

國立政治大學法律科際整合研究所

碩士學位論文

運動之商事贊助—以大學運動團隊為中心



指導教授：林佳和博士

研究生：吳孟軒 撰

中華民國 110 年 1 月

## 謝辭

哭啊！撰寫論文是一趟漫長又艱辛的過程，讓我發揮了部分的潛力但也知道自己的極限，每每千頭萬緒時提筆，但卻又無法順利地將想法產出，或是遇到瓶頸時面對著螢幕頭痛，到現在即將畢業的前夕，還是讓人無法置信。

首先感謝指導教授的指導及建議，我粗淺的程度讓老師費心了不少，感謝口試委員寶貴的意見，以及受訪者的幫助，讓論文內容能夠更加豐富。

感謝身邊支持我、給我鼓勵的同學和朋友，常常陷入自我懷疑，但總能從你們身上得到繼續努力下去的方向和勇氣，喜歡和各位相處時能輕鬆地垃圾話也能嚴肅地討論問題。

感謝我的家人，給我堅強的後盾，讓我沒有後顧之憂的努力，每次返鄉和你們相聚總是能獲得滿滿的快樂和能量，讓我更有動力，我愛你們，也希望你們能夠一直快樂平安，希望媽媽的身體早日康復，我們一起好好旅行。

最後感謝自己，胖了好幾公斤，憂鬱了好一陣子，總算要完成一道關卡，希望能夠永遠記得此刻的心情，用更堅決的姿態，踏實地面對接下來人生更難的挑戰（還有好好減肥），趕快去打場球慶祝吧。

## 摘要

運動商業贊助乃近代蓬勃發展的一個項目，贊助商選定特定運動賽事、組織或球員贊助，透過雙方互利互惠的合作方式，往往創造了贊助商的產品銷量，也帶動了該運動在國內的發展及投入，包括政府的重視和提高其他企業贊助興趣。大學運動，球員體能處於能和職業接軌的狀態，但學校提供的資源往往不足夠他們的訓練強度要求，因此而出現了向外尋求經費，和企業合作的上出現，在此區塊中，企業、學校和學生呈現了互負一定的權利義務，但法律關係尚未釐清的狀態，因此本文希望先爬梳跟企業贊助效益評估相關的文獻、或是體育方面的研究，定義出運動贊助的類型，再從實際的訪談及關於大學體育圈贊助的歷史脈絡，檢視企業、學校、運動員著重的區塊及回饋，並試著整理出企業贊助學校球隊的態樣與架構，最後進一步分析三者間的法律關係。另外參考商業化程度較高的美國大學運動界，從文獻、判決勾勒出三者的關係與矛盾，以此做為我國的借鏡，希望能透過上述方式幫助我國大學運動贊助領域，得以蓬勃發展。

關鍵字：學生運動員、贊助契約、三方關係、獎學金契約、業餘主義

## 目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究方法.....	1
第三節 本文架構.....	2
第二章 運動之商事贊助：定義與發展.....	4
第一節 本文之贊助定義—以商事贊助為中心.....	4
第一項 學說對贊助定義之演進.....	4
第二項 贊助與其他類似概念的比較.....	7
第三項 多元的贊助類型.....	10
第二節 運動商事贊助之型態.....	12
第一項 運動贊助之歷史沿革.....	12
第二項 運動贊助的定義.....	13
第三項 運動贊助的模式.....	15
第三節 運動商事贊助之特色與基本規則.....	19
第四節 再聚焦：大學運動團隊贊助之社會現況.....	21
第一項 大學運動團隊之運作現況.....	21
第二項 第三人贊助的基本模式.....	22
第三項 贊助者與被贊助者的義務內容.....	24
第五節 小結.....	24
第三章 贊助之形式與法律關係.....	27
第一節 運動商事贊助契約的性質.....	27
第一項 非典型契約.....	28
第二項 雙務契約.....	29
第三項 有償契約.....	30
第四項 諾成契約.....	30

第五項	繼續性.....	31
第六項	小結.....	31
第二節	主要贊助者之契約法律關係.....	32
第一項	主要贊助者與學校之法律關係.....	33
第二項	學校與學生運動員之法律關係.....	37
第三項	贊助者與學生運動員之法律關係.....	43
第三節	一般贊助契約之法律定性.....	46
第一項	一般贊助契約性質.....	46
第二項	與有名契約之關聯.....	48
第四節	校友捐贈之法律關係.....	50
第一項	捐贈契約.....	50
第二項	適用公益勸募?.....	51
第五節	訪談 N 大學校隊贊助現況.....	53
第六節	小結.....	59
第四章	運動之商事贊助—比較法之觀察（以美國學生運動員為例）.....	63
第一節	美國學生運動員現況—以 NCAA 業餘主義為中心.....	63
第一項	業餘主義簡介.....	63
第二項	業餘主義的挑戰.....	66
第二節	NCAA、大學與學生運動員之法律關係.....	68
第一項	NCAA 和大學間的法律關係.....	68
第二項	大學和學生運動員間的法律關係.....	68
第三項	NCAA 和學生運動員間之法律關係.....	74
第三節	學校和學生運動員之特別關係.....	79
第一項	託管機構理論(In Loco parentis Doctrine).....	79
第二項	房東責任理論(Landowner Liability Theory).....	79
第三項	特別關係理論(Special Relationship).....	80
第四節	小結.....	81

第五章 結論.....	84
第一節 贊助者與被贊助者的權利義務.....	84
第二節 結論.....	85
參考文獻.....	88
附錄一 訪談同意書.....	92



## 圖次

圖 1 冠名贊助的三方關係.....	33
--------------------	----



## 表次

表 1 贊助與慈善捐助之差別 .....	7
表 2 運動贊助與基金募集之比較.....	9





# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與目的

研究的動機主要是因為本身熱愛運動，因此也時常關注各種運動、不同層級的比賽及報導，在比賽中常常看到不同的企業贊助態樣，從運動賽事到運動員，連隊伍都能贊助，因而對其產生興趣，深究之後發現其中有許多不同的贊助形式，在法律上有值得探討的空間，另外更發現在大學贊助運動團隊的領域，可能有特殊的三方關係待釐清，因此決定以此題目做為論文題目。

近年來，台灣的各项運動在世界舞台皆有發光發熱的機會，也帶動了該運動在國內的發展及投入，包括政府的重視和企業的資金挹注，基層棒球、籃球的發展，帶動了該層級運動員、球隊、運動賽事的相關贊助，但即使是同一支球隊、同一場賽事，贊助型態也都不同，除了當事人權利義務不同外，尚未類型化的贊助契約關係也有待釐清，國內對贊助的分類尚未有完整地體系，但在大學院校的運動團隊中，因為經費缺乏，積極尋求外界贊助，而在一支球隊，或同一層級的不同球隊，都有各異的贊助方式，因此希望選定這個區塊，釐清贊助契約間的法律關係、契約性質，探究雙方、或三方的權利義務，分析企業、學校、運動員間的關係，以期能夠建立較完整的法律架構。

## 第二節 研究方法

論文會著重在球隊方(學校)、球員、企業的法律關係，而欲討論贊助關係必須先從贊助定義著手，由於贊助乃商業活動興盛而竄出的行銷手段，因此本文爬梳跟企業贊助效益評估有關的文獻、或是體育贊助方面的研究，蒐

羅有關贊助、商事贊助、體育贊助等等的定義，再從實際的訪談及關於大學體育贊助的歷史脈絡，檢視企業、學校、運動員在贊助關係中著重的區塊及回饋，並試著整理出企業贊助學校球隊的態樣與架構，才得以在後續有進一步分析。

法律部分則是從論文及學術文章著手，但國內文獻直接與贊助相關的較少，因此會從契約性質、契約條款等等尋找相關的專書理論及文章為輔助，試從不同契約關係和贊助現況作涵攝對比；另外若是能夠獲得相關的契約，直接從條款及實質的權利義務關係出發，釐清企業、學校、學生運動員三方目前的法律關係、權利義務內容及可能遇到的困境；最後也會試著尋找國外學生運動員和學校間的法律關係或爭議，整理出可供參考的模式。

### 第三節 本文架構

本文總共分為五個章節，簡述如下：

第一章為緒論，簡單述明研究動機、目的、範圍、研究方法及架構。

第二章則釐清贊助、運動商事贊助相關定義，爬梳贊助的歷史與商業、法律上相關的學說理論，期架構出贊助行為的態樣，並且分述國內目前贊助大學院校的贊助類型，於後續分析。

第三章係「贊助之形式與法律性質」，歸納國內贊助大學運動代表隊的態樣，加上實地訪談後的資料，試以法學的理论分析，勾勒出贊助企業、學校、學生運動員的三方關係，嘗試確立法律關係，再闡述其權利義務內容。

第四章為「運動之商事贊助—比較法之觀察(以美國學生運動員為例)」，本章以制度最為完整、商業活動最活絡的美國大學運動為對象，NCAA 作為管理的協會，從其章程和法院判決中釐清 NCAA、學術機構、學生運動員的三方法律關係，作為國內的比對和參考。

第五章為結論，針對以上各章節的論述內容作簡單統整。



## 第二章 運動之商事贊助：定義與發展

### 第一節 本文之贊助定義－以商事贊助為中心

#### 第一項 學說對贊助定義之演進

早期的贊助行為出自於個人、政府或企業之愛心及慷慨解囊，贊助背後雖然具有提升名譽、地位之作用，只是此時的贊助行為實與贈與行為並無二致。到近代，企業將贊助與商業行銷活動連結，藉由贊助不同領域的名人及活動吸引群眾目光，樹立所欲呈現的企業形象，劃分產品定位，贊助行為展現其於媒體溝通上之重要性，而成為商業行銷的利器。因此，學說上對於贊助之定義眾說紛紜，也經歷多次修正，本文將對於贊助之定義大致整理分類如下：

#### 第一款 贊助為單向的贈與行為

贊助的概念在最早期被認為是一種施捨、乞求的行為，是指企業在有餘裕的情況下，出於愛心給予向其請求的團體金錢或物質上的協助，此時的贊助行為與慈善捐助行為（Philanthropy or Charity）並無明顯區別<sup>1</sup>。二十世紀後半期，在贊助蔚為風潮之氛圍下，學者開始注意到此一社會現象，進而開始探討及定位贊助行為，並陸續對贊助行為提出定義。最早給予贊助較明確之定義者，是西元 1971 年英國體育顧問委員會（ Sport Council of the UT ）的定義其認為贊助是一種透過金錢或物質的饋贈來獲得某些有利條件或特權，通常是出風頭為目的<sup>2</sup>。學者亦有提出相類似看法，認為贊助是贊助者向體育或藝文範疇內的娛樂休閒活動提供金錢、實物或服務等支持，

<sup>1</sup> Dennis M. Sandler and David Shani, Sponsorship and the Olympic Games: The Consumer Perspective, *Sport Marketing Quarterly*, 2(3), 38-43 (1993).

<sup>2</sup> 蔡俊五、趙長杰，體育贊助：雙贏之策，人民體育出版社，頁 13-20，2001 年 10 月。

並以出風頭為目的之行為<sup>3</sup>。在前揭定義下，贊助被認為本質是贈與行為，亦即是由一方將財產無償給予他方的行為，此時的贊助行為侷限於體育或藝文範圍，且其目的僅限於提升知名度，可以說贊助者對於其給予的對象是不求回報。

## 第二款 贊助為雙向的交換行為

西元 1980 年後，贊助活動於商業界蓬勃發展，漸漸出現以社會學中的交換理論 (Exchange Theory)<sup>4</sup> 為基礎，認為贊助是一種當事人雙方互相提供資源與收受成果的交換過程。最初提出「商業機構為活動 (被贊助者) 提供資源，作為交換被贊助者同意提供某種資源」想法的學者，僅表示贊助是具有某些商業價值的手段<sup>5</sup>。嗣後學者 Sandler & Shani 認為贊助乃是：企業提供資源 (金錢、人員、設備、技術等)，以利組織執行各項活動，以換取企業與該項活動的直接關係，並藉這個關係來達到企業的行銷目的或媒體目標。<sup>6</sup> McCarville & Copeland 則定義贊助是一種交換過程，指贊助者提供被贊助者所需的任何物資，包含了有形的資源 (金錢、物質) 及無形的資源 (技術、服務、權利等)，並藉此贊助關係達到雙方的互惠互利。<sup>7</sup>

近年來，總部位於美國芝加哥，為全球贊助業中執牛耳地位的贊助諮商

---

<sup>3</sup> 蔡俊五、趙長杰，前註 2，頁 10。

<sup>4</sup> 社會學的交換理論主張人類的一切行為都受到某種能夠帶來獎勵和報酬的交換活動所支配，因此，人類一切社會活動都可以歸結為一種交換，人們在社會交換中所結成的社會關係也是一種交換關係。

<sup>5</sup> 蔡俊五、趙長杰，前註 2，頁 10。

<sup>6</sup> Sandler, D. M., & Shani, D. (1993). Sponsorship and the Olympic Games: the consumer perspective. *Sport Marketing Quarterly*, 2 (3), 38-43.

<sup>7</sup> Ronald E. McCarville and Robert P. Copeland, Understanding sport sponsorship through ex-change theory. *Journal of Sport Management*, 8 (2), 102-114.

與品牌研究公司，國際事件行銷集團 IEG(International Events Group)<sup>8</sup>，在 2017 年所發行的贊助報告中定義<sup>9</sup>贊助為「以金錢或實物作為交換與贊助對象建立有商業價值的直接關係。」；成立於西元 1919 年的國際商會 (International Chamber of Commerce)，總部設於巴黎，為民間重要貿易組織，成立宗旨為推動世界經濟發展，促進自由貿易，為有效促進國際貿易及投資之發展，國際商會除代表商業界與各國政府以及國際組織對話外，更制訂多項國際商業之規則或條款，如銀行、貿易、貨運、商務仲裁等方面，以協助解決國際貿易中產生的爭議和糾紛<sup>10</sup>，其出版的國際贊助守則中則定義贊助為「贊助者與被贊助者為了互惠互利而簽訂商業協議，贊助者提供被贊助者資金或其他資源以建立贊助者的企業形象，或是換取被贊助者提供某些商業權利的授權。」<sup>11</sup>

本說強調贊助者與被贊助者間的雙向互動，贊助雙方互享權利互負義務，故而贊助應是雙務行為。更有學者強調，在此交換過程中，贊助者與被贊助者雙方可達到互利互惠關係<sup>12</sup>，強調贊助雙方共同得利之特徵，要成功促成

<sup>8</sup> 全球贊助業界執牛耳地位的贊助諮商與品牌研究公司。位於美國芝加哥，業務領域包括運動、藝術、活動、娛樂、非營利事業活動等，由網站名稱 [www.sponsorship.com](http://www.sponsorship.com) 就可以看出其公司願景和核心服務範圍。IEG 服務的對象除了有贊助商外，還有運動組織、職業球團和聯盟等。由於 IEG 擁有雄厚的研究資料庫和資料來源，所以發行數項贊助相關的研究刊物如 IEG 贊助報告等。每年固定的贊助市場規模與成長調查、贊助決定因素調查等已成為學術界和業界重要的贊助研究指標，也可看出贊助的趨勢。

參見網路資料：體育運動大辭典 <http://sportspedia.perdc.ntnu.edu.tw/content.php?wid=268> (最後瀏覽日：2021 年 1 月 21 日)

<sup>9</sup> IEG, LLC (2017), IEG's guide to sponsorship, IEG Sponsorship Report, 1-3.

<sup>10</sup> 中華民國國際經濟協會網站，<http://www.cieca.org.tw/zh-tw/a2-7953/%E9%97%9C%E6%96%BC-ICC.html>，(最後瀏覽日期：2021 年 1 月 23 日)。

<sup>11</sup> 2003 ICC International Code on Sponsorship: any commercial agreement by which a sponsor, for the mutual benefit of the sponsor and sponsored party, contractually provides financing or other support in order to establish an association between the sponsor's image, brands or products and a sponsorship property in return for rights to promote this association and/or for the granting of certain agreed direct or indirect benefits.

<sup>12</sup> 蔡俊五、趙長杰，參前註 2，頁 11。

贊助之開展，協調並取得共識是必要過程。開始強調贊助與贈與的不同處，認為贊助是一種雙務有償的互動關係，與單向無償的贈與關係並不相同。贊助在現代的概念更著重在商業的考量，透過資源與權利的交換以及雙方的溝通各取所需，達到雙贏局面。

## 第二項 贊助與其他類似概念的比較

由第一項的簡介可知，贊助的內涵是隨著社會活動發展交流不斷的推展與擴大，現代主要概念為贊助者基於商業目的提供資源給被贊助者運用，被贊助者可能提供某些權利的授權，達到彼此互惠互利。但早期的贊助乃出自於個人、政府或企業之愛心，因此容易與慈善捐助這樣的模式混淆，以下列表簡單比較。

表 1 贊助與慈善捐助之差別<sup>13</sup>

	贊助 (Sponsorship)	慈善捐助 (Charitable Contribution)
1. 公開宣傳性	高度公開的	很少鋪張、誇耀
2. 經費來源	一般是從行銷、廣告或公共關係(事務) 預算支出	從慈善捐款或慈善預算
3. 會計認列	企業費用，如促銷印刷費用或媒體費用	2000 年將慈善捐助勾銷淨收益的比例從 80%降到 75%

<sup>13</sup> 陳以亨、林瑩滋、李星美，企業贊助藝文活動的動機因素之研究，輔仁管理評論，第 11 卷第 1 期，頁 35，2004 年 3 月。

4. 目的	銷售更多的產品/服務；在市場及一般利害關係人（顧客、潛在顧客、地理社群）心中提昇正面的知名度	做企業良好公民；提昇與密切利害關係人（員工、股東、供應商）心中的企業形象
5. 合作對象/接受者	事件、團體、藝術或文化組織、計畫、節目	較大型的捐助往往是來自於教育、健康、疾病、災難、環境議題，但也有關於文化、藝術或是運動等議題。此部份的經費通常註明是給某項計劃或專案，常常是由營運費用來提供
6. 獲得經費多寡	可能多於 50% 贊助經費投注於運動項目	75% 的經費投注於教育、社會福利及健康方面

從表中可以看出，贊助和慈善捐助最顯著的不同在於對外展現的宣傳性，贊助便是看上被贊助者的形象，因此著重在媒體曝光，是高度公開的，以達到被贊助者和贊助者連結；而慈善捐助的公益性較高，希望降低商業成分，因此比較傾向以低調的方式進行。

另外，程紹同教授也曾針對「運動贊助」與「基金募集」加以釐清。基金募集的定義是：為補充組織現有資源之不足，而有目的地進行尋求及接受金錢上的贈與、各類服務、人員或物資的過程。



表 2 運動贊助與基金募集之比較<sup>14</sup>

項目 類別	運動贊助	基金募集
動機	行銷策略	慈善或情感因素
關係	雙向交換性質	單項付出性質
資源提供	多為實體產品、服務、 人員或金錢等	多以金錢為主
供應者態度	行銷機會	捐助心態
目的	達到行銷目的（獲得廣告、 促銷、形象等效益）	尋求心靈 / 心理之回饋， 不求實質回報

基金募集與運動贊助的共通點，在於兩者皆是往組織外尋求資源。程紹同教授指出，從資源供應者的角度來考量運動贊助與資金募集，此二者在動機、關係、資源供應方式、態度、以及目的等方面，都各有差異。

其實依上述列舉的概念，本文認為，應該可以歸納成所謂的商事贊助和公益贊助，兩者的概念區分，一是在目的上的，商業贊助是透過被贊助者的授權以及經營合作樹立品牌形象，以實現贊助方的營利為目的，而公益贊助不以贊助者索取被贊助者的回報為前提，是以支持某項公益組織和部門開展公益事業，履行社會責任為目的。二是在贊助金的對價上，商事贊助以贊助金為交換條件，以期在交換中獲得最大報酬，惟此報酬不一定是金錢，可能是廣告效益，或是形象建立以吸引消費者購買，是有償的商業行為。而公益贊助不以贊助金為交換，更多的被看作是慈善活動，是一種無償的捐贈行為。

<sup>14</sup> 程紹同，第五促銷元素：運動贊助行銷新風潮，頁 32，2001 年。

要特別注意的是，雖然存在完全的商業贊助，也存在完全的公益贊助，但社會上林林總總的不同贊助方式，商業贊助內涵可能有公益元素，公益贊助中可能有商業考量，乃是在光譜兩端中移動，此關係性質為何尚無定論，而可認是解構贊助契約之重要視角。

### 第三項 多元的贊助類型

贊助行為隨著商業活動的快速發展、科技的快速進步及不斷推陳出新的行銷手段，贊助領域越加細緻，並且不同領域非完全分割而多有重疊，較常見的被贊助的類型。國際事件行銷集團(IEG)<sup>15</sup>將贊助領域大致區分為運動、娛樂、節慶活動、公益活動、藝術、會員組織等六類<sup>16</sup>，底下是本文整理的大致介紹。

#### 一、運動贊助

運動贊助為全世界使用最為廣泛之贊助領域<sup>17</sup>，蓋體育擁有正直、健康形象，背後更是代表了竭盡全力、爭取榮譽、勝不驕敗不餒的體育精神，此種積極正向的形象和產品或企業形象的結合對贊助者而言是非常有吸引力的。

#### 二、藝文活動贊助

---

<sup>16</sup> International Event Group (IEG), Best practices: sponsorship activation , IEG Sponsorship Report,p.14 (2013).

<sup>17</sup>根據 IEG 2013 年北美地區商事贊助活動項目統計金額可知，運動贊助占了所有商事贊助項目 69.1% 比例，遠高於第二名娛樂贊助於所有商事贊助項的 19.7% 。

指以藝術類展覽、表演、互動式活動為贊助標的之關係者。除商事贊助外，藝文活動亦為公益贊助的常見對象，結合地方政府或財團法人共同舉行。

### 三、娛樂事業行銷

娛樂可謂是人民休閒生活的概括總和，惟這裡將限縮於體育與藝文以外的活動類型，而涵蓋各式以休閒、娛樂、節慶為目的之活動。此類活動有接近群眾、動類型，而涵蓋各式以休閒、娛樂、節慶為目的之活動。此類活動有接近群眾、貼近生活之特性，讓消費者潛移默化下接收贊助者所欲釋放的訊息，適合企業藉此更貼近消費者群眾。

### 四、文化教育贊助

教育、研究或與為推廣特定理念、概念所舉行之活動或計畫亦可能成為贊助客體。此類型贊助多結合專利研發授權或著作權授權，此亦是企業願意提供贊助客體。此類型贊助多結合專利研發授權或著作權授權，此亦是企業願意提供贊助的主要理由之一。

### 五、媒體贊助

大眾傳播媒體包含電視、廣播、報刊的傳統平面媒體，以及電腦、網路發展出的新媒體。大眾傳播媒體為傳播媒介，對贊助者與被贊助者而言，是十分重要的權利之一，贊助者的曝光與形象建立，均須透過大眾傳媒達到加成效果。然而，媒體業者本身的經營亦可以成為贊助標的，諸如電視節目、網站網頁等，均可見贊助蹤跡。

## 第二節 運動商事贊助之型態

### 第一項 運動贊助之歷史沿革

本文所欲探討的運動贊助屬於贊助底下的一個領域，其實與贊助定義相去不遠，本節主要從運動贊助的歷史沿革出發，再補充國內學者對運動贊助的定義，以及介紹運動贊助較普遍的型態。

最早的運動贊助應可以追溯到 1852 年，美國的新英格蘭鐵路運輸公司 (New England Railroad Transportation) 贊助哈佛大學及耶魯大學這兩所學校的划船隊，接送他們前去比賽，並大力宣傳此事，以此鼓勵了上千名的運動迷購票搭乘他們的火車去觀看比賽。1861 年，兩位在澳洲做生意的英國人贊助英國板球隊到澳洲比賽，並藉由這項比賽來擴大公司的宣傳，額外獲得了一萬一千英鎊的收益。<sup>18</sup>1980 年代企業贊助運動的風氣如野火燎原，主要是受了 1984 年洛杉磯奧運會的影響，在國際奧會的授權之下，奧運籌備委員會以成熟且妥善的商業手法舉辦此次奧運，讓此次奧運贊助獲得巨大的成功，其中最大宗的贊助來源為電視轉播權利金，金額超過 2500 萬美元，且有多達 156 個國家的觀眾同步收看此次奧運轉播，<sup>19</sup>在當時皆是創下奧運會的歷史新紀錄，因此，越來越多企業見市場反應良好，更願意投入資源到運動贊助的領域中。

<sup>18</sup> 程紹同、楊曉生主編，體育贊助導論，頁 7，2004 年。

<sup>19</sup> 戴遐齡，運動贊助與體育發展探究，臺北市立師範學院學報，第 36 卷第 1 期，頁 126，2005 年。

運動贊助在國內整體上來說，部分還停留在贊助包含傳統慈善捐助的概念，而使得被贊助者對自己的定位有所迷失而忽略了自身積極規劃贊助計畫的專業能力；或是贊助雙方之間的合作因觀念的落差而不能善用商業手段所能達到的加乘效果和效率，期盼能夠早日擺脫過去觀念的窠臼，發揮贊助的效益，使資源妥善運用以達雙贏的局面。

## 第二項 運動贊助的定義

國內學者程紹同定義運動贊助，認為運動贊助的意義應是：「透過利益交換的過程，以維持組織與資源供應者之間的商業伙伴關係(partnership)，並藉此達成彼此既定之組織目標。利益交換的方式，常以體育運動組織授予資源供應者一些權利，使其(行銷)活動可與該組織及活動結合並發揮效能；而資源供應者則以資金、產品物資、服務技術或人力等資源，協助該組織及活動目標的實現。所以，贊助與行銷為一種的本質相似，均為一種互動的交換過程。」<sup>20</sup>

此外，程紹同教授補充，若是職棒提供廣告看板位置，此種屬於廣告而非贊助行為；企業為了商業目的自組球隊的行為也不屬於贊助行為一環，自組球隊並非透過利益交換達到形象結合目的之行為，無所謂交換過程，實質上為經營球隊的公司，與贊助行為有別。<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> 程紹同，同註 14，頁 66。

<sup>21</sup> 同前註 20，頁 70。

學者戴遐齡則認為運動贊助就是企業與運動組織或選手之間的「互利關係」，企業進行運動贊助的模式為：「認知—洽商—簽約—贊助—回饋」。可視為企業與運動組織或選手的「雙向權利交換」，並且合作創造「雙贏」的局面。在這種情況下，運動組織必須全力辦好比賽活動，選手則須努力爭取佳績，讓提供贊助的企業由於活動成功或選手表現優異，獲得正面宣傳的效果。另一方面，企業也必須提供承諾的贊助，以便比賽活動順利進行，讓選手專心追求佳績。最後，值得注意的是，運動組織、運動選手與贊助企業的關係，只能算是「有限期的夥伴」，只要贊助合約期滿，彼此立即結束夥伴關係，另尋合作對象。不過，對於贊助合約中的部分（或全部）條款，雙方都有保密的義務。<sup>22</sup>

綜合以上國內外學者論述，本文認為，運動贊助應定義為「在體育相關領域中，贊助者和被贊助者間以商業夥伴的姿態，在達成各自組織設定的目標過程中仍具有共同大方向的利益交換過程。贊助者提供無形或有形的資源支持被贊助所提案的計畫；被贊助者則授予被贊助者一些權利，使活動或贊助標的能和贊助者順利結合發揮效益。」贊助者和被贊助者間的互動過程會是重點，也是影響贊助成功與否的關鍵。舉例來說；2019年的瓊斯杯國際籃球邀請賽，原先在罰球圈的地貼是贊助商路易莎咖啡的曝光位置，只是在體育活動的快速進行下，地貼的材質常常造成選手滑倒，不僅影響比賽精采程度，也使得選手受傷風險大增，在球迷和選手都發聲希望改進的情況下，贊助商和主辦單位從善如流，火速更改地貼到球場邊線外，並透過適時的媒體宣傳播送，路易莎咖啡在籃球圈中迅速走紅，球迷也以實際消費力挺業者，

---

<sup>22</sup> 戴遐齡，同註 19，頁 124。

贊助商和被贊助者合作的緊密程度和交換意見管道的暢通使得贊助取得巨大效益。<sup>23</sup>

### 第三項 運動贊助的模式

#### 第一款 贊助的分級制度

隨著運動贊助活動的蓬勃，各式不同的贊助方式也如雨後春筍般冒了出來，贊助如前所述，著重在雙方的利益權衡交換，所以儘管各種不同的活動會有不同的贊助分級，學者大致歸納出了四種類型之贊助組合(package)分別說明如下：<sup>24</sup>

##### (一) 冠名贊助 (title sponsor)：

意指贊助商的名稱將直接冠於活動或球隊名稱之上，通常享有最最高且獨家贊助權利。贊助商不僅能夠獨家且直接地與該被贊助者的形象連接，更可以有效地排除其他競爭對手參與此項贊助。

##### (二) 指定贊助商 (presenting sponsor)：

此類贊助商的身分通常僅需支付「冠名贊助商」權利金的 1/4 價格即可取得。無冠名權，與運動賽會組織合作宣傳，此一贊助企業可在同類商品中取得與活動結合的優先權，有助於其產品定位並發揮其差異化效果。

##### (三) 官方贊助商 (official sponsor)：

---

<sup>23</sup> 蘋果日報，挺籃球！贊助商配合移除罰球圈地貼球迷讚爆「決定天天喝」，2019/07/19，<https://tw.appledaily.com/supplement/20190719/WOALN5YTFXKTZ7UZA3BYLHGTHI/>，最後瀏覽日：2020/4/26。

<sup>24</sup> 洪嘉文、詹彩琴，推動社會資源贊助學校體育活動之探討，中華體育季刊，第 19 卷 4 期，頁 34，2005 年。

此類贊助方式僅需付出「冠名贊助商」權利金的 1/10 費用，便擁有合法資格，其權力較少。若是官方贊助與指定贊助的產品性質類似，官方贊助商之產品便無法與指定贊助商同時共存，或是額外執行活化策略。

#### (四) 官方供應商 (official supplier)：

此類贊助並非直接與贊助的活動結合。而是這些廠商以提供產品（如飲料、食品、體育產品、器材）或是志工服務，以取代資金提供，而此類贊助並非直接與贊助的活動結合。

以上的分級制度僅是學者整理較常見的組合方式，實務上不同爭取贊助的個人或組織往往會依照自身需求去調整提供給第三人的贊助方案，不同的贊助方式可能一同出現也可能個別出現，甚至因應組織的不同或商業規模會有更精細的贊助組合劃分。例如日本長野冬季奧運將贊助商區分為全球級贊助商 (Worldwide Partners)、金牌贊助商 (Gold Sponsors) 與指定供應商 (Official Suppliers & Supporters) 三類，<sup>25</sup> 而中國北京奧運則將贊助商區分為合作夥伴、奧運贊助商及奧運供應商三類，<sup>26</sup> 以區分不同等級之贊助廠商，分別授予不同權利。

## 第二款 運動贊助的標的

企業贊助運動依照標的區分，可分為運動賽會 (sports event)、組織團體 (sports group & team) 及個人 (individual) 贊助<sup>27</sup>、場館命名權，分別介紹如下：

<sup>25</sup> 程紹同，運動贊助策略學，頁 41，1998 年 3 月。

<sup>26</sup> 汪傳才，體育贊助的法律規制，西北師大學報（社會科學版），第 44 卷第 3 期，頁 103，2007 年 5 月。

<sup>27</sup> 程紹同，同註 14，頁 72。



### (一) 運動賽會贊助

是指企業針對某一特殊的競賽、錦標賽、友誼賽等活動給予實質上協助。例如：維他露食品贊助 2019 臺中舒跑杯馬拉松、中國信託贊助 2019 臺灣裙襪搖搖 LPGA。

### (二) 運動組織贊助

是指企業提供運動組織或團體資金、產品、物質、服務技術或人力等資源。例如：美孚建設公司贊助文化大學棒球隊、町洋企業贊助臺東豐田少棒。

### (三) 個人贊助

企業對某優秀運動員給予服裝、器材、薪資、紅利等資源。例如：NIKE 贊助 NBA 球星 LeBron James、林志傑、高球名將 Tiger Woods、超級馬拉松選手林義傑、棒球名將王建民、足球名將 Neymar；MIZUNO 贊助職棒名將鈴木一朗、松井秀喜、桌球名將福原愛。一般而言，選手成績越好，知名度越高，獲得贊助的機會就相對提高，而簽約的運動員必須使用贊助商提供的產品，遵守合約以及維持表現，一旦成績下滑、知名度下降或是形象受創時，贊助商可能提前終止合約或不再續約提供任何服務。

### (四) 場館命名權<sup>28</sup>

企業贊助來取得運動場館的命名權，是一種能夠穩定且長期曝光的行銷方式。另外不只運動場館本身，內部的健身房、更衣室甚至是牆壁都可能是此類贊助的標的之一。例如：NBA 球隊洛杉磯湖人的主場 STAPLES Center 由

---

<sup>28</sup> 程紹同，大專體育運動贊助新趨勢：場館命名權，大專體育，第 55 期，頁 50-57，2001 年 8 月。

美國知名的辦公用品連鎖店 Staples Inc. 贊助、。

### 第三款 贊助者的贊助形式

從贊助者的履行內容觀察，以贊助者提供的資源種類予以劃分可將贊助區分為以下類型：<sup>29</sup>

- 一、金錢贊助：提供金錢交予被贊助者使用，被贊助者視活動需求使用贊助金。
- 二、實物贊助：提供金錢以外的實體資源。例如提供食物、運動裝備、場地使用等支援。
- 三、服務贊助：指提供技術或服務以利贊助標的之相關運行與組織工作。例如於馬拉松賽事上，提供醫療人員、服務人員、交通食宿、保險業務等。
- 四、資訊贊助：藉由大眾傳播媒體、公關行動或聯合行動的開展，提供訊息類支援的贊助行為。例如廣告文宣、新聞媒體報導等。
- 五、其他贊助：他項非屬於前述四種的贊助行為。如購買被贊助活動之票券。

### 第四款 被贊助者的贊助形式

贊助者以前述形式贊助，相對的被贊助者也應負擔某些責任，只是被贊助者的履行內容多數非直接使贊助者有所收益，而是賦予贊助者一個權利或利益，加強贊助雙方的連結並使贊助者得據此獲得實體收益。<sup>30</sup>

<sup>29</sup> 李劭瑩，贊助契約法律關係，國立臺北大學法律學系碩士班論文，頁 21，106 年 1 月。

<sup>30</sup> 同前註，頁 22。

一、冠名權：冠名權是將贊助者名稱置於贊助標的名稱前之權利，是設定名稱的財產權。例如台新冠名贊助台灣職業籃球隊，以「台新夢想家」為名稱出賽、國立臺灣體育運動大學棒球隊由富邦文教基金會贊助，以「富邦公牛」名稱出賽。取得冠名權之贊助者，其名稱會隨著贊助標的（所贊助的賽事或隊伍）一同曝光，冠名權為排他權，專屬於享有冠名權之唯一贊助者，<sup>31</sup>贊助者得據此提高媒體曝光率，並強化其與贊助標的之關聯性。

二、智慧財產權之使用許可：包含贊助標的及其相關標誌、識別、名稱、圖像等商標權或著作權之授權使用。

三、商業推廣：得合法行銷贊助者之產品、服務或技術之權利，亦即履行前述贊助者所提供之資源，以達贊助者商業推廣目的。

四、其他權利或利益：其他非屬於前述權利，而有利於贊助者者，例如賽事賽會的VIP席、優惠費用等。

### 第三節 運動商事贊助之特色與基本規則

#### 一、商業性<sup>32</sup>

商業性是運動商事贊助最直觀也最顯而易見的特點，也是市場經濟的基本原則，投入的資源與獲得的利益轉換效率越高越好，追求利益的極大化，

<sup>31</sup> 汪傳才，同註 26，頁 103。

<sup>32</sup> 程紹同、楊曉生，同註 18，頁 35-36。

是贊助商的主要目標，現代的贊助也因應商業的發展，從追求直接而單純的回報外，到企業的形象、企業知名度、商譽的提昇來間接提高營收，而將贊助納入行銷預算當中。

## 二、獨立性

前面提到的 ICC 所出版的國際贊助守則中第 1 條第 5 項規定提到：「被贊助者有決定其提供的贊助權利之價值，及與其締約之贊助者的合適性之完整權利。」<sup>33</sup>強調了當與贊助目標有關或可能嚴重影響贊助目標進行之選擇或處理，被贊助者享有獨立決定權，其權利應被保護不受贊助者或其他利益關係人之干擾。

## 三、互惠原則<sup>34</sup>

贊助活動的雙方(有時是多方)應該在商業活動的運作考量下，追求自身利益最大化的同時，也需尊重其他各方利益，以期在體育贊助的過程中獲得共同發展，簡言之，體育贊助的各方是夥伴關係，各自投入資源和努力指向同個目標，此時是共享收益共擔風險的系統，舉例來說，被贊助者(運動員或球隊)形象好壞會直接的影響贊助企業的形象，也是贊助者會特別留意的部分，常常會列進贊助契約的條款當中。

## 四、繼續性

無論合作期間的長短，運動商事贊助之過程為雙方投入資源且互相合作

---

<sup>33</sup> 2003 ICC International Code on Sponsorship Article 5(Respect of the sponsorship property): The sponsor should take particular care to safeguard the inherent artistic, cultural, sporting or other content of the sponsorship property and should avoid any abuse of its position which would damage the identity, dignity, or reputations of the sponsored party or the sponsorship property.

<sup>34</sup> 同前註 32，頁 55-57。

以達成契約目的，重視雙方履行契約約定之義務，從活動開始前的資源提供、合作商標設計，到活動結束後數據資料統計，贊助者及被贊助者通常都會約定於一定期間各負相當之義務。因此，贊助之履行並非一蹴可幾，而須雙方在合約期間內互助合作，使贊助標的之舉行或進行得以獲得契約預定之成果。

## 五、平等原則

商事贊助是追求雙方互利合作的交易行為，因此必須注意交易過程中的合理性與公平性。所謂合理性指雙方當事人應立於合理地位進行交易，換言之必須互相了解雙方的立場、需求與目標，透過溝通、協調達成共識，如此也較能提高雙方繼續贊助的可能性。又所謂公平性指雙方立於對等立場，在明確目標下進行不同利益的協調，以達成彼此目標。簡言之，無論由贊助者或被贊助者提出贊助要約，雙方當事人立於完全平等地位，無所謂贊助者地位較被贊助者高之情形；又商事贊助目標包含贊助標的完成後所獲得的形象、知名度等抽象利益，基於契約自由原則，給付與對待給付經由雙方溝通協調後達到主觀等值，符合契約自由原則。

## 第四節 再聚焦：大學運動團隊贊助之社會現況

### 第一項 大學運動團隊之運作現況

大學運動團隊可粗略分為運動代表隊以及運動社團。學校運動代表隊為學校正式成立之運動性質代表隊，並且以精進選手競技水準為主要目的，同時也選拔出具有潛力或優異技術之選手，由聘請的教練進行經常性訓練，並

對外代表學校參加競賽交流之隊伍，隊伍組成通常是以獨立招生或甄試入學的體保生、體資生為主，少數有潛力且有足夠技巧的一般生有時也能夠經由選拔參與代表隊；運動社團則為一般性社團，成立的宗旨皆在促進學生學習運動技巧、鍛鍊體魄，以做為終身運動之基礎，是利用正式課程以外的時間，與同好一起運動休閒，可以說是大專學校體育的延伸，主要組成都是由一般學生，不一定會有專職教練，有時可能僅是由資深學長姐擔任。後者由於較為休閒導向，因此通常學校的預算補助就能夠維持運作，但前者由於有成績壓力，大學也通常被視為與職業的接軌，因此運動代表隊整體的表現除了仰賴教練的訓練和選手努力外，更需要大量的經費挹注，用於專業化、科學化的分工訓練，使選手能夠完全發揮自身的潛力，取得好的成績，因此運動代表隊在運作上，僅靠學校的預算根本不夠，所以特別需要其他的經費來源，運動代表隊所爭取的贊助經費主要皆用於訓練、比賽、學生學雜費、膳宿、課業輔導和生活管理上。

## 第二項 第三人贊助的基本模式

爬梳文獻，大學運動代表隊究其經費來源大約可以分成學校預算、教育機關或的補助、第三人贊助這三種。在第三人贊助中，贊助類型較為複雜的應屬有參與甲組賽事的學校，贊助者分主要分為企業贊助及校友贊助兩種，惟校友贊助究其本質多是基於對母校熱愛或對球類運動有熱情的無償贈與，是符合前述早期贊助定義，偏向慈善、不求回報的贊助方式，屬於廣義的贊助，由於本文所欲討論之重點在於商事贊助領域，因此後續討論會將校友贊助以校友捐贈取代，以免混淆。第三人贊助中，贊助者因所投入資源的多寡而分成不同的贊助型態，本文試著將其依據贊助資源多寡區分為主要贊助者

和一般贊助者。若球隊運作的經費主要仰賴該贊助者所提供的金錢及其他資源，為主要贊助者，在贊助者中占據重要地位，也享有較多的權利；若球隊接受的贊助金額較少或僅是一般性消耗品的贊助，則為一般贊助者，享有的權利也相對較少。

## 一、主要贊助者

由於主要贊助者為投入資源較多者，因此通常都是以企業冠名贊助居多，贊助金額通常至少百萬，因此在簽約上通常較為謹慎，企業對大學院校甲組棒球隊之贊助行為主要透過建教合作方式來進行，合約期程則各異，有一年一簽，也有三年一簽，首約三年制、續約五年制等等都有。建教合作基本運作模式多半透過雙方各派代表組成管理委員會，並由學校或企業最高領導人擔任管理委員會召集人，負責整個建教合作關係的維繫、溝通及運作。<sup>35</sup>

另外在企業和學校的合作過程中，企業對學校運動代表隊的經費運作干涉程度呈現兩極化的現象。一種是作為主導的地位，由企業的公司部門統籌整體運作，學校端提供必要適時的協助；另一種則是完全不干涉球隊運作，交由學校發揮，企業立場則偏向補助與鼓勵的方式。各個企業建教合作的對口部門也都有所不同，並無一致規劃，從人事部門、專人、宣傳部門、基金會等等皆有。<sup>36</sup>

## 二、一般贊助者

一般贊助者通常金額較小，通常是數萬元至數十萬元，除了以金錢贊助

<sup>35</sup> 廖志維，企業對大學院校甲組棒球隊贊助行為之研究，國立體育學院休閒產業經營學系論文，頁 56-57，2006 年 6 月。

<sup>36</sup> 楊志顯，國內企業對大學院校棒球隊贊助行為之研究，輔仁大學體育學刊，1 期，頁 6，2002 年 9 月。

外，也會有以實物贊助的形式，贊助球隊球具、裝備、或是各類消耗品等等。主要分為廠商贊助以及校友捐贈，廠商贊助曝光的方式多元，可能是直接提供相關的裝備球衣，或是贊助金錢將商標放置於球衣上尋求曝光等等，校友捐贈則通常是出於對運動或母校的熱愛，或是球隊管理者的遊說，單純支持學校球隊，捐贈者並不尋求回報，學校通常是發布新聞稿方式感謝或依照該校的感謝管理辦法致贈感謝狀或獎座。後續會將校友捐贈獨立出來討論。

### 第三項 贊助者與被贊助者的義務內容

第三人贊助者的義務如前所述，主要就是金錢和實物贊助，少數可能會有需要授權給被贊助者使用其標識、商標等等的狀況。

而學校運動代表隊除了提供主要贊助者冠名權，代表企業參加國內相關比賽外，也需要定期報告經費的使用狀況，以及球隊的運作現況，比較特別的是，部分球隊還需要以企業之名舉辦體育活動營隊或在企業重要的節慶中提供表演的節目等等。<sup>37</sup>

一般的廠商贊助裝備，則需要球隊及選手的適時曝光、商業推廣、還有不只是在訓練、比賽過程中需全程穿戴贊助商品，選手在生活中也應避免穿著競業品牌的運動服或拖鞋出現公共場合。

## 第五節 小結

---

<sup>37</sup> 同前註 36，頁 7。



本章首先總覽了贊助的輪廓，形塑贊助行為之樣貌，贊助從早期帶有公益、慈善性質的贈與行為，到了現代因應商業活動交流而展現出了多種不同的樣貌，不僅是公關形象的塑造維持，更進化到推廣公司或產品的行銷手段。贊助演變至今，也與其他類似概念容易混淆，因此特別列舉了文獻提到的慈善捐助和基金募集，歸納出了所謂的商事贊助和公益贊助的概念，商事贊助是以營利為目的，而公益贊助顧名思義更著重在公益慈善的部分，也連帶影響了二者在法律上的概念。

而贊助擁有多種不同的樣貌，也被應用在不同的領域，從文化、娛樂、藝文都可以看到它的蹤跡，本文著重的領域屬於運動商事贊助，因此從歷史沿革開始，整理了文獻對於運動贊助的定義，歸納出「在體育相關領域中，贊助者和被贊助者間以商業夥伴的姿態，在達成各自組織設定的目標過程中仍具有共同大方向的利益交換過程。贊助者提供無形或有形的資源支持被贊助所提案的計畫；被贊助者則授予被贊助者一些權利，使活動或贊助標的能和贊助者順利結合發揮效益。」希望能夠讓後續的概念討論能夠更清楚明確。

最後，在運動贊助領域中，在社會上基於商業活動頻繁，有許多不同的形式在市場競爭下呈現相對穩定的態樣，但在大學的運動贊助，則因為大學運動團隊和職業球隊、賽事、球員相比通常商業價值較低，但對於訓練資源的需求其實很大，因為處於業餘和職業的接軌，想往上一層樓的學生運動員更需要資源的挹注以求個人的突破，各個學校軍備競賽的競爭之下，一般運作下學校預算通常不足，所以有了較為特別的贊助態樣。所以從經費來源，依照贊助資源多寡先臚列出基本的幾個型態，從以冠名贊助方式贊助的主要

贊助者，以金錢或裝備贊助的一般贊助者，還有基於愛心、熱情捐贈的校友捐贈，在後續章節試著以現有的法律概念和工具分析。



### 第三章 贊助之形式與法律關係

契約以法律上有無賦予一定名稱為區別標準，分為有名契約與無名契約。有名契約又稱典型契約，乃是法律依照契約類型賦予一定名稱並規定其內容者；反之若是未依照類型賦予名稱，係由當事人自由創設之契約，則稱為無名契約或非典型契約，如本文所欲探討之運動商事贊助契約即屬之。無名契約為在契約自由原則下，因應現代社會變化及交易工具多元化需求所誕生的產物，也因此契約種類及內容不斷創新且不斷推陳出新；而在這些複雜交易背後，是各式各樣不同的契約設計，透過這些契約設計，確保交易目的能夠順利達成。

本文於第三章先行列舉出現行在大學運動團隊中較常出現的運動商事贊助契約，嘗試分析該契約之法律性質以期有助於解決該契約法律適用之相關問題。有名契約故應適用民法之各項規定，而無名契約除應注意民法總則及契約通則之相關規定外，應觀察當事人之締約目的、經濟目的及社會目的等，剖析當事人間權利義務分配特性及契約於交易過程中著重部分，定性契約性質後，適用或類推適用有名契約之規定，以達法律規範行為之意旨。本文由文獻歸納出運動團隊的贊助現況後，緊接著解構商事贊助契約之法律性質，並以之作為後續探討訪談中某國立N大學之贊助現況，尋繹並定位其可能之法律規範標準。

#### 第一節 運動商事贊助契約的性質

## 第一項 非典型契約

典型與非典型契約的分類乃純粹從法律規範的立場上觀之，所謂典型契約，又稱有名契約，係指有法律明文規範，立法者賦予一定名稱的契約類型，最主要規定在民法債編第二章各種之債中，例如買賣、贈與、承攬、委任、居間、行紀等等；反之，若是法律並未規定而賦予其一定名稱者，則為非典型契約，又。非典型契約可分為混合契約、準混合契約及契約聯立、契約結合四種。<sup>38</sup>無論何種類型之非典型契約，其效力均源自於契約自由原則，自應先依當事人間之約定真意解釋法律關係。<sup>39</sup>如無法透過契約解釋或當事人未約定時，則應斟酌利益狀態、契約目的及交易習慣，善用誠信原則而定之。非典型契約中的分類，若僅有一契約，則為混合契約，<sup>40</sup>而混合契約在適用法律上，學說有三說。吸收說：此說認為主要要素為典型契約時，即為典型契約所吸收，就現代私法自治原則來說，因違背當事人真意，故不宜採。結合說：將各要素抽出，視何種要素符合典型契約而結合適用，學者認為太重形式，故亦不宜採。類推適用說：通說採之，將各要素抽出後，類推適用各個有名契約之規定，較適合當事人以一個契約訂立之真意。<sup>41</sup>

運動商事贊助契約乃因應現代社會需求而生之契約類型，大學團隊的贊助現況中，可能涉及授權使用、勞務給付、商業推廣、給付贊助金等等典型或非典型契約的構成，非屬於我國任一有名契約類型，故應屬非典型契約無

<sup>38</sup> 林誠二，債編各論新解—體系化解說（上），頁 18-19，2015 年 6 月，3 版。

<sup>39</sup> 林誠二，債法總則新解—體系化解說（上），頁 65，2012 年 10 月。

<sup>40</sup> 又分為有名與有名契約混合的純混合契約，以及有名與無名契約混合、無名與無名契約混合的準混合契約。一個契約上訂立數個契約，各自獨立無連帶關係，不互為條件則為結合契約。兩個以上的獨立契約，相互間互為依存的條件則為聯立契約。

<sup>41</sup> 林誠二，同註 38，頁 19；陳自強，契約之內容與消滅，頁 287-289，2013 年 9 月，2 版。

疑。

## 第二項 雙務契約

所謂雙務契約，係指契約當事人互負對價關係的債務之契約。例如買賣契約中，出賣人負有移轉財產權之義務，買受人負有支付價金的義務，此二債務必須相互為對價，雙方所付出皆旨在交換對方的付出，方得稱為雙務契約。反之契約有效成立時，僅一方當事人負有債務，或雙方當事人互負債務，但其債務並無對價關係者，則稱之為單務契約或片務契約。雙務契約與單務契約之區別實益在於同時履行抗辯權、危險負擔及契約解除等規定之適用。

42

運動商事贊助契約中，贊助者提供金錢或資源予被贊助者之契約，被贊助者因贊助契約而提供贊助者機會與方便，實務上有認此非贊助者給付財產之對價，而認契約為附負擔之贈與。<sup>43</sup>然而，依據商事贊助契約之約定內容，贊助者提供金錢、物質等資源予被贊助者使用，被贊助者則提供智慧財產權、冠名權、曝光機會、優先使用等權利或利益予贊助者利用，雖部分資源或權利缺乏客觀價值計算依據，惟契約訂立前雙方已就給付內容商議確認，且實際上不乏被贊助者事先就資源提供及權益取得區分等級者，使契約當事人均

<sup>42</sup> 林誠二，同註 38，頁 23-24。

<sup>43</sup> 臺灣高雄地方法院 101 年訴字第 1406 號民事判決：

「．．．．．審酌原告車隊依約雖需提供選手、教練之肖像、聲音等人格權，供被告為宣傳利用，並需配合參加被告舉行之自行車推廣活動，以拉抬自行車運動之聲勢，但被告既係藉贊助車隊之活動，以期帶動國內自行車運動，堪認原告依約之上開義務，僅屬接受贊助附帶所應盡，非被告以贊助之費用直接換取其事業之所需，即被告之贊助與原告車隊之上開義務間，顯難認有契約之對價關係，是系爭契約之主要性質應屬贈與，依約原告所需負之上開義務，屬接受贈與所需履行之負擔，從而系爭契約為附負擔之贈與契約，應可認定。」

得明確知悉義務之對價性。據此，雙方當事人所提出之給付內容可認主觀上具有對價性質，彼此互為因果及代價，故而商事贊助契約可謂為雙務契約。

### 第三項 有償契約

有償契約，是指當事人各自得因自己之給付而自對方取得對價關係給付之契約，換句話說，但凡是因為使用對方之給付，而須為代價之給付即屬有償契約。<sup>44</sup>值得注意的是，有償契約範圍較為廣泛，此種契約有互相交換利益的性質，惟雙方間的給付在客觀上是否相當，並不會影響其有償性質，雙務契約一定是有償契約，有償契約不一定是雙務契約。在運動商事贊助領域，贊助者給付金錢而取得球隊之冠名權，被贊助者提供冠名、協助舉辦企業體育活動而取得贊助金，故屬有償契約。

### 第四項 諾成契約

契約除當事人間意思表示合致外，尚須為物之交付始能成立之契約，稱之為要物契約或是踐成契約，反之僅須雙方當事人之意思表示合致，契約即為成立者，則為不要物契約，又稱諾成契約。<sup>45</sup>商事贊助關係屬於多種權利義務混合之契約，從契約整體觀之，通常由一方即贊助者給付金錢、物質、服務、技術等資源，他方即被贊助者則授予特定權利或利益，而其中可能包

---

<sup>44</sup> 林誠二，同註 38，頁 27。

<sup>45</sup> 同前註，頁 35-36。

含標之物之交付，惟此僅契約雙方互為對價之給付義務，屬於契約之履行內容，尚非商事贊助契約成立與否之要件，據此，商事贊助契約之性質應為諾成契約。

## 第五項 繼續性

主要視契約是因一次性給付即行消滅，若因一時之給付即實現契約目的，債之關係隨之消滅為一時性契約，若不能因一次給付而使債消滅，須在一段時間內規則地或不斷地給付，始能達成契約目的，則為繼續性契約。<sup>46</sup> 商事贊助契約內所約定的雙方義務類型，如被贊助者契約之履行非僅限於固定的個別給付行為，而是長時間持續性的義務負擔。相對於一次性契約，繼續性契約足以促使當事人提高對他方忠誠義務之拘束力，此種特性於企業贊助球隊中亦可窺見，長期合作愉快能夠增加雙方信任，更有利於下次契約之簽訂，而贊助者與被贊助者之知名度、商譽及形象等復因贊助標的之長時間進行相互影響，性質上應屬繼續性契約。

## 第六項 小結

商事贊助契約為非典型契約；因自己之給付而自對方取得對價關係之給付，因對方之給付而自己負有代價，故為有償契約；僅須雙方表示合致即可成立，為諾成契約；契約的給付須要在一段時間內規則地不斷給付，以達成

---

<sup>46</sup> 同前註，頁 43-45。

契約目的，屬繼續性契約；另外，視契約雙方義務對價觀之，於簽訂時對彼此的權利義務均屬考量核心，應屬雙務契約，惟實務上仍有認其僅是附負擔之贈與。

非典型契約又分為混合契約、準混合契約、結合契約、契約聯立，商事贊助契約之訂定，往往是以一個契約，揉合了有名與無名契約的要素，故屬於混合契約，後續將以通說的類推適用說，來探討契約的適用。

## 第二節 主要贊助者之契約法律關係

企業以冠名贊助方式做為學校運動代表隊的主要贊助者，和學校、學生運動員之間成立了一種特殊的三方關係，企業以建教合作方式和學校合作，但與企業沒有契約關係的學生卻需要背負以企業之名舉辦體育活動營隊、參加建教(贊助)企業舉辦推展棒球運動之相關活動的勞務給付。<sup>47</sup>三方當事人間之法律關係尚待釐清，惟可以肯認的是，三方中兩兩當事人間必定存在某

<sup>47</sup> 輔仁大學甲組棒球代表隊尋求企業贊助合作時於體育運動贊助媒合平台上發出的要約如下：

(一) 參加社會甲組比賽以企業名義(冠名)出賽，應穿著繡有公司名稱的球衣等裝備用品，以具體展現建教企業之紮根文教、推動體育活動之公益形象。

(二) 以學校名義參加國內外大學比賽時，在不違反相關規定下，球衣背後得加繡建教合作(贊助)企業名稱，提升企業曝光率與健康形象。

(三) 為維護企業形象，球員在學期間本校負有管理、訓練與比賽等責任，嚴重違反規定者予以退隊、退學處分。

(四) 建教(贊助)經費之核銷，於每學期結束(分上、下學期)後由學校檢據造冊送企業公司核銷。

(五) 本校球隊有義務協助及參加建教(贊助)企業舉辦推展棒球運動之相關活動。

(六) 本校球隊有義務支援、協助建教合作(贊助)企業公司舉辦各種運動賽會、體育活動或公益活動。

請參見網路資料：

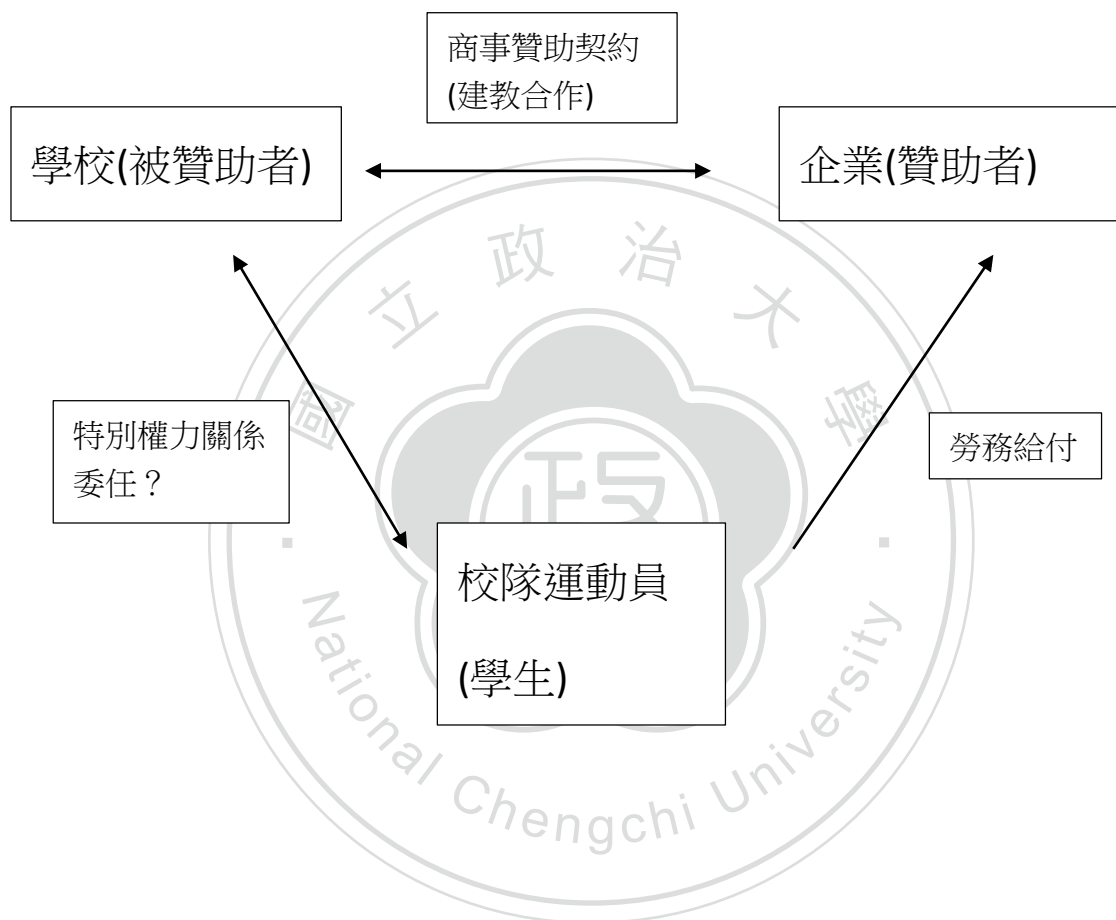
[https://sponsor.sa.gov.tw/Home/Project\\_InnerPage.aspx?id=2128&fbclid=IwAR2kySXfm99L5plorksk1ggpXVY2kfBWQTAAbMK1Cm0jD7qi2hCEf-LYjCwE](https://sponsor.sa.gov.tw/Home/Project_InnerPage.aspx?id=2128&fbclid=IwAR2kySXfm99L5plorksk1ggpXVY2kfBWQTAAbMK1Cm0jD7qi2hCEf-LYjCwE)

(最後瀏覽日：2020年5月26日)



種合意，使得贊助契約中以外的第三人成為其中的當事人，本文嘗試以民法之既有規定及學說，來探討三方間的法律關係。

圖 1 冠名贊助的三方關係



## 第一項 主要贊助者與學校之法律關係

### 第一款 建教合作贊助契約的法律性質

建教合作可以狹義及廣義來分。就狹義而言，建教合作乃是學校與企業

機構或廠商簽定合約，共同擔負教育工作，在雙方的合作安排之下，學生除了在學校接受相關理論的教學與基本技能的基礎訓練；另一方面到合作單位的職位上接受實務性的專業工作訓練，使學生能夠結合學術知識與實踐技能。廣義的建教合作，則是指為促進教育，經濟及社會建設之發展，經由人力規劃的途徑，由教育訓練單位與各企業機構合作從事教育、訓練、研究與發展及各項建設工作，使教育訓練措施內和內容，與國家社會之各項建設需求密切地配合，發揮高度的教育功能。

本文所欲討論的冠名贊助大學運動代表隊雖然是以建教合作的方式贊助，惟觀其內容應只有名義上稱作建教合作，屬於廣義範疇，基於私法自治及契約自由原則，當事人得自行決定契約之種類及內容，以形成其所欲發生之權利義務關係。就當事人所訂定契約之定性，應依當事人所陳述之原因事實，並綜觀其所訂立契約之內容及特徵，將契約所約定之事項或待決之法律關係，置入典型契約之法規，比對其是否與法規構成要件之連絡對象相符，以確定其實質上究屬何類型之契約，或何種法律關係？俾選擇適用適當之法規，以解決當事人之紛爭。<sup>48</sup>因此還是應該依雙方締約時的真意，以及後續互動的方式來判斷雙方的法律關係。

## 第二款 與有名契約之關聯

### 第一目 承攬

---

<sup>48</sup> 最高法院 108 年台上字第 1530 號民事判決參照。

民法第 490 條第 1 項：「稱承攬者，謂當事人約定，一方為他方完成一定之工作，他方俟工作完成，給付報酬之契約。」承攬係以承攬人為定作人完成一定之工作為契約標的，所謂完成一定之工作，係指施以勞務造成一定結果。並且承攬人雖為勞務之提供，但如未能完成工作，亦即未能發生預期之果，定作人不必給付報酬，此乃後付原則。<sup>49</sup>

企業冠名贊助學校來組織球隊參與比賽，企業重視的應該是學校在組建球隊參與比賽的過程，而非球隊運作後比賽的結果勝負，故契約性質應不屬於承攬，雖然說，成果並非毫不重要，但畢竟與契約標的暨目的直接聯繫於特定成果完成之承攬有別。

## 第二目 委任

民法第 528 條：「稱委任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約。」委託契約之當事人有二，為委任人及受任人，委任人資格並無限制，不論自然人、法人均可；受任人即為受委託而處理事務之人。處理之事務包含事實行為及法律行為，原應以自然人為限，然而現代社會商業活動興盛，行業林立，以公司法人為受任人者，亦日益增多矣。<sup>50</sup>

學校組織球隊參與比賽，球隊的管理和運作，從訪談文獻可知基本上贊助者幾乎不會干涉，只對於使用經費發揮最低程度的了解和關心，儘管學校

<sup>49</sup> 林誠二，債編各論新解一體系化解說（中），頁 62-63，2015 年 6 月，3 版。

<sup>50</sup> 劉春堂，《民法債編各論》（中），頁 133，2014 年。

有協助辦理企業體育活動等等之義務，然而企業看重的是在特定媒體報導的日子，球隊出席所帶來的企業重視平衡發展善盡社會責任的美好形象，並且學校的名聲地位，也是主要贊助者會考量的核心，故贊助契約應有委任性質無誤。

### 第三目 居間與行紀

民法第 565 條稱居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約。居間又分為報告居間及媒介居間<sup>51</sup>，二者皆止於使契約成立之階段而已，其並不代他人以自己或他人名義訂立契約。

民法第 576 條稱行紀者，謂以自己之名義，為他人之計算，為動產之買賣或其他商業上之交易，而受報酬之營業。重點在於須以自己之名義，且為他人之計算為之，不能為自己之計算，為他人之計算係指由該營業行為所發生之經濟上之損益，皆歸由委託人承受與負擔。<sup>52</sup>

學校和贊助企業締結合約，是否有為球員居間或行紀之可能？查居間僅止於契約成立之階段，學校和贊助企業卻是詳盡確認契約義務後成為締約當事人，故不屬居間。

又行紀重點為以自己之名義為他人之計算，不可為自己之計算，但學校

---

<sup>51</sup> 林誠二，同註 49，頁 298。

<sup>52</sup> 林誠二，同註 49，頁 317。

協助組織球隊，但並未收取任何報酬，贊助之經費皆是專款專用於球隊運作，無論是球員的餐宿或獎助學金，故也不屬行紀。

## 第二項 學校與學生運動員之法律關係

### 第一款 給付行政之一環

依司法院釋字第 382 號解釋理由書之闡釋，關於大學裡學生與公立學校間之法律關係。從傳統的特別權力關係，經由大法官解釋的修正，在尊重並給予教師及學校的專業判斷餘地的原則之下。基本上回復到一般權力關係，而應遵守現代法治國下之公法上原理原則。至於學生與私立學校間之法律關係，在學生與學校間例如在實施教育之範圍內，學校錄取學生，確定學籍、獎懲學生，核發畢業或學位證書等權限，大法官已經明示係屬於由法律在特定範圍內授與行使公權力，亦即係屬於公法關係，則學生與私立學校間之法律關係亦屬人民與國家間之一般權力關係，學生與公立學校間法律關係之論點，亦可適用至學生與私立學校之法律關係。而學校老師在訓練指導校隊學生間，實務上也認為屬於公法關係。<sup>53</sup>

有關私立學校與學生間之法律關係，可參酌臺灣新北地方法院 100 年重

<sup>53</sup> 臺灣高等法院 99 年重上國字第 13 號民事判決

「又公權力之範圍宜採廣義解釋，較能保護被害人權益，故所謂公權力，係指公務員居於國家機關之地位，行使統治權作用之行為而言，並包括運用命令及強制等手段干預人民自由及權利之行為，以及提供給付、服務、救濟、照顧等方法，增進公共及社會成員之利益，以達成國家任務之行為(最高法院 80 年度台上字第 525 號判決參照)。準此以觀，公立學校教師之教學活動，如永吉國中體育老師指導訓練該校游泳隊選手，係代表國家為保育活動，屬給付行政之一種，應屬行使公權力之行為。」

訴字第 147 號民事判決，其中之理由構成：

「按私立學校係依私立學校法經主管教育行政機關許可設立並製發印信授權使用，在實施教育之範圍內，有錄取學生、確定學籍、獎懲學生、核發畢業或學位證書等權限，係屬由法律在特定範圍內授與行使公權力之教育機構，於處理上述事項時亦具有與機關相當之地位，行政程序法第 16 條、司法院大法官釋字第 269、382 號解釋可供參照。復按公權力之範圍宜採廣義解釋，較能保護被害人權益，故所謂公權力，係指公務員居於國家機關之地位，行使統治權作用之行為而言，並包括運用命令及強制等手段干預人民自由及權利之行為，以及提供給付、服務、救濟、照顧等方法，增進公共及社會成員之利益，以達成國家任務之行為（最高法院 80 年度台上字第 525 號判決參照）。準此以觀，互核前開證人之證詞。私立學校教師之教學活動，係屬私人受託行使公權力，而如本件輔仁大學橄欖球校隊教練指導訓練該校校隊，為全國大專盃的賽前訓練而參加假日之友誼賽，被告學校球隊老師指導訓練該橄欖球校隊球員，係代表國家為保育活動，屬給付行政之一種，應屬廣義行使公權力之行為，被告學校與原告學生間應無存有私法上之契約關係。」

綜上所述，可以知道無論是公立或私立學校的校隊，擔任管理及訓練的老師在指導鍛鍊學生的行為，法院普遍認為係國家為了保育活動，屬給付行政之一種，是廣義上行使公權力的行為，在一般情況下沒有私法上的契約關係存在。

## 第二款 委任契約的適用

學校提供運動環境及體育訓練給校隊的學生，而校隊的學生以學校之名出賽爭取榮譽，若成績優異學校亦可藉此申請政府補助，因此有學生認為學校和自己成立了民事的委任關係因而提起訴訟，實務上有判決分析，以下僅以臺灣高等法院 101 年重上字第 528 號民事判決為例，加以詳細說明。

## 一、案件事實

本件上訴人為輔仁大學橄欖球校隊學生，被上訴人為私立輔仁大學。

該生循獨立招生之方式進入輔仁大學體育學系運動競技組就讀參與 98 年 3 月 14 日之練習賽，惟於練習賽中受傷癱瘓，於是主張就學期間以身為校隊的運動員代表被上訴人爭取榮譽，成績獲得行政院體育委員會（下稱體委會）認定為被上訴人之特色項目之一，因而成為被上訴人爭取體委會「輔導大專校院及體育高級中學發展特色運動」之經費補助之重要助力。校隊訓練器材、隊服、球衣、球具等均由被上訴人提供經費購買，無須學生自備，因此主張，足見校隊之教練與隊員均係受被上訴人之委任，貢獻其橄欖球運動方面之專門技術而服勞務，爭取榮譽，並向體委會爭取補助經費。因此依民法第 546 條第 3 項之規定，欲請求被上訴人賠償該生之醫藥費、精神慰撫金等等。

## 二、法院之判斷：

1、被上訴人設置橄欖球隊，並向體委會申請經費補助，改善運動訓練環境，係為供具橄欖球專長之學生進行訓練，以提升競技實力，培養橄欖球人才乙節，有體委會 100 年 11 月 21 日體委競字第 0000000000 號函附被上訴人申請發展特色運動（橄欖球項目）補助資料可憑（見原審卷第 73-120

頁)。參加比賽，係屬訓練活動之一部，被上訴人就此實無再委託上訴人參加比賽之理。

2、上訴人就此雖主張被上訴人確有委任伊代表被上訴人參加全國大專盃橄欖球比賽云云，惟查：

(1) 被上訴人橄欖球隊約有 40 名隊員，平日均一同練習，遇有全國性比賽時，則由指導老師於賽前甄選 25 名隊員代表被上訴人出賽，獨立招生或甄審保送方式進入被上訴人體育學系就讀之學生，不一定會入選代表隊代表被上訴人參加大專盃橄欖球比賽等情。

體保生進來以後一定要修專長學分，學生都會經常參與練習，但不一定會代表輔大參加大專盃。修專長學分不一定會參加校隊，因為最後我們會選 25 個，我們才會選為校隊…可憑。足見上訴人雖以橄欖球為專長，依被上訴人獨立招生之方式，進入被上訴人體育學系運動競技組就讀，並為被上訴人橄欖球隊 40 名隊員之一員，但仍須經陳 00、范 00 之甄選，入選 25 人之代表隊後，始取得代表被上訴人參加大專盃橄欖球比賽之資格。則上訴人主張：伊為被上訴人橄欖球隊之一員，即須代表被上訴人參加大專盃橄欖球比賽云云，洵難採信。

(2) 被上訴人既未報名參加 98 年 5 月間之大專盃橄欖球比賽，亦無委任上訴人代表參加比賽之可能。上訴人主張：被上訴人有委由陳 00、范 00 為委任上訴人代表其參加大專盃橄欖球比賽之意思表示云云，洵不足採。

3、上訴人雖再主張：倘於大專盃比賽獲得優異成績，有利於被上訴人向體委會爭取補助經費，故被上訴人委任伊參加比賽之必要云云，惟被上訴人橄欖球隊之經費來源，除體委會補助外，其餘部分為被上訴人編列預算



支應，被上訴人向體委會申請之補助經費，係專款專用於球隊，包含比賽時之伙食費、服裝費及器材…再依被上訴人 98 年度申請體委會輔導大專校院發展特色運動經費補助實施計畫所載，其計畫目的在培養橄欖球人才，提升競技實力，延續橄欖球員運動生涯，並為國爭光，且擬定培訓期程、選手招募、生活及輔導管理計畫、培訓及參賽計畫，俱見被上訴人係為提供橄欖球隊學生更佳之運動訓練環境，乃申請經費以充實運動訓練設備，實與委任關係無涉。

4、學生參與比賽，係展現自己橄欖球專長之學習訓練成果，提升競技實力，所獲得之優異成績，亦有助於日後工作之發展。則上訴人是否係基於為被上訴人處理事務或服勞務之意思而參加練習比賽，亦非無疑。

5、況且，上訴人係於橄欖球競賽中亂集團多人堆疊之正常操作中受傷，上訴人從事橄欖球運動有年，應有識別能力，得為有效之承諾。是其亦不得就此所生損害，請求賠償。

6、綜上，依上訴人之舉證，尚無從認定兩造間有委託處理事務之委任關係存在，有如前述，則上訴人依上開民法第 546 條第 3 項之規定，請求被上訴人賠償，即屬無據。上訴人主張本於委任之法律關係，請求被上訴人給付，為無理由，不應准許。

法院認為，首先，依照體委會函釋校隊成員參加比賽，係屬訓練活動的一環，學校根本不需要再行委任學生參賽；再者，除了體委會補助外，學校編列專款專用的預算充實運動訓練設備是為提供橄欖球隊學生更佳之運動

訓練環境，難認有委任學生的意思；管理球隊的教練，在大專盃賽前會選定校隊中能上場比賽的選手，本案中的學生根本沒被選到，更難有基礎主張成立委任關係；另外，參與大專比賽是為了展現自己橄欖球專長之學習訓練成果，提升競技實力，優異的成績亦有助於日後工作之發展。所以學生是否完全基於替學校處理事務或服勞務之意思而參加練習比賽有待商榷。

最後，關於學生在練習賽中受傷一事，法院認為當事人從事橄欖球運動多年，對於運動風險有識別能力，還願意參與練習賽鍛鍊競技，應為有效之承諾，不得就此損害請求賠償。

### 第三款 獎學金契約

學校和學生間的獎學金契約，於上述判決中並未探討，故雙方基於獎學金成立何種關係，實值深究，在贊助契約中，學校與企業會簽訂由企業贊助獎助學金的費用，因而才有該獎助學金的設置，而非學校一般運作下而設立，甚至教練是以獎助學金來招募學生就讀該校參與校隊，學校和當時不屬於該校之學生合意之時，是否成立了委任關係？另外，有學生在球隊之表現依照獎懲規定，有獎學金的增減，若規範不僅止於一般管理學生或球隊之範疇，例如不出席某些企業非訓練活動則扣減、影響教練排勤出賽等等，並非學生參與校隊之義務而影響學生領受獎學金之數額，則這樣的約定使得獎助學金並非獎助學金而係報酬的一種形式，本文認為似有成立委任學生處理一定事務之可能。

### 第三項 贊助者與學生運動員之法律關係

#### 第一款 涉他契約

基於債之相對性，原則上債權契約僅在契約當事人間發生效力，任何人不得為他人訂立契約，此乃契約相對性原則。惟一旦該契約關係涉及第三人，即屬較特殊、例外的情形，學說上稱為「涉他契約」。涉他契約係指當事人約定由第三人為給付或向第三人為給付者，是為涉他契約，類型有二：一為契約給付義務由第三人承擔，是為第三人負擔契約（此時第三人與債務人處於相同地位）；一為債務人應向第三人給付，是為第三人利益契約（又稱利他契約，此時第三人處於與債權人相同之地位）。涉他契約本身並非如買賣、贈與為一種獨立的契約類型，只是就給付行為本身另有約定，是以涉他契約可能存在於任何種類的契約中。<sup>54</sup> 以下就涉他契約之意義及效力分述如下。

#### 第一目 第三人負擔契約

以第三人給付為目標，約定由契約當事人以外之第三人為給付之契約，即為第三人負擔契約。第三人並不因此而成為該契約之當事人，是以，當事人並無基於該契約請求第三人給付之權利。民法第 268 條規定「契約當事人之一方，約定由第三人對於他方為給付者，於第三人不為給付時，應負損

---

<sup>54</sup> 李淑明，債法總論，頁 457，2018 年 2 月，9 版；杜怡靜，契約之成立與效力，頁 199，2006 年。

害賠償責任。」<sup>55</sup>

第三人負擔契約之當事人仍為訂立契約之雙方當事人，該第三人並非契約當事人，是以債權人不得據此第三人負擔契約向第三人逕行請求給付。至於第三人願意給付之原因，通常係基於其與債務人間之另一契約法律關係所致，與第三人負擔契約無涉。較重要的是債務人的權義，當債務人與債權人訂立了第三人負擔契約之後，債務人較一般契約類型多了一項義務，就是應盡善良管理人之注意，促使第三人向債權人給付，若第三人不為給付，依照民法 268 條規定便是由債務人負損害賠償之責。

## 第二目 第三人利益契約

契約當事人約定，債務人須向第三人為給付，第三人因而取得直接向債務人請求給付之權利，又稱利他契約或第三人契約。參照民法第 269 條 1 項規定：「以契約訂定向第三人為給付者，要約人得請求債務人向第三人為給付，其第三人對於債務人，亦有直接請求給付之權。」利益第三人契約並非獨立的一種契約類型，它可能與民法債各所規範的各種契約類型一起出現，亦即在各個契約當中，<sup>56</sup>附加這樣的約款，這樣的約定，學者們稱為利益第三人約款，而附有此等約款的契約，即稱之為：附有利益第三人約款之○○契約。<sup>57</sup>

<sup>55</sup> 同前註 54，頁 458-460；同前註 54，頁 100。

<sup>56</sup> 同註 54，李淑明，頁 462-468；杜怡靜，頁 101-102。

<sup>57</sup> 王澤鑑，第三人利益買賣契約之解除及其法律效果，民法學說及判例研究(七)，頁 165，1996 年。

再依民法 269 條第 2、3 項「II 第三人對於前項契約，未表示享受其利益之意思前，當事人得變更其契約或撤銷之。III 第三人對於當事人之一方表示不欲享受其契約之利益者，視為自始未取得其權利。」可知，此處所稱契約，係指關乎第三人權義的利益第三人約款而言，而所謂權利是指第三人對債務人所取得直接請求給付權。

從上述可知，利益第三人契約成立的前提，必須是三方當事人都有成立此種契約之法效意思不可，尤其是債務人必須同意對於契約外之的三人負擔債務，同時，第三人同意由債務人對其為給付，並對債務人取得直接請求給付之權。而第三人取得的也僅只有該請求權，不包括其他基於契約所生之權利，如撤銷權、解除權等。

## 第二款 本文分析

贊助者與學生之間，並無契約之外貌，學生受學校管理，但卻對贊助者負有一定的勞務給付義務，例如出席企業運動會、協助辦理體育營隊等，甚至有義務與企業球隊打球交流；另外贊助者與學校簽訂之契約，經費皆是給付給學生運動員。

本文認為就學生而言與贊助者並無法律關係，然而卻因本身與學校成立委任關係而對贊助者負有勞務的給付義務，涉入了贊助者與學校之間的贊助契約，故企業、學校應該是成立以學生這個第三人的第三人負擔契約。但是因任何人在未得他人同意，不得以契約使其蒙受不利，所以學校和贊助者不

能逕自約定由第三人(學生)提供勞務給付,僅得約定由學校使學生至贊助者所欲學校支援的活動提供勞務給付,但由於學生終究並非贊助契約當事人,不能直接負擔義務,所以必須要學生表明自己願意提供勞務給付予贊助者,並明文訂定在學校與學生運動員間的獎學金契約中,以作為依據,學校才得盡善良管理人之注意,促使學生向贊助者給付,否則若學生不為給付時,不問其理由,應由學校負擔債務不履行的賠償責任。而贊助者不得直接向學生請求給付,當學生不願給付時,僅能向學校請求損害賠償。

學生並未與贊助者簽約,贊助者卻是以學生為給付對象而與學校簽約,應成立第三人利益契約。在學校與贊助者簽的契約中,通常會有約款,約定經費的用途,依民法第 269 條第 1 項規定,學生對贊助者有直接請求權,若贊助者不履行債務時,學生得對其請求損害賠償,此為便是學生依照約款所取得之權利,須注意的是學生也僅只取得此一權利。

### 第三節 一般贊助契約之法律定性

#### 第一項 一般贊助契約性質

契約的定性不可無視契約的具體內容,僅從契約書的標題立下論斷,例如同樣以房屋委託建造契約書為名,契約性質可能真為承攬,也有可能為買賣或其他契約類型。當事人契約中任何特別約定,均可能使契約性質的判斷南轅北轍。

契約的定性，首應契約解釋，認定當事人約定內容與締約目的，即探究契約的主觀要素。蓋契約是在實現雙方當事人的意思自主，契約當事人具體約定的內容，經由實定法的肯定，在當事人間具有制定法相同的效力，故具體契約內容的認定，恆優先於契約法律性質的判斷(定性)，倘若當事人於契約中所顯現的規範計畫有所不足，即對應規範之事項，當事人有意留諸制定法規範，或因為有預見而漏加規範時，法律之任意規定方有其適用之餘地，以彌補當事人意思之不足。此時適用於各該具體契約之任意規定及強行規定，構成約定債之關係之客觀要素，結合前諸主觀要素，形成約定債之關係的整體。<sup>58</sup>

如前所述，商業贊助契約為非典型契約；因自己之給付而自對方取得對價關係之給付，因對方之給付而自己負有代價，故為有償契約；僅須雙方表示合致即可成立，為諾成契約；契約的給付須要在一段時間內規則地不斷給付，以達成契約目的，屬繼續性契約；另外，視契約雙方義務對價觀之，於簽訂時對彼此的權利義務均屬考量核心，應屬雙務契約，惟實務上仍有認其僅是附負擔之贈與。一般贊助的類型中，與主要贊助不同，通常資源較少、金額較小，有時商業性不若主要贊助者程度那麼高，可能更偏向公益贊助的範疇，因此可能出現贈與契約的性質，而有一時性、無償、單務契約的特性。

非典型契約又分為混合契約、準混合契約、結合契約、契約聯立，商事贊助契約之訂定，往往是以一個契約，揉合了有名與無名契約的要素，故屬於混合契約，下面將以通說的類推適用說，檢視贊助契約中有名契約的元素，來探討契約的適用。

---

<sup>58</sup> 陳自強，同註 41，頁 279。

## 第二項 與有名契約之關聯

### 第一款 承攬或委任之適用

民法第 490 條第 1 項：「稱承攬者，謂當事人約定，一方為他方完成一定之工作，他方俟工作完成，給付報酬之契約。」承攬係以承攬人為定作人完成一定之工作為契約標的，所謂完成一定之工作，係指施以勞務造成一定結果。並且承攬人雖為勞務之提供，但如未能完成工作，亦即未能發生預期之果，定作人不必給付報酬，此乃後付原則。不受定作人之指揮監督（獨立性）重視工作完成，故原則上得使次承攬人為之。

民法第 528 條「稱委任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約。」重在處理事務之方法債務，服勞務僅是手段。原則上依委任人（指導性）指示，惟於急迫情事並可推定委任人意思時，受任人有獨立裁量權。重視處理事務之過程，故原則上不得使第三人代服勞務。另外依照民法第 548 條，有償委任中雙方當事人可約定報酬先付。

在大學團隊的一般贊助中，部分廠商可能贊助球衣球鞋，會要求球隊球員在特定練習時間及比賽都要穿上贊助商所提供的裝備，似有重視成果之樣貌，然後實際上，廠商之所以贊助球隊通常是想借用球隊之名氣、形象，藉此與自家品牌相輔相成，重視的其實是球隊、球員與品牌的連結性，而非單純將品牌置於何處曝光，需要球隊與球員親自為之，隨時注意自己穿戴的裝



備，另外球員私下社群軟體的照片、生活穿搭等等，也負有宣傳和廣告的義務，故本文認為廠商更看重的是事務的處理，球隊營運時隨時注意球隊形象和品牌的結合，故應屬有委任契約的適用。

## 第二款 混合贈與

贈與規定在民法 406 條，一方以自己之財產無償給予他方，他方允受方為贈與，惟贈與中有一特種贈與名混合贈與，即是贈與與買賣的混合契約，係指受贈人亦為一部分對待給付之贈與（如半買半送，或點套餐加價即贈送甜點飲料等），此時僅有一契約存在。<sup>59</sup>對此契約的解釋學說上有分離說及單一說，前者認為此法律行為必須區分為有償及無償兩部分，適用典型契約之規定。後者則認為混合贈與是各種不同類型之典型契約融合成單一契約，除為保持公平結果、基於經濟目的及當事人利益必須排除外，應分別就其贈與及有償之部分，適用或類推適用各該典型契約的規定。林誠二老師此處採單一說，認為實際上半送的部分仍以半買為基礎，半送部分仍應包含在半買的價金內，故認其為買賣較妥，否則於半送部分若適用贈與規定，則不得主張瑕疵擔保責任<sup>60</sup>，容易使出賣人以瑕疵品為花招而欺罔客戶，有違公平與交易安全，本文亦採此說。

廠商除了以金錢贊助球隊之外，也有以實物贊助的情況，例如以打折後的價格供應球員襪子、肌貼等消耗品，並無另外約定球隊或球員有露出品牌

---

<sup>59</sup> 林誠二，同註 38，頁 295。

<sup>60</sup> 此係因贈與專因受贈人之利益而為之，故應減輕贈與人之責任，再按瑕疵擔保為有償契約之特色，贈與本質為無償契約，自無瑕疵擔保責任可言。

的義務，也沒有限制競爭品牌的使用，僅是期望有自然情況下的曝光，看似與一般購買裝備的狀況並無二致，然而此時的打折並非單純促銷，而係帶有商業考量的行銷手段，因此，廠商與該球隊這樣的贊助方式應有混合了買賣和贈與的混合贈與之適用。

## 第四節 校友捐贈之法律關係

### 第一項 捐贈契約

依據民法第 406 條規定，一方以自己之財產無償給與他方，他方允受之契約，稱之為贈與契約。所謂無償，乃指無對價關係而為給付之意，因此贈與為單務契約，僅贈與人一方負有移轉及交付贈與物之義務。<sup>61</sup>校友捐贈無論是以金錢或實物，皆是無償贈與球隊支持其運作或訓練，應可認與學校間成立贈與契約。

惟要注意的是，校友的捐贈方式通常是透過學校，指定用途為球隊運作的贈與，故應屬於附負擔之贈與，附負擔贈與於本質上仍為贈與，並非具有對價關係，受贈人之負擔行為僅從屬於贈與契約，因此仍為單務、無償契約。民法第 412 條規定，贈與附有負擔者，如贈與人已為給付而受贈人不履行其負擔時，贈與人得請求受贈人履行其負擔，或撤銷贈與。所以若是學校未照校友捐贈時的指定用途使用，校友此時是可以要求學校履行其負擔，或撤銷

<sup>61</sup> 林誠二，同註 38，頁 270-271。

贈與的。

實務上<sup>62</sup>也提到附負擔的贈與的性質，「按民法第四百十二條以下所稱附有負擔之贈與，係指贈與契約附有約款，使受贈人負擔應為一定給付之債務者而言。該負擔係一種附款，乃贈與契約之一部，本質上仍為贈與，以贈與為主、負擔為從，僅有主從牽連關係，並無兩相對酬或互為對價之性質。故附有負擔之贈與，屬於單務、無償契約，而非雙務、有償契約，倘契約當事人雙方約定之給付債務，係互為對價或兩相對酬關係，而非附有負擔之贈與時，即應適用雙務或有償契約之規定，初無適用民法第四百十二條第一項撤銷贈與規定之餘地。」

另外，贈與的撤銷規定在 408 條第 1 項「贈與物之權利未移轉前，贈與人得撤銷其贈與。其一部已移轉者，得就其未移轉之部分撤銷之。」是指贈與人無須具備法定原因，即得任意撤銷贈與契約，由於校友捐贈有時會以支票給付，需要特別留意有關撤銷的規定，實務上，支票在提示兌現前，受贈人仍未取得金錢之權利，贈與人自得撤銷之。<sup>63</sup>

## 第二項 適用公益勸募？

學校球隊也很常公開或是在校友聚會場合以勸募的方式籌措經費，學校的運動社團也會有類似向店家挨家拉取贊助的狀況，此時能收到的贊助其性質多是小額的無償捐贈，此種為了球隊營運而募集財物或接受捐贈的情況並

<sup>62</sup> 最高法院 100 年度台上字第 860 號民事判決。

<sup>63</sup> 最高法院 98 年台簡上字第 22 號民事判決

不少見，會不會違反公益勸募的相關規定而受處罰？實有討論之必要。

依照公益勸募條例第 2 條<sup>64</sup>所規定「公益：指不特定多數人的利益。」及同條例第 3 條規定，「基於公益目的，募集財物或接受捐贈之勸募行為及其管理，依本條例之規定。」處罰規定則訂定在第 24 條「有下列情形之一，經制止仍不遵從者，處新臺幣四萬元以上二十萬元以下罰鍰，並公告其姓名或名稱、違規事實及其處罰；經再制止仍不遵從者，得按次連續處罰：一、非屬第五條規定之勸募主體發起勸募。二、勸募活動未經許可。三、勸募活動之許可經主管機關撤銷或廢止，仍為勸募活動。四、逾許可勸募活動期間，仍為勸募活動。前項罰鍰，於勸募團體或其他法人、團體，併罰其負責人或代表人，並公告其姓名。」

另外衛福部的衛部救字第 1060108640 號函釋，也對此行為作出解釋「學生或學生社團之經費來源接受外部贊助，是否涉及公益勸募條例之相關規定

---

<sup>64</sup> 公益勸募條例

第 2 條

本條例所用名詞定義如下：一、公益：指不特定多數人的利益。二、非營利團體：指非以營利為目的，從事第八條公益事業，依法立案之民間團體。

第 3 條

除下列行為外，基於公益目的，募集財物或接受捐贈之勸募行為及其管理，依本條例之規定。但其他法律另有規定者，從其規定：

- 一、從事政治活動之團體或個人，基於募集政治活動經費之目的，募集財物或接受捐贈之行為。
- 二、宗教團體、寺廟、教堂或個人，基於募集宗教活動經費之目的，募集財物或接受捐贈之行為

同法第 24 條：

有下列情形之一，經制止仍不遵從者，處新臺幣四萬元以上二十萬元以下罰鍰，並公告其姓名或名稱、違規事實及其處罰；經再制止仍不遵從者，得按次連續處罰：一、非屬第五條規定之勸募主體發起勸募。二、勸募活動未經許可。三、勸募活動之許可經主管機關撤銷或廢止，仍為勸募活動。四、逾許可勸募活動期間，仍為勸募活動。前項罰鍰，於勸募團體或其他法人、團體，併罰其負責人或代表人，並公告其姓名。

案…二、查本部前於 105 年 3 月 23 日以衛部救字第 1050104166 號函釋略以，系所或學生社團對外募款行為，如目的僅為社團公演或成果發表等，非屬公益，無公益勸募條例之適用；倘另有其他公益之目的，則適用公益勸募條例，爰逕自對外募款行為恐有違法之虞…學生或學生社團所需經費採外部「贊助」方式，究係為主動對外勸募行為或被動接受捐款性質，宜請貴部先行釐清。又有關學生或學生社團辦理活動之類型、態樣繁多，其性質是否屬公益目的，允宜依個案實情認定。」

綜上法規與實務的意見可知，公益勸募條例主要是用來規定公益性質的勸募，只有勸募或受捐贈是為了公益目的，才會受到條例規範。一般私益勸募則回歸民法的契約關係解釋，在本文所欲討論的情況下，球隊皆是為自己的經營運作募集經費，目的並非公益，因此「捐贈者」與「受贈者」之間的關係，究其性質上應屬於「贈與」。

## 第五節 訪談 N 大學校隊贊助現況

本節為實地訪談 N 大學的贊助現況後繕打的摘要，N 大學原先就有校隊，但並非在第一級的層級，有校友基於對運動的熱情與對學校的感情，贊助學校成立球隊，以 N 大學的球隊為目標，希望能夠打造一支課業與球技並重的球隊，作為台灣在學生運動上的典範，自此後，N 大學的校隊分成兩支，一支以一級賽事奪冠為目標(現已打進升級到一級)，成員基本上以體保生為主；另一支則是較無戰績壓力，基本上待在三、二級之間，成員以一般生為主。一級球隊有校友的贊助，也因其特殊性，在媒體有許多的曝光，吸引了其他廠商贊助。

本文訪談這支球隊的管理者，試著從訪談內容中形塑出實際的贊助狀況，有多少贊助者？贊助實際內容為何？管理者、贊助者與學生平時的關係及互動等等，再試著以前幾節建構出的架構分析 N 大學之贊助法律關係。以下訪談內容與分析以字體區分，以新細明體敘述者，即屬受訪者之陳述內容。

## 一、N 大學的大學校隊主要經費來源

我們(N 大)也是因為比較特別的關係，我們主要贊助者就是 000 學長，也就是 XX 系的校友，他就是曾經擁有過一隻職業球隊，所以他對球類的熱情已經超乎商業上的曝光，或是誰贊助就要掛誰的名字的一個模式，他等於就是送一個禮物給學校的感覺。

確實這個隊的成立，到所有費用，主要是人事費用，還有包括籃球架阿那些東西，等於是校友捐贈，捐給學校。

要由學校來就是做按照當初所討論出來的，對學生最好的方式去做使用，所以其實等於算是 N 大的校隊經費是來自於校友的支持。

所以他希望把 N 大擺在最前面，才沒有所謂的把個人的企業名字擺在前面，主要就是希望說創造出自己一個新的模式。

學長常說訓練第一，跟我們的互動就是吃個飯，打完比賽見個面。

從這段訪談可得知校友當初便是以經營球隊為前提捐贈相當大筆的經費，幫助學校成立球隊，並無要求學校或球隊給予任何對價。此件狀況極為特殊，因校友對運動及學校的熱愛，而成為無償的主要贊助者。又契約的定性，首應契約解釋，認定當事人約定內容與締約目的，即探究契約的主觀要素。蓋契約是在實現雙方當事人的意思自主，契約當事人具體約定的內容，

經由實定法的肯定，在當事人間具有制定法相同的效力，故具體契約內容的認定，恆優先於契約法律性質的判斷。本件中觀察訂立契約的校友真意，不求回報，僅指定用途，後續對球隊也僅止於關心，而無其他加以限制之舉動，因此儘管是主要贊助者，仍應認定係校友捐贈無誤，該校友在捐贈時指定金錢為成立球隊使用，應屬附負擔之贈與。

## 二、球隊運作模式與經費運用

就是說讓他(球隊)在政大自由發展，其實就是很不太像是企業家跟學校的對價關係，學長就變成退回校友身分，只是剛好在企業上蠻成功的，那就單純算是送學校一個禮物，如果球隊表現得好算是禮物啦，幫學校要成立一個新的東西(球隊)這樣，我們很幸運就是我們參加賽事，是媒體比較關注的，這樣子有可能因為這種關注讓大家更認識別的運動項目，或是說 N 大本來運動就不錯，但是只是一直沒有被關注到這樣。

錢基本上會分成我這個是要給優秀學生，如果他的和運動能力或課業成績達到哪一個程度，學雜費會有一些減免，最後還是有很多像是學雜費的錢、訓練費用的、運動裝備的錢、醫療防護的錢，大致上的其實還蠻細的。

贊助的錢就到學校之後，我其實都是要跟主計室申請的，主計室是把關的很嚴格，但當初在草創時候到現在有點半成熟期的時候，那當初就 7 個人，現在已經快 20 個，所以用的比例也都不一樣，但是就還是按照那個當初的分配，就是說規劃的像我剛剛講的怎麼用怎麼用，就是有主計室來跟我做稽核，我們就是按照花什麼錢就用什麼發票去報。

學長捐贈款捐到學校->主計處保管，我是球隊管理者，我跟總教練審核開銷，然後向體育室主任提出申請，有特殊需要還要出具捐贈者的同意書，如果已經超過預算，或是像以前只需要吃 3 餐，現在要吃到 4 餐，那就需要特簽，就是有一個機制，我們提出需求、理由，由體育室主任把關，再到主計室，主計室覺得沒問題，在預算內就順順的撥款，超出預算才需要問捐贈者，就按學校流程，這樣比較好我比較喜歡，因為有保護，…我們都是有單據，像我們一定要找到有統編有發票的地方。如果要項目挪用，也是要找捐贈者同意。

從訪談可得知經費的使用主要是由學校審核，校友在捐贈後便沒有管控的權利，若當初指定的用途變更，或實際支出超出預算範圍時，才會有告知捐贈者，徵求同意的狀況。這樣的方式基本上主導權是在學校手上，並且透過分層負責的方式管控經費的支出，學校方面也遵守當初地約時與校友的協議，超出當初列出來的預算框架時，會再尋求校友的同意。

### 三、其他贊助者

Jordan Brand 比較像是互惠，就是他覺得我們不錯，那我們也需要這個品牌，等於雙方談論過，他覺得我們會打得不錯，會有曝光所以他贊助我們球衣有他 Logo 球衣，他會得到另外一個正向的形象，甚至有可能，我們穿他們牌子的鞋，雖然可能沒有辦法直接引導消費者去買，但就是一個正向的曝光。

我們合作的機緣是在，兩年前，整個全球 Jordan 的策略是，在亞洲想要找就是開始用 Jordan 來跟你消費者溝通，那台灣剛好有一個空間，HBL 都已經用 NIKE 很久了，所以他們想找大學層級的球隊，那主要就都是裝備的贊助，不過用價格換算的話是很龐大的金額。

我們跟 Jordan 有合約，因為你跟他們這個等級的，就是他的限制也蠻多的，因為我們在 po 文什麼的都很小心，因為我們是團隊贊助，N 大在合約期間是不能穿別的品牌，球員私下可以，但是在公開的，像是 N 大球隊的 FB 或 IG，發文 po 出來的東西，或是在 UBA 賽場上是不能穿別的品牌，那個算規定的蠻細的。

還有像是拍形象照那一塊，如果有需要我們的人出去**他也會提供車馬費**，**拍攝不用錢他還會什麼幫你出車馬費再給你拍攝費用**，這個就會有錢，如果需要我們額外去的話，這樣學生就會比較願意去。

防護用品的也有贊助，通常還是都像 Jordan 就是純贊助，但有的就是叫做**半買半贊助**。就是他本來護具阿什麼的，可能比較重要的，健康防護用，



像是貼紮那個白貼就是半價購買。

只是像是我們就用他們的護具，但場上就拍得到拍不到，就是就看狀況，我們沒有一定要曝光，但我們可以回饋我們實穿的照片給他們，這個就跟 JORDAN 的不一樣，畢竟我們也是花錢買的，他們如果要要求我們，也是看防護員綁得順不順手，因為那個膠布也是有差別的，等於是說這個領域的選擇比較多。

球隊也有本文所定義的一般贊助者，且依照贊助的金額多寡，球隊方面的權利義務也不同，一種是贊助金額較多，以實物贊助的方式贊助球隊裝備，此時贊助者有給付贊助品的義務，而被贊助者有協助品牌曝光的義務，球員必須在特定練習時間及比賽都要穿上贊助商所提供的裝備，並且球隊方在經營社群時也有注意維護的義務，不能將競爭品牌的商標與球隊連結，這種重視品牌曝光、宣傳廣告的處理上，因為重點在於與球隊形象的相輔相成，應認具有委任的性質。

另外贊助者在贊助期間，也有需要球員配合拍攝形象照的需求，此時會另外再與學生溝通，和學生達成合意，支付學生費用，且過程涉及學生肖像的授權，應視為另外締結一契約關係。

另一種贊助則是半買半贊助的方式，以五折價格取得球員常用的消耗品，這種方式係屬混合贈與，即是贈與與買賣的混合契約，此時僅有一契約存在。學說上有分離說及單一說，本文採單一說，認為實際上半送的部分仍以半買為基礎，仍應包含在半買的價金內，故認其為買賣較為妥當。

#### 四、總結

本次訪談中，N 大的主要贊助者的贊助型態為校友捐贈，從訪談中探究當事人之真意，以及觀察球隊運作的模式、經費的使用，可以看出贊助者係屬無償的附負擔的贈與契約。

球隊也有本文所分類的一般贊助者，贊助金額較多，以實物贊助的方式贊助球隊裝備的贊助者，除了有給付贊助品的義務，而被贊助者有品牌曝光的義務外，球隊方對於品牌形象還有注意維護的義務，不能有競爭品牌的商標與球隊連結，具有委任的性質。

另一種贊助則是以折扣價與球隊達成協議，半買半送的方式贊助防護用品，這種方式係屬混合贈與，即是贈與與買賣的混合契約，此時僅有一契約存在，半送的部分是以半買為基礎，不可分離，仍應包含在半買的價金內，故認其為買賣較妥，也因此若贊助品有瑕疵，球隊可以就整體向主張贊助者應負瑕疵擔保責任。球隊與贊助防護用品的廠商，雖並無另外約定球隊或球員有露出品牌的義務，也沒有限制競爭品牌的使用，但球隊有提供實穿照片供其行銷，且於一般情形下也有自然曝光，僅僅只是比較隱晦，仍是帶有商業考量，因此，仍屬贊助契約無誤。

整體而言，N 大學的法律關係較為單純，贊助商、校友、學校、學生運動員間彼此對於締約的內容都有一定認知才合意執行，並且執行上的爭議並不大，各方的權利義務各有所本，校友捐贈經費後並無過度干涉，學校也管控經費支出以符合校友指定的用途；贊助商和球隊協力品牌的曝光，球隊得到高價的裝備贊助，並且即使贊助商需要球員協助，也另有合意締約之過程；小額贊助的方式也沒有使球隊負有額外的義務。N 大學的贊助及執行狀況，

尤其是經費使用以及與贊助商談出的權利義務範圍，應可當成一定之範本供其餘學校參考。

## 第六節 小結

第一節討論運動商事贊助契約之性質，從其性質來看，應屬非典型契約、諾成契約、繼續性契約、有償契約及雙務契約，惟契約的定性不可無視契約的具體內容，僅從契約書的標題立下論斷，當事人契約中任何特別約定，均可能使契約性質的判斷南轅北轍。因此在實際探討大學團隊中的運動贊助契約時，還是須依照具體情況實質判斷。

第二節則是探討在主要贊助者的冠名贊助中，企業、球隊、學生成立了一種特殊的三方關係，企業和學校簽定贊助契約，但與企業沒有契約關係的學生卻需要背負以企業之名舉辦體育活動營隊、參加建教(贊助)企業舉辦推展棒球運動之相關活動等等的勞務給付。三方當事人間之法律關係分述如下。

企業冠名贊助學校來組織球隊參與比賽，企業重視的應該是學校在組建球隊參與比賽的過程，而非球隊運作後比賽的結果勝負，故契約性質應不屬於承攬。且學校組織球隊參與比賽，球隊的管理和運作，以企業名稱曝光，企業看重的是球隊、學校形象所帶來的加強企業公關加分，還有行銷宣傳的要素，故贊助契約應有委任性質無誤。

學校和學生之間，曾有是否適用委任關係的爭議，惟法院認為校隊成員

參加比賽，係屬訓練活動的一環，學校根本不需要再行委任學生參賽；學校充實運動訓練設備是為提供學生更佳之運動訓練環境，難認有委任學生的意思；且該生最後並未被選上代表出賽；最後則是提升競技實力，優異的成績亦有助於日後工作之發展。所以難認學校與學生成立委任關係。

但學校發給學生的獎學金契約，於上述判決中並未探討，學校若以企業提供的獎助學金招募學生就讀，或學校基於企業贊助經費提供校隊的學生運動員獎助學金，對於在球隊之表現若有獎懲且規定的權利義務不僅止於管理學生或球隊之範疇，例如不出席某些非訓練活動則扣減等等，而影響學生獎學金數額，則這樣的約定，本文認為似有成立委任學生處理一定事務之可能，得適用委任相關規定。

贊助者與學生之間，並無契約之外貌，學生受學校管理，但卻對贊助者負有一定的勞務給付義務；另外贊助者與學校簽訂之契約，經費皆是給付給學生運動員。本文認為就學生而言與贊助者並無法律關係，然而卻因本身與學校成立委任關係而對贊助者負有勞務的給付義務，涉入了贊助者與學校之間的贊助契約，故企業、學校雙方應該是成立第三人負擔契約。但是學校和贊助者不能逕自約定由第三人(學生)提供勞務給付，僅得約定由學校使學生至贊助者所欲學校支援的活動提供勞務給付，但由於學生終究並非贊助契約當事人，不能直接負擔義務，所以必須要學生表明自己願意提供勞務給付予贊助者，並明文訂定在學校與學生運動員間的獎學金契約中，以作為依據，學校才得盡善良管理人之注意，促使學生向贊助者給付，若學生不為給付時，則應該由學校負擔債務不履行的賠償責任。

獎學金或球隊運作經費，雖學生並未與贊助者簽約，贊助者卻是以學生為給付對象而與學校簽約，應成立第三人利益契約。在學校與贊助者簽的契約中，通常會有約款約定經費的用途，若贊助者不履行債務時，學生得對其請求損害賠償，此為便是學生依照約款所取得之權利，須注意的是學生也僅只取得此一權利。

第三節討論了在大學團隊的一般贊助中，廠商之所以贊助球隊通常是想借用球隊之名氣、形象，藉此與自家品牌相輔相成，重視的其實是球隊、球員與品牌的連結性，而非單純將品牌置於何處曝光，需要球隊與球員親自為之，故本文認為一般贊助情況下，廠商更看重的是事務的處理，而非結果的呈現，故應有委任契約的適用。

另外廠商也有以半買半送的實物贊助方式，然而此時的打折並非單純促銷，而係帶有商業考量的行銷手段，因此，廠商與該球隊這樣的贊助方式應為混合了買賣和贈與的混合贈與，應以買賣契約的適用來保障被贊助者主張贊助者負瑕疵擔保責任的空間。

第四節探討校友捐贈的部分，校友的捐贈方式通常是透過學校，指定用途為球隊運作的贈與，故應屬於附負擔之贈與，附負擔贈與於本質上仍為贈與，並非具有對價關係，受贈人之負擔行為僅從屬於贈與契約，因此仍為單務、無償契約。

最後則是以上述的框架檢視了 N 大的校隊贊助實際情況，N 大的特殊性

在於校友捐贈為主要贊助者，是一附負擔之贈與，其餘贊助模式則皆有討論，包含一般贊助中商業性質較重的贊助及半買半送的混合贈與。N大學在贊助執行的情況下爭議極少，且法律關係清楚、穩定，應可供其餘學校參考。

整體而言大學運動團隊的贊助情形，在冠名贊助時，贊助商、學校、學生之間的關係會較為複雜，尤其贊助商和學生間並無契約訂定，但有時卻有學生要負擔的義務，雖可透過涉他契約來解釋適用，但以N大學的狀況做為參考，應該還是可另訂立一個合約來達成目的尤佳；在其他狀況的贊助下，僅有因贊助金額大小而使得球隊在協助贊助者曝光、授權方面的權利義務有所不同，並沒有太多爭議；最後是校友捐贈的執行，應可參考由學校主導的經費管控，讓經費使用透明公開，且多層把關對於贊助雙方也較有保障。

## 第四章 運動之商事贊助—比較法之觀察(以美國學生運動員為例)

### 第一節 美國學生運動員現況—以 NCAA 業餘主義為中心

#### 第一項 業餘主義簡介

20 世紀初期，為了因應大學美式足球屢次的受傷和死亡，當時的美國總統羅斯福召開了兩次白宮會議，也影響了後續一連串的體育改革，1906 年當時 62 個高等教育機構正式成立了美國大學間體育協會 (IAAUS)，後續於 1910 年更名為 NCAA (National Collegiate Athletic Association)。NCAA 為非營利的組織，主要為舉辦大學間的各式體育賽事及制定相關管理規則，管制其中參與的學校及學生。NCAA 在 1916 年訂立了相當重要的一條原則，就是確立了 NCAA 裡體育競技的業餘精神，運動員是業餘人士(amateurs)而不是專業選手，不能從他們的運動表現中獲取報酬(not to be compensated)。所謂的業餘精神是<sup>65</sup> “one who participates in competitive physical sports only for pleasure, and the physical, mental, moral, and social benefits directly derived therefrom.” 意即「參與的學生僅是從比賽中獲得體育競技的樂趣，學習體育精神、培養品格及社交技能。」

---

<sup>65</sup> Laura Freedman, Pay or Play? The Jeremy Bloom Decision and NCAA Amateurism Rules, 13 Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L.J. 673 ,676-677(2003).

1951 年，當時的 NCAA 負責人 Walter Byers。他創造了“學生運動員”(student-athletes)一詞<sup>66</sup>，特別強調大學運動員首先是學生，才是運動員。使用了這樣的策略更加鞏固了 NCAA 中運動員的業餘身分，清楚劃分了職業業餘的界線，阻止大學將其運動員視為具有職業水準並得以領取薪資的專業人士。並且，在 NCAA 成立後的最初 50 年當中，NCAA 禁止學生運動員獲得任何形式的「補償」，以獎學金形式同樣不行。直到 1956 年，它才首次允許學校為學生提供參加特定運動的“獎助學金”，並且嚴格管控了助學金的使用範圍：只能用來支付學生的教育費用（包含學費，食宿，食宿和課本），少量的雜費（例如衣服的洗滌）。1976 年，NCAA 甚至禁止支付雜費。<sup>67</sup>

時至今日，根據 2020-2021 NCAA 的最新章程中，第 12 章 Amateurism and Athletics Eligibility，<sup>68</sup> 以下簡單翻譯該章程部分條文。

12.01 一般性原則。

12.01.1 參與大學校際運動的資格：只有具備業餘身分的學生參能夠參與大學校際體育競賽。

12.01.2 體育競技項目是屬於大學教育活動的一部分，學生運動員僅是學生身分之中的一個面向，因此要在學生運動員和職業運動員間劃出清楚界線。

---

<sup>66</sup> Karen Given, Walter Byers: The Man Who Built The NCAA, Then Tried To Tear It Down, from <https://www.wbur.org/onlyagame/2017/10/13/walter-byers-ncaa> (最後瀏覽日：2021 年 1 月 20 日)

<sup>67</sup> Adam Epstein and Paul M. Anderson, The Relationship Between a Collegiate Student-Athlete and the University: An Historical and Legal Perspective, 26 Marq. Sports L. Rev. 287 ,292,2016.

<sup>68</sup> 2020-2021 NCAA division i MANUAL, Article12,60.



12.01.3 "Individual" vs. "Student-Athlete. "：某些學生在進入大學前可能並非業餘身分，在NCAA章程中，以Individual指稱進入大學前和離開大學後的人，會有規定其可否參與特定活動；Student-Athlete 一詞則指稱在進入大學就讀的學生身上。

12.01.4 允許的助學金：由教育機構管理發放的獎助學金不被視為薪資報酬或有以此支付競技技能的承諾，並且不得超過協會會員所設定的經濟援助金額上限。

## 12.5.2 禁止事項

12.5.2.1 成為學生運動員後的廣告和行銷，個人在成為學生運動員後若還有以下行為，則不被允許參與競賽：

- (a) 經由肖像、姓名等授權而獲取酬勞，或是代言任何產品和服務
- (b) 因在Individual代言商品或服務而現在仍獲得報酬。

此章規定了學生運動員必須是業餘身分的要求，以及此身分的限制。

12.01.1 到 12.01.4 這四項，規定了只有業餘學生運動員才能參加其轄下的賽事，獎助學金不得超過 NCAA 規定的上限，並且這筆費用並不能視為支付給學生的薪酬。在 12.5 則規定了禁止學生運動員收受代言酬勞，且不得使用其姓名，圖像和肖像權來獲利，若是在成為學生運動員之前就已經有贊助或代言商品的酬勞，在進入大學就讀後還持續領取，也不能參與比賽。這些限制使得學生被排除在各種商業利益之外，但 NCAA 的經營下，大學體育又是極度商業化的活動，因此業餘主義不斷受到挑戰。

## 第二項 業餘主義的挑戰

### 第一款 Ed O'Bannon 案<sup>69</sup>

2008 年，曾任 UCLA 籃球運動員的 Ed O'Bannon 發現一款 NCAA 授權 EA Sports 發行的電動遊戲使用了他的形象，一名與他身高、體重、膚色髮型相符的球員，進攻位置、出手方式和球衣號碼等等也都一致，但他卻從未授權給 EA Sports，另外也發現許多曾是學生運動員的選手都有這樣的狀況，同時因為 NCAA 對學生運動員的種種限制而 O'Bannon 等球員無法通過個人姓名、肖像的授權而從 EA Sports 獲得收益。於是在 2009 年 O'Bannon 擔任原告代表其他現任和前任學生運動員提起針對 NCAA 違反反壟斷法的集體訴訟。

2014 年 8 月 8 日，地方法院的法官威爾肯 (Claudia Wilken) 裁定 NCAA 長期禁止向運動員付款的做法違反了反壟斷法。各學校應該允許向運動員提供全額獎學金以涵蓋目前不屬於 NCAA 獎學金的運動員出勤費用。威爾肯還裁定，大學應該每年通過信託支付學生運動員因姓名，圖像和肖像費而獲得的延遲報酬，直到他們畢業。<sup>70</sup>

第九巡迴法院部分申明並部分駁回了地方法院的判決，即 NCAA 關於學生運動員補償的規則是對貿易的非法限制，但以業餘主義的精神為由駁回了裁定允許成員學校提高獎助學金的補償上限，還有支付運動員肖像權的遞延

<sup>69</sup> O'Bannon v. NCAA, 7 F. Supp. 3d 955, 1008 (N.D. Cal. 2014).

<sup>70</sup> Adam Epstein and Paul M. Anderson, *supra* note 67, at 292.

補償這兩項決定，第九巡迴法院認為，這樣的裁定忽略了學生是業餘身分的核心精神，若使學校向學生支付的金額提升，長久將會造成學生身分的變動，因此駁回這部分的決定。

## 第二款 加州公平報酬法案(Fair Pay to Play Act)

2019 年在加州通過的公平報酬法案，保障大學生運動員從其身份中獲利的權利。該法案還授權大學運動員僱用經紀人和其他代表，以協助他們進行談判並獲得商業機會。

根據該法案，加州學校的大學運動員可以與遊戲發行商進行談判，以使他們的化身出現在遊戲中時也能夠得到報酬。甚至可以贊助年輕運動員的夏令營，並與服裝公司，運動飲料，汽車經銷店和許多其他企業簽署代言合約，這些交易將為運動員的授權付費。<sup>71</sup>

但必須釐清的是，該法案並未賦予大學運動員向其學校請求支付薪酬的權利。法案只解決了各種企業使用其運動員肖像時的相關問題。對於往後將繼續在職業聯賽中獲得收入的大學生運動員，和於沒有職業機會參加體育運動並且其生涯巔峰是在學校期間達到最高點的大學生運動員，兩者能夠同樣得到代言授權的費用(以往 NCAA 是不准其獲取這方面的費用)。

該法案要到 2023 年 1 月 1 日才生效。也包含一些限制，以試圖使它對大學體育運動的業餘精神及目前的 NCAA 的商業平衡不要造成太大的干擾。

---

<sup>71</sup> Isabella Borges, "Fair Pay to Play Act: End of Amateurism?", GGU Law Review Blog 67, 2019, from <https://ggulawreview.com/2019/10/14/fair-pay-to-play-act-end-of-amateurism/>

一個關鍵限制是，大學運動員的贊助商如果與學校贊助商發生衝突，則不能與公司使用其名稱，形像或肖像來簽署合約（舉例來說，運動員的球衣、球鞋贊助商若是 NIKE，學校是 Adidas 的話，則球員必須穿著 Adidas 提供的裝備）。<sup>72</sup>這法案將 Ed O'Bannon 案的勝利進一步具體轉變為合法權利。

## 第二節 NCAA、大學與學生運動員之法律關係

### 第一項 NCAA 和大學間的法律關係

NCAA 的會員必須透過遵守 NCAA 章程的框架下，立法規定其基本宗旨，基礎政策，及一般性原則，章程中的各項規定則彰顯鞏固了 NCAA 對學生運動員福利和體育運動業餘主義。<sup>73</sup>

### 第二項 大學和學生運動員間的法律關係

#### 第一款 NLI(National Letter of Intent)入學意向書

一般的意向書係指雙方當事人在正式締約之前，初步就各自的想法意願交流所形成的文件，此類文件雖接近書面契約，但其實通常對雙方當事人並

<sup>72</sup> Michael Mccann,What's Next After California Signs Game Changer Fair Pay to Play Act Into Law?,from <https://www.si.com/college/2019/09/30/fair-pay-to-play-act-law-ncaa-california-pac-12>

<sup>73</sup> Laura Freedman,supra note 65,at 688.

無法律上的拘束力，也不妨礙各自跟第三方展開協商；意向書可以由某一方先行草擬，提交給另一方作為簽約前磋商的基本方向，只是有時意向書也會被法院認定已作出一定的承諾，使得部分條款例如保密條款、善意談判條款等等被認定有拘束力。<sup>74</sup>

但在入學前的招募階段，要入學的新生和 NCAA 底下的學術機構所簽署的 NLI 則是具有一定約束力的契約，簽約後就對雙方(學生運動員和學術機構)有約束力，並且 NCAA 章程中規定，一旦新生和學校簽署 NLI 之後，則禁止他校教練進一步招募他們；若僅是口頭承諾則沒有約束力；新生可以隨時更改或撤銷口頭承諾，教練則可以繼續招募口頭承諾的球員。

另外，由於有些學生運動員是嚮往名教頭的指導而簽約，所以 NCAA 特別針對此類問題回答，NLI 的締約雙方當事人是學生運動員和學術機構而非教練和學生，因此即使教練離開了該學術機構，NLI 仍對學生運動員有約束力<sup>75</sup>。

## 第二款 獎學金契約

體育獎學金協議本身就是法院最早探討大學與學生運動員之間的關係

---

<sup>74</sup> 楊崇森，美國契約法之理論與運用（下）（A Glimpse of American Contract Law），軍法專刊，第 60 卷 第 6 期，頁 62，2014 年 12 月。

<sup>75</sup>Q：Is an NLI binding if the coach of my sport leaves the institution?

A：When you sign an NLI, you sign with an institution and not with a coach or a specific team.

<http://www.nationalletter.org/frequentlyAskedQuestions/bindingAgreement.html>

(最後瀏覽日：2020 年 12 月 25 日)

的開端，法院普遍認為“法律與學生之間的關係本質上是契約性的”<sup>76</sup>這種情況的早期例子是 Gregg Taylor, Wake Forest University 的美式足球運動員。無法維持大學規定的學業成績，因此 Taylor 停止參加練習和其他大學一年級美式足球比賽。後來即使他拒絕參加美式足球活動，但大學仍繼續為泰勒提供獎學金直到他大二結束。法院發現根據 Taylor 跟學校的合約，他有同時維持課業成績和運動能力的義務，拒絕參加美式足球活動代表他沒有維持自己的運動能力，因此法院裁定他沒有履行合約。<sup>77</sup>

### 第三款 西北大學美式足球雇員案

隨著時代演進，儘管無法與他們所帶來的商業效益相比，學生運動員可以獲得的獎學金額度是持續提升，美國法界有一派認為獎學金的支付本身就是一項類似薪資的支付形式，聲稱學生運動員實際上是大學的雇員，應該享有與任何其他員工相似的福利。

在過去 60 年間，主要是透過工作報酬 (worker's compensation) 的爭取來定性學校和學生運動員間的關係，只是幾乎沒有任何法院認為學校和學生運動員間是僱傭關係<sup>78</sup>

2014 年 Chicago district (Region 13) of the National Labor Relations Board

---

<sup>76</sup> Joel Eckert, Student-Athlete Contract Rights in the Aftermath of "Bloom v. NCAA", *Vanderbilt Law Review*, Volume 59 Issue 3 Article 5, 917, 2006.; *Barile v. Univ. of Virginia*, 2 Ohio App. 3d 233, 238 (Ohio Ct. App. 1981).

<sup>77</sup> Adam Epstein and Paul M. Anderson, *supra* note 67, at 291.

<sup>78</sup> Adam Epstein and Paul M. Anderson, *supra* note 67, at 294.

(NLRB)裁定<sup>79</sup>，根據 National Labor Relations Act (NLRA)，西北大學的足球運動員是西北大學的雇員可以舉辦工會選舉(Conduct Elections)組織工會跟大學談判，NLRB 芝加哥的地區主任 Peter Sung Ohr(以下簡稱 Ohr)認為西北大學對其學生運動員日常生活的控制程度，以及年度運動獎學金可以出於任何原因被撤銷等的原因，符合美國普通法對雇員的定義：「基於契約關係並在其指揮監督之下為一個人或法人提供勞務以換取報酬。」

#### 1. 學生運動員為大學提供有經濟收益的勞務並且也獲得薪資報酬<sup>80</sup>

首先，學生運動員為學校(雇主)提供了有價值的服務。以金錢上來說，學校透過足球產生了在 2003 年至 2012 年的 9 年中獲得了 2.35 億美元的收入。Ohr 對這筆巨額收入印象深刻，他額外補充地解釋說不只是金錢。一支獲勝的足球隊所帶來的正面形象，對其西北大學聲譽更有不可估量的正面影響”也具有“巨大好處”

另外學校與學生之間的契約基礎來自招募時的 NLI 以及獎學金招標合約(tender)，合約中詳細規範了有關於報酬的數額，及雇主根據 NCAA 的規定，在授予獎學金的期限內，若發生以下情事，學校可以減少或取消獎學金：

- (1) 使自己不具備參加大學間競爭的資格
- (2) 從事違反紀律的不當行為
- (3) 從事導致刑事指控的行為
- (4) 違反教練或運動管理部門確定的球隊規則
- (5) 任何時候出於任何原因自願退出這項運動

<sup>79</sup> NLRB REGION 13 , Case 13-RC-121359 ,NORTHWESTERN UNIVERSITY VSCAPA (2014)

<sup>80</sup> Id.at 14-15.

(6) 接受賠償參加他的運動比賽

(7) 同意由代理人代表。

學生運動員必須在每個獎學金學年開始之前簽署“獎學金投標合約”，Ohr 認定該“獎學金招標合約”是一份僱傭契約，還為球員提供了詳細的資訊。關於向他們提供報酬的期限和條件。因為 NCAA 規則不允許學生運動員獲得任何額外的補償或從他們的運動能力和/或聲譽中獲利，所以報酬是以獎學金的形式，學生運動員仰賴他們的獎學金來支付學費、雜費、基本必需品，也包含住宿，這些費用一年高達 76,000 美元，所以其實就是以獎學金為名目。

最後，顯而易見的，學生運動員是提供他們的勞務(運動競技表現)以獲得的學校提供的獎學金，兩者是具有對價關係的，並且獎學金和參與球隊義務是連結在一起的，如果學生運動員自願退出或是因表現不佳被踢出，則學校能夠取消該員的獎學金，這迫使學生更加服從學校的各種安排。

## 2. 雇主對學生運動員有強力且全面的監督控制<sup>81</sup>

學生運動員從訓練的路線、日常的作息、到私下的表現等等，都是在雇主的指揮監督及評價之下，並且投入運動的時間遠遠高於學習，在不需要上課的寒假每周投入 50-60 小時訓練，開學後則是維持 40-50 小時的高時數，上課則僅占 20 小時左右。

---

<sup>81</sup> Id. at 15-16.



教練幾乎可以控制球員私人生活的各個面向，由於違反規則或紀律會導致獎學金是否被取消或扣減，因此對學生有很大程度的控制能力，學生不得不遵守。舉例來說，包括生活作息安排也需要教練批准，私人汽車的登記，社交媒體的使用控制（學生運動員要使用網路要經過同意），服裝儀容的要求，離開校外旅行的限制和要求嚴格的學習時間表。Ohr 總結說，這是雇主對雇員的一種控制，而不是學校對學生的控制。

另外 NCAA 規定了學生的學術成績門檻，沒有達到則不能參與比賽，因此為了確保學生運動員的成績達標，雇主要求新鮮人球員（有時甚至高年級生也要）參加課業輔導，每週數個小時，並且所有科目都具有課業輔導和諮詢程序，要求運動員參加為期四年的學術職涯計畫等等。雖然是為了符合出賽規定，但是這些強制的執行手段，在某個程度上進一步凸顯了雇主對於學生運動員生活普遍性的控制。

3. 裁決中也提到了與布朗案(研究助理是否為勞工?)的比較：<sup>82</sup>

(1) 學生運動員因為投入練習的時間跟投入學術的時間相比不成比例，因此 Ohr 認為他們本業並非學生，更像雇員。

(2) 布朗案中研究生助理為了學分而履行職責，而對於絕大多數人而言，這些職務上要求能夠使他們獲得其研究生學位；但學生運動員的狀況不同，美式足球比賽與他們的學分並沒有關係，賽場表現並不會影響他們畢業與否。

---

<sup>82</sup> Id. at 18-20.

(3) 布朗案中，監督管理研究生助理的是其教授，而這些教職員工是教導並協助他們準備論文的；但此案是由不是學術成員的美式足球教練監督控制那些運動員。

(4) 布朗案中研究助理的報酬與他們的工作表現並沒有關係；此案，對於獲得足球獎學金的球員而言，如果他們“自願退出”團隊，他們將失去獎學金。

後續，在 2015 年，N.L.R.B.駁回了該學生運動員提出的工會選舉請願書，裁決中並未直面學生運動員和西北大學間的關係，僅有表示 N.L.R.B.在這類型的案件中沒有管轄權，並且由於西北大學是私立大學，就算通過工會的請願書，也無法適用其他公立大學，無助於勞動關係的穩定，N.L.R.B.這次的裁決實際上終止了學生運動員首次參加工會的要求。<sup>83</sup>

### 第三項 NCAA 和學生運動員間之法律關係

學生受 NCAA 政策影響甚廣，從參與競賽的資格、發放的獎助學金等等權利義務的規範，都是受到 NCAA 章程的規定而有許多限制，光是需要維持業餘身分，如何才是業餘身分，就已經限制學生的諸多權利，但 NCAA 卻透過販賣學生運動員努力競技的比賽的轉播、從企業取得贊助等等具有商業利益的活動中獲得巨量的經濟收入，因此學生運動員前仆後繼的透過控告 NCAA 來為自己的身分找到破口，去取得能夠分享這筆收入的機會。但由於學生運動員和 NCAA 間並無簽訂任何契約，因此以往沒辦法取得訴訟當事

---

<sup>83</sup> Adam Epstein and Paul M. Anderson, *supra* note 67, at 296.

人適格，需要透過學校支持才能控告，但在 BLOOM 案之後，事情有了轉變，以下簡單介紹這個判決。

Bloom v. NCAA 案<sup>84</sup>

### 一、背景介紹

Jeremy Bloom，高中時是科羅拉多州美式足球的州冠軍隊伍成員，同時也是田徑明星、滑雪明星，學業成績 GPA 則有 3.4 的表現。他以他的美式足球專長在科羅拉多大學獲得了獎學金。高中時兩度帶領他的田徑隊獲得州冠軍也曾以滑雪專長入選美國的冬奧代表隊，曾獲得世界盃和奧運的滑雪冠軍也因為他的長相帥氣，而獲得了不少擔任模特兒的機會，和 Tommy Hilfiger 簽有豐厚的代言合約。<sup>85</sup>

Bloom 在 2001 年獲得美式足球獎學金 但他為了 2002 的冬奧做準備而決定延遲入學，冬奧比賽結束後，BLOOM 回到校園希望能有繼續踢美式足球的機會，但卻拒絕他的獎學金，科羅拉多大學在 2002 年 2 月首次向 NCAA 提出 Bloom 的豁免(waiver)申請，希望他能繼續他的演藝及滑雪相關工作，但最終被 NCAA 駁回。

Bloom 後續在科羅拉多大學的支持下控告 NCAA，希望能解除禁令讓他以美式足球獎學金繼續在大學參與比賽，Bloom 主張他所得到的經濟報酬或代言邀約等與他的美式足球天賦無關，並且這些邀約早在他獲得美式足球獎學金前就已經存在，科羅拉多大學助理法務主任 (Sherri McKelvey) 則證稱，

“ Bloom 的這些商業邀約都是在他踏入校園之前，部分甚至簽訂後，他都

<sup>84</sup> Bloom v. Nat'l Collegiate Athletic Ass'n, No. 02-CV-1249 (20th Dist. Ct. Colo. Aug. 15, 2002).

<sup>85</sup> Laura Freedman, *supra* note 65, at 678.

還沒在練習中接到他的第一個美式足球(BLOOM 擔任的是接球員)。”

NCAA 的裁量：

### 1. 滑雪相關代言

其實此時的 NCAA 對於業餘的規定已經比過去更有彈性了，NCAA 是允許學生運動員在某個項目是職業選手，但在大學從事另一個項目的運動，只是仍然不能接受贊助或相關商業合作。甚至也能夠在夏天參與小聯盟棒球，春季秋季回來打大學運動代表隊，只要唯一收入是職業的薪水即可，但 Bloom 在他的職業領域並未領取薪水，收入主要是由贊助和代言而來，所以不被 NCAA 所允許，拒絕授予豁免給他。當時 Bloom 面臨的困境是，這些收入通常會被拿來投入在下次比賽的準備，等於若是他想要在大學參與美式足球運動，他就必須放棄六位數的代言，往後將更難有足夠資源去備戰 2003 的滑雪世界盃。

### 2. 擔任模特兒與演藝機會

這部分牽涉到了 NCAA 對於 NIL(姓名，圖像和肖像權)的規定<sup>86</sup>，在當時規定下同樣是禁止運動員將其 NIL 運用在商業用途上，即使運動員是無償的。

## 二、主要爭點

1. 學生運動員是否能夠在非獎學金的其他領域獲得報酬，以及商業使用自己的 NIL。
2. NCAA 對 Bloom 提出反訴，認為他並沒有任何法律基礎對 NCAA 提出

---

<sup>86</sup> NCAA division i MANUAL, art. 12.5.2, at 81.

告訴。

### 三、法院判決

法院在報酬部分仍然肯認了 NCAA 章程中的業餘主義，因此這部分 Bloom 敗訴，仍然必須在贊助利益和參與比賽中二擇一。但是在有沒有當事人適格的部分法官則認為 NCAA 主張沒有理由。

法官 Hale 確立 Bloom 是 NCAA 與科羅拉多大學之間合約的第三方受益人。在 NCAA 及其成員機構之間由 NCAA 章程和細則形成了合約，合約中規定了學生運動員必須遵守的規則和資格，並且要維持才能參加 NCAA 比賽。因此雖然學生運動員不直接參與締約，他們仍然可以被視為是合約的其中一方。<sup>87</sup>

美國法上的利益第三人契約，是指契約效力除了締約雙方外還及於第三人，該第三人因而享有契約的利益。基本上第三人分成兩種：

1. 指定或直接受益人(Intended Beneficiary)：這類受益人是有權利向法院請求債務人履行契約義務的
2. 間接或附帶受益人(Incidental Beneficiary)：此類則無法向法院請求債務人履行義務。只有契約第三人是第一類的直接受益人時，才得向法院尋求權利救濟。<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Laura Freedman, *supra* note 65, at 684.

<sup>88</sup> 葉雲卿，標準專利權人之合理無歧視條款(FRAND)之義務與契約自由原則－從智慧財產法院 101 年度民專上更（二）字第 3 號民事判決出發，法令月刊，第 65 卷 4 期，頁 28-29，2014 年。

第三方受益人(third-party Beneficiary)是指受益於締約雙方交換履行承諾的第三人。當承諾人對第三方的利益僅限於承諾人履行對第三方的承諾時，就是典型的第三人利益契約。如果僅僅是因為一個人是履行契約時的附帶受益人，或者因為承諾人普遍希望促進第三方利益，此時第三人並不具有成為合約中的第三方受益人的資格。法官特別提到一個判斷基準：「**關鍵並不是締約雙方是否有利他動機或是希望使第三方受益，而是根據合約履行義務的同時是否一定會直接使該方受益。**」<sup>89</sup>

法官 Hale 認為，NCAA 及其成員旨在使非合約一方受益的人受益，且該利益是直接的，而不僅僅是合約附隨的，由於這項合約中使學生運動員受益的條文實在不勝枚舉，甚至可以說構成合約的一部分章程主要就是為了學生的利益而制定的。因此法官確立了 BLOOM 在 NCAA 和其學術機構根據章程訂立的契約中是受益第三人的地位。

#### 四、判決的影響—學生運動員作為受益第三人

在 Bloom 之前，法院普遍認為 NLI 並未確立 NCAA 和會員學校與學生運動員間的法律關係，對於學生必須去舉證 NCAA 或其成員機構有違反了 NCAA 規章中義務是很困難的，因為由於兩者間法律關係(NCAA 和學生運動員)不夠穩固，難以在法院證明 NCAA 的違法行為足以違反獎學金合約中的義務，導致學生在面對 NCAA 的法律爭訟中一開始就處於劣勢。<sup>90</sup>

Bloom 案後，學生運動員取得直接對 NCAA 進行告訴的法律地位，不

<sup>89</sup> Laura Freedman, supra note 65, at 689

<sup>90</sup> Joel Eckert, supra note 76, at 914.

再需要取得所屬的學術機構支持，而能夠直接作為原告，在對於 NCAA 規章的控訴上，能夠找到穩固的法律關係來進行自己的主張，使法院能夠進行對 NCAA 行為和裁量的檢驗，而非總是以尊重 NCAA 的裁量權告終<sup>91</sup>。

### 第三節 學校和學生運動員之特別關係

在美國的大學運動代表隊中，由於運動員同時具有學生身分，而且學生部分為未成年人，所以學校對於學生有所謂特別之照顧關係存在，美國學說上曾提出三種理論來論證學校對於學生有特別照顧義務<sup>92</sup>，而應該對學生運動員所受的傷害負起損害賠償責任。

#### 第一項 託管機構理論(In Loco parentis Doctrine)<sup>93</sup>

此理論源於 1990 年代，由於當時仍將大學的學生視為小孩，因此認為大學有權力去規範學生的道德、心理、生理上的訓練管理以及一般福利，故在此種關係下學校負有保護學生的義務保護，只是在現代的時空背景下與過去已有很大的區別，此理論已被揚棄。

#### 第二項 房東責任理論(Landowner Liability Theory)<sup>94</sup>

<sup>91</sup> Joel Eckert, *Supra* note 76, at 928.

<sup>92</sup> 李志峰，學生運動員運動傷害保險制度之研究－以美國大學體育總會之制度為核心，全國律師，第 19 卷第 8 期，頁 67-68，2015 年。

<sup>93</sup> Edward H. Whang, Necessary Roughness: Imposing a Heightened Duty of Care on Colleges for Injuries of Student-Athletes, 2 Sports Law.J.25,29(1995)，轉引自李志峰，同註 92，頁 68。

<sup>94</sup> Restatement(Second) of Torts § 314A(3)(1965)，轉引自李志峰，同前註，頁 69。

房東對於由他受邀進入其土地的人有保障客人安全的義務，將大學與學生間視為類似房東與房客的關係，大學對在其校園內學生發生的意外及傷害負有責任，然而並非所有法院都採此見解，尤其是在運動傷害是可以預見的情況之下，法院大多不認定大學對於學生運動員有此責任。至於若是受傷地點並非在校園中，就自然沒有此理論的適用。

### 第三項 特別關係理論(Special Relationship)<sup>95</sup>

近年來，這個理論的興起改變了法院對於大學與學生運動員間關係的觀點，該等案件中有認定兩者間之所以具有特別關係，乃是基於學生是被大學招募進去參與學校之運動賽事的學生運動員，所以與一般學生不同，學校對其有更高的照顧義務，惟此等認定學校對於學生運動員有更高照顧義務的特別關係理論，目前也僅有少數法院採之，尚未成為穩定的多數見解，多數的法院仍然還是拒絕採用學校與學生運動員間有特別關係的理論，所以學生運動員發生運動傷害想對學校求償，還是有相當之困難。

一開始法院首先於 1993 年達成一定共識<sup>96</sup>，裁定學校和學生運動員之間存在特別關係，並且依此大學對學生有特別照顧義務。儘管有些法院尚未同意存在這種關係。此理論主要是認為學校有義務在體育活動中給予充分的指導，提供適當的設備，合理選擇或配對參賽者，對特定比賽提供無過失的監督以及採取適當的受傷後醫療程序以防止比賽加劇受傷。

<sup>95</sup> Kleinknecht v. Gettysburg Coll., 989 F.2d 1360(3d Cir. 1993) 轉引自李志峰，同前註。

<sup>96</sup> Adam Epstein and Paul M. Anderson, supra note 69, at 290.



後續也有在學生控訴學校的過程中，法院確認了這個特別關係的案例，Nicholas Knapp 被西北大學（Northwestern University）招募來打籃球，但在入學前，他在一次高中比賽中心臟驟停。儘管後來他康復了，大學仍然不允許他參與籃球比賽，不過繼續支付他的獎學金。NCAA 最終認為他具有永久性的損傷而不能參與比賽，因此他起訴聲稱這違反了各種身心障礙者法律。1996 年，法院認可大學的措施，並裁定，根據 Knapp 與西北大學之間的特別關係，當受傷可能性顯著時，大學有責任保護他和其他學生運動員<sup>97</sup>。

#### 第四節 小結

本章在此簡單介紹 NCAA、學校和學生運動員的法律關係，美國大學運動發展蓬勃，不僅制度健全，商業價值也極高，但是 NCAA 作為非營利的體育性組織，恪守業餘體育聯賽的本質，因此在這之中，學生運動員成為了被犧牲的一塊，他們身為參與創造體育競賽價值的一員，但商業價值被 NCAA 管控，中間的糾紛爭議形塑了三者的關係。

第一節簡介了 NCAA 的業餘主義，所謂的業餘精神是「參與的學生僅是從比賽中獲得體育競技的樂趣，學習體育精神、培養品格及社交技能。」學生運動員先是學生，才是運動員，但也因此，獎學金有上限、也不能用自己的肖像營利，更不可能爭取贊助。這樣子的嚴格規定當然面臨了挑戰，Ed

---

<sup>97</sup> Knapp v. Northwestern Univ., 101 F.3d 473 (7th Cir. 1996).

O'Bannon 案中，法官裁定 NCAA 長期禁止向運動員付款的做法違反了反托拉斯法。各學校應該允許向運動員提供全額獎學金以涵蓋目前不屬於 NCAA 獎學金的運動員出勤費用。2019 年更在加州通過的公平報酬法案，以此保障學生運動員從其身份中獲利的權利。還授權大學運動員得僱用經紀人和其他代表，以協助他們進行談判並獲得商業機會。雖然各州規定不一，但對於學生運動員獲利的大門正一點一點被敲開。

第二節從實體的法律章程及判決呈現了 NCAA 和學校、學生運動員的三方關係，NCAA 和學校的關係相對單純，仰賴 NCAA 章程構成兩者的法律關係；大學和學生運動員間則因入學時簽的意向書，每年簽定的獎學金契約規範了雙方權利義務，但也因為有這樣的合約，加上校隊教練對學生運動員的監督控制，學生運動員被裁定為學校雇員的可能性也越來越高；在 NCAA 和學生運動員之間，最大的枷鎖便是業餘主義，但如何能對 NCAA 提起訴訟，BLOOM 案開啟了大門，第三方受益人。雖然學生運動員不直接參與締約，他們仍然可以被視為是合約的其中一方，法官特別提到一個判斷基準：「關鍵並不是締約雙方是否有利他動機或是希望使第三方受益，而是根據合約履行義務的同時是否一定會直接使該方受益。」確立了這樣的地位，也使得後續學生對 NCAA 提起爭訟更加容易。

第三節則介紹了學校和學生運動員間基於招募建立的關係，所以與一般學生不同，學校對其有更高的照顧義務，揚棄了託管機構理論和房東責任理論，最近的學說實務主要是特別關係理論，雖然還不是普遍見解，但仍時有法院肯認這樣的關係，學校有義務在體育活動中給予充分的指導，提供適當的設備，合理選擇或配對參賽者，對特定比賽提供無過失的監督以及採取適

當的受傷後醫療程序以防止比賽加劇受傷。

美國的大學運動團隊，最大的爭議點是在業餘主義造成的學生權益受限，分享不到商業利益的果實，才有了一連串向學校、N C A A 確認法律關係以爭取權利的過程，也因為有金錢作為動機，所以相關討論也較多，值得我國持續關注借鏡。



## 第五章 結論

### 第一節 贊助者與被贊助者的權利義務

大學運動團隊雖有法律關係模糊的空間，但透過本文的梳理與分析，希冀有較為明瞭，以下試著列舉歸納出不同等級的贊助商與學校、球員間的權利義務及應注意事項，供締約時雙方及第三方參考，惟還是應依球隊經營狀況，進行不同的調整。

#### 第一款 贊助者負有金錢或非金錢之給付義務

贊助之發生源自於球隊對於資金之需求，因此大學團隊運動贊助的情況中，最直接之資助方式為由贊助者提供金錢或是實物予被贊助者，被贊助者用來球隊運作。實物贊助部分常有半買半贊助的情況，贊助之物品也應具備通常之價值及約定之品質，因此贊助者要負起瑕疵擔保責任。

#### 第二款 球隊負有商業推廣之履行義務

贊助者與被贊助者為不同的組織，透過被贊助者之廣告，得有效建立或加強贊助雙方間之直接聯繫，使贊助者獲得知名度、形象或聲譽。此也是贊助者贊助的最大原因，所以在贊助過程中，要避免贊助者的品牌與其他品牌混淆，也要維持一定的曝光程度。另外被贊助者會有提供贊助者冠名權的情形，冠名權具有自然曝光之特性，行銷效益遠大於其他類型之廣告，且於實務運作下具有排他性，即單一贊助標的只有一個冠名權，球隊應避免混淆視

消費者對贊助者之認知或影響大眾對贊助標的之負面觀感。

### 第三款 贊助雙方均可能負有商標或標識之授權義務

為達成商事贊助形象轉移及品牌連結之目的，有時必須將贊助者與被贊助者雙方之商標或標誌等具有識別性之標識結合使用，授權原則均為非專屬授權，使用期限屆至時，除有續約情形外，該授權標的之使用權即回歸授權人所有。

## 第二節 結論

本文著重在大學運動團隊的商事贊助，因此從歷史沿革開始，先整理了文獻對於贊助的定義，慢慢收納到運動贊助，進而到大學運動團隊的分析。運動贊助，主要是「在體育相關領域中，贊助者和被贊助者間以商業夥伴的姿態，在達成各自組織設定的目標過程中仍具有共同大方向的利益交換過程。贊助者提供無形或有形的資源支持被贊助所提案的計畫；被贊助者則授予被贊助者一些權利，使活動或贊助標的能和贊助者順利結合發揮效益。」彼此的利益交換和溝通，藉由對方提供的資源達到自己壯大、發展的目的。在運動贊助領域中，在社會上基於商業活動頻繁，有許多不同的形式在市場競爭下呈現相對大量的討論，但在大學的運動贊助，則是因為大學運動團隊和職業球隊、賽事、球員相比通常商業價值較低，

為了討論運動贊助中的法律關係，必得先從雙方是否成立契約，成立何種契約，契約類型、特性等等著手，又圍繞在大學運動團隊的贊助，各自有

何特性，能如何與民法的契約類型適用，也是一大難題。

本文從探討企業冠名贊助的情況開始，分析企業、球隊、學生成立的一種特殊的三方關係，企業為了獲得宣傳效果以及品牌增值而委任學校，學校和學生則因獎學金的契約而有私法契約的存在，學生明明沒有與企業簽約，卻因此而與企業有了關聯，企業和學校成立的第三人負擔契約，由學生負擔勞務的給付；還有第三人利益契約，給予了學生有請求給付獎學金的基礎。

另外在大學團隊的一般贊助中，贊助的情況則又分為，球隊負擔較多勞務給付的委任契約適用；以及在半買半贊助情形下混合贈與的適用；也有純粹無償、單務的校友捐贈，至此，大致勾勒出圍繞著大學運動團隊的贊助情況與法律關係。接著則是以上述的框架檢視了作者訪談之某 N 大校隊贊助實際情況，N 大的特殊性在於校友捐贈為主要贊助者，是一附負擔之贈與，其餘贊助模式則皆有討論，包含一般贊助中商業性質較重的贊助及半買半送的混合贈與。

最後簡略介紹了 NCAA、學校和學生運動員的法律關係，美國大學運動發展蓬勃，不僅制度健全，商業價值也極高，簡介了 NCAA 的業餘主義，所謂的業餘精神是「參與的學生僅是從比賽中獲得體育競技的樂趣，學習體育精神、培養品格及社交技能。」學生運動員先是學生，才是運動員，但也因此被協會和學校大大地剝削，分享不到商業利益，這樣子的狀況當然面臨了挑戰，使學生運動員前仆後繼地與 NCAA 爭訟，提高自身分享經濟成果的上限，也爭取對學生的權利保護，從 Ed O' Bannon 案中控告 NCAA 違反反托拉斯法，BLOOM 案確立了作為訴訟當事人的地位，到加州公平報酬法案的通

過，儘管上述都並非是全面的改變，但仍一步步逼迫 NCAA 需要面對分配不均的難題，而學生運動員和學校之間勞雇關係也有成立的可能，另外，不同於美國大學運動因不希望學生運動員過度商業化，因此限制導致學生利益分配不均而產生糾紛，我國的大學運動是因商業化不夠而連運作經費都不足，在未來若商業化程度拉高時，必須特別注意除了建立讓球隊及學生運動員能夠共享經濟利益的方式，也要釐清學生和職業的界線，舉例而言如 Ed O' Bannon 案中法官一度提出的方案，延遲給付學生運動員的肖像費用，讓學生運動員在畢業後得以領取。

綜上，本文透過整理解析商業贊助於大學運動領域中的運作，定性了不同贊助方式的法律關係，並歸納出上述贊助適用後的紛爭解決方式。本文期待能對此種類型的商事贊助契約當事人間私法上關係之處理提供方向，使吾人對贊助關係有更進全面性了解。而參照國外學生運動員的問題和糾紛，也給了我國在大學運動領域中的法律規範有更多的借鏡和想像。

# 參考文獻

## 一、 中文文獻

### (一) 專書論著

- 1、 杜怡靜，契約之成立與效力，臺北市：三民書局，2006年9月。
- 2、 李淑明，債法總論，臺北市：元照出版，2018年2月，9版。
- 3、 林誠二，債編各論新解－體系化解說(上)，臺北市：瑞興圖書，2015年6月三版。
- 4、 林誠二，債法總則新解－體系化解說(上)，臺北市：瑞興圖書，2012年10月。
- 5、 林誠二，債編各論新解－體系化解說(中)，臺北市：瑞興圖書，2015年6月，3版。
- 6、 陳自強，契約之內容與消滅，臺北市：新學林，2013年9月2版。
- 7、 程紹同，第五促銷元素：運動贊助行銷新風潮，臺北市：滾石文化，2001年9月。
- 8、 程紹同，運動贊助策略學，臺北市：漢文書店，1998年3月1日。
- 9、 程紹同、楊曉生主編，體育贊助導論，北京：高等教育出版社，2004年。
- 10、 蔡俊五、趙長杰，體育贊助：雙贏之策，北京：人民體育出版社，2001年10月。
- 11、 劉春堂，《民法債編各論》(中)，作者自版，2014年9月。

### (二) 期刊文獻

- 1、 王澤鑑，第三人利益買賣契約之解除及其法律效果，民法學說及判例研究(七)，頁8-14，1996年。
- 2、 李志峰，學生運動員運動傷害保險制度之研究－以美國大學體育總會之制度為核心，全國律師，第19卷第8期，頁62-77，2015年。
- 3、 汪傳才，體育贊助的法律規制，西北師大學報(社會科學版)，第44卷第3期，頁101-105，2007年5月。
- 4、 洪嘉文、詹彩琴，推動社會資源贊助學校體育活動之探討，中華體育季刊，第19卷4期，頁32-41，2005年。
- 5、 陳以亨、林瑩滋、李星美，企業贊助藝文活動的動機因素之研究，輔仁管理評論，第11卷第1期，頁33-52，民國93年3月。
- 6、 程紹同，大專體育運動贊助新趨勢：場館命名權，大專體育，第55期，頁50-58，2001年8月。
- 7、 戴遐齡，運動贊助與體育發展探究，臺北市立師範學院學報，第36卷第1期，頁



- 121-146， 2005 年。
- 8、 楊志顯，國內企業對大學院校棒球隊贊助行為之研究，輔仁大學體育學刊，1 期，頁 1-11， 2002 年 9 月。
  - 9、 楊崇森，美國契約法之理論與運用（下）（A Glimpse of American Contract Law），軍法專刊，第 60 卷 第 6 期，頁 56-80，2014 年 12 月。
  - 10、 葉雲卿，標準專利權人之合理無歧視條款(FRAND)之義務與契約自由原則－從智慧財產法院 101 年度民專上更（二）字第 3 號民事判決出發，法令月刊，第 65 卷 4 期，頁 15-32，2014 年。

### （三）學位論文

- 1、 李劭瑩，贊助契約法律關係，國立臺北大學法律學系碩士班論文，106 年 1 月。
- 2、 廖志維，企業對大學院校甲組棒球隊贊助行為之研究，國立體育學院休閒產業經營學系論文，2006 年 6 月。



## 二、英文文獻

- 1、Adam Epstein and Paul M. Anderson, The Relationship Between a Collegiate Student-Athlete and the University: An Historical and Legal Perspective, 26 Marq. Sports L. Rev. 287 (2016).
- 2、Joel Eckert ,Student-Athlete Contract Rights in the Aftermath of "Bloom v.NCAA" ,Vanderbilt Law Review,59(3), (2006).
- 3、Laura Freedman , Pay or Play? The Jeremy Bloom Decision and NCAA Amateurism Rules, 13 Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L.J. 673 (2003).
- 4、Ronald E. McCarville and Robert P. Copeland,Understanding sport sponsorship through ex-change theory. Journal of Sport Management, (1994).
- 5、Dennis M. Sandler and David Shani, Sponsorship and the Olympic Games: The Consumer Perspective, Sport Marketing Quarterly, 2(3)(1993).
- 6、Michael Steele, O'Bannon v. NCAA: The Beginning of the End of the Amateurism Justification for the NCAA in Antitrust Litigation, Marquette Law Review ,99, ( 2015).

## 三、網路資料

- 1、體育運動大辭典國際事件行銷集團定義，  
<http://sportspedia.perdc.ntnu.edu.tw/content.php?wid=268>，最後瀏覽日：2021年1月21日。
- 2、中華民國國際經濟協會網站，  
<http://www.cieca.org.tw/zh-tw/a2-7953/%E9%97%9C%E6%96%BC-ICC.html>，最後瀏覽日期：2021年1月23日。
- 3、蘋果日報，挺籃球！贊助商配合移除罰球圈地貼，球迷讚爆「決定天天喝」，  
<https://tw.appledaily.com/supplement/20190719/WOALN5YTFXKTZ7UZA3BYLHGTHI/>，最後瀏覽日期：2020/04/26。

- 4、輔仁大學甲組棒球代表隊尋求企業贊助，  
[https://sponsor.sa.gov.tw/Home/Project\\_InnerPage.aspx?id=2128&fbclid=IwAR2kySXfm99L5plorksk1ggpXVY2kfBWQTAAbMK1Cm0jD7qI2hCEf-LYjCwE](https://sponsor.sa.gov.tw/Home/Project_InnerPage.aspx?id=2128&fbclid=IwAR2kySXfm99L5plorksk1ggpXVY2kfBWQTAAbMK1Cm0jD7qI2hCEf-LYjCwE)，最後瀏覽日期：2020/05/26。
- 5、Karen Given, Walter Byers: The Man Who Built The NCAA, Then Tried To Tear It Down,  
<https://www.wbur.org/onlygame/2017/10/13/walter-byers-ncaa>,最後瀏覽日：2021年1月20日
- 6、Isabella Borges, "Fair Pay to Play Act: End of Amateurism?", GGU Law Review Blog 67, 2019, <https://ggulawreview.com/2019/10/14/fair-pay-to-play-act-end-of-amateurism/>,最後瀏覽日：2021年1月20日。
- 7、Michael McCann, What's Next After California Signs Game Changer Fair Pay to Play Act Into Law?, <https://www.si.com/college/2019/09/30/fair-pay-to-play-act-law-ncaa-california-pac-12>,最後瀏覽日：2021年1月20日。



## 附錄一 訪談同意書

您好，我是政治大學法律與科際整合研究所研究生吳孟軒，目前正在撰寫「運動之商事贊助－以大學運動團隊為中心」之學位論文，指導老師為政治大學法律與科際整合研究所的副教授林佳和老師。

研究內容選定培育運動員的大學院校及贊助商間的區塊，釐清贊助契約間的權利義務，或是契約的性質，分析企業、學校、運動員間的關係，以期能夠建立較完整的法律架構。

本次訪談預計 1~1.5 個小時，將會全程使用錄音設備錄音，並在訪談結束後內容繕打為逐字稿，逐字稿予您確認後會摘要成訪談摘要。訪談摘要會收錄於論文中公開發表，錄音檔僅供論文研究使用，不會外流，請您寬心。受訪者在訪談中若有疑慮，可隨時中止受訪、錄音，或是拒絕提供回答部分問題。

感謝您的協助！

敬祝 平安

政治大學法律科際整合研究所

研究生吳孟軒 敬上

受訪者 (簽名)

研究者 (簽名)

日期