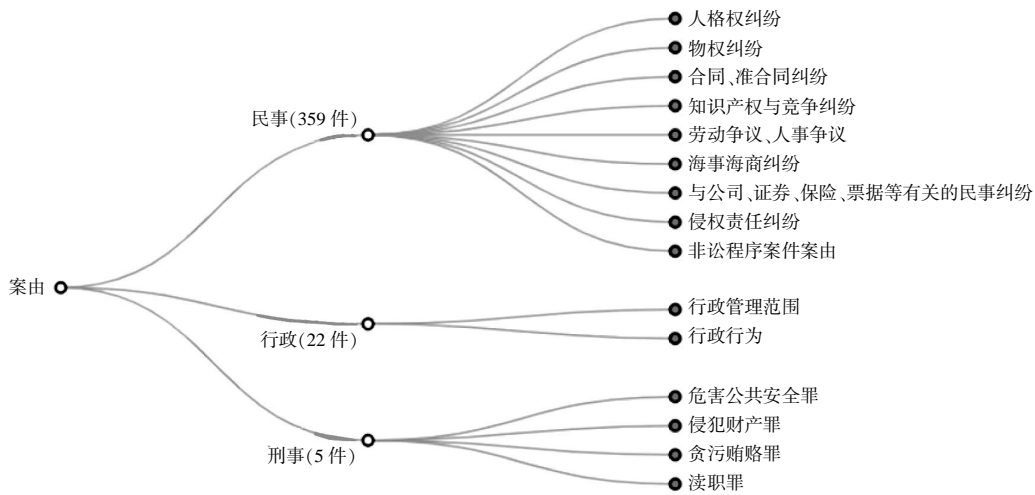


图1 适用《体育法》的案件类型分类统计

Figure1 The classified statistics of cases applicable to the Sports Law

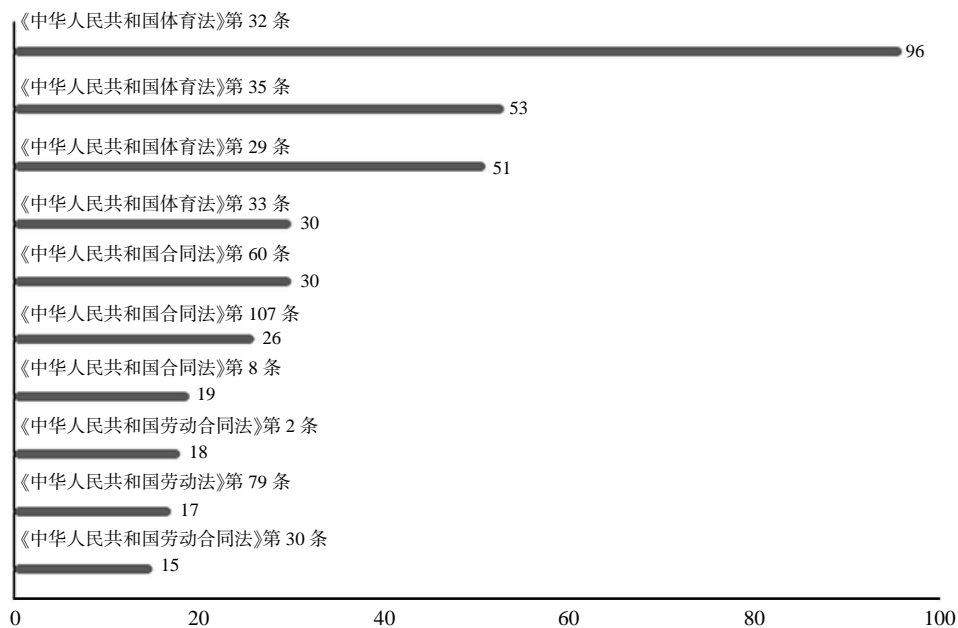


图2 法条引用情况——实体法

Figure2 The reference to articles of law - substantive law



新修《体育法》增加了“体育产业”“体育仲裁”及“监督管理”等章节,且完善了“竞技体育”在内的章节,使体育法更“接地气”。其中,第52条新增了体育赛事转播权条款,无疑是一项重大突破。但随着体育产业的发展,尤其职业化体育中涉及无形资产的交易会越来越丰富,转播权的法定化虽然能够解决一部分问题,但体育职业化发展中涉及的权益远不止转播权,因此《体育法》的完善还有很长的路要走。

1.2 体育赛事组织者权利法定化的迫切性

体育赛事的职业化发展,离不开赛事组织者对赛事各项权益的商业化运营,权属的稳定是商业化运营的基础要求。目前我国体育组织的商业运作主要依据一些国际惯例和自身的规章制度,体育赛事组织者对外主张的各项权利主要通过合同约定确认和实现,但合同约定具有相对性,本身具有极大的不确定性,各赛事组织者间容易因约定不同而保护水平差异过大,且诸如赛事集体肖像权、数据等核心无形资产的权属仅通过合同约定实现,对赛事组织者而言是极其不稳定的,不利于我国体育产业的整体发展。

在长期迫切的需求下,新修《体育法》将体育赛事转播权纳入其中,明确以营利为目的采集或传播体育赛事活动现场图片、音频等信息需要获得赛事组织者等相关权利人的许可,一定程度为转播权的商业化发展提供了稳定的权属依据,但这只是开始,除了转播权之外,还有大量体育无形资产的交易仍然需要通过对赛事组织者权利法定化的完善以实现。

2 体育赛事组织者权利的来源

2.1 理论研究的3种观点

关于体育赛事者享有相关权利的法理基础,在各国法律中都没有详细的规定,也鲜有系统的讨论,但在赛事的各项无形资产中,赛事转播权因其所涉经济利益较大,该权利的来源和归属也被讨论得最多,经过长期的实践和对商业惯例的总结,目前在法学理论研究中各国围绕赛事转播权的权利基础来源形成了“赛场准入说”“娱乐服务提供说”和“企业权利说”3种理论观点。

“赛场准入说”认为,基于组织者对比赛场地的控制,组织者享有拒绝他人进入场地的权利,同时就享有了拒绝他人通过进入场地以获取赛事资源的权利。但这一理论未考虑到赛事资产的“无形性”,无法控制在赛场外偷录赛事的行为,更无法适用于如马拉松等无场地限制的赛事。

“娱乐服务提供说”突破了场地的限制,认为赛事组织者向公众提供的是一种类似电影、文艺表演的娱乐服务,观众进入比赛场地的主要目的在于享受娱乐服务,而非仅为了进入场地。该娱乐服务也是合同的对价所在,就提供内容来看,媒体与观众没有本质区别,因此赛事组织者可以对外收取费用。但这一理论仍然未区分赛事本身的娱乐价值与赛事无形资产的财产属性,无法解释为什么观众只需购买门票而转播商需要支付高额的许可费。

“企业权利说”认为,体育赛事主体从事的是一种经济活动,体育比赛本身是这种经济活动的结果,赛事组织者对比赛承担了组织和经济上的责任,其所产生的专属权利应当受到保护。

综上,笔者比较赞同“企业权利说”。举办赛事是一项经济活动,赛事组织者为此投入了巨大的人力、物力、财力等资源,从而背负经济效益和社会效益的巨大风险,他人不得做出可能减损比赛组织者的企业收益(如出售电视和互联网转播权的收益)的行为,否则有违公平、诚实信用原则,这是一种应当受到法律保护的企业权利^[2]。

2.2 体育赛事的相关权利是一种“无形资产”,具有财产属性

对某项权利归属的争议,来源于对该项权利所代表的人身或财产利益的分配,因而研究体育赛事组织者权利的来源,可以从体育赛事所产生的这些权利的属性分析。法律上的财产可以分为有形财产和无形财产。有形财产通常指看得见摸得着的、有价值的有体物,包括动产、不动产等等,自人类社会产生以来,关于有体物的财产规范就逐步形成了,权利人基于占有而对有体物财产享有一定的物权。无形财产则是人类社会发展到一定阶段之后产生的,一些有利于社会进步的信息、方法和技术等无体物,因具备一定的价值,被法律赋予权利人一定的专有权利,例如知识产权、商业秘密权等。这些无体物在财产属性与有体物的物权类似,因此在理论上也有人称之为“准物权”,从而对该类财产类推适用物权的规则。

法律之所以对这类信息、技术等无形资产提供额外的保护,是基于这些无形资产能够促进社会的发展,而对无形资产的采集、创作付出成本和承担风险的主体,应当享有一定的回报,如此才能不断激励更多的主体投入,最终提高社会的整体福利。赛事组织者在举办赛事的过程中,对赛事的品牌建设、组织宣传和运作等投入了大量的人力、物力和财力,并承



担由此带来的经济、社会风险,在其努力下所产生的赛事无形资产,理所应当归属赛事组织者所有。

与传统的有体物不同,无形资产因其无形性,无法通过占有以宣示所有权,只能通过法律的规定明确权利人及权利的范围,例如《中华人民共和国著作权法》(简称《著作权法》)规定作者是作品的著作权人。这也是体育赛事组织者权利只能通过立法明确具体权项和范围的原因之一。

3 体育赛事组织者权利的内容

体育赛事的无形资产是体育赛事商业化运营最重要的资产,无形资产的保护对体育产业的发展至关重要。国家体育总局2020年发布的《体育赛事活动管理办法》(简称《办法》)第18条明确“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”,强调了体育赛事无形资产的重要性以及基础权利,明确了赛事主办方和承办方可以对赛事进行市场开发并获取收益,一定程度上为体育赛事的商业化运作提供了依据,但该管理办法仍然没有明确赛事无形资产的归属,赛事组织者仍然需要寻求其他法律或者合同的约定以确定无形资产归属于自己。新修《体育法》第52条虽然新增“赛事转播权”,明确了赛事转播权的权利人为体育赛事组织者,但对于其他包括办赛权、数据权等无形资产的归属仍然没有进行规定,总体处于保守的态度。笔者建议在《体育法》后续修订或配套文件中明确以下权利归属于赛事组织者。

3.1 赛事举办权

《办法》于2020年5月1日开始施行,明确了除国际赛事和特殊赛事之外,国家体育总局对体育赛事活动一律不再审批。这一规定一定程度上刺激了体育产业的发展,各级各类体育赛事数量大大增加。虽然《办法》默认了主办单位作为赛事组织者享有对比赛的举办权,但现有的各项规定都未能将“赛事举办权”这一权利法定化,所谓法定化是对该权利的内涵、外延加以明确,细分权项。

赛事举办权是体育赛事的无形资产之一,可以通过向第三方授权的方式获取收益。有的赛事组织者自行举办赛事和商业运营,如澳大利亚网球公开赛就由澳大利亚网球协会直接举办和对外运营;有的赛事组织者则通过授权他人举办相关的赛事和商业运营,例如中国篮协授权中篮联(北京)体育有限

公司以负责CBA联赛等赛事的承办和商业运营等。随着赛事种类的增多以及赛事商业化、职业化的发展,未来赛事举办权也会成为一项重要的资产,在市场中流转。将赛事举办权这一权项法定化,能够使赛事举办权的权利来源更加稳定,有利于市场化发展。笔者认为赛事举办权主要包含:一是决定举办赛事的权利,包括赛事组织者有权决定是否举办赛事,以及有权决定单独主办或与他人联合主办,或授权他人承办赛事之权利;二是体育规则制定权,包括比赛的规则,选择裁判的标准,俱乐部的准入、变更和退出规则,赛事的奖惩规则及其他赛事相关的规则如商务活动规则等。

体育规则制定权是体育自治的表现,对于参加体育赛事相关活动的人具有约束力。体育规则的制定是为了确保赛事的公平公正,也是对运动员、裁判员等体育活动主体的保护,例如举重比赛对年龄的分级、一些动作的限制规定等。有时规则制定会服务于赛事的商业目的,为了让赛事节目看起来更加精彩而专门制定的一些规则,例如NBA引进了24秒进攻时限的规则,大大提高了比赛的观赏性。但规则的制定还应当符合《体育法》在内的法律法规的规定,以及主管该项运动的单项体育协会的特殊规定。

3.2 赛事转播权

赛事转播权是指体育赛事组织者有权自行或委托第三方作为现场转播商进入赛场对赛事进行拍摄、安排解说,并利用获得的素材制作现场电视公共信号、视听内容的权利。体育赛事转播权的法定化是本次立法的一大亮点,新修《体育法》第52条新增了第2款规定“未经体育赛事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照片、音视频等信息”,正式明确了赛事转播权由赛事组织者享有。

体育赛事转播权是职业体育商业化发展的核心资产之一,是赛事组织者最主要的收入^[3]。转播权的入法填补了体育赛事在信息采集阶段的立法空白,缓解了此前需要通过赛事章程“创设”转播权益的尴尬处境。即便如此,仍然需要关注后续实施过程中与其他立法的关系以及可能带来的不利影响。

3.2.1 赛事转播权与著作权的双重许可

体育赛事转播权与著作权是互相独立的法律概念,二者是体育赛事从开始举办到拍摄制作成体育赛事视频的过程中先后产生的两种权利。体育赛事转播权对应的客体是体育赛事本身,是基于赛事组织者对赛事的成本投入、人力物力付出及政治社会



风险的承担,所以应当享有收益,其中收益中占最高比例的是赛事转播权的授权收益,即控制他人拍摄体育赛事、向公众传播的行为。而体育赛事视频的知识产权著作权对应的客体是拍摄完成后的赛事节目,基于拍摄体育赛事节目的转播商的创作行为而产生的如著作权等权利,控制他人传播体育赛事视频的行为。

根据新修《体育法》,赛事活动现场照片和音视频等信息的采集和传播需获得赛事组织者的许可。但同时,赛事活动现场的照片和音视频属于《著作权法》规范的作品,根据《著作权法》规定,赛事现场照片和音视频等作品基于创作行为,权利归属于创作者。假设一个人未经赛事组织者许可拍摄了赛事视频,其基于创作人的身份,在创作完成之时即对该视频享有著作权,那么根据《著作权法》赋予著作权人的财产权,著作权人可以对其作品进行授权或转让。这就与赛事组织者的赛事转播权产生冲突。

类似冲突在其他国家法律中也曾出现。《意大利著作权法》中设置了一项“体育视听权”,根据《意大利著作权法》第78条规定,电影作品、其他视听作品和录像的权利归属于制片者,但“体育视听权”归属于体育赛事组织者。当赛事视频并非由赛事组织者制作,赛事视听内容作品的归属就会产生冲突。对此,《意大利体育视听权归属及管理条例》中明确规定,体育视听权归属于赛事组织者,是电影作品、其他视听作品归属制片者的例外^[4],解决了这一冲突。

根据新修《体育法》,赛事音视频等信息的传播需要获得赛事组织者的许可,这一条款并未像《意大利著作权法》那样直接将赛事视听作品的著作权法定归属于赛事组织者,这意味着如果赛事组织者之外的主体制作了赛事视听作品,在没有约定的情况下,仍然可以取得著作权,只不过进行传播的话需要获得赛事组织者的许可。反之,赛事组织者不能当然地获得他人制作的赛事视听内容的著作权,传播仍需要获得著作权人的许可。而对于转播赛事视听内容的一些电视台、网络平台等第三方,在赛事组织者不享有赛事视听内容著作权的情形下,则需要获得著作权人和赛事组织者的双重许可。

3.2.2 赛事转播权商业化利益与公共利益的平衡

体育赛事具有一定的公益性,职业联赛作为国家级别的赛事一定程度上象征着国家利益和文化。德国宪法法院曾经指出,重要的体育比赛不仅具有高度的欣赏性,而且还具有重要的社会价值,是拓展公共交流的一个重要连接^[5]。

为了更大程度地发挥赛事价值,赛事转播权的授权往往采用独家授权的方式。例如中超联赛有限责任公司曾以5年80亿(后调整为10年110亿)的对价将中超联赛的转播权独家授权给体奥动力(北京)体育传播公司,将国内体育赛事转播权市场推向新高,这与独家授权这一模式密不可分。赛事转播权入法前,赛事组织者对赛事图片、音视频等信息的传播主要依靠对赛场的准入以及著作权的回溯来控制,媒体、观众和其他第三方自行拍摄的图片、视频等赛事内容的传播环境相对宽松。赛事转播权入法后,赛事组织者对赛事内容的传播获得了绝对控制权,能更好地开展商业化运营,但可能会影响赛事的传播。当独家授权的模式对赛事市场的竞争产生影响时,甚至可能会构成垄断。

英超成立后很长一段时期内都是独家授权给默多克集团的天空电视台。2002年,欧洲委员会对英超出售电视转播权的方式展开竞争法的调查,认为天空电视台的行为构成不利于市场的垄断,尽管天空电视台是通过市场竞争买断转播权的。直到2005年英超提出将2007—2010年的足球电视转播权出售给至少两家电视台,确保更多观众收看英超球赛的权利^[6]。德国则将赛事转播权对免费电视台和付费电视台分开出售,或者授权免费电视台延时播放权,使免费电视台能在比赛结束后很短的时间内播出比赛。在平衡公共利益和转播商利益之间,欧盟委员会和欧洲法院对于独占转播权的救济措施主要有两种方式:一种是限制独占享有的转播权的范围,将赛事分割成不同的权利,分别出售,如赛事直播和赛事点播;一种是限制独占权利的授权时间,一般不超过3年。

2014年国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,明确了按市场原则确立体育赛事转播收益分配机制。放宽赛事转播权限制,除奥运会、亚运会、世界杯足球赛外的其他国内外各类体育赛事,各电视台可直接购买或转让。这一规定大大刺激了我国体育产业市场的著作权交易,一时间各平台争相竞逐头部赛事的独家授权,虽然短时间内促进了体育产业的发展,但长远来看,过长期限的独家授权使得市场资源长期掌握在少数竞争者手上,不利于市场的培育和发展,最终反而影响市场的整体环境。针对这一问题,笔者认为可以参考欧盟的做法,对转播权的独家授权采取限制时间或提供免费播放渠道等合理措施,确保市场的健康竞争发展。另外,为保障体育赛事的公共利益,在后续的修法中也可以适当约束赛事组织者免费开放一定场次的比赛。



3.3 集体肖像权

集体肖像通常指3个或3个以上的人物肖像的集合。体育运动是以人为核心的项目,任何围绕体育赛事开展的商业活动都不可避免地使用运动员的肖像,尤其考虑到电视转播权的重要性,获得球员肖像的使用权变得至关重要,集体肖像也是赛事组织者无形资产的核心要素。

3.3.1 集体肖像权的本质

在我国现有法律体系下,集体肖像权并非一项法定民事权利。《中华人民共和国民法典》(简称《民法典》)第1018条规定“自然人享有肖像权”,明确将肖像权限定为自然人专属的权利,早些年的“三军仪仗队”集体肖像权案中(图3),一审法院也曾单一地理解肖像权的定义,认为自然人之外的主体不能享有肖像权,但该案二审在改判时,对集体肖像权的本质进行了详尽解释,认为对于涉案照片而言,体现的是三军仪仗队的形象而非个人肖像,而该形象所产生的价值是三军仪仗队为塑造和保持形象长期付出努力而来的,因此对于使用该集体肖像权带来的利益享有权益^[6]。不难发现,当个人肖像以集体的方式出现,且带有集体的特殊标志或特征时,向公众传达的第一信息是集体,其次才是个人,此时个人肖像已经融入集体肖像,成为其中的一个组成要素^[7]。因此,集体肖像权与个人肖像权在本质上存在一定的差异:个人肖像权是基于自身肖像产生的具有人身属性的权益,具有专属性,只能由自然人享有;集体肖像虽然产生了个人人格之外的集体利益,但这种利益与人格利益具有本质区别,故集体肖像权本质上是一种对多个人肖像进行使用、获得收益的权利^[8]。在体育赛事中,赛事组织者通过长期的投入和运营,为赛事创造了商业价值,赋予了集体肖像一定的商业价值,该种权益应当受到保护。



图3 涉案侵权图案“将军佩剑”

Figure3 The infringing pattern "General Sabre"

3.3.2 个人肖像与集体肖像的冲突与协调

集体肖像权实际上是集体利益与个人利益平衡的产物。从集体肖像权的性质来看,当集体肖像体现了集体的精神利益,一定程度上代表了集体,那么该肖像就因被赋予了超出个人肖像之外的利益,而使个人肖像的权益受到一定的抑制。按目前行业惯例,赛事集体肖像的权利归属于赛事组织者。

在职业体育中,通常根据运动员是否身着赛事指定装备将肖像分为运动员个人肖像和赛事肖像,其中赛事肖像又分为个人赛事肖像和集体赛事肖像。对于运动员而言,个人肖像无可争议地应当属于运动员享有,个人赛事肖像虽然身着的服装和配饰一定程度能够传达集体的信息和精神,但由于肖像权是人身属性极强的权利,人本身是最核心元素,仅单人或双人的肖像中所体现的个人形象会比集体形象更突出,因此此时将该部分权益归属于个人所有更加公平。但如上文分析,3人及以上的集体肖像应当更倾向于对集体利益的保护。

个人肖像权与集体肖像权并非完全互相排斥,有时也可以并存。在认定个人肖像侵权与集体肖像侵权时应当从肖像是否体现集体利益进行区分。对于一些个人比较突出、可识别性较强的集体肖像,应当被认为有独立的个人肖像权。例如在姚明诉可口可乐肖像权侵权案中,可口可乐公司使用的肖像包含3名球员(图4),但突出了姚明的形象,且标注了姚明的姓名,一定程度上超出了仅使用集体精神的目的,而有搭姚明便车之嫌。但对于主要体现集体精神的3人及以上的集体肖像,则应当考虑集体利益的保护。



图4 可口可乐公司使用的涉案包装图样

Figure4 The package patterns used by Coca Cola company



3.3.3 设立集体肖像权制度的必要性

由于我国没有规定集体肖像权,目前集体肖像权维权的法律依据主要是《民法典》第120条规定的“民事权益受到侵害的,被侵权人有权请求侵权人承担侵权责任”。为对集体肖像权的使用和控制,目前体育行业的惯例是由运动员在与俱乐部签署协议时将集体肖像权授权给俱乐部,运动员在参加比赛时,由俱乐部将这部分集体肖像权转授权给赛事组织者,从而实现赛事组织者对集体肖像的商业使用权益。但作为商业开发中一项重要资产,仅以合同来保障赛事组织者的权利显然是十分薄弱的,集体肖像权作为一项基本成熟的商业化权益,如果仅依据《民法典》兜底性的权益保护条款进行保护,不利于该权益的市场化运营,也不利于系统性地保护和规范使用球员集体肖像权。

新修《体育法》未提及体育集体肖像权概念,也未对这部分权利的归属进行相关规定。就权项而言,《民法典》对肖像权进行了规范,但目前的规范主要是针对个人肖像权的保护,而集体肖像权本质是对多个个人肖像权的使用和收益。从权利属性来讲,个人肖像权和集体肖像权有一定的重叠,但从保护的法益来看,二者具有明显区别,集体肖像权本质上是一个基于利益分配产生的权项,期待后续能出台相关解释,从利益分配的角度,按照体育产业的特点,将赛事组织者对集体肖像权应享有的利益法定化。

3.4 赛事数据采集权与使用权

在大数据时代,一手信息数据具有较高的商业价值,目前体育产业的商业交易中,已经出现了利用赛事数据进行商业开发的项目,如运动表现、运动技战术分析、虚拟比赛、模拟比赛等数据产品,这些数据产品不仅具有极高的商业价值,而且涉及赛事的商业秘密利益,亟待规范。

3.4.1 《中华人民共和国个人信息保护法》的发布对赛事组织者的影响

《中华人民共和国个人信息保护法》(简称《个人信息保护法》,于2021年11月1日生效)的发布对赛事组织者的商业运营产生重大影响。根据《个人信息保护法》规定,自然人的个人信息受到法律保护,个人信息包括以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息,个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。

竞技体育是以人为核心的项目,在《个人信息保护法》出台前,赛事组织者基于管理者的身份,对赛

事数据、运动员表现数据等采集、使用已形成行业惯例。但《个人信息保护法》生效后,运动员将对自身的数据信息拥有法定权利,此时赛事组织者再像从前未经许可采集、使用运动员数据信息将存在违法风险。

3.4.2 设立赛事数据采集权与使用权的必要性

近年来,数据信息作为新兴无形资产,越来越受到赛事组织者的重视,对数据信息的保护意识逐渐增强,在一些赛事的授权活动中,赛事数据信息开始作为一项单独的资产进行授权使用。就运动员个人信息而言,与肖像权类似,常见的操作方式是运动员在与俱乐部签署协议时将个人信息授权俱乐部以采集及使用,俱乐部参加职业联赛时,赛事组织者通过与俱乐部的协议获得运动员部分信息数据的授权。实际上,基于赛事组织者的身份和资源,由赛事组织者集中采集、使用和管理赛事数据,能够最大程度发挥赛事数据信息的商业价值,且赛事数据信息对于我国体育产业的发展具有重要的研究价值。但在个人信息已经通过立法明确保护的情形下,如果仅依靠合同约定使赛事组织者获得赛事数据使用权,对于赛事组织者而言将成为一项不稳定的资产,也不利于赛事数据的商业开发和保护。

除了运动员个人相关的信息之外,赛事数据还包括大量如赛事场地、场次、日程等赛事信息,这些信息尚未有法律规定其权属,按行业惯例应当由赛事组织者享有。随着技术的发展,信息采集的技术和手段越来越多,通过场地控制、合同约定控制数据信息的归属变得越来越不稳定,因此需要从立法层面上,赋予赛事组织者对赛事数据的所有权,明确体育赛事数据的权利人及范围。

综上,笔者认为,作为赛事的运营、管理者,赛事组织者应当享有数据采集的权利,有权收集、开发和经营各项赛事和衍生商业活动有关的数据和资料,包括但不限于赛事的图文信息、赛程、结果、运动员信息、记录资料、访谈资料、编辑资料等,以及对该等信息数据进行统计、分析、认可等,开发制作数据产品、模拟比赛、作战技术分析等等。目前新修《体育法》第52条增加“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”,主要强调了赛事图片、音视频的采集传播权,这里的“等信息”是否包含体育赛事数据,还需后续进一步的解释。

4 体育赛事组织者权利的行使与《中华人民共和国反垄断法》的冲突与解决

赛事组织者在行使权利的过程中,可能会与现



有法律产生冲突。其中,受赛事组织结构和运营惯例的影响,与《中华人民共和国反垄断法》(简称《反垄断法》)的冲突最为明显。

从《反垄断法》的角度来看,就某个国家级别的职业体育项目而言,体育项目的单项组织协会作为职业联赛的赛事组织者,在经营管理上与各俱乐部成员密不可分。例如,我国的CBA联赛和中超联赛都是各地俱乐部单独成立一个公司,负责运营赛事,因此赛事组织者所制定的某些规则和举措,当其对该项体育的市场竞争构成影响时,有可能会被认为是各俱乐部协商一致的结果,从而被认为构成《反垄断法》所禁止的限制竞争行为。另外,基于我国体育发展的历史原因,政府对体育赛事的影响较为深远,虽然已经实施改革多年,但在赛事的运营和管理中仍然没有完全脱离政府的管辖,一些规则的制定和决策仍然是从政府管理的角度出发,这同样容易引发一些垄断问题,且《反垄断法》第16条也明确了行业协会不得组织本行业的经营者从事垄断行为。尽管目前来看,由于我国体育产业的发展尚未成熟,以篮球、足球为代表的职业赛事组织者实施的各项举措一定程度上都促进了赛事的发展,因此这些举措在是否涉及垄断的问题上矛盾并不突出。但随着体育产业的发展壮大,各方利益冲突的加剧必然会产生垄断的风险,这是后续新修《体育法》实施过程中需要完善的地方。

4.1 俱乐部关联关系的限制与反垄断

作为企业组织的俱乐部:一方面其运营和管理要遵循市场商业竞争的秩序;另一方面俱乐部是以竞技体育为主营业务的企业,需要兼顾竞技体育的公平核心价值,如果像普通公司一样完全交由市场运作管理,很容易出现商业的合并、关联等,从而影响赛事的公平公正。因此,赛事组织者在制定规则时,通常会对参加联赛的俱乐部之间的股权关系进行一定的限制。例如《西班牙关于职业足球比赛音像内容经营权商业化的相关紧急措施的第5号皇家法令》规定,参加国家职业比赛的公共体育有限公司和俱乐部不得直接或间接持有与同一比赛或者属于同一体育运动的不同比赛的另一家公共体育有限公司的股份。又如欧足联于1988年规定,同一当事人控制的两个或两个以上俱乐部参加欧足联举办的俱乐部比赛时,只有一个俱乐部有参赛资格。

为了确保赛事的公平竞争,这种限制的存在一定程度上是有必要的,但这种限制本质上是对投资者的限制,如果超出了合理性和必要性,就可能构成

《反垄断法》所禁止的横向协议。例如有的章程规定“公司股东之间不得相互转让股权、不得参股,也不得通过投资关系、协议或者其他安排,形成彼此之间的关联关系或某一股东对其他股东的控制、支配关系……”。这一规定在没有区分赛事范围的情况下笼统禁止了俱乐部之间的关联,可能超出了维护赛事公平所必须的合理程度,长期可能对体育产业市场的多维度发展产生不利影响,建议可以参考西班牙或欧足联的规定,将这种限制限定在同一比赛中。

4.2 运动员劳资管理与反垄断

4.2.1 运动员的“限薪令”

在我国体育赛事职业化改革前,运动员的工资与其他劳动者相差无几,而职业化发展后,为了使高水平的球员为自己效力,各俱乐部开始以高薪吸引运动员,运动员的薪资迅速提高了数百倍。这种现象最终使得一些俱乐部因无法支付球员的薪资而面临崩盘,导致体育赛事的竞争市场环境恶化。“限薪令”是体育赛事职业化发展的产物,目前在我国职业化发展的体育赛事中也普遍适用以维持俱乐部之间的健康竞争。例如2019年10月17日,CBA通过了《关于工资帽相关政策的议案》,规定实行工资帽制度,统一球员薪资结构,自2020—2021赛季起,国内球员的最高工资限额为该赛季工资帽基准值的25%^[9]。中国足球协会在2020年12月的专项治理工作会议中也发布了限薪规定,限定俱乐部的总支出不得超过6亿^[10]。

从我国实施限薪制度以来的发展情况,以及参考职业体育较为发达的西方国家的经验来看,限制球员的薪资能够帮助俱乐部健康的发展和竞争。但新修《体育法》并未赋予赛事组织对运动员的劳资管理权,而运动员与俱乐部签署的合同由《中华人民共和国劳动合同法》(简称《劳动合同法》)保护,在立法层面上,赛事组织者的规定缺乏立法支持,可能会影响限薪制度的执行效果。

另外,“工资帽”可能会被认为是由各个俱乐部协商的一个“固定价格”,而运动员作为俱乐部主要运营的“商品”,可能会被视为构成《反垄断法》第13条规定的“具有竞争关系的经营者之间达成固定商品价格的垄断协议”,从而使赛事组织者陷入滥用市场支配地位,排除、限制竞争的反垄断纠纷之中。

4.2.2 运动员的流转

为维护赛事的公平,职业体育中对于运动员的流转有一定的限制,赛事组织者会制定一个“转会窗”,同时运动员转会还会产生“转会费”,以此限制



运动员在俱乐部之间的交易和流转。

体育赛事是以人为核心的项目,个别运动员在代表俱乐部参加的比赛中发挥了核心作用,甚至直接影响该俱乐部的胜率。如果这些运动员在一个比赛周期内在不同俱乐部之间流转,可能会使比赛因人员流转而出现不合理的胜负结果。因此为了维护赛事的公平性,“转会窗”有其存在的必要性。“转会费”则是基于保护俱乐部对培养运动员所付出的成本,避免“为他人做嫁衣”。在职业体育较发达的西方国家,转会窗和转会费制度已相对成熟。但这些制度因限制了运动员的流转,本质上有违《劳动合同法》意义上的就业自由,从《反垄断法》的角度来看,运动员作为体育赛事市场上的主要“商品”,超出必要性地限制运动员的流转可能会被认为构成限制竞争的行为。

新修《体育法》尚未涉及这些细节性的规定,笔者认为在赛事组织者制定的一些有利于职业体育发展的规则或制度可能存在与现有的其他法律冲突的情形下,未来可以考虑在《体育法》相关配套文件中将赛事组织者的自治权进一步细化,明确运动员的薪资、流转等与行业特点有关的用工问题,并将其纳入体育自治范围,由国家体育总局或各单项体育协会统一管理协调,使赛事组织者制定的一些规章和举措的落实,能够有上位法的支持,在与其他法律发生冲突时能够豁免。2019年8月10日,国务院办公厅印发的《体育强国建设纲要》^[1]中也明确了这一方向,提出要建立健全适应体育行业特点的人事制度、薪酬制度、人才评价机制。

5 结束语

随着全民体育概念逐渐深入人心,体育产业在行业中的地位日益凸显,在这个过程中也衍生出多样化的新兴商业模式,新修《体育法》的实施,必然会给体育产业注入全新力量。但不可否认的是,我国体

育产业的发展仍然处于初级阶段,新修《体育法》虽然增加了诸如转播权、独立仲裁等呼声已久的条款,取得重大进步,但在很多细节性的权利义务规范上,仍然有很大的完善空间。

参考文献:

- [1] 国务院办公厅.国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知[EB/OL].[2021-08-21].http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm.
- [2] 裴洋.反垄断法视野下的体育产业[M].武汉:武汉大学出版社,2009:200.
- [3] FIFA. Financial report 2018[EB/OL].[2021-03-19].<https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-financial-report-2018.pdf?cloudid=xzshsoe2ayttyquuxhq0>.
- [4] 十二国著作权法[M].《十二国著作权法》翻译组,译.北京:清华大学出版社,2011:304.
- [5] 黄世席.欧洲体育法研究[M].武汉:武汉大学出版社,2010:122.
- [6] 袁定波,高红十.三军仪仗队终审获赔80万[EB/OL].[2021-08-21].<https://news.sina.com.cn/o/2006-08-01/08519622663s.shtml>.
- [7] 王迁,黄娟.集体肖像权是什么[N].中国摄影报,2006-09-22(2).
- [8] 郭发产.“集体肖像权”的法律问题:析姚明与可口可乐公司肖像权纠纷案[J].法学,2003(6):126-128.
- [9] CBA戴上“工资帽”,帽子下面[EB/OL].[2021-07-18].<https://user.guancha.cn/main/content?id=187621>.
- [10] 北京体育.足协正式公布限薪工资帽,中超俱乐部单赛季总支出不超过6亿[EB/OL].[2021-07-18].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1686034657166417574&wfr=spider&for=pc>.

(责任编辑:晏慧)