

中国进出口商品交易会浙江省交易团组委会

秋广交浙团〔2023〕1号

浙江省交易团关于开展广交会品牌展位 评审工作的通知

各分团：

根据商务部外贸司《关于开展广交会品牌展位评审工作的通知》（商贸促函〔2023〕67号），为深入贯彻落实党的二十大精神，加快建设贸易强国，更好发挥广交会在推动外贸稳规模优结构中的作用，现启动新一轮广交会品牌展位评审工作。请各分团根据新修订的《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》（详见附件1，以下简称《实施细则》）有关要求做好评审工作，现就相关事项通知如下：

一、申报范围

符合《实施细则》规定的广交会品牌展位使用条件的企业均可申请。如申请企业出现《实施细则》中列明禁止申请或使用品牌展位的情形，则取消其申请资格。新能源、宠物

用品展区及第 133 届新设的工业自动化及智能制造、新能源及智能网联汽车、孕婴童用品展区首次设立品牌展位，相关企业可按需申报。

二、企业申报

企业按照《实施细则》要求，对照品牌展位企业申报材料样本及注意事项（详见附件 2）准备相关材料，**于 5 月 25 日前**通过广交会参展易捷通系统提交法人营业执照、企业海关备案编码、企业境外注册商标等资料申请，并**在线打印申请表及材料清单，加盖公章后连同以材料清单排序的所有相关资质纸质证明材料按展区寄送**所属分团。如使用母（子）公司资质参加评审的，相关要求详见《实施细则》，其中母（子）公司评审需提供的授权书模版详见附件 3。

三、分团预审推荐

各分团对本分团品牌展位申报企业进行初步审核、推荐，其中“省级专精特新中小企业”需由所属分团核实并在对应证书上盖章。请于**5 月 29 日前**将分团初审推荐企业汇总表（详见附件 4）电子版连同加盖公章的扫描件发送至省交易团邮箱，同时将推荐企业纸质材料按展区（每个展区二套）寄送至省交易团。

四、工作要求

（一）高度重视，周密安排。各分团要严格按照《实施细则》规定，抓细抓实各项工作，确保此次评审顺利进行。要指定工作责任心强、熟悉广交会业务的同志专职参与评审，确保评审工作质量。

（二）广泛宣传，认真准备。各分团要积极宣传动员企业抓住新一轮品牌评审的机遇，按要求认真准备评审材料，

并及时提交。

（三）扶优扶强，务求实效。各分团要深入调查研究，着力发掘、推荐本地区优质企业，掌握申请企业实际情况，确保获得品牌展位的企业能够真正代表本地区、本行业的先进水平，切实发挥品牌展区的行业引领作用。

（四）严明纪律，确保公平。各分团要严格按照《实施细则》规定开展工作，评审过程中有关信息要严格控制知悉范围。加强对评审的全过程监督，严明纪律要求，全力保障评审结果公平公正。

联系人：陈思铭、卢英黎

电话：0571-28939396、28029277

邮箱：ecf17@126.com

地址：杭州市延安路466号外经贸南楼809室

- 附件：1.《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》
2.品牌展位企业申报材料样本及注意事项
3.母（子）公司评审授权书
4.广交会品牌展位各分团初审推荐企业汇总表



抄送：团部领导、省直分团各公司、存档

附件 1

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

(2023 年修订)

为全面贯彻落实党的二十大精神，加快建设贸易强国，培育外贸竞争新优势，进一步发挥广交会助力全方位对外开放、促进国际贸易高质量发展、联通国内国际双循环平台作用，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、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、品牌展位使用条件

(一) 参展企业条件

1. 企业须依法取得法人营业执照，并获得海关备案编码。

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和使用品牌展位：

(1) 国家商务、环保、卫生、人力资源和社会保障、海关、税务、市场监管（知识产权）、外汇、安监、药监等部门通报、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禁止参展。

(2) 自上次品牌评审以来被司法机关或知识产权行政

管理机关认定侵权的。

(3) 因违规转让或转租(卖)广交会展位,涉及贸易纠纷投诉,涉嫌侵犯知识产权,或违反广交会其他规定,被广交会取消参展资格并处于处罚期限内的。

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

(5) 伪造品牌展位申请材料的,在下次品牌展位全面评审前,禁止申请和使用品牌展位。

(二) 展品条件

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)》。

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。涉及知识产权的,须取得合法权利证书或已签订合法使用许可合同。

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、海关、市场监管(知识产权)、药监等部门有不良记录且未经复检合格的。

(2) 被司法机关或知识产权行政管理机关认定侵权的。

三、评审标准

围绕出口额（35分）、境内外商标（10分）、研发创新和自主知识产权（30分）、国际通行认证（10分）、品牌建设（6分）、行业自律（3分）及广交会参展表现（6分）等7方面开展评审，总分100分。具体标准见附2。

四、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）》，按照广交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（申请材料有效期须覆盖品牌展位申请截止日期），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. 企业进入商务部认定的国家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。
3. 专利证书或著作权登记证书，国家企业技术中心、制造业单项冠军、专精特新“小巨人”、省级专精特新、国家级高新技术、国家科学技术奖等相关证明材料，参与国家标准或行业标准制定或修订的证明材料。
4. 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。

5. 境内外注册商标证明文件。

6. 本办法第六条第（四）款及附 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。

（二）同一展区品牌展位的申请数量原则上不少于 4 个，车辆、化工产品（单个展位面积调整为 9 平米）、工程机械、农业机械、食品、医药保健品及医疗器械展区申请数量原则上不少于 2 个，并均需绿色特装布展。

（三）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。

五、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 7 个工作日内完成预审推荐工作：

按照品牌展位使用条件、安排评审标准的有关规定，通过广交会网络管理服务系统查看本团企业申请情况，对本团申请企业的展位使用条件进行初步审核，并将符合展位使用条件的申请企业列入本团品牌展位使用企业（以下简称品牌企业）推荐名单。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 20 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，根据品牌展位使用条件、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使用条件复核。其中，出口额分值由外贸中心根据商（协）会复核后的企业海关编码协助计算。

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。

六、评审相关要求

(一) 对品牌企业原则上实行三年一评制，其展位数量安排原则上保持六届不变，期间开展品牌展位动态调整。

(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，得分相同的情况下根据出口额高低进行排序。不同展区设定不同的展位数量上下限，具体详见附件 4。特殊情况由工作小组根据实际情况确定。

(三) 贯彻落实区域协调发展战略，允许将部分品牌展位安排给中部、西部、东北地区交易团评审分数和排名较低的企业，且须遵循以下原则：

1. 允许获展位安排的企业出口额未达申请展区最低标准，但近两年在申请展区须有出口实绩，且拥有境外商标。

2. 原则上确保有需求的交易团至少有 1 家企业获得品牌展位，按所在展区品牌展位数量下限安排。

3. 安排结果须经工作小组审核同意。

(四) 允许母公司使用其全资子公司、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 3。

七、品牌展位的退回和收回

(一) 企业申请退回品牌展位按以下程序办理：

1. 品牌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. 未在广交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. 长时间联系中断、经营状况严重恶化、丧失商业信誉、有逃避债务行为的。

3. 国家商务、环保、卫生、人力资源和社会保障、海关、税务、市场监管（知识产权）、外汇、安监、药监等部门通报、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计。

4. 被司法机关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) 品牌企业出现本细则第二条第(一)款第6点描述的禁止参展情形的,广交会视情收回其相应展区品牌展位并取消其参展资格。

(四) 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,则由广交会收回其剩余所有品牌展位。

八、品牌展位动态调整

在两次品牌展位全面重评之间,开展品牌展位动态调整,包括:

(一) 每届更新品牌展位候选企业的评审分数,并将退回和收回的品牌展位在候选企业范围内择优安排,其他品牌企业展位安排原则上维持上届不变。

(二) 不定期对个别展区的全部展位进行重新安排。

品牌展位动态调整机制详见附5。

九、品牌企业参展主体的变更

(一) 品牌企业(以下简称原主体)可申请将品牌展位转移给其他企业使用(以下简称新主体),但须符合以下条件:

1. 新主体与原主体之间存在以下关联关系之一:

(1) 新主体为原主体的全资、绝对控股、相对控股母

公司。

(2) 新主体为原主体的全资、绝对控股子公司。

(3) 新主体与原主体被同一家母公司绝对控股。

(4) 原主体因收购合并、重组整合等原因，将相关出口业务、资产等转移至新主体。

2. 新主体须承接原主体原有经营业务。

3. 新主体须具备本办法第二条相关使用条件，如新主体承接原主体经营业务未满两年，出口额可合并统计。

(二) 申请主体变更按以下程序办理：

1. 原主体向所属交易团递交书面申请，提出变更参展主体的原因，以及相关证明材料、授权文件等。

2. 相关交易团审核后，将审核意见连同企业证明材料提交外贸司。

3. 外贸司委托外贸中心、相关商（协）会核实相关情况，商（协）会出具相关书面意见发外贸中心汇总，外贸中心根据商（协）会意见及核实情况，出具书面意见报外贸司审定。

4. 外贸司审定后，向相关交易团下达品牌企业参展主体变更通知，抄送相关商（协）会、外贸中心。

5. 如经核实不符合参展主体变更条件，且原主体不适合继续参展的，广交会视情收回其品牌展位。

十、本细则由商务部负责解释。此前有关规定与本细则

不符的，以本细则为准。

- 附：
1. 品牌展位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出口展品牌展位数量安排评审标准
 3. 使用母（子）公司资质参加品牌展位评审的相关要求
 4. 各展区品牌展位数量上下限及对应协调管理商（协）会
 5. 品牌展位动态调整机制

品牌展位展区设置及申请企业最低出口额标准

展区	最低出口额标准	评分标准 (最高35分)	备注
家用电器	700万美元	达到700万美元得5分，每超过150万美元加1分。	加工机械设备，动力、电力设备，通用机械及机械基础件展区按机械产品大类统计企业出口额；工程机械、农业机械按工程农机产品大类统计企业出口额。
加工机械设备			
车辆			
动力、电力设备			
通用机械及机械基础件			
工程机械（室内）			
工程机械（室外）			
农业机械（室内）			
农业机械（室外）			
化工产品			
电子消费品及信息产品	500万美元	达到500万美元得5分，每超过100万美元加1分。	
电子电气产品			
新能源			
摩托车			
汽车配件			
卫浴设备			
自行车			
建筑及装饰材料			
照明产品			
鞋			
五金	400万美元	达到400万美元得5分，每超过100万美元加1分。	
工具			
餐厨用具			
玩具			
家具			
男女装			
运动服及休闲服			
家用纺织品			
新能源及智能网联汽车			
工业自动化及智能制造			
家居装饰品	300万美元	达到300万美元得5分，每超过100万美元加1分。	1、家居装饰品、节日用品、礼品及赠品按礼品、装饰品产品大类统计企业出口额。 2、家居用品、个人护理用具、浴室用品按日用品产品大类统计企业出口额。 3、男女装、内衣、运动服、童装、服装饰物及配件展区按服装产品大类统计企业出口额。
节日用品			
礼品及赠品			
钟表眼镜			
家居用品			
个人护理用具			
浴室用品			
宠物用品			
园林用品			
编织及藤铁工艺品			
日用陶瓷			
工艺陶瓷			
玻璃工艺品			
孕婴童用品			
裘革皮羽绒及制品			
箱包			
内衣			
童装			
服装饰物及配件			
医药保健品及医疗器械			
食品			
体育及旅游休闲用品			
办公文具			
纺织原料面料			
地毯及挂毯			

附2

中国进出口商品交易会出口展品牌展位 数量安排评审标准

一、出口额（35分）

出口展品牌展位按不同类别展区分别设立 700 万、500 万、400 万和 300 万美元四个等级的最低出口额标准。品牌展位申请企业在过去两年的平均出口额达到所申请展区最低出口额的得 5 分，每超过 100 万美元或 150 万美元的加 1 分，累计不超过 35 分。（出口额取过去两年相关商品的平均出口额。）

二、境内外商标注册（10分）

境内外注册商标持有者须与出口展品牌展位申请企业一致，商标覆盖的产品应属于所申请展区规定的参展商品目录。属商标转让的，应提交有关证明材料。

有境内注册商标的加 1 分。境外商标在一个国家（地区）注册（包括注册多个）得 1 分，每增加一个国家（地区）加 1 分。获得欧共体市场协调局（OHIM）、欧盟知识产权局（EUIPO）、非盟（OAPI）注册的有效商标，按 10 分计算。获得“马德里协定”国际注册的（简称“WIPO”或“OMPI”）以协定国数量计分。在“比荷卢”（Benelux）商标联盟注册的，计 3 分。

本项累计不超过10分。

三、研发创新和自主知识产权（30分）

（一）专利与版权。专利包括在境内外申请的合法持有的发明、实用新型和外观设计，其中，在境外申请的专利特指通过巴黎公约或专利合作条约（PCT）申请的，且可通过联合国世界知识产权组织等权威机构检索到的专利。每拥有一项发明专利得3分；每拥有一项实用新型专利得1分；外观专利和版权每五项加1分，不足五项不记分，累计不超过5分。此项总分10分。

（二）国家认定研发创新类企业。制造业单项冠军、国家企业技术中心得5分；专精特新“小巨人”、制造业单项冠军产品、国家级（包括2008年后由省级认定机构按国家标准认定的）高新技术企业得3分；省级专精特新中小企业得1分（专精特新“小巨人”企业该项不记分）。此项总分10分。

（三）国家科学技术奖。近三年获得国家科学技术奖的，每获一项得5分，累计不超过10分。

（四）国家标准或行业标准。每制定或修订一个产品（技术）的国家标准或行业标准得3分，最多不超过5分。

以上四项累计不超过30分。

四、国际通行认证（10分）

国际通行的质量管理体系、环境管理体系或行业认证的有效证书持有者须与出口品牌展位申请企业一致，且覆盖产品应属于所申请展区规定的参展商品目录。

国际质量管理体系、环境管理体系指：ISO9000 系列质量管理体系、ISO14000 系列环境管理体系、ISO45000 系列职业健康安全管理体系、SA8000 社会责任标准。通过一项认证得 2 分。

行业认证包括面向企业的行业认证和面向产品或生产线的行业认证，其中：

面向企业的行业认证包括 Oeko-Tex Standard 100 生态纺织品认证、HACCP 食品生产企业危害分析与关键控制点管理体系、ISO22000 食品安全管理、ISO/TS16949 或 IATF16949 汽车行业质量体系、ISO13485 医疗器械质量管理体系认证、CGMP 动态药品生产质量管理规范认证、英国零售商协会 BRC 认证，通过一项认证得 2 分；

面向产品或生产线的行业认证标准包括欧盟 CE、EMC、ROHS、PAHS、REACH、EC 认证、美国 UL、UPC、FDA、ETL、FCC、EPA、CPSC 认证、美国药典认证 USP、加拿大 CSA、CETL 认证、澳大利亚 WATERMARK、TGA、SAA 认证、RCM 认证、欧洲药典适用性认证 COS、德国 GS、TUV 认证、英国 BSI、UKCA 认证、海湾 GCC 认证、日本药品和医疗器械管理局认证 PMDA、日本药物主文档认证 JDMF、日本 PSE 认证、韩国 KS 认证、WHO PQ 认证、Halal 认证、Kosher 认证、IECEE CB 认证、BSCI 认证、GRS 认证、BV 认证、SMETA 认证，通过一项认证得 1 分，同个产品或生产线通过多项认证累计不超过 2 分。

以上认证累计不超过 10 分。

五、品牌建设（6分）

企业进入商务部认定的国家外贸转型升级基地且主营业务与该基地特色产业相一致的，加3分；已建设国际营销服务体系达5家以下的（含5家）加1分，5家以上的加2分；参加商务部主办或支持参加的境外品牌展的加2分。

以上三项累计不超过6分。

六、行业自律（3分）

（一）积极应对国外针对我出口产品发起的“两反（反倾销、反补贴）、两保（保障措施、特别保障措施）”调查；积极应对国外的出口管制及制裁（3分）。

（二）自觉遵守同行业相关规定，履行行业义务，积极维护行业出口质量安全，在行业内无违规记录（1分）。

（三）获得进出口行业企业信用等级评价 AAA 级企业（3分），AA 级企业（2分），A 级企业（1分）。

以上三项累计不超过 3 分。

七、广交会参展表现（6分）

（一）上次品牌评审以来，在广交会设计创新奖（CF 奖）中每获至尊金奖 1 次相应展区加 4 分，每获可持续发展奖 1 次相应展区加 3 分，每获金奖 1 次相应展区加 3 分，每获银奖 1 次相应展区加 2 分，每获铜奖 1 次相应展区加 1 分。

（二）上次品牌评审以来，每获广交会绿色特装奖或广交会绿色展位奖金奖 1 次相应展区加 2 分，每获广交会绿色

展位奖银奖、铜奖或人气奖 1 次相应展区加 1 分。相应展区绿色特装不合格的参展企业，从第 2 次不合格起计，每 1 次不合格扣 1 分。

（三）上次品牌评审以来，在广交会“i-邀请”活动评比中每获金奖 1 次加 2 分，每获银奖 1 次加 1 分。如申报多个展区品牌展位的，可自行选择其中一个展区进行加分。

以上三项累计不超过 6 分。

附 3

使用母（子）公司资质参加品牌展位评审的相关要求

一、允许使用母（子）公司有关资质的情形

（一）母公司可使用全资子公司的出口额、境内外商标、国际通行认证、研发创新和自主知识产权等四类资质参评。

（二）母公司可使用绝对控股子公司或相对控股子公司的出口额、境内外商标、研发创新和自主知识产权等三类资质参评，且需该子公司书面授权。授权方的各类资质在同一展区均只能授权给一家公司，不得重复或拆分授权。

（三）子公司可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出口额、境内外商标、研发创新和自主知识产权等三类资质参评，且需该母公司或其他子公司书面授权。授权方的各类资质在同一展区均只能授权给一家公司，不得重复或拆分授权。被授权方在同一展区只能接受每类资质的一次授权。

二、相关条件

（一）属第一条所述范围的全资子公司或授权方，在使用其资质的相应展区不得再单独参加评审。

其中，如**全资子公司或授权方**授权使用其资质的展区属于机械类、工程农机类、服装类、礼品装饰品类、日用品类等 5 大类（展区与类别对应关系详见《品牌展位展区设置及申请企业最低出口额标准》），其在该展区对应大类的其他所有展区中，均不得再单独参加评审，**也不得将其资质再次授**

权给其他公司。

(二) 使用母(子)公司资质参评的, 须在提交申报文件时同时提供以下材料:

1.母(子)公司关系证明文件。

属全资关系的, 须提供母公司为子公司唯一股东的证明材料; 属绝对控股关系的, 须提供母公司出资额占子公司资本总额 50% 以上或者其持有的股份占子公司股本总额 50% 以上的证明文件; 属相对控股关系的, 须提供母公司为子公司第一大股东的证明文件。证明文件(如工商登记证等)须加盖所在地县级以上工商部门公章; 属各地各级国资委管理的企业, 可以国资委文件替代工商部门文件。

2.具有法律效力的、经授权方法人代表签字并加盖公章的授权书。

授权书须写明授权资质对应展区、授权公司的海关编码、授权产品海关税号、所授权的境内外商标、研发创新和自主知识产权范围。相应授权产品海关税号如涉及不同展区, 须在同一份授权书上分别列明。

三、审核及公示

(一) 交易团在提交品牌展位申请企业推荐名单前, 应完成对母(子)公司关系及使用资质相关材料的初核。

(二) 商(协)会在提交品牌展位评审结果前, 应完成对母(子)公司关系及使用资质相关材料的复核, 并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。公示无异议后执行。

各展区品牌展位上下限及对应协调管理商（协）会

展 区	品牌展位数量上限	品牌展位数量下限	协调管理商协会	
电子消费品及信息产品	12	4	中国机电产品进出口商会	
电子电气产品	18	4		
家用电器	30	4		
照明产品	12	4		
自行车	12	4		
摩托车	12	4		
汽车配件	12	4		
车辆	10	2		
新能源及智能网联汽车	30	4		
通用机械及机械基础件	12	4		
动力、电力设备	12	4		
加工机械设备	16	4		
工程机械（室内）	10	2		
工程机械（室外）	18	2		
农业机械（室内）	10	2		
农业机械（室外）	18	2		
工业自动化及智能制造	30	4		
工具	12	4		
新能源	20	4		
五金	10	4		中国五矿化工进出口商会
建筑及装饰材料	12	4		
卫浴设备	12	4		
化工产品	10	2		
餐厨用具	20	4		中国轻工工艺进出口商会
日用陶瓷	20	4		
家居用品	20	4		
个人护理用具	20	4		
浴室用品	20	4		
孕婴童用品	20	4		
钟表眼镜	20	4		
玩具	20	4		
礼品及赠品	20	4		
节日用品	20	4		
工艺陶瓷	20	4		
玻璃工艺品	20	4		
家居装饰品	20	4		
家具	20	4		
编织及藤铁工艺品	12	4	中国外商投资企业协会	
园林用品	10	4	中国食品土畜进出口商会	
男女装	20	4	中国纺织品进出口商会	
童装	20	4		
内衣	20	4		
运动服及休闲服	20	4		
服装饰物及配件	20	4		
家用纺织品	20	4		
纺织原料面料	20	4		
鞋	20	4		
办公文具	20	4	中国轻工工艺进出口商会	
箱包	20	4		
体育及旅游休闲用品	20	4		
裘革皮羽绒及制品	8	4	中国食品土畜进出口商会	
地毯及挂毯	8	4		
食品	20	2		
医药保健品及医疗器械	20	2	中国医药保健品进出口商会	
宠物用品	20	4	中国轻工工艺进出口商会/ 中国食品土畜进出口商会	

注：自第134届广交会起，化工产品展区单个展位面积调整为9平方米。

附 5

品牌展位动态调整机制

广交会品牌展位安排工作包括动态调整和适时全面重评两种方式。在两次品牌展位全面重评之间，开展动态调整，包括：每届对退回及收回展位的调整安排和不定期对个别展区展位的全部重新安排。每届对退回及收回展位动态调整时，现有品牌展位使用企业（以下简称品牌企业）展位安排原则上维持上届不变，仅更新候选企业名单并择优安排。个别展区展位不定期全部重新安排方案另行制定。

一、可供动态调整的展位来源

（一）企业退回的品牌展位，以及交易团依照《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》（2023年修订，以下简称《实施细则》）规定情形退回的展位；

（二）广交会收回的品牌展位。

二、动态调整的申报和评审程序

（一）**申报**。非品牌企业可根据《实施细则》要求，随时提交、补充或更新申请材料。其中，未参加过评审的企业，可提交全套申请材料。已参加过评审但未获得品牌展位的企业，仅可就上次提交材料后本企业已发生变化的评审项目补充或更新材料；未发生变化的评审项目不能重复提交材料，该项目评分维持原分数不变。上述企业须先通过广交会参展易捷通系统在线提交申请，下载打印申报表，连同相关书面材料

寄送所属交易团。

（二）预审推荐。交易团应在第一时间按《实施细则》要求，在广交会网络管理服务系统对提交材料的企业进行预审推荐，并将符合品牌展位使用条件的新申请企业书面材料，以及其他企业补充和更新的书面材料一并寄送相关商协会。

（三）评审。商协会随时对提交材料的企业按《实施细则》要求进行评审，据此对各展区原候选企业名单进行补充更新，以商协会收到的交易团寄送材料的时间为准，每年5月6日至11月4日期间提交材料的，按得分增补进入下届春交会候选企业名单；每年11月5日至次年5月5日期间提交材料的，按得分增补进入下届秋交会候选企业名单。

（四）抽样复核。商务部外贸司牵头，会同外贸中心，部分交易团和各商协会成立品牌展位安排工作小组，对评审结果及候选名单进行抽样复核，并根据复核结果要求商协会对评审结果进行相应调整。商协会将调整结果再次上传系统，并抄报商务部外贸司。

三、动态调整的展位安排程序

（一）确定可供安排的品牌展位。外贸中心汇总全部退回或收回的品牌展位类别和数量，分展区提交相关商（协）会。

（二）提出展位安排方案。商协会在各展区可安排的展位范围内，根据新的候选企业名单（无新申请或补充、更新材料的展区，使用原候选企业名单），结合以下原则提出展位重

新安排初步方案：

1. 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量下限，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。

2. 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量下限，原则上按照分数高低排序，按所在展区品牌展位数量下限，安排给该展区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，或未按展区品牌展位数量下限安排的，需提交详细的书面理由。

外贸中心汇总各商协会安排初步方案并进行复核，形成展位安排建议方案报商务部外贸司审定。

（三）公示、调整并公布安排结果。按照《实施细则》执行。

附件2

品牌展位企业申报材料样本及注意事项

一、申报材料总体要求

(一) 所有申报材料上的企业名称应与申请企业或所涉母子关系企业名称完全一致,各项证书的所有人应为该申请企业或所涉母子关系企业(含法定代表人、股东),否则将被视为无关材料。

(二) 所有申报材料上的内容、产品及标准均应与企业申请的展区行业相关,所涉产品应在所申请展区规定的参展商品目录范围内,否则将被视为无关材料。

(三) 所有申报材料的有效期限须能覆盖品牌展位企业申请截止日期;仍在注册或申报相关资质、商标、认证等过程中的或已过期的申报材料均被视为无效材料。

二、各项材料样本及注意事项

(一) 关于企业法人营业执照。

营业执照样式见图1.1、1.2。



图1.1



图1.2

(二) 关于出口额。

1.本次评审所计算的企业出口额，为2021-2022年度该企业所申请展区对应商品的年平均出口额(按其提交的海关注册登记编码统计)。使用多个海关注册登记编码的，请在申请时一并提交，届时将累计计分。

2.同一产品大类下展区(表1)出口额统计时使用同一套海关商品编码，但企业在不同展区不得重复使用该大类出口额。企业在申请下表中展区时，须在申请表“出口额比例”一栏中填写对应大类出口额的参评比例(同一大类下比例之和不超过100%)。

展区	对应产品大类
加工机械设备	机械类
动力、电力设备	
通用机械及机械基础件	
工程机械（室内）	工程农机类
工程机械（室外）	
农业机械（室内）	
农业机械（室外）	
家居装饰品	礼品装饰品类
节日用品	
礼品及赠品	
家居用品	日用品类
个人护理用具	
浴室用品	
男女装	服装类
内衣	
运动服及休闲服	
童装	
服装饰物及配件	

表1

例：某企业同时申请男女装展区与童装展区，按广交会统计口径，计得其服装类出口额为1000万美元。如该企业在男女装展区“出口额比例”中填写40%，在童装展区“出口额比例”中填写60%，表示其服装类出口额的40%（即400万美元）用于申请男女装展位，60%（即600万美元）用于申请童装展位。

（三）关于境内外注册商标。

1.境内注册商标（图 3.1）为评分项目，非必备条件；境外注册商标（图 3.2-3.6）既为必备条件之一，又为评分项目计分。

2.在同一个海外市场注册多个不同商标的，计1分；在不同的海外市场注册一个或多个商标的，按所涉海外市场的数量计算分数。获得欧共体内部市场协调局（OHIM）（图 3.2）、欧盟知识产权局（EUIPO）（图 3.3）、非盟（OAPI）（图 3.4）注册的有效商标，按满分10分计算；获得“马德里协定”国际注册的（简称“WIPO”或“OMPI”）（图 3.5），以协定国数量计分；在“比荷卢”（Benelux）商标联盟注册的（图 3.6），计3分。累计不超过10分。

3.对于注册商标类别为“核定服务项目（第35类）”中“进出口代理”的，不予计分。

4.除台湾、香港和澳门三地以外，申请企业提交的其他非英语国家和地区的境外注册商标证书，应同时提供中文译本。

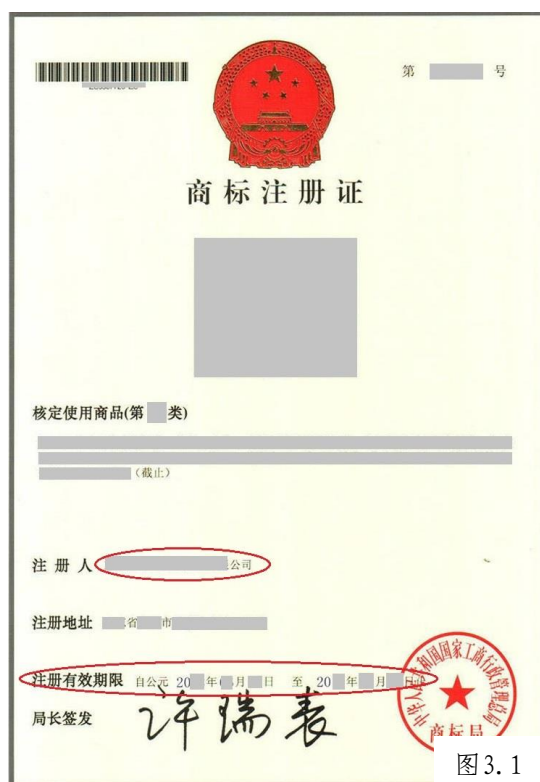




图 3. 2



图 3. 3



ARRETE N° 07/1751/OAPI/DG/DGA/DPG/SSD
PORTANT ENREGISTREMENT D'UNE MARQUE

LE DIRECTEUR GENERAL
de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle

VU l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 Mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle ;
VU l'annexe III dudit accord, et notamment ses articles 8, 11, 14, 16 et 19 ;
VU le Procès-Verbal dressé lors du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque;

ARTICLE 1er : Il est enregistré au nom de :

██████████ CO., LTD.
██████████
██████████

la marque N° 56511 déposée le 03 octobre 2006 sous N° 3200601840.

ARTICLE 2 : Le présent enregistrement sera publié au Bulletin Officiel N° 4/2007.

YAOUNDE, le 28 septembre 2007

Paulin EDOUÉ

图 3. 4

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION
34, chemin de Colonna, P.O. Box 18, CH-1211 Geneva 20 (Switzerland)
Tel: (41) 022 320 8111 - Facsimile International: (41) 022 320 8122
E-mail: wipo@wipo.int - Internet: www.wipo.int



MADRID AGREEMENT AND PROTOCOL

WIPO或OMPI

马德里协定

CERTIFICATE OF REGISTRATION

The International Bureau of the World Intellectual Property Organization (WIPO) certifies that the indications appearing in the present certificate conform to the recording made in the International Register of Marks maintained under the Madrid Agreement and Protocol.

Judith ZAHRA
Officer-in-charge
International Registrations Department
Operations Division

Geneva, August 2, 2007

928 518

Registration date: June 12, 2007
Date next payment due: June 12, 2008

Colours claimed: Yellow.

List of goods and services: 09/04/01

7 - Classes

Basic registration: China, 28.12.1997, 1139209.

Designations under the Madrid Agreement: Bencher, Egypt, France, Germany, Islamic Republic of Iran, Italy, Kenya, Morocco, Poland, Romania, Russian Federation, Spain, Sudan, Ukraine.

Designations under the Madrid Protocol: Australia, Denmark, Japan, Republic of Korea, Singapore, Sweden, United Kingdom, United States of America.

Declaration of intention to use the mark: United Kingdom, Singapore, United States of America.

Date of notification: 02.08.2007

IP/W/04/International application: English

The process used does not allow in all cases the exact reproduction of all the different shades of colors

公司名称
██████████ CO., LTD.
██████████ Road
(China).

Legal nature of the holder (legal entity) and place of organization: COMPANY LIMITED, P.R. CHINA.

Name and address of the representative: Crestop & Co., 22 A-B, Tower 3, Gateway Plaza, No. 2601 Xieta Road, Xuhui District, 200030 Shanghai (China).

协定国名称

Classification of figurative elements: 25.3; 29.1.

图 3. 5

OFFICE BENELUX DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

比荷卢商标联盟

CERTIFICAT D'ENREGISTREMENT

01 Numéro d'enregistrement: 0902921

02 Date de dépôt de la demande: 12/27/06

03 Date d'expiration: 10.06.2011 - 10.14.10.06.2021

04 Appréciation de l'office: Zhang Hongtu Co., Ltd SARI

05 Adresse: Group 1, Xingqiyuan Village, Liyang Town, Li County, Changde City, Hunan, Chine.

06 Nom et adresse du mandataire ou indicateur de l'adresse postale de l'office: ZHANG Hongtu (UK, Sobonn Co., Ltd.)
Siège social: Immeuble Louis Vuitton, 101 Av. des Champs Elysees, 75008 Paris, France.

07 Représentation de la marque figurative:

08 La couleur revendiquée: Classification des éléments figuratifs de la marque: CFE 2.9.1.5.3.6.27.3.2-11 - Bleu et orange.

09 Indication des classes et des produits enregistrés: CI 12 Véhicules à locomotion par terre, par air, par eau et sur rail; porte-bagages pour véhicules; véhicules électriques; sièges de sécurité pour enfants pour véhicules; bicyclettes; voitures d'enfants; draps; poussettes; bandages de roues pour véhicules.
CI 20 Brevets; pièces d'aménagement; moteurs pour enfants; coffres à jouets; chaises hautes pour enfants; bécanelets d'identification non métalliques pour hôpitaux; nids pour animaux d'intérieur; coussins; tapis pour parcs pour bébés.
CI 28 Jeux; prestidigitateurs (appareils de -); jouets; cartes à jouer; protège-genoux (articles de sport); balles de jeu; culturettes (appareils pour le -); bassins (piscines, articles de jeu ou de sport); patins à glace.

10 Date de publication de l'enregistrement: 10/10/2011

11 Date de dépôt: 10/10/2006

12 Date de publication de l'annonce: 01/07/2011

13 Références de dépôt ou de mandataire: WB-11-0737

La Haye, 11 octobre 2011

Edmond Simon
Directeur général

1/1 0902921

图 3. 6

（四）关于研发创新和自主知识产权。

1.专利与版权材料样本见图4.1-4.5。

2.制造业单项冠军包括：制造业单项冠军示范企业（图4.6）、单项冠军产品（图4.7）。

3.国家企业技术中心材料样本见图4.8。

4.专精特新“小巨人”企业样本见图4.9；省级专精特新中小企业样本见图4.10。已获专精特新“小巨人”加分的企业，不在省级专精特新中小企业项目中计分。省级专精特新中小企业由所属交易团核实，交易团在对应证书上盖章后，方视为有效。

5.国家级高新技术企业（图4.11—12）包括：

（1）由科技部认定的国家火炬计划重点高新技术企业；

（2）根据科技部、财政部、国家税务总局《高新技术企业认定管理办法》，由各省（自治区、直辖市、计划单列市）高新技术企业认定管理机构评定的的高新技术企业。

6.国家科学技术奖（图4.13—17）包含5个奖项：

（1）国家最高科学技术奖；

（2）国家自然科学奖；

（3）国家技术发明奖；

（4）国家科学技术进步奖；

（5）中华人民共和国国际科学技术合作奖。

7.国家标准或行业标准（图4.18）的制定或修订的证明必须由国家级相关机构提供，否则将被视为无关材料。

8.如专利权人、版权人、国家科学技术奖获得者、参与国家标准或行业标准制定或修订者为自然人,且该名自然人为申请企业的法定代表人或绝对、相对控股股东,视同有效。



图 4. 1



图 4. 2

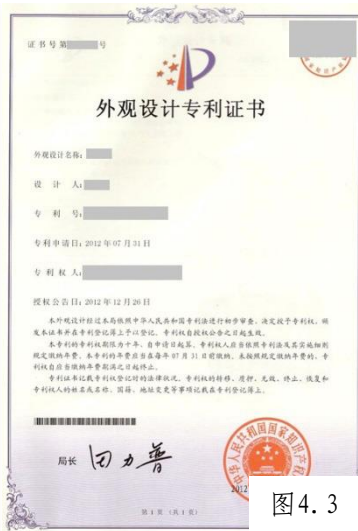


图 4. 3



图 4. 4



图4.5



图4.6



图4.7





图4.11



图4.12



图4.13



图4.14



图4.15



图4.16



图4.17

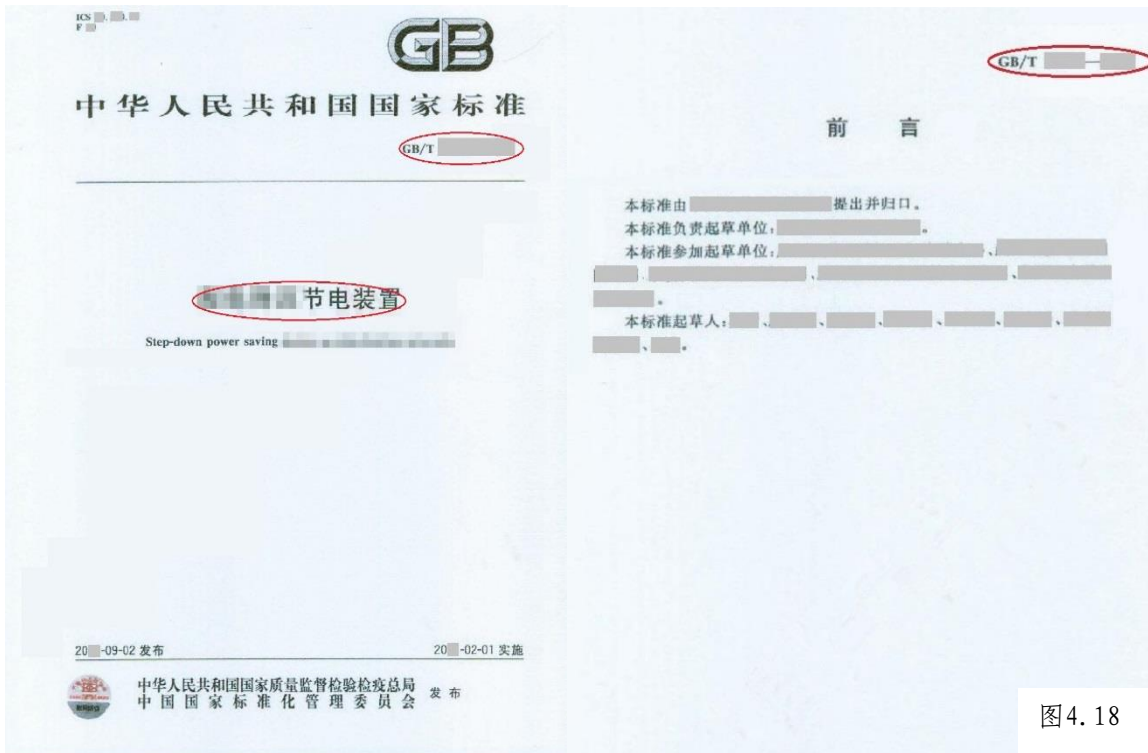


图4.18

(五) 关于国际通行认证。

1. 申请企业获得下列清单内的有效国际通行认证（图5.1—5.8），可获该项目相应评分：

（1）国际质量管理体系、环境管理体系：

- ISO9000系列 质量管理体系
- ISO14000系列 环境管理体系
- ISO45000系列 职业健康安全管理体系
- SA8000 社会责任标准

（2）行业认证：

a. 面向企业的行业认证：

- Oeko-Tex Standard 100 生态纺织品认证
- HACCP 食品生产企业危害分析与关键控制点管理体系
- ISO22000 食品安全管理
- ISO/TS16949或IATF16949汽车行业质量体系
- ISO13485 医疗器械质量管理体系认证
- CGMP动态药品生产质量管理规范认证
- 英国零售商协会BRC认证

b. 面向产品或生产线的行业认证：

- | | |
|------------------|------------|
| ●欧盟CE认证 | ●美国FDA认证 |
| ●欧盟EMC认证 | ●美国ETL认证 |
| ●欧盟ROHS认证 | ●美国EPA认证 |
| ●欧盟PAHS认证 | ●美国CPSC认证 |
| ●欧盟REACH认证 | ●美国UL认证 |
| ●欧盟EC(T3a或T3b)认证 | ●美国UPC认证 |
| ●美国FCC认证 | ●美国药典认证USP |

- 加拿大CSA认证
- 加拿大CETL认证
- 澳大利亚TGA认证
- 澳大利亚WATERMARK认证
- 澳大利亚SAA认证
- 澳大利亚RCM认证
- 德国GS认证
- 德国TUV认证
- 英国BSI认证
- 英国UKCA认证
- 海湾GCC认证
- 韩国KS认证
- 日本PSE认证
- 日本药物主文档认证JDMF
- 日本药品和医疗器械管理局认证PMDA
- 欧洲药典适用性认证COS
- WHO PQ认证
- Halal认证
- Kosher认证
- IECEE CB认证
- BSCI认证
- BV认证
- GRS认证
- SMETA认证

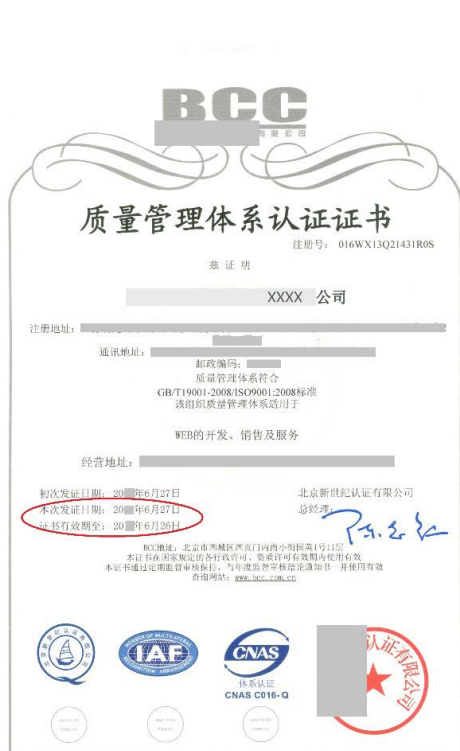


图 5.1

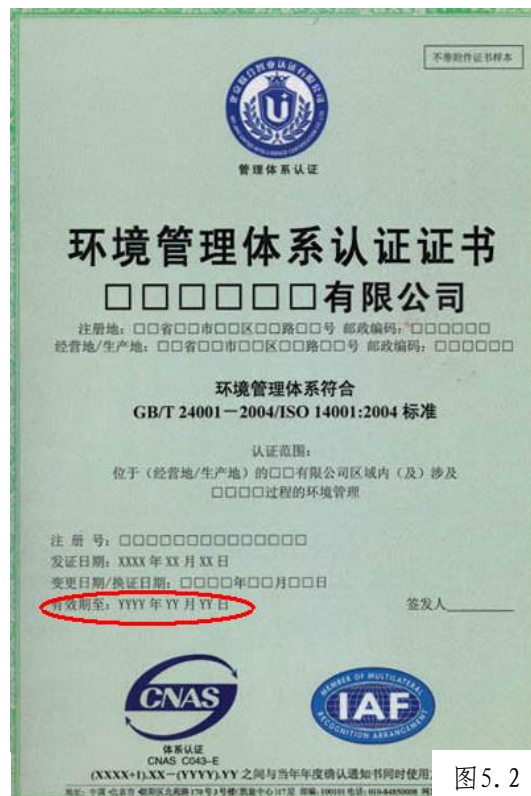


图 5.2



图 5.3



图 5.4



图 5.5



图 5.6

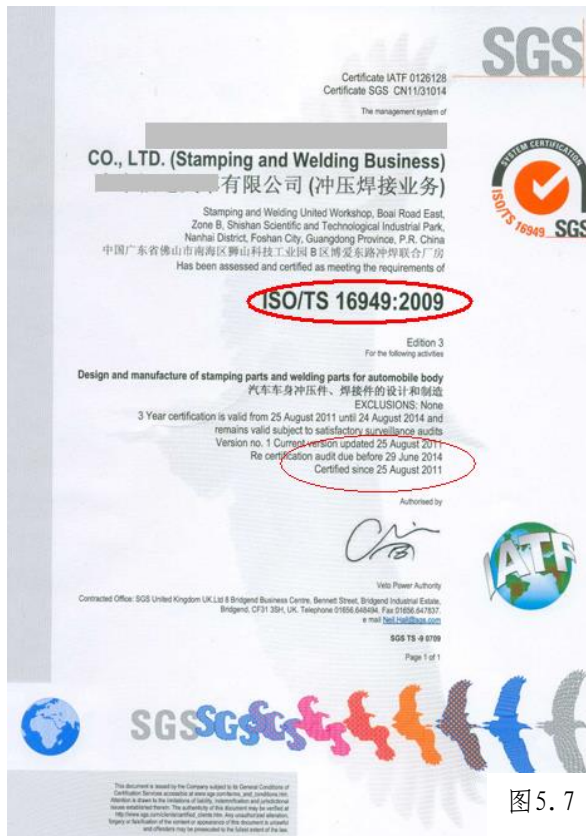


图 5.7



图 5.8

2.企业通过同一系列的数个认证，只计分一次，例如：分别通过ISO9000、ISO9001认证的，按得2分计算。

3.某些由TüV，SGS等第三方检测认证机构代理的认证视作有效认证。

（六）关于品牌建设。

1.进入商务部认定的国家外贸转型升级基地且主营业务与该基地特色产业相一致的，需提供企业进入并与该基地特色产业相一致的证明文件，由对应基地所在地县级以上商务主管部门出具并盖章，证明中的公司名称须与品牌申请企业一致。

2.参加商务部主办或重点支持的境外品牌展（名单见附1）的，需提供该境外品牌展的展位费发票，发票中的公司名称须

与品牌申请企业一致。

3.已建设国际营销服务体系的须如实填写附2中各项信息，并加盖本公司公章。企业填写信息如与各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门审核并提交商务部的本地区企业建设国际营销服务体系情况汇总表（简称汇总表）情况不符，以汇总表信息作为得分评判依据。企业未填报此表的不计分。

（七）关于行业自律。

行业自律由商协会评分。

（八）关于广交会参展表现。

获得广交会设计创新奖（CF奖）、广交会绿色特装奖、“i-邀请”活动奖项的企业名单由大会统一提供，企业无需准备相关证明文件。

1.获CF奖、绿色特装奖的企业在获奖的对应展区加分。

2.企业申请多个展区且在“i-邀请”活动评比中获得金奖或银奖的，须在申请时事先选择其中一个展区进行加分。企业未将任一展区选为“i-邀请”奖项加分展区的，将视作主动放弃该奖项加分资格。

（九）相关母子公司关系证明文件和授权书。

使用母（子）公司有关资质参评的，除提供资质证明文件外，还应提交以下材料：

1.母（子）公司关系证明文件。

属全资关系的，须提供母公司为子公司唯一股东的证明文件；

属绝对控股关系的，须提供母公司出资额占子公司资本总额50%以上或者其持有的股份占子公司股本总额50%以上的证明文件；

属相对控股关系的，须提供母公司为子公司第一大股东的证明文件。

上述证明文件（如工商登记证明等）须加盖所在地地市级以上工商部门公章；属各地各级国资委管理的企业，可以国资委文件替代工商部门文件。

2.属非全资子公司授权的，须提供经授权方法人代表签字并加盖公章的授权书。

授权书须写明授权资质对应展区、授权公司的海关编码、授权产品海关税号、所授权的境内外商标、研发创新和自主知识产权范围。相应授权产品海关税号如涉及不同展区，须在同一份授权书上分别列明。

附：1.商务部主办或重点支持的境外品牌展名单

2.企业国际营销服务网络建设情况统计表

附 1

商务部主办或重点支持的境外品牌展名单

年份	名称	地点	时间
2018	中国陶瓷厨卫（土耳其）品牌展	土耳其	2月27日-3月3日
2018	中国（尼泊尔）商品展览会	尼泊尔	3月8-12日
2018	中国汽车零部件（泰国）品牌展	泰国	4月5-8日
2018	迪拜投资年会中国能源行业形象展	阿联酋	4月9-11日
2018	中国建筑建材（巴西）品牌展	巴西	4月10-13日
2018	中国机械电子（印尼）品牌展	印度尼西亚	5月3-5日
2018	中国机械电子（阿尔及利亚）品牌展	阿尔及利亚	5月8-13日
2018	中国消费品（俄罗斯）品牌展	俄罗斯	5月29日-31日
2018	中国塑料机械（意大利）品牌展	意大利	5月29日-6月1日
2018	中国品牌商品（中东欧）展	匈牙利	5月31日-6月2日
2018	中国食品（巴西）品牌展	巴西	6月12-15日
2018	中外货代物流企业洽谈会	印度	6月19-21日
2018	中国-俄罗斯博览会	俄罗斯	7月9-12日
2018	中国汽车零部件（伊朗）品牌展	伊朗	7月10-13日
2018	中国家电电子（拉美）品牌展	巴西	7月23-26日
2018	中国品牌商品（加拿大）展	加拿大	8月12-15日

年份	名称	地点	时间
2018	中国机械与智能制造（马来西亚）展	马来西亚	8月15-18日
2018	中国机械电子（菲律宾）品牌展	菲律宾	8月16-18日
2018	德国科隆国际游戏展-中国文化贸易展区	德国	8月22-24日
2018	海峡两岸光电展	中国台湾	8月29-31日
2018	伦敦百分百设计展中国馆	英国	9月19-22日
2018	海峡两岸水展	中国台湾	9月19-21日
2018	中国品牌商品波兰展	波兰	9月20-22日
2018	中国矿业机械（南非）品牌展	南非	9月10-14日
2018	中国服务外包（美国）品牌展	美国	10月14-18日
2018	中国汽车及船舶用品（澳门）品牌展	中国澳门	11月2-4日
2018	中国医药原材料（美国）品牌展	美国	11月7-9日
2018	中国医疗健康（印尼）品牌展	印度尼西亚	11月28-30日
2018	中国品牌商品（伊朗）展	伊朗	11月
2018	中国（香港）国际服务贸易洽谈会	中国香港	11月22-23日
2018	（非洲）中国商品和装备制造展	南非	11月
2018	中国服务外包（西班牙）展	西班牙	11月
2018	中国纺织品（缅甸）品牌展	缅甸	12月7-9日
2018	中国食品（阿布扎比）品牌展	阿联酋	12月10-12日

年份	名称	地点	时间
2018	中国家居（印度）品牌展	印度	12月
2019	中国（尼泊尔）商品展览会	尼泊尔	3月28日-4月1日
2019	中国建筑建材（巴西）品牌展	巴西	4月9-12日
2019	中国营养保健食品（瑞士）品牌展	瑞士	5月7-9日
2019	中国五金工具（美国）品牌展	美国	5月7-9日
2019	中国品牌商品（中东欧）展	匈牙利	6月3-5日
2019	中国国际海事服务（挪威）展	挪威	6月4-7日
2019	中欧货代物流企业（西班牙）展洽会	西班牙	6月11-14日
2019	中国食品（巴西）品牌展	巴西	6月11-14日
2019	中国商品和服务（乌兹别克斯坦）展	乌兹别克斯坦	6月12-14日
2019	中国鞋类及配饰（意大利）品牌展	意大利	6月15-17日
2019	中国机械电子（阿尔及利亚）品牌展	阿尔及利亚	6月18-23日
2019	中国消费品（俄罗斯）品牌展	俄罗斯	6月18-20日
2019	中国国际工业（越南）品牌展	越南	6月26-28日
2019	中国商品和服务（白俄罗斯）展	白俄罗斯	6月30日-7月2日
2019	中国品牌商品（非洲）展	南非	7月29-31日
2019	中国品牌商品（拉美）展	巴西	7月29日-8月1日
2019	中国机械电子（菲律宾）品牌展	菲律宾	8月15-17日

年份	名称	地点	时间
2019	德国科隆游戏展中国文化贸易展区	德国	8月20-24日
2019	中国建筑建材（斯里兰卡）品牌展	斯里兰卡	8月25-27日
2019	中国机械与智能制造（马来西亚）品牌展	马来西亚	8月28-30日
2019	中国机械电子（印尼）品牌展	印度尼西亚	8月28-30日
2019	中国建筑建材（越南）品牌展	越南	9月4-8日
2019	中国五金工具（墨西哥）品牌展	墨西哥	9月5-7日
2019	中国国际农业、设备和技术（埃及）品牌展	埃及	9月9-12日
2019	中国纺织品（德国）品牌展	德国	9月11-13日
2019	中国国际矿业机械（秘鲁）品牌展	秘鲁	9月16-20日
2019	中国机械与智能制造（泰国）品牌展	泰国	9月18-20日
2019	伦敦百分百设计展中国馆	英国	9月18-21日
2019	中国品牌商品与服务(波兰)展	波兰	9月19-21日
2019	中国西藏-尼泊尔经贸展洽会	尼泊尔	11月25-28日
2019	中国建筑建材（智利）品牌展	智利	10月2-5日
2019	中国国际机械（捷克）品牌展	捷克	10月7-11日
2019	中国纺织服装（菲律宾）品牌展	菲律宾	10月10-12日
2019	中国汽车工业（法国）品牌展览会	法国	10月15-17日
2019	海峡两岸光电展	中国台湾	10月16-18日

年份	名称	地点	时间
2019	中国医药原料（美国）品牌展览会	美国	10月16-18日
2019	中国汽车及船舶用品（澳门）品牌展	中国澳门	10月24-27日
2019	中国机械工业（俄罗斯）品牌展	俄罗斯	10月29-31日
2019	中国品牌商品（哥伦比亚）展	哥伦比亚	11月20-22日
2019	中国（香港）国际服务贸易洽谈会	中国香港	
2019	中国服务外包（日本）展	日本	11月12-14日
2019	中外货代物流企业（香港）展洽会	中国香港	11月4-7日
2019	中国国际海事服务（荷兰）展	荷兰	11月5-8日
2019	中国建材（肯尼亚）品牌展	肯尼亚	11月5-7日
2019	中国消费品（尼日利亚）品牌展	尼日利亚	11月12-14日
2019	中国食品（印尼）品牌展	印度尼西亚	11月13-16日
2019	中国农业物资技术与装备（缅甸）品牌展	缅甸	11月22-24日
2019	中国汽车、摩托车及零配件（葡萄牙）品牌展	葡萄牙	11月22-24日
2019	中国医疗健康（印尼）品牌展	印度尼西亚	11月27-29日
2019	中国建筑建材（柬埔寨）品牌展	柬埔寨	12月5-7日
2019	中国品牌商品卢旺达展	卢旺达	9月23-25日
2019	中国技术贸易和创新（芬兰）展洽会	芬兰	11月21-22日
2019	中国国际电子消费品（印度）品牌展	印度	12月5-7日

年份	名称	地点	时间
2019	中国食品（阿布扎比）品牌展	阿联酋	12月9-11日
2019	中国农业机械（印度）品牌展	印度	12月11-13日
2019	中国品牌商品沙特展	沙特阿拉伯	12月18-20日
2021	中国信息技术（澳门）品牌展览会	中国澳门	12月2-4日
2021	中国中医药健康（澳门）品牌展览会	中国澳门	12月10-12日
2022	中国中医药健康（澳门）品牌展览会	中国澳门	10月20-22日

附2

企业国际营销服务网络建设情况统计表

企业名称（公章）：

网络类型及数量							所在国别/地区	主要经营商品
合计	境外分支机构	零售网点	批发中心	售后维修网点	海外仓	其他		

说明：

- 1.国际营销和售后服务网络是指我国企业在境外投资经营，销售中国商品或为中国商品提供售后服务的实体渠道的集合。
- 2.营销网络类型说明：境外分支机构包括子公司、分公司、办事处等；零售网点包括专卖店、专柜、商铺其他零售等；批发中心包括商品城、分拨中心、展示中心等；填写其他类型的，请予以说明。
- 3.所在国别和地区请精确到具体国别，如美国、香港等。

附件 3

母（子）公司评审授权书

_____公司为_____公司的绝对控股子公司相对控股子公司绝对控股母公司绝对控股母公司绝对控股的其他子公司（请勾选相应关系），兹授权_____公司在 2023 年广交会_____展区品牌展位评审中使用_____公司（海关编码：_____）的以下材料：

项目		名称或范围
出口额	企业海关编码或产品海关税号	
境内外商标注册	境内商标	
	境外商标注册地	
研发创新和自主知识产权	专利与版权	
	国家认定研发创新类企业	
	国家科学技术奖	
	国家标准或行业标准	

授权公司法人代表（签字）：

授权公司（盖章）：

