

●会展关注

展会傍名牌 展商被忽悠 男子诈骗近百万元获刑八年

■季张颖 张晓莉

虚构展会地址、编造展会规模，一男子借用知名展会名号与十余家企业签订参展合同，收取展位费94万余元。展会届期时，该男子却单方面宣布无限期推迟，又以各种方式拖延、拒绝退还展位费。近日，上海市嘉定区人民法院就该起合同诈骗案公开宣判，被告人陈某犯合同诈骗罪，被判处有期徒刑8年，罚金8万元。

知名展会竟是“山寨货”

2013年9月，公安机关接到某公司来信报案称，该公司工作人员与一自称“2013年上海国际家具展”官方展览服务商的煌铄展览服务公司签订合同，参加上海国际家具展，并支付给煌铄公司14.85万元作为展览场地费。但之后该公司被告知不能参展，而煌铄公司也并非其所声称的展会官方展览服务商。

公安机关立案调查后发现，另有十余家企业也遭遇了类似的骗局。这些企业大都通过电话、传真等方式收到煌铄公司的邀请，称其可为企业联系参加在上海新国际博览中心举办的“2013年上海国际家具展”。由于煌铄公司所称的展览时间、地点均与每年在上海举办的上海国际家具展相吻合，只是在名称上略有不同，一些中小企业难以分辨其中的差异。出于对展会规模的预期，这些企业便与煌铄公司签订了参展协议。

然而，在企业支付了全部或部分展位费后，煌铄公司并未积极为他们筹措参展事宜，就连索要参展手册、展位表等资料这样的基

本要求，也因种种理由遭到拒绝。在与煌铄公司沟通时，一些参展商发现展览会的地点并非上海新国际博览中心，而回过头来查看签约文本时才发现，参展申请表中根本就没有列明展览的地址。

“这分明就是欺诈啊。”气愤的参展商纷纷向煌铄公司表示要求退款。可对方却不断拖延、搪塞，只退还了部分费用，甚至还在临近“展期”时单方面宣布展会无限期推迟。

是合同诈骗而非正当经商

公安机关侦查结果指向煌铄公司经营负责人陈某有重大犯罪嫌疑。

陈某到案后交代，煌铄公司是其于2011年11月借用他人的身份信息成立的公司。2012年下半年，陈某计划筹办一个家具展，于是向上海市科学会堂预订了总面积800平方米的会议厅，并支付了1万元预付款。此后，其又通过关系找到北京的中国商业企业管理协会作为主办方，并拿到批复。

次年1月，陈某以举办“2013年上海家具展览会”的名义向家具公司招商参展，大约与20多家客户以传真的方式签订参展合同，并收取了客户汇来的展位费。

但陈某称其从未借用“第十九届上海国际家具展”的承办商名义及展览地址为浦东龙阳路的上海新国际博览中心的名义进行宣传。而之所以延期举办展览，是因为在临近展会预订日期时，参展的企业数量没有达到计划招录的40多家，故无法如期举行。

此外，陈某还提出，其在客户知悉展会延期举办而提出退款时，也与客户协商退款事宜，因此认为自己主观上并不具有非法占有他人财物的故意，不构成合同诈骗罪。

法院经审理认为，虽被告人陈某以有场地租赁合同和取得主办单位批复为由进行辩解，否认以办会展收取展位费的方法来诈骗财物，但上述行为只是为自己的非法活动穿上合法外衣，在案证据已经足以认定陈某构成合同诈骗罪。

故意混淆参展商 诈骗罪名成立

被告人陈某无展览业从业经验，煌铄公司成立后不招聘具有专业知识的人员，且根据陈某的供述，其预期招满一定数量参展企业才举办展会，而已收取展位费的参展商所涉及参展面积远远超出了其在上海科学会堂所预定的展厅面积。在展览临近展期前，陈某无故单方面宣布无限期推迟，除了租赁场地付了1万元外，陈某无法提供任何其为了展览顺利召开而进行筹备的证据。从煌铄公司的银行流水来看，也基本找不出明确指向展会筹备的支出。

根据十余家被害单位的指控，可以一致地证实陈某存在编造展览规模、展览地点的行为，使他们误信参加的是在上海新国际博览中心举办的“上海国际家具展”。陈某向参展商所提供的展位确认图也是根据知名展会的地点制作，而不是根据其所预定的展会地点进行确认，这也是为了进一步混淆参展商。最后，在陈某已经通知参展商展览无法

进行且已经出现退款的情况下，其继续收取其他公司的展位费，且事后不予退还。

此外，煌铄公司的银行账户明细能够证实煌铄公司除了向参展单位收取展位费外，并无其他合法经营收入，骗取的钱款大部分被陈某提取，可以认定煌铄公司成立以后系以实施犯罪为主要活动，本案不属于单位犯罪，应以陈某个人犯罪论处。

最终，法院判处陈某有期徒刑8年，罚金人民币8万元，并责令其退赔违法所得，发还各被害单位及被害人。

法官提醒：参展商要多长个心眼

承办本案的黄法官指出，每年在上海都会举办多个国际性展会，一些不法分子往往采用“傍名牌”的方式，以同时期在上海召开的知名展会为名，利用参展商对展会全称的误解诱使参展商签订协议。企业若稍有不慎，便会落入不法分子精心设计的“圈套”。

法官在此提醒企业参加展览时要多加留心，以免受骗上当。

首先，承办大型展会的企业一般均需具备相应资质，故企业在参展前可通过工商部门查询承办企业的登记情况，也可以通过展会的官方服务热线核实，切勿轻易地与“小广告”上的“皮包公司”接洽并付款。其次，参展商要仔细甄别展会名称、展览地点和展出时间，必要时到实地进行考察，以免参加“山寨”展会，使展出效果大打折扣。最后，一旦发现受骗，企业应通过法律途径依法维护自身的合法权益。

●会展传真

四川省贸促会将举办 中国(成都)智慧生活国际博览会

本报讯 记者近日获悉，中国贸促会批复同意四川省贸促会举办中国(成都)智慧生活国际博览会(以下简称智博会)。这是继成都国际汽车零配件及售后服务展览会被纳入四川省政府《关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》重点展会后，四川省贸促会的又一个重大展览项目。

智博会是根据四川省委、省政府关于对接“互联网+行动计划”、“中国制造2025”，加快优势产业优化升级，推动战略性新兴产业加快发展，突出高端成长型产业引领带动的重大战略部署而创办的产业促进平台。

据悉，首届智博会将于8月4日至7日在成都世纪城新国际会展中心举办，规划展览面积为3万平方米，重点展示智慧城市、数字家庭、智能制造、智能安防、信息科技、智创空间等七大领域内容，同期举办世界智慧产业大会等活动。智博会将以新理念、新要求和新手段，搭建新平台，助推构建互联网时代城市与产业发展的新格局。四川省贸促会力争通过5-8年的努力，将智博会打造成为国际知名、国内一流的智慧城市与智慧产业招商引资平台、装备采购平台、技术合作平台、品牌推广平台和创新创业平台。(静 安)

深圳国际会展中心2018年建成

本报讯 近日，深圳市委书记马兴瑞在调研重点片区和重大项目规划建设等情况时强调，全市各级、各部门要与时间赛跑，干字当头，全力以赴加快推进国际会展中心等重大项目建设，加大广东自贸前海蛇口片区和前海深港合作区等重点区域开发力度，积极抢占发展战略制高点，不断增强城市长远发展竞争力，加快建设现代化、国际化创新型城市。

深圳国际会展中心已于去年选址空港新城，一期30万平方米室内展厅及基本配套设施将于今年开工建设，于2018年建成投入使用。马兴瑞现场听取大空港片区规划布局和功能定位，并重点了解深圳国际会展中心、国际会议中心和新科技馆的规划选址情况。马兴瑞指出，大空港片区是建设粤港澳大湾区的重点区域，也是深圳未来城市和经济发展的重点增长极，对于提升深圳城市功能、抢占发展战略制高点具有十分重大的战略意义。马兴瑞强调，要把“两中心一馆”作为关系深圳未来百年发展大计的标志性的工程来抓，抓紧制定管用、实用的工作方案，加大土地整备力度，加快启动项目的规划建设。他还强调，要把“两中心一馆”作为深圳行政审批制度改革的重点项目，各相关部门要切实转变政府职能，加大简政放权力度，全面优化审批环节，进一步提高行政效能，尽快把大空港片区打造成为深圳城市发展的新亮点。(肖茵 余璐)

厦门展会举办超3天 须设知识产权投诉点

本报讯 今年，在厦门办展时间3日及以上，展会主办方就要在展会期间设立专门的知识产权投诉点。近日出台的《厦门市展会知识产权保护办法》(下称《办法》)，以加强展会知识产权保护，推动会展业健康发展。

《办法》适用于厦门市行政区域内举办的展示会、博览会、交易会、展销会等展览活动中有关专利权、商标权、版权等知识产权的保护。

在维权渠道上，对于展会举办时间在3日以上(含3日)，或是展出面积3万平方米以上的展会，或者政府主办的展会，《办法》均要求展会主办方在展会期间设立专门的知识产权投诉点。未设立知识产权投诉点的，展会主办方应当在展会场馆的醒目位置公布知识产权行政管理部门的举报投诉电话。

在展会知识产权发生纠纷的时候，当事人可向展会主办方提出投诉，展会主办方应当立即受理，并在受理后24小时内将相关投诉材料送达被投诉人。被投诉人不答辩或者不能作出有效举证的，展会主办方应当要求被投诉人按照知识产权保护协议约定立即采取处理措施。被投诉人拒不采取措施的，展会主办方可以按约约定予以撤展。(厦 婉)

大连创展孵化园启动

本报讯 日前，大连报业集团联手大连国际会议中心及大连众展会展有限公司共同搭建的“大连创展孵化园”正式签约启动。

据了解，大连报业集团与会展企业在此次跨行业合作中，将搭建与融合三方各具优势的平台，首先实现对展会项目的创立孵化、项目运营，以及全方位的市场推广等，以此达到合作各方的共赢。同时，孵化园将联合国内外多所高校及会展产业内众多企业，建立“大连会展人才创客基地”和人才储备数据库。孵化园还将结合自创或联办的众多展会项目，在为实践基地的人才提供实践平台的同时，也将为国内会展业源源不断输送高效优质的专业人才。(沈 莲)

『会展人红包节』究竟意欲何为？

■箫前

想要把一个抢红包游戏玩成“节”，不知是会展人的职业精神作祟，还是互联网思维下的一种尝试？

自2月2日启动的“首届会展人红包节”，通过微信传播，引得各路会展“土豪”参与其中，赞助不断加码，继而引发了“首届土豪争夺战”。在除夕夜四易“首豪”，引得众会展人纷纷围观，激起了会展业在“羊尾猴头”岁末交接时的一次小高潮。

据活动主办方会展人微广播创始人介绍，“联展会展人”微信公众平台是本次活动的唯一承办方。他们立志要将2月22日，这个非常普通，但听起来非常“二”的日子，打造成为一年一度的“会展人红包节”！

先让我们来看看，火爆的会展人红包节土豪赞助比拼是如何进行的？

手机微信关注“联展会展人”公众号，通过微信公众号申请成为赞助商，发红包金额100元起步；支付成功后，红包页面会显示该赞助商的头像、名称和企业简介或祝福词，并按照赞助金额排名。

2月15日，这个活动又玩起了新花样，赞助商可邀请朋友为其助力，分为3元、9元和任性元(10元以上)，最高合计赞助金额6666元封顶，赞助卡券1万元封顶。

作为会展业的一个创新活动，笔者也认真观察了一番。截至目前，通过微信公众号发布的第一篇介绍活动的文章获得超过1000次的阅读量，已有超过50家会展机构或个人参与成为赞助商，赞助款目前累计约3.5万元，约有近100人参与为朋友助力。

元宵节未到，红包未发，为什么这个玩闹似的活动就先红火了一把？引得各路会展人纷纷出钱、比拼谁富？是图花小钱、办大事的宣传效果？还是刷参与感的从众效应？抑或是发起人的平台和个人魅力？也许，会展人本来就是玩流量的。仅仅是给群主面子，钱不是万能的，但也不失一种很直接的表白。

距离2月22日只有几天了，“会展人红包节”的“开抢”环节即将开始。会像当年微信首推发红包功能那样掀起一股新潮流？还是如同今年“春晚+支付宝”这对组合那样获得毁誉参半的体验评价？还是真的就能如主办方设想的那样，把一个普通的日子打造成为一个节日，甚至成为品牌的会展人节日？

走着瞧吧！



美国纽约国际玩具展 唤起童年记忆

近日，2016年美国纽约国际玩具展在纽约贾维茨会议中心举办。作为美洲最大、世界三大玩具展之一，美国纽约国际玩具展被称为“西半球最大的玩具盛会”。今年展会盛况空前，来自世界各地的玩具公司、零售商等纷纷涌入，带来玩具行业的最新动态和趋势，展出最新产品，唤起公众的童年记忆。(王 洛)

●会展观察

2016年，会展产业政策离不开四要点

■袁 帅

产业政策是政府为支持或限制行业发展而作出的重大宏观决策。2016年的今天，会展业的产业政策问题越发起引起专家、学者和政府有关部门的高度重视。

其实，无论是在过去，还是在2016年的今天，制定会展业的产业政策都离不开以下这四要点。

是制定限制性政策，还是鼓励性政策？

这是最根本的政策导向问题。

政策是严肃的，不能朝令夕改。企业的失误只能导致局部的损失，不影响大局，而政策失误将关系到整个会展业的生死存亡。

因而政策必须要有高度，这种高度从哪里来？主要是基于对会展业运行规律的深刻理解。同其他许多行业相似，会展业也首先面临一个要制定鼓励性政策还是限制性政策的问题。截止到2015年，各项报告数据显示，目前在中国，会展业发展依然过热，而有些专家则从产业的带动效应上评判，认为会展业远未达到理想状态，更谈不上过热。

为了拿出高水平的政策，目前最关键的是加强对会展业的研究，真正弄清楚为什么要发展会展业？会展业给现实经济解决了哪些问题？对经济增长、对人民生活水平的提高有哪些好处？

如何能够使会展政策达到会展产业平衡发展的效果，既有所限制又有所鼓励，还需要业内认真思索与研究。

是遍地开花，还是某些区域优先发展？

这是重要的地区布局问题。

会展业的发展要有一定的基础条件，如基础设施、会展场馆、产业基础、政策环境等。并不是所有的城市、所有的地区都具备这些条件，因而会展业不可能遍地开花，只能根据这些条件，有选择、有重点地发展。那么，优先发展哪些区域呢？

先是北京、上海、广州三个具有重量级的中心城市，因为这些城市已经基本具备了发展会展业的社会、经济与文化基础，无论是组展商、参展商还是一般观众，都能够在这些城市找到参展与参会的理由。

再是特色级会展城市，如大连、青岛、深圳、成都、珠海、济南、厦门、重庆、杭州等，这些地区要么在城市风光方面具有垄断性，要么是区域经济文化中心和交通枢纽，容易找出自己发展会展业的特色和卖点。

是展会与大型活动同步发展，还是分类区别优先发展？

这是重要的产品布局问题。

从国外的有关研究看，不少学者把展览、会议与大型活动捆绑在一起，共同构成一个“会展业”。

其理由主要有两点：一是这三类活动都属于长时期策划、短时期聚集，对餐饮、住宿、旅游等具有较大带动性的活动。二是因为近年来的发展趋势已经表明这三类活动之间的界限在逐渐模糊，通常的情况是展中有会、会

中有展、大型活动中既有展又有会。

但是，从活动目的和具体运作方式来说，三者又有很大不同。一般说来，展览尤其是商贸展览，其直接目的是促成交易，是商品买家和卖家的聚会，其寻找交易伙伴的目的性非常明确。而大多数会议的目的在于交流信息，或者是单向的宣传，如培训、产品说明会等，或者是双向的交流，如研讨会等，能否达到沟通的目的是评价会议成败的关键之一。

相比而言，大型活动如奥运会、世博会以及各地的节庆活动等，其目的性比较复杂，可能是为了政治宣传，也可能是为了活跃居民生活，抑或是为了树立政府形象。从这一角度看，大多数大型活动的市场化程度低，需要政府出面，更需要财政补贴。

鉴于这三类活动的不同特点，在制定政策时，笔者认为不能同步发展。具体说，由于贸易展览是一种交易成本较低的贸易方式，要采取鼓励政策，大力发展；会议市场比较复杂，虽然会议具有促进经济技术发展的积极意义，但过多、过滥的会议同样有“文山会海、浪费资源”之嫌。所以，经贸类、技术类与学术类会议可以优先发展，其他会议要区分情况，加以限制；大型活动一般是由政府投资的，虽然在宣传政府形象、活跃居民生活氛围等方面具有一定的积极意义，但在政策上要加以限制，以防止各级政府好大喜功，误入歧