



FIFA WORLD CUP
Qatar2022

FIFA 知识产权指南

2022 年 6 月 **6.0** 版

目录

1 - 简介	3
2 - 官方知识产权.....	4
3 - 保护世界杯品牌的重要性.....	8
4 - FIFA 权利持有者	9
5 - 如何庆祝而不产生未经许可的关联.....	11
6 - 媒体信息	12
7 - 使用范例	13
8 - 联系方式及如何参与	25



本指南向相关方提供有关 FIFA 知识产权及其他与 2022 年卡塔尔 FIFA 世界杯™（“世界杯”）及 FIFA 有关的商业权利的信息和指南。请注意，本文件仅供参考，其中所含举例并非穷尽。本指南并非明确规定一项活动是否侵犯有关 2022 年卡塔尔 FIFA 世界杯的任何权利。我们很遗憾 FIFA 无法就涉及该等权利的每项可能活动提供指南。

1 - 简介

FIFA®

国际足球联合会(“FIFA”)是足球协会的世界性管理机构。FIFA 持有与 2022 年卡塔尔 FIFA 世界杯相关的所有权利，包括所有知识产权、媒体、营销、许可、票务及其他商业权利。

FIFA 世界杯™

FIFA 世界杯是世界上规模最大的单项体育活动以及全球观众最多的体育竞赛之一，广受体育爱好者和商业世界追捧。仅 2018 年俄罗斯 FIFA 世界杯™的决赛就有逾 11 亿人观看。许多实体与个人都希望参与下一届于 2022 年 11 月 21 日至 12 月 18 日在卡塔尔举办的比赛。

由于举办如此大规模的活动费用巨大，如果没有赞助商、媒体权利许可持有者、其他许可持有者以及主办国的重大财力支持，FIFA 将无法主办这场盛会。

FIFA 世界杯的影响

随着足球发展成为全球核心活动之一，FIFA 与其协会会员以及全世界的足球社区分享 FIFA 世界杯的成功。商业项目所获收入让 FIFA 得以支持各类教育、技术、医疗及其他发展活动。

通过 FIFA 未来发展计划，FIFA 不仅在财务上支持其协会会员及六家联盟的日常运营，还帮助它们设定新的长期战略目标，成效显著。定制的发展项目为少年球队提供了足球基础设施和装备等，为赛事提供支持，并对女子足球的进步起到促进作用。

在 2015 年至 2018 年财务周期，FIFA 在发展与教育领域的投资额达 16.7 亿美元。此外，FIFA 商业项目的成功使其得以承诺在 2019 年至 2022 年财务周期拨款 10 亿美元投资女子足球，以及拨款 40 亿美元投资发展与教育领域。

2 - 官方知识产权

FIFA 开发了一系列品牌资产，包括与世界杯及 FIFA 有关的标识、词语、名称、标志及其他标识符（“官方知识产权”）。官方知识产权受到卡塔尔及世界各地版权、商标及/或其他形式的知识产权及反不正当竞争法、反仿冒法及任何其他相关法律的保护。这些法律保护 FIFA 以阻止（第三方）未经授权使用与官方知识产权相同的标识以及使用与官方知识产权构成混淆性近似的（官方知识产权）变更/修改后的版本。

仅 FIFA 权利持有者允许将官方知识产权用于商业用途。如果您不是 FIFA 权利持有者并希望申请将官方标识或其他官方标记用于评论用途，请访问：

<https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/>。

以下官方知识产权清单并非穷尽。如需全面了解任何特定国家的注册知识产权，请向相关知识产权局咨询及/或向当地知识产权专业人员寻求建议

官方标识



官方吉祥物



吉祥物的官方名称（英语/阿拉伯语）

La'eeb™ لعييب™

官方海报



官方口号

NOW IS ALL™

عالوعد™

官方奖杯



FIFA 组织标记

FIFA®

FIFA Living Football 口号



FIFA Plus 标志



文字标记

- FIFA World Cup Qatar 2022
- FIFA World Cup
- فيفا وورلد كوب
- FIFA
- فيفا
- World Cup
- كأس العالم
- World Cup 2022
- وورلد كوب 2022
- COPA MUNDIAL
- COUPE DU MONDE
- MUNDIAL
- Qatar 2022
- قطر 2022



官方字体 “QATAR 2022”

“QATAR 2022” 官方字体专为该届世界杯创立，受版权保护，并在众多司法管辖区受到设计注册保护：

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2022 年卡塔尔世界杯将是阿拉伯世界举办的首届 **FIFA** 世界杯

أ إ إآ آ إآب ب ب ب ب ت ت ت ت ث ث ث ث
ج ج ج ج ح ح ح ح خ خ خ خ د د د د
ر ر ر ر س س س س ش ش ش ش ص ص ص ص
ض ض ض ض ظ ظ ظ ظ ق ق ق ق ف ف ف ف
ق ق ك ك ل ل م م م م ن ن ن ن ه ه ه ه
و و ي ي ي ي ء ء ء ء ؟ ، ، ، ، ؛ ؛ ؛ ؛

3 – 保护世界杯品牌的重要性

FIFA 授予世界各地各行业各类实体（“权利持有者”）与 FIFA 及/或世界杯相关的若干商业权利，如转播、票务、酒店、广告及其他推广权利。

作为回报，FIFA 的权利持有者做出重要的财务贡献，以确保世界杯得以举办，以及足球事业可以得到投资以在全球进一步发展。然而，仅有在权利持有者获得了官方标记和其他商业权利的专属使用权的情况下，他们才会投资于 FIFA/世界杯。若相关使用权不具有专属性（例如，假设世界杯品牌不受保护且任何人均可使用官方知识产权，并由此免费产生与世界杯的关联），则所获权利将大幅贬值。这将使得成为权利持有者不再具有吸引力，并可能最终导致 FIFA 无法获得必要资金举办世界杯，也无法通过 [FIFA 未来发展计划](#) 等旗舰项目促进世界范围内的足球事业发展。

因此，保护 FIFA 的商业权利，包括官方知识产权，对于举办世界杯至关重要，FIFA 需要非关联实体/个人尊重 FIFA 的权利，在开展活动时不与世界杯建立商业联系。

4 – FIFA 权利持有者

目前，FIFA 已指定以下权利持有者

商业合作方

商业合作方通过由 FIFA 合作伙伴、FIFA 世界杯赞助商及区域支持者组成的三级体系获取赞助计划。以下名单为当前商业合作方，将定期更新

1. FIFA 合作伙伴

FIFA 合作伙伴由六至八家公司组成，获得有关 FIFA 及所有 FIFA 比赛（包括世界杯）最全面的全球广告、推广及营销权利授权计划。当前 FIFA 合作伙伴为：



2. FIFA 世界杯赞助商

FIFA 世界杯赞助商由六至八家公司组成，获得第二全面的全球授权计划，但仅限于世界杯。当前 FIFA 世界杯赞助商为：



3. 区域支持者

区域支持者由总共不超过 20 家公司组成，每一区域最多四家公司，他们将获得指定地区有关世界杯的广告、推广及营销权利授权计划。五个指定区域为欧洲、北/中美洲、南美洲、非洲/中东（包括卡塔尔），以及亚洲。

欧洲	北/中美洲	南美洲	非洲/中东
REGIONAL SUPPORTER	REGIONAL SUPPORTERS	REGIONAL SUPPORTERS	REGIONAL SUPPORTERS
Algorand	Algorand, Frito Lay, The LOOK Company	Claro, NU, UPL OpenAg™	GWC, ooredoo, QNB



媒体权利许可持有者

媒体权利许可持有者为在一个或多个指定地区享有世界杯相关媒体权利的实体。这些媒体权利包括以下方面：

- 电视权
- 广播权
- 宽带权
- 网络电视传输权，以及
- 移动传输权

品牌/无品牌许可持有者

品牌/无品牌许可持有者为 FIFA 已授权的或将授权的开发、生产及销售标有官方标记的产品（即官方授权产品）的实体。

- **品牌官方授权产品** – 标有官方知识产权及许可持有者（公司）标记的官方产品
- **无品牌官方产品** – 仅标有官方知识产权的官方产品

酒店

FIFA 已指定 MATCH Hospitality AG 为世界杯 FIFA 酒店计划的全球独家权利持有者。这是唯一一家允许在全球范围直接或通过其指定销售代理提供含比赛门票的酒店套餐的公司。

如需了解关于各类 FIFA 权利持有者的更多详情，请访问 www.fifa.com/about-fifa/commercial/fifa-marketing。

5 – 如何庆祝而不产生未经许可的关联

有多种合法方式庆祝世界杯而不必使用官方知识产权或与赛事产生未经许可的商业关联。FIFA 鼓励企业和公众使用不含任何 FIFA 知识产权的通用足球图案或国家相关图案及/或词语。

禁止进行产生不当商业关联的活动，相关行为将受到法律制裁。当一家公司让自己看似与 FIFA 或世界杯相关联时（例如，通过使用官方知识产权或以另一种方式令人认为其为权利持有者，即赞助商或许可持有者），即属于建立不当商业关联。

为避免推广活动侵犯 FIFA 知识产权及/或其他商业权利，我们建议（相关方）寻求独立法律意见。

6 – 媒体信息

FIFA 世界杯是媒体盛事，其成功也与世界杯受到的广泛媒体报道密切相关。因此，如果媒体机构希望他们的刊物中以评论用途使用官方知识产权，FIFA 对此表示欢迎，前提是这种使用不会在世界杯与除 FIFA 权利持有者以外的任何企业之间产生不当关联。

第 7 节提供了一些范例，阐释如何在尊重 FIFA 商业计划及 FIFA 权利持有者的权利的前提下，以符合法律自由的方式使用官方知识产权。本文件所含内容无意以任何方式控制或限制媒体关于世界杯的新闻及评论内容。

关于官方知识产权使用的描述涵盖所有印刷及电子媒体形式，包括但不限于电视、网络、手机、游戏、应用程序及社交媒体。

FIFA 电子文档

媒体机构可通过 <https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/> 免费申请获取官方知识产权的电子副本。该副本应遵照 FIFA 图解指南使用，您可向 FIFA 索取该指南以及所需图片的高清电子文档。

7 – 使用范例

本节旨在帮助第三方避免任何未经许可的与世界杯的商业关联。官方知识产权使用范例涵盖所有形式的印刷及电子媒体，包括但不限于在印刷品、电视、网络、手机、游戏、应用程序及社交媒体上的使用。

由于不可能就每一种可能的使用场景中的“可接受的使用”与“未经许可的关联”进行比较说明，也不可能对每个国家适用的不同法律制裁方式予以评述，以下**范例并非穷尽，仅作参考之用**。

以下场景旨在向有合法意图避免与世界杯产生不当关联的实体及个人提供实用性帮助。本指南不得被用于规避故意就 FIFA 营销权利进行隐性营销行为的法律责任。过去经验显示，试图使用本指南为不当关联或侵权行为进行抗辩不会取得成功。FIFA 相信您将配合并尊重其要求及权利。因此，FIFA 明确保留其全部权利。

本指南仅涉及 FIFA 所拥有的权利，不包含或代表关于任何第三方（如运动员、俱乐部、协会会员、联盟、FIFA 商业合作方或其他实体、组织及/或个人）所持有的任何权利的声明。

A. 媒体

A1. 印刷及电子媒体

评论用途

任何合法评论用途（例如世界杯专项报道内容）并不会产生未经许可的关联。然而，官方知识产权不可用作刊物排版布局的组成部分或刊物的品牌元素，或以单独、静态或重复的方式在网站上使用（尤其包括在特别版面的角落，或在网站特别板块的每张连续网页上重复使用官方知识产权，因为该使用可能暗示受 FIFA 授权）。



FIFA WORLD CUP
Qatar 2022



商业化用途

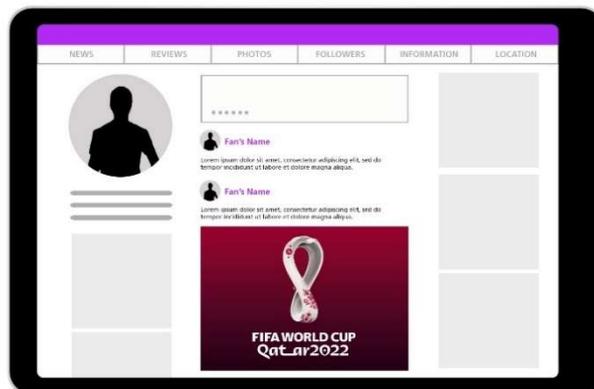
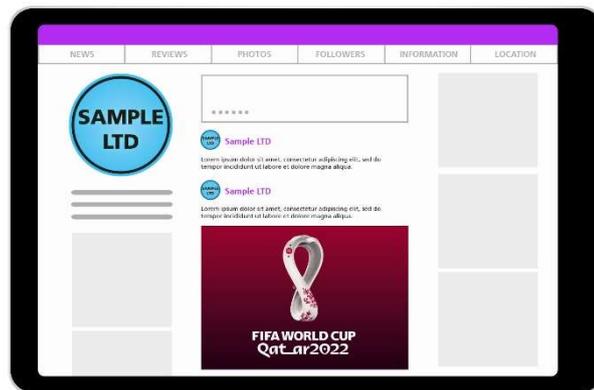
官方知识产权不得与公司标识或“由……为您带来”、“由……呈现”或“由……赞助”等商业推荐语一同或邻近使用。



A2. 社交媒体

发布官方知识产权图片

一般允许球迷不带商业意图地使用官方知识产权。然而，过量使用官方知识产权可能会令人认为与世界杯/FIFA 有关联，因此应该避免。



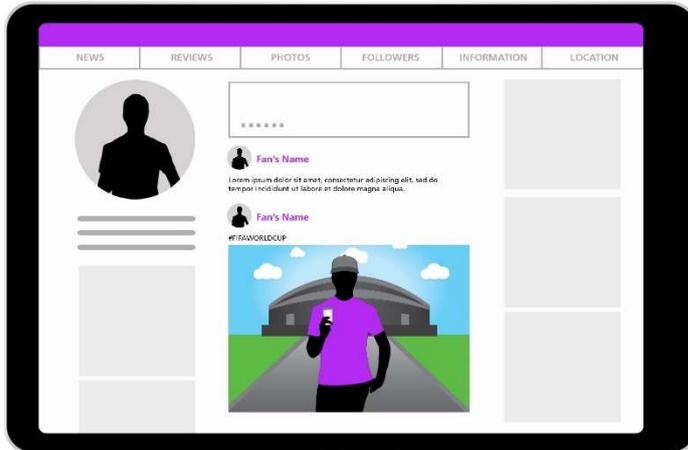
转推或转发官方内容

允许球迷不带任何商业利益地转推或转发由 FIFA 或 FIFA 活动官方账号发布的官方内容。以商业目的转推或转发官方内容是 FIFA 权利持有者的专属权利。

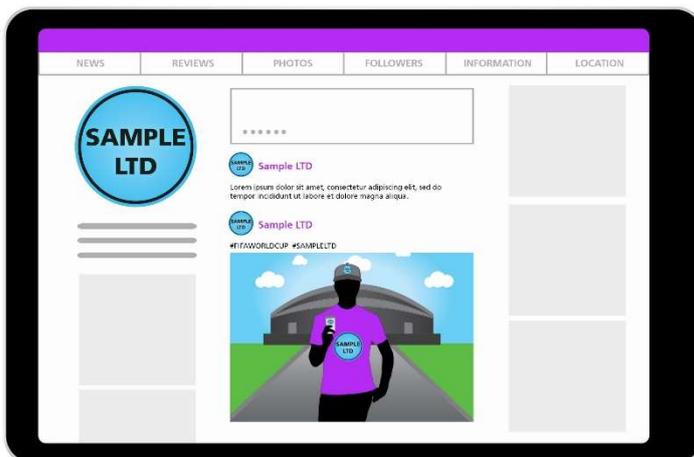


发起话题（主题标签）

一般允许球迷不带任何商业利益地在发起话题时使用官方知识产权。



基于商业利益在（公司）简介（档案资料）中发起话题时使用官方知识产权，以吸引人关注其简介（档案资料）及/或其他企业或品牌，将产生与世界杯及/或 FIFA 的商业关联，因此仅限 FIFA 及 FIFA 权利持有者使用。



A3. 手机及网络服务/应用程序

不允许在应用程序及/或任何其他手机/网络服务中以商业目的使用官方知识产权或转播内容。

允许在评论/描述中提及世界杯赛事，前提是这不会造成“该项服务以任何方式与世界杯或 FIFA 相关联”的混淆风险。任何该项服务或应用程序 (app) 的名称或标题不得包含暗示其受 FIFA 授权的任何官方知识产权，例如赛事全称或官方标识。



A4. 域名/URL/超链接

除非由 FIFA 授权，域名中不得包含官方知识产权。不允许商业网站 URL 或超链接中使用官方知识产权。



A5. 网站（观感）

若可能令人认为与世界杯/FIFA 有关联，则不得将官方知识产权用于网站或网页整体设计的一部分（包括背景或墙纸设计）。



A6. 博客

在评论性博客中使用官方知识产权，报道或评论世界杯而不带任何商业内容或广告一般不会产生未经许可的关联，是可接受的。





B. 商业广告

在商业广告中使用任何官方知识产权有可能产生未经许可的关联，因此应避免。



C. 竞赛/游戏/彩票

除非由 FIFA 授权，不允许竞赛、游戏或彩票使用任何官方知识产权或产生与世界杯的商业关联。



D. 门票推广

除非由 FIFA 授权或与 FIFA 权利持有者合作安排，否则不允许将世界杯门票（“门票”）用于推广、抽奖、奖励、在线拍卖及/或任何其他类型的消费者推广活动。



从未经许可的门票推广活动中所得门票一经识别将被废除，不可用于进入比赛场馆。

E. 比赛时间表

评论用途

评论、非商业化使用或复制官方 FIFA 比赛时间表不会产生未经许可的关联，一般是允许的。



商业化用途

比赛时间表不得与公司标识或如“由……为您带来”、“由……呈现”或“由……赞助”等商业推荐语一同或邻近使用。



请注意：比赛时间表受世界各地许多国家的版权及其他知识产权保护。新闻媒体可以将比赛时间表以单独形式或作为发布内容的一部分发布，为公众提供世界杯信息。任何未经许可的第三方不得在比赛时间表之上、紧邻处或相关处添加商业品牌。

F. 倒计时钟/计时器

任何带有商业品牌的世界杯倒计时工具，无论是实物还是在线形式，都会产生未经许可的关联。



G. 企业

G1. 企业名称

未经 FIFA 授权，不允许在任何情况下将官方知识产权用于任何企业名称的一部分。



G2. 店内装饰（餐厅、酒吧、零售店...）

通用足球或国家相关题材店内装饰不会产生未经许可的关联，一般是允许的。



不允许将官方知识产权用于店内装饰，除非由 FIFA 或 FIFA 权利持有者授权。



G3. 商品

带有通用足球用语及/或国家名称或国旗的物品不会造成对 FIFA 权利的侵犯。



在任何商品上使用官方知识产权或其任何元素是 FIFA 权利持有者的专属权利，因此（其他方使用）是不被允许的。如果您有意成为 FIFA 权利持有者，请参见下方第 8 节。



H. 公众放映

授权公众放映商必须遵守 FIFA 公众放映活动规定，并获得 FIFA 或其媒体权利许可持有者颁发的许可。

任何其他显示世界杯比赛动态画面的公众展示必须避免使用任何官方知识产权或广告赞助，因其可能在 FIFA 及/或世界杯与非 FIFA 权利持有者的第三方之间产生未经许可的关联。

2022 年卡塔尔 FIFA 世界杯公众放映活动规定将于临近世界杯时在 FIFA.com 公布以供查阅。



1. 世界杯现场

11. 酒店住客

球迷团体（包括酒店住客团体）不得展示或穿戴带有同样醒目非 FIFA 商标的物品（包括团体引导标示）进入场馆，这会产生未经许可的关联并违反票务条款和条件。这包括提供给球迷的带商标服装、旗帜或其他物品。



12. 分发带商标物品

未经必要许可，禁止于比赛日在场馆周围分发带商标物品，这会在相关品牌与世界杯之间产生未经许可的关联，暗示该品牌为世界杯赞助商。



8 – 联系方式及如何参与

一般来说，实体或个人可利用各种机会参与世界杯（及从其中获益）而不必使用官方知识产权或与世界杯产生商业关联，例如：

- 为世界杯提供各种服务：
 - 基础设施
 - 由 FIFA 及/或卡塔尔交付和遗产最高委员会举办的赛事及活动
 - 餐饮服务
 - 食品和饮品承办商
 - 清洁与废品管理
 - 私人安保
 - 家具供应商
- 联系一位 FIFA 权利持有者，发掘与他们进行合作推广的机会。
- 支持您祖国的当地足球事业，联系国家足球协会，了解如何在基层进行参与。

请访问 www.FIFA.com 或使用下方联系方式查看具体话题以了解更多信息。

赞助

如果您有意成为权利持有者/赞助商，请联系 sales@fifa.org。

授权许可

如果您对授权许可感兴趣，请联系 retail-licensing@fifa.org 以了解更多信息。

公众放映

如果您希望申请 2022 年卡塔尔 FIFA 世界杯的公众放映活动许可证，或需要更多信息，请联系 https://publicviewing.fifa.org/public_viewing。

标记获取

如需申请将任何官方知识产权用于评论，请访问 FIFA 电子档案(www.fifadigitalarchive.com)并点击“标记获取表”按钮。

未经许可的门票销售/推广

对于任何未经许可的门票销售/推广，以及如果您认为自己买到了假门票，我们欢迎您发送电子邮件至 ticketenforcement@fifa.org 进行举报。

未经许可使用 FIFA 知识产权

如需举报任何未经许可使用 FIFA 知识产权的情况，请发送电子邮件至 brandprotection@fifa.org。