

中华人民共和国商务部司(局)函

商贸促函〔2017〕173号

关于再次征求对广交会出口展品牌展位数量安排办法 实施细则和评审标准意见的函

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团，沈阳、长春、哈尔滨、南京、杭州、济南、武汉、广州、成都、西安、珠海、汕头市商务主管部门，外贸发展局，各进出口商会、外资协会：

新一轮广交会品牌展区参展企业评审工作已经启动。各单位对此项工作均给予高度重视，在第一轮征求意见过程中，结合本地区、本行业品牌企业诉求和广交会品牌展区现状，对《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》（征求意见稿）和《广交会出口展品牌展位数量安排评审标准》（征求意见稿）提出了初步意见和建议。

我们对各单位反馈意见进行了认真研究，在此基础上，对上述文件进行了修改。现请各单位就第二轮征求意见稿研提意见和建议，并于11月30日（周四）前将书面意见（加盖公章）反馈我司。

联系人：苏巾

电话：010-65198451 传真：010-65197452

E-mail: sujia@mofcom.gov.cn

谢谢合作！

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》(第二轮征求意见稿)

附件 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》(第二轮征求意见稿)



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

(第二轮征求意见稿)

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、符合上述条件，但属下列情况之一的企业禁止参展：

（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）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，被大会处罚并处于处罚期限内

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系统生成，外贸司、外贸中心可备案查询。

（二）商（协）会在 15 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品牌企业参展。

（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）（另文下发）

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（另文下发）

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

7、品牌展位各展区对应协调管理商（协）会

8、2015年/2016年度广交会统计口径下海关商品
编码与展区对应规则表（另文下发）

实施细则附件1

品牌展位的展区设置及最低出口额标准

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10分，每超过150万美元加1分。	大型机械及设备，动力、电力设备，通用机械、小型加工机械及工业零部件展区按机械产品大类统计企业出口额；工程农机（室内）、工程农机（室外）按工程农机产品大类统计企业出口额。
大型机械及设备			
车辆			
动力、电力设备			
通用机械、小型加工机械及工业零部件			
工程农机（室内）			
工程农机（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10分，每超过100万美元加1分。	男女装、内衣、运动服、童装、服装饰物与配件展区按服装产品大类统计企业出口额。
电子电气产品			
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			
男女装			
内衣			
运动服及休闲服			
童装			
服装饰物及配件			
家用纺织品			
鞋			
餐厨用具	400万美元	达到400万美元得10分，每超过100万美元加1分。	
五金			
工具			
医药保健品及医疗器械			
玩具			
家具			
裘革皮羽绒及制品	300万美元	达到300万美元得10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。
箱包			
食品			
体育及旅游休闲用品			
办公文具			
家居装饰品			
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			
园林用品			
纺织原料面料			
地毯及挂毯			
编织及藤铁工艺品			
日用陶瓷			
工艺陶瓷			
玻璃工艺品			

注：日用陶瓷、工艺陶瓷和玻璃工艺品展区最低出口额标准由原400万美元调低至现300万美元。

实施细则附件 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《广交会品牌展位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. 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。

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

(第二轮征求意见稿)

一、出口额 (35分)

出口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 10 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、行业自律 (3分)

(一) 积极参加同行业组织的活动 (1分)。

(二) 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 (1分)。

(三) 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、品牌建设 (7分)

企业进入商务部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7分。

四、研发创新和自主知识产权 (25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。专利证书中的专利权人或版权人应为出口品牌展位申请企业或其法定代表人，专利产品或版权作品应在所申请展区规定的参展商品目录范围内。专利权应在法定有效期内。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，不足五项不计分，累计不超过5分。此项总分10分。

(二) 高新技术企业。高新技术企业的主营产品应属于申请展区规定的参展展品目录，证书在法定有效期内；获得国家（包括2008年后由省级认定机构按国家标准认定的）高新技术企业称号的得5分。

(三) 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10分。

以上三项累计不超过25分。

五、国际通行认证（15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、OHSAS18000 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4分，累计不超过15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、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 4 分，累计不超过 15 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 认证、美国 UL、UPC、FDA、ETL、FCC 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 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、WHO PQ 认证、Halal 认证、Kosher 认证，IECEE CB 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 3 分，总分累计不超过 10 分。

以上认证累计不超过 15 分。

六、境内外商标注册（10分）

境内外注册商标持有者须与出口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。获得欧共同体市场协调局（OHIM）注册、在欧盟国家内有效的商标，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。

七、广交会参展表现（5分）

（一）上次品牌评审以来，在广交会出口产品设计奖（CF 奖）中每获铜奖 1 次相应展区加 0.5 分，每获银奖 1 次相应展区加 1 分，每获金奖 1 次相应展区加 2 分、每获至尊金奖一次相应展区加 3 分，每一展区累计不超过 3 分。

（二）上次品牌评审以来，每获得广交会绿色特装奖或广交会绿色展位奖（含金、银、铜奖及人气奖）1 次相应展区加 1 分，每一展区累计不超过 2 分。自第 120 届广交会以来，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，每一展区累计扣分不超过 3 分。

（三）上次品牌评审以来，在广交会“i-邀请”活动评比中每获得金奖 1 次加 2 分；每获得银奖 1 次加 1 分；累计不超过 3 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。

本项累计不超过 5 分。

实施细则附件6

各展区品牌展位数量上下限

展期	展区	品牌展位数量上限	品牌展位数量下限	管理商协会		
第一期	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	20	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			
	通用机械、小型加工机械及工业零部件	12	4			
	动力、电力设备	12	4			
	大型机械及设备	16	4			
	工程农机(室外)	18	2			
	工程农机(室内)	10	2			
	工具	12	4			
	五金	10	4			
	第一期	建筑及装饰材料	12		4	中国五矿化工进出口商会
卫浴设备		12	4			
化工产品		20	4			
第二期		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			
	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	20	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		
	第三期	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			
服装饰物与配件		20	4			
家用纺织品		20	4			
纺织原料面料		20	4			
鞋		20	4			
第三期		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		
		地毯及挂毯	8	4	中国食品土畜进出口商会	
		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	

实施细则附件7

品牌展位各展区对应协调管理商（协）会

展期	展区	协调管理商协会	
第一期	电子消费品及信息产品	中国机电产品进出口商会	
	电子电气产品		
	家用电器		
	照明产品		
	自行车		
	摩托车		
	汽车配件		
	车辆		
	动力、电力设备		
	通用机械、小型加工机械及工业零部件		
	工程农机（室内）		
	工程农机（室外）		
	大型机械及设备		
	工具		
	五金		
	建筑及装饰材料		中国五矿化工进出口商会
	卫浴设备		
化工产品			
第二期	餐厨用具	中国轻工工艺进出口商会	
	日用陶瓷		
	家居用品		
	个人护理用具		
	浴室用品		
	钟表眼镜		
	玩具		
	礼品及赠品		
	节日用品		
	工艺陶瓷		
	玻璃工艺品		
	家居装饰品		
	家具		
	编织及藤铁工艺品		中国外商投资企业协会
	园林用品	中国食品土畜进出口商会	
	第三期	男女装	中国纺织品进出口商会
		童装	
内衣			
运动服及休闲服			
服装饰物及配件			
家用纺织品			
纺织原料面料			
鞋		中国轻工工艺进出口商会	
办公文具			
箱包			
体育及旅游休闲用品		中国食品土畜进出口商会	
裘革皮羽绒及制品			
地毯及挂毯			
食品			
医药保健品及医疗器械	中国医药保健品进出口商会		