

论入世后我国会展业的 法制现状与对策

詹 朋 朋

摘 要:入世后,会展业既面临着挑战,也面临许多机遇。然而,目前会展业发展缺乏完善的法制保障体系,这严重阻碍了会展业在我国的发展步伐。本文从多方面分析了我国会展业的法制现状,并提出了相应的对策。

关键词:会展业;法制;现状;对策

中图分类号:F 116 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2004)01-0046-06

在全球经济一体化的大形势下,随着中国入世,作为服务贸易的一种,会展业正逐步全方位对外开放,外资已在逐步进入中国。由于中国入世,各种行业都在按照入世时作的承诺加快对外开放的步伐。随着服务贸易壁垒按照入世的承诺逐步拆除,中国的会展业面临着外国同行巨头的严峻挑战。同时,入世也给我国的会展业带来了前所未有的机遇。由于会展业在世界上属于比较新的行业,在中国更是处于起步阶段。入世后,中国可以有更多的机会与国外展览业的先进管理机构和展商进行直接接触,在竞争的同时可以和外国同行进行交流与合作,从而将国外先进的管理手段、经验和发展理念引进到国内。这样,入世实际上对中国会展业起到了催化作用,更加开放的格局将通过优胜劣汰把中国会展业提升到一个更高的层次。

上海将于 2010 年举办世界博览会,这将对上海、长三角地区、以及全国的会展业产生巨大的推动作用。世博会是一次大型的会展活动,正逢入世之后中国逐步兑现各项承诺的关键时期,因此,这次世博会将会使我国的会展业发生历史性的大发展、大变革、大跨越。由于世博会的强劲刺激,某些已经具备大型会展活动组织能力的会展企业必定会通过组建集团公司或强强联合,扩大规模,做强做大,竞争局面将会发生深刻的变化。

在当前我国会展业发展的关键时期,如何创造一个良好的发展环境,尤其是一个规范的法制环境,是决定未来一段时间会展业是否能健康发展的关键因素。

然而,目前我国会展业的法制状况在许多方面尚处于起步阶段,大大滞后于会展业快速发展的市场需求和国际竞争局势。如果不能加速改善我国会展业的法制现状,促进会展业的规范化发展,势必会阻碍我国会展业进入国际舞台的进程。

一、我国会展业的法制现状

目前最主要的问题是法律秩序尚未建立,立法尚不健全。对于会展业的规范尚未建立起完善的法律制度和管理体制,还没有统一的会展管理法规。在立法方面,严格意义上的关于会展的法律(即全国人大或其常委会制订的法律)和行政法规(国务院制订)目前为零,即使是地方性法规(即地方人大及其常委会制订的法规)也颇为罕见。因此,真正在实践中调整会展活动的规范性文件绝大多数都是关于会展(主要是关于展览)的部门规章和地方政府规章以及地方政府具体工作部门发布的规范性文件,外经贸部、科技部等部门颁布的会展管理办法。在与国际法律规则的接轨方面,也缺乏相应的法规规定。

由于会展业在我国的起步较晚,立法存在许多空白。例如,市场准入制度尚未建立,展览公司办展的资质要求和法律程序不明确;价格秩序不明确,不能体现市场关系;对会展活动各环节的规范不够,参展商、观众的权益问题不明确。目前国内立法情况已经有一些进展,正在努力解决“无法可依”的问题。上海等地成立了会展行业协会,有利于规范会展业的发展。政府逐渐在转变功能,强调依法行政。

有一些地方已经或正在积极制订法规和行规。颇受业内关注的《专业性会展等级的划分及评定》商业行业标准已于2003年3月1日起正式实施。《标准》作为全国统一的行业标准为规范会展业的发展提供了一个新的依据。主要有6个部分,包括等级的划分、依据和评定方式和专业性会展等级的评定条件;等等。

作为国内第一部统一的行业标准,它无疑具有不可否认的积极意义。它必将对会展行业建设、技术进步、管理水平的提高起到积极的推动作用;对促进国内会展市场优胜劣汰市场机制的建立,引导国内会展不断提高专业化、国际化的水平也将起到积极作用。

2003年5月16日,深圳市会议展览界在深圳市会议展览业协会的倡导下,共同制订的“深圳会议展览业行规”正式开始试行。此行规首先把矛头指向会展业中的不正当竞争。其宗旨就是为了保护展览举办(含主、承办)单位及参展商的利益,提倡公平竞争,讲究职业道德,保护知识产权,形成公众舆论和企业自律原则,联合起来向行业中的不正之风作斗争,为繁荣会展市场、创造会展发展的良好环境而努力。

上海的会展业立法工作也正在进行之中,正在起草初步命名为《上海市规范与促进展览业发展的若干规定》的法律规范。虽然从效力等级上讲,该法律规范是上海市人民政府制订的政府规章,而不是上海市人大及其常委会制订的地方法规,但这已经是中国会展业立法的一次重大突破,为其他地方和国家立法部门今后的相关立法工作提供了宝贵的参考。正在起草的法规草案,拟考虑理顺行政主管部门和海关、商检、工商、税务等部门之间的法律关系,克服多头管理的弊病,并考虑通过行业协会来加强管理。

法制方面的另一个重要问题是会展活动中知识产权的保护问题。

目前会展活动涉及的知识产权问题主要有以下几个方面:

1. 展品侵权 由于会展活动涉及到各个领域的最新科技进步和智力成果,所以知识产权保护问题就会集中体现出来。很显然,不能因为会展中出现的知识产权侵权较多,就认为侵权的根源在于会展本身。目前中国在知识产权保护方面做了很多努力,但不可否认,企业和个人的知识产权意识还不够强。因此,在会展上这种汇集众多领域最新成果的活动中,

知识产权问题也就相对比较集中。由于我国的知识产权保护尚未达到国外一些商家的期望值,许多国外展商,如一些美国展商都不愿来中国参展,因为他们认为产品的精髓在于其设计理念,而中国的仿造能力又很强,他们产品的知识产权得不到有效保护。

而从近几年赴境外参展情况来看,知识产权保护已成为这些会展上一个敏感而关键的问题。在一些国外著名会展,例如,科隆五金展、家电展上知识产权纠纷频频发生,我国许多参展商被控侵权。除了那些确实有侵权恶意的企业之外,知识产权也已成为国外企业故意排挤我国企业的重要手段。究其原因,一方面是由于我们有些企业对知识产权保护缺乏足够的认识,对国外法律程序缺乏必要的了解;另一方面,中国企业的对外发展形成了一定规模,加剧了国际市场的竞争,导致了国外企业压力增大也是一个重要因素。许多外国企业为了自身利益,以保护知识产权为手段实施贸易保护,中国企业因此为矛头所指也并不奇怪。

因此,无论是会展举办方还是参展商,都必须重视会展业中的知识产权保护。作为举办方,应该严格把关,尽量避免侵权展品进入会场,如果一旦出现侵权纠纷,应采取措施迅速处理,确保会展顺利进行。而参展商也应加强意识,不要侵犯他人知识产权,同时学习利用法律保护自己的合法权益,学会应对国外某些企业利用知识产权干扰其正常参与会展。

2. 会展品牌的侵权 打造会展品牌是会展业发展的必经之路。目前,定位、内容、市场、名称(题目)完全一致的会展在全国泛滥,会展品牌得不到法律保护。只要一个会展办得好,就会有許多办展单位盲目跟进,造成同类会展过多、过滥。

这种行为导致的结果是:好的展览被分流,差的展览充斥市场,无序竞争让参展商和观众无所适从,造成所谓的“会展泡沫”。而当品牌会展的主办者向国家有关部门申请品牌保护时,却被告知会展会标可注册,但许多会展名称(题目)不能注册。

为什么目前大多数会展名称(题目)无法受到商标法保护?这是因为许多会展的名称缺乏显著性特征,即区别于其他类似名称的独特性。如“上海汽车展”这个会展名称是同类活动共用的名称。这些词均为通用的名词,不具有显著性特征,因此无法与其他同类会展区分开来,从而无法形成注册商标。而且,“上海”、“汽车”、“展”这3个名词不包括智力劳动形成的价值,不是源自知识所创造的价值,无法形成“知识产权”。这3个词作为社会公共资源,任何人也不可能独占而排除他人使用,否则显失公平。

因此,从商标法的保护范围来看,由于许多会展名称(题目)不具有区别于其他同类事物的显著性特征,目前无法得到商标法保护。但是,对于那些具有显著性特征的会展名称(题目),则可以得到商标法保护。例如,“上海五牛汽车展”这个名称由于“五牛”二字可区别于其他同类会展而使“上海五牛汽车展”这些汉字的组合具有了显著性特征,从而也就可以形成注册商标。

除了展品侵权和会展品牌侵权外,另一个普遍的知识产权问题是我国一些会展存在使用盗版软件的现象。表现在现场以演示为目的的电脑使用盗版软件,展品本身使用盗版软件以及销售盗版光盘等现象。有些参展商宁愿花几十万购买一套设备,却不愿花几百元购买正版软件。在以展示企业形象为主旨的会展上,这种行为显然有损企业的公共形象。

二、发展我国会展业的法制对策

对于会展业存在的诸多法制问题,主要可以从立法和市场主体的自我保护两方面形成

对策。

从立法的角度来说,应当加快立法进程,健全立法体系,从各个效力等级的法律法规来规范会展业涉及的法律问题。中国加入WTO,将大大推动我国会展业的立法进程。从上文所谈到的会展业立法的最新进展可以看出,入世以后我国会展业的立法进程明显加快,这不能不说是会展业在面对入世后的挑战与机遇的形势下所作出的反应。可以参照国外先进经验并结合中国国情,起草制定《会展法》,用法律手段管理展览经济活动。在当前会展业发展尚不够成熟的情况下,可以先由地方人大制定地方性法规,地方政府和中央部委制定地方规章和部门规章。作为正式立法的有益补充,行业协会也应加强行规的制定,为正式立法提供符合实际要求的、可操作性强的立法参考。

第一,要在基本原则上来界定法律、政府和协会三者之间的关系。根据我国的“依法治国”方针,当前尤其要加快政府管理体制的法制化进程,确立法律至高无上的权威,行使法律赋予的管理职责。中国入世后,政府管理部门要依照WTO的规则办事。从WTO规则的基本原则可以看出,这些原则的最终目的是要推动贸易自由化。而在贸易自由化的进程中,很大的障碍就是行政干预。入世后,政府管理职能总体上的趋势是应该弱化,把经济市场让给真正的市场主体。所以,如何转变政府职能,改革行政管理体制,已经成为会展业法制建设中的重要一环。

政府经济部门要从重审批、重管理转向重监督、重服务,要留下充足的空间让市场和企业来发挥作用。同时,要根据法律的相关规定,在法律的授权范围内制定适应入世后开放的行业准入标准及监管制度。而变政府直接参与展览经济活动这种错位和越位行为为制定展览产业发展政策、监督展览活动规范有序开展和创造良好的配套展览环境的补位和到位行为。例如,上海工博会、北京科博会、深圳高交会等所在地人民政府决定逐步引进市场化运作机制举办上述会展,就是政府转变职能的具体体现。政府可以制定有利于展览经济发展的产业扶持政策,对会展实行财政支持,如减免展览主办者和参展企业的税收,提供交通、通讯、能源、旅游等方面的配套优惠条件。拉美、非洲、东南亚一些国家为外国参展商和参观商提供机票打折,德国著名展览城市为会展设立专线交通服务设施,并在会展期间相应调整交通管理规则等做法也是值得借鉴的。

在加强政府依法行政的前提上,还要加强会展行业协会的作用。行业协会可以制定行规,协调发展。在会展业方面我国目前尚未形成权威有效的行业规范和约束机制,会展业的发展、会展企业、参展商以及专业观众的利益均无相应的法律法规加以保障。会展业中竞争无序的现象仍时有发生。而欧美大部分国家为理顺其展览业关系、协调展览活动,大多制定了行业规范,从而实现了整顿秩序、提高展览业水平的目的。行业协会要抓住机遇,在政府逐步还权于市场、还权于协会的同时有所作为,发挥应有的作用。

例如,深圳会展行规确立了优先权原则。即在深圳申办同类展览,使用同一展馆或不同展馆但同一展期的,上一年已经在深圳成功举办过展览(指通过评级认为是成功展览的会展)的申办单位具有优先权,后申办单位应当遵守该原则。另外,协会还进行展览评级活动,这些都充分证明了协会应该可以大有作为。

第二,要确立会展业的市场化发展方向。应在法律法规中明确市场主体的性质,快速实现组织机构的转变,培育市场化的主体,对过去政府直属的会展公司实行剥离,成立专业的会展公司。同时,还要建立会展组织者资质评定体系,用资质取代资格。变行政审批为市场

准入制度。因此,应该建立完全产业化的市场机制的现代会展企业。中国正在努力建立社会主义市场经济制度。而根据许多市场经济发达的国家情况来看,举办会展活动并不需要经过政府部门的行政许可,而是走市场化、产业化发展道路。

第三,要加强知识产权保护。根据 WTO 的知识产权协定(TRIPS),在知识产权保护方面,成员方给予其他成员的国民待遇,是以该成员方在现行的国际知识产权协议中所承担的义务为前提的,而根据我国参加的公约和条约,我国必须加大力度保护知识产权。

可以借鉴新加坡、德国等国家经验,建立会展商标注册体系和品牌认证体系,以保证展览市场中的公平有序竞争。欧美发达国家举办的会展都非常重视对知识产权的保护,展览期间一经认定企业有仿冒行为,就当场查封并进入法律程序,当事者在诉讼期间不得再进入展览场地,在欧盟国家内还会通过互联网限制其进入其他的会展,这种可能倾家荡产的打击无疑在很大程度上减少了发生知识产权的纠纷概率。

在第 93 届广交会开幕前夕,大会公布了将连续两届取消中国南光公司、深圳外贸集团公司等 19 家专利和商标侵权企业在侵权展区展览资格的决定,并从本届广交会起执行。这一举措,大大强化了“知识产权侵权黑名单制度”的内涵与作用,对侵权企业造成极大的震慑,具有很好的借鉴价值。

对于会展品牌的保护,建议给予商标权保护,对会展品牌作为商标进行注册,这样就可以按照商标法的规定避免在同一地区使用雷同的品牌办会展。建议对有显著性特征的名称予以注册商标。

一个值得借鉴的经验是“深圳会议展览业行规”对尊重知识产权的规定。该“行规”具体规定:在申办同类展览时,后申办单位应当尊重他人的劳动和知识产权,在申办会展名称及举办同类展览时不得与他人正在使用的展览名称相同或相近似。后申办单位如果希望使用他人正在使用的会展名称,应当与该会展名称使用人协商,通过有偿转让获得该会展名称。从这个“行规”的规定可以看出,会展品牌实际上被作为类似于商标的具有经济价值的无形物。

另外,政府也可以考虑通过反不正当竞争法对品牌进行保护,并引入法律救济手段,通过诉讼和仲裁解决争端。如果不能以商标的名义直接通过商标法得到保护,也可以根据反不正当竞争法保护。因为各种工商业标志既可能由商标法保护,也可能成为其他法律如反不正当竞争法的保护对象,这类标记有商号、商品名称、商品装潢等(刘春田,2002:268)。

第四,要建立会展业服务标准体系和组展商、服务商、参展商、参观商纠纷调解与仲裁体系,以维护各方面的合法权益。展览经济发达国家英国是建立展览行业标准体系的典型代表。英国会展业设有多个行业自律协会,如展览组织者协会(AEO)、展览服务商协会(BECA)、展览场地协会(EVA)等,制定完善的会员企业行为准则,对严重违反者取消其会员资格,保证了英国会展活动良好运行。

以上是从立法的角度来阐述的,而从会展活动参与者自身可以采取的自我保护措施来看,会展参与者可以运用现有的法律武器,保护自身的权利。不同的会展参与者针对不同情况,采取不同的措施,防止侵犯他人权利,保护自身的合法权益。会展的组织者(主办方或承办方)、参展商、观众都可以从自己的角度提高防范意识,保护自己的合法权益。

对于会展的组织者,应该防范会展活动中的侵权行为,尤其是防范侵权展品进入会展场地。例如,可以给参展商下发会展保护知识产权的规定,而且要求所有参展商填写“保证

书”,保证每个参展商的所有参展展品、展品样本、说明书及现场演示所使用的软件不得侵犯他人在所在国家及地区已经获得的各种专利权。对于可能涉嫌侵权的展品也不得展出。

而且,组织者应在会展活动期间设立专门的投诉处理部门,如果出现侵权纠纷,应当迅速处理,避免事端恶化,影响会展的正常秩序。可以通过行规等形式对于侵权行为实施者给予禁止展出等惩罚性决定。

而对于会展品牌的侵权问题,由于许多会展的名称无法注册商标,会展品牌的组织者无法得到有力保护。建议这些组织者采取以下几种方法来解决:第一,可以在原会展名称中增加具有显著性特征的文字或图形及文字和图形的组合,在申请了商标注册后,该品牌将可以受到法律保护。第二,如果不愿意修改名称,则可以依据反不正当竞争法,控告侵权者以挤垮他人会展为目的,采取不正当竞争手法侵犯其会展名称及会展其他知识产权,构成不正当竞争。

对于会展的参展商,首先应当对拟展出的产品充分调查研究,确认有无被控侵权的可能,做好充分准备。一旦有产品被指责侵权,应当冷静处理,与会展组织者的投诉处理部门配合做好协调工作。

对于会展的观众,主要是要注意辨别展品的真伪、有无潜在的知识产权侵权可能,以免在购买相关产品后卷入不必要的知识产权纠纷中去。

关于会展组织者的虚假宣传(展出的产品与主题不一致)。对于参展商和购票入场的观众,可以考虑通过合同法视为违约,因为展览服务是一种服务产品。展出产品与主题不一致就是提供了不合格的产品,没有履行合同约定的义务,因此构成违约。

除了从立法和会展参与者的自我保护可以采取以上对策外,还必须重视 WTO 规则对我国会展业发展的重要性,因为贸易自由化是全球贸易的趋势。面对全球一体化趋势,只有积极参与全球竞争,与国际规则接轨,才能早日赶上发达国家。当前,由于中国的会展业发展较快,只要找准时机,尽快与 WTO 规则接轨,相信我国会展业的国际化不用太久就会有明显的成效。

(作者单位:上海对外贸易学院)



参考文献:

- [1] 郑成思. 知识产权论[M]. 北京:法律出版社,2001.
- [2] 刘春田. 知识产权法[M]. 北京:中国人民大学出版社,2002.
- [3] 郑成思. 反不正当竞争——知识产权的附加保护[J]. 知识产权,2003,(5).