

中华人民共和国商务部办公厅

商办贸函〔2023〕463号

商务部办公厅关于印发《中国进出口商品交易会 出口展展位位置安排办法》的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市、新疆生产建设兵团及沈阳市、长春市、哈尔滨市、南京市、杭州市、济南市、武汉市、广州市、成都市、西安市、珠海市、汕头市商务主管部门，各进出口商会，外贸发展局、外贸中心、外资协会：

为顺应当前外贸发展形势，推动中国进出口商品交易会改革创新，更好满足参展企业需求、维护良好展会秩序，结合近年来展位位置安排实际情况，现将新修订的《中国进出口商品交易会出口展展位位置安排办法》印发给你们，请遵照执行。



中国进出口商品交易会出口展展位 位置安排办法

第一章 总 则

第一条 为提高中国进出口商品交易会(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 各省、自治区、直辖市、计划单列市和部分省会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。国务院国资委管理企业参展组团单位由商务部另行规定。

第三条 成立由商务部外贸司(以下简称外贸司)牵头,商(协)会(指中国纺织品进出口商会、中国轻工工艺品进出口商会、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和中国外商投资企业协会,下同)、中国对外贸易中心(以下简称外贸中心)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 省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 标准展位(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 特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 外贸中心会同商(协)会根据企业填报的展品分类及主要展示产品,结合采购习惯等因素,按照应分尽分、展区内不交叉、展区间不重合的原则,设定各展区展品专区。商(协)会按同一展品专区企业相对集中的原则安排展位位置。

第八条 同一展区(展品专区)安排展位位置时,优先安排品牌展位,后安排非品牌展位。安排非品牌展位位置时,优先安排特装展位,后安排标准展位。

第九条 外贸中心结合各展区特点及展厅实际情况,统筹考虑展厅物理条件、展示效果、专区设置、筹撤展安全等因素,制作展位框架图。

第二章 品牌展位位置安排

第十条 企业在提交品牌展位申请时须同时申请特装布展。

第十一条 品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,依大小顺序安排展位位置。

(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)同等条件下,优先安排原位置参展企业。对往届布展不合格企业,最后安排展位位置。

(五)同等条件下,对于属于政策扶持的新行业、拥有新技术和新产品的参展企业,优先安排展位位置。

第十二条 在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,并将调整后的方案报送工作小组。

工作小组在 5 个工作日内审定调整后的展位位置安排方案,并通过广交会、商(协)会网站进行公示。对公示期间反映的问题,工作小组应及时核查反馈,并公开处理结果,接受各方监督。公示程序完成后,正式确定展位位置安排方案并通知相关商(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

第十三条 在规定的时限内,非品牌参展企业通过广交会网络管理服务系统向所属交易团提出特装申请,逾期不予受理。

第十四条 各交易团通过广交会网络管理服务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。

第十五条 非品牌特装展位位置按照以下优先顺序安排:

(一)品牌展位粘连的一般性展位。

(二)展位面积。即按照企业获得的一般性展位面积,依大小顺序安排展位位置。

(三)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。

(四)根据展馆及展厅实际条件和统筹布展需要来安排。

(五)同等条件下,优先安排原位置参展企业。对往届布展不合格企业,最后安排展位位置。

(六)同等条件下,对于属于政策扶持的新行业、拥有新技术和新产品的参展企业,优先安排展位位置。

第十六条 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,报送外贸中心复核。

外贸中心在3个工作日内对初步安排方案提出复核意见;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,并将调整后的方案报送工作小组。

工作小组在5个工作日内审定调整后的展位位置安排方案，并通过广交会、商(协)会网站进行公示。对公示期间反映的问题，工作小组应及时核查反馈，并公开处理结果，接受各方监督。公示程序完成后，正式确定展位位置安排方案并通知商(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。

第十七条 为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；在交易团提交一般性特装展位安排方案截止后，不得提出更改要求，对超出规定时间擅自进行特装更改(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)的企业，具体处罚如下：

(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得在该展区进行特装。

(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得在任一展区进行特装。

每届广交会闭幕后的2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

第十八条 各展区标准展位位置由相关商(协)会根据交易团抽签顺序安排，原则上每四届重新抽签。同时，按产品特点微调标

准展位位置安排结果,具体如下:

(一)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。

(二)同等条件下,对于属于政策扶持的新行业、拥有新技术和新产品的参展企业,优先安排展位位置。

第十九条 商(协)会在非品牌特装展位位置确定后的10个工作日内,提出相关展区展位位置初步安排方案,报送外贸中心复核。外贸中心在3个工作日内提出复核意见,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过广交会、商(协)会网站公示。对公示期间反映的问题,工作小组应及时核查反馈,并公开处理结果,接受各方监督。公示程序完成后,通知各交易团执行。

第五章 附 则

第二十条 品牌展位位置原则上保持六届不变,非品牌特装展位位置原则上保持两届不变。

第二十一条 工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。

第二十二条 商(协)会在每届广交会期间对所有展位进行检查,对展品混摆严重、不服从协调的企业,调整其下届展位位置。

第二十三条 商(协)会应依据本办法制定相关展区展位位置安排细则,并在广交会、商(协)会网站公布。

第二十四条 商(协)会应对从事展位位置安排的工作人员实行定期轮换,原则上每六届轮换一次。

第二十五条 本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。

第二十六条 本规定自第 134 届广交会起执行。

