



Your Fair Partner

展会主办方在华官方代表暨参展受理单位：
慕尼黑展览（上海）有限公司（MM-SH）

iba 2025
慕尼黑国际烘焙技术博览会
2025年5月18-22日
德国·杜塞尔多夫

标准展位申请表

截止日期：2024年4月1日

MM-SH 授权展位销售代理商：
公司：
联系人：
电话：
邮箱：

*公司中文全称 (须与公司盖章/付款公司/发票抬头名称一致)		*公司英文全称	
*中文地址 (须与国内联系地址/发票接收地址一致)		*英文地址	
*邮政编码		*公司网站	
公司属性 <input type="checkbox"/> 制造商 <input type="checkbox"/> 贸易商 <input type="checkbox"/> 出口商 <input type="checkbox"/> 服务提供商 <input type="checkbox"/> 协会/机构 <input type="checkbox"/> 经销商 <input type="checkbox"/> 其它(请注明)			
联系人			
*姓名		*英文姓名 <input type="checkbox"/> 先生 <input type="checkbox"/> 女士	
*您在公司的职务：			
*电话 + (国家区号+省市区号+电话号码+分机)		*传真 + (国家区号+省市区号+电话号码+分机)	
*电子邮件		*手机	
公司法人代表		手机	

注：以上标注“*”为必填项目

收费标准

参展报名费	2000元/公司		含国内外通信联络费、资料费等
综合宣传费	9690元/公司		含官方会刊、网站等信息登录
标准展位价格		价格	早鸟价
	单面开	4700元/平方米	4500元/平方米
	双面开	5000元/平方米	4800元/平方米
	四面开	5200元/平方米	5000元/平方米
			1. 12平方米起, 含中国展团统一搭建 2. 早鸟价申请条件: 2024年3月26日之前的申请, 申请早鸟价展位面积不得缩小, 申请早鸟价需在截至日期前支付预付款。

我司申请展位类型 标准展位：_____平方米 单面开 双面开 三面开 四面开 (申请面积需为3的倍数, 如12、15、18)

参展费用共计：人民币_____元

1. 申请者提交本申请表须同时提交公司营业执照、商标/品牌注册资料或品牌授权代理协议, 并填写展品索引。
2. 本申请表即为参展合同, 且一经签署即生效, 参展商取消申请将产生违约金。但展位分配与否及实际展位馆区、面积及展位位置分配以主办方分配为准。最终的参展费总额按照 MM-SH 实际分配的展位面积和类型计算。
3. 申请者认可并接受本申请表及所附《参展条款》、《重要信息》(如《重要信息》和《参展条款》有不一致之处应以《重要信息》为准)、《技术指南》、《中国展团参展商手册》及《交通指南》之规定, 确认已仔细阅读并知悉本表格及所附条款, 对其中免除主办方、MM-SH 的责任、限制己方权利的条款有充分了解并同意受其约束遵守主办方的规定。
4. MM-SH 对本表格及所附条款有最终解释权。

公司盖章及法定代表人或授权代表签字 / 签署时间



MM-SH 授权展位销售代理商:
公司:
地址:
电话:
邮箱:
联系人:

展会主办方在华官方代表暨参展受理单位:
慕尼黑展览(上海)有限公司(MM-SH)

参展条款

展会时间:

2025年5月18-22日

有关展会时间的更多信息,请关注后续发布的《参展商手册》

注:本申请表格及《参展条款》中的时间均为展会举办地时间。

1. 参展申请

参展申请者均应使用本申请表格,按要求完整填写并加盖公司公章或合同专用章后及时递交给慕尼黑展览(上海)有限公司授权展位销售代理商(“授权代理商”)。

参展商需要仔细阅读《参展条款》、《重要信息》、《技术指南》、《中国展团参展商手册》及《交通指南》的各条规定。签署本表格将视同参展商已经阅读并认可上述各条规定。

授权代理商在核对该申请表格,确保填写无误后,应及时提交给慕尼黑展览(上海)有限公司。

展位分配开始时间预计为2024年4月,具体以主办方规定为准。

2. 参展资格

在以下情况下,主办方有权出于正当理由撤销参展商的参展资格:

1. 参展商在注册时未正确说明其产品范围或提供其他不准确信息;
2. 注册展品与展览主题不符;
3. 主办方意识到已就参展商的资产启动了破产程序,或者此类程序因缺乏资产而被拒绝,参展商必须立即将此情况通知主办方,不得无故拖延;
4. 参展商未结清主办方在以往展会上的应收账款,尽管已重新收到主办方的事先警告;
5. 参展商不结算主办方在本届展会上的应收账款,尽管有警告和合理的宽限期。

主办方有权在本届展会期间关闭参展商的展位,并立即采取行动。在以下情况下尤其如此:

1. 展览报价与指定产品报价不符;
2. 参展商不符合第18条《展台运营》中规定的要求;
3. 参展商不符合第13条中《食品和饮料的销售规定/分销》中规定的要求。
4. 参展商不符合第23条《广告和推广小组》中规定的要求。
5. 参展商不符合第20条《展台活动》中规定的要求。
6. 法院命令参展商承担与参加活动有关的某些作为或不作为,并且不遵守法院命令,或法院命令禁止参展商参加活动。
7. 参展商严重违反其他合同义务,特别是根据《参展条款》和法规、使用规则和技术准则承担的义务。

仅考虑到影响主办方、其他参展商和展览参观者的违法行为的严重程度要求,以及展览的持续时间和目的,主办方只有在看起来适当的情况下,才要求向参展商发出事先警告。

如参展商有违反规定中的行为,参展商的损害赔偿或其他申索将不获受理。主办方提出的索赔应受相关约束。此外,主办方有权发布临时或永久禁止参加未来展览的禁令。

3. 参展费用

慕尼黑展览(上海)有限公司为本届展会提供以下中国展团套餐选择,具体的效果图及展具配置将在《中国展团参展商手册》中详述:

标准展位最小申请面积为12平方米。

标准展位费:

- 单面开:4700元/平方米;
- 双面开:5000元/平方米;
- 三面开:5100元/平方米;
- 四面开:5200元/平方米;

标准展位费早鸟价格(2024年2月23日截止):

- 单面开:4500元/平方米;
- 双面开:4800元/平方米;
- 三面开:4900元/平方米;
- 四面开:5000元/平方米;

每家参展商须支付2000元参展报名费。

综合宣传费

参展商应支付总计为9690元的综合宣传费。本费用包括综合会刊登录(印刷费用、网站宣传以及在适用的情况下,移动设备宣传的费用)、产品和服务指南的公司网址链接等。同时还包括《观众指南》和其他通讯服务。参展商可向相关广告媒体订购其它宣传推广服务,但须支付额外费用。相关订购表格中列明了额外刊载和推广信息的价格,该表格将由签约媒体服务合作方发送给参展商。

以上所示所有价格均不含19%德国增值税,目前德国税法暂时取消了向非欧盟国家征收19%的增值税,但不排除今后有变更的可能。

参展费涵盖了展台租金以及主办方及慕尼黑展览(上海)有限公司提供的其它延伸服务,包括:在由主办方及慕尼黑展览(上海)有限公司组织的范围内,就展台规划提供建议、就展台设计的现场技术条件和要求提供建议、就展台布展和撤展提供建议、展会构思和公关工作、

展会观众市场推广和观众招募、准备和组织展会相关的开幕活动、新闻发布会、演出和参展商晚宴；在由主办方或由第三方代表主办方组织的范围内，准备和开展各类论坛和表演；按照第 16 条“参展商胸卡”的规定向被授权人员提供参展商胸卡、所有展区的灯光、空调设备、活动现场基本安保服务、公共区域的定期清洁、用于向展会观众发布信息的音响系统和其它观众信息系统，包括引导标识、提供观众休息室、为参展商、观众和展览场所内新闻工作者提供会议室和饮食设施、配备急救人员，并提供至活动现场和活动现场内部的交通路线。

展会报价和价格调整权。

展会以欧元报价，参展商应承担汇率波动带来的风险。在展会开展前，如出现展会举办国的适用税率被调整至较高税率的情况，展会主办方有权对参展费用进行相应调整。

参展商付款方式及流程：

授权代理商向参展商收取相关参展款项及各项服务、罚金等费用。授权代理商在收款后需要向参展商出具正规发票。

参展商提交签署的本表格后，须立即向相应的授权代理商支付参展费的预付款(即，展位费 18000 元+综合宣传费 9690 元+参展报名费 2000 元)。在展位分配后(即，授权代理商发出展位分配邮件或确认书)，根据具体分配的展位面积和类型计算参展总费用(含展位费、综合宣传费、参展报名费等)后，参展商应向授权代理商支付参展费尾款。

参展商根据《中国展团参展商手册》预订各项服务后，应向授权代理商支付相应服务费用。

参展商如因为撤展、违反主办方规定等情况而产生各类罚金、违约金·(详见第 3、6、8、23、29 条等)，应向授权代理商支付相应罚金。授权代理商收取参展商各类费用后，应根据慕尼黑展览(上海)有限公司的规定支付给慕尼黑展览(上海)有限公司。

4. 联合参展/额外代表公司

本展会不适用。

5. 付款条约

参展商应按照授权代理商发出的付款通知书上规定的付款截止日期付款。参展商支付全额参展费后才能进入展区、并获得所有展会媒体(刊载、互联网和移动设备)的综合登录和参展商胸卡。所有付款的银行手续费由参展商自行承担。

参展商的申请获得批准后，展台内的所有物品均应作为主办方对参展商所欠任何未付金额的担保。

参展商无权对主办方提出的付款索赔抵消反诉，除非反诉已由法院确定或主办方认可。

参展商有责任遵守所有适用于其公法的规定和要求。参展商应赔偿主办方因不遵守上述规定和要求而引起的所有索赔。

6. 展位取消，缩减和修改变更

参展商提交签署的本申请表的同时需立即向授权代理商支付参展费预付款，如果该参展商没有被批准参展，则该预付款将无息归还。如果参展商自行缩减面积，减少部分面积的预付款也不予退还。

参展商提交申请表至展位分配前，取消或缩减展位，预付款不予退还。

从参展商确认所分配展位之日起，如展商全部取消或减少已经确认的展位，授权代理商应根据主办方要求努力将该展位租售给其他展商，但授权代理商没有义务向取消或减少已经确认的展位的展商作出任何承诺。如果授权代理商无法成功将该展位转租，则取消或减少已经确认的展位的参展商仍然需要全额支付原定 100%展位费、参展报名费、综合宣传费及主办方和慕尼黑展览(上海)有限公司已经发生的其他费用作为违约金；如果授权代理商成功将该展位转租，则取消或减少已经确认的展位的参展商的预付款不予返还，同时，参展商应支付主办方和慕尼黑展览(上海)有限公司已经发生的其他费用作为违约金。

如果展商不能及时履行其支付义务，或展商违反本合同约定和相关展会规定，主办方或慕尼黑展览(上海)有限公司有权取消其参展资格，在此情况下参展商应依据前款取消展位所约定的违约金金额支付相应违约金。

展位位置的修改/后续变更

如果与展览会的执行有令人信服的理由(例如，空间不足、展台之间有空隙、展厅完全或部分关闭)，主办方有权重新分配展台空间和展台尺寸，移动或关闭展览场地或展厅的入口和出口，并进行任何其他结构改造。主办方不会要求展位尺寸偏差超过最初分配空间的三分之一。

如果遇到不可抗力 and 主办方无法控制的其他不可预见的障碍，无法通过合理的费用克服，并且无法以暂时中断展览会的方法处理时，主办方有权全部或部分取消展览会。如果需要，也可以在展览会期间完成此操作。主办方应立即将取消和原因通知参展商，不得无故拖延。

以下事件应被视为不可预见且超出主办方的控制范围：

恐怖行为，流行病，自然灾害或极端自然事件，爆炸，火灾，破坏，长期电网中断，第三方公司罢工，遵守法律和政府命令，官方禁止非因主办方的不当行为或类似无法容忍的官方约束而造成的事件，以及主办方未能遵守保护交通的义务，尽管采取了外部环境(例如卫生要求)所需的合理努力。当展览会的目的预计会受到严重损害时，例如，如果只有五分之一的参与者或几乎所有市场领导者可能缺席，或者如果访客和参与者之间的互动无法得到保证或由于健康风险原因将受到严重限制。

因上述原因之一取消展览会，参展商不用支付参展费；已支付的款项将予以退还。如果展览会在开展后被取消或缩短，或者如果展览区域或其部分暂时或永久地被限制，参展费不再退款/减免。

如果存在上述的理由，主办方有权将展览会推迟，而不是取消，以达到阻止展览会开展的情况很可能不再存在的时间点，但该时间点初始展览会日期后不超过 18 个月。主办方有权自行决定取消和推迟，同时考虑到所有相关情况，如可用日期，市场环境(包括竞争展会)，预期的观众数量等。主办方应立即通知参展商任何延期以及阻止展览会在最初日期举行的原因。

在更换场地的情况下，双方仍应受组织者合同的约束；但是，参展商无权要求获得与展会未被取消时相同的展位。上述条款仍适用于展位空间的变化。倘若参展商不参加延期展会选择退展，则到期金额或已支付金额的退款可能会根据上述条款减少。主办方有权将初始日期和延期日期之间产生的任何间接费用转嫁给参展商。如果参展费比初始日期增加 5%以上，参展商有权退出合同。

7. 布展和撤展日期

布展和撤展时间，请关注后续发布的《参展商手册》。
暂无。

8. 展会结束时间

展会结束时间为 2025 年 5 月 22 日下午 17:00。展商不允许提前撤展（包括但不限于移走展品或拆除展台），如违反将要支付违约金，且主办方有权拒绝相关参展商参加今后由该主办方承办的展会。

9. 驾驶，运输和停车

机动车辆只有需要装货或卸货才将被允许进入展馆。如果是特殊需求的装卸，事先需要得到主办方书面批准。在展馆驾驶也需要适用于德国道路交通法规（StVo）。在装货或卸货完成后，车辆必须立即驶出卸货区，

停靠在指定的停车区域。标注的行驶区，消防部门划定的区域，紧急通道不能以任何理由占据。主办方有权将任何没有授权的停放车辆移走，产生的费用将由车辆的所有者承担。

10. 展台设计和搭建

中国展团标准展位由慕尼黑展览（上海）有限公司合作供应商负责统一搭建。展台设计、配置及展具增租等信息，请关注后续发布的《参展商手册》。

11. 官方规则和许可

在展区内进行安装、装修和拆建，展商需遵守主办方《参展条款》和《技术指南》。除《技术指南》外，所有展示品和设备需遵循相关的 TÜV 安全导向（德国技术检查和控制机构）；遵守执行代码。转塔式起重机和类似的设备须按照规定进行固定。为了保证安全，禁止在起重机上悬挂除轻质旗帜外的广告媒体材料或其他物体。

12. 技术性安装

所有技术服务，如电力、水和压缩空气等仅可向主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司订购。更多信息请关注后续发布的《参展商手册》。

13 销售规定

禁止在展位上进行直接销售和提供其它服务或进行交货，包括原型（专业媒体除外）。展会结束前，不得将参展商品交付给买家。根据贸易条例（GewO）第 64 条的规定，所有销售只可面向批发商、零售商或贸易客户。如有违反，主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司将有权封闭展台。

在向公众开放的展览会上（根据《德国贸易、商业和工业法规》第 65 条注册），参展商有权获得其参展商品的订单。允许在展台直接销售。活动期间展出的所有商品的价格必须使用清晰易读的价格标签（包括增值税或销售税）标明，或者参展商必须能够提供价目表。禁止在活动正式开放时间以外分发商品。

食品和饮料的分发（即使是免费的）在任何情况下都需要许可（符合展览政策）。必须向主管当局申请许可。饮料分配系统（在 CO2 或

N2 的压力下分配啤酒和其他饮料）只有在符合公法相关技术要求的情况下才能运行。

14 媒体服务（展会会刊-互联网-移动设备）

综合登录内容包括公司名称、地点、展馆、展位号；以及登录产品索引等。需要注意的是，涉及到个人数据的电话号码、传真、移动电话以及邮箱信息需要得到参展商明确的最终许可，否则这些信息将不会被刊登。

参展商还可另行填写订购表格，申请在这些通讯媒体上登录更多信息，例如产品索引和其他宣传机会。主办方聘请的（以自己名义独立处理申请者的相关额外登录的）媒体合作方将及时将订购表格发送给申请者。对于展会会刊的准确性和完整性，主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司不承担任何责任。

参展商对于其在上述主办方展会会刊中广告内容的合法性，尤其是是否符合关于竞争方面的法律承担全部责任。如果第三方因广告违反一般法律或竞争方面的法律而向主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司提出权利主张，参展商应保护主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司，使其免受所有权利主张的损害，包括承担主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司在法院进行任何必要抗辩时发生的所有费用。此规定同样适用于参展商、联合参展商在主办方展会会刊（纸质会刊、互联网和移动设备宣传）中所登录的信息。

15. 展位操作的一般条款

展位必须经过合理的布置并配备合格的工作人员，同时，在活动开放时间内向观众开放。否则，主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司有权拒绝接受该展商之后的参展申请。

符合展会规定的销售及产品展示只允许在租用的展位内进行。人行道必须保持畅通。

参展商需承诺在整个活动期间展位上都有工作人员并展示已注册的产品；不得展示所列产品以外的产品。参展商需声明并保证其拥有展示展品的完全法律权力，并且这些展品是全新的产品。不得展出二手商品。

展会相关物品，由于他们的外表，气味，噪音，震动或类似情况对于其他展商，观众或其他展商的展品产生任何危害或干扰，在主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司的要求下，必须立即移除展馆。即使展商已将上述的内容列在本申请表上并且主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司已经接受，展商的责任依然存在。

16. 参展商胸卡

有关参展商胸卡的更多信息，请关注后续相关文件。

17. 函件通知

在展位分配以后，授权代理商或慕尼黑展览（上海）有限公司将通过函件（邮寄或电子邮件）告知参展商关于展会准备及组织的进一步详细信息。

18. 噪音，音效

活动期间（参见开放时间）机器、视频、音乐、展台表演等需经过主办

方或慕尼黑展览（上海）有限公司事先书面同意，且不得干扰其他参展商，也不得对其他参展商产生负面影响。相应地，音响和其它扩音器 / 音响系统须面向自己的展台，朝向应确保该声音不会出现在相邻的展台或走道上。展台边缘处的声级不得超过 60 分贝。主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司有权限制或禁止任何类型的产生噪音、光学干扰或因其它原因对活动尤其是活动参加者造成危害或损害的行为，无论这些行为是否事先已获认可。展商必须遵守相关法律规定。设备运行声级不得超过 70 分贝。

根据《版权法》的规定，任何类型的音乐表演都需要获得 GEMA（音乐演出和作品复制权协会）的许可。参展商应自行联系 GEMA 或其他版权机构以获得在其展台使用相关作品的权利。

19. 摄影、拍摄、录像和素描

在展览期间，展商只可在其展台内部进行录像和录音。更多信息，请关注后续相关文件。

主办方或其委托的服务提供商有权在整个展览场地采集音像资料，并在尊重出镜、出声人员权利的情况下，将其用于自己或一般宣传物品的图片中。如果这对于其展位是必要的，参展商应授予主办方许可，以利用其有权享有或以其他方式授予的所有知识产权或其他财产权，但其自身形象权除外。此外，参展商应保证其有权授予上述许可。如有需要，参展商应及时自费授予上述许可，或通知主办方无法授予上述许可。

20. 展台活动

展台内的活动如果超出一般推荐或演示的范畴，需要事先得到主办方的书面许可并遵守活动的相关规定（安保、时间和清洁工作等）。更多信息，请关注后续相关文件。

21. 展品运输

展商如选择国际快递服务，由于货值填报等原因可能造成货物清关延迟，为避免样品丢失等问题对参展造成不便，建议选用《中国展团参展手册》中的推荐货运运输商。所有运输合同均由展商与运输商另行签订，主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司不承担任何责任。

需运送到展台的展品、寄存品、信件及其他邮件需用英文标明以下信息，并与推荐的货运运输商提前确认好派送时间和接收人信息：

- 展会名称
- 展馆（指定名称：A, B 或 C 加展馆号码 1-6）或室外展示区域（指定名称：F 加区域号 5-13）
- 参展商展台号码
- 参展商姓名
- 货物接收人联系电话：
- 展馆地址：Messegelände/Willy-Brandt-Allee, 81829 Munich, Germany

主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司不为展商代收展品、信函等。主办方同时建议不要将展品在开展和撤展期间遗留在无人看管的区域。

22. 展示区域复原

所有展示区域必须在规定的撤展完成日前按照原始状态移交给主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司。包括各种类型的胶水、黏贴物品等必须清除完毕；不允许对展具、展台结构造成破坏；不可遗留任何形式的

垃圾如宣传资料，包装材料，展台结构材料等。为此，必须及时向主办方及包括各种类型的胶水、黏贴物品等必须清除完毕；不允许对展具、展台结构造成破坏；不可遗留任何形式的垃圾如宣传资料，包装材料，展台结构材料等。做相关展示区域的登记以便进行验收。

主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司有权利在展商违反以上条款时由授权的清洁公司完成清洁工作，费用由展商承担。展商需承担针对展具和展台结构破坏的赔偿。重要提醒：漏油会腐蚀柏油路面。主办方将负责修复脏污或损坏的区域，其费用由相关参展商承担。

23. 广告和推广小组

禁止在会展中心展台边界以外的区域进行广告活动、使用固定和移动的广告媒体、部署宣传团体以及散发打印资料和饮 / 食食品，除非参展商已就该等活动向主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司提出申请并获得批准。开展该等活动须支付费用。主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司有权制止会展中心展台边界以外区域未经授权的广告活动，特别是有权将广告宣传人员逐出会展中心，并有权没收、撤除或销毁未经授权的广告媒体。对于未经主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司授权在会展中心展台边界以外区域开展广告活动的参展商，参展商将被收取 2,000 欧元的违约金，展商的展位也将被撤销，主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司主张其它赔偿的权利不受影响。

24. 清洁

参展商有责任每天清洁自己的展位。主办方仅负责清理展馆公共区域的卫生。

有关垃圾分类的更多信息，请关注后续相关文件。

严禁将各类包装（如箱子、包装材料等）置于展览大厅、卸货区以及展台内外。所有包装应立即处理。参展商可以付费将包装材料交由运输代理存放在展馆仓库中。如参展商在主办方的要求下没有及时解决违规处理的包装，主办方有权将其移除，相关费用及风险由参展商承担。

25. 安全

主办方将负责展馆公共区域及进入展馆的安保。展商必须负责自己展位的安全及展品的安全。主办方授权的安保公司可以提供有偿安保服务。

参展商承诺在有关秩序和安全的事项上遵守展览工作人员的指示。

展览场地的室内设施全面禁烟。

26. 变更

主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司保留对影响技术安排和安全的事项进行变更或添加的权利。

27. 不可抗力，取消展会

如果由于不可抗力（地震、旱灾、海啸、台风、飓风、水灾等自然灾害，火灾、战争、暴乱、恐怖活动、政府行为、瘟疫，及被适用法律认为是不可抗力或国际商业惯例公认为是不可抗力的其他行为或事件）或者其它超越其控制范围的情况（例如断电）而导致主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司被迫暂时或长时间清空一个或多个的展览场地，或者推迟

或者缩短展览会，参展商无权要求行使解除或者取消本合同，也没有任何向主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司提出索赔的权利，尤其是要求损坏赔偿金的权利。如果主办方由于不可抗力或者其它超越其控制范围情况而取消展会，或者由于对于主办方来说举行这样的展览会已经变得不合理而取消展会，主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司对于因以上原因而导致展会取消所给参展商造成的损害和不利影响不承担责任。慕尼黑展览（上海）有限公司不因展会的取消、变更向参展商承担责任。

28. 责任和保险

为保证展会顺利进行以及出于对各种安全方面的考虑，主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司要求所有参展商必须购买第三者公众责任险以及其它涉及其雇员人身、参展展品的相关保险。

主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司对遗失、失窃、火灾引起的损失，任何性质对人身或物品造成的伤害概不负责。

由于展商参展或任何与其参展相关的原因而使主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司遭受索赔的，该展商应对主办方或慕尼黑展览（上海）有限公司做出补偿。

主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司对展商或其代理、雇员及搭建商的人身以及其财产因展览而造成的直接或间接的遗失、破坏、损毁概不负责。

主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司对于由参展商带至展览会的展品或者展览场地的设施或者装备的损害或者损失不负赔偿责任。在这种情况下，损害或者损失是否发生在展览会之前、之中还是之后没有实质区别。对于参展商、他们的雇员或者代表人停放在展览会上场地的汽车，本条款也同样适用。

对参展商自身而言，对于因其自身、其雇员、其代表人和其联合参展商以及其展品或者展览的设施和装备给他人个人或者所有物而造成的损害负责。

主办方和慕尼黑展览（上海）有限公司对展品出、入境货运过程（包括运输、搬运及报关）中所造成的遗失、损坏或延误概不负责。展商应投保充分的运输险。

展商应投保充分的运输险。展商有义务和责任依法完成报关和清关工作，慕尼黑展览（上海）有限公司不承担任何连带法律责任。

29. 知识产权

参展商保证提供的与参展有关的展品、包装和广告宣传材料等均不侵犯第三方合法权利，包括但不限于已注册或其它确认商标、著作权、设计、名称及专利等。参展商及其代理商应积极配合知识产权相关部门的监督与管理，以及现场取证、勘验、询问，缴纳罚金等工作。参展商及其代理商等应接受有关部门处理并撤出涉嫌侵权展品以及有关资料，主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司亦有权要求清除任何涉嫌侵权的展品或材料。主办方及慕尼黑展览（上海）有限公司有权拒绝有关确定侵权之参展商参加日后的展会。

30. 法律适用及管辖

本合同及附件适用法律为中华人民共和国法律。若有任何由本合同直接

引起的，或因本合同有关内容所引起的，或因本合同违约、终结或失效而引起的纷争、争论或要求（总称“纠纷”），双方应在纠纷出现第一时间进行友好协商。若不能友好解决，任意一方应将此纠纷递交至上海国际经济贸易仲裁委员会，根据仲裁步骤规则在上海进行仲裁。

31. 数据保护

参展商承认并同意主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司以及授权代理商可以为实现其商业目的而处理和使用与参展商相关的个人信息，也可以为了充分履行以上所有与合同相关条款而将其信息转交给第三方，但前提是前述使用应遵守数据保护的相关法律。参展商确认并承诺其向主办方、慕尼黑展览（上海）有限公司以及授权代理商提供的相关个人信息的来源合法，且其对该等个人信息依据本《参展条款》的使用已取得相关个人的授权同意。

主办方遵守 GDPR（即《通用数据保护条例》）的规定，确认对个人数据的收集、存储、修改、传输、阻止、删除和使用符合相应的数据保护规定和其他适用的法律规定。有关更多详细信息，请参阅参展商在注册时阅读并同意的数据保护声明，该声明见主办方网站。

32. 分离条款

如果本《参展条款》中规定的条款在法律上无效或者不完整，其它条款或相关合同的有效性将不受影响。在这种情况下，合同双方有义务更换失效的条款和/或补足相关条款，最大可能地使得合同双方实现其追求的经济目的。

主办方保留修改和补充其关于 COVID-19 预防和卫生条款的权利；如有变更，将及时通知参展商。

参展商不能从主办方在以往活动或合同中相对于参展商的商业惯例中获得本届或未来活动的任何权利。