

中国进出口商品交易会

会业字〔2015〕24号

关于第118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118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

全面贯彻落实十八大、十八届三中、四中全会、全国经济工作会议和全国商务工作会议精神，根据国务院领导同志指示精神，按照商务部领导要求，充分认清当前复杂严峻的外贸形势，积极适应外贸发展新常态，坚持稳中求进、改革创新，保持展览格局基本稳定，进一步提升广交会专业化、品牌化、信息化和规范化水平、优化参展结构与质量，进一步丰富展览信息交流功能，进一步推动广交会绿色发展，积极打造“智慧广交会”，实现广交会专业办展水平和成效的新提升，积极助力我国外贸稳增长、培育外贸竞争新优势。

二、时间、地点

第118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：10 月 15 日-19 日；

第二期：10 月 23 日-27 日；

第三期：10 月 31 日-11 月 4 日；

换展期：10 月 20 日-22 日和 10 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 118 届广交会展位总规模约 6 万个，展期设置、展览布局维持第 117 届安排不变（详见附件 1）。

四、展位安排

（一）品牌展位

根据部外贸司《关于推迟广交会品牌展位企业重评工作的通知》（商贸促函〔2015〕110 号），第 118 届广交会品牌展位数量安排按第 117 届最终状态确定，对于自愿申请退回或被大会收回的品牌展位，按 2014 年修订下发的《中国进出口商品交易会出口展品牌展位数量安排办法实施细则》中关于退回和收回品牌展位的重新安排的有关办法，予以重新安排。

为提升展览专业化水平，部分有条件的展区可根据产品专业化分区工作需要，相应调整优化第 118 届广交会有关品牌展位位置安排。

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 118 届将优化

品牌企业的一般性展位粘连申请与审核流程，在品牌展位位置安排阶段同步开展品牌企业的一般性展位粘连申报与审核工作。具体详见附件 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 118 届广交会各展区一般性展位（新能源、宠物用品展区、户外水疗设施题材以及第三期中央通道展位除外）数量安排按第 117 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、宠物用品展区企业展位数量安排

第 118 届广交会新能源、宠物用品展区企业展位数量暂按照“老企业达标保留、新企业择优安排”的原则安排，其中新企业暂按第 116 届新能源、宠物用品展区展位数量安排办法，结合第 118 届企业申报情况择优安排。最终工作要求和安排另行通知。

3. 铁石装饰品及户外水疗设施展区展位安排

第 118 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 7 月 15 日，并于 8 月 5-12 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 117 届最终状态确定，无需另行申报。

4. 展馆 A 区中央通道展位安排

第 118 届广交会展馆 A 区中央通道展位第一、二期各交易团展位数量按第 117 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

第 118 届广交会组展时间较为紧迫，为确保整体进度，在时间进度计划上适当压缩了各环节时间，并根据展区是否涉及品牌展位数量安排调整，实行展位位置分两批安排，整体组展工作拟于 9 月 18 日前完成（详见附件 3），其中：

品牌展位：数量调整安排于 8 月 12 日前完成，位置备案预置第一批于 8 月 21 日、第二批于 8 月 31 日前完成；

一般性特装展位：数量安排于 8 月 17 日前完成（交易团于 8 月 12 日提交），位置备案预置第一批于 9 月 9 日前、第二批于 9 月 14 日前完成；

一般性标准展位：数量安排于 8 月 28 日前完成，位置备案预置第一批于 9 月 16 日、第二批于 9 月 18 日前完成。

其中，涉及品牌展位数量安排调整的展区（第二批）包括：

第一期：家用电器，电子消费品及信息产品，通用机械、小型加工机械及工业零部件，车辆，建筑及装饰材料，卫浴设备，五金；

第二期：玩具，日用陶瓷，工艺陶瓷，家具，节日用品，

礼品及赠品；

第三期：裘革皮羽绒及制品，食品，男女装，医药保健品及医疗器械，运动服及休闲服，鞋，箱包，办公文具，纺织原料面料，家用纺织品。

其余展区为第一批。

第 118 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（8 月 17 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）进一步拓展、优化展品专业分区工作，提升展览专业化水平

为提升展览专业化水平，在巩固、优化现有展区内展品专业分区成果基础上，第 118 届广交会将设置展品专区的展区范围进一步扩大至 26 个展区，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、照明产品等展区；

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、园林用品等展区；

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、鞋等展区。

同时，为进一步提高展品专业分区的工作成效，第 118 届将通过信息化手段，在广交会展位图纸管理系统增设色块标识展品专区的功能，商协会在安排企业展位位置时，可根据专区色块分布情况，更直观地检验、优化专区展位位置安排。

（二）加强资质审核，推动优胜劣汰，提升展览质量

第 118 届广交会，各交易团和商协会要切实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）全面加强专业化宣传推广工作

第 118 届广交会继续强化专业化宣传推广，在参展易捷通系统增设品牌企业亮点展品的申报平台，亮点展品可通过官方网站专栏分专业板块提前推送，并有机会纳入广交会官方微信、FACEBOOK 等多种宣传推广渠道。同时，第 118 届还将分专业板块改版参展商名录，强化对品牌企业的宣传。

七、继续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、继续设置撤换展回旋运作区域

详见附件 6

九、继续开展组展表彰工作

详见附件 7

十、规范刀具展品安全管理

按照大会保卫办要求，第 118 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，切实做好参展刀具展样品的申报、保管、检查、管理和防控，如实申报和报备登记，指定专人管理，展示期间参展刀具样品均须入柜，存放刀具的展柜必须带锁，不得在展馆内赠送、买卖刀具展样品等。详见大会保卫办 2015 年 7 月 23 日印发的《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》。

十一、开展内外贸对接工作

第 118 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 118 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。目前，已有来自 45 个国家与地区的近 600 家企业确定参展，包括澳大利亚、阿根廷、日本、土耳其、韩国等国家展团和众多相关行业的国际知名企业，欢迎各交易团（分团）向外贸中心积极推荐国内采购商。

十三、会议论坛活动及广交会出口产品设计奖相关安排

（一）“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在第 118 届迎来五周年庆典，将在第三期推出“广交会原创设计产品时尚秀”，通过动态走秀和静态展示相结合的模式，向参展企业呈现原创设计精品；组织更多优质国际设计资源，举办日本主题设计展示，邀请黑川雅之等设计权威与会；同时，以五周年为契机，推出出版《PDC 设计》并举行首发仪式、组织原创设计邀请展等一系列设计活动。

（二）2015 年广交会出口产品设计奖评选活动

在进一步丰富获奖奖励措施和拓宽征集渠道的基础上，2015 年广交会出口产品设计奖（简称 CF 奖）的征集规模 and 产品质量继续保持上升态势，共有 486 家企业的 773 件产品参评，共邀请到包括国际工业设计协会执委渡边诚（日本）、官政能（台湾）、国际红点奖评委何人可、联想集团首席设计师姚映佳等 40 名来自 13 个国家和地区的权威评委，奖项颁奖仪式将在第 118 届广交会期间举办，2016 年 CF 奖评选产品征集届时将同步启动，欢迎关注。

（三）同期会议论坛活动

第 118 届广交会同期的论坛活动继续以帮助企业开拓创新视野和启发创新模式为突破点，组织举办包括设计体验、流行趋势、品牌营销、法律咨询等在内的一系列论坛，敬请关注并积极动员企业参加。

十四、进一步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）要求，第118届广交会绿色展位普及率目标为80%，重点推进的展馆A区绿色展位普及率目标为82%，主通道展位全面实施绿色布展，5.1展厅第一期力争达到90%，第二期、第三期力争达到100%；11.3展厅力争达到90%；C区4楼展厅力争达到100%。为达成目标，外贸中心将继续加强特装审图环节管理，及时向交易团（分团）、商协会通报绿色展位普及率达标动态情况；已申报绿色特装的企业，须按规定申报绿色布展方案；凡方案未通过审核或现场复核未达标的，均不能计入交易团达标率统计范围，同时对相关施工单位进行处罚；经复核当届不符合绿色展位标准的主通道参展企业，下届将不再安排主通道展位位置。

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，出台明确的实施细则，可视情将绿色布展与展位分配、展位位置安排挂钩。在安排特装展位位置时，优先安排已申报绿色布展的企业，特别是主通道展位只能安排给已申报绿色布展的企业，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。同时，要根据外贸中心通报的达标情况和企业

名单，及时采取积极有效的应对措施。绿色展位普及率目标完成情况，将作为第 118 届广交会组展工作考核和奖励的重要参考指标。

二是采取有效措施进一步减少特装展位搭建材料废弃物排放。凡不能实现零排放的参展企业，如需大会协助清运搭建材料废弃物，从第 118 届广交会起，将适当提高统一清运收费标准，拟从 250 元/标准展位提升到 500 元/标准展位，由特装施工单位提出申请后委托大会进行统一清运。对不按时进行清运或违规乱丢弃的，加大处罚力度。

特此通知

附件：1. 第 118 届广交会展区布局图

2. 广交会一般性展位与品牌展位位置粘连申请
与安排办法

3. 第 118 届广交会组展工作进度计划安排

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

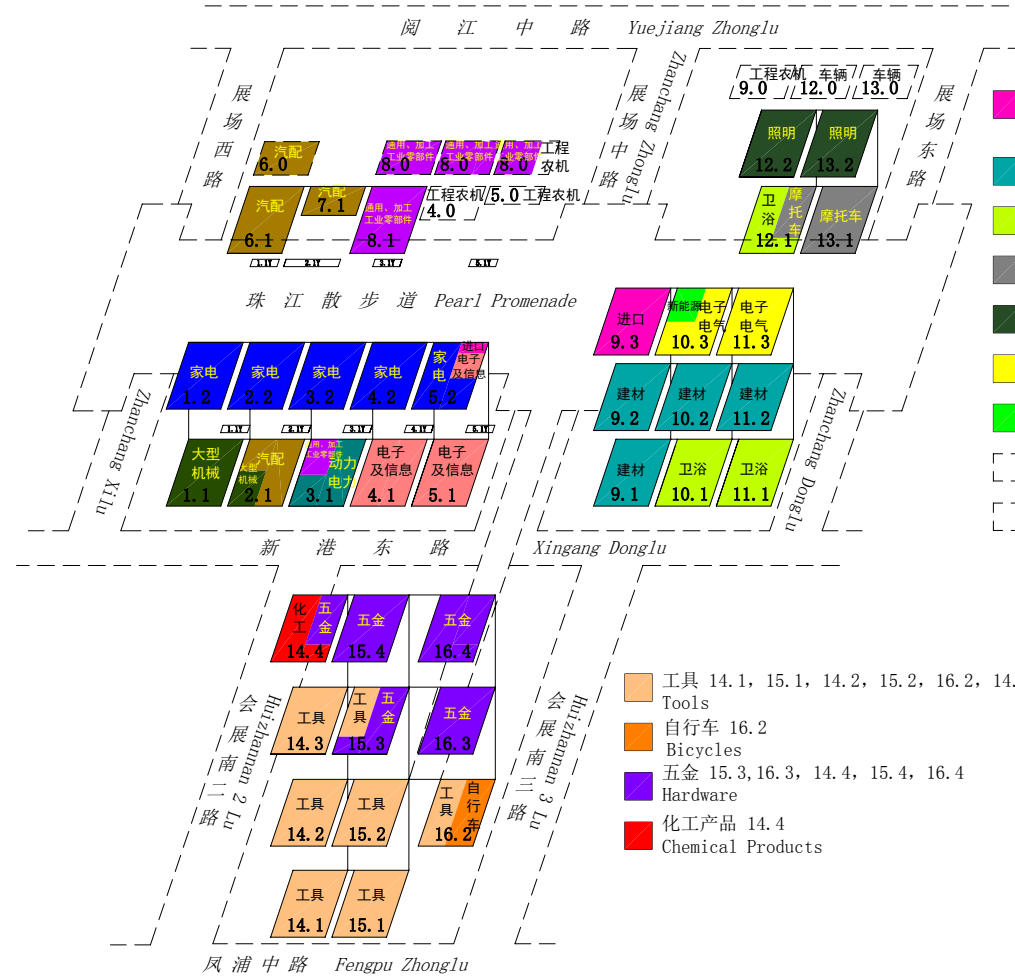
6. 第 118 届广交会撤换展回旋区域设置

7. 第 118 届广交会组展工作表彰标准



第118届中国进出口商品交易会（第一期） The 118th China Import and Export Fair (Phase 1)

- 进口展区 5.2
International Pavilion
- 大型机械及设备 1.1, 2.1
Large Machinery & Equipment
- 汽车配件 2.1, 6.1, 7.1, 6.0
Vehicle Spare Parts
- 通用机械、小型加工机械及工业零部件 3.1, 8.1, 8.0
General Machinery, Small Processing Machinery and Industrial Accessories
- 动力、电力设备 3.1
Power Machinery and Electric Power
- 电子消费品及信息产品 4.1, 5.1, 5.2
Consumer Electronics and Information Products
- 家用电器 1.2, 2.2, 3.2, 4.2, 5.2
Household Electrical Appliances
- 工程农机 4.0, 8.0
- 工程农机（室外） 5.0
- Construction and Agriculture Machinery (Outdoor)



- 进口展区 9.3
International Pavilion
- 建筑及装饰材料 9.1, 9.2, 10.2, 11.2
Building and Decorative Materials
- 卫浴设备 10.1, 11.1, 12.1
Sanitary and Bathroom Equipment
- 摩托车 12.1, 13.1
Motorcycles
- 照明产品 12.2, 13.2
Lighting Equipment
- 电子电气产品 10.3, 11.3
Electronic and Electrical Products
- 新能源 10.3
New Energy Resources
- 工程农机（室外） 9.0, 12.0
- Construction and Agriculture Machinery (Outdoor)
- 车辆（室外） 12.0, 13.0
Vehicles (Outdoor)

The 118th China Import and Export Fair (Phase 2)

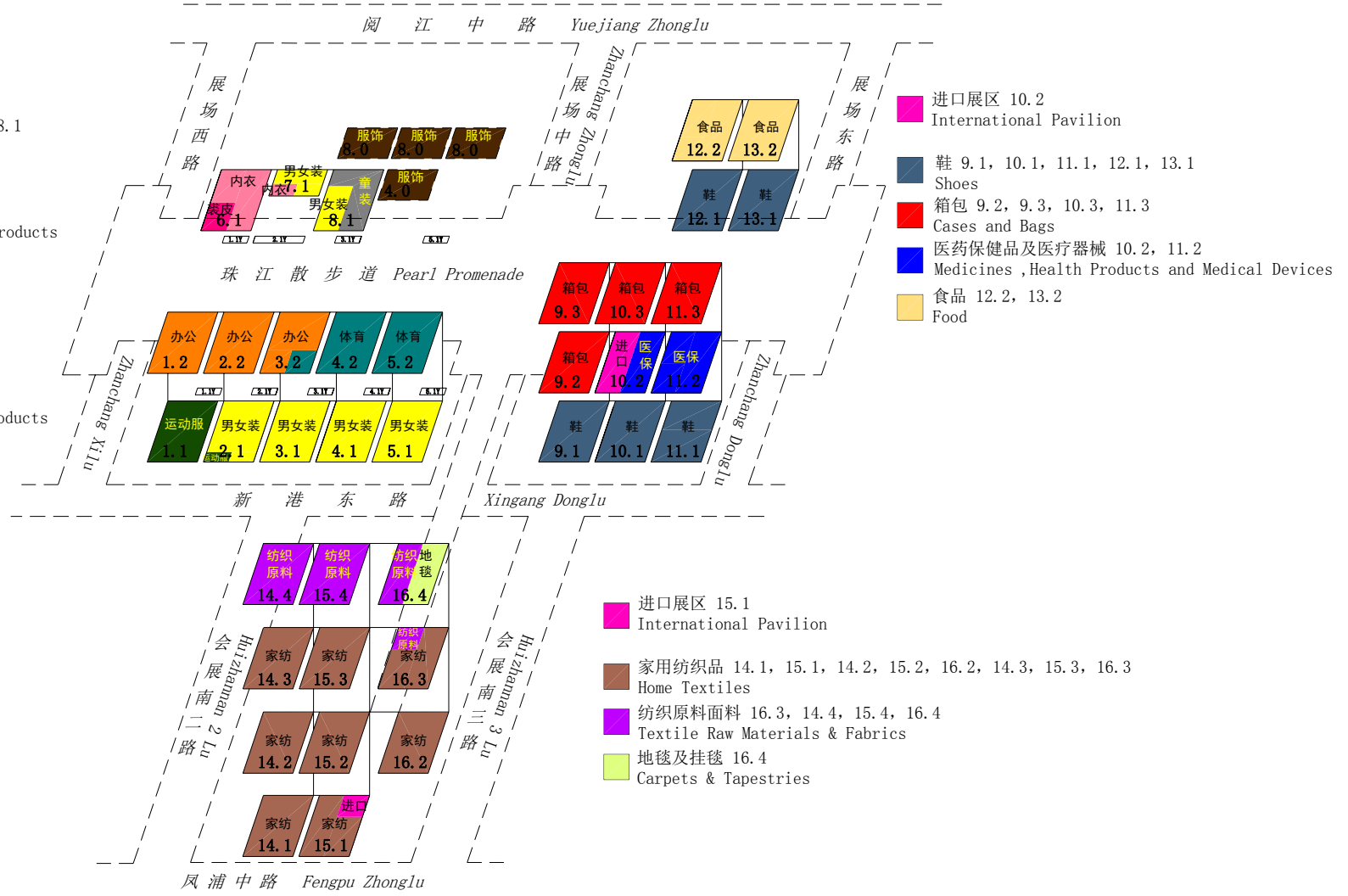


-  礼品及赠品 9.1, 10.1, 11.1, 9.2
Gifts and Premiums
-  节日用品 11.1, 12.1, 13.1
Festival Products
-  家具 10.2, 11.2, 12.2, 13.2
Furniture
-  家居装饰品 9.3, 10.3, 11.3
Home Decorations
-  铁石装饰品及户外水疗设施（室外） 9.0, 12.0, 13.0
Stone/Iron Decoration & Outdoor Spa Equipment (Outdoor)

-  玩具 14.1, 15.1, 14.2, 15.2
Toys
-  个人护理用具 15.2
Personal Care Products
-  浴室用品 16.2
Toiletries
-  钟表眼镜 16.2
Clocks, Watches & Optical Instruments
-  家居用品 14.3, 15.3, 16.3, 14.4, 15.4, 16.4
Household Items

第118届中国进出口商品交易会（第三期） The 118th China Import and Export Fair (Phase 3)

- 运动服及休闲服 1.1, 2.1
Sports and Casual Wear
- 男女装 2.1, 3.1, 4.1, 5.1, 7.1, 8.1
Men and Women's Clothing
- 童装 8.1
Kids' Wear
- 裘皮革羽绒及制品 6.1
Furs, Leather, Down & Related Products
- 内衣 6.1, 7.1
Underwear
- 服装饰物及配件 4.0, 8.0
Fashion Accessories and Fittings
- 办公文具 1.2, 2.2, 3.2
Office Supplies
- 体育及旅游休闲用品 3.2, 4.2, 5.2
Sports, Travel and Recreation Products



广交会一般性展位与品牌展位位置 粘连申请与安排办法

一、交易团（分团）在线提交一般性展位与品牌展位位置 粘连申请

各交易团（分团）需在品牌展位位置安排阶段，通过广交会网络管理与服务系统为企业提交一般性展位与品牌展位位置粘连（下简称一般性粘连展位）申请。其中，粘连的一般性展位须与品牌展位统一特装布展，并不得联营。

二、商协会在线复核一般性展位与品牌展位位置粘连申请

商协会结合展位布局与品牌展位位置安排，对交易团（分团）提交的一般性粘连展位申请的可行性进行复核，并通过广交会网络管理与服务系统将复核意见反馈交易团（分团）。

三、交易团（分团）根据复核意见在线完成一般性展位数量 安排调整

请交易团（分团）通过广交会网络管理与服务系统查看商协会复核意见，复核不通过的一般性粘连展位自动恢复为该品牌企业的一般性特装展位（交易团可自行调整安排），请交易团将粘连申请不通过的情况通知到企业，并做好解释工作，商协会将根据其产品类别等因素分开安排其品牌展位与一般性特装展位位置。

四、粘连的品牌展位与一般性展位位置安排原则

一般性粘连展位位置安排以不影响品牌企业的展位位置安排为前提，商协会在同一展区安排品牌展位位置时，应依据其品牌展位数量，而非品牌展位粘连一般性展位后的总展位数量。

第118届广交会组展工作时间进度计划安排

组展事项	子项	具体内容	完成时间
企业展位申请	一般性展位申请	企业通过“参展易捷通”申请一般性展位，并将书面申请资料报相关交易团。	5月15日-6月15日
展区布局	制作展区框架图	外贸中心制作基础展位框架图。	7月24日
品牌展位安排	品牌展位数量安排	外贸中心汇总退回品牌展位数量。	7月24日
		商协会按照品牌展位数量安排办法，提出需调整安排的品牌展位的数量安排方案，报送外贸中心。	7月31日
		外贸中心对商协会提出的品牌展位调整安排方案进行复核，形成品牌展位数量调整安排初步方案，报外贸司。	8月5日
		外贸司审核、公示、公布品牌展位数量调整安排方案。	8月12日
	品牌展位位置安排	商协会提出品牌展位位置安排方案，分批报外贸中心复核。其中，不涉及品牌展位安排调整的展区为第一批，涉及品牌展位安排调整的展区为第二批，下同。	第一批：8月7日 第二批：8月17日
		外贸中心复核商协会提交的品牌展位位置安排方案，报外贸司审核。	第一批：8月12日 第二批：8月20日
		经外贸司审核后，外贸司与外贸中心公示品牌展位位置安排方案（公示3天）。	第一批：8月13-18日 第二批：8月21-26日
		外贸司确定品牌展位位置安排方案，外贸中心在广交会官方网站公布各展区品牌展位图。	第一批：8月20日 第二批：8月28日
一般性展位安排	与品牌展位粘连的一般性特装展位安排	交易团通过备案系统提交一般性展位粘连品牌展位申请（以下简称粘连展位）。	7月24日
		商会结合品牌展位布局，对品牌企业的粘连展位申请的可行性进行审核。	8月5日
		交易团根据商会审核意见，对审核不通过的粘连展位安排进行调整。	8月12日
	一般性特装展位安排	交易团通过备案系统完成特装企业资格审核，提交一般性特装展位数量安排方案（不含第三期中央通道展位）。	8月12日
		商协会复核各交易团特装企业参展资格，交易团根据商协会复核意见完成特装企业调整。	8月17日
		商协会提出一般性特装展位位置安排方案，连同特装展位图报外贸中心复核。	第一批：8月28日 第二批：9月3日
		外贸中心对商协会的一般性特装展位位置安排方案进行复核后，报外贸司审核。	第一批：9月2日 第二批：9月8日
		经外贸司审核后，外贸司与外贸中心公示一般性特装展位位置安排方案。	第一批：9月3日-7日 第二批：9月9日-11日
		外贸司确定一般性特装展位位置安排方案，外贸中心通过广交会官方网站公布特装展位图。	第一批：9月9日 第二批：9月14日
	一般性标准展位安排	交易团通过备案系统完成大型机械、车辆、工程农机统一布展企业的资格审核，提交企业一般性标准展位数量安排，逾期提交的展位位置将安排在最后。	8月21日
		交易团通过备案系统完成标准展位企业资格审核，提交企业一般性标准展位数量安排，逾期提交的展位位置将安排在最后。	8月28日
		商协会复核各交易团标准展位企业参展资格，提出一般性标准展位（含统一布展展位）位置安排方案，报外贸中心。	第一批：9月16日 第二批：9月18日
		外贸中心复核商协会的一般性标准展位（含统一布展展位）位置安排方案后，商协会确定一般性标准展位位置安排方案。	第一批：9月16日 第二批：9月18日
	第三期中央通道展位安排	开展第三期一般性中央通道展位重新需求申报与安排工作。	8月份
		完成企业第三期一般性中央通道展位数量与位置安排工作。	9月中上旬
备案预置	参展企业展位位置备案预置	完成备案系统参展企业品牌展位位置预置工作。	第一批：8月21日 第二批：8月31日
		完成备案系统参展企业一般性特装展位位置预置工作。	第一批：9月9日 第二批：9月14日
		完成备案系统参展企业一般性标准展位位置预置工作。	第一批：9月16日 第二批：9月18日
	参展企业展位责任人备案	参展企业通过“参展易捷通”完成展位负责人填报，送交展位责任书。如有联营单位完成确认。	第一、二期9月25日 第三期9月30日

备注：

1. 展位数量安排完成时间：品牌展位：8月12日；一般性特装展位：8月17日（交易团8月12日提交）；一般性标准展位：8月28日；
2. 展位位置安排完成时间：品牌展位：8月28日；一般性特装展位：9月14日；一般性标准展位：9月18日；
3. 备案预置完成时间：品牌展位：8月31日；一般性特装展位：9月14日；一般性标准展位：9月18日。

广交会出口展特装超期更改处罚机制

为更好地保障广交会组展工作进度，针对特装展位变动频繁的情况，从第 107 届起对发生特装超期更改的企业进行处罚。特装超期更改指企业在交易团提交一般性特装展位安排方案截止后发生的特装调整（包括退回全部或部分特装展位、将全部或部分特装展位改为标准展位）。

特装超期更改相应处罚如下：

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，下届起连续三届不能在任一展区进行特装。

各商/协会在当届广交会闭幕后的两个工作日内，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。

广交会退展位约束机制

在完成所有企业展位位置预置截止后的第二天之前（含 9 月 19 日）退展位的，所退展位不收取展位费；在 9 月 20 日至 10 月 14 日退展位的，所退展位收取一半展位费；在 10 月 15 日及之后退展位的，所退展位收取全额展位费。

第 118 届广交会撤换展回旋区域设置

为确保撤换展工作的顺利进行，第 118 届广交会第一、二期继续在展馆 A、B 区设置撤换展回旋运作区域，该区域只安排标准展位，不安排特装展位，具体如下：

A 区：1.1-5.1、1.2-5.2 展厅最南端东西走向的 4 排展位（第一期 1.1-3.1 大型机械及设备展区、汽车配件展区、动力/电力设备展区，3.2-4.2 家用电器展区除外；第二期 1.2-4.2 日用陶瓷展区、工艺陶瓷展区除外）。

B 区：9.1-11.1, 9.2-11.2, 9.3-11.3 展厅最南端东西走向的 4 排展位（第一期 11.3 电子电气产品展区靠近主通道的前 3 个展位除外）；12.2-13.2 展厅最北端东西走向的 4 排展位。

第 118 届广交会组展工作表彰标准

一、组展进度执行情况

（一）一般性展位数量安排：一般性展位数量安排方案提交截止后，提交比例达 100%（卡车通道展位除外）；

（二）一般性特装企业展位数调整：交易团提交企业一般性特装展位数量安排截止后，省市团企业一般性特装调整次数（注：一家企业调整一次即计为一次调整）占本团参展企业数比例不超过 5%，央企分团无一般性特装调整情况；

（三）退展位情况：无一般性展位退回情况。

二、展品质量监管工作落实情况

（一）按商务部办公厅《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，与当地质检部门合作开展展品质量监管工作，将本团参展企业名单送当地质检部门审核，提交展品质量监管工作书面材料及展品质量监管工作小组名单，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）按《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》要求，承担本团企业（含联营供货单位）的展品质量与贸易纠纷投诉调解处理责任，收到广交会工作领导小组办

公室发出的展品质量及贸易纠纷协查通知后，于收到之日起 30 天内向广交会工作领导小组办公室书面提交调查调解情况材料。

三、交易团未出现一般性展位参展企业违规使用或空置展位等问题。

四、交易团绿色展位普及率达到《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）规定标准。

抄送：外贸司，外贸发展局。

大会领导，广交会工作处、客户服务中心，存档（2）

中国对外贸易中心办公室

2015 年 8 月 10 日印发
