

## 附件 4：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，不足五项不记分，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-TexStandard100 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、WHOPQ 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-TexStandard100 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、发明专利或外观专利（10项外观专利按1项发明专利折算）计算分值。

### 六、境内外商标注册（5分）

按照境内外市场商标注册情况计算分值。

## 七、品牌荣誉（10分）

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，而是委托布展施工服务商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。