

全国高等院校

21世纪

会展管理系列教材

会展政策与法规

HUIZHAN ZHENGCE YU FAGUI

主编 韩福文 夏学英



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材

会展政策与法规

主编 韩福文 夏学英

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

会展政策与法规/韩福文, 夏学英主编. —北京: 中国
商务出版社, 2004. 8 (2008. 1 重印)

(21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材)

ISBN 978-7-80181-268-1

I. 会… II. ①韩…②夏… III. ①展览会—管理—方针
政策—中国—高等学校—教材②展览会—管理—法规—
中国—高等学校—教材 IV. G245 D922.16

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 072621 号

21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材

会展政策与法规

主 编 韩福文 夏学英

中国商务出版社出版

(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010-64269744 (编辑室)

010-64266119 (发行部)

网址: www.cctpress.com

E-mail: cctp@cctpress.com

北京中商图出版物发行有限
责任公司发行

中国农业出版社印刷厂印刷

787 毫米×980 毫米 16 开本

16.75 印张 310 千字

2004 年 8 月 第 1 版

2008 年 1 月 第 2 次印刷

印数: 5001~6500 册

ISBN 978-7-80181-268-1

G · 131

定价: 30.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材编辑委员会

顾 问 霍建国 杜 江 姚 望 沈丹阳

林 宁 储祥银 张 辉

主 任 马 勇

副主任 钱建初 李学新

秘书长 刘大可

编 委 (按汉语拼音排序)

韩小芸 金 蓓 梁 文 刘大可

刘松萍 马 勇 王保伦 王起静

吴小京 武少源 夏学英 肖庆国

总 序

在“21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材”付梓出版之际，首先要感谢为本套教材撰写和出版付出辛勤劳动的高校教师、业界专家以及中国商务出版社的领导和同仁。这套教材是各位教授、博士、硕士以及实业精英共同智慧的结晶，教材的出版是政府界、教育界、实业界与出版界携手合作的成功典范，从根本上改变了我国目前会展管理领域教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的现状，无论对推行中国会展管理教育的发展，还是对促进从业人员素质的提高，都将具有里程碑式的意义。

同以往出版的有关会展管理的教材相比，这套教材有以下五个鲜明特点：

第一，高校联合。这是我国第一套由开设会展管理专业或方向的高校联手编写的会展管理系列教材，参与主编和撰稿的人员来自北京第二外国语学院、北京旅游学院、北京城市学院、浙江大学、中山大学、湖北大学、沈阳师范大学、广州大学、北京航空航天大学、南京财经大学、上海大学等十余所国内高校。

第二，国际接轨。教材体系的设计充分考虑了美国乔治·华盛顿大学、德国瑞文斯堡合作教育大学等多所发达国家会展管理方面著名高校的课程体系，并根据我国教学实践的需要，做了适当调整和修改。使用这套教材，完全能够直接同国际最新教材体系接轨，达到“不出国门但接受国际同步教育”之目标。

第三，联系实际。教材的编写始终坚持理论性与应用性相结合的思路，在教材体系设计的初期，就充分吸收了中国贸促会、商务部、中国科协等业界专家的建议，在写作过程中，凡涉及实务方面内容的部分，绝大多数作者采取了与业界专家合作撰写或者广泛征求业界专家意见的方法，这些做法避免了纯粹学院派的“空谈”弊端，大大提高了教材的实用价值。

第四，高屋建瓴。本套教材的作者队伍学历层次高，绝大部分具有博士和硕士学位，涉及的学科领域多，包含了经济学、管理学、旅游管理、政策法规等多方面的专家学者，参与编写的业界人士，不仅长期工作在会议、展览等领

2 会展政策与法规

域的最前线,而且几乎全部是各自领域的“精英”,他们的参与对从总体上准确把握中国会展业的现实,起到了至关重要的作用。

第五,动态开放。本套教材从最初的创意到实际运作,始终坚持了动态开放的理念。一方面,教材体系是动态开放的,已经出版的教材要经过实践的考验,不断进行调整;另一方面,教材内容是动态开放的,目前出版的这套教材不是一个“标准版本”,初步打算经过2~3年的时间,对部分教材要进行重新修订,以确保教材的先进性和科学性;此外,作者团队是动态开放的,在教材的修订和新选题的补充中,我们将不断吸收更多优秀的专业人才充实到教材编写的队伍中。

当然,作为全国高校与业界专家共同推出的第一套会展管理教材,尽管我们本着非常负责任的态度,已经尽到了最大努力,但是由于会展业涉及的领域太多,加之部分作者实际操作经验不足等原因,本套教材肯定还会存在一些不尽如人意甚至是错误的地方,我们一定会以极大的诚意欢迎各方面专家提出批评指正,一定会虚心接受大家的合理意见,并不断修正,力争把这套教材做成精品和名牌。

在中国,会展业是一个有着光明发展前景的朝阳产业。会展业的发展必须依靠人才,人才培养需要教育,而教材质量的高低是决定教育成败的重要环节。

我们深感任重道远!

刘大可

2004年7月25日于北京

目 录

第一章 公司法律制度	(1)
第一节 公司概况	(1)
一、公司的概念、特征和分类	(1)
二、《公司法》的概念、性质和特征	(2)
三、《公司法》的原则和作用	(3)
第二节 有限责任公司	(5)
一、有限责任公司的概念、特征和种类	(5)
二、有限责任公司的设立	(6)
三、有限责任公司的组织机构	(7)
四、有限责任公司的债券	(11)
五、有限责任公司的破产、解散和清算	(12)
第三节 股份有限公司	(13)
一、股份有限公司的概念和特征	(13)
二、股份有限公司的设立	(13)
三、股份有限公司的组织机构	(16)
四、股份有限公司的股份发行与转让	(19)
五、上市公司	(21)
第四节 外商投资会议展览公司的特别规定	(22)
一、设立外商投资会议展览公司的条件	(23)
二、设立外商投资会议展览公司的程序	(23)
三、外商投资会议展览公司的经营	(24)
第二章 合同法律制度	(25)
第一节 《合同法》概述	(25)
一、合同的概念及法律特征	(25)
二、《合同法》的调整对象	(26)

三、《合同法》的基本原则	(27)
第二节 合同的订立	(29)
一、合同订立的程序	(29)
二、合同的形式	(30)
三、合同的内容	(31)
四、缔约过失责任	(33)
第三节 合同的效力	(34)
一、合同生效	(34)
二、无效合同	(35)
三、可变更及可撤销合同	(36)
四、无效合同、被撤销合同的法律后果	(37)
第四节 合同的履行和担保	(38)
一、合同的履行	(38)
二、合同的担保	(41)
第五节 合同的变更、转让和终止	(43)
一、合同的变更	(43)
二、合同的转让	(43)
三、合同的终止	(45)
第六节 违反合同的责任	(47)
一、违约责任的概念和特征	(47)
二、违约责任的归责原则	(48)
三、违约责任的承担方式	(48)
四、赔偿损失规则	(49)
五、违约责任的免除	(50)
第三章 会展管理法规制度	(52)
第一节 会展概述	(52)
一、会展的概念	(52)
二、会展的类别	(52)
三、展览会的级别标准	(54)
四、会展法规体系	(55)
第二节 会展的举办	(56)
一、会展主办单位的资格	(56)
二、会展举办的申报	(59)

三、会展举办的审批程序	(60)
第三节 会展的管理	(66)
一、会展举办单位的主要职责	(66)
二、会展审批部门的主要职责	(68)
三、会展业务的检查监督	(70)
四、违反会展法规的法律责任	(73)
第四章 出入境管理法律制度	(76)
第一节 中国公民出入境管理	(76)
一、中国公民出境入境的原则规定	(76)
二、中国公民出入境的有效证件及申请办理	(77)
三、中国公民出入境的权利、义务及其限制	(78)
第二节 外国人出入境管理	(80)
一、外国人出入境的原则和有效证件	(80)
二、外国人出入境的权利和义务及其限制	(83)
三、对违反《外国人入境出境管理法》的处罚	(84)
第三节 边防检查制度	(85)
一、边防检查的主要内容	(85)
二、边防检查的程序	(86)
三、边防检查站的职责和权利	(87)
四、违反《边防检查条例》的处罚	(88)
第五章 进出口管理法律制度	(90)
第一节 海关监管制度	(90)
一、海关监管制度概述	(90)
二、对进出境运输工具的监管	(92)
三、对进出境货物及物品的监管	(92)
四、对进出口货样、广告品的监管	(95)
五、对暂准进口单证册项下进出口货物的监管	(96)
六、对进口展品的监管	(98)
第二节 进出口商品检验制度	(101)
一、进出口商品检验概述	(101)
二、进出口商品的检验	(102)
三、进出口商品检验的监督管理	(103)

四、进出口商品检验的法律责任	(104)
第三节 卫生检疫制度	(105)
一、卫生检疫制度概述	(105)
二、检疫与监测	(105)
三、卫生监督	(107)
四、法律责任	(107)
第四节 出入境动植物检疫制度	(108)
一、出入境动植物检疫制度概述	(108)
二、进境检疫	(109)
三、出境及过境检疫	(110)
四、携带、邮寄物及运输工具的检疫	(111)
五、法律责任	(112)
 第六章 会展交通运输管理法律制度	(114)
第一节 会展交通运输管理概述	(114)
一、会展交通运输的特点和种类	(114)
二、交通运输的基本原则和作用	(117)
三、会展交通运输法	(118)
第二节 航空运输管理	(119)
一、航空运输的经营准则	(119)
二、航空运输凭证	(119)
三、承运人的责任	(121)
四、赔偿责任限额	(123)
第三节 铁路运输管理	(124)
一、铁路运输部门的义务	(124)
二、铁路运输合同	(125)
三、旅客乘车的有关规定	(127)
四、铁路旅客运输损害赔偿的规定	(129)
第四节 水路交通运输管理	(130)
一、运输合同的订立	(131)
二、合同双方应承担的责任	(131)
三、货物的接收与交付的有关规定	(133)
四、国内水路运输的特殊规定	(134)
五、国际海运的有关规定	(135)

第七章 会展广告管理法律制度	(137)
第一节 广告管理概述	(137)
一、广告的概念及其法律特征	(137)
二、《广告法》的基本原则	(138)
三、《广告法》的适用范围	(139)
第二节 广告准则	(140)
一、广告的形式	(140)
二、广告准则的一般规定	(141)
三、会展中特殊商品及特殊形式广告的准则及要求	(143)
第三节 广告活动与审查	(149)
一、广告合同	(149)
二、对广告主活动的法律规定	(150)
三、对广告经营者、广告发布者的法律规定	(152)
四、广告审查制度	(154)
五、广告的法律责任	(156)
第八章 知识产权法律制度	(159)
第一节 著作权管理法律制度	(159)
一、著作权概述	(159)
二、著作权许可使用和转让合同	(161)
三、对出版、表演、录音录像、播放的具体规定	(161)
四、违反《著作权法》的法律责任	(163)
第二节 专利权管理法律制度	(165)
一、专利权概述	(165)
二、专利权的申请和审批	(167)
三、专利权的期限、终止和无效	(168)
四、专利实施的强制许可	(169)
五、专利权的保护	(170)
第三节 商标管理法律制度	(171)
一、《商标法》概述	(171)
二、注册商标的申请和使用	(173)
三、会展期间的商标管理	(176)

第九章 会展市场管理法律制度	(180)
第一节 反不正当竞争法律制度	(180)
一、《反不正当竞争法》概述	(180)
二、不正当竞争行为及其法律责任	(182)
三、不正当竞争行为的监督检查	(187)
第二节 外汇管理法律制度	(188)
一、外汇管理概述	(188)
二、外汇管理的内容	(192)
三、外汇收支的检查	(195)
四、违反外汇管理的法律责任	(195)
第三节 税收管理法律制度	(197)
一、税法的概念和构成要素	(197)
二、我国现行的主要税种	(199)
三、税收征收管理与法律责任	(203)
第十章 消费者权益保护法律制度	(208)
第一节 《消费者权益保护法》概述	(208)
一、消费者和经营者	(208)
二、消费者权益保护法的调整对象及法律地位	(209)
第二节 消费者的权利与经营者的义务	(209)
一、消费者的权利	(209)
二、经营者的义务	(213)
第三节 消费者合法权益的保护	(215)
一、国家对消费者合法权益的保护	(215)
二、消费者组织对消费者合法权益的保护	(216)
三、消费者权益争议的解决	(217)
四、侵犯消费者合法权益应承担的法律责任	(218)
附 录	
附录1 国际博览会联盟章程	(221)
附录2 出国举办经济贸易展览会审批管理办法	(231)
附录3 对外贸易经济合作部关于来华举办经济技术展览会 审批规定	(235)
附录4 在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法	(237)

附录 5	商品展销会管理办法	(242)
附录 6	关于进一步加强出国举办经济贸易展览会管理工作有关 问题的通知	(244)
附录 7	在祖国大陆举办对台湾经济技术展览会暂行管理办法	(245)
附录 8	设立外商投资会议展览公司暂行规定	(247)

第一章 公司法律制度

内容提要

本章主要介绍了我国各种公司的设立、组织、活动和解散的程序以及股东的权利和义务等主要内容，使读者了解有关公司的基本知识。公司法律制度为我国各种公司包括会展公司的活动提供了最基本的最有效的法律依据。

第一节 公司概述

一、公司的概念、特征和分类

(一) 公司的概念和特征

根据《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）规定，公司是指依照《公司法》设立的，全部资本由股东共同出资，并以股份形式构成的，以营利为目的的企业法人。公司作为现代企业的一种重要组织形式，与其他企业相比具有以下几个特征：

1. 公司是以营利为目的的

公司是一种经济组织，它首先必须在生产、经营和服务等领域从事经济活动。因此它必须获取实际的经济利益，即以尽可能少的劳动和物质消耗，获得最大的利润。可见，公司不同于事业单位、福利机构、学术团体、群众团体等非营利性社会组织。

2. 公司是由法定人数的股东出资经营的

公司是一种股份制企业，它由股东出资组建，并且全部注册资本以股份形式构成。这就决定了它在内部经营管理、经营风险承担和利润分配等方面与其他企业有较大不同，同时也使它在内部结构及其他关系上与合伙企业有所不同。

3. 公司是具有法人资格的企业

公司是独立的企业法人,它像自然人一样,享有权利,承担义务和责任。根据《公司法》的规定,公司以其全部法人财产,依法自主经营,自负盈亏。因此,公司作为具有法人资格的企业,拥有自己独立的财产,并能以自己的名义进行经营活动和承担法律责任。

4. 公司是依照《公司法》成立并进行活动的企业

公司是依照《公司法》规定的条件和程序设立的,这是公司企业与其他非公司企业的显著区别之一。因此,公司必须严格依照《公司法》的规范设立并进行活动,才能取得公司法人资格,公司的合法权益也才能得到法律保护。

(二) 公司的分类

根据股东对公司所负责任不同,可以把公司划分为以下五类:

(1) 无限公司。所有股东不论其出资额多少,对公司债务均承担连带无限责任。

(2) 有限责任公司。所有股东均以其出资额为限对公司债务承担责任。

(3) 两合公司。由无限责任股东与有限责任股东共同组成公司。

(4) 股份有限公司。公司全部资本分为金额相等的股份,所有股东均以其所持股份为限对公司的债务承担责任。

(5) 股份两合公司。由无限责任股东与股份有限公司共同组成的公司。

此外,根据公司国籍的不同,可以划分为本国公司、外国公司和跨国公司;根据公司在控制与被控制关系中所处地位的不同,可以划分为母公司和子公司;根据公司在管辖关系中所处地位的不同,可以划分为总公司和分公司。

会展公司,是指依法设立并以营利为目的的,从事会展经营活动或会展服务的企业法人。会展公司作为企业法人,根据政府的有关规定,主办或承办会展业务,是会展产品的主要销售者。自20世纪80年代以来,会展公司越来越多,在会展业中发挥着重大的作用。

二、《公司法》的概念、性质和特征

(一) 《公司法》的概念和性质

《公司法》是企业法的组成部分,它有广义和狭义之分。广义的《公司法》是实质意义上的公司法,它包括一切有关公司的法律法规以及政府的法规规章。狭义的《公司法》是形式意义上的公司法,它只称《公司法》为一部法律。我国现行的《公司法》就是这种意义上的公司法。

《公司法》既是组织法,也是行为法,但主要是组织法。作为组织法,《公司法》对公司的设立、变更、终止,公司内部机构的设置及其职权等做出

了规定；作为行为法，《公司法》对公司的财务、会计管理，股票的发行、交易，公司债券的发行等做出了规定。

（二）《公司法》的特征

我国《公司法》是1993年12月29日通过的，并于1994年7月1日起施行。与其他国家《公司法》相比较，我国《公司法》具有如下特征：

（1）对公司组织形式只规定了有限责任公司和股份有限公司两种，并专门规定了上市公司；

（2）突出了股票和债券的规范，分别设专章加以规定；

（3）法典体系突破了国外的传统立法模式，既注意公司的共性规范，又加强了不同公司特殊性的规范；

（4）尊重《公司法》原理，同时注意我国的实际情况，使《公司法》更具适应性和可操作性。

三、《公司法》的原则和作用

（一）《公司法》的原则

1. 公司实行有限责任

《公司法》第三条规定：“有限责任公司，股东以其出资额为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任。”“股份有限公司，其全部资本分为等额股份，股东以其所持股份为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任。”

2. 公司享有全部法人财产权

《公司法》第四条规定：“公司享有股东投资形成的全部法人财产权，依法享有民事权利，承担民事义务。”“公司股东作为出资者按投入公司的资本额享有所有者的资产受益、重大决策和选择管理者等权利。”

3. 公司依法自主经营、自负盈亏

《公司法》第五条规定：“公司在国家宏观调控下，按照市场需求自主组织生产经营，以提高经济效益、劳动生产率和实现资产保值增值为目的。”

4. 公司内部实行科学的管理体制

《公司法》第六条规定：“公司实行权责分明、管理科学、激励和约束相结合的内部管理体制。”

5. 公司的设立与运行要严格依法进行

《公司法》第八条规定：“设立有限责任公司、股份有限公司，必须符合本法规定的条件。”“法律、行政法规对设立公司规定必须报经审批的，在公司登记前依法办理审批手续。”《公司法》第十四条还规定：“公司从事经营

活动,必须遵守法律,遵守职业道德,加强社会主义精神文明建设,接受政府和社会公众的监督。”

6. 公司的合法权益受法律保护,不受侵犯

对此,《公司法》第十四条也作了明确规定。

7. 公司要保障职工的合法权益

《公司法》第十五条规定:“公司必须保护职工的合法权益,加强劳动保护,实现安全生产。”“公司采用多种形式,加强公司职工的职业教育和岗位培训,提高职工素质。”《公司法》第十六条还规定:“公司职工依法组织工会,开展工会活动,维护职工的合法权益。公司应当为本公司工会提供必要的活动条件。”“国有独资公司和两个以上的国有企业或者其他两个以上的国有投资主体投资设立的有限责任公司,依照《宪法》和有关法律的规定,通过职工代表大会和其他形式,实行民主管理。”

(二)《公司法》的作用

我国《公司法》的颁布和实施具有重要的意义。

1. 有利于促进我国现代企业制度的建立和完善

建立现代企业制度,是发展社会化大生产和市场经济的必然要求,是我国企业改革的方向所在。现代企业制度的组织形式就是公司制。《公司法》的颁布和实施,保障了公司制度的健康发展,有力的推动了我国现代企业制度的建立、发展和完善。

2. 有利于保证我国社会经济秩序的正常运行

《公司法》的颁布和实施,把公司活动纳入法制的轨道,就保障了公司拥有与其经营活动相适应的独立财产,并依法进行经营;同时也使公众和国家能够及时地、准确地掌握公司情况,保证交易活动的安全,并对其实行监督等。这样,就有力地保证了良好的健康的社会经济秩序。

3. 有利于建立和完善社会主义市场经济体制

《公司法》使企业产权关系明晰、责权明确,建立了完备的市场主体体系,促进了市场经济的健康发展及成型;《公司法》保护股东的投资与收益,使公司企业内部关系更加规范、合理,实现了所有权与经营权的分离,提高了管理水平;《公司法》科学合理地构造了公司企业内部组织机构的相互关系,形成了公司企业内部自我约束、自我发展的机制,具有了作为独立法人资格的完整组织体系。这些,都有利于社会主义市场经济体制的建立和完善。