附件2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **厦门市湖里区首店经济政策品牌资质评分表** | | | |
| **一级指标** | **二级指标** | **指标说明及分值** | **佐证材料** |
| **品牌力**  **40分** | 品牌发展  15分 | 品牌创立时间15年及以上得15分，10-15（不含）年得12分，5-10（不含）年得8分，3-5（不含）年得5分 | 注册商标、品牌发展历程等佐证资料 |
| 品牌区域拓展范围  10分 | 全球范围设店得10分，全国（内地）范围设店得6分，全省范围设店得4分，全市范围设店得2分 | 品牌在各地门店的工商登记信息等门店营业证明 |
| 品牌规模  15分 | 15个及以上国内外城市开设品牌店得15分，在10-14个国内外城市开设品牌店得12分，在6-9个国内外城市开设品牌店得8分，在3-5个国内外城市中开设品牌店得5分 |
| **店铺实力**  **29分** | 环境匹配度  5分 | 店铺所处商业环境的成熟度（成熟度高，在主要核心商圈、商业街区内得5分；成熟度中等，在商圈、商业街区得3分；成熟度低得2分） | 1.店铺经营环境实景照片或影像资料等；  2.使用自由用房的，需提交不动产登记证、规划建设许可证或其他房屋产权证明材料；使用租赁用房的，需提交业主方相关材料及有效期内租赁合同复印件。 |
| 店铺面积  10分 | 经营面积为品牌同级别平均水平2倍及以上的得10分；面积为品牌同级别1-2（不含）倍得7分；0.5-1（不含）倍得5分；0.3-0.5（不含）倍得3分  （零售、餐饮店铺经营面积平均水平设为80平方米，甜品、饮品店铺经营面积平均水平设为30平方米） |
| 店铺实力  4分 | 店铺为旗舰店等品牌升级门店，或品牌、店铺曾获得有关荣誉、入选权威榜单的得4分 | 品牌升级门店自证材料、荣誉证明 |
| 区域总部  10分 | 申报主体公司为品牌在厦门的唯一授权单位，且该公司至少经营两个及以上该品牌门店（门店地址包含但不限于厦门地区）的得10分 | 区域总部自证材料、门店登记信息等佐证资料 |
| **经营能力**  **23分** | 知名度  8分 | 店铺开业的本地及国内其他媒体曝光度（含纸媒、电视、广播、互联网媒体、微信公众号、自媒体等）的阅读量，200万以上得8分，150万-200万得6分，100-150万得4分，50万-100万得2分 | 提供媒体名称、新闻标题、新闻截图及网页链接清单 |
| 销售额  15分 | 开业后半年内的销售额500万元及以上得15分，250-500（不含）万元得12分，120-250（不含）万元得9分，60-120（不含）万元得6分 | 提供开业后半年税务申报的证明材料 |
| **创新能力**  **8分** | 新品经营  3分 | 品牌在坚持产品品质前提下，创新开发产品，丰富产品品类得3分 | 新品发布信息等佐证资料 |
| 知识产权  3分 | 品牌获得国外和中国发明专利、实用新型专利、外观设计专利、著作权登记等得3分 | 专利信息相关佐证资料 |
| 绿色经营  2分 | 产品全生命周期节能、低碳、环保，或能落实节能、低碳、环保的经营管理理念得2分 | 绿色产品信息或店铺配置节能设备、实行绿色宣传等相关佐证资料 |
| **首店认定** | 专家评审团 | 根据企业得分、开业情况及小组会议表决，确定品牌是否“品牌首店” | |