

广交会参展企业邀请采购商活动

奖励办法（试行）

一、总则

（一）根据国际展会通行做法，展览主办机构通常将参展企业视为邀请采购商重要的合作伙伴。为鼓励广交会参展企业积极参与采购商邀请，特制定《广交会参展企业邀请采购商活动奖励办法》。

（二）广交会参展企业邀请采购商活动（以下简称“i-邀请”活动）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）易捷通平台向采购商发送邀请的广交会参展企业（以下简称参展企业）。文中的采购商是指参加广交会的境外采购商。

（三）参展企业在广交会官方网站易捷通平台参加活动之前，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。

二、参加条件

（一）“i-邀请”活动面向广交会当届所有参展企业，获取“i-邀请”活动奖励的参展企业需在近两届广交会均有参展记录。

（二）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“i-邀请”活动不需要向广交会缴纳任何费用。

三、奖励办法

（一）在线展示。通过广交会官方网站对参加“i-邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。广交会开幕前5个工作日内，在广交会官方网站公布当届参展企业参加“i-邀请”活动“发送邀请数量”；广交会闭幕后20个工作日内，在广交会官方网站公布当届参展企业参加“i-邀请”活动金奖、银奖评比获奖名单。

（二）现场展示。通过广交会现场展商展品查询系统、采购商报到处电视广告对参加“i-邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。

（三）媒体服务。通过广交会官方脸书（Face book）账号对“i-邀请”活动的参展企业进行展示及宣传。

（四）实物奖励。对参加“i-邀请”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。

（五）符合条件的企业在广交会品牌展位评审中予以加分。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；累计不超过3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。（金奖、银奖具体评比办法见附件）

第（一）至（四）条奖励办法，根据参展企业在“i-邀请”活动发出邀请数量、应邀到会新采购商数量及排名划分不同的奖励等级并执行相应的奖励（奖励措施在当届广交会官方网站公布）。“i-邀请”活动对参展企业按发出邀请数量实施的奖励（不含广交会品牌展位评审加分奖励）在当届执行。“i-邀请”活动对参展企业按应邀到会新采购商数量实施的奖励（不含广交会品牌展位评审加分奖励）在下一届广交会执行。

四、相关职责

（一）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“i-邀请”活动。

（二）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。

五、附则

（一）中国对外贸易中心对“i-邀请”活动的有关事宜拥有最终解释权。

（二）本办法自第122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。

（三）本办法为试行办法，将视具体实施情况适时调整。

附件

广交会“i-邀请”活动金奖、银奖 评比办法

一、评比标准

每届广交会对参加“i-邀请”活动发送邀请量达到 10 封以上（含 10 封），并应邀到会境外采购商（含新、老采购商）数量达到 5 人以上（含 5 人）的所有参展企业进行评比，各评比指标分值加总由高至低排名评选。

每届评比各指标分值加总 80 分以上（含 80 分）的参展企业获得金奖；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 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。

二、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=“发送邀请数量”得分×10%+“应邀到会的境外新采购商数量”得分×70%+“应邀到会的境外老采购商数量”得分×20%

（一）发送邀请数量（占 10%）：参展企业在广交会官方网站易捷通平台，使用带编码的“i-邀请”活动邀请函模

板，填写境外采购商姓名、公司名及邮箱地址，并点击发送，后台记录发送成功的数量。参展企业对一个采购商多次邀请的只计算一次。参加评比的参展企业按发送邀请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%

（二）应邀到会的境外新采购商数量（占 70%）：境外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。在当届广交会到会的新采购商中使用“i-邀请”活动邀请函编码、或者采购商公司名、或者采购商邮箱地址与参展企业发送的邀请函编码、境外采购商公司名及邮箱地址进行匹配并排除重复后的数量。一个境外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。参加评比的参展企业按应邀到会的境外新采购商数量由高至低进行排序，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%

(三) 应邀到会的境外老采购商数量 (占 20%): 境外老采购商指当届非首次办理广交会境外采购商证件的采购商。在当届广交会到会的老采购商中使用“i-邀请”活动邀请函编码、或者采购商公司名、或者采购商邮箱地址与参展企业发送的邀请函编码、境外采购商公司名及邮箱地址进行匹配并排除重复后的数量。一个境外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。参加评比的参展企业按应邀到会的境外新采购商数量由高至低进行排序, 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%