**中国曲棍球协会软式曲棍球委员会**

**商务开发管理办法**

 根据《国家体育总局关于推进体育赛事审批制度改革的若干意见》，为加快软式曲棍球运动及产业发展，完善软式曲棍球运动商务开发管理体制，促进全民健身活动与竞技水平提升，制定本办法。

一、指导思想

完善市场机制，充分调动资本、劳动、技术、管理等各要素的积极性，遵循市场规律，合法、合理、科学的对软式曲棍球相关活动进行商务开发，满足国内外不断增长的市场需求，带动软式曲棍球产业消费，促进软式曲棍球运动相关国有无形资产保值增值，促进中国软式曲棍球运动发展。

二、总则

1. 为加快中国软式曲棍球产业化进程、增强中国曲棍球协会软式曲棍球委员会（以下简称中国软曲委员会）市场化能力、强化中国软曲委员会商务拓展工作、规范中国软曲委员会商务开发管理，以保护中国软曲委员会管理的国有资产、实现国有资产保值增值为宗旨，以互利互惠、多方共赢为原则，遵循市场规律，开展中国软曲委员会商务工作。
2. 本办法适用于中国软式曲棍球各级国家队、中国软曲委员会工作人员、中国软曲委员会合作方及业务相关的各类人员。
3. 本办法适用于中国软曲委员会主办、联合主办、承办的赛事、活动、培训认证、中国软曲委员会网络平台，及与中国软曲委员会相关的各类其他项目。
4. 本办法涉及的商务项目主要指中国软曲委员会权益、服务，包括但不限于：委员会名誉使用权、国家队商业权益、委员会赛事权益、专业化会员服务、培训认证、版权、文化产品及衍生品、广告权益等。
5. 中国软曲委员会可以授权委托某一家或多家机构、公司，实施商务开发工作。

三、基本原则

（一）中国软曲委员会主办的各类赛事及活动面向社会进行市场开发与合作,寻求合作伙伴、赞助推广商和承办商，合作方式应有利于软式曲棍球事业的持续良性发展。

（二）中国软曲委员会支持各类市场主体依法组织、举办、软式曲棍球赛事及活动，也支持各类市场主体依法承办中国软曲委员会主办的软式曲棍球赛事及活动。各类市场主体自主经营，权责一致，盈亏自负，风险自担。

（三）中国软曲委员会赛事及活动的商务开发，以公开、公平、公正和效率为原则，根据实际需要进行招投标，订立合同以约定赛事及活动的商务开发权益和收益分配比例，应符合国际国内行业惯例、符合市场对等原则。

（四）根据各类市场主体需求,以“公平竞争,自愿有偿,质价相符,受益方付费”为原则,中国软曲委员会向国内、国际赛事和活动提供有偿技术指导和专业服务，依服务内容签订协议；也可向社会力量购买技术支持和专业服务用于赛事和委员会事业发展。

（五）根据相关规定，中国软曲委员会在遵循市场化原则的同时，对群众性赛事、公益性赛事、青少年等赛事优先提供扶持性服务。

（六）中国软曲委员会通过赛事及活动的市场开发、社会赞助、商业赞助和提供赛事服务取得的相关收益，应满足社会公共管理需要，收费项目合理补偿管理或者服务成本，并与社会承受能力相适应。

四、开发范围

1. 中国软曲委员会名誉权。中国软曲委员会是经国家体育总局批准，在中华人民共和国民政部注册的具有独立法人资格的全国性群众体育组织，是中华全国体育总会的团体会员，是中国奥林匹克委员会承认的唯一全国性软式曲棍球运动委员会。中国软曲委员会的名称及徽标是中国软曲委员会名誉权的主要表现方式。
2. 国家队商业权益。国家队商业权益包括名誉权、肖像权、广告收益权。主要体现方式为各级别男、女国家队的主赞助、官方合作赞助、官方合作活动。
3. 委员会赛事权益。由中国软曲委员会主办、联合主办的赛事，赛事权益全部归中国软曲委员会所有，中国软曲委员会承办的赛事，中国软曲委员会依据赛事协议享有赛事权益。赛事权益包括：赛事命名权；赛事广告权益；门票销售权；赛事规则和设备设施认证权；竞赛组织实施权；赛事标志、视频、数据、集体形象、文化衍生品版权。
4. 专业化会员服务。中国软曲委员会为团体会员和个人会员提供多类型、多层次的专业化服务。包括标准化认证、专业化咨询和指导、数据库共享、行业网络平台宣传、专业人才培训和输出等。
5. 培训认证。中国软曲委员会在全国范围内开展运动员、裁判员和教练员的培训与等级认证工作。中国软曲委员会拥有培训认证工作的全部权益，可以授权其他机构实施或与其他机构合作实施。
6. 版权。中国软曲委员会主办的赛事、活动；中国软曲委员会发行的教材、刊物、数字产品；中国软曲委员会开发的网络平台、电子游戏等，版权均归中国软曲委员会所有。

五、职责与部门

委员会各部门主要职责：

理事会负责战略与投资：履行投资管理职能，负责项目组织审核等管理工作；

市场开发部门：商业开发工作的归口管理部门，负责商业开发管理工作，统筹协调商业开发资源；

财务部门：负责财务管理等管理工作；

法律事务部门：负责项目合法合规性审查，法律文件审核，法律风险管控等管理工作；

委员会其他职能部门：根据部门职责分工，对商业开发项目，履行相关监督管理职责。

六、赞助商类别及权益

赞助商分为三级：主赞助商（最高级）、合作伙伴、产品赞助商（入门级）。

主赞助商：具有唯一性和排他性，享有最高等级的权益；

合作伙伴：具有排他性及拍摄广告权益；

产品赞助商：原则上不具有排他性地位，国家队赞助商可拥有集体肖像使用权，无广告拍摄权。

具体赞助权益实施由市场开发部门协助各部门制定。

1. 赞助期限

 赞助协议原则上以自然年为协议执行年限，并且参照协会法定代表人的任职年限，最长不超过5年，如有特殊情况另议。

八、赞助协议签署流程：

（一）以协会赞助协议范本为基础，按照不同级别的赞助商权益进行调整；

（二）赞助协议需通过市场开发部送交法务部门审核，并保留律师不可更改的书面意见；

（三）赞助协议的签署人如无明确指定，原则上按照以下方式进行授权签署：

1、协会赞助协议由秘书长代表协会签署；

2、重大赞助协议由主席或理事会确定签署人。

（四）赞助协议相关内容按照规定向社会公示；

（五）赞助协议我方须持有2份原件，财务部门和市场开发部门分别存留，主办部室持复印件。市场开发部负责收集所有过程原件归档。

**九、**主办部室应严格按照赞助协议执行，并督促赞助商履行协议，按合同约定保障赞助商的权益。跨部门赞助协议由市场开发部负责监督实施，并进行归口管理。