

中国进出口商品交易会

会业字〔2015〕3号

关于第117届广交会出口展组展工作的通知

各交易团（分团）、各进出口商会、外资协会：

为做好第117届广交会筹备工作，现就组展工作安排通知如下，请遵照执行。

一、组展工作总体指导思想

全面贯彻落实十八届三中全会、全国经济工作会议和全国商务工作会议精神，以及国务院和商务部领导关于广交会“创新求变”的指示精神，积极适应经济发展新常态，稳中求进、创新驱动，保持展览格局基本稳定，全面提升展览专业化水平、优化参展结构与质量，进一步推动广交会绿色发展，提高广交会办展水平和核心竞争力，为促进我国外贸稳增长、调结构、培育外贸竞争新优势服务。

二、时间、地点

第117届广交会分三期在中国进出口商品交易会展馆举办，各展期时间安排如下：

第一期：4月15日-19日；

第二期：4月23日-27日；

第三期：5月1日-5月5日；

换展期：4月20日-22日和4月28日-30日；

展期对外洽谈时间：每日9:30-18:00。

三、展览布局

第117届广交会展位总规模约6万个，展期设置、展览布局维持第116届不变（详见附件1），继续设置新能源、宠物用品、户外水疗设施等新题材展区；继续在第一期家用电器、第三期家用纺织品等展区推行进、出口融合办展模式；合并第三期的医药及保健品、医疗器械/耗材/敷料展区为医药保健品及医疗器械展区；根据交易团需求优化调整机械类重组展区的规模与位置。

第117届广交会通过改进展厅展位布局新增展位41个，全部用于安排对应类别的品牌展位。

四、展位安排

（一）品牌展位

第117届广交会品牌展位数量安排原则维持第116届不变，原属医药及保健品、医疗器械/耗材/敷料展区的品牌展位，相应调整为医药保健品及医疗器械展区的品牌展位。对于自愿退回或被大会收回的品牌展位，根据《中国进出口商品交易会出口展品牌展位数量安排办法》及其实施细则，按照对应展区第112届品牌企业评审结果重新安排。

第 117 届广交会品牌展位位置安排原则上保持不变。为提升展览专业化水平，允许部分有条件的展区根据产品专业化分区，相应调整品牌展位位置安排。

在不违反品牌展位位置安排原则的前提下，允许同一企业在同一展区内的品牌展位和一般性展位位置粘连，并进行统一特装，且粘连的一般性展位不得联营。第 117 届优化粘连展位申请流程，通过广交会网络管理与服务系统默认粘连申请、交易团（分团）核对确认的方式处理，详见附件 2。

（二）一般性展位

1. 各交易团一般性展位数量安排与调整。

第 117 届广交会一般性展位数量安排（第三期中央通道展位除外）原则按第 116 届最终状态确定。

有展位类别调整需求（含等量/不等量调整与还原）的交易团（分团），可自行协商一致后，通过广交会网络管理与服务系统提交调整申请。

2. 新能源、宠物用品展区的企业展位数量原则按第 116 届办法，结合第 117 届企业申报情况择优安排。重新安排的展位包括第 116 届因违规使用被收回的展位，以及企业主动退回的展位。具体事宜详见《关于第 117 届广交会新能源和宠物用品展区参展企业审核与推荐有关事宜的通知》（会业字〔2014〕47 号）。

3. 铁石装饰品及户外水疗设施展区展位安排。

第 117 届广交会铁石装饰品及户外水疗设施展区企业申请展位时间延长至 2015 年 1 月 15 日，并于 1 月 12-19 日通过广交会网络管理与服务系统开展该展区交易团（分团）展位需求申报。属铁石装饰品类别的基数内展位按第 116 届最终状态确定，无需申报。

4. 展馆 A 区中央通道展位安排。

第 117 届广交会展馆 A 区中央通道展位第一、二期原则按第 116 届最终状态确定；第三期重新开展需求申报，并优先安排相关地区特色产业集群展位，具体事宜另文通知。

五、组展时间进度

经第 117 届广交会工作领导小组办公室第一次会议表决并通过，确定了第 117 届广交会组展时间进度计划。在此基础上，结合提升参展质量等工作的有关要求，相应调整组展工作进度计划（各环节用时基本不变）。整体组展工作拟于 3 月 11 日前完成（详见附件 3），其中：

1. 品牌展位：数量安排与位置备案预置于 2014 年 12 月 18 日、2015 年 1 月 20 日前完成；

2. 一般性特装展位：数量安排于 1 月 22 日前完成（A 区第一、二期中央通道于 2 月 13 日前完成），位置备案预置于 3 月 4 日前完成（商协会 2 月 9 日提交）；

3. 一般性标准展位：数量安排和位置备案预置分别于 2015 年 2 月 13 日、3 月 11 日前完成。

第 117 届广交会继续实行特装超期更改处罚机制，在一般性特装展位数量安排截止日（1 月 22 日）后，不再接受一般性特装展位的追加申请（替换一般性特装退出企业的除外），企业如发生一般性特装展位更改，按处罚机制处理（详见附件 4）。

六、组展优化工作

（一）加强展品专业化分区工作，提升展览专业化水平

为提升展览专业化水平，第 117 届广交会将进一步扩大展区内展品专业化分区的范围，具体涉及展区包括：

第一期：电子消费品及信息产品、电子电气产品、汽车配件、车辆、工程农机、大型机械及设备、五金、工具、建筑及装饰材料、卫浴设备、化工产品、新能源等展区；

第二期：宠物用品、玩具、编织及藤铁工艺品、铁石装饰品及户外水疗设施等展区；

第三期：运动服及休闲服、服装饰物及配件、家用纺织品、纺织原料面料、体育及旅游休闲用品、医药保健品及医疗器械、食品等展区。

（二）加强参展企业优胜劣汰工作，提升展览质量

第 117 届广交会各交易团和商协会要进一步加强企业参展资质审核，严格执行参展企业出口额达标率 80%的规定，继续落实参展企业年更新率 5%的优化措施，优先安排环保、低碳产品参展。

（三） 规范广交会组展业务在线管理工作，提高组展管理水平

为完善制度，简化流程，推行环保高效的无纸化办公，经第 117 届广交会工作领导小组办公室第一次会议表决通过，第 117 届起实施《广交会出口展组展业务线上管理规范》，各组展单位通过组展业务系统专用管理账号办理的组展业务，具有与本单位书面盖章确认同等的效力，并对本单位操作账号在组展业务系统的操作结果负责。

（四） 加强展品质量与贸易纠纷投诉监控，完善组展制度

经第 117 届广交会工作领导小组办公室第一次会议表决通过，第 117 届起实施新修订的《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》，主要从以下三个方面进一步完善：一是增加“督促企业规范签约行为，严格约定产品质量标准”的内容；二是在展前监控中，明确须根据不同原因的投诉，提供不同的材料；对产品质量以外原因的投诉，要求提供工商管理部门企业信用信息的核查结果；三是增加对已被证明免责的被投诉方解除重点监控的内容。

七、 执行退展位约束机制（新能源、宠物用品展区除外），详见附件 5

八、 规范刀具展品安全管理

按照大会保卫办要求，第 117 届将进一步加强刀具展品

安全管理。请交易团（分团）与相关商协会督促相关企业如实填报刀具展品，获展位安排后须按要求指定专人负责管理刀具展品，并登记备案企业信息与刀具展品资料，详见 2015 年 1 月 23 日大会保卫办印发的《关于切实做好中国进出口商品交易会刀具展样品参展安全管理工作的通知》。

九、设置撤换展回旋运作区域，详见附件 6

十、开展组展表彰工作，详见附件 7

十一、开展内外贸对接工作

第 117 届广交会继续坚持参展企业自愿接待的原则，通过在展位上加贴“欢迎国内采购商参观”的标识，对有参展资质的国内专业采购商开放。

十二、进口展区

第 117 届广交会进口展区规模 2 万平方米，产品类别分为 6 大类，其中第一期展出电子及家电、建材及五金、机械设备；第三期展出食品及饮料、家居用品、面料及家纺。请各交易团（分团）向外贸中心积极推荐国内采购商。

为进一步提升广交会的专业化和国际化水平，第 117 届广交会将继续以试点方式探索进、出口展区融合办展新模式，将进口展区部分电子及家电类题材、面料及家纺类题材企业，分别于第一期 A 区 5.2 号展厅及第三期 C 区 15.1 号展厅展出，促进与出口展同题材企业相互交流，提升展览效果。

十三、会议论坛活动及 CF 奖相关安排

（一）同期会议论坛活动

第 117 届广交会同期的论坛活动，旨在帮助企业开拓创新视野和启发创新模式，重点举办“电子家电行业峰会”，邀请境内外电子家电产品领域的专家，综合研讨行业消费行为分析、技术研发、设计趋势等。国际市场论坛将以印度为主题，响应国家“一带一路”区域合作的战略构想。此外，将着力组织营销论坛，引入供应链管理、营销渠道建设和营销风险管理等议题。

（二）“设计提升贸易”系列活动

广交会产品设计与贸易促进中心将加强与更多专业机构和商协会合作，组织更加丰富的国际设计资源在广交会期间与企业对接；并继续举办“送设计到基地”活动，组织设计师在广交会之外到产业基地交流，助力产业集群转型升级。

（三）2015 年 CF 奖评选活动

2013、2014 年广交会出口产品设计奖（简称 CF 奖）的获奖产品，目前正以在线展示、图册宣传、海外推介等方式向全世界采购商宣传，并在广交会期间进行实物展示推介。2015 年 CF 奖参评免费报名工作正在进行中，希望广大企业积极参与，充分利用广交会平台扩大营销商机，提升企业品牌影响力。详情请参阅广交会官网。

十四、继续推进广交会绿色发展

按照商务部办公厅《关于印发〈广交会绿色发展计划〉的通知》（商办贸函[2014]69号）规定，第117届广交会绿色展位普及率目标为70%，其中A区绿色展位普及率目标为72%，重点推动各展厅主通道的参展企业实施绿色布展，适当提高重点推进展厅的绿色展位普及率目标，5.1号展厅第一期力争达到85%，第二、三期力争达到100%，11.3号展厅力争达到85%，C区4楼展厅力争达到95%。请各交易团（分团）、各商协会高度重视，加大推动工作力度：一是尽早启动组织工作，并在特装审核、展位位置安排等节点加强动态监控，及时做好企业绿色布展的引导和监督。二是外贸中心继续加强特装审图环节管理，及时向交易团（分团）、商协会通报不合格的已申请绿色特装布展的企业名单，交易团（分团）、商协会要根据通报情况，及时采取积极有效的应对措施。三是落实奖励措施，尽快制定对积极开展绿色布展先进企业在一般性展位分配和展位位置安排方面的优先安排办法，并结合第115、116届广交会绿色布展工作的实施情况予以落实。

特此通知

附件：1. 第117届广交会展区布局图

2. 广交会品牌展位与一般性展位位置粘连的确

认及安排办法

3. 第 117 届广交会组展工作进度计划表（调整）
4. 广交会出口展特装超期更改处罚机制
5. 广交会退展位约束机制
6. 第 117 届广交会撤换展回旋区域设置
7. 第 117 届广交会组展工作表彰标准

中国进出口商品交易会业务办公室

2015 年 2 月 11 日

