# 归化球员合同范本(15篇)

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2024-05-27

*归化球员合同范本1为了推动我国\_\_\_\_\_\_\_项目体育运动的发展，增进运动技术的交流与合作，甲乙双方根据各自职能签署\_\_\_\_\_\_\_\_赛事赞助协议。经甲乙双方友好协商，根据《\_合同法》、《\_体育法》以及有关的法律法规的规定，为明确双方的权利义务...*

**归化球员合同范本1**

为了推动我国\_\_\_\_\_\_\_项目体育运动的发展，增进运动技术的交流与合作，甲乙双方根据各自职能签署\_\_\_\_\_\_\_\_赛事赞助协议。经甲乙双方友好协商，根据《\_合同法》、《\_体育法》以及有关的法律法规的规定，为明确双方的权利义务，就有关事宜达成如下协议：

第一条 赞助定义

赛事组委会是指具有合法资质，并已经与赛事主办方签订了承办协议的赛事筹备组织。

“某某公司”指的是某某公司的总公司、其子公司、其分支机构、其继承者、获得授权者及销售商。

赛事赞助商是指合作伙伴、赞助商、供应商三个层次的赞助商，其所享有的回报权益依据赞助企业所处层次不同而有所区别，本合同以下条款中所述的\_\_\_\_\_\_，即表示处于上述第\_\_\_\_个赞助层次的赞助商。

“品牌”指的是“某某公司”的品牌，包括以下几个品牌（附件列明）

“产品”指的是“某某公司”生产的下面几种产品及其附属物（附件列明）

“地域”指的是乙方可以在合同期限内可将广告、促销材料用于宣传的地区。

第二条 赞助确认及赞助回报约定

甲方作为本届赛事的资源经营机构，全权负责本届赛事赞助招商各项事宜。甲方同意并乙方自愿成为本届赛事\_赞助商，现予书面确认。

根据本届赛事赞助招商的相关事宜，乙方作为本届赛事\_\_\_\_\_\_赞助商，将享有合同附件1所述回报权益。

第三条 赞助总额及出资方式

作为本次赛事赞助商，乙方向甲方提供总额为\_\_\_\_万元人民币（/美元）的赞助，具体内容如下：

现金\_\_\_\_万元人民币（/美元），自本合同签订之日起\_\_\_\_天内交付总赞助现金额的\_\_\_\_%，\_\_\_\_前交付完结剩余的\_\_\_\_%.

自本合同签订之日起，至本届赛事闭幕，乙方可在\*地区（包括\*内地、香港和澳门）的商业活动中宣传使用本届赛事的内容。

自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日，乙方在\*\_\_\_\_所生产和梢售的\_\_\_\_类产品，可在其包装上出现本届赛事标识及名称。

乙方为甲方提供人力资源帮助，具体方式以双方协商一致为准。

第四条 双方权利与义务

甲方按照上述条款内容向乙方提供赞助回报权益，并保证乙方为本赛事赞助商。

乙方按照上述条款内容在约定时间内向甲方交付赞助款。

本合同一经签署，除非经另一方事先书面同意，双方权利义务均不得转让，否则即视为放弃履行本合同，并承担由此引起的违约责任。

第五条 保证陈述

双方互相陈述、保证和如下：

双方均是依照\_法律正式成立的法人单位，具备所有必须的\*批准和许可，可以进行本合同下的业务，并将保持在\*进行此等业务的良好声誉和资格。

双方均具有完全的权利和法律权限或有效的授权签订和履行本合同。

本合同经双方签署，即依其中条款构成对双方合法、有效和有约束力的责任，因为破产、清盘或其他影响债权人权利的法律时履行造成的影响除外。

以上陈述、保证和不仅在文首日期真实，而且也在本合同期限内都是真实的。双方确认以上的每一条陈述、保证和都是关键性的。

第六条 有效期和终止

本合同自双方签署盖章之日起生效，有效期至本届赛事闭幕或双方权利义务均履行完毕之日（以较晚发生者为准）

除了本合同中或根据法律规定的补救方法以外，在不影响提出终止的一方的其他法律权利的前提下，任何一方有权在出现下列情况时终止本合同，自另一方收到终止通知时生效：

另一方在执行本合同条款时发生重大违约，且在违约方收到违约通知的\_\_\_\_天内未能纠正；或

另一方在本合同中的任何陈述或保证被证明有重大的不正确或不准确。

如乙方单方面终止本合同，则乙方仍须向甲方支付本合同第三条款约定的赞助款。如甲方单方面终止本合同，则应将已收取的本合同第三条款约定的赞助款返还给乙方。

本合同因为在此所述的任何原因而终止，都不解除任何一方展行至终止生效日的责任，或者是履行终止后仍然有效的条款的责任。

第七条 遵守法律

如果有合理的原因相信本合同的任何条款违反了国家或地方法律，或者影响一方履行本合同的工业商贸团体的守则、规定、法规或指示，那么双方须及时修改本合同以遵守法律。但是如果修改令本合同丧失了其根本目的，那么将认同双方同意终止。在不违反上述情况的一般性的前提下，双方明确同意乙方在本合同中指定的位置张登其\_\_\_\_类\_\_\_\_广告的权利是本合同的根本目的之一，任何对此的限制、局限或其他修改构成根本目的的失败。如果本合同因本条而终止，款项应支付至终止日的履行程度。那些为将来而已支付的款项应按比例退还，除了明确规定在协议终止后仍然有效的条款以外，任何一方将不就本合同而负任何义务或责任。

第八条 不可抗力

由于水灾、火灾、地震、\*、\*\*、劳工运动、疾病或本局赛事比赛日程正式公布后\*部门颁布的命令等不可预见、无法避免和无法控制，不是由于一方的过失而引起的情况（不可抗力事件），致使无法履行或延迟履行本合同，遇有上述不可抗力事件的一方不应被视为违约和应对另一方就无法履行或延迟履行负责，而且履行时间应相应延长。

受不可抗力影响的一方须及时将不可抗力的性质、影响程度通知另一方并提供证据。如果不可抗力持续或累计超过一个月，双方在所有合理情况允许下为减轻影响或制定替代安排而进行真诚的协商。

第九条 争议的解决

因本合同引起或与本合同有关的任何争议，由双方协商解决，协商不成，双方均可选择以下争端解决机制：

提请北京仲裁委员会按照该会仲裁规则进行仲裁；

诉至有管辖权的人民法院。

第十条 其他

本合同未经双方同意并特别指明是对本合同的修改，以书面形式经双方授权代表签署，不得修改。

一方未对另一方违反本合同条款行为或之后的违约行为作出反对或采取行动不得视为弃权。本合同中的权利和补救方式是累积性的，任一方行使一项权利或补救不排除或放弃其对其他权利和补救方式的行使。

本合同附件构成本合同的一部分，与合同条款同样有效，对合同双方构成约束力。

本合同正本一式\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_份。

本合同未尽事宜，由双方另行协商解决。

甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_（公章） 乙方\_\_\_\_\_\_（公章）

代表\_\_\_\_\_\_\_\_\_（签字） 代表\_\_\_\_\_\_（签字）

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**归化球员合同范本2**

甲方：

乙方：

为了促进\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_赛事活动的开展，保障各类赛事纪念物品的供应，甲乙双方根据各自职能签署\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_赛事定做合同。本合同中，甲方是体育赛事运作机构，乙方是合法存续的企业法人，管理规范，敬业守信，其加工及服务人员均符合相应技术或专业资质的标准。(乙方法人营业执照及其员工技术或专业资质证书做为本合同附件三)经甲乙双方友好协商，根据《\_合同法》、《\_体育法》以及有关的法律法规的规定，为明确双方的权利义务，就有关事宜达成如下协议：

1、定做：指本合同项下，经甲方书面认可并选定的乙方设计、定做的带有“徽记”及“名称”的产品。

2、产品：是指甲方选定的带有“徽记”及“名称”的礼品和纪念品。

3、徽记：指由\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_组成的徽记，详见\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

4、产品资料：包括但不限于与产品有关的带有“徽记”及“名称”的设计方案、图纸、样稿等书面资料。

1、聘用：甲方委托乙方按照甲方的指导与监督提供服务，依据本合同项下的条款和条件，设计、定做和交付产品。甲方据此授予乙方对“徽记”和“名称”有限的、非独家的、不可转让的使用许可，即乙方可弃受委托期限内仅为在产品上，以及与其相关的包装、标识或其他组成部分中使用和复制“徽记”和“名称”。

2、定做与服务：乙方保证，所有定做与服务的员工均按照本行业适用的高标准，以负责的方式履行义务。甲方有权对乙方的服务行使总体监督、随时现场检查权、控制和审批权，乙方应予以充分配合并不得阻挠。这一监督权包括有权检查并就服务的具体事项提出意见和建议。

3、人员的配置：所有服务均由乙方的全职雇员提供。如果乙方需要外包加工或由其他第三方提供任何服务，应经过甲方的事先书面批准或认可。未经甲方书面同意，乙方不得将本合同项下产品分包、转包或转让，一经发现，甲方有权单方面终止本合同。

4、产品质量：产品的质量、规格、式样、色彩、材质等要求必须符合国家相应质量标准并同时应与甲方书面认可的样品保持完全一致，且不能存在任何质量瑕疵。

5、按时交货：乙方同意，如果不能按照合同规定的时间交货，乙方应立即以书面形式向甲方说明该等情况，并承担违约责任和支付因迟延交货给甲造成的实际损失。

甲方对产品的各项要求，以产品订单为准(详见附件二)甲方在双方书面约定的`交货日期前\_\_\_\_天向乙方发送订单，乙方须按订单确定的各项交货条件交付产品。

6、未经甲方的预先书面批准，乙方不得直接或间接从事或允许以下事项：

（1）为授权范围之外的任何个人或实体制造授权产品或向任何个人或实体销售产品，或通过任何其他方式将产品流入市场。乙方如有以上行为，一经发现，甲方有权单方面终止本合同。

（2）对于不合格产品及甲方因产品存在质量问题而拒的产品的处置由乙方自行解决并承担相应费用。

7、非独家权利：乙方理解并同意，本合同并未在甲、乙双方间建立任何排他性关系。

1、乙方理解并同意，甲方在本合同第四条承担付款义务的前提条件是乙方全面交付验收合格的产品并遵守其在本合同项下的全部义务。

2、对于实际产品与样品不符或存在任何制造或包装方面缺陷的产品，甲方在验货时不予接收，并由乙方承担退还的全部费用。

3、乙方应按照甲方指定的交货地点，于本合同项下各笔订单确定交货时间和地点交货。

4、甲方应与乙方交货时在交货地点进行现场验货，并经验收合格后，在入库单(“送货单”)上签字。甲方在入货后\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_内，对于质量不合格产品，有权提出异议并要求退货，乙方应予接受，并承担相应责任。

5、如果乙方在签约、定做、制造、供货或验收过程中有伪造、欺诈、隐瞒主要事实或产品缺陷等行为的，即使甲方向乙方出具了验收合格的证明，该验收合格证明亦不具备任何法律约束力。

1、除非本合同第三条另有规定，所有产品的单位购买价，均应视为已经包含了向甲方交付单位产品所适用的所有包装、运输、保险、税款等的费用。

2、甲方应于收到同类别产品的全部货物及其发票这两个日期当中较晚日期之后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内，向乙方支付同类别产品的全部货款，但本合同另有约定的除外。

1、乙方确认并接受甲方及其组织活动的形象和价值，并同意在提供服务时，均以促进和提升甲方和其组织活动的形象、利益为宗旨。

2、乙方确认，接受甲方委托是基于乙方的服务对于公众及甲方已具有较高的声誉。因此，乙方同意，不得采取任何方式或为任何目的而向任何第三方或向公众声明其已得到甲方的“选定”、“首选”或“认可”。

3、乙方承诺并同意：

（1）在本合同委托期内依照本合同条款约定制造、定做和交付产品。

（2）始终以有利于甲方的声誉、形象和名誉为宗旨从事商业活动。

（3）不从事任何欺诈、误导或不道德行为，包括但不限于对任何赛事合作伙伴或制造商的任何竞争对手的任何低毁。

（4）不得对任何产品进行虚假或误导性的陈述以及从事任何非法或欺诈性活动或广告宣传。

（5）不得为任何产品而向任何一方索要或接受任何贿赂、回扣、或其他暗含的或非法的佣金或款项。

（6）不得直接或间接从事或授权制造、分配或出售任何假冒产品。

（7）确保产品优质、安全，并符合其设计用途。

（8）确保产品或其资料不侵犯或违反任何第三方的任何权利。

（9）确保甲方委托定做的产品不在市场上稍售。

（10）未经甲方书面同意，不得授权自己的子公司或关联公司使用“名称”和“徽记”。

（11）在本合同有效期内，乙方仅为履行本合同之目的，使用甲方“名称”和“徽记”，该权利只能在执行本合同范围内使用，不得将该权利延伸到本合同内容以外。

乙方确认，在提供服务的过程中，乙方可能会得到甲方保密信息，包括但不限于：财务、人员信息、客户信息、产品价格、产品的修改和计划信息等。乙方同意，所有保密信息均具有保密性质，并为甲方专有。乙方仅为提供服务之目的使用保密信息，不得为任何其他目的使用或授权使用全部或部分的保密信息。本合同终止后，乙方在本合同项下保密义务在两年之内并不随之终止。

**归化球员合同范本3**

根据《\_合同法》及相关法律法规，本着\*等自愿、等价有偿、诚实信用的原则，经双方协商一致，于年月日在订立本合同。

交(提)货方式、地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

结算方式、时间：乙方应在产品交付、验收合格后，出具税务部门认可的发票，甲方通过银行方进行款项支付。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

20\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日

发票附件：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

供货单位(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**归化球员合同范本4**

职业体育运动的本质特征除了竞技性以外，还包括商业性。就职业运动员而言，除了参加比赛获取比赛荣誉和奖金以外，商业价值的开发也是其实现自身价值、获取收益的重要途径。但职业运动员商业价值的开发并非完全由运动员自身决定，其对外进行商业合作往往要受到签约俱乐部或相关体育协会的限制，在商业开发过程中，运动员道德条款、收益分配条款、人格权条款等条款应当予以特别注意。

（一）《国家队运动员商业开发合同（参考文本）》

七、运动员交流合同

（一）《国家体育总局运动员交流协议书》

（二）《黑龙江省第十四届运动会运动员交流协议书》

**归化球员合同范本5**

甲方：

乙方：

双方通过友好协商，在公平、诚实、平等合作、互惠互利的基础上，朝着共同的目标前进，双方通过协商达成如下共识：

（一）发行卡类

1、乙方自主推出《阳光金钻卡》，面额为\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，内含价值\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的美容项目。

2、针对乙方推出的《阳光金钻卡》，甲方配合推出《\_\_\_\_\_\_\_\_\_美体塑身卡》，价值：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元；结算价：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

3、顾客凡购买乙方的《阳光金钻卡》一张，将可获得《\_\_\_\_\_\_\_\_\_美体塑身卡》一张，两者捆绑销售。

4、合作卡有效期统一为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，从购买之日起为期\_\_\_\_\_\_\_\_\_年时间使用，过期作废。

（二）宣传方式

1、双方同步宣传，推广时间统一，宣传资料内容统一，宣传的口号统一。

2、甲方需在旗下\_\_\_\_\_\_\_\_\_市区\_\_\_\_\_\_\_\_\_家店进行全方位大力的宣传，主要宣传方式有：宣传单、显眼位置摆放宣传画等；乙方须在所经营的场所进行全方位大力的宣传，包括：宣传单、显眼位置摆放宣传画等。

3、通过短信群发平台进行宣传。甲乙双方可通过各自的短信平台以短信方式进行群发，让会员第一时间知道此项合作，同时通过短信向会员以外的人群传达，提高宣传力度。

（三）销售沟通方面

1、双方员工进行统一的销售培训，双方员工均需认真了解对方的产品，并拥有一定的专业知识，树立良好的专业形象。

2、每月召开两次的碰头会议（\_\_\_\_\_\_\_\_\_号、\_\_\_\_\_\_\_\_\_号），主要以解决本月所遇到的问题进行处理及对后半月的销售目标作调整计划并做月度总结、下月销售推广计划。

3、制定统一的客户投诉处理方案。

（四）费用结算方式

1、双方同时销售《阳光金钻卡》，甲乙双方售出卡后均需将客户的资料第一时间传给对方备案。

2、每售出一张《阳光金钻卡》，销售者将获得200元/张的提成奖励。

3、甲乙双方向对方预领卡，均需指定专人以书面形式进行交收，并加盖公章确认。

4、甲乙双方售卡所产生的税金由售出方自行承担。

5、甲乙双方的宣传费用由各自承担。

6、结算方式：每月\_\_\_\_\_\_\_\_\_号为双方盘点存卡的指定日期，以盘点结存实数来结算，结算款项为扣除应付的美容项目款和销售提成奖励后的余额，要求在次月\_\_\_\_\_\_\_\_\_号前一次性付清，逾期将收取当事方每日\_\_\_\_\_\_\_\_\_%的滞纳金。

甲乙双方本着公平、诚实守信的原则进行本次的合作，现对双方的权利和义务进行如下的规定：

（一）甲乙双方在合作期间内不应损害对方的利益及公司形象。

（二）甲乙双方需严格按双方商定的规定操作，如违规操作并因此造成对方损失，违约方应赔偿守约方因此受到的所有实际损失。

（三）甲乙双方任何一方，卡一经售出均需在当天将客户的详细资料以电子版形式发送给对方的指定邮箱，并以电话方式通知对方。

（四）甲乙双方员工需积极配合此次活动，并能形成和谐合作、抱团销售的友好氛围。

（五）本协议未尽事宜，双方另行协商。协商一致可签订补充协议，本协议的补充协议具有同等法律效力。

（六）本协议一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执壹份，双方签名加盖公章后方可生效。

甲方：

乙方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

**归化球员合同范本6**

真正关注中国足球的人，没有不希望他越来越好的。

但是，越是了解中国足球水平的球迷，越是对中国足球的自身的能力和吸引力感到“自卑”。

绝大多数球迷心里其实都明白，单纯以中国足球的水平和知名度，很难吸引来到世界优秀的平民球员来入籍，进而“有罪推定”，那些同意来投的人，肯定被什么别的东西吸引，这个“别的东西”是什么呢？又能是什么呢？

你若盛开，蜂蝶自来，问题是，中国足球连花骨朵似乎都还没成型呢。

在物欲横流的社会，对中国球迷来说，如果还有东西可以不用金钱衡量和量化，国家队肯定是其中之一。

理想中的国家队是什么样子？想象着它应该无关金钱，无关物欲，只是中国人那种对与生俱来的归属感的本能的支持和守护。

然后，希望他一直纯粹，一直高尚，一直成长……

**归化球员合同范本7**

甲方：

乙方：

为了增进中、也两国之间的友谊、发展两国体育合作和加强体育交流，\_驻也门共和国大使馆和也门共和国青年体育部同意签订下列协议：

第一条

根据也门共和国青年体育部的愿望，\_体育运动委员会向也门共和国派遣中国体育教练组。该组由二人组成：一名体操教练、一名乒乓球教练。中国教练组在也门青年体育部指导下，负责上述各项运动的训练工作。

第二条

中国体育教练组工作期限从20xx年12月1日起至20xx年11月30日止，为期两年。如需延长本协议之期限，则双方应在其到期前三个月通知对方，以便协议双方商定。如果双方的一方不通知对方终止本协议，则本协议在下一个两年自动生效。在履行协议开始和终止时，也方为中国体育教练组全体成员提供前往也门和返回中国的机票。也方同中方合作，为中国体育教练组任期满回国成员每人提供40公斤行李超重特许权。全体成员每年有权享受一个月的休假，休假期间生活费用由也方照发，并由也方提供由也门至中国的往返机票。

第三条

也方每月付给中国体育教练组每人整八百美元的生活费，其中50％按领生活费当天的也门中央银行官方牌价支付也门里亚尔，50％以美元支付。生活费于每月月底一次付清，免征所得税。

第四条

中国体育教练组在也门的萨那及其它省份工作期间，也方提供有水、电、家具、炊事用具、餐具的住房和交通工具（包括油料、维修费）、以及电话和必要的办公用品。另外，对在荷台达或高温地区工作的教练提供空调设备。

第五条

也方为中国体育教练组提供的医疗待遇如下：

1.享受在政府医院免费治疗和检查。在医院不能提供药品的情况下所购的药品，也方根据医院所开的诊断处方予以报销。

2.中国体育教练组成员中如有成员在也门生病而无法得到治疗时，也方可提供回中国治疗的机票，但条件是他以前在中国没有患过此类疾病。

第六条

中国体育教练组享有进口食物、日常生活用品的关税豁免权，如果该豁免权不与也门宪法、财政部免税法及计划和发展部处理此类双边协定的有关规定相抵触。也方应为中国体育教练组成员入、出境签证和申办也门居留证方面提供必要的方便。

第七条

也方每年年初按官价支付给中国体育教练组每人相当于一百美元的运动服装费用。

第八条

中国体育教练组成员在也门工作期间，享受法律保护。同时，中国教练组成员应遵守也门共和国政府的现行法令，尊重也门的风俗习惯，并为加强两国人民的友谊和两国体育领域的友好合作而努力。

第九条

双方的一方在与另一方协商并获得同意后，有权要求调换体育教练组任何一成员。也门方面可按本协议的同样条件从中国聘请其它项目的教练。

第十条

对今后可能出现的本协议未涉及的任何其他条件，双方将通过友好协商解决。

第十一条

本协议于20xx年3月28日在萨那签订，一式两份，每份均用中文和阿拉伯文写成，两种文字皆具有同等效力。本协议自前协议终止之日起生效。

甲方：

乙方：

签订日期：

**归化球员合同范本8**

不可否认，对归化存有疑虑的人中，有人担心归化会让中国足球未来的发展跑偏。著名记者马德兴就直言，急功近利的归化，可能会被部分俱乐部当做捷径，进而影响俱乐部对“短期内很难看到回报”的青训的冷落。

原则上来说，归化和青训是两条并行不悖、可以兼而得之的道路，他们并不冲突。

以日本为例，上世纪80年代，日本足球国家队的整体水平，并不比中国强太多，为了足球崛起，日本足协两条腿走路，一手抓“归化”寄望短平快提升国家队水平、一手抓青训寄望长远。

归化球员在帮助日本队崛起的过程中，也确实发挥了重要作用。巴西无血缘归化的球员三都主，就是其中的典型代表，日本队能夺得20\_年亚洲杯，三都主作为主力队员功不可没。

只不过，随着日本青训的崛起，本土培养的年轻人水平和归化球员逐渐相当，这种情况下，日本国家队教练组自然也没有必要为了实力已不明显据优的归化球员，而挤占本土年轻人的生存空间。随着“青训出品”的队员对国家队的供给达到“自给自足”，归化球员在日本逐渐没落。

即便有过日本成功的先例。欧洲的意大利、俄罗斯等球队，都有过归化的试水，不少中国球迷，还是不太能接受归化。究其原因，很大一部分是心理作祟。

越是传统的中国球迷，这种心理状态越明显。

绝大多数中国球迷，是读着“中华上下五千年”长大的，大家接受的是传统的史观教育，中华民族有极其辉煌的历史，虽然近代走的磕磕绊绊，但现代的中国正在急速崛起，这让不少中国球迷会多多少少有一点傲娇的心理——只要中国认准（进击）的领域，就算暂时达不到世界顶尖，至少也能看到明显进步。

除了中国足球。

还有球迷执着于血统论——“之前都是黄皮肤的中国球员组队，现在，无法想象赛前奏国歌时，各种肤色的球员穿着国服，站在五星红旗下”。

说到底，还是过不了心理那道关。

**归化球员合同范本9**

一、目的：为配合学院第四届技能文化节，积极参与其中。

范围：下沙地区(也可以向杭州市区发展)。

二、此次活动我院的优势：

此次活动是院级性的活动，涉及到我院全体师生，将近10000人的活动，是一个非常积极活跃的群体，也是一个庞大的消费群体。对于这群年龄相差不大，兴趣爱好相仿的人员来说，他们都有着这样的消费特点：

消费群体范围集中，针对性强，消费量大。

容易受周围环境的影响，消费易引导。

容易形成潮流，而且迅速向周边地区辐射。

接受能力强，尤其对新鲜事物的接受能力。

三、商家补偿计划

名称形式备注

传单宣传传单上公司以赞助商的身份出现或同时派发公司的传单该项目可独立

小册子宣传如公司有自新的宣传册子可协助派发由商家自己提供

海报宣传海报上商家以赞助商的身份出现，并可印上公司标志物商家自行设计也可

易垃宝宣传商家如有易拉宝我协可在活动当天协助摆放由商家自己设计提供

展板宣传展板上可贴部分赞助商自身的1-2张海报本板不受其他组织宣传影响

宣传栏宣传赞助商的传单和海报我协包办在校内和公寓宣传栏内张贴两三会更新一次的

横幅宣传在公寓和学校过道可悬挂带有商家特色的横幅不可太商业化

升空气球横幅在公寓和学校过道可悬挂带有商家特色的横幅不可太商业化

**归化球员合同范本10**

对国家队荣耀的珍视，这是我们视为珍宝的东西，你会珍惜吗？

在浮躁的社会，金钱环绕每个人身边，功利像影子一样，追逐在每一缕阳光的背后，金钱成为衡量价值的主要工具之一，各行各业名码标价，归化也不例外，就像上文提到的“归化球员可以拿到比普通本土中国国脚高出XX的薪水”。

即便是一个高尚的目的，一旦跟金钱有牵扯，也会有人质疑目的的纯粹性。

这种情况下，自然有球迷疑虑——有俱乐部的高薪合同做前提，你同意接受归化的目的，有多大部分是为了中国足球？又有多大部分是为了这个薪水？

曾有一位年轻国脚的家长，直言不讳“我儿子可以为了这身国家队球衣拼到断腿，归化球员能么？”

文化辐射的影响力是客观存在的。

球迷希望那些进入辐射圈的“外来和尚”，是真的被这里的文化、这里的足球所吸引乃至折服，愿意把这里当家，愿意从心底里发自内心的为这里付出，而不仅仅是因为这里给的钱多，把这里当作打工的中转站。

问题是，“真心”和“无意”的差别，很难通过一句“我是中国人”的表达，就能平息悠悠之口的。

中国球迷在这方面，是有过痛彻心扉的领悟的——土生土长的中国国脚，也曾经在国家队利益和俱乐部利益之间左右摇摆，有个“专属”名词形容这种做派——出工不出力。何况这些来中国没那么久的“外来和尚”？

一句话，在这些心存疑虑的球迷看来，艾克森之“过”，“过”在身份；对艾克森之疑，疑在将来。

**归化球员合同范本11**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

办公地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

办公地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

成功进行运动会新闻宣传和电视转播工作是运动会成功举办的重今标志，为了最大限度发挥新闻宣传优势，做好运动会新闻报道工作，开发和维护运动会电视转播运资源，甲乙双方根据各自职能今者电视转播权合同。本协议中，甲方为赛事组委会，乙方是负责动会新闻宣传 报道和电视资源开发的电视播出机构，经甲乙双方协商：根据《\_民法典》、《\_体育刹以及有关的法律法规的规定，为明确双方的权利义务、就有关事宜达成如下协议：

第一条定义

合作内容：甲乙双方的合作内容包括赛事的电视宣传报道、全国版权电视转播（含直 录、复播）、赛事及其衍生的电视节目中的电视广告、地方电视版权资源开发等事宜。

合作方式：甲乙双方为赛事合作伙伴，共同开发电视资源、共享利益，电视资源的收益根据甲乙双方的协商确定。

第二条甲方权利

运动会赛事资源及信息的发布权。

运动会宣传信息的发布权。

运动会赛事电视转播（含直、录、复播）以及赛事衍生的节目中的电视广告资源（包括开幕式前大型主题活动、专题报道、赛事直播）的开发权利。

第三条甲方义务

及时提供运动会竞赛日程。

按照乙方的要求提供运动会电视公共信号。

负责赛事电视转播权全国版权的维权服务。

负责提供双方约定的接待卸民务。

负责提供以下技术及设备保障，协助乙方进行运动会赛事转播。

提供\_\_\_\_平方米的新闻中心的主演播室；

对乙方为运动会设立的移动演播室提供全方位的服务；

提供\_\_\_\_单边注入点（所发生的费用和技术需求由双方技术部门协商解决）。

负责乙方对运动会宣传报道的资料提供、采访及配合乙方完成运动会宣传报道工作。

负责维护电视台全国电视版权的独占性，在进行地方电视版权开发销售时应遵循以下原则：

赛事直播必须延时\_\_\_\_秒与乙方电视台同步直播；

赛事直播信号只提供给与参赛方有关的省市电视台。

第四条乙方权利

运动会电视转播权全国版权的排他权。

运动会无形资产和荣誉称号的使用权。

运动会会徽和吉祥物的使用；

运动会组委会合作伙伴 \_\_\_\_\_\_电视台。

运动会广告。

运动会开、闭幕式\_\_\_\_类广告牌各\_\_\_\_块；

运动会赛场内\_\_\_\_类广告牌共\_\_\_\_块。

 logo广告。

运动会新闻发布会的背景板；

运动会证件；

运动会比赛门票；

运动会吉祥物模型。

以上广告发布按运动会组委会的统一规定办理。

赛事电视广告招商的开发权和收益权。

乙方开发的电视广告，收益分配甲方\_\_\_\_％，乙方\_\_\_\_％；

乙方必须严格遵守甲方排他权的原则；

乙方开发的广告须提前告知甲方，以利于甲方统筹安排；

乙方开发的范围根据甲方的要求确定。

赛事地方电视版权开发的利益共享权，收益分配甲乙双方另行商定。

第五条乙方义务

开幕之前进行运动会赛事的宣传和转播。

运动会比赛期间来用组合报道形式全方位报道运动会，报道的时间、形式、频道根据双方的协商确定。

运动会的宣传报道。运动会宣传报道主要安排的频道和栏目根据双方协商确定，重点播出以下内容：

组委会新闻发布会；

组委会重要活动的报道和宣传（含直播）。

开幕式的宣传、播放和报道；

闭幕式的宣传、播放和报道；

火炬传递的宣传、播放和报道；

其他主题活动；

运动会的后续宣传报道。

运动会的特别专题报道。

运动会宣传报道、赛事转播（含直、录、复播）以及赛事衍生节目中的广告招商的维权义务。

维护运动会赞助企业权益，妥善处理维护赛事赞助商的排他权益与最大限度地拓展广告招商空间的关系；

运动会赞助企业与非赞助企业在乙方制作和播出的运动会电视广告界面应当有明显的区别，避免出现足以使第三人误解的视觉效果。

对甲方提供的运动会赞助商的宣传片和专访的报道义务。

第六条合同期限

**归化球员合同范本12**

一、引言

二、活动主题

七社缤纷展示各个社团的风采，增强社团自信心与凝聚力，增进社团内部的感情，从而让社团发展的更加壮大。

三、活动简介

活动，在各校社团的努力配合与学校到的大力支持下，社团巡礼成为我校的一个品牌活动。社团巡礼同时是校社团与南京各大高校交流工作经验的好时机，届时会有不少兄弟院校的社联领导亲临我校观摩开幕式晚会，因此开幕式晚会的精彩与否对整个巡礼节的成功至关重要。在此届社团巡礼的开幕式晚会上，主要体现我校各社团的生机、活力、团结，在此同时也让同学们年轻的活力和狂热的激情尽情的释放。

四、活动宗旨

旨在展现社团风采，推出社团精品活动，丰富校园活动，弘扬校园社团文化。

五、活动时间

11月28日晚六点到九点

六、活动地点

南京信息工程大学大学活动中心小剧场(可容一千二百人)

举办单位

主办：南京信息工程大学校团委、社团联合会

策划承办：南京信息工程大学各学生社团

七、活动对象

南京信息工程大学全体师生以及南京各大高校代表

八、活动宣传计划

a、在新街口，明德门口，文德门口，东苑食堂，西苑分别摆放宣传板。宣传期间内容为本次活动的简介，加盟单位。公布活动情况，以及鸣谢加盟单位。

b、在相应的地方贴宣传海报。与宣传板内容相似。

c、拉出相关横幅。

d、制作大型喷绘。内容包括本次活动简介，主办单位，承办单位，加盟单位，鸣谢单位。

e、组织人员发放传单，可为商家最新动态宣传等。

f、现场宣传(2-3天)届时，每个加盟单位都可设报名点，现场咨询，宣传板，喷绘配合。

g、请媒体对活动进行报道，宣传。

**归化球员合同范本13**

近年来，合同纠纷导致体育健身服务行业成为遭受投诉的“重灾区”，关键原因之一在于相关合同条款设计的缺陷性，例如在合同中霸王条款大行其道、格式条款提示不足、违约金约定过高、权利义务约定不明确等。因此，为了明确了体育培训、健身消费者和经营者之间的权利义务关系，减少相关体育消费行业纠纷，一些地方体育部门统一发布了部分体育类合同示范文本。

各地方发布的体育健身行业服务合同示范文本，虽因各地体育消费纠纷特点的差异，在合同条款的设计上侧重有所区别，但在一些重点条款和纠纷高发条款上，各合同范本均殊途同归，主要包括：（1）设置7天冷静期，预防和减少因冲动消费引发的纠纷；（2）对消费者可以单方解除合同的情形及违约责任作了明确规定，并且明确约定违约金上限；（3）规范了退费细节，对余额计算、退费期限做了明确设定，旨在解决“退卡难、退费难”的痛点问题；（4）明确经营者和消费者的权责关系。对于上述条款，各体育健身服务机构、体育健身场馆经营机构可参照本文所列范本对自己的合同相关条款予以修订，以减少相关纠纷，降低面临服务合同纠纷时的败诉风险。以下为蓝君检索到的部分省份发布的体育健身服务合同官方范本。

（一）《北京市体育健身行业预付费服务合同（BF-20\_-2720)》

（二）《上海市体育健身行业会员服务合同示范文本（20\_版）》

（三）《杭州市健身服务市场合同（示范文本）》

（四）《青岛市体育预付式消费合同范本（征求意见稿）》

**归化球员合同范本14**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

办公地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

办公地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

成功进行运动会新闻宣传和电视转播工作是运动会成功举办的重今标志，为了最大限度发挥新闻宣传优势，做好运动会新闻报道工作，开发和维护运动会电视转播运资源，甲乙双方根据各自职能今者电视转播权合同。本协议中，甲方为赛事组委会，乙方是负责动会新闻宣传?报道和电视资源开发的电视播出机构，经甲乙双方协商：根据《\_\_\_\_\_》、《\_体育刹以及有关的法律法规的规定，为明确双方的权利义务、就有关事宜达成如下协议：

第一条 定义

合作内容：甲乙双方的合作内容包括赛事的电视宣传报道、全国版权电视转播（含直?录、复播）、赛事及其衍生的电视节目中的电视广告、地方电视版权资源开发等事宜。

合作方式：甲乙双方为赛事合作伙伴，共同开发电视资源、共享利益，电视资源的收益根据甲乙双方的协商确定。

第二条 甲方权利

运动会赛事资源及信息的发布权。

运动会宣传信息的发布权。

运动会赛事电视转播（含直、录、复播）以及赛事衍生的节目中的电视广告资源（包括开幕式前大型主题活动、专题报道、赛事直播）的开发权利。

第三条 甲方义务

及时提供运动会竞赛日程。

按照乙方的要求提供运动会电视公共信号。

负责赛事电视转播权全国版权的维权服务。

负责提供双方约定的接待卸民务。

负责提供以下技术及设备保障，协助乙方进行运动会赛事转播。

提供\_\_\_\_平方米的新闻中心的主演播室；

对乙方为运动会设立的移动演播室提供全方位的服务；

提供\_\_\_\_单边注入点（所发生的费用和技术需求由双方技术部门协商解决）。

负责乙方对运动会宣传报道的资料提供、采访及配合乙方完成运动会宣传报道工作。

负责维护电视台全国电视版权的独占性，在进行地方电视版权开发销售时应遵循以下原则：

赛事直播必须延时\_\_\_\_秒与乙方电视台同步直播；

赛事直播信号只提供给与参赛方有关的省市电视台。

第四条 乙方权利

运动会电视转播权全国版权的排他权。

运动会无形资产和荣誉称号的使用权。

运动会会徽和吉祥物的使用；

运动会组委会合作伙伴—\_\_\_\_\_\_电视台。

运动会广告。

运动会开、闭幕式\_\_\_\_类广告牌各\_\_\_\_块；

运动会赛场内\_\_\_\_类广告牌共\_\_\_\_块。

 logo广告。

运动会新闻发布会的背景板；

运动会证件；

运动会比赛门票；

运动会吉祥物模型。

以上广告发布按运动会组委会的统一规定办理。

赛事电视广告招商的开发权和收益权。

乙方开发的电视广告，收益分配甲方\_\_\_\_％，乙方\_\_\_\_％；

乙方必须严格遵守甲方排他权的原则；

乙方开发的广告须提前告知甲方，以利于甲方统筹安排；

乙方开发的范围根据甲方的要求确定。

赛事地方电视版权开发的利益共享权，收益分配甲乙双方另行商定。

第五条 乙方义务

开幕之前进行运动会赛事的宣传和转播。

运动会比赛期间来用组合报道形式全方位报道运动会，报道的时间、形式、频道根据双方的协商确定。

运动会的宣传报道。运动会宣传报道主要安排的频道和栏目根据双方协商确定，重点播出以下内容：

组委会新闻发布会；

组委会重要活动的报道和宣传（含直播）。

开幕式的宣传、播放和报道；

闭幕式的宣传、播放和报道；

火炬传递的宣传、播放和报道；

其他主题活动；

运动会的后续宣传报道。

运动会的特别专题报道。

运动会宣传报道、赛事转播（含直、录、复播）以及赛事衍生节目中的广告招商的维权义务。

维护运动会赞助企业权益，妥善处理维护赛事赞助商的排他权益与最大限度地拓展广告招商空间的关系；

运动会赞助企业与非赞助企业在乙方制作和播出的运动会电视广告界面应当有明显的区别，避免出现足以使第三人误解的视觉效果。

对甲方提供的运动会赞助商的宣传片和专访的报道义务。

第六条 合同期限

本合同自双方法定代表人或其授权代表签字盖章后生效，有效期至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。

第七条 甲、乙双方郑重承诺，对本协议中的所有不宜公布的材料予以保密。未经另一方事先书面同意，不得与他方（聘请的律师、会计师除外）讨论或向他方披露。本协议终止后，各方在本协议本条项下的保密义务并不随之终止。

第八条 保证陈述

双方互相陈述、保证和承诺如下：

双方均具有完全的权利和法律权限或有效的授权签订和履行本合同；

本合同经双方签署，即依其中条款构成对双方合法、有效和有约束力的责任，因为破产、清盘或其他影响债权人权利的法律对履行造成的影响除外；

以上陈述、保证和承诺不仅在文首日期真实，而且也在本合同期限内都是真实的。双方确认以上的每一条陈迷、保证和承诺都是关键性的。

第九条 有效期和终止

本合同自双方签署盖章之日起生效，有效期至合同终止或者双方权利义务均履行完毕之日（以较晚发生者为准）。

除了本合同中或根据法律规定的补救方法以外，在不影响提出终止的一方的其他法律权力的前提下，任何一方有权在出现下列情况时终止本合同，自另一方收到终止通知时生效：

另一方在执行本合同条款时发生重大违约，而且在违约方收到违约通知的\_\_\_\_天内未能纠正；或

另一方在本合同中的任何陈述或保证被证明有重大的不正确或不准确。

本合同因为在此所述的任何原因而终止，都不解除任何一方履行至终止生效日的责任，或者是履行终止后仍然有效的条款的责任。

第十条 遵守法律

如果有合理的原因相信本合同的任何条款违反了国家或地方法律法规，双方须及时修改本合同以遵守法律。但是如果修改令本合同丧失了其根本目的，那么将认同双方同意终止。如果本合同因本条而终止，款项应支付至终止日的展行程度。那些为将来而已支付的款项应按比例退还，除了明确规定在协议终止后仍然有效的条款以外，任何一方将不就本合同而负任何义务或责任。

第十一条 违约责任

本合同签订后，除非根据合同有关规定，甲乙双方都不得擅自变更或单方面解除或终止本合同，否则视为违约。

除因不可抗力因素外（指不能预见、不能避免并且不能克服的客观因素）外，因任何一方违约，造成本合同不能展行，或不完全履行，违约方应承担违约责任，并赔偿对方因自己的违约行为造成的损失。

第十二条 不可抗力

受不可抗力影响的一方须及时将不可抗力的性质、影响程度通知另一方并提供证据。如果不可抗力持续或累计超过一个月，双方在所有合理情况允许下为减轻影响或制定替代安排而进行真诚的协商。

第十三条 争议的解决

因本合同引起或与本合同有关的任何争议，由双方协商解决，协商不成，双方均可选择以下争端解决机制：

提请北京\_\_\_\_\_委员会按照该会\_\_\_\_\_规则进行\_\_\_\_\_；或

诉至有管辖权的人民法院。

第十四条 其他

所有根据本合同要求和许可发出的通知都必须是书面的，在亲手送达或在以特快专递（需要有回执）发出三天后视为正式生效。

本合同构成双方之间就本合同所述内容的全部理解，取代所有先前其他或同期的有关所述内容的协议

甲乙双方确认，在合作期间，一方可能得到另一方的保密资料。双方同意除非为了履行本合同而需要使用保密资料，双方将保护保密资料，只在履行本合同时对同样知道该等资料是保密资料并同意保密的人等披露保密资料。披露以所需知道的范围为限。保密责任不包括非经一方违反保密责任而已为公众所知或根据法律要求披露的资料，本合同终止之后保密责任继续有效。

本合同未经双方同意并特别指明是对本合同的修改，以书面形式经双方授权代表签署，不得修改。

一方未对另一方违反本合同条款行为或之后的违约行为作出反对或采取行动不得视为弃权。本合同中的权利和补救方式是累积性的，任一方行使一项权力或补救不排除或放弃其时其他权利和补救方式的行使。

本合同中标题只为方便查阅，不构成本合同的实质内容。

任何一方没有另一方的事先书面许可不得转让或授权本合同下的权利和/或责任。本合同和其中所有条款时双方有效，也对双方各自的继承和批准的转让人有效。在任何情况下，允许的转让都不能免除出让人的责任。

本合同附件构成本合同的一部分，与合同条款同样有效，对合同双方构成约束力。

本合同为框架性合作协议，未尽事宜将以若干份合同的形式确定，任何修订、变更或补充须有书面文件，并经甲、乙双方签字盖章确认方可生效。

本合同正本一式\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_份。

甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_（公章）  乙方\_\_\_\_\_\_（公章）

代表\_\_\_\_\_\_\_\_\_（签字）  代表\_\_\_\_\_\_（签字）

电话：\_\_\_xxxxnbsp;电话：\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**归化球员合同范本15**

第十三届\*蘑菇节将于11月17日-19日在福建省漳州市举办。作为亚洲地区规模和影响力首屈一指的行业活动，\*蘑菇节已成为全球食用菌产业界为之瞩目的年度峰会，是行业内企业提高自身知名度和塑造品牌形象的最佳公关\*台。

在行业会展鱼龙混杂、参差不齐的今天，\*蘑菇节从众多同类型展会中脱颖而出，再度成为食用菌行业展会当之无愧的人气之王。20XX年，第十三届\*蘑菇节室内外展览场地面积突破8,000\*方米，共设置特装展位26个，大堂精装展位5个，标准展位84个，扶贫专区对接展位20个。展位面积同比增加30%。其中，特装展位实用展位面积达到1,800 \*方米，创造历届\*蘑菇节之最，一大批新的从事环境控制、机械设备、库板、净化的制造企业和原辅料供应企业成为\*蘑菇节的合作伙伴，其中不乏格力、海尔这些世界级的知名企业，共同助推\*食用菌产业发展。

与产业同呼吸，共命运，行业需要什么，我们就提供什么，“开门办会”是\*蘑菇节不断成长的精髓和动力之源。与时俱进、创新发展永远是\*蘑菇节运营团队的内在基因。第十三届\*蘑菇节将会不断提高办会的决策透明度和全民参与度，期盼相关企业与\*蘑菇节携手共同成长，现特向全社会公开征集本届\*蘑菇节赞助商。第十三届\*蘑菇节组委会热忱欢迎海内外有实力、有社会责任感且热衷行业公益事业的企业、社会团体或个人向大会提供赞助，赞助金额从人民币1万元起。组委会将根据赞助商的贡献程度，为其制订个性化的回报方案。

具体方案如下：

一、综合赞助方式

(一)、钻石赞助商：50万元(仅限1名)

钻石级赞助资格名额仅限一家企业。尊贵的全程礼遇、全方位的宣传攻势、专业的传播效应，使赞助商能有效借助本次活动\*台，做到有的放矢，弹无虚发，成为行业内众人最为关注的焦点和明星。

2、获第十三届\*蘑菇节独家企业冠名权;

3、企业领导人(限一人)作为特别嘉宾出席蘑菇节开幕式及展览巡馆仪式;

4、享有会场区域显著位置商业广告，广告尺寸：米×米;

5、活动期间接受合作媒体现场专访;

6、大会会刊封底彩色广告;

7、大会胸卡广告;

8、大会茶歇间隙播放公司宣传片，每次5分钟，每日两次;

9、食用菌贼船公众微信\*台代发公司宣传软文10次;

10、公司10人可免费注册参会及会议期间酒店住宿;

(二)、铂金赞助商：20万元(仅限2名)

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn