

## 附件 2

## 厦门市 2024 年度品牌展会自评表

单位：(盖章)

项目：

举办时间：

一级指标	分值	二级指标	分值	分值计算	佐证材料	自评数值	自评得分
展览规模	30	展览总面积	30	超过 1 万平方米的得 5 分，超过 2 万平方米的得 10 分；每 1 万平方米再得 2 分。租赁天数 4 天的以上的方可计入	展览租赁合同、结算材料		
展览质量	14	特装占比	14	所占比例 30% (含) 以下不计分，30% 以上每增加 1% 得 0.3 分。租赁天数 4 天的以上的方可计入	展览平面图、展商名称面积列表		
展览贡献	4	在厦连续举办届数	2	每 1 届得 1 分	之前举办材料		
		主办单位在厦门纳税、注册年限	2	注册、纳税 1 年得 0.5 分 (省部级党政机关主办的以承办单位数据申报；本市党政机关主办的以主办单位数据申报；在厦承办单位为主办单位控股的，可用承办单位数据申报)	登记注册、纳税材料		
产业导向	5	符合产业发展导向	5	展会题材契合我市“4+4+6”现代化产业体系	展会方案		
国际化	10	境外参展商展览净面积	5	每 50 平方米得 0.5 分	境外参展材料		
		境外参展商国别和地区数量	5	参展商来自 3 个及以上国家和地区的得 3 分 (台港澳参照执行)，3 个以下不得分，3 个以上每增加 1 个得 0.2 分	境外参展材料		
展商品质	10	参展商总数量	5	每 100 家得 0.5 分	展商名单		
		龙头参展企业数量	5	每 1 个《财富》世界 500 强企业或行业龙头企业，得 0.5 分	龙头参展企业名单及排名		

一级指标	分值	二级指标	分值	分值计算	佐证材料	自评数值	自评分
品牌建设	6	UFI 认证	2	认证得 2 分	证书		
		展会成长性	4	从第 4 届（含）起，每增加 1 届得 0.5 分	历届举办 宣传材料		
行业影响	10	行业排名	10	根据中国会展经济研究会《中国展览数据统计报告》，入选全国展览 100 强第 1-50 名得 10 分，第 51-100 名得 8 分；入选展览项目分一类、二类行业展览面积前 3 名的得 6 分。其他细分领域行业前 3 名的展会展项目得 4 分。（就高申报）	排名表		
信息化	8	设立网站、app、小程序、微信公众号等	8	网站、app 每项得 2 分，微信公众号、视频号、小程序、抖音、小红书、哔哩哔哩、微博等新媒体平台公号每项 1 号	截图		
展会安全	3	设立并落实安全生产应急预案	1	有则计 1 分	应急预案		
		未发生群体性事件等造成负面影响	2	无则得 2 分	情况说明		