

## 前 言

为帮助您了解第 134 届中国进出口商品交易会（广交会）各项管理规定，特制定《第 134 届中国进出口商品交易会出口展参展手册参展须知》，请您仔细阅读，并严格遵守第 134 届广交会有关展位安排、展品管理、安全保卫、现场服务等规定。

更多第 134 届广交会资讯，可浏览广交会官方网站 [www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)。

本手册的解释权归中国对外贸易中心所有。



## 时间安排

### 一、线下展

时间	展出内容
10月8-13日 12:00	筹展
10月15-19日 第一期	家用电器，电子消费品及信息产品，工业自动化及智能制造，加工机械设备，动力、电力设备，通用机械及机械基础件，工程机械，农业机械，新材料及化工产品，新能源汽车及智慧出行，车辆，汽车配件，摩托车，自行车，照明产品，电子电气产品，新能源，五金，工具，进口产品
10月20-22日	撤换展
10月23-27日 第二期	日用陶瓷，餐厨用具，家居用品，玻璃工艺品，家居装饰品，园林用品，节日用品，礼品及赠品，钟表眼镜，工艺陶瓷，编织及藤铁工艺品，建筑及装饰材料，卫浴设备，家具，铁石装饰品及户外水疗设施，进口产品
10月28-30日	撤换展
10月31日-11月4日 第三期	玩具，孕婴童用品，童装，男女装，内衣，运动服及休闲服，裘革皮羽绒及制品，服装饰物及配件，纺织原料面料，鞋，箱包，家用纺织品，地毯及挂毯，办公文具，医药保健品及医疗器械，食品，体育及旅游休闲用品，个人护理用具，浴室用品，宠物用品，进口产品，乡村振兴特色产品
11月4日 18:00- 11月5日 24:00	撤展

### 二、线上展

时间	内容
9月16日-10月14日	预展状态，除展商连线、预约洽谈功能外，其余功能持续开放
10月15日-11月4日 (即线下展开幕后至闭幕前，含撤换展期间)	所有功能 24 小时开放使用 展商连线、预约洽谈功能仅在此期间保持开放
11月5日-次年3月15日	除展商连线、预约洽谈功能外，其余功能持续开放



## 目录

重要提示	1
第一章 展会介绍	3
第二章 参展企业资格标准	7
第三章 参展申请	9
第四章 展位评审与安排办法	11
一、品牌展位数量安排评审标准	11
二、一般性展位评审标准	14
三、出口展展位位置安排办法	15
第五章 参展展品管理规定	20
第六章 广交会知识产权投诉及处理规定	23
一、广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法（2017年修正）	23
二、广交会线上平台知识产权保护暂行规定	36
第七章 广交会贸易纠纷防范及处理规定	44
一、广交会贸易纠纷投诉处理指引	44
二、中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法（试行）	44
三、广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法（修订）	48
四、广交会关于网上举办期间贸易纠纷防范及处理的暂行规定	52
第八章 广交会馆内宣传品管理规定	56
第九章 广交会出口展展位使用管理规定	59
第十章 广交会设计创新奖参评条款	59
第十一章 广交会绿色发展	66
一、广交会绿色发展计划	66

二、广交会绿色特装展位标准 .....	68
三、广交会绿色展位奖评选办法 .....	69
第十二章 广交会境内采购商参观服务指引 .....	79
第十三章 广交会参展商邀请采购商活动 .....	80
一、参展商邀请采购商活动操作指引 .....	80
二、广交会参展商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 .....	91
四、卫生保障管理规定 .....	99
五、车辆进出展馆管理规定 .....	100
六、广交会展馆网络使用管理规定 .....	103
七、广交会展品集货管理办法 .....	105
附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表 .....	111
附件 1.2 展区布局图 .....	113
附件 2 中国进出口商品交易会参展展品范围 .....	116
附件 3.1 广交会出口展参展申请表 .....	136
附件 3.2 第 134 届广交会出口展联营参展申请表 .....	138
附件 4 商标、专利、版权、质量认证情况备案清单 .....	139
附件 5.1 第 134 届广交会出口展参展协议 .....	140
附件 5.2 第 134 届广交会出口展线上参展协议 .....	145
附件 6 广交会车辆撤展路线图 .....	149



## 重要提示

一、本届广交会，撤换展回旋区域标准展位不允许简装（详见《服务指南》第七章第一点）。

二、本届广交会，参展企业和特装施工企业应按照相关安全要求和规定，积极配合现场管理，落实好安全防范措施，特别是监控摄像装置、高空作业平台（脚手架）、展位结构、展览会责任险、安全责任承诺书等内容。（详见《服务指南》第七章及《参展须知》第十五章第二、三点）。

三、为帮助参展企业进一步落实广交会安全生产责任制，熟悉广交会安全生产管理规定，增强安全风险防范意识，降低安全生产风险，参展企业在登录广交会官网的【参展易捷通网上服务平台】时需完成安全知识测试（详见《服务指南》第七章第二点）。

四、本届广交会，10月15日审图组不接受线下业务办理。第一期的报图截止时间调整为10月10日18:00（详见《服务指南》第七章第二点）。

五、本届广交会，两层展位及封顶遮挡的特装展位，须在展位搭建时加装监控摄像装置，并保存视频资料至闭幕后21天（详见《服务指南》第七章第三点）。

六、特装和简装展位需要使用施工电源的，不能直接在展馆方提供的展位配电箱接电，须提出施工电箱申请；展位需要供电，由施工单位电工、展馆电气安全员与展馆方电工三方共同检查并签字确认后才能供电（详见《服务指南》第七章第五点）。

七、参展商在标摊展板、铝材上进行粘贴，须按每标准展位500元交纳清场押金，押金在参展商清理干净粘贴物后予以退还。参展商不得在展板上粘贴挂钩，不得使用发泡胶、双面胶、封箱胶等直接粘贴，对展板造成损坏的，应按每块展板150元赔偿。参展商有大面积粘贴物（大于5平方米）或粘贴挂钩、发泡胶等严重损坏展板行为，且经劝阻仍拒不整改或缴纳清场押金/赔偿金的，大会将对其展位实施强制断电。参展商未缴纳清场押金违规粘贴且不清理粘贴物或损坏展板的，大会将违规企业通报所属交易团和相关商/协会（详见《服务指南》第七章第五点）。

八、擅自拆改标准展位及展位内配置的参展企业，对其给予口头警告，暂扣进馆证件，强制恢复原状，并给予因恢复原状而产生的费用的1至2倍的处罚；对造成展材损坏、遗失的，在《广交会通讯》上通报批评，并责令照价赔偿（详见《服务指南》第七章第五点）。

九、为减少各单位线下收集办证资料的工作量，提高办证资料准确性和办证效率，所有证件均通过广交会内宾办证H5网页提交办证资料，各办证单位通过易捷通系统（<https://exhibitor.cantonfair.org.cn/>）发起办证申请单，将链接或二维码分发到申请人，通过移动端自行拍照、识别身份证信息后提交到人员资料库，不再受理线下纸质材料（详见《服务指南》第五章）。

十、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》第七章第三点）。

十一、请按照《广州市生活垃圾分类管理条例》有关规定，将生活垃圾分类投放到具有相应标识的垃圾桶内或指定的收集点处。



## 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

#### （一）线下展

第一期：2023年10月15-19日 每天9:30-18:00

第二期：2023年10月23-27日 每天9:30-18:00

第三期：2023年10月31日-11月4日 每天9:30-18:00

换展期：2023年10月20-22日、10月28-30日

#### （二）线上展

9月16日—10月14日：预展状态。除展商连线、预约洽谈功能外，其余功能持续开放。

10月15日—11月4日：所有功能24小时开放使用。展商连线、预约洽谈功能仅在此期间保持开放。

11月5日—次年3月15日：除展商连线、预约洽谈功能外，其余功能持续开放。

### 三、展会地点

中国进出口商品交易会展馆A区、B区、C区、D区

地址：广州市海珠区阅江中路382号

### 四、展区安排

广交会线下展按电子及家电、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13大类商品设置55个展区。线上展与线下展题材一致，设乡村振兴专区。《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；商务部领导及国内重要嘉宾到会接待工作，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：020-89138080）。

### （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，研究制定广交会展展工作方案；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处

（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：020-89138682

外事办日常办事机构设在外贸中心对外联络处

（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处

（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，保障交通顺畅。

电话：020-89130455

保卫办日常办事机构设在外贸中心保卫部

（电话：020-89138715，89138750）。

#### （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《舆情报告》；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：020-89061815，89138086

新闻中心日常办事机构设在外贸中心办公室

（电话：89138489、89138032）。

#### **（八）卫生防疫办公室（简称卫生办）**

职责：根据广东省、广州市卫健部门疫情防控工作方案和指引，制定广交会展馆疫情防控工作方案及相关措施，落实展馆疫情防控相关工作；配合做好环境消毒消杀、医疗救治以及食品安全监督管理等；协助处理卫生保障突发事件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：020-89139832）。

（以上机构电话的启用时间为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。

### 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《第134届广交会出口展参展协议》（仅线上参展企业须遵守《第134届广交会出口展线上参展协议》）、《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》，广交会线上平台《广交会展商线上行为准则》、《用户服务协议》等。**



## 第三章 参展申请

### 一、展位类型

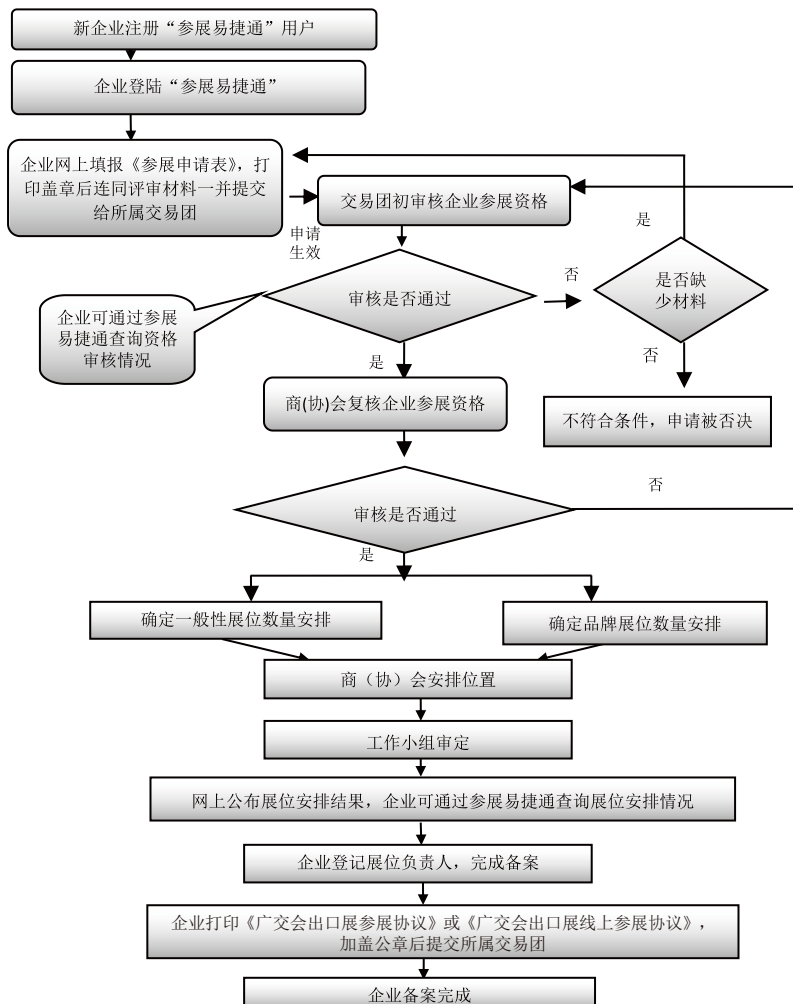
广交会展位分为品牌展位和一般性展位两种。一般性展位由地方交易团、国资委管理企业参展团单位负责安排。展区设置及展位类别详见《广交会展馆商品及展区分类表》（附件 1.1）。

### 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 [exhibitor.cantonfair.org.cn](http://exhibitor.cantonfair.org.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组团单位，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 9 m<sup>2</sup>，车辆展区按 20 m<sup>2</sup>为 1 个展位，工程机械（室内）、农业机械（室内）展区按 12 m<sup>2</sup>为 1 个展位，工程机械（室外）、农业机械（室外）展区按 20 m<sup>2</sup>为 1 个展位，铁石装饰品及户外水疗设施展区按 20 m<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、参展申请与安排流程





## 第四章 展位评审与安排办法

广交会展位分为品牌展位和一般性展位。

### 一、品牌展位数量安排评审标准

#### 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 5 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）、欧盟知识产权局（EUIPO）、非盟（OAPI）注册的有效商标，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、研发创新和自主知识产权（30分）

（一）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。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。

（二）国家认定研发创新类企业。制造业单项冠军、国家企业技术中心得 5 分；专精特新“小巨人”、制造业单项冠军产品、国家级（包括 2008 年后由省级认定机构按国家标准认定的）得 3 分；省级专精特新中小企业得 1

分（专精特新“小巨人”企业该项不计分）。此项总分 10 分。

（三）国家科学技术奖。近三年获得国家科学技术奖的，每获一项得 5 分，累计不超过 10 分。

（四）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 5 分。

以上四项累计不超过 30 分。

#### **四、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、ISO45000 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 2 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 2 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、EC 认证、美国 UL、UPC、FDA、ETL、FCC、EPA、CPSC 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、UKCA 认证、海湾 GCC 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、韩国 KS 认证、WHO PQ 认证、Halal 认证、Kosher 认证、IECEE CB 认证、BSCI 认证、GRS 认证、BV 认证、SMETA 认证，通过一项认证得 1 分，同一个产品或生产线通过多项认证累计不超过 2 分。



以上认证累计不超过 10 分。

### 五、品牌建设（6分）

企业进入商务部认定的国家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 6 分。

### 六、行业自律（3分）

（一）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；积极应对国外的出口管制及制裁（3 分）。

（二）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）。

（三）获得进出口行业企业信用等级评价 AAA 级的企业加 3 分，AA 级企业加 2 分，A 级企业加 1 分。

以上三项累计不超过 3 分。

### 七、广交会参展表现（6分）

（一）上次品牌评审以来，在广交会设计创新奖（CF 奖）中每获铜奖 1 次相应展区加 1 分，每获银奖 1 次相应展区加 2 分，每获金奖 1 次相应展区加 3 分、每获可持续发展奖 1 次相应展区加 3 分、每获至尊金奖 1 次相应展区加 4 分。

（二）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金奖 1 次相应展区加 2 分，每获得广交会绿色展位奖银奖、铜奖或人气奖 1 次相应展区加 1 分。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。

（三）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。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。

以上三项累计不超过 6 分。

## 二、一般性展位评审标准

### 一、前三年平均出口额（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。主要包括：

- 1.ISO9000 系列 质量管理体系。
- 2.ISO14000 系列 环境管理体系。
- 3.ISO45000 系列 职业健康安全管理体系。
- 4.SA8000 社会责任标准。
- 5.Oeko-Tex Standard 100 生态纺织品认证。
- 6.HACCP 食品生产企业危害分析与关键控制点管理体系。
- 7.ISO/TS16949 汽车行业质量体系。

### 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、发明专利或外观设计专利（10项外观设计专利按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）

获得国家或省级品牌认证。

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。

### 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（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会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。国务院国资委管理企业参展组团单位由商务部另行规定。

**第三条** 成立由商务部外贸司（以下简称外贸司）牵头，商（协）会（指中国纺织品进出口商会、中国轻工工艺品进出口商会、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和中国外商投资企业协会，下同）、中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）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** 外贸中心会同商（协）会根据企业填报的展品分类及主要展示产品，结合采购习惯等因素，按照应分尽分、展区内不交叉、展区间不重合的原则，设定各展区展品专区。商（协）会按同一展品专区企业相对集中的原则安排展位位置。

**第八条** 同一展区（展品专区）安排展位位置时，优先安排品牌展位，后安排非品牌展位。安排非品牌展位位置时，优先安排特装展位，后安排标准展位。

**第九条** 外贸中心结合各展区特点及展厅实际情况，统筹考虑展厅物理条件、展示效果、专区设置、筹撤展安全等因素，制作展位框架图。

## 第二章 品牌展位位置安排

**第十条** 企业在提交品牌展位申请时须同时申请特装布展。

**第十一条** 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，依大小顺序安排展位位置。

（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）同等条件下，优先安排原位置参展企业。对往届布展不合格企业，最后安排展位位置。

（五）同等条件下，对于属于政策扶持的新行业、拥有新技术和新产品的参展企业，优先安排展位位置。

**第十二条** 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，并将调整后的方案报送工作小组。

工作小组在5个工作日内审定调整后的展位位置安排方案，并通过广交会、商（协）会网站进行公示。对公示期间反映的问题，工作小组应及时核查反馈，并公开处理结果，接受各方监督。公示程序完成后，正式确定展位位置安排方案并通知相关商（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

**第十三条** 在规定的时限内，非品牌参展企业通过广交会网络管理服务系统向所属交易团提出特装申请，逾期不予受理。

**第十四条** 各交易团通过广交会网络管理服务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。

**第十五条** 非品牌特装展位位置按照以下优先顺序安排：

（一）品牌展位粘连的一般性展位。

（二）展位面积。即按照企业获得的一般性展位面积，依大小顺序安排展位位置。

（三）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。

（四）根据展馆及展厅实际条件和统筹布展需要来安排。

（五）同等条件下，优先安排原位置参展企业。对往届布展不合格企业，最后安排展位位置。

（六）同等条件下，对于属于政策扶持的新行业、拥有新技术和新产品的参展企业，优先安排展位位置。

**第十六条** 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，报送外贸中心复核。

外贸中心在 3 个工作日内对初步安排方案提出复核意见；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，并将调整后的方案报送工作小组。

工作小组在 5 个工作日内审定调整后的展位位置安排方案，并通过广交会、商（协）会网站进行公示。对公示期间反映的问题，工作小组应及时核查反馈，并公开处理结果，接受各方监督。公示程序完成后，正式确定展位位置安排方案并通知商（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。

**第十七条** 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，对超出规定时间擅自进行特装更改（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，具体处罚如下：

（一）企业在一个展区出现特装超期更改的情况，从下届起连续三届不得在该展区进行特装。

（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得在任一展区进行特装。

每届广交会闭幕后的2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

**第十八条** 各展区标准展位位置由相关商（协）会根据交易团抽签顺序安排，原则上每四届重新抽签。同时，按产品特点微调标准展位位置安排结果，具体如下：

（一）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。

（二）同等条件下，对于属于政策扶持的新行业、拥有新技术和新产品的参展企业，优先安排展位位置。

**第十九条** 商（协）会在非品牌特装展位位置确定后的10个工作日内，提出相关展区展位位置初步安排方案，报送外贸中心复核。外贸中心在3个工作日内提出复核意见，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过广交会、商（协）会网站公示。对公示期间反映的问题，工作小组应及时核查反馈，并公开处理结果，接受各方监督。公示程序完成后，通知各交易团执行。

#### 第五章 附则

**第二十条** 品牌展位位置原则上保持六届不变，非品牌特装展位位置原则上保持两届不变。

**第二十一条** 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。

**第二十二条** 商（协）会在每届广交会期间对所有展位进行检查，对展品混摆严重、不服从协调的企业，调整其下届展位位置。

**第二十三条** 商（协）会应依据本办法制定相关展区展位位置安排细则，并在广交会、商（协）会网站公布。

**第二十四条** 商（协）会应对从事展位位置安排的工作人员实行定期轮换，原则上每六届轮换一次。

**第二十五条** 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。

**第二十六条** 本规定自第 134 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 广交会知识产权投诉及处理规定

### 一、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《广交会出口展参展责任书》，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** 广交会展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关专利、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，按违反大会会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》。

**第十一条** 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。

**第十二条** 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。

**第十三条** 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。

**第十四条** 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。对在同一展区内，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

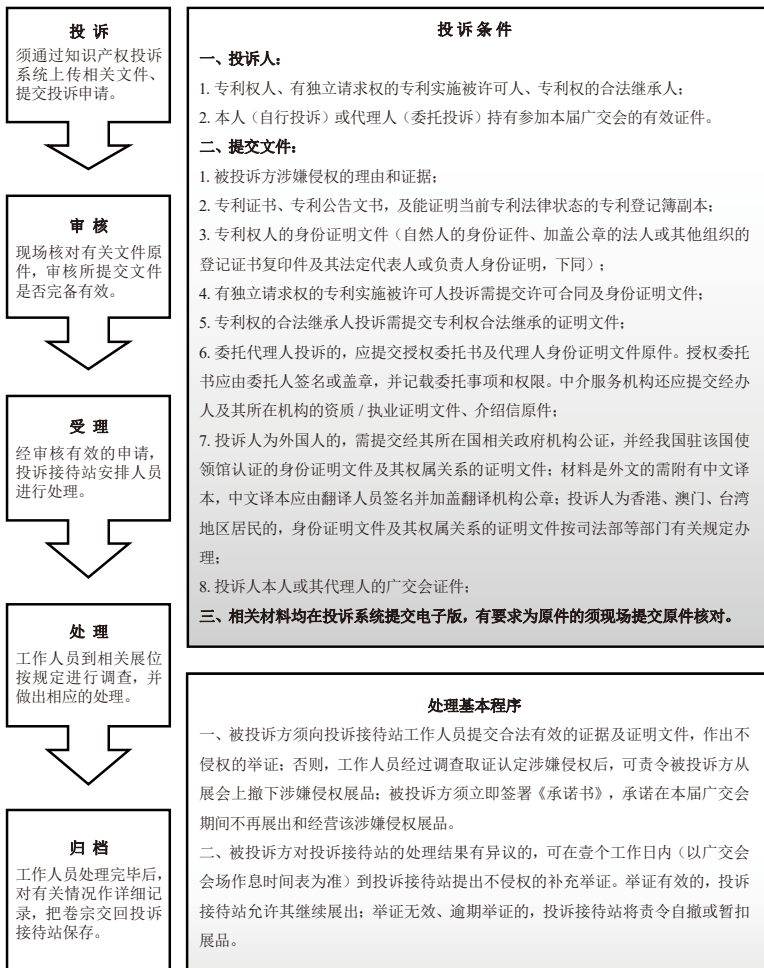
**第三十六条** 投诉接待站建立档案系统，对每届广交会的有关投诉数据进行统计分析，并将情况向有关部门进行通报。

**第三十七条** 本办法解释权归中国对外贸易中心。

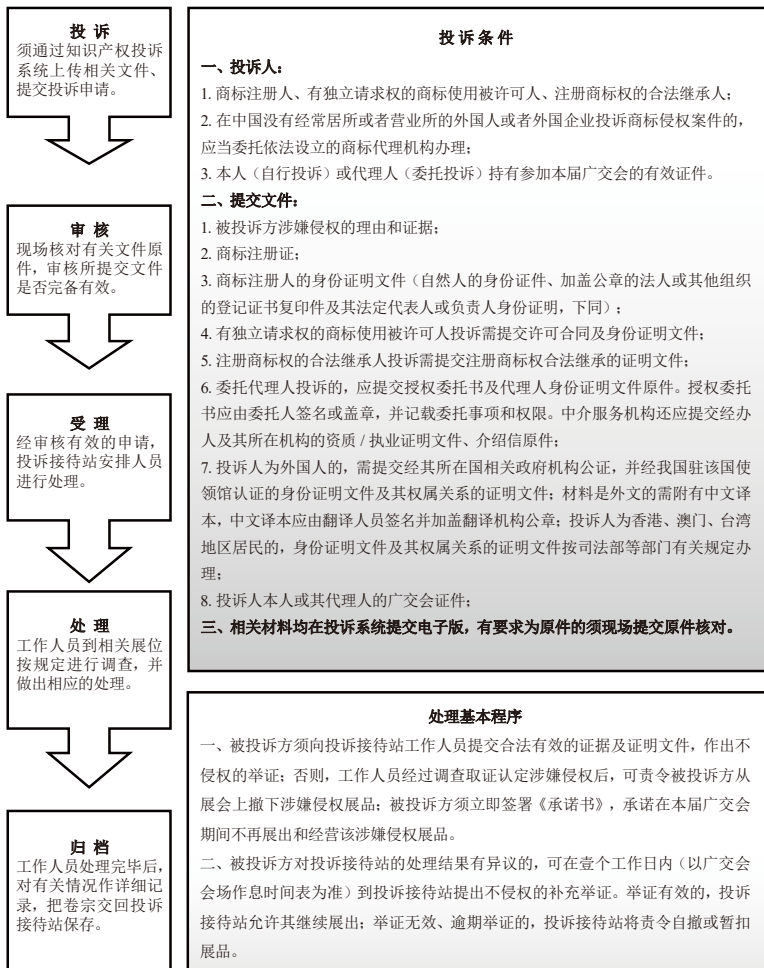
**第三十八条** 本办法自发布之日起生效，《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法实施细则》作废，以往广交会的相关规定如与本办法有冲突的，以本办法为准。

## 附件 1

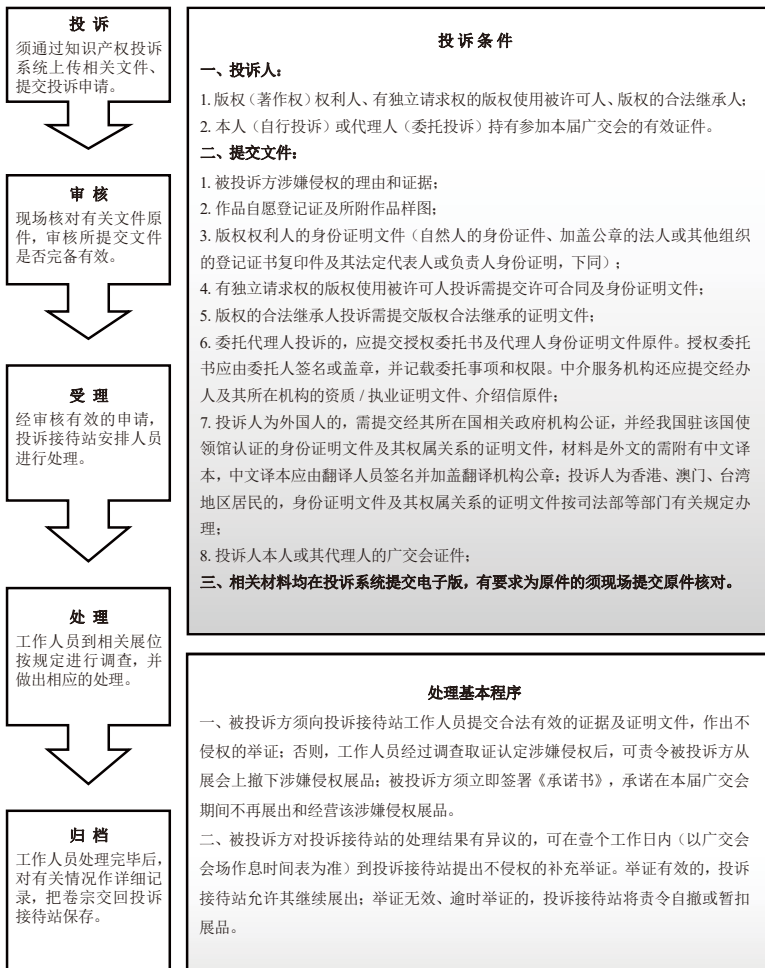
### 专利侵权纠纷接受投诉、处理流程



## 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	备注
	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 style="text-align: center;">投诉人签名（盖章）： 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 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接待站领回；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

## 二、广交会线上平台知识产权保护暂行规定

### 第一章 总则

**第一条** 为做好中国进出口商品交易会（广交会）线上平台（[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)，以下简称线上平台）知识产权保护工作，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，根据法律法规、部门规章等规范性文件，结合《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》和广交会线上平台运行实际需要，制定本规定。

**第二条** 本规定适用于广交会对参展企业在线上平台的展示内容涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理。

**第三条** 广交会承办单位中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）、各交易团、招展合作机构、参展企业间通过签订参展管理协议、参展协议等形式，约定知识产权保护条款，各参展企业应当在线上平台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** 广交会通过线上平台的知识产权投诉处理系统（[complain.cantonfair.org.cn](http://complain.cantonfair.org.cn)，以下简称投诉系统）接收、处理涉及线上平台的知识产权投诉。

投诉人、被投诉人应当通过投诉系统填写相关表格、上传证据材料等，进行投诉、答辩、申诉、撤诉等操作。

**第五条** 广交会线上办展期间，外贸中心将邀请负责知识产权保护的主管部门派员以专家身份参与和指导知识产权保护工作，支持对涉嫌侵犯知识产权投诉进行的调查处理；广交会线上平台常态化运营期间，由外贸中心在负责知识产权保护的主管部门指导下依法依规处理知识产权投诉。

各交易团、商（协）会、招展合作机构依据广交会有关规定和要求，加强对各自管理、服务范围内参展企业的教育和培训，组织对参展企业以文字、图片、音（视）频、连线展示等各种方式在线上平台展示内容的自查自纠工作，防止涉嫌侵权行为的发生，并配合广交会做好对涉嫌侵权参展企业的处理等工作。



**第六条** 参展企业可以将展示内容对应的知识产权或合法授权的证明文件（如专利证书、商标注册证、作品著作权自愿登记证书等）上传线上平台，以备检查或答辩、申诉使用。

**第七条** 投诉人（含权利人及其代理人）因错误投诉损害广交会、参展企业或其他相关方合法权益的，依法承担民事责任；恶意提交错误投诉，造成前述相关主体损失的，依法加倍承担赔偿责任。

### 第三章 投诉受理和处理

**第八条** 投诉人通过投诉系统提交的投诉申请应当符合以下受理条件，对不符合条件的投诉申请，广交会可退回投诉人补充修改或不予受理：

#### （一）主体资格条件。

1. 投诉人应当是知识产权权利人、有独立请求权的知识产权被许可人、知识产权的合法继承人（以下统称权利主体）本人（自行投诉）或权利主体的委托代理人（委托投诉）。

2. 在中国没有经常居所或者营业所的外国人或者外国企业投诉专利、商标侵权案件的，应当依据《专利法》《商标法》的有关规定委托代理机构办理。

#### （二）主体资格证明文件。

1. 知识产权权利人的身份证明文件（自然人的身份证件、加盖公章的法人或非法人组织的登记证书及其法定代表人或负责人身份证明，下同）。

2. 有独立请求权的知识产权被许可人投诉应增加提供许可合同及身份证明文件。

3. 知识产权的合法继承人投诉应增加提供知识产权合法继承的证明文件及身份证明文件。

4. 权利主体委托代理人投诉的，应增加提交授权委托书和代理人身份证明文件。授权委托书应由委托人签名（自然人）或盖章（法人或非法人组织），并记载委托事项、权限、时效。代理人为权利主体员工的，身份证明文件应包括代理人身份证件及其与权利主体劳动关系证明；代理人为代理机构的，身份证明文件应包括代理人登记证书、代理人及其所派经办

人资质（如适用）、执业证明文件（如适用）、委派函（介绍信）。

5. 权利主体是外国人或者外国企业的，应增加提供经其所在国（地区）相关政府机构公证，并经我国驻该国（地区）使领馆认证的身份证明文件及其权属关系证明文件，材料是外文的应附有中文译文，中文译文应由翻译人员签名并加盖翻译机构公章；权利主体来自香港特区、澳门特区、台湾地区的，身份证明文件及其权属关系证明文件按司法部等部门有关规定办理。

### （三）其他应当提交的证明材料。

1. 在中国境内注册登记的知识产权权属证明文件。如专利证书、专利公告文书，能证明当前专利法律状态的专利登记簿副本等；商标注册证、商标注册证明、地理标志产品保护公告、地理标志专用标志使用公告等；作品自愿登记证及所附作品样图等。

2. 被投诉人涉嫌侵权的事实、理由和证据材料。如被投诉内容的线上平台链接地址、截图（若为视频截图应标注在视频中的时点）、认为其涉嫌侵权的附图比对意见（比对意见应当对涉嫌侵权的特征进行逐一比对和具体说明）。

**第九条** 投诉人应当保证提供的资料真实、合法、有效、完整、清晰，相关资料均应为原件的彩色扫描件或照片。

**第十条** 广交会受理投诉申请后将通过电话、短信或电子邮件等方式通知被投诉人。

**第十一条** 广交会线上办展期间，被投诉人应当在广交会发出通知后24小时内（距当届线上展结束不足24小时的在当届线上展结束前）自行对被投诉展示内容进行下架处理或通过投诉系统提交答辩意见并有效举证。

线上平台常态化运营期间，被投诉人应当在广交会发出通知后3个工作日内自行对被投诉展示内容进行下架处理或通过投诉系统提交答辩意见并有效举证，广交会将在收到答辩意见和证据材料后通知投诉人。

**第十二条** 被投诉人在规定时限内自行下架被投诉的线上展示内容的，广交会不作是否涉嫌侵权的认定，仅将处理结果通知投诉人。

**第十三条** 被投诉人在规定时限内提出答辩意见并举证的或逾期不答辩并举证且未对被投诉线上展示内容进行下架处理的，广交会将进行调查。广交会根据调查情况对被投诉展示内容做出是否涉嫌侵权的认定，并通知双方。

**第十四条** 广交会线上办展期间，投诉人或被投诉人对广交会的处理结果有异议的，应当在广交会发出处理结果通知后 24 小时内（距当届线上展结束不足 24 小时的在当届线上展结束前）通过投诉系统提交一次申诉申请并提供相关证据。申诉成立的，广交会将改变原处理结果并通知双方；申诉不成立的，广交会将维持原处理结果并通知双方。

线上平台常态化运营期间，投诉人或被投诉人对广交会的处理结果有异议的，应当在广交会发出处理结果通知后 3 个工作日内通过投诉系统提交一次申诉申请并提供相关证据。申诉成立的，广交会将改变原处理结果并通知双方；申诉不成立的，广交会将维持原处理结果并通知双方。

**第十五条** 投诉人或被投诉人对广交会的处理结果有异议的，可通过行政、司法等途径依法维权，广交会收到生效的行政处罚或司法裁判文书后予以处理。

**第十六条** 广交会根据投诉情况可要求被投诉人出示相关证据，包括但不限于权利主体证明、权属证明、证明不侵权的相关海关单据、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，被投诉人应予积极配合。

**第十七条** 对于涉及产品内部结构、产品制造方法等不易在线上调查认定的专利投诉，广交会 will 把相关投诉告知被投诉人，保留双方提供的证据材料档案，不作是否涉嫌侵权的认定。当事人任何一方通过行政、司法等途径依法维权时可通过受理单位向广交会申请调取投诉材料。

**第十八条** 投诉人撤诉，应当通过投诉系统提交撤诉申请，广交会审核通过后确认撤诉。

#### 第四章 处理办法

**第十九条** 发生在参展企业展示区域的线上涉嫌侵权行为，由在广交

会正式备案分配使用该展示区域的参展企业承担责任并接受处理。参展企业的联营企业涉嫌侵权的行为责任由对应的参展企业承担。

**第二十条** 广交会线上线下同步办展期间，投诉人就同一知识产权对同一被投诉人分别在线上平台和线下展的相同展示内容通过线下一起提出投诉的，纳入线下展投诉，按《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》予以处理，有关展示内容认定涉嫌侵权的由广交会直接予以下架处理。

**第二十一条** 在广交会线上办展期间以及线上平台常态化运营期间，对于被投诉涉嫌侵权的线上展示内容，广交会可以采取包括但不限于删除、屏蔽、断开链接等下架措施及其他必要措施。对于因涉嫌侵权被司法、行政机关立案处理的展示内容，广交会在收到通知后有权直接采取包括但不限于删除、屏蔽、断开链接等下架措施及其他必要临时性措施，并及时通知有关参展企业。

**第二十二条** 广交会对参展企业线上展示内容涉嫌侵权等行为采取计分管理制度，有关要求详见附件《广交会线上平台保护知识产权处理规则》。

**第二十三条** 参展企业涉嫌侵权问题突出的，广交会将视情况对其所在交易团进行处理。

## 第五章 违规公示

**第二十四条** 广交会线上平台每月将对知识产权涉嫌侵权而被实施警示、暂停或者终止服务等措施的违规参展企业信息进行统一公示。

## 第六章 术语释义

**第二十五条** 本规定所指“知识产权”包括：专利权、商标权、地理标志和著作权（版权）。

**第二十六条** 本规定所指“参展企业”是指符合《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》规定的参展企业，以及递交参展申请并在线上平台进行展示的企业；“联营企业”是指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；“展示内容”包括但不限于展品、展品包装、宣传品等。

**第二十七条** 本规定所指“线上办展期间”、“届”一般指广交会线

上线下同步办展时线下展开幕期间（含撤换展期间）或单独广交会线上办展期间，具体以届时广交会或政府相关部门有关通知为准；线上平台常态化运营期间一般指非线上办展期间。

**第二十八条** 除本规定另有规定外，相关术语释义同《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》。

## 第七章 附则

**第二十九条** 本规定解释权归中国对外贸易中心。

**第三十条** 法律、行政法规、我国缔结或者加入的国际公约对投诉主体资格及其证明文件另有规定的，从其规定。

**第三十一条** 本规定自发布之日起生效，原《广交会关于网上参展内容涉嫌侵犯知识产权投诉及处理的暂行规定》废止。

附件：广交会线上平台保护知识产权处理规则

## 附件

# 广交会线上平台保护知识产权处理规则

## 一、有关计分规则

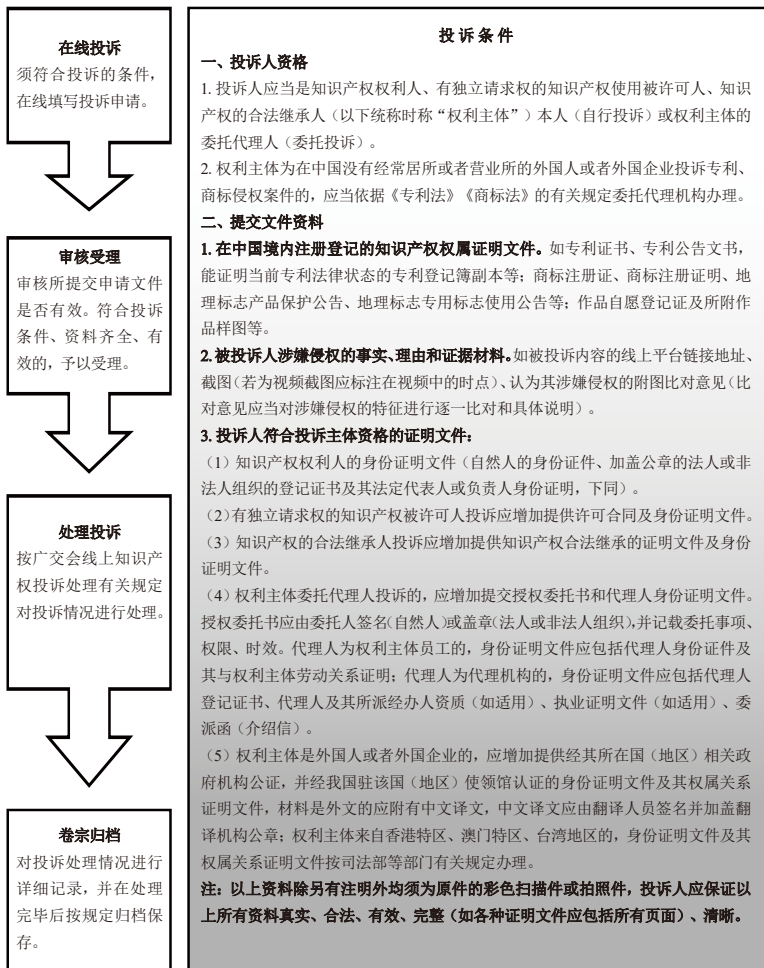
每次计分情形	计分期间	广交会线上办展期间	线上平台常态化运营期间
参展企业对投诉有不予回应的（即逾期不自行下架也不答辩、举证的）		1	0.5
涉嫌侵犯专利权、版权的		2	1
涉嫌侵犯商标权的		3	2
有生效的行政处罚或司法裁判文书认定相关展示内容侵权而参展企业又将该内容在线上平台展示的		30	30
备注： 1、参展企业5日内被同一权利人就同一知识产权多次投诉或多个认定侵权的视为1次计分情形，但广交会线上办展期间与线上平台常态化运营期间的投诉分别计算。 2、除最后一种计分情形外，参展企业同一天内所有计分情形累计计分不超过9分。 3、每次计分自处罚之日起365天有效。			

## 二、处理规则

分数累计	处理方式
5	警告；
10	限制展示内容编辑和新发14天；
15	限制展示内容编辑和新发30天；
20	关闭账号至下两届广交会线上展开展前；
25	关闭账号至下三届广交会线上展开展前；且有实体展位的按《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》予以扣减展位；
30	永久关闭账号、解约并取消参展资格；且有实体展位的按《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》予以取消广交会参展资格。
备注： 1、以上各种处理方式根据分数累计情况叠加实施。参展企业处理期内如同时触发多个处理方式的，则按最重的处理方式处理。 2、广交会保留根据参展企业知识产权涉嫌侵权的情况酌情处理的权利（包括但不限于以上处理方式）。 3、外贸中心保留以上处理规则的最终解释权。	



## 广交会知识产权线上投诉、处理流程





## 第七章 广交会贸易纠纷防范及处理规定

### 一、广交会贸易纠纷投诉处理指引

(一) 广交会开幕期间的处理。

1. 线下。由广交会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。投诉接待站受理贸易纠纷投诉后，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。

2. 线上。根据《广交会关于网上举办期间贸易纠纷防范及处理的暂行规定》，在广交会官网设置贸易纠纷投诉处理端口，接收贸易纠纷投诉，依托华南国仲远程案件调解系统对投诉进行在线远程调解处理。

(二) 线上平台常态化运营期间的处理。

线上平台常态化运营期间，由广交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《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》（修订）等相关规定处理。期间，广交会官网关闭贸易纠纷投诉处理端口。

### 二、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《第 134 届广交会出口展参展协议》，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展馆现场；
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，任何一方当事人均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处、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。

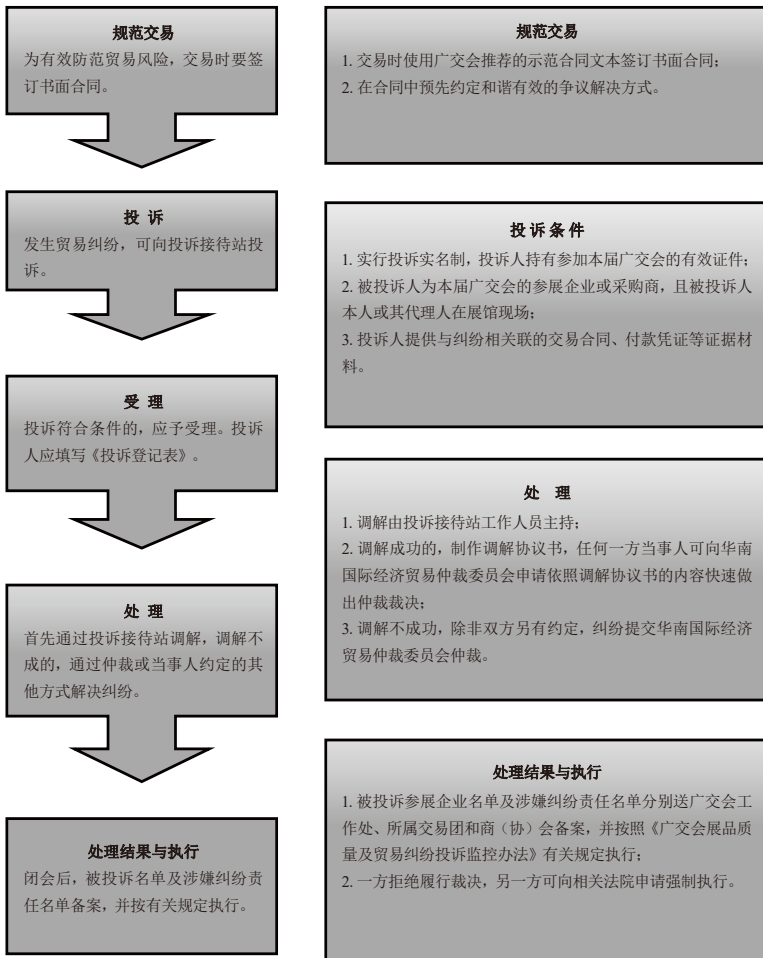
**第十七条** 本办法所称的“参展企业”包括联营供货企业。

**第十八条** 本办了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。

## 附件

### 广交会贸易纠纷防范与解决流程



### 三、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处提交以下名单:

- (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（如已付款但未按合同约定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，解释权归广交会展务办，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。**

## 四、广交会关于网上举办期间贸易纠纷防范及处理的暂行规定

### 第一章 总则

**第一条** 为在中国进出口商品交易会（以下简称广交会）网上举办期间有效解决参展企业与采购商之间的贸易纠纷，维护正常交易秩序，保护展客商的合法权益，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，结合《中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法》以及广交会网上举办的实际需要制定本规定。

**第二条** 本规定适用于广交会网上举办期间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** 广交会参展商、采购商、交易团、商/协会应按照《中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法》《第134届广交会出口展线上参展协议》《第134届广交会出口展参展管理协议》等相关规定、文件的要求和指引，积极规范交易，防范、化解纠纷，配合广交会纠纷防范处理相关工作。

**第四条** 广交会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）负责贸易纠纷投诉处理。中国对外贸易中心邀请华南国际经济贸易仲裁委员会（以下简称华南国仲）派出调解专家参加投诉接待站工作，对贸易纠纷进行调解处理。

广交会在官网设置贸易纠纷投诉处理端口，在广交会网上举办期间接收贸易纠纷投诉，依托华南国仲远程案件调解系统（以下简称调解系统）对投诉进行在线远程调解处理。广交会不接受来自其他渠道的贸易纠纷投诉。

### 第二章 贸易纠纷的投诉与处理

**第五条** 贸易纠纷投诉须同时具备以下条件：

（一）实行投诉实名制，投诉人持有纠纷所涉合同成立时的参展商证或采购商证等广交会的有效证件，且投诉人同意通过调解系统进行处理；

（二）投诉人需提供被投诉人的主体信息，被投诉人为当届广交会参展企业或采购商的证明 [包括但不限于被投诉人 ID 在广交会官网或参展商直播间的访问截图、被投诉人的云展厅截图（需显示被投诉人的展位号）、



直播间截图（需显示被投诉人的直播间号）等]，被投诉人的联系方式，且被投诉人同意通过调解系统进行处理；

（三）投诉人需提供与纠纷相关的证据材料（包括但不限于交易合同、付款凭证等）。

**第六条** 投诉人须通过广交会官网贸易纠纷投诉处理端口到调解系统在线填写贸易纠纷投诉申请、案件情况，上传第五条要求的证明、证据材料原件的扫描件或拍照件；投诉双方委托他人代理参加调解，应上传有效的授权委托书及相关身份证明文件。投诉双方应保证所提交资料的真实、完整（如各种证明文件应包括所有页面）、合法、有效。

**第七条** 投诉接待站接到投诉后，审核材料，作出是否受理投诉的决定。投诉不符合本规定第五条、第六条要求的，投诉接待站可以不予受理。投诉符合本规定第五条、第六条要求的，投诉接待站与被投诉人确认同意通过调解系统处理纠纷和接收本次调解相关文件的电子邮箱地址后，应予以受理。

**第八条** 投诉受理后，投诉接待站将根据投诉双方指定的电子邮箱通知投诉双方做好线上远程调解准备工作，按约定时间登录调解系统。

**第九条** 线上调解将核实当事人身份及授权。一方当事人对另一方当事人身份及授权有异议的，调解系统工作人员将立即中止调解进程。在双方当事人对身份及授权确认无误后，再恢复调解程序。

**第十条** 投诉接待站可以采用其认为有利于当事人达成调解协议的方式对贸易纠纷进行调解。

投诉人和被投诉人可以在线提交调解方案。调解成功的，应根据调解方案制作调解协议书。双方当事人或其代理人在调解协议书上进行电子签字，签字后的调解协议书将通过电子邮箱送达给双方当事人，一经送达产生法律效力。

为赋予调解结果以强制执行的法律效力，任何一方当事人均有权请求华南国仲按照调解协议书的内容作出仲裁裁决。

**第十一条** 调解不成功的，纠纷可提交华南国仲仲裁，除非当事人就纠纷解决方式另有约定。

### 第三章 其他

**第十二条** 参展企业或采购商在发生纠纷后不按照本规定进行投诉，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，投诉接待站将请当事人所在交易团或其他相关部门出面协调处理。

**第十三条** 各交易团应按照《广交会展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》等相关规定，对本团被投诉参展企业、涉入纠纷责任的企业进行教育和管理。

**第十四条** 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。

**第十五条** 广交会闭幕期间需要解决相关贸易纠纷的，当事人应依据合同约定以及相关法律法规的规定处理，可选择如华南国仲等仲裁机构进行仲裁，或向有管辖权的司法机关提起诉讼。

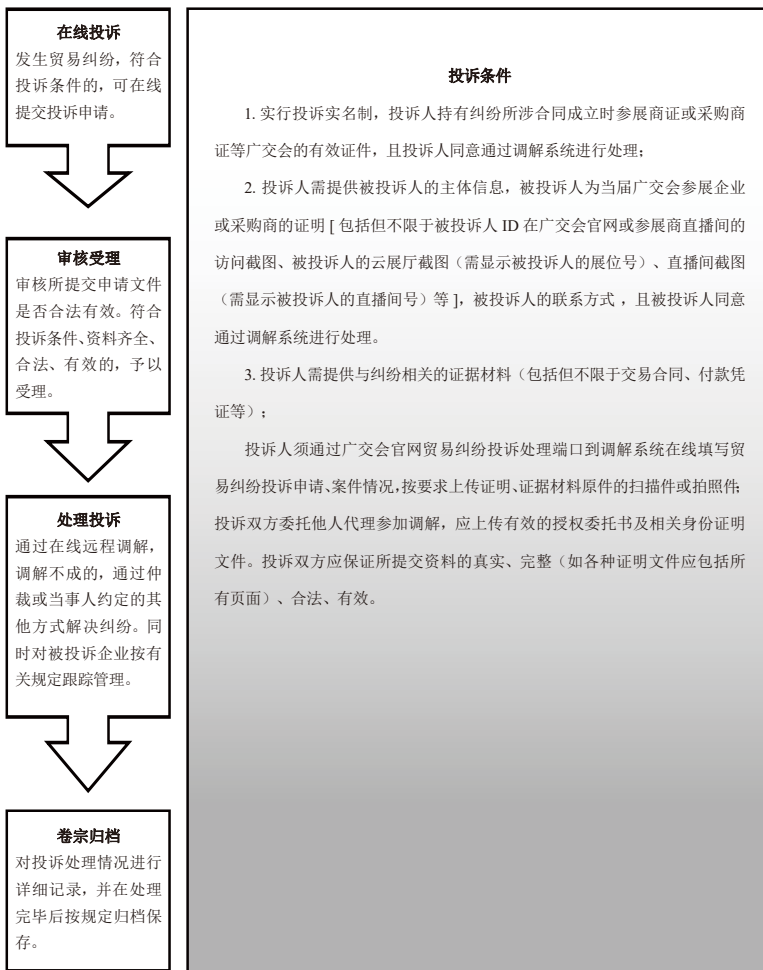
### 第四章 附则

**第十六条** 本规定所称的“参展企业”是已获当届广交会展位安排的企业。

**第十七条** 本规定解释权归中国对外贸易中心。

## 附件

### 广交会贸易纠纷网上投诉流程





## 第八章 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》《中华人民共和国专利法》《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) 广交会各相关单位、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置。

### 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载体。

广交会宣传品分为五类: 1. 广交会授权印制的宣传品,包括《广交会通讯》《Canton Fair News》《广交会会刊》《参展商名录》《广交会导向手册》等直接为大会服务的宣传品; 2. 各交易团、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); 4. 经广交会批准进馆发放的中国对外贸易中心自办展宣传资料; 5. 广交会授权生产的广交会展创产品及宣传册。除上述五类外,其他任何宣传资料或产品均不具备广交会宣传品资格。

(二) 未经外贸中心同意或许可,任何单位和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制作单位名称。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，由制作单位承担全部责任。

（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 1、5 类宣传品内容由广交会新闻中心审核；第 2、3、4 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制作发放。

（五）第 1 至 4 类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。第 5 类广交会宣传品由广交会新闻中心安排在指定地点售卖或派发。

（六）第 2、3 类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费用（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。

（七）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。

（八）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，限于在本

企业展位内派发。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。外贸中心广交会工作部对进口展区参展企业的宣传品行使管理职能。

未经广交会许可，企业在参展期间不得在展馆内以任何形式陈列、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。

#### **四、广交会驻会商务单位、中央天桥服务商宣传品**

广交会驻会商务单位、中央天桥服务商宣传品，是指经批准进入广交会的商务服务单位，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按职责分工对驻会商务服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，广交会保卫人员将予以劝阻、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**

对上述各类广交会展馆内宣传品管理，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，并依据第五条规定由广交会保卫办对违规单位作出处理。

#### **七、附则**

- (一) 本规定由广交会新闻中心负责解释。
- (二) 本规定自 2022 年 6 月 7 日起施行。



## 第九章 广交会出口展展位使用管理规定

详见广交会官网：参展商——参展指引——广交会出口展展位使用管理规定。



## 第十章 广交会设计创新奖参评条款

### 一、总则

（一）秉持“树立品质标杆，引导设计创新”的愿景，中国进出口商品交易会（以下简称广交会）每年评选一次广交会设计创新奖（以下简称CF奖），旨在甄选国内外兼具设计价值和商业价值的前沿精品，通过广交会平台展现设计价值、提升品牌传播、促进对接交流，助力国际贸易高质量发展。

（二）CF奖由中国对外贸易中心集团有限公司（以下简称主办方）主办，下设CF奖评选办公室，负责活动的具体策划、组织和实施。主办方对CF奖评选活动相关事宜拥有最终解释权。

（三）参评者是指参加CF奖评选的主体，包括全球各类企业、机构；参评产品是指由参评者提交的参与CF奖评选的产品；获奖者是指参加CF奖评选并获奖的主体；获奖产品是指参加CF奖评选并获奖的产品。

（四）本条款适用于所有CF奖参评者、参评产品、获奖者和获奖产品。本条款内容包括本条款正文以及主办方已经或未来可能发布或更新的活动规则、免责声明、版权声明及任何其他规则、政策、声明、通知、警示、提示、说明等（以下统一简称为评选活动规则）。评选活动规则为本条款不可分割的组成部分，与本条款具有同等法律效力，**参评者对本条款的接受即视为对本条款正文及评选活动规则的全部接受。**

（五）除本参评条款另有规定外，主办方不向参评者收取参评费用。

## 二、参评条件

(一) 参评产品需为参评者原创、拥有独立的知识产权或相关的合法授权，且须为上市 5 年以内的作品。

(二) 参评产品需符合 CF 奖设置的 7 大产品类别（与广交会展览板块保持动态一致），具体包括：

1. 电子家电类。包括电子消费品及信息产品、家用电器等。

2. 建材家装类。包括建筑及装饰材料、卫浴设备等。

3. 工业制造类。包括通用机械及机械基础件，加工机械设备，动力、电力设备，工程机械，农业机械，汽车配件，车辆，摩托车，自行车，电子电气产品，新能源，照明产品，数控机床及增材制造设备，工业机器人，工业自动化系统及设备，智能物流与仓储设备，数字化工厂，新能源汽车整车，智能网联汽车及技术，电池及充电桩技术，电子控制系统，车载电子装置等。

4. 家居消费类。包括编织及藤铁工艺品、玻璃工艺品、家居装饰品、家具、园林用品、铁石装饰品及户外水疗设施、工艺陶瓷、日用陶瓷、餐厨用具、宠物用品、浴室用品、家居用品、个人护理用具、节日用品、礼品及赠品、钟表眼镜等。

5. 五金工具类。包括五金、工具等。

6. 时尚生活类。包括服装饰物及配件、男女装、内衣、运动服及休闲服、童装、裘革皮羽绒及制品、家用纺织品、地毯及挂毯、纺织原料面料、箱包、鞋等。

7. 健康休闲类。包括办公文具、医药保健品及医疗器械、体育及旅游休闲用品、玩具等。

备注：各大类对应具体产品细目请见网址：<https://cief.cantonfair.org.cn/cn/cf/detail.aspx?oid=54534&m=m1>（化工产品类、食品类产品暂不纳入评选范畴）。主办方有权根据评选需要对产品类别进行修改、增加或删减。

(三) 同一参评产品仅能由唯一参评者申请。每个参评者原则上申请参评产品上限为 10 件（系列）产品。

(四) 曾获 CF 奖的产品不可重复参评；同一系列，或功能、外形、设



计理念相似的产品应以系列名义申报。

### 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。参评者一旦提交参评申请，即视为保证提交的参评产品未侵犯他人知识产权或其他合法权益，并自行负责一切关于其参评产品的知识产权保护问题。

（二）参评者提交参评申请后，即视为同意无偿授权主办方基于 CF 奖评选、宣传推介活动的需要，向公众公开展示参评产品实物，并对参评产品及其包装装潢、图片、文字资料（参评者提交时标注为“公开”）采取包括但不限于使用、拍照、拍摄影像资料、三维建模等方式进行利用、宣传。除非发生第三方对参评产品提出维权主张或异议的情形，主办方不再退回、删除、修改参评产品的各项资料。在当年评选活动结束前，参评者提交的资料和实物均不对外公开。

（三）参评者提交参评申请后，如需要撤回申请，撤回申请不得晚于征集期限截止后第 10 个自然日，并应以书面（传真或电子扫描件）形式告知主办方；未在前述时间告知的，视为无撤回申请。如认为相关产品资料不宜公开的，应当在当年获奖名单公示期及公示期结束后 10 个自然日内以书面（传真或电子扫描件）形式告知主办方；未在前述时间告知的，视为无相关申请。因撤回申请或相关产品资料销毁、退回等产生的费用，由参评者承担。

### 四、产品运输、仓储及保险

（一）为确保终评评审工作的开展，在客观条件允许的情况下，参评产品须寄送产品实物到主办方指定的地点，并在完成评审、宣传展示后回运予参评者。

（二）参评者应自行负责参评产品的运输费用及风险（含获奖产品的退回），必要时应为产品购买运输保险。同时，自行负责本企业工作人员的差旅费及其他相关费用，并自行决定是否付费参与部分后续推介活动。

（三）进入终评阶段未获奖的产品将在终评后退回参评者，获奖产品将在 CF 奖评选活动结束或宣传活动完成后退回参评者。主办方按参评者填写的回运地址将参评产品交付物流时，即视为货物已退还予参评者。参

评者拒收的，表明其放弃产品所有权，主办方有权采取包括但不限于抛弃、出售、提存、代为保管等处置方式，并由参评者承担由此产生的一切费用。

（四）参评者完全知晓并接受 CF 奖评选过程中参评产品可能会面临失窃、遭受火灾、使用损耗、损坏等风险，相关风险均由参评者独立承担，主办方对此不承担任何责任。

（五）中国大陆境外参评产品寄送按照中国海关有关规定、规范执行。如因客观原因参评者无法寄送或主办方无法收取境外产品，双方应及时沟通，并改用视频、图片等方式推进评审工作及宣传推介。

## 五、获奖者相关

### （一）获奖者权益

主办方有权独立决定为获奖者提供以下一项或多项权利，时限为当年获奖名单公示之日起一年内。部分权利将视前述期限内广交会举办情况而确定，主办方享有最终解释权并保留根据需要对具体宣传方式、途径进行修改的权利：

1. 颁奖仪式：促成媒体高度关注，与潜在采购商的精准对接。
2. 线下展示：每年广交会期间主办方组织以行业或设计理念为主题的获奖产品展示，吸引采购商参观，为获奖企业展位精准导流。
3. 线上展示：在广交会官方网站设置展示专区，全年展示历届获奖产品。在广交会展商展品系统突出 CF 奖标签，优先搜索排名，实现智能引流。
4. 获奖印刷品：授予奖杯及证书，给予荣耀认证；出版获奖产品年鉴图册，赠予全球重要工商团体、大买家和广交会 VIP 采购商。
5. 标识使用：获奖后一年内免费使用“广交会设计创新奖”、“CF 奖”名义及 LOGO 进行自主推广宣传。
6. 官方境内外宣传：通过广交会官方渠道大力宣传 CF 奖获奖产品及获奖者。
7. 展览新品推广：获奖者有机会获邀参与广交会期间的新品发布或其他宣传推广项目。
8. 品牌展位评审加分：若获奖者为广交会出口参展企业，则自上一次品牌评审以来，每获铜奖 1 次相应展区加 1 分，每获银奖 1 次相应展区加 2 分，

每获金奖 1 次相应展区加 3 分，每获至尊金奖一次相应展区加 4 分。

## （二）获奖者义务

1. 获奖产品须符合法律法规、行业标准等对产品质量的要求，不存在违法或侵权行为。

2. 在活动评选过程中不得弄虚作假、以不正当手段骗取奖项。

3. 如对获奖产品进行重大修改，后续不得对该产品继续使用获奖标志或利用其进行宣传。

4. 接受主办方的授权，非独占、非排他地使用奖项标识，仅限于宣传自身的获奖产品，且须遵守中国商标法、反不正当竞争法等法律法规，不得造成公众混淆；

5. 不得将获奖标志或奖杯用于宣传与获奖产品不符的产品，或其他可能不符合主办方合法权益的情形。

6. 承诺拥有提供予主办方使用的获奖产品及宣传资料的所有权、所涉知识产权、或其他权利所有权或合法授权及转授权（包括但不限于涉及的文字内容、图像、影像、图片、音乐、字体、肖像等），不侵犯任何第三方的知识产权或其他合法权利，并无偿授权给主办方使用（包括但不限于剪辑、编辑等）。

7. 保证提交予主办方使用的产品及宣传资料的全部内容符合法律法规的要求。

8. 若主办方因使用获奖者提供的产品及宣传资料被第三方指控侵权或要求索赔的，获奖者应负责与该第三方交涉并保证承担主办方由此遭受的任何损失，同时，由此产生的一切法律和经济上的责任均由获奖者自行承担。

9. 对获奖产品的宣传之法律责任均由获奖者承担，因获奖者的相关行为构成违法或违反本条款规定，主办方有权召回 CF 奖有关称号并取消其获奖资格。

10. 主办方有权根据 CF 奖宣传的具体要求合理调整宣传策略、方案等，获奖者应予以最大限度的配合，并在行使其他获奖权利时，遵守主办方的规定及要求。

## 六、免责声明

(一) 主办方有权邀请公证部门公证终评环节，并与参与评选的评委签署相关评审承诺书。主办方及主办方邀请的评审专家对于评奖享有独立判断并决定的权利，无需进行任何解释。

(二) 参评者需按照本条款要求参与 CF 奖评选活动。如因参评者疏忽或对本条款有误解导致不能顺利参与 CF 奖评选活动，参评者不能就此对主办方提出任何主张。

(三) 主办方保留在合理范围内更新及 / 或修订本条款的权利，且任何修订或更新将在其发布时生效。如果此类更新及 / 或修订包括可能影响参评者权利和义务的重大变更，主办方将以适当的方式通知参评者。请参评者定期查看广交会官方网站 ([www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)) 上 CF 奖评选活动网页对本条款的公布页面，以确保了解可能发生的任何更改。参评者在本条款更新及 / 或修订后选择继续参与 CF 奖评选的，视为参评者接受更新及 / 或修订后的条款。如果参评者不同意相关变更，参评者应当立即通知主办方并申请退出 CF 奖评选活动。

(四) 主办方将对参评者提交的相关信息和图片文字等资料进行严密管理，对参评者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。

(五) 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，主办方将及时在网上发布。请参评者密切留意网页动态，并留意有关申请的处理状态标志，恕不另行通知。

## 七、争议解决

(一) CF 奖评选工作接受社会监督。社会公众及参评者对 CF 奖评选活动有疑问或争议的，可在公示期间内向主办方提出并积极沟通。

(二) 主办方指定 CF 奖评选办公室负责有关异议材料接收事宜。

(三) CF 奖评选过程中或参评产品已获奖后，若第三方依据中国法律（不包含香港、澳门及台湾地区，下同）对参评产品向参评者提出维权主张或异议，参评者应及时书面通知 CF 奖评选办公室；若第三方依据中国法律直接向主办方提出维权主张或异议，CF 奖评选办公室应及时书面通知

参评者并要求参评者进行说明及提供充分资料配合核实该第三方主张。主办方有权在相关争议最终解决之前，暂停对该参评产品的评选或颁奖和推介；主办方也有权要求参评者在一定时间内妥善解决前述争议，否则，将取消相关产品的获奖资格；主办方同时保留对涉嫌侵权参评者追究责任的权利。

（四）参评者因违反本条款或因 CF 奖评选活动有关事宜引起第三方投诉、诉讼或索赔的，参评者应当自行处理并承担可能因此产生的全部法律责任。参评者因违反本条款或因 CF 奖评选活动有关事宜导致主办方向任何第三方赔偿或遭受国家机关处罚的，参评者还应足额赔偿主办方因此遭受的全部损失（包括但不限于实际损失及维权所发生的调查费、律师费、保全费、鉴定费、评估费、诉讼费等）。

（五）CF 奖评选活动的举办地在中国广州海珠区。任何与本条款发生的争议、权利主张或案由，包括与本条款的存在或有效性相关的任何争议，首先应当友好协商沟通解决，须寻求法律途径解决的，可向活动举办地有管辖权的法院提起诉讼。

（六）本条款适用中国法律并依其解释。

（七）本条款中的标题仅为方便阅读而设，并不影响本条款中任何规定的含义或解释。如果本条款的任何规定被认定为无效或无法执行，则该规定的无效或无法执行不影响其他规定的效力，其余规定应保持有效并得到执行。

（八）参评者和主办方均是独立的主体，在任何情况下本条款不构成主办方对参评者的任何形式的明示或暗示担保或条件，双方之间亦不构成代理、合伙、合营或雇佣关系。

（九）如果主办方发布或提供了本条款的英文版本，参评者同意该等英文版本仅为方便参评者阅读使用。英文版本与中文版本不一致的，以中文版本为准。



## 第十一章 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134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134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134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、工业制造类、五金工具类、家居消费类、建材家装类、时尚生活类、健康休闲类划分为七大类。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** 参评展位不存在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，自获奖的下一届起计3届内不重复参评。

**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选评其中一个。

## 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上报图时申报，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. 资料和照片完整的入围获奖展位, 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加分，金奖每次加2分，银奖、铜奖、人气奖每次加1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、工业制造类、五金工具类、家居消费类、建材家装类、时尚生活类、健康休闲类划分为七大类。

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。

2. 工业制造类。包括工业自动化及智能制造，加工机械设备，动力、电力设备，通用机械及机械基础件，工程机械（室内/室外），农业机械（室内/室外），新材料及化工产品，新能源汽车及智慧出行，车辆，汽车配件，摩托车，自行车，新能源等。

3. 五金工具类。包括五金、工具等。

4. 家居消费类。包括日用陶瓷、餐厨用具、家居用品、玻璃工艺品、家居装饰品、园林用品、节日用品、礼品及赠品、钟表眼镜、工艺陶瓷、编织及藤铁工艺品、家具、铁石装饰品及户外水疗设施等。

5. 建材家装类。包括建筑及装饰材料、卫浴设备等。

6. 时尚生活类。包括孕婴童用品、童装、男女装、内衣、运动服及休闲服、裘革皮羽绒及制品、服装饰物及配件、纺织原料面料、鞋、箱包、家用纺织品、地毯及挂毯等。

7. 健康休闲类。包括玩具、办公文具、医药保健品及医疗器械、食品、体育及旅游休闲用品、个人护理用具、浴室用品、宠物用品、乡村振兴特色产品等。

附件 2

广交会绿色展位评分标准表（参考）

评分标准		最高分	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	
	4. 搭建拆除安全高效	4	
合计		100	





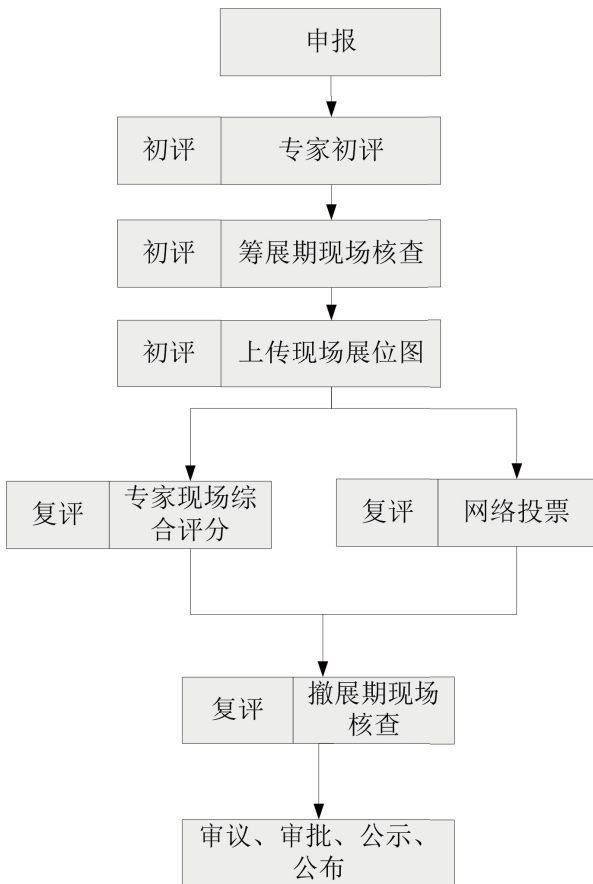
### 附件 3

## 广交会绿色展位奖申报表

展位号				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。 <b>逾期或不上传, 视为放弃奖项申报</b> )				

附件 4

广交会绿色展位奖评选流程示意图





## 第十二章 广交会境内采购商参观服务指引

### （一）境内采购商定义

境内采购商在中国境内注册，从事进口业务，营收达到 5000 万元人民币，经营范围与广交会展区题材相匹配的批发零售和制造企业。

### （二）境内采购商办证指引

#### 1. 申请条件

- （1）持有有效中华人民共和国居民身份证，年龄 18 岁及以上；
- （2）任职于中国大陆境内合法登记的批发零售或制造企业；
- （3）意向采购产品符合广交会各展区题材。

#### 2. 境内采购商参会办证流程

境内采购商参会证件办理将通过线上系统完成。采购商可通过广交会官方网站（<http://dombuyer.cantonfair.org.cn>）进行申请：

境内采购商办证流程如下：

- （1）境内采购商凭邀请码在线上平台完成个人注册并完善资料。
- （2）境内采购商上传公司营业执照和当届资质审核证明。公司资质审核通过后会获得参会名额。
- （3）境内采购商提交公司开具的参会证明，审核通过后可线上申办证件。
- （4）审核通过后可支付办证费用，VIP 企业可获得一定数量免费办证名额。
- （5）领取证件，境内采购商通过快递取证。
- （6）一人一证，按要求凭证件入馆参观。

办证流程如有疑问，详询广交会客户联络中心热线 4000-888-999，更多动态请留意官方微信公众账号“广交会微新闻”、“广交会服务”等发布内容。

#### 3. 境内采购商办证费用

境内采购商证分为免费证和收费证，免费证按期办理，收费证按张办理。收费证按 300 元 / 人 / 天，工本费 50 元 / 证的标准。丢证补办费用统一为 200 元 / 证。年营收 5000 万至 2 亿元人民币的为普通企业，每家企业最多可为 3 名员工办理收费证（不限期数）；年营收达 2 亿元人民币的企业为 VIP 企业，每家企业最多可为 3 名员工办理免费证，3 名办理收费证。若 VIP 企业确需更多参会名额，报经大会领导同意，适当增加收费名额。



## 第十三章 广交会参展商邀请采购商活动

### 一、参展商邀请采购商活动操作指引

#### (一) 邀请境外采购商（下称采购商）线下参会

##### 1. 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) 点击首页或左侧目录“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) 发送邀请的广交会参展企业，有机会获得：

- ①新款电子产品；
- ②广交会采购商宣传资源专享服务；
- ③餐饮奖励；
- ④在广交会品牌展位评审中予以加分；
- ⑤更多奖励请留意广交会官网。

(4) 收到邀请邮件的境外采购商参加广交会将获赠广交会免费餐饮。

##### 2. 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) 受邀境外采购商凭“广交会参展企业编码”登录广交会官网进行预登记。

(3) 发送邀请的广交会参展企业，有机会获得：

- ①新款电子产品；
- ②广交会采购商宣传资源专享服务；
- ③餐饮奖励；
- ④更多奖励请留意广交会官网。

(4) 收到邀请邮件的境外采购商参加广交会将获赠广交会免费餐饮。



## （二）邀请采购商线上注册观展

1. 广交会参展企业凭用户名及密码登录云展厅管理平台。

2. 点击“推广管理 i—邀请”栏目。

（1）邀请邮件：只需填写用户名及邮件地址即可向客户发出订制邀请信；

（2）专属邀请链接：复制链接，自主通过电子邮件 / 短信 / 微信 / 其他通讯工具发送邀请链接给客户，邀请其注册；

（3）邀请函：下载邀请函并分享到社交媒体或直接发送给客户，客商扫描二维码即可进行注册。

3. 发送邀请的广交会参展企业，有机会获得：

（1）新款电子产品；

（2）广交会采购商宣传资源专享服务；

（3）餐饮奖励；

（4）更多奖励请留意广交会官网。（注：本次活动最终解释权归中国对外贸易中心所有。）

## 二、广交会参展商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《广交会参展商邀请采购商活动奖励办法》。

2. 广交会参展商邀请采购商活动（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)）易捷通平台和云展厅管理平台向境外采购商（下称采购商）发送邀请的广交会参展企业（以下简称参展企业）。

3. 参展企业在广交会官方网站易捷通平台和云展厅管理平台参加活动之前，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。

2. 媒体服务。通过广交会官方脸书（Facebook）账号对“i-邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。

3. 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。

4. 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。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3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）。

### （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134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(含线上参会和线下参会)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(线下参会)。

广交会参展企业在云展厅管理平台, 使用“i-邀请”活动电子邮件模板, 填写用户名及邮箱地址, 并点击发送, 后台记录发送成功的数量(线上参会)。参展企业对一个采购商多次邀请的只计算一次, 发送数量合并计算(邀请线上参会及邀请线下参会, 同一家企业向同一名采购商分别发送线下邀请及线上邀请, 记两次)。

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. 应邀到会的新采购商数量（占 70%）：线下参会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、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。

线上参会新采购商指首次注册官网并参加线上展的采购商。

参加评比的参展企业按应邀到会的新采购商数量（线上线下合并计算）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. 应邀到会的老采购商数量（占 20%）：线下参会老采购商指当届非首次办理广交会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、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。

线上参会老采购商指非首次登录官网参加线上展的采购商。

参加评比的参展企业按应邀到会的老采购商数量（线上线下合并计算）



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，教育与参会人员不信教、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，从筹展之日起至撤展结束，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。提倡参展商在展位自行安装监控设备并自行保管存储视频数据。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、弓箭、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；D区17号馆17.1G103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）ABC 区展馆主通道宽度确保 6 米以上，D 区展馆一楼南北方向主通道宽度确保 9 米以上，D 区展馆二楼东西方向主通道宽度确保 9 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，未经广交会展图组许可或未到现场服务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，严禁使用非阻燃的地毯、网格布、灯箱布，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、芦苇等物品作装饰用料。对违反消防安全要求的一经查处将按规定处罚，并发出《整改通知书》责令限期整改。如对《整改通知书》存有异议，请于三个工作日内提出复议。

（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，以确保消防系统的正常工作。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 公斤筒灯式干粉灭火器。

（五）不提倡特装展位四面和顶部做全封闭设计，当展位全封闭展示区域建筑面积大于 160 平方米时，须设置独立式烟感报警器。

（六）未经批准，不得在相邻展位间的通道上搭建或跨吊各类装饰造型，影响车辆行驶和阻碍消防通道。

（七）工程竣工后，报现场保卫人员，经现场保卫会同驻会消防部门人员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，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。特装简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。特装简装展位应在开幕期间留值班电工,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、违规接驳安装和用电,而造成人员伤亡、火灾事故和财产损失的单位和个人,展馆方将追究当事人及相关单位负责人的责任,必要时将由司法机关介入追究刑事责任。

### **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备须符合国家强制性产品认证(3C)标准,如电线电缆、开关、灯具、整流器和触发器(电子产品)等,必须配备充足的安全载流量。

(二)电箱防护盖必须完好,出线口处电线不能裸露需有护套。

(三)二级漏电保护系统

采用二级漏电保护系统供电的,须严格按照以下标准执行:

(1)开关箱中漏电保护器的额定漏电动作电流不应大于30mA,额定漏电动作时间不应大于0.1s。

(2)总配电箱中漏电保护器的额定漏电动作电流应大于30mA,额定漏电动作时间应大于0.1s,其额定漏电动作电流与额定漏电动作时间的乘积不应大于30mA·s。

(3)参展商或施工单位接入展位配电箱的设备或设施因特殊用电要求,而自愿放弃漏电保护装置的,应在预租时提前提出要求;参展商或施工单位必须签署《自愿放弃漏电接地保护装置承诺书》并加盖公章,展馆方依据承诺书要求,拆除漏电保护装置或将漏电保护开关更换成无漏电保护的开关。

(四)展位既有照明用电又有动力用电的,应分开申请;照明回路必须配置漏电保护器,动力回路按照本规定“二级漏电保护系统”的要求执行。



(五) 电缆电线等电气材料应使用 ZR-BVV (难燃双塑铜芯电线)、ZR-RVVB 护套线或 ZR-VV 电缆, 禁止使用双绞线(花线)和铝芯电线。

(六) 所有电缆电线接驳口不能采用绝缘胶布直接包扎, 应采用绝缘瓷、塑接头连接, 并做好绝缘保护措施; 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; 消防设备(如有)应采用阻燃无卤低烟型电线电缆独立穿金属管配线。

(七) 金属保护管和金属构件须做可靠电气跨接, 并做安全接地。

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

(九) 筒灯、石英灯要有隔热防护; 广告牌、灯箱、灯柱应打孔固定, 并留有对流的散热孔和符合防火要求的镇流器。灯具镇流器和触发器须选用国家检验合格产品。

(十) 严禁在展位内使用碘钨灯(太阳灯)、霓虹灯及带触发器发热量大的高温高压、有安全隐患的灯具, 禁止使用 500W 以上的大功率灯具。

(十一) 用电负荷申报管理

(1) 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, 大会将根据申报功率预装相同用电规格电源箱。施工单位缴纳电源箱押金、根据所申报的图纸上用电功率交纳用电金额费用。

(2) 实际用电功率应与报图时申报功率尽量一致, 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。

(3) 如用电量超出原申报容量, 必须向审图组重新申请。大会将对检查中发现的标准展位私自增加用电负荷及特装展位超申报容量用电行为进行处罚。

(4) 所有开关及电缆的负荷承载, 应控制在标称设计容量内。展位控制电箱总开关保护整定值应低于或等于接入展馆方配电箱开关保护整定值。

(5) 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, 并按私接电器用电负荷两倍收费处罚。

## （十二）开关跳闸处理

（1）展位如出现线路、开关发热或频繁跳闸现象，参展商及施工单位必须及时断电检查处理。如因参展商及施工单位自带的电缆线或灯具设备故障等原因引起的此类现象，必须立即维修和更换。

（2）如由于参展商及施工单位在标准展位基本配置上私自加装用电设备，或特装展位超负荷用电引起的开关跳闸，在整改的同时必须重新申报用电负荷，更换电源电箱。对拒不执行和配合整改的，展馆方有权对展位进行断电或停止施工处理。

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

## （十三）特殊用电设备

（1）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、有用电特殊要求（24小时用电）的设备、参展商认为需特别保障的其他重要用电设备，均应按分类设立独立回路，严禁共用同一回路。

（2）重要的电气设备和重要场合、位置用电应安装一主一备双回路供电。

（3）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，由参展商或施工单位自行负责。

（4）参展商自带的压缩机，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。

（5）自带电池的设备必须安装用电开关，闭馆时必须切断对设备的供电，闭馆后不得充电。对于自带电池的展样品，在展示后须检查正负极分隔摆放，严禁在展位存放备用电池。

（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（如工程机械、农业机械、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；户外安装、使用电气设备、线路及开关必须采取可靠的防护、防雨、接地及警示措施。

(十八) 特装展位内配置的 220V/10A 电源插座，仅限用于小型家用电器使用（如电视机、饮水机等），总回路功率不得超过 1500W。严禁使用电阻发热式（电炉、烤箱）等高耗能大功率电器。

(十九) 展厅内临时设置的电加热设备，与电加热设备贴邻的墙面布置、操作台均应使用不燃材料。

(二十) 展位控制电箱不得安装在房间或柜内，应安装在展位明显位置便于操作，尽量安装在大会提供的配电箱旁边。

(二十一) 大会向特装筒装展位提供的配电箱与施工电箱（电箱规格与收费标准详见参展商手册服务指南附件 5.1 展馆用电收费标准）

(1) 大会向特装筒装展位提供的配电箱是展馆固定电源设施的延伸，用于展位展示用电的电源接电点，不可作为展位用电总控制电箱（应由施工单位自行配置），并安放在紧挨展位的通道上。

(2) 撤展当晚，参展商或施工单位预装配电箱或向大会租用配电箱的，应派员留守展位，等待广交会的电工统一拆除和回收配电箱。

(3) 未交还电箱的参展商或施工单位，将按照每个电箱 1000 元的标准扣减押金或安全保证金。

(4) 需要使用电动工具布展或撤展的展位，须向大会申请施工电箱，

不可从展馆方提供的配电箱接出施工电源。施工电箱免费提供，但每个展位仅限申请一个施工电箱。

(5) 大会向特装筒装展位提供的施工电箱从展馆方提供的配电箱接出电源，是展位施工的电源接点，仅用于展位临时施工用电，展位施工结束后由大会展馆电工回收。

(6) 施工电箱仅用作展位施工的电动工具电源，不得用作展位控制电源使用、不得用于展位展示测试等其他用途。大会电气安全员检查发现违反者，将对施工单位和人员予以警告并要求立即整改；同时，将根据《广交会特装施工企业违规处理办法》，视情况给予扣罚保证金、评估分、纳入黑名单、取消广交会施工资质。

(7) 展位提前调试 LED 屏幕，必须配置独立用电回路，展位承建商按施工现场安全管理规范配置安全可靠的调试电箱，含有隔离开关、空气开关、漏电保护器（漏电动作电流 30mA，动作时间 0.1s），从展馆方提供的该展位配电箱接电，调试电箱供电参照施工电箱供电流程执行。如不适合安装 30mA 漏电保护器，参展企业要签署《自愿放弃漏电保护装置承诺书》，向客服中心报备同意后实施，参展企业承担由此产生的全部责任。提前调试 LED 屏幕的电源，不得用作展位控制电源和施工电源使用、不得用于展位除 LED 屏幕外的展示测试等其他用途。展馆用电监督员检查发现违反者，强制断电取消调试用电资格，没收展位承建商电工证件；同时参照《参展须知》展馆用电安全规定第二条（二十一）点（6），根据《广交会特装施工企业违规处理办法》，视情况给予扣罚保证金、评估分、纳入黑名单、取消广交会施工资质。展位电气设备设施安装完成，经用电监督检查合格后，拆除调试电箱与施工电箱，办理展示用电供电手续。

(8) 大会提供的展位配电箱供电后，展位施工单位自带含有隔离开关、空气开关、漏电保护器（漏电动作电流 30mA，动作时间 0.1s）的施工电箱可以接入展位的控制电箱，对展位进行装修收尾工作。

### **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，进场施工的所有电工必须持有有效的《特种作业操作证》，可以通过广东省

建筑施工特种作业人员资格管理系统网站 (<http://tzzy.cisagd.cn>) 或其它有效系统查询确认有效,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。施工企业在开展和撤展期间现场须留有值班电工,值班电工人员名单、联系电话与审图系统申报时一致。

(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)》、《建筑电气工程施工质量验收规范(GB50303—2015)》、《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十五款处理。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) 展位自备电箱总开关保护整定值应低于或等于接入展馆方电箱的开关保护整定值。

(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气安全员协助安全检查;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电箱的，不得对该配电箱安装位置进行移动，参照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，向审图组提出申请。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, 所以标摊配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防疫办值班室, 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，展馆筹撤展区内车位停满时，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。阅江中路北侧大货车轮候区，专停放1.2-5.2馆。

(2) 载客小车

持车证小车分别由阅江中路、会展东路、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北面唯一入口经过车辆安全检查后进入，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6《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、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，下班时可分别由会展东路、会展南二路驶离。

#### （2）酒店大客车

①停放A区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号门进入展场西路下客后即驶离，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B区展场南路的酒店接待巴士由阅江中路（西往东）2号门进入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）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。

（车辆进出展馆管理规定以广交会官网发布的《第134届广交会车辆秩序管理规定》为准。）

## 六、广交会展馆网络使用管理规定

### 第一章 总则

**第一条** 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有限公司客户服务中心信息化部（以下简称信息化部）根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》《互联网安全保护技术措施规定（公安部令第82号）》等法律法规，结合广交会展馆实际情况，制定本规定。

**第二条** 本规定适用于所有使用广交会展馆网络服务的用户，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）。

### 第二章 网络服务

**第三条** 网络服务是指通过广交会展馆有线网络及无线网络接入可以访问互联网的服务，能满足信息浏览、即时通讯、邮件传输等网络应用，提供无线接入和有线接入两种方式。

**第四条** 根据公安部令第82号的相关规定，展馆网络服务必需实名认证后方可正常使用。

**第五条** 信息化部负责展馆网络公用设施的建设、维护及管理工作，并为网络用户提供服务保障，但网络接入设备（如电脑、智能手机等）由用户自行配备。

**第六条** 出于确保网络服务安全平稳的需要，信息化部可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和调整，以及禁止部分网

络访问端口（如证券、BT、迅雷、游戏等）的访问。

**第七条** 信息化部可在因更换服务器、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知的情况下中断部分或全部网络服务，对于因网络服务中断而造成的任何损失，信息化部无需对网络用户承担任何责任。

### 第三章 用户使用管理

**第八条** 网络用户必须遵守国家有关法律、法规及本规定，严格遵守安全保密制度，不得利用网络从事危害国家安全、泄露国家秘密、损害广交会展馆利益等违法、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。

**第九条** 任何网络用户未经信息化部书面许可，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，须报请信息化部书面同意。

**第十条** 信息化部可以采用技术手段监控广交会展馆范围内的网络安全。对于未经信息化部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用户，信息化部有权中断该用户网络。

**第十一条** 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。

**第十二条** 因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，及时更新系统补丁和防病毒软件，妥善保管账号和密码等个人信息。因个人密码泄漏而导致的一切后果由账号所有人承担。

### 第四章 责任追究

**第十三条** 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。

**第十四条** 对展馆网络进行非法攻击或侵入等违规行为，信息化部可终止其网络服务，情节严重或造成损失的，依据国家相关规定进行处罚；涉嫌构成犯罪的，依法移送有关部门追究刑事责任。

## 第五章 附则

**第十五条** 本规定未尽事项，按国家和上级有关规定执行。

### 七、广交会展品集货管理办法

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，维护现场作业秩序，确保安全责任落实，保证筹撤展工作完成，制定本办法。

#### 一、展品集货资格

在广交会提供“点到点”展品集货运输服务的资质物流企业，可依照本办法申请广交会展品集货资格。通过广交会展品集货物流公司备案审核，获得展品集货资格的单位可向广交会展品集货业务管理部门（下称业务管理部门）申请办理人员、车辆证件，并在广交会展馆内从事展品集货运输相关配套服务。

#### 二、申请集货资格的条件

- （一）具有独立法人资格，具备从事承接展览服务或货运经营资格。
- （二）企业注册资本人民币 100 万元以上（含 100 万元）。
- （三）每届展品集货总量达到 200 立方米（含 200 立方米）以上；或每届服务参展企业达到 100 家（含 100 家）以上，两者须满足其一。
- （四）在“信用中国”网站 <https://www.creditchina.gov.cn> 无失信被执行人、企业异常经营名录、重大税收违法案件当事人名单等信息。

#### 三、资格审核须提交的文件

- （一）提供本公司注册地营业执照复印件，并在扫描件加盖公司印章；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）提供单位法人出具的授权委托书，指定现场集货管理的业务负责人及安全生产管理员（下同），若上述人员出现变更，其授权委托书应重新提交。
- （三）第 126 届广交会展品集货回运货量证明（即提供代理承运参展企业回运展品的结算单据、表格等证明材料，须含货物、立方数、企业家数等数据并须加盖公司印章）。

#### 四、申请方式

通过广交会参展商综合业务平台物流及大会承运服务网站 (<https://exhibitor.cantonfair.org.cn/#/mbLogisticLogin>) 按系统指引完成文件的申请提交;若新申请单位须完成注册后申报。联系人:罗先生,020-89139530。

#### 五、审核流程

(一) 业务管理部门负责对申请展品集货资格的物流企业进行审核。

(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 7 个工作日内完成审核工作,上报审批。

(四) 通过审定的物流公司名单在广交会官网正式公布。

(五) 通过审定的物流公司应签订《第 133-134 届广交会展品集货管理安全承诺书》,并缴纳安全保证金。

#### 六、现场管理

集货物流公司应严格遵守国家法律法规、国家标准、行业标准、安全技术操作规程及广交会制定的各项管理规定,承担对运输的货物、运输车辆、特种设备、工具设备和所属人员包括临时雇请人员的安全主体责任,确保集货管理工作安全、高效、有序。

(一) 工程机械(室外)、农业机械(室外)展区、加工机械设备展区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) 进场撤展的机动车辆、工具设备事前应提前确认状态良好,避免撤展时在场内发生故障,影响交通和整体撤展速度。

(五) 及时清理往届残留在展品包装箱外的标签、标识,以便理货配送及现场监督检查。

(六) 在规定时间内,提前与大会承运商预约展品搬运服务,确保展品集货筹撤展进度不受影响。

(七) 物流公司在取得大会安排的集货停车位位置后,应及时通知参展

企业，做好筹撤展日展品进（出）馆预约登记工作，引导参展企业将包装物寄存在大会服务单位，为参展企业提供完整的配套服务。

（八）进场从事装卸作业的人员必须佩戴符合国家质量标准的安全帽，且安全帽必须在保质期内；爬高（离地 2 米以上）作业人员需系安全绳，且安全绳必须系在固定支撑点。

（九）每期撤展当天，做好集货车调度、展品装车及停车位使用，集货车到达停车位后，展品再出馆，避免固定车位被展品占用造成集货车无法停放，引起交通拥堵。物流公司不得以工具、货物提前或长期占用集货停车位。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。

撤展期间，实行“撤展展位集货”和“中转车加叉车”的运输模式，在展位完成展品集货后，通过中转车或叉车转运至集货区域，并及时组织展品装车，做到“展品不落地”。不允许集货车只停车、不装货或停车位只堆货、不停车；包装物派发结束，不允许使用地台板在 A 区二层及 B 区二、三层布展通道停车位堆货。在 A 区与 B 区之间转运的同一辆货车，需通过人力搬运、叉车运输等方式进行；对需从 A 区或 B 区转运至 C 区、D 区（四期展馆）的，采取“一区一车一人一证”的措施进行管理。

（十）不得在划定的展品集货区域之外的位置停车或集货，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。

（十一）现场作业人员须佩戴证件，集货运输车证须统一摆放在车头显著位置，以便现场管理人员识别。

（十二）撤展当天，物流公司应按照广交会撤展工作安排完成展厅展品清空，若未按时间节点完成工作的，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。

（十三）集货停车位实行“谁使用、谁管理”。必须确保现场业务负责人及安全生产管理员在位，协助交通协管员引导所属集货车到达停车位，做好回运货物的集货和疏导，在规定的撤展时间内尽快完成展品出

馆装车工作。若物流公司现场负责人未到位，导致集货停车位被占用，后果由物流公司自行承担。

物流公司应在集货停车位配备充足的灭火器材并安排专人管理，确保消防安全。

集货工作完成，及时将车辆驶离展馆。若遇不可抗力因素导致超过集货停车位使用时间出现通宵作业的，需留人值守尚未装车的展品，展品毁损、失窃的风险及后果由物流公司自行承担。

(十四) 按照撤展时间节点安排，组织集货车辆提前进入集货车辆轮候区，听从现场交通协管人员调度进场。集货车辆未进入集货车辆轮候区的，将按撤展车辆调度程序轮候进场。

(十五) 实行撤展集货车辆轮候确认制，要求集货车辆到达轮候区和撤展当天到达展馆停车位为节点，上传车辆车证及标识牌图像信息至工作群；撤展集货工作结束后，在车辆离场前，在工作群内上报完成情况。

(十六) 司机不能随意离车，司机的手机号码应向广交会主管部门报备并清晰写在车头显著处，以便交通协管人员及时联系司机本人。

(十七) 撤展期间，如车辆因故未及时到达集货停车位的，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，集货停车位将转为非集货车辆停车位。

(十八) 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。

(十九) 撤展任务完成、车辆驶离展馆前，应清除集货物流公司标志牌（黄色标识牌），不得随意丢弃。

(二十) 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。

(二十一) 申请撤展集货停车位，须按规定办理撤展集货车证，未申请单位不得使用主管部门划分的集货停车位。

(二十二) 集货停车位不得转让给第三方使用。

(二十三) 严禁将租赁叉车交给其他单位或个人驾驶。

(二十四) 严禁复制、改编、分发或以任何形式发布和转载与广交会



的有关规定相冲突或损害广交会声誉、利益、或造成相关公众混淆的信息或宣传资料。

(二十五) 凡申请办理广交会撤展集货人证、车证的物流公司应仔细阅读并签署《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. 各物流公司应指定专人汇总车辆和人员办证资料，交客服中心展会服务部储运科统一办理证件，不得安排货运人员或司机自行前往办证中心办理证件。

2. 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，不得提供虚假办证资料，对审核结果负责。

3. 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业务负责人。

4. 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，不得从事与所在单位集货无关的工作，如展位装搭、商品售卖或所在单位以外的货运运输等工作。每家物流公司最多不得办理超过6个服务证（货运）；搬运（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。申办广交会展品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，应在5个工作日内将所办的人证交回客服中心展会服务部储运科，如有证件遗失需重新办理的，应及时向客服中心展会服务部储运科及保卫部书面报告。

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

5. 严格执行机动车辆及特种设备的车证须对应“一区一车一人一证”

的规定。

(二十六) 按照交通运输部《综合运输服务“十四五”发展规划》指引,积极使用新能源、清洁能源运输机动车辆及设备设施,逐步更新淘汰高排放的老旧运输机动车辆及设备设施。

## 七、考核评价

物流公司实行“分级管理、每届考评、每年审核、优存劣汰”的管理办法。

(一) 分级管理:综合考评每届广交会物流公司工作表现,考评结果分为A、B、C、D四级。

(二) 每届考评:由客服中心展会服务部牵头、综合管理部与保卫部联合对物流公司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展馆提供集货服务的,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。

(三) 每年审核:每年组织一次物流公司资格备案审定,引进资质物流企业,不断优化服务队伍。

(四) 优存劣汰:根据《广交会展品集货物流公司考评办法》的考评标准,由业务管理部门在每届广交会结束后,按100分满分制,对物流公司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最末一名,或评定为D级的,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。

## 八、附则

本办法自批准印发之日起施行,由中国对外贸易中心集团有限公司客户服务中心负责解释。如有修订,以新规定为准。

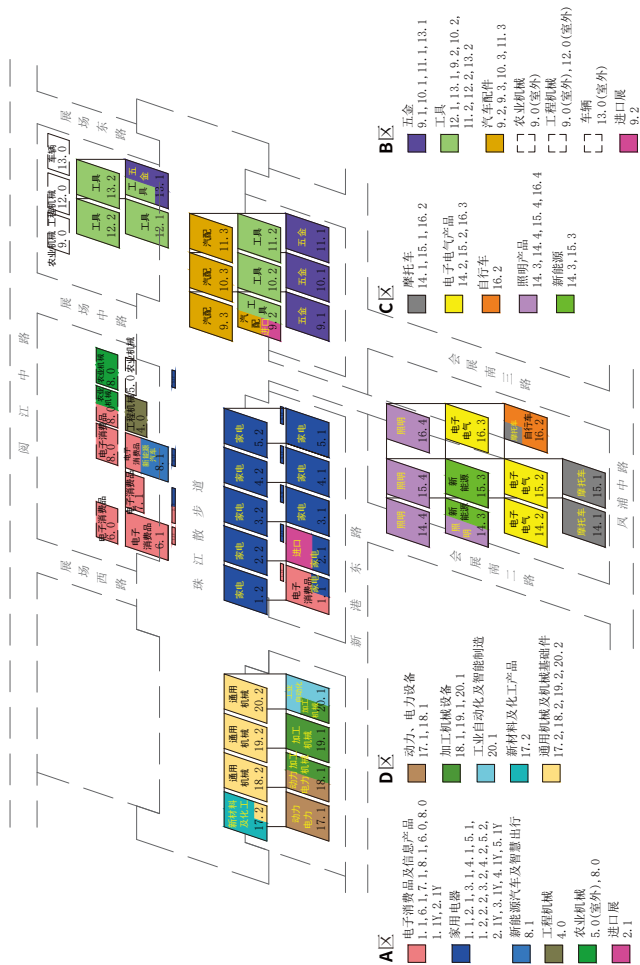
附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表

展期	商品类别	展区
第一期	电子家电	家用电器
		电子消费品及信息产品
	工业制造	工业自动化及智能制造
		加工机械设备
		动力、电力设备
		通用机械及机械基础件
		工程机械
		农业机械
		新材料及化工产品
	车辆及两轮车	新能源汽车及智慧出行
		车辆
		汽车配件
		摩托车
		自行车
	照明及电气	照明产品
		电子电气产品
		新能源
	五金工具	五金
工具		
第二期	家庭用品	日用陶瓷
		餐厨用具
		家居用品
	礼品及装饰品	玻璃工艺品
		家居装饰品
		园林用品
		节日用品
		礼品及赠品

展期	商品类别	展区
第二期	礼品及装饰品	钟表眼镜
		工艺陶瓷
		编织及藤铁工艺品
	建材及家具	建筑及装饰材料
		卫浴设备
		家具
		铁石装饰品及户外水疗设施
第三期	玩具及孕婴童	玩具
		孕婴童用品
		童装
	时尚	男女装
		内衣
		运动服及休闲服
		裘革皮羽绒及制品
		服装饰物及配件
		纺织原料面料
		鞋
		箱包
	家用纺织品	家用纺织品
		地毯及挂毯
	文具	办公文具
	健康休闲	医药保健品及医疗器械
		食品
		体育及旅游休闲用品
		个人护理用具
		浴室用品
宠物用品		

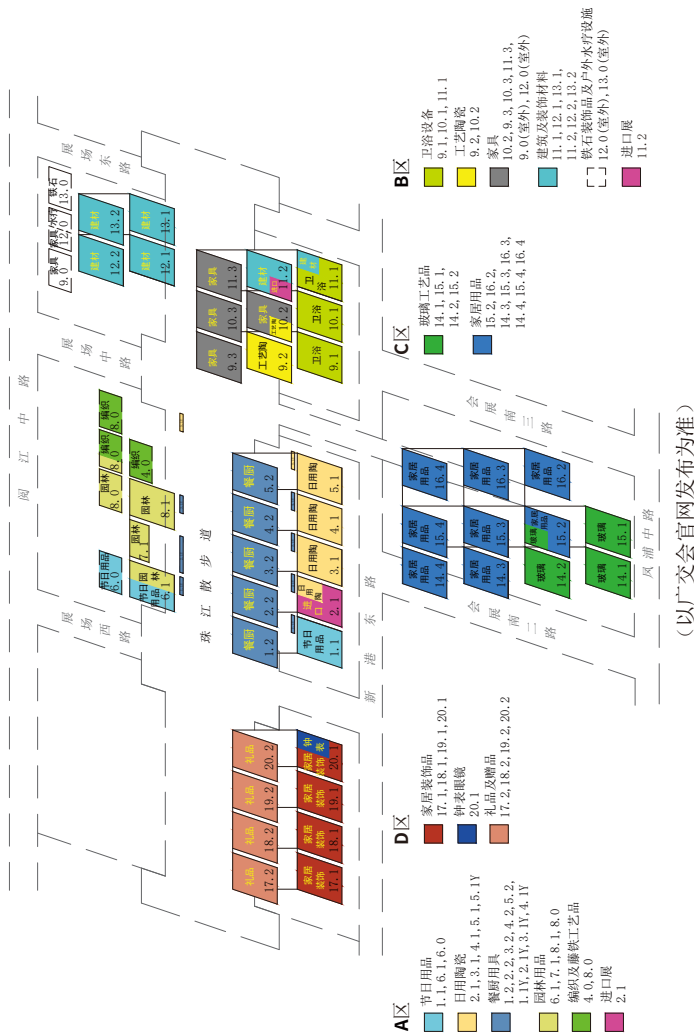
附件 1.2 展区布局图

第134届中国进出口商品交易会展区布局图(第一期)



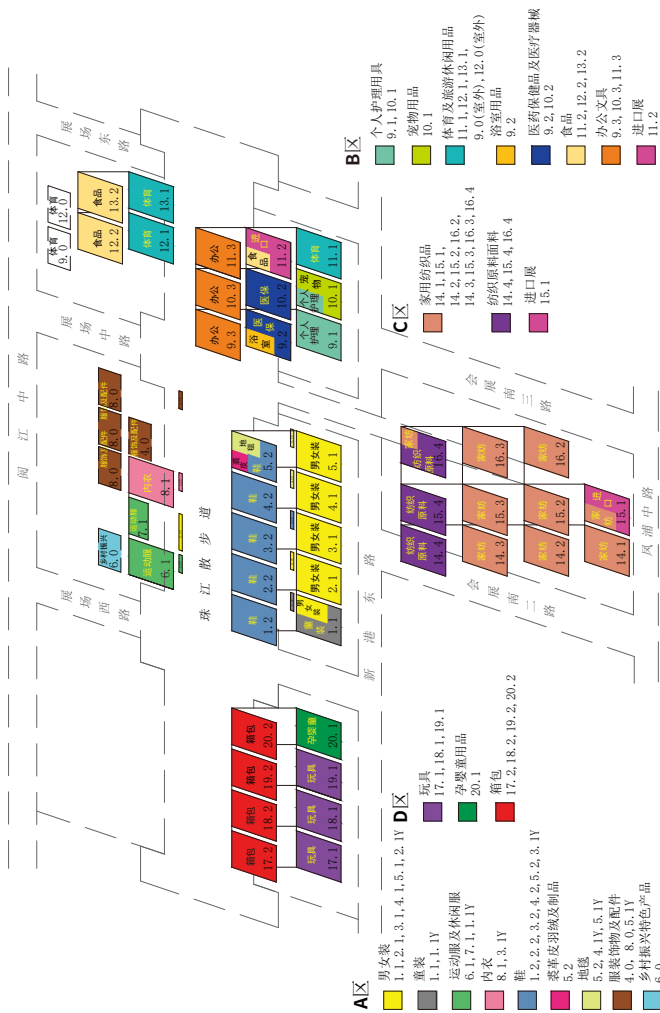
(以广交会官网发布为准)

# 第134届中国进出口商品交易会展区布局图(第二期)





第134届中国进出口商品交易会展区布局图(第三期)



(以广交会官网发布为准)

## 附件2 中国进出口商品交易会参展展品范围

### (出口展)

### 电子家电

#### ◇ 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，净化器等
- 冰箱及制冷设备：冰箱，冷柜等
- 空调及通风设备：空调，电风扇，空气加湿器，空气干燥器，空气清新器等
- 洗衣及干衣设备：洗衣机，干衣机，电熨斗等
- 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，灭蚊器等

#### ◇ 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

■ 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，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

■ 智慧生活：智慧家居，智慧教育，智慧出行，生活机器人，智能穿戴，智慧医疗，智能体育产品，智能控制系统

■ 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

## 工业制造

### ◇ 工业自动化及智能制造

■ 数控机床及增材制造设备：各类数控机床，加工中心，组合机床，激光加工设备，3D 打印机，柔性制造单元及生产线等

■ 工业机器人：巡检机器人，检测机器人，焊割机器人，喷涂机器人，装配机器人，机器人视觉，机器人配件（减速器，伺服驱动系统，控制器等），机器人开发平台及软件等

■ 工业自动化系统及设备：控制系统及装置，测量仪器，数据采集及处理，工业图像处理，显示面板及设备，传感器，执行器，线性驱动，伺服电机与驱动器，变频器，减速机，联轴器，传动控制，人机界面，PLC 可编程控制器系统和软件等

■ 智能物流与仓储设备：轻型高速堆垛机，超高超重型堆垛机，高速智能分拣机，智能多层穿梭车，智能化高密度存储穿梭板，高速托盘输送机，高参数自动化立体仓库，高速大容量输送与分拣成套装备，车间物流智能

化成套装备等

■ 数字化工厂：工业互联网，物联网，工业通信，经营管理系统，大数据 / 云计算，产品设计及研发，数字孪生，机器学习，生产执行系统，产品生命周期管理，信息安全技术，虚拟现实技术，信息技术及解决方案等

#### ◇ 加工机械设备

■ 机床及金属加工设备：金属切削机床，金属成形机床，特种加工机床，铸造机械，焊接切割设备，机床刀具及附件，磨具磨料等

■ 建材机械及成套设备：建材机械，木工机械，石材加工机械，各类成套设备及生产线等

■ 橡塑包装及印刷设备：橡胶 / 塑料机械，包装机械，印刷机械，模具，3D 打印机等

■ 食品饮料加工设备：食品加工机械，饮料加工机械，商用餐厨加工及展示设备，冷链仓储及搬运设备等

■ 化工纺织及其他设备：纺织机械，制药机械，烟草机械，化工机械，环保设备及其他设备等

#### ◇ 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

#### ◇ 通用机械及机械基础件

■ 通用机械：各种泵，阀门，风机，压缩机等

■ 制冷，供暖及通风设备及配件产品：供暖设备及配件，暖通泵阀产品，空调制冷设备零配件，制冷剂，冷凝系统，冷链冷藏运输制冷系统，冷藏与冷冻食品柜配件，排风系统及配件，空气处理装置，热交换器，能源控制设备，过滤器，制冷与空调的测量工具及仪器仪表等

■ 工业零部件：轴承，坚固体，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，轮胎拆装机等，平衡机，四轮定位仪，清洗机等

#### ◇ 工程机械

■ 工程机械：挖掘机械，铲土运输机械，起重机械，工业车辆，压实机械，路面施工与养护机械，混凝土机械，市政与环卫机械，高空作业机械，凿岩掘进桩工机械及工具，电梯与扶梯，其他工程车辆及设备，工程机械零部件等。

■ 其他机械：矿山机械，煤矿机械，地质机械，消防机械，石油机械等。

#### ◇ 农业机械

■ 农业机械：动力机械（拖拉机），耕整地机械，种植施肥机械，田间管理机械，收获机械，收获后处理机械，农产品初加工机械，畜牧水产养殖机械，农用搬运机械，排灌机械，农村可再生能源机械，内燃机，发电机组及零部件，其他农业机械零部件等。

■ 园林机械：种植及市政机械，修剪及打药设备，喷灌及灌溉设备，园艺工具，林业装备等。

#### ◇ 新材料及化工产品

■ 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，酮及醌基化合物，羧酸类及衍生物，非金属无机酸脂及盐，含氮基化合物，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

■ 新材料

◆ 稀土新材料：稀土永磁，钕钴永磁，磁性材料，储氢材料，隔热保温材料，红外蓄热剂

◆ 金属合金及粉末：硬质合金类，钨镍合金、钨钛钨合金，低氧高密度钨棒材，复合铜箔

◆ 特种橡胶

◆ 特种塑料

◆ 特殊化学品

◆ 特殊染料、颜料

◆ 碳纤维

◆ 储能材料

## 车辆及两轮车

### ◇ 新能源汽车及智慧出行

■ 新能源汽车整车

纯电动汽车，混合动力电动汽车，燃料电池电动汽车，其他新能源汽车

◆ 轻型车：轿车，多功能运动车 SUV，越野车，多功能车 MPV，客货车，低速车，改装车，特种功能车等

◆ 中、重型车：城市物流车，环卫车，救护车，特种车，货车及混凝土搅拌机，自卸车等

◆ 客车：小、中、大型公交车及客车

■ 智能网联汽车及技术

智能网联汽车，自动驾驶汽车，无人驾驶汽车，飞行汽车及相关技术，

## 辅助驾驶与高级辅助驾驶套件与解决方案, 智能座舱及相关产品

- ◆ 各类感知系统: 摄像头, 行为识别系统, 激光雷达, 毫米波雷达, 高精度地图, 车路协同系统, 相应软件系统与解决方案

- ◆ 各类通信系统: 电子电器构架, 云平台

- ◆ 各类控制系统: 芯片, 算法, 操作系统

- ◆ 执行系统: ADAS 执行器, 智能中控, 语音交互, 各类域控制器, 控制单元, 线控底盘执行器, 线束等

- ◆ 开发测试, 出行服务, 物流服务

### ■ 电池及充电桩技术

- ◆ 汽车动力电池, 各类三元锂离子电池, 磷酸铁锂电池, 钛酸锂电池, 电池包, 氢燃料电池堆, 甲醇重整制氢技术及产品, 滑板底盘及技术

- ◆ 纯电动及混合动力汽车动力及传动系统, 各类增程器, 控制器, 半导体 IGBT 及 SiC 元器件等

- ◆ 充电机监控管理系统, 动力电池及电池管理系统, 储能电池及系统等

- ◆ 直流 / 交流充电桩, 一体式 / 分布式充电桩, 换电站, 充电桩人机界面, 控制器, 充电连接及保护装置, 计费系统, 电池换电设备及解决方案等

### ■ 电子控制系统

- ◆ 动力控制系统: 电机控制器, 自动变速器

- ◆ 底盘与安全控制: 防抱死制动控制, 电动助力转向, 巡航系统, 悬架控制, 牵引力控制, 电子稳定系统, 胎压监测等

- ◆ 车身电子: 安全气囊, 安全带, 灯光控制, 电子仪表, 自动空调, 自动座椅, 电动车窗, 中控锁, 防盗器等

### ■ 车载电子装置

- ◆ 信息系统: 无人驾驶系统, 车辆运行信息, 车载通讯系统, 上网设备, 系统安全解决方案, 车联网服务等

- ◆ 导航系统: 电子导航, 定位系统, 倒车雷达, 倒车影像等

- ◆ 娱乐系统: 数字视频系统, 音响系统, 移动 TV 等

#### ◇ 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 / 皮卡，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

#### ◇ 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，汽车电器及零件等

■ 轮胎

■ 汽车配件及优化装备等

■ 维修及汽车相关服务用品等

■ 汽车装饰品

#### ◇ 摩托车

■ 摩托车，沙滩车

■ 摩托车零配件

#### ◇ 自行车

■ 自行车：自行车、电动自行车，电动滑板车等

■ 自行车零配件

## 照明及电气

#### ◇ 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，户外照明等

■ 电光源：日光灯，节能灯，白炽灯，霓虹灯，氖灯泡，碘钨灯，镁灯泡，溴钨灯等

■ 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，传感器等



### ◇ 电子电气产品

■ 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

### ◇ 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

## 五金工具

### ◇ 五金

■ 家具五金，建筑五金，装饰五金，门窗五金，浴室五金及配件，铁艺制品，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

■ 量具，磨具，刃具，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

## 家庭用品

### ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

### 礼品及装饰品

#### ◇ 玻璃工艺品

- 玻璃器皿
- 玻璃装饰品
- 其他玻璃工艺品

#### ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

## ◇ 工艺陶瓷

■ 美术陶瓷

■ 陶瓷工艺品

■ 园艺及花园陶瓷

## ◇ 编织及藤铁工艺品

■ 竹器、木器、草器、柳编制品

■ 藤铁工艺品

# 建材及家具

## ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

### 玩具及孕婴童

#### ◇ 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
- 玩具乐器
- 充气玩具
- 其他玩具及玩具零配件

#### ◇ 孕婴童用品

- 婴童食品：婴童奶粉，婴童辅食，婴童保健及营养品等
- 婴儿装及配饰：婴儿服装，婴儿鞋，婴儿帽，婴儿配饰，婴儿家纺用品等
- 育婴用品：婴儿哺育用品，婴儿洗护用品，婴儿湿巾，婴儿纸巾，婴儿棉柔巾，婴儿纸尿裤，奶瓶，奶嘴，婴儿牙刷，婴童餐具等
- 婴童安全产品：婴童监视器，插座安全盖，婴童安全锁等
- 童车：婴童手推车，婴童学步车，婴童汽车安全座椅等
- 婴童家具：婴童床，婴童床上用品，婴童桌，婴童椅，婴童摇篮等
- 母婴电器：暖奶器，婴儿辅食机，电动吸奶器，奶瓶消毒机，母婴洗衣机，母婴空调等
- 幼教用品：点读机，复读机，学习机，儿童电话手表，护眼台灯等

#### ◇ 童装

- 上衣，裙，裤，套装，外装
- 婴儿及孕妇服装

## 时尚

#### ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

#### ◇ 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

## 家用纺织品

#### ◇ 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

#### ◇ 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

## 文具

### ◇ 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

## 健康休闲

### ◇ 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
- 检测和防护用品
  - ◆ 体外诊断：整体实验室解决方案，临床诊断设备，诊断试剂，POCT，家用诊断设备等
  - ◆ 医用防护用品：外科口罩，医用防护口罩，防护眼镜，防护面罩，防护手套，防护隔离衣，防护服，防护鞋套等
  - ◆ 消毒用品：医用消毒制品，消毒机器人，消毒设备
- 银发经济
  - ◆ 中老年康复护理：康复护理设备，康复护理辅助器具，康复护理卫生用品等
  - ◆ 中老年保健养生：功能食品，药膳滋补营养品，中药滋补品，药食同源产品等
  - ◆ 中老年医疗器械：常用医疗器械，理疗养生设备
  - ◆ 智慧养老：穿戴健康设备，生命体征监测，养老机构及居家看护管理系统
  - ◆ 中老年药品：中老年常发病，多发病预防及治疗药品
  - ◆ 适老健身，按摩产品
  - ◆ 老年美容产品：老年人美容口服液，老年人抗衰老产品

## ◇ 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

#### ◇ 体育及旅游休闲用品

■ 运动用品

◆ 室内、外运动用品：球类及配件，拳击用具，滑板，旱冰鞋，冰鞋，健身器械，家用训练器，运动用网，蹦床，箭术，自行车及配件，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，潜水面衣，潜水用的鸭脚板，潜水用的通气管，潜水附件，冲浪滑板及配件，游泳用具及配件，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，钓具及配件

◆ 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，露营用具及配件

#### ◇ 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

### 附件 3.1 广交会出口展参展申请表

#### 第 134 届广交会出口展参展申请表

申报展区代码		申报展区		展位性质	
申请展位数		布展类型		上届展位数	
企业永久代码		交易团		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				
海关编码					
主要展示产品					
产品海关编码 (HS 编码)					
法定代表人				统一社会信用代码/ 营业执照号	
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	
企业类型				企业属性	
进出口企业代码				上年度出口额	万美元
参展联系人				手机	
联系电话				传真	
邮政编码				E-mail	
<p><b>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《第 134 届广交会出口展参展协议》、《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，承诺遵守广交会各项规章制度。2. 通过参展易捷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。</b></p>					
(申请企业盖章) 年 月 日				(交易团盖章) 年 月 日	
<p>说明：          1. 本表根据申请企业录入参展易捷通的资料自动生成（一个展区对应一份申请表）。          2. 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。（XX 团地址： 邮政编码： 联系电话： 传真：）          3. 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。</p>					

## 第 134 届广交会出口展参展申请表

(加工机械设备展区、工程机械展区、农业机械展区、车辆展区、铁石装饰品及户外水疗设施展区)

申报展区代码		申报展区		展位性质	
申请展位数		布展类型		上届展位数	
企业永久代码		交易团		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				
海关编码					
主要展示产品					
产品海关编码 (HS 编码)					
产品最大外形尺寸 (m)					
法定代表人				统一社会信用代码/ 营业执照号	
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	
企业类型				企业属性	
进出口企业代码				上年度出口额	万美元
本届申请摊位面积 (m <sup>2</sup> )				上届摊位面积 (m <sup>2</sup> )	
重量 (kg)				运输时底座面积 (m <sup>2</sup> )	
参展联系人				手机	
联系电话				传真	
邮政编码				E-mail	
<p><b>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《第 134 届广交会出口展参展协议》、《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, 承诺遵守广交会各项规章制度。2. 通过参展易捷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。</b></p>					
(申请企业盖章) 年 月 日				(交易团盖章) 年 月 日	
<p>说明: 1. 本表根据申请企业录入参展易捷通的资料自动生成 (一个展区对应一份申请表)。 2. 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。 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。(XX 团地址: 邮政编码: 联系电话: 传真: ) 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。</p>					

附件 3.2 第 134 届广交会出口展联营参展申请表  
第 134 届广交会出口展联营参展申请表

申报展区代码		申报展区	
申请企业永久代码		申请企业广交会编码	
申请企业中文名称			
联营单位名称	中文		
	英文		
联营单位地址	中文		
	英文		
法定代表人		统一社会信用代码 (营业执照号)	
海关编码		企业类型	
进出口企业代码		企业属性	
联系人		手机	
联系电话		传真	
邮政编码		E-mail	
<p><b>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《第 134 届广交会出口展参展协议》、《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，承诺遵守广交会各项规章制度。</b></p> <p>(申请企业盖章) 年 月 日</p>		<p>(交易团盖章) 年 月 日</p>	
<p>说明： 1. 本表根据申请企业录入参展易捷通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。（<b>XX 团地址： 邮政编码： 联系电话： 传真：</b>） 3. 联营参展仅限于流通型企业与非流通型企业联营。企业在同一展区有 2 个以上展位才能联营，其中每个展位仅限 1 家联营单位，同一展区最多只能填报 2 家联营单位。</p>			

#### 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 5.1 第 134 届广交会出口展参展协议

### 第 134 届广交会出口展参展协议

(适用于在线上和线上均参展的企业)

编号: \_\_\_\_\_ (广交会编码)<sup>1</sup>

甲方: \_\_\_\_\_

(地方商务主管部门 / 国资委管理企业, 或授权展务机构)

乙方: \_\_\_\_\_ (参展企业)

为规范中国进出口商品交易会(广交会)展览秩序,健全和落实问责制,防止违规使用展位/参展账号、侵犯知识产权、展示违规信息及展品等不正当参展行为,减少贸易纠纷,甲方与乙方共同签订本协议。

一、甲方作为广交会交易团(分团)组团单位,负责审核乙方参展资格,并按《中国进出口商品交易会出口展一般性展位数量安排办法》及本团展位安排制度安排乙方第 134 届广交会线下展一般性展位。甲方负责乙方线下品牌展位(安排结果以外贸司相关文件公布为准)和一般性展位及线上平台参展管理工作。乙方在第 134 届广交会线下展参展展区及展位号以广交会参展易捷通公布的安排结果为准、线上平台参展展区以云展厅系统信息为准,乙方对此安排结果不持异议。

二、乙方获得参展安排后,须按广交会相关收费通知按时向甲方足额缴纳参展费用(线下展展位费及配置费等),并按时在线缴纳线上服务费。如未按要求缴纳费用或缴费后因自身原因退出参展,或违反《广交会出口展线上平台套餐及加量包服务协议》等广交会规则文件的规定,乙方同意并接受广交会相关机构对其进行的处置(包括但不限于取消乙方广交会参展资格至补缴全部费用为止、不退还已缴纳款项以及收取违约金等)。

三、乙方保证,乙方作为参展企业,按广交会参展实名制要求,如实、

注:

1. 编号:按参展企业广交会编码。

2. 参展协议均由地方商务主管部门/国资委管理企业,或其授权展务机构,与参展企业签订。

3. 请参展企业签署盖章后提交给地方商务主管部门/国资委管理企业,或授权展务机构,各单位汇总本团企业的参展协议后统一签署。



按时以自己的真实身份信息进行备案登记，并保证由乙方实际使用展位（含线上平台的参展账号，下同）。因身份信息虚假或未如实使用展位的，乙方自行承担所有责任。

四、乙方应严格遵守《中国进出口商品交易会出口展位使用管理规定》（以下简称《展位使用管理规定》），严禁以任何形式出借、赠与、转让或转租（含分租，下同）展位、空置展位，严禁以任何形式将参展易捷通账号及线上平台参展账号出借、赠与、转让、转租及授权他人使用。在广交会线下开展幕及线上平台开放使用期间，乙方应接受并配合由广交会有关机构组织实施的现场展位使用情况检查和监管。凡发生前述违规行为，一经广交会确认，将严格按《展位使用管理规定》予以相应处罚。乙方对因违规使用展位行为引起的一切后果负完全责任。

五、乙方应严格遵守广交会《参展展品管理规定》和广交会官网（[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)）公布的《展品上传政策》，负责管理所属展品，配合广交会、商协会和甲方对展品的检查监管行为。乙方承诺不在广交会线上平台上传及展示管制刀具和仿真枪等枪支类展品（认定标准参照公安部制定的《管制刀具认定标准》《仿真枪认定标准》等相关文件规定）。如参展展品包含地图信息，应符合《地图管理条例》等有关规定的要求。乙方保证在使用由广交会所提供的线上平台时或展馆现场展示的展品应是本企业或已在广交会备案的本企业之联营（供货）单位的合法合格产品，并以本企业自己的名义进行展品展示。乙方不得在线下展跨展区摆放展品，或在线上平台上传与对应参展展区不符的展品，不得出现假冒伪劣产品或侵犯他人知识产权等合法权益的情况，乙方通过连线展示的展品须与创建连线展示间时所选的展区一致。如发生展品违规、涉嫌侵权等行为，一旦经广交会认定，将按《参展展品管理规定》及相关规定进行处理、处罚。

六、乙方保证遵守以下线上平台参展规定要求：

（一）使用由广交会所提供的展示平台、连线展示平台、沟通洽谈工具等服务时，应严格遵守相关法律法规及广交会官网（[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)）公布的《用户服务协议》《隐私政策》《展品上传政策》《广交会网上平台连线展示服务协议》《广交会展商线上行为准则》《广交会出口展线上平台

套餐及加量包服务协议》等广交会规则文件的规定，并遵守广交会技术支持方相关产品的使用规则和隐私政策，承诺对其在**线上平台**中展示的所有展品、展品包装、宣传品、发布的信息及其他展示内容（以下统称**参展行为**）的真实性、合法性负责，确保企业及人员资料信息真实准确，且具有合法经营相关业务的资质。乙方在**线上平台**中的一切**参展行为**视同在展位上展示展品、沟通交流（以下简称**线下参展**），亦应严格遵守**线下参展**应遵守的相关规定。乙方应配合甲方的参展组织管理工作，配合甲方对**参展行为**及资质、信息等资料的审核工作，服从甲方按广交会有关规定对乙方**参展行为**的约束。

（二）乙方应服从广交会及甲方对连线展示及线上洽谈的管理，配合甲方对连线展示内容、连线展示及线上洽谈人员信息的审核以及甲方的指导培训、巡查管理等工作。在连线展示和线上洽谈中，遵守法律法规，尊重各国及地区风俗习惯，不涉及敏感话题，合理安排连线展示内容和时间，每个连线展示场次的使用时长为自该连线展示间首次开播起的连续2个小时（不足2小时主动结束展示的视作该场次已被使用完毕），杜绝粗俗及/或与参展行为无关的连线展示内容（包括但不限于玩手机、吃饭、睡觉、或长时间空置镜头等），确保连线展示人员言行举止和服装服饰文明得体、连线展示场景整洁有序。如使用第三方软件共享连线展示内容时，需安排专人值守，及时清除因使用第三方软件带来的非本企业连线展示信息。

七、如违反第六点承诺，乙方同意，中国对外贸易中心及中国对外贸易中心集团有限公司（以下统称为外贸中心）及甲方均有权独立判断并视情况对乙方采取包括但不限于预先警示、停止线上服务、删除线上相关内容、限制账号部分或者全部功能、终止提供服务、封禁账号等措施；如线下参展过程中乙方出现违反相关法律法规、政策及广交会规定的行为，甲方有权独立判断并配合广交会对乙方采取包括但不限于围困现场展位、停用相关人员入场证件等措施，对于因此而造成乙方无法正常线下参展、线上使用账号及广交会服务等一切后果及损失，由乙方自行承担。乙方接受广交会有关规定处理，并负责赔偿因此对外贸中心及广交会技术支持方造成的所有损失（包括但不限于前者所遭受的行政处罚、实际损失及维权所发生的调查费、律师

费、保全费、鉴定费、评估费、诉讼费等)。乙方对其他因违规行为引起的一切后果负完全责任。

八、乙方应严格遵守广交会官网(www.cantonfair.org.cn)公布的《版权声明》并同意受其约束。乙方保证其在**线下现场展位及线上平台中的参展行为**均没有侵犯他人的知识产权,一旦乙方涉及知识产权纠纷(包括但不限于诉讼、仲裁、投诉、举报等),乙方保证积极配合广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站按《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法(2017年修正)》《广交会线上平台知识产权保护暂行规定》及广交会相关知识产权保护规定进行的处理。

九、乙方保证配合广交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)》《广交会关于网上举办期间贸易纠纷防范及处理的暂行规定》以及《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》,服从广交会业务办依据上述办法做出的纠纷处理决定。

十、乙方应严格遵守《广交会馆内宣传品管理规定》,未经广交会书面许可,在参展期间不得在线下展览场地内及线上平台以任何形式陈列、展示任何其他第三方平台(包括但不限于展览会、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等)的资料;不得为上述第三方平台进行任何形式的宣传活动。如发生违规行为,一经广交会认定,将按前述规定进行相应处理、处罚。

十一、外贸中心依据相关法律法规规定及公共安全、公共卫生及疫情防控的要求,将在乙方线上参展或/和线下展会办理证件及入馆过程中,收集乙方参展和参会人员的真实个人身份信息(包括但不限于乙方人员的姓名、身份证件及其号码、手机号、证件照等)并现场采集、储存、处理其参展和参会人员的人脸信息,用于核验人证是否一致。外贸中心承诺上述收集到的信息将存放在其服务器妥善保管并尽到信息安全保护义务,除法律法规另有规定外,不会将该等信息用于其他目的。乙方在为所属人员提交办证资料时,应当取得拟办证件所示人员本人授权外贸中心获取、储存、处理其人脸信息以完成身份核验的单独同意,并确保其已经签署《人脸信息授权声明(适

用于自然人)》并提交甲方。

十二、甲、乙双方共同保证，双方均将严格、认真遵守法律法规、政策及广交会的所有规定（包括本协议签订时有效及签订后生效的规定），合法合理地做好参展工作。任何一方违反法律法规、政策及广交会的相关规定的，该方应自行承担相关责任。违反方由此导致外贸中心或广交会遭受损失的，前述主体有权依法要求违反方赔偿，并有权限制违反方参与往后外贸中心举办的任何展览。本协议项下涉及的广交会各项规定如有更新，乙方在更新后继续参展的，视为乙方完全同意更新后的规定并接受更新后的规定的约束。

十三、本协议一式贰份，甲乙双方各执一份，均具有同等法律效力。本协议自签署之日起生效。

（以下无正文）

甲方（盖章）：

法定代表人或授权代表：

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表：

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 附件 5.2 第 134 届广交会出口展线上参展协议

### 第 134 届广交会出口展线上参展协议

(适用于仅在线上参展的企业)

编号: \_\_\_\_\_ (广交会编码)<sup>2</sup>

甲方: \_\_\_\_\_

(地方商务主管部门 / 国资委管理企业, 或授权展务机构)

乙方: \_\_\_\_\_ (参展企业)

为规范中国进出口商品交易会(又称广交会)展览秩序,健全和落实问责制,防止违规使用参展账号、侵犯知识产权、展示违规信息及展品等不正当参展行为,减少贸易纠纷,甲方与乙方共同签订本协议。

一、甲方作为广交会交易团(分团)组团单位,负责审核乙方参展资格,并安排乙方在第 134 届广交会线上参展(参展展区以云展厅系统信息为准),甲方负责乙方参展管理工作。

二、乙方获得参展资格后,须按广交会相关收费通知按时足额缴纳线上服务费,未按要求缴纳费用将无法使用广交会线上平台相关功能。如缴费后乙方因自身原因退出参展,或违反《广交会出口展线上平台套餐及加量包服务协议》等广交会规则文件的规定,乙方同意并接受广交会相关机构对其进行的处置(包括但不限于取消乙方广交会参展资格、不退还已缴纳款项等)。

三、乙方保证,乙方作为参展企业,按广交会参展实名制要求,如实、按时以自己的真实身份信息进行备案登记,并保证由乙方实际使用参展账号,因身份信息虚假或未如实使用账号的,乙方自行承担全部责任。乙方使用由广交会所提供的展示平台、连线展示平台、沟通洽谈工具等(以下统称**线上平台**)服务时,应严格遵守相关法律法规及广交会官网([www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn))公布的《用户服务协议》《隐私政策》《展品上传政策》《广交会网

注:

1. 编号:按参展企业广交会编码。

2. 线上参展协议均由地方商务主管部门 / 国资委管理企业,或其授权展务机构,与参展企业签订。

3. 请参展企业签署盖章后提交给地方商务主管部门 / 国资委管理企业,或授权展务机构,各单位汇总本团企业的参展协议后统一签署。

上平台连线展示服务协议》《广交会展商线上行为准则》《广交会出口展线上平台套餐及加量包服务协议》等广交会规则文件的规定，并遵守广交会技术支持方相关产品的使用规则和隐私政策，承诺对其在**线上平台**中展示的所有展品、展品包装、宣传品、发布的信息及其他展示内容（以下统称**参展行为**）的真实性、合法性负责，确保企业及人员资料信息真实准确，且具有合法经营相关业务的资质。乙方在**线上平台**中的一切**参展行为**视同在展位上展示展品、沟通洽谈（以下简称**线下参展**），亦应严格遵守**线下参展**应遵守的相关规定。乙方应配合甲方的参展组织管理工作，配合甲方对**参展行为**及资质、信息等资料的审核工作，服从甲方按广交会有关规定对乙方**参展行为**的约束。

四、如违反第三点承诺，乙方同意，中国对外贸易中心及中国对外贸易中心集团有限公司（以下统称为外贸中心）及甲方均有权独立判断并视情况对乙方采取包括但不限于预先警示、停止服务、删除相关内容、限制账号部分或者全部功能、终止提供服务、封禁账号等措施，对于因此而造成乙方无法正常使用账号及广交会服务等一切后果及损失，由乙方自行承担，乙方对此无异议；乙方接受广交会有关规定处理，并负责赔偿因此对外贸中心及广交会技术支持方造成的所有损失（包括但不限于前者所遭受的行政处罚、实际损失及维权所发生的调查费、律师费、保全费、鉴定费、评估费、诉讼费等）。乙方对其他因违规行为引起的一切后果负完全责任。

五、乙方应严格遵守《中国进出口商品交易会出口展展位使用管理规定》（以下简称《展位使用管理规定》），严禁以任何形式出借、赠与、转让或转租（含分租，下同）展位、空置展位，严禁以任何形式将平台账号出借、赠与、转让、转租及授权他人使用。在广交会线上平台开放使用期间，乙方应接受并配合由广交会有关机构组织实施的展位使用情况检查和监管。凡发生前述违规行为，一经广交会认定，将严格按《展位使用管理规定》予以相应处罚。乙方对因违规使用展位行为引起的一切后果负完全责任。

六、乙方应严格遵守广交会《参展展品管理规定》和广交会官网（[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)）公布的《展品上传政策》，负责管理所属展品，配合广交会、商协会和甲方对展品的检查监管行为。乙方承诺不在广交会线上平台上传及展示管制刀具和仿真枪等枪支类展品（认定标准参照公安部制定的《管

制刀具认定标准》《仿真枪认定标准》等相关文件规定)。如参展展品包含地图信息,应符合《地图管理条例》等有关规定的要求。乙方保证在使用由广交会所提供的**线上平台**时展示的展品应是本企业或已在广交会备案的本企业之联营(供货)单位的合法合格产品,并以本企业自己的名义进行展品展示。乙方展品不得跨展区展示,不得出现假冒伪劣产品或侵犯他人知识产权等合法权益的情况,乙方通过连线展示的展品须与创建连线展示间时所选的展区一致。如发生展品违规、涉嫌侵权行为,一经广交会认定,将按《参展展品管理规定》及相关规定进行处理、处罚,全部责任和损失由乙方自行承担和赔偿。

七、乙方应服从广交会及甲方对连线展示及线上洽谈的管理,配合甲方对连线展示内容、连线展示及线上洽谈人员信息的审核以及甲方的指导培训、巡查管理等工作。在连线展示和线上洽谈中,遵守法律法规,尊重各国及地区风俗习惯,不涉及敏感话题,合理安排连线展示内容和时间,每个连线展示场次的使用时长为自该连线展示间首次开播起的连续2个小时(不足2小时主动结束展示的视作该场次已被使用完毕),杜绝粗俗及/或与参展行为无关的连线展示内容(包括但不限于玩手机、吃饭、睡觉、或长时间空置镜头等),确保连线展示人员言行举止和服装服饰文明得体、连线展示场景整洁有序。如使用第三方软件共享连线展示内容时,需安排专人值守,及时清除因使用第三方软件带来的非本企业连线展示信息。

八、乙方应严格遵守广交会官网([www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn))公布的《版权声明》并同意受其约束。乙方保证其在**线上平台**中的**参展行为**均没有侵犯他人的知识产权,一旦乙方涉及知识产权纠纷(包括但不限于诉讼、仲裁、投诉、举报等),乙方保证积极配合广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站按《广交会线上平台知识产权保护暂行规定》及广交会相关知识产权保护规定进行的处理。

九、乙方保证配合广交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《广交会关于网上举办期间贸易纠纷防范及处理的暂行规定》以及《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》,服从广交会业务办依据上述办法做出的纠纷处理决定。

十、乙方应严格遵守《广交会馆内宣传品管理规定》,未经广交会书面

许可，不得在**线上平台**以任何形式展示任何其他第三方平台（包括但不限于展览会、专业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等）的资料，不得为上述第三方平台进行任何形式的宣传活动。如发生违规行为，一经广交会认定，将按前述规定进行处理、处罚。

十一、外贸中心依据相关法律法规规定，在乙方线上平台使用过程中，将收集乙方参展和参会人员的真实个人身份信息（包括但不限于乙方人员的姓名、身份证件及其号码、手机号、证件照等）。外贸中心承诺上述收集到的信息将存放在其服务器妥善保管并尽到信息安全保护义务，除法律法规另有规定外，不会将该等信息用于其他目的。

十二、甲、乙双方共同保证，双方均将严格、认真遵守法律法规、政策及广交会的**所有规定**（包括本协议签订时有效及签订后生效的规定），合理地做好参展工作。任何一方违反法律法规、政策及广交会的相关规定的，该方应自行承担相关责任。违反方由此导致外贸中心或广交会遭受损失的，前述主体有权依法要求违反方赔偿，并有权限制违反方参与往后外贸中心举办的任何展览。本协议项下涉及的广交会各项规定如有更新，乙方在更新后继续参展的，视为乙方完全同意更新后的规定并接受更新后的规定的约束。

十三、本协议一式贰份，甲乙双方各执一份，均具有同等法律效力。本协议自签署之日起生效。

（以下无正文）

甲方（盖章）：

法定代表人或授权代表：

\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表：

\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日



附件 6 广交会车辆撤展路线图

