广州市品牌展会认定办法

（征求意见稿）

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）《广东省进一步促进展览业改革发展实施方案》（粤府〔2016〕25号）关于展会品牌化建设的要求，规范品牌展会评定工作，引导广州会展业品牌化、专业化、国际化发展，依据《广州市建设国际会展之都三年行动计划（2020-2022年）》《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施（暂行）》等制定本办法。

第二条 本办法所称的品牌展会是指在我市专业展馆定期举办，具有相当规模与较强的社会（或行业）影响力，对行业发展起到引领和示范作用的展览会，包括综合类展览会、经济贸易类展览会、专业性展览会和博览会（不包括展销会）。

第三条 广州市品牌展会分重点品牌展会、优质品牌展会和成长型品牌展会，评定数量分别控制在当年全市主要展览项目总数的4%、6%、8%以内。

第四条 广州品牌展会的认定，按照公开、公平、公正、独立的原则，采取企业自主申报、第三方评审、社会公示、政府认定的方式进行。广州市商务局负责广州市品牌展会的组织与认定工作。

第二章 申请条件

第五条 申请品牌展会应符合以下基本条件：

（一）申报单位为依法注册、具有独立法人资格、在广州连续举办三年展览会的企事业单位、行业协会及其他相关单位；

（二）申报单位具有健全的财务管理机构、严格的财务管理制度和合格的财务管理人员，近三年无偷税漏税行为、无不良诚信记录；

（三）申报单位应为展会主办或承办单位。有多个主办或承办单位的，应由各主办或承办单位协商一致委托其中一家单位提出申请，并出具多个主办或承办单位联名的委托协议；

（四）申报项目举办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；

（五）申报项目需连续定期在广州举办三年，申报年度至少已举办1届或年度内已确定将至少举办1届，并承诺下一年起在广州继续举办；

（六）申报项目展览面积达10000平方米以上、参展企业在200家以上；

（七）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，只能以其中一个展会提出申请。

（八）申报单位同意接受市商务局委托的第三方机构开展的数据核查工作。

第三章 认定程序

广州市商务局负责制定并发布广州市品牌展会认定申报指南，按照企业申报、专家评审、社会公示、认定发布的程序进行。

第六条 认定程序：

（一）申报。申报单位提交相关申报材料并对材料真实性、完整性负责。具体申报材料以广州市商务局发布的相关通知、公告为准。

（二）专家评审。市商务局组织第三方专业机构对申报材料进行评审，按照广州市品牌展会认定指标体系（见附件）评估分值的降序排列，拟定广州市品牌展会名单。
 （三）社会公示。市商务局将年度广州市品牌展会名单向社会公示7个自然日。公示期间，任何单位或个人对公示名单有异议的，在公示规定时间内向市商务局提出，市商务局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。

（四）认定发布。公示期满无异议或异议不成立的，由市商务局认定为广州市品牌展会，颁发认定证书。

第七条 每期拟认定的广州市品牌展会数量以实际达标的项目数量为准，根据当期广州市会展业的发展情况可适当调整。

第八条 市商务局委托具备资质的第三方机构开展展会数据核查工作，相关核查结果将作为品牌展会认定评审的参考依据。

第四章 权利和义务

第九条 经认定的品牌展会依据有关规定享受政策、资金支持。由政府或政府部门主办、政府财政资金投入举办的展会，可依程序认定为品牌展会，但不再额外享受资金支持。

第十条 经认定的品牌展会可在政府宣传渠道如宣传推介会、报纸刊物、广州市会展业公共服务平台等进行重点宣传和推介。

第十一条 品牌展会主（承）办单位在开展对外宣传推广活动时，有效期内允许冠名“广州市品牌展会”称号。

第十二条 经认定的品牌展会应接受有关部门的指导、监督和检查，提供展会情况的有关资料。品牌展会有义务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。

第五章 管理与监督

第十三条 广州市品牌展会每三年认定一次，认定后每年进行抽检，三年重评，品牌资质证书有效期为三年，超过有效期的展会项目应自觉申请重评，逾期失效。

第十四条 市商务局建立品牌展会动态管理和退出机制。存在下列情况之一的，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，并在广州商务局网站和广州市会展业公共服务平台上进行取消品牌展会资格公告。

（一）有效期内出现涉税或其他违法行为受到行政机关处罚或司法机关判决承担法律责任的情况；

（二）申报单位以虚假数据材料申请品牌展会认定或被列入失信名单的；

（三）展会项目被裁(认)定为侵犯他人知识产权、发生群体性事件、安全责任事故的;

第六章 附 则

第十五条 本办法由广州市商务局负责解释。

第十六条 本办法自印发之日起施行，有效期3年，期满后根据实施情况依法评估修订。

附件：广州市品牌展会综合评价指标体系

附件1

广州市品牌展会综合评价指标体系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **指标** | **分值** | **评分标准** | **评分依据** |
| 1 | 展览总面积（平方米） | 20 | 1万㎡（含）得1分，1万㎡以下不得分，每增加1千㎡增加0.1分，满20分为止。（满分需20万㎡） | 需提供场地租赁合同、报送办理公安消防手续并注明每个展位面积和展商名称的展位平面图 |
| 2 | 境外参展商数量（家） | 10 | 20家（含）得1分，20家以下不得分，每增加10家增加0.5分，满10分为止。（满分需100家） | 提供参展商名录（须包括国籍信息） |
| 3 | 省外企业参展面积占比（%） | 15 | 占比达10%得1分，10%以下不得分，占比每增加1%得0.5分，满15分为止。（满分占比需达38%） | 报送注明每个展位面积和展商名称的展位平面图，报送省外参展企业名录 |
| 4 | 专业观众人数（人） | 15 | 0.2万（含）得1分，0.2万以下不得分，每增加0.1万增加0.1分，满15分为止。（满分需14.2万） | 主办机构提供的专业观众登记汇总表 |
| 5 | 境外专业观众人数（人） | 10 | 200人（含）得1分，200人以下不得分，每增加50人增加0.1分，满10分为止。（满分需4700人） | 提供境外观众有效的身份证明信息。 |
| 6 | 专业论坛规模与规格 | 10 | 规模300人以上，演讲者级别达到：行政嘉宾部委以上，或行业领军人物，或学术嘉宾院士以上，并且与展览主题一致的专业论坛达到1场或以上（10分）；规模200—300人，演讲者级别达到：行政嘉宾厅级以上，或行业领军人物，或学术嘉宾教授级以上并且与展览主题一致的专业论坛达到1场（6分）；规模100-200人，演讲者级别达到：行政嘉宾局级以上，或行业影响力代表人物，或学术嘉宾正高级专业技术职称并且与展览主题一致的专业论坛达到1场（4分）；以上均不符合（0分） | 提供论坛背景材料如论坛方案、影像资料，演讲者相关信息如姓名、职务、职称等。 |
| 7 | 展会存续性 | 10 | 一年举办一届或两年举办一届的展会，如连续举办满3（含）届（年）得1分，3年以下不得分，每增加一届（年）增加0.5分，满10分为止。一年举办两届及以上的展会，当年分值计算只算一届，增加分值计算类推至上一年，同样只算上一年的一届。（满分需21年） | 申报机构提供证明材料，第三方机构核查 |
| 8 | 展览收益 | 10 | 展览毛利率10%（含）得1分，10%以下不得分，每提高1个百分点增加0.2分，满分10分为止（满分毛利率需达到55%） | 提供展会审计资料 |
|  |  | **100分** |  |  |

品牌展会指标体系相关术语释义

根据展览项目专业性特点和发展规律，建立相应的基础性指标和公共性指标，具体相关术语释义如下：

 1.展会：指展览会，指在展馆里举办的，以产品、技术、服务的展示、参观、洽谈、投资贸易和信息交流为主要目标的，由多人、多方参与的群众性活动。各类商品展销会、人才招聘会、画展、节庆、文体赛事活动等不纳入本评价体系范畴内。

2.展览总面积。展览组织单位租赁展馆室内外并实际用于展览活动的所有场地面积，不含单独租赁的会议室、办公区、仓储区的面积。

3.境外参展商：注册地在中华人民共和国境外（含港澳台）的参展商。

4.省外企业参展面积占比：注册地在中华人民共和国境内、广东省之外的参展企业展台面积占展览净面积的比例。

5.展览净面积。参展商根据参展合同有偿使用的展台面积总和，赠送展台以及主办方的展台不在统计之列。

6.专业观众人数：展览会期间，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数量，多次观展只能被计入一次。

7.境外专业观众人数：登记且有效的通信地址或身份证明为境外（含港澳台）的专业观众数量，多次观展只能被计入一次。

8.专业活动：是指围绕展会，为提升展会品牌、品质，引领行业发展趋势等策划、举办的各类论坛、会议、培训、赛事、新技术或新产品发布会、研讨会等。

9.毛利率（Gross Profit Margin）是毛利与展览会经营收入的百分比，其中，毛利是展览会经营收入与展览会经营成本之间的差额，用公式表示：毛利率=毛利/展览会经营收入×100%=（[展览会经营收入](https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%BB%E8%90%A5%E4%B8%9A%E5%8A%A1%E6%94%B6%E5%85%A5/11055134?fromModule=lemma_inlink" \t "/home/uos/Documents\\x/_blank)-展览会经营成本）/主营业务收入×100%。

10.展览会经营收入：主要包括展览会主、承办单位收取参展商的参展费和展览会门票销售、广告赞助等销售收入。

11.展览会经营成本：包括举办展览会所需的直接费用支出，包括展馆租金、搭建会务、招商招展、宣传、差旅等费用，不包含人员劳动报酬和日常办公费用。