

马拉松体育文化 知识产权保护与开发

以“扬马”为研究对象

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS PROTECTION AND
DEVELOPMENT OF MARATHON SPORTS CULTURE

苏喆 等 著

| 优 | 势 | 丛 | 书 |



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

| 优 | 势 | 丛 | 书 |

马拉松体育文化 知识产权保护与开发

以“扬马”为研究对象

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS PROTECTION AND
DEVELOPMENT OF MARATHON SPORTS CULTURE

苏喆 等 / 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

马拉松体育文化知识产权保护与开发：以“扬马”为研究对象 / 苏喆等著. -- 北京：社会科学文献出版社, 2017.6

(优势丛书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 0476 - 0

I. ①马… II. ①苏… III. ①马拉松跑 - 体育文化 - 知识产权保护 - 研究 - 扬州②马拉松跑 - 体育文化 - 知识产权 - 开发 - 研究 - 扬州 IV. ①D927.533.216.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 047303 号

优势丛书

马拉松体育文化知识产权保护与开发

——以“扬马”为研究对象

著 者 / 苏 喆 等

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯

责任编辑 / 孙燕生

出 版 / 社会科学文献出版社·社会政法分社 (010) 59367156

地址：北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：15.75 字 数：248 千字

版 次 / 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 0476 - 0

定 价 / 68.00 元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

扬州大学“优势丛书”

编辑委员会

主 任 夏锦文 周新国 姚文放

委 员 (以姓氏笔画排序)

王永平	田汉云	华清君	刘拥军
吴善中	张 清	柳 宏	胡学春
俞洪亮	秦兴方	钱玉林	钱宗武
蔡宝刚			

总 序

2014年5月，扬州大学的“文化遗产与区域社会发展”学科被江苏省人民政府批准为“江苏高校优势学科建设工程”二期项目。本优势学科以中国语言文学、中国史、法学三个一级学科为依托，由经典诠释与传承研究、文艺理论前沿与区域雅俗文化研究、传统学术与江苏地域文化创新研究、淮扬历史文化遗产研究、法律文化与区域法治发展研究五个主要学科方向组成。

本优势学科的宗旨，是紧紧围绕国家文化发展战略和江苏文化强省战略，追踪学科前沿，造就领军人才，面向国家和江苏经济社会发展，大力推进优势学科的建设。首先，是促进相关学科的交叉融合，开辟学科新方向与科研增长点。凸显本学科原有特色，强化质量意识和品牌意识，通过协同合作、跨越发展，显著提升学科的核心竞争力和国际影响力。其次，是充分发挥学科整体优势，产生具有显著效应的高水平学术成果。交叉整合学科现有资源，加强与国内科研院所和地方文化部门的协作，集中力量，协作攻关，纵贯古今学术，会通中西文化，深入把握雅俗文学嬗变与地域文化发展的规律和特点。再次，是强化学术研究的理论意义和应用价值，建构基础研究与应用研究相结合的研究体系。通过对传统文化的传承创新，把握区域社会发展的面貌、特质、形态、规律，进一步开拓区域社会发展的研究路径和研究领域。最后，是探索服务区域社会的运行机制，发挥服务区域社会的实际功能。积极发挥高校人才高地优势，多元探索社会服务途径，提高科研成果转化效应，多方位、多维度、多层次地为区域社会、文化和法治发展服务。

在上述诸多工作中，本优势学科建设的一项重要任务就是出版一套系

列丛书。拟以两年为一期，每期 15 种；四年两期共 30 种。考虑到与“江苏高校优势学科建设工程”相一致，取名为“优势丛书”。

回顾以往，扬州大学文科的重点学科建设经历了曲折而璀璨的道路：2006 年文艺学学科获批“十一五”江苏省重点学科；2011 年中国语言文学学科获批“十二五”江苏省级重点学科；2012 年中国史学科获批“十二五”江苏省级重点学科。而 2014 年“文化遗产与区域社会发展”获批江苏高校优势学科，则是在以往省级重点学科建设基础上更上层楼。其间，扬州大学承担了参照“211”工程二期项目“扬泰文化与‘两个率先’”和参照“211”工程三期项目“人文传承与区域社会发展”的建设，在这两期项目中均有大型丛书的建设任务，前者为“扬泰文库”，共四个系列，计 90 种图书；后者为“半塘文库”和“淮扬文化研究文库”两个系列，计 50 种图书。这两套大型丛书的出版，有力助推了扬州大学文科各学科科研质态的优化和学术水平的提高，对主涉学科后来获批江苏高校优势学科功不可没。

如今作为优势学科建设的重头戏，又面临着新的大型丛书“优势丛书”的建设工作。任务艰巨、使命光荣，我们不敢稍有懈怠，矢志全力以赴，将团结学科团队全体成员，像以往一样，出色地完成“优势丛书”的出版工作。

最近，“江苏省‘十三五’教育发展规划”指出：到 2020 年，在创建世界一流大学和高水平大学的总目标下，将继续大力支持江苏高校优势学科的建设，以提高江苏省高等教育的综合实力。我们将不遗余力，乘势而上，借助以往学科建设的经验和实践，取得更加辉煌的业绩和卓著的成果，为新一轮优势学科的建设奠定扎实的基础。

“优势丛书”的问世，汇聚着教育部、江苏省教育厅，以及中国社会科学院各位审稿专家的大量心血，凝聚着社会科学文献出版社领导和编辑的辛勤劳动，在此一并表示诚挚的感谢！

扬州大学“优势丛书”编辑委员会

2016 年 8 月

目 录

上篇 总论 马拉松赛知识产权原理与比较分析

第一章 导论	3
第一节 加强马拉松赛知识产权的理论研究	5
第二节 马拉松赛知识产权的总体把握	11
第三节 本书的基本思路、主要内容与研究方法	17
第二章 “扬马”文化与扬州地方传统文化的关系	21
第一节 扬州地方文化的特点	22
第二节 “扬马”文化与扬州地方传统文化的联系	30
第三章 “扬马”知识产权保护的意义	44
第一节 “扬马”知识产权保护的文化意义	45
第二节 “扬马”知识产权保护的经济意义	50
第三节 “扬马”知识产权保护的社会意义	60
第四章 “扬马”知识产权的保护范围	72
第一节 体育知识产权的保护	73
第二节 “扬马”知识产权保护的依据	84
第三节 “扬马”中的知识产权分类	89

第五章 国际赛事知识产权保护对“扬马”的借鉴意义	97
第一节 国际体育赛事知识产权保护与开发的起源和发展	97
第二节 国际体育赛事知识产权保护的范围及形式	99
第三节 国际经验启示下马拉松赛事知识产权保护的意义及 建议	105

下篇 分论 马拉松赛知识产权保护与开发实务

第六章 “扬马”的著作权保护与开发	113
第一节 “扬马”的著作权保护与开发现状分析	113
第二节 “扬马”著作权的主体	122
第三节 “扬马”著作权的利用	127
第四节 “扬马”著作权的保护	133
第七章 “扬马”的专利权保护与开发	139
第一节 “扬马”专利权保护与开发的现状分析	140
第二节 “扬马”获得专利权的实质条件和申请	144
第三节 “扬马”专利权的利用	155
第四节 “扬马”专利权的保护	160
第八章 “扬马”的商标权保护与开发	168
第一节 “扬马”商标使用与注册现状分析	169
第二节 “扬马”商标的注册	171
第三节 “扬马”商标的利用	181
第四节 “扬马”商标权的保护	186
第九章 赛事资产的公司化管理与运作	193
第一节 “扬马”资产的界定	194
第二节 建立资产管理公司的必要性与可行性	196

第三节 资产管理公司的组建与运行机制	199
第十章 赛事资产管理公司的知识产权行使	220
第一节 “扬马” 知识产权的实施现状分析	221
第二节 “扬马” 资产管理公司知识产权的实施	225
第三节 “扬马” 资产管理公司知识产权出资	229
第四节 “扬马” 资产管理公司知识产权信托	234
第五节 “扬马” 资产管理公司知识产权质押融资	238
后 记	243

上篇 总论

马拉松赛知识产权原理与比较分析

第一章 导论

马拉松赛是一种综合性的体育文化，这种体育文化有着深刻的内涵和丰富的外延。这种文化在世界各地蓬勃兴起，生生不息，受到社会各界的广泛关注，不仅体育学者、文化学者、社会学家关注它，把它作为研究对象，法学家们也对它高度重视，况且文化和知识产权具有天然的内在联系，所以知识产权学者理所当然也要对它进行研究。从字面上看，“马拉松赛”比较具体，而“马拉松体育文化”比较抽象，含义似乎比较宏观、相对宽泛，但我们在表达中所针对的是同一文化现象，为了叙述的方便，我们把马拉松赛等同于马拉松体育文化，有时称作“马拉松赛”，有时称作“马拉松体育文化”，必要时简称“马拉松”。

马拉松赛起源于1896年，雅典人在举办第一届奥运会时，为了纪念希波战争（公元前492～前449年）中马拉松战役的胜利并表彰尽职尽责的英雄斐迪庇第从马拉松跑至雅典中央广场报告胜利喜讯的功绩，设立了这项长跑比赛，命名为马拉松赛。马拉松赛的体育精神激励着一代又一代长跑爱好者，吸引着众多的商家和志愿者参与，马拉松赛事也在世界各国遍地开花。美国波士顿在1897年举办首届年度马拉松赛，此后每年一次，经久不衰；德国柏林马拉松以高水平著称，赛道平坦，多次世界纪录/世界最好成绩都是在柏林创造的；英国伦敦马拉松水平也很高，并具有慈善特色，参赛者需要借助比赛来筹集善款支持慈善事业；同样高水平的比赛还有纽约马拉松和芝加哥马拉松等。近年来，我国的马拉松赛事越办越多、越办越好，精彩纷呈，为运动员们提供了一个体现自身价值、展示自我才能的舞台，吸引了世界各地的长跑爱好者特别是一些顶级高手踊跃报

名参赛。更要指出的是,这些赛事丰富了人民群众的体育文化生活,振奋了人们的精神,推动了当地的经济建设,成为联结世界各国人民的桥梁和纽带。

在我国,定期举办的马拉松赛事主要有:厦门国际马拉松赛(1月)、香港渣打银行国际马拉松赛(2月)、重庆国际马拉松赛(3月)、郑州开封国际马拉松赛(4月)、无锡国际马拉松赛(4月)、苏州环金鸡湖国际半程马拉松赛(4月)、扬州鉴真国际半程马拉松赛(以下简称“扬马”,每年4月举行,本书以“扬马”为主要对象进行研究)、营口国际马拉松赛(4月)、大连国际马拉松赛(5月)、黄河口(东营)国际马拉松赛(5月)、天津国际马拉松赛(5月)、丹东鸭绿江国际马拉松赛(5月)、兰州国际马拉松赛(6月)、鄂尔多斯国际马拉松赛(6月)、中韩友好通辽科尔沁草原马拉松赛(7月)、张家口国际马拉松赛(7月)、凉都·六盘水夏季国际马拉松赛(8月)、太原国际马拉松赛(9月)、拉萨国际半程马拉松挑战赛(9月)、吉林和龙国际半程马拉松赛(9月)、宁夏黄河金岸国际马拉松赛(9月)、衡水国际马拉松赛(9月)、贵州黄果树国际半程马拉松赛(9月)、湖南常德柳叶湖国际马拉松赛(9月)、北京国际马拉松赛(10月)、昆明高原国际半程马拉松赛(10月)、桂林国际半程马拉松赛(10月)、西安城墙半程国际马拉松赛(11月)、杭州国际马拉松赛(11月)、广州国际马拉松赛(11月)、深圳国际马拉松赛(11月)、云南大理国际马拉松赛(11月)、上海国际马拉松赛(12月)、海南儋洲国际马拉松赛(12月)、澳门国际马拉松赛(12月)、珠海国际半程马拉松公开赛(12月)、南宁国际半程马拉松赛(12月)等,还有一些正在筹办。我国台湾也盛行马拉松,全年赛事近50场。

扬州鉴真国际半程马拉松赛,始创于2006年,正式名称为“中国扬州鉴真国际半程马拉松赛”。从2013年起这项赛事被国际田联连续确认为金标赛事,也是目前国内唯一被国际田联授予“金标赛事”称号的半程马拉松赛,到2015年已经连续举办十届,近年每届参赛人数达数万人。其主办单位是中国田径协会、中央电视台体育频道、江苏省体育局、扬州市人民政府,承办单位是江苏省体育竞赛管理中心、江苏省体育产业指导中心、扬州市体育局组委会成员单位。考虑到参赛者的不同需求。赛事分

为五个比赛项目,分别是:(1)男、女半程马拉松项目(21.0975公里);(2)高校男、女团体半程马拉松项目(21.0975公里)(青春在途);(3)扬州市民男、女半程马拉松项目(21.0975公里)(幸福大道);(4)男、女10公里公路跑项目、10公里团体组(强盛之路);(5)迷你马拉松项目(5.6公里)。“扬马”以扬州的历史标志性人物、唐朝高僧鉴真大师的坚忍不拔精神与马拉松决不言弃精神为深刻寓意,以“名城名人名赛”为高端定位,从区域性群众体育活动到与专业性竞赛(全国半程马拉松赛)兼容,综合效益不断放大。从内涵来看,该赛事与扬州建设世界名城的城市定位完全相符,与城市品牌形象高度契合,体育活动与地方文化深度融合,旅游观光与招商引资相得益彰,历史积淀与现代文明交相辉映,群众健身与体育竞技异彩纷呈。从文化角度看,该赛事已经成为扬州的一个文化符号、一块金字招牌、一张绚丽名片,使得千年古城扬州充满着无限的青春气息,洋溢着浓厚的人文氛围,绽放着璀璨的文化光辉。

第一节 加强马拉松赛知识产权的理论研究

一 马拉松赛知识产权的重要价值与特点

马拉松赛知识产权的价值与其他体育赛事知识产权的价值同等重要,越来越为人们所重视。马拉松赛知识产权的价值,是法律价值、社会价值与商业价值的统一。法律价值主要体现在公平、正义、自由、秩序和效率等方面,通过法律制度的安排,满足知识产权权利人和知识产权合法使用者的需要,实现相关权利人的主观意志,这也是知识产权法的价值取向和价值追求。社会价值主要体现在媒体传播和社会认同两个方面,具有标志性或显著性特点的马拉松体育文化成果,很容易引起媒体的关注,从而被广泛传播,受众接收媒体传播的信息后,会对赛事主办方、承办方、赛事成果的各种创造者以及赛事所在地都给予正面的评价和某种高度、某种意义上的认同,使得赛事知识产权主体、相关部门以及地方政府的社会影响力不断扩大。而马拉松赛知识产权的商业价值主要通过以下五个方面的功

能来体现。

其一，使用价值。马拉松赛智力成果和商业标识可以为权利人自己所使用。著作权人可以通过出版、展览、播放、网络传播、表演、翻译、改编等方式来使用自己的作品，实现其使用价值；专利权人可以通过实施该专利技术，生产专利产品，实现其使用价值；商标权人可以在自己的产品或服务上使用自己的商标，把商标作为联结消费者的桥梁和纽带，使消费者认牌购物和消费。

其二，许可价值。马拉松赛事知识产权权利人不一定使用自己的智力成果或工商业标记，可以通过许可的方式，让其他需要使用者有偿使用，通过签订许可合同（如独占许可合同、排他许可合同或普通许可合同等），让他人一定时间、一定地域范围内，以某种方式使用马拉松赛知识产权权利人的智力成果或工商业标记。

其三，融资价值。当马拉松赛事知识产权权利人需要资金开展活动而又在一定时期内缺乏资金时，可以把自己的权利对象（操作中的具体表现形式为相关权利证书）质押给某一金融机构，由权利人提出申请，金融机构经过审查后，与权利人签订贷款合同，权利人获得贷款，合同到期后，归还贷款并解除合同。

其四，投资价值。马拉松赛事知识产权权利人可以把自己的知识产权作价出资，用于生产经营活动，分得相应红利。马拉松赛事知识产权权利人还可以采取信托的方式，把自己的权利客体托付给第三人，授权第三人以他自己的名义开展经营活动，获得收益及相应回报。

其五，转让价值。马拉松赛事知识产权权利人可以把自己拥有权利的客体转让给第三人，获得相应价款，自己不得再对该知识产权客体行使权利，当然，著作权人还保留该作品的署名权、修改权、保护作品完整权等人身权。

正因为马拉松赛知识产权具有上述诸多价值和功能，所以它相应地具有其他财产权不具备的一些特点。马拉松赛知识产权的特点主要体现在以下五个方面：

第一，权利的垄断性。马拉松赛知识产权具有一定的垄断性，不经权利人许可，他人不得以商业目的使用其智力成果或工商业标记，也不得采

取各种不正当的方式进行商业性“搭车”，自己牟利，损害权利人的财产利益。在市场经济条件下，它具有反不正当竞争的本质特征，而不是传统意义上的“专用”，严格上讲也不是“专有”。

第二，权利的公开性。由于赛事本身的公开性，各项智力成果或商业标识也不可避免地要随之公开，基于对这些公开性成果或标识的使用也必须公开，并且这种使用往往是许可第三人公开使用，所以马拉松赛知识产权是公开的。这种公开性与垄断性相辅相成，缺一不可。

第三，权利的时间性。知识产权是法定权利，法律基于利益平衡原则和鼓励创新的需要，要对知识产权规定一个权利行使的时间期限，著作权、专利权和商标权有着不同的时间期限。当期限结束时，权利消失，该智力成果成为一种公共资源或知识，但商标权除外，权利人可以申请续展。

第四，权利的地域性。地域性分为两个方面：一是知识产权的法律授予性决定权利只能在授权机关授予的地域效力范围内行使；二是权利人在许可他人使用智力成果或商业标识时也有地域限制。

第五，权利的多项性。智力成果中的作品有多种使用方式，基于每种使用方式都产生一种权项。基于专利产品的专利权也有制造、使用、销售、许诺销售、进口等效力范围，因而也形成了多种权项（或权能）。此外，从权利行使的重复性角度来看，知识产权在有效期内可以重复行使，通过重复行使权利，可以无限扩大知识产权的价值。

二 马拉松赛知识产权研究的现状及发展趋势

体育知识产权是近年来的一个热门话题，引起了社会各界特别是体育界和法学界的共同关注，发表的文章已经有可观的数量，达到较高的水平。比如，项建民于2002年7月在《体育学刊》发表《知识经济时代的体育知识产权保护》，马小华、李开广于2003年6月在《首都体育学院学报》发表《体育知识产权法律界定刍议》，张厚福、赵勇戈、胡建国、黄胜初、金赤、雷斌、李明于2004年1月在《武汉体育学院学报》发表《体育知识产权的客体与法律保护》，陈翼建于2004年12月在《体育科学研究》发表《我国体育知识产权建设的现状与对策探讨》，张春燕、张

厚福于2005年1月在《成都体育学院学报》发表《体育知识产权的研究进展》，胡峰、吕炳斌、段宝玫于2006年3月发表《奥林匹克标志知识产权保护——基于国际法与比较法视角的研究》，西南大学硕士生秦大魁于2006年4月完成题为《我国体育知识产权保护与研究》的硕士学位论文，华中师范大学硕士生张林于2006年5月完成题为《奥林匹克标志知识产权保护研究》的硕士学位论文，钟秉枢、邱招义、于静于2006年6月在《武汉体育学院学报》发表《奥林匹克品牌的法律保护及中、美、澳三国间的比较》，吴衍忠、张春燕于2007年7月在《北京体育大学学报》发表《体育知识产权保护现状及相关问题论析》，魏淑君于2007年12月在《山东体育学院学报》发表《关于体育知识产权范围的界定》，马法超、于善旭于2008年9月在《体育科学》发表《体育无形资产、体育知识产权和体育无形财产权关系辨析》，北京体育大学硕士生邓平于2009年5月完成题为《我国大型体育赛事知识产权保护现状及发展对策研究》的硕士学位论文，李延军、谢兰于2009年9月在《山东体育科技》发表《浅析2008奥运后我国体育知识产权的保护》，吴尚义于2010年2月在《忻州师范学院学报》发表《我国体育知识产权的发展现状与法律保护》，黄成华于2010年4月发表题为《江苏省扬州鉴真国际半程马拉松赛的现状与发展研究》的硕士学位论文，刘亮于2010年5月在“中国国际体育用品博览会暨体育产业与体育用品业发展论坛”上发表《创新型体育用品企业知识产权战略研究》，赵克等于2010年8月在《体育科学》发表《大型体育赛事法律规制的理论与实践研究——以厦门国际马拉松赛为例》，陆作生、陈娇霞于2010年11月在《武汉体育学院学报》发表《我国相关法律对体育知识产权的保护》，黄世昌于2011年5月在《体育与科学》发表《英国奥林匹克知识产权保护立法及对我国的启示》，李城于2011年6月发表题为《北京国际马拉松的品牌战略研究》的硕士学位论文，秦庆、张宁、王文宾于2011年12月在《运动》发表《民族传统体育知识产权保护研究》，倪志伟于2012年4月发表题为《中国扬州鉴真国际半程马拉松赛组织行为学分析》的硕士学位论文，阮伟于2012年6月发表题为《体育赛事与城市发展关系研究》的博士学位论文，张玉超、郭春阳、杨家坤于2012年9月在《体育学刊》发表《我国