|  |
| --- |
| 深圳市“瞪羚品牌”申报表 |
| 企业名称（全称） |  | 注册成立日期 |  |
| 品牌名称及logo |  | 员工人数（社保人数） |  |
| 主营产品介绍（含产品类别） |  |
| 注册地址 |  |
| 实际经营地址 |  |
| 法定代表人  |  | 联系方式（手机） |  |
| 企业联系人 |  | 联系方式（手机） |  |
| 所属行业 |  | 行业代码 |  |
| 企业简介 | （500字以内） |
| 一、品牌建设 |
| 是否有明确的品牌定位（含品牌战略、品牌文化、品牌价值观和愿景等） | □是，需提供企业内部或外部的品牌定位相关证明材料□否 |
| 是否有品牌未来的发展规划 | □是，需提供企业内部或外部的品牌发展规划相关证明材料 □否 |
| 是否设有独立品牌部门 | □是，需提供部门具体职责等相关证明材料 □否 |
| 品牌部门最高负责人职务级别 |  | 需提供正式任命文件等证明材料  |
| 是否有完善的品牌运营管理制度 | □是，需提供制度文件相关证明材料 □否 |
| 是否建立品牌培训机制 | □是，需提供培训机制文件及记录等证明材料 □否 |
| 专利数量（个） | 发明专利 |  | 需提供专利证书等相关证明材料 |
| 实用新型专利 |  | 需提供专利证书等相关证明材料  |
| 外观专利 |  | 需提供专利证书等相关证明材料  |
| 是否有原创VI品牌形象 | □是，需提供门店装修资料、照片等相关证明材料 □否 |
| 是否有国家、省、市非遗传承工艺 | □是，需提供非遗证书等相关证明材料 □否 |
| 是否获得政府表彰（国家、省、市级） | □是，提供奖项证书、奖项说明等相关证明材料□否 |
| 上一个完整年度（2022年）研发投入占营收比例（%） |  | 审计报告需包含研发投入相关数据 |
| 二、品质管理 |
| 是否有完善的产品质量管理体系 | □是，需提供本企业质量管理体系、制度和流程标准等相关证明材料 □否 |
| 是否通过国际质量管理认证体系（ISO、HACCP） | □是，需提供相关认证证书等证明材料 □否 |
| 原材料供应商是否通过国际质量管理认证体系（ISO、HACCP） | □是，需提供供应商相关认证证书等证明材料 □否 |
| 是否自有工厂 | □是，需提供物业购买、租赁合同，设备购买凭证等相关证明材料 □否 |
| 是否有第三方合作工厂 | □是，需提供合作协议等相关证明材料 □否 |
| 第三方合作工厂是否通过国际质量管理认证体系（ISO、HACCP） | □是，需提供第三方工厂相关认证证书等相关证明材料 □否 |
| 是否制定企业标准 | □是，需提供标准文件等相关证明材料 □否 |
| 是否主导或参与制（修）国际、国家、行业、地方标准 | □是，需提供标准文件等相关证明材料 □否 |
| 是否使用数字化协同办公工具（如企微、钉钉、飞书等） | □是，需提供合作协议、工具使用证明等相关材料 □否 |
| 三、渠道建设「1」 |
| 全国门店数量（个） |  | 深圳门店数量（个） |  |
| 全国直营店数量（个） |  | 深圳直营店数量（个） |  |
| 总营业面积（m2） |  |  |  |
| 国内门店覆盖城市数（个） |  | 需提供合同（关键页）等相关证明材料 |
| 入驻的城市、购物中心及门店规模**「2」** |  |
| 入驻的线上渠道**「3」**(官方旗舰店) |  |
| 有自建线上销售渠道（网站、小程序、app等） | □是，需提供合同、渠道链接等相关证明材料 □否 |
| 四、市场营销 |
| 上一个完整年度（2022年）的广告宣传投入（万元） |  | 需提供合同（关键页）等相关证明材料 |
| 上一个完整年度（2022年）的品牌代言投入（万元） |  | 需提供合同等相关证明材料 |
| 上一个完整年度（2022年）举办非销售性质的品牌宣传活动次数 |  | 需提供活动方案、现场照片等相关证明材料 |
| 线上宣传渠道**「4」** |  |
| 线下宣传渠道**「5」** |  |
| 是否有官方媒体**「6」**宣传推广 | □是，需提供具体报道等相关证明材料 □否 |
| 是否有跨界联名 | □是，介绍与知名品牌、IP跨界合作联名情况，提供合同、产品图片等相关证明材料 □否 |
| 是否开展数字化营销**「7」** | □是，需提供合同，或数字化系统、工具使用情况等相关证明材料 □否 |
| 是否有专门的售后服务团队 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否有完善的售后机制和质量承诺 | □是，需提供售后机制文件等相关证明材料 □否 |
| 是否参与社会公益 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 五、发展潜力 |
| 近三个完整年度的营业收入（万元） | 2022年 |  | 以审计报告数据为准 |
| 2021年 |  |
| 2020年 |  |
| 近三个完整年度的营业收入复合增长率**「8」**（%） |  | 以审计报告数据为准 |
| 近三个完整年度的平均毛利率（%） |  | 以审计报告数据为准 |
| 上一个完整年度（2022年）海外营业收入（万元） |  | 审计报告需包含海外营业收入数据 |
| 海外（境外）销售国家（地区）数量（个） |  | 需提供相关证明材料 |
| 融资情况 | 融资轮次 |  | 需提供相关证明材料 |
| 累计融资金额（万元） |  | 需提供相关证明材料 |
| 投资机构名称 |  | 需提供相关证明材料 |

注释：

「1」渠道建设：门店数量、营业面积、覆盖城市数量、入住渠道等统计时间截至2022年12月31日。“门店”仅指该品牌专营门店，不包括多品牌混合经营门店。

「2」入驻城市、购物中心及门店规模：例：深圳万象天地，200㎡（可以附件表格形式提供）。提供合同（关键页）等相关证明材料。

「3」入驻线上渠道：入驻线上渠道（包括国内外渠道（含跨境电商）：京东、淘宝、小米、拼多多、苏宁、国美、得物、抖音、快手、虾皮、Lazada、亚马逊、Wish等）的官方旗舰店。需提供合同（关键页）等相关证明材料。

「4」线上宣传渠道：官方媒体、网站、自媒体、社交媒体、搜索平台、视频网站、电商平台、短视频平台、游戏等。提供相关证明材料。

「5」线下宣传渠道：户外大屏、墙面广告、电梯、高铁、地铁、公交、出租车、高速等。提供相关证明材料。

「6」官方媒体：指政府官方媒体，如中央媒体、省级媒体、市级媒体，和行业专业媒体。

「7」数字化营销：指数字化客户营销系统，如客户关系管理（CRM）系统、私域运营工具等。

「8」近三个完整年度营业收入复合增长率

={$\sqrt[2]{（\frac{2022年营业收入}{2020年营业收入}）}$-1}\*100%。

