

中山市商务局

中山市商务局关于第 134 届广交会出口展 组展工作的通知

各镇街商务主管部门，有关企业：

现下发关于第 134 届广交会出口展组展工作的相关通知，
请仔细查看。

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精神，认真落实习近平总书记致广交会贺信精神，按照中央经济工作会议、全国商务工作会议部署，坚持稳中求进，以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育为契机，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，着力优化结构、提升质量，推动高质量发展，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，共 21 天，每期展览时间为 5 天，展期安排如下：

第一期：2023 年 10 月 15—19 日；

第二期：2023年10月23—27日；

第三期：2023年10月31日—11月4日；

换展期：2023年10月20—22日、10月28—30日。

对外洽谈时间为每日9:30—18:00。

展览规模：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：2023年9月16日—2024年3月15日，共半年。其中：

2023年9月16日—10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。

2023年10月15日—11月4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）。

2023年11月5日—2024年3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，允许所有符合条件的申请企业参展，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，对原有各展期展区作如下调整：

原第一期建筑及装饰材料、卫浴设备展区调至第二期；

原第二期玩具、孕婴童用品、宠物用品、个人护理用具、浴室用品展区调至第三期；

第一期原工程农机展区拆分为工程机械、农业机械展区，原化工产品展区更名为新材料及化工产品展区，原新能源及智能网联汽车展区更名为新能源汽车及智慧出行展区。

继续在第三期设立乡村振兴特色产品展区，供第三期相关题材的脱贫地区企业集中展示。共在 44 个展区设置展品专区 172 个。

根据品牌展位安排情况，以及各交易团各展区一般性展位需求申报结果，结合展区相关性和展馆物理条件，确定各展期展区布局，详见附件 1。

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。设立“乡村振兴”专区，供乡村振兴特色产品展区和其他

展区的脱贫地区企业集中展示。

(三) 线下展展位费及线上服务费标准。

1. 线下展展位费

优化调整不同展期与展馆区域的展位价格。将不同展馆区域细分为 4 档，分别为 A/B/D 区标准展厅、C 区标准展厅、户外临时展厅与露天展场、A 区中央通道展位；按第一、二、三期分别制定不同价格标准，形成按三个展期、四个展馆区域差异化定价的新体系。与第 109 届确定的展位基准价格体系相比，展位均价持平（约 2.2 万元），进一步突出“优期优地优价”。各展区展位价格标准（另行通知）。

2. 线上服务费

根据不同服务内容设置 A、B、C 三档差异化套餐及加量包，其中 A 套餐 2000 元、B 套餐 6000 元、C 套餐 15000 元，展品包 500 元、账号包 999 元、连线展示包 500 元。免收线下展企业、脱贫地区企业 A 套餐费用，如企业自愿升级为更高档套餐，另行收费。优化套餐服务内容，A 套餐企业对采购商发布的公开采购需求，由原来的不可响应调整为可响应 5 条；增加各套餐企业可选展示中心模板数量；新增商机线索管理功能。服务套餐及加量包设置详见附件 5。

(四) 线上平台优化。

坚持问题导向，聚焦商机管理、供采对接、内容展示及参展服务等方面，持续优化平台功能、提升实效。

提升商机管理便利度。新增商机线索管理功能，整合平台各渠道获客信息，供企业查询管理，便于维护老客户、获取新商机。采购意向功能增加采购金额、计量单位、来源地等维度，采购需求更清晰，便于企业精准对接。

提升供采对接顺畅度。名片管理功能新增国别、行业等筛选维度，通过名片可快捷访问企业店铺、发起即时沟通。升级即时沟通功能，新增网页版，显示用户在线状态、优化消息提示等，沟通更便利。“贸易之桥”栏目新增采购需求发布提示，引导大买家发布需求，助力线上对接。

提升展示内容专业度。广交会官网推出月度行业主题活动，集中展示热门产品、精选企业、采购需求与行业活动。针对线下展展前、展中，以及线上平台常态化运行三个阶段的不同特点，动态调整页面布局。为特定类别展品设置行业属性参数，引导企业丰富展品信息、突出展品特点。

提升平台服务丰富度。新增线上服务费在线支付功能，线上参展更便利。拓展套餐服务内容，增加企业可选展示中心模板数量，为 A 套餐企业开放主动回应非定向采购需求的功能；B、C 套餐企业在连线展示、行业主题活动页面优先展示，优先向采购商展示 B、C 套餐展商对非定向采购需求报价等，参展服务更优化。

线上平台参展组织分工安排详见附件 6。

(五)退展位约束机制。

线下展实行退展位约束机制(详见附件 7)。

(六) 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 8)。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。

(七) 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,同时受理线上线下知识产权和贸易纠纷投诉,维护展会正常交易秩序。

(八) 深化广交会绿色发展。

提升绿色发展质量,线下展继续按照绿色展位普及率 100% 的目标,落实常态化绿色布展,具体实施措施详见附件 9。开展绿色展位奖评选,鼓励参展企业和施工企业创新展位设计,提升整体展示水平。主动降碳减排,大力推广专业型材和新型搭建材料,加强全流程管控,减少展览废弃物,持续改善展厅空气质量。

(九) 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 5000 万元人民币、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) 配套活动及服务。

举办系列行业论坛。围绕电子家电、家居装饰品、医疗器械等多个题材，举办 6-8 场行业论坛，邀请行业专家、龙头企业高管、贸易服务机构代表交流。

优化创新发布平台。举办 2023 年广交会设计创新奖 (CF 奖) 颁奖仪式，表彰获奖产品和企业、参评组织表现突出的 10 家交易团。广交会新品首发首秀首展活动将新增中央平台发布、论坛特邀发布、展位现场发布、闭门发布等新形式，呈现更多新产品、新技术、新品牌、新服务。

组织贸易对接活动。聚焦重点市场举办 40 余场“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。举办双循环促进活动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。

中山市商务局

2023 年 9 月 15 日

(联系人: 市商务局贸促科陈泽杰, 电话: 89892855; 邮箱: chenzejie@zsboc.gov.cn)

公开方式: 主动公开