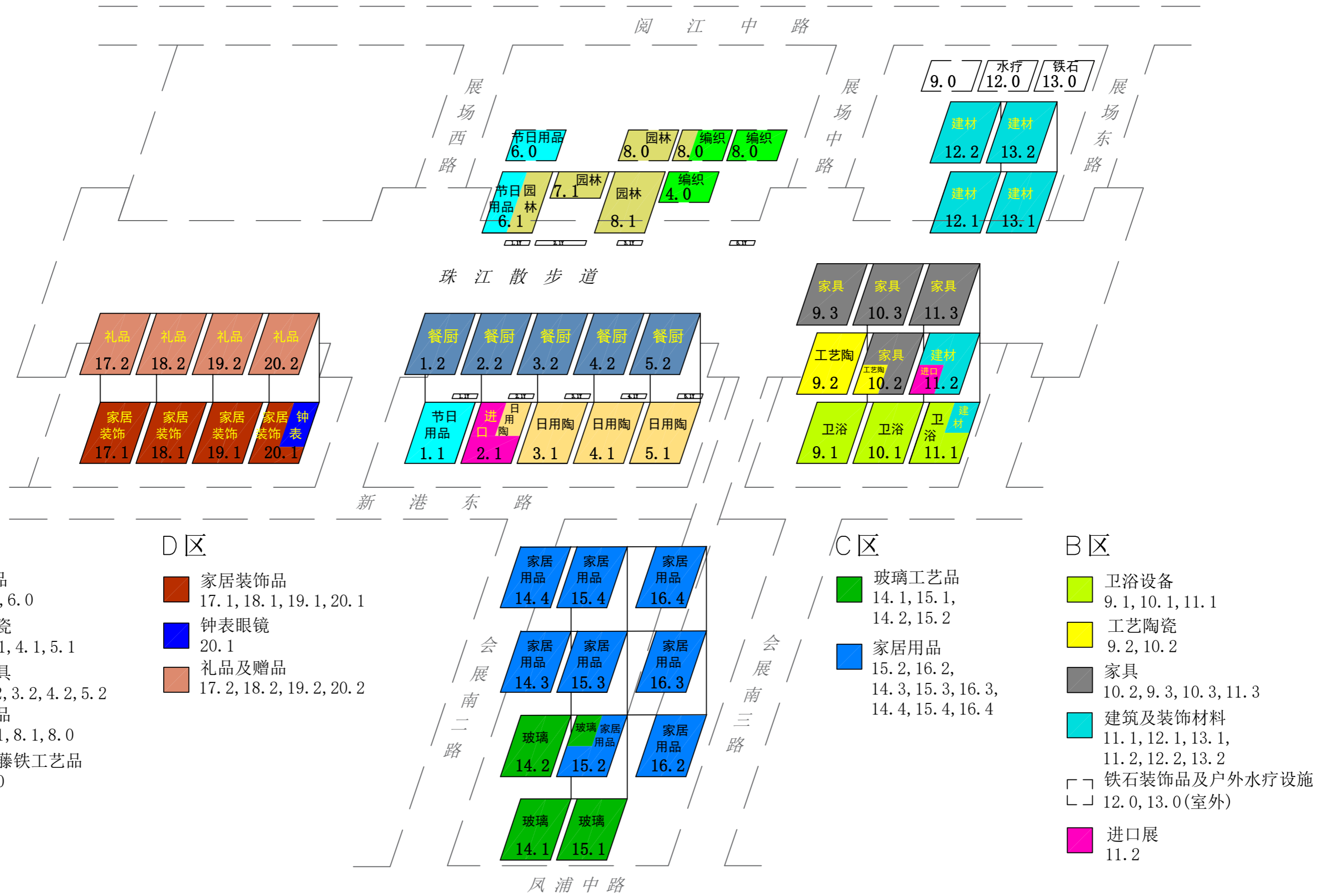
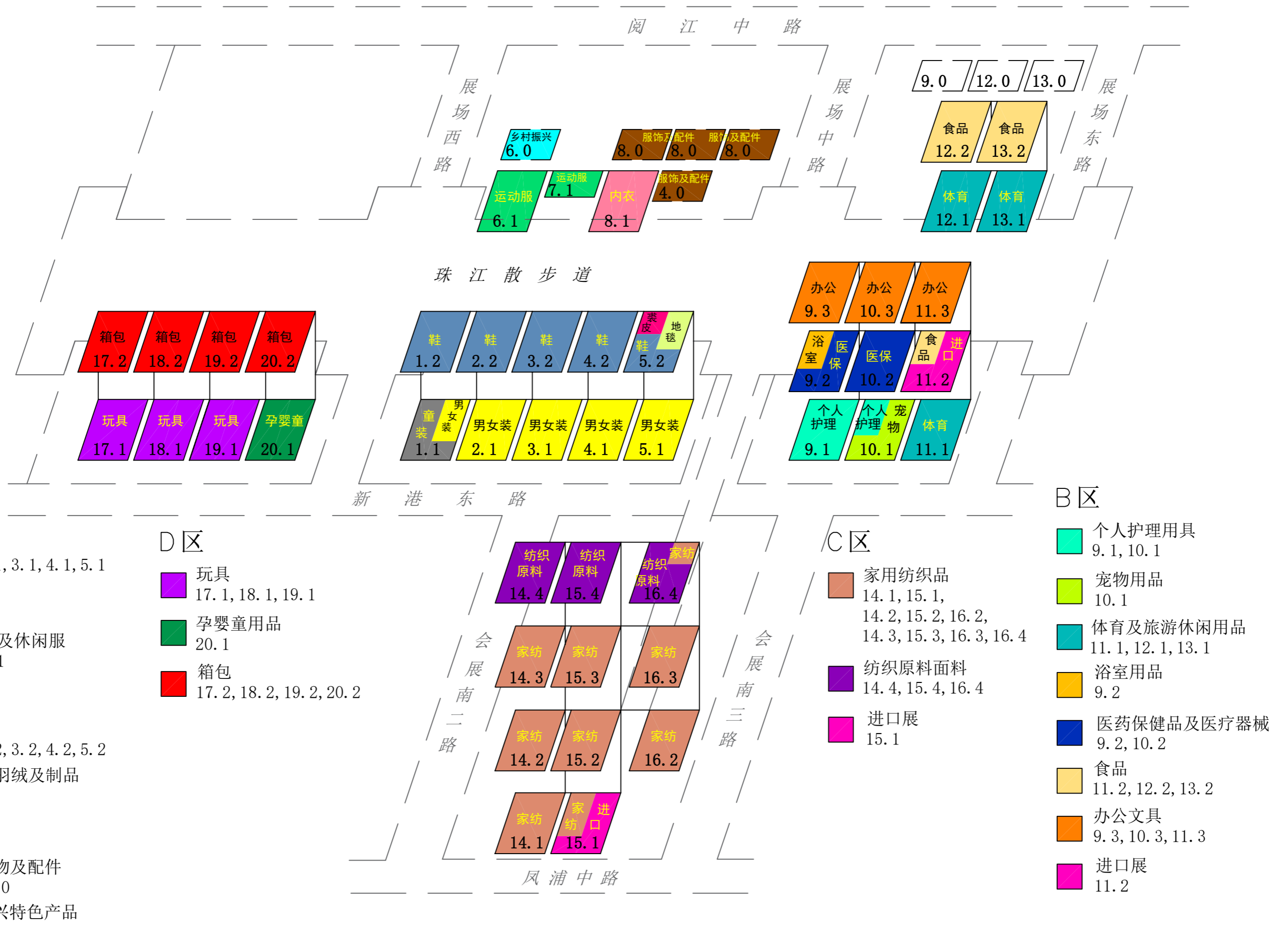


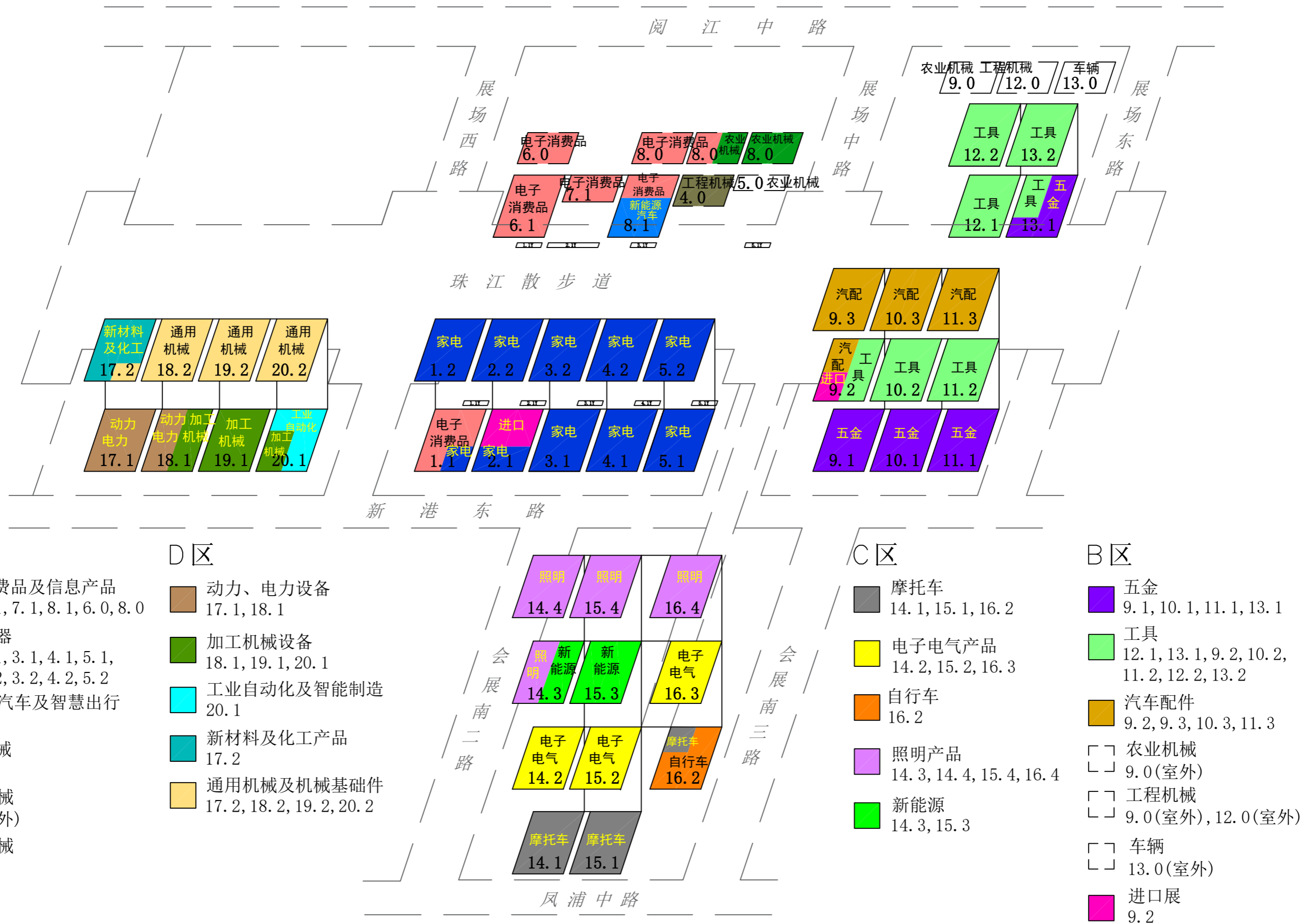
第134届中国进出口商品交易会展区布局图(第二期)



第134届中国进出口商品交易会展区布局图(第三期)



第134届中国进出口商品交易会展区布局图(第一期)



附件5

第134届广交会出口展线上服务费套餐及加量包设置

一、服务套餐

项目	内容	A套餐 (2000元)	B套餐 (6000元)	C套餐 (15000元)
供采对接	即时沟通	√	√	√
	预约洽谈	√	√	√
	名片交换	√	√	√
	商机线索管理	√	√	√
	响应采购商定向采购需求	√	√	√
	智能匹配采购商非定向采购需求	√	√	√
	最大响应采购商发布公开采购需求的条数	5	50	100
	展品配对及主动响应需求在采购商端优先展示	×	×	√
在线展示	官网展示（PC及移动端）	√	√	√
	可选展示中心模板数（个）	2	4	6
	企业信息内可展示视频数（个）	1	3	5
	可展示展品总数（个）	200	500	3000
	可使用连线展示间数（间） （每间时长2小时）	2	20	50
	虚拟展位	√	√	√
账号管理	可启用账号总数（个）	4	30	100
优享服务	线上展数据报告	×	基础版	升级版
	珠江国际贸易论坛主论坛入场券	×	×	实时观看
	珠江国际贸易论坛分论坛入场券	1场	2场	不限场次

二、加量包（可叠加购买）

名称	内容	价格（元/个）	备注
展品包	可展示展品数增加100个	500	
账号包	可启用账号数增加5个	999	
连线展示包	连线展示间增加1间（每间时长2小时）	500	当届连线展示服务结束后（即仅开放回放期间）不可购买

注：

1. 免收脱贫地区企业及线下展企业A套餐费用；
2. 珠江国际贸易论坛相关优享服务视当届活动举办情况确定。
3. 最大响应采购商发布公开采购需求的条数，是指参展商可主动回复的最大条数，不代表必然收到的发布条数。

第 134 届广交会出口展线上平台 参展组织分工安排

(一) 各单位要做好本单位企业线上参展组织工作，积极发动更多符合条件的企业参展。及时传达大会各项通知要求，精心组织企业参展培训，开展展前动员等。

(二) 各单位要指导、督促本单位参展企业按大会要求按时完成线上平台套餐选择、缴足对应线上服务费。

(三) 各单位要指导、督促本单位参展企业按大会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) 各单位要负责按要求对本单位参展企业上传的企业信息进行审核管理。

上述第(二)、(三)、(四)点相关工作进度执行已纳入《广交会出口展交易团组展工作表彰标准》，请务必高度重视。

(五) 各单位要负责本单位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，统计本单位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。汇总本单位企业参与连线展示和线上洽谈人员名单，于9月30日前将人员信息报送省团邮箱：gdjyt716@163.com，以便省团会同相关部门，在开展前完成上述人员信息审核。三是做好指导培训。引导本单位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）各单位要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）各单位督促本单位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）各单位要协助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）各单位要积极配合商务部、大会、省团做好各项调研，深入了解企业困难和诉求，收集企业在应对疫情和贸易摩擦、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）各单位要鼓励企业参与在指定跨境电商平台举办的同步活动。

（十一）各单位要配合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。

附件 7

广交会出口展退展位约束机制

在完成所有企业展位位置预置的第二天之前（含）退展位的，所退展位不收取展位费；在完成所有企业展位位置预置后的第三天至 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。

（注：因各展区展位位置安排进度不一，上述退展位约束机制按所在展区执行，“所有企业”指在退展位对应的展区的所有企业。）

第 134 届广交会撤换展回旋运作区域设置

为确保撤换展工作的顺利进行，第 134 届广交会第一、二期在展馆 A、B、D 区设置撤换展回旋运作区域，该区域只安排标摊，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 3.2-4.2 家用电器展区，第二期 2.1 进口展、3.1-5.1 日用陶瓷展区除外）。

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；12.2-13.2 展厅最北端东西走向的 4 排展位（第一期 9.2 进口展、第二期 11.2 进口展除外）。

D 区：17.1-20.1，17.2-20.2 展厅最南端东西走向的 4 排展位（第一期 18.1-19.1 加工机械设备展区、20.1 工业自动化及智能制造展区除外）。

撤换展回旋运作区域展位搭建要求如下：

一、以上区域标摊不允许简装，大会将对违规简装展位发送整改通知单，对不立即整改的实行暂停施工、通报所属交易团、收取 500 元/标准展位的罚金、追缴 25 元/平方米的施工管理费等处理措施。

二、对以上可搭建特装展位的特定区域，特装展位不得搭建二层展位、不得使用工字钢结构，倡导使用快捷、轻便的绿色材料进行搭建。