附件2

名词定义和统计说明

一、名词定义

参照GB/T26165-2010和UFI等相关定义，结合业内实际加以界定。

**1.展览会：**指在特定的地点和期限内，以产品、技术、服务的展示、参观、洽谈和信息交流为主要目标的社会活动。

**2.综合性展览会：**展出多个专业展品的展览会。

**3.经济贸易展览会：**以贸易、投资和经济合作等商务活动为主要功能的展览会。

**4.专业性展览会**：在固定或规定的地点、规定的日期和期限内，由主办者组织、若干参展商参与的，展品范围在国民经济统计类别中第一类别各单项之内或在第二类别各单项之内的，通过展示促进产品、服务的推广和信息、技术交流的社会活动。

**5.博览会：**规模庞大、内容广泛、展出者和参观者众多的展览会。

**6.国际展览会：**境外（含港、澳、台）参展商不低于全部参展商10%，境外观众不低于全部观众的5%的，或者境外参展净面积不少于整个展览会净面积20%的展览会。

**7**.**主办单位**：以自己名义策划运营展览会，拥有并对展览活动承担主要责任的组织。

**8**.**承办单位**：受主办单位委托，按照主办单位制定的方案和计划，承担、协助、参与展览会策划或运营的组织。

**9.展馆**：以举办展览活动为主要功能的永久性建筑物。

**10.展览总面积**：展览会实际用于展览活动的所有场地面积。

**11.展台：**展览会用于展示活动的结构单元。

**12.标准展台：**展览场所内主办（或承办）单位按统一样式和尺寸、采用统一材料搭建的展台。注：标准展台具备相同的基本配置，尺寸一般为9、12、15 m2。

**13.特装展台：**展览场所内标准展台以外的展台。

**14.展台净面积：**参展商根据参展合同有偿使用的展台面积。

**15.展览净面积：**展览会用于展出的展位面积总和，即展台净面积之和，以平方米(㎡)表示。

**16.特装**：展览场所内标准展台以外的展台。

**17.特装展位：**由参展商在展览空地上自行设计并搭建的展览区域。

**18.特殊装修展位面积比：**特殊装修展位面积总和与展出净面积的比值，以百分比(％)表示

**19.光地：**用于搭建特装展台的展览场地。

**20.参展商：**签定参展合同，履行合同义务，拥有展台使用权，展示产品、技术和服务的组织。

**21.境外参展商：**以境外注册企业或以境外品牌名义参加展览的参展商。

**22**.**境内参展商：**合法注册地在中华人民共和国境内的参展商，外资独资企业除外。

**23.观众**：展览会展出期间，参观展览会的人员，不包括主办单位、场馆方、参展商和服务商工作人员。

**24.专业观众：**展览会展出期间，出于收集信息、采购洽谈、联络参展商等专业或商业目的参加展览会的观众。

**25.观众密度：**观众密度定义为展览会期间每平方米展览面积的专业观众数量，其计算公式为“专业观众数量/展览总面积”，其单位为“人/平方米。”

**26.境外观众**：登记且有效的通讯地址或身份证明为境外的观众，

**27.境内观众**：登记且有效由观众所在机构地域性质决定。的通讯地址或身份证明为境内的观众。

**28.合同金额：**指参展单位(商)之间通过展览平台达成的成交项目的合同金额。

**29**.**展台销售额：**为展览会主（承）办单位或其认可的机构在一次展览会中销售展台的全部收入。

**30.展台销售均价：**为每平方米展览净面积的平均销售价。计量单位为“元/每平方米”。

**31.展览营业收入：**展览会的展台销售额、广告收入、赞助、门券销售额之和，计量单位为“元”。

**32.境外：**是指中华人民共和国领域以外或者领域以内中华人民共和国政府尚未实施行政管辖的地域如台湾、香港、澳门。

二、统计指标处理和说明

**1.展览净面积**

因任意原因导致展览主（承）办单位或其认可的机构与参展商签订的某个参展合同不能履行的，该参展合同中的展台实际面积不计入展览净面积。餐饮区、仓储区、办公区、会议区、公共区域的面积不计入展览净面积。为参展商和（或）观众提供公共服务的行政管理机构、协会和组织所占用的面积也不记为净展览面积。

展览净面积的计量单位为“平方米”其计算公式



式中：

——展览净面积；

——第i个展台的展台实际面积；

——符合要求的展台数量

**2.参展商数据**

支付展位费但未能参加展览的企业不被计为参展商；

联合展出的企业计为参展商，如果一个展商占用一个以上展位，应当被当作一个展商来记录。

如果一个展览被清晰地划分为几个部分，一个公司在不同的部分都有展位并且在每个展位上都能真正地展览就根据这个参展商独立的展位个数来计量；

母公司出现在展览上，只要子公司能提供自己的产品并满足其他的参展商的条件，子公司也是独立的参展商；

在展会上为参展商或观众提供服务的服务提供商、行政管理机构、协会和各种组织不能被计为参展商。但当他们提供的服务与展览的主题相关，而且他们还支付了展位费，就应该作为参展商来计量。

**3.观众数据**

观众数据主要包括观众人数、境外观众人数、观众来源地等指标。在作分类观众百分比统计中，采用人数作为统计基数。

其计算公式为：

  式中：

——某一群体观众比例；

——该群体观众人数；

——观众总人数。

**4.地区数**

广东之外地区以省、自治区、直辖市计算，广东（除深圳）以一个地区计算。

**5.境外参展商**

按国际通用的惯例，境外企业按品牌、技术所属地决定。

**6.组团观众计算**

以实际观众数量（计算到人头）来统计。

**7.到场媒体数**

统计包括电视、报刊、网络等各种媒体。

**8.专业论坛数量**

指主、承办机构举办的与展览主题一致的会议论坛，演讲嘉宾4人以上（含4人），参会人员达100人以上（含100人）。

**9.其他相关活动数**

指主、承办机构举办的与展览配套活动，包括商贸配对、比赛等活动，不包括参展商举办的活动。

**10.绿色展装**

按深圳绿色展装标准执行。

**11.产业匹配度**

按深圳市政府公布的深圳市重点产业范围。

**12.龙头参展企业**

世界500强、拥有（有效期内）中国驰名商标或中国名牌产品的企业、拥有广东省著名商标或广东省名牌产品的企业。

**13.分数呈现**

排序第一的定为95分，其它标准分（T）的计算：



其中是实测分的降序排列，n为参评单位总数。