

真展认证 Certificate

真展资信评估北京有限公司

为什么需要认证?

- 1.获得UFI认证。
- 2.申请政府补贴扶持。
- 3.更容易被媒体报道。
- 4.成功市场营销的关键，拥有更好的市场机遇。
- 5.在获得赞助商、参展商、观众的竞争中拥有更好、最具说服力的资料。
- 6.确保主办方对自己的展会真实客观的了解。
- 7.更有效的预算和规划。
- 8.展会品牌价值不断提升的保障。

Eventgold真展认证

- 我们的宗旨：通过透明建立互信。

展会主办方自愿认证。

Eventgold真展认证是认证和公布中国展会数据的专业机构。

- 我们认证展会数据

Eventgold真展认证自创办伊始就负责采集并校对参展商信息、展位面积、观众数据及观众构成。我们为了确保信息的高质量，所有项目都有统一且明确的定义，并由国内著名审计师对当前的展会数据信息进行核实。我们使展会变得透明，提供给您即时可用的真实数据，我们保证数据的准确、一致和清晰。

- 让您赢得参展商和观众的青睐

您将在竞争激烈的展会市场中获得巨大优势：您可以用事实数据赢得潜在参展商和观众，数据在销售中也是最具说服力的筹码。初次参加展会的参展商都想（也必须）在健全的基础之上做决定。另一方面，经验丰富的参展者会时常回顾曾参加的展会，而最好的方式就是使用我们客观、可靠的数据。

经Eventgold认证的展会有更大几率被展会媒体报道，如UFI（全球展览业协会）和全球会展行业的刊物。此外，经认证的展会能帮助您更容易得到国家或地方性的展会资助。

Eventgold真展认证的优势

采用美国会展产业认证委员会(EEIAC)国际认证标准。

EXPOOPEN会展产业博览会官方指定审计合伙人。

国际展览业协会(UFI)指定会展认证审计第三方专业机构。

国际展览和项目协会会员、国际展览业(UFI)会员。

服务于全球会展。

为全球各地的参展商提供免费严谨的观众出席/个人背景信息。

认证报告内容

- 1.该会展所服务的市场。
- 2.注册和收费政策。
- 3.经核实的、按行业标准进行分类的出席者信息：
 - ▲ 展览 ▲ 会议 ▲ 媒体和分析师 ▲ 讲演者 ▲ 展商
- 4.观众行业职务分析。
- 5.观众区域分布分析。
- 6.出席情况五年历史数据。
- 7.展商数据：▲ 展商数量 ▲ 总净展览面积 ▲ 净付费面积

Eventgold真展认证流程

Eventgold保证展会数据的高质量。Eventgold认证规定是Eventgold审计师工作的基础。由著名审计公司安永代表Eventgold进行数据认证，共分三步：展前准备、展会期间进行审计、会展过后抽样并与主办方核实。

一、会展前的准备

1.1主办方向Eventgold提交会员申请表，确认展会注册过程、展会认证内容。支付认证相关费用。



1.2主办方向Eventgold提供展商名录或展位分布图，现场登记表及唯一注册码便于证员现场核实。

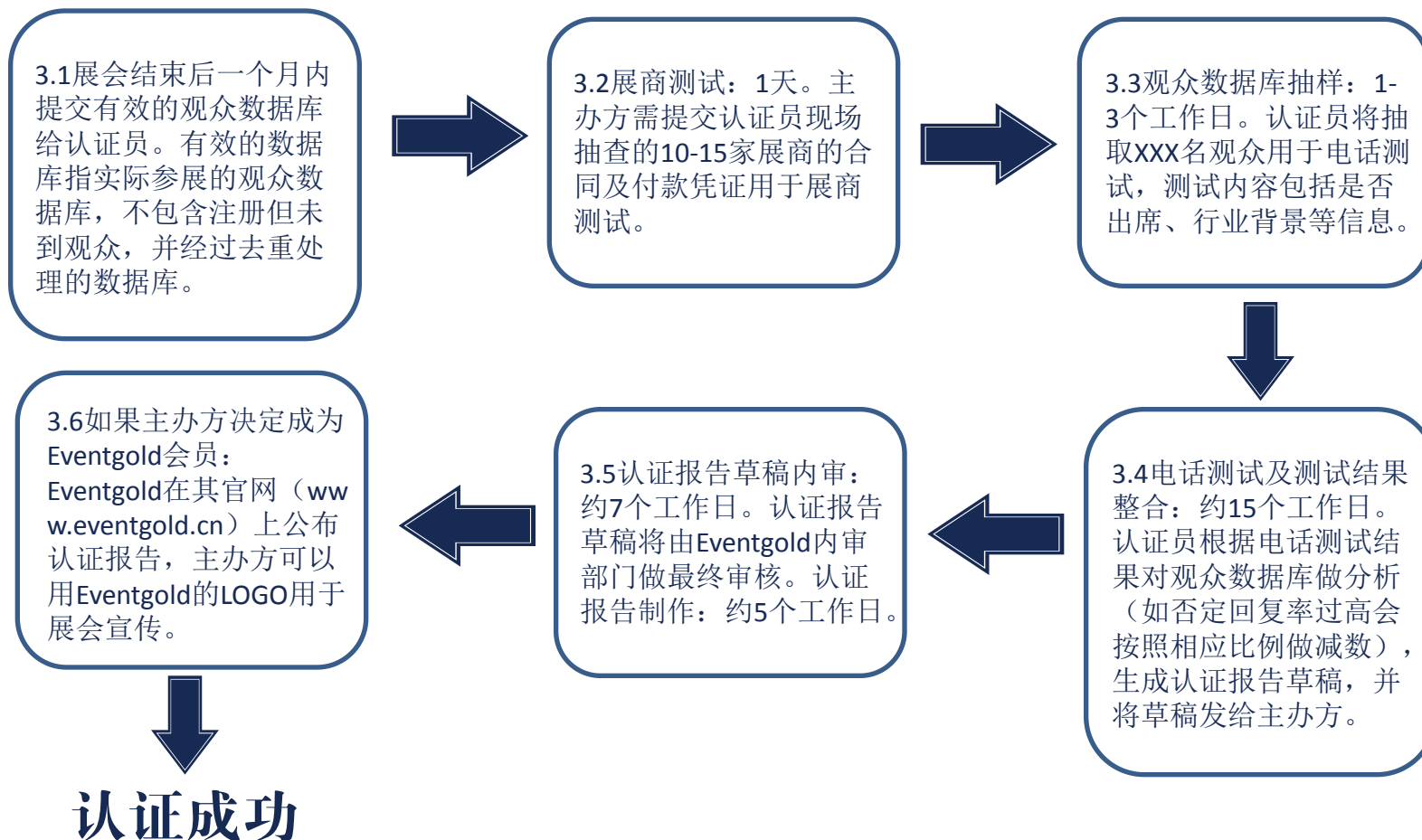
二、会展中

2.1主办方带领认证员参观并介绍门禁、安保系统，观众检测过程。



2.2认证员现场随机抽取15名展商测试展商位置及面积。

三、会展后



固定术语是稳固的根基

19条定义——进行认证的基础

Eventgold真展认证的每项认证都参照明确定义的术语。为使展会能受到客观的评估，我们制定了一系列定义，通过统一标准构建起可靠的数据基础，在相当长的一段时间内可以用于对比。

1.展会

展会是在一定时间内对经济商品(产品、服务、权利等)进行展示或交易的实地活动。

2.国际展会

当一场展会5%及以上观众和10%及以上参展商来自国外时，可定义为国际展会。（此项不属于认证程序）

3.联合展会

两场或两场以上展会同时举办，或在同一场合举办，或拥有同一批观众群体时，称为联合展会。

- ▶联合展会主题可相近，但不强制。
- ▶联合展会可由一家或多家主办方经营。
- ▶联合展会的观众通道可由各场展会通用或分开使用。（此项不属于认证程序）
- ▶若独立行业展会中有多个不同行业部门的展览，可视作联合展会，只要满足以下三条标准：
 - (1)各展览在封闭且有明确界线的区域中举行。
 - (2)参展商在物质上代表独立的单位
 - (3)对于参展商和观众，应分别投放有针对两者内容的广告。

4.展会主办方

展会主办方是设立展会主题、组织展会且（或）举办交易会或展会的机构。

5. 参展商

参展商应是一个实体(公司、个人或组织), 且拥有获批展台, 并有工作人员出席、有参展商品、服务或权利。

▶ 参展商可为主参展商或联合展商。

▶ 一家参展商若拥有多个展位则可被多次记录, 每个展位间必须有明显的界线, 并且分别展出针对不同观众群体的多种核心商品。

6. 主参展商

主参展商为与展会主办方建立了关于收费项目的直接合同关系的参展商。

7. 联合参展商

联合展商为在经过展会主办方允许的情况下, 在主参展商的展位中展出其经济商品并有其工作人员的参展商。

8. 附属出展单位

附属出展单位为在其他展商展位中展出其经济商品但没有工作人员的出展单位。

▶ 附属出展单位可为公司、个人或组织。

▶ 附属出展单位不能视作参展商, 但若有明显标示, 则可列入参展商目录中。

9. 展商国别

展商国别由其与展会主办方合同中填写的地址决定。

▶ 若发票地址与参展商的注册地址不同, 则按接受服务的地址处理。

▶ 若合同中的地址与参展商的国别不符, 可进行书面澄清。

10. 毛展览面积

毛展览面积为展厅面积和(或)室外面积, 包括由展台构成的净展览区(按单层计)和用于展会交通和服务的相关区域。

▶ 服务区域为与展会直接相关的区域, 但不一定被参展商用于展览。

▶ 服务区域包括室内临时餐饮区、为参展商和(或)观众提供服务的部门、表演场地、舞台、走廊等区域。服务区域不包括特展区。

▶ 用于常规办公、会议和讨论的区域不计入毛展览区。仓储区、永久性餐饮区或相应的室外区域也不计入毛展览区。

►对于农业类展会，室外展览区域应严格按照标准计算不可多记。

11.净展览面积

净展览区为室内和（或）室外所有展台和特别展示区面积的总和。

12.特别展示区

特别展示区为对展出物品进行整体观察或测试个人体验的展览区域。特展区包括展台、信息板和演示区。

13.展位面积

展位面积为位于室内或室外由展会主办方按照合同分配给参展商的地面区域面积。

►上述地面区域可位于一楼或其它楼层。

14.展会观众

展会观众指在展会对外开放的时间内出席展会并希望从参展商处获得信息或与参展商交流的人。

►展台雇员、记者、展会服务人员、主办方雇员都不计作观众。

►展会主办方应保证上述人员不计入观众。

►演讲者和参会人员只有到场才能被计作观众。

15.参观展会

专业观众进入一场展会称为参观展会。

16.专业观众

专业观众为以职业身份或带有商务目的出席一场展会的人

17.普通观众

以个人目的出席展会普通参观者称为普通观众。

18.观众概况

按照Eventgold真展定义，每个观众的信息会被记录下来，共同组成更为细致的观众数据。信息通过Eventgold真展统一制定的观众概况问卷收集。

►为使Eventgold真展的观众概况分析真实可信，每一场展会对应的数据必须经过认证。

19.观众国籍

观众国籍取决于观众注册时填写的信息或单独观众调查时的信息。

谢谢观看！

010-87789787 | info@eventgold.cn | www.eventgold.cn

