

中国进出口商品交易会

会业字〔2018〕32号

关于第124届广交会出口展组展工作的通知

各交易团（分团），各进出口商会、外资协会：

为做好第124届广交会筹备工作，现就组展工作安排通知如下，请遵照执行。

一、指导思想

学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，按照中央经济工作会议、扶贫开发工作会议等有关会议部署，以习近平总书记致第120届广交会贺信为指引，落实李克强总理批示精神，坚持稳中求进工作总基调，坚持新发展理念，以品牌展位评审、展区结构优化为契机提升参展结构与组展质量，全面提升广交会国际化、专业化、市场化、信息化水平，着力打造多功能综合平台，为巩固我国外贸发展稳中向好势头、推动经贸强国建设和开放型经济发展作出新的贡献。

二、组展安排

（一）展期及地点

第 124 届广交会分三期在中国进出口商品交易会展馆举办，展期安排如下：

第一期：2018 年 10 月 15 日-19 日；

第二期：2018 年 10 月 23 日-27 日；

第三期：2018 年 10 月 31 日-11 月 4 日；

换展期：2018 年 10 月 20 日-22 日和 10 月 28 日-30 日；

展期对外洽谈时间：每日 9:30-18:00。

（二）展区设置与布局

第 124 届广交会共分三期设置展区 51 个，展位总规模约 6 万个。在各交易团（分团）各展期一般性展位总数保持不变的前提下，以一般性展位需求申报为基础，结合展区相关性和展厅条件，调整展区布局、优化展区结构，调整后的展区布局图详见附件 1。同时，为提升服装板块展览效果，自第 124 届广交会起，在第三期 7.1 展厅设置多功能展览现场活动区。

（三）展位安排

1.品牌展位

第 124 届广交会品牌展位数量安排方案已公布（详见《关于公布第 124 届广交会品牌展位数量安排方案的通知》（商贸促函〔2018〕96 号））。对申请退回的品牌展位，按《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》进

行重新安排。

在不违反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统一特装，且粘连的一般性展位也须绿色布展并不得联营。第 124 届广交会品牌企业一般性展位粘连需求申报于 8 月 17 日完成，请商、协会于 8 月 18 日前结合品牌展位布局，对展位粘连的可行性进行审核（详见附件 2）。

2.一般性展位

（1）交易团（分团）各展区一般性展位数量安排与调整

第 124 届广交会对各交易团（分团）各展区一般性展位数量进行了平衡调整，安排结果详见附件 3。

有展位类别调整需求的交易团（分团），可参照往届办法通过广交会网络管理服务系统提交办理。其中，等量/不等量调整需双方自行协商一致后提出申请。不等量调整的还原，可由调整的任一方提出申请，抄送另一方，如不申请还原，该不等量调整的有效期持续至下次各交易团一般性展位总量重核时为止。等量调整的还原，均视作另一笔等量调整。

企业一般性特装展位数量安排截止日（8 月 29 日）后，原则上不再接受企业一般性特装展位的追加申请（替换一般性特装退出企业的除外）；继续执行特装超期更改处罚机制（详见附件 4）。

企业一般性特装展位调整统一线上办理，具体流程为：

交易团（分团）通过广交会网络管理服务系统提交申请，同时提交调整原因并上传企业来函等相关材料，经商、协会审核和广交会工作领导小组办公室秘书处复核后，按程序处理。

（2）贫困地区特色产品展区展位安排

第 124 届广交会继续在第三期 6.0 展场设“贫困地区特色产品展区”，展示服装、箱包、食品等第三期相关题材的特色产品，展位规模 206 个。具体安排为：

一是第 122 届以来收回的 15 个违规使用展位和交易团本届退回的 14 个展位，现面向有贫困县的省级交易团（该展区有违规使用展位的交易团及本届退展位的内蒙古、西藏团除外）开展需求申报，拟结合交易团需求及其贫困县数量占比统筹安排。请各有关交易团于 9 月 5 日前登陆广交会网络管理服务系统（路径：展位管理——交易团一般性展位需求申报）填报展位需求，展位需求一旦获安排，当届不得退回。

二是其余 177 个展位按相关交易团第 122 届切块下达的展位数扣减违规使用展位数后的剩余数进行安排。请各有关交易团于 9 月 9 日前登陆广交会网络管理服务系统，为拟安排的贫困地区产品展区企业追加展位申请（路径：展位管理——企业申请资料审核），并提交企业展位数量安排方案（路径：展位管理——展位数量安排方案提交）。

相关交易团要精准识贫、精准扶贫，积极利用好这一平台，认真审核、组织贫困地区企业参展，做好成交指导工作。针对

第 123 届广交会该展区部分企业出现的不按规定布撤展、缺乏外贸知识和参展经验，甚至违规使用展位等问题，各相关交易团要加强展前培训和现场管理，加大展位使用自查力度，切实发挥好广交会平台对贫困地区外贸和经济的拉动作用。

（3）新能源、宠物用品展区展位安排

根据 2018 年修订的新能源、宠物用品展区展位安排工作方案，第 124 届广交会对新能源、宠物用品展区申请企业进行全面评审，并对展位数量进行重新安排。具体另文通知。

（4）铁石装饰品及户外水疗设施展区展位安排

第 124 届广交会第二期继续使用 B 区 9.0、12.0、13.0 展场安排铁石装饰品及户外水疗设施展区，将在交易团（分团）需求申报基础上安排，具体另文通知。

（5）展馆 A 区中央通道展位安排

第 124 届广交会第一、二期 A 区中央通道各交易团（分团）展位数量按第 123 届最终状态确定。

第三期 A 区中央通道展位根据优先安排地区产业集群展位的原则，结合中央通道展位特殊展览条件、各产业集群展示需求和往届做法、中央通道区域整体展示效果等因素，对各交易团（分团）按照《关于第 124 届中国进出口商品交易会出口展一般性展位申请事宜的通告》（会业字〔2018〕29 号）申报的 218 个地区产业集群展位，予以全数安排（详见附件 5），当届不得退回，不计入交易团（分团）一般性展位基数。请各

有关交易团于9月9日前,通过广交会网络管理服务系统完成推荐企业的信息提交工作(路径:展位管理——展位数量安排方案提交)。

按往届做法,允许符合地区产业集群特色的企业,在不影响其他企业参展的情况下,在展位所在房间门外1米区域范围内特装布展。中央通道展位布展要求详见附件6。

3. 展位位置安排

各商、协会根据展位位置安排办法,提出展位位置安排方案,经复核、公示后确定。继续按展区内同类别商品相对集中的原则,在有条件的展区设置展品专区,以提高展区专业化水平,方便采购商采购。

(四) 组展时间进度

经第124届广交会工作领导小组办公室成员单位投票表决通过,第124届广交会组展工作时间进度按附件7执行。本届整体组展工作将于9月18日完成,重要环节完成时间节点如下:

1. 品牌展位

(1) 品牌展位数量安排

公布品牌展位数量安排方案:8月13日。

(2) 品牌展位位置安排

商、协会提交位置安排:8月21日。

展位位置备案预置:8月29日。

2.一般性展位

（1）一般性展位数量安排

交易团（分团）提交数量安排：8月28日（特装展位和标摊一并提交）。

商、协会复核企业参展资质，交易团（分团）根据商、协会复核意见完成企业调整：8月29日（特装展位）、8月30日（标摊）。

（2）一般性展位位置安排

商、协会提交特装展位位置安排：9月6日（第一期）、9月8日（第二、三期）。

商、协会提交标摊位置安排：9月15日（第一期）、9月17日（第二、三期）。

特装展位位置备案预置：9月12日（第一期）、9月14日（第二、三期）。

标摊位置备案预置：9月16日（第一期）、9月18日（第二、三期）。

按照上述进度，参展企业名单预计将于8月31日起在广交会官方网站参展易捷通系统陆续公布。

第124届广交会组展工作进度十分紧张，各环节时间均较以往有所压缩，任一环节如未能按期完成，均将影响后续环节进度，给企业现场筹展带来压力。请组展各方充分理解本届组

展工作的特殊情况，齐心协力、克服困难，严格按照时间进度，共同做好相关工作。

同时，为确保展位搭建工作安全有序，将严格按现行做法执行以下措施：

第一期特装展位报图截止时间为 9 月 30 日，第二、三期特装展位报图截止时间为 10 月 10 日。超过截止时间报图为逾期报图。每期开展前第二日 17 时，对未报图的特装空地，强制恢复标摊。

（五）组展优化工作

1.推进展品专业化分区，提升展览专业化水平

为推动广交会的专业化发展，深入推进展品专业分区工作，第 124 届广交会实现所有适宜进行展品专业化分区的展区均设置展品专区，其中男女装、内衣、箱包、办公文具展区首次设置展品专区。上述 41 个展区具体为：

第一期：所有展区；

第二期：家具、钟表眼镜、宠物用品、玩具、礼品及赠品、家居装饰品、铁石装饰品及户外水疗设施、园林用品、编织及藤铁工艺品；

第三期：男女装、内衣、运动服及休闲服、服装饰物及配件、童装、家用纺织品、纺织原料面料、裘革皮羽绒及制品、地毯及挂毯、食品、体育及旅游休闲用品、医药保健品及医疗器械、箱包、办公文具。

请各商、协会继续按照《关于进一步做好广交会专业化发展工作的函》（会业字〔2017〕27号）要求，扎实推进展品专业分区工作，制定总体规划，加强效果评估，根据参展实际情况和行业发展动态优化展品专区设置。请各交易团（分团）要求企业根据展品目录在参展易捷通系统准确填报展品信息，供应商、协会在展品专区规划和展位位置安排时参考。

2.加强展览专业化宣传，提升宣传实效

为进一步提高展览专业化宣传工作水平，提升专业化宣传成效，根据《关于进一步做好广交会专业化发展工作的函》（会业字〔2017〕27号），拟循序渐进，于2020年秋交会前建立全面系统的广交会专业展区宣传资料库。第124届广交会重点宣传题材覆盖33个展区，涵盖电子及家电类、能源类、日用消费品类、家居装饰品类、纺织服装类、办公、箱包及休闲用品类相关展区；新增照明类、五金工具类、化工类等4个展区；建立专业宣传资料库的展区比例将达到90%。

请各商、协会继续发挥行业专业优势，制定宣传方案，关注重点题材，收集优秀企业资料，实时更新宣传素材，助力广交会精准营销。请各交易团（分团）加强宣传引导，积极提供优质企业素材，提升广交会专业化宣传效果。

3.继续推出“广交会参展情况”报告，助推优化参展结构与质量

为帮助交易团（分团）充分了解本团展位安排及参展企业

总体情况，进一步提升组展管理水平，第 124 届广交会继续向各交易团（分团）分别提供“广交会参展情况”报告，主要指标包括展位概况、出口额达标水平、新企业与生产企业数量、广交会活动参与度等，促进各交易团（分团）优化本团参展企业结构与质量。

4.继续通过展商展品查询系统，强化线上线下展示结合

广交会官方网站展商展品查询系统覆盖广交会所有展区、近 2.5 万家参展企业，供采购商了解当届展商展品最新动态，制定个性化采购计划，让广交会之旅更高效便捷。其中，通过“品牌橱窗”栏目可搜索关注品牌展位参展企业；通过“新参展商”、“新产品”栏目可搜索关注当届新展商和新展品；通过“CF 获奖产品”栏目可搜索关注广交会出口产品设计奖（CF 奖）获奖产品等。

展商展品查询系统是广交会提供的免费增值服务。参展企业通过参展易捷通系统积极上传更新线上展品、丰富企业信息，可获得专业采购商更多关注，并为广交会专业化宣传提供素材。请各交易团（分团）加强宣传，引导参展企业积极上传、更新展品，丰富线上展品信息，通过线上线下结合提升参展成效。

（六）展位价格

第 124 届广交会继续按第 123 届降低后标准收取展位费（展位费标准详见附件 8）。为贯彻落实党中央关于脱贫攻坚

的战略部署，继续对贫困地区（附件 9）参展企业免收展位费。

（七）退展位约束机制

第 124 届广交会出口展继续实行退展位约束机制（详见附件 10）。

（八）全面提升广交会绿色发展质量

为贯彻落实商务部领导关于“要用新发展理念，更好地推进绿色广交会的深入、健康发展”的指示精神，继续巩固绿色发展成果，强化现场管理，规范参展秩序，确保展位安全，减少展览固体废物排放，不断提升广交会绿色发展质量，第 124 届广交会将在继续实施原有绿色布展系列措施的基础上，加强对特装不报图、违规丢弃展品及搭建材料废物、自行简装等参展企业违规行为的处理。参展企业违规行为的具体处理标准按照《第 124 届中国进出口商品交易会参展手册（出口展部分）》中的规定执行。

请各交易团（分团）和商、协会继续按照“外贸中心牵头组织实施，交易团和商、协会牵头完成，参展企业积极参与，特装施工企业具体实施”的四方联动工作机制，扎实做好参展企业的政策宣传、引导和监督落实工作，规范参展秩序，共同巩固广交会绿色发展成果，提升绿色发展质量。

（九）规范刀具展品安全管理

按照大会保卫办要求，第 124 届广交会将继续加强刀具展品安全管理，企业参展期间，全部刀具展品须按要求入柜上锁，

请交易团（分团）与相关商、协会督促相关企业，切实做好参展刀具展样品的申报、保管、检查、管理和防控，指定专人管理，具体事宜另文通知。

（十）撤换展回旋运作区域设置（详见附件 11）

（十一）组展表彰工作

为进一步促进优化交易团（分团）组展工作，提升组展管理水平，第 124 届广交会修订完善交易团（分团）组展工作表彰标准，并已经广交会工作领导小组办公室会议表决通过。具体标准详见附件 12。

（十二）开展内外贸对接工作

为更好地支持企业开拓国内市场，继续按参展企业自愿接待的原则，通过在展位上加贴“欢迎国内采购商参观”的标识，对符合资质的国内专业采购商开放。

（十三）进口展

为提升广交会国际化、专业化水平，第 124 届广交会进一步提升进口展办展水平，强化“卖全球，买全球”的全方位对外开放平台优势。本届进口展规模 2 万平方米，参展企业预计超过 600 家，其中近六成来自“一带一路”沿线国家和地区。在原有的 6 大类展品（第一期：电子及家电、建材及五金、机械设备；第三期：食品及饮料、家居用品、面料及家纺）基础上，于第三期首次设立国际日化健康专区，继续优化国际婴童用品专区，吸引来自美国、法国、德国、澳大利

亚、韩国、印尼等国家的高端品牌参展。拟举办各类境内外企业贸易配对活动，为两个市场、两种资源的对接创造有利条件。请各交易团（分团）积极推荐国内采购商与会。

（十四）同期其他活动安排

为进一步扩大广交会平台综合影响力，第 124 届广交会继续强化资讯交流服务功能，服务企业转型升级和品牌推广，更好地发挥广交会多功能综合平台作用。

会议论坛将定位大格局、高质量、高标准，拟举办广交会专题高端论坛，邀请知名经济学家，探讨我国改革开放、经济及外贸发展、未来全球消费市场等话题。8 大主题的会议论坛将提供行业趋势、贸易对接、色彩潮流等多种高端资讯，为企业“走出去”提供更多便利。

2018 年广交会出口产品设计奖（CF 奖）在组展各方的大力支持下，共有 629 家企业的 1214 件产品参评，创历史新高。经过初评及终评两个环节的评审，共有 77 家企业的 100 件产品获奖。拟于第 124 届广交会期间举办颁奖仪式，获奖产品届时也将一同向全球采购商展示。

广交会产品设计与贸易促进中心（PDC）将全面提升服务水平，继续以设计展示、设计对接、时尚秀等系列活动为主导，为企业提供更多元化、更高端的资源选择，并将组织运营新设的第三期 7.1 展厅多功能展览现场活动区，举办时尚走秀、潮流趋势分析论坛、新品发布等系列活动，加强现场展

示与配套活动的互动。

三、进一步加强组织管理，规范组团工作

参展企业要接受广交会组馆单位的组织协调。为进一步规范交易团（分团）组团工作，确保广交会各项工作顺利开展，各交易团（分团）要严格遵守《中国进出口商品交易会交易团（分团）工作规范》（商办贸函〔2008〕34号），认真落实相关要求，重视团内组织管理，全面加强参展企业和展位管理，全方位做好思想政治、资格审核、展位安排、现场组织、安全保障、总结调研等工作，切实履行组团工作职责、提升组团工作质量：

一是加强团内组织管理，发挥交易团（分团）领导作用。

广交会期间交易团（分团）团长需驻会主持团部全面工作，团长不得变更或无故离会，如因特殊情况离会须请假并确定临时代理团长。

二是加强企业筛选及展位使用管理。加强对企业参展资格的审查，确保企业符合参展条件。完善展位安排办法与流程，公示展位安排结果。加强展位使用管理，加大展位使用检查力度，做好自查自纠。

三是加强参展现场的组织管理。强化对企业参展行为的宣传引导、现场巡查和监督检查，配合大会加强筹撤展管理，维护好展览秩序。

四是加强安全办展。充分认识广交会安保工作的重要

性，制定工作方案和应急预案，提早动员部署，落实责任，确保第 124 届广交会安全举办。

五是高质量做好成交统计、工作总结和调研等工作。做好对企业的成交统计培训和指导工作，对每日成交统计及时进行汇总分析。认真报送各期工作总结。做好对重点企业的跟踪调研，深入挖掘优质企业在促进外贸转型升级、推动外贸高质量发展等方面的好经验、好做法和典型案例，进一步发挥广交会中国外贸“晴雨表”和“风向标”作用。

特此通知。

附件：1.第 124 届广交会展区布局图

2.广交会一般性展位与品牌展位位置粘连申请与安排办法

3.第 124 届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案

4.广交会出口展特装超期更改处罚机制

5.第 124 届广交会第三期 A 区中央通道展位数量安排表

6.广交会展馆 A 区中央通道展位布展要求

7.第 124 届广交会组展工作时间进度计划表

8.第 124 届广交会出口展各展区展位费标准

9.第 124 届广交会免收展位费的贫困地区名单

- 10.广交会出口展退展位约束机制
- 11.第 124 届广交会撤换展回旋区域设置
- 12.广交会出口展交易团组展工作表彰标准



第124届中国进出口商品交易会
(第一期)

进口展区
5.2

大型机械及设备
1.1, 2.1

汽车配件
2.1, 6.1, 7.1, 6.0

通用机械、小型加工机械及工业零部件
7.1, 8.1, 8.0

动力、电力设备
3.1

电子消费品及信息产品
3.1, 4.1, 5.1

家用电器
1.2, 2.2, 3.2, 4.2, 5.2

工程农机
4.0

工程农机
5.0(室外)

进口展区
9.3

建筑及装饰材料
9.1, 10.1, 9.2, 10.2, 11.2

卫浴设备
10.1, 11.1, 12.1

摩托车
12.1, 13.1

照明产品
12.2, 13.2

电子电气产品
10.3, 11.3

新能源
10.3

工程农机

9.0(室外), 12.0(室外)

车辆

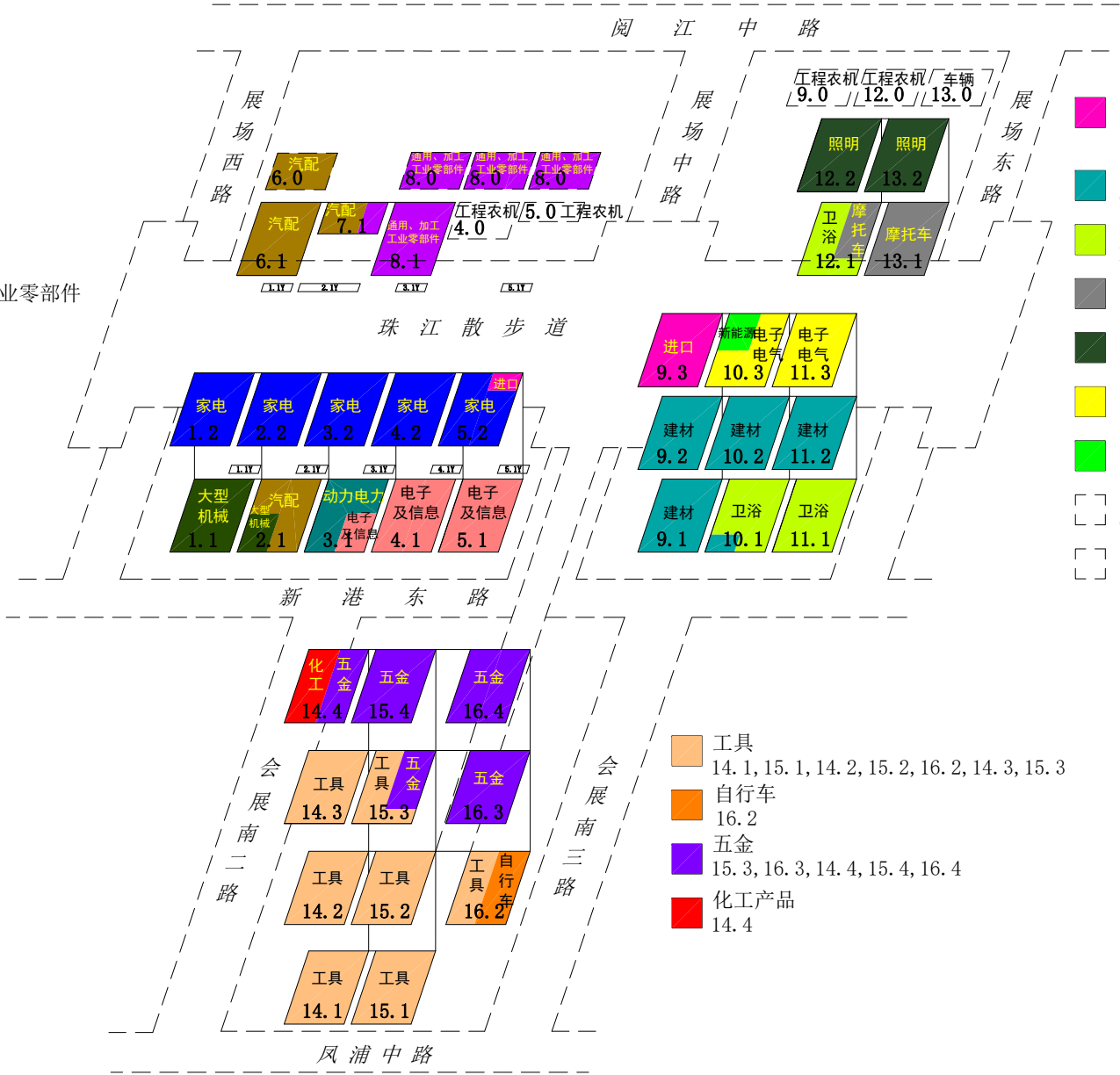
13.0(室外)

工具
14.1, 15.1, 14.2, 15.2, 16.2, 14.3, 15.3

自行车
16.2

五金
15.3, 16.3, 14.4, 15.4, 16.4

化工产品
14.4

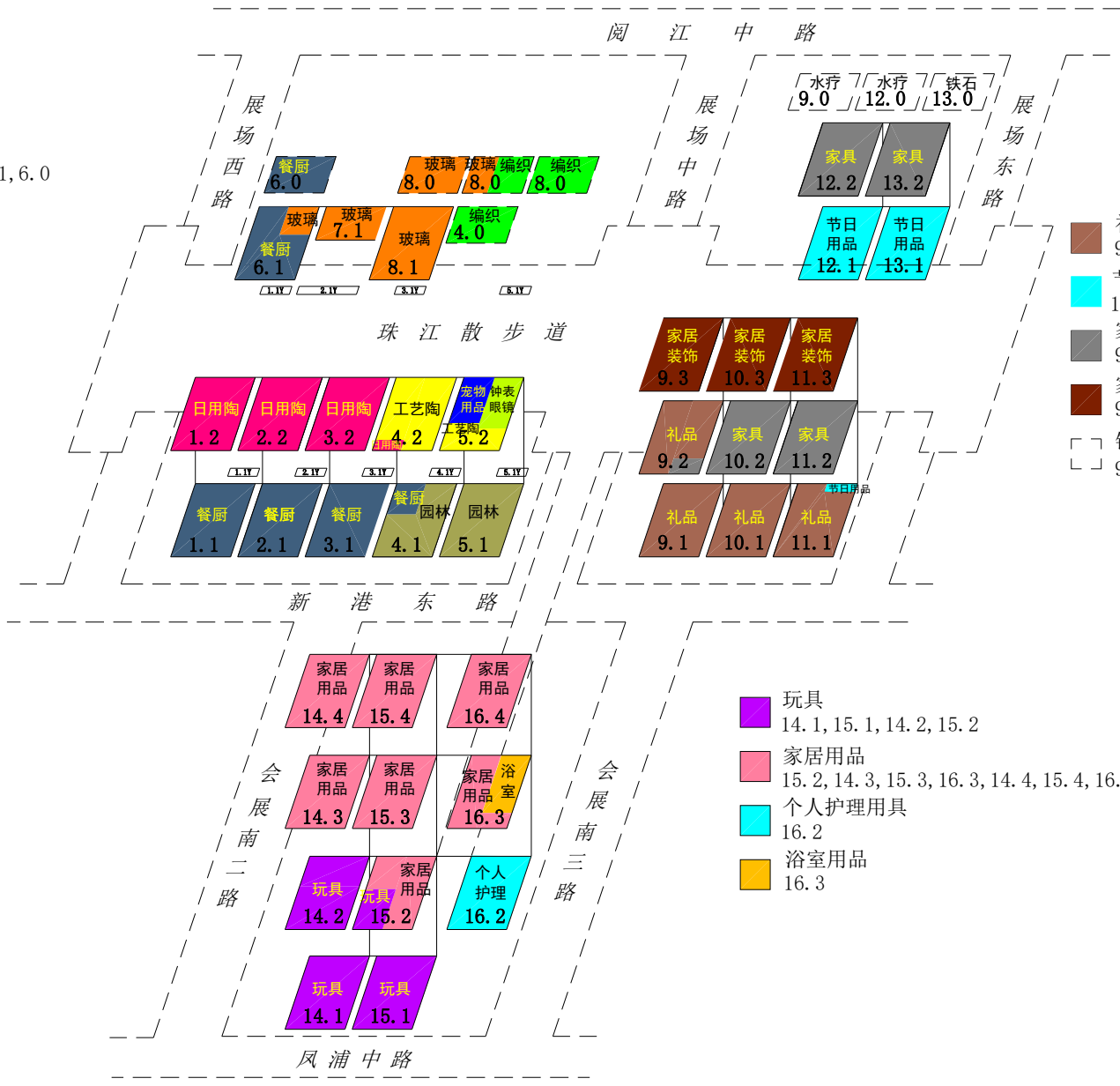


第124届中国进出口商品交易会
(第二期)

- 餐厨用具
1.1, 2.1, 3.1, 4.1, 6.1, 6.0
- 园林用品
4.1, 5.1
- 玻璃工艺品
6.1, 7.1, 8.1, 8.0
- 编织及藤铁工艺品
4.0, 8.0
- 日用陶瓷
1.2, 2.2, 3.2, 4.2
- 工艺陶瓷
4.2, 5.2
- 钟表眼镜
5.2
- 宠物用品
5.2

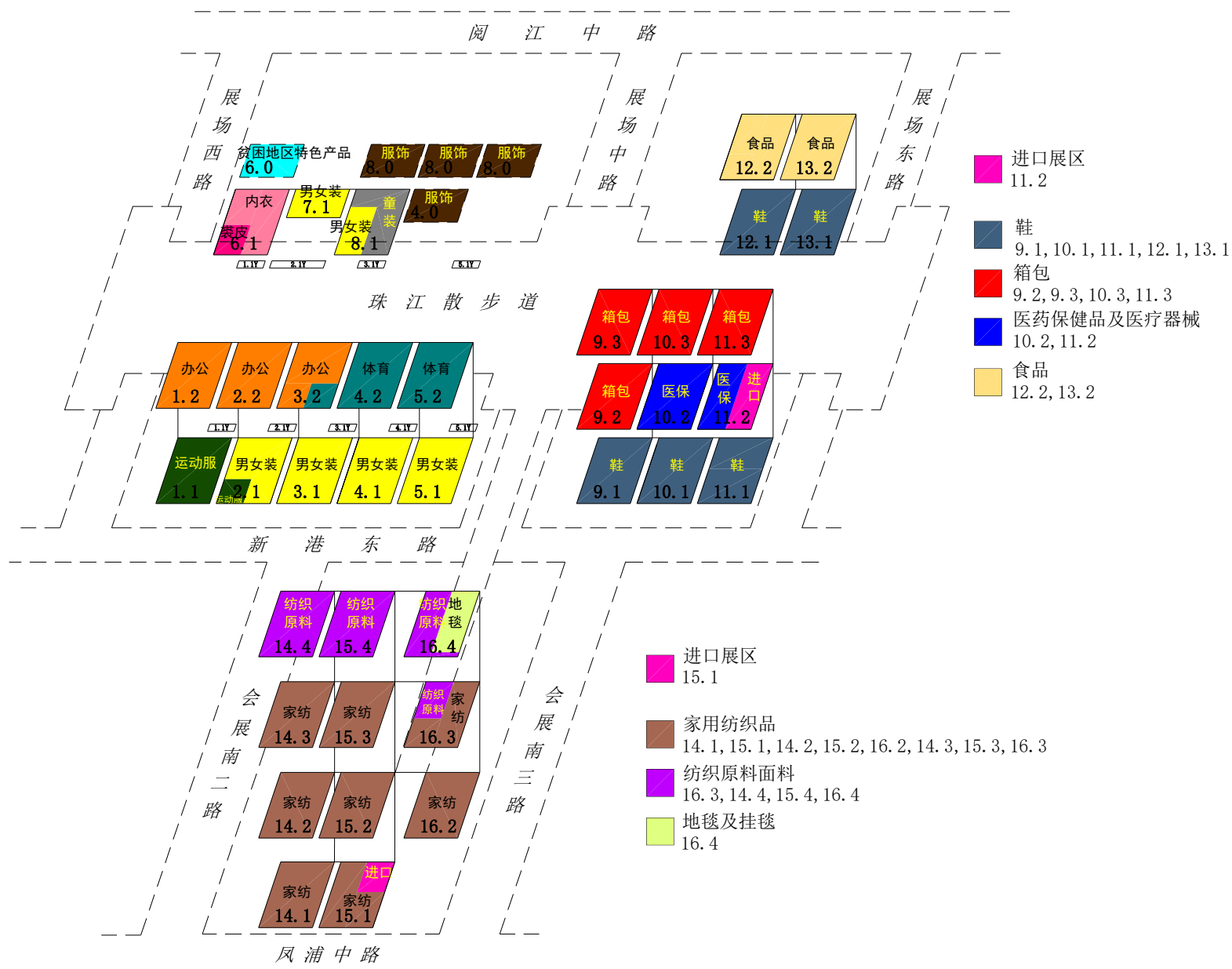
- 礼品及赠品
9.1, 10.1, 11.1, 9.2
- 节日用品
11.1, 12.1, 13.1
- 家具
9.2, 10.2, 11.2, 12.2, 13.2
- 家居装饰品
9.3, 10.3, 11.3
- 铁石装饰品及户外水疗设施
9.0(室外), 12.0(室外), 13.0(室外)

- 玩具
14.1, 15.1, 14.2, 15.2
- 家居用品
15.2, 14.3, 15.3, 16.3, 14.4, 15.4, 16.4
- 个人护理用具
16.2
- 浴室用品
16.3



第124届中国进出口商品交易会 (第三期)

- 运动服及休闲服
1.1, 2.1
- 男女装
2.1, 3.1, 4.1, 5.1, 7.1, 8.1
- 裘革皮羽绒及制品
6.1
- 内衣
6.1
- 童装
8.1
- 服装饰物及配件
4.0, 8.0
- 办公文具
1.2, 2.2, 3.2
- 体育及旅游休闲用品
3.2, 4.2, 5.2
- 贫困地区特色产品
6.0



广交会一般性展位与品牌展位位置 粘连申请与安排办法

一、交易团（分团）在线提交一般性展位与品牌展位位置 粘连申请

各交易团（分团）需在品牌展位位置安排阶段，通过广交会网络管理与服务系统为企业提交一般性展位与品牌展位位置粘连（下简称一般性粘连展位）申请。其中，粘连的一般性展位须与品牌展位统一特装布展，并不得联营。

二、商协会在线复核一般性展位与品牌展位位置粘连申请

商协会结合展位布局与品牌展位位置安排，对交易团（分团）提交的一般性粘连展位申请的可行性进行复核，并通过广交会网络管理服务系统将复核意见反馈交易团（分团）。

三、交易团（分团）根据复核意见在线完成一般性展位数量 安排调整

请交易团（分团）通过广交会网络管理服务系统查看商协会复核意见，复核不通过的一般性粘连展位自动恢复为该品牌企业的一般性特装展位（交易团可自行调整安排），请交易团将粘连申请不通过的情况通知到企业，并做好解释工作，商协会将根据其产品类别等因素分开安排其品牌展位与一般性特装展位位置。

四、粘连的品牌展位与一般性展位位置安排原则

一般性粘连展位位置安排以不影响品牌企业的展位位置安排为前提，商协会在同一展区安排品牌展位位置时，应依据其品牌展位数量，而非品牌展位粘连一般性展位后的总展位数量。

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第一期）

交易团	车辆	大型机械及设备	电子电气产品	电子消费品及信息产品	动力、电力设备	工程农机（室内）	工程农机（室外）	工具	化工产品	家用电器	建筑及装饰材料	摩托车	汽车配件	通用机械、小型加工机械及工业零部件	卫浴设备	五金	照明产品	自行车
北京	3	19	20	31	5	6	6	44	9	39	60	1	22	24	24	32	18	6
天津	0	7	6	9	3	0	0	28	6.5	11	31	0	6	32	4	42	4	12
上海	0	47	69	27	35	12	4	195	6	109	82	27	77	109	110	106	63	9
江苏	8	139	44	35	114	30	56	343	10	117	143	71	89	79	48	169	63	25
南京	7	2	4	1	1	0	0	25	1	7	10	5	8	12	6	8	5	2
浙江	1	50	141	27	12	6	10	198	14	139	106	66	202	154	106	94	56	14
宁波	0	8	63	40	2	1	4	144	1	321	26	6	64	35	37	67	75	0
福建	7	12	31	30	81	8	8	16	0.5	18	48	0	28	43	6	5	11	0
山东	20	43	1	4	16	31	70	84	12	11	108	14	56	50	7	55	6	6
青岛	4	3	0	0	0	2	3	36	6.5	12	21	5	35	36	3	51	1	1
广东	4	70	66	159	6	0	4	53	8	370	248	39	83	23	151	154	142	11
广东（珠海）	0	4	9	48	0	2	0	13	1	37	27	3	7	6	13	4	17	6
广东（汕头）	0	12	1	21	4	0	0	5	1	11	5	0	0	2	2	6	4	0
广州	11	14	17	81	3	1	0	29	5	76	52	44	39	20	27	40	49	11
杭州	0	8	30	14	2	5	8	87	1.5	19	24	13	22	6	38	28	21	4
济南	4	17	0	1	0	1	0	3	0	5	5	2	4	4	0	7	1	0
深圳	2	14	43	193	11	0	12	46	0.5	144	70	5	18	28	78	49	56	8
厦门	0	3	6	17	3	0	2	6	0	6	41	4	24	5	27	5	31	2
河北	2	8	7	5	0	0	5	73	10	3	92	4	25	23	37	122	3	13
山西	2	4	8	4	0	0	0	10	7.5	7	19	0	8	21	12	47	5	0
安徽	4	24	17	45	2	3	11	13	4	52	41	10	42	18	16	15	20	6

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第一期）

交易团	车辆	大型机械及设备	电子电气产品	电子消费品及信息产品	动力、电力设备	工程农机（室内）	工程农机（室外）	工具	化工产品	家用电器	建筑及装饰材料	摩托车	汽车配件	通用机械、小型加工机械及工业零部件	卫浴设备	五金	照明产品	自行车
江西	3	0	12	9	2	2	1	10	1.5	8	27	0	12	5	12	6	8	0
河南	9	12	23	10	3	5	6	48	8.5	18	18	5	8	20	13	10	6	1
湖北	19	6	6	7	0	4	10	17	4	9	21	4	28	6	5	13	4	1
武汉	6	3	11	3	0	4	0	22	1.5	4	15	0	7	15	0	9	7	0
湖南	0	0	14	9	0	5	9	46	7.5	19	23	0	13	9	1	2	9	0
海南	0	0	1	6	0	0	0	30	0.5	35	2	0	2	0	13	1	5	0
辽宁	2	15	10	9	0	0	1	20	5	10	29	0	38	17	9	16	0	0
沈阳	3	1	8	0	0	0	0	15	0.5	0	9	0	5	8	1	7	3	0
大连	0	3	2	2	0	2	3	36	4	6	23	0	3	16	10	23	11	0
吉林	0	0	4	6	0	0	0	4	1.5	10	31	3	9	1	4	6	7	0
长春	1	3	7	5	5	0	0	4	0	6	6	3	9	0	0	0	0	0
黑龙江	0	6	2	8	0	0	0	18	2	13	52	0	6	9	4	3	4	0
哈尔滨	0	0	0	1	0	0	0	17	0.5	24	2	0	7	2	5	0	0	0
内蒙古	0	2	0	2	2	0	0	12	4	12	11	0	8	8	10	9	2	0
广西	0	5	6	15	5	1	4	21	9	27	31	0	21	7	4	14	6	0
四川	4	11	7	12	4	2	4	35	5.5	23	28	8	21	26	28	8	8	0
成都	0	6	7	12	1	1	0	21	2.5	8	5	0	11	9	0	13	1	0
重庆	7	0	7	5	20	42	9	50	3	16	11	43	14	26	8	6	0	0
贵州	0	0	2	3	0	0	0	11	5	8	12	0	5	3	9	16	0	0
云南	1	2	10	6	0	2	0	13	3.5	24	11	0	13	15	17	2	4	0
西藏	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	7	4	0	0	2	0	0	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第一期）

交易团	车辆	大型机械及设备	电子电气产品	电子消费品及信息产品	动力、电力设备	工程农机（室内）	工程农机（室外）	工具	化工产品	家用电器	建筑及装饰材料	摩托车	汽车配件	通用机械、小型加工机械及工业零部件	卫浴设备	五金	照明产品	自行车
陕西	2	0	4	4	0	0	0	12	0	6	3	0	7	2	5	8	1	0
西安	0	3	18	2	0	0	0	23	0.5	19	8	0	11	8	4	3	2	0
甘肃	0	2	0	3	0	2	0	12	1.5	17	8	0	1	8	8	0	9	0
青海	0	0	2	4	0	0	0	4	1	4	0	0	0	0	0	4	2	0
宁夏	0	6	2	0	0	0	0	0	5	4	8	0	1	7	0	1	0	0
新疆	0	2	0	3	0	0	0	8	0.5	10	21	0	2	0	15	5	0	0
新疆建设兵团	0	0	2	1	0	0	0	5	0.5	5	2	0	2	1	4	2	4	0
央企(中粮)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(纺织)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(丝绸)	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0
央企(轻工)	0	0	0	0	0	0	0	2	0	7	0	0	0	0	0	0	3	0
央企(工艺)	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0
央企(通用)	0	15	10	11	0	2	0	9	0	22	1	5	11	16	8	4	6	2
央企(国机)	0	66	5	6	17	6	18	18	0	18	8	6	55	33	2	6	4	1
央企(电子)	0	0	0	36	0	0	0	0	0	5	0	0	0	5	0	0	12	0
央企(航空)	2	6	2	1	2	0	0	4	0	6	4	2	9	8	0	0	5	1
央企(船舶)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	6	7	0	0	0	0
央企(北方)	0	2	2	9	0	0	0	3	0	14	2	3	6	2	2	1	5	1
央企(长城)	0	2	0	5	0	0	0	7	0	5	2	0	2	1	4	0	3	0
央企(化工)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
央企(五矿)	0	0	0	0	0	0	0	19	0	0	3	0	2	12	8	10	0	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
(第一期)

交易团	车辆	大型机械及设备	电子电气产品	电子消费品及信息产品	动力、电力设备	工程农机（室内）	工程农机（室外）	工具	化工产品	家用电器	建筑及装饰材料	摩托车	汽车配件	通用机械、小型加工机械及工业零部件	卫浴设备	五金	照明产品	自行车
央企(中钢)	0	0	0	2	0	0	0	6	0	4	2	0	0	0	1	3	0	0
央企(中信)	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
央企(包装)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	0	1	0	4	0	0	0
央企(华润)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(五菱)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	3	0	0
央企(新时代)	0	4	3	7	1	0	0	12	4	23	28	0	4	7	17	2	4	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第二期）

交易团	编织 及藤 铁工 艺品	玻 璃 工 艺 品	餐 厨 用 具	个 人 护 理 用 具	工 艺 陶 瓷	家 居 用 品	家 居 装 饰 品	家 具	节 日 用 品	礼 品 及 赠 品	日 用 陶 瓷	铁 石 装 饰 品 及 户 外 水 疗 设 施	玩 具	浴 室 用 品	园 林 用 品	钟 表 眼 镜
北京	12	46	46	0	24	52	29	47	12	69	21	4	28	3	36	0
天津	8	14	50	8	9	16	44	28	6	19	8	1	6	1	17	1
上海	0	43	163	24	9	182	128	58	52	99	17	0	132	4	39	10
江苏	8	88	65	38	10	140	58	59	45	81	16	7	206	15	35	6
南京	0	3	4	6	0	14	6	7	5	3	0	0	26	0	11	0
浙江	6	0	121	23	0	180	91	236	55	108	0	0	50	4	60	28
宁波	0	0	63	19	0	139	54	79	14	54	0	0	28	12	11	1
福建	1	0	32	5	143	104	123	202	12	242	52	4	31	4	132	61
山东	159	48	56	1	0	71	59	95	17	56	33	0	77	5	93	4
青岛	61	30	30	0	0	9	29	22	15	23	6	0	20	0	24	0
广东	13	5	495	35	73	277	69	281	119	143	185	0	92	31	139	13
广东（珠海）	0	6	31	5	18	29	12	53	0	12	22	0	8	1	6	0
广东（汕头）	0	0	16	6	1	21	10	2	9	45	8	0	71	5	52	2
广州	2	20	84	18	10	123	26	68	24	65	22	2	28	4	26	15
杭州	2	0	15	3	0	40	35	84	16	38	1	0	11	1	21	0
济南	14	3	4	0	0	10	10	4	5	1	8	0	0	0	0	0
深圳	0	18	140	21	56	153	112	70	18	116	306	0	41	20	30	8
厦门	0	0	36	11	103	25	62	38	10	97	21	8	16	3	51	8
河北	0	57	38	4	0	25	18	20	11	27	69	12	2	3	35	0
山西	0	69	8	0	4	12	2	4	3	3	9	0	5	0	2	0
安徽	68	14	20	6	0	51	14	38	6	22	3	0	36	0	23	0
江西	0	6	15	1	7	22	6	12	9	6	37	0	7	0	16	3
河南	19	4	11	1	6	24	17	56	6	20	41	0	9	2	9	0
湖北	0	4	13	4	1	20	7	15	7	18	6	0	24	4	1	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第二期）

交易团	编织 及藤 铁工 艺品	玻 璃 工 艺 品	餐 厨 用 具	个 人 护 理 用 具	工 艺 陶 瓷	家 居 用 品	家 居 装 饰 品	家 具	节 日 用 品	礼 品 及 赠 品	日 用 陶 瓷	铁 石 装 饰 品 及 户 外 水 疗 设 施	玩 具	浴 室 用 品	园 林 用 品	钟 表 眼 镜
武汉	0	0	0	6	0	8	10	7	6	7	0	0	4	2	4	0
湖南	0	2	14	6	0	18	2	1	11	18	137	0	1	0	7	0
海南	0	2	41	13	0	21	0	0	3	0	0	0	0	0	1	0
辽宁	0	57	4	0	6	16	64	25	179	32	0	0	0	0	16	0
沈阳	0	0	4	0	4	0	12	0	106	13	0	2	0	0	0	0
大连	0	113	11	0	0	28	129	6	61	18	12	0	8	0	34	0
吉林	0	5	2	2	3	4	20	12	6	30	0	0	0	0	3	0
长春	0	0	4	0	0	9	3	8	2	18	0	0	0	0	0	0
黑龙江	0	4	28	1	2	50	3	22	10	9	6	0	4	0	7	0
哈尔滨	0	0	26	0	0	8	5	0	0	10	0	0	0	0	4	0
内蒙古	0	0	9	1	3	8	4	4	0	12	2	0	9	0	4	0
广西	67	0	7	4	0	93	2	12	2	11	58	0	1	2	18	0
四川	0	0	7	0	4	14	4	25	2	13	20	2	4	0	8	0
成都	0	0	5	0	3	8	0	4	1	1	2	0	0	0	0	0
重庆	0	21	9	2	4	12	4	2	3	12	3	0	3	0	0	2
贵州	0	1	5	0	0	10	0	2	0	9	6	0	0	2	0	0
云南	0	4	19	4	2	18	0	2	4	15	1	0	2	0	0	0
西藏	0	0	5	0	0	7	0	0	0	9	2	0	0	0	0	0
陕西	0	53	7	0	0	3	16	4	5	3	0	0	1	0	1	0
西安	0	43	5	1	0	3	9	0	0	6	0	1	1	0	5	0
甘肃	0	0	28	11	0	9	0	0	2	9	0	0	8	6	2	0
青海	0	0	7	1	1	4	4	6	3	4	0	0	2	1	2	1
宁夏	1	0	6	0	1	9	6	4	2	7	1	0	13	0	0	0
新疆	0	0	19	3	5	16	2	2	4	6	16	0	4	0	0	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第二期）

交易团	编织 及藤 铁工 艺品	玻 璃 工 艺 品	餐 厨 用 具	个 人 护 理 用 具	工 艺 陶 瓷	家 居 用 品	家 居 装 饰 品	家 具	节 日 用 品	礼 品 及 赠 品	日 用 陶 瓷	铁 石 装 饰 品 及 户 外 水 疗 设 施	玩 具	浴 室 用 品	园 林 用 品	钟 表 眼 镜
新疆建设兵团	0	0	13	1	0	3	2	3	2	2	2	0	0	2	0	0
央企(中粮)	0	0	2	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(纺织)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(丝绸)	0	0	4	0	2	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0
央企(轻工)	0	0	8	2	0	19	0	14	5	3	0	0	0	0	4	0
央企(工艺)	0	0	5	3	2	7	7	2	0	11	2	0	3	0	0	0
央企(通用)	0	2	4	2	2	6	2	4	0	3	8	0	2	0	2	0
央企(国机)	0	0	6	0	2	2	0	2	0	4	2	0	0	0	2	0
央企(电子)	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(航空)	0	2	7	0	0	5	0	13	0	10	0	0	0	2	2	0
央企(船舶)	0	0	2	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(北方)	0	9	16	0	2	3	8	5	0	1	2	0	1	0	1	3
央企(长城)	0	0	10	0	1	0	4	4	0	0	0	0	0	0	4	0
央企(化工)	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(五矿)	0	0	6	0	0	3	0	4	0	6	0	0	0	0	0	0
央企(中钢)	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(中信)	0	2	2	1	0	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0
央企(包装)	0	0	4	0	0	8	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
央企(华润)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(五菱)	0	6	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(新时代)	8	5	30	3	0	14	5	7	0	6	10	0	2	1	1	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第三期）

交易团	办公文具	地毯及挂毯	纺织原料面料	服装饰物及配件	家用纺织品	男女装	内衣	裘革皮羽绒及制品	食品	体育及旅游休闲用品	童装	箱包	鞋	医药保健品及医疗器械	运动服及休闲服
北京	34	4	7	24	49	47	14	0	8	11	5	41	38	13	9
天津	25	16	0	12	17	17	4	2	10	16	1	13	23	8	5
上海	134	5	30	59	162	117	6	3	6	86	13	187	50	55	8
江苏	84	8	134	160	398	133	30	18	34	99	20	79	87	73	36
南京	2	3	0	21	33	30	3	0	1	14	11	19	4	18	2
浙江	173	40	323	191	381	403	37	28	13	186	16	246	378	59	41
宁波	168	1	39	32	113	192	8	1	15	99	15	45	49	38	26
福建	44	0	10	9	2	69	45	0	62	16	45	187	321	44	134
山东	42	8	55	17	274	33	18	7	84	39	25	53	43	36	20
青岛	20	2	8	10	111	20	13	1	18	11	14	52	39	1	6
广东	110	6	22	13	50	84	30	2	122	88	12	141	219	52	46
广东（珠海）	3	0	3	1	1	11	0	0	9	7	0	20	13	1	0
广东（汕头）	47	0	1	1	1	35	31	0	42	5	4	15	42	3	0
广州	50	5	16	8	25	32	10	3	24	43	4	169	79	33	12
杭州	46	2	68	47	236	91	4	2	3	64	2	42	33	9	17
济南	8	0	0	1	4	0	0	1	5	0	0	1	0	1	0
深圳	50	0	6	11	80	39	10	0	14	23	0	54	136	38	8
厦门	15	1	7	5	3	53	33	2	25	29	25	122	205	17	68
河北	7	16	26	31	88	44	1	8	39	23	8	54	5	23	22
山西	2	2	3	2	22	2	2	0	11	11	0	2	1	2	2
安徽	26	7	13	7	63	56	6	1	26	30	6	46	55	34	10
江西	12	1	7	3	12	91	13	0	12	7	7	13	6	5	20
河南	14	10	12	13	43	21	0	0	19	2	25	14	9	14	8
湖北	3	2	19	1	35	34	2	2	32	5	5	10	7	32	6
武汉	4	0	1	2	4	27	1	0	6	0	0	0	3	12	14
湖南	21	0	3	4	10	19	2	0	9	2	6	34	16	5	1

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第三期）

交易团	办公文具	地毯及挂毯	纺织原料面料	服装饰物及配件	家用纺织品	男女装	内衣	裘革皮羽绒及制品	食品	体育及旅游休闲用品	童装	箱包	鞋	医药保健品及医疗器械	运动服及休闲服
海南	1	0	0	0	1	1	0	0	4	0	0	14	8	0	0
辽宁	5	2	10	4	12	33	8	0	10	3	2	0	6	3	5
沈阳	1	1	1	3	2	4	0	0	0	1	0	3	10	5	0
大连	16	1	1	11	43	26	5	0	17	11	6	7	21	5	3
吉林	4	4	0	1	0	13	1	1	10	3	0	1	3	3	1
长春	3	0	0	0	2	8	2	0	2	0	0	8	0	4	0
黑龙江	10	0	6	7	5	8	0	0	13	12	0	4	8	0	0
哈尔滨	7	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2	6	6	0
内蒙古	2	0	2	37	0	17	0	1	9	6	0	8	13	2	0
广西	0	0	5	21	18	10	2	1	26	5	1	15	3	10	4
四川	1	0	30	5	24	8	0	0	26	2	2	5	89	7	1
成都	2	0	4	1	1	1	2	2	4	0	4	0	37	3	0
重庆	3	3	6	0	2	4	0	0	11	4	0	5	14	0	3
贵州	1	0	2	0	1	0	1	0	11	2	0	10	0	2	1
云南	13	2	2	1	14	7	0	0	7	3	0	15	8	4	0
西藏	0	1	1	1	0	0	0	0	12	0	0	1	0	2	0
陕西	1	1	16	0	5	1	0	0	2	1	0	0	0	3	0
西安	4	0	2	0	10	0	0	0	1	3	0	0	1	2	0
甘肃	0	2	2	2	1	0	0	0	16	3	0	4	16	8	0
青海	0	1	2	0	2	2	0	0	12	0	0	0	0	1	0
宁夏	0	0	4	0	13	15	0	0	5	0	0	4	0	5	0
新疆	10	0	0	2	2	4	0	1	8	5	0	10	3	2	2
新疆建设兵团	2	0	1	1	2	5	0	0	8	2	0	2	2	2	0
央企(中粮)	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	0	0
央企(纺织)	0	0	1	0	12	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(丝绸)	12	0	0	0	1	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0

附件3

第124届广交会各交易团（分团）各展区一般性展位数量安排方案
（第三期）

交易团	办公文具	地毯及挂毯	纺织原料面料	服装饰物及配件	家用纺织品	男女装	内衣	裘革皮羽绒及制品	食品	体育及旅游休闲用品	童装	箱包	鞋	医药保健品及医疗器械	运动服及休闲服
央企(轻工)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	6	6	0	0
央企(工艺)	4	0	0	2	9	0	0	0	0	2	0	4	8	0	0
央企(通用)	5	0	0	0	0	12	0	0	1	6	0	10	7	6	1
央企(国机)	0	0	2	0	7	5	2	0	0	2	0	0	0	0	0
央企(电子)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(航空)	0	0	0	2	0	0	0	0	0	5	0	4	0	0	0
央企(船舶)	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(北方)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	6	0	0	0
央企(长城)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
央企(化工)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(五矿)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0
央企(中钢)	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
央企(中信)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(包装)	1	0	1	0	0	0	0	0	0	5	0	8	1	0	0
央企(华润)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
央企(五菱)	0	0	2	0	0	8	0	0	0	1	0	0	4	0	0
央企(新时代)	0	0	2	2	4	0	0	0	0	2	0	12	17	0	0

附件 4

广交会出口展特装超期更改处罚机制

为更好地保障广交会组展工作进度，针对特装展位变动频繁的情况，从第 107 届起对发生特装超期更改的企业进行处罚。特装超期更改指企业在交易团提交一般性特装展位安排方案截止后发生的一般性特装调整（包括退回全部或部分特装展位、将全部或部分特装展位改为标准展位）。

特装超期更改相应处罚如下：

一、企业在一个展区出现特装超期更改的情况，从下届起连续三届不能在该展区进行特装；

二、企业在两个或以上展区出现特装超期更改的情况，下届起连续三届不能在任一展区进行特装。

各商、协会在当届广交会闭幕后的两个工作日内，将发生上述特装展位更改的企业名单报广交会工作领导小组办公室。

附件5

第124届广交会第三期A区中央通道展位数量安排表

交易团	展区类别	展位数
天津	地毯及挂毯	40
辽宁	男女装	20
福建	运动服及休闲服	24
福建	男女装	20
江西	男女装	22
广州	男女装	42
广州	运动服及休闲服	50
合计		218

附件 6

广交会展馆 A 区中央通道展位布展要求

广交会展馆 A 区中央通道展位为房间布局的光地展位，布展条件特殊，布展要求如下：

一、每个展位 9 平方米（光地），须实行统一布展或特装布展。

二、特装搭建限高 3 米，不得搭建两层特装展位。

三、特装展位设计不得封闭，相邻展位之间保持良好的通透性。

四、所有中央通道展位房间门口的高和宽均为 2.3 米，企业不得携带超大展品参展。

五、如出现多个交易团的企业在同一房间参展，相关交易团请提前做好布展沟通协调工作。

第124届广交会出口展组展工作时间进度计划表

组展事项	子项	具体内容	124届计划完成时间
企业展位申请	品牌展位申请	第124届广交会品牌企业通过“参展易捷通”申请品牌展位数量与类别申请，并将书面申请资料报相关交易团。	已完成
	一般性展位申请	企业通过“参展易捷通”申请一般性展位，并将书面申请资料报相关交易团。	已完成
		品牌展位数量公示后，企业通过“参展易捷通”，调整一般性展位申请。	已完成
展区布局及各团一般性展位数	确定展区布局及各团一般性展位数	交易团分展区进行一般性展位需求申报。	已完成
		外贸中心提出展区布局优化方案、各交易团各展区一般性展位数量方案（新能源、宠物用品、户外水疗设施、贫困地区特色产品、第三期中央通道展位及回收展位除外），报部审定后，随第124届广交会组展工作通知一并公布。	已完成
制作框架图	制作展位框架图	外贸中心制作展位框架图。	已完成
品牌展位安排	品牌展位数量安排	外贸司公示品牌展位数量安排方案（3天）。	已完成
		外贸司公布品牌展位数量安排方案。	已完成
	品牌展位位置安排	商协会提出品牌展位位置安排方案，报外贸中心。	8月21日
		外贸中心复核商协会提交的品牌展位位置安排方案，报外贸司审核。	8月24日
		经外贸司审核后，外贸司与外贸中心公示品牌展位位置安排方案（1-3天），商协会汇总公示期间反馈意见并提出调整建议，报外贸中心复核。	8月28日
		外贸中心报外贸司确定品牌展位位置安排方案，并在广交会官方网站公布各展区品牌展位图。	8月29日
一般性展位安排 （不含新能源、宠物用品、户外水疗及第三期中央通道展位）	与品牌展位粘连的一般性特装展位安排	交易团通过备案系统提交品牌企业的一般性展位粘连品牌展位申请（以下简称粘连展位）。属本届增补品牌企业的，可在品牌展位数量调整安排方案公布后的2个工作日内，由交易团提交粘连展位书面申请，报相关商协会和外贸中心。	8月17日
		商会结合品牌展位布局，对品牌企业粘连展位申请的可行性进行审核。	8月18日
		交易团根据商会审核意见，对审核不通过的粘连展位安排进行调整。	8月28日
	一般性展位数量安排	交易团通过备案系统完成企业资格审核，提交一般性特装、标摊（含统一布展）展位数量安排方案（含第一、二期中央通道展位）。逾期提交的标准展位位置将安排在最后。	8月28日
		商协会复核各交易团企业参展资格，交易团根据商协会复核意见完成调整。	特装：8月29日 标摊：8月30日
		通过参展易捷通分批次（交易团自行选定）向企业公布一般性展位数量安排。	分四批公布，时间段为： 8月31日-9月18日
	一般性展位位置安排	商协会提出一般性特装展位位置安排方案，连同特装展位图报外贸中心。	第一期：9月6日
			第二、三期：9月8日
		外贸中心复核商协会一般性特装展位位置安排方案后，报外贸司审核。	第一期：9月8日
			第二、三期：9月10日
		外贸司与外贸中心公示一般性特装展位位置安排方案（1-2天），商协会汇总公示期间意见并提出调整建议，报外贸中心复核。	第一期：9月11日
			第二、三期：9月13日
		外贸中心报外贸司确定一般性特装展位位置安排方案，通过广交会官方网站公布各展区特装展位图。	第一期：9月12日
			第二、三期：9月14日
		商协会提出一般性标摊（含统一布展）位置安排方案。	第一期：9月15日
			第二、三期：9月17日
		外贸中心复核、确定一般性标摊位置安排方案。	第一期：9月16日
			第二、三期：9月18日
备案预置	参展企业展位位置备案预置	完成备案系统参展企业品牌展位位置预置工作。	8月29日
		完成备案系统参展企业一般性特装展位位置预置工作。	第一期：9月12日
			第二、三期：9月14日
		完成备案系统参展企业一般性标摊位置预置工作。	第一期：9月16日
			第二、三期：9月18日
	参展企业展位责任人备案	参展企业通过“参展易捷通”完成展位负责人填报，送交展位责任书。有联营的参展企业完成联营单位确认。	9月30日

第124届广交会出口展各展区展位费标准

标准展位计费单位： 元/9m²/个						
展 期	类 别	展馆 区域	展 区	标准展位费单价		
				室内展厅	户外展场	A区中央通道
第 一 期	电子及家电类	A	电子消费品及信息产品	18950		13450
		B	电子电气产品	18950		
		A	家用电器	18950		
	照明类	B	照明产品	18950		
	能源类	B	新能源	18950		
	车辆及配件类	C	自行车	16950		
		B	摩托车	18950		
		A	汽车配件	18950	16450	13450
		B	车辆		16450/20m²	
	五金工具类	C	工具	16950		
		C	五金	16950		
	建材类	B	建筑及装饰材料	18950		
		B	卫浴设备	18950		
	机械类	A	通用机械、小型加工机械及工业零部件	18950	16450	13450
		A	动力、电力设备	18950		13450
		A	大型机械及设备	18950		13450
		A	工程农机（室内）		16450/12m²	
		A/B	工程农机（室外）		16450/20m²	
	化工产品类	C	化工产品	7225/4m²		
第 二 期	日用消费品类	A	餐厨用具	18950	16450	13450
		A	日用陶瓷	18950		13450
		C	家居用品	16950		
		C	个人护理用具	16950		
		C	浴室用品	16950		
		A	宠物用品	18950		
	礼品类	A	钟表眼镜	18950		
		C	玩具	16950		
		B	礼品及赠品	18950		
		B	节日用品	18950		
	家居装饰品类	A	工艺陶瓷	18950		13450
		A	玻璃工艺品	18950	16450	13450
		A	编织及藤铁工艺品		16450	
		B	家居装饰品	18950		
		A	园林用品	18950		13450
		B	家具	18950		
		B	铁石装饰品及户外水疗设施		16450/20m²	
第 三 期	纺织服装类	A	男女装	17950		12450
		A	童装	17950		12450
		A	内衣	17950		12450
		A	运动服及休闲服	17950		12450
		A	裘革皮羽绒及制品	17950		12450
		A	服装饰物及配件		15450	12450
		C	家用纺织品	15950		
		A	家用纺织品			10450
		C	纺织原料面料	15950		
		A	纺织原料面料			10450
		C	地毯及挂毯	15950		
		A	地毯及挂毯			10450
		鞋类	B	鞋	17950	
	A		鞋			10450
	办公、箱包及休闲用品类	A	办公文具	17950		12450
		B	箱包	17950		
		A	箱包			10450
		A	体育及旅游休闲用品	17950		12450
	医药及医疗保健类	B	医药保健品及医疗器械	17950		
医药及医疗保健类	A	医药保健品及医疗器械			10450	
食品类	B	食品	17950			

附件 9

第 124 届广交会免收展位费的贫困地区名单

河北（45 个）

平山县、灵寿县、赞皇县、行唐县、康保县、张北县、阳原县、赤城县、沽源县、怀安县、崇礼县、尚义县、蔚县、万全县、平泉县、滦平县、隆化县、丰宁满族自治县、围场满族蒙古族自治县、青龙满族自治县、阜平县、涞源县、顺平县、唐县、海兴县、盐山县、南皮县、武强县、武邑县、饶阳县、阜城县（涿鹿县赵家蓬区）、临城县、广宗县、巨鹿县、新河县、平乡县、威县、魏县、大名县、涞水县、望都县、易县、曲阳县、宣化县、承德县

山西（36 个）

娄烦县、天镇县、灵丘县、阳高县、广灵县、浑源县、右玉县、平顺县、武乡县、壶关县、神池县、五寨县、五台县、偏关县、静乐县、繁峙县、河曲县、保德县、岢岚县、代县、宁武县、和顺县、左权县、大宁县、永和县、隰县、汾西县、吉县、平陆县、临县、方山县、岚县、石楼县、兴县、大同县、中阳县

内蒙古（31 个）

武川县、阿鲁科尔沁旗、巴林左旗、巴林右旗、林西县、翁牛特旗、喀喇沁旗、宁城县、敖汉旗、科尔沁左翼中旗、科尔沁左翼后旗、库伦旗、奈曼旗、莫力达瓦达斡尔族自治县、鄂伦春自治旗、卓资县、化德县、商都县、兴和县、察哈尔右翼前旗、察哈尔右翼中旗、察哈尔右翼后旗、四子王旗、阿尔山市、科尔沁右翼前旗、科尔沁右翼中旗、扎赉特旗、突泉县、苏尼特右旗、太仆寺旗、正镶白旗

吉林（8 个）

大安市、镇赉县、通榆县、靖宇县、汪清县、安图县、龙井市、和龙市

黑龙江（20 个）

延寿县、拜泉县、甘南县、泰来县、林甸县、绥滨县、同江市、桦南县、桦川县、抚远县、汤原县、饶河县、兰西县、海伦市、龙江县、富裕县、克东县、望奎县、青冈县、明水县

安徽（20 个）

临泉县、阜南县、颍上县、颍东区、利辛县、宿松县、岳西县、潜山县、寿县、霍邱县、裕安区、舒城县、金寨县、石台县、砀山县、萧县、灵璧县、泗县、太湖县、望江县

江西（25 个）

兴国县、宁都县、于都县、寻乌县、会昌县、安远县、上犹县、赣县、南康市、井冈山市、永新县、遂川县、吉安县、万安县、上饶县、横峰县、鄱阳县、余干县、广昌县、乐安县、修水县、莲花县、石城县、瑞金市、全南县

河南（38 个）

兰考县、栾川县、嵩县、汝阳县、宜阳县、洛宁县、鲁山县、滑县、封丘县、范县、台前县、卢氏县、南召县、镇平县、内乡县、淅川县、社旗县、桐柏县、民权县、睢县、宁陵县、柘城县、虞城县、光山县、新县、商城县、固始县、潢川县、淮滨县、商水县、沈丘县、郸城县、淮阳县、太康县、上蔡县、平舆县、确山县、新蔡县

湖北（28 个）

阳新县、郧县、郧西县、竹山县、竹溪县、房县、丹江口市、秭归县、长阳土家族自治县、五峰土家族自治县、保康县、孝昌县、大悟县、团风县、红安县、罗田县、英山县、蕲春县、麻城市、恩施市、利川市、建始县、巴东县、宣恩县、咸丰县、来凤县、鹤峰县、神农架林区

湖南（40 个）

茶陵县、炎陵县、新邵县、邵阳县、隆回县、洞口县、绥宁县、新宁县、城步苗族自治县、武冈市、平江县、石门县、慈利县、桑植县、安化县、宜章县、汝城县、桂东县、安仁县、新田县、江华瑶族自治县、中方县、沅陵县、辰溪县、溆浦县、会同县、麻阳苗族自治县、新晃侗族自治县、芷江侗族自治县、靖州苗族侗族自治县、通道侗族自治县、新化县、涟源县、泸溪县、凤凰县、花垣县、保靖县、古丈县、永顺县、龙山县

广西（33 个）

马山县、隆安县、上林县、环江毛南族自治县、罗城仫佬族自治县、凤山县、东兰县、巴马瑶族自治县、都安瑶族自治县、大化瑶族自治县、田东县、德保县、靖西县、那坡县、凌云县、乐业县、田林县、隆林各族自治县、西林县、天等县、龙州县、三江侗族自治县、融水苗族自治县、金秀瑶族自治县、忻城县、龙胜各族自治县、昭平县、富川瑶族自治县、融安县、资源县、田阳县、宁明县、大新县

海南（5 个）

保亭黎族苗族自治县、琼中黎族苗族自治县、五指山市、白沙黎族自治县、临高县

重庆（14 个）

城口县、巫溪县、巫山县、奉节县、云阳县、开县、万州区、秀山土家族苗族自治县、黔江区、酉阳土家族苗族自治县、彭水苗族土家族自治县、石柱土家族自治县、武隆县、丰都县

四川（66个）

叙永县、古蔺县、北川羌族自治县、平武县、元坝区、朝天区、旺苍县、青川县、剑阁县、苍溪县、沐川县、马边彝族自治县、嘉陵区、南部县、仪陇县、阆中市、屏山县、广安区、宣汉县、万源市、巴州区、通江县、南江县、平昌县、汶川县、理县、茂县、松潘县、九寨沟县、金川县、小金县、黑水县、马尔康县、壤塘县、阿坝县、若尔盖县、红原县、康定县、泸定县、丹巴县、九龙县、雅江县、道孚县、炉霍县、甘孜县、新龙县、德格县、白玉县、石渠县、色达县、理塘县、巴塘县、乡城县、稻城县、得荣县、木里藏族自治县、盐源县、普格县、布拖县、金阳县、昭觉县、喜德县、越西县、甘洛县、美姑县、雷波县

贵州（66个）

六枝特区、水城县、盘县、桐梓县、正安县、道真仡佬族苗族自治县、务川仡佬族苗族自治县、凤冈县、湄潭县、习水县、赤水市、西秀区、平坝县、普定县、镇宁布依族苗族自治县、关岭布依族苗族自治县、紫云苗族布依族自治县、大方县、黔西县、织金县、纳雍县、威宁彝族回族苗族自治县、赫章县、江口县、玉屏侗族自治县、石阡县、思南县、印江土家族苗族自治县、德江县、沿河土家族自治县、松桃苗族自治县、铜仁市、万山特区、兴仁县、普安县、晴隆县、贞丰县、望谟县、册亨县、安龙县、毕节市、黄平县、施秉县、三穗县、镇远县、岑巩县、天柱县、锦屏县、剑河县、台江县、黎平县、榕江县、从江县、雷山县、麻江县、丹寨县、荔波县、贵定县、瓮安县、独山县、平塘县、罗甸县、长顺县、龙里县、惠水县、三都水族自治县

云南（88个）

东川区、禄劝彝族苗族自治县、寻甸回族彝族自治县、师宗县、罗平县、富源县、会泽县、宣威市、隆阳区、施甸县、龙陵县、昌宁县、昭阳区、鲁甸县、巧家县、盐津县、大关县、永善县、绥江县、镇雄县、彝良县、威信县、玉龙纳西族自治县、永胜县、宁蒗彝族自治县、宁洱哈尼族彝族自治县、墨江哈尼族自治县、景东彝族自治县、景谷傣族彝族自治县、镇沅彝族哈尼族拉祜族自治县、江城哈尼族彝族自治县、孟连傣族拉祜族佤族自治县、澜沧拉祜族自治县、西盟佤族自治县、临翔区、凤庆县、云县、永德县、镇康县、双江拉祜族佤族布朗族傣族自治县、耿马傣族佤族自治县、沧源佤族自治县、双柏县、牟定县、南华县、姚安县、大姚县、永仁县、武定县、屏边苗族自治县、石屏县、泸西县、元阳县、红河县、金平苗族瑶族傣族自治县、绿春县、文山县、砚山县、西畴县、麻栗坡县、马关县、丘北县、广南县、富宁县、勐海县、勐腊县、漾濞彝族自治县、祥云县、宾川县、弥渡县、南涧彝族自治县、巍山彝族回族自治县、永平县、云龙县、洱源县、剑川县、鹤庆县、芒市、梁河县、盈江县、陇川县、泸水县、福贡县、贡山独龙族怒族自治县、兰坪白族普米族自治县、香格里拉县、德钦县、维西傈僳族自治县

西藏（74个）

城关区、林周县、当雄县、尼木县、曲水县、堆龙德庆县、达孜县、墨竹工卡县、昌都县、

江达县、贡觉县、类乌齐县、丁青县、察雅县、八宿县、左贡县、芒康县、洛隆县、边坝县、乃东县、扎囊县、贡嘎县、桑日县、琼结县、曲松县、措美县、洛扎县、加查县、隆子县、错那县、浪卡子县、日喀则市、南木林县、江孜县、定日县、萨迦县、拉孜县、昂仁县、谢通门县、白朗县、仁布县、康马县、定结县、仲巴县、亚东县、吉隆县、聂拉木县、萨嘎县、岗巴县、那曲县、双湖办事处、嘉黎县、比如县、聂荣县、安多县、申扎县、索县、班戈县、巴青县、尼玛县、普兰县、札达县、噶尔县、日土县、革吉县、改则县、措勤县、林芝县、工布江达县、米林县、墨脱县、波密县、察隅县、朗县

陕西（56个）

周至县、印台区、耀州区、宜君县、扶风县、陇县、千阳县、麟游县、太白县、永寿县、长武县、旬邑县、淳化县、合阳县、澄城县、蒲城县、白水县、富平县、延长县、延川县、宜川县、南郑县、城固县、洋县、西乡县、勉县、宁强县、略阳县、镇巴县、留坝县、佛坪县、横山县、定边县、绥德县、米脂县、佳县、吴堡县、清涧县、子洲县、汉滨区、汉阴县、石泉县、宁陕县、紫阳县、岚皋县、平利县、镇坪县、旬阳县、白河县、商州区、洛南县、丹凤县、商南县、山阳县、镇安县、柞水县

甘肃（58个）

永登县、皋兰县、榆中县、靖远县、会宁县、景泰县、麦积区、清水县、秦安县、甘谷县、武山县、张家川回族自治县、古浪县、天祝藏族自治县、崆峒区、泾川县、灵台县、庄浪县、静宁县、庆城县、环县、华池县、合水县、正宁县、宁县、镇原县、安定区、通渭县、陇西县、渭源县、临洮县、漳县、岷县、武都区、成县、文县、宕昌县、康县、西和县、礼县、徽县、两当县、临夏市、临夏县、康乐县、永靖县、广河县、和政县、东乡族自治县、积石山保安族东乡族撒拉族自治县、合作市、临潭县、卓尼县、舟曲县、迭部县、玛曲县、碌曲县、夏河县

青海（42个）

大通回族土族自治县、湟中县、湟源县、平安县、民和回族土族自治县、乐都县、互助土族自治县、化隆回族自治县、循化撒拉族自治县、门源回族自治县、祁连县、海晏县、刚察县、同仁县、尖扎县、泽库县、河南蒙古族自治县、共和县、同德县、贵德县、兴海县、贵南县、玛沁县、班玛县、甘德县、达日县、久治县、玛多县、玉树县、杂多县、称多县、治多县、囊谦县、曲麻莱县、格尔木市、德令哈市、乌兰县、都兰县、天峻县、茫崖行委、大柴旦行委、冷湖行委

宁夏（8个）

盐池县、同心县、原州区、西吉县、隆德县、泾源县、彭阳县、海原县

新疆（39个）

巴里坤哈萨克自治县、乌什县、柯坪县、阿图什市、阿克陶县、阿合奇县、乌恰县、喀什市、疏附县、疏勒县、英吉沙县、泽普县、莎车县、叶城县、麦盖提县、岳普湖县、伽师县、巴

楚县、塔什库尔干塔吉克自治县、和田市、和田县、墨玉县、皮山县、洛浦县、策勒县、于田县、民丰县、察布查尔锡伯自治县、尼勒克县、托里县、青河县、吉木乃县、库车县、新和县、沙雅县、拜城县、温宿县、阿瓦提县、阿克苏市

附件 10

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截止后的第二天之前（含 2018 年 9 月 19 日）退展位的，所退展位不收取展位费；在 2018 年 9 月 20 日至 10 月 14 日退展位的，所退展位收取一半展位费；在 2018 年 10 月 15 日及之后退展位的，所退展位收取全额展位费。

（注：以上退展位约束机制不适用于新能源、宠物用品展区）

第 124 届广交会撤换展回旋区域设置

为确保撤换展工作的顺利进行，第 124 届广交会第一、二期继续在展馆 A、B 区设置撤换展回旋运作区域，该区域只安排标准展位，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 1.1-3.1 大型机械及设备展区、汽车配件展区、动力电力设备展区，3.2-4.2 家用电器展区除外；第二期 1.2-4.2 日用陶瓷展区、工艺陶瓷展区除外）。

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（第一期 11.3 电子电气产品展区靠近主通道的前 3 个展位除外）；12.2-13.2 展厅最北端东西走向的 4 排展位。

附件 12

广交会出口展交易团组展工作表彰标准

交易团（分团）获得当届组展工作表彰的具体标准如下：

一、组展进度执行情况

（一）一般性展位数量安排：一般性展位数量安排方案提交截止后，提交比例达 100%（中央通道展位除外）。

（二）企业一般性特装展位数调整（以下简称企业特装调整）：交易团提交企业一般性特装展位数量安排截止后，省市交易团的企业特装调整次数占本团参展企业数比例不超过 5%，且不超过 15 次；中央企业交易团各分团无企业特装调整情况。

其中，企业特装调整指企业退出一般性特装参展或企业一般性特装展位数量的增减，但属替换退出特装企业而增补特装展位的调整不计（注：一家企业在一个展区发生一次特装展位数量调整，即计为一次调整）。

（三）退展位情况：无一般性展位退回情况。

（四）展位费缴纳情况：在各阶段规定的缴费时间内，均按外贸中心缴费通知要求，缴齐本团企业展位费（含所有一般性展位和非一般性展位），非一般性展位的调整导致未缴齐的情况除外。

二、展品质量监管工作落实情况

（一）按商务部办公厅《关于加强中国进出口商品交易会展品质量监管有关工作的通知》（商办广函〔2010〕1700

号)要求,与当地质检部门合作开展展品质量监管工作,将本团参展企业名单送当地质检部门审核,提交展品质量监管工作书面材料及展品质量监管工作小组名单,将质检部门盖章的正式核查结果书面报广交会工作领导小组办公室备案。

(二)按《广交会出口展展品质量及贸易纠纷投诉监控办法》要求,承担本团企业(含联营供货单位)的展品质量与贸易纠纷投诉调解处理责任,收到广交会工作领导小组办公室发出的展品质量及贸易纠纷协查通知后,于收到之日起30天内向广交会工作领导小组办公室书面提交调查调解情况材料。

三、未出现一般性展位参展企业违规使用或空置展位等问题

四、绿色展位普及率达到100%

五、按时、高质量向大会业务办报送本团当届工作总结,积极配合大会业务办开展各类调研

此外,对于积极支持广交会专业化宣传工作的交易团,在通报当届组展工作表彰结果时,同步予以表彰。具体标准为:各交易团按要求积极提供有关展商展品宣传素材,东部交易团每届不少于6篇,中部(含东北)交易团、央企分团每届不少于4篇,西部交易团每届不少于2篇。

注:本标准所涉一般性展位,仅指由交易团负责安排展位数量的一般性展位。

抄送：外贸司，外贸发展局。

大会领导，广交会工作处、客户服务中心，存档。

中国进出口商品交易会业务办公室

2018 年 8 月 16 日印发
