

附件 19：广交会设计创新奖参评条款

广交会设计创新奖参评条款

一、总则

(一) 秉持“树立创新标杆，引领转型升级”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），旨在甄选兼具设计和商业价值的精品，通过广交会平台展现创新价值，提升品牌传播，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；参评产品是指参与 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；评选活动期间是指从参评申请提交开始，至当年所有获奖名单公示期满之日止。

(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) 申报单位须在评选活动当年或前一年在广交会参展（含线上线下）。

(二) 申报单位须是申报产品的设计方或所属方，拥有独立的知识产权或相关的合法授权，申报产品须为上市 5 年以内（含 5 年）；上市指产品通过相关行业质量认证并正式量产销售的日期。

(三) 申报产品须在广交会参展展品类别范围内(食品类暂不纳入评选)。

(四) 同一产品仅能由唯一企业或机构申请。每家企业或机构申报产品上限为10件(系列)产品。

(五) 同一产品或系列不得重复申报,功能、外形、设计理念相似的产品不得重复申报。

(六) 申报单位须自愿签署遵守活动规则的承诺书,并遵守主办方关于活动组织的各项规则。

(七) 申报产品不能存在任何知识产权纠纷或争议,如有经权威机构认定的侵权或涉嫌侵权情况发生,主办方有权取消相关产品参与资格。

(八) 申报单位不能存在处罚期内的违规转让或转租(卖)广交会展位情况。

三、知识产权

(一) 参评者须特别保证并承诺:其参评产品不侵犯任何第三方的知识产权(包括但不限于专利权、商标权、著作权、商业秘密等)或其他合法权益,参评者应就此提交书面承诺函作为申请材料的一部分。参评者知悉并理解,知识产权瑕疵可能导致参评资格被立即取消及相应的法律责任。

除因主办方超出第(二)款所授权的使用范围或方式所引发的纠纷外,若参评产品在评选期间或之后发生任何知识产权纠纷或争议,参评者应自行承担全部法律责任及费用。因该等纠纷给主办方造成损失的,参评者应予以赔偿。

一旦发生知识产权纠纷,主办方有权立即暂停或取消该产品的参评资格,并采取包括但不限于撤下宣传资料、公告相关情况等措施。

(二) 参评者提交参评申请后,即视为同意无偿授权主办方为CF奖评选、结果公示、宣传推广及成果展示之目的,在奖项有效期内,并可在此后用于与CF奖相关的、非商业性的及历史宣传目的,向公众公开展示参评产品实物,并使用参评者提交的产品资料(包括包装装潢、图片、影像、文字资料等)采取包括但不限于在广交会官网、官方社交媒体、

新闻稿、宣传册、展览展示等渠道进行复制、展览、信息网络传播、汇编等。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，应以书面（传真或电子扫描件）形式告知主办方，主办方终止该产品评选。如认为相关产品资料不宜公开的，应当在当年获奖名单首次公示之日起至公示期届满的10个自然日内以书面（传真或电子扫描件）形式告知主办方。因参评者撤回申请或要求处理不宜公开资料而产生的一切合理费用（包括但不限于物流费、专项资料销毁处理费等），均由参评者承担。

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（含获奖产品的运回）及相关风险，必要时应为产品购买保险。同时，参评者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）进入终评阶段的产品将在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，视为其放弃产品所有权，主办方有权采取包括但不限于抛弃、提存、代为保管等处置方式。主办方采取上述处置方式所产生的一切费用（包括但不限于仓储费、处置费、律师费等），均有权向参评者追偿。

（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，可自行评估是否投保。非因主办方故意或重大过失，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. 展位品牌评审加分。获奖企业可以在评审品牌展位时获得加分，具体由广交会品牌展位评审办法制定。

2. VIP 参展企业服务。获 CF 奖银奖及以上的企业可在下一年度享受 1 年 2 届的 VIP 参展企业服务，包括 VIP 服务券、额外人员及车辆证件指标以及优先进馆等方面的礼遇。

3. 线下展示。每届广交会线下展举办期间，获奖产品实物可在 CF 奖展示厅现场集中展示，为企业展位引流，获得更多曝光和采购商关注。

4. 线上展示。在广交会官方网站设置专区，永久展示历年 CF 奖产品。在“广交会展商展品查询”显示 CF 奖标签，同等条件下获得优先搜索排名。

5. 宣传推广。获奖产品及企业信息将通过广交会全球官方社交媒体矩阵、广交会新闻中心媒体网络进行推广。金奖以上产品有机会免费获得中国国家版本馆合作资源推广。

6. 推广活动。获奖产品及企业可获优先安排参加广交会新品发布活动、“贸易之桥”“好宝、好妮探广交”或其他大会组织的宣传推广项目。

7. 颁奖仪式。广交会线下展期间举办 CF 奖颁奖仪式和设计创新论坛活动，提升宣传推广效果。

8. 标识使用。获奖单位可永久免费使用含年份信息的 CF 奖中英文标识，进行自主推广宣传。

9. 定制年鉴。获奖产品及企业信息将刊登在 CF 奖产品年鉴图册上，传递予全球重要工商团体、大买家和广交会 VIP 采购商。

（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，不存在任何违法、违规或侵权情形。

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，但仅限于宣传自身的获奖产品，且须遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，不得造成公众混淆、误认。

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相关权利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) 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) 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，CF 奖评选办公室有权书面通知参评者，并要求其在指定合理期限内（通常不超过 15 个自然日）提供有效证据证明争议已妥善解决或不存在侵权事实，CF 奖评选办公室同时有权取消、暂停对该参评产品的评选或颁奖和获奖权益；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有权要求参评者在一定时间内妥善解决前述争议，或有权取消、暂停对该参评产品的评选或颁奖和推介；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，其余规定应持有有效并得到执行。