

# 丽水市商务局文件

丽商务〔2024〕3号

## 丽水市商务局关于第135届广交会 组展工作的通知

各县（市）经济商务局（经济商务科技局），莲都区商务和金融发展中心，丽水经开区经济促进部，市直外贸企业：

根据广交会业务办《关于第135届广交会出口展组展工作的通知》（会业字〔2024〕2号），本届广交会分三期举办线下展、常态化运营线上平台。为做好相关筹备工作，现就本届广交会线下、线上举办的主要内容和组展工作安排通知如下：

### 一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大、二十届二中全会和中央经济工作会议精神，以习近平总书记致第120届、130届广交会贺信精神为指引，按照全国商务工作会议部署，坚持稳中求进、以进促稳、先立

后破，着力创新机制、丰富业态、拓展功能，推动广交会高质量发展，助力加快培育外贸新动能，更好服务高水平对外开放、服务构建新发展格局。

## 二、组展安排

### （一）展期与规模。

#### 1. 线下展。

**展期设置：**分三期在广交会展馆举办，每期展览时间为5天，展期安排如下：

第一期：4月15—19日；

第二期：4月23—27日；

第三期：5月1日—5日；

换展期：4月20—22日、4月28日—30日。

对外洽谈时间为每日9:30—18:00。

**展览规模：**广交会展馆A、B、C、D区全馆使用，展览面积155万平方米，展位近7.4万个。

#### 2. 线上平台

**平台服务时间：**3月16日—9月15日，共半年。其中：

3月16日—4月14日，进入预展状态，启动展商展品信息上传及审核，客商可浏览企业上传并经审核通过的展商展品信息，提前规划参展安排。

4月15日—5月5日（即线下展开幕后至闭幕前，含撤换展期间），所有功能24小时开放使用（展商连线、预约洽谈功能仅在此期间保持开放）。

5月6日—9月15日，进入线上平台常态化运营阶段，除展商连线、预约洽谈功能外，其余功能持续开放。

**企业规模：**扩大参展企业范围，不设出口额门槛，不设企业数量上限。同时与跨境电商平台合作，扩大受惠企业面。

## （二）展览内容。

### 1. 线下展

共设置55个展区，在44个展区设置展品专区172个。展区布局总体维持上届基本不变。

### 2. 线上平台

主要包括线上展示平台、供采对接服务、跨境电商专区三部分。广交会官网设立展商展品、虚拟展馆、展商连线展示、新闻与活动、大会服务等栏目，为展客商提供在线展示、即时沟通、预约洽谈、贸易配对、连线展示、知识产权与贸易纠纷投诉处理等服务。

线上平台与线下展展览题材保持一致，所有题材同步展示。

## （三）线下展展位安排

### 1. 品牌展位

第135届广交会品牌展位数量安排按第134届最终状态确定。对申请退回或被大会收回的品牌展位，按品牌展位动态调整机制进行重新安排。安排结果以商务部外贸司公布为准。

同时，在符合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，并进行统一绿色特装，且粘连的一般性展位不得联营。

## 2.一般性展位

### (1) 各地各展区一般性展位数量安排

除第二、三期 B 区北广场户外展位（不含铁石装饰品展位）外，第 135 届广交会按基数展位、两创展位、外贸奖励展位、定向扶持展位、中央通道展位数量与类别基本维持第 134 届最终状态。

### (2) 企业一般性展位安排

丽水分团已通过线下展系统完成企业参展资格审核，提交企业一般性展位数量安排方案，其中，一般性特装展位数量安排截止日（1 月 22 日），原则上不再接受一般性特装展位的追加申请。

### (3) 第二、三期 B 区北广场展位（铁石装饰品展位除外）需求申报

继续在 B 区北广场第二期设户外水疗设施、户外家具专区展位，第三期设户外体育用品、户外旅游休闲用品专区展位。请有需求的县（市、区）于**1 月 26 日前**将企业汇总表电子版连同盖章扫描件发送至市商务局，统一报送由大会在本次申报数量范围内核定下最终展位数，**确定展位后不得退回。**

### (四) 线上平台企业安排

请各地登录广交会线上参展网络管理服务系统（<https://online-admin.cantonfair.org.cn>，以下简称线上参展系统），审核企业参展资格（路径：企业审核——一般性展位企业资质审核），并提交线上参展的企业安排方案（路径：展位

数量管理——一般性展位——分团提交一般性展位数量安排方案)。线上平台无“展位”概念,因统计需要,统一安排企业在各参展展区均填写1个展位。因线上平台常态化运营,上述工作持续开展。

#### (五) 组展进度安排

1.参展企业通过“参展易捷通”填报展位负责人,确认联营单位的截止时间为3月20日12:00;

2.线上展展商展品信息上传审核、督促企业线上套餐选择,并落实企业在每个参展展区上传至少一个展品的截止时间为4月5日12:00。

#### (六) 线下展展位费及线上服务费标准

线下展收取展位费,线上平台按差异化套餐及加量包收取服务费,具体费用标准另文通知。

#### (七) 线上平台优化

围绕供采对接、即时沟通等核心功能优化,助力供采对接更便捷、更高效。一是**便利企业参展申请**。参展商可通过线上平台云展厅完成参展申请、套餐选择、展品上传等。二是**完善供采对接**。采购商发布采购意向时,增加产品关键词搜索商品类别功能,提高后续供需匹配契合度;优化非定向采购意向回复逻辑,参展商响应后才可与采购商即时沟通,提高参展商响应积极性;商机线索管理增加具体业务场景跳转链接,方便用户溯源,提升用户体验。三是**优化即时沟通**。增加用户在线状态提示、会话分组、内容搜索和历史信息导出等功能,增加展

商展品、连线展示等信息卡片发送功能，点击后直接跳转对应页面，提高消息识别和管理便利度。

#### （八）撤换展回旋运作区域

线下展设置撤换展回旋运作区域（详见附件1）。为确保撤换展安全，参照上届做法，撤换展回旋运作区域内的标摊不允许做简装。

#### （九）知识产权保护和贸易纠纷处理

线下展期间继续设立广交会知识产权和贸易纠纷投诉接待站，通过知识产权及贸易纠纷处理平台，同时受理线上线下的知识产权和贸易纠纷投诉，维护展会正常交易秩序。

#### （十）深化广交会绿色发展

继续实施常态化绿色布展，开展绿色展位奖评选，提升展示水平。大力推广专业型材和新型搭建材料，减少展览废弃物，改善展厅空气质量。强化噪声管控，电视机、LED显示屏等声源设备原则上只能作视像演绎，不能外放声音；声源设备如属展品，仅在向客户展示时短暂外放声音。绿色发展系列措施（详见附件2）。

#### （十一）境内采购商组织

优化境内采购商组织，总量控制、定向邀请，提高资质条件，加强资质审核与参会管理。重点邀请在中国境内注册、从事进口业务、企业营收达一定标准、经营范围与广交会展区题材相匹配的批发零售和制造企业参会，提高境内采购商质量与行业匹配度。

## （十二）配套活动及服务

**务实举办行业活动。**将针对特定行业题材举办研讨交流活动，聚焦全球经济形势、境外市场布局、行业趋势分析、贸易风险防范、产品竞争力提升等企业关注的热点话题，邀请业界专家、龙头企业高管、贸易服务机构代表等嘉宾，为企业提供宏观经济和市场运作的最新解读，助力企业更好应对风险挑战、把握发展机遇。

**优化创新发布平台。**创新组织广交会设计创新奖（CF 奖）和新品首发首展首秀活动，定向邀请优质企业和产品，精准对接采购资源，助力企业拓市场、拿订单。同时，CF 奖将与国家版本馆等政府资源开展合作，持续扩大奖项影响力；新品活动将通过提升优企优品参与度、创新线下推广形式、增加媒体团数量等，为企业利用好广交会平台创造更多营销曝光机会。

**组织贸易对接活动。**聚焦重点市场举办近两百场“贸易之桥”贸促系列活动。结合重点行业举办 8 场“好宝、好妮探广交”展示活动。举办进口展探访等境内采购商贸促活动，邀请行业重点机构及专业采购商参与。设立跨国公司采购服务专区和境内大型企业采购区，邀请头部跨国企业、连锁商超、电商平台、行业龙头驻点采购。

**提升贸易配套服务。**设立地方特色产业集群展示区，服务地方特色产业推广。设置贸易服务区，提供物流仓储、金融保险、检测认证、商业咨询、设计创新、跨境电商、综合服务 7 大类服务。

### 三、组织分工

(一) 做好本地企业线上参展组织工作。及时传达大会、省交易团、丽水分团各项通知要求，精心组织企业参展培训，开展展前动员等。

(二) 指导、督促本地参展企业按要求按时完成线上平台套餐选择、缴足对应线上服务费（线下展已获得展位的企业同步获得线上展，免 A 套餐服务费）。

(三) 指导、督促本分团参展企业按要求上传企业信息和展品信息。每件产品须提供详细的中英文名称、产品描述，图片、视频、3D 展示文件等要清晰、特点突出，展示内容尽量丰富多元。

(四) 负责按要求对本地参展企业上传的企业信息进行审核管理。

(五) 负责本地企业连线展示和线上洽谈管理。认真总结经验，着力解决突出问题，珍惜展示资源，通过高质量、高水平连线展示活动，助力企业开拓市场。

**一是加强预审。**开展前，统计本地参展企业连线展示计划时间表，预审全部预录制展示内容。**二是开展人员信息审核。**请各地汇总本地企业参与连线展示和线上洽谈人员名单，并于**3月18日前**将连线展示洽谈人员名单报送市商务局。**三是做好指导培训。**引导本地参与连线展示企业遵守法律法规，尊重相关国家（地区）风俗习惯，避免侵犯采购商隐私或涉及敏感话题。指导企业做好精心准备，杜绝粗俗或无实质意义的展示



内容，合理安排展示时间，体现良好、专业的展示人员形象，提升展示质量。**四是加强巡查管理。**展期内按要求建立 24 小时值守制，连线展示和线上洽谈不得出现违法违规行为。

（六）推荐符合条件的企业参与广交会新品首发首展首秀、企业展示精选、线上行业论坛等配套活动，鼓励优质企业积极参加 CF 奖评选。

（七）督促本地参展企业按要求按时报送洽谈、成交等情况，做好成交统计培训、报送情况审核等相关工作。

（八）协助省交易团、丽水分团宣传推广广交会线上办展模式，提供亮点企业及产品宣传资料等，组织企业参加“参展企业邀请采购商活动”，动员电商企业、供应链管理企业、外资企业、在华外国商会和境外驻华采购代表等注册观展。发动优质大型连锁商超、百货集团等线上采购，提升消费层次，促进双循环。

（九）积极配合做好各项调研，深入了解企业困难和诉求，收集企业在应对贸易摩擦、转型升级等方面的经验做法和典型案例，研提稳外贸政策建议。

（十）鼓励企业参与在指定跨境电商平台举办的同步活动。

（十一）配合省交易团，丽水分团做好知识产权保护和贸易纠纷投诉处理宣传培训工作，组织好展前展中的自查自纠。

#### **四、工作要求**

（一）提高政治站位，充分认识当前形势下办好第 135

届广交会的重要意义。

当前复杂形势下，办好第 135 届广交会，对于帮助企业稳订单、拓市场，保障产业链供应链稳定，巩固外贸基本盘，提振全球贸易市场信心，意义重大。各地要自觉提高政治站位，深化思想认识，切实增强责任感使命感，扎实推进、落实各项筹备工作。

**（二）加强组织管理，持续帮助企业稳订单拓市场、推动外贸稳规模优结构。**

各地要立足本职，加强组织管理，建立工作机制，围绕贸易高质量发展要求，切实采取有力措施，提高展商展品质量、提升展览实效，全力促成交。

**一是按时高质量做好展位安排。**强化展前培训、成交指导、知识产权风险排查防控等工作，充分引导企业，尤其是新参展企业做好线上线下参展准备，对涉及跨展期调整展区的参展企业要重点做好宣传解释。加强企业参展资格审核，对法定代表人、企业类型、联营供货关系等严格把关。严格落实《浙江省交易团广交会出口展参展管理规定》要求，**不安排与上届查处的展位违规使用企业为同一法人代表的企业在本届参展。**

**二是全面加强展位使用管理。**保持对违规倒卖展位的高压态势，持续规范展位使用行为。展前要逐个企业、逐个展位做好排查、加强整改、落实责任，维护正常的展览秩序。本届广交会将继续加强展位使用的监督检查力度，**严厉打击展位倒卖行为**，请各地严格按大会管理规定做好企业规范参展的管理工

作，落实属地责任，同时认真配合大会、省交易团和丽水分团做好相关工作。

**三是做好线上线下展品管理。**动员企业展示更多新产品、绿色低碳产品、高附加值产品，踊跃参加 CF 奖评选及新品首发首秀首展活动。加强线上平台展品信息上传的督促与审核，要求企业将线下展品同步上传到线上平台，突出产品亮点，更好吸引采购商关注、到访。请务必提醒企业依法规范使用地图，对涉地图展品严格核查。

**四是帮助企业提升参展实效。**积极推荐企业参加各类行业交流、供采对接、产业推广、政策发布等活动。按要求邀请符合境内采购商资质的企业参会。大力动员企业参加“参展商邀请采购商”（“i-邀请”）活动，邀请境外采购商线上线下参会。

（三）统筹发展与安全，保障广交会线上线下安全举办。

以“时时放心不下”的责任感，严格按照要求扎实做好安全生产、网络安全、保密安全等重点工作，牢固树立安全意识，夯实安全责任，全面排查风险，防范事故发生，严格将安全发展理念落到实处，从源头上防范化解重大安全风险。线下展期间全部刀具展品须入柜上锁，要督促相关企业切实做好刀具展样品的申报、保管和检查，指定专人管理，具体另文通知。加强网络安全防控，做好对内部网络、链接网站、电子邮箱、账号密码的管理，着力保障政治安全、数据安全、信息安全等。

## **五、安全保卫工作**

(一) 展位负责人要到场负责展位使用。各地要督促参展企业按规定时间将展位负责人情况录入广交会网络管理系统。展位负责人须为该展位参展企业正式工作人员，并具有广交会核发的当届参展商证。每位展位负责人只能负责本公司在某一展区的一个或多个连片展位，工作时间必须在岗，并有责任配合相关部门对展位使用情况进行检查。

(二) 全面加强安全生产工作。各地要牢固树立安全发展理念，从严从细落实安全生产主体责任，督促当地参展企业落实安全生产措施，堵塞安全漏洞，提高广交会安全生产水平。布展期间严格要求参展人员规范佩戴安全帽进馆、禁止无电工证参展人员违规私自接驳安装和用电、禁止丢弃展样品、调整超时未报图处罚措施。

(三) 自觉遵守交易会各项安全保卫工作规定。各地要督促参展企业工作人员认真学习《第 135 届广交会参展手册》和各项安全保卫工作规定，做到人人熟知《安全保卫规定》《展馆防火规定》《展馆用电安全规定》等。加强安全防范意识教育，自觉遵守和维护社会公共安全秩序，做好防火、防爆工作，严禁黄、赌、毒等违法活动。

## 六、其他注意事项

(一) 严禁倒卖展位。严格按《浙江省交易团广交会出口展参展管理规定》参展参会。发生倒卖展位，执行顶格处罚，如查实将按 1: 6 比例加倍扣减所属分团展位基数，违规企业将取消连续 10 届参展资格、取消法人代表及展位负责人连续

**10 届进馆办证资格。**请各地商务部门务必高度重视，落实属地责任，强化管理，杜绝倒卖行为。

(二)认真线上备展。各企业谨慎操作、选择套餐确定再选，并请各地及时收集汇总参展企业直播、洽谈人员名单，做好第 135 届广交会参展企业直播人员身份信息的审核工作。

(三)强化证件管理。广交会严格实行“一人一证”。对“一人多证”的只保留最近办理的证件，其它证件将被屏蔽，禁止使用，进馆后须全程佩戴。各地负责人时时督促所属企业人员，告知所有进馆人员，特别是新办证人员，避免错误使用证件被大会列入黑名单。

1.筹（撤）展人员证：筹展人员证，名额为每展位 2 张；撤展人员证，名额根据大会规定按参展商证的十分之一核定。参展企业提供二寸蓝底照片和身份证复印件到会务组办证人员处办理。注意办理时须带身份证原件以备查验。

2.参展商证：名额为每个展位 3 张，所有人员先扫码录入个人信息，再通过“**参展易捷通**”提交办证申请。

3.参展代表证（临时证）：名额严格控制，证件办理与参展商证的方式相同，网络递交证件后，如果大会已经通过并出证，则无法更改或取消，损失由办证企业承担。参展代表证的指标和办证方式以大会最后确认为准。

4.筹（撤）展车证（仅限标摊企业展样品进出馆车辆证）：需要的参展企业提交车辆行驶证复印件、驾驶证复印件、驾驶

员身份证复印件、驾驶员联系手机号码到会务组办证员处办理。

以上所有证件办理费用均按大会收费标准收取。新递交证件资料照片均为**蓝底或白底**彩色照片，原资料库的照片可逐步替换。

**证件管理注意事项：**第一、**参展商证**为重复使用，参展人员以原所持证件身份参加第135届广交会的，请务必带回已办证件，经申请激活后方可继续使用。若申请证件的类型与所持证件不同者，均需重新办证。第二、参展人员进馆所持的证件必须是已激活的有效证件，否则将被大会没收证件并列入“黑名单”，禁止持证人进馆。第三、鉴于参展商证是长期多届重复使用，请注意保管，谨防丢失，大会对失证补办进行从严控制，原则上不予办理。第四、出口展区的参展商证、筹（撤）展证、放行条及筹（撤）展车证的办理范围仅限我市所属展位的参展企业及其人员。不得超范围办证，否则责任由办证企业承担。

**（四）完成信息报送。**各地高质量完成信息报送任务。广交会期间，按县（市、区）每日按要求报送信息稿。并指导和督促线上展企业及时上传更新企业信息和展品信息。

**（五）明确主体责任。**各地商务部门要承担好属地管理责任，选派精干力量，在广交会线下展参展期间到广州现场具体指导，切实做好辖区内企业参展的组织、管理和服务等各项工作，坚决杜绝倒卖展位的行为发生。

## 七、联系方式

广交会期间丽水分团工作人员驻地酒店为：广州嘉福利晶酒店（广东省广州市天河区长兴路8号），酒店联系人：周顺生经理 13710610046（订房：莫德勇经理 13826022108）

丽水分团驻广州工作人员：李荣山 13150226265 周大军 15057871101

丽水市商务局

2024年1月26日

（此件公开发布）

