

体育知识产权保护研究

● 罗 亭



[摘要] 随着全球化进程的加速,体育产业已成为全球性的经济活动。跨国赛事、俱乐部和品牌日益增多,这不仅促进了体育产业的繁荣,也带来了知识产权保护方面的新挑战。近年来,各国在知识产权保护方面的法律体系不断完善,但仍然存在滞后性。特别是在体育知识产权领域,现有的法律法规可能无法全面覆盖所有类型的体育知识产权,或者对侵权行为的界定和处罚措施不够明确,这导致了在实际操作中,侵权行为难以被及时、有效地打击。本文将从法律角度出发,结合当前体育知识产权保护的实际情况,对其保护现状及面临的挑战进行深入剖析,并提出相应的对策建议,以期完善体育知识产权保护体系、促进体育产业繁荣发展提供有力支持。

[关键词] 体育;知识产权;现状;挑战

在当今全球体育产业蓬勃发展的背景下,体育知识产权作为核心竞争力和重要资产,其保护状况直接关系到体育产业的健康发展和国际竞争力。体育知识产权涵盖了赛事名称、标识等多个方面,具有无形性、专有性、地域性和时间性等特点,决定了体育知识产权的保护需要依赖完善的法律体系和严格的执法机制。然而,当前体育知识产权的保护现状却不容乐观,侵权行为频发、维权成本较高、法律法规滞后等问题日益凸显,这不仅损害了赛事组织者、运动员和体育品牌的合法权益,也阻碍了体育产业的可持续发展和国际交流。因此,深入分析体育知识产权的保护现状及挑战,探讨如何通过法律手段加强体育知识产权的保护,对于推动体育产业的健康发展、提升国家体育软实力具有重要意义。

Q 体育知识产权概述

(一) 体育知识产权的定义与分类

体育知识产权是指体育组织、体育工作者、体育经营者和赞助者依法享有的体育智力劳动成果和经营标志、信誉的权利。这一定义强调了体育知识产权的主体和客体,以及这些权利和利益是受到法律保护的。体育知识产权的出现,是现代体育产业发展到一定阶段的必然产物,也是知识产权保护领域的一个重要分支。体育知识产权作为一个综合性的概念,其分类方式多样,主要包括体育著作权与邻接权、体育商标和标志权、体育专利权以及其他特殊的体育知识产权。

(二) 体育知识产权的特征与价值

首先,体育知识产权与传统有形财产权显著不同,它不具备物质形态,都是非物质形态的存在,这种无形性使得体育知识产权的保护更加依赖于法律制度的完善和执法力度的加强。其次,体育知识产权是权利人依法享有的专有权利,未经权利人许可,任何人不得擅自使用,这种专有性保障了权利人在体育领域内的合法权益,促进了体育产业的创新和发展。而且体育知识产权的保护期限是有限的,一旦超过法定保护期限,相关权利即自动终止,这种时间性特征旨在平衡权利人的利益与社会公共利益,促进体育知识和技术的传播与应用。体育知识产权的保护可以激励体育产业中的创新活动,鼓励运动员、教练员、科研人员等不断开发新技术、新方法,提高运动水平,推动体育产业快速发展。此外,通过加强体育知识产权保护,可以有效遏制侵权行为发生,维护体育市场的公平竞争秩序,保障权利人的合法权益,为体育产业的健康发展创造良好的环境。同时,体育知识产权中的商标权、标志权等对于提升体育品牌的价值具有重要作用,通过注册和使用商标、标志等知识产权,可以增强品牌的识别度和美誉度,提升品牌价值和市场竞争力。

Q 我国体育知识产权保护现状

(一) 法律法规建设

近年来,我国在体育知识产权保护的法律法规建设方面取得了显著进展,通过制定和修订相关法律法规,为体育知识产权保护提供了有力的法律支持。我国一直在推动《体

育法》的修订工作，旨在进一步完善体育领域的法律框架。另外，为了应对体育知识产权保护的特殊需求，我国还制定了一些专门性法规，如《奥林匹克标志保护条例》等，这些法规针对特定类型的体育知识产权提供了更为具体和细致的保护措施，有效遏制了侵权行为的发生。除了上述专门性法规外，我国还注重将体育知识产权保护纳入其他相关法律法规中，如《商标法》《著作权法》等，通过加强与这些法律法规的衔接，可以形成对体育知识产权的多角度、全方位保护。而且相关法律法规明确规定了体育知识产权的保护对象，包括体育赛事的转播权、运动员的肖像权、体育品牌的商标权等，这些规定为权利人提供了清晰的权利边界，也为执法机关提供了明确的执法依据。

(二) 行政机构与政策措施

国家知识产权局、国家体育总局等在推动《体育法》及相关配套法规修订的过程中，特别注重体育知识产权保护条款的增设与强化。这些修订旨在明确体育知识产权的定义、保护范围、权利归属及侵权责任，为体育知识产权的全方位保护提供坚实的法律基础。同时，行政机构还建立健全了体育知识产权保护执法体系，包括知识产权行政管理部门、市场监管部门及司法机构等多部门协同作战，形成合力打击侵权行为的局面。此外，针对体育赛事、体育品牌等领域的侵权行为，行政机构还定期或不定期开展专项执法行动，加大对侵权行为的查处力度，有效遏制了侵权行为的蔓延。

(三) 保护成效与不足

尽管我国在体育知识产权保护方面取得了积极成效，但现有法律法规仍存在一定的滞后性。随着体育产业的快速发展和新兴技术的不断涌现，一些新的侵权行为方式和手段也在不断出现。然而，现有法律法规对这些新问题的界定和处理尚不够明确和具体，导致在司法实践中存在一定的困难和争议。而且体育知识产权侵权行为的复杂性和隐蔽性对执法工作提出了更高要求，但目前执法资源相对有限，难以实现对所有侵权行为的全面覆盖和及时打击，这在一定程度上削弱了执法效果，使得部分侵权行为未能得到及时有效的制止和惩处。

Q 体育知识产权保护面临的挑战

(一) 跨国侵权与维权成本高

体育品牌、赛事等知识产权在跨国运营过程中，容易遭遇来自不同国家的侵权，这些侵权行为可能因法律差异而难以被及时认定和打击，给权利人带来较大损失。而由于各国司法体系相对独立，跨境执法需要协调不同国家的法律程序和司法资源，这不仅增加了执法的复杂性和难度，还可能导致执法效率低下，无法及时有效地打击跨国侵权行为。体育知识产权的维权过程往往涉及复杂的司法程序，从侵权

行为的发现、取证到诉讼、判决，每一个环节都需要投入大量的人力、物力和财力。特别是跨国维权，由于需要协调不同国家的法律程序和司法资源，维权成本更是高昂，这使得许多权利人在面对侵权行为时，往往因维权成本过高而望而却步。

(二) 法律制度不完善与滞后

当前，体育知识产权保护的法律制度在保护范围界定上存在模糊地带。体育知识产权涵盖了商标、专利、著作权等多个方面，但现行法律对于体育赛事直播、运动员肖像权、体育赛事品牌等特定领域的保护边界并不明确。这导致在实际操作中，难以准确界定哪些行为构成侵权，给权利人带来维权难题。而且由于体育赛事、体育品牌等往往涉及多个主体，其权利归属关系错综复杂，现行法律在处理这类问题时，往往缺乏明确的指导原则和具体操作规范，导致纠纷频发，难以有效解决。随着互联网的快速发展和新兴技术的不断涌现，体育知识产权的侵权手段也日益多样化、隐蔽化。然而，现有法律制度往往滞后于技术的发展，难以有效应对新型侵权行为。

(三) 隐性营销与侵权频发

隐性营销是指某些企业试图通过非直接赞助的方式，将自己的品牌与体育赛事在消费者心中建立虚假的关联，从而获取体育赛事带来的利益，这种行为具有极高的隐蔽性，难以被直接察觉，且其法律界定存在复杂性。隐性营销往往不直接侵犯体育赛事的商标权、专利权等明确的知识产权，而是通过间接的方式误导消费者，使得法律在界定其行为是否违法时存在困难。随着体育产业的快速发展，新的隐性营销手段层出不穷，而相关法律法规的更新往往滞后于实践，导致部分隐性营销行为处于法律灰色地带。在体育赛事期间，尤其是奥运会、世界杯等大型国际赛事中，隐性营销与侵权行为频发，这些行为不仅侵犯了体育赛事组织者和正式赞助商的合法权益，也损害了消费者的知情权和公平交易权。

(四) 社会公众意识薄弱

社会公众意识的薄弱不仅阻碍了知识产权保护的有效实施，也加深了法律执行的复杂性和难度。许多社会公众对体育知识产权的法律性质、保护范围及其重要性缺乏足够认知，他们可能不了解哪些行为构成了对体育知识产权的侵犯，这使得侵权行为在日常生活中屡见不鲜。由于社会公众对体育知识产权的认知不足，他们在日常生活中可能不自觉地参与到侵权行为中，这使得法律执行部门在打击侵权行为时面临更大的挑战，需要投入更多的人力、物力和财力来进行宣传和执法。

Q 加强体育知识产权保护的策略与建议

(一) 完善法律法规体系

完善法律法规体系，明确体育知识产权的定义、保护范围、权利归属及侵权行为的法律责任等，是加强体育知识产权保护、维护体育产业健康发展的迫切需要。为了完善体育知识产权保护的法律法规体系，首先，要借鉴国际先进经验，结合我国实际情况，制定专门的体育知识产权保护法律，对体育领域的知识产权进行统一、系统的保护。其次，还要对现有的《著作权法》《商标法》《专利法》等法律法规中与体育知识产权相关的条款进行修订和完善，确保其与体育产业的发展需求相适应。另外，还要通过法律明确规定体育知识产权的权利归属，避免权利纠纷的发生。

(二) 加大执法与监管力度

加大执法与监管力度，旨在通过加大对侵权行为的打击力度，提高违法成本，形成有效的法律震慑力，从而遏制侵权行为的蔓延，这不仅是维护体育产业健康发展的必然要求，也是保护消费者权益的重要举措。为了强化体育知识产权的执法与监管力度，首先，要提升执法人员的专业素养和执法能力，确保他们能够准确识别并有效打击侵权行为。其次，加强执法部门之间的协作与配合，形成合力，共同应对跨地区、跨行业的复杂侵权行为。最后，还要建立健全体育知识产权监管体系，明确监管职责和监管范围，加强对体育赛事、体育产品、体育服务等领域的日常监管和专项检查，及时发现并处理侵权行为。并且还要在法律法规中明确对侵权行为的惩罚措施和力度，确保对侵权行为进行严厉打击，对于情节严重的侵权行为，可以依法追究刑事责任，形成有效的法律震慑力。

(三) 增强公众与从业者意识

增强公众对体育知识产权的认知与尊重意识，是构建良好体育知识产权保护环境的基石。公众作为体育消费和传播的广泛参与者，其知识产权保护意识的强弱直接影响侵权行为的频发与否。从法律层面看，增强公众意识意味着增强了对法律法规的敬畏之心，使公众在日常生活中能够自觉遵守相关法律法规，减少无意识侵权行为的发生。对于体育产业从业者而言，增强知识产权保护意识不仅是行业自律的体现，也是法律法规的明确要求。从业者应深入学习体育知识产权相关的法律法规，明确自身在知识产权保护中的责任和义务，构建一个从源头到终端的全方位体育知识产权保护网络，有效维护体育产业的健康发展。

(四) 推动国际合作与交流

推动国际合作与交流，旨在通过加强各国在体育知识产权保护方面的法律合作、信息共享和执法协作，构建一个更加公平、透明和高效的国际保护体系。这不仅有助于维护权利人的合法权益，促进体育产业的健康发展，也是符合国

际法和国际贸易规则的必然要求。为了推动体育知识产权保护的国际合作与交流，各国应加强在体育知识产权保护方面的法律互认与协调，减少法律冲突和障碍，为跨国界的知识产权保护提供法律支持。同时，还要建立全球性的体育知识产权信息共享机制，及时发布和更新相关信息，有助于各国及时了解和掌握全球体育知识产权保护动态，提高执法效率和准确性。此外，还要加强各国执法机构之间的协作与配合，共同打击跨国界的体育知识产权侵权行为。

(五) 创新保护机制与技术手段

随着体育产业的快速发展和知识产权侵权手段的不断演变，传统的保护机制已难以满足当前的需求。因此，创新保护机制成为必然选择，可以建立体育知识产权快速维权机制，利用大数据、人工智能等技术手段，实现对侵权行为的快速识别、监测和处置。同时，加强与司法、行政等部门的协作，形成多部门联动的保护合力，提高侵权成本，降低维权难度。这种创新保护机制不仅体现了法律的威严与公正，也彰显了技术的力量与效率。此外，还可以通过采用先进的加密技术、数字水印、区块链等技术，有效防止体育赛事转播权、运动员形象权等知识产权的非法复制和传播。

Q 结束语

当前，体育知识产权保护在法律法规建设、执法力度提升、公众意识觉醒等方面均取得了显著进步，但面对日新月异的技术挑战和复杂多变的市场环境，体育知识产权的保护依然面临诸多挑战。未来，体育知识产权保护工作需持续加强，既要不断优化和完善法律体系，确保法律制度的适应性和前瞻性，又要强化技术手段的应用，利用大数据、人工智能等现代技术手段提升监管效率和精准度。同时，加强国际合作，构建更加高效的跨国协作机制，共同应对跨境侵权行为。

参考文献

- [1]张新锋.我国体育赛事视听信息的知识产权保护模式[J].法商研究,2023,40(02):187-200.
- [2]秦博奥,金睿,陈妮.中国体育知识产权研究现状、热点与发展趋势[J].湖北体育科技,2024,43(01):14-19,40.
- [3]张明乾.我国体育知识产权的保护现状及挑战分析[J].现代商贸工业,2024,45(18):198-200.

作者简介:

罗亭(1987—),女,汉族,湖北武汉人,本科,中国政法大学诉讼法学研究院高级课程研修班知识产权法专业学员,研究方向:知识产权法。