

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材

会展政策与法规

(第2版)

主 编 杨朝晖
副主编 曹 勇 江 涛

重庆大学出版社

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材

会展政策与法规

(第2版)

主 编 杨朝晖
副主编 曹 勇 江 涛

重庆大学出版社

内容提要

本书既介绍了与会展业相关的通用性法律法规,又联系实际着重分析了会展业的专门性法律法规。其内容从会展业的发展、立法进程和法律体系入手,从3个层面具体剖析会展主体、会展客体以及会展市场运行与管理的法律制度。

本书具有理论性、实用性和操作性,可作为高职高专会展策划与管理专业和旅游管理类专业的学生教材,也可作为各类会展从业人员的学习培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

会展政策与法规/杨朝晖主编.—2版.—重庆:
重庆大学出版社,2013.9
全国高职高专会展策划与管理专业规划教材
ISBN 978-7-5624-4142-7

I. ①会… II. ①杨… III. ①展览会—管理—法规—
中国—高等职业教育—教材 IV. ①D922.16

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第125027号

全国高职高专会展策划与管理专业规划教材

会展政策与法规

(第2版)

主 编 杨朝晖

副主编 曹 勇 江 涛

责任编辑:尚东亮 版式设计:尚东亮

责任校对:谢 芳 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

万州日报印刷厂印刷

*

开本:720×960 1/16 印张:24.5 字数:427千

2013年9月第2版 2013年9月第6次印刷

印数:12 001—15 000

ISBN 978-7-5624-4142-7 定价:45.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

主任:马 勇

副主任:田 里 高 峻 罗兹柏
谢 苏 邓晓益

委员:(以姓氏笔画为序)

马克斌	王 芬	王 斌
王 瑜	韦晓军	刘红霞
许传宏	苏 英	吴亚生
吴 虹	陈 颖	陈 薇
杨 林	杨朝晖	杨 煌
张 佶	张金祥	张树坤
张显春	张跃西	林大飞
郑建瑜	夏桂年	梁圣蓉
谭红翔		

总 序

进入 21 世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国际贸易发展的风驰电掣,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键时期。这一时期,会展业持续快速发展的关键是需要大量的优秀专业人才作为支撑,而目前市场还存在很大的会展专业人才供给缺口。为了适应国内对会展人才需求日益增长的需要,我国各类高校纷纷开设了会展专业或专业方向。据不完全统计,截止到 2011 年 7 月,在全国范围内(不含港澳台)开设会展专业的高校达 96 所,涵括专业方向的高校(包括本科、高职高专院校)则已超过百所,这在一定程度上缓解了我国会展人才紧缺的现状。但是由于我国会展教育起步较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设等方面还有待完善,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往与市场需求不对称。尤其是目前国内会展教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的状况比较突出,很大程度上制约了我国会展教育和会展业的发展。因此,推出一套权威科学、系统完善、切合实用的全国高职高专会展策划与管理专业系列教材势在必行。

中国的会展教育发展刚刚超过 10 年时间,但我国的会展教育经过分化发展,已经形成了学科体系的基本雏形。如今,会展专业已经形成中等职业教育、高职高专、普通本科和研究生教育完整的教育层次体系,这展示了会展教育发展的历程和成果,同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。其中最重要的一点,就是如何在不同教育层次和不同的教育类型

上对会展教育目标和教育模式进行准确定位。为此,重庆大学出版社策划组织了国内众多知名高等院校的著名会展专家、教授、学科带头人和一线骨干教师参与编写了这套全国高职高专会展策划与管理专业系列教材,以适应中国会展业人才培养的需要。本套教材的修订出版旨在进一步完善全国会展专业的高等教育体系,总结中国会展产业发展的理论成果和实践经验,推进中国会展专业的理论发展和学科建设,并希望有助于提高中国现代会展从业人员的职业素养和理论功底。

本套教材定位于会展产业发展人才需求数量最多和分布面最广的高职高专教育层次,是在对会展职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面的把握和对会展职业教育与普通本科教育的区别理解以及对发达国家会展职业教育的借鉴基础上编写而成的。另外,重庆大学出版社推出的这套全国高职高专会展策划与管理专业规划教材,其意义将不仅仅局限在高职高专教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对高职高专会展策划与管理专业的健康发展产生积极的推动作用。

在重新修订出版这套教材的过程中,我们力求系统、完整、准确地介绍会展策划与管理专业的最新理论成果,围绕培养目标,通过理论与实际相结合,构建会展应用型高职高专系列教材特色。本套教材的内容,有知识新、结构完整、重应用等特点。教材内容的要求可以概括为“精、新、广、用”。“精”是指在融会贯通教学内容的基础上,挑选出最基本的内容、方法及典型应用;“新”指尽可能地将当前国内外会展产业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来以适应会展业的发展需要;“广”是指在保持基本内容的基础上,处理好与相邻及交叉学科和专业的关系;“用”是指注重理论与实际融会贯通,突出职业教育实用型人才的培养定位。

本套教材的编写出版是在教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游与会展专业组的大力支持和具体指导下,由中国会展教育的开创者和著名学者、国内会展旅游教育界为数仅有的国家级教学成果奖获得者和国家级精品课程负责人,教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游与会展专业组组长、中国会展经济研究会创会副会长马勇教授担任总主编。参与这套教材编写的作者主要来自于上海旅游高等专科学校、上海工程技术大学、上海新侨职业技术学院、湖北大学、武汉职业技术学院、湖北经济学院、湖北职业技术学院、浙江旅游职业学院、桂林旅游高等专科学校、广西国际商务职业技术学院、金华职业技术学院、昆明冶金高等专科学校、昆明学院、沈阳职业技术学院、广东交通职业技术学院、顺德职业技术学院、深圳职业技术学院等全国

40多所知名高校。在教材的编写过程中,重庆大学出版社还邀请了全国会展教育界、政府管理界、企业界的知名教授、专家学者和企业高管进行了严格的审定,借此机会再次对支持和参与本套教材编审工作的专家、学者和业界朋友表示衷心的感谢。

本套教材的第一批选题已于2007年7月后陆续出版发行了21本,被全国众多高职院校以及会展企业选作学生教材和培训用书,得到广大师生和业界专家的广泛认可和积极使用。这套教材中一部分已被列选为国务院国资委职业技能鉴定和推广中心全国“会展管理师”培训与认证的唯一指定教材,以及全国会展策划与管理专业师资培训用书,等等。本套教材的作者队伍大多是国内会展学科领域的带头人和知名专家,涉及的专业领域十分广泛,包括了经济学、管理学、工程学等多方面;参与编写的会展业界人士,不仅长期工作在会展管理领域的第一线,而且许多还是会展业界精英。另外,作为国内高校第一套全国高职高专会展策划与管理专业规划教材,在选材内容和教材体系方面都是动态开放的。随着中国会展业的持续健康发展,为确保系列教材的前沿性和科学性,我们也会不断对该套教材进行再版修订,以及增补新的选题,欢迎各高校会展学科的学术带头人和骨干教师积极申报选题并参与编撰!

本套教材由于选题涉及面广、加之编写修订时间紧,因而不足和错漏之处在所难免,恳请广大读者和专家批评指正,以便我们不断完善。最后,我们期待这套新修订出版的全国高职高专会展策划与管理专业规划教材能够继续得到全国会展专业广大师生的欢迎和使用,能够在会展教育方面,特别是在高职高专教育层次的人才培养上起到积极的促进作用,共同为我国会展业的发展作出贡献。

全国高职高专会展策划与管理专业系列教材
编委会

2013年2月

第2版前言

随着北京奥运会、上海世博会的成功举办，北京、上海等城市已明确将会展业纳入重点扶持的都市型产业，会展经济已经成为新的经济增长点。为了适应会展业快速发展的需要，反映会展法规的新变化，我们对2007年8月出版的《会展政策与法规》教材进行了全面的修订。在内容上，融合了国家最新颁布的相关法规并进行修改；在结构上，为了力求准确系统地介绍会展政策与法规的基础理论知识，有些章节作了较大变动与调整，使逻辑体系更加严密；在风格形式上，考虑到高职院校学生学习的特点和教师灵活组织教学的需要，设计了章前导读、关键词汇、案例导入，章中穿插知识链接、案例分析，章后设计了内容小结、测试题，力求文风活泼新颖，语言通俗简明。

本书第2版编写人员也略有调整，具体分工如下：杨朝晖担任主编，曹勇、江涛担任副主编，负责大纲制定和统稿定稿工作。杨朝晖（武汉职业技术学院）编写第1章、第9章、附录；王英哲（武汉职业技术学院）编写第2章；张欣（昆明学院）编写第3章、第4章；曹勇（重庆文理学院）编写第5章、第6章；王珏（浙江旅游职业学院）编写第7章；江涛（浙江旅游职业学院）编写第8章、第10章。

本书自2007年8月出版以来，深受广大院校师生的青睐，在此深表感谢，并希望本书修订后能够获得一如既往的支持。在此次教材的修订过程中，我们还得到了湖北大学马勇教授、厦门会展业界资深专家夏桂年、林大飞的热情帮助，他们提供了宝贵的资料和建议，在此也表示诚挚的敬意和谢意！

编者
2013年3月

目录CONTENTS

第1章 会展业法律制度概述·····	1
1.1 会展法概述·····	3
1.2 会展法与会展法律关系·····	7
1.3 我国会展法律体系·····	10
本章小结·····	15
测试题·····	16
第2章 会展组织者审批与管理法律制度·····	18
2.1 会展组织者的审批·····	19
2.2 会展组织者的职责·····	34
2.3 违反会展法规的法律责任·····	44
2.4 其他展会组织者的法律规制·····	46
本章小结·····	54
测试题·····	54
第3章 公司法律制度·····	56
3.1 公司法概述·····	58
3.2 有限责任公司·····	61
3.3 股份有限公司·····	68
3.4 公司的合并、分立与组织变更·····	73
3.5 公司的解散与清算·····	75
3.6 违反公司法的法律责任·····	78
3.7 外商投资会展公司·····	85
本章小结·····	93

测试题	93
第4章 会展展品监管法律制度	95
4.1 展品监管概述	97
4.2 我国展品进出境的海关监管	99
4.3 进出口商品的检验检疫	105
4.4 文物展品出国(境)展览的规定	108
4.5 关于展品的几种特殊规定	116
附:新西兰展品进出境的海关监管规定	117
本章小结	119
测试题	119
第5章 合同法律制度	121
5.1 合同概述	123
5.2 合同的订立与履行	128
5.3 合同的效力	139
5.4 合同的变更、转让与终止	142
5.5 违约责任	149
5.6 会展合同	154
附:会展合同实例	156
本章小结	158
测试题	158
第6章 知识产权法律制度	160
6.1 知识产权概述	162
6.2 著作权法律制度	165
6.3 商标权法律制度	178
6.4 专利权法律制度	186
6.5 展会知识产权保护	199
本章小结	204
测试题	205



第7章 市场管理法律制度	207
7.1 产品质量法	209
7.2 反不正当竞争法	221
7.3 消费者权益保护法	229
本章小结	242
测试题	243
第8章 广告法律制度	245
8.1 广告法概述	246
8.2 广告准则	250
8.3 广告活动	258
8.4 广告审查制度	265
8.5 广告法律责任	267
本章小结	270
测试题	270
第9章 会展保险法律制度	272
9.1 保险法概述	273
9.2 保险合同	277
9.3 财产保险合同	288
9.4 人身保险合同	293
9.5 会展保险	298
本章小结	306
测试题	306
第10章 经济纠纷解决的法律制度	308
10.1 经济纠纷及调解	310
10.2 经济仲裁	315
10.3 经济诉讼	322
本章小结	331
测试题	331

附 录	334
附录 1 国际博览会联盟章程	334
附录 2 设立外商投资会议展览公司暂行规定	344
附录 3 在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法	346
附录 4 出国举办经济贸易展览会审批管理办法	350
附录 5 关于举办来华经济技术展览会审批规定	356
附录 6 在祖国大陆举办对台湾经济技术展览会暂行管理办法	357
附录 7 商品展销会管理办法	359
附录 8 文物出国(境)展览管理规定	361
附录 9 中华人民共和国海关对进出口展览品监管办法	365
附录 10 展会知识产权保护办法	368
参考文献	373

第 1 章

会展业法律制度概述

【本章导读】

20 世纪 90 年代以来,我国会展业得到了强劲发展并成为地方经济发展的“助推器”和新亮点。在会展业的快速发展中,会展组织、管理模式和管理体制逐渐形成,然而也存在不少问题。为了确保会展业的健康有序发展,有关会展法规相继出台。本章主要介绍会展业的法制建设状况及会展法律体系。

【关键词汇】

会展 会展法 会展管理模式 会展管理体制
会展业法律体系

【案例导入】

“法眼”冷看会展热

“如果在一个城市开一次国际会议,就好比有一架飞机在城市上空撒钱。”一位世界展览业巨头如此评说会展经济的重要性。会展业具有强大的产业带动效应,不仅能给城市带来场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入,还能创造住宿、餐饮、通信、旅游、购物、贸易等相关收入。更为重要的是,会展能汇聚巨大的信息流、技术流、商品流和人才流,会对一个城市或地区的国民经济和社会进步产生难以估量的影响和催化作用。

因此,近年来,会展热在全国范围内兴起,你方唱罢我登场,好不热闹,但是经济的发展需要法律的保驾护航,如果没有适合的法律来保证经济的发展,那么经济的发展是不会有长久性的。在会展热兴起的情况下,我们更应该通过“法眼”冷静地看待其中的一些民事法律关系。在2007年9月,安徽首起会展合同纠纷案一审尘埃落定后,我们对于这一点是深有体会,同时我们对于会展合同的认识不得不加深了。对于会展我们很熟悉,可是很多人对于会展合同却不甚了解。

会展是一种经济活动,需要大量的民事法律规范来调整。在我国会展法律法规还很不完善的情况下,会展活动中各参与主体之间所订立的合同,对于调整各方之间的利益关系,明确各方的权利义务关系,防止纠纷的产生,妥善处理会展中的问题,起着至关重要的作用。

资料来源:2008年11月15日《中国经营报》

问题:请从法律的角度思考会展业发展过程中各类纠纷中存在的问题。

【案例分析】

在安徽首起会展合同纠纷案中,因为安徽国际会展中心没有遵守签订的排他性协议才引起合同纠纷。在我国目前活跃的会展市场上,会展组织者和参展商比较缺乏法律意识,不重视合同,或者即便是订立合同,也是极其简单的一纸空文,合同仅仅约定展品的种类、展览的起止日期、展位价格等基本要素。很多会展的组织者和参展商之间的约定,就是一张“参展通知书”而已。会展合同订立的水平还不够高,考虑的问题还不够细致,很多问题没有事先作出约定,以至于会展纠纷难以解决。这是远远不够的。会展合同应当是许多约定的综合体,甚至是许多合同的综合体。会展组织者除提供必要的服务设施外,还应该对参

展商负有其他的义务和责任。

在国外一个运作成熟的展览会往往会发布一个章程。对本展览中所涉及的事项一一予以说明,参展商参加展会必须同意该章程的规定。这种章程类的规定是展览完善且成熟的标志。它直接决定展览能否顺利举行。

在会展热的形势下,我们只有冷静地思考法律问题,才能让会展经济更好地更快地走下去。

1.1 会展法概述

1.1.1 会展与会展业的概念

1) 会展的概念

会展是以追求经济效益为主要目的、以企业化运作提供社会化服务、以口头交流信息或者以集中陈列展示物品为主要方式的集体性和综合性活动。会展是以会议和展览为基本形式,同时具有综合性特点的经济活动。

2) 会展业的概念

会展业是会议业和展览业的总称,隶属于服务业,即通过举办各种形式的会议和展览,包括大型国际博览会、展览会、交易会、运动会、招商会、经济研讨会等,吸引大量商务客和游客,促进产品市场的开拓、技术和信息的交流、对外贸易和旅游观光,并以此带动交通、住宿、商业、餐饮、购物等多项相关产业的发展,被称为“无烟工业”。据考证,世界上第一个样品展览会于19世纪末在德国的莱比锡举办。会展业经过一个多世纪的发展,其形式、内容、功能和举办方式都发生了巨大变化,它已表现为一种经济形式,成为各国经济结构中不可缺少的组成部分。

1.1.2 会展业发展现状及存在的问题

当今世界,会展经济已成为一个令世人瞩目的新型经济形式。国际会展业的发展,已成为拉动经济增长的重要手段。在欧洲流行的说法是“会展是城市的面包”。现代会展业滚动着商品流、物资流、信息流、资金流,会展业的发展完

全可能成为一个城市、一个地区、一个行业的经济增长点,构成表征城市竞争力的一个重要部分,同时也说明了该城市的竞争力水平。

在我国,随着社会主义市场经济体制的建立和完善,会展经济的作用亦愈来愈为国人所关注。从20世纪80年代起,会展经济在我国也迅速发展起来,并以年均近20%的速度递增,创造了巨大的经济效益和社会效益,成为国民经济新的增长点。近年来,会展活动空前活跃,会展经济发展迅猛。会展业作为“朝阳产业”,在我国崛起并迅速壮大,在国民经济发展中发挥着举足轻重的作用。我国会展业在促进经贸、科技、文化交流和合作方面的作用越来越明显,已成为国民经济中增长快、发展潜力大的行业之一,不仅直接促进了经贸、科技、文化、体育等事业的发展,而且有力地带动了信息通信、交通运输、城市建设、旅游休闲、餐饮住宿、广告印刷等相关服务行业的发展。

从展览业来看,我们取得的进步是有目共睹的。自20世纪90年代,中国的展览业就在全球展览业中异军突起,形成了一个新兴的展览业市场。从展览的项目数、规模、总体水平和影响看,中国已成为亚洲的展览大国,并逐步成为亚洲地区的区域性“展览中心”。我国现在已经拥有一批具有国际水平的现代化展览场馆,形成了若干具有一定实力的展览集团公司,也培训了一批水平高、影响比较大的名牌展览会。日益繁荣的会议展览活动不仅对引导相关产业发展、提升制造业水平、促进生产要素流动、优化资源配置发挥了重要作用,而且有力地推动、配合了中国企业发挥比较优势、走向国际市场、参与国际商品供应链,实现了良好的经济效益和良好的社会效益。

会展业的发展不仅是数量、规模的粗放增长,更要有质量、档次、效益的集约化发展。然而,由于我国会展经济发育时间较短,经验不足,专业人才少,更重要的是因为我国会展行业管理体制不健全,立法远远滞后于会展业的发展,因而导致我国会展业从主承办单位的资质到具体展览的审批,从招商、招展、场馆租赁到展后评估与统计,从展品运输保险到知识产权保护等都存在诸多问题。这些问题具体表现在以下几个方面:

1) 会展主体多元化

因为缺少对会展业的准入、会展主办者资质的明确规定,目前国务院各部委及其对口管理的工贸公司、外贸公司、协会、商会、中国贸促会及其行业分会和地方分会、地方政府或省、市级外贸主管部门等都可以举办展览会,各种机构一拥而上纷纷办展,致使展会质量不高,专业性不强,根本无法打造有影响力的品牌展会。有的展会甚至搞成了摆地摊、大杂烩,严重损害了我国会展业的行

业声誉。

2) 会展审批权限分散

由于体制瓶颈造成管理混乱,会展审批机构数量过多,审批权分散,审批机构的利益冲突导致我国会展市场混乱。国内会展业既没有一个统一的行业管理机构进行管理,又没有全国性的行业协会进行行业自律和协调。多头审批、重复办展、同名办展的混乱现象屡屡出现,极大地损害了参展商的利益,造成了资源的极大浪费,阻碍了会展市场的健康发展。此外,由于政府掌握展览的审批权力,外资企业与国内民营企业必须与拥有展览经营报批权的国有展览公司合作才能办展,使得高效率的市场资本难以进入,而一些国有展览公司仅仅靠出卖“展览牌照”就可以获取丰厚利润。

3) 质量评估制度缺乏专业性和权威性

多数展会缺乏明确定位,组织管理模式也比较落后,这是我国的展览业相对封闭、单一、服务水平低的一个重要原因。

4) 运行缺乏规范化

我国会展业缺乏规范,表现在展览规模小,国外参展厂商少,效果差,档次低;展会的地点选择、展馆的使用频率约束机制缺位。另外,展览场地、运输、各种公共服务的费用标准、境内外招商程序及费用标准、消防、安全、环境卫生等验收事项的规范化程度等都很低。这些问题都对展览业的发展带来许多不利影响。

管理规范化是竞争规范化的基础。在市场经济发达的国家,会展业已是一个成熟的服务业,有一套比较完善的管理体制、行业体系和运行规范,拥有一批具有国际竞争力的会展公司和国际知名品牌的大型展会。目前我国会展活动的行政管理体制和大多数会展活动的组织方式、管理方式与市场经济的要求相距甚远。因此我国会展业要想在国际会展市场竞争中占有一席之地,必须熟悉并逐步适应国际会展业的运行规范,与之接轨。

5) 市场竞争呈现无序状态

这主要是因为我国没有专业的、唯一的审批部门。为了改变这种情况,国务院办公厅下发文件,规定从2001年1月1日起,所有的出展一律由中国国际贸易促进委员会审批管理,再由中国国际贸易促进委员会会同外经贸部制定出