

# 深圳市商务局文件

深商务规〔2020〕4号

---

## 深圳市商务局关于印发《深圳市品牌展会认定办法》的通知

各有关单位：

为进一步推动我市会展业专业化、国际化、品牌化、信息化发展，完善品牌展会评定制度，根据《深圳市加快会展业发展三年行动计划（2020-2022年）》有关部署，结合实际，我局修订了《深圳市品牌展会认定办法》，现予以印发，请遵照执行。

特此通知。

深圳市商务局

2020年12月23日

# 深圳市品牌展会认定办法

(2020年修订稿)

## 第一章 总则

**第一条** 为落实《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》(国发〔2015〕15号)《深圳市加快会展业发展三年行动计划(2020-2022年)》关于展会品牌化建设的要求,规范品牌展会认定工作,引导深圳会展业品牌化、专业化、国际化、信息化、可持续发展,制定本办法。

**第二条** 本办法所称的展会,是指在专业展馆定期举办,在一定期限内通过产品、技术或服务的展示,实现产品、服务贸易和信息、技术交流的展览会,包括综合展览会、经济贸易展览会、专业性展览会和博览会(不包括展销会)。

**第三条** 深圳市品牌展会的认定,按照公开、公平、公正的原则,采取自愿申请、第三方认证、专家评审、社会公示、政府认定的方式进行。

**第四条** 市商务主管部门负责深圳市品牌展会的认定工作。

## 第二章 申请条件

**第五条** 申请深圳市品牌展会应具备以下条件:

- (一) 在本市举办;
- (二) 定期举办过三届以上(往届举办地不限于深圳,从第四届开始方可申请);

(三) 展览净面积达 1.5 万平方米以上;

(四) 申请单位应为展会主办单位, 有多个主办单位的, 应由各主办单位协商一致委托其中一家单位提出申请, 并出具委托协议。政府主办展会可由承办单位代为申请, 有多个承办单位的, 应由各承办单位协商一致委托其中一家单位提出申请, 并出具委托协议;

(五) 展览期间未出现因安全事故、知识产权纠纷等不良事件而被行政机关处罚或司法机关判决承担法律责任的情况;

(六) 同一主(承)办单位在一年内举办多个主题相同或相似的展会的, 只能以其中一个展会提出申请。

### 第三章 申请与认定程序

**第六条** 深圳市品牌展会原则上每年认定一次。

**第七条** 市商务主管部门负责发布年度深圳市品牌展会认定申请指南。

**第八条** 申请时间原则上定在认定年度下半年, 具体时间以年度申请指南为准。申请单位应在申请截止日期前向市商务主管部门提出申请。

**第九条** 申请材料包括:

(一) 深圳市品牌展会认定申请表;

(二) 第三方展会数据机构对上年度该展览会相关数据的认证报告;

(三) 专业展馆场地租赁协议, 相关媒体报道、配套专

业会议及活动资料。

**第十条** 每年拟认定的深圳市品牌展会数量为 10-20 家，根据当年深圳市会展业的发展情况适当调整，具体数量以当年度申请指南为准。

**第十一条** 认定程序：

（一）市商务主管部门对品牌展会申请材料予以审查，对符合条件的申请正式受理；

（二）市商务主管部门组织专家对已经受理的认定申请进行评审，按照深圳市品牌展会认定指标体系（附件 1）评估分值的降序排列，拟定年度深圳市品牌展会名单；

（三）市商务主管部门将年度深圳市品牌展会名单向社会公示 10 天。公示期间，任何单位或个人有异议的，可以向市商务主管部门提出，市商务主管部门应对公示有异议的项目重新审核，异议成立的取消品牌展会资格。公示无异议或异议不成立的，由市商务主管部门认定为年度深圳市品牌展会，并颁发证书。

#### **第四章 权利和义务**

**第十二条** 经认定为深圳市品牌展会的项目，在深圳市会展业宣传和推介活动中予以重点宣传，并按规定享受相关优惠扶持政策。

**第十三条** 年度深圳市品牌展会主（承）办单位在开展对外宣传推广活动时，允许冠名使用该年度“深圳市品牌展会”称号。

**第十四条** 经认定的深圳市品牌展会应着重加强本展会的品牌建设和内部管理，维护好本展会品牌形象。

**第十五条** 经认定的深圳市品牌展会应重视知识产权的宣传和保护工作，成立知识产权部门或设置相关岗位，在展会期间开展知识产权宣传、对接相关政府部门处理知识产权侵权纠纷等工作。

## **第五章 管理与监督**

**第十六条** 对已认定为深圳市品牌展会的展会项目，因参评年度出现违法行为受到行政处罚或被认定承担法律责任的，取消其品牌展会资格并收回证书，停止享受相关优惠扶持政策。

**第十七条** 申请单位以虚假材料申请品牌展会认定的，取消评审资格并在市商务主管部门门户网站上公告。对存在上述违规行为的单位，市商务主管部门应将该单位及单位责任人列入品牌展会认定“重点监管名单”，并在三年内不再受理其品牌展会认定申请。

**第十八条** 展会数据认证机构在认证过程中出现弄虚作假、与申请单位串通作弊等行为的，一经查实，将不采信其出具的相关认证数据，并依法追究其法律责任。

**第十九条** 市商务主管部门工作人员在深圳市品牌展会认定过程中存在贪污受贿、滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊等违法违规行为的，依法给予行政处分；涉嫌犯罪的，依法追究刑事责任。

## 第六章 附则

**第二十条** 本办法由市商务主管部门负责解释。

**第二十一条** 本办法自 2020 年 12 月 23 日起施行，有效期 5 年。原《深圳市品牌展会认定办法》（深经贸信息规〔2017〕4 号）同时废止。

附件：1. 深圳市品牌展会认定指标体系  
2. 名词定义和统计说明

## 附件 1

## 深圳市品牌展会认定指标体系

一级指标	权重	二级指标	权重	分值计算
展览规模	0.20	展览总面积	0.20	40000 平方米开始计分, 每增加 5000 平方米增加 2 分
		展览净面积	0.30	15000 平方米开始计分, 每增加 2500 平方米增加 2 分
		境外参展商展览净面积	0.30	750 平方米开始计分, 每增加 300 平方米增加 3 分
		境外参展商展览净面积比例	(二选 一)	所占的比例达 5% 开始计分, 每增加 2% 增加 3 分
		特装展览面积比例	0.10	所占的比例达 30% 开始计分, 每增加 5% 增加 3 分
		展览会营业收入	0.10	2000 万元开始计分, 每增加 100 万元增加 1 分
参展商	0.15	参展商总数量	0.25	300 个展商开始计分, 每增加 100 个增加 2 分
		境外参展商的数量	0.15	境外参展商的数量 10 个开始计分, 每增加 10 个增加 3 分
		境外参展商的数量比例	(二选 一)	境外参展商的数量占总数 1% 开始计分, 每增加 1% 增加 3 分
		境外参展商所代表的地区数量	0.15	参展商所代表的国家及港澳台数, 从 1 个开始计分, 每增加 1 个增加 1 分
		境内参展商所代表的地区数量	0.15	境内参展商所代表的地区数, 从 1 个开始计分, 每增加 1 个增加 1 分
		龙头企业数量	0.15	1 个开始计分, 每增加 1 个世界 500 强企业增加 2.5 分; 每增加一个中国 500 强企业增加 1.5 分; 每增加 1 个广东省 500 强企业增加 1 分; 每增加 1 个上市公

				司增加 1 分。
		最近三届展览会连续 参展比例	0.15	40%开始计分, 每增加 10%增加 3 分
专业观众	0.15	专业观众数量	0.20	3000 个专业观众开始计分, 每增加 3000 个增加 2 分
		观众密度	0.15	0.5 人/平方米开始计分, 每增加 1%增加 2 分
		深圳之外专业观众比 例	0.10	深圳之外专业观众比例 2.5%开始计分, 每增加 2.5%增 加 2 分
		境外专业观众数量	0.15	100 个开始计分, 每增加 5 个增加 3 分
		境外专业观众数量比 例	(二 选 一)	境外观众比例占总数 0.5%开始计分, 每增加 0.5%增加 3 分
		境外专业观众所代表 国家数量	0.15	境外专业观众所代表的国家及港澳台数, 从 1 个开始 计分, 每增加 2 个增加 1 分
		境内专业观众所代表 地区数量	0.10	境内专业观众所代表的地区数, 从 1 个开始计分, 每增 加 2 个增加 1 分
		最近三届连续观展比 例	0.15	40%开始计分, 每增加 10%增加 2 分
品牌建设	0.15	行业排名 (前 5)	0.30	世界排名 3-15 分, 亚洲 2-10 分, 中国 1-5 分 (以企 业申报, 评审专家认定, 择优选一项评分标准)
		UFI 认证	0.10	已认证计 3 分, 未认证不计分。
		到场媒体数	0.10	媒体的数量从 2 个开始计分, 每增加 2 个增加 1 分
		产业匹配度	0.20	1-5 分, 评审专家参照《深圳市产业结构调整优化和 产业导向目录》进行评定。
		专业论坛数量	0.20	展览中进行与展览主题一致的专业论坛每一个计 1 分

				(以评审专家认定为 准)
		其它相关活动数量	0.10	展览中进行与展览主题相关的活动数量达 3 个开始计 分,每增加 1 个增加 1 分(以评审专家认定为 准)
城市贡献 度	0.15	在深圳连续办展届数	0.50	1 届开始计分, 每增加 1 届增加 1 分
		申请企业在深圳纳税 年限	0.25	纳税超过 1 年开始计分, 每增加一年增加 1 分。
		深圳企业参展比例	0.25	深圳参展商占总参展商比例 5%开始计分, 每增加 5%增 加 2 分
信息化	0.10	同期举办线上展览	0.50	有则计 3 分, 无则不计分
		运用信息化手段服务 展商和观众	0.25	有则计 2 分, 无则不计分
		设立网站、app、小程 序、公众号等	0.25	有则计 2 分, 无则不计分
其它	0.10	绿色展装鼓励支持政 策	0.20	申请人已制定并实施绿色展装鼓励支持政策, 此项计 5 分。未制定, 此项不计分。已制定的绿色展装鼓励 支持政策是否符合绿色要求, 以评审专家多数意见认 定为准。
		展台销售均价	0.20	800 元/每平方米开始计分, 每增加 100 元/每平方米 增加 1 分
		赞助商数量	0.20	1 个赞助商开始计分, 每增 1 个增加 1 分
		设立应急预案	0.20	有则计 5 分, 无则不计分
		与参展商签署《知识 产权不侵权承诺书》	0.20	有则计 5 分, 无则不计分

## 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 m<sup>2</sup>。

**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(m<sup>2</sup>)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

$$S_j = \sum_{i=1}^n S_i$$

式中：

$S_j$ ——展览净面积；

$S_i$ ——第  $i$  个展台的展台实际面积；

$n$ ——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：

$$R_v = \frac{V_d}{V_t} * 100\% \quad \text{式中：}$$

$R_v$ ——某一群体观众比例；

$V_d$ ——该群体观众人数；

$V_t$ ——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：

$$T_i = \frac{R_i}{D} * 95, i = 1, \dots, n$$

其中  $R_1 \geq R_2 \geq \dots \geq R_n$  是实测分的降序排列，n 为参评单位总数。

---

深圳市商务局办公室

2020年12月23日印发

---