

广交会设计创新奖参评条款

一、总则

(一) 秉持“树立品质标杆，引导设计创新”的愿景，中国进出口商品交易会（以下简称广交会）每年评选一次广交会设计创新奖（以下简称 CF 奖），旨在甄选国内外兼具设计价值和商业价值的前沿精品，通过广交会平台展现设计价值、提升品牌传播、促进对接交流，助力国际贸易高质量发展。

(二) CF 奖由中国对外贸易中心集团有限公司（以下简称主办方）主办，下设 CF 奖评选办公室，负责活动的具体策划、组织和实施。主办方对 CF 奖评选活动相关事宜拥有最终解释权。

(三) 参评者是指参加 CF 奖评选的主体，包括全球各类企业、机构；参评产品是指由参评者提交的参与 CF 奖评选的产品；获奖者是指参加 CF 奖评选并获奖的主体；获奖产品是指参加 CF 奖评选并获奖的产品。

(四) 本条款适用于所有 CF 奖参评者、参评产品、获奖者和获奖产品。本条款内容包括本条款正文以及主办方已经或未来可能发布或更新的活动规则、免责声明、版权声明

及任何其他规则、政策、声明、通知、警示、提示、说明等（以下统一简称为评选活动规则）。评选活动规则为本条款不可分割的组成部分，与本条款具有同等法律效力，**参评者对本条款的接受即视为对本条款正文及评选活动规则的全部接受。**

(五) 除本参评条款另有规定外，主办方不向参评者收取参评费用。

二、参评条件

(一) 参评产品需为参评者原创、拥有独立的知识产权或相关的合法授权，且须为上市 5 年以内的作品。

(二) 参评产品需符合 CF 奖设置的 7 大产品类别（与广交会展览板块保持动态一致），具体包括：

1.电子家电类。包括电子消费品及信息产品、家用电器等。

2.建材家装类。包括建筑及装饰材料、卫浴设备等。

3.工业制造类。包括通用机械、小型加工机械及工业零部件，大型机械及设备，动力、电力设备，工程农机，汽车配件，车辆，摩托车，自行车，电子电气产品，新能源，照明产品,数控机床及增材制造设备，工业机器人，工业自动化系统及设备，智能物流与仓储设备，数字化工厂，新能源汽车整车，智能网联汽车及技术，电池及充电桩技术，电子控制系统，车载电子装置等。

4.家居消费类。包括编织及藤铁工艺品、玻璃工艺品、家居装饰品、家具、园林用品、铁石装饰品及户外水疗设施、工艺陶瓷、日用陶瓷、餐厨用具、宠物用品、浴室用品、家居用品、个人护理用具、节日用品、礼品及赠品、钟表眼镜等。

5.五金工具类。包括五金、工具等。

6.时尚生活类。包括服装饰物及配件、男女装、内衣、运动服及休闲服、童装、裘革皮羽绒及制品、家用纺织品、地毯及挂毯、纺织原料面料、箱包、鞋等。

7.健康休闲类。包括办公文具、医药保健品及医疗器械、体育及旅游休闲用品、玩具等。

备注：各大类对应具体产品细目请见网址：<https://cief.antonfair.org.cn/cn/cf/detail.aspx?oid=54534&m=m1>（化工产品类、食品类产品暂不纳入评选范畴）。主办方有权根据评选需要对产品类别进行修改、增加或删减。

（三）同一参评产品仅能由唯一参评者申请。每个参评者原则上申请参评产品上限为 10 件（系列）产品。

（四）曾获 CF 奖的产品不可重复参评；同一系列，或功能、外形、设计理念相似的产品应以系列名义申报。

三、知识产权

（一）**参评产品不得存在任何知识产权纠纷或争议。**参评者一旦提交参评申请，即视为保证提交的参评产品未侵犯

他人知识产权或其他合法权利，并自行负责一切关于其参评产品的知识产权保护问题。

(二) 参评者提交参评申请后，即视为同意无偿授权主办方基于 CF 奖评选、宣传推介活动的需要，向公众公开展示参评产品实物，并对参评产品及其包装装潢、图片、文字资料（参评者提交时标注为“公开”）采取包括但不限于使用、拍照、拍摄影像资料、三维建模等方式进行利用、宣传。除非发生第三方对参评产品提出维权主张或异议的情形，主办方不再退回、删除、修改参评产品的各项资料。在当年评选活动结束前，参评者提交的资料和实物均不对外公开。

(三) 参评者提交参评申请后，如需要撤回申请，撤回申请不得晚于征集期限截止后第 10 个自然日，并应以书面（传真或电子扫描件）形式告知主办方；未在前述时间告知的，视为无撤回申请。如认为相关产品资料不宜公开的，应当在当年获奖名单公示期及公示期结束后 10 个自然日内以书面（传真或电子扫描件）形式告知主办方；未在前述时间告知的，视为无相关申请。因撤回申请或相关产品资料销毁、退回等产生的费用，由参评者承担。

四、产品运输、仓储及保险

(一) 为确保终评评审工作的开展，在客观条件允许的情况下，参评产品须寄送产品实物到主办方指定的地点，并在完成评审、宣传展示后回运予参评者。

(二) 参评者应自行负责参评产品的运输费用及风险(含获奖产品的退回), 必要时应为产品购买运输保险。同时, 自行负责本企业工作人员的差旅费及其他相关费用, 并自行决定是否付费参与部分后续推介活动。

(三) 进入终评阶段未获奖的产品将在终评后退回参评者, 获奖产品将在 CF 奖评选活动结束或宣传活动完成后退回参评者。主办方按参评者填写的回运地址将参评产品交付物流时, 即视为货物已退还予参评者。参评者拒收的, 表明其放弃产品所有权, **主办方有权采取包括但不限于抛弃、出售、提存、代为保管等处置方式, 并由参评者承担由此产生的一切费用。**

(四) 参评者完全知晓并接受 CF 奖评选过程中参评产品**可能**会面临失窃、遭受火灾、使用损耗、损坏等风险, 相关风险均由参评者独立承担, 主办方对此不承担任何责任。

(五) 中国大陆境外参评产品寄送按照中国海关有关规定、规范执行。如因客观原因参评者无法寄送或主办方无法收取境外产品, 双方应及时沟通, 并改用视频、图片等方式推进评审工作及宣传推介。

五、获奖者相关

(一) 获奖者权益

主办方有权独立决定为获奖者提供以下一项或多项权利, 时限为当年获奖名单公示之日起一年内。部分权利将视

前述期限内广交会举办情况而确定，主办方享有最终解释权并保留根据需要对具体宣传方式、途径进行修改的权利：

1. 颁奖仪式：促成媒体高度关注，与潜在采购商的精准对接。

2. 线下展示：每年广交会期间主办方组织以行业或设计理念为主题的获奖产品展示，吸引采购商参观，为获奖企业展位精准导流。

3. 线上展示：在广交会官方网站设置展示专区，全年展示历届获奖产品。在广交会展商展品系统突出 CF 奖标签，优先搜索排名，实现智能引流。

4. 获奖印刷品：授予奖杯及证书，给予荣耀认证；出版获奖产品年鉴图册，赠予全球重要工商团体、大买家和广交会 VIP 采购商。

5. 标识使用：获奖后免费使用含年份信息的“广交会设计创新奖”、“CF 奖”名义及 LOGO 进行自主推广宣传。

6. 官方境内外宣传：通过广交会官方渠道大力宣传 CF 奖获奖产品及获奖者。

7. 展览新品推广：获奖者有机会获邀参与广交会期间的新品发布或其他宣传推广项目。

8. 品牌展位评审加分：若获奖者为广交会参展企业，则每获铜奖 1 次相应展区加 1 分，每获银奖 1 次相应展区加 2 分，每获金奖 1 次相应展区加 3 分、每获至尊金奖 1 次相应展区加 5 分、每获可持续发展奖 1 次相应展区加 5 分，每一

展区累计不超过 5 分。

（二）获奖者义务

1. 获奖产品须符合法律法规、行业标准等对产品质量的要求，不存在违法或侵权行为。

2. 在活动评选过程中不得弄虚作假、以不正当手段骗取奖项。

3. 如对获奖产品进行重大修改，后续不得对该产品继续使用获奖标志或利用其进行宣传。

4. 接受主办方的授权，非独占、非排他地使用奖项标识，仅限于宣传自身的获奖产品，且须遵守中国商标法、反不正当竞争法等法律法规，不得造成公众混淆；

5. 不得将获奖标志或奖杯用于宣传与获奖产品不符的产品，或其他可能不符合主办方合法权益的情形。

6. 承诺拥有提供予主办方使用的获奖产品及宣传资料的所有权、所涉知识产权、或其他权利所有权或合法授权及转授权（包括但不限于涉及的文字内容、图像、影像、图片、音乐、字体、肖像等），不侵犯任何第三方的知识产权或其他合法权利，并无偿授权给主办方使用（包括但不限于剪辑、编辑等）。

7. 保证提交予主办方使用的产品及宣传资料的全部内容符合法律法规的要求。

8. 若主办方因使用获奖者提供的产品及宣传资料被第

三方指控侵权或要求索赔的，获奖者应负责与该第三方交涉并保证承担主办方由此遭受的任何损失，同时，由此产生的一切法律和经济上的责任均由获奖者自行承担。

9. 对获奖产品的宣传之法律责任均由获奖者承担，因获奖者的相关行为构成违法或违反本条款规定，主办方有权召回 CF 奖有关称号并取消其获奖资格。

10. 主办方有权根据 CF 奖宣传的具体要求合理调整宣传策略、方案等，获奖者应予以最大限度的配合，并在行使其他获奖权利时，遵守主办方的规定及要求。

六、免责声明

(一) 主办方有权邀请公证部门公证终评环节，并与参与评选的评委签署相关评审承诺书。主办方及主办方邀请的评审专家对于评奖享有独立判断并决定的权利，无需进行任何解释。

(二) 参评者需按照本条款要求参与 CF 奖评选活动。如因参评者疏忽或对本条款有误解导致不能顺利参与 CF 奖评选活动，参评者不能就此对主办方提出任何主张。

(三) 主办方保留在合理范围内更新及/或修订本条款的权利，且任何修订或更新将在其发布时生效。如果此类更新及/或修订包括可能影响参评者权利和义务的重大变更，主办方将以适当的方式通知参评者。请参评者定期查看广交会官方网站 (www.cantonfair.org.cn) 上 CF 奖评选活动网

页对本条款的公布页面，以确保了解可能发生的任何更改。参评者在本条款更新及/或修订后选择继续参与 CF 奖评选的，视为参评者接受更新及/或修订后的条款。如果参评者不同意相关变更，参评者应当立即通知主办方并申请退出 CF 奖评选活动。

(四) 主办方将对参评者提交的相关信息和图片文字等资料进行严密管理，对参评者所提交的实物参评产品进行封闭式存放，只有 CF 奖邀请的评委及 CF 奖内部工作人员才能浏览或接触到有关资料和实物。

(五) CF 奖评选活动的标准、时间及相关事项以广交会官方网站 (www.cantonfair.org.cn) 上 CF 奖评选活动网页公布的为准，若有变更，主办方将及时在网上发布。请参评者密切留意网页动态，并留意有关申请的处理状态标志，恕不另行通知。

七、争议解决

(一) CF 奖评选工作接受社会监督。社会公众及参评者对 CF 奖评选活动有疑问或争议的，可在公示期间内向主办方提出并积极沟通。

(二) 主办方指定 CF 奖评选办公室负责有关异议材料接收事宜。

(三) CF 奖评选过程中或参评产品已获奖后，若第三方依据中国法律（不包含香港、澳门及台湾地区，下同）对参

评产品向参评者提出维权主张或异议，参评者应及时书面通知 CF 奖评选办公室；若第三方依据中国法律直接向主办方提出维权主张或异议，CF 奖评选办公室应及时书面通知参评者并要求参评者进行说明及提供充分资料配合核实该第三方主张。主办方有权在相关争议最终解决之前，暂停对该参评产品的评选或颁奖和推介；主办方也有权要求参评者在一定时间内妥善解决前述争议，否则，将取消相关产品的获奖资格；主办方同时保留对涉嫌侵权参评者追究责任的权利。

(四) 参评者因违反本条款或因 CF 奖评选活动有关事宜引起第三方投诉、诉讼或索赔的，参评者应当自行处理并承担可能因此产生的全部法律责任。参评者因违反本条款或因 CF 奖评选活动有关事宜导致主办方向任何第三方赔偿或遭受国家机关处罚的，参评者还应足额赔偿主办方因此遭受的全部损失（包括但不限于实际损失及维权所发生的调查费、律师费、保全费、鉴定费、评估费、诉讼费等）。

(五) CF 奖评选活动的举办地在中国广州海珠区。任何与本条款发生的争议、权利主张或案由，包括与本条款的存在或有效性相关的任何争议，首先应当友好协商沟通解决，须寻求法律途径解决的，可向活动举办地有管辖权的法院提起诉讼。

(六) 本条款适用中国法律并依其解释。

(七) 本条款中的标题仅为方便阅读而设，并不影响本

条款中任何规定的含义或解释。如果本条款的任何规定被认定为无效或无法执行，则该规定的无效或无法执行不影响其他规定的效力，其余规定应保持有效并得到执行。

(八) 参评者和主办方均是独立的主体，在任何情况下本条款不构成主办方对参评者的任何形式的明示或暗示担保或条件，双方之间亦不构成代理、合伙、合营或雇佣关系。

(九) 如果主办方发布或提供了本条款的英文版本，参评者同意该等英文版本仅为方便参评者阅读使用。英文版本与中文版本不一致的，以中文版本为准。