

# 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 (2017年修订)

为贯彻落实党的十九大精神，推进贸易强国建设，培育外贸竞争新优势，进一步发挥广交会全方位对外开放平台作用，规范广交会品牌展位安排程序，做到展位安排公平、公正，更好地发挥品牌展位的示范和引领作用，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》，特制定本实施细则。

## 一、品牌展位数量安排工作机制

成立由商务部外贸司（以下简称外贸司）牵头，商（协）会（指中国五矿化工进出口商会、中国纺织品进出口商会、中国轻工工艺品进出口商会、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）、商务部外贸发展事务局、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品牌展位安排工作小组（以下简称工作小组），负责品牌展位数量安排。其中，省级商务主管部门代表共6人，东部、中部及东北、西部地区各2人，代表由省级商务主管部门按行政排序依次担任。

## 二、品牌展位的申请条件

## **（一）申请使用品牌展位的企业须具备的条件**

1. 企业须依法取得法人营业执照，内资企业须取得进出口企业资格证书或对外贸易经营者备案登记表，外资企业须取得外商投资企业批准证书、外商投资企业设立备案回执或外商投资企业变更备案回执。

2. 企业应出口与所申请展区对应的商品，且过去两年，该企业相关商品平均出口额不低于该展区品牌展位申请企业最低出口额标准（附件1）。

3. 企业应持有所有人为中方法人或自然人的有效境外注册商标。

4. 企业近三年来无违法、严重违规行为，未受过行政处罚，未发生重大质量或安全责任事故，没有经查证属实的重大质量投诉或索赔。

5. 企业应积极配合商务部开展的调研等相关工作。

6. 符合上述条件，但属于下列情况之一的企业禁止申请品牌展位：

（1）国家商务、环保、卫生、人力资源和社会保障、海关、税务、工商、质检、外汇、安监、知识产权、食品药品监管等部门通报、公告或处罚的违规违法企业，且在通报、公告或处罚期限内的；无明确期限的，按通报、公告或处罚之日起连续六届禁止参展。

（2）自上次品牌评审以来被司法机关、仲裁机构或知

识产权行政管理机关认定侵权的。

(3) 因违规转让或转租(卖)广交会展位,涉及重大产品质量、展品质量或贸易纠纷投诉,涉嫌侵犯知识产权,或违反其他大会相关规定,被大会取消参展资格并处于处罚期限内的。

(4) 因参展表现恶劣、拒不服从大会管理、破坏展览秩序,或违反其他大会相关规定,对广交会声誉或正常运营造成较大不良影响,被大会处罚并处于处罚期限内的。

## **(二) 申请使用品牌展位企业的展品须具备的条件**

1. 展品须符合所申请展区的展品目录。详见《中国进出口商品交易会参展展品范围(出口展)》(附件2)。

2. 展品须符合《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国进出口商品检验法》及其他有关出口产品质量法律法规的规定。涉及商标、专利、版权的,须取得合法权利证书或使用许可合同。

3. 符合上述条件,但属下列情况之一的展品禁止参展:

(1) 在商务、出入境检验检疫机构、药品等质量监督管理部门有不良记录且未经复检合格的。

(2) 被司法机关、仲裁机构或知识产权行政管理机关认定侵权的。

## **三、品牌展位的申报要求**

(一) 企业根据《中国进出口商品交易会参展展品范围

（出口展）》，按照大会公布的品牌展位类别选择申请参展的展区，在规定时限内通过广交会官方网站的参展易捷通系统，提交品牌展位申请信息和本企业相关资质材料，申请成功后打印申请表（易捷通系统自动生成，每个申请展区打印一份）并盖章确认，连同相关证明材料复印件按展区报送所属交易团。证明材料范围如下：

1. 企业法人营业执照。
2. 进出口企业资格证书或对外贸易经营者备案登记表、外商投资企业批准证书、外商投资企业设立备案回执或外商投资企业变更备案回执，以及海关报关单位注册登记证书（如有多个证书应全部提交）。
3. 企业进入商务部认定的外贸转型升级基地且主营业务与该基地特色产业相一致，已建设国际营销服务体系，参加商务部主办或重点支持的境外品牌展的证明材料。
4. 实用新型、发明专利、外观专利或版权登记证书，国家级高新技术企业等证明材料，参与国家标准或行业标准制定或修订的证明材料。
5. 通过国际通行的质量管理体系、环境管理体系和行业认证的证明材料。
6. 有效的境内外注册商标证明文件。
7. 本办法第五条第（四）款及附件 3 列明的相关母子  
公司关系证明文件和授权书等。

**品牌展位分展区进行申报，上述材料每个申请展区提交一套，申报材料样本及注意事项参照附件 4。**

**（二）**同一展区品牌展位的申请数量原则上不少于 4 个展位，车辆、工程农机、医药保健品及医疗器械、食品展区原则上不少于 2 个展位，并均需绿色特装布展。

**（三）**同一品牌展位仅限本企业使用，不得与有联合经营、供货或代理关系的企业共同申请或使用。

#### **四、品牌展位的评审流程**

**（一）**地方交易团组团单位负责受理本地区企业品牌展位申请，中央企业交易团组团单位负责受理国资委管理企业品牌展位申请。品牌展位申报截止后，交易团在 10 个工作日内完成以下预审推荐工作：

1. 预审。按照品牌展位申请条件、品牌展位安排评审标准的有关规定（附件 5），通过广交会网络管理服务系统下载本团企业申请资料，对本团申请企业的展位使用条件进行初步审核。其中，出口额一项须严格按照海关统计。对符合展位使用条件的企业进行预审并打分。

2. 推荐。将得分在 25 分（不含行业自律 3 分和广交会参展表现 5 分）以上的申请企业列入本团品牌展位使用企业推荐名单，通过广交会网络管理服务系统上传预审结果和所推荐企业信息。将本团品牌展位推荐企业汇总表和企业书面申报材料寄送相关商（协）会。汇总表电子版由广交会网络

管理服务系统生成，外贸司、外贸中心可备案查询。

**（二）**商（协）会在 18 个工作日内完成以下复核、公示和评审工作：

1. 复核。通过广交会网络管理服务系统下载品牌企业评审表格，根据品牌展位申请条件、品牌展位安排评审标准、企业出口与所申请展区对应商品的海关统计出口额等，完成对各交易团推荐企业的品牌展位申请条件复核。

2. 公示。对经复核认定可以使用母（子）公司资质参加评审的母、子公司名单及其所使用的资质进行公示。

3. 评审。分展区对推荐企业进行统一评审（行业自律分值由商协会负责评审，广交会参展表现分值由外贸中心负责评审并提交商协会汇总），评审结果通过广交会网络管理服务系统上传，并抄报外贸司。

**（三）**工作小组在 5 个工作日内分展区随机抽取样本，对商（协）会评审结果进行复核。商（协）会根据工作小组复核结果，对有关展区品牌展位使用推荐企业的评审结果进行相应调整，并将调整结果报外贸司。

**（四）**工作小组委托相关商（协）会在 5 个工作日内，根据调整后的企业评审结果，提出品牌展位数量初步安排方案。

**（五）**外贸司分展区公示企业评审结果及品牌展位数量初步安排方案，在 5 个工作日内根据公示结果进行调整，形

成品牌展位数量最终安排方案，并在 3 个工作日内通知交易团组织相关企业参展。

## **五、品牌展位评审的相关要求**

**（一）**对品牌展位使用企业原则上实行二年一评制，其展位数量安排原则上保持四届不变。

**（二）**同一展区内的品牌展位申请企业按照评审得分高低依次安排展位数量。不同展区设定不同的展位数量上下限，具体详见附件 6。特殊情况由工作小组根据实际情况确定。

**（三）**品牌展位安排以扶优扶强为主，同时贯彻落实区域协调发展战略，原则上确保有需求的交易团至少有一家企业获得品牌展位。

**（四）**允许母公司使用其全资子公司、其绝对控股子公司或相对控股子公司相关资质参加评审。允许子公司使用对其绝对控股的母公司或该母公司绝对控股的其他子公司的相关资质参加评审。具体要求详见附件 3。

## **六、退回和收回品牌展位的重新安排**

**（一）**企业申请退回品牌展位按以下程序办理：

1. 品牌展位使用企业在规定时间内向所属交易团递交书面申请，提出退回品牌展位的类别、数量和原因。

2. 相关交易团审核同意后，将审核意见连同企业书面申请一并提交外贸中心，同时抄送相关商（协）会。

(二) 如品牌企业出现以下情形但未提交品牌展位退回书面申请, 企业所属交易团在书面告知企业后, 应提出书面退回申请 (须充分说明理由或提交相关证明), 报相关商协会 (同时抄送外贸中心), 相关商协会提出书面意见后, 报外贸中心:

1. 未在大会或交易团规定时间 (以当届通知为准) 缴纳当届展位预订款或当届展位费, 视同放弃参展。

2. 在经营或财务状况方面出现重大问题, 如企业严重违法违规、濒临破产、长时间联系中断、举债严重等。

3. 国家商务、环保、卫生、人力资源和社会保障、海关、税务、工商、质检、外汇、安监、知识产权、食品药品监管等部门通报、公告或处罚的违法违规企业, 且在通报、公告或处罚期限内的; 无明确期限的, 按通报、公告或处罚之日起连续六届广交会会计。

4. 被司法机关、仲裁机构或知识产权行政管理机关认定侵权的。

5. 其他不适合继续参展的情形。

(三) 品牌展位使用企业在展览举办期间出现本细则“二、(一) 申请使用品牌展位的企业需具备的条件”中第 5 点描述的禁止参展情形的, 大会将视情收回其相应展区品牌展位并取消其参展资格。

(四) 企业退回及大会收回的品牌展位, 按以下程序重



新安排：

1. 外贸中心汇总各交易团提交的退回品牌展位申请及大会收回的品牌展位类别和数量，分展区提交相关商（协）会。

2. 相关商（协）会根据品牌展位评审有关规定并主要结合以下原则，将品牌展位重新安排初步方案（含安排方案和具体说明）提交外贸中心：

如同一展区收回或退回的品牌展位数少于该展区单个企业品牌展位数下限，原则上追加给该展区现有品牌企业，结合企业需求满足情况和行业地位综合安排。如同一展区收回或退回的品牌展位数等于或多于单个企业品牌展位数下限，原则上按照分数高低排序安排给该展区参与最近一次品牌评审的候补品牌展位申请企业；未严格按照分数高低排序安排的，需提交详细的书面理由。

3. 外贸中心汇总各商（协）会重新安排的初步方案，并进行复核后，形成调整安排方案报外贸司审定。

4. 外贸司公示重新安排方案后，向相关交易团下达品牌展位调整安排通知，抄送相关商（协）会、外贸中心。

**（五）**退回或被收回品牌展位的企业，如在相应展区剩余品牌展位数小于该展区品牌展位数下限，则由大会收回其剩余所有品牌展位，直至下一次品牌展位评审为止。

**七、本细则由商务部解释。此前有关规定与本细则不符**

的，以本细则为准。

- 附件：1. 品牌展位的展区设置及申请企业最低出口额标准
2. 中国进出口商品交易会参展展品范围（出口展）（电子版）
3. 使用母（子）公司资质参加品牌展位评审的相关要求
4. 品牌展位企业申报材料样本及注意事项
5. 广交会出口展品牌展位安排评审标准
6. 各展区品牌展位数量上下限及对应协调管理商（协）会
7. 2016年/2017年度广交会统计口径下海关商品编码与展区对应规则表（电子版）