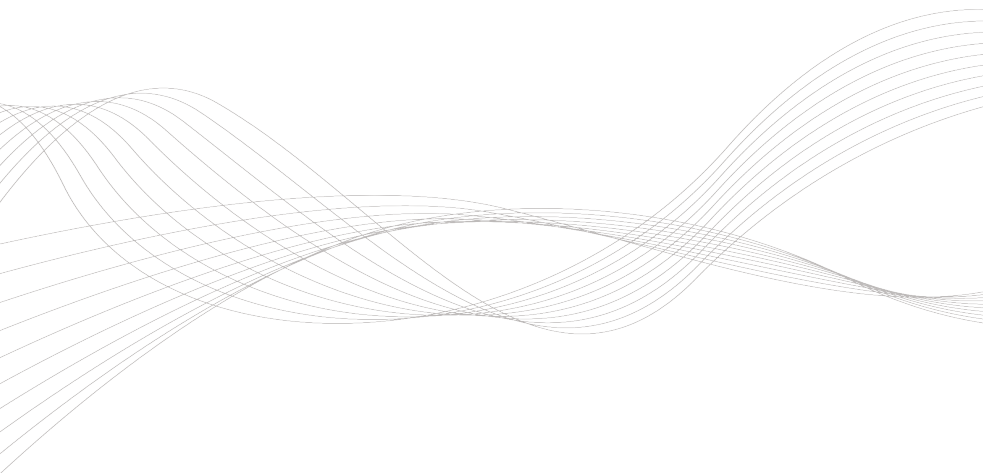


第三章 采购商邀请及贸易配对服务





一、广交会参展商邀请采购商活动

（一）活动简介

为增进与境外采购商的沟通和互动，参展企业可通过广交会官网“参展易捷通”的“我要邀请客户”栏目，轻松发送邀请，借助大会官方背书，尊享邀请线下参会预登记、线上观展等服务，共享商机盛宴！

积极参加活动的参展企业均有机会获得丰厚奖励，包括品牌展位评审加分、新款电子产品、广交会采购商宣传资源专享服务、现场餐饮套券、广交会“贸易之桥”供采对接活动优先参与资格等。VIP参展企业邀请客户，受邀人更可获得进入VIP贵宾俱乐部休息洽谈及VIP餐饮套券的礼遇。

（注：本次活动最终解释权归中国对外贸易中心所有。）详情请前往广交会官网首页顶部滚动横幅“i-邀请”活动介绍页了解。

咨询邮箱：info@cantonfair.org.cn

（二）操作指引

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在首页“展位申请流程”模块或左侧目录点击“我要邀请客户”栏目，自行选择一种或多种方式发出线上线下参会邀请。

方式1：专属邀请邮件：通过系统更新或新增客户姓名及邮件地址，选择邮件模板，编辑后发出。

步骤1：点击“维护客户信息”，更新已有客户信息或新增客户（可逐一添加，或导入Excel表批量添加），保存后点击“返回”。

步骤2：点击“新增邀请”，勾选多位拟邀客户，选择邮件模板，即可向其发出含有企业介绍及展位号的专属邀请邮件，预览后通过系统一键发送邮件，邀请线下参会预登记、线上观展。

方式2：专属邀请链接：复制链接，通过电子邮件、短信、微信等即时通讯工具、FACEBOOK等社媒平台等方式分享给客户。

方式3：专属邀请二维码：复制二维码，通过电子邮件、微信等即时通讯工具、FACEBOOK等社媒平台等方式分享给客户。

（三）奖励办法（试行）



1. 总则

(1) “i-邀请”活动（以下简称活动）于每届广交会举办，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）“参展易捷通平台”向采购商发送邀请的广交会参展企业。

(2) 参展企业参加活动前，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。

2. 参加条件

(1) 活动面向广交会当届所有参展企业，获取活动奖励的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。

参展企业参加活动无需向广交会缴纳任何费用。

3. 奖励办法

(1) 在线展示。通过广交会官方网站对参加活动并获奖的参展企业进行展示宣传。

(2) 社媒宣传。通过广交会官方脸书（Facebook）账号对参加活动的参展企业进行展示及宣传。

(3) 实物奖励。对参加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) 品牌展位评审加分。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。

第1至3条奖励办法，根据参展企业发出邀请数量、应邀参会采购商数量及排名划分不同奖励等级并执行相应奖励（奖励措施在当届广交会官方网站公布）。

4. 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。

5. 附则

(1) 中国对外贸易中心对活动的有关事宜拥有最终解释权。

(2) 本办法自第 138 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。

(四) 金奖、银奖评比办法

1. 评比条件及标准

每届广交会期间，对参加活动且满足以下条件的参展企业进行评比：

(1) 发送邀请邮件数量达到 10 封以上（含 10 封）；

(2) 应邀参会（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）。

其中第一个条件可通过参展易捷通“我要邀请客户”的发送邀请邮件方式实现，第二个条件可通过参展易捷通“我要邀请客户”的三个方式：发送邀请邮件、分享邀请链接和分享邀请码实现。

每届各评比指标分值加总由高至低排名，80 分以上（含 80 分）的企业获得金奖。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的线上平台常态化运营期间结束后，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。

2. 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 = “发送邀请邮件数量”得分 × 10% + “应邀参会的境外新采购商数量”得分 × 70% + “应邀参会的境外老采购商数量”得分 × 20%

(1) 发送邀请邮件数量（占 10%）：

参展企业在广交会官方网站“参展易捷通平台”的“我要邀请客户

参会”页面，使用带企业专属编码的“i-邀请”活动邀请邮件模板，填写采购商姓名、公司名及邮箱地址，并点击发送，后台记录发送成功的邮件数量。

参加评比的参展企业按发送邀请邮件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）应邀参会的新采购商数量（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。邀请情况匹配规则如下：对于通过“i-邀请”活动邮件、链接或二维码参会的新采购商，将匹配其受邀邮件、链接或二维码所带编码与参展企业发送的对应邮件、链接或二维码所带编码是否一致、其进馆证件绑定的邮箱与其点击邀请后注册所用邮箱是否一致，最终统计匹配成功且排除重复后的数量。一位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线上参会的采购商。

参加评比的参展企业按应邀参会的新采购商数量（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) 应邀参会的老采购商数量（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。邀请情况匹配规则如下：对于通过“i-邀请”活动邮件、链接或二维码参会的老采购商，将匹配其受邀邮件、链接或二维码所带编码与参展企业发送的对应邮件、链接或二维码所带编码是否一致、其进馆证件绑定的邮箱与其点击邀请后登录所用邮箱是否一致，最终统计匹配成功且排除重复后的数量。一位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并线上参会的采购商。

参加评比的参展企业按应邀参会的老采购商数量（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%

二、境外采购商进馆证件网上申请服务

境外采购商可提前在中国进出口商品交易会（广交会）官方网站采购商服务系统（buyer.cantonfair.org.cn）预注册并申请采购商证，凭申请回执码及个人境外有效身份证件（境外护照、台胞证、港澳回乡证），在酒店、机场、展馆等办证点免费领取采购商证。

采购商证申请事宜咨询邮箱：info@cantonfair.org.cn

三、境内采购商进馆证申请

在中国境内注册、年营收达到 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，可向当地交易团、广交会境内招商合作机构或进口展参展企业申请办理境内采购商进馆证。申请通

过后，企业需在指定时间内在境内采购商线上办证平台（<http://dombuyer.cantonfair.org.cn>）提交办证资料 and 支付办证费用。详情请关注广交会官网和微信公众号。

四、头部企业采购服务区及贸易配对活动

（一）头部企业采购服务区

为进一步促进供采互动，广交会从第 93 届起专门设立了“跨国公司采购服务”，邀请部分国际知名采购企业与会定点采购，免费为广大广交会参展商与知名采购企业创造更多面对面洽谈机会，得到了众多采购企业和参展商的热烈欢迎。自第 136 届起，“境内机构采购服务区”和“跨国公司采购服务区”合并为“头部企业采购服务区”。入驻企业既有头部跨国企业，也有境内连锁商超、电商平台、行业龙头等境内重要采购商。欢迎参展企业前来接洽。

第 138 届入驻企业名单:

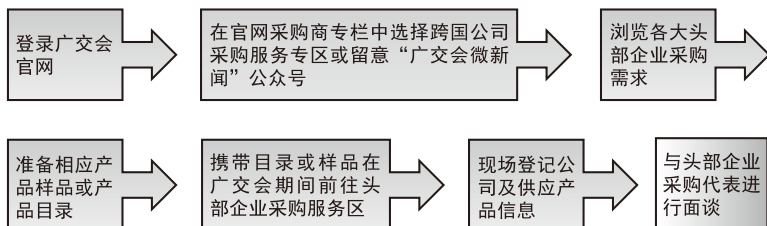
10 月15 日 — 10 月19 日	 法国欧尚集团	 印尼长友集团
	 美国中央采购公司	 英国翠丰公司
	 西班牙 Taurus 集团	 芬兰 KESKO 公司
	 摩洛哥美而真集团	 韩国乐扣乐扣株式会社
	 土耳其 Arzum 公司	 雨果跨境 雨果跨境
	 北京华联广州采购中心	
10月 23 日 — 10月 27 日	 法国欧尚集团	 印尼长友集团
	 摩洛哥美而真集团	 韩国乐扣乐扣株式会社



10月23日 — 10月27日	 西班牙 Taurus 集团	 芬兰 KESKO 公司
	 美国生牌公司	 美国史泰博公司
	 北京华联广州采购中心	 英国翠丰公司
	 雨果跨境 雨果跨境	
10月31日 — 11月4日	 法国欧尚集团	 印尼长友集团 印尼长友集团
	 西班牙 Taurus 集团	 芬兰 KESKO 公司
	 美国史泰博公司	 摩洛哥美而真集团
	 北京华联广州采购中心	 雨果跨境 雨果跨境
	 孩子王 孩子王	 希音国际
	广州连锁商超团组	

(以现场最终名单为准)。

参加采购服务流程：



欢迎参展商在广交会期间前往头部企业采购服务区与采购企业代表进行采购洽谈，我们将为参展商提供以下两个方面协助：

1. 向参展商免费发布采购企业的公司简介及采购清单，让其提前深入了解采购企业的情况；
2. 为参展商免费提供参加采购企业专场采购说明会和供采对接会的机会，增进其对各采购企业采购标准、采购理念及国际市场的了解；

时间：第一期：10月15—19日

第二期：10月23—27日

第三期：10月31—11月4日

地点：A区2.2、3.2号馆二楼北侧平台（以实际安排为准）

有关本届头部企业采购服务区的最新情况，请参阅中国进出口商品交易会（广交会）官方网站“跨国采购公司服务”专区，也可直接咨询中国对外贸易中心对外联络处（跨国企业联系人：彭小姐 Email: mss@cantonfair.org.cn; 境内企业联系人：方小姐 Email: buyer@cantonfair.org.cn）。

广交会商机无限，我们期待您的积极参与！

（二）“贸易之桥”供采对接活动

广交会以采购需求为导向，通过“面对面”“屏对屏”“面对屏”“先屏后面”等形式常态化举办广交会宣传推广及供采对接活动，为全球零售250强、知名连锁企业、重点行业企业等专业采购商和广交会参展企业提供定制化贸易配对服务。在展馆现场设立“贸易之桥”供采对接服



务中心，提供采购需求收集、展商展品查询、“面对面”对接场地等专属服务。欢迎参展企业登录线上平台，及时查看并响应采购商需求，获取更多供采对接、境外曝光和行业资讯机会！

更多详情请咨询黄先生，邮箱地址：tradebridge@cantonfair.org.cn。

（三）“好宝、好妮探广交”展示活动

“好宝、好妮探广交”展示活动依托广交会官网及境外社交媒体平台进行实时直播，全景式呈现广交会盛况，多维度展示参展企业实力和产品亮点，解锁行业最新趋势，助力企业高效链接国际市场。活动实时直播推流，多链路保障，同步推流至5大海外媒体，每届广交会吸引全球超750万人次观看。诚邀广大参展企业积极报名参与，获得超级流量，赢得全球商机！

详情请咨询安小姐，Email：anne@cantonfair.org.cn，电话：020-89138635。

（四）“我的广交会体验”境外采购商 VLOG 活动

“我的广交会体验”采购商 VLOG 活动旨在鼓励境外采购商记录来华参会见闻，在境外社媒广交会官方主页发布。活动以用户视觉立体展现广交会线上线下特点亮点，自第135届推出以来已吸引超500位采购商参与。欢迎参展企业推荐采购商参与。

详情请咨询李女士，Email：irislyt0404@cantonfair.org.cn，电话：020-89138625

（五）广交会脸书社群共建活动

广交会在境外社交媒体脸书平台共开设中文（简体及繁体）、英文、法语、阿拉伯语、西班牙语等6个语种页面，粉丝数超270万。通过帖文、视频等多种形式对参展企业及亮点展品的集中推介，广交会向境外社交媒体粉丝积极开展宣传，不断扩大广交会海外声量。同时，第134届广交会起，面向美国、澳大利亚市场和新能源汽车及智慧出行、礼品、男女装、家用电器等四个展区，脸书广交会官方主页开设了6个国家及行业社群。欢迎相关参展企业联合开展社群活动，推介企业及亮点产品。

详情请咨询韩先生, Email:htd@cantonfair.org.cn, 电话: 020-89138632。

(六) 软文营销活动

广交会与全球领先的企业新闻发布机构合作, 聚焦展区展品亮点、参展商采购商成长故事等主题, 由专业记者撰写新闻稿, 使用英、法、西、阿、俄等 18 种语言向全球 30 万家新闻综合类及行业专业类媒体发布, 覆盖全球 170 多个国家和地区。美联社、彭博社、俄罗斯塔斯社、日本共同社等全球知名媒体均转载相关软文。通过与广交会品牌联合推广、企业形象展示等, 参展企业可提升品牌及产品的海外知名度与美誉度。如有意愿提供素材进行宣传推广的企业, 请咨询陈先生, Email:peterchen@cantonfair.org.cn, 电话: 020-89138617。

