

## 前 言

为方便参展，规范秩序，特制定《第 124 届中国进出口商品交易会出口展参展手册》(以下简称手册)。本手册自第 124 届中国进出口商品交易会(以下简称广交会)起执行。此前凡与本手册相抵触的相关规定，均以本手册为准。也可通过浏览广交会官方网站 [www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn) 了解本届广交会的概况。

本手册的解释权归中国对外贸易中心。

## 时间安排

时间	展出内容
10月 10-14日 12:00	筹展
10月 15-19日 第一期	电子消费品及信息产品, 电子电气产品, 家用电器, 照明产品, 自行车, 摩托车, 汽车配件, 车辆, 动力、电力设备, 通用机械、小型加工机械及工业零部件, 工程农机(室内), 工程农机(室外), 大型机械及设备, 五金, 工具, 建筑及装饰材料, 卫浴设备, 化工产品, 新能源
10月 20-22日	撤换展
10月 23-27日 第二期	餐厨用具, 日用陶瓷, 家居用品, 个人护理用具, 浴室用品, 宠物用品, 钟表眼镜, 玩具, 礼品及赠品, 节日用品, 工艺陶瓷, 玻璃工艺品, 编织及藤铁工艺品, 家居装饰品, 园林用品, 铁石装饰品及户外水疗设施, 家具
10月 28-30日	撤换展
10月 31日-11月 4日 第三期	男女装, 童装, 内衣, 运动服及休闲服, 裴革皮羽绒及制品, 服装饰物及配件, 家用纺织品, 纺织原料面料, 地毯及挂毯, 鞋, 办公文具, 箱包, 体育及旅游休闲用品, 医药保健品及医疗器械, 食品, 贫困地区特色产品
11月 4日 18:00- 11月 5日 17:30	撤展

注: 第一期与第三期均设有进口展区, 欢迎前往参观采购。

# 目录

前 言 .....	1
时间安排 .....	2
重要提示 .....	5
第一章 展会介绍 .....	6
第二章 参展企业资格标准 .....	10
第三章 参展申请 .....	12
第四章 展位评审与安排办法 .....	14
一、品牌展位安排评审标准 .....	14
二、一般性展位评审标准 .....	17
三、出口展位位置安排办法 .....	18
第五章 参展展品管理规定 .....	23
第六章 广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法 (2017 年修正) .....	26
第七章 中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法 (试行) .....	40
第八章 广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法 (修订) .....	43
第九章 广交会馆内宣传品管理规定 .....	48
第十章 广交会出口展位使用管理规定 .....	52
第十一章 广交会出口产品设计奖参评条款 .....	58
第十二章 广交会绿色发展 .....	65
一、广交会绿色发展计划 .....	65
二、广交会绿色特装展位标准 .....	67
三、广交会绿色展位奖评选办法 .....	69

第十三章 广交会参展企业邀请采购商活动	79
一、参展企业邀请采购商活动操作指引	79
二、广交会参展企业邀请采购商活动奖励办法（试行）	81
三、广交会“i-邀请”活动金奖、银奖评比办法	83
第十四章 现场服务管理规定	86
一、安全保卫规定	86
二、展馆防火管理规定	88
三、展馆用电安全规定	92
四、卫生保障管理规定	98
五、车辆进出展馆管理规定	98
六、网络服务管理规定	102
七、广交会展品集货运输管理办法	106
附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表	112
附件 1.2 展区布局图	114
附件 2 中国进出口商品交易会参展展品范围	117
附件 3.1 广交会出口展参展申请表	137
附件 3.2 第 124 届广交会出口展联营参展申请表	141
附件 4 商标、专利、版权、质量认证情况备案清单	142
附件 5 广交会贸易纠纷防范与解决流程	143
附件 6 广交会出口展展位使用责任书	144
附件 7 广交会车辆撤展路线图	147

## 重要提示

一、展馆 B 区北广场北侧中段（阅江中路展馆 2 号门公交站旁）设置了 2A 安检口，参展商及采购商可从此新设安检口进出展馆。

二、展览现场服务（除展品搬运服务外）须到客户服务中心现场服务点申报、缴费。现场服务人员不允许到展位上向参展商或施工单位兜售商品或服务。

三、第一期特装展位报图截止时间为 9 月 30 日，第二、三期特装展位报图截止时间为 10 月 10 日。超过截止时间报图为逾期报图。每期开展前 2 天 17 时，对未报图的特装展位空地，强制恢复标摊（详见《服务指南》部分第七章第二点）。

四、在标摊展板、铝材上进行任何粘贴，将按每标准展位 500 元交纳押金，押金在参展商清理干净粘贴物后予以退还。参展商不得使用发泡胶、双面胶、封箱胶等进行标摊裱底，一经发现，将按 100 元 / 平米收取清理费，对材料造成损坏的应照价赔偿（详见《服务指南》部分第七章第四点）。

五、从第 124 届广交会起，新出台违规作业停工学习培训制度，且特种车辆进馆需提前办理专项报批手续，同时继续加强对参展企业不按规定报图进行违规搭建等行为的处理。（详见《服务指南》部分第七章第四点）。

六、继续加强刀具展品安全管理，企业参展期间，全部刀具展品须按要求入柜上锁（详见《服务指南》部分第七章第四点）。

七、参展企业必须严格遵守广交会撤展时间，禁止提前打包及撤展，大会将对违规提前撤展单位进行通报批评。请各交易团（分团）及商会 / 协会，进一步加强对参展企业撤展工作的宣传引导、现场巡视和监督管理；请各特装布展资质认证施工单位及搬运公司，严格按照大会撤展时间节点安排相关工作，不得擅自前进场施工作业（详见《服务指南》第八章第五点）。

## 第一章 展会介绍

### 一、主办和承办机构

主办机构：中华人民共和国商务部

广东省人民政府

承办机构：中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）

### 二、展会时间

第一期：2018年10月15—19日 每天9:30—18:00

第二期：2018年10月23—27日 每天9:30—18:00

第三期：2018年10月31—11月4日 每天9:30—18:00

换展期：2018年10月20—22日 10月28—30日

### 三、展会地点

中国进出口商品交易会展馆A区、B区与C区

地址：广州市海珠区阅江中路382号

### 四、展区安排

广交会按电子及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、建材、化工产品、能源、日用消费品、礼品、家居装饰品、纺织服装、鞋、办公、箱包及休闲用品、医药及医疗保健、食品16大类商品设置51个展区。《广交会展馆商品及展区分布表》详见附件1.1和附件1.2。

### 五、组展方式

广交会遵守“宏观指导，地方组团，行业协调，专业办展”的16字方针。设48个交易团，各类企业应按其所在行政区域或系统参加交易团，并作为交易团成员参加广交会。6个进出口商会及外商投资企业协会发挥行业服务协调作用，负责相关展区协调管理工作。

## 六、广交会机构设置

### （一）广交会秘书处（简称秘书处）

职责：负责广交会大会总体协调；广交会重大活动的组织与协调；商务部领导及嘉宾到会接待工作，落实部、司领导交办事宜。负责广交会有关信息的编号、上报；广交会各办之间的文件流转和机要、保密等文秘管理工作；负责统筹现场展览服务和通讯、财务等配套服务；后勤保障等日常工作。

电话：020-89125153

秘书处日常办事机构设在外贸中心办公室（电话：020-89138105）。

### （二）广交会业务办公室（简称业务办）

职责：组织、布置出口成交工作，负责外贸政策研究、形势分析，指导出口成交统计工作；指导广交会展览成效评估工作，研究制定广交会组展工作方案；组织开展有关广交会改革发展调研；负责有关业务信息编报（包括广交会总结等）；指导查处违规转让和倒卖展位以及知识产权侵权行为；联系交易团、商（协）会，协调有关展览工作；指导和推动信息化工作，建立完善的广交会电子政务系统、电子商务系统和信息服务系统等。

电话：020-89130415

业务办日常办事机构设在外贸中心广交会工作部（电话：020-89138569）。

### （三）广交会外事办公室（简称外事办）

职责：负责广交会对外交往、外事活动的组织安排。包括安排广交会领导的外事活动；接待应邀来访的外国政府及经贸代表团；邀请或协助邀请驻华使（领）馆官员、商会团体或公司代表等参加在广交会期间举办的相关活动。

电话：020-89130435

外事办日常办事机构设在外贸中心国际联络部（电话：020-89138627）。

#### **(四) 广交会政治工作办公室（简称政工办）**

职责：负责广交会思想政治工作的组织、管理和协调；负责违规转让和倒卖展位的检查工作。

电话：020-89125121

政工办日常办事机构设在外贸中心政工部（电话：020-89138469）。

#### **(五) 广交会保卫办公室（简称保卫办）**

职责：负责广交会展馆和重要活动的安全保卫工作；负责对到会采购商、国内与会人员的住所及主要活动场所的安全保卫工作实行统一的组织指挥，包括制定广交会保卫方案，协调各级公安部门行动，维护广州地区的社会治安，为广交会创造安全良好的社会环境；负责展馆的防火安全；负责维护广交会展馆及其附近道路交通秩序，保障交通畅顺。

电话：020-89130455

保卫办日常办事机构设在外贸中心保卫部（电话：020-89138715，89138713）。

#### **(六) 证件服务中心（简称证件中心）**

职责：会同外贸中心有关部门，负责广交会证件的印证、制证、发证，采集、分析、汇总采购商信息资料；负责规划完善办证系统、培训使用办证系统和现场管理。

电话：020-89074092

证件中心日常办事机构设在外贸中心客服中心保卫部（电话：020-89138707）。

#### **(七) 新闻中心**

职责：负责广交会期间记者邀请、接待、重要采访活动的安排以及组织

---

召开新闻发布会；负责编辑出版《广交会通讯》；负责广交会官方微信订阅号的宣传推广、运营管理；及时跟踪媒体报道，编辑《舆情快报》；负责宣传品的制作和发放管理；组织广交会现场资料拍摄和新闻中心数据库的管理。

电话：020-89061857，89061815

新闻中心日常办事机构设在外贸中心办公室（电话：020-89138486）。

#### （八）卫生保障办公室（简称卫生办）

职责：负责统一领导和指挥广交会卫生保障工作。与卫生行政部门保持密切联系，了解和掌握卫生动态，制定卫生保障工作方案和卫生防疫情况宣传口径；检查卫生保障措施落实情况；接受病情报告，处理卫生保障工作中的突发事件；组织、协调卫生防疫力量及相关工作；汇总广交会卫生防疫情况信息，编写简报。

电话：020-89130391

卫生办日常办事机构设在客服中心综合管理部（电话：020-89139828）。

（以上机构会议期间电话的启用时间为 10 月 9 日，如有变化，以广交会公布的电话号码为准）

## 第二章 参展企业资格标准

一、依法取得法人营业执照和外贸经营者备案登记证明，并已办理进出口企业代码。

### 二、广交会统计口径下企业出口金额须达到以下最低标准

（注：广交会统计口径下的出口额是指中国海关统计的一般贸易和进料加工贸易出口额中，扣除非看样成交产品如大米、大豆、原油、成品油、煤炭、焦炭、金属及非金属矿产品、烟草等后的出口额）：

地区	企业类型	金额（万美元）
沿海	流通型	150
沿海	非流通型	75
中部及东北	流通型	75
中部及东北	非流通型	40
西部	流通型	40
西部	非流通型	20

### 三、属下列情况之一的企业禁止参展：

（一）商务部向社会公告的违规违法企业，在公告期内禁止参展。

（二）国家工商、海关、税务、质检、外汇、环保、药监等部门通报的违规违法企业，在处罚期限内禁止参展；无处罚期限的，从处罚之日起连续六届禁止参展。

（三）因违规转让或转租（卖）广交会展位、涉嫌展品质量与贸易纠纷投诉、知识产权侵权等行为违反大会相关规定，并处于被取消参展资格处罚期限内的企业。

（四）因拒不服从大会管理、破坏展览秩序等其他行为，被大会认为对

广交会声誉或正常运营造成较大不良影响，被取消参展资格的企业。

#### 四、参展展品要求

属下列情况之一的展品禁止参展：

- (一)《中国进出口商品交易会参展展品范围(出口展)》规定之外的展品。
- (二)不符合《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国进出口商品检验法》及其他有关出口产品质量法律法规规定的展品。
- (三)涉及商标、专利、版权，但未取得合法权利证书或使用许可合同的展品。
- (四)在商务、出入境检验检疫机构、药品等质量监督管理部门有不良记录且未经复检合格的展品。
- (五)被司法机关、仲裁机关或知识产权行政管理机关认定侵权的展品。

五、参展企业须承诺接受和遵守广交会出口展的有关条款和管理规定，包括《广交会出口展展位使用责任书》、《中国进出口商品交易会出口展参展须知》、《中国进出口商品交易会出口展服务指南》等。

## 第三章 参展申请

### 一、展位类型

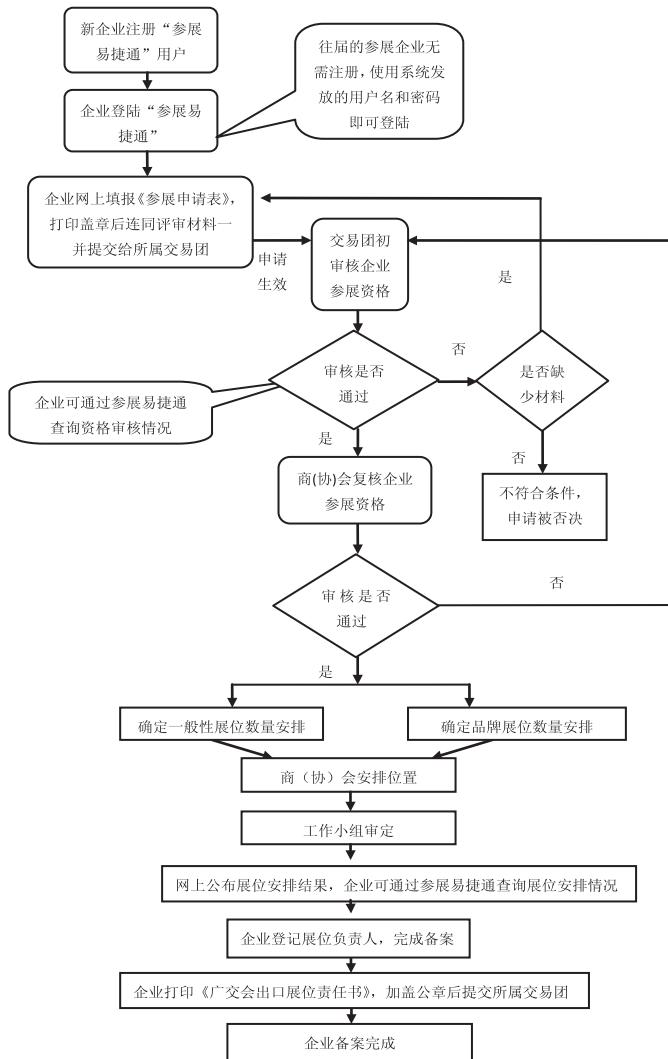
广交会展位分为品牌展位和一般性展位两种。一般性展位由地方交易团、国资委管理企业参展团单位负责安排。展区设置及展位类别详见《广交会展馆商品及展区分类表》（附件 1.1）。

### 二、参展申请

凡符合广交会参展资格标准的企业可在规定时限内通过广交会“参展易捷通 <http://exhibitor.cantonfair.org.cn/cn>”在线填报《参展申请表》（详见附件 3.1），打印盖章后连同评审材料（如上年度出口额、行业自律、研发创新和自主知识产权、国际通行认证、境外商标注册、品牌荣誉、高新技术企业等）一并提交给所在行政区域或系统交易团参展团单位，参展申请正式生效。企业在同一展区申请展位数至少为 1 个（标准展位面积为 9m<sup>2</sup>，化工产品展区按 4m<sup>2</sup> 为 1 个展位，车辆展区按 20m<sup>2</sup> 为 1 个展位，工程农机（室内）展区按 12m<sup>2</sup> 为一个展位，工程农机（室外）展区按 20m<sup>2</sup> 为 1 个展位，铁石装饰品及户外水疗设施展区按 20m<sup>2</sup> 为 1 个展位）。

流通型企业仅限在申请某一展区的展位数达到 2 个或 2 个以上时，可与有联合经营或供货关系的非流通企业（联营/供货单位）共同参展（联营参展），在线申请展位时，需一并提交《联营参展申请表》等有关材料（详见附件 3.2）。联营单位信息一经审核通过不能更改，同一展区最多可申请与两家联营/供货单位共同参展。

### 三、展位申请与安排流程



## 第四章 展位评审与安排办法

广交会展位分为品牌性展位和一般性展位。

### 一、品牌展位安排评审标准

#### (一) 出口额 (35 分)

出口品牌展位按不同类别展区分别设立 700 万、500 万、400 万和 300 万美元四个等级的最低出口额标准。品牌展位申请企业在过去两年的平均出口额达到所申请展区最低出口额的得 10 分，每超过 100 万美元或 150 万美元的加 1 分，累计不超过 35 分。（出口额取过去两年相关商品的平均出口额。）

#### (二) 境内外商标注册 (10 分)

境内外注册商标持有者须与出口品牌展位申请企业一致，商标覆盖的产品应属于所申请展区规定的参展商品目录。属商标转让的，应提交有关证明材料。

有境内注册商标的加 1 分。境外商标在一个国家（地区）注册（包括注册多个）得 1 分，每增加一个国家（地区）加 1 分。获得欧共体市场协调局（OHIM）注册、在欧盟国家内有效的商标，按 10 分计算。获得“马德里协定”国际注册的（简称“WIPO”或“OMPI”）以协定国数量计分。在“比荷卢”（Benelux）商标联盟注册的，计 3 分。

本项累计不超过 10 分。

#### (三) 品牌建设 (7 分)

企业进入商务部认定的外贸转型升级基地且主营业务与该基地特色产业相一致的，加 3 分；已建设国际营销服务体系达 5 家以下的（含 5 家）加 1 分，5 家以上的加 2 分；参加商务部主办或支持参加的境外品牌展的，加 2 分。以上三项累计不超过 7 分。

#### （四）研发创新和自主知识产权（25分）

1. 专利与版权。专利包括在境内外申请的合法持有的发明、实用新型和外观设计，其中，在境外申请的专利特指通过巴黎公约或专利合作条约（PCT）申请的，且可通过联合国世界知识产权组织等权威机构检索到的专利。专利证书中的专利权人或版权人应为出口品牌展位申请企业或其法定代表人，专利产品或版权作品应在所申请展区规定的参展商品目录范围内。专利权应在法定有效期内。每拥有一项发明专利得3分；每拥有一项实用新型专利得1分；外观专利和版权每五项加1分，不足五项不计分，累计不超过5分。此项总分10分。

2. 高新技术企业。高新技术企业的主营产品应属于申请展区规定的参展展品目录，证书在法定有效期内；获得国家级（包括2008年后由省级认定机构按国家标准认定的）高新技术企业称号的得5分。

3. 国家标准或行业标准。每制定或修订一个产品（技术）的国家标准或行业标准得3分，最多不超过10分。

以上三项累计不超过25分。

#### （五）国际通行认证（15分）

国际通行的质量管理体系、环境管理体系或行业认证的有效证书持有者须与出口品牌展位申请企业一致，且覆盖产品应属于所申请展区规定的参展商品目录。

国际质量管理体系、环境管理体系指：ISO9000系列质量管理体系、ISO14000系列环境管理体系、OHSAS18000系列职业健康安全管理体系、SA8000社会责任标准。通过一项认证得4分，累计不超过15分。

行业认证包括面向企业的行业认证和面向产品或生产线的行业认证，其中：面向企业的行业认证包括Oeko-Tex Standard 100生态纺织品认证、

HACCP 食品生产企业危害分析与关键控制点管理体系、ISO22000 食品安全管理、ISO/TS16949 或 IATF16949 汽车行业质量体系、ISO13485 医疗器械质量管理体系认证、CGMP 动态药品生产质量管理规范认证、英国零售商协会 BRC 认证，通过一项认证得 4 分，累计不超过 15 分；

面向产品或生产线的行业认证标准包括欧盟 CE、EMC、ROHS、PAHS、REACH 认证、美国 UL、UPC、FDA、ETL、FCC 认证、美国药典认证 USP、加拿大 CSA、CETL 认证、澳大利亚 WATERMARK、TGA、SAA 认证、RCM 认证、欧洲药典适用性认证 COS、德国 GS、TUV 认证、英国 BSI 认证、日本药品和医疗器械管理局认证 PMDA、日本药物主文档认证 JDMF、日本 PSE 认证、WHO PQ 认证、Halal 认证、Kosher 认证，IECEE CB 认证，通过一项认证得 1 分，同个产品或生产线通过多项认证累计不超过 3 分，总分累计不超过 10 分。

以上认证累计不超过 15 分。

#### （六）行业自律（3 分）

1. 积极参加同行业组织的活动（1 分）。
2. 积极应对国外针对我出口产品发起的“两反（反倾销、反补贴）、两保（保障措施、特别保障措施）”调查（1 分）。
3. 自觉遵守同行业相关规定，履行行业义务，积极维护行业出口质量安全，在行业内无违规记录（1 分）。

#### （七）广交会参展表现（5 分）

1. 上次品牌评审以来，在广交会出口产品设计奖（CF 奖）中每获铜奖 1 次相应展区加 0.5 分，每获银奖 1 次相应展区加 1 分，每获金奖 1 次相应展区加 2 分、每获至尊金奖一次相应展区加 3 分，每一展区累计不超过 3 分。
2. 上次品牌评审以来，每获得广交会绿色特装奖或广交会绿色展位奖（含

金、银、铜奖及人气奖) 1次相应展区加1分, 每一展区累计不超过2分。自第120届广交会以来, 相应展区绿色特装不合格的参展企业, 从第2次不合格起计, 每1次不合格扣1分, 每一展区累计扣分不超过3分。

3. 上次品牌评审以来, 在广交会“i-邀请”活动评比中每获得金奖1次加2分; 每获得银奖1次加1分; 累计不超过3分。如申报多个展区品牌展位的, 可自行选择其中一个展区进行加分。

本项累计不超过5分。

## 二、一般性展位评审标准

(一) 上一年度出口额(35分)

(二) 行业自律(5分)

积极应对国外针对我出口产品发起的“两反(反倾销、反补贴)两保(保障措施、特别保障措施)”调查, 积极参加行业集体协调, 积极维护行业出口质量安全。

(三) 国际通行认证(10分)

国际通行的质量管理体系、环境管理体系或行业认证的有效证书持有者须与出口品牌展位申请企业一致, 且覆盖产品属于申请的对应展区参展展品。

质量管理体系认证指:

1.ISO9000系列质量管理体系。

2.Oeko-Tex Standard 100生态纺织品认证。

3.HACCP食品生产企业危害分析与关键控制点管理体系。

4.ISO/TS16949汽车行业质量体系。

环境管理体系认证指:

5.ISO14000系列环境管理体系。

职业健康安全管理体系和社会责任标准指:

6.OHSAS18000 系列职业健康安全管理体系。

7.SA8000 社会责任标准。

#### （四）高新技术企业（5分）

按照省级高新技术企业、国家级高新技术企业计算分值。

#### （五）研发创新（10分）

按照企业拥有的实用新型、发明专利或外观专利（10项外观专利按1项发明专利折算）计算分值。

#### （六）境内外商标注册（5分）

按照境内外市场商标注册情况计算分值。

#### （七）品牌荣誉（10分）

国家出口名牌或省级出口名牌。

（八）各交易团不得上调上述评分指标的分值，但可结合本团实际情况增加其他评分指标。

注：“一般性展位使用条件”增加以下条款，自2013年起执行：

在某一展区连续两年四届（自2013年第113届广交会起计）参展后，仍无对应展区类别出口额的企业，禁止其在该展区继续参展，直至确证其有该展区类别的出口额为止（本条出口额特指广交会统计口径下的出口额）。

### 三、出口展展位位置安排办法

#### 第一章 总则

**第一条** 为提高中国进出口商品交易会（简称广交会）布展水平，更好地展示参展企业和展品，做到展位位置安排规范、透明、公平，特制定出口展位位置安排办法。

**第二条** 各省、自治区、直辖市、计划单列市和部分省府城市商务主管部门负责组织本地区企业以地方交易团形式参展。国资委管理企业参展组团结

位由商务部另行规定。

**第三条** 成立由商务部外贸司（简称外贸司）牵头，商（协）会（指中国纺织品进出口商会、中国轻工工艺进出口商会、中国五矿化工进出口商会、中国食品土畜进出口商会、中国机电产品进出口商会、中国医药保健品进出口商会或中国外商投资企业协会，下同）、中国对外贸易中心（简称外贸中心）和省级商务主管部门代表参加的展位位置安排工作小组（以下简称工作小组），负责确定参展企业的展位位置。

**第四条** 省级商务主管部门代表共6人，其中东部、中部和东北、西部地区各2人。代表由东部、中部和东北、西部地区省级商务主管部门按行政排序依次担任。

**第五条** 标准展位（标摊）是指利用标准展具配置统一搭建的展位。在不改变标准展位主体框架（围板、楣板）的前提下，参展企业可申请对展具配置进行改装。

**第六条** 特装展位是指参展企业申请使用一定面积空地，对空地不采用标摊装搭形式，而是委托布展施工单位进行专门装修布展的展位。包括：1. 品牌展位；2. 非品牌展位，即参展企业在同一展区具有2个以上且自愿要求特装的一般性展位。

**第七条** 特装展位位置在特装区内安排，标准展位位置在标摊区内安排。特装区内先安排品牌展位位置，后安排非品牌展位位置。

**第八条** 外贸中心结合各展区特点及展厅实际情况，按照位置相对集中原则，统筹划定各展区的特装区和标摊区，确定特装区展位布局，划定不同面积展位位置，并对外公布。

## 第二章 品牌展位位置安排

**第九条** 企业在提交品牌展位申请时须同时申请特装布展。

**第十条** 品牌展位位置按以下顺序安排：

（一）展位面积。即按照企业获得的品牌展位面积，依大小顺序相应安排在特装区展位布局图对应面积的位置。

（二）评审分数。即在展位面积相等的情况下，按企业评审得分高低顺序安排。

（三）主营产品。在展位面积、评审分数相同情况下，根据《中国进出口商品交易会参展展品范围》分类标准，展品属于主营范围的企业优先安排。

（四）对往届布展水平不合格企业，最后安排展位位置。

**第十一条** 在品牌展位数量安排方案确定后的 10 个工作日内，相关商（协）会提出展位位置初步安排方案，送外贸中心复核。

外贸中心在 3 个工作日内对初步安排方案提出调整建议；商（协）会在 2 个工作日内根据外贸中心的合理建议对初步安排方案进行相应调整，并将调整后的方案抄报工作小组。

工作小组在 5 个工作日内对调整后的展位位置安排方案进行审定和公示，根据公示结果正式确定展位位置方案并通知相关商（协）会和外贸中心；商（协）会在 3 个工作日内将正式确定后的展位位置安排方案通知各交易团执行。

### **第三章 非品牌特装展位位置安排**

**第十二条** 在规定的时限内，非品牌参展企业通过广交会网络管理系统向所属交易团提出特装申请，逾期不予受理。

**第十三条** 各交易团通过广交会网络管理系统审核本交易团非品牌参展企业的特装申请，汇总后提交相关商（协）会。

**第十四条** 非品牌特装展位位置按照以下顺序安排：

（一）展位面积。即按照企业获得的一般性展位面积，依大小顺序相应安排在特装区展位布局图对应面积的位置。

(二) 主营产品。在展位面积相同情况下,根据《中国进出口商品交易会参展展品范围》分类标准,展品属于主营范围的参展企业优先安排。

(三) 根据展馆及展厅实际条件和统筹布展需要来安排。

(四) 对往届布展水平不合格企业,最后安排展位位置。

**第十五条** 商(协)会在特装申报截止后10个工作日内提出展位位置初步安排方案,送外贸中心复核。

外贸中心在3个工作日内对初步安排方案提出调整建议;商(协)会在2个工作日内根据外贸中心的合理建议对初步安排方案进行相应调整,并将调整后的方案抄报工作小组。

工作小组在5个工作日内对调整后的展位位置安排方案进行审定和公示,根据公示结果正式确定展位位置方案并通知商(协)会和外贸中心,商(协)会在3个工作日内将正式确定后的展位位置安排方案通知各交易团执行。

**第十六条** 为确保大会展位安排及组展进度,参展企业如需特装必须按时申报。在大会规定时间内,企业可通过交易团申请特装更改;在交易团提交一般性特装展位安排方案截止后,不得提出更改要求,对超出规定时间进行特装更改(包括退回全部或部分特装展位、将全部或部分特装展位改为标准展位)的企业,处罚具体如下:

(一) 企业在同一个展区出现特装超期更改的情况,从下届起连续三届不能在该展区进行特装。

(二) 企业在两个或以上展区出现特装超期更改的情况,从下届起连续三届不能在任一展区进行特装。

每届广交会闭幕后的两个工作日内,各商(协)会将发生上述特装展位更改的企业名单报广交会工作领导小组办公室。

#### 第四章 标准展位位置安排

**第十七条** 各展区标准展位位置安排办法由相关商（协）会根据实际情况从以下两种方式中选定：

（一）由交易团按抽签顺序安排。

（二）由商（协）会按商品特点安排：

1. 主营产品。根据《中国进出口商品交易会参展展品范围》分类标准，展品属于主营范围的参展企业，优先安排展位位置。
2. 同等条件下，属于环保、节能产品的展品和具有创新技术或拥有自主知识产权的企业，优先安排展位位置。

**第十八条** 商（协）会在相关展区标摊区确定后的 10 个工作日内，提出相关展区展位位置初步安排方案，送外贸中心复核。外贸中心在 3 个工作日内提出调整建议，商（协）会在 2 个工作日内根据外贸中心合理建议进行相应调整，并将正式确定后的展位位置安排方案通知各交易团执行。

## 第五章 附则

**第十九条** 参展企业品牌展位位置原则上四届不变，非品牌特装展位和标准展位位置原则上保持两届不变。

**第二十条** 工作小组在每届广交会期间对参展企业特装布展效果进行评估，并公布评估结果。

**第二十一条** 商（协）会于每届广交会期间对标摊区企业进行检查，对产品混摆严重、不服从协调的企业，调整其下届展位位置。

**第二十二条** 本办法由商务部负责解释。过去有关规定与本办法规定不一致的，以本办法为准。

**第二十三条** 本规定自第 104 届广交会起执行。

## 第五章 参展展品管理规定

### 一、参展商品

广交会展品（包括展位内摆放的产品及张贴的宣传图片、发放的资料，下同）须是参展企业或经参展企业许可由联营（供货）单位提供的产品（物品），并符合以下规定：

- (一) 由参展企业对参展展品进行登记。
- (二) 展品不得跨展区摆放（即未按《中国进出口商品交易会参展展品范围》要求摆放）或摆放于展位净展览面积之外。
- (三) 凡涉及商标、专利、版权、质量认证的展品，参展企业须取得合法权利证书或使用许可合同（以下统称权利证书）。
- (四) 由供货单位提供的展品，参展企业和供货单位须在参展前签订书面展品参展协议（协议内容包括：展品类别，展品参展的展位号，商标、专利、版权、质量认证条款及时效等，并附相应合法权利证书复印件）。口头协议一律无效。

凡不符合以上规定的展品，视为违规展品，禁止参展，由此产生的责任与后果由参展企业承担。

### 二、展品管理

- (一) 参展企业负责对所属展位展品进行管理。
  1. 参展企业的展位负责人在广交会举办期间须携带以下展品资料：
    - (1) 展品清单；
    - (2) 《商标、专利、版权、质量认证情况备案清单》（附件 4）及商标、专利、版权、质量认证的合法权利证书（复印件）；
    - (3) 如联营（供货）单位共同参展，参展企业与供货单位签订的展品参

展协议书（正本）。

2. 广交会期间各展位负责人须每日对本展位展品进行检查，如发现来历不明的展品，要立即向所属商（协）会和交易团书面报告，并立即撤下展台。
3. 如展位更换负责人，代替人须逐项核实确认展品及展品资料，并对展位展品负责。

（二）广交会期间各商（协）会组织展品检查组负责检查广交会有关展区参展展品摆放情况，并将检查及处理情况报大会业务办。各交易团负责对本团参展展品进行检查。广交会业务办监督管理、保卫办予以协助配合。

### 三、对涉嫌违规展品查处程序及处理

（一）对侵犯知识产权的展品，按照《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》处理。

（二）对跨展区摆放或摆放于展位净展览面积之外的展品由各相关进出口商（协）会认定，并根据本办法第三条第（六）款的规定给予处罚。

（三）对虚打质量认证标牌的展品及其它不属于知识产权范围的违规展品，由各相关进出口商（协）会在交易团的协助下给予认定，并根据本办法第三条第（六）款的规定给予处罚。

（四）对展品进行检查时，检查单位（检查人）应向参展企业（展位负责人或当事人）出示证件。检查单位负责对检查时发现的违规情况作现场记录和现场处理，并将现场记录和处理情况于当日报广交会业务办。

（五）检查单位对展品进行检查时，参展企业（当事人）须按要求提供有关资料，说明情况，并对检查记录确认签字。对拒检者，其展品视为违规展品，并根据本办法第三条第（六）款的规定给予处罚。

（六）对出现违规展品的参展企业，分别给予下列处罚：

1. 已查明属违规的展品，按以下两类情况处罚：

(1) 属超出展位范围摆放的展品，由参展企业在当天自行完成整改，将该展品放入展位范围内或清理出展场，在当天不自行整改的，由广交会指定机构暂扣或统一清理出展场，统一清理出展场的运费，及暂扣期间产生的管理费、保管费等所有费用，由参展企业所在交易团和参展企业自行承担。如受场地限制等特殊因素无法整改的，对超出正常展位摆放范围的展览面积，按所在展区每平方米展位费的三倍予以罚款。

(2) 除第1点所述情况外，其他违反参展展品管理规定的展品，由参展企业立即自行撤下，不自行撤下的由广交会指定机构予以暂扣或没收。

2. 拒不执行上述处罚的，视情节轻重再给予下列追加处罚：

(1) 通报批评；

(2) 取消其两届广交会参展资格，对性质严重的永久取消其参展资格。

(七) 举报人或当事人如对处理有异议，可向广交会申诉或依照有关法律、法规进行申诉。

#### 四、其他

(一) 广交会鼓励单位和个人举报违规行为。商标、专利、版权权益人应提高自我保护意识，如发现其他参展企业涉嫌侵权，应及时向广交会举报。

(二) 参展企业使用的样本、目录以及所有已批准在广交会上发放的刊物，对涉及商标、专利、版权、质量认证的产品宣传，须符合有关法规。编印单位亦须按有关法规进行严格审查。有关权益人如发现涉嫌侵权，应及时向广交会进行举报，由广交会进行查处。

# 第六章 广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法

## (2017年修正)

### 第一章 总则

**第一条** 为加强中国进出口商品交易会（以下简称广交会）期间知识产权保护，维护正常交易秩序，保护参展企业和知识产权权利人的合法权益，根据国家有关法律、行政法规和规章制定本办法。

**第二条** 本办法仅适用于在广交会期间发生在展馆内涉嫌侵犯知识产权（以下简称涉嫌侵权）的投诉及处理。

**第三条** 广交会通过交易团与参展企业签订《广交会展位使用责任书》，约定知识产权保护条款，各参展企业应当在广交会上严格履行承诺的知识产权保护义务。

### 第二章 投诉管理

**第四条** 广交会业务办设立知识产权和贸易纠纷投诉接待站（以下简称投诉接待站），在展馆内不同区域设置工作点，负责受理对当届、当期展会该区域内发生的涉嫌侵权行为的投诉。

**第五条** 广交会邀请政府有关知识产权行政管理部门派员以专家身份进驻广交会，作为投诉接待站的工作人员，指导和协助投诉接待站依据广交会有关规定对涉嫌侵犯知识产权的投诉进行调查处理。

各交易团、商（协）会应当依据广交会有关规定和要求，在展前和展中加强对各自管理范围内参展企业的展品、展品包装、宣传品及任何展示部位的自查自纠，以防止涉嫌侵权行为的发生；应当积极配合投诉接待站，对涉嫌侵权且拒绝配合投诉接待站查处的参展企业进行教育和处理。

**第六条** 广交会参展企业对其展品、展品包装、宣传品及展位任何展示部位拥有知识产权或有授权的，应当带上相应的证明文件前来参展，以备必要时接受大会的检查。

**第七条** 投诉人如按照本办法向广交会提出投诉，并要求广交会对被投诉人按本办法处理，应当同意支付广交会各相关单位因处理该投诉而引致的费用；投诉不成立的，投诉人应赔偿被投诉人可能因此造成的损失。

### 第三章 投诉程序

**第八条** 持有参加当届广交会有效证件的与会人员，在展馆内发现展位上陈列摆放的展品、展品包装、宣传品及任何展示部位涉嫌侵权，可到相应的投诉接待站工作点进行现场投诉，但必须符合广交会有专利、商标、版权的投诉受理条件。对不符合条件的投诉，投诉接待站不予受理。对不通过投诉接待站，擅自与涉嫌侵权方进行交涉而影响展馆秩序的，按违反大会展场秩序管理规定处理。

有关投诉受理条件在广交会《参展手册》和广交会官方网站 ([www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)) 的《广交会专利侵权纠纷接受投诉、处理流程》、《广交会商标侵权纠纷接受投诉、处理流程》、《广交会版权侵权纠纷接受投诉、处理流程》中规定（见附件 1）。

**第九条** 投诉人投诉，应当首先按要求向投诉接待站提交相关材料和证据线索，经投诉接待站工作人员审验有效后，投诉人应按要求填写《提请投诉书》（见附件 2）。

投诉接待站不受理电话、电子邮件等其他形式的投诉。

**第十条** 广交会期间在馆内从事知识产权涉嫌侵权投诉代理工作的机构，

应当申请办理专用的中介代理证，接受投诉接待站的工作指导，自觉遵守广交会的有关规定。未按规定办理中介代理证的代理机构，投诉接待站不受理其投诉。

中介代理证办理办法见《关于广交会知识产权和贸易纠纷投诉代理人证件办理有关事宜的通告》。

**第十二条** 对于产品内部结构、产品制造方法涉嫌侵权的投诉，立案时，投诉接待站可以要求投诉人除提交规定的投诉资料外，还要提交证明涉嫌侵权的进一步证据。投诉人提交不出的，投诉接待站可以不予受理。

对涉及大型机械设备、精密仪器内部结构、产品制造方法等现场难以判定的专利投诉，投诉接待站可以不予受理。

**第十三条** 投诉接待站一般不受理同一投诉人就同一知识产权向同一被投诉人提出的重复投诉。对往届投诉接待站处理过的知识产权投诉而本届再次发现的同一侵权个案，投诉人还应出示在往届广交会闭幕后通过相关法律途径跟踪处理获得的已经生效的行政处理决定、民事裁判或者仲裁裁决文书。投诉人不能出示相关文件的，投诉接待站可不予受理；投诉人已经跟踪处理虽未结案但被投诉人恶意侵权或有重大社会影响的案件除外。

**第十四条** 投诉接待站受理投诉后出具受理号给投诉人，受理号是查询投诉案件处理情况和获取处理结果的依据。投诉接待站根据案件受理的先后和轻重缓急等情况安排工作人员处理投诉案件。

**第十五条** 投诉接待站对个案查处过程中，被投诉人应指定专人协助投诉接待站工作人员对被投诉物品进行查验。投诉接待站调查审议后，初步认定为涉嫌侵权的，被投诉人应当立即出示证据以证明其拥有被投诉内容的合法权属，做出不侵权的举证。

---

**第十五条** 被投诉人不能当场对涉嫌侵权的物品做出“不侵权”有效举证的，被投诉人应当配合投诉接待站处理，停止展示。

同时被投诉人应立即签署《处理通知书》（见附件3）和《承诺书》（见附件4），承诺自被认定涉嫌侵权起，如不能提供有效举证，不再展出该涉嫌侵权物品。《承诺书》一式两份，分别由被投诉人和投诉接待站保存。

被投诉人如拒绝配合在《处理通知书》和《承诺书》签字的，不影响结果认定，投诉接待站可将情况向其所属交易团通报；对情节严重的，按照本办法第二十四条规定处理。

**第十六条** 被投诉人对投诉接待站的处理结果有异议的，应当在壹个工作日内（以广交会会场作息时间表为准）到投诉接待站提出抗辩并提供相关证据。抗辩成立的，投诉接待站立即允许其继续展出被投诉物品；如被投诉人未在规定时间内提出抗辩或者抗辩不成立的，投诉接待站仍按涉嫌侵权的相关规定进行处理。

**第十七条** 投诉接待站根据案件情况要求被投诉人出示的证据，除包括证明权属的文件外，还包括相关进出口海关单据、供货合同或协议、发票、检测检验报告、公开出版刊物（专利文献、教科书、杂志等）等有效证据。

**第十八条** 投诉接待站可以通过拍照、录音录像等方式到涉嫌侵权的参展展位现场取证，也可以配合行政、司法部门进行现场取证，或者配合公证部门进行公证，参展企业应当予以配合。投诉接待站对拍照、录音录像所取得的资料负有保密责任，非经法定程序不得对外提供。

**第十九条** 当届广交会结束后，投诉接待站应及时将当届受到广交会处理的涉嫌侵权参展企业名单通知其所在交易团。

**第二十条** 投诉人撤诉，应在投诉当期以书面形式正式提出方为有效，超

过此时限的撤诉申请，投诉接待站不予受理。

## 第四章 处理办法

**第二十一条** 发生在展位上的涉嫌侵权行为，由在广交会正式备案分配使用该展位的参展企业承担责任并接受大会的处理。

联营企业涉嫌侵权的行为责任由对应的参展企业承担，名单一并送交易团。

**第二十二条** 投诉接待站按本办法规定程序对知识产权投诉进行处理，对不能做出“不侵权”有效举证或抗辩不成立的被投诉人，被认定为“涉嫌侵权”企业，投诉接待站工作人员对相关展品可作出“自撤”或“暂扣”的处理决定。

自撤是指投诉接待站要求参展企业立即自行撤下摆放在展位内的涉嫌侵权展品，并承诺不再展出的处理方式；对于涉嫌侵权的物品，投诉接待站可以采取遮盖或者贴封条的方式处理，同时作出“自撤”的处理决定。

暂扣是指投诉接待站工作人员将参展企业摆放在展位内的涉嫌侵权展品扣回投诉接待站并登记在册的处理方式。对暂扣的涉嫌侵权展品，被投诉人可在本届广交会当期最后一天下午到投诉接待站领回；逾期不领回的，投诉接待站可作销毁处理。

**第二十三条** 一个企业在一期广交会内涉嫌侵权 3 个以上权属号的，予以交易团通报。对在同一展区，连续两届或两年内累计三届发生专利、版权涉嫌侵权行为或累计两届发生商标侵权行为的参展企业，进行交易团通报。

（一）对受到两次交易团通报的参展企业，予以大会通报，并作出以下处理：

对使用一般性展位的涉嫌侵权企业，其下一届在侵权展区（以最后一次涉嫌侵权展区为准）的一般性展位数量安排以其侵权当届在该展区的展位数

---

扣减 1 个展位数后的剩余数为上限，由所属交易团负责执行。

对使用品牌展位的涉嫌侵权企业，下届起在侵权展区（以最后一次涉嫌侵权展区为准）的品牌展位数量安排以其侵权当届在该展区的品牌展位数扣减 2 个展位数后的剩余数为上限，直至下次品牌展位企业评审为止；若扣减后剩余的展位数小于对应展区的规定品牌展位数下限，则从下届起取消该企业该展区品牌展位使用资格，直至下次品牌展位企业评审为止。对品牌与一般性粘连展位侵权的，视同品牌展位侵权，相应扣减品牌展位数。

（二）如前款所涉参展企业再次受到交易团通报的，则取消其六届广交会参展资格；恢复参展后又再次涉嫌侵权的，永久取消其广交会参展资格。

**第二十四条** 被投诉人应当积极配合投诉接待站工作人员对涉嫌侵权投诉案件的调查和处理。被投诉人、参展企业以及案件相关人员有下列情形的，投诉接待站可会同大会保卫办收缴当事人的参展证件，取消其参展资格，并可视情节轻重对该企业采取交易团通报、大会通报、扣减其下一届广交会展位或者直接取消下一届参展资格的处理方式。

（一）无视大会纪律，对投诉接待站的案件查处工作拒绝合作、态度恶劣且劝说无效的；

（二）公然以暴力、威胁或其他方法妨碍、阻止投诉接待站工作人员调查处理案件的。

**第二十五条** 对参展企业不遵守承诺书规定，对自撤的涉嫌侵权展品在没有抗辩成功的情况下在本届广交会再次展出的，投诉接待站工作人员可没收涉嫌侵权展品，并在展会结束后直接作销毁处理；对情节严重的，依照本法第二十四条处理。

**第二十六条** 有生效的司法判决或行政裁决认定为侵权而又将其侵权展品、

展品包装、宣传品等摆上广交会展位的，将永久取消该企业的广交会参展资格并进行大会通报。

**第二十七条** 对在同一期广交会的大面积投诉，在征得投诉人同意的前提下，可移交商会进行快速处理。对能积极配合案件处理，主动撤下涉嫌侵权展品的被投诉企业，可不在大会投诉系统中进行涉嫌侵权的记载；对拒不配合商会处理或在撤下涉嫌侵权展品后又再次展示且情节恶劣的被投诉企业，投诉接待站将按程序处理并在大会投诉系统中进行涉嫌侵权记载。

如投诉人不同意移交商会进行快速处理，则按投诉接待站受理案件的正常程序进行处理。

## 第五章 术语释义

**第二十八条** 本办法所指“知识产权”包括：专利权、商标权和版权。

**第二十九条** 本办法所指“参展企业”，是在广交会正式备案使用展位的参展企业（即展位楣板所列公司）。直接涉嫌侵权企业为该参展企业本身/子公司/联营单位/供货单位/协作单位的，本办法第四章所列各项对涉嫌侵权企业的处理，均由该参展企业承担。

**第三十条** 本办法所指“联营企业”，是与参加广交会的流通型企业有联合经营或供货关系的非流通企业。

**第三十一条** 本办法所指“交易团通报”，是投诉接待站将涉嫌侵权行为达到规定次数的当届涉嫌侵权的企业名单通报给相关交易团，相关交易团应当按照广交会的规定在团内采取一定形式对涉嫌侵权企业进行通报批评。

**第三十二条** 本办法所指“大会通报”，是投诉接待站根据参展企业涉嫌侵权的严重程度及接受处理的态度等情况，将涉嫌侵权的企业名称、侵权情

---

况及处理意见刊登在《广交会通讯》上，以达到警示教育全体参展企业的作用。

**第三十三条** 本办法所指“同一展区”，是根据广交会商品大类划分的参展区域。

**第三十四条** 本办法所指“大面积投诉”，是在同一期广交会投诉人就同一知识产权一次性投诉 10 家以上参展企业或者以 10 个以上权属号投诉同一家企业的情形。

**第三十五条** 本办法所指“以上”，均包含本数。

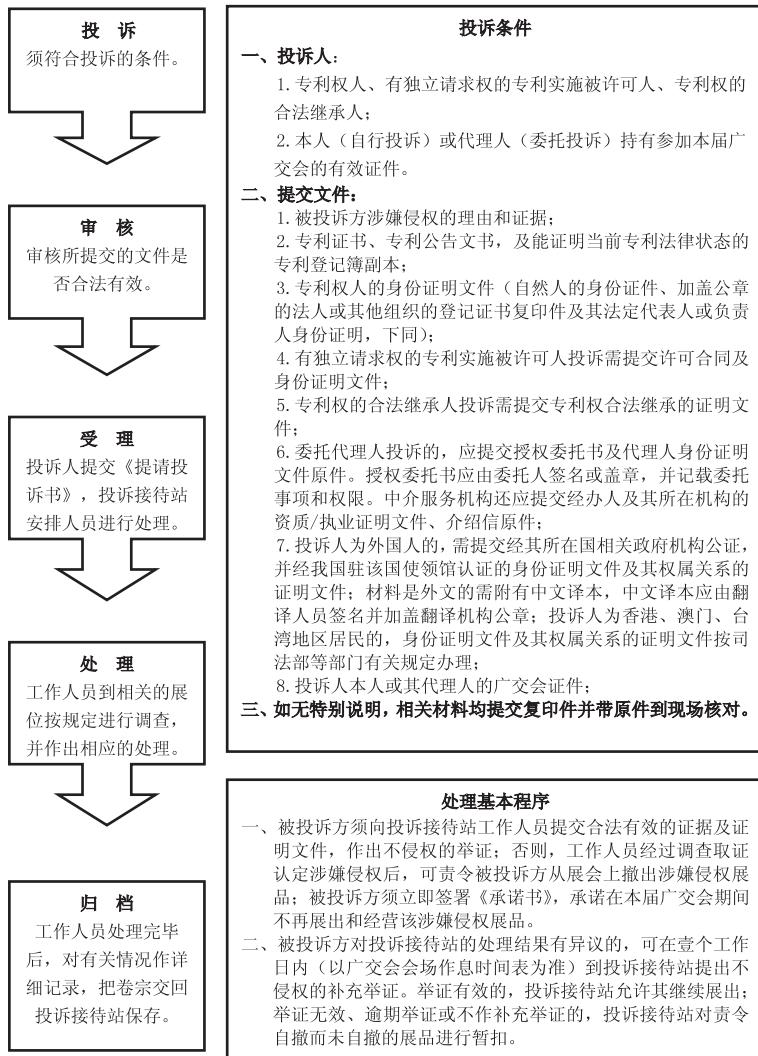
## 第六章 附则

**第三十六条** 投诉接待站建立档案系统，对每届广交会的有关投诉数据进行统计分析，并将每期情况向有关部门进行通报。

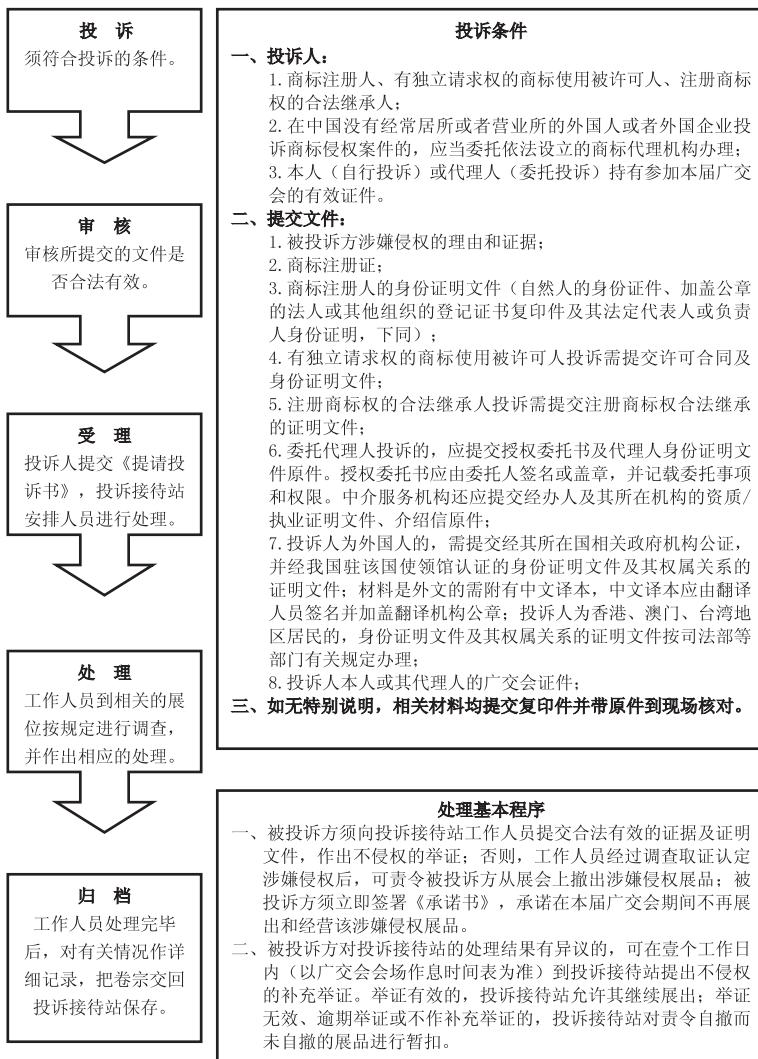
**第三十七条** 本办法解释权归中国对外贸易中心。

**第三十八条** 本办法自发布之日起生效，《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法实施细则》作废，以往广交会的相关规定如与本办法有冲突的，以本办法为准。

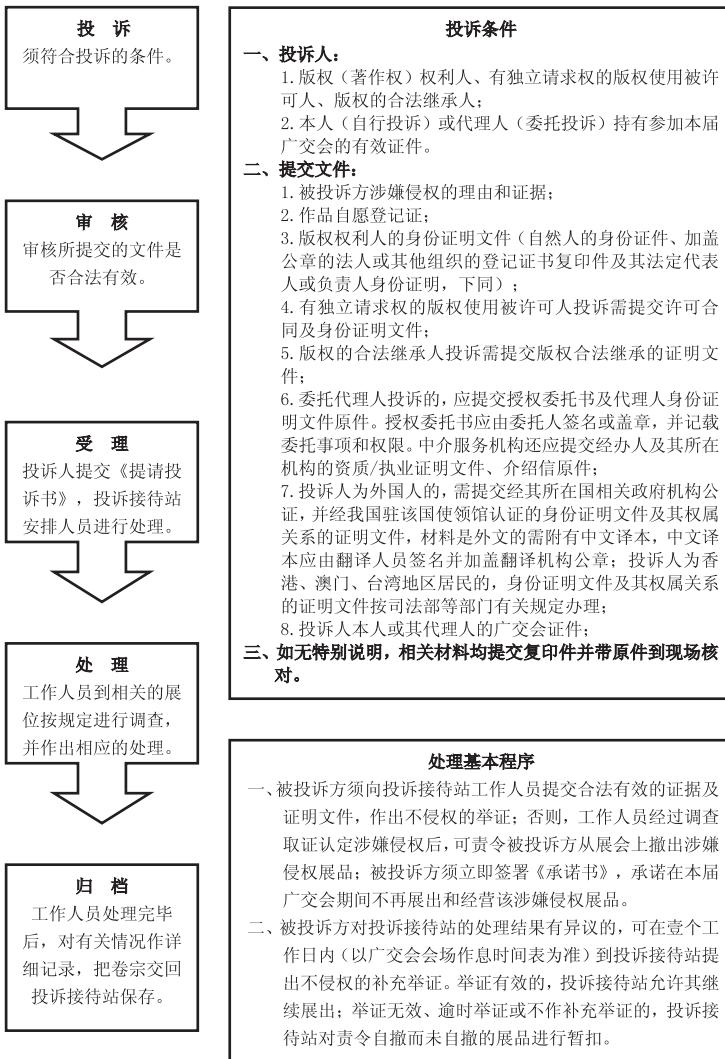
## 附件1：专利侵权纠纷接受投诉、处理流程



## 商标侵权纠纷接受投诉、处理流程



## 版权侵权纠纷接受投诉、处理流程



附件 2: 广交会出口展区知识产权提请投诉书

第 届 第 期 展 区 受理号:

权利名称		权利号		类别	
权利人	名称			法定代表人	
	地址			电话	
投诉代理人	名称(受托个人或机构)				
	地址			电话	
权利人信息	国别或地区		<input type="checkbox"/> 中国大陆 <input type="checkbox"/> 港澳台 <input type="checkbox"/> 日本 <input type="checkbox"/> 韩国 <input type="checkbox"/> 法国 <input type="checkbox"/> 英国 <input type="checkbox"/> 德国 <input type="checkbox"/> 美国 <input type="checkbox"/> 其他( )		
	属 性		<input type="checkbox"/> 个人 <input type="checkbox"/> 国有企业 <input type="checkbox"/> 私人企业 <input type="checkbox"/> 三资企业 <input type="checkbox"/> 合资企业		
	企业规模		<input type="checkbox"/> 小型企业 <input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 大型企业 <input type="checkbox"/> 跨国公司		
	所属行业		<input type="checkbox"/> 电子及家电 <input type="checkbox"/> 车辆及配件 <input type="checkbox"/> 医药、保健 <input type="checkbox"/> 化工 <input type="checkbox"/> 建材 <input type="checkbox"/> 机械 <input type="checkbox"/> 五金工具 <input type="checkbox"/> 日用消费品 <input type="checkbox"/> 礼品 <input type="checkbox"/> 纺织 <input type="checkbox"/> 照明产品 <input type="checkbox"/> 家居装饰品 <input type="checkbox"/> 箱包 <input type="checkbox"/> 其它( )		
被投诉方	序号	企业名称	展位号	涉嫌侵权产品名称	
	1				
	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				
<p>本人对以上的投诉,承诺认可广交会投诉接待站按照《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》的规定进行处理,同意支付广交会各相关单位处理本投诉而导致的额外费用,并同意赔偿因投诉不当对被投诉方造成的损失。</p> <p>投诉人签名(盖章):</p> <p>日期: 年 月 日</p>					

注:根据《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》第十二条之规定,投诉接待站一般不受理同一投诉人就同一知识产权向同一被投诉人提出的重复投诉。

附件3:

第\_\_\_\_届第\_\_\_\_期编号\_\_\_\_

**涉嫌（专利 / 商标 / 版权）侵权处理通知书**

\_\_\_\_\_公司：

据（投诉人）投诉，经广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站（以下简称投诉接待站）认定，贵公司在本届广交会（展位号）上摆设的（展品名称）涉嫌侵犯了（投诉人）的（专利 / 商标 / 版权）（权属号：\_\_\_\_）。上述展品按广交会保护知识产权的有关规定予以处理。贵公司对本处理结果有异议的，可在壹个工作日内（以广交会会场作息时间表为准）到投诉接待站提出不侵权的补充举证。举证无效或不作补充举证的，维持本处理决定。对暂扣的涉嫌侵权展品，被投诉人可在本届广交会当期最后一天下午到投诉站领回；逾期不领回的，投诉接待站可作销毁处理。

展品处理方式：

经办人：

数量：

展品所有人：

参展商证件号码：

广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站

20 年 月 日

## 附件 4:

### 承诺书

我公司现正式向中国进出口商品交易会知识产权和贸易纠纷投诉接待站承诺，同意按照大会制定的《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》的规定，自本日起，至本届中国进出口商品交易会结束（**除涉嫌侵权申辩成功外**），不在中国进出口商品交易会展馆现场任何地方展出、经营下列涉嫌侵犯知识产权的物品及相关宣传品：

涉嫌侵权产品名称：

型号：

权属号：

若违反本承诺，我公司自愿接受广交会的处罚。

本承诺书一式二份，知识产权和贸易纠纷投诉接待站及承诺人各持一份，自承诺书签署之日起生效。

承诺方：

展位号：

承诺方代表人：

联系电话：

参展商证件号码：

20 年 月 日

## 第七章 中国进出口商品交易会贸易纠纷防范 与解决办法（试行）

### 第一章 总则

**第一条** 为有效解决中国进出口商品交易会（以下简称广交会）参展企业与采购商之间产生的贸易纠纷，维护正常交易秩序，保护买卖各方的合法权益，构建诚信和谐的国际贸易环境，根据中华人民共和国有关法律法规和广交会的相关管理规定，制定本办法。

**第二条** 本办法适用于广交会参展企业与采购商之间贸易纠纷的防范及其投诉与处理。

**第三条** 参展企业和采购商应诚实守信，严格履行合同，谨慎防范风险，和谐化解矛盾。

**第四条** 广交会设立的知识产权和贸易纠纷投诉接待站（以下简称投诉接待站）是广交会开幕期间唯一接受贸易纠纷投诉的机构。

中国对外贸易中心与华南国际经济贸易仲裁委员会共同派出工作人员，在投诉接待站负责贸易纠纷投诉接待与处理工作。

### 第二章 交易规范化与贸易纠纷防范

**第五条** 为了有效规范交易行为，防范贸易风险和化解可能发生的纠纷，广交会倡导参展企业和采购商在进行交易时使用广交会推荐的示范合同文本签订书面合同，预先约定和谐有效的争议解决方式。

**第六条** 广交会通过交易团或商(协)会与参展企业签订《展位使用责任书》，推动参展企业主动防范和化解与采购商之间的贸易纠纷。

发生贸易纠纷的，参展企业或采购商按照本办法规定提出投诉并请求处理，除非当事人对纠纷解决方式另有约定。

### 第三章 贸易纠纷的投诉与处理

#### 第七条 贸易纠纷投诉须同时具备以下条件：

1. 实行投诉实名制，投诉人持有参加当届广交会的有效证件；
2. 被投诉人为当届广交会的参展企业或采购商，且被投诉人本人或其代理人在我馆现场；
3. 投诉人提供与纠纷相关联的证据材料（包括交易合同、付款凭证等）。

如被投诉人本人或其代理人不在展馆现场，投诉接待站将协助投诉人找相关交易团或其他相关部门协调处理。

#### 第八条 投诉接待站接到投诉人的投诉后，应作出是否受理投诉的决定。

投诉不符合本办法第七条规定条件的，投诉接待站可以不予受理。投诉符合本办法第七条规定条件的，投诉接待站应予以受理。

投诉受理后，投诉人应填写《投诉登记表》。投诉接待站收到《投诉登记表》后，立即安排专业人员处理。

#### 第九条 投诉接待站根据投诉人提供的被投诉人联络方式通知被投诉人。

被投诉人为参展企业的，投诉接待站同时通知被投诉人所属交易团。被投诉人及其所属交易团应当配合投诉接待站贸易纠纷处理工作。

**第十条** 贸易纠纷应当首先通过调解方式进行处理。调解由中国对外贸易中心和华南国际经济贸易仲裁委员会派驻投诉接待站的工作人员共同主持。

投诉接待站可以采用其认为有利于当事人达成调解协议书的方式对贸易纠纷进行调解。

**第十一条** 调解成功的，应制作调解协议书，由双方当事人或其代理人在调解协议书上盖章或签字。投诉接待站可以加盖印章予以鉴证。

为了赋予调解结果以强制执行的法律效力，任何一方当事人都有权请求

华南国际经济贸易仲裁委员会按照调解协议书的内容快速作出仲裁裁决。

**第十二条** 调解不成功的，纠纷应提交华南国际经济贸易仲裁委员会仲裁，除非当事人就纠纷解决方式另有约定。

当事人既可在广交会展期之内，也可在广交会闭会期间，在法定时效内向华南国际经济贸易仲裁委员会申请仲裁。

## 第四章 处理结果与执行

**第十三条** 当届广交会结束后，投诉接待站将被投诉参展企业名单及涉嫌纠纷责任名单分别送广交会工作部、所属交易团和商（协）会备案，并按照《广交会展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》有关规定执行。

**第十四条** 参展企业或采购商在发生纠纷后不按照本办法进行投诉的，或出现被投诉人拒绝配合投诉接待站贸易纠纷处理工作等情形的，投诉接待站将请相关交易团或其他相关部门出面协调处理。

**第十五条** 一方当事人拒绝履行仲裁裁决书的，另一方可以在中国向有管辖权的法院申请强制执行，或者依照联合国《承认及执行外国仲裁裁决公约》向外国法院申请执行。

## 第五章 附则

**第十六条** 当届广交会结束后，投诉人拟对被投诉人采取任何进一步法律行动的，应依据合同的约定以及相关法律法规的规定进行。

**第十七条** 本办法所称的“参展企业”包括联营供货企业。

**第十八条** 本办法解释权归中国对外贸易中心。

**第十九条** 本办法自发布之日起生效，此前广交会的相关规定与本办法不一致的，以本办法为准。

## 第八章 广交会出口展展品质量及贸易 纠纷投诉监控办法（修订）

为遏制当前广交会展品质量及贸易纠纷投诉增多趋势，提升广交会整体办展质量，维护广交会品牌形象，现就加强广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉的监督控制制定相关办法如下：

### 一、总体思路

通过资格审核、质量监管、组展表彰等手段加强展前控制，建立被投诉名单及纠纷责任名单制度、信息公开和共享制度等监控机制，对应承担责任的参展企业及有关单位采取严格处罚措施，并完善相关投诉处理操作流程，由交易团承担本团涉嫌企业的协查责任，全方位监控广交会出口展参展企业的展品质量和贸易纠纷投诉现象。

### 二、具体监控办法

#### （一）加强展前审核

##### 1. 定期评估参展企业资格

各交易团、商协会须认真履行参展企业资格审核和复核职责，按规定安排展位并公示结果，严格把好准入关，从源头上控制不具备资格或有不良记录的企业参展。广交会工作领导小组办公室定期评估各交易团的参展企业达标率和更新率，抽查交易团参展企业资格条件。

##### 2. 严格展品质量监管

各交易团要严格按照商务部办公厅《关于加强中国进出口商品交易会展品质量监管有关工作的通知》（商办广函[2010]1700号）要求，全面加强展品质量监督管理，积极与当地质检部门合作，主动以书面形式将初审后的企业名单一并提交当地质检部门核查，防止进入质检系统黑名单或有不良记录

的企业和产品参展，并将质检部门盖章的正式核查结果书面报广交会工作领导小组办公室备案。

### **3. 督促企业规范签约行为，严格约定产品质量标准**

各交易团、商协会要督促参展企业与采购商签订规范的合同（可参考广交会示范合同文本），就产品质量标准、产品质量异议认定、履约要求及纠纷解决等作出明确约定，从源头上防范产品质量和贸易纠纷投诉。

## **（二）建立监控机制**

### **4. 建立展品质量及贸易纠纷被投诉名单和纠纷责任名单制度**

被投诉名单指被广交会采购商投诉且被大会受理的参展企业和联营供货单位名单；

纠纷责任名单指：

（1）经国内质检部门、法院或仲裁机构等正式认定应承担展品质量及贸易纠纷责任，并由广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站（以下简称大会投诉接待站）确认的参展企业和联营供货单位名单。

（2）在事实清楚、证据充分、责任明确，且双方均对事实责任书面认可的情况下，由大会投诉接待站确认需承担责任的参展企业和联营供货单位名单。

### **5. 加强监控措施**

凡进入被投诉名单的企业，均作为自下届起连续十届的重点监控企业名单，对其开展展前监控和展中监控。展前监控指相应交易团应专门提供该企业所在地质检主管部门书面核查结果（适用于因产品质量原因被投诉的企业）或工商管理部门关于该企业信用信息的核查结果（适用于产品质量以外原因被投诉的企业）。展中监控指将该企业作为开展期间展品质量或合同信用监管的重点检查对象。

被重点监控期间，如被投诉方提供自身免责的有效证明（包括法院或仲裁机构等第三方出具的证明、投诉双方确认的被投诉方免责证明、双方经大会投诉接待站调解达成和解协议并履行完毕的证明等），经所在交易团和大会投诉接待站确认后，解除重点监控。

## 6. 建立信息公开制度

通过参展易捷通系统添加“敬告提示”，被投诉企业通过专用账号登录后，系统将自动提示其上届被投诉情况，予以警示；一旦进入纠纷责任名单，企业被投诉情况和处理结果将通过备案系统公开。

## 7. 发挥组展工作表彰机制的促进作用

将“按大会规定落实展品质量监管、处理展品质量投诉及贸易纠纷”纳入广交会组展表彰评比指标，相关工作开展情况直接影响交易团组展表彰结果。

### 三、操作规程

#### （一）投诉受理条件

8. 广交会展览期间投诉，其受理条件参照《中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法（试行）》第七条执行。

9. 非广交会展览期间的投诉，投诉方须为广交会采购商，被投诉方须为广交会参展企业或联营供货单位，并实行投诉实名制。投诉方须至少提供以下资料中的两项：

- (1) 对应届数的广交会证件或参展依据；
- (2) 广交会上签订的有效合同、协议或成交意向书等；
- (3) 我国驻外使领馆或经商处室等涉外政府机构出具的相关公函及书面情况说明等。

#### （二）受理调解流程

10. 广交会展览期间的投诉，由业务办下属的大会投诉接待站按《中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法（试行）》处理。大会投诉接待站每届广交会后须向广交会工作部提交以下名单：

- (1) 被投诉名单；
- (2) 纠纷责任名单；
- (3) 第 12、13、15 条所涉参展企业或联营供货单位名单。

11. 广交会闭幕期间的展品质量及贸易纠纷投诉，按以下流程处理：

- (1) 大会业务办日常办事机构外贸中心广交会工作处负责接收投诉材料，并根据投诉材料判断是否符合受理条件。
- (2) 如符合受理条件，以工作领导小组办公室名义书面致函被投诉企业所属交易团，抄送相关商 / 协会，并转交相关投诉材料。
- (3) 交易团须承担本团企业（含联营供货单位）的调解处理责任，如涉及多个交易团，交易团间须协调配合；各相关商 / 协会协助交易团完成调查调解工作。交易团收到协查通知后，须于收到之日起 30 天内向广交会工作领导小组办公室书面提交调查调解情况材料，被投诉企业可在此期间书面申诉。
- (4) 广交会工作领导小组办公室负责将交易团调查结果书面反馈给投诉方，必要时建议其通过诉讼或按照《中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法（试行）》第十二条规定解决。

#### 四、处理措施

12. 出现下述情况之一的参展企业，从最后一次投诉处理完毕后的最近一届起，连续 2 届在投诉所涉展区的展位数不得超过最近一次投诉当届相应展区的展位数：

- (1) 连续 2 届共受到 2 个及以上不同主体投诉并被大会受理的参展企业；

(2) 与之联营的供货单位连续 2 届共受到 2 个及以上不同主体投诉并被大会受理的参展企业；

(3) 投诉处理过程中未在规定时间内配合调解的被投诉企业。

13. 连续 2 届共受到 2 个及以上不同主体投诉并被大会受理的联营供货单位，最后一次投诉处理完毕后的最近两届不得以联营供货单位或参展企业身份进入广交会相应展区参展。

14. 进入纠纷责任名单的参展企业和联营供货单位，取消自大会投诉接待站确认之日起，连续六届广交会相应展区的参展资格。

15. 对于被投诉情节较为严重，包括但不限于同一届内受到 3 个及以上主体投诉并被大会受理，且投诉方出具投诉凭据（如已付款但未按合约发货或货不对样的相关证明材料）后，被投诉方未在规定时间内举证或不配合大会调解等情形，而被大会认定为损害广交会声誉的参展企业或联营供货单位的，参照第 14 条处理，并视情予以通报批评。

16. 如被投诉企业不属于广交会官方认可的参展企业或联营供货单位，按《广交会出口展展位使用管理规定》对相关各方进行处理。如该企业或联营供货单位经认定进入纠纷责任名单，将从认定之日起连续六届禁止进入广交会参展。

17. 同时符合上述多种情形的，按处理力度较重的条款执行。

**五、本办法仅适用于广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控处理，解释权归广交会业务办，自下发之日起执行。此前有关规定与本办法不符之处，以本办法为准。**

## 第九章 广交会馆内宣传品管理规定

### 一、总则

(一) 为维护广交会的声誉和权益,规范广交会馆内宣传品发放秩序,根据《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国广告法》等国家有关法律法规和商务部相关要求制定本规定。

(二) 广交会馆内宣传品,特指广交会宣传品、广交会参展企业宣传品和广交会驻会商务单位宣传品。

(三) 广交会各部门、各参展单位、各宣传品服务单位应遵守本规定。

(四) 广交会新闻中心对广交会宣传品发放行使管理职能,包括实施审核和监管,并对违规行为进行处分。

### 二、广交会宣传品

(一) 广交会宣传品,是指经广交会批准,广交会开幕期间在广交会展馆内由新闻中心统一安排发放,以宣传国家商务政策、广交会、参展企业和参展商品为主要内容,直接为参展商和采购商服务的印刷品、电子出版物及其他用于宣传的信息载体。

广交会宣传品分为三类:1. 广交会授权印制的宣传品,包括《广交会通讯》、《广交会会刊》、《参展商名录》、《展区指南和导向图》等直接为大会服务的宣传品;2. 各进出口商会、外商投资企业协会的广交会专刊(每个单位限一本);3. 经广交会批准进馆发放的商务部直属单位宣传品以及全国性外经贸类报纸、杂志或其他宣传品(每个单位限一种)。除上述三类外,其他任何宣传资料均不具备广交会宣传品资格。

(二) 未经广交会许可,任何单位或个人不得擅自以中国进出口商品交易会(广交会)名义征集文稿和广告;不得在任何宣传品上使用“中国进出

口商品交易会”、“广交会”中英文字样（包括简写体）和广交会 LOGO；不得在任何宣传品上使用可能对广交会声誉和形象造成不良影响的字样和标志；不得采取与中国进出口商品交易会（含广交会各办）或中国对外贸易中心联合或合作名义编印、发放宣传品。

（三）广交会宣传品应标明宣传品和编印单位名称。所选用文稿、图片，以及涉及广告、专利、版权等内容，必须符合国家有关规定。如发现任何违法违规行为，由编印单位承担全部责任。宣传品主办单位应立足为参展企业和采购商提供信息资讯服务，严格控制营利性广告篇幅。

（四）广交会宣传品（样刊）应在当届广交会开幕前一个月（即3/9月15日前）报广交会新闻中心审批，审批当届有效。其中的第一类宣传品内容由广交会新闻中心审核；第二、三类宣传品内容由编印单位自行按本规定要求严格审核后，填写发放申报表，签订遵守相关管理规定的保证书，连同样刊在当届广交会开幕前一个月报送广交会新闻中心审核。审核通过后方能在当届广交会印制发放。

（五）广交会宣传品由广交会新闻中心安排在指定发放地点供采购商和参展商自愿免费领取，不得售卖和强行派发。各进出口商会、外商投资企业协会的宣传品仅限于在本会办公室和会员企业展位发放；各交易团的宣传品仅限于在本团办公室和本团所属企业展位发放。

（六）广交会新闻中心有权对广交会宣传品的质量、内容进行检查，对有下列情况之一的宣传品，一经发现，即予取缔：

1. 违反本规定擅自对外发放宣传品；
2. 超出指定的宣传品发放区域；
3. 编印单位申报不实，虚报，假报；

4. 出现严重知识产权侵权行为；
5. 出现其他违法违规行为。

（七）广交会宣传品在每届广交会对外发放的数量不少于 8000 册，编印单位须在广交会开幕前交纳发放工本费（每种 10000 元人民币 / 届）。否则，其下一届的进馆发放资格将被自动取消。

（八）外贸中心的展会招商宣传资料，归入新闻中心统一管理，具体办法参照广交会宣传品有关规定执行。

（九）广交会休会期间，相关工作由外贸中心办公室负责。

### 三、广交会参展企业宣传品

广交会参展企业宣传品，是指广交会进口展区、出口展区参展企业自备的企业介绍、产品目录或宣传单张等，内容仅限于介绍本企业和本届参展的产品，仅限于在本企业展位内派发。

未经广交会许可，企业在参展期间不得在展览场地，以任何形式陈列、展示其他展览会或电子商务网站的资料；不得为该展览会或网站进行任何形式的宣传活动。

各交易团按大会有关规定对出口展区参展企业的宣传品行使管理职能。

### 四、广交会驻会商务单位、中央天桥服务商柜台宣传品

广交会驻会商务单位、中央天桥服务商柜台宣传品，是指经批准进入广交会的商务单位，用于介绍本单位以及专门为广交会参展商或采购商提供业务服务的宣传资料。

驻会商务单位、中央天桥服务商柜台宣传品仅限于在本单位服务点范围内发放。外贸中心广交会工作部、客服中心展馆销售部对驻会商务单位宣传品行使管理职能。

## 五、违规处罚

宣传品所属单位人员超越其固定区域发放、或擅自派发未经审批的宣传品，一经证实，大会将予以劝阻、没收资料和证件等处罚。对情节严重或屡教不改者，广交会保卫办将会同其他管理部门作出清场处罚。

## 六、检查和处理

对上述各类馆内宣传品管理，除广交会新闻中心实施监管外，广交会现场服务指挥部大会检查组有权对馆内宣传品发放情况进行检查，并依据第五条规定对违规单位做出处理。

## 七、附则

（一）本规定由广交会新闻中心负责解释。

（二）本规定自 2013 年 2 月 1 日起施行。2011 年 7 月 15 日发布的《广交会馆内宣传品管理规定》同时废止。

## 第十章 广交会出口展展位使用管理规定

为加强中国进出口商品交易会（简称广交会）出口展展位使用管理，严格处理违规转让或转租（卖）展位行为，规范办展秩序，特制定本规定。

### 第一章 展位使用要求

**第一条** 各省、自治区、直辖市、计划单列市和部分城市商务主管部门负责组织本地区企业以地方交易团形式参展。商务部外贸发展事务局组织中央企业以中央企业交易团形式参展。

**第二条** 广交会出口展展位仅限已经审核合格并获得参展展位的企业（简称参展企业）使用。

**第三条** 参展企业须如实广交会网络管理系统进行备案登记，按广交会规定使用展位，并承担相应的责任。

**第四条** 广交会严禁违规转让或转租（卖）展位，以及展览期间空置展位。展位实际使用者须与展位楣板标明的参展企业一致。

**第五条** 交易团负责本团展位使用的管理，并与本团参展企业签订广交会出口展展位使用责任书。

**第六条** 参展企业指定专人负责展位使用。展位负责人须为该展位参展企业正式工作人员并具有广交会核发的当届参展商证。

**第七条** 参展企业每届广交会按规定时间将展位负责人情况录入广交会网络管理系统。每位展位负责人只能负责本企业在某一展区的一个或多个连片展位，工作时间必须在岗，并有责任配合相关部门对出口展展位使用情况进行检查。

**第八条** 流通型企业在申请某一展区的展位数量超过1个时，可与有联合经营或供货关系的非流通企业（联营/供货单位）共同参展（联营参展），并

须一并提交有关材料。同一展区最多可申请与两家非流通企业共同参展。通过审核并获得参展展位后，流通型企业为参展企业，非流通企业为联营（供货）单位。

**第九条** 联营参展时，展位楣板上只允许列明参展企业名称，同时由中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）制作包括联营（供货）单位信息的参展证明。参展企业不得以任何名义向联营（供货）单位收取超出正常展位费用的任何费用。

**第十条** 品牌展区禁止企业联营参展。

## 第二章 展位使用的监督检查

**第十一条** 相关商（协）会会同地方商务主管部门和外贸中心组成出口展展位联合检查组（简称展位检查组），对违规转让或转租（卖）出口展展位情况进行检查。大会政工办、业务办可视需要派员参加。展位检查组职责由大会政工办、业务办拟定，并监督指导。

**第十二条** 大会政工办负责违规转让或转租（卖）出口展展位的初步认定，以及展位归属纠纷案件的接收和跟踪处理；大会业务办负责展位归属、展位空置、违规转让或转租（卖）出口展展位的认定与处理。大会政工办和业务办每届广交会的工作时间为4月10日至当届广交会闭幕和10月10日至当届广交会闭幕。

**第十三条** 筹展及参展期间出现的展位归属纠纷，按以下程序处理：

- （一）展位归属纠纷相关交易团报大会政工办；
- （二）大会政工办接案后通知大会业务办核查纠纷展位归属，业务办向政工办出具归属认定书；
- （三）大会政工办负责形成、下发展位归属纠纷处理决定，跟踪处理过

程并将处理结果反馈相关交易团；如认定为违规转让或转租（卖）展位的，转大会业务办下发处理通知；

（四）大会保卫办负责执行处理决定，确保所认定参展企业的正常参展，会同证件中心收缴违规人员证件并将违规人员及单位列入办证黑名单，严格禁止违规人员处理期内进馆，必要时协调公安机关强制执行。同时，扣减违规办证单位的自下届起连续4届的办证数量，按违规证件种类和数量相应扣减。

### 第三章 展位违规使用的认定

**第十四条** 存在以下情况的，视为违规转让或转租（卖）展位：

（一）以非参展企业的名义对外签约。

（二）在出口展展位内派发或展示非参展企业的宣传资料，包括印有非参展企业名称的名片、宣传非参展企业或其产品的网站、光盘或纸质材料等。

（三）以任何方式将出口展展位转让、转售、分包、分租。

（四）未报、虚报、假报出口展展位负责人，或未按要求办理出口展展位负责人变更手续。

（五）参展企业无法提供与广交会备案登记企业信息资料相符的广交会参展证明牌或其他证明材料。

（六）经展位检查组确认的其他违规转让或转租（卖）展位的行为。

**第十五条** 除第十四条规定的情况外，联营参展存在以下情况的，也视为违规转让或转租（卖）展位：

（一）参展企业向联营（供货）单位收取超出正常展位费用的其他费用。

（二）在一个联营展位内联营（供货）单位超过1家的。

（三）在出口展展位内派发或展示非参展企业或非备案联营（供货）单位的宣传资料，包括印有非参展企业或非备案联营（供货）单位名称的名片、

---

宣传非参展企业或非备案联营（供货）单位或其产品的网站、光盘或纸质材料等。

（四）参展企业未在出口展展位内摆放包括联营（供货）单位信息的参展证明。

（五）联营参展超出流通型企业与非流通型企业联营类型限制范围。

（六）经展位检查组确认的其他违规转让或转租（卖）展位的行为。

**第十六条** 在展览期间无企业参展的空置展位，经大会现场服务监督检查组初步认定后，由大会业务办确认并处理。因不可抗力造成展位空置，须由交易团书面说明原因，经确认后可免于处理。

#### 第四章 展位违规使用的处理

**第十七条** 对违规转让或转租（卖）出口展一般性展位的参展企业，按以下办法处理：

（一）取消从下届起连续 4 届在违规所属出口展区的参展资格并相应扣减所属交易团展位基数，至下次展位基数重核时为止。

（二）处理结果在《广交会通讯》上通报。

（三）取消所属交易团获得当届组展表彰对象的资格。

**第十八条** 对违规转让或转租（卖）出口展品牌展位的参展企业，取消其从下届起连续 15 届在违规所属出口展区品牌展位的参展资格，并取消其相应届数内在违规所属出口展区品牌展位的评选资格。

**第十九条** 对被认定违规空置展位的参展企业，按以下办法处理：

（一）空置一般性展位，取消其从下届起连续 2 届广交会的参展资格，并相应扣减相关交易团出口展展位基数，有效期至下次各交易团出口展一般性展位基数重核为止；

(二)空置品牌展位,其空置展位所在展区的品牌展位全部收回重新安排,直至下次品牌重新评审为止。

(三)取消空置展位所属交易团获得当届组展表彰对象的资格。

(四)空置展位的展位费全额收取,不予退回。

**第二十条** 对有企业违规使用出口展展位的交易团,将予以重点检查;对当届有超过1家企业违规使用出口展展位的交易团,在《广交会通讯》上通报批评。

**第二十一条** 主动报告或主动查处本团违规转让或转租(卖)出口展展位行为以及展位归属纠纷的交易团,免予通报批评,不扣减其出口展展位基数。

**第二十二条** 查处回收的出口展品牌展位,按出口展品牌展位安排办法安排,有效期至下次品牌展位重新评审前为止;查处回收的一般性展位,在当届广交会组展工作获表彰的交易团范围内安排,有效期为下次各交易团出口展一般性展位基数重核为止。查处回收展位有其他特殊安排的情况除外。

## 第五章 展位违规使用的举报奖励

**第二十三条** 广交会设投诉举报专线电话,鼓励举报违规转让或转租(卖)出口展展位行为。投诉举报实行实名制,举报方须为当届广交会的参展企业、交易团、商(协)会,或上述单位的正式在编员工。

**第二十四条** 如举报方为参展企业,且举报内容经查属实的,可按管辖关系向其所属交易团申请增加下届广交会出口展展位,相关交易团在同等条件下优先安排。

**第二十五条** 举报方为交易团,且举报内容经查属实的,如该交易团属当届组展表彰对象,可按举报展位数量获得当届回收的一般性展位,且可按举报展位数量从大到小的顺序优先挑选回收展位类别,有效期至下次各交易团

---

一般性展位基数重核为止。

**第二十六条** 本规定由商务部负责解释。此前有关规定与本规定不一致的，以本规定为准。

**第二十七条** 本规定自第 113 届广交会起执行。

**注：**根据《关于加强广交会展位使用管理工作的通知》（商贸促函〔2013〕173号），自第114届起试行“实际使用者得”的展位使用办法，即对经查处收回以及由企业举报并经大会查实收回的一般性展位，交给符合广交会参展企业条件并实际使用该展位的企业使用，有效期自本届起至下次基数重核为止；相关交易团的一般性展位基数将做相应增减，如实际使用上述展位的企业不符合参展企业条件，由大会按照奖励机制将收回的一般性展位交给优秀交易团使用。

## 第十一章 广交会出口产品设计奖参评条款

### 一、总则

(一) 广交会出口产品设计奖(以下简称CF奖)评选活动的主办方是中国对外贸易中心(集团)(以下简称主办方)。主办方成立CF奖评选办公室负责具体策划、组织和实施。参评具体事宜由CF奖办公室负责对外释疑。主办方对CF奖评选活动有关事宜拥有最终解释权。

(二) 本条款适用于参加CF奖评选的广交会参展企业(以下简称参评企业)。文中的参评产品是指参与CF奖评选的产品。

(三) CF奖评选活动每年举办一次,本条款适用于所有参评企业和参评产品。

(四) 参评企业在广交会官方网站 [www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn) 提交参评申请之前,须阅读本条款。提交参评申请的企业,被视为同意本条款所提及的所有内容。

### 二、参评条件

(一) 评选活动面向广交会出口展区参展企业的产品,共包括48个出口展区(除化工产品、食品展区外的所有展区)。企业根据所在展区提交参评产品资料,按相关类别参评,并需在近两年期间有广交会参展记录:

**1. 电子电器类。**包括家用电器、电子消费品及信息产品、照明产品、电子电气产品等展区。

**2. 建材五金工具类。**包括建材、卫浴、户外水疗设施、五金、工具等展区。

**3. 交通机能源类。**包括摩托车,自行车,汽车配件,车辆,通用机械、小型加工机械及工业零部件,大型机械及设备,工程农机,动力及电力设备,

新能源。

**4. 生活用品类。**包括餐厨用具、日用陶瓷、宠物用品、家居用品、个人护理用具、浴室用品、钟表眼镜、玩具、礼品及赠品、办公文具等展区。

**5. 家居园林类。**包括家具、园林用品、工艺陶瓷、家居装饰品、玻璃工艺品、编织及藤铁工艺品、节日用品等展区。

**6. 健康医疗类。**包括医药保健品及医疗器械、体育及旅游休闲用品等展区。

**7. 纺织服饰类。**包括家用纺织品、纺织原料面料、地毯及挂毯、男女装、童装、内衣、运动服及休闲服、裘革皮羽绒及制品、服装饰物及配件、鞋、箱包等展区。

(二) 参评企业从未被列入广交会涉嫌违规使用展位黑名单。

(三) 参评产品不得存在任何知识产权纠纷或争议。

(四) 建议参评产品在绿色环保、智能化功能、整合设计、创造新商业机会等方面有创新或突破。

(五) 参评产品须符合活动指定的产品类别，并于近三年首次投放国内或国外市场。

(六) 每家企业申请产品数量不限，但同一件参评产品只能由唯一一家参展企业申请参评。

(七) 同一系列，或功能、外形、设计理念相似的产品请避免重复申请参评。

(八) 参评企业须签署自愿遵守参评规则的承诺书。

(九) 已获得 CF 奖的产品不可重复参评。

(十) 主办方不收取参评企业任何评审费用，但参评者必须自行负责由此产生的参评产品运输、保险、差旅及其他相关费用，并自行决定是否付费参与部分后续推介活动。

### 三、知识产权

(一) 参评产品不得存在任何知识产权纠纷或争议，参评企业一旦提交申请，即被视为保证其参评产品无侵犯他人知识产权的行为，并自行负责一切关于其参评产品的知识产权保护问题。主办方或 CF 奖评选办公室对此不承担任何责任。

(二) 自活动产品征集至颁奖期间，若第三方对参评产品提出维权主张，参评企业应及时书面通知 CF 奖评选办公室。CF 奖评选办公室将在涉嫌争议得到最终司法澄清之前，暂停对参评产品的评选、颁奖和推介。否则，CF 奖评选办公室保留对涉嫌侵权参评企业追究责任的权利。

(三) 若第三方对颁奖产品提出维权主张，参评企业应当及时书面通知 CF 奖评选办公室。CF 奖评选办公室有权设定一段时限，责令参评企业在此时限内应对第三方的维权主张。同时，在此时限之前，CF 奖评选办公室推迟发布相应参评产品的获奖。时限过后，参评企业未能对相应参评产品做出最终司法澄清的，主办方有权取消其获奖资格。

(四) 因参评产品涉嫌或实际发生侵权行为，造成第三方向主办方提出赔偿主张的，参评企业应对主办方由此而造成的一切损失承担赔偿责任，包括但不限于主办方为此支付的诉讼费、律师费等相关费用以及相关的名誉、经济损失等。

(五) 一旦有第三方向主办方提出维权主张，参评企业有义务应主办方要求，提供真实完整的信息，以协助主办方核实第三方主张的正当性并采取相应的应对措施。

(六) 一旦在线提交参评申请和产品信息，参评企业有义务无偿授权主

主办方为活动需要而复制、使用、印刷、宣传或发行参评企业同意公开的参评产品图片和文字资料。除非发生第三方对参评产品提出维权主张，参评企业无权要求主办方退回、删除或修改所提交的参评产品资料，并无权要求主办方支付任何费用。

（七）参评企业若拒绝 CF 奖评选办公室将参评产品资料向媒体透露，应当以书面传真的形式，在产品征集截止日期之前，告知 CF 奖评选办公室。

#### 四、产品运输、仓储及保险

（一）参评企业应为参加终评的产品承担运输费用及风险，必要时应为产品购买运输保险。

（二）参加终评的产品原则上悉数退回，并尽量安排在广交会期间交接。  
请需退回的企业尽早填写相关产品回运申请以便我方核对安排。

（三）产品退回的企业需自行承担或因此产生的物流费用及运输风险。

（四）获奖产品如参加后续推介活动，则被视为交由 CF 奖评选办公室保管至后续推介活动完全结束，产品退回时间安排于获奖次年（2018 年）。

（五）参评企业应当为参评产品购买适当的保险，特别是针对盗窃、火灾、破损和损坏等风险的保险。除非证明是由主办方或 CF 奖评选办公室的工作人员故意或者重大过失造成，否则主办方或 CF 奖评选办公室对此不承担任何责任。

#### 五、获奖者须知

（一）CF 奖奖项颁发对象为获奖产品所属的参评企业（以下简称获奖者）。  
奖励内容包括：

1. 主办方颁发的奖杯及证书。

2. 授权使用“广交会出口产品设计奖”奖杯（以下简称奖杯）及“广交会出口产品设计奖”标识（以下简称标识）进行宣传推广。

3. 主办方授予的其他权利，包括：获奖产品永久在广交会官网展示，获奖次年两届广交会期间在专属展厅展示，广交会品牌展位评审加分，刊载在奖项专属产品年鉴及明信片中，作为广交会拳头产品出现在广交会海外推介中，通过世界知名社交媒体（Facebook、Twitter等）的广交会账号广为传播，获得各界媒体的关注和专访，次年广交会期间出现在馆内的众多宣传媒介中，受邀出席广交会组织的高端增值资讯活动等。

**（二）每年度获奖者需于当年9月30日前向主办方提出书面申请，否则视为自愿遵守以下声明条款：**

1. 标识及奖杯的使用仅限于宣传本方获奖产品。

2. 保证使用该标识及奖杯的产品符合国家有关法律法规及行业标准。

3. 本方按此声明条款实施行为所产生的法律责任均由本方承担，与活动主办方无关。若本方相关行为构成违法，将自愿接受主办方召回奖项及取消授予获奖权利的处理。

4. 在行使其他获奖权利时，自愿遵守主办方的规定及要求，并视情况与主办方协商签订补充协议。

**（三）如遇以下情况，主办方有权召回有关奖项，取消获奖者的相关获奖权利，并向获奖者索赔与相关获奖奖励等值的费用：**

1. 获奖产品存在违约及侵权行为。

2. 获奖者在活动评选过程中弄虚作假、以不正当手段骗取奖项。

3. 获奖产品的设计者或生产者在未通知评选办公室的情况下对获奖产品

进行重大修改，并继续在该产品上使用获奖标志或利用其进行宣传。

4. 使用获奖标志或奖杯宣传的产品与获奖产品不符。

## 六、免责声明

(一) 主办方将邀请有关公证部门公证终评环节，并与参与评选的评委签署公平评审承诺书。CF 奖评审专家对参评产品所作出的判断和评价，为根据其个人经验、审美情趣、设计思维和 CF 奖评选标准作出，具相对客观性和公平性，参评企业须无条件服从评审专家所作出的判断，以及 CF 奖评选办公室公布的评审结果。

(二) 参评企业需按照本须知的指引参与 CF 奖评选活动。如因参评企业疏忽或对本须知有歧义导致不能顺利参与 CF 奖评选活动，参评企业不能就此对主办方提出任何主张。

(三) CF 奖评选办公室将对参评企业提交的相关信息和图片文字等资料进行严密管理，对企业所提交的实物参评产品进行封闭式存放，只有 CF 奖邀请的评委及 CF 奖内部工作人员才能浏览或接触到有关资料和实物。在当年评选活动结束前，企业提交的资料和实物均不对外公开。当年评选活动结束后，CF 奖主办方有权使用企业提交时标注为“公开”的有关资料，进行与 CF 奖有关的宣传活动。

(四) CF 奖评选活动的标准、时间及相关事项以广交会官方网站 [www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn) 上 CF 奖评选活动网页公布的为准，若有变更，CF 奖评选办公室将及时在网上发布。请评选企业密切留意网页动态，并留意有关申请的处理状态标志，恕不另行通知。

(五) 主办方及 CF 奖评选办公室对参评产品不负保管或保存义务，若参

评产品发生灭失、毁坏的，主办方不承担任何形式的赔偿责任，除非有证据证明是主办方或 CF 奖评选办公室的工作人员故意或重大过失导致的。

## 七、争议解决

(一) 参评企业如有任何有关 CF 奖评选活动的疑问或争议，应当积极联系 CF 奖评选办公室沟通了解。

(二) CF 奖评选活动的发生地在中国广州海珠区。任何与本条款发生的争议，首先应当友好协商沟通解决，须寻求法律途径解决的，可向活动发生地管辖法院提起诉讼。但主办方保留向违反条款的参评企业所在地法院追究责任的权利。

(三) 本条款适用中华人民共和国法律。

## 第十二章 广交会绿色发展

### 一、广交会绿色发展计划

为贯彻落实党的十八大和十八届三中全会精神，加快广交会生态文明建设步伐，着力解决目前广交会存在的能源资源使用量大，废弃物、污染物和有害气体排放多等问题，切实承担社会责任，促进广交会转型升级和可持续发展，特制订本计划。

#### 一、总体目标

以党的十八大和十八届三中全会精神为指导，借鉴国际先进经验和成功做法，充分调动、发挥广交会各参与方的主动性和积极性，以节能降耗、减少污染、确保安全为主要目标，以广交会人流、物流等方面的绿色发展为主要工作内涵，在不增加企业负担、参展企业自主选择实施方式的前提下，推行绿色布展，鼓励绿色参展，实施绿色撤展，倡导绿色会议，打造绿色展馆，全面、系统、有序地推进广交会绿色发展，不断提高广交会综合竞争力和国际声誉。

#### 二、主要内容

**（一）推行绿色布展。**按照减量化、标准化、模块化、构件化和可循环使用的总体原则，加快推进绿色布展，特别是特装展位绿色布展，提高绿色展位普及率，力争于第 120 届广交会绿色展位普及率达到 100%。

修订《广交会绿色特装展位标准》，要求特装展位模块化、构件化、安全、轻质，使用可循环利用的环保材料。制订《广交会特装展位搭建材料废弃物处置管理办法》，设置特装展位搭建材料废弃物排放最高限量标准，最终实现零排放。

实行特装施工企业准入制，提高准入门槛，增加绿色展位设计、ISO9001

体系认证等资质条件；实行分级管理，扶持绿色特装设计和搭建能力强的施工企业，逐步淘汰落后施工企业，加大对违规特装施工企业的处罚力度。

将各交易团参与组织实施广交会绿色发展计划的成效列为组展工作考核和奖励的重要参考指标。对积极开展绿色布展的先进企业，在一般性展位分配和展位位置等方面予以优先安排。修订广交会品牌展位参展企业评分标准，对参展企业参与绿色布展表现单独计分，总分值不超过2分。

在参展企业通过市场化方式自主参与绿色布展的同时，外贸中心、各交易团、各商协会应积极提供信息服务，多渠道、多方式协助参展企业采购绿色环保展材，完善展位搭建方案，降低绿色布展成本。

**（二）鼓励绿色参展。**鼓励参展企业采用可循环或可降解材质的包装物，降低对环境的影响。鼓励参展商、采购商和大会工作人员乘坐公共交通工具与会，减少交通拥堵，实现低碳环保出行。控制展览现场的纸质宣传单散发数量。控制广交会期间的灯光、噪音等污染，营造舒适的洽谈环境。

**（三）实施绿色撤展。**规范参展企业、特装施工企业和外包服务单位的作业规程，控制噪音，减少扬尘，严格按照有关规定和合同要求妥善处置搭建材料废弃物，防止二次污染，逐步减少直至杜绝搭建材料废弃物。

**（四）倡导绿色会议。**广交会期间召开的各类会议，采用电子化手段发放会议通知等相关文件，控制会议室空调温度，减少温室气体排放，使用投影仪替代会议室背景板或横幅。

**（五）打造绿色展馆。**继续推进广交会展馆节能改造，将广交会展馆打造成全球领先的绿色环保展馆。

**（六）关注健康安全。**系统研究环境、健康、安全管理体系（EHS），并将相关管理标准运用到广交会绿色发展工作中，逐步建立环境管理、职业健

康安全管理体系。

**(七) 加强宣传培训。**通过广交会网站、专题会议、培训、研讨等方式和渠道大力宣传广交会绿色发展计划。加大对先进企业、先进经验的宣传推广。设立广交会绿色发展展示区。

### 三、第 124 届广交会工作目标

广交会绿色布展常态化。为贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，巩固“绿色广交会”发展成果，第 124 届广交会推动绿色布展常态化，绿色展位普及率目标为 100%。

## 二、广交会绿色特装展位标准

本标准规定了广交会绿色特装展位的设计、结构、材料、搭建和拆除工艺、展示效果等要求，适用于广交会所有特装展位。

### 一、含义

符合特装简约化、构件标准化、环保化发展趋势。设计理念上体现减量化、再使用和再循环原则；结构上体现模块化、构件化；材料上体现再生、可循环利用；展示效果上体现企业理念，展示企业和产品形象。

### 二、标准

由基本要求和绿色要求组成。

#### (一) 基本要求。

##### 1. 设计。

通过广交会特装展位设计审核。

##### 2. 消防、结构安全。

(1) 通过广交会特装展位消防、结构安全审核。

(2) 确保展位结构的整体强度、刚度、稳定性和各连接点的牢固性。

(3) 严格按照国家有关装修工程强制性技术规范、标准、规定进行设计施工。

### 3. 用电安全。

(1) 通过广交会特装展位用电安全审核。

(2) 严格按照国家有关电气设施安装技术规范、标准和规定进行施工。

### 4. 具体要求详见《中国进出口商品交易会参展手册》相关内容。

## (二) 绿色要求。

### 1. 设计。

体现 3R 原则, 即:

A. 减量化 (Reduce) : 用较少的材料实现展位功能。

B. 再使用 (Reuse) : 要求材料能以初始形式被反复利用。

C. 再循环 (Recycle) : 要求实现展位功能的材料能被经济地回收和再生利用。

### 2. 材料。

(1) 采用再生和可循环利用、无毒无害的环保材料或可回收材料, 且符合 A 或 B 标准:

A. 纯金属型材结构, 装饰性材料使用量低于搭建材料总量的 10% (按体积计算), 且全部为非木质材料, 搭建材料回收率达到 100%。

B. 混合型材结构, 木质材料使用量低于搭建材料总量的 30% (按体积计算), 搭建材料回收率达到 100%。

(2) 轻质, 可拆卸性强, 装卸难度小, 便于运输。

(3) 节能灯具使用率不低于 80%。

3. 搭建和拆除。

(1) 现场拼装模块化、构件化，搭建和拆除有序、可控、方便、安全快捷。

(2) 不对人员、展览场地及设备设施等造成损伤；不产生灰尘、噪音、有毒有害气体及废弃物等；没有违规现象。

4. 效果。

(1) 表达企业理念，展示企业和产品形象。

(2) 展位通透、层次分明，不采用木质材料封顶。

(3) 展示效果简约、和谐、美观。

**三、本标准为广交会内部使用，由中国对外贸易中心负责解释。**

**四、本标准自第 115 届广交会开始执行。**

### 三、广交会绿色展位奖评选办法

#### 第一章 总则

**第一条** 为进一步推进广交会绿色发展计划，引导广交会特装展位设计向绿色、环保潮流趋势发展，鼓励展位设计创新，提升展位展示效果，提高广交会整体展示水平，特制定本评选办法。

**第二条** 遵循绿色、环保、创新、安全、美观的评选标准，体现公开、公平、公正的评选原则。

**第三条** 本评选办法适用于广交会参展企业和具有广交会资质的特装施工企业。

**第四条** 评选由外贸中心负责具体策划、组织和实施。

#### 第二章 奖项设置

**第五条** 评选设置广交会绿色展位奖，下设金奖、银奖、铜奖及人气奖。

**第六条** 从展区设置、展品类别、展示方式和评选可比性等方面综合考虑，将广交会现有展区按电子电器类、建材五金工具类、交通机械能源类、生活用品类、家居园林类、健康休闲文体类、纺织服饰类划分为七大类。每一类各设金奖1名、银奖2名、铜奖3名，邀请设计、材料、结构、建筑领域的专家评委评分确定。

**第七条** 为扩大评选的宣传和推广，每期广交会设人气奖3名，通过广交会官网、广交会官方微信小程序等渠道进行网络投票，根据最终票数的高低确定。

**第八条** 广交会绿色展位奖金奖、银奖、铜奖及人气奖授予获奖参展企业。对获奖展位的特装施工企业，授予广交会绿色特装奖。

### 第三章 参评条件

**第九条** 品牌展位和展位面积在4个标准展位(含)以上的特装展位(展团、统一布展和块状经济展位除外)。

**第十条** 参评企业从未被列入广交会涉嫌违规使用展位黑名单。

**第十一条** 参评展位前三年(不含参评当届)在展位使用、搭建、施工、拆除等过程中不存在违规现象。

**第十二条** 参评展位不得存在任何知识产权纠纷或争议。

**第十三条** 已获得广交会绿色展位奖的同一设计方案，自获奖的下一年起计3年内不重复参评。

**第十四条** 同一参展企业申报的相似度高的设计方案在同一届评选中只评选其中一个。

### 第四章 评选标准

**第十五条** 广交会绿色展位奖评选标准：

### （一）美学设计：（30%）

1. 充分体现绿色、环保、可持续理念。
2. 有机融合参展企业文化、展品。
3. 简约新颖、富有创造性。
4. 设计感强。

### （二）展位功能：（30%）

1. 突出展品主题、重点展品。
2. 合理布局内部线路。
3. 展示、洽谈功能完备。
4. 展位信息齐备。

### （三）宣传效果：（25%）

1. 突出企业形象、品牌。
2. 展示手段多样、新颖。
3. 高科技技术运用得当。

### （四）材料工艺：（15%）

1. 符合“3R”（减量化 Reduce、再使用 Reuse、再循环 Recycle）原则，注重采用可再生、可回收、可循环利用的环保材料。
2. 突出展览专业型材的选用。
  3. 工艺精细、施工科学。
  4. 搭建拆除安全高效。

## 第五章 评选程序

### 第十六条 评选程序

#### （一）申报

1. 申报主体：

- (1) 符合参评条件且自愿申报的参展企业。
- (2) 交易团、商 / 协会推荐的参展企业。

2. 申报方式：参展企业委托特装施工企业在网报图时申报，并在线提交《广交会绿色展位奖申报表》，须对展位方案的创新理念、材料使用、功能使用、展示效果等进行文字说明，并附展位设计效果图。

3. 申报截止时间：

春交会：第一期 4 月 10 日，第二期 4 月 18 日，第三期 4 月 26 日。

秋交会：第一期 10 月 10 日，第二期 10 月 18 日，第三期 10 月 26 日。

(二) 初评

1. 专家评委根据申报材料进行初评，参考评分标准，去掉一个最高分和一个最低分，按最终得分高低评出获奖入围展位，并由广交会审图组和检查组到展位现场核查是否符合广交会绿色特装展位标准。符合标准的入围获奖展位名单在每期开展前 1 天公布。

2. 上传现场展位图：入围获奖展位须在每期开展第 1 天的 12:00 前，拍摄并通过系统上传展位现场照片。逾期提供或不提供的，视为放弃评选。

(三) 复评

1. 资料和照片完整的人围获奖展位，于每期开展第二天 9:00 至第五天 18:00 在广交会官网、广交会官方微信小程序等渠道由公众进行网络投票，评选出绿色展位人气奖。

2. 专家评委在现场对入围获奖展位进行综合评分，去掉一个最高分和一个最低分，评选出七大类展区的广交会绿色展位奖候选名单。

3. 撤展期现场核查

撤展期间，广交会审图组和检查组到现场核查候选展位。如发现撤展时没有将搭建材料 100% 回收，则取消该展位候选获奖资格，并依次递补候选获奖展位。

#### （四）审议、审批、公示及公布

1. 审议：广交会闭幕后，将最终获奖候选名单报评委会（由当届轮值交易团、商 / 协会和外贸中心代表组成）进行审议。
2. 审批：广交会工作领导小组办公室主任对结果进行审批。
3. 公示：将获奖展位在广交会网站上公示，时间为 5 个工作日。
4. 公布：以广交会工作领导小组办公室的名义，将获奖名单抄报商务部外贸司，通报各交易团、商 / 协会，并在广交会网站和《广交会通讯》上公布。

### 第六章 奖励措施

#### 第十七条 对获奖展位，给予以下奖励：

1. 在下届广交会展位及展位位置安排时，同等条件下优先安排获奖参展企业。
2. 在广交会品牌展位评审时，对获奖参展企业给予每次加 1 分，一个品牌展位评审周期内累计加分不超过 2 分。
3. 授予获奖参展企业广交会绿色展位奖、人气奖荣誉证书，授予获奖施工企业广交会绿色特装奖荣誉证书，并在下届广交会进行颁奖。
4. 在广交会网站、《广交会通讯》等渠道广泛宣传，并在广交会展馆醒目位置 LED 显示屏给予获奖展位宣传奖励。宣传内容主要为获奖展位参展企业简介、施工企业名称和展位照片等。
  - (1) 金奖：宣传时长约 120 秒 / 天，共计 600 秒。
  - (2) 银奖：宣传时长约 60 秒 / 天，共计 300 秒。

(3) 铜奖：宣传时长约 30 秒 / 天，共计 150 秒。

(4) 人气奖：宣传时长约 30 秒 / 天，共计 150 秒。

5. 将各交易团参与组织实施广交会绿色发展计划的成效列为组展工作考核和奖励的重要参考指标。

6. 将获奖特装施工企业列入广交会 A 级特装施工企业必要条件之一。

7. 对获奖特装施工企业给予 4 分广交会特装评估分奖励。

8. 将获奖特装施工企业列入交易团和商 / 协会下一年度广交会特装资质优先推荐施工企业名单。

**第十八条** 同一参展企业在每届广交会获得的同类奖项，原则上不超过 2 个。

**第十九条** 同一展位如同时获得广交会绿色展位金 / 银 / 铜奖和人气奖，奖励措施取最高值，不累计。

## 第七章 相关职责

**第二十条** 交易团负责向参展企业宣传和推广；组织下属参展企业积极参与评选活动；落实获奖参展企业的奖励措施。

**第二十一条** 商 / 协会负责落实获奖参展企业的奖励措施。

**第二十二条** 外贸中心负责评选活动的牵头组织工作，确保评选活动公开、公平、公正；负责邀请评审专家；负责评选活动宣传和推广；负责落实获奖特装施工企业的奖励措施；牵头组织修订评选办法。

## 第八章 附则

**第二十三条** 本办法为广交会内部使用，由外贸中心负责解释。

**第二十四条** 本办法自第 122 届广交会开始实施，原《广交会绿色特装奖评选办法》同步废止。

## 附件1

### 展区分类说明

从展区设置、展品类别、展示方式和评选可比性等方面综合考虑，将广交会现有展区按电子电器类、建材五金工具类、交通机械能源类、生活用品类、家居园林类、健康休闲文体类、纺织服饰类划分为七大类。

1. 电子电器类。包括家用电器、电子消费品及信息产品、照明产品、电子电气产品等展区。
2. 建材五金工具类。包括建材、卫浴、五金、工具、化工等展区。
3. 交通机械能源类。包括摩托车、自行车、汽车配件、车辆、通用机械、小型加工机械及工业零部件、工程农机、大型机械及设备、动力及电力设备、新能源等展区。
4. 生活用品类。包括餐厨用具、日用陶瓷、宠物用品、家居用品、个人护理用品、浴室用品、钟表眼镜、玩具、礼品及赠品等展区。
5. 家居园林类。包括家具、园林用品、工艺陶瓷、家居装饰品、玻璃工艺品、编织及藤铁工艺品、节日用品、铁石装饰品及户外水疗设施等展区。
6. 健康休闲文体类。包括医药保健品及医疗器械、体育及旅游休闲用品、食品、办公文具等展区。
7. 纺织服饰类。包括家用纺织品、纺织原料面料、地毯及挂毯、男女装、童装、内衣、运动服及休闲服、裘革皮羽绒及制品、服装饰物及配件、鞋、箱包等展区。

## 附件2

### 广交会绿色展位评分标准表（参考）

评分标准		最高分值	专家评分
美学设计 (30%)	1. 充分体现环保、可持续理念	8	
	2. 有机融合参展企业文化、展品	8	
	3. 简约新颖、富有创造性	7	
	4. 设计感强	7	
展位功能 (30%)	1. 突出展品主题、重点展品	15	
	2. 合理布局内部线路	5	
	3. 展示、洽谈功能完备	5	
	4. 展位信息齐备	5	
宣传效果 (25%)	1. 突出企业形象、品牌	8	
	2. 展示手段多样、新颖	9	
	3. 高科技技术运用得当	8	
材料工艺 (15%)	1. 符合“3R”原则，注重轻质化、可再使用	3	
	2. 突出选用专业型材	4	
	3. 工艺精细、施工科学	4	
	3. 搭建拆除安全高效	4	
合计		100	

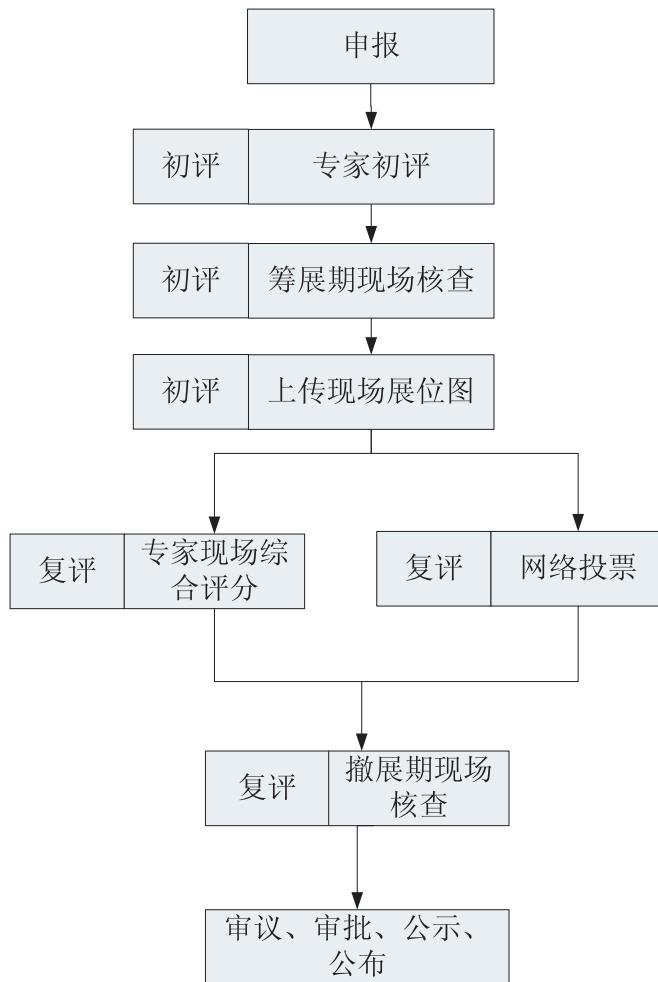
## 附件3

### 广交会绿色展位奖申报表

展位号	期数	类别	(七大类展区)
企业名称	联系人	联系方式	
施工企业	联系人	联系方式	
所属交易团			
美学设计 (小于200字)	(说明展位设计的创新理念和思路, 展位设计体现参展企业和展品关系)		
展位功能 (小于200字)	(说明展位的展品主题和重点展品, 合理设置内部线路, 分配展示、洽谈空间)		
宣传效果 (小于200字)	(说明展位如何凸显参展企业的文化和品牌, 高科技展示手段)		
材料工艺 (小于200字)	(说明搭建材料与3R原则相符性, 搭建与拆除工艺)		
效果图 (1~3张)	(上传展位设计效果图。)		
现场展位图 (1~3张)	(在每期开展第1天拍摄上传。 <u>逾期或不上传, 视为放弃奖项申报</u> )		

## 附件4

### 广交会绿色展位奖评选流程示意图



## 第十三章 广交会参展企业邀请采购商活动

### 一、参展企业邀请采购商活动操作指引

#### (一)、活动订制邀请信

1、广交会参展企业凭用户名及密码登录参展易捷通网上服务平台。

2、点击左侧目录“邀请客户”栏目邀请采购商页面。

路径 1：点击“添加新邀请”，只需填写客户名称及邮件地址即可向您的客户发出有企业介绍及展位号的活动订制邀请信。

路径 2：点击“客户信息维护”，可以修改相关的客户信息，便于下次发送邀请。

3.1 发送邀请的广交会参展企业，有机会获得：

- (1) 广交会威斯汀酒店免费住宿；
- (2) 新款电子产品；
- (3) 广交会采购商宣传资源专享服务；
- (4) 广交会免费餐饮套券（含咖啡券及餐券）；
- (5) 在广交会品牌展位评审中予以加分；
- (6) 更多奖励请留意广交会官网。

3.2 收到邀请邮件的客商参加广交会：

- (1) 凭邀请信及境外个人有效证件免费办理首张进馆证；
- (2) 享用进馆绿色通道；
- (3) 获赠广交会免费咖啡券。

#### (二)、活动专用邀请码（广交会编码）

1、广交会参展企业发送邮件给采购商时，在邮件右上角添加“广交会参展企业编码”。

2、受邀采购商凭“广交会参展企业编码”登录广交会官网进行预登记。

3.1 发送邀请的广交会参展企业，有机会获得：

- (1) 广交会威斯汀酒店免费住宿；
- (2) 新款电子产品；
- (3) 广交会采购商宣传资源专享服务；
- (4) 广交会免费餐饮套券（含咖啡券及餐券）；
- (5) 更多奖励请留意广交会官网。

3.2 收到邀请邮件的采购商参加广交会：

- (1) 凭网上预登记回执及境外个人有效证件免费办理首张进馆证；
- (2) 凭网上预登记回执免费领取咖啡券。
- (三) 专用门票（品牌参展企业）

1、直接将门票赠予采购商

2.1 发送邀请的广交会参展企业，有机会获得：

- (1) 广交会威斯汀酒店免费住宿；
- (2) 新款电子产品；
- (3) 广交会采购商宣传资源专享服务；
- (4) 广交会免费餐饮套券（含咖啡券及餐券）；
- (5) 更多奖励请留意广交会官网。

2.2 收到门票的采购商参加广交会：

1、凭门票及境外个人有效证件免费办理首张进馆证；

2、享用绿色通道。

（注：本次活动最终解释权归中国对外贸易中心所有。）

## 二、广交会参展企业邀请采购商活动奖励办法（试行）

### （一）、总则

1. 根据国际展会通行做法，展览主办机构通常将参展企业视为邀请采购商重要的合作伙伴。为鼓励广交会参展企业积极参与采购商邀请，特制定《广交会参展企业邀请采购商活动奖励办法》。

2. 广交会参展企业邀请采购商活动（以下简称“i- 邀请”活动）每届广交会举办，本办法仅适用于通过广交会官方网站（以下广交会官方网站均指[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)）易捷通平台向采购商发送邀请的广交会参展企业（以下简称参展企业）。文中的采购商是指参加广交会的境外采购商。

3. 参展企业在广交会官方网站易捷通平台参加活动之前，须阅读本办法。参加活动的参展企业，被视为同意本办法所提及的所有内容。

### （二）、参加条件

1. “i- 邀请”活动面向广交会当届所有参展企业，获取“i- 邀请”活动奖励的参展企业需在近两届广交会均有参展记录。

2. 违规转让或转租（卖）广交会展位且在处罚期限内的企业将不能参加金奖、银奖的评选。

参展企业参加“i- 邀请”活动不需要向广交会缴纳任何费用。

### （三）、奖励办法

1. 在线展示。通过广交会官方网站对参加“i- 邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。广交会开幕前5个工作日内，在广交会官方网站公布当届参展企业参加“i- 邀请”活动“发送邀请数量”；广交会闭幕后20个工作日内，在广交会官方网站公布当届参展企业参加“i- 邀请”活动金奖、银奖评比获奖名单。

2. 现场展示。通过广交会现场展商展品查询系统、采购商报到处电视广告对参加“i- 邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。
3. 媒体服务。通过广交会官方脸书 (Face book) 账号对“i- 邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。
4. 实物奖励。对参加“i- 邀请”活动并达到一定效果标准的参展企业给予一定数量的实物奖励。
5. 符合条件的企业在广交会品牌展位评审中予以加分。加分办法在广交会出口展品牌展位数量安排评审标准的“广交会参展表现”项目中具体体现：上届品牌评审以来，在广交会“i- 邀请”活动评比中每获得金奖 1 次加 2 分；每获得银奖 1 次加 1 分；累计不超过 3 分。如申报多个展区品牌展位的，只能自行选择其中一个展区进行加分。（金奖、银奖具体评比办法见附件 1-1）

第 1 至 4 条奖励办法，根据参展企业在“i- 邀请”活动发出邀请数量、应邀到会新采购商数量及排名划分不同的奖励等级并执行相应的奖励（奖励措施在当届广交会官方网站公布）。“i- 邀请”活动对参展企业按发出邀请数量实施的奖励（不含广交会品牌展位评审加分奖励）在当届执行。“i- 邀请”活动对参展企业按应邀到会新采购商数量实施的奖励（不含广交会品牌展位评审加分奖励）在下一届广交会执行。

#### （四）、相关职责

1. 交易团负责向参展企业宣传和推广；组织本团参展企业积极参加“i- 邀请”活动。
2. 中国对外贸易中心负责活动具体策划、组织和实施；牵头组织修订评选办法。

#### （五）、附则

- 
1. 中国对外贸易中心对“i- 邀请”活动的有关事宜拥有最终解释权。
  2. 本办法自第 122 届广交会开始实施，如原奖励办法与本办法有冲突的，以本办法为准。
  3. 本办法为试行办法，将视具体实施情况适时调整。

### 三、广交会“i- 邀请”活动金奖、银奖评比办法

#### （一）、评比标准

每届广交会将对参加“i- 邀请”活动发送邀请量达到 10 封以上（含 10 封），并应邀到会境外采购商（含新、老采购商）数量达到 5 人以上（含 5 人）的所有参展企业进行评比，各评比指标分值加总由高至低排名评选。

每届评比各指标分值加总 80 分以上（含 80 分）的参展企业获得金奖；各指标分值加总 60-79 分（含 60 分）的参展企业获得银奖。获奖参展企业名单于当届广交会闭幕后 20 个工作日内在广交会官方网站公示，公示期为 5 个工作日。

#### （二）、评比指标

金奖、银奖按照百分制来进行打分，计分公式为：

金奖、银奖指标分数 = “发送邀请数量”得分 × 10% + “应邀到会的境外新采购商数量”得分 × 70% + “应邀到会的境外老采购商数量”得分 × 20%

1. 发送邀请数量（占 10%）：参展企业在广交会官方网站易捷通平台，使用带编码的“i- 邀请”活动邀请函模板，填写境外采购商姓名、公司名及邮箱地址，并点击发送，后台记录发送成功的数量。参展企业对一个采购商多次邀请的只计算一次。参加评比的参展企业按发送邀请数量由高至低进行排名，并按排序情况获得不同分值：

排名 (四舍五入后取整)	对应分值	权重
前1%—20%	100	10%
前21%—40%	80	10%
前41%—60%	60	10%
前61%—80%	40	10%
前81%—100%	20	10%

2. 应邀到会的境外新采购商数量 (占 70%)：境外新采购商指当届首次办理广交会境外采购商证件的采购商。在当届广交会到会的新采购商中使用“i-邀请”活动邀请函编码、或者采购商公司名、或者采购商邮箱地址与参展企业发送的邀请函编码、境外采购商公司名及邮箱地址进行匹配并排除重复后的数量。一个境外新采购商被多家参展企业同时邀请的，分别记录到各发出邀请的参展企业数量中。参加评比的参展企业按应邀到会的境外新采购商数量由高至低进行排序，并按排序情况获得不同分值：

排名 (四舍五入后取整)	对应分值	权重
前1%—20%	100	70%
前21%—40%	80	70%
前41%—60%	60	70%
前61%—80%	40	70%
前81%—100%	20	70%

3. 应邀到会的境外老采购商数量 (占 20%)：境外老采购商指当届非首次办理广交会境外采购商证件的采购商。在当届广交会到会的老采购商中使用“i-邀请”活动邀请函编码、或者采购商公司名、或者采购商邮箱地址与参展企业发送的邀请函编码、境外采购商公司名及邮箱地址进行匹配并排除重复后

的数量。一个境外老采购商被多家参展企业同时邀请的，分别记录到各发出邀请的参展企业数量中。参加评比的参展企业按应邀到会的境外新采购商数量由高至低进行排序，并按排序情况获得不同分值：

排名（四舍五入后取整）	对应分值	权重
前1%-20%	100	20%
前21%-40%	80	20%
前41%-60%	60	20%
前61%-80%	40	20%
前81%-100%	20	20%

## 第十四章 现场服务管理规定

### 一、安全保卫规定

为了维护广交会的良好秩序，防止各类事故的发生，确保广交会安全，依据社会治安有关管理规定，制定本规定。

**第一条 各商（协）会、交易团分团应成立保卫组，配备一定数量的专职保卫干部，协助做好广交会和展馆的安全保卫工作。组长由团长、会长担任，各组长为本单位广交会期间安全保卫第一责任人。专职保卫干部要认真履行职责，做好宣传教育工作，提醒参展人员，加强防范，坚守岗位，严防财物被盗；加强巡查，提醒、督促，落实防盗措施。**

**第二条 实行安全保卫责任制，按照“谁主管、谁负责”的原则，制定安全保卫方案措施，加强消防安全教育和管理，提高与会人员安全防范意识，自觉遵守广交会各项规定，共同维护广交会秩序，确保广交会安全。**

**第三条 加强政治思想教育，坚决打击法轮功邪教组织等非法活动，教育与会人员不信教、不传教、不参与邪教非法组织。提高警惕，预防各类事故的发生。**

**第四条 加强广交会证件管理，从第一期筹展之日起至第三期撤展结束，所有人员须凭广交会有效证件进入大院，服从和配合保卫人员检查。广交会期间，除免检人员外，其他与会者均需主动自觉服从和配合门卫查验证件和安全检查。**

凡发现转借、变卖、涂改、伪造、使用无效证件，一律没收，并记录在案，当事人将移交安全保卫部门处理。

持服务证外勤人员不得进入展馆，违者暂扣进馆证，本人写出书面检讨，经其主管部门负责人签字后，视情况做出处理。

**第五条 做好安全防盗工作**，妥善保管展品和个人随身物品。特别是手提电脑、手提包、手机、照相机等贵重物品。手提电脑必须使用防盗锁。每天闭馆前，将贵重展品存放在展柜和保险柜内或采取其他有效保护措施。陈列的刀具、枪械、弓弩、园艺刀剪等展品必须入柜上锁，开、闭展时要清点好数目，如有丢失要及时报告广交会保卫办。参展商应按时进馆，并请不要提前退馆，以确保展品安全，防止被盗。

**第六条 广交会期间，凡拾获（遗失、招领）的各种物品**应及时送交广交会保卫办展馆保卫科登记处理，不准自行保管和擅自处理。**地点：展馆 A 区 3 号馆一层 05 房间；展馆 B 区 10 号馆 2 楼 238 房；C 区 14 号馆二楼 12 号房。**

#### **第七条 加强展会秩序管理**

（一）对馆内吵架者，暂扣进馆证，写出书面检讨，交所属交易团处理；对打架者，没收其进馆证，并在《广交会通讯》通报批评，取消下届参展资格。

（二）不经同意，擅自拍摄别人展品的，作删除或胶卷曝光处理；对偷拿一般展品的，责令其本人写出书面检查，没收进馆证；对偷拿贵重展品的，交公安机关处理。

（三）对不服从保卫人员检查，无理取闹者，没收进馆证，送交保卫部门处理。

（四）损坏展馆固定设施的，强令恢复原状，并承担修复的所有费用。为保护珠江散步道及四层飘台地面设施，在该地方只允许使用配备橡胶轮胎的手推车。不得使用手扶电梯运载展品，擅自使用手扶电梯运载展品，不听劝告并损坏设施的，**给予造成经济损失的 2 倍处罚**。

（五）非广交会指定的搬运人员，不得参与有偿搬运。违者，给予通报批评，没收搬运人员的搬运工具及证件，并由广交会有关部门追查证件的来源。

(六) 撤展时,擅自带广交会的展材、展具及电器、通讯等各类设备、设施出馆的,予以通报批评,并给予原价1倍的处罚。情节严重者,交保卫办处理,取消下届广交会参展、布展资格。

(七) 撤展时,展位内的张贴物和特装展位的装搭物,使用单位要自行拆除、清理撤出馆外,参展单位的展品须在规定时间内全部撤出展馆,未经广交会保卫办允许,又不撤出的,当无主物处理,并在下届广交会给予通报批评,因此而产生的一切费用和造成的损失由该参展单位负责。同时,对没有按照广交会规定自觉清场的参展企业(含特装布展施工单位)将记入黑名单内按照有关规定处理。

(八) 所有装修框架和展品摆放,必须牢固可靠,避免倒塌造成人员伤亡等事故。展区内所有展位不得使用任何物料自行搭建顶棚,违者广交会将责成其立即拆除,如拒不拆除者,将取消该企业的参展资格。

(九) 展品运出展馆大门,一律凭交易团开出的放行条,经门卫验核放行;装修剩余的物料、工具、脚手架等,一律凭施工证正本,经门卫验核后方可运出展馆门口。

(十) 对于在展位以外派发资料者,没收其所派发资料并登记其证件号码,态度恶劣、不服从管理或多次违规者,暂扣进馆证,并视其情节取消其下届办证资格。

**第八条** 各单位要重视和认真做好展馆安全防火和安全用电工作,认真贯彻落实展馆《展馆防火管理规定》和《展馆安全用电安全规定》。

## 二、展馆防火管理规定

为做好广交会展馆的安全防火工作,依据《中华人民共和国消防法》(以下简称《消防法》)和《广东省实施〈中华人民共和国消防法〉办法》(以

下简称《省实施〈消防法〉办法》)等有关规定,结合广交会展馆需要,制定本规定。

### **第一条 实行消防安全责任制**

(一)各商(协)会会长、各交易团(分团)的团长、以及各展位的负责人为相应的各展区、团、展位的消防安全责任人。

(二)消防安全责任人对所在展区、团、展位消防安全工作负全责。

(三)各单位要认真贯彻落实《消防法》和《省实施〈消防法〉办法》,严格遵守外贸中心消防安全有关管理规定,按照“谁主管、谁负责”的原则,制定消防工作防范措施,逐级落实防火责任制,加强检查,加强管理,发现问题及时整改,把火险隐患消灭在萌芽状态。各单位要高度重视和认真做好消防宣传工作,加强对所属人员安全防火教育,做到防火工作人人皆知,自觉遵守,确保安全。

### **第二条 全馆禁止吸烟**

吸烟者须到广交会设置的吸烟点吸烟,广交会展馆内[包括办公室、珠江散步道、会议室、展位、仓库、走廊通道、过街步行平台、楼(电)梯前室、卫生间、室内咖啡室和快餐点等地]禁止吸烟。违者将视情节给予批评教育、吊扣或没收证件、通报批评、清除出馆等处罚。造成事故的追究其刑事责任。对外商违章吸烟者,按照外国公民有关管理规定进行处理。

### **第三条 消防通道始终保持畅通无阻,严禁在消防卷帘下站立和堆放物品。**

(一)展馆主通道宽度确保5米以上。

(二)自觉爱护展馆内的各种消防器材和设施。消火栓和灭火器材周围1.5米范围内不得摆放任何物品,严禁阻挡、圈占、损坏和挪用消防器材。装修材料、洽谈桌椅、展品的摆放不得超出企业所属展位的划线范围,不能以各种借口

占用公用通道和消防通道，不得阻挡、圈占消防设施、电器开关箱，违者广交会将发出整改通知书，责成立即整改；如屡劝不改者，安全管理人员有责任对违规摆放的物品进行清理，清理中造成的任何损失和产生的费用由物主承担，广交会将作违规记录。开幕期间，对占用通道摆放展品并经多次劝告不听者，广交会没收违章摆放的展品并暂扣展位负责人的进馆证和展品，在《广交会通讯》通报批评。

**第四条 各类装修、搭建必须申报。**凡进馆进行各类装修的施工单位，不论装修面积大小，必须申报。布展施工单位未申报、未办理施工证而擅自进场施工的，责令停工退场，并责成其依程序办理施工证手续。

**第五条** 对广交会统一搭建的展位、配置的展具，未经广交会审图组许可或未到客服中心现场服务点办理手续的，参展商和布展单位不得擅自拆装改动，否则，广交会有权强制恢复原状，所产生的费用及后果全部由参展企业自行承担。

**第六条** 布展单位施工时须将施工证挂在展位醒目位置。

施工须严格按《展馆防火规定》，不得超出施工证规定范围，并随时接受广交会检查组的监督和检查。布展单位施工时未将施工证挂放在展位醒目位置，不按《展馆防火规定》施工或超出施工证规定范围的，一经发现，给予口头警告，对警告不理会的，广交会检查组取消其施工证，由此引起的一切后果由该布展单位负责。

**第七条** 展位装修必须严格按照国家有关装修工程强制性技术规范、标准和以下规定，进行设计施工。电线和灯具等电器设备必须使用符合国家安全标准的产品。

（一）装修设计和施工不能超过展位的垂直投影。

（二）特装展位装修材料应用不燃或难燃材料。严禁将普通夹板或喷涂防火漆处理的夹板作特装展位装修结构材料，对使用假冒防火材料装修和弄虚作假的施工单位，消防安全执行“一票否决”制度。展馆内不得使用未经阻燃处理的草、竹、藤、纸、树皮、芦苇、地毯、布料和木板等物品作装饰用料。

（三）展馆内禁止电焊及明火作业。布展单位不得在现场使用切割机、电锯，不得在现场喷漆。展位装修禁止使用铝芯电线，一经查处按规定处罚。

（四）所有展位及装修不宜封顶，以确保火灾自动报警系统和自动喷水灭火系统的正常工作。每个申报特装展位均需配置 2 个 2 公斤手提式干粉灭火器（包括筹展、开展、撤展期间，并放置于展位内靠近通道的明显位置）；凡封顶展位，每 20 平方米配置一个 6 公斤宫灯式干粉灭火器。

（五）工程竣工后，报现场保卫人员，经现场保卫会同市公安消防局等验收合格后方可使用。

#### **第八条 严禁携带易燃易爆等危险品进入展馆**

（一）严禁将烟花、爆竹、汽油、煤油、酒精、天那水、氢气等易燃易爆或剧毒品、放射性物品以及保卫部门认为可能威胁展馆安全的物品带入展馆参展，以上展品只能使用代用品。广交会闭幕后，所有化工展品由参展单位自行清理带出馆外。

（二）机械操作演示确实需要用汽油、酒精等易燃液体，至少提前 24 小时报客户服务中心保卫部展馆保卫科审批，批准后，派专人负责管理，并且只能存放当天的用量，确保安全。

（三）施工用的天那水、酒精、立时贴等易燃物品，只准带当天用量，并且在当天施工完毕后须自行带出馆外。

#### **第九条 包装材料应及时清出馆外**

筹展期间使用的各类展品包装箱、纸屑等杂物务必在广交会开幕前及时清理出馆外，严禁将其存放在展位内、柜顶或展位板壁背后，凡将展品的包装箱、包装物、纸屑等杂物存放在展位内的，一经发现，在《广交会通讯》上给予通报，并由广交会安排人员强行清理，由此而产生的费用由违规单位承担。特装（含需要用电施工的改装）展位装修完工后，须把展位的装修材料清理干净后方可离场，否则，将按规定扣减部分安全保证金。

#### **第十条 认真做好闭馆前的清场工作**

（一）参展商布展完毕后应留人看守本企业展位，否则出现丢失、损坏等问题的由企业自行承担经济损失。

（二）广交会每天闭馆前，各参展商应积极配合保卫人员做好清场工作。

（三）清场的主要内容有：1. 展位内的可燃杂物、火种和其他灾害隐患；  
2. 切断本展位的电源；3. 保管好贵重物品和关好门窗。

#### **第十一条 展览用电防火安全规定详见《展馆用电安全规定》。**

### **三、展馆用电安全规定**

为做好广交会展馆的用电安全管理工作，确保整个展馆供电安全可靠，根据国务院颁布的《大型群众性活动安全管理条例》（自2007年10月1日起施行）和消防安全法规，参照国家有关电气设计和施工规范、规程和标准要求，结合展馆的实际，特制订本规定。

#### **第一条 安全责任和现场值班**

贯彻“谁主管，谁负责”的原则。特装展位所属的交易团、参展商、承建施工单位要对其展位的用电安全负责，有义务认真遵守广交会用电安全管理规定。特装展位应在开幕期间留有值班电工，并将值班电工人员名单、联系电话、值班地点报审图组或客户服务中心现场办公室备案。对因违章用电

而发生事故的展位，将视情节轻重追究当事人及相关单位负责人责任，直至追究法律责任。

## 第二条 对施工和布展使用电气材料和设施设备的安全规定

（一）选用的电气材料和设施设备须符合国家强制性产品认证（3C）标准和消防安全要求。

（二）展位配电开关箱内必须按规范设置安全可靠的空气断路器和30MA(动作时间小于0.1S)漏电保护器，配电开关箱防护盖必须完好，出线口处电线不能裸露需有护套。

（三）电线须选用公安消防部门检验合格的ZR-BVV（阻燃双塑铜芯电线）和护套电线。禁止使用绞型线（花线）和铝芯线。

（四）穿过人行地面、地毯和暗敷设在装修物内的电线须穿管或线槽（金属管，难燃塑料管）保护。

（五）金属保护管和金属构件须做可靠电气跨接，并做安全接地。

（六）各电气回路必须有专用保护地线（使用不小于2.5mm<sup>2</sup>截面铜线），并与凡可能接触漏电的金属物件相连。

（七）筒灯、石英灯要有隔热防护；广告牌、灯箱、灯柱内须留有对流的散热孔。灯具镇流器和触发器须选用消防部门检验合格产品。

（八）使用大功率发热灯具应加装防护罩（如100W以上碘钨灯），并应安装在不燃结构上。禁止使用500W以上的大功率灯具。

（九）各布展施工单位进场布展前须将用电负荷报送广交会审图组审核，报图申报功率与实际用电功率应尽量一致，因预装电箱与现场实际用电功率不匹配需展馆方更换电箱的，由施工单位交纳更换电箱手续费。展馆特装用电，将根据申报功率，预装相同用电规格的电源箱，并由施工单位交纳电箱押金、

根据所申报的特装配电图上用电功率交纳用电金额费用。严禁把展馆方配送的电源箱直接当作展位用电总控制电箱使用，不得随意接入展厅的电箱和插座上。不允许利用天花悬挂灯具和电线。不办理用电申请，私自接装用电、乱接乱拉的，将给予停止该展位用电，并按私接电器用电量两倍收费处罚。

(十) 照明用电、机械动力用电、变频设备、可控硅控制设备、舞台灯的调光设备、扩音设备用电、对用电有特殊要求的设备、参展方认为须特别保障的重要或贵重设备均应设计独立回路供电。重要设备用电，应自行设计一主一备双回路供电。

(十一) 若出现展馆固定配电设施开关保护跳闸导致展位停电，应立刻通知广交会电工到场处理，严禁擅自重新合闸送电。

(十二) 参展的计算机、精密仪器等设备应加装不间断电源加以保护，因供电中断造成计算机、精密仪器等设备数据丢失和损坏，由参展企业自行负责。

(十三) 参(布)展企业自带的压缩机，在用电申报时必须说明，并应遵守有关安全标准和规定，按指定位置放置。

(十四) 各参展企业和施工单位要注意爱护展馆的电气设施设备，不准乱拉乱接。参展企业擅自拆改标准展位配置灯具或线路，私自移动灯具或展位配电箱的，广交会电工将强制恢复原状，并给予因恢复原状而产生的费用2倍的处罚；造成灯具、线路或配电箱损坏、遗失的，在《广交会通讯》上通报批评，并责令照价赔偿。

(十五) 展位内的用电器具及线路、开关等配电设施，要自觉接受广交会电工检查。发现隐患，要配合整改，不得拒绝检查或借故拒不整改。对不符合安全要求、构成用电安全隐患的，一律不予该展位供电，将责令其整改。

---

或拆除，拒不整改的予以通报批评。

（十六）为保证展场及您的用电安全，鞋、编织及藤铁工艺品、礼品及赠品、节日用品、家居装饰品、玩具展区只允许增租金卤灯及 LED 灯作为照明设备。

（十七）凡户外展区（如工程农机、车辆、铁石装饰品及户外水疗设施展区等）大会只提供接电点，展商如需防水电箱和防水电缆需自备或提前与审图组联系。

### **第三条 特装布展展位的电气安全管理规定**

（一）特装布展如涉及电气安装，施工单位须具有电气安装资质，电工须持有国家技监部门颁发的有效操作证，并凭上述有效证件到施工证办理点进行签证登记，电工和焊工须持有效操作证上岗，否则不允许进馆施工。

（二）电气设施安装必须符合国家电力行业的规范规程，严格按照国家《低压配电设计规范（GB50054-2011）》、《施工现场临时用电安全技术规范（JGJ 46—2005）》、《建筑工程施工质量验收规范（GB50303—2002）》、《通用用电设备配电设计规范（GB50055—2011）》等规范，以及展馆方有关消防安全规定和本规定的具体要求实施，承建商必须向广交会递交展位用电安全责任承诺书后才能施工。

（三）严格按照广交会审核批准的方案图纸进行电气施工，用电负荷控制在批准的总负荷量内。布展单位对所有已通过审批确定的申报内容，一律不得自行更改；对擅自更改的，广交会将不予供电，并给予警告直至处罚。如现场确实需要增加用电设备而超出批准负荷量的，应及时申报办理有关手续，并按规定交纳相关费用。对不如实申报用电量，少报多用者，广交会电工有权责令其补交费用，拒不补交的按本节第二条第十四款处理。影响用电安全情节严重的，予以警告、通报批评。

(四) 特装展位布展不允许遮挡或覆盖展馆的照明电箱、动力电箱、电话配线箱。如确需遮挡或覆盖，报广交会审图组批准，但遮挡须留出宽600mm的进入通道；覆盖地井配电箱须留大于配电箱的活动盖板，并留有足够的箱前操作间距。操作间距以能打开电箱操作为衡量依据，但不得小于600mm，以便安全检查和故障处理。

(五) 三相负荷非机械用电，应设分开关分级保护。单相负荷超过16A电流，应采用三相电源设计，并三相平均分配展位负荷。

(六) 展位总开关保护整定值应低于或等于接入展馆固定电源箱开关保护整定值的80%。

(七) 特装展位送电前须作安全检查，施工单位电工应先自检；隐蔽电气部分封闭前，应主动联络广交会电工协助安全检查；对不符合安全要求的展位，广交会电工不予送电。

(八) 特装展位的施工和维护工作由特装布展施工单位负责，相关的交易团和商会负责监管。

(九) 广交会下发的整改通知单，自签收整改通知2小时后仍不整改者，给予停电处罚；自签收整改通知8小时后仍不整改者，给予查封展位处罚，并将该单位登记备案，取消下届布展资格。

#### **第四条 标准展位的电气安全管理规定**

(一) 严禁私自或聘请非广交会电工乱拉乱接或增加照明灯具，申请的电源插座不得插接展位照明灯具。须严格在所允许的最大容量500W内使用，不得插接超出允许容量的电器设备，违者将视为对安全供电构成隐患而作停电处理，并追究参展单位的责任。

(二) 标准展位的插座统一装在展位前左右两边。

(三) 广交会配置安装于展位上的所有用电设施设备，参展商不得随意拆除或移位，更不能带出展馆。

(四) 参展商布展完毕和每天闭馆时都应检查安装在展位内的射灯有否脱落，如发现射灯脱落应立即通知广交会电工，避免灯具损坏展品。

(五) 广交会在标摊展位内安装有标配配电箱的，不得对该配电箱安装位置进行移动，参展商在布置时应注意避开。如需了解标摊配电箱具体分布位置，可咨询审图组。

#### **第五条 展出电器样品的安全管理规定**

(一) 禁止使用电热设备（如电水壶，电炉，电烫斗）。如确需展示用电，须向客户服务中心提出申请并获得批准。

(二) 参展的展品或设备设施（仅限于特装展位，不含标准展位）需 24 小时供电的，须由参展企业提出书面申请，由所在交易团签章后，到客服中心现场服务点申报办理。参展用电设备申请 24 小时供电的，必须配置独立用电回路，按规范配置安全可靠的保护开关，并确保设备无故障隐患，因用电设备故障或自带开关失灵导致配电开关保护动作而断电的，由此造成的经济损失由参展企业负责。

(三) 24 小时用电申请（即 24 小时插座）只适用于进口展区和食品展区。

#### **第六条 布置展品的电气安全管理规定**

(一) 各展位的筒灯、射灯、石英灯等灯具的安装须与展品、装饰物等保持 30cm 以上的距离，并应加装接线盒，电线接口不外露，电线芯不裸露。

(二) 配电箱、插座要安装在明显、方便操作与检查的位置。

(三) 为保证标摊用电安全，因标摊用电布线已经完毕，所以标摊电箱不能也无法进行移位，参展商在悬挂网片、摆设自带展具配置时请注意避开。

（四）标摊展位所租用电箱的引线端安装工作由该展位电工负责，广交会电工仅负责出线端的进线工作。

#### 四、卫生保障管理规定

**第一条** 广交会指定各商（协）会、各交易团（分团）秘书长为卫生责任人，具体负责本单位的卫生保障工作，密切掌握所属人员的身体健康状况。各参展人员应自觉服从卫生责任人的管理，密切配合其开展工作，提供与卫生防疫有关的个人信息，每天报告身体健康状况。

**第二条** 参展人员要搞好工作、居住环境和个人卫生；去人群密集的公共场所要采取防护措施；注意饮食卫生，外带盒饭等食品禁止带入展馆就餐；注意室内自然通风；注意天气变化，防寒保暖、劳逸结合、保重身体，不要带病工作。

**第三条** 参展人员在宾馆出现发热、咳嗽、头痛、呕吐、腹泻或其他身体不适症状时，要立即报告卫生责任人，及时到就近医院检查、治疗，不要带病坚持工作，更不要进入馆内；如在馆内出现前述症状时，要立即报告广交会卫生保障办值班室，安排送指定医院检查、治疗。

**第四条** 参展人员应严格遵守广交会卫生保障方面的规章制度，加强组织纪律性，不随便议论、打听、传播有关信息，自觉维护正常秩序。

**第五条** 广交会通过《个人卫生防病知识》宣传单、《卫生保障工作简报》、《广交会通讯》等媒介，向参展人员宣传个人卫生防病知识，公布有关卫生保障信息。参展人员应及时了解、掌握卫生动态和防病知识，增强防病意识。

#### 五、车辆进出展馆管理规定

**第一条** 参展单位自运展品的运输车辆进入展馆应符合以下条件：

（一）凭广交会发放的有效车证；

(二) 在车证规定的时间段内；

(三) 有参展商带车。

## 第二条 装卸货时限要求：

(一) 运输车辆进院后须服从广交会车管部门的调度。运输车辆装卸货不得超过2小时，1.75吨以下(含1.75吨)上展馆二、三层展厅的运输车辆装卸货限定在1小时内驶离。司机不准离车。

(二) 由于集装箱体积大，移动慢，在馆内停放，将会严重影响撤换展工作，因此广交会不受理集装箱在馆内吊卸及存放业务，集装箱车辆进入展馆筹、撤展区域以2小时为限，装卸货后应立即驶离。

(三) 筹撤展运输车辆须服从交通人员指挥，按指定位置停放及装卸货；筹、撤展期间，展馆筹撤展区內车位停满时，参展单位的运输车辆应暂停在停车区等候，听从交通人员指挥进展区装卸货。

## 行驶路线：

1. 由新港东路进入各装卸区。
2. 由阅江路进入各装卸区。
3. 进入各装卸区的运输车辆，可根据停放位置选择展场中路、展场西路、展场东路、会展南二路和会展南三路，由新港东路、阅江路或凤浦路驶离展区。

## 第三条 车辆通行和停放限制

- (一) 筹、撤展期间，载客车辆一律不准在展馆区域马路停放。
- (二) 筹、撤展期间，超过10米长的车辆不得直接驶上二、三层展厅，须到停车场过车驶入。
- (三) 筹、撤展(换展)期间驶上二、三层展区车辆每批限制在40辆以下，一小时内驶离展馆。

(四) 会展期间所有车辆不准驶上二、三层展区。

#### 第四条 车辆行驶管理规定

(一) 筹、撤展期间客、货运车辆

##### 1. 车证的查验放行

(1) 所有筹、撤展货运车辆凭展馆统一核发的筹、撤展车证并按车证上所注明的时间在指定区域装卸货物。

(2) 筹、撤展期间, 交易团、商会以及中心各单位公务用车均凭展馆内停证查验放行。

##### 2. 车辆的行驶路线、停放位置安排以及相关要求

(1) 货运车辆

由新港东路调头(往西行驶)右转进入展品所在展馆指定货车停放区域(展馆南路), 依次为1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13号馆, 车辆装卸货后, 可根据停放位置, 从展场中路、展场西路和展场东路, 由新港东路、阅江路或凤浦路驶离展馆; 进入C区车辆由会展南二、三路进入。双塔路大货车轮候区, 专停放1.2-5.2馆。

(2) 载客小车

持车证小车分别由会展西路、阅江中路、会展南三路经指定门口进入展馆地下车库停放。

##### 3. 相关要求:

(1) 运输车辆应根据展品所在馆号, 选择指定的货车停车位置停放, 司机不得离车。

(2) 运送展品的车辆一律不许进入展馆(机械及设备展区除外), 只可停在展馆大货车停车区装卸货, 由参展商自行或委托展馆搬运人员运进或运

出展厅。

(3) 凡进入展馆地下停车场停放的小车均由展馆西面唯一入口经过车底防爆安检后进入，驾驶员须持有展馆有效凭证。

(4) 禁止车辆在停车场过夜停放。

以上详见附件 7《广交会车辆撤展路线图》。

## (二) 展览期间车辆

广交会展馆展览期间各类车辆须凭有效证件，按规定路线进出展馆。具体如下：

### 1. 车证发放管理

展馆设内停证，此证仅供车辆进出及停放广交会车场之用。

### 2. 车证的查验放行

(1) 交易团、商（协）会及有关单位公务用车凭内停证经安检后放行。

交易团接送巴士及酒店接送巴士凭展馆停车证放行。

(2) 展馆穿梭巴士可凭展馆核发的内停证放行，但必须在展场外下客后，空车进入停车点。

### 3. 车辆行驶路线

#### (1) 交易团大客车

A 区由阅江路从 8 号门进入西北大巴停车场，B 区由会展东路进入东北大巴停车场，C 区由会展南三路由 12 号门进入大巴停车场，下班时可分别由新港东路、会展东路、会展南二路驶离。

#### (2) 酒店大客车

①停放 A 区西北停车场、展场南路的酒店大客车，上午送客人时段由阅江中路（西往东）从 8 号门进入西北停车场下客后即驶离，经 6 号门驶离会场；

下午接客人时段后到指定停车位上客，从 5、6 号门离场；停放 A 区北面广场的酒店大客车由阅江中路（西往东）从 1 号门进入，经展场中路驶入停车点，离场时由展场中路经 5 号门转新港东路驶离。

②停放 B 区的酒店大客车，上午送客人时段由会展东路进入 B 区东北停车场下客后即经 2 号门驶离；下午接客人时段，停放在东北停车和 B 区展场南路的酒店接待巴士分别由会展东路、阅江中路（西往东）2 号门进入 B 区东北停车场和 B 区展场南路指定停车位上客，离场时按进场路线原路返回驶离。

③停放 C 区的酒店大客车，由会展南三路从 12 号门进入停车位，从 15 号门驶离。

#### （3）展馆穿梭巴士

展馆设有广交会展馆展场南路停车点至市区的亚洲国际大酒店、东方宾馆、广州宾馆、中信广场等四条免费穿梭巴士，由新港东路、会展西路、展场西路、展场南路专用车位上客，按规定时间发车，经展场中路、新港东路返回市区各线路停车点。

#### （4）出租车

阅江中路右转（往南行）驶往展场中路出租车站临时停靠，上落客后驶离会场。展馆出租车站仅供的士临时停靠上下客之用，上下客后应立即驶离，不得在此停留等客。

## 六、网络服务管理规定

为规范广交会展馆网络的使用管理，并确保网络服务质量，中国对外贸易中心（集团）客户服务中心（以下简称展馆方）根据《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》、《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》、《计算机信息网络国际联网安全管理办办法》、《互联网安

全保护技术措施规定（公安部令第 82 号）》（以下简称公安部令第 82 号）、《广州无线城市建设实施方案》以及《展览整体服务解决方案》等文件精神，参考国内外知名展会网络使用规定并结合广交会展馆实际情况，制定本管理规定。

网络服务对象包括但不限于参展商、采购商、观众、展览主办方及承办方工作人员（以下简称网络用户）。

### 一、展馆网络概况

展馆方提供的网络服务是指有线网络及无线网络服务，所提供的标准服务包括 HTTP、QQ、MSN、E-mail 服务。对标准服务以外的互联网服务，如使用证券软件、VPN 等需使用特殊协议端口的业务软件进行联网，需另外交费申请开放权限端口服务（BT、迅雷、游戏等网络端口除外）。注：展馆提供的无线网络服务不提供权限端口开放服务。

### 二、展馆网络服务申请

网络服务可网上预定或现场办理（办理流程和收费标准请参见本书《服务指南》部分第六章展览现场服务），申请通过后，展馆方将在规定时间内完成施工，网络正式开通时间为开幕当天，有线网络申请截止时间为每期开展前一天 12: 00。当参展商在使用展馆网络上网过程中出现故障，可拨打展馆网络报障电话进行报障。

### 三、展馆网络使用和管理

（一）网络用户必须遵守国家有关法律、法规及中国对外贸易中心（集团）的有关规章，严格执行安全保密制度，不得利用网络从事危害国家安全、泄露国家秘密、损害中国对外贸易中心（集团）利益等违法、违规活动，不得制作、查阅、复制和传播扰乱社会治安、有伤风化、淫秽色情等信息，不得利用网

络攻击、损害公用网络设施和其它用户。否则，展馆方有权终止其网络服务，情节严重或造成损失的，将依据国家有关规定进行处理，直至追究法律责任。

（二）任何网络用户未经展馆方书面许可，不得私自架设和开启类似于无线路由器、交换机等非终端设备联接展馆网络，如有特殊需要，须报请展馆方书面同意，办理相关手续并在展馆方工作人员指导下使用。

（三）因无线网络具有一定的开放性，请各网络用户自主做好计算机安全防护，安装防病毒软件并打好操作系统补丁，防止认证用户名和密码等个人信息的泄露，请妥善保管个人的用户名和密码。因个人密码泄漏而导致的一切后果由账号所有人承担。

（四）有线网络用户成功申报网络服务并缴纳相应费用后，展馆方将在规定时间内完成施工，网络正式开通时间为开幕当天。

（五）展馆网络接入为配对制，即申请数量与使用的电脑数量相等，多台电脑需申请同等数量的网络接入或申请网络组网。

（六）严禁网络用户安装盗号木马软件、病毒工具和其他恶意电脑程序对展馆网络进行非法攻击或侵入，干扰其他网络用户的正常使用。

（七）严禁网络用户使用迅雷、网际快车、BT、电驴等多线程或P2P下载软件下载电影、视频以及其他占用网络带宽较大的应用软件。

（八）网络用户必须确实保护好由展馆方提供的网络线缆、无线网卡、交换机以及其他网络设备，撤展前需通知展馆方进行确认回收。

#### **四、违规处理及免责说明**

（一）未经允许不得利用展馆网络资源开展经营性活动。一经发现，展馆方有权终止其网络使用权。

（二）展馆方有权采用技术手段监控广交会展馆范围内的一切网络安全。

对于未经展馆方书面许可擅自使用自带无线路由器、交换机等设备联接展馆网络的网络用户，展馆方有权酌情采取暂扣相关设备至展会结束、没收网络使用押金、列入黑名单、取消 2 届展会的网络用户资格等措施（可同时采取多条措施）。

（三）网络用户不得损坏展馆内的网络设备、设施，如有损坏，承担赔偿责任。

（四）出于确保网络服务安全平稳的需要，展馆方有权在未提前告知的前提下对部分区域和部分时段进行网络管制以及调整或禁止部分网络访问端口（如证券、BT、迅雷、游戏等）的访问权。

（五）当展馆方发现使用网络服务的网络用户恶意攻击展馆网络或利用展馆网络进行违法犯罪活动时，展馆方有权立即终止其正使用的网络服务而无须承担任何责任，并且不予退还网络接入费用及押金，同时保留追究其刑事或民事责任的权利。

（六）展馆方保留在因更换服务器、调整展馆网络、设备故障、光缆损坏、遭受网络攻击等其他不可预料的情况下中断或终止部分或全部有线网络服务的权利，对于所有有线网络服务的中断或终止而造成的任何损失，展馆方无需对网络用户承担任何责任。

（七）展馆提供的网络服务，仅指为网络用户提供接入因特网的物理链接，展馆方不承担网络用户使用网络服务产生的任何责任和风险。网络用户一旦使用展馆的网络服务即意味着该网络用户明白且愿意独自承担使用此服务所产生的任何责任和风险。

（八）对于不认同本规定所制定的各项条款的，可自行申请其他运营商的网络服务。

(九) 本规定自 2014 年 7 月试行一年，展馆方保留本规定的最终解释权。

## 七、广交会展品集货运输管理办法

为加强广交会展品集货物流企业管理，促进筹撤展集货运输秩序有序、交通畅顺，确保安全责任落实，保证筹撤展工作完成，制定本办法。

### 第一条 展品集货资格申报适用范围

展品集货运输资格申报适用范围：在广交会从事“点到点”展品运输服务的物流企业（下称物流公司）。

物流公司应按照本办法的规定，为参展企业提供规范、专业、安全、高效的“点到点”展览运输服务。

确定实行展品集货运输的参展企业应选用通过广交会集货运输资格审核的物流公司具体实施。广交会主管部门不接受未通过资格审核的展品物流公司申报。

### 第二条 申请集货资格的条件

(一) 具备一定资质，企业注册资本人民币 100 万元以上（含 100 万元），能独立提供运输服务的物流公司。营业执照中经营范围应有展览服务、货运经营、货物搬运装卸等经营业务。

(二) 每届展品集货总量达到 200 立方米（含 200 立方米）以上。

(三) 每届服务参展企业达到 100 家（含 100 家）以上。

### 第三条 资格审核须提交的文件

(一) 物流公司须提交本公司注册地发证机关年审、认定的营业执照复印件，并在复印件加盖公司印章；如公司出现工商注册变更时，应出具注册地发证机关证明文件。

(二) 由物流公司指定的现场负责集货管理的负责人或业务经办人，应

提交（或出示）申请的单位法人出具的授权委托书（该委托书为格式文件，必须按要求填写），若上述现场人员出现变更，其授权委托书应重新提交。

（三）上届广交会集货回运货量证明（即提供代理承运参展企业回运展品的结算单据，须含货物件数、立方数、企业家数等数据并须加盖公司印章）。

#### **第四条 申请程序**

申请单位的申报资料，一律采用邮政快递（EMS）速递或送交方式（不接受传真件），统一交至客服中心展会服务部储运科。详细办理程序，请登录广交会官网下载或查阅《参展手册》关于《广交会展品集货申报工作须知》。

#### **第五条 资格审定和公布**

（一）中国对外贸易中心（集团）客服中心负责对参加展品集货管理的物流公司的资格进行审核确定。

（二）审核内容为核实申请资料是否齐全、属实，是否全部满足必备的展品集货资格条件。

（三）在收齐申请资料后 15 个工作日内完成审核工作，并在广交会官网（[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)）公示通过资格初审的物流公司名单，若无重大异议，上报审批。

（四）审批后，在广交会官网正式公布通过资格审核的物流公司名单。

（五）通过资格审核的物流公司应与广交会承办单位签订《广交会展品集货管理安全承诺书》。

#### **第六条 现场集货管理要求**

集货物流公司应严格遵守、执行广交会展品集货运输、搬运服务及安全责任等有关规定，对所承担的展品集货运输服务的安全负全责。

（一）一期的工程农机（室外）展区（4.0、5.0、6.0、8.0 部分、9.0、

12.0)、大型机械与设备展区(1.1、2.1部分)不纳入展品集货申报范围。

(二) 每个集货停车位最多可办理3个撤展集货停车证。

(三) 不受理9.6米以下货车申请集货停车位。

(四) 进场撤展的货车事前应确认车况良好,避免撤展时在场内发生故障,影响交通和整体撤展速度。

(五) 物流公司在取得大会安排的集货停车位置后,须及时通知参展企业,做好筹撤展日展品进(出)馆预登记工作,完成代理承运展品搬运工作。

(六) 进场从事装卸作业的人员必须戴安全帽。

(七) 每期撤展当天,集货停车位车辆先到,展品再出馆,做好调度工作,避免因展品堵塞车位而无法停车,影响交通。禁止各集货物流公司把货物堆放在车头前面及车道,可利用A、B区南广场花基人行道堆放货物,以减少主车道交通阻塞。

(八) 不得在大会划定的展品集货区域之外停车集货装运,不得占用其他集货物流公司的停车位置。未经许可,不得在A、B区展馆二、三层布展通道、A、B区中央通道及展厅主通道和门口两侧空地、11.1馆外东南角拐弯地段集货,或随意堆放展品,阻碍交通。

(九) 集货停车位实行“谁使用、谁管理”,现场秩序员须佩戴大会证件,集货运输车证须统一挂靠在车头显眼位置,以方便现场管理人员识别。

(十) 每期撤展当天,展厅展品清空截止时间为当日的21:00。在21:00后客服中心将组织搬运人员强行清理展厅内尚未清出的展品。

(十一) 撤展时间,物流公司必须确保专人在现场负责管理、协调集货停车秩序,在规定的撤展时间内完成展品装卸搬运工作,具体负责集货事务的人员必须按时到场、在位,协助交通协管员引导好自己的车辆到达集货停

车位，做好回运货物堆放、理货和疏导工作。若遇不可抗力因素导致超过最后装货时限而出现通宵作业的，需留人值守尚未装车的展品，展品毁损、失窃的风险由物流公司自行承担。

（十二）每期每个集货停车位置的使用时限为《广交会展品集货申报工作须知》约定时限，应在使用时限内组织完成展品装车工作并按时将货车驶离现场。如需跨区混装运输的，撤展时应调配充足人手，抓紧时间将展厅的展品搬出展馆至集货停车位并装货，在规定时间内尽快腾空已完成撤展装货的各区集货停车位。

（十三）应按广交会规定时间，组织撤展车辆提前进入轮候区，并听从现场交通协管人员调度。没有进入轮候区的车辆，大会将按撤展车辆调度程序调度进各展区。

（十四）司机不能随意离车，司机的手机号码应向广交会客服中心储运科报备并醒目写在车头显眼处，以便交通协管人员及时联系司机本人。

（十五）应及时做好撤展车辆调度工作，如车辆因故延迟截止到 15:00 未到集货停车位的，须及时向广交会有关部门报告，现场管理人员将根据情况引导车辆到达停车位置。未有报告的，集货停车位将由现场管理人员调配，转为其他撤展车辆停车位。

（十六）对货量较多的物流公司，当货量达到装满一辆货车时，须及时联系调度后续货车进馆，加快展品装运。

（十七）各集货物流公司应在公平竞争的原则下，承接广交会的展品集货运输业务，不得采取不正当竞争手段，损害参展企业与同行的利益。

（十八）使用的集货停车位不得转让给第三方。

（十九）如需申请撤展集货停车位，须按规定办理撤展集货车证，未申

请则不得使用集货停车位。

(二十) 凡申请办理广交会撤展集货人证、车证的物流公司应详细阅读并签署《广交会办证工作承诺书》，自觉服从大会工作人员的管理、监督并遵守以下规定：

1. 实行实名制办理人证、车证，各物流公司必须严格审核申请人身份证原件并对审核结果负责。广交会撤展集货办证数量将根据实际情况从严控制。

2. 办理广交会展品集货运输人证、车证的申请人必须为物流公司授权委托书中的现场集货负责人。

3. 严格按证种适用范围从事现场工作，驻会服务证仅限物流公司现场负责人、业务联系人在广交会期间进馆期间使用，叉车驾驶员不得办理驻会服务证进场；理货证仅限物流公司理货员、秩序员在筹、撤展期间处理集货运输业务时进馆使用。申办广交会集货证件的物流公司，必须按大会规定使用证件：

(1) 不得为无关人员办证，不得将驻会服务证和理货证指标另做他用。如将指标另作他用者，大会将视情节按每发现1个减少2个的比例扣减该物流公司下届广交会办证指标，情况严重的，大会有权取消物流公司下一年度集货运输申请资格，物流公司应对由此造成的一切后果承担全部责任。

(2) 物流公司负责保管证件，筹撤展工作完成后，应立即将所办的人证交回客服中心展会服务部储运科，如出现遗失，必须出具公司公函说明原因。

(3) 物流公司使用证件过程中，不得出现倒卖、转借证件，或办证时规避主管部门监管，或从事非集货以外工作的。

## 第七条 资格审核的管理

(一) 广交会展品集货物流公司资格审核，实行“分级管理、优存劣退、每届考评、每年审核”的办法。

1. 分级管理：根据每届广交会展品集货物流公司工作表现综合考评结果，将物流公司分为 A、B、C、D 四级。

2. 每届考评：每届广交会期间对获得展品集货资格的物流公司，客服中心主管部门均进行综合考评及现场巡查记录，凡因严重违规、考评得分最末一名或被评为 D 级，以及当届未在广交会提供集货服务的，客服中心可取消其广交会展品集货资格，不再受理其下一年度的展品集货资格申请。

每年审核：每年组织一次广交会展品集货物流公司资格审核，引进资质物流企业，不断优化服务队伍。

（二）根据《广交会展品集货物流公司评考评办法》的考评标准，由广交会客服中心主管部门，在每届广交会结束后，按 100 分满分制，对物流公司的的工作表现进行考评（A、B、C、D 四级），考评结果分为：A 级（90—100 分）、B 级（75 — 89 分）、C 级（60 — 74 分），D 级（60 分以下）四个等级。若有物流公司当届考评得分排名最末，或评定为 D 级的，广交会客服中心将取消其广交会展品集货资格，同时不再受理其下一年度展品集货资格申请；若有物流公司连续两届被评为 A 级，将免除其下一年度（只适用一个展期）一个集货车证费的奖励。

**第八条** 本办法自批准印发之日起实施，由中国对外贸易中心（集团）客户服务大厅负责解释。

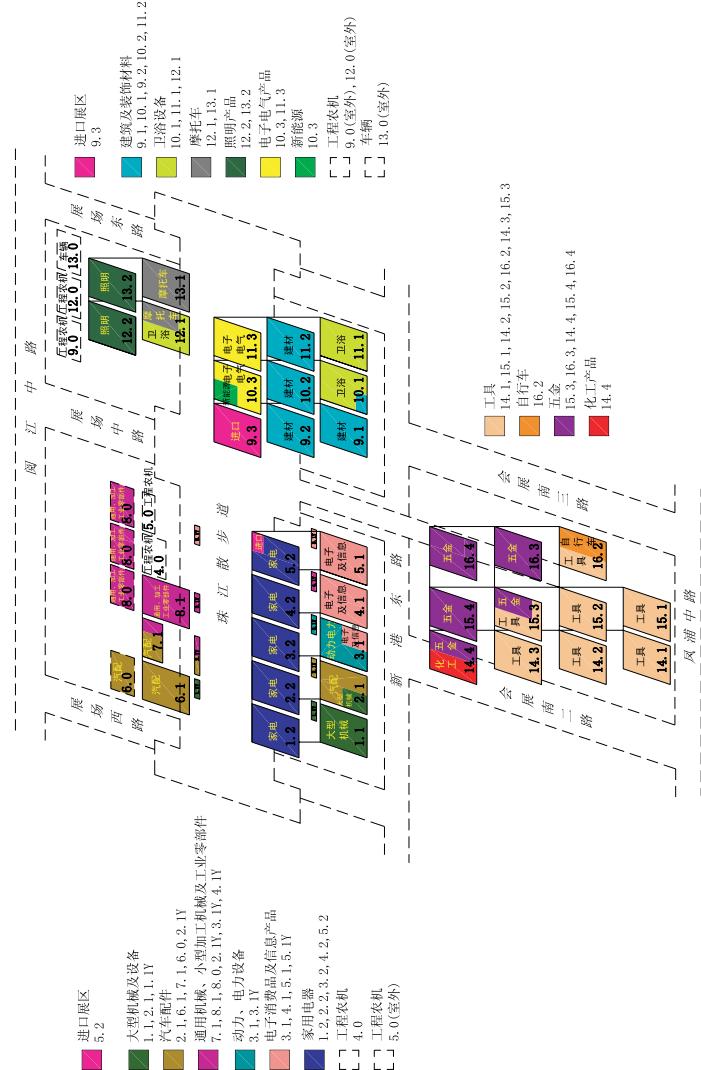
## 附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表

附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表

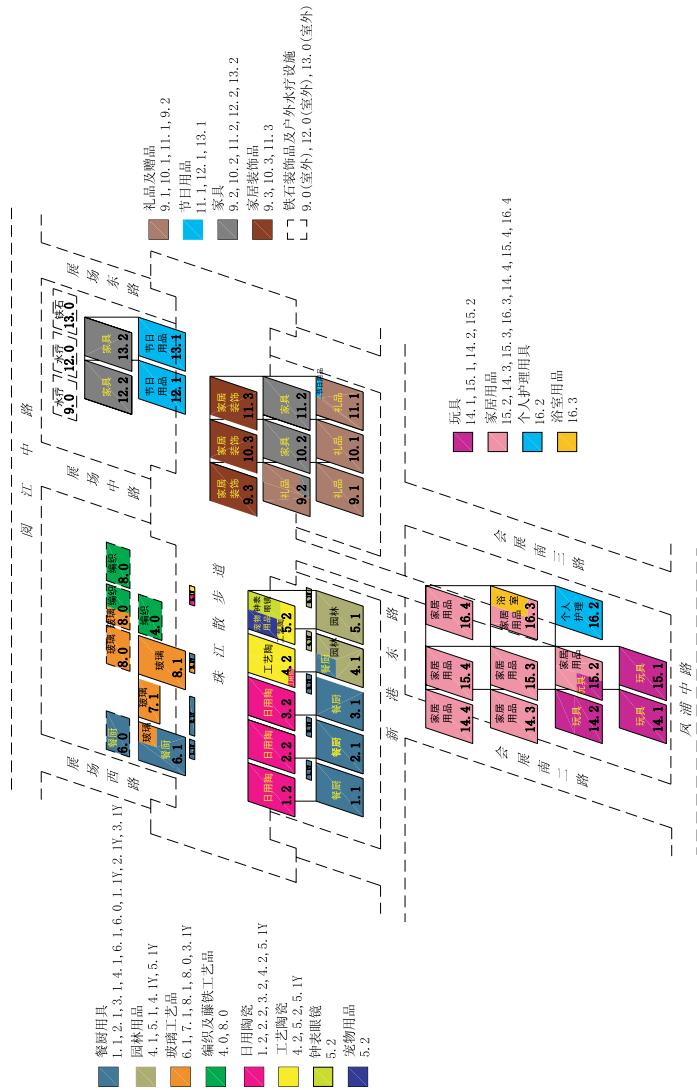
	展区位置	展区代码	展区名称	相关商 会
一期: 电子及 家电、照明、 车辆及配件、 机械、五金工 具、建材、化 工产品、能 源 类	广交会展馆 A 区	EH05	电子消费品及信息产品	机电
		EH04	家用电器	机电
		MA02	大型机械及设备	机电
		MA05	动力、电力设备	机电
		MA06	通用机械、小型加工机械及 工业零部件	机电
		MA07	工程农机 (室内)	机电
		MA08	工程农机 (室外)	机电
		VS03	汽车配件	机电
		EH02	电子电气产品	机电
		MA08	工程农机 (室外)	机电
二期: 日用消 费品、礼品、 家居装饰品 类	广交会展馆 B 区	NE01	新能源	机电
		BM01	建筑及装饰材料	五矿
		BM02	卫浴设备	五矿
		LE01	照明产品	机电
		VS02	摩托车	机电
		VS04	车辆	机电
	广交会展馆 C 区	HT01	五金	五矿
		HT02	工具	机电
		CP01	化工产品	五矿
		VS01	自行车	机电
二期: 日用消 费品、礼品、 家居装饰品 类	广交会展馆 A 区	CG01	餐厨用具	轻工
		CG02	日用陶瓷	轻工
		CG06	宠物用品	轻工/食 土
		HD01	工艺陶瓷	轻工
		HD02	玻璃工艺品	轻工
		HD03	编织及藤铁工艺品	外资
		GI01	钟表眼镜	轻工
		HD05	园林用品	食土

二期：日用消费品、礼品、家居装饰品类	广交会展馆 B 区	GI03	礼品及赠品	轻工
		GI04	节日用品	轻工
		HD04	家居装饰品	轻工
		HD06	铁石装饰品及户外水疗设施	五矿
		HD07	家具	轻工
	广交会展馆 C 区	CG03	家居用品	轻工
		CG04	个人护理用具	轻工
		CG05	浴室用品	轻工
		GI02	玩具	轻工
三期：纺织服装、鞋、办公、箱包及休闲用品、医药及医疗保健、食品类	广交会展馆 A 区	TG01	男女装	纺织
		TG02	童装	纺织
		TG03	内衣	纺织
		TG04	运动服及休闲服	纺织
		TG05	裘革皮羽绒及制品	食土
		TG06	服装饰物及配件	纺织
		OF01	办公文具	轻工
		OF03	体育及旅游休闲用品	轻工
		LD01	贫困地区特色产品	
	广交会展馆 B 区	FN01	食品	食土
		OF02	箱包	轻工
		SH01	鞋	轻工
		MH03	医药保健品及医疗器械	医保
	广交会展馆 C 区	TG07	家用纺织品	纺织
		TG08	纺织原料面料	纺织
		TG09	地毯及挂毯	食土

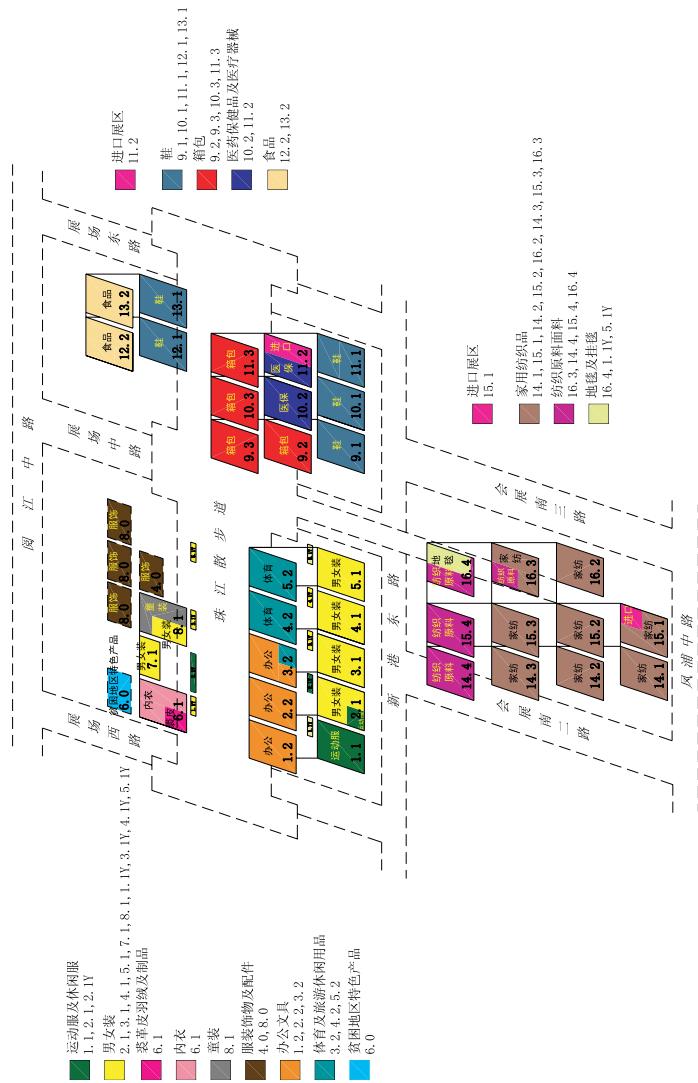
## 附件 1.2 展区布局图



第124届中国进出口商品交易会  
(第三期)



第124届中国进出口商品交易会  
(第三期)



---

## 附件2 中国进出口商品交易会参展展品范围

### (出口展)

#### 第一期：

#### 电子及家电类

##### ◆ 电子消费品及信息产品

- 音像视听产品：家庭影院设备，VCD机，DVD机，CD机，麦克风，卡拉OK设备，电视，机顶盒，录像机，录音机，复读机，收音机，扩音器，扬声器，汽车音像系统，电视机架
- 数码娱乐产品：MP3机，MP4机，随身听，数码相机，平板电脑，电子游戏产品
- 通讯产品：手机，寻呼机，对讲机，PDA，电话，传真机，通讯电缆，天线及接受器，呼叫器，无线电设备，雷达导航设备，卫星通讯设备，卫星接收器，其他通讯设备及器材
- 电源产品：干电池，锂电池，移动电源，电源适配器，USB充电器
- 计算机产品：
  - ◆ 计算机及配件：大、中型电子计算机，小型电子计算机，微型电子计算机，台式计算机，笔记本电脑，光驱，软驱，硬盘，CPU，内存，声卡，显卡，主板，键盘，鼠标，显示器，移动硬盘，U盘，电子计算机散件，文字处理机，其它电子计算机
  - ◆ 计算机外围设备：打印机，3D打印机，磁盘，光盘，磁带，扫描仪，数码摄像头，刻录机，UPS，其他外围设备
  - ◆ 计算机网络设备：服务器，调制解调器，路由器，集线器，网卡，工作站，交换机

◆ 计算机软件：操作软件，办公软件，财务软件，管理软件，图像设计软件，电脑安全软件，网络工具软件，游戏软件，教育软件，多媒体软件，开发与编程软件，翻译与字典软件，智能家居系统软件

■ 其它电子产品：气象监测仪，气象监测仪组合装置，气象监测仪配件

#### ◆ 电子电气产品

■ 电子安全设备：监控器，警报器，自动安全产品，检测器，传感器，通道控制系统，家用安全产品，办公室安全系统，自动安全产品，电子锁系统，智能卡

■ 商务自动化设备：复印机，电子写字板，投影仪，碎纸机，考勤机，图像会议设备，电子收款机，自动取款机，电子打卡机，点钞机，条码打印机，条码扫描器，数据采集器，IC 卡

■ 电子电工产品：光电器件，整流器，逆变器，放大器，变频器，分频器，继电器，适配器，电池，变压器，稳压器，电感器，电抗器，断路器，万用表，连接器，测量设备，充电器，电子检测设备，电子元器件（电容，电阻，晶体管，二极管，三极管，压电晶体，电感元件，线圈，插座，开关，电线，电缆，电路板）

■ 电工设备：电炉，线路金具，电碳制品，电线，电缆，电瓷，绝缘材料，电工用具，蓄电池等

#### ◆ 家用电器

■ 厨房电器：微波炉，电热锅，电饭煲，电烤箱，燃气炉，抽油烟机，排气扇，洗碗机，消毒柜，食物处理机，榨汁机，搅拌机，净化器

■ 冰箱及制冷设备：冰箱，冷柜

■ 空调及通风设备：空调，电风扇，空气加湿器，空气干燥器，空气

## 清新器

- 洗衣及干衣设备：洗衣机，干衣机，电熨斗
- 其他家用小电器：计算器，热水器，吹风机，氧气机，电动剃须刀，电子刀具，电筒，吸尘器，暖炉，灭蚊器

## 照明类

### ◆ 照明产品

- 照明系统应用：工业照明，装饰照明，紧急及安全照明，娱乐及舞台灯光，办公室、广告、展览会照明，户外照明
- 电光源：日光灯，节能灯，白炽灯，霓虹灯，氘灯泡，碘钨灯，镁灯泡，溴钨灯
- 灯具配件：灯罩，灯柱，光纤，灯盘，灯座，灯头，镇流器，稳压器，变压器，启辉器，适配器，转换器，传感器

## 车辆及配件类

### ◆ 自行车

- 自行车：自行车、电动自行车，电动滑板车
- 自行车零配件

### ◆ 摩托车

- 摩托车，沙滩车
- 摩托车零配件

### ◆ 汽车配件

- 汽车零部件：发动机及零件，冷却、润滑及燃料供给零件，传动系零件，行驶转向及制动零件，汽车仪表及零件，汽车电器及零件
- 轮胎

- 汽车配件及优化装备
- 维修及汽车相关服务用品
- 汽车装饰品

✧ **车辆**

- 非工程车辆：轿车，客车，越野车，底盘，拖车及拖车头，保温车，冷冻车，油罐汽车，公共汽车，救护车，消防车，运水车，工具车，飞机牵引车，机场特种车辆，无轨电车及设备，高尔夫车，ATV 全场车，运钞车，面包车，货车，自卸车等

**机械类**

✧ **动力、电力设备**

- 动力设备：电动机，电机组，柴油机等
- 电力设备：发电机，发电机组，输电设备，调相机等

✧ **通用机械、小型加工机械及工业零部件**

- 通用机械：各种泵，阀门，风机，压缩机等
- 小型加工机械：电焊机，气割机，切割机，台钻，砂轮机，机床附件，磨料，金刚石及制品，其他各类小型机械及器材
- 工业零部件：轴承，坚固件，链条，弹簧，通用阀门，铸造产品，锻造产品，模具，齿轮，粉末冶金，气动元件，密封件，液压部件及配件，其他机械零配件

- 仪器：电子仪器，电工仪器，显微镜，测绘仪器，观察仪器，物理光学仪器，其他光学仪器，材料实验机，地质勘探设备及仪器，热工仪器，自动化仪器，建筑试验仪器，水文土工仪器，实验室仪器，专用仪器仪表，其他物理化工仪器

- 摄影器材：电影器材，照相器材，其他照相制版及电影器材
  - 印刷器材
  - 家用缝纫机及零件，纺织器材
  - 运输设备：船舶设备及零件，水下特种设备，航空设备及零件，铁路车辆设备及器材
    - 汽车保养设备：喷油嘴清洗机，汽车举升机，废油抽取机，轮胎拆装机，平衡机，四轮定位仪，清洗机等
- ◆ 工程农机
- 工程农机（室内）
    - ◆ 小型工程机械：震动夯，小型吊篮，切砖机等
    - ◆ 农林机械：收获机械，耕作农机具，机动插秧机，手动插秧机，水利排灌机械，农田建设机械，畜牧机械，农业机械零配件，林业机械，其他农林设备等
    - ◆ 园林机械：割草机，喷雾器，其他农林机械
    - ◆ 农副产品加工机械：油脂机械，大米机械，其他粮油加工机械，包装设备及材料，检化检仪器等

- 工程农机（室外）
  - ◆ 工程机械：叉车，挖掘机，翻斗车，汽车起重机，履带式起重机，水泥搅拌车，平板夯，吊篮，切砖机等
  - ◆ 土建工程机械：矿山机械，起重机械，煤矿机械，地质机械，消防机械，石油机械等
  - ◆ 农林机械：农用运输车辆，拖拉机，收获机械，机耕船，耕作农机具，机动插秧机，手动插秧机，水利排灌机械，农田建设机械，畜牧机械，

农业机械零配件,林业机械,其他农林设备等

### ◆ 大型机械及设备

■ 大型机械: 金属切削机床, 大型木工机械, 纺织机械, 制药机械, 塑料机械, 包装机械, 烟草机械, 印刷机械, 食品加工机械, 橡胶加工机械, 化工机械, 锻压机械, 铸造机械

■ 成套设备: 各种轻工业品生产线

### 五金工具类

#### ◆ 五金

■ 五金: 家具五金, 建筑五金, 装饰五金, 门窗五金, 铁艺制品, 浴室五金及配件, 锁具及配件, 丝网, 焊接材料, 低压阀门, 水暖器材, 铸铁制品, 铸锻件, 紧固件, 手推车 / 平板车及配件, 货架 / 支架及配件, 消防器材, 其它五金制品

#### ◆ 工具

■ 工具: 量具, 磨具, 刀具, 手动工具, 电动工具, 气动工具, 液压工具, 焊接工具, 机械工具, 切割工具, 农具

### 建材类

#### ◆ 建筑及装饰材料

##### ■ 建筑材料:

◆ 一般建材, 金属建材, 化工建材, 玻璃建材, 水泥制品, 防火材料, 保温材料, 隔热材料、暖通 / 散热器材及附件

◆ 涂料 / 化学类: 墙面 / 防水 / 地坪涂料、涂料助剂、涂料包装材料、干粉砂浆、粘合剂、外加剂、助剂、建筑胶、胶带、填缝剂、防锈材料、建筑防水材料、防水添加剂、防渗漏材料、防水技术及相关设备

- ◆ 管件
  - 装饰材料:
    - ◆ 瓷砖: 墙面瓷砖、地面瓷砖、其它装饰用瓷砖
    - ◆ 木地板: 实木地板、实木复合地板、强化木地板、软木地板、竹地板
    - ◆ 天花 / 幕墙 / 墙纸及室内装饰: 天花、吊顶、墙纸、铝板 / 铅板 / 点式 / 单元 / 金属幕墙、幕墙配件及加工设备、阳光板、石膏制品、钢结构
    - ◆ 门窗类: 木门、塑钢 / 铝合金 / 钢门、窗; 各类自动门、门控五金系统及配件、门禁电子系统
    - ◆ 石材: 石地板、园艺文化石、异型石材、石料、石材; 人造石装饰材料
    - ◆ 玻璃类: 艺术玻璃、建筑 / 装饰玻璃
  - 厨房设备: 整体厨房、橱柜、洗物槽、厨房挂件
- ◆ 卫浴设备
- 卫生陶瓷、浴缸类、整体浴室、蒸汽房、淋浴类、水龙头、卫浴镜、浴室家居、热水器、浴室取暖器、浴室柜、间隔、泳池设备等
- 化工产品类**
- ◆ 化工产品
- 无机化学品: 化学元素, 无机酸及非金属无机氧化物, 非金属卤化物及硫化物, 无机碱和金属氧化物氢氧化物及过氧化物, 无机酸盐和无机过氧酸盐及金属酸盐, 杂项无机化工品
  - 有机化学品: 烃类及衍生物, 醇类及衍生物, 酚、酚醇类及衍生物, 醚类及衍生物, 醛基化合物, 酮及酮基化合物, 羧酸类及衍生物, 非金属无

机酸脂及盐，含氨基化合物，其他有机化合物

- 农化工品：化肥，农药
- 染料、颜料、油漆及中间体
- 塑料及其制品
- 橡胶及其制品

## 能源类

### ◆ 新能源

- 太阳能光伏产品：
  - ◆ 太阳能电池及组件
  - ◆ 光伏相关零部件
  - ◆ 光伏工程及系统
  - ◆ 光伏原材料
  - ◆ 光伏生产设备
  - ◆ 光伏应用产品
- 太阳能光热产品：
  - ◆ 太阳能热水器、太阳能热泵、太阳能集热器、太阳能空调、其他光热产品及配件
- 风能产品及配件
- 其他新能源产品

### 第二期：

## 日用消费品类

### ◆ 餐厨用具

- 不锈钢器皿，搪瓷器皿，其他材料器皿

- 餐桌用品及装饰：餐具，刀叉，餐桌用蜡烛，餐桌装饰
- 厨房用品：开瓶器，瓶塞钻，开罐器，火锅器具，水壶，厨房及专业刀具，厨房用纸，去皮器，铝箔，过磅称，磨刀器，净刀器，锅，铲，勺，核桃夹子

#### ◆ 日用陶瓷

- 家庭用餐厨及日用陶瓷
- 酒店用餐厨及日用陶瓷
- 其它餐厨及日用陶瓷

#### ◆ 家居用品

- 清洁用品：洗涤用品与洗衣用具；去污剂，锅具清洁用品，冰箱除臭剂，洗窗用具，扫帚，刷，抹布，地拖，磨光用具，垃圾斗，垃圾铲
- 一般家庭用品：雨伞，阳伞，民用手套，劳保手套，盆，桶，衣夹，衣架，洗衣篮，衣叉，钩，熨衣板，鞋架，鞋盒，鞋柜，烟具，打火机，温度计，CD架，废纸篓，储物柜，酒瓶架，购物手推车，其他家庭用品

#### ◆ 个人护理用具

- 化妆品及配件：化妆品，唇膏，化妆袋，化妆扫，化妆镜
- 皮肤护理产品：美容面霜，护肤霜，护手霜，防晒霜，按摩用品，香水
- 头发护理产品及配件：洗护发产品，梳，日用发刀剪，头饰
- 护甲用具，护足用具，剃须用品
- 护齿用品：牙膏 / 牙刷

#### ◆ 浴室用品

- 洗浴用品：肥皂，沐浴液，漱口水，浴盐 / 浴油，牙膏 / 牙刷

- 洗浴用具：浴室海绵，浴室用垫，浴室用镜，视液容器，肥皂托盘，塞子，湿毛巾，浴帽，浴帘，毛巾，毛巾架，厕纸及面纸

## ◆ 宠物用品

- 宠物食品
- 宠物用品：宠物玩具，宠物训练产品，宠物碗/喂食器，宠物床及配件，宠物笼，宠物颈圈/牵引带，宠物服饰及配件，水族馆用品及配件，宠物清洁美容产品，其他宠物用品

## 礼品类

### ◆ 钟表眼镜

- 钟：石英钟，机械钟，跳字/行针跳字钟，无线电钟，柜钟，挂钟，座钟
- 表：石英表，机械表，跳字/行针跳字表，液晶体显示表，计时表，运动表，时尚表，袋表，怀表
- 钟表配件：表面，机芯，表壳，表盘，表针，表链，表带，表玻璃，防水胶圈
- 眼镜：近视镜，老花镜，隐型眼镜，太阳镜
- 眼镜配件：眼镜框，眼镜片，眼镜盒

### ◆ 玩具

- 婴儿玩具
- 电动或遥控及发条类玩具
- 动作类玩具
- 游戏益智类玩具
- 毛绒及布制玩具

- 玩偶
- 骑乘类玩具：童车，婴儿车，小自行车
- 玩具乐器
- 充气玩具
- 其他玩具及玩具零配件

#### ◆ 礼品及赠品

- 树脂工艺制品
- 传统工艺品：景泰蓝，漆器及雕漆，工艺扇，工艺灯，文房四宝，人发及发制品，绣品，花瓶，工艺茶具，酒具，雕刻工艺品，泥塑工艺品，民族工艺品，天然工艺品，其他工艺美术品
- 珠宝及骨刻玉雕：珠宝首饰：宝石、珍珠、珠宝首饰原料、金银；骨刻玉雕：牛骨、马骨、骆驼骨、玳瑁壳、鹿角、珊瑚、珍珠母及其他动物质雕刻制品，玉石雕刻制品
- 宣传礼品及赠品：宣传赠品，徽章及奖章，纪念品，钥匙扣，钥匙包，记事簿
- 纸品及包装产品：日历，挂历，台历，贺卡，问候卡，礼盒，礼盒包装，手工艺纸，纸袋，丝带，礼品包装纸

#### ◆ 节日用品

- 派对用品及装饰：气球，派对用品，派对布置及装饰
- 节日用品及装饰：圣诞节布置及装饰，复活节用品及装饰，万圣节用品及装饰，烟花爆竹，其他节日用品及装饰

### 家居装饰品类

#### ◆ 工艺陶瓷

- 美术陶瓷
- 陶瓷工艺品
- 园艺及花园陶瓷

✧ **玻璃工艺品**

- 玻璃器皿
- 玻璃装饰品
- 其他玻璃工艺品

✧ **编织及藤铁工艺品**

- 竹器、木器、草器、柳编制品
- 藤铁工艺品

✧ **家居装饰品**

- 装饰蜡烛, 烛台及相关产品
- 画、画框、相框、镜: 中国字画, 油画, 雕版画, 相簿, 相架, 工艺镜框, 画框, 活动支架、装饰镜

- 桌上用品
- 门窗装饰, 墙挂装饰品
- 人造花

✧ **园林用品**

- 花卉苗木(活植物)
- 干燥 / 人造花
- 盆景
- 园艺工具
- 户外装置

■ 园林产品：植物配件，配套用具用品（花盆及花槽、杀虫剂等），园艺装饰品

- 鱼鸟等观赏动物
- 其他园林用品

◆ 铁石装饰品及户外水疗设施

- 石制装饰品，石材，铁艺，其他室外装饰品
- 户外水疗设施及其零配件，泳池配套设施

◆ 家具

- 传统中式家具
- 家庭用室内家具：客厅、餐厅、卧室、书房、厨房、浴室用家具
- 宾馆饭店家具
- 办公家具
- 学校用家具
- 医用家具
- 户外家具：园林、庭院、沙滩、露营用家具
- 公共设施家具
- 其他家具
- 家具半成品及零配件

第三期：

纺织服装类

◆ 男女装

- 女装：女士衬衫，裙，裤，马甲，套装，夹克，外套，毛衣
- 男装：男士西装，裤，衬衫，马甲，夹克，外套，毛衣

- 婚纱及礼服：结婚礼服，酒会时装，晚装
- 其他：制服、工作服等

✧ 童装

- 上衣，裙，裤，套装，外装
- 婴儿及孕妇服装

✧ 内衣

- 内衣及套装，睡衣，浴衣，家居服等

✧ 运动服及休闲服

- 运动服，休闲服，卫衣，T恤，牛仔服，表演服，舞蹈服，装扮类服装，其他运动及休闲服

✧ 裘革皮羽绒及制品

- 裘皮及制品：各类裘皮原料，裘皮制品（裘皮服装 / 帽子 / 手套 / 靠垫 / 皮褥子等）
- 革皮及制品：各类革皮原料，革皮服装等各类革皮制品
- 羽绒及制品：羽毛羽绒原料（鹅鸭毛绒、鸡毛等），羽毛制品（鸡毛掸、羽毛花、羽毛饰品等），羽绒制品（羽绒服装、羽绒寝具、羽绒睡袋等）
- 羊绒及制品
- 其他裘革皮羽绒及制品

✧ 服装装饰物与配件

- 时装饰物：帽，手套，丝巾，手帕，围巾，袜子，领带等
- 成衣配件：肩垫，衣服标签，拉链等

✧ 家用纺织品

- 床上用品：毛毯，被褥，床单，床套，床垫，毛巾被，枕头，枕套，

靠垫, 蚊帐等

- 家居装饰用纺织品: 装饰布, 墙布, 窗帘布, 遮阳布, 家具布, 沙发套等
- 浴室用纺织品: 浴帘, 毛巾, 面巾, 浴巾, 沙滩巾, 马桶盖罩等
- 餐桌、厨房用纺织品: 餐桌布, 餐桌垫, 餐巾, 围裙, 抹布, 微波炉手套, 其它厨房用纺织品
- 其他: 地垫, 清洁用纺织品, 旗帜, 流苏等

#### ◆ 纺织原料面料

- 面料: 棉 / 混纺, 化纤 / 混纺, 麻 / 混纺, 丝 / 人造丝面料, 毛 / 人造毛面料, 特种机织物, 无纺织物, 工业用布等
- 纤维和纱线
  - ◆ 纤维: 植物纤维, 动物纤维, 人造纤维, 合成纤维, 无机 / 矿物纤维, 化学纤维等
  - ◆ 纱线: 棉纱 / 混纺, 麻纱 / 混纺, 毛纱 / 混纺, 化纤纱 / 混纺等
- 其他: 服装辅料等

#### ◆ 地毯及挂毯

- 机制地毯
- 手工地毯: 丝织地毯, 羊毛打结地毯, 胶背地毯, 其他手工地毯
- 挂毯
- 其他铺地材料: 竹草编织地毯

## 鞋类

#### ◆ 鞋

- 时装鞋: 男鞋、女鞋

- 运动鞋：各种球鞋，跑鞋，登山鞋，体操鞋，训练鞋及其他
- 童鞋
- 凉鞋、拖鞋
- 其他特殊用途的鞋靴及半成品

## 办公、箱包及休闲用品类

### ◇ 办公文具

- 笔类：铅笔，圆珠笔，签字笔，荧光笔，水笔，钢笔，油性笔，绘画用笔，笔芯，墨水
- 文件存储类：硬皮文件夹，纸文件夹，透明文件套，会议文件套，电脑打印文件夹，挂夹用品，风琴夹，板夹，分页纸夹，文件盘，名片夹，报告夹，证件夹
- 办公用品：钉书器，钉书钉，装订器，起钉器，打孔器，剪刀，裁纸刀，笔筒，曲别针筒，胶带座，直尺，卷尺，卷笔刀，涂改液，橡皮，胶水，透明胶，两面胶，夹扣，印章用品，计算器，台垫，名片座，报夹
- 纸制品：笔记本，告事贴，传真纸，电脑打印纸，彩色喷墨打印纸，复印纸，相片纸，书写纸，财务用纸制品
- 标签类：手写标贴，胸卡，护卡膜，记号标贴
- 办公桌摆设装饰品
- 办公自动化产品及设备，办公设备耗材

### ◇ 箱包

- 日用箱：全皮箱，人造革箱，塑纺面箱
- 公文箱：全皮公文箱，塑纺公文箱，人造革公文箱
- 包袋类：全皮包，人造革包，棉布包袋，塑纺面包袋

- 其他箱包及配件

✧ 体育及旅游休闲用品

- 运动用品:

- ◆ 室内、外运动用品: 球类及附件, 拳击用具, 滑板, 旱冰鞋, 冰鞋, 健身器械, 家用训练器, 运动用网, 跳床, 箭术, 自行车及附件, 桌球, 射击, 打猎, 登山, 绳索, 田径器械, 马术运动用具, 沙滩运动用具, 运动眼镜, 运动箱包等

- ◆ 水上运动, 潜水运动用品: 潜水镜, 潜水面罩, 潜水衣, 潜水用的鸭脚板, 潜水用的通气管, 潜水附件, 冲浪滑板及附件, 游泳用具及附件, 滑水及工具

- ◆ 体育纪念品: 奖杯, 奖状, 奖牌, 旗, 徽章

- 旅游休闲用品:

- ◆ 钓鱼用具: 鱼钩, 鱼线, 鱼网, 鱼杆, 鱼袋, 钓鱼用线轴, 钓具及附件

- ◆ 烧烤用具: 电烧烤, 煤气烧烤, 碳砖烧烤, 烤架, 引燃器具, 烧烤附件

- ◆ 户外休闲用具: 秋千、吊床、遮阳伞

- ◆ 乐器

- ◆ 棋类, 扑克

- ◆ 户外旅游用品: 背包, 防护型遮盖物, 气垫, 睡袋, 毯子, 帐篷, 帐篷附件, 露营用具及附件

### 医药及医疗保健类

✧ 医药保健品及医疗器械

- 中药：中成药、中药材、植物提取物
- 化学及生物药：西成药、西药原料、医药中间体、生物药
- 保健品：保健药品，天然保健品，中药酒、保健酒、饮品、滋补品
- 美容美体用品：功能性化妆品，身体护理用品，假肢假发，纤体用品，

美容材料

- 家庭医用护理产品：家庭人体秤、医药箱、热水袋、拐杖
- 生殖保健用品及器具：性保健用品及器具、计划生育用品及器具
- 保健及康复用品：康复器具、按摩器具，理疗仪器、健身器具
- 医用敷料、一次性耗材
- 医院诊断及治疗设备：
  - ◆ 各类手术器械
  - ◆ 医用电子仪器
  - ◆ 临床检验分析仪器：体外诊断试剂及仪器，医用光学仪器，医用激光仪器，物理治疗设备
    - ◆ 微创介入诊治系统
    - ◆ 生物芯片与仪器
    - ◆ 中西医结合仪器
    - ◆ 心脏监护设备
    - ◆ 医学影像设备
    - ◆ 生化检测设备
    - ◆ 血压计、血糖仪、温度计
    - ◆ 内窥镜系统
    - ◆ 低温冷冻设备

- ◆ 透析治疗设备
- ◆ 医用 X 射线与磁共振影像设备
- ◆ 医用超声仪器、直线加速器
- ◆ 眼科、耳鼻喉科设备等五官科诊治设备
- ◆ 口腔医疗器材设备：牙科诊断医疗设备、牙科手术器材、牙科技工设备及牙科材料
- 医院辅助设备：
  - ◆ 消毒灭菌系列产品、制氧供氧设备、血库装备、净水设备、低温冷冻设备
  - ◆ 残疾人专用器材
  - ◆ 医院远程医疗系统、医院医疗信息系统、医院办公自动化系统
  - ◆ 防护装置及核辐射防护装备
  - ◆ 医院通用设备器具：医院无菌病房、病室监控系统、各类病床、医用急救车辆、担架及各类急救用品
  - ◆ 医用应用软件：医用数据及图像处理系统
  - ◆ 手术室各类手术台及专用设备
  - ◆ 药物检测及分析仪器
  - ◆ 实验室生物仪器
  - ◆ 医用家具

## 食品类

### ◆ 食品

- 食品：粮油，肉类及制品，蛋奶制品，水产品及制品，水果及制品，蔬菜及制品，调味品，糖及糖食（糖果），糕点及饼干，食品添加剂，蜂产品，

## 其他食品

### ■ 饮料：

- ◆ 酒：啤酒，烈酒，葡萄酒
- ◆ 咖啡
- ◆ 果汁
- ◆ 饮用水
- ◆ 其他饮料

■ 茶叶：红茶及其他半发酵茶，绿茶，乌龙茶，花茶，普洱茶，其他茶叶及相关产品（保健茶，滤纸 / 香花等）

### ■ 食品包装及相关产品

## 附件 3.1 广交会出口展参展申请表

## 第 124 届广交会出口展参展申请表

申报广交会展区代码		*申报展区名称		*展位类型	
*企业永久代码		*所属交易团		*企业广交会编码	
*申请企业名称	中文				
	英文				
*申请企业地址	中文				
	英文				
*邮政编码			*E-mail		
联系部门			*传真(加区号)		
*联系人			*电话(手机)		
*法定代表人			*企业法人营业执照注册号		
进出口商会会员证号 (或外资协会会员证号)			*企业类型(外贸、生产、工贸、科研院所、其他)		
*进出口企业代码			*企业属性(国有、集体、私营、外资、其他)		
*上年度出口额 (万美元)		*海关编码		国家级奖励及数量	
				省级奖励及数量	
国际通行的管理体系 认证或行业认证及 数量				是否列入《中国高 科技出口产品目 录》	
海外注册商标及国家 或地区数			专利数(发明_____个、实用新型_____个、 外观设计_____个)		
主要参展展品(若未填报产品信息, 则请手工填写):					
*产品海关编码(HS 编码)					
*本届申请摊位数			上届摊位数		
*如分配到 2 个或 2 个以上摊位是否特装布展				是否选择绿色特装	
*是否愿意在广交会上接洽国内采购商					
*是否有联营参展单位					

注：1. 本企业一经申请盖章，保证填报内容的真实性并确认已经阅读并接受《广交会出口展位使用责任书》、《中国进出口商品交易会出口展参展须知》、《中国进出口商品交易会出口展参展商服务指南》及有关增订条款。2. 通过参展易捷通填报展品信息时提交了同意授权声明的企业，须对其所声明的内容负责。

(申请企业盖章)

年      月      日

(交易团盖章)

年      月      日

说明：

1. 本表根据申请企业录入广交会网络管理与服务系统的资料自动生成（一个展区对应一份申请表）。
2. 新注册参展企业无需填写“企业广交会编码”项。
3. 本表须加盖申请企业公章，并连同相关证明材料（如上年度出口额、国家级奖励、国际通行的管理体系认证、专利、列入国家高新技术产品目录或国家科技部颁发的高新技术产品证书、海外注册商标等）一并提交给所在行政区域或系统交易团/中央企业交易团分团，参展申请方正式生效。
4. 如有联营(供货)单位共同参展，请在参展申请时同时提交联营单位申请资料。
5. 部分展区将按展品类别实行专业分区，请在“参展易捷通”选填对应的展品专区，作为展位位置安排和洽谈配对的参考。

## 第 124 届广交会出口展参展申请表

### (大型机械及设备展区、工程农机(室外)展区及车辆(户外)展区)

申报广交会展区代码				*申报展区名称				*展位类型		
*企业永久代码				*所属交易团				*企业广交会编码		
*申请企业名称	中文									
	英文									
*申请企业地址	中文									
	英文									
*邮政编码				*E-mail						
联系部门				*传真(加区号)						
*联系人				*电话(手机)						
*法定代表人				*企业法人营业执照 注册号						
进出口商会 会员证号				*企业类型(外贸、生产、工贸、 科研院所、其他)						
*进出口企业代码				*企业属性 (国有、集体、 私营、外资、其 他)						
*上年度出口额 (万美元)		*海关编码		国家级奖励及数量						
				省级奖励及数量						
国际通行的管理体系 认证或行业认证及数 量					是否列入《中国高科 技出口产品目录》					
海外注册商标及国家 或地区数			专利数(发明_____个、实用新型_____个、外观设 计_____个)							
主要参展展品(若未填报产品信息, 则请手工填写):										
*本届申请摊位面积(㎡)				上届摊位面积(㎡)						
*产品最大外形尺寸(㎡)	长×宽×高 m× m× m			*重量(KG)						
*运输时底座面积(㎡)	长×宽 × =									
*如分配到 18 平米或以上摊位是否特装布展						是否选择绿色特装				
*是否愿意在广交会上接洽国内采购商										
*是否有联营参展单位										

<p>注：1. 本企业一经申请盖章，保证填报内容的真实性并确认已经阅读并接受《广交会出口展位使用责任书》、《中国进出口商品交易会出口展参展须知》、《中国进出口商品交易会出口展参展商服务指南》及有关增订条款。2. 通过参展易捷通填报展品信息时提交了同意授权声明的企业，须对其所声明的内容负责。</p> <p>（申请企业盖章） 年   月   日</p>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

说明：

1. 本表根据申请企业录入广交会网络管理与服务系统的资料自动生成（一个展区对应一份申请表）。
2. 新注册参展企业无需填写“企业广交会编码”项。
3. 请如实申报产品外形尺寸（产品参展时的外切矩形尺寸），如实际参展产品尺寸与申报不一致，视为违规。
4. 本表须加盖申请企业公章，并连同相关证明材料（如上年度出口额、国家级奖励、国际通行的管理体系认证、专利、列入国家高新技术产品目录或国家科技部颁发的高新技术产品证书、海外注册商标等）一并提交给所在行政区域或系统交易团/中央企业交易团分团，参展申请方正式生效。
5. 如有联营（供货）单位共同参展，请在参展申请时同时提交联营单位申请资料。
6. 部分展区将按展品类别实行专业分区，请在“参展易捷通”选填对应的展品专区，作为展位位置安排和洽谈配对的参考。

## 附件 3.2 第 124 届广交会出口展联营参展申请表

申报广交会 展区代码		*申报展区 名称		*展位 类型	
*申请企业 永久代码			*申请企业广 交会编码		
*申请企业名称	中文				
*联营单位名称	中文				
	英文				
*联营单位地址	中文				
	英文				
*邮政编码			*E-mail		
*联系人			*传真（加区号）		
*电话			手机		
*法定代表人			*企业法人营业执照注册号		
海关代码			*企业类型（外贸、生产、 工贸、科研院所、其他）		
*进出口企业代 码			*企业属性（国有、集体、 私营、外资、其他）		
注：企业一经申请盖章，保证填报 内容的真实性并确认已经阅读并接 受《广交会出口展展位使用责任 书》、《中国进出口商品交易会出 口展参展须知》、《中国进出口商 品交易会出口展参展商服务指南》 及有关增订条款。					
（申请企业盖章） 年   月   日		（交易团盖章） 年   月   日			

说明：

1. 本表根据申请企业录入广交会网络管理与服务系统的资料自动生成（一个展区对应一份申请表）。
2. 如有联营（供货）单位共同参展，请在参展申请时同时提交联营参展申请表，本表须加盖申请参展单位公章，并提交给所在行政区域或系统交易团/中央企业交易团分团，联营参展申请方正式生效。
3. 联营参展仅限于流通型企业与非流通型企业联营。1个展位仅限申请1家联营单位，在同一展区无论展位数多少，最多只能填报2家联营单位。

#### 附件4 商标、专利、版权、质量认证情况备案清单

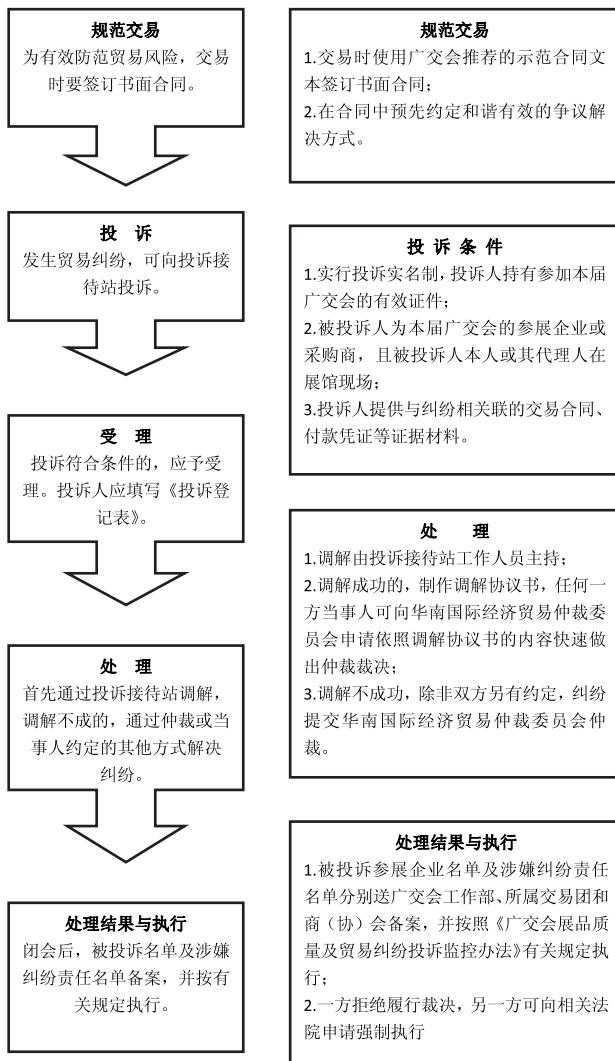
参展单位和参展单位带队负责人签字盖章：

行业商(协)会				
商标、专利、版权及质量认证名称	展品名称	参展展位号	权益人	备注

注：

1. 本表按现行七个行业商（协）会，由参展单位分别填报，一式三份，于 10 月 11 日前报各交易团。由交易团于 10 月 12 日前转广交会业务办和商会。
2. 权益人如非参展单位，须在备注栏中说明。
3. 每份表限一个展区。

## 附件5 广交会贸易纠纷防范与解决流程



## 附件6 广交会出口展展位使用责任书

编号：（广交会编码）

### 第\_\_\_\_届广交会出口展展位使用责任书

#### [交易团与参展企业]

为规范广交会展览秩序，健全和落实问责制，防止违规使用展位、知识产权侵权、违规宣传及摆放展品等不正当参展行为，减少贸易纠纷，甲方（组团单位）与乙方（参展企业）共同签定本责任书。

一、甲方安排乙方第\_\_\_\_届广交会展区一般性展位共\_\_\_\_个。甲方负责乙方品牌展位\_\_\_\_\_（展位号）及一般性展位\_\_\_\_\_（展位号）的管理。乙方保证上述展位按参展实名制，以实际使用者的名义如实进行备案登记，并承担所有的相应责任。

二、在广交会期间，乙方必须接受并配合由广交会有关机构组织实施的展位使用情况现场检查和监管。

三、乙方保证严格遵守《中国进出口商品交易会出口展展位使用管理规定》，不以任何形式违规使用展位。凡属违规转让或转租（卖）展位、空置展位以及所涉展位归属纠纷等违规行为，一经大会业务办确认，将严格按《中国进出口商品交易会出口展展位使用管理规定》相应处罚。乙方对因违规使用展位行为引起的一切后果负完全责任。

四、乙方保证其所有展品、展品包装、宣传品及展位的其他展示部位等方面均没有侵犯他人的知识产权，一旦被投诉知识产权侵权，保证配合大会业务办（投诉接待站）按广交会《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》及相关实施细则规定进行的处理。

五、乙方保证配合大会及甲方调查处理其与采购商之间因各种原因产生的贸易纠纷，遵守《中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法（试行）》以及《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》，服从大会业务办依据上述办法做出的纠纷处理决定。

六、乙方须严格遵守《广交会馆内宣传品管理规定》，在参展期间不得在展览场地内以任何形式陈列、展示其他展览会、专业批发市场或其他提供卖家注册和第三方贸易撮合平台功能的电子商务网站的资料；不得为其他展览会、专业批发市场或网站进行任何形式的宣传活动。如发生超越其固定区域发放、或擅自派发未经审批的宣传品行为，一旦经广交会认定，将按《广交会馆内宣传品管理规定》相应处罚。

七、乙方须严格遵守《参展展品管理规定》，负责管理所属展品，配合大会、商协会和甲方对展品的检查监管行为，如发生超展位面积摆放等展品违规、侵权行为，一旦经广交会认定，将按《参展展品管理规定》相应处罚。

八、乙方同时承诺认真遵守广交会所有规定，做好参展工作。

九、本责任书一式叁份，自签署之日起生效；甲乙双方各执一份，广交会业务办备案一份。

甲方（组团单位）：

乙方（参展企业）：

（公章）

（公章）

代表：

代表：

日期：

日期：

注：

1. 编号：按参展企业广交会编码。
2. 品牌及一般性展位使用责任书均由交易团与参展企业签订。
3. 请参展企业签署后提交给所属交易团，各交易团汇总本团企业的展位责任书，统一签署后于开幕前归档到广交会工作领导小组办公室秘书处。

#### 附件7 广交会车辆撤展路线图

