

## 附件 2

# 2022 年广交会设计创新奖评选活动方案

广交会每年评选一次设计创新奖，旨在甄选国内外兼具设计价值和商业价值的设计精品，通过广交会平台展现设计价值、提升品牌传播、促进对接交流，助力国际贸易高质量发展。具体方案如下：

### 一、奖项愿景

树立品质标杆，引导设计创新。

### 二、奖项名称

中：广交会设计创新奖（简称 CF 奖）

英：Canton Fair Design Award (CF Award)

### 三、组织架构

**主办单位：**中国对外贸易中心集团有限公司。

**协办单位：**各交易团（分团）、各进出口商协会。

**合作单位：**联合国工发组织投资与技术促进办公室

下设 CF 奖评选办公室和 CF 奖评审委员会。评选办公室负责活动具体策划、组织和实施。评审委员会由初评、终评的评委组成，设评委会主席一名，由设计界德高望重的专家担任，负责主持评选会议和评选实施。

### 四、产品类别

电子家电、建材家装、工业制造、家居消费、五金工具、

时尚生活、健康休闲等七大类（视广交会展览板块动态调整）。

## 五、奖项设置

（一）按七大类别设置奖项，每一类均设金银铜奖；设置至尊金奖，授予所有产品中得分最高者，数量 1-2 名。

（二）设可持续发展奖。已获得金、银、铜、至尊金奖的产品，可同时获得可持续发展奖。

## 六、获奖权益

（一）**颁奖仪式**：每年秋交会举行，邀请有关领导嘉宾对获奖者进行颁奖。

（二）**线下展示**：每年两届广交会期间在线下主题展示，吸引全球采购商参观，实现采购商与获奖企业间的精准引流。

（三）**线上展示**：在广交会官方网站设立在线展示专区，全年不间断展示历届获奖产品。在广交会展商展品系统突出 CF 奖标签，优先搜索排名，实现智能引流。

（四）**获奖印刷品**：授予奖杯及证书；出版获奖产品年鉴图册，赠予全球重要工商团体、大买家和广交会 VIP 采购商。

（五）**标识使用**：获奖后一年内免费使用“广交会设计创新奖”及“CF 奖”名义及 LOGO 进行自主推广宣传。

（六）**官方境内外宣传**：通过广交会官方渠道大力宣传 CF 奖获奖产品及获奖者。

（七）**展览新品推广**：获奖者有机会获邀于广交会期间组织新品发布或其他宣传推广项目，并可获得免费优先使用

广交会期间 1 间会议室资格。

**(八) 品牌展位评审加分：**若获奖者为广交会出口参展企业，则自上一次品牌评审以来，每获铜奖 1 次相应展区加 0.5 分，每获银奖 1 次相应展区加 1 分，每获金奖 1 次相应展区加 2 分、每获至尊金奖一次相应展区加 3 分，每一展区累计不超过 3 分。

## **七、参评规则**

### **(一) 参评范围**

评选载体为产品，评选活动面向所有企业、机构开放，不限国别。

### **(二) 参评条件**

1. 参评产品需为参评企业/机构原创产品，且须为上市 5 年以内的作品。

2. 同一参评产品仅能由唯一企业/机构申请。每家企业/机构申请参评产品上限为 10 件/系列产品。

3. 曾获 CF 奖产品不可重复参评；同一系列，或功能、外形、设计理念相似的产品不得重复申请参评。

4. 参评企业/机构须自愿签署遵守参评规则的承诺书，并遵守主办方关于活动组织的各项合法主张。

5. 参评产品不得存在任何知识产权纠纷或争议。主办方将与知识产权保护机构密切合作，如有经权威认定的侵权或涉嫌侵权情况发生，及时召回相关产品所获的奖项。

### **(三) 评审标准**

### 1. 七大类产品评选标准:

创新性、功能性、品质、美感性、环保性。

2. 可持续发展奖评选标准: 从经济增长、社会包容、绿色发展三个核心要素考量, 有助于实现联合国可持续发展目标。

**(四) 评委构成:** 初评评委由境内外不同地区大买家、龙头企业设计总监、商协会代表、境内外设计师、媒体代表等组成。终评评委主要由联合国系统内或国际组织专家、境内外设计界专家学者、行业质量专家组成。

**(五) 评选办法:** 初评评委举行线上评审会议, 按照评审标准在线筛选入围终评产品。终评评委对入围产品实物进行评选, 并集中举行评审会议。

## 八、评选流程

每年 5 月底结束参评产品征集, 6 月上旬完成参评资质审核, 6 月中旬组织网络远程初评, 6 月底公示初评结果, 7 月组织入围终评的单位寄送产品实物, 8 月举行终评评选会, 8 月底公示终评结果, 9 月筹备印制年鉴和其他奖励措施, 10 月举行颁奖仪式和落实获奖产品的线上线下展示。

## 九、费用

CF 奖评选活动不对参评者收取费用。参评者需自行承担进入终评环节后的产品实物寄送及回运费, 以及其他认为有必要的产品保险费用。