**中国城市会议展览业协会联盟**

**2016【函】6号**

**关于开展中国品牌展览会评选工作推荐的**

**通知**

**各联盟成员单位：**

**按照专业化、国际化、市场化、规范化（含信息化、知识产权保护）的标准促进中国经贸类专业展览会的品牌化建设，为中国展览行业树立标杆，增强中国展览会的国际影响力和竞争力，以实际行动落实国务院关于“努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局”的战略规划。中国城市会议展览业协会联盟在大连夏季峰会会议上一致决定在全国开展中国品牌展览会评选、表彰活动。会议决定：2016年中国城市会议展览业协会联盟年会同期举办首届中国品牌展览会颁奖大会。该项评选推荐工作由各城市会展协会负责（无行业协会的城市由会展管理单位负责），评选、推荐工作不得收取任何费用。**

**经主席团会议研究，通过的《中国品牌展览会评选规则及实施细则》现发各联盟成员，希望各单位认真研读《细则》，严格按照《细则》的条件进行遴选，认真、积极做好各地区品牌展会推荐工作，确保评选、表彰活动顺利进行。**

**专此通知！**

**附：中国品牌展览会评选规则及实施细则**

中国城市会议展览业协会联盟

 主席 秘书长



二〇一六年七月十八日

附件：

中国品牌展览会评选规则及实施细则

# 一、中国品牌展览会评选规则及实施细则

## （一）评选目的

按照专业化、国际化、市场化、规范化的标准促进中国经贸类专业展览会的品牌化建设，为中国展览业树立标杆，增强中国展览会的国际影响力和竞争力。以实际行动落实国务院关于“努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局”的战略规划。

## （二）评选的范围

2014年、2015年在中国（大陆地区）各城市举办的经贸类专业展览会。

## （三）中国品牌展览会的奖项设置

**1.中国品牌展览会金奖（总名额100名）**

**2.中国区域性（市级）品牌展览会（各市总分第一名）。**

**3.中国品牌展览会提名奖（总名额不限，总评得分90分或95分以上）**

（1）中国品牌展览会提名奖（总评得分90分以上，总名次100名）；

（2）中国区域性（市级）品牌展览会提名奖（总评得分90分以上）。**(注：中国区域性品牌展览会原则上以北京、上海、天津、重庆、广州、深圳每市报3个项目，其他城市每市报2个项目。)**

## （四）评选条件

**1.中国品牌展览会评选条件**

（1）年限：参评展览会举办时间10年以上；

（2）规模：展览面积（展位数）全球同类展览会前5名（面积3万平方米以上）；

（3）专业性：专业化率100%以上；

（4）国际性：

① 参展国家和地区5个以上；

② 境外参展展位和总面积20%以上；

③ 境外参展参会国家和地区数5个以上；

④ 境外专业观众数不少于5%。

（5）市场性：

① 行业协会与企业主办的展会：管理、运营、筹资全部通过市场化运作；

② 政府主导型展会：市场筹资率达60%以上。

（6）知识产权保护：

① 组展书中有知识产权保护要求；

② 在展会现场设立知识产权投诉与协调工作点；

③ 展会未发生侵权问题（以无投诉为准）。

（7）信息化建设：

① 设有双语或多语网站；

② 实现网上报名参展、观众注册；

③ 设立移动APP服务；

④ 网上宣传推广与书面推广名称、主题、内容一致。

（8）规范化建设：

① 按规定向国家相关部门申报并经核准；

② 按规定向当地相关部门报备核准；

③ 各展厅设立服务台和展位示意图；

④ 5年以上无重大安全事故；

⑤ 印制纸质参展手册、会刊或制作电子会刊。

（9）绿色展装率：组展书中有绿色展装要求，展览会绿色展装率达特装面积的60%。**（注：绿色展装是指用材环保、节能、节材、循环使用。）**

（10）社会影响力：

① 论坛的数量多，档次高；

a. 设有主题论坛和和分论坛5场以上；

b. 论坛档次高，有业界名人（各国院士级、全国行业领军人物或国家部级领导出席）。

② 媒体关注度高；

a. 展会期间设立新闻中心；

b. 境内外20家以上媒体参会；

c. 国家级主流媒体10家以上参会。

（国家级主流媒体名单：新华社、人民日报、中央电视台、中央人民广播电台、光明日报、求是、经济日报、中国国际广播电台、中国青年报、工人日报、人民日报海外版、中国日报、中国新闻社、瞭望杂志、每日经济新闻、财经杂志、经济参考报、经济观察报、21世纪经济报道、第一财经日报、参考消息、科技日报、法制日报、环球时报、半月谈、南方周末、中国经济时报、中国证券报、人民网、新华网、中国网、中国经济网、中国新闻网、新浪网、搜狐网、网易网、腾讯网、凤凰网）

(11)展、客商满意度：分别在90%以上。

**2.中国区域性品牌展览会评选条件（以地级以上城市为单位）**

（1）年限：举办年限5年以上；

（2）规模：在本市（直辖市和自治区）内同类展览会第一名（3万平方米以上）；

（3）专业性：专业化率90%以上；

（4）市场性：市场化率100%；

（5）知识产权保护：

① 组展书中有知识产权保护要求；

② 展会现场设立知识产权保护投诉点；

③ 展会未发生侵权问题（以无投诉案件为准）。

（6）信息化建设：

① 设有互联网站；

② 实现网上报名参展、注册；

③ 设立移动APP服务。

（7）规范化建设：

① 按规定向相关机构申报并核准；

② 各展厅设立服务台和展位示意图；

③ 现场秩序好；

④ 5年以上无重大安全事故；

⑤ 印制纸质参展手册、会刊或电子会刊。

（8）绿色展装率：组展书中有绿色展装要求，绿色展装率达50%；**（注：绿色展装是指用材环保、节能、节材、循环使用。）**

（9）展商综合满意度：90%以上；

（10）客商综合满意度：90%以上。

## （五）评选机构及职责

为保证中国品牌展览会评选、表彰工作的顺利进行，做到客观、公正、公平，评选工作在联盟常务理事会领导下进行，成立评选领导小组和专家评审委员会。

**1.评选领导小组**

（1）人员组成：领导小组由联盟主席、副主席和联盟执行主席组成：（郑智、李霞辉、陈幸、赵伟、原家强、孙栋、陈尉纲），郑智任组长，李霞辉、陈幸、赵伟任副组长；

（2）主要任务：品牌评选、重大事项的决策，起草评选规则；制定工作计划，组织评选、筹资、专家和嘉宾邀请；

联盟秘书处是领导小组办事机构，负责评选信息通知的发布、申报、推荐材料的收集、分类、初审；日常领导工作由赵伟负责。

**2.专家评审委员会**

专家评审委员会由25位业内专业人士组成；

(1)人员组成：常务理事单位每家派一人，会展媒体、研究机构和会展标准化委员会各邀一至两位专家；

(2)主要任务：负责品牌展览会的评审工作。

**3.合作机构**

聘请或征集1-2家机构（一家为互联网企业）作为合作机构，对展览会的信息进行核查，提供帮助。

## （六）评选程序与规则

 **1.项目单位自荐：**由展览项目主承办单位提出评奖申请。

**2.品牌展会推荐：**

品牌展会的初选、推荐由各城市会展协会负责，没有协会的城市邀请行业主管部门推荐；

**3.品牌展会的初审：**初审工作由联盟秘书处按条件提出初审名单；

**4.评审：**评审工作在颁奖前一个月完成，组织专家集中评审并交领导小组审议；

**5.核查：**核查工作聘请一家非办展机构负责、了解其展会规模等信息；

**6.公示：**评选结果在联盟网站和各城市网站公示一周；

**7.确定名单：**根据公示结果，由联盟常务理事会决定表彰名单。

## （七）表彰

**1.中国品牌展览会评选原则上两年一次；**

**2.表彰活动与联盟年会同期举行；**

**3.颁奖晚会隆重、热烈、简朴，邀请中央和相关地方媒体采访报导；**

**4.对获品牌展览会的项目单位颁发奖杯或奖牌。**

## （八）运营管理

**1.参评活动不收费：**

中国品牌展览会评选工作是一项公益活动，任何单位不得收取参评单位的费用；

**2.评审纪律：**

参评专家不得向参评单位收取和索取任何费用；

**3.资金筹措：**

评选筹资工作由年会承办地协会负责，各常任理事单位可以推荐赞助单位；

**4.表彰活动：**

表彰活动的策划、组织方案由承办协会起草，经联盟常务理事会同意后实施。

## （九）中国品牌展览会评选日程安排及任务分工

**1.评选规则及实施细则（以下简称细则）的制订**

(1)2016年5月份完成《细则》草案制订，并交夏季峰会讨论（厦门会展协会）；

（2）2016年6月底之前完成《细则》完成方案的修订（厦门会展协会秘书处）；

（3）2016年7月10日前发刊各城市会展协会执行（联盟秘书处）。

**2.品牌展会宣传、自荐与评审**

(1)2016年7月-8月底各城市会展协会完成项目单位自荐（责任单位：各城市会展协会）；

（2）2016年10月1日前完成品牌展会推荐工作（责任单位：各城市会展协会及管理机构）；

（3）2016年10月20日前秘书处完成汇总、复审（联盟秘书处）；

（4）2016年11月10日-13日完成评审工作（责任单位：联盟秘书处与重庆会展协会组织）。

**3.专家委员会的组成**

2016年7月底之前完成品牌展览会评审委员会的组成（责任单位：联盟秘书处）

**4.表彰筹备工作**

(1)2016年7月底之前，完成表彰大会工作方案的起草（责任单位：重庆会展协会、联盟秘书处）

（2）2016年8月底之前完成奖杯、标志的设计，提交常务理事会讨论确定（责任单位：联盟秘书处）

（3）2016年9月底之前完成资金的筹措（责任单位：重庆市会展协会）

**5.宣传推广**

(1)2016年7月份起，联盟各成员单位在自有媒体和相关会议上全面宣传品牌展会评选活动，秘书处完成通稿的撰写。（责任单位：联盟秘书处、各城市会展协会）

（2）2016年10月、11月，在国内相关媒体上分阶段性进行宣传推广（责任单位：联盟秘书处）

（3）2016年12月表彰大会，邀请相关媒体与会报道（责任单位：重庆市会展协会、联盟秘书处）

## （十）相关术语、数据解释

**1.展览会的规模（面积、展位数）**

展览会的规模包括3个内容：一是展位数（3m\*3m）；二是净面积（9m\*展位数）；三是总面积（20m²\*展位数）。

**2.展品与展览面积的吻合度**

吻合度是指展品是否与主题一致，以与主题相吻合的展位数与总展位数的比例来计算，最高吻合度为100%。精确到小数点后两位数。

**3.境外展位数与总展位数比**

境外展位数指中国大陆以外的境外企业（境外母公司直接参展或母公司授权并资助境内子公司、合资公司公司参展的视作境外展商）直接参展的展位数；总展位数比例，精确到小数点后两位数。

**4.境外展商国家地区数**

境外展商国家地区数系指展商来自中国大陆以外的国家和地区数，香港、澳门和台湾地区均算作境外地区。

**5.参展企业、参展人员总数**

参展企业总数系指展览会境内外参展企业的总和，同一企业在不同地区的展区携不同产品参展记作两家企业。

参展人员总数系指以参展为目的的境内外企业的人员数量的总和。

**6.本市参展企业、参展人员数**

本市展商数系指本市范围内注册的企业（机构）数及参展人员的数量。

**7.省内其他城市参展企业、参展人员数**

省内其他城市展商数系指福建省之内，厦门市以外注册企业（机构）数及参展人员的数量。

**8.国内其他省、自治区、直辖市参展企业、参展人员数**

国内其他省、自治区、直辖市展商数系指中华人民共和国境内、福建省以外的展商数及人员数。

**9.专业观众人数**

专业买家（观众）人数系指以到展会进行技术、商品采购交易、投资合作洽谈为目的的境内外客商人数。

**10. 境外专业买家（观众）人数、境外专业买家总数比**

境外专业买家（观众）人数系指来自中国大陆以外的国家、地区的专业买家数量；境外专业买家比，系指境外专业买家占展会买家总人数的比例。

**11. 境外专业买家国家地区数**

境外专业观众（买家）国家地区数系指境外买家国籍所在国家和地区的数量。

**12. 观众总人次**

观众总人次系指展会全程专业和非专业人员进馆参观人/次数量的综合，一个观众每天进馆次数计1人/次。

**13. 参会媒体数、国家级媒体数**

参会媒体数是指到会注册报到媒体的数量。（一个记者也可以代表一家媒体，同一媒体的多位记者参加展会也计一家媒体）。

国家级媒体数系指冠以中字头的媒体和主管单位为国家相关部、委、办、局的媒体。

**14. 境外媒体数、境外媒体国家地区数**

境外媒体系指来自中国大陆以外国家、地区的媒体数量；境外媒体国家、地区数系指境外媒体来自的国家和地区数量。

**15.特装面积数、特装面积与展会总面积比**

特装面积数系指标准展位制式布展以外的，具有独特风格的布展面积；

特装面积比是指特装面积在总展览面积中的比例。

**16.绿色环保、节能节材特装数，绿色特装比**

绿色环保、节能节材特装数系指使用循环、节能、可降解材料作为布展材料的展位数；

绿色特装比，系指绿色特装面积与特装总面积的比。

**17.展位（3m\*3m）单价**

展位单价系指展览会单个国际标准展位的对外销售价格，以招展书标明的价格为准。

**18. 市场化率**

市场化率系指展会市场化运营收入与展会总收入比。

**19.论坛数量和规模**

论坛数量和规模系指在展览会期间举办的论坛、研讨会、说明会场次数量和参会的人数总和。同一名称和主题的论坛、研讨会，不管其举办时间为半天、一天或两天，均作为一个论坛计数。

**20.展商满意度（见表）**

展商满意度系指展览会展商调查表各项指标满意度的总和。

**21.客商满意度（见表）**

客商满意度系指展览会客商调查表各项指标满意度的总和。

**22.展览会规范性指标**

(1)按规定向相关部门报备、核准；

(2)向公安消防部门报备、核准；

(3)有知识产权保护措施：组展书有知识产权保护要求，在展厅设立知识产权保护投诉台；

(4)设立专门网站、APP、建立网上报名和管理、查询系统；

(5)布展方案报请消防部门核准，在展馆外显著位置设立报到、领证点；

(6)在各展厅设立服务台，有展位示意图；

(7)推广绿色设计搭建；

(8)现场秩序和噪音控制好，有专人管理；

(9)印制会刊或制作电子会刊。

**23.展览会规范性优良度**

规范性指标9项中有8项达标算作优良。

**24.经贸类专业展览会**

由政府、行业协会、企业举办的行业性经济、技术、投资类交易会、博览会和洽谈会。

# 二、行业分类

## （一）中国经贸类专业展览会行业分类与国民经济产业分类对应表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **展会行业** | **产业****门类** | **产业大类** | **类别名称** |
| 1 | 茶业 | **A** | 01 | 农业 |
| 2 | 宠物 | 05 | 农、林、牧、渔服务业（畜牧服务业） |
| 3 | 绿色有机 | 01 | 农业 |
| 4 | 农产品 | 05 | 农、林、牧、渔服务业 |
| 5 | 肉类工业 | 05 | 农、林、牧、渔服务业 |
| 6 | 畜牧业 | 03 | 畜牧业 |
| 7 | 渔业 | 04 | 渔业 |
| 8 | 园林景观 | 02 | 林业 |
| 9 | 植物花卉 | 01 | 农业 |
| 10 | 矿业 | **B** | 　 | 采矿业 |
| 11 | 煤炭 | 06 | 采矿业（煤炭开采和洗选业） |
| 12 | 石材 | 10 | 非金属矿采选业 |
| 13 | 石油石化天然气 | 07 | 石油和天然气开采 |
| 14 | 办公用品 | **C** | 23 | 文教体育用品制造业 |
| 15 | 泵阀 | 34 | 通用设备制造业 |
| 16 | 表面处理 | 30 | 非金属矿物制造业 |
| 17 | 测绘仪器 | 39 | 仪器仪表制造业 |
| 18 | 车展 | 36 | 交通运输设备制造业 |
| 19 | 厨卫 | 20 | 家具制造业 |
| 20 | 电池 | 37 | 电气机械及器材制造业(电池制造) |
| 21 | 电动车自行车 | 36 | 交通运输设备制造 |
| 22 | 电机 | 37 | 电气机械及器材制造业 |
| 23 | 电力电工 | 37 | 电气机械及器材制造业 |
| 24 | 电线电缆 | 37 | 电气机械及器材制造业 |
| 25 | 电子展 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 26 | 动力传动 | 34 | 通用设备制造业 |
| 27 | 纺织纺机 | 16 | 纺织业 |
| 28 | 分析仪器 | 39 | 仪器制造 |
| 29 | 服装配饰 | 40 | 工艺品制造 |
| 30 | 工业仪器 | 39 | 仪器制造 |
| 31 | 工业制造 | 　 | 制造业 |
| 32 | 管材 | 33 | 金属制品业 |
| 33 | 光电 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 34 | 轨道智能交通 | 36 | 交通运输设备制造业 |
| 35 | 烘焙烘烤 | 13 | 食品业 |
| 36 | 红木家具 | 20 | 家具制造业 |
| 37 | 化工 | 25 | 化学原料及化学制品制造业 |
| 38 | 机床模具 | 35 | 专用设备制造业 |
| 39 | 机械装备 | 34 | 通用设备制造业 |
| 40 | 激光 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 41 | 集成电路 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 42 | 家居博览会 | 20 | 家具制造业 |
| 43 | 家具 | 20 | 家具制造业 |
| 44 | 胶粘 | 25 | 化学原料及化学制品 |
| 45 | 金属材料 | 33 | 金属制品业 |
| 46 | 科学仪器 | 39 | 仪器仪表制造业 |
| 47 | 口腔器材 | 35 | 专用设备制造业 |
| 48 | LED | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 49 | 模型玩具 | 23 | 文教体育用品制造业 |
| 50 | 摩托车 | 36 | 交通运输设备制造 |
| 51 | 木工机械 | 35 | 专用设备制造业 |
| 52 | 农机 | 35 | 专用设备制造业 |
| 53 | 暖通制冷 | 34 | 通用设备制造业 |
| 54 | 皮革 | 18 | 皮革、毛皮、羽毛(绒)及其制品业 |
| 55 | 汽车用品 | 36 | 交通运输设备制造 |
| 56 | 汽车制造 | 36 | 交通运输设备制造 |
| 57 | 热处理 | 34 | 通用设备制造业 |
| 58 | 食品饮料 | 13、14 | 食品饮料制造业 |
| 59 | 视听集成 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 60 | 手机 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 61 | 水处理 | 44 | 水的生产和供应业 |
| 62 | 丝绸 | 16 | 纺织业 |
| 63 | 塑料橡胶工业 | 28 | 橡胶制品业 |
| 64 | 陶瓷 | 30 | 非金属矿物制造业 |
| 65 | 体育用品 | 22 | 文教体育用品制造业 |
| 66 | 调味品添加剂 | 13 | 食品制造业 |
| 67 | 橡胶轮胎 | 28 | 橡胶制品业 |
| 68 | 消费电子 | 38 | 通信设备、计算机及其他电子设备制造业 |
| 69 | 鞋业 | 17 | 纺织服装、鞋、帽制品业 |
| 70 | 眼镜 | 27 | 化学纤维制造业 |
| 71 | 药品 | 26 | 医药制造业 |
| 72 | 冶金 | 32 | 有色金属冶炼及压延加工业 |
| 73 | 医疗器械 | 35 | 专用设备制造业 |
| 74 | 医药 | 26 | 医药制造业 |
| 75 | 印刷 | 22 | 印刷业和记录没接的复制 |
| 76 | 游艇 | 36 | 交通运输设备制造 |
| 77 | 游戏 | 23 | 文教体育用品制造业 |
| 78 | 乐器 | 23 | 文教体育用品制造业 |
| 79 | 制药机械原料 | 26 | 医药制造业 |
| 80 | 珠宝 | 40 | 工艺品及其他制造 |
| 81 | 装备制造 | 34 | 通用设备制造业 |
| 82 | 太阳能光伏 | **D** | 42 | 电力、热力的生产和供应业 |
| 83 | 照明 | 42 | 电力、热力的生产和供应业 |
| 84 | 家装 | **E** | 46 | 建筑安装业 |
| 85 | 建筑建材 | 48 | 其他建筑业 |
| 86 | 门窗墙幕 | 46 | 建筑安装业 |
| 87 | 智能建筑 | 47 | 建筑装饰业 |
| 88 | 航空航天 | **F** | 53 | 航空运输业 |
| 89 | 物流 | 　 | 交通运输、仓储、邮政业 |
| 90 | 信息科技 | **G** | 58 | 电信和其他信息传输服务业 |
| 91 | 商品交易 | **H** | 61 | 批发业 |
| 92 | 奢侈品 | 61 | 批发业 |
| 93 | 五金展 | 61 | 批发业 |
| 94 | 房交会 | **K** | 69 | 房地产业 |
| 95 | 包装 | **L** | 71 | 商务服务业 |
| 96 | 广告设备 | 71 | 商务服务（广告业） |
| 97 | 投资贸易 | 71 | 商务服务业 |
| 98 | 生物科技 | **M** | 72 | 研究与试验发展 |
| 99 | 社会公共安全 | **N** | 78 | 公共设施管理业 |
| 100 | 安全防护 | **O** | 80 | 其他服务业 |
| 101 | 户外休闲 | 80 | 其他服务业 |
| 102 | 婚博会 | 79 | 居民服务业 |
| 103 | 加盟连锁 | 80 | 其他服务业 |
| 104 | 家电 | 80 | 其他服务业 |
| 105 | 健康产业 | 80 | 其他服务业 |
| 106 | 节能环保 | 80 | 其他服务业 |
| 107 | 酒店用品 | 80 | 其他服务业 |
| 108 | 礼品 | 80 | 其他服务业 |
| 109 | 旅游产业 | 80 | 其他服务业 |
| 110 | 美容美发 | 79 | 居民服务业 |
| 111 | 特许加盟 | 80 | 其他服务业 |
| 112 | 教育展 | **P** | 81 | 教育 |
| 113 | 应急减灾 | **Q** | 83 | 社会保障业 |
| 114 | 孕婴童 | 84 | 社会福利业 |
| 115 | 佛事用品 | **R** | 87 | 文化艺术业 |
| 116 | 图书 | 87 | 文化艺术业 |
| 117 | 文化产业 | 87 | 文化艺术业 |
| 118 | 休闲娱乐 | 89 | 娱乐业 |
| 119 | 艺术品 | 87 | 文化艺术业 |

## （二）中国经贸类专业展览会行业分类与国民经济产业分类对应表说明

 根据国家统计局2014年的年鉴界定，我国国民经济共分为20个产业门类，98个产业大类，作为国民经济统计的分类依据。由于展览业是一个跨行业、跨部门的产业，对展览的分类难以进行严格地分类。根据近几年各地和相关研究机构的文献和我们对我国经贸类展览会的研究，将经贸类展览会归纳为119个行业，虽然不尽完善，也可成一家之言。为了各地统计、研究以及推荐品牌展会的便利，编制了中国经贸类专业展览会行业分类与国民经济产业分类对应表，据统计，我国目前119个展览行业共涉及国民经济16个产业门类，49个产业大类。由于时间短，水平有限，错误在所难免，故该对应表仅供联盟内部参考。

# 三、附件

## （一）中国品牌展览会分值表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **类别** | **总分** | **分类内容** | **分类 分值** | **备注** |
| 1 | 年限 | 10 | 举办时间10年以上 | 10 | **1、**品牌展会分值按100分制计算分值，但设有加分机制，对重点不同类别实行加分，上不封顶，品牌展会得分可以超过100分。 **2、**展会举办时间10年以上，每增加5年加1分，上不封顶。**3、**境外参展国家和地区数每增加5个国家和地区加1分，上不封顶。 **4、**政府主导类展会市场筹资和市场化运营达到50%得满分，提升10%以上加1分。**5、**社会影响力分： （1）论坛研讨会数量10场以上得1分，20场以上得1.5分； （2）院士、全国性行业领袖、省部级领导参会得1分； （3）境外媒体5家以上参会得1分； （4）国家级媒体5家以上得1分，每增加10家加10分，上不封顶。 |
| 举办时间15年以上20年以下 | 11 |
| 2 | 规模 | 20 | 全球同类展览面积规模第1名 | 20 |
| 全球同类展览面积规模第2名 | 19 |
| 全球同类展览面积规模第3名 | 18 |
| 全球同类展览面积规模第4名 | 17 |
| 全球同类展览面积规模第5名 | 16 |
| 3 | 专业性 | 10 | 专业化率百分之百（100%） | 10 |
| 4 | 国际性 | 20 | 参展国家、地区5个以上 | 5 |
| 境外展位占总展位20%以上 | 5 |
| 境外客商国家、地区数在5个以上（每增五个加1分）分 | 5 |
| 境外客商比占专业客商5%以上 | 5 |
| 5 | 市场性 | 5 | 百分之百由市场化筹资与运营 | 5 |
| 政府主导类展会市场化率达50% | 5 |
| 6 | 知识产权保护 | 5 | 组展书有知识产权保护要求 | 1 |
| 展会现场设立知识产权投诉点 | 1 |
| 展会未发生商品侵权问题 | 3 |
| 7 | 信息化建设 | 5 | 设立双语或多语官方网站 | 2 |
| 实现网上报名参展、参会、办证 | 1 |
| 设立移动APP与客户端 | 2 |
| 8 | 规范化建设 | 5 | 按规定向商务部报备核准 | 0.5 |
| 按规定向公安部门报备核准 | 0.5 |
| 布展方案经消防部门核准 | 0.5 |
| 各展厅设立服务台和展位示意图 | 0.5 |
| 现场秩序好、噪音控制好 | 0.5 |
| 印制纸质会刊或制作电子会刊 | 0.5 |
| 5年以上无安全事故（重伤、死人） | 2 |
| 9 | 绿色展装 | 5 | 有绿色展装要求 | 2 |
| 绿色展装率达80% | 3 |
| 10 | 客商满意度 | 5 | 客商综合满意度90%以上 | 5 |
| 11 | 展商满意度 | 5 | 展商综合满意度90%以上 | 5 |
| 12 | 社会影响力 | 5 | 1.论坛、研讨数10场以上； 2.院士、行业领袖、省部级参会 | 2.5 |
| 1.境外媒体5家以上参会；2.国家级媒体5家以上 | 2.5 |

## （二）中国区域性品牌展览会分值表（以地级以上城市为单位）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **类别** | **总分** | **分类内容** | **分类 分值** | **备注** |
| 1 | 年限 | 10 | 举办时间5年以上 | 10 | **1、**品牌展会分值按100分制计算分值，但设有加分机制，上不封顶，品牌展会得分可以超过100分。 **2、**展会举办时间5年以上，每增加5年加1分，上不封顶。  |
| 举办时间10年以上 | 11 |
| 2 | 规模 | 20 | 本市同类展览面积规模第1名 | 20 |
| 本市同类展览面积规模第2名 | 19 |
| 3 | 专业性 | 10 | 专业化率90%以上 | 15 |
| 4 | 市场性 | 10 | 市场化率百分之百100% | 10 |
| 5 | 知识产权保护 | 10 | 组展书有知识产权保护要求 | 2.5 |
| 展会现场设立知识产权投诉点 | 2.5 |
| 展会未发生侵权问题 | 5 |
| 6 | 信息化建设 | 5 | 设立互联网站 | 3 |
| 实现网上报名参展、注册 | 1 |
| 设立移动APP与客户端 | 1 |
| 7 | 规范化建设 | 15 | 按规定向相关部门报备核准 | 2 |
| 按规定向公安部门报备核准 | 2 |
| 布展方案经消防部门核准 | 2 |
| 各展厅设立服务台和展位示意图 | 2 |
| 现场秩序好、噪音控制好 | 1 |
| 印制纸质会刊或制作电子会刊 | 2 |
| 5年以上无重大安全事故 | 4 |
| 8 | 绿色展装 | 5 | 有绿色展装要求 | 2 |
| 绿色展装率达80% | 3 |
| 9 | 展商满意度 | 5 | 展商综合满意度90%以上 | 5 |
| 10 | 客商满意度 | 5 | 客商综合满意度90%以上 | 5 |
| 11 | 社会影响力 | 5 | 设立有主题论坛 | 2.5 |
| 参会媒体20家以上；国家级媒体2家以上 | 2.5 |

## （三）中国品牌展览会推荐表

**推荐城市：** 编号：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 |  | 行业及编号 |  |
| 主办单位 |  |
| 承办单位 |  |
| **主要指标** |
| 举办年限 |  | 规模m² | 总面积 |  | 全球排名 |  |
| 净面积 |  |
| 展位数 |  |
| 专业性 |  | 市场性 |  |
| 国际性 | 参展国家、地区数 |  | 境外客商国家、地区数 |  |
| 境外展位比 |  | 境外客商比 |  |
| 知识产权保护 | 组展书有要求 |  | 信息化建设 | 是否有双语官网、网址 |  |
| 现场设立投诉点 |  | 实现网上报名、办证 |  |
| 有无侵权事件 |  | 设立APP、客户端 |  |
| 规范化建设 | 行业报备核准 |  | 绿色展装 | 有无要求 |  |
| 公安部门报备核准 |  | 绿色展装率 |  |
| 布展消防核准 |  | 展客商满意度 | 展商 |  |
| 服务台、展位图 |  | 客商 |  |
| 秩序好、低噪音 |  | 社会影响力 | 论坛、研讨 | 场次 |  |
| 纸质、电子会刊 |  | 档次 |  |
| 媒体 | 境外媒体 |  |
| 有无事故 |  | 国家级媒体 |  |
| 推荐单位意见 |    （签章） |

## （四）中国区域性（市级）品牌展览会推荐表

**推荐城市：** 编号：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 |  | 行业及编号 |  |
| 主办单位 |  |
| 承办单位 |  |
| **主要指标** |
| 举办年限 |  | 规模m² | 总面积 |  | 本省（自治区、直辖市排名） |  |
| 净面积 |  |
| 展位数 |  |
| 专业性 |  |
| 市场性 |  |
| 知识产权保护 | 组展书有要求 |  | 信息化建设 | 是否有互联网站 |  |
| 现场设立投诉点 |  | 实现网上报名、办证 |  |
| 有无侵权事件 |  | 设立APP、客户端 |  |
| 规范化建设 | 行业报备核准 |  | 绿色展装 | 有无要求 |  |
| 公安部门报备核准 |  |
| 布展消防核准 |  | 绿色展装率 |  |
| 服务台、展位图 |  |
| 秩序好、低噪音 |  | 展客商满意度 | 展商 |  |
| 纸质、电子会刊 |  |
| 客商 |  |
| 有无事故 |  |
| 推荐单位意见 |    （签章） |

## （五）中国品牌展览会项目单位自荐表

**城市名称：** 编号：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 |  | 行业及编号 |  |
| 主办单位 |  |
| 承办单位 |  |
| **主要指标** |
| 举办年限 |  | 规模m² | 总面积 |  | 全球排名 |  |
| 净面积 |  |
| 展位数 |  |
| 专业性 |  | 市场性 |  |
| 国际性 | 参展国家、地区数 |  | 境外客商国家、地区数 |  |
| 境外展位比 |  | 境外客商比 |  |
| 知识产权保护 | 组展书有要求 |  | 信息化建设 | 是否有双语官网、网址 |  |
| 现场设立投诉点 |  | 实现网上报名、办证 |  |
| 有无侵权事件 |  | 设立APP、客户端 |  |
| 规范化建设 | 行业报备核准 |  | 绿色展装 | 有无要求 |  |
| 公安部门报备核准 |  | 绿色展装率 |  |
| 布展消防核准 |  | 展客商满意度 | 展商 |  |
| 服务台、展位图 |  | 客商 |  |
| 秩序好、低噪音 |  | 社会影响力 | 论坛、研讨 | 场次 |  |
| 纸质、电子会刊 |  | 档次 |  |
| 媒体 | 境外媒体 |  |
| 有无事故 |  | 国家级媒体 |  |
| 自荐单位意见 |    （签章） |

## （六）中国区域性（市级）品牌展览会项目单位自荐表

**城市名称：** 编号：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 |  | 行业及编码 |  |
| 主办单位 |  |
| 承办单位 |  |
| **主要指标** |
| 举办年限 |  | 规模m² | 总面积 |  | 本省（自治区、直辖市排名） |  |
| 净面积 |  |
| 展位数 |  |
| 专业性 |  |
| 市场性 |  |
| 知识产权保护 | 组展书有要求 |  | 信息化建设 | 是否有互联网站 |  |
| 现场设立投诉点 |  | 实现网上报名、办证 |  |
| 有无侵权事件 |  | 设立APP、客户端 |  |
| 规范化建设 | 行业报备核准 |  | 绿色展装 | 有无要求 |  |
| 公安部门报备核准 |  |
| 布展消防核准 |  | 绿色展装率 |  |
| 服务台、展位图 |  |
| 秩序好、低噪音 |  | 展客商满意度 | 展商 |  |
| 纸质、电子会刊 |  |
| 客商 |  |
| 有无事故 |  |
| 自荐单位意见 |   （签章） |