附件2

品牌展会指标体系相关术语释义

　　根据展览项目专业性特点和发展规律，建立相应的基础性指标和公共性指标，具体相关术语释义如下：

　　1.展览[会]：在一定地域空间和有限时间内举办的，以产品、技术、服务的展示、参观、洽谈、信息交流为主要目标、多人参与的群众性活动。

　　2.经济贸易展览会：以贸易、投资、经济合作等商务活动为主要功能的展览会。

　　3.展览总面积：展览组织单位租赁展馆室内外并实际用于展览活动的所有场地面积，不含单独租赁的会议室、办公区、仓储区的面积。

　　4.境外参展商：注册地在中华人民共和国境外（含港澳台）的参展商。

　　5.省外企业参展面积占比：注册地在中华人民共和国境内、广东省之外的参展企业展台面积占展览净面积的比例。

　　6.展览净面积。参展商根据参展合同有偿使用的展台面积总和，赠送展台以及主办方的展台不在统计之列。

　　7.观众人数：展览会期间，出于收集信息、采购洽谈、联络参展商等专业或商业目的参加展览会的观众数量，多次观展只能被计入一次。

　　8.境外观众人数：登记且有效的通信地址或身份证明为境外（含港澳台）的专业观众数量，多次观展只能被计入一次。

　　9.专业活动：是指围绕展会，为提升展会品牌、品质，引领行业发展趋势等策划、举办的各类论坛、会议、培训、赛事、新技术或新产品发布会、研讨会等。

　　10.毛利率（Gross Profit Margin）是毛利与展览会经营收入的百分比，其中，毛利是展览会经营收入与展览会经营成本之间的差额，用公式表示：毛利率=毛利/展览会经营收入×100%=（展览会经营收入-展览会经营成本）/主营业务收入×100%。

　　11.展览会经营收入：主要包括展览会主、承办单位收取参展商的参展费和展览会门票销售、广告赞助等销售收入。

　　12.展览会经营成本：包括举办展览会所需的直接费用支出，包括展馆租金、搭建会务、招商招展、宣传、差旅等费用，不包含人员劳动报酬和日常办公费用。