

# 第 113 届广交会参展手册（出口展部分）

## 参展须知

## 前 言

为方便参展，规范秩序，特制定《第 113 届中国进出口商品交易会出口展参展手册》（以下简称手册）。本手册自第 113 届中国进出口商品交易会（以下简称广交会）起执行。此前凡与本手册相抵触的相关规定，均以本手册为准。

也可通过浏览广交会官方网站 [www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn) 了解本届广交会的概况。

本手册的解释权归中国对外贸易中心。

## 时间安排

时间	展出内容
4月10-14日 12:00	筹展
4月15-19日 第一期	电子消费品, 电子电气产品, 计算机及通讯产品, 家用电器, 照明产品, 自行车, 摩托车, 汽车配件, 车辆(户外、露天), 小型机械、大型机械及设备, 工程机械(户外、露天、棚下), 五金, 工具, 建筑及装饰材料, 卫浴设备, 化工产品
4月20-22日	撤换展
4月23-27日 第二期	餐厨用具, 日用陶瓷, 家居用品, 个人护理用具, 浴室用品, 钟表眼镜, 玩具, 礼品及赠品, 节日用品, 工艺陶瓷, 玻璃工艺品, 编织及藤铁工艺品, 家居装饰品, 园林用品, 铁石制品(户外), 家具、土特产品
4月28-30日	撤换展
5月1日-5月5日 第三期	男女装, 童装, 内衣, 运动服及休闲服, 裘革皮羽绒及制品, 服装饰物与配件, 家用纺织品, 纺织原料面料, 地毯及挂毯, 鞋, 办公文具, 箱包, 体育及旅游休闲用品, 医药及保健品, 医疗器械、耗材、辅料, 食品
5月5日 18:00- 5月6日 17:30	撤展

注：第一期与第三期均设有进口展区，欢迎前往参观采购。

# 目录

前 言 .....	2
时间安排 .....	3
重要提示 .....	6
第一章 展会介绍 .....	8
第二章 参展企业资质标准.....	11
第三章 参展申请 .....	13
第四章 展位评审与安排办法.....	15
第五章 参展展品管理规定.....	22
第六章 涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法.....	25
第七章 涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法实施细则.....	29
第八章 中国进出口商品交易会贸易纠纷防范与解决办法（试行） .....	33
第九章 广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法.....	36
第十章 广交会馆内宣传品管理规定.....	40
第十一章 广交会出口展展位使用管理规定.....	
第十二章 现场服务管理规定.....	47
一、 安全保卫规定.....	47
二、展馆防火管理规定.....	49
三、展馆用电安全规定.....	51
四、卫生保障管理规定.....	55
五、车辆进出展馆管理规定.....	55
六、宽带网络服务管理规定.....	58
七、广交会撤展展品集货管理办法.....	60
八、关于推进广交会低碳环保发展的实施意见.....	63
九、广交会“低碳环保特装”评比实施细则.....	65
附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表.....	68
附件 1.2 展区布局图.....	70
附件 2. 中国进出口商品交易会参展展品范围.....	71
附件 3.1 广交会出口展参展申请表.....	88

附件 3.2 第 113 届广交会出口展联营参展申请表 .....	92
附件 4 商标、专利、版权、质量认证情况备案清单 .....	93
附件 5 广交会出口展区知识产权提请投诉书 .....	94
附件 6 广交会专利涉嫌侵权纠纷接受投诉、处理流程 .....	95
附件 7 广交会商标涉嫌侵权纠纷接受投诉、处理流程 .....	96
附件 8 广交会版权涉嫌侵权纠纷接受投诉、处理流程 .....	97
附件 9 广交会贸易纠纷防范与解决流程 .....	98
附件 10 广交会出口展展位使用责任书 .....	99
附件 11 广交会车辆撤展路线图 .....	101

## 重要提示

一、《参展企业资质标准》增加了禁止在某一展区连续两年四届参展却无出口实绩的企业在该展区继续参展的规定。见《参展须知》部分第二章第四点第五条。

二、《参展展品管理规定》增加了对超展位范围摆放展品行为的管理措施。见《参展须知》部分第五章第三点第六条。

三、《广交会馆内宣传品管理规定》增加限制同业竞争性质的违规宣传行为的条款。详见《参展须知》部分第十章第三条。

四、《广交会出口展展位使用管理规定》内容作了修改，主要包括：增加对展位归属纠纷、展位空置的认定与处理流程；明确在出口展展位内禁止派发或展示的宣传资料具体范围；增加对交易团举报违规使用展位行为的奖励措施；具体说明大会业务办与政工办工作时间等。见《参展须知》部分第十一章第十三、十四、十五、十六、十九及二十五条。

五、《广交会出口展展位使用责任书》细化完善展位使用、知识产权、贸易纠纷相关条款的表述；增加规范参展企业现场宣传和展品摆放行为的条款。见《参展须知》部分附件10第三至七条。

六、《参展须知》新增了《关于推进广交会低碳环保发展的实施意见》及《广交会“低碳环保特装”评比实施细则》，倡导低碳环保理念，创新低碳环保办展模式。见《参展须知》部分第十二章。

七、广交会证件服务中心不接受以第一代身份证办理参展证件的申请；凡发现变卖、转借、涂改和伪造的证件，一律没收，证件所有人将被停办当届或多届办证资格。

八、除第一期工程机械（4.0、5.0、6.0、8.0 户外）、大型机械及设备（6.1、7.1 及8.1 部分）、车辆（12.0 户外）、化工产品展区（14.3 部分）及第二期铁石制品（13.0 户外）等展区实行现场收费作业外，其他展区均由大会统一提供展样品免费搬运服务。免费搬运是指每展期筹、撤展时段，大会指定各区的展品承运商根据组团单位或参展企业提前预约安排，统一免费将展品（不含特装材料与展示道具）在展品集货点与展位来回的现场搬运服务，包括人力、机力卸、装服务（不含搬运服务责任结束后的二次搬运）。

九、第三期卡车通道参展企业（须为符合地区产业集群特点的企业，或展位数在4个及以上的单个企业），可在展位所在房间门外1米范围内特装布展，如门面装饰等，但不得影响其他企业参展。

十、为改善位置较偏地段企业的参展效果，本届广交会继续在 A 区卡车通道最西侧、B 区 13.1 展厅东北侧出口处及 C 区 14.4 展厅内北出口旁东侧均设有礼品兑换点。有兴趣提供赞助、发布广告的参展企业，可以直接联系该业务承办单位广州交易会广告公司。电话：13902264182。

# 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

第一期：2013年4月15-19日每天9:30-18:00

第二期：2013年4月23-27日每天9:30-18:00

第三期：2013年5月1日-5月5日 每天9:30-18:00

换展期：2013年4月20-22日 4月28日-30日

## 三、展会地点

中国进出口商品交易会展馆A区、B区与C区。

地址：广州市海珠区阅江中路382号

## 四、展区安排

广交会按电子及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、建材、化工产品、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15大类商品设置50个展区。《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： 020-89130109

秘书处日常办事机构设在外贸中心办公室(电话：020-89138105)。

### （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，研究制定广交会组展工作方案；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、商会/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部（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经贸代表团；邀请或协助邀请外方主讲人、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上述相关会议。

电话：020-89130435

外事办日常办事机构设在外贸中心国际联络部（电话：020-89138625）。

### （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： 020-89130445

政工办日常办事机构设在外贸中心政工部（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，保障交通畅顺。

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 89138713）。

#### **（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》；及时跟踪媒体报道，编辑《舆情快报》；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：020-89130465

新闻中心日常办事机构设在外贸中心办公室（电话：020-89138489）。

#### **（八）卫生保障办公室（简称卫生办）**

职责：负责统一领导和指挥广交会卫生保障工作。与卫生行政部门保持密切联系，了解和掌握卫生动态，制定卫生保障工作方案和卫生防疫情况宣传口径；检查卫生保障措施落实情况；接受病情报告，处理卫生保障工作中的突发事件；组织、协调卫生防疫力量及相关工作；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：020-89139828）。

（以上机构会议期间电话的启用时间为4月9日，如有变化，以广交会公布的电话号码为准。）

## 第二章 参展企业资质标准

一、依法取得法人营业执照和外贸经营者备案登记证明，并已办理进出口企业代码。

### 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
	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、具有与所申请参展展区对应、负责该展区管理的相关商（协）会（见附件1）会员资格。

### 四、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法违规企业，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法违规企业，在处罚期限内禁止参展。
- （三）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。
- （四）违规转让或转租（卖）广交会展位且在处罚期限内的企业。
- （五）在某一展区连续两年四届（自2013年第113届广交会起计）参展后，仍无对应展区类别出口额的企业，禁止其在该展区继续参展，直至确证其有该展区类别的出口额为止（本条出口额特指广交会统计口径下的出口额）。

## 五、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。

六、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《广交会出口展展位使用责任书》、《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》等。

## 第三章 参展申请

### 一、展位类型

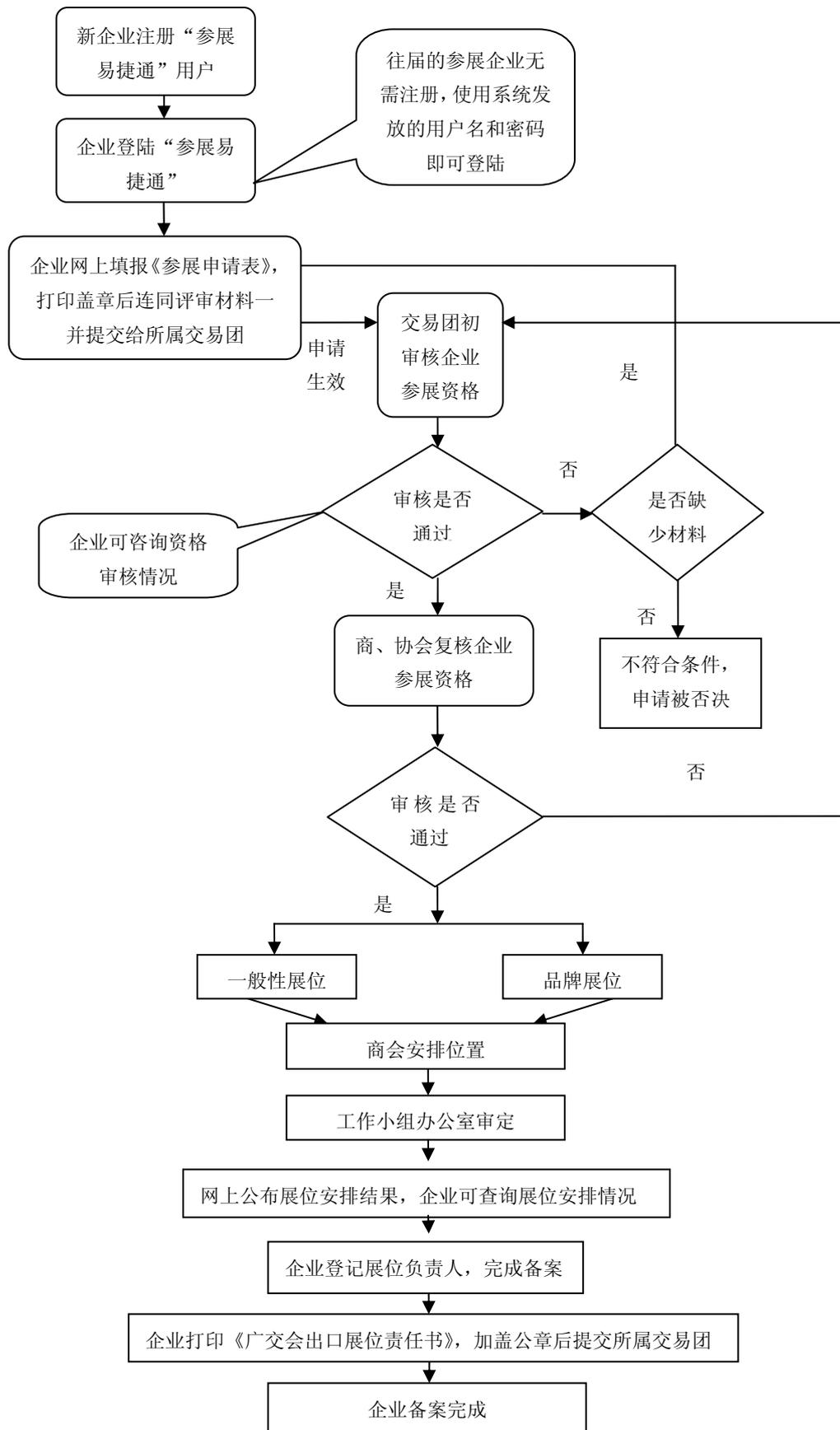
广交会展位分为品牌展位和一般性展位两种。一般性展位由地方交易团、国资委管理企业参展团单位负责安排。展区设置及展位类别详见《广交会展馆商品及展区分类表》（附件 1.1）

### 二、参展申请

凡符合广交会参展资质标准的企业可在规定时限内通过广交会“参展易捷通 <http://exhibitor.cantonfair.org.cn/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  $9\text{m}^2$ ，化工产品展区按  $4\text{m}^2$  为 1 个展位，铁石制品展区按  $20\text{m}^2$  为 1 个展位，车辆（户外）展区按  $20\text{m}^2$  为 1 个展位，工程机械（棚下）展区按  $12\text{m}^2$  为一个展位，工程机械（露天）展区按  $20\text{m}^2$  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、展位申请与安排流程



## 第四章 展位评审与安排办法

广交会展位分为品牌性展位和一般性展位。

### 一、品牌展位安排评审标准

#### （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。品牌展位申请企业出口额达到所申请展区最低出口额的得10分，每超过100万或150万美元的加1分，累计不超过35分。（出口额取近两年度的平均值。）

#### （二）行业自律（3分）

1. 积极参加同行业组织的活动（1分）。
2. 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（1分）。
3. 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）品牌建设（2分）

企业连续3年进入商务部认定的出口基地或专业市场，或连续3年参加商务部认定的境外品牌展、电子商务平台或境内外展示中心的，每符合一项加1分，累计不超过2分。

#### （四）研发创新和自主知识产权（30分）

1. 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。专利证书中的专利权人或版权人应为出口品牌展位申请企业或其法定代表人，专利产品或版权作品应在所申请展区规定的参展商品目录范围内。专利权应在法定有效期内。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。

2. 高新技术企业或高新技术产品。高新技术企业的主营产品、高新技术产品应属于申请展区规定的参展展品目录，证书在法定有效期内，获得国家级（包括2008年后由省认定机构按国家标准认定的）高新技术企业称号的得5分，获得省级（副省级）高新技术企业称号的得3分；每项国家级高新技术产品得3分，每项省级（副省级）高新技术产品得1分。同一企业或产品按最高级计分，累计不超过10分。

3. 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 10 分。

以上三项累计不超过 30 分。

#### （五）国际通行认证（20 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、OHSAS18000 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 5 分，累计不超过 20 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 汽车行业质量管理体系、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，通过一项认证得 5 分，累计不超过 20 分；

面向产品或生产线的行业认证标准包括欧盟 CE 认证、美国 UL 认证、美国 UPC 认证、美国 FDA 认证、澳大利亚 WATERMARK 认证、澳大利亚 TGA 认证、美国药典认证 USP、欧洲药典适用性认证 COS、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、WHO PQ 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 3 分，总分累计不超过 10 分。

以上认证累计不超过 20 分。

#### （六）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）注册、在欧盟国家内有效的商标，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。

## 二、一般性展位评审标准

### （一）上一年度出口额（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。

质量管理体系认证指:

1. ISO9000 系列质量管理体系。
2. Oeko-Tex Standard 100 生态纺织品认证。
3. HACCP 食品生产企业危害分析与关键控制点管理体系。
4. ISO/TS16949 汽车行业质量体系。

环境管理体系认证指:

5. ISO14000 系列环境管理体系。

职业健康安全管理体系和社会责任标准指:

6. OHSAS18000 系列职业健康安全管理体系。
7. SA8000 社会责任标准。

(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)

国家出口名牌或省级出口名牌。

(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** 提高中国进出口商品交易会（简称广交会）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** 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** 立由商务部外贸司（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或中国外商投资企业协会，下同）、中国对外贸易中心（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** 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** 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** 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** 装展位位置在特装区内安排，标准展位位置在标摊区内安排。特装区内先安排品牌展位位置，后安排非品牌展位位置。

**第八条** 贸中心结合各展区特点及展厅实际情况，按照位置相对集中原则，统筹划定各展区的特装区和标摊区，确定特装区展位布局，划定不同面积展位位置，并对外公布。

#### 第二章 品牌展位位置安排

**第九条** 业在提交品牌展位申请时须同时申请特装布展。

**第十条** 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，依大小顺序相应安排在特装区展位布局图对应面积的位置。

（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）对往届布展水平不合格企业，最后安排展位位置。

**第十一条** 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，并将调整后的方案抄报工作小组。

工作小组在 5 个工作日内对调整后的展位位置安排方案进行审定和公示，根据公示结果正式确定展位位置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

**第十二条** 规定的时限内，非品牌参展企业通过广交会网络管理系统向所属交易团提出特装申请，逾期不予受理。

**第十三条** 交易团通过广交会网络管理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。

**第十四条** 品牌特装展位位置按照以下顺序安排：

（一）展位面积。即按照企业获得的一般性展位面积，依大小顺序相应安排在特装区展位布局图对应面积的位置。

（二）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。

（三）根据展馆及展厅实际条件和统筹布展需要来安排。

（四）对往届布展水平不合格企业，最后安排展位位置。

**第十五条** 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，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，并将调整后的方案抄报工作小组。

工作小组在 5 个工作日内对调整后的展位位置安排方案进行审定和公示，根据公示结果正式确定展位位置方案并通知商（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。

**第十六条** 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;在特装申报截止后,不得提出更改要求,对超出规定时间进行特装更改的企业处罚如下:

(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能在该展区进行特装。

(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能在任一展区进行特装。

每届广交会闭幕后的两个工作日内,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

**第十七条** 展区标准展位位置安排办法由相关商(协)会根据实际情况从以下两种方式中选定:

(一)由交易团按抽签顺序安排。

(二)由商协会按商品特点安排:

1. 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。

2. 同等条件下,属于环保、节能产品的展品和具有创新技术或拥有自主知识产权的企业,优先安排展位位置。

**第十八条** 商(协)会在相关展区标摊区确定后的10个工作日内,提出相关展区展位位置初步安排方案,送外贸中心复核。外贸中心在3个工作日内提出调整建议,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知各交易团执行。

## 第五章 附则

**第十九条** 展企业品牌展位位置原则上四届不变,非品牌特装展位和标准展位位置原则上保持两届不变。

**第二十条** 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。

**第二十一条** 商(协)会于每届广交会期间对标摊区企业进行检查,对产品混摆严重、不服从协调的企业,调整其下届展位位置。

**第二十二条** 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。

**第二十三条** 规定自第 104 届广交会起执行。

此前凡与本规定相抵触的相关规定，均以本规定为准。本规定由广交会业务办负责解释。

## 第五章 参展展品管理规定

### 一、参展商品

(一) 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:

1. 由参展企业对参展展品进行登记。

2. 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。

3. 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)。

4. 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会/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 涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法

### 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的涉嫌侵犯知识产权（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《广交会展位使用责任书》，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** 广交会业务办设立的知识产权和贸易纠纷投诉接待站（以下简称“投诉站”）负责当届、当期的知识产权相关内容投诉及处理。

广交会邀请政府有关知识产权行政执法部门或相关机构派员以专家身份驻会参加投诉站的工作，投诉站根据专家意见对投诉做出处理。

各交易团、商（协）会应当做好展前及展中的知识产权自查自纠工作，并配合投诉站，对涉嫌侵权且拒绝配合投诉站查处的参展企业进行教育和处理。

**第五条** 对涉嫌侵权行为的投诉及处理，应按本办法第三章规定的投诉程序处理。

**第六条** 广交会参展企业对其展品、展品包装、宣传品及展位的其他展示部位拥有知识产权或有授权的，应当带上相关的权属证明文件或权属证明文件和授权文件前来参展，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，可到投诉站投诉。对不通过投诉站，擅自与涉嫌侵权方进行交涉而影响展馆秩序的，按违反大会展场秩序管理规定处理。

**第九条** 投诉人投诉，应当首先向投诉站出示权属证明文件或权属证明文件和授权文件。有关文件经投诉站工作人员审验有效后，投诉人应按要求填写《提请投诉书》。《提请投诉书》样式见附件 5。

**第十条** 上届投诉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，投诉人还应出示在上届广交会闭幕后通过法律途径跟踪处理的法律文件。投诉人不能出示相关文件的，投诉站可以不予受理。投诉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。

**第十一条** 投诉站收到《提请投诉书》后，即安排投诉站工作人员处理投诉。被投诉人应在广交会正式备案的参展企业代表协助投诉站处理投诉事宜。

**第十二条** 投诉站对个案查处过程中，被投诉人应协助投诉站工作人员对被投诉物品进行查验。经查验认定被投诉物品涉嫌侵权后，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。

**第十三条** 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，投诉站工作人员对涉嫌侵权的物品作暂扣或撤展处理。同时被投诉人应立即签署《承诺书》，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站保存。其样式见附件。

**第十四条** 被投诉人对投诉站的处理结果有异议的，可在壹个工作日内（以广交会会场

作息时间表为准)到投诉站提出不侵权的补充举证。举证有效的,投诉站立即允许其继续展出被投诉物品;举证无效或不作补充举证的,维持原处理决定。

**第十五条** 当届广交会结束后,投诉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分别抄送相关交易团和商(协)会备案。

#### 第四章 处理办法

**第十六条** 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比照参展企业进行处理,名单一并送交易团。

**第十七条** 投诉站按本办法规定程序对知识产权投诉进行处理,不能做出“不侵权”有效举证的参展人,被认定为“涉嫌侵权”企业,投诉站终止其涉嫌侵权物品展出。方式包括参展人自撤涉嫌侵权物品及投诉站暂扣涉嫌侵权物品。

**第十八条** 投诉站对发生涉嫌侵权行为的参展企业进行电脑记录备案并报交易团。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。获两次通报企业,按侵权摊位占该参展企业摊位比例扣减或取消该企业六届广交会参展摊位,并进行大会通报。

**第十九条** 被投诉人(参展商)对投诉站的查处工作拒绝合作的、态度恶劣的,在劝说无效的情况下,投诉站可以会同大会保卫处收缴当事人的参展证件,并可视情节轻重对该企业进行交易团通报、大会通报、酌情扣减其下一届广交会摊位或直接取消下一届参展资格。

**第二十条** 投诉站对涉嫌侵权物品做出处理后,如发现涉嫌侵权参展企业在同一展位再次展出同样的涉嫌侵权物品,大会可立即没收该展位全体业务人员的参展商证,并视情节依照第十八条进行处理。

**第二十一条** 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；或曾被取消多届广交会参展资格，恢复参展后又再一次涉嫌侵权的，将永久取消该企业的广交会参展资格并进行大会通报。

**第二十二条** 对在同届广交会期间，涉及 10 家企业以上同时侵犯 1 个权属号的（即大面积侵权），视情况进行大会通报，并送相关交易团和商（协）会备案。

## 第五章 术语释义

**第二十三条** 知识产权——本办法所指的知识产权包括：

1. 版权及相关权利；
2. 商标权；
3. 专利权。

**第二十四条** 参展企业——本办法所指的承担涉嫌侵权责任的参展企业，是指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“处理办法”所列各项对涉嫌侵权企业的处理，除由该参展企业承担外，相关涉嫌侵权企业比照参展企业一并处理。

**第二十五条** 联营企业——本办法所指的联营单位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。

**第二十六条** 证明文件——是指证明知识产权权属文书，包括国家有关法律、法规中要求的证明文件，以及投诉站根据实际情况要求投诉人或被投诉人出示的证明文件。

## 第六章 附则

**第二十七条** 投诉站建立档案系统，对每届广交会的有关投诉数据进行统计分析，并将每期情况向有关部门进行通报。

**第二十八条** 本办法解释权归中国对外贸易中心。

**第二十九条** 本办法自发布之日起生效，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。

## **第七章 涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法实施细则**

**第一条** 根据《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》（以下简称《处理办法》），制定

本细则。

**第二条** 本细则只适用于中国进出口商品交易会（以下简称广交会）期间发生在展馆内涉嫌侵犯知识产权行为的投诉及处理。涉嫌侵犯知识产权包括涉嫌侵犯专利权、商标权和版权及其他知识产权权利的行为。

**第三条** 本细则以广交会委托各交易团与参展企业签订的《广交会展位使用责任书》（见附件 10）中有关保护知识产权的条款内容作为管理和规范参展企业的依据。

**第四条** 广交会邀请广东省、广州市知识产权行政管理部门派员以专家身份进驻广交会，作为广交会知识产权、产品质量安全和贸易纠纷投诉接待站（以下简称投诉站）的工作人员，指导和协助投诉站依据大会有关规定对涉嫌侵犯知识产权的行为进行处理。

**第五条** 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，应当持代理机构资格证到投诉站进行备案，接受投诉站的工作指导，自觉遵守广交会的有关规定。未经备案的代理机构，投诉站可以不受理其投诉。

**第六条** 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，以防止涉嫌侵犯知识产权行为的发生，并积极配合投诉站对涉嫌侵犯知识产权参展企业的处理。

**第七条** 投诉站可以通过拍照、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。投诉站对拍照、录音录像所取得的资料负有保密责任。

广交会有权对不予配合的参展企业视情况从重处理。

**第八条** 投诉人投诉必须到广交会指定的投诉站工作地点提交《提请投诉书》，投诉站不受理电话或者电子等其它形式的投诉。

**第九条** 投诉人投诉，应当提交广交会规定的投诉资料，并且符合投诉站规定的有关专

利、商标、版权的投诉条件。有关投诉条件在广交会《参展手册》和广交会官方网站(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》中有明确的规定。

**第十条** 对于产品内部结构涉嫌侵权的投诉,立案时,投诉站可以要求投诉人除提交规定的投诉资料外,还要求投诉人提交证明涉嫌侵权的进一步证据。投诉人提交不出的,投诉站可以不予受理。

**第十一条** 投诉站受理投诉后将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。投诉站根据案件受理的先后和轻重缓急等情况处理投诉案件。

**第十二条** 投诉站受理投诉并经调查审议后,初步认定为涉嫌侵权的,被投诉人应当从展会上撤出涉嫌侵权产品及宣传材料。

如被投诉人认为自己没有侵犯投诉人的知识产权,则应当在规定时间内就自己未侵犯投诉人的主张提供相关证据予以抗辩。如被投诉人不能在规定时间内提供自己不侵权的证据或者虽然提供了证据,但经投诉站审议认定该证据不足以证明其不侵权的,投诉站仍按涉嫌侵权的相关规定进行处理。

**第十三条** 投诉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、公开出版刊物(专利文献、教科书、杂志等)等有效证据。

**第十四条** 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,投诉站工作人员可立即没收该展位当事人的参展证件,并可没收涉嫌侵权展品。展会结束后,对这些被没收的展品作销毁处理。

**第十五条** 被投诉人应当积极配合投诉站工作人员对涉嫌侵权投诉案件的调查和处理,并按照广交会的规定在《处理通知书》和《承诺书》上签字,如拒绝配合且不签字的,投诉站应将情况向所属交易团通报,并视情节轻重按照《处理办法》的第十九条予以处理。

**第十六条** 被投诉人、参展企业以及案件相关人无视大会纪律，对投诉站的案件查处工作拒绝合作、态度恶劣且劝说无效的；或者公然以暴力、威胁或其他方法妨碍、阻止投诉站工作人员调查处理案件的，投诉站可以会同大会保卫处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酌情采取向交易团通报、大会通报、酌情扣减其下一届广交会摊位或者直接取消下一届参展资格等处理方式。

**第十七条** 对投诉站认定为涉嫌侵权的展品，投诉站工作人员可作出“自撤”或“暂扣”的处理决定。自撤是指投诉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。暂扣是指投诉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站并登记在册的处理方式。

对于涉嫌侵权的大件物品，投诉站可以采取遮盖或者贴封条的方式处理，同时作出“自撤”或“暂扣”的处理决定。

**第十八条** 《处理办法》所指的“报交易团”，是指投诉站将当届涉嫌侵权的企业名单进行电脑记录备案并通报给相关交易团。

**第十九条** 《处理办法》所指的“交易团通报”，是指投诉站将涉嫌侵权行为达到《处理办法》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。

**第二十条** 《处理办法》所指的“大会通报”，是指投诉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。

**第二十一条** 《处理办法》所指的“同一展区”是指根据广交会商品大类划分的参展区域。

**第二十二条** 《处理办法》所指的“大面积侵权”，是指当届广交会同期投诉人就同一知识产权一次性投诉 10 家以上参展企业，并经查实存在 10 家以上参展企业涉嫌侵犯同一知识产权的群体性侵权情况。

**第二十三条** 处理办法所指的“一个企业在—期广交会内涉嫌侵权 3 个以上权属号”，“涉及 10 家企业以上同时侵犯 1 个权属号的”，均包含本数。

**第二十四条** 联营企业涉嫌侵犯知识产权的行为比照参展企业进行处理，名单—并送交易团。投诉站将建立黑名单制度，对于受到两次交易团通报的联营企业，永久取消其与广交会参展企业联营的资格，并进行大会通报。

**第二十五条** 本细则由中国对外贸易中心制定和解释。

**第二十六条** 本细则自发布之日起生效，如与《处理办法》相关规定有冲突的，以《处理办法》为准。

## 第八章 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、产品质量安全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《展位使用责任书》，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部、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** 本办法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。

## 第九章 广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法

为遏制当前广交会展品质量及贸易纠纷投诉增多趋势，提升广交会整体参展质量，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

通过资质审核、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质。各交易团、商协会应认真履行参展企业资质审核和复核工作，严格把好准入关，从源头上控制资质不足及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质条件。

2. 认真落实展品质量监管工作。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，以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。

### （二）建立监控机制

1. 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书面投诉的参展企业名单；纠纷责任名单指经国内质检部门、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，并由大会投诉接待站确认的参展企业名单。

2. 加强监控措施。凡进入被投诉名单的企业，均作为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当地质检部门核查书面结果；展中监控指将该企业作为开展期间展品质量监管的重点检查对象。

3. 建立信息公开制度。所有展品质量投诉及贸易纠纷材料及处理信息均备案登记，供各方查询并监督；

4. 建立信息共享渠道。各交易团及商协会等展品质量及贸易纠纷相关方面应尽可能加强信息沟通、建立信息共享渠道，对贸易纠纷、展品质量问题投诉进行跟踪处理，在相关展位安排工作上对被投诉企业形成约束。

### （三）鼓励措施

1. 倡导重合同、守信用的参展氛围。提供广交会企业参展信用承诺书，鼓励企业讲信用，重合同，由企业自愿申报承诺。申报企业名单将以多种形式在广交会上广泛宣传，如广交会官方网站、展馆广告宣传栏、信息栏等。

2. 发挥组展工作表彰机制的促进作用。除展品质量监管工作落实情况外，交易团对本团所涉投诉企业的协查工作情况也将纳入交易团组展表彰评比指标。

#### （四）处罚措施

1. 进入被投诉名单的企业，且连续两届内共受到两个及以上不同投诉主体投诉的，从被投诉当届的下一届起，连续两届展位数不得超过投诉当届展位数。

2. 进入纠纷责任名单的企业，取消自大会投诉站确认之日起，连续六届广交会相应展区的参展资格。

3. 如被投诉企业属于非广交会认可的参展企业，一经发现，即按《广交会展位使用管理规定》对相关各方进行处罚；如该企业经认定进入纠纷责任名单，将从认定之日起连续六届被禁止进入广交会参展。

### 三、操作规程

#### （一）投诉受理条件

1. 投诉方须为广交会采购商，被投诉方须为在广交会上参展的企业。

2. 实行投诉实名制，投诉方投诉时须提供当届或历届广交会采购商证、投诉对象的广交会参展证据（须与提供的采购商证届数一致），以及与投诉对象在广交会期间签订的有效合同、协议或成交意向书。

#### （二）处理流程

1. 广交会期间的展品质量及贸易纠纷投诉，由业务办下属的广交会知识产权、展品质量及贸易纠纷投诉接待站按现有流程规定（详见附件 9《广交会贸易纠纷防范与解决流程》）处理，并于广交会闭幕后将投诉名单及纠纷责任名单提交广交会工作部。

2. 广交会闭幕期间的展品质量及贸易纠纷投诉，由大会业务办日常办事机构外贸中心广交会工作部参照投诉接待站工作流程负责处理。

3. 相关交易团在接到投诉接待站或广交会工作部的相关协查通知后，必须承担起本团所涉企业的调节处理责任，并于收到协查通知后 30 天内向通知发出方提交相关调查书面材料，否则将影响大会对交易团组展质量的考核成绩。

四、本办法自下发之日起生效。

## 第十章 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) 广交会各部门、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分。

### 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信息载体。

广交会宣传品分为三类：1. 广交会授权印制的宣传品，包括《广交会会刊》、《参展商名录》、《广交会宣传光盘》、《展区指南和导向图》等直接为大会服务的宣传品；2. 各进出口商会、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）。除上述三类外，其他任何宣传资料均不具备广交会宣传品资格。

(二) 未经广交会许可，任何单位或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) 广交会宣传品必须标明宣传品和编印单位名称。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，由编印单位承担全部责任。宣传品主办单位应立足为参展企业和采购商提供信息资讯服务，严格控制营利性广告篇幅。

(四) 广交会宣传品（样刊）必须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。其中的第一类宣传品内容由广交会新闻中心审核；第二、三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印制发放。

（五）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。各进出口商会、外商投资企业协会的宣传品仅限于在本会办公室和会员企业展位发放；各交易团的宣传品仅限于在本团办公室和本团所属企业展位发放。

（六）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。

（七）广交会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工本费（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。

（八）经商务部批准在广交会发放的部分展会招商宣传资料以及外贸中心的展会招商宣传资料，归入新闻中心统一管理，具体办法参照广交会宣传品有关规定执行。

（九）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，是指广交会进口展区、出口展区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，仅限于在本企业展位内派发。

未经广交会许可，企业在参展期间不得在展览场地，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。

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。

### **四、广交会驻会商务单位宣传品**

广交会驻会商务单位宣传品，是指经批准进入广交会的商务单位，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对驻会商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，大会将予以劝阻、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**

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，并依据第五条规定对违规单位做出处理。

## **七、附则**

（一）本规定由广交会新闻中心负责解释。

（二）本规定自2013年2月1日起施行。2011年7月15日发布的《广交会馆内宣传品管理规定》同时废止。

# 第十一章 广交会出口展展位使用管理规定

为加强中国进出口商品交易会（简称广交会）出口展展位使用管理，严格处理违规转让或转租（卖）展位行为，规范办展秩序，特制定本规定。

## 第一章 展位使用要求

第一条 各省、自治区、直辖市、计划单列市和部分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。商务部外贸发展事务局组织中央企业以中央企业交易团形式参展。

第二条 广交会出口展展位仅限已经审核合格并获得参展展位的企业（简称参展企业）使用。

第三条 参展企业须如实在广交会网络管理系统进行备案登记，按广交会规定使用展位，并承担相应的责任。

第四条 广交会严禁违规转让或转租（卖）展位，以及展览期间空置展位。展位实际使用者须与展位楣板标明的参展企业一致。

第五条 交易团负责本团展位使用的管理，并与本团参展企业签订广交会出口展展位使用责任书。

第六条 参展企业指定专人负责展位使用。展位负责人须为该展位参展企业正式工作人员并具有广交会核发的当届参展商证。

第七条 参展企业每届广交会按规定时间将展位负责人情况录入广交会网络管理系统。每位展位负责人只能负责本企业在某一展区的一个或多个连片展位，工作时间必须在岗，并有责任配合相关部门对出口展展位使用情况进行检查。

第八条 流通型企业在申请某一展区的展位数量超过1个时，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非流通企业共同参展。通过审核并获得参展展位后，流通型企业为参展企业，非流通企业为联营（供货）单位。

第九条 联营参展时，展位楣板上只允许列明参展企业名称，同时由中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）制作包括联营（供货）单位信息的参展证明。参展企业不得以任何名义向联营（供货）单位收取超出正常展位费用的任何费用。

第十条 品牌展区禁止企业联营参展。

## 第二章 展位使用的监督检查

第十一条 相关商（协）会会同地方商务主管部门和外贸中心组成出口展展位联合检查

组（简称展位检查组），对违规转让或转租（卖）出口展展位情况进行检查。大会政工办、业务办可视需要派员参加。展位检查组职责由大会政工办、业务办拟定，并监督指导。

第十二条 大会政工办负责违规转让或转租（卖）出口展展位的初步认定，以及展位归属纠纷案件的接收和跟踪处理；大会业务办负责展位归属、展位空置、违规转让或转租（卖）出口展展位的认定与处理。大会政工办和业务办每届广交会的工作时间为4月10日至当届广交会闭幕和10月10日至当届广交会闭幕。

第十三条 筹展及参展期间出现的展位归属纠纷，按以下程序处理：

（一）展位归属纠纷相关交易团报大会政工办；

（二）大会政工办接案后通知大会业务办核查纠纷展位归属，业务办向政工办出具归属认定书；

（三）大会政工办负责形成、下发展位归属纠纷处理决定，跟踪处理过程并将处理结果反馈相关交易团；如认定为违规转让或转租（卖）展位的，转大会业务办下发处理通知；

（四）大会保卫办负责执行处理决定，确保所认定参展企业的正常参展，会同证件中心收缴违规人员证件并将违规人员及单位列入办证黑名单，严格禁止违规人员处理期内进馆，必要时协调公安机关强制执行。同时，扣减违规办证单位的自下届起连续4届的办证数量，按违规证件种类和数量相应扣减。

### 第三章 展位违规使用的认定

第十四条 存在以下情况的，视为违规转让或转租（卖）展位：

（一）以非参展企业的名义对外签约。

（二）在出口展展位内派发或展示非参展企业的宣传资料，包括印有非参展企业名称的名片、宣传非参展企业或其产品的网站、光盘或纸质材料等。

（三）以任何方式将出口展展位转让、转售、分包、分租。

（四）未报、虚报、假报出口展展位负责人，或未按要求办理出口展展位负责人变更手续。

（五）参展企业无法提供与广交会备案登记企业信息资料相符的广交会参展证明牌或其他证明材料。

（六）经展位检查组确认的其他违规转让或转租（卖）展位的行为。

第十五条 除第十四条规定的情况外，联营参展存在以下情况的，也视为违规转让或转租（卖）展位：

（一）参展企业向联营（供货）单位收取超出正常展位费用的其他费用。

（二）在一个联营展位内联营（供货）单位超过1家的。

（三）在出口展展位内派发或展示非参展企业或非备案联营（供货）单位的宣传资料，包括印有非参展企业或非备案联营（供货）单位名称的名片、宣传非参展企业或非备案联营

(供货)单位或其产品的网站、光盘或纸质材料等。

(四) 参展企业未在出口展展位内摆放包括联营(供货)单位信息的参展证明。

(五) 联营参展超出流通型企业与非流通型企业联营类型限制范围。

(六) 经展位检查组确认的其他违规转让或转租(卖)展位的行为。

第十六条 在展览期间无企业参展的空置展位,经大会现场服务监督检查组初步认定后,由大会业务办确认并处理。因不可抗力造成展位空置,须由交易团书面说明原因,经确认后免于处理。

#### 第四章 展位违规使用的处理

第十七条 对违规转让或转租(卖)出口展一般性展位,的参展企业,按以下办法处理:

(一)取消从下届起连续4届在违规所属出口展区的参展资格并相应扣减所属交易团展位基数,至下次展位基数重核时为止。

(二)处理结果在《广交会通讯》上通报。

(三)取消所属交易团获得当届组展表彰对象的资格。

第十八条 对违规转让或转租(卖)出口展品牌展位的参展企业,取消其从下届起连续15届在违规所属出口展区品牌展位的参展资格,并取消其相应届数内在违规所属出口展区品牌展位的评选资格。

第十九条 对被认定违规空置展位的参展企业,按以下办法处理:

(一)空置一般性展位,取消其从下届起连续2届广交会的参展资格,并相应扣减相关交易团出口展展位基数,有效期至下次各交易团出口展一般性展位基数重核为止;

(二)空置品牌展位,其空置展位所在展区的品牌展位全部收回重新安排,直至下次品牌重新评审为止。

(三)取消空置展位所属交易团获得当届组展表彰对象的资格。

(四)空置展位的展位费全额收取,不予退回。

第二十条 对有企业违规使用出口展展位的交易团,将予以重点检查;对当届有超过1家企业违规使用出口展展位的交易团,在《广交会通讯》上通报批评。

第二十一条 主动报告或主动查处本团违规转让或转租(卖)出口展展位行为以及展位归属纠纷的交易团,免于通报批评,不扣减其出口展展位基数。

第二十二条 查处回收的出口展品牌展位,按出口展品牌展位安排办法安排,有效期至下次品牌展位重新评审前为止;查处回收的一般性展位,在当届广交会组展工作获表彰的交易团范围内安排,有效期为下次各交易团出口展一般性展位基数重核为止。查处回收展位有其他特殊安排的情况除外。

#### 第五章 展位违规使用的举报奖励

第二十三条 广交会设投诉举报专线电话，鼓励举报违规转让或转租（卖）出口展展位行为。投诉举报实行实名制，举报方须为当届广交会的参展企业、交易团、商（协）会，或上述单位的正式在编员工。

第二十四条 如举报方为参展企业，且举报内容经查属实的，可按管辖关系向其所属交易团申请增加下届广交会出口展展位，相关交易团在同等条件下优先安排。

第二十五条 举报方为交易团，且举报内容经查属实的，如该交易团属当届组展表彰对象，可按举报展位数量获得当届回收的一般性展位，且可按举报展位数量从大到小的顺序优先挑选回收展位类别，有效期至下次各交易团一般性展位基数重核为止。

第二十六条 本规定由商务部负责解释。此前有关规定与本规定不一致的，以本规定为准。

第二十七条 本规定自第 113 届广交会起执行。

## 第十二章 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 各商会/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**，从第一期筹展之日起至第三期撤展结束，所有进大院人员须将有效期内的广交会证件挂在胸前，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。

凡发现变卖、涂改、伪造的证件，一律没收，并记录在案，当事人将移交公安部门处理。

持服务外勤证人员不得进入展馆二楼，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。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。陈列的管制刀具和枪械等展品需入柜上锁或固定在展板上，并由专人负责看守和管理，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。**

## **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四层飘台地面设施，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）各商会/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、展位的第一消防安全责任人。

（二）第一消防安全责任人对所在展区、团、展位安全防火工作负全责。

（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工作有关管理规定，按照“谁主管、谁负责”的原则，制定消防工作防范措施，严格落实防火责任制，加强检查，加强管理，发现问题及时解决，把火灾事故隐患消灭在萌芽状态。各单位要高度重视和认真做好安全防火工作，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区吸烟，广交会展馆内[包括办公室、大厅、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、咖啡室、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

（一）展馆主通道宽度确保 5 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领证手续。

**第五条** 对广交会统一搭建的展位、配置的展具，未经广交会审图组许可或未到客服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。

（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，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、地毯、布料和木板等物品作装饰用料。

（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。

（四）所有展位及装修不宜封顶，以确保火灾自动报警系统和自动喷水灭火系统的正常工作。凡封顶展位，每 20 平方米配置一个 6 公斤筒式干粉灭火器。展馆 A 区、B 区，单层展位限高 4.5 米，双层展位限高 6 米；展馆 C 区单层限高 4.5 米，不得搭建两层展位。

（五）工程竣工后，报现场保卫人员，经现场保卫会同市公安消防局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。特装展位应在开幕期间留有值班电工，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。对因违章用电而发生事故的展位，将视情节轻重追究当事人及相关单位负责人责任，直至追究法律责任。

#### **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施设备须符合国家强制性产品认证（3C）标准和消防安全要求。

（二）展位配电箱内必须按规范设置安全可靠的空气断路器和30MA（动作时间小于0.1S）漏电保护器。

(三) 电线须选用公安消防部门检验合格的 ZR-BVV (阻燃双塑铜芯电线) 和护套电线。禁止使用绞型线 (花线) 和铝芯线。

(四) 穿过人行地面、地毯和暗敷设在装修物内的电线须穿管 (金属管, 难燃塑料管) 保护。

(五) 金属保护管和金属构件须做可靠电气跨接, 并做安全接地。

(六) 各电气回路必须有专用保护地线 (使用不小于  $2.5\text{mm}^2$  截面铜线), 并与凡可能接触漏电的金属物件相连。

(七) 筒灯、石英灯要有隔热防护; 广告牌、灯箱、灯柱内须留有对流的散热孔。灯具镇流器和触发器须选用消防部门检验合格产品。

(八) 使用大功率发热灯具应加装防护罩 (如 100W 以上碘钨灯), 并应安装在不燃结构上。禁止使用 500W 以上的大功率灯具。

(九) 各布展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, 报图申报功率与实际用电功率应尽量一致, 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。展馆特装用电, 将根据申报功率, 预装相同用电规格电源箱, 并由施工单位交纳电箱押金、根据所申报的特装配电图上用电功率交纳用电金额费用。严禁把展馆方配送的电源箱直接当作展位用电总控制电箱使用, 不得随意接入展厅的电箱和插座上。不允许利用天花悬挂灯具和电线。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, 并按私接电器用电量两倍收费处罚。

(十) 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、对用电有特殊要求的设备、参展方认为须特别保障的重要或贵重设备均应设计独立回路供电。重要设备用电, 应自行设计一主一备双回路供电。

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

(十二) 参展的计算机、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, 由参展企业自行负责。

(十三) 参 (布) 展企业自带的压缩机, 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。

(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）为保证展场的安全，鞋、编织及藤铁工艺品、礼品及赠品、节日用品、家居装饰品、玩具展区除特装区及预置的灯具外，不得增设任何照明设备。

### **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，电工须持有国家技监部门颁发的有效操作证，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。

（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（GB50054-95）》、《施工现场临时用电安全技术规范（JGJ 46—2005 J 405）》、《建筑电气工程施工质量验收规范（GB50303—2002）》、《通用用电设备配电设计规范（GB50055—94）》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十四款处理。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）三相负荷超过 20A 电流的非机械动力用电，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）展位总开关保护整定值应低于或等于接入展馆固定电源箱开关保护整定值的 80%。

（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工协助安全检查；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，严禁自带插座板串接使用，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，到客服中心现场服务点申报办理。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。

#### **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，电线不准外露。

（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下装安装工作由该展位电工负责，广交会电工仅负责上装的引线工作。

#### 四、卫生保障管理规定

**第一条** 广交会指定各商会/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保障办值班室，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，将会严重影响撤换展工作，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（换展）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。双塔路大货车轮候区，专停放 6.0、8.0、5.0 馆。

## （2）载客小车

①持证小车由新港东路左转（往北行驶）进入展场中路下客，由阅江东路左转经会展西路进入展馆地下车库指定区域停放。

②无广交会车证小车可在会展东路、会展西路下客后驶离。

## 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西面唯一入口经过车底防爆安检后进入，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《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、商会/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）交易团巴士

由新港东路右转会展东路进入 B 区大车停车场，下班时可由会展东路、新港东路驶离。

#### （2）酒店接待巴士

①酒店接待巴士由新港东路进入阅江路或展场西路下客，下客后即驶离，经阅江路、会展东路或会展西路驶离会场，下午经新港东路进入会展西路、阅江路、展场西路、展场南路货车停车区车位上客，从展场中路、新港东路离场。

②停放北面广场的车辆由展场中路或展场东路进入停车点，离场时由展场中路或展场东路转新港东路驶离。

### （3）穿梭巴士

展馆设有广交会展馆展场南路停车点至市区的亚洲国际大酒店、东方宾馆、华夏大酒店、中信广场等四条免费穿梭巴士，由新港东路、会展西路、展场西路、展场南路专用车位上客，按规定时间发车，经展场中路、新港东路返回市区各线路停车点。

### （4）出租车

新港东路左转（往北行）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。

## 六、宽带网络服务管理规定

为加强展馆宽带网络安全管理工作，保证展馆网络系统的正常运行和网络用户的使用权益，营造安全、稳定、高效的网络使用环境，根据《中华人民共和国计算机信息网络国际互联网管理暂行规定》和有关计算机网络法律法规，结合广交会展馆的实际情况，特制定本规定。

参展方、承建商和其他需通过展馆方提供宽带服务的单位及人员适用本规定。

### 一、展馆宽带概况

展馆方提供的宽带服务是指有线宽带及无线宽带服务，所提供的标准服务包括 HTTP、QQ、MSN、E-mail 服务。对标准服务以外的互联网服务，如使用证券软件、VPN 等需使用特殊协议端口的业务软件进行联网，需另外交费申请开放权限端口服务（BT、迅雷、游戏等网络端口除外）。注：展馆提供的无线宽带服务不提供权限端口开放服务。

### 二、展馆宽带上网申请

参展商于广交会筹展期间，到现场服务点进行宽带付款申请（收费标准请参看《宽带接入和信息设备出租收费标准》。见本书《服务指南》部分第五章展览现场服务），申请通过后，展馆方将在展馆规定时间内完成施工，网络正式开通时间为开幕当天，开幕后不提供有线宽带接入申请服务。当参展商在使用展馆宽带上网过程中出现故障，可拨打展馆宽带报障电话进行报障。

### 三、展馆宽带网络使用和管理

（一）用户成功申报宽带服务并缴纳相应费用后，展馆方将在展馆规定时间内完成施工，

网络正式开通时间为开幕当天。

(二) 展馆宽带接入为配对制，即申请数量与使用的电脑数量相等，多台电脑需申请同等数量的宽带接入或申请宽带组网。

(三) 用户不得私自使用交换机、集线器和其他网络交换设备利用展馆方提供的宽带服务接入多台电脑上网。

(四) 用户不得私自使用无线路由器、无线 AP 进行自行组网，同时不得使用任何其他可能干扰展馆无线网络信号的设备连接或干扰展馆网络。

(五) 严禁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，干扰其他用户的正常使用。

(六) 严禁用户使用迅雷、网际快车、BT、电驴等多线程或 P2P 下载软件下载电影、视频以及其他占用网络带宽较大的应用软件。

(七) 用户必须确实保护好由展馆方提供的网络线缆、无线网卡、交换机以及其他网络设备，撤展前需通知展馆方进行确认回收。

#### **四、违规处理及免责说明**

(一) 展馆提供的宽带服务，仅指为用户提供接入因特网的物理链接，展馆方不承担用户使用宽带服务产生的任何责任和风险。用户一旦使用展馆的宽带服务即意味着该用户明白且愿意独自承担使用此服务所产生的任何责任和风险。

(二) 若用户私自使用有线或无线路由器、集线器和其他交换设备连接展馆有线宽带网络，展馆方有权制止该用户的行为，并将视情节轻重保留对违规方追收宽带服务费或不予退还宽带接入押金的权利。

(三) 若用户私自使用无线 AP、无线路由器或其他具有无线发射功能的设备自行组网或连接展馆无线网络，而干扰展馆无线网络信号，影响其他用户的正常使用，展馆方有权制止该用户的行为或立即终止其无线网络的使用，并将视情节轻重对违规方进一步追究责任。

(四) 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、干扰其他用户的正常使用的，展馆方有权立即终止其正使用的宽带服务而无须承担任何责任以及终止服务所产生的任何损失，并将视情节轻重对违规方进一步追究责任。

(五) 当展馆方发现使用宽带服务的用户恶意攻击展馆网络或利用展馆网络进行违法犯罪活动时，展馆方有权立即终止其正使用的宽带服务而无须承担任何责任，并且不予退还宽带接入费用及押金，同时保留追究其刑事或民事责任的权力。

#### **五、注意事项及特别说明**

(一) 展馆宽带网络是进行网络通讯、公司产品展示以及网上贸易的平台，各网络用户应该自觉遵守有关网络法律法规，文明上网。

(二) 使用展馆宽带服务的用户务必在其使用的电脑上安装正版防病毒软件和更新最新病毒库。若展馆方发现用户的电脑已感染计算机病毒或存在威胁展馆网络安全的可能时，展馆方有权立即终止其正使用的宽带服务而无须承担任何责任和终止服务所产生的任何损失。

(三) 展馆方保留在不事先通知用户的情况下随时中断或终止部分或全部无线网络服务的权利，对于所有无线网络服务的中断或终止而造成的任何损失，展馆方无需对用户承担任何责任。

(四) 展馆方保留在因更换服务器、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料的情况下中断或终止部分或全部有线网络服务的权利，对于所有有线网络服务的中断或终止而造成的任何损失，展馆方无需对用户承担任何责任。

(五) 对于不认同本规定所制定的各项条款的，可自行申请其他运营商的宽带服务。

(六) 本规定自 2009 年 8 月 1 日实施，展馆方保留本规定的最终解释权。

## 七、广交会撤展展品集货管理办法

为进一步加强广交会撤展展品集货管理，促进撤展展品集货运输秩序有序、交通畅顺，确保撤展工作顺利完成，制定本办法。

### 第一条 展品集货运输资格申报适用范围

展品集货运输资格申报适用范围：在广交会从事“门对门”一站式展品集货运输服务的运输企业或其他运输单位（以下简称运输商）。

运输商必须按照《广交会撤展展品集货管理办法》的规定，为参展商提供规范、专业、高效的“门对门”一站式展览运输服务。

交易团（分团）和参展企业应推荐经广交会审核合格的运输商为集货运输单位。

### 第二条 申请集货运输资格的条件

一、具备一定资质，能独立提供运输服务的运输企业或其他运输单位。

二、参加广交会撤展展品集货管理工作的运输商，须提供经交易团推荐公函。

三、具备相关资质、受参展企业委托的其他运输单位，凭参展企业推荐函，直接向主办部门提交申请。

四、在一个展期内，一个展区（A、B、C 区中的一个）展品运输的总货量达到 100 立方米以上。

### **第三条 资格审核须提交的资料**

一、运输商及其他运输单位应提交合法有效的营业执照复印件，并在复印件加盖公司印章。

二、由交易团指定或推荐的运输商，应提交所在组团单位加盖公章的推荐公函。

三、由参展企业自行委托的运输商，须提交各参展企业加盖公章的推荐函（若委托的参展企业过多，所提交的推荐函应不少于 80 家）。

四、由运输商指定的现场负责集货管理的负责人或业务经办人，应提交（或出示）运输商出具的授权委托书（该委托书为格式文件，必须按要求填写），若上述现场人员出现变更，其授权委托书须重新提交。

### **第四条 申请程序**

一、组团单位参展企业在 500 家以上的，可推荐运输商 2 到 3 家，组团单位参展企业在 500 家以下的，可推荐运输商 1 到 2 家。

二、申请单位按要求备齐资料，统一交至客服中心展会服务部储运科（所有资料一律采用快递邮寄或送交方式，不接受传真件）。详细办理程序，请登陆广交会网站下载或查阅《参展手册》关于《广交会撤展展品集货申报工作须知》。

### **第五条 资格审定和公布**

一、由中国对外贸易中心（集团）客户服务中心（下称客服中心）负责对参加撤展展品集货运输商的资格进行审核确定。

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 15 个工作日内完成审核工作，并在广交会网站（[www.cantonfair.org.cn](http://www.cantonfair.org.cn)）公示通过资格初审的运输商名单，若无重大异议，上报审批。

四、审批后，在广交会网站正式公布通过资格审核的运输单位名单，并向各交易团（分团）发出通知。

### **第六条 现场撤展集货运输要求**

运输商应严格遵守广交会撤展展品集货运输、搬运服务及安全等各方面管理规定，承担所承接撤展展品集货回运的第一安全责任。

一、一期的车辆与工程机械（4.0、5.0、6.0、8.0、12.0 户外展区）、大型机械与设备（6.1、7.1 展区）不纳入展品集货申报范围。

二、各运输商未经广交会有关部门许可，不得在 A、B 区展馆二、三层车道、A、B 区中央通道及展厅通道和门口两侧空地集货，不得在统一划定的展品集货区域之外停车集货装

运。

三、每期撤展当天，展厅展品清空时间为当日的 21:00。在 21:00 后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。

四、装货停车位只限于运输单位装货临时使用，装货点使用时限为每期撤展日当晚 23 时前。每期撤展当天，各运输单位应及时安排货车到场，在规定时段内组织完成展品装车工作并按时离场。不得占用空车位堆放货物。不得擅自改变停车位置长时间停车装货。

五、每期撤展当天，所有集货运输单位的货车司机不能离车，货车司机的手机号码应醒目写在车头显眼处，以便现场检查并及时联系司机本人。

六、每期撤展当天，各运输单位不得将货物堆放在车头前面，可利用 A、B 区展场南路后排对出 5 米宽的空地，包括人行道堆放货物，以减少主车道交通阻塞。

七、对于货量较多的运输商，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。若在撤展当天，车辆因故延迟至撤展开始后 5 个小时才能进入展馆，运输商须提前向广交会有关部门报告，大会将根据现场情况引导车辆到达停车位置。

八、各运输单位的标志牌统一挂靠车头显眼位置。

九、各运输单位务必提前向大会承运商预约叉车、工人，并负责告知参展商装货区货车停车位置。

十、每期撤展当天，各集货运输单位的负责现场工作的人员必须按时到场，协助交通协管员引导该单位货车到达停车位，配合大会做好回运货物堆放、理货和疏导工作。

十一、各运输商要在公平竞争的原则下，承接在广交会的展品集货运输业务，不得采取非正当竞争手段，损害参展商与同行的利益。各运输商必须遵守以下规定：

（一）不得随意划圈占地，占用同行的装货点，乱摆乱放阻塞交通。

（二）装货点一律不得转让第三方使用。

（三）装货停车位实行“谁使用，谁管理”。现场秩序员须佩戴明显的标识（由各运输单位自制），以方便大会现场管理人员识别。

（四）每期撤展时间内确保专人在现场负责管理、协调装货点的秩序，在规定的撤展时间内完成每期展品集货运输工作。若通宵作业，需留人值守尚未装车的展品。

（五）各运输单位务必严格按照每期规定的撤展时间节点及要求做好展品运输工作。客服中心组织检查时，若发现运输单位有违反集货规定、影响展馆交通秩序的，将被列入黑名单，在《广交会通讯》上通报批评，并进行相应的处罚。

十二、凡申报办理广交会撤展集货人证、车证的运输单位须仔细阅读《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：

（一）广交会证件实行办证实名制，各运输单位办证必须严格审核申请人身份证原件并对审核结果负责。广交会撤展集货办证数量将根据实际情况从严控制。

（二）办理广交会撤展人证、车证的申请人必须为集货运输单位授权委托书中的现场集货负责人。

（三）凡申办广交会撤展集货证件的运输单位必须按大会规定使用证件，如出现违规用证情况，将减少或停办违规用证单位下一届办证数量，严重违规的将取消其办证资格。

### **第七条 资格审核的时效**

广交会撤展展品集货运输商资格审核，采取“优存劣退、每届复核、每年审核”的办法。

一、“每届复核”即每届广交会期间对获得展品集货资格的运输商，客服中心相关主管部门均进行现场检查记录，凡因违规造成投诉而影响严重者，即时取消当届广交会撤展展品运输集货资格。

二、“每年审核”即每年终组织一次广交会撤展展品集货运输商资格审核。对获得资格后连续两届未能在广交会提供撤展集货运输服务的单位，客服中心将不予受理该运输商下一年度的展品集货资格申请。对符合条件且通过审核的新运输商可纳入广交会撤展展品集货运输商名单。

三、根据《广交会撤展展品集货运输单位评估办法（试行）》的标准，由客服中心有关部门在每个年审年度内（一年两届），按100分满分制，对集货运输商的服务进行评估。若集货运输商在前一届评估结果在60分以下（不含60分）的，客服中心将取消其下一届的展品集货资格及不再受理其下一年度的展品集货资格申请；若运输商在后一届评估结果在60分以下（不含60分）的，客服中心不再受理该运输商下一年度的集货资格申请。

### **第八条 附则**

本办法自批准之日起施行。原规定与本办法相抵触或不符的，以本办法为准。本办法的解释权归中国对外贸易中心（集团）客户服务中心。

## **八、关于推进广交会低碳环保发展的实施意见**

为深入贯彻落实党的十八大精神，进一步推进广交会的低碳发展、循环发展，提高资源的利用效率和效益，特提出以下实施意见：

### **一、推进广交会低碳环保发展的意义**

低碳环保是世界经济发展的潮流，也是国家“十二五”规划的发展要求。近年来，外贸中心一直致力于广交会的低碳环保发展，从第111届广交会起，开展低碳环保特装评比，取得了明显成效。广交会作为中国第一展，倡导低碳环保理念，创新低碳环保办展模式，既是落实科学发展观，实现可持续发展的重要举措，也将对推动展览业的低碳环保发展起到示范和带动作用。

## 二、工作重点

目前，每届广交会特装展位数约3.5万个，特装比例约58%。由于参展企业和特装单位的低碳环保意识较为淡薄，在特装施工方面，存在废弃垃圾板材多、浪费严重、空气污染、安全风险高、撤换展难度大等问题，在一定程度上制约了广交会的低碳环保发展。据统计，一届广交会清运的垃圾高达1200多车次、特装废弃板材4300车次。因此，转变发展方式，推行低碳环保特装，对推进广交会低碳环保发展，促进办展模式的转型升级将起到积极作用。下一步，外贸中心在大会的统一领导下，在布展、参展、撤展等方面推进广交会低碳环保发展。

### （一） 低碳环保布展

#### 1. 推行低碳环保特装标准。

鼓励参展企业采用无毒无害、可循环利用的环保材料，主体框架采用型材（钢结构、铝型材）；不产生特装板材垃圾；展馆现场不使用油漆和刷灰；展位照明灯具使用环保节能灯。

#### 2. 利用经济杠杆进行鼓励。

在特装施工管理费等方向实行低碳环保特装的施工单位倾斜，鼓励特装展位采取低碳环保的方式布展施工。

#### 3. 开展“低碳环保特装”评比。

（1）组建评审机构。外贸中心负责“低碳环保特装”评比活动的组织、策划、实施和管理，组织相关业务部门和专家成立“低碳环保特装”评审委员会。必要时邀请交易团、商/协会专家参与。

（2）扩大评比规模。继续举行“低碳环保特装”评比活动，进一步扩大评比规模，在广交会三期均举行“低碳环保特装”评比，扩大评比活动的影响。

（3）完善奖励办法。在各类展位评审、安排标准中，增加在同等条件下，优先安排“低碳环保特装”获奖企业的展位及位置；对获得“低碳环保特装奖”的参展企业授予“广交会低碳环保参展企业”的牌匾；对获得“低碳环保特装奖”的特装施工单位给予广交会特装评估分奖励。

## （二）低碳环保参展

1. 鼓励参展企业使用符合国家环保标准的展具和设备，实现低碳环保参展。
2. 鼓励参展企业采用可再循环或可降解材质的包装物，降低对环境的影响。
3. 鼓励参展人员尽量乘坐公共交通参展，实现低碳环保出行。
4. 控制展出期间的灯光、噪音等污染，营造舒适洽谈环境。
5. 实行垃圾分类和再回收利用，减少垃圾数量。

## （三）低碳环保撤展

1. 遵守国家安全生产法律法规，严格执行操作规程，不违章作业；确保施工安全，做好施工人员的人身安全保护，禁止野蛮施工。
2. 优先做好可降解、可循环使用、可分解等材料的回收和利用，减少废弃板材和垃圾的产生。

## 三、相关职责

交易团、商协会负责落实在同等条件下，优先安排“低碳环保特装”获奖企业的展位及位置；向参展企业进行宣传和推广，鼓励参展企业积极参与广交会低碳环保建设。

外贸中心主要负责制订低碳环保特装评比的具体规定和实施细则，并组织实施。

参展企业主要负责按照方案的规定和要求，督促施工单位在设计方案、材料使用和施工过程等方面进行低碳环保特装的改进和完善。

## 四、工作要求

（一）统一思想，提高认识。各有关单位要从落实科学发展观的高度充分认识推进广交会低碳环保发展的重要性，加强对参展企业和特装施工单位的宣传、引导和培训，共同营造推进广交会低碳环保发展的良好氛围。

（二）抓住重点，有序推进。推进广交会低碳环保发展是一项长期的系统工程，要找准制约发展的突出问题，采取有效措施重点改进，并与广交会的其他业务工作同布置、同检查、同落实。

（三）明确责任，细化落实。各单位要加强领导，明确分工，落实责任，确保工作取得实效。

## 九、广交会“低碳环保特装”评比实施细则

## 第一章 总则

**第一条** 为了进一步推进广交会的低碳发展，鼓励采用低碳环保特装，外贸中心在广交会期间举行“低碳环保特装”评比活动。

**第二条** 根据《关于推进广交会低碳环保发展的实施意见》，制定本实施细则。

## 第二章 评比范围

**第三条** 评比的范围为广交会所有特装展位。

## 第三章 奖项设置

**第四条** 评比活动分三期分别进行，每期各设“低碳环保特装奖”15名。

## 第四章 评选参考标准

**第五条** 参选参考标准：

（一）设计（占25%）：密切结合展示产品的特性，在设计理念上能够突出节能环保。

（二）用料和施工（占50%）：采用可循环利用的、无毒无害的环保材料，主体结构使用型材（钢结构、铝型材等）可重复使用的材料，不产生特装板材垃圾；照明灯具采用环保节能灯；展馆现场不使用油漆（包括乳胶漆）和刷灰；在选料和施工过程有节能环保的具体措施；施工过程没有出现违规现象。

（三）布展效果（占25%）：整体展示效果简洁、和谐、美观，施工精细能，充分展示企业和产品形象。

## 第五章 评委组成

**第六条** 邀请会展特装专家、外贸中心领导、客户服务中心总监、特装资质联席审核组（纪检监察审计部、广交会工作部、客户服务中心综合管理部、技术设备部、保卫部、展览工程公司）部门领导组成评委，必要时邀请各交易团、商协会领导参加。

## 第六章 评选程序

**第七条** 评选程序

（一）申报：参展商填写申报表格，同时准备两张展位特装效果图（电子版，jpg格式），于广交会当期开幕第一天18:00前提交至客户服务中心。

（二）评审：

### 1. 初评

外贸中心客户服务中心组织广交会特装资质联系审核组人员，按照评选参考标准，对报名参选的特装展位进行综合评分，去掉一个最高分和一个最低分，最后以总成绩由高到低，每期选出30个候选展位。

## 2. 复评

外贸中心客户服务中心组织评委对候选展位进行综合评分，去掉一个最高分和一个最低分，以总成绩由高到低，拟出获奖展位名单，在广交会官方网站上公示。

## 3. 结果公布

公示过后，确定最后获奖展位和特装施工单位名单，在广交会官方网站和《广交会通讯》上公布获奖公告。

## 第七章 奖励措施

**第八条** 在各类展位评审、安排标准中，在同等条件下，优先安排“低碳环保特装”获奖企业的展位及位置。

**第九条** 获奖的参展企业和特装单位，分别授予牌匾和低碳环保标志。

**第十条** 获奖的特装施工单位给予奖励广交会特装评估分 2 分。

## 第八章 附则

**第十一条** 本实施细则由客户服务中心负责解释。

**第十二条** 本实施细则自 2013 年 2 月 1 日起施行。

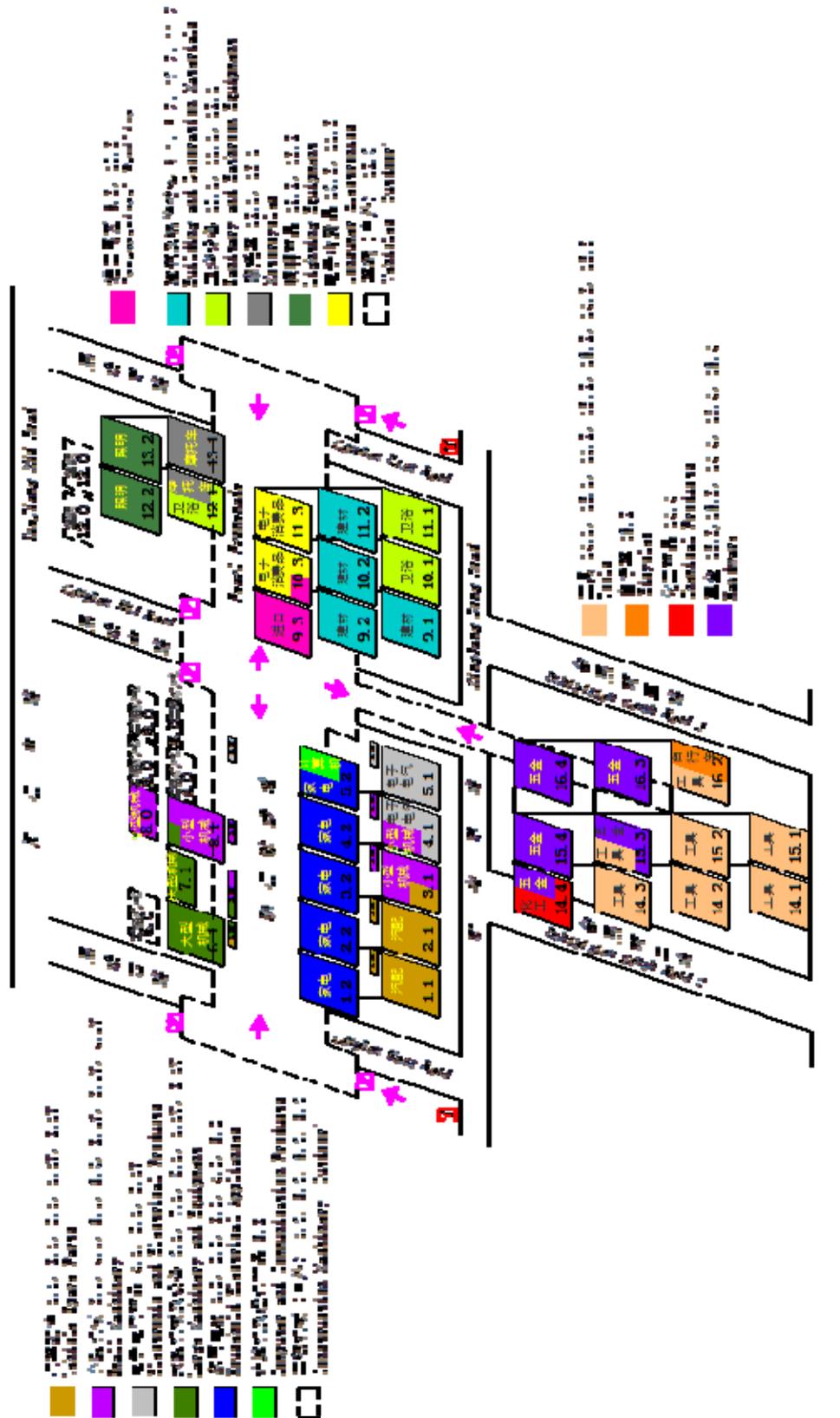
附件 1.1 广交会展馆商品及展区分类表

	展区类别	展区代码	展区名称	相关商会
一期：电子及 家电、照明、 车辆及配件、 机械、五金工 具、建材、化 工产品类	广交会展馆 A 区	EH03	计算机及通讯产品	机电
		EH04	家用电器	机电
		EH02	电子电气产品	机电
		VS03	汽车配件	机电
		MA01	小型机械	机电
		MA02	大型机械及设备	机电
		MA03	工程机械（户外）	机电
	广交会展馆 B 区	EH01	电子消费品	机电
		VS02	摩托车	机电
		LE01	照明产品	机电
		BM01	建筑及装饰材料	五矿
		BM02	卫浴设备	五矿
		VS04	车辆（户外）	机电
	广交会展馆 C 区	HT01	五金	五矿
		HT02	工具	机电
		CP01	化工产品	五矿
VS01		自行车	机电	
二期：日用消 费品、礼品、 家居装 饰品类	广交会展馆 A 区	CG01	餐厨用具	轻工
		CG02	日用陶瓷	轻工
		HD01	工艺陶瓷	轻工
		HD02	玻璃工艺品	轻工
		HD05	园林用品	食土
		HD03	编织及藤铁工艺品	外资
	广交会展馆 B 区	GI03	礼品及赠品	轻工
		GI04	节日用品	轻工
		HD04	家居装饰品	轻工
		HD06	铁石制品（户外）	五矿
		HD07	家具	轻工
		FN02	土特产品	食土
	广交会展馆 C 区	CG03	家居用品	轻工
		CG04	个人护理用具	轻工
		CG05	浴室用品	轻工
		GI02	玩具	轻工
		GI01	钟表眼镜	轻工

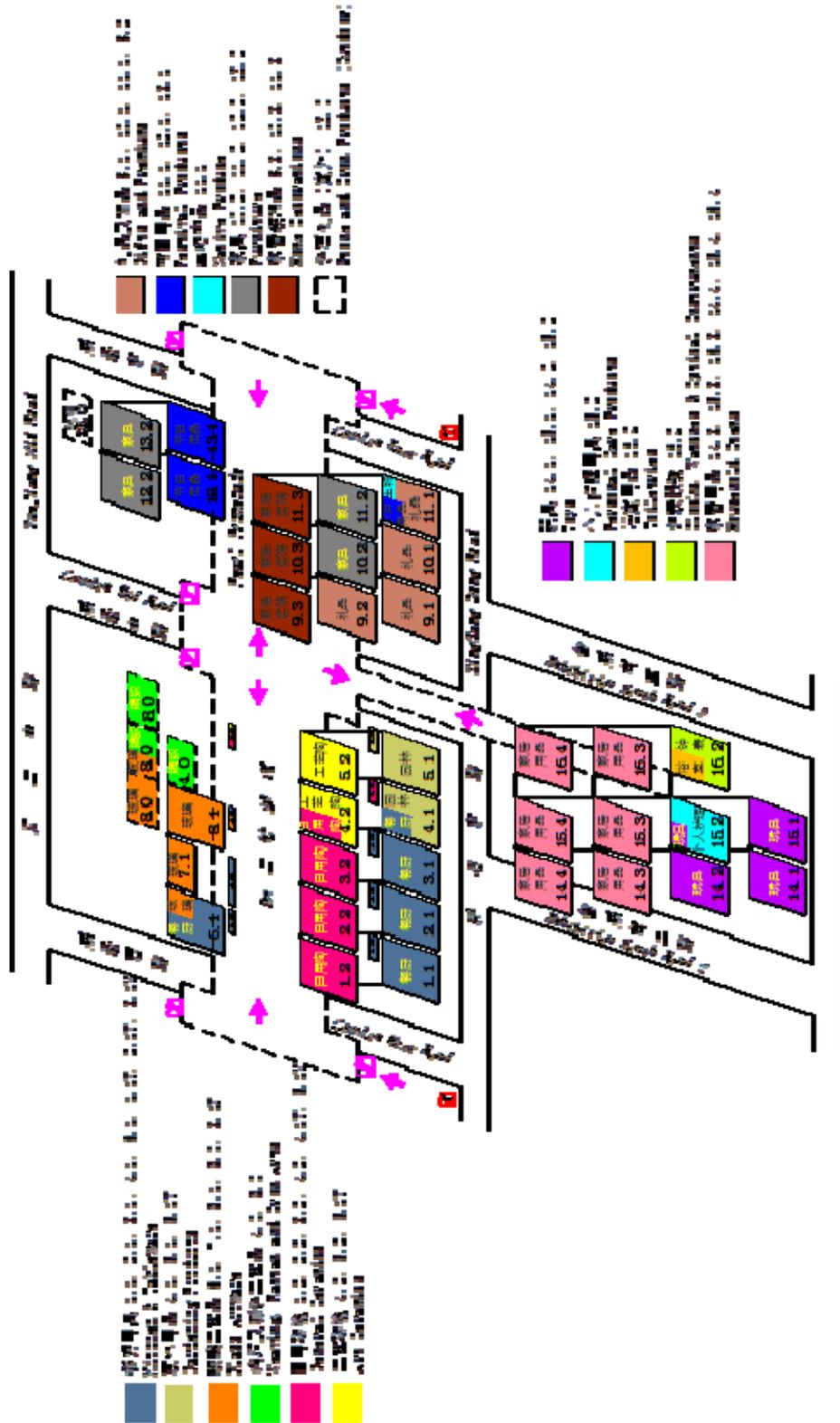
三期：纺织服 装、鞋、办公、 箱包及休闲 用品、医药及 医疗保健、食 品类	广交会展馆 A 区	TG01	男女装	纺织
		TG02	童装	纺织
		TG03	内衣	纺织
		TG04	运动服及休闲服	纺织
		TG06	服装饰物与配件	纺织
		OF01	办公文具	轻工
	OF03	体育及旅游休闲用品	轻工	
	广交会展馆 B 区	FN01	食品	食土
		OF02	箱包	轻工
		SH01	鞋	轻工
		MH01	医药及保健品	医保
		MH02	医疗器械、耗材、敷料	医保
	广交会展馆 C 区	TG07	家用纺织品	纺织
		TG08	纺织原料面料	纺织
		TG05	裘革皮羽绒及制品	食土
		TG09	地毯及挂毯	食土

附件 1.2 展区布局图

第113届中国进出口商品交易会展区布局图  
(第一期)



# 第113届中国进出口商品交易会展区布局图 (第二期)





## 附件 2. 中国进出口商品交易会参展展品范围

### (出口展)

#### 第一期：

#### 电子及家电类

##### ◇ 电子消费品

■ 音像视听产品：家庭影院设备，VCD，DVD，CD，LD，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

■ 个人数码娱乐产品：MP3，MP4，MD，随身听，数码相机，电子游戏产品

■ 个人通讯产品：手机，寻呼机，对讲机，PDA

##### ◇ 电子电气产品

■ 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，自动安全产品，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

■ 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

■ 新能源和可再生能源设备：太阳能装置，动力及风动力装置，生物质能装置，潮能装置，核能：核工程、核电站及相关技术设备等。再循环系统(固体、液体、蒸汽)，环境、能源消耗监控系统等。

##### ◇ 计算机及通讯产品

■ 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，手提电脑，光驱，软驱，内存，硬盘，CPU，声卡，显卡，主板，键盘，鼠标，显示器，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，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

- 通讯产品：电话，传真机，对讲机，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

#### ◇ 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

- 冰箱及制冷设备：冰箱，冷柜

- 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

- 洗衣及干衣设备：洗衣机，干衣机，电熨斗

- 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

## 照明类

#### ◇ 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

- 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

- 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

## 车辆及配件类

#### ◇ 自行车

- 自行车：自行车、电动自行车，电动滑板车

- 自行车零配件

#### ◇ 摩托车

- 摩托车，沙滩车
- 摩托车零配件

#### ◇ 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

- 轮胎
- 汽车配件及优化装备
- 维修及汽车相关服务用品
- 汽车装饰品

#### ◇ 车辆（户外露天）

■ 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，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

## 机械类

#### ◇ 小型机械

■ 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

■ 加工机械及配件：机床附件，台钻，砂轮机，磨料，金刚石及制品，其他各类小型机械及器材

- 家用缝纫机及零件，纺织器材
- 通用机械：

◆ 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

◆ 机械基础件：轴承，紧固件，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

- 流体输送机械：各种泵

#### ✧ 大型机械及设备

■ 大型机械：金属切削机床，大型木工机械，纺织机械，制药机械，塑料机械，包装机械，烟草机械，印刷机械，食品加工机械，橡胶加工机械，化工机械，锻压机械，铸造机械

- 成套设备：各种轻工业品生产线

#### ✧ 工程机械

##### (一)户外露天部分

■ 工程机械：叉车，挖掘机，翻斗车，汽车起重机，履带式起重机，水泥搅拌车、平板夯、吊篮、切砖机等

- 土建工程机械：矿山机械，起重机械，煤矿机械，地质机械，消防机械，石油机械

■ 农林机械：农用运输车辆，拖拉机，机耕船，耕作农具，机动插秧机，手动插秧机，水利排灌机械，收获机械，农田建设机械，畜牧机械，农业机械零配件，林业机械等

##### (二)户外棚下部分

- 动力机械：电动机，发电机组，柴油机，电焊机，半自动气割机，切割机等

- 电力设备：发电机，发电机组，输变电设备，调相机等

- 园林机械：割草机，手动/机动喷雾器等

■ 农副产品加工机械（搅拌机、粉碎机、榨油机等），其它粮油加工机械，棉花加工机械，畜牧兽医机械等

■ 设备保养：喷油嘴清洗机、汽车举升机、废油抽取机、轮胎拆装机、平衡机、四轮定位仪

- 小型工程机械：震动夯、小型吊篮等

## 五金工具类

#### ✧ 五金

■ 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，杂项五金（滑轮、金属软管、排钉、链条等），其它五金制品

#### ✧ 工具

- 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

## 建材类

### ✧ 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

◆ 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、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

## 化工产品类

### ✧ 化工产品

■ 化工原料：无机酸，钠化合物，钾化合物，钙化合物，钡化合物，锰化合物，铬化合物，镍化合物，锌化合物，镁化合物，铝化合物，单元素化工品，什项无机化工品，石蜡、蜡类其他化工品，焦、油化工品，醇、醛化工品，酯化工品，酮、醚、酚化工品，烷、烯、

炔化工品，胺化工品，芳烃化工品，什项有机化工品，羧酸化工品，其它化工原料

- 染料及中间体，颜料原料
- 塑料原料
- 农用化工品：化肥，农药，生长剂，农膜等
- 火工制品：炸药，火药，民爆器材，引火合金，易燃材料制品
- 化学试剂
- 橡胶

第二期：

## 日用消费品类

### ◇ 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

### ◇ 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

### ◇ 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

### ◇ 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，枫液容器，肥皂托盘，塞子，湿毛巾，浴帽，浴帘，毛巾，毛巾架，厕纸及面纸

## 礼品类

#### ✧ 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

#### ✧ 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：童车，婴儿车，小自行车
- 玩具乐器
- 充气玩具
- 其他玩具及玩具零配件

#### ✧ 礼品及赠品

- 树脂工艺制品
- 传统工艺品：景泰兰，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

### ◇ 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，其他节日用品及装饰

### ◇ 土特产品

- 土产品：饲料，香精及香料油，麻原料及制品，工业用土产原料，原蜡/蜡烛及制品，烟花爆竹

- 畜产品：猪鬃、肠衣，漆刷，兔毛（裘革皮羽绒及制品除外）

- 林产品：

- ◆ 板材（地板、建筑用材）

- ◆ 木制品：卫生筷、牙签，其他竹木制品

- ◆ 林化产品（松香，松节油及深加工产品）

- 其它土特产品：塑料编织袋，宠物用品，蚊香，神纸及祭祀用品

## 家居装饰品类

### ◇ 工艺陶瓷

- 美术陶瓷

- 陶瓷工艺品

- 园艺及花园陶瓷

### ◇ 玻璃工艺品

- 玻璃器皿

- 玻璃装饰品

- 其他玻璃工艺品

#### ✧ 编织及藤铁工艺品

- 竹器、木器、草器、柳编制品
- 藤铁工艺品

#### ✧ 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

#### ✧ 铁石制品（户外）

- 各种石质雕刻制品
- 石材
- 大型铸铁制品

#### ✧ 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

### 第三期：

## 纺织服装类

### ◇ 男女装

- 女装：女士衬衫，裙，裤，马甲，套装，外套，毛衣
- 男装：男士西服上装，西裤，衬衫，马甲，套装，毛衣
- 婚纱、礼服：结婚礼服，酒会时装，晚装
- 其他

### ◇ 童装

- 上衣，裙，裤，套装，外装等

### ◇ 内衣

- 内衣及套装，睡衣，浴衣，家居服，泳装等
- 婴儿及孕妇服装

### ◇ 运动服及休闲服

- 牛仔服装
- 运动服及休闲服：
  - ◆ 运动服：专业运动服，休闲运动服
  - ◆ 休闲服：夹克/外套，风衣，T恤衫，短裤
- 其他：制服，工作服等

### ◇ 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

#### ✧ 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

#### ✧ 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

#### ✧ 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

## 鞋类

#### ✧ 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

## 办公、箱包及休闲用品类

### ◇ 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

### ◇ 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

### ◇ 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，田竞器械，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

## 医药及医疗保健类

◇ 医药及保健品

- 药品：西成药、中成药、生化药、兽药
- 原料药：中药材、西药原料、医药中间体，天然提取物、药用辅料
- 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
- 家庭医药用具：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
- 保健及康复器具：康复器具、按摩器具，理疗仪器、健身器具

◇ 医疗器械、耗材、敷料

- 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

- ◆ 血压计及温度计
- ◆ 内窥镜系统
- ◆ 低温冷冻设备
- ◆ 透析治疗设备
- 医院辅助设备
  - ◆ 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
  - ◆ 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
  - ◆ 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
- 医用材料及医用耗材、敷料

## 食品类

### ◇ 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

附件 3.1 广交会出口展参展申请表

申报广交会展区代码		*申报展区名称		*展位类型	
*企业永久代码			*企业广交会编码		
*申请企业名称	中文				
	英文				
*申请企业地址	中文				
	英文				
*邮政编码			*E-mail		
联系部门			传真（加区号）		
*联系人			*电话（手机）		
*法定代表人			*企业法人营业执照注册号		
*进出口商会会员证号（或外资协会会员证号）			*企业类型（外贸、生产、工贸、科研院所、其他）		
*进出口企业代码			*企业属性（国有、集体、私营、外资、其他）		
*上年度出口额（万美元）		*海关编码		国家、省级奖励及数量	
国际通行的管理体系认证或行业认证及数量				是否列入《中国高科技出口产品目录》	
海外注册商标及国家或地区数			专利数（发明_____个、实用新型_____个、外观设计_____个）		
展品名称：					
*本届申请展位数			上届展位数		
*如分配到 2 个或 2 个以上摊位是否特装布展					
*是否有联营参展单位					
<p>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《广交会出口展展位使用责任书》、《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。2. 本企业申请获安排后，如企业退出参展或退回部分展位，承诺按原安排的展位数情况，缴纳全部的展位费用。</p>					
（申请企业盖章）			（交易团盖章）		
年 月 日			年 月 日		

说明：

1. 本表根据申请企业录入广交会“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。
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。

## 第 113 届广交会出口展参展申请表

(大型机械及设备展区、工程机械(户外)展区及车辆(户外)展区)

申报广交会展区代码		*申报展区名称		*展位类型	
*企业永久代码			*企业广交会编码		
*申请企业名称	中文				
	英文				
*申请企业地址	中文				
	英文				
*邮政编码			*E-mail		
联系部门			传真(加区号)		
*联系人			*电话(手机)		
*法定代表人			*企业法人营业执照注册号		
*进出口商会会员证号(或外资协会会员证号)			*企业类型(外贸、生产、工贸、科研院所、其他)		
*进出口企业代码			*企业属性(国有、集体、私营、外资、其他)		
*上年度出口额(万美元)		*海关编码		国家级、省级奖励及数量	
国际通行的管理体系认证或行业认证及数量				是否列入《中国高科技出口产品目录》	
海外注册商标及国家或地区数			专利数(发明_____个、实用新型_____个、外观设计_____个)	外	
展品名称:					
*本届申请展位面积(m <sup>2</sup> )			上届展位面积(m <sup>2</sup> )		
*产品外形尺寸(m)	长 X 宽 X 高 X X		*重量(KG)		
*运输时底座面积(m)	长 X 宽 X =				
*如分配到 18 平米或以上摊位是否特装布展					
*是否有联营参展单位					
注: 1. 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《广交会出口展展位使用责任书》、《中国进出口商品交易会出口展参展须知》、					

<p>《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。2. 本企业申请获安排后，如企业退出参展或退回部分展位，承诺按原安排的展位数情况，缴纳全部的展位费用。</p>	
<p>(申请企业盖章) 年 月 日</p>	<p>(交易团盖章) 年 月 日</p>

**说明：**

1. 本表根据申请企业录入广交会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。
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。

附件 3.2 第 113 届广交会出口展联营参展申请表

申报广交会 展区代码		*申报展区 名称		*展位 类型	
*申请企业 永久代码			*申请企业广 交会编码		
*申请企业名称	中文				
*联营单位名称	中文				
	英文				
*联营单位地址	中文				
	英文				
*邮政编码			*E-mail		
*联系人			传真（加区号）		
*电话			手机		
*法定代表人			*企业法人营业执照注册号		
海关代码			*企业类型（外贸、生产、 工贸、科研院所、其他）		
进出口企业代 码			*企业属性（国有、集体、 私营、外资、其他）		
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《广交会出口展展位使用责任书》、《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。					
(申请企业盖章) 年 月 日			(交易团盖章) 年 月 日		

说明：

1. 本表根据申请企业录入广交会参展易捷通的资料自动生成（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后，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。
3. 联营参展仅限于流通型企业与非流通型企业联营。1 个展位仅限申请 1 家联营单位，在同一展区无论展位数多少，最多只能填报 2 家联营单位。

#### 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：

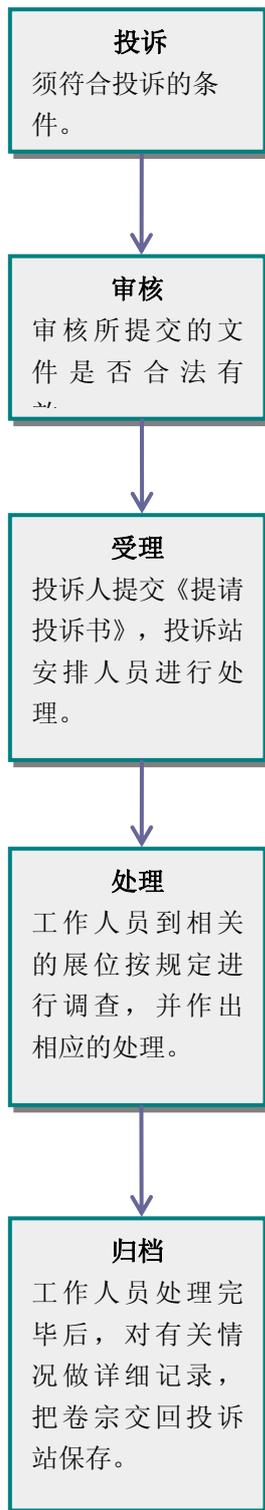
1. 本表按现行七个行业商/协会，由参展单位分别填报，一式三份，于4月11日前报各交易团。由交易团于4月12日前转广交会业务办和商会。
2. 权益人如非参展单位，须在备注栏中说明。
3. 每份表限一个展区。

附件5 广交会出口展区知识产权投诉书

第\_\_\_\_届第\_\_\_\_期\_\_\_\_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				
<p>本人对以上的投诉,承诺认可广交会投诉接待站按照《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):</p> <p style="text-align: center;">日期: 年 月 日</p>					

## 附件 6 广交会专利涉嫌侵权纠纷接受投诉、处理流程



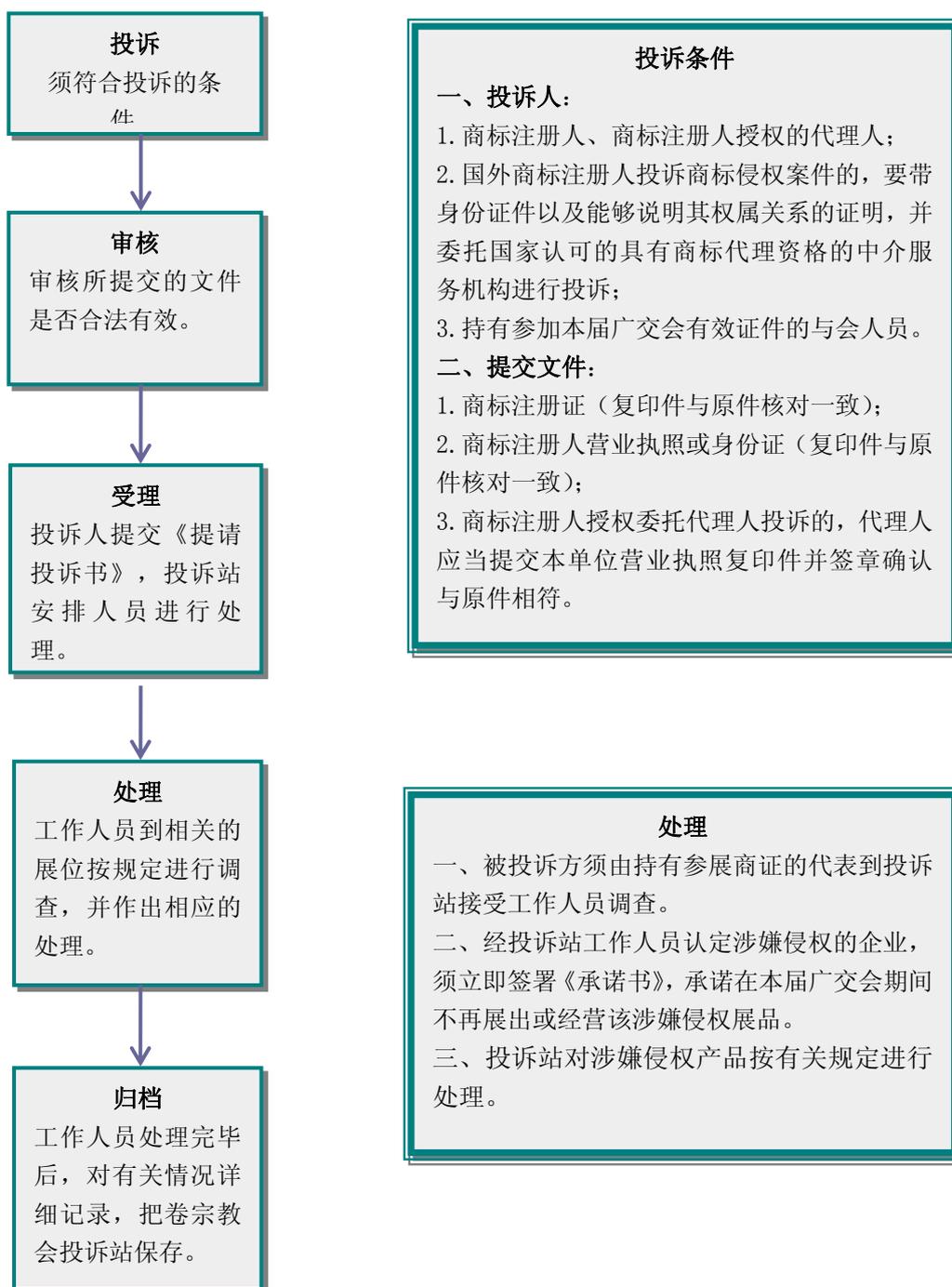
### 投诉条件

- 一、投诉人：**1. 专利权人、专利实施许可合同的被许可人（除合同另有约定外，普通实施许可合同的被许可人不能单独提出请求）、专利权的合法继承人或其代理人；2. 持有参加本届广交会有效证件的与会人员。
- 二、提交文件：**1. 专利证书（复印件与原件核对一致）；专利公告文书；2. 专利权人身份证或工商登记证（复印件与原件核对一致）；3. 委托授权书及代理人身份证，委托授权书需由专利权人签名或由法定代表人签名并加盖单位公章；4. 专利法律状态证明（专利登记簿副本或由专利信息中心提供的检索证明）；5. 专利实施许可合同的被许可人需提交许可合同及被许可人身份证明；6. 专利权的合法继承人需提交专利权合法继承的证明文件；7. 投诉人为外国人的，需提交身份证件及能够证明其权属关系的当地宣誓公证和我国驻当地使馆的认证书，材料是外文的需有中英文对照；投诉人为香港、澳门、台湾地区的，需提交有关公证认证文件。如非权利人应提供授权委托书。

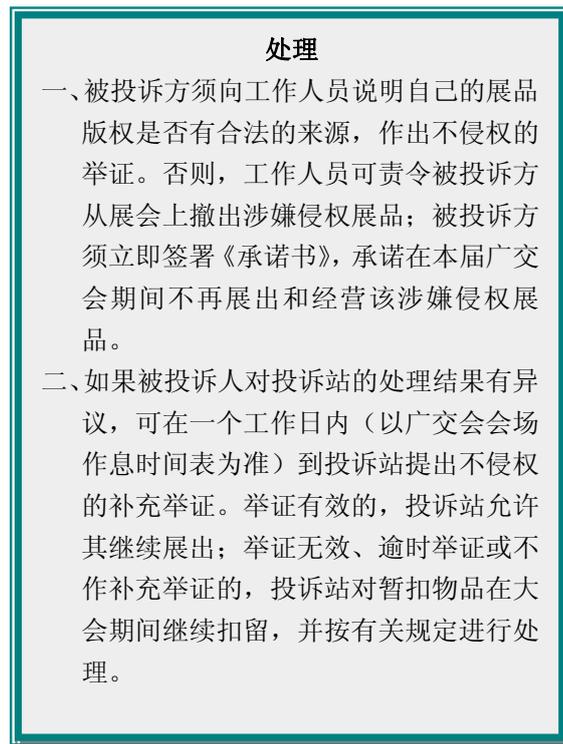
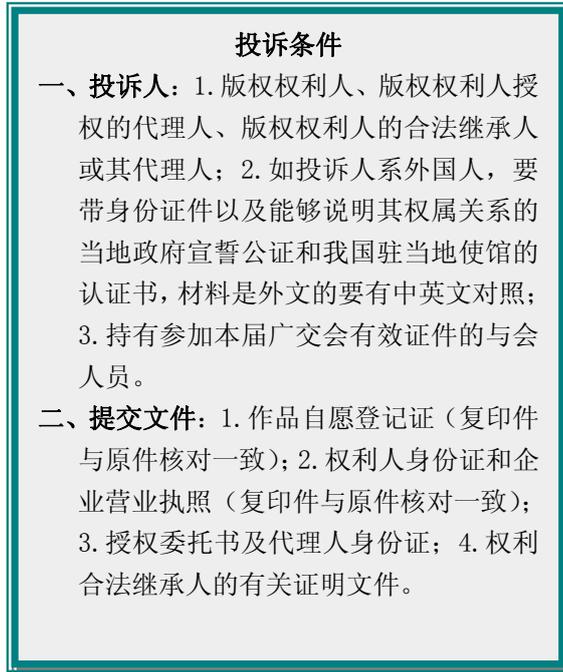
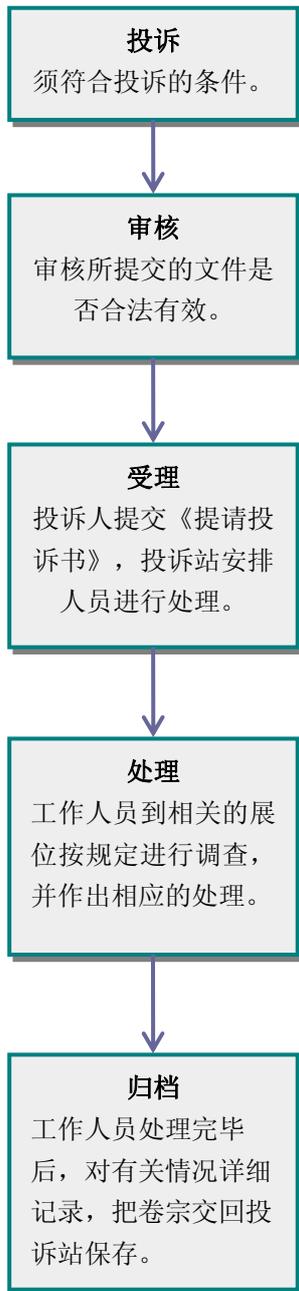
### 处理

- 一、被投诉方**须向工作人员提交合法有效的证据及证明文件，作出不侵权的举证。否则，工作人员经过调查取证认定涉嫌侵权后，可责令被投诉方从展会上撤出涉嫌侵权展品；被投诉方须立即签署《承诺书》，承诺在本届广交会期间不再展出和经营该涉嫌侵权展品。
- 二、被投诉人对投诉站的处理结果有异议的**，可在一个工作日内（以广交会会场作息时间表为准）到投诉站提出不侵权的补充举证。举证有效的，投诉站允许其继续展出；举证无效、逾时举证或不作补充举证的，投诉站对责令自撤而未自撤的展品进行暂扣。

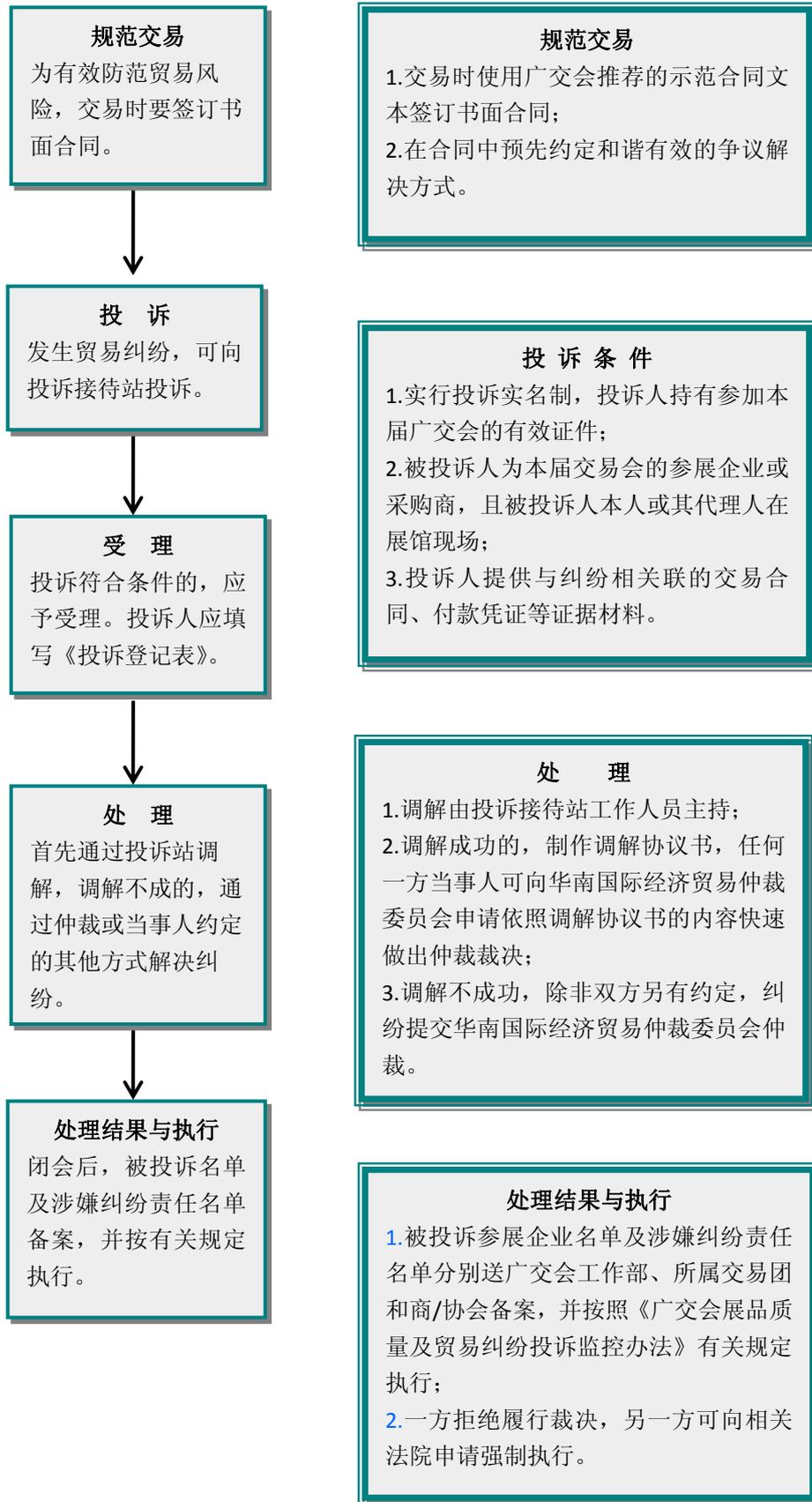
## 附件 7 广交会商标涉嫌侵权纠纷接受投诉、处理流程



## 附件 8 广交会版权涉嫌侵权纠纷接受投诉、处理流程



## 附件9 广交会贸易纠纷防范与解决流程



## 附件 10 广交会出口展展位使用责任书

编号：（广交会编码）

### 第 届广交会出口展展位使用责任书

[交易团与参展企业]

为规范广交会展览秩序，健全和落实问责制，防止违规使用展位、知识产权侵权、违规宣传及摆放展品等不正当参展行为，减少贸易纠纷，甲方（组团单位）与乙方（参展企业）共同签定本责任书。

一、甲方安排乙方第 113 届广交会 展区一般性展位共 个。甲方负责乙方品牌展位 （展位号）及一般性展位 （展位号）的管理。乙方保证上述展位按参展实名制，以实际使用者的名义如实进行备案登记，并承担所有的相应责任。

二、在广交会期间，乙方必须接受并配合由广交会有关机构组织实施的展位使用情况现场检查 and 监管。

三、乙方保证严格遵守《中国进出口商品交易会出口展展位使用管理规定》，不得以任何形式违规使用展位。凡属违规转让或转租（卖）展位、空置展位以及所涉展位归属纠纷等违规行为，一经大会业务办确认，将严格按《中国进出口商品交易会出口展展位使用管理规定》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。

四、乙方保证其所有展品、展品包装、宣传品及展位的其他展示部位等方面均没有侵犯他人的知识产权，一旦被投诉知识产权侵权，保证配合大会业务办（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》及相关实施细则规定进行的处理。

五、乙方保证配合大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）》以及《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》，服从大会业务办依据上述办法做出的纠纷处理决定。

六、乙方须严格遵守《广交会馆内宣传品管理规定》，在参展期间不得在展览场地内以任何形式陈列、展示其他展览会、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的资料；不得为其他展览会、专业批发市场或网站进行任何形式的宣传活动。如发生超越其固定区域发放、或擅自派发未经审批的宣传品行为，一旦经广交会认定，

将按《广交会馆内宣传品管理规定》相应处罚。

七、乙方须严格遵守《参展展品管理规定》，负责管理所属展品，配合大会、商协会和甲方对展品的检查监管行为，如发生超展位面积摆放等展品违规、侵权行为，一旦经广交会认定，将按《参展展品管理规定》相应处罚。

八、乙方同时承诺认真遵守广交会所有规定，做好参展工作。

九、本责任书一式叁份，自签署之日起生效；甲乙双方各执一份，广交会业务办备案一份。

甲方（组团单位）：

乙方（参展企业）：

（公章）

（公章）

代表：

代表：

日期：

日期：

注：

1. 编号：按参展企业广交会编码。
2. 品牌及一般性展位使用责任书均由交易团与参展企业签订。
3. 请参展企业签署后提交给所属交易团，各交易团汇总本团企业的展位责任书，统一签署后于开幕前归档到广交会工作领导小组办公室秘书处。

# 第13届中国进出口商品交易会撤展路线图

