

附件

中国进出口商品交易会出口展 一般性展位数量安排办法

(2026年修订)

第一章 总 则

第一条 为提高中国进出口商品交易会（广交会）参展水平，优化参展企业结构，做到展位安排规范、公平、透明，特制定出口展一般性展位数量安排办法。

第二条 各省、自治区、直辖市、计划单列市和部分省府城市商务主管部门负责组织本地区企业以地方交易团（分团）形式参展。国资委管理企业参展组团单位由商务部另行规定。

第三条 广交会出口展展位按不同用途分为一般性展位和品牌展位。

第四条 一般性展位是指交易团（分团）组团单位按照本办法规定的条件和程序，在商务部切块下达的各交易团（分团）展位数量内，安排给本交易团（分团）参展企业使用的展位。

第五条 交易团（分团）组团单位负责受理本交易团（分团）企业一般性展位申请。

第二章 交易团（分团）一般性展位数量确定

第六条 商务部根据各交易团（分团）前三年各展期对应出口额、贸易方式、违规展位占比、优质企业占比等因素核算各交易团（分团）一般性展位数量。在重核各交易团（分团）一般性展位数量时，可根据外贸发展需要，对全部或部分展位数量进行安排。对自上次基数重核以来，违规扣减展位基数最多的交易团，及违规扣减展位基数占本团一般性展位数量比重最高的交易团，其展位基数原则上以上一届基数为上限。

第七条 第六条所指出口额的统计口径是：前三年中国海关统计的一般贸易和加工贸易出口额中，扣除非看样成交产品（指大米、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。其中，加工贸易出口额系数按 0.5 计算。

第八条 各交易团（分团）每期一般性展位数量由各交易团（分团）每期对应商品出口额占全国每期对应商品出口总额比重，乘以广交会每期一般性展位总量，乘以违规展位扣减系数、优质企业系数得出。其中违规展位扣减系数由上次基数重核以来（下同），交易团（分团）“被大会查处”一般性违规展位数之和，占该交易团（分团）广交会一般性展位数之和的比例设定；优质企业系数由该交易团（分团）一般性展位优质参展企业数量，占广交会一般性展位优质参展企业数量的比例设定。优质企业包括制造业单项冠军、专精

特新“小巨人”、中国海关高级认证企业等。

具体公式如下：

各交易团（分团）每期一般性展位数=A

$$A = \frac{\text{交易团每期对应商品一般贸易出口额} + \text{每期对应商品加工贸易出口额} \times 0.5}{\text{每期对应商品一般贸易出口总额} + \text{每期对应商品加工贸易出口总额} \times 0.5} \times \text{优质企业系数} \times \text{违规展位扣减系数} \times \text{每期重核展位总数}$$

第九条 各交易团（分团）根据商务部核定的每期一般性展位总量，自愿申报本交易团（分团）当期每个展区的展位数量。中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）结合展馆物理条件确定展区规模，并对交易团（分团）申报的各展区展位数量提出微调建议，报商务部外贸司审定后，公示无异议后执行。

第三章 一般性展位使用条件

第十条 参展企业应该具备以下条件：

（一）依法取得法人营业执照。

（二）对应展区企业出口金额须达到以下最低标准：

地 区	企业类型	金额（万美元）
沿 海	流通型	150
	非流通型	75
中部及东北	流通型	75
	非流通型	40
西 部	流通型	40
	非流通型	20

（三）为扶持有发展潜力的新企业或中小企业发展，各交易团（分团）可在各展区中安排一定比例展位（最多不超过本交易团在该展区展位总数的 20%）支持符合本条（一）规定，但未达到本条（二）规定的最低出口额要求的企业参展。

第十一条 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）在质量监督管理部门有不良记录且未经复检合格的展品。

第十二条 属下列情况之一的企业禁止参展：

（一）被有关部门通报、公告或处罚的违法违规企业，在处罚期限内禁止参展。

（二）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企业。

（三）违规使用、转让或转租（卖）广交会展位且在处罚期限内的企业。

第四章 一般性展位申请受理和安排

第十三条 企业根据《中国进出口商品交易会参展展品范围（出口展）》，选择申请参展的展区，在规定时限内通过广交会参展综合业务系统向所在行政区域交易团（分团）组团单位提出参展申请，并按要求提供相关材料。

第十四条 企业申请每个展区的展位数量最少为一个。

第十五条 流通型企业仅限在同一展区相邻展位数达到3个或3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），并须一并提交有关材料。同一展区最多可申请与两家联营/供货单位共同参展。具体按《中国进出口商品交易会联营参展管理办法》执行。

第十六条 交易团（分团）组团单位按本办法第十、十一、十二条的规定，对受理的企业参展申请进行初审，并根据本办法附2规定的评审标准和分值进行评分。

第十七条 一般性展位评审标准包括出口额、行业自律、国际通行认证、优质企业、研发创新、境内外商标注册、品牌建设及参展表现等7项评分指标（见附2）。各交易团不得上调7项评分指标分值，但可结合本团实际情况增加其他评分指标。各项分值项下的评分标准可由各交易团细化。

第十八条 鼓励环保、节能等产品参展，同等或相近条件下优先安排参展。

第十九条 对使用一般性展位参展的企业原则上实行一

年一评制，其展位数量安排原则上保持两届不变。

第二十条 原则上单一展区品牌展位粘连的一般性展位数量不超过 10 个。

第二十一条 原则上同一企业在同一展区获得展位数量不超过 10 个，且展区数量不超过 5 个。

第二十二条 定期评估单个展位拉动出口效果，及单个展位带动企业品牌出海、主体培育效果。如评估结果低于所在展区本交易团同类型企业平均水平，可相应减少该企业展位数，如高于平均水平，可适当增加展位。

第二十三条 交易团（分团）在展位申请截止后 20 个工作日内，按量化评分与优选原则确定本交易团（分团）参展企业和一般性展位数量安排方案。展位数量安排方案需报所在地商务主管部门党组会议或主要负责同志办公会审议，并抄报驻该单位纪检监察部门。

第二十四条 交易团（分团）应在执行本办法的基础上，建立规范、公平、制衡、透明的本交易团（分团）展位安排制度，在本地商务主管部门网站上开展展位安排办法，公示展位安排方案，接受社会质询。展位安排办法须报商务部外贸司备案，展位安排方案公示内容须包括企业名称、法人代表、参展展区、展位数量、布展方式等。

第五章 一般性展位使用条件的复核

第二十五条 交易团（分团）通过广交会参展综合业务

系统将本团拟安排参展的一般性展位使用企业及展位数量报相关商（协）会，商（协）会在交易团（分团）提交安排方案后的 10 个工作日内完成一般性展位使用条件的复核工作。

第二十六条 对商（协）会复核一般性展位使用条件不合格的企业或交易团（分团），按以下办法处理：

（一）原则上需更换连续 2 年 4 届参展但在对应展区仍无实际出口的企业。

（二）展品不符合本办法第十一条规定的，由商（协）会通知交易团（分团）更换展品或调整参展企业。

（三）参展企业不符合本办法第十二条规定的，由商（协）会通知交易团（分团）调整参展企业。

上述调整或更换工作应在商（协）会通知相关交易团（分团）后的 3 个工作日内完成。

第二十七条 对交易团（分团）未按本办法第二十六条规定调整企业或展品的，其相关展位按以下办法办理：

（一）相关商（协）会在规定期限过后的 3 个工作日内将不符合使用条件的一般性展位收回上报商务部，由商务部向各交易团（分团）公布。

（二）各交易团（分团）在 3 个工作日内向商务部提出展位使用申请；商务部按照本办法第六、七、八条规定，将收回展位切块安排给提出申请的相关交易团（分团）使用。

（三）相关交易团（分团）在 5 个工作日内将商务部切

块安排的展位安排给符合本办法相关规定的申请企业，经相关商（协）会复核后安排参展。

第六章 附 则

第二十八条 本办法由商务部负责解释。现行有关规定与本办法规定不一致的，以本办法规定为准。

第二十九条 本办法自第 139 届广交会起执行。

- 附：1.广交会出口展各展区管理商（协）会一览表
2.广交会出口展一般性展位评审标准

附 1

广交会出口展各展区管理商（协）会一览表

展 期	展 区	管理商（协）会	
第一期	家用电器	中国机电产品进出口商会	
	电子消费品及信息产品		
	电子电气产品		
	照明产品		
	新能源		
	工具		
	加工机械设备		
	动力、电力设备		
	通用机械及机械基础件		
	工业自动化及智能制造		
	工程机械（室内/室外）		
	农业机械（室内/室外）		
	新能源汽车及智慧出行		
	摩托车		
	自行车		
	汽车配件		
	车辆		
	第一期		新材料及化工产品
五金			
第二期	建筑及装饰材料	中国五矿化工进出口商会	
	卫浴设备	中国轻工工艺品进出口商会	
	家具		
	餐厨用具		
	日用陶瓷		
	家居用品		
	钟表眼镜		
	礼品及赠品		
	节日用品		
	家居装饰品		
	工艺陶瓷		
	玻璃工艺品		
	园林用品		中国食品土畜进出口商会
	编织及藤铁工艺品		中国外商投资协会

展期	展区	管理商(协)会
第三期	个人护理用具	中国轻工工艺品进出口商会
	浴室用品	
	孕婴童用品	
	玩具	
	鞋	
	办公文具	
	箱包	
	体育及旅游休闲用品	
	宠物用品	中国轻工工艺品进出口商会 (宠物用品专区)
		中国食品土畜进出口商会 (宠物食品专区)
	童装	中国纺织品进出口商会
	男女装	
	运动服及休闲服	
	内衣	
	服装饰物及配件	
	家用纺织品	
纺织原料面料		
食品	中国食品土畜进出口商会	
裘革皮羽绒及制品		
地毯及挂毯		
医药保健品及医疗器械	中国医药保健品进出口商会	

广交会出口展一般性展位评审标准

一、前三年平均出口额（25 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）一保（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）

（一）国际质量管理体系、环境管理体系：

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

企业通过同一系列的数个认证，只计 1 次。

（二）面向企业的行业认证：

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

ICS 认证

(三) 面向产品或生产线的行业认证标准:

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 (SEDEX) 认证、俄罗斯 EAC 认证、印度 BIS 认证、印尼 SNI 认证、巴西 INMETRO 认证、MPRII 认证、WRAP 认证、HIGG(WORLDLY) 认证、沙特 SABER 认证、FSC 森林认证。

1 个国际质量管理体系、环境管理体系认证或面向企业的行业认证，对应 2 个面向产品或生产线的行业认证进行计分。

四、优质企业 (10 分)

按照中国海关高级认证企业、高新技术企业、制造业单项冠军企业/产品、专精特新“小巨人”企业、国家企业技术中心、国家技术创新示范企业等称号，或对应的省级称号计算分值。

五、研发创新（15分）

（一）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。

（二）获得国家科学技术奖、省级科学技术奖（包括同等级科技创新奖、技术创新奖等）、民营科技发展贡献奖、中国专利奖等。

（三）参与国际标准、国家标准或行业标准制定。

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、品牌建设与参展表现（10分）

（一）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一致。

（二）参加商务部或各省（区、市）商务主管部门组织或支持的境外展。

（三）参展表现。

1. 获评广交会设计创新奖（CF奖）。

2. 获评广交会绿美展位优秀案例。

3. 展位采用绿色模块化搭建。

4. 获评广交会参展商邀请采购商参会活动（i邀请）奖。

八、各交易团（分团）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并设定各分项分值。