广交会：从量的扩张实现质的飞跃

10年来，广交会实现了华丽转身，从一个综合性展会成长为综合性和专业性兼具的世界级贸易盛会。从“一馆两期”、“两馆两期”到“一馆三期”，从出口到进出口，从做大到做强，广交会从“中国第一展”向“世界第一展”阔步前进。

励精图治 突破“规模瓶颈”

做强必先做大，做专先要扩容。面对多种经济成分的外贸企业同台竞技、万马奔腾的大经贸格局，广交会积极酝酿分期举办的重大改革。从“一馆一期”、“一馆两期”、“两馆两期”，一直到现在的“一馆三期”，分期改革凸显其优越性和正确性，使更多优秀企业获得参展和展示机会。到第104届“一馆三期”的办展格局奠定之后，广交会从一个中型展会一举跨入国际大展行列，成为亚洲展览的旗舰，在世界单年展规模上独占鳌头。

从“风向标”到“平衡器”

广交会如同一座“风向标”，既反映出了中国加入WTO之后外贸快速增长的利好信息，也折射了出口导向型战略带来的负面效应。面对外贸日渐失衡的现实，从统筹国内外经济发展的大局考虑，50年来单纯服务于出口的广交会已经显得不合时宜。自第101届起，广交会更名为中国进出口商品交易会，首次设立进口展区，邀请海外企业参展。从“出口”到“进出口”，一字之差，意味着广交会从单一出口交易平台转变为进口和出口双向交易平台。

进口展区一经设立便展现了良好的发展前景。10年间，规模从1万平方米扩大至2万平方米，从举办一期到分两期举办，进口展区的专业性和政策导向性逐届增强。10年来，美国、德国、西班牙、意大利、土耳其、荷兰、韩国、日本、印度、中国香港、中国台湾等国家和地区纷纷组团参展，进口展区累计吸引的海外优质企业达到3955家。

从量的扩张到质的转变

质量是展览的生命线。在规模大幅扩容之后，广交会一方面创新招商方式，力邀更多采购商与会。另一方面强化参展企业资质审核，确保准入门槛不降低。

10年来，虽然历经非典肆虐、金融危机和国际局势动荡等严峻考验，广交会的采购商数量依然持续增长。2001年春季第89届广交会到会采购商111886人，此后大致以每年增加1万人的速度平稳增长。到2011年春交会，到会采购商达到207103人，创历史新高。

在严把参展质量和提升展览档次方面，广交会也迈出了探索的步伐。第104届实施分三期重大改革之后，广交会在参展资质审核上又增加产品质量安全、环境保护、科技创新、社会责任、信用体系等考核指标。修订企业参展条件，禁止被质检、环保等部门通报的违规违法企业参展，限制低附加值产品参展，努力把广交会打造成转变外贸发展方式的窗口和实践平台。

“中国创造”助推器

中国贸易大国地位得到了世界的普遍认同，但不容忽视的是，由于缺少自主品牌与核心技术，中国外贸企业的定价权与效益旁落，在产业链的低端徘徊不前。

广交会坚决贯彻“以质取胜”和“品牌战略”，着力扭转我国企业缺乏核心技术和自主品牌的被动局面。2004年第95届广交会首次设立品牌展区，在24个展区的最佳位置，安排2000个展位集中展示海尔、美的、北大方正、雅戈尔、力帆等302家企业的320个品牌。

此后，广交会品牌展区规模不断扩大。到2011年春交会，品牌展位达到10979个，占展位总数的18.99%，品牌展区成交135.7亿美元，占成交总额的1/3强。在广交会的悉心培育下，永丰源、潮流、贝发、纽威、金王、山海玻璃、顶新箱包等一批批不甘“为人作嫁衣”的优秀外贸企业，从加工到创造，从贴牌到创牌实现良性发展，有的已经跨入世界级品牌的殿堂。

广交会积极响应“十二五”规划提出的优化对外贸易结构的政策导向，利用自身优势启动运行第109届广交会产品设计与贸易促进中心（PDC）。广交会产品设计与贸易促进中心正式启动运行。通过引入世界范围内优质的设计资源，与广交会汇聚的中国最优秀的出口企业实现“强强联合”，从而提升中国出口企业在国际市场的竞争力。首次设立的PDC共吸引了来自荷兰、法国、美国、澳大利亚等10个国家和地区的38家境外设计机构，54名境外设计师和趋势专家与会。广交会在推动中国企业向“微笑曲线”两端延伸的实践中又迈出了坚实的脚步。

航母已经打造 正待扬帆启航

——广交会专业化服务之路

广交会紧扣时代脉搏，以客户为导向的服务哲学贯穿改革始终，坚持政策的连续性和一贯性，巩固广交会已有的辉煌，为55年的历史掀开了新篇章。

10年磨砺 筑全方位服务体系

参展商和采购商可谓一个展会的两条生命线，广交会的承办单位——中国对外贸易中心（以下简称外贸中心）在1999年组建广交会工作部，专职负责国内参展商服务，对外联络部负责海外采购商服务。其他参会人群包括新闻媒体、行业协会、政府有关部门、国际组织等，也分别由外贸中心各部门归口管理。

谋局布阵 广交会的基本服务

自从1974年广交会迁至流花路后，到第90届前夕，展馆使用已近30年，外贸中心当届投入巨资实施改造工程，展馆面貌焕然一新。2003年，外贸中心通过产权置换获得了现代化的广交会琶洲展馆，服务硬件有了质的飞跃。琶洲展馆构筑了餐饮、办证中心、现场服务点、医疗卫生、银行、邮局、物流、电子商务、旅游、票务、认证、海关、质检、信息咨询点和LED显示屏等全方位配套服务体系。

广交会每届到会五六十万人，安保工作影响全局。从第90届起，广交会开始实行全员安检，并对所有进馆车辆进行防爆安全检查。第104届全面提升展馆的安防水平，增加安防设备和人员，并投入3000多万元升级证件系统，采用高科技、高防伪的IC卡证件。

办证服务是广交会的窗口服务，办证的便捷与否在第一时间影响着客商对广交会的服务评价。第91届首次使用网上办证系统，第104届在展馆现场设立5个境外采购商报到处，在35个宾馆设立报到点，全面启用了可多次使用的IC卡智能证件，提高了办证和入场效率。

展位的搭建和管理工作不断创新。第96届对特装布展单位实施资质认证。第99届对标准展位进行美化，并对特装布展进行评比。第108届积极引导推广可循环使用的装修材料，构建绿色环保广交会。

作为展会配套服务的重头戏，广交会的餐饮服务不断改善。目前，馆内共有就餐面积3万多平方米，可供13800人同时就餐。

广交会分期举办后，搬运工作成为展会中一项关键工作。第101届推荐了3家进口展区展品承运商，提供“门对门”一站式展品物流运输服务。

广交会信息化和电子商务历经多年建设，累计投资超过2.6亿元，至今建成以网上广交会为龙头，以网络硬件系统、展会业务应用系统和相关数据库为基础的一流的电子商务服务体系，帮助参展商和采购商参会。网上广交会逾百万采购商数据的丰富资源和个性化贸易增值服务为会员企业提供了更多的贸易渠道和采购商机，令广交会真正成为一个永不落幕的贸易盛会。

锦上添花 广交会的增值服务

广交会根据客户需求，不断推出个性化的增值服务。提供个性化的服务使广交会形成了新的服务亮点和利润增长点。

第93届广交会创造性地设立跨国采购区，为海外大客户提供个性化服务。截至第109届，广交会“跨采”已连续举办了16届，规模也从最初4家发展到高峰时的13家。

广交会还推出广交会境外贵宾俱乐部系列服务，贵宾享受免费机票、酒店住宿和贵宾休闲室、免费快速办证通道和与参展商联谊等服务。

近几年，广交会陆续推出的增值服务还有：第105届起设置的户外企业及品牌展示活动区，第106届设立国内采购中心，第108届开展贸易配对系列活动，第109届推出CantonBee智能展会服务系统。

突破瓶颈 获国际化专业化发展

2006年，会展行业提出了“市场化、法制化、产业化、国际化、专业化”等五化要求，这其实正是后WTO时代会展行业谋求国际化发展和对自身提升的需求。

第90届广交会首次编制了《参展商手册》，手册的出版走出了广交会服务标准化和系统化的第一步。

第108届广交会投入近千万元创建客户联络中心，建立统一的客服热线，受理参展服务咨询、采购商邀请以及各类报障投诉等服务申请。

第109届广交会推进客户服务ISO9001质量管理体系建设工作。通过ISO9001国际标准的导入，强化“以顾客为焦点”的服务理念，高标准开展各类现场服务，并完善相关评估和监控，打造与世界一流展馆相匹配的展馆运营体系。

目前，广交会已初步搭建了以客户服务中心为主体、以客户联络中心为端口、以信息化建设为手段、以ISO9001质量管理体系为规范的综合服务平台，广交会的服务工作开始朝着专业化的方向迈进。

展望未来，广交会将一如既往地服务国家外贸事业，不断缔造新的辉煌。

长锋“利剑”当空悬

——广交会知识产权保护工作回眸

十几年磨砺，十余载诠释，广交会用自己的实践向世界昭示：广交会是可以信任的国际金牌会展，而中国是勇于承担保护知识产权责任的大国。回首10年广交会保护知识产权工作的历程，每一件与知识产权有关的鲜活案例或事件，都留下了太多令人难忘的瞬间……

做“维权卫士” 当“执法先锋”

广交会的陈列室中摆满了美国宝洁、日本三丽鸥、德国萨塔等几十家中外企业赠送的锦旗及牌匾，背后的故事则是因为大会对其知识产权保护的倾情投入。多年来，广交会持之以恒地以客观、公平、公正的态度查处一些涉嫌侵权的参展企业，其中包括涉嫌侵犯如ADIDAS、三丽鸥、飞利浦等知名品牌的案例，引起了社会各界的广泛关注，得到了国际社会的肯定。

建运行机制 创广交会模式

作为中国较早设立知识产权维权机构的展会，广交会现已有一套保护知识产权的体系，独创了广交会模式，主要体现在四方面。

其一是健全组织机构。大会设立了专门的保护知识产权机构——业务办知识产权组和大会投诉站。投诉站下设专利、商标版权、贸易纠纷板块，受理相关投诉。大会期间，国家保知办、商务部和工商总局等派员指导，7大进出口商（协）会派员驻站工作，广东省和广州市专利、商标、版权等执法单位派员现场查处，做出是否涉嫌侵权的裁定。

其二是完善规章制度。广交会于2001年制定了《保护知识产权管理暂行规定》；2002年春交会制定《涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》，实施“举证责任倒置”原则。此后，《办法》历经4次修订和完善，对涉嫌侵犯知识产权行为的惩罚越来越严厉，从取消一届参展资格，到两届、六届，再到取消永久参展资格；2010年秋交会还制订了办法《实施细则》。

其三是规范办案程序。广交会建立了数据信息传输系统；办案实行“审核-受理-查处-抗辩-结案”全程跟踪责任制；展前严把入口关，展中集中审查；完善与组团单位和商会联合办案制度，发挥其协调优势，提高办案效率；及时向各交易团通报所属企业涉嫌侵权及查处情况。

其四是重视教育宣传。广交会请各组团单位、商会在会前对参展企业作专业培训，自查自纠展品。展会期间，通过馆内外多种媒体，多角度、多渠道宣传，在广交会官方网站开设保护知识产权专栏，通报、处罚特别严重的涉嫌侵权行为。

屡获政府肯定 力推“中国创造”

从上世纪90年代初探索知识产权保护工作，到10年前正式设立大会投诉站，一路走来，广交会保护知识产权工作越来越成熟，其做法得到了我国政府的充分肯定。2004年8月，国务院印发《保护知识产权专项行动方案》，要求在中国会展业中总结推广广交会经验。广交会的保护知识产权工作还推动了2006年国家四部委《展会知识产权保护办法》的立法工作。广交会在2007年11月被广东省认定为唯一一个省级会展知识产权保护示范单位，在2009年5月被国家版权局认定为全国展会版权示范基地。

广交会还主动承担了政府活动、宣传、对外交流等工作，不遗余力地帮助参展企业树立从“中国制造”向“中国创造”转型的决心和信心。每届广交会，每年4.26世界知识产权日，广交会总是一个保护知识产权的重要宣传阵地。2006年，广交会配合商务部等六部委开展“蓝天会展行动”；2006年第100届广交会在国家保知办网站设知识产权专栏，编印《百届盛典——广交会知识产权保护巡礼》画册。2007年第101届广交会举行“4.26世界知识产权日”宣传活动，多家企业在现场签名倡议保护知识产权。2010年第107届广交会举办广东省“知识产权宣传周活动方案发布仪式暨‘4.26世界知识产权日’宣传活动”，50余家企业代表宣读《广交会保护知识产权倡议书》、演唱知识产权歌曲。

“一帆”迎风舞 “利剑”当空悬

广交会“规范执法、联合执法、文明执法”的知识产权保护模式，犹如一面迎风之悬帆，对我国展会知识产权保护工作起到很好的示范效应，其做法已融入到广东省、广州市大型展会中，也不断地被应用到我国各地展会的打击侵权行为中。

广交会见证了中国对外贸易的发展，也见证了中国保护知识产权的进步。第110届广交会将拉开帷幕，对广交会知识产权保护工作而言，也将是一个崭新的开始，但其目标没有改变，就是要使广交会成为中国出口精英荟萃之地、“中国创造”启航之港，为营造公平竞争的贸易环境，建设创新型国家，推动我国从贸易大国向贸易强国转变做出自己应有的贡献。广交会将始终高悬保护知识产权的长锋“利剑”，广交会保护知识产权工作只有起点，没有终点；没有最好，只有更好……

●本版撰文：金 星 孟淑娟 张文峰 沈冠洪 周素芬 ●图片提供：郭晓宏