

中国进出口商品交易会广东省交易团

广东交易团关于第 127 届广交会 出口展组展有关工作的通知

各市分团、省属有关企业：

第 127 届广交会定于 2020 年 6 月 15 日-24 日在网上举办。为做好相关筹备工作，现就本届广交会网上举办的主要内容和组展工作安排通知如下：

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上的重要讲话精神，落实国务院常务会议决策部署，按照商务部党组要求，发挥广交会全方位对外开放平台作用，积极帮助企业开拓国际市场，促进外贸产业链、供应链通运转，提振各方信心，全力以赴稳住外贸外资基本盘。

二、目标定位

优化办展模式，动员各方力量，提升技术水平，扩大惠企范围，聚焦供采对接，完善配套服务，努力举办一届“特殊时期、特殊意义、特别举措、特别精彩”的广交会，为促

进外贸稳中提质和高质量发展作出积极贡献。

三、组展安排

(一) 举办时间

2020年6月15日-24日，展期共10天，全部展览内容同时上线。

(二) 展览题材及展区设置

参照上届实体展设置，按16大类商品分设50个展区。

(三) 举办内容

全面运用先进信息技术，提供全天候网上推介、供采对接、在线洽谈等功能，全面丰富线上展示内容和形式，提升展示效果，打造优质特色商品线上外贸平台，重点宣介中国品牌企业和产品。主要包括三大板块：

1、建立线上展示对接平台

利用云技术等创新手段，在广交会官网建立全面的线上展示对接平台，已获得本届广交会展位安排的参展企业（广东交易团约2042家）全部上线展示，按所在展区线上参展，每家企业上传本企业和产品信息，支持图片、视频、3D、VR等格式，多形式、多维度、便利化展示。设立虚拟展位，方便企业立体化展示形象，发布产品。强化、完善搜索查询功能，采购商可通过展品分类、产品与企业关键字、展位号等方式查询产品或企业，参观企业虚拟展位。提供供采对接服务，支持参展商、采购商发布供求信息，加强线上撮合，为

交易双方提供诚信背景信息，包括采购商到会情况、登记来源地、参展商往届参展情况、是否为广交会品牌企业等，在网上复制实体展双方互信的贸易洽谈环境。为尊重、确保 B2B 贸易私密性，供采双方可自行选择第三方工具进行深入洽谈、确立订单等后续流程，广交会展示对接平台也提供部分视频会议和社交软件链接，方便双方使用。展示对接平台页面提供多语言翻译支持，方便采购商与参展商沟通。

2、提供直播营销服务

建立网上直播专栏与链接，为每一家参展企业单独设立 10 × 24 小时全天候网上直播间，直播间不受时间和空间的限制，企业既可以与客商在网上进行单独的面对面洽谈，也可以通过网络直播同时面向大量的客商进行宣传和推广，并提供回看点播、视频上传、互动交流、分享等功能，为参展企业开展个性化直播营销与沟通洽谈提供便利。

3、设立跨境电商专区

以“同步广交会、环球享商机！（Canton Fair, Global Share!）”为主题，举办同步活动，按照大会制定的统一名称和形象，在统一时间开展线上经营活动，扩大受惠企业面。一是设立跨境电商综试区专题，宣传各综试区工作，推介一批跨境电商品牌企业。二是择优遴选一批跨境电商平台（B2B 平台为主，兼顾部分 B2C 平台），在企业自愿基础上，鼓励平台组织资质强、信誉好、产品质量有保障的企业参与。广

交会官网将与跨境电商综试区、跨境电商平台相互提供链接，设立专页，并对同步活动提出规范要求。

4、参展企业范围

线上展示对接平台以及可使用直播营销服务的参展企业为已获第127届广交会展位安排的企业，展位安排以大会公布为准。通过跨境电商平台参与同步活动的企业范围，在符合大会统一要求的前提下，由平台自行确定。

5、时间进度安排

为确保第127届广交会筹备工作顺利有序开展，所有企业展位数量安排拟于4月30日前完成，展位位置安排拟于5月8日完成，企业与展品信息上传于5月25日前完成。

四、组织分工

发挥广交会“部门宏观管理，地方组团参展，商会行业协调，中心统筹办会”运行机制的优势，根据本届广交会网上举办的内容和特点，加强统一领导，开展分工协作，做好各项筹备工作。大会领导委员会前移至筹办期间成立，统一领导筹办和举办期间各项工作。组展各方面按照职责分工，各司其职，协同开展工作。

五、工作要求

（一）充分认识本届广交会的重要意义

第127届广交会创新提出以网上办展替代实体展，是应对疫情的务实举措，也是创新发展的一项重要举措。各单位

要高度重视，提高站位，充分认识本届广交会对帮助企业拿订单、保市场、稳住外贸外资基本盘、扩大对外开放的重要意义，以高度的政治责任感和历史使命感，精心准备、周密部署、共同努力把本届广交会办出水平、办出成效。

（二）按时、高质量做好各项筹备工作

广交会从实体展馆迁移到网上，不是简单复制，而是全新的结构设计与流程再造。目前距离展会开幕已不足两个月，筹备工作时间紧、任务重。请各单位务必要切实履行工作，全力以赴，组织好所有参展企业上线参展，认真扎实做好各项工作。各分团要制定本届广交会的具体工作方案，于5月8日前报省团。

1、做好本分团参展企业的组织工作，及时传达大会各项通知要求，配合交易团精心组织本分团企业参展培训，开展展前动员等工作。

2、指导、督促本分团参展企业按大会要求上传企业信息和展品信息，确保在5月25日前完成全部信息上传，并不少于下限要求，具体为：每家企业在每个参展展区至少上传10个具有代表性的产品；获得1个以上展位的企业，每增加1个展位需增加上传5个产品；上传展品数量不设上限；每家企业至少上传1个视频展示文件。每件产品须提供详细的中英文名称、产品描述。图片、视频、3D展示文件等要清晰、特点突出，展示内容尽量丰富多元。如企业有需要，可

视情自定义产品编码，方便与自身数据库对接。加强对企业上传信息的审核，如有违规情况要及时报大会处理。

3、推荐符合条件的参展企业参与各类论坛、网上签约、新品发布等配套活动，鼓励积极参加 CF 奖评选。

4、督促所属参展企业按要求报送每日洽谈、成交等情况，做好成交统计培训、报送情况审核等相关工作。

5、协助广交会宣传推广工作，提供亮点企业及产品宣传资料等，动员企业参加“参展企业邀请采购商活动”，邀请境内外采购商参会，着力打通外贸产销对接堵点的同时，助力出口转内销。

6、积极配合做好各项调研，深入了解企业困难和诉求，收集企业在应对疫情和贸易摩擦、转型升级等方面的经验做法和典型案例，研提稳外贸政策建议。

7、鼓励企业参与在指定跨境电商平台举办的同步活动。

8、加强知识产权保护和贸易纠纷处理。针对网上举办的特点，加强技术保障，保护参展企业知识产权，企业可设定浏览产品、参与直播的采购商和观众范围。结合广交会现有机制，整合各方线上资源，为参展企业和采购商提供便捷、高效、专业的知识产权保护和贸易纠纷投诉处理服务，维护公平公正的交易秩序。

9、配合做好配套活动相关工作。为充分发挥广交会全方位对外开放平台作用，大会拟同时举办网上论坛、网上签

约、新品发布等活动,请按要求组织发动企业参与相关活动。

发动具有高科技含量的企业上线参加启动仪式。本届广交会将举办线上启动仪式,请按要求组织具备自主知识产权和高技术含量的品牌参展企业参加启动仪式,并推动运用 3D 展示等手段加强对上述企业形象和展品的展示。

国际贸易发展论坛。将围绕全球贸易和企业发展战略等热点,邀请各领域专家和企业进行对话。请按要求邀请 1-2 家合作伙伴在网上参与广交会国际贸易发展论坛,与国内外经济贸易金融领域专家和知名企业家对话。

系列行业论坛。将把脉行业发展态势,启发企业应对策略。请按要求组织企业参加相关行业论坛活动。

举办网上签约及新品发布活动。增进供采双方互动,相关活动将由大会统一排期,并组织整体宣传推广。请按要求组织企业参加相关发布活动。

组织参加 CF 奖。2020 年广交会出口产品设计奖(CF 奖)的产品征集将开放至 6 月 30 日截止。请企业在提交第 127 届广交会网上展示产品资料时,同步确认是否参评 CF 奖。相关评选工作将延后至秋交会前后进行。请各单位继续积极发动企业参与活动。

10、加强采购商邀请力度。请各单位积极邀请采购商参会,提前邀请境外老客户上线。

11、加大宣传力度。鼓励各市分团根据本市产业集群和

转型升级示范基地特点在广交会平台举办宣传、推介等活动，提升区域品牌和企业产品的知名度。

（三）切实提升服务水平

各单位要充分认识到网上办展的复杂性，在往届组展经验的基础上，运用互联网思维，增强服务意识，从企业实际需求出发，想在前、做在前，为企业“雪中送炭”。要坚持底线思维，提醒企业做好风险防范。要深入了解企业在接单履约过程中的困难和诉求，提供及时、必要的扶持和帮助。要加强调研，提出有针对性的政策建议，与企业携手渡过难关。

各单位要选派精干力量，细化工作分工，层层压实责任，切实做好本届广交会各项工作，并以适当方式加强宣传推广，让更多企业借助广交会商机开展外贸，努力通过稳外贸，助力保居民就业、保市场主体、保产业链供应链稳定，维护经济发展和社会稳定大局。

联系人及电话：黄思静 020-38819882

邮箱：gdjyt716@163.com



2020年4月26日

附件

关于第 127 届广交会网上举办 企业准备工作注意事项

为全面提升网上办展的效果，第 127 届广交会将全面启用新的展示平台，所有企业信息及展品信息需全部重新上传，请企业提前做好准备，有关注意事项如下：

一、账户登陆

已获第 127 届广交会展位安排的出口展参展企业，可使用参展易捷通系统账号（不含企业已设置的子账号）登录新展示平台。请参展企业提前验证账号、密码是否可正常登陆参展易捷通系统，如需找回或修改密码，请及时通过参展易捷通系统进行操作。相关工作请于 4 月 27 日前完成，以免影响新展示平台登陆。

二、企业及展品信息上传

因目前平台尚在开发，请参展企业提前准备企业、展品资料，待平台开放使用后统一上传。

（一）上传时间：5 月 25 日前完成，上传开始时间预计为 4 月底、5 月初，具体另行通知。

（二）数量要求：每家企业在每个参展展区至少上传 10 个具有代表性的产品；获得 1 个以上展位的企业，每增加 1

个展位需增加上传 5 个产品；至少上传 1 个视频展示文件。
上传展品数量不设上限；上传项目数量不少于下限要求。

（三）信息质量：每件展品须提供详细的中英文名称、产品描述。图片、视频、3D 展示文件等要清晰、特点突出，展示内容尽量丰富多元。如企业有需要，可视情自定义产品编码，方便与自身数据库对接。

（四）素材规格参数：根据平台开发进度，目前先提供部分上传素材规格参数（详见附件），后续将根据开发进度继续补充。

附件：部分上传素材规格参数

附件

部分上传素材规格参数

类别	序号	素材	最大数量	规格要求	备注
企业信息	1	企业 logo 图片	1 张	每张大小不超过 1M, 图片长或宽不小于 500px, 格式支持 png、jpg/jpeg、gif。	
	2	企业简介 (中文\英文)	/	文本格式, 不超过 100000 个字符。	
	3	企业图片	10 张	每张大小不超过 1M, 格式支持 png、jpg/jpeg、gif, 其他格式另行通知。	
	4	企业视频	1 个	格式支持 wmv、avi、mpg、mpeg、3gp、mov、mp4、flv、f4v、m2t、mts、rmvb、vob、mkv, 视频画面比例限于 16:9 或 4:3, 大小不超过 300M。	每家企业至少需上传 1 个企业视频或展品视频。
	5	企业三维展示链接	1 个	支持常用 3D 模型的网址链接。	
展品信息	1	品牌 logo 图片	每个展品 1 张	每张大小不超过 1M, 建议尺寸为 500px*500px, 格式支持 png、jpg/jpeg、gif。	
	2	展品简介 (中文\英文)	/	富文本格式 (可包含文字、图片), 不超过 100000 个字符。	
	3	展品图片	每个展品 10 张	每张大小不超过 2M, 建议尺寸为 800px*800px, 格式支持 png、jpg/jpeg、gif。	
	4	展品视频	每个展品 1 个	格式支持 wmv、avi、mpg、mpeg、3gp、mov、mp4、flv、f4v、m2t、mts、rmvb、vob、mkv, 视频画面比例限于 16:9 或 4:3, 大小不超过 300M。	每家企业至少需上传 1 个企业视频或展品视频。
	5	展品三维展示链接	每个展品 1 个	支持常用 3D 模型的网址链接。	