

ICS 03.080
CCS A 16

团 体 标 准

T/CSBX 0039—2025

长沙展览服务规范

Changsha exhibition service specification

2025-12-31 发布

2026-01-31 实施

长沙市质量和标准化协会 发布

目 次

前言	11
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	2
5 展览会组织实施规范	6
附录 A (资料性) 展览服务全流程操作指南	8

前　　言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

本文件由长沙市会展工作管理办公室提出。

本文件由长沙市质量和标准化协会归口。

本文件起草单位：湖南省会展经济研究会、长沙市会展行业协会、湖南师范大学会展研究中心、湖南会展集团有限责任公司、湖南红星国际展览有限公司、长沙国际会展中心管理有限责任公司、湖南力量之都国际展览有限公司、湖南国际会展中心有限公司、长沙支点展览策划有限公司、湖南中南国际会展有限公司、湖南省展览馆、亚展国际会展（湖南）有限公司、长沙仁创会展服务有限公司、长沙天圣展览策划有限公司。

本文件主要起草人：蔡卫民、周文舜、李舜、鲁海文、刘刚、黄滔、冯诚、马永忠、罗旭、周刚、罗玲玲、张建军、江九顺、黄浩、周欣、熊震、胡铁、古丽娟、屈顺。

长沙展览服务规范

1 范围

本文件规定了长沙展览服务的基本要求及展览会组织实施规范。

本文件适用于在长沙市内举办的以贸易、投资、经济合作等商务活动为主要功能的经济贸易展览会，不包括文物展、艺术展、成就展、科普展等非经贸类展览会。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 13869 用电安全导则
- GB/T 26165—2021 经济贸易展览会 术语
- GB/T 33489 展览会信息管理系统建设规范
- GB/T 33490 展览展示工程服务基本要求
- GB/T 36681 展览场馆服务管理规范
- GB/T 36682 展览物流服务基本要求
- GB 37487 公共场所卫生管理规范
- GB/T 38209 公共安全 演练指南
- GB/T 40248 人员密集场所消防安全管理
- GB/T 41130 展览场馆安全管理基本要求
- GB/T 42496 绿色展览运营指南
- 国知发保字〔2022〕30号 展会知识产权保护指引

3 术语和定义

GB/T 26165—2021界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

展览[会] **exhibition; fair; show; expo; exposition**

〈展览〉以产品、技术、服务的展示、展出、参观、洽谈、信息交流为主的活动。

[来源：GB/T 26165—2021，3.1.1]

3.2

主办单位 **organizer; sponsor**

组织、策划、运营展览会（3.1），在法律上拥有展览会的所有权，并对展览活动承担主要责任的组织。

[来源：GB/T 26165—2021，3.3.2]

3.3

承办单位 **co-organizer**

受主办单位（3.2）委托，具体承担展览会（3.1）的组织、策划、实施与管理，并承担展览会主要经济责任的组织。

[来源：GB/T 26165—2021，3.3.3]

3.4

展览场馆 **exhibition building**

展馆

场馆

以举办展览会（3.1）为主要功能的永久性建筑物。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.2.2]

3.5

展览场馆运营方 exhibition venue operator

自有展览场馆或受展览场馆产权方委托，对展览场馆进行日常运营的组织。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.3.16]

3.6

主场服务商 official service provider

由展览主办方指定，为展览会（3.1）提供现场服务的组织。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.3.18]

3.7

展览展示工程 exhibition construction project

在展览馆、博物馆和各类商业及公共场所，以展示传播为目的的装饰装修工程项目。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.4.9]

3.8

展览展示工程服务商 exhibition construction contractor

提供展览展示工程（3.8）服务的组织或机构。

3.9

展览物流服务 exhibition logistics service

将展品从指定地点运至展台，由展台运至指定地点的实体流动过程。

[来源：GB/T 36682—2018, 3.1]

3.10

展览物流服务商 exhibition logistics service provider

提供展览物流服务的组织或机构。

[来源：GB/T 36682—2018, 3.2]

3.11

参展商 exhibitor

与展览主办方签订参展合同，在展览会（3.1）期间通过固定的展台展示其产品、技术、服务的组织。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.3.7]

3.12

专业观众 trade visitor

参会目的为收集信息、采购洽谈、联络参展商（3.11）等的观众。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.3.13]

3.13

国际展览会 international exhibition; international exposition

境外参展商不低于全部参展商（3.11）的10%，或者境外观众不低于全部观众的5%，或者参展国际品牌不低于总参展品牌的10%的展览会（3.1）。

[来源：GB/T 26165—2021, 3.1.3]

4 基本要求

4.1 服务提供方要求

4.1.1 通用要求

4.1.1.1 应具有独立法人资格或合法经营主体资格，能够独立承担民事责任。

4.1.1.2 应具备与所提供的服务相符的合法经营资质及行业规定的特定许可。

4.1.1.3 应具有良好的商业信誉，近三年内无重大违法违规记录或重大服务质量投诉。

4.1.1.4 应具备与承接项目规模相匹配的专业团队、技术能力和经济实力。

4.1.2 主办单位

- 4.1.2.1 应拥有专业的展览策划、组织、运营管理团队，具备市场调研、项目策划、招商招展、观众组织、现场运营及风险管理的能力。
- 4.1.2.2 应具备与所办展览会相适应的能力，能够承担举办活动的风险。
- 4.1.2.3 项目管理人员应具有丰富的办展经验。
- 4.1.2.4 若举办国际展览会，主办单位应熟悉国际展览策划执行流程、涉外展会管理规范、人员出入境管理、境外展品通关管理等外事管理及礼仪规定。

4.1.3 展览场馆运营方

- 4.1.3.1 应制定并执行场地使用管理、设施设备维护保养、安全巡检、应急处置等制度。
- 4.1.3.2 应符合国家现行建筑设计要求，满足防火、抗震、防雷等安全要求，并通过相关验收。
- 4.1.3.3 应自有或租赁与展览会规模相适应的展厅及设施设备，并定期维护。
- 4.1.3.4 展览场馆服务应符合 GB/T 36681 要求。
- 4.1.3.5 展览场馆安全管理应符合 GB/T 41130 要求。

4.1.4 主场服务商

- 4.1.4.1 应拥有专业团队，岗位人员应具备相应的专业知识和实践经验。
- 4.1.4.2 应具备为主办单位提供全方位、专业化的现场管理与服务的能力，包括现场管理与协调、展商和关注服务、安全监管与后勤保障等。
- 4.1.4.3 应配合主办单位委托，协同主办单位做好各项服务工作。

4.1.5 展览展示工程服务商

- 4.1.5.1 施工人员应持有相对应的操作资格证书。
- 4.1.5.2 所使用的搭建材料应符合国家消防、环保等相关标准。
- 4.1.5.3 应遵守展览场馆运营方的管理规定，确保施工过程符合安全规范。
- 4.1.5.4 提供的展览展示工程服务应符合 GB/T 33490 要求。

4.1.6 展览物流服务商

- 4.1.6.1 应遵守国家及行业对物流服务的操作规范与安全标准。
- 4.1.6.2 应遵守展览现场管理制度，配合主场服务商（或主办单位）的调度安排。
- 4.1.6.3 应制定展品运输、仓储及装卸的安全操作流程。
- 4.1.6.4 提供的展览物流服务应符合 GB/T 36682 要求。

4.1.7 其他服务提供方

- 4.1.7.1 安保服务方应持有公安机关核发的《保安服务许可证》，所有安保人员应持证上岗，并制定安保方案与应急预案。
- 4.1.7.2 餐饮服务方应持有有效的《食品经营许可证》，保证食品安全，确保食材可追溯，并具备大型活动集中供餐与应急保障能力。
- 4.1.7.3 志愿者服务提供方应对全体志愿者开展系统性岗前培训，提供专业的志愿服务。
- 4.1.7.4 举办国际展览会时，翻译服务提供方应配备具备对应专业背景的译员。

4.2 服务人员要求

- 4.2.1 上岗前应接受系统性的岗前培训，具备岗位所需的知识与技能。
- 4.2.2 应拥有具备较强的沟通表达能力，主动热情，使用礼貌用语，对客户需求予以响应与跟进。
- 4.2.3 应保护客户隐私与商业信息，严禁泄露或私自使用。
- 4.2.4 应具备基本安全意识，遵守现场安全管理制度。

4.3 安全责任与管理要求

4.3.1 安全总体要求

4.3.1.1 主办单位作为安全第一责任方，应与承办单位、展览场馆运营方、主场服务商及其他服务提供方签订安全责任协议，明确各方的具体职责。

4.3.1.2 应成立项目安全工作领导小组，由主办单位负责人牵头，各服务提供方安全负责人参加，统一指挥协调工作。

4.3.2 消防安全

4.3.2.1 消防安全管理应遵守 GB/T 40248 要求。

4.3.2.2 消防安全管理应符合公安消防部门的具体规定，所有搭建材料燃烧性能等级不低于 B1 级。

4.3.2.3 展览场馆运营方应保证消防通道、安全出口畅通无阻，消防设施完好有效。

4.3.2.4 在布展、开展和撤展期间，应安排专人每日进行消防安全巡查，并做好记录，对发现的隐患应立即责令相关方整改。

4.3.3 施工与设备安全

4.3.3.1 特装展位搭建申报与审核流程应清晰、简化，并明确反馈时限，由主场服务商统一受理、初审，协调展览场馆运营方及相关方审核。

4.3.3.2 所有舞台、背景板、灯架、双层结构等临时构筑物，应由具备施工资质的单位按设计图施工。主场服务商应对其资质进行审核，并监督搭建过程；涉及电气设备的舞台还应由具备相关检测资质的单位出具检测报告。

4.3.3.3 对专业视听设备、特种灯光等关键设备，主场服务商或设备提供方应指派经过专门培训的合格技术人员负责操作和维护，严禁无关人员擅动。

4.3.4 人员与公共安全

4.3.4.1 主办单位应按照 GB/T 38209 要求，牵头组织安全演练，并做好演练记录与评估改进。

4.3.4.2 主办单位应根据展览规模、规格和风险评估结果，配备足够数量的保安人员对现场进行安全保卫。

4.3.4.3 主办单位应制定人员疏导方案，设置清晰导流线，在入场、散场等高峰时段加强引导。

4.3.4.4 涉及特殊展品的展览展示，主办单位应采取专项安保措施。

4.3.4.5 涉及国际运输的特殊展品，应遵守中国海关、检验检疫等相关规定。

4.3.4.6 涉及现场演示、试吃的展品，主办单位应有安全提示和防护措施。针对国际参展商的演示活动，安全提示应具备多语种版本。

4.3.4.7 发生传染病传播时，应按卫生部门要求落实防控措施。

4.3.4.8 用电设备安全应符合 GB/T 13869 的要求。

4.3.5 应急预案与现场保障

4.3.5.1 主办单位应在展前制定应急预案，并开展应急演练。

4.3.5.2 主办单位应设立现场应急指挥中心，配备应急通讯工具。

4.3.5.3 岗位人员应熟知应急预案内容及自身职责。

4.3.5.4 主办单位应在展览入口处设置人员及物品安检系统，对进入展馆的人员及其携带物品进行安全检查。

4.3.5.5 主办单位应在每日闭馆后，对全部展览区域进行全面的清场检查，发现问题应立即处理并做记录。

4.4 诚信与公平交易要求

4.4.1 信息真实性

4.4.1.1 主办单位发布的与展览相关的所有对外宣传资料应真实、准确，不应进行虚假或误导性宣传。

4.4.1.2 主办单位应保证由其制作、发布或使用的图片、视频、音乐、数据等素材，均具有合法来源或取得授权。

4.4.2 合同履约

4.4.2.1 主办单位应与各相关方依法签订合同，并明确各方权益。

4.4.2.2 各相关方应严格履行合同条款，任何变更需经合同双方协商一致并书面确认。

4.4.3 知识产权保护

4.4.3.1 各相关方应遵守《展会知识产权保护指引》要求。

4.4.3.2 举办国际展览会时，主办单位应确保在投诉处理环节具备外语接待与沟通能力，并向国际参展商提示中国知识产权法律适用规则。

4.4.4 公平交易

4.4.4.1 主办单位在展览服务采购过程中，应遵循公开、平等、公平的基本原则，不应设置不合理的排他性条款。

4.4.4.2 主办单位应制定并公示参展商交易行为规范，配合市场监管部门对展览会现场的虚假宣传、销售假冒伪劣商品、价格欺诈等行为进行防范与处理。

4.4.4.3 主办单位应建立消费者权益快速响应与处理通道，明确投诉受理点、处理流程与时限。

4.5 绿色展览服务要求

4.5.1 主办单位宜按照GB/T 42496开展绿色展览运营。

4.5.2 展览场馆宜进行绿色化升级改造。

4.5.3 主办单位、主场服务商及展览展示工程服务商宜选用符合国家环保标准的材料与模块化构件，推行标准化、节约化、简易化的绿色方案。

4.5.4 主办单位宜选用可重复使用或易于回收的工具，推广电子邀请函、电子参展手册、电子调查表、电子证书等。

4.5.5 主办单位应加强废弃物管理，推行垃圾减量、垃圾分类等。

4.5.6 主办单位应提供公共交通指引，并鼓励参展商和观众采取绿色出行方式。

4.6 数字化展览服务要求

4.6.1 展览会信息管理系统建设应符合GB/T 33489要求。

4.6.2 主办单位、承办单位等相关方宜积极应用数字化技术提升展览管理效率与现场服务水平。

4.6.3 展览场馆宜进行智能化升级改造。

4.6.4 各相关方应加强数据安全管理，保护参展商、观众、合作伙伴等各方信息主体的合法权益。

4.7 环境与卫生要求

4.7.1 展览会现场卫生管理应遵守GB 37487要求。

4.7.2 展览会举办期间，展览场馆运营方应实施动态保洁，垃圾及时清运。

4.7.3 主场服务商应建立巡检机制，进行日常检查并督促整改。

4.8 无障碍服务要求

4.8.1 展览场馆运营方应确保全馆通道、出入口等硬件设施符合无障碍设计要求，配备并维护好低位服务台、无障碍卫生间、触觉标识等设施，防止被占用。

4.8.2 主办单位应倡导并鼓励参展商设计易于进入的开放式展位，提供核心资料的语音、大字版等无障碍格式。

4.8.3 主办单位应提前公示并现场提供轮椅租借、导览服务等无障碍支持项目。

4.9 医疗保障要求

4.9.1 主办单位应在展览会现场设置医疗点，并配备具备合法资质的医护人员或急救员、急救箱、担架等设备。

4.9.2 主办单位应在展前与定点医疗机构建立应急绿色通道，明确转运流程。

4.9.3 主办单位应在展览会现场的各类平面图、指南及电子导览系统中标记医疗点位置。

4.10 其他要求

4.10.1 主办单位应为展览会购买相关保险。

4.10.2 主办单位宜提供人文关怀，在展览会现场设置休息区、家庭卫生间、饮水设施、母婴室等，并提供行李寄存服务。

4.10.3 对于国际展览会，主办单位应在导视系统中设置中外文对照或多语种指示标识，并提供现场多语种接待、问询或翻译支持服务。

5 展览会组织实施规范

5.1 总则

展览会的组织实施涵盖从策划筹备到展后总结的全过程，具体操作指南可参考附录A。

5.2 展前筹备

5.2.1 主办单位应在展览会立项前进行市场调研与可行性分析，并撰写可行性报告。

5.2.2 主办单位应确定展览会名称、主题、定位、时间、地点等要素，并制定相应的策划和执行方案。

5.2.3 主办单位应在开展前，履行审批（含许可、备案）手续。

5.2.4 主办单位应制定招展方案，通过各渠道招募参展商。

5.2.5 主办单位应制定专业观众邀请、嘉宾邀请等方案，通过各渠道进行邀约。

5.2.6 主办单位应设计赞助合作体系，与潜在赞助和合作商进行接洽谈判。

5.2.7 主办单位应确定需求清单和设计方案，提前准备所需物料。

5.2.8 主办单位应制定宣传方案，建立多渠道信息发布机制。

5.2.9 对于国际展览会，主办单位应考虑国际需求，并提供相关服务。

5.3 现场服务

5.3.1 展览展示工程服务

5.3.1.1 主办单位或主场服务商应对所有进场施工单位及人员进行统一管理。

5.3.1.2 展览展示工程服务商及人员应凭主场服务商核发的《施工证》进场，并与主场服务商签订《施工安全责任书》，进场物料应按要求向主场服务商提供相关合格证明。

5.3.1.3 展览展示工程服务商应为其安排的施工人员配备安全防护装备，并监督其正确佩戴。

5.3.1.4 展览会现场需进行电焊、切割等动火作业，展览展示工程服务商应提前向主场服务商申办《动火作业许可证》，并在作业时落实专人监护及现场防火措施。

5.3.1.5 展览展示工程服务商应确保施工材料、工具及废弃物不得占用、堵塞消防通道、疏散出口及场馆主干通道。

5.3.1.6 在搭建、拆除作业期间，展览展示工程服务商应在作业区域周边设置明显的安全警戒线和警示标识，并指派专人进行现场安全监护，防止无关人员进入。

5.3.1.7 主场服务商应实施不间断巡查，对违规行为立即下达整改通知，对拒不整改或存在重大隐患的有权责令停工并上报。

5.3.1.8 搭建完成后，由主场服务商会同展览场馆运营方进行联合检查，重点核查结构、电气、消防及卫生状况，必要时需聘请专业检测机构出具检测报告，合格后方可通电使用。

5.3.2 主场服务

5.3.2.1 主办单位与主场服务商应提前明确工作分工，建立分级沟通机制。

5.3.2.2 主场服务商应根据主办单位委托，负责展览会现场服务的具体执行与协调管理工作。

5.3.3 观众接待服务

5.3.3.1 主办单位应与主场服务商、现场安保、医疗等建立联动机制，协同处理人流疏导、人员走失、紧急救助等工作。

5.3.3.2 主场服务商应在入口处设置服务台，完成观众登记、票务处理与咨询引导等工作。

5.3.3.3 主场服务商应建立从馆外交通至各个展馆和展区的标识体系，在关键动线节点配备引导人员。

5.3.3.4 主场服务商应落实4.8中规定的无障碍服务要求。

5.3.3.5 主场服务商应处理并记录现场投诉与突发事件，进行快速响应与闭环处理。

5.3.3.6 对于国际展览会，服务台应配备外语服务人员，提供多语种便民指南与翻译支持。

5.3.4 配套活动执行

5.3.4.1 主办单位或主场服务商应负责配套活动的场地租赁、场地布置、设备技术、流程控场等服务。

5.3.4.2 应制定配套活动执行方案，明确流程、保障设备，并安排专门的人员在现场开展工作。

5.3.4.3 针对国际展览会的配套活动，应考虑同声传译、国际嘉宾接待、中外礼仪协调等细节。

5.3.5 现场执行与保障

5.3.5.1 各相关方应按照相关服务要求，提供展览会举办期间的各项服务支持。

5.3.5.2 主办单位应设立现场指挥中心或指定现场总协调人，负责统一指挥协调展览现场事务与突发事件。

5.3.5.3 安保服务方应组织保安人员在入口、通道等关键位置进行现场值守、证件查验及秩序维护，并进行常态化的安全巡视；散场时段应加强引导，确保人员有序、安全离场，并对重要嘉宾提供必要护送。

5.3.5.4 展览场馆运营方应安排专业技术人员全程驻场，对展馆基础电力、照明、空调、网络通讯及参展商特殊搭建所需的音视频、互动设备等进行实时巡检与状态监控。

5.3.5.5 每日开馆前1小时，展览场馆运营方与主场服务商应分别完成其负责系统的启动与复核。

5.4 展后总结与改进

5.4.1 主办单位应在展后统计展览面积、参展商、观众、交易等数据。

5.4.2 主办单位应在展后收集客户反馈，处理咨询与投诉，并向嘉宾与合作伙伴致谢以维护关系。

5.4.3 主办单位应对展览会进行综合评价，并根据评价和反馈中发现的问题加以改进。

5.4.4 主办单位应在展后编制《展览会总结报告》。

5.4.5 主办单位应将项目相关资料整理后归档，保存时间不少于两年。

附录 A
(资料性)
展览服务全流程操作指南

下面附录A提供了长沙展览会从策划筹备至展后总结与改进的全流程操作指南，旨在为主办单位、展览场馆运营方、主场服务商及其他相关服务提供方，在实际工作中提供系统性、可操作的实施参考。指南内容为推荐性、资料性文件，使用者可根据展览的规模、性质与实际情况进行适应性调整与应用。

A.1 展览策划

A.1.1 市场调研

A.1.1.1 主办单位应在项目正式立项前，委托专业机构或组建专门团队完成市场调研与可行性分析，并形成书面《项目可行性研究报告》。

A.1.1.2 《项目可行性研究报告》内容应涵盖市场环境、竞争态势、资源条件、财务预算与风险评估等，作为项目决策依据。

A.1.2 主题确定

A.1.2.1 主办单位应明确展览名称及主题。展览名称应简洁、规范、易于传播，并能准确反映展览主题与内涵。若为国际展览会，应同时提供中英文对照名称。

A.1.2.2 主办单位在设置与确定主题时，应遵循以下要求：

- 根据市场调研结果，挖掘行业痛点、发展趋势或社会热点，形成鲜明、具有吸引力的展览主题；
- 主题应能精准反映展示核心和价值主张；
- 展览主题应具备前瞻性和排他性，避免与同城同期同类展览主题雷同。

A.1.3 核心要素确定

A.1.3.1 主办单位应确定展览的组织机构，明确各方权责关系，包括主办单位、承办单位、指导单位及协办/支持单位。

A.1.3.2 主办单位应结合展览主题，规划展览整体日程与配套安排。

A.1.3.3 主办单位应根据展览规模和需求，选择合适的展览场馆，与展览场馆运营方签订租赁合同，明确场地使用面积、时间、租金、设施维护责任等。

A.1.3.4 主场服务商应根据主办单位的需求和规划，绘制《展区平面布局图》与《人流车流动线图》，规划标准展位、特装展位、公共通道、功能区的位置。该图纸需经主办单位和展览场馆运营方共同确认。

A.1.3.5 对于国际展览会，主办单位应提前了解并办理外事审批、境外嘉宾邀请函签发、签证协助等手续。

A.1.4 策划方案制定

A.1.4.1 主办单位应编制包含展览名称、主题、时间、地点、定位与目标、内容设计、组织架构、总体预算、风险评估及应对预案等内容的项目总体方案。

A.1.4.2 主办单位应根据总体方案制定详细的专项策划方案，包括但不限于：

- 招展方案：明确招展范围、价格体系、渠道策略（直销/代理）、销售激励政策及进度安排；
- 招商方案：制定专业观众与普通观众的邀请策略、渠道、预算及人员分工；
- 宣传推广方案：规划宣传内容、渠道组合（新媒体、行业媒体、户外广告等）、时间节点与地域安排、费用预算及效果评估指标；
- 相关活动方案：对开幕式、论坛、研讨会、表演、签约仪式等活动进行策划，明确流程、人员、预算及安全预案；
- 预算方案：编制展览会的收入预算和支出预算。

——应急预案：制定展览会的应急预案。

A. 1.5 合规管理

A. 1.5.1 主办单位应履行审批（含许可、备案）手续。在项目启动初期，主办单位应向举办地相关行政主管部门（公安、商务、交通、市场监管、消防等）进行咨询，一次性获取本项目所需的全部行政许可和备案事项清单、材料要求及法定办理时限等信息。

A. 1.5.2 单场展览会预计参加人数达到1000人以上，主办单位应在展览会开展前20日，依法向活动举办地公安机关提出申请办理《大型群众性活动安全许可》，申请时应提交下列材料：

- 主办单位合法成立的证明以及安全责任人的身份证明；
- 大型群众性活动方案及其说明，2个或者2个以上承办者共同承办大型群众性活动的，还应当提交联合承办的协议；
- 大型群众性活动安全工作方案；
- 活动场所管理者同意提供活动场所的证明。

A. 1.5.3 展览会名称中若包含“中国”“全国”“国家”“世界”等字样，或虽包含“国际”字样但由境内机构主办的，主办单位应向商务部办理展览会名称核准；若展览会涉及邀请境外机构作为主办单位或合作方，主办单位应通过商务部门办理相关许可或备案手续。

A. 1.5.4 对于展品运输、演示需使用重型货车（总重 ≥ 12 吨）、吊车等大型设备进入公共道路的展览会，主办单位或由其指定的承运方应向交通运输管理部门申办临时占道、超限运输通行等许可。

A. 1.5.5 重型车辆及设备进出展览场馆的路线、时间及停放区域方案，应提前报展览场馆运营方及公安交通管理部门审核批准；涉及场内起重机械等特种设备作业的，应向展览场馆运营方和主场服务方申请；主场服务商负责监督上述获批方案在现场的严格执行。

A. 1.5.6 以下事项虽需办理，但属备案或检查程序，不属前置行政许可，主办单位应在取得相关许可后及时完成：

- 消防备案：将展位整体布局与特装搭建方案，向消防机构报备，申请消防设计审查或验收备案。
- 施工安全备案：将特装搭建方案及安全管理协议，向展览场馆运营方及应急管理等部门备案。
- 国际展品通关备案：涉及境外展品入境时，向海关办理展览会备案，并协助参展商完成展品通关手续。

A. 1.5.7 取得专项许可后，主办单位应将许可文件作为后续消防、施工安全等备案的必要附件，并确保布展、运营环节符合许可核定的内容与条件。

A. 1.5.8 主办单位应根据各项许可手续的法定期限，倒排工作节点，未获全部许可前，严禁开展招商、售票及现场施工。

A. 2 展前筹备

A. 2.1 展商招募与管理

A. 2.1.1 主办单位应制定招展方案，明确展位类型、价格、优惠政策、报名流程、参展须知等，通过官网、行业媒体、邮件、电话等渠道发布招展信息。

A. 2.1.2 主办单位应对参展商资质与展品合规性进行审核，审核内容包括企业合法性、展品合规性等。

A. 2.1.3 主办单位或由其委托的主场服务商应编制《参展商手册》。

A. 2.1.4 对于国际展览会，主办单位应编制并提供中外文对照的《国际参展商手册》或专项指南，内容需包含针对国际参展商的专项指引，如签证、通关、物流、住宿、交通、本地礼仪、紧急联系方式等。

A. 2.1.5 对于国际展览会，主办单位应制定并实施针对海外市场的招展策略，招展文件、参展合同等文件应提供外文译本。

A. 2.1.6 对于国际展览会，主办单位对国际参展商的审核除常规资质外，应关注其公司资信、展品是否符合中国进口与展示规定。

A. 2.1.7 对于国际展览会，主办单位与国际参展商签订的合同应明确双方权利义务、适用法律（通常

建议为中国法律)、争议解决方式(如仲裁或诉讼地点)及支付货币种类等。

A.2.2 观众与嘉宾邀请

A.2.2.1 主办单位应建立专业观众邀请体系,通过数据库营销、行业组织合作、媒体投放等方式进行邀请,并提供在线预登记服务。

A.2.2.2 主办单位应制定嘉宾邀请方案,明确邀请标准、流程、接待标准与权利义务,并提前发出邀请。

A.2.2.3 主办单位或由其委托的主场服务商应编制《观展指南》。

A.2.2.4 对于国际展览会,主办单位应制定并实施针对海外市场的观众邀请计划。

A.2.2.5 对于国际展览会,编制并发布的《观展指南》应提供中外文对照版本。

A.2.2.6 对国际嘉宾的邀请与接待,主办单位应充分考虑其日程、签证、国际礼仪及跨文化沟通需求。

A.2.3 赞助合作与开发

A.2.3.1 主办单位应根据展览会的定位、规模与目标,设计合理的赞助合作体系与回报方案。

A.2.3.2 主办单位应与潜在赞助商进行接洽与谈判,就赞助金额、权益内容、履行方式、验收标准及违约责任等达成一致,并签订书面合作协议。

A.2.3.3 主办单位应为签约赞助商设立专属服务人员,确保其合同权益在展前、展中、展后得到落实。

A.2.4 物料准备

A.2.4.1 主办单位应负责所有宣传品与现场物料的总体规划、内容审定与最终验收,并对呈现效果及信息准确性负责。

A.2.4.2 主办单位应提前确认全部物料需求清单与设计方案;主场服务商应按照主办单位审定的方案,完成委托物料的制作与生产,并确保所有材质符合安全、环保及消防规定。具体如下:

——核心物料:主办单位应确保参展商手册、各类证件、宣传品、导视系统等物料信息准确、设计统一、质量合格,并按时交付;

——氛围物料:主场服务商应按审定方案,完成主题形象墙、导视牌、道旗、吊幔等氛围布置物料的制作与安装;

——物流管理:主场服务商应制定详细物流计划,设立现场仓库,对物料进行登记、分发、回收与处置。

A.2.4.3 主场服务商应制定《现场物流与仓储管理方案》,包括物料进出场计划、现场仓库规划、分发流程等。

A.2.4.4 主场服务商应设立专用现场仓库,对所有接收的物料进行登记、分类仓储、按需分发,并负责展后剩余物料的回收、分类处置或退还。

A.2.4.5 国际展览会的信息物料应提供中外文版本。

A.2.5 宣传推广

A.2.5.1 主办单位应制定覆盖展前、展中、展后全阶段的展览宣传推广总体方案,明确宣传目标、核心信息、渠道策略、排期计划及预算等。

A.2.5.2 主办单位宜召开媒体通气会、新闻发布会等,并提供新闻通稿、图片、视频等传播素材。

A.2.5.3 主办单位应综合利用行业媒体、大众媒体、社交媒体、户外广告、数据库定向邀约等多渠道进行持续推广,重点围绕参展商价值、展品亮点、行业论坛及参会收益等信息展开宣传。

A.2.5.4 主办单位应建立统一的官方信息发布与审核机制,对通过官方网站、官方社交媒体、展览现场电子屏、印刷材料等多种渠道发布的展览会信息进行集中管理和内容审核,确保多渠道发布信息的一致性、准确性与时效性,宣传内容应真实、准确,不得含有虚假或误导性信息。

A.2.5.5 主办单位应在展览会现场设立新闻中心,并提供采访协调、素材分发、基础舆情监测等服务。

A.2.5.6 对于国际展览会，主办单位应制定国际传播方案，包括外媒邀请、多语种新闻稿、境外平台推广等。国际展览会宣传材料应提供多语种版本，并考虑在境外媒体平台进行推广。

A.3 现场服务

A.3.1 展览展示工程服务

A.3.1.1 主办单位作为展览会的统筹方与最终责任主体，对整体搭建工作的安全、合规及主题落实承担全面管理责任。

A.3.1.2 主办单位或由其指定的主场服务商，应对所有进场施工单位及人员履行统一管理职责。

A.3.1.3 主场服务商作为现场搭建管理的核心协调与监督机构，负责图纸审核、施工单位管理、过程监督及违规处置。

A.3.1.4 展览场馆运营方作为场地设施的提供方与产权方，应确保场馆条件合规，并对搭建方案进行技术安全审核与现场设施保障。

A.3.1.5 展览展示工程服务方作为展位施工的直接执行方与安全第一责任人，对其设计、搭建的展位结构安全承担法律责任，应严格按图施工、持证作业、落实现场安全与环保责任。

A.3.1.6 展览物流服务方作为展品与物资的运输服务提供方，应负责在规定时段与路线内安全、有序作业，并服从现场调度。

A.3.1.7 施工单位及人员应凭主场服务商核发的《施工证》进场，并与主场服务商签订《施工安全责任书》，进场物料需按要求向主场服务商提供相关合格证明。

A.3.1.8 施工单位应为其施工人员配备齐全的安全防护装备（如安全帽、防护鞋等），并监督其正确佩戴。进行高空作业时，应系挂安全带并设置符合安全标准的操作平台。

A.3.1.9 施工现场的临时配电作业应由持证电工操作，所有线缆应采用阻燃材料并穿管保护，严禁私拉乱接。如需进行电焊、切割等动火作业，施工单位应提前向主场服务商申办《动火作业许可证》，并在作业时严格落实专人监护及现场防火措施。

A.3.1.10 施工单位应确保施工材料、工具及废弃物不得占用、堵塞消防通道、疏散出口及场馆主干通道。确需临时堆放的，应设置明显的安全警示标志，并及时清理。

A.3.1.11 搭建完成后，由主场服务商会同展览场馆运营方进行联合检查，重点核查结构、电气、消防及卫生状况，合格后方可通电使用。

A.3.1.12 主场服务商应联合场馆安保、工程部门组成巡检小组实施不间断巡查，对违规行为立即下达整改通知，对拒不整改或存在重大隐患的有权责令停工并上报。

A.3.2 主场服务

A.3.2.1 主办单位与主场服务商应提前书面明确工作界面划分协议，并建立分级沟通机制，由主场服务商处理常规问题，由现场指挥中心处理重大事件，并通过专用通讯工具确保指令传达。

A.3.2.2 主办单位应对现场服务的整体质量、安全与客户满意度负总责，派驻现场总代表负责重大决策审批、关键客户关系处理、服务供应商监督及重大事项核准。

A.3.2.3 主场服务商应负责所有现场服务的具体执行与协调管理，承担公共服务管理、现场问题协调、秩序标准监督及信息汇报等一站式运营职责。

A.3.2.4 展览场馆运营方应负责派遣技术人员入驻现场，审核场馆设施使用申请、衔接安保勤务，并执行现场指挥中心的设施调度指令。

A.3.3 观众接待服务

A.3.3.1 主办单位应审定观众接待方案并担总责，主场服务商应组建团队并配置资源执行服务。

A.3.3.2 主办单位应与主场服务商、现场安保、医疗等部门或机构建立联动机制，协同处理人流疏导、人员走失、紧急救助等事务。

A.3.3.3 主场服务商应在主要入口处设置综合服务区，完成观众登记、票务处理与咨询引导，工作人员应熟悉展览会全貌并能提供准确信息。

A.3.3.4 主场服务商应建立从馆外交通至各个展馆和展区的清晰标识体系，在关键动线节点配备人员负责引导。

A.3.3.5 主场服务商应落实 4.8 中规定的无障碍服务要求。

A.3.3.6 对于国际展览会，主场服务商应根据主办单位要求，提供中外文对照的标识、资料与通告，服务台应配备外语服务人员，并提供多语种便民指南与翻译支持。

A.3.3.7 主场服务商应记录并上报现场投诉与突发事件，形成快速响应与闭环处理。

A.3.4 配套活动执行

A.3.4.1 主办单位为所有配套活动的最终责任主体，负责整体统筹与效果评估。

A.3.4.2 主场服务商作为现场执行总协调，应提供场地布置、设备技术、流程控场等一体化服务。

A.3.4.3 主办单位应会同主场服务商应为每项配套活动制定针对性应急预案，关键设备应有备份，相关岗位人员应熟悉处置流程。

A.3.4.4 对于国际展览会的配套活动，应考虑同声传译、国际嘉宾接待、中外礼仪协调等细节。

A.3.4.5 对于国际展览会的配套活动，主办单位或主场服务商应将国际礼仪与跨文化沟通注意事项等相关内容纳入岗前培训。

A.3.5 现场执行与保障

A.3.5.1 各相关方应按照相关服务要求，提供展览会举办期间的各项服务支持。

A.3.5.2 服务提供方应建立每日例会制度与紧急事务会商机制。

A.3.5.3 主办单位应设立现场指挥中心，负责统一指挥与协调突发事件应急处置、宏观人流管控与资源调度、跨部门工作统筹，并授权发布官方信息。

A.3.5.4 安保服务方应组织保安人员在入口、通道等关键位置进行现场值守、证件查验及秩序维护，进行常态化的安全巡视；闭馆时应加强引导，确保人员有序、安全离场，并对重要嘉宾提供必要护送。

A.3.5.5 展览场馆运营方应安排专业技术人员全程驻场，对展馆基础电力、照明、空调、网络通讯及参展商特殊搭建所需的音视频、互动设备等进行实时巡检与状态监控。

A.3.5.6 每日开馆前 1 小时，展览场馆运营方与主场服务商应分别完成其负责系统的启动与复核。

A.4 展后总结与改进

A.4.1 数据统计与综合评估

A.4.1.1 主办单位应建立统一的数据统计标准，明确关键指标的定义与计算口径，在展览结束后及时完成核心数据的统一统计与分析。关键数据包括：实际参展商数量与结构、展出净面积、登记观众总数及专业观众构成、达成的交易成果（意向/合同金额）、媒体曝光数据、官方平台访问互动数据等。

A.4.1.2 主办单位应基于展前目标，从以下维度进行综合评估：

——经济效益：直接交易成果、展商投资回报、拉动消费等；

——行业与品牌价值：新产品/技术发布数量、产业链对接成效、对行业趋势的影响、展览品牌美誉度；

——社会与城市影响：媒体传播广度与深度、公众关注度、对举办地城市形象的提升作用；

——绿色与可持续性：统计环保材料使用、废弃物回收率、能耗等数据，评估绿色会展水平。

A.4.1.3 接受财政资金支持的展览项目，主办单位应按规定接受或配合开展第三方绩效评价。

A.4.2 反馈收集与客户维护

A.4.2.1 主办单位应通过线上问卷、电话、座谈会等方式，系统收集参展商、专业观众、合作伙伴及媒体的反馈意见，并对重要参展商及嘉宾应进行重点回访。

A. 4. 2. 2 主办单位应指定专人处理展后咨询与投诉。所有反馈应分类分析，识别共性问题与服务短板，并在规定时间内向相关方反馈处理意见或改进措施，完成服务闭环。

A. 4. 2. 3 主办单位应向出席嘉宾、重要合作伙伴及赞助商发送个性化感谢信，以维护长期合作关系。

A. 4. 3 总结改进与资料归档

A. 4. 3. 1 在总结评估基础上，主办单位应组织核心团队召开复盘会议，形成《展览会总结报告》。报告应包含：核心成果与目标达成对比分析、预算执行情况、工作亮点与不足、重点问题归因与改进方案、综合效益评估、国际参与度专项分析（如涉及）及下届展览会初步规划建议。

A. 4. 3. 2 主办单位应对展览会的组织筹备、现场执行、服务质量等各环节开展全面综合评价，系统梳理评价意见与参与人员反馈中暴露的各类问题，形成问题清单并制定针对性改进措施加以改进。

A. 4. 3. 3 展览结束后，主办单位应完成所有展览相关资料的系统归档，永久保存。归档文件范围应涵盖立项决议文件、审批许可文件、法律协议文件、核心策划文件、参与者数据库、现场记录文件、财务文件等。

A. 4. 3. 4 主办单位应对所有资料应分类编号，建立索引目录。

A. 4. 3. 5 电子文件需进行双重备份（本地与云端），纸质文件妥善保管，保管期限不少于 2 年。