附件

**厦门市湖里区首店经济奖励政策申报指南（试行）**

1. **总 则**

**第一条** 为推动厦门市湖里区首店经济发展，根据《湖里区进一步促进商贸业稳定发展若干措施》（厦湖府办〔2022〕52号），结合湖里区实际，制定本指南。

**第二条** 厦门市湖里区行政区域内品牌首店的认定适用本指南。

**第三条** 本指南所称品牌首店是指主要经营引领性品牌商品或服务，在一定区域范围内满足一定功能，于厦门市湖里区行政区域内首次开业，体现品牌形象的市场主体。

**第四条** 首店根据区域范围分类，具体可分中国（内地）首店、福建首店及厦门首店。

**第五条** 国际品牌应为在中国（内地）行政区域范围内进行登记注册的外资企业旗下品牌或品牌官方授权代理商。本土品牌应为在中国（内地）行政区域范围内进行登记注册的内资企业旗下品牌。以上品牌原则上实际投入运营需满三年。

**第六条**  本指南所称首店主要围绕零售、餐饮业态（以统计口径分类标准）。

**第七条** 品牌认定指南将依据品牌是否入选《厦门市湖里区首店经济政策品牌白名单》（附件1），或按照《厦门市湖里区首店经济政策品牌资质评分表》（附件2）进行评分，以认定是否具备申报资格。

**第八条**  品牌首店的认定坚持公正、公平、公开原则，坚持质量控制、引领带动，突出城市特色，兼顾行业分布特点。

**第九条**  经本指南认定的品牌首店，根据《湖里区进一步促进商贸业稳定发展若干措施》相关规定，具备申报首店相关扶持政策的资格。

1. **评定条件**

**第十条**  申请认定为品牌首店应符合以下条件：

（一）品牌首店应在湖里区注册独立法人单位，且为在湖里区有实际投资、营收和税收贡献的商贸企业。

（二）品牌首店（包含但不限于符合消费升级趋势的品牌店）原则上于2022年1月1日之后，注册纳税在湖里区，首次在厦门市湖里区开业，签订2年（含）以上入驻（租赁）协议或自持物业，且至申报日持续经营满6个月。非法人企业的品牌门店首次（2022年1月1日之后）转为独立法人单位，且符合上述条件的，视为首店。

（三）合法拥有商标及品牌的所有权或使用权，品牌原则上已运营三年及以上，美誉度高，且为在行业内具有一定影响力的国内外知名品牌。

（四）入选《厦门市湖里区首店经济政策品牌白名单》，且经营面积50平方米及以上，年营业额达300万元及以上；或按照《厦门市湖里区首店经济政策品牌资质评分表》评价总分值达到60分及以上。

（五）需经专家评审团小组会议表决通过。

（六）未被相关部门列入经营异常、严重违法失信等失信名单。

1. **申报材料**

**第十一条** 申报主体应提交申报材料如下：

（一）厦门市湖里区首店经济政策申请表（附件3）；

（二）品牌企业（申报主体）的法人营业执照和法定代表人身份证或护照复印件；

（三）申报主体所经营店铺的工商登记信息；

（四）品牌企业（申报主体）与商业设施主体签订的租赁协议（含商户楼层门牌号、经营面积、合作年限、租约信息等），自有产权提供产权证明；

（五）企业经营情况证明材料（企业近一年的纳税申报表或统计报表等）；

（六）注册商标、品牌发展历程介绍；

（七）品牌商授权证明；

（八）品牌首次入驻相关证明材料；

（九）申报主体所经营店铺的经营环境实景照片或影像资料等；

（十）参与专家评审团评审的品牌还需提交以下首店评价佐证资料（无相关材料则对应项不得分，详见附件2）

1.品牌在各地门店的工商登记信息等门店营业证明；

2.申报主体所经营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）的阅读量证明（新闻宣传报道相关截图）；

3.设立厦门区域总部的自证材料；

4.新品发布信息或协议等佐证资料；

5.专利信息相关佐证资料；

6.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。

**第四章 申报和认定程序**

**第十二条** 厦门市湖里区行政区域内品牌首店按以下程序申报和认定：

（一）申报

1.符合要求的企业在申报截止时间前登录亲清一家人•湖里一站式企业服务平台（https://qyfw.huli.gov.cn/hlqy/），点击政策索引或在首页找政策中搜索“2023年湖里区品牌首店申报”，找到所要申报的对应条款，点击【我要申报】提交申报材料。

**亲清一家人•湖里一站式企业服务平台支持热线：5720710**

2.各街道及区商务局在系统上对申报材料进行初审（各街道初步审核申报主体的注册时间、注册地址、经营地址、纳税信息等相关信息），初审通过后通知企业。企业将申报纸质材料（一式两份，并按申报材料顺序装订成册、加盖公章）送至企业注册地所在街道受理；

3.咨询受理电话

湖里街道办：零售、餐饮电话5652137；

殿前街道办：零售电话5653629，餐饮电话5692156；

江头街道办：零售电话5136533，餐饮电话5136533；

禾山街道办：零售电话5795686，餐饮电话5795316；

金山街道办：零售、餐饮电话5383092

区商务局：电话5722381

（二）初步审查

1.各街道汇总后提交至湖里区商务局，由湖里区商务局和湖里区零售商业协会对申报主体所提交的材料进行真实性初步审查，包含但不限于是否符合“首店”概念认定（中国首店、福建首店、厦门首店）等；

2.其中关于“首店”概念认定、品牌店铺注册及经营地址为一票否决项，不符合条件的品牌店铺无法进行奖励申报。

（三）二次评审

1.通过初步审查的品牌企业，由湖里区零售行业专家评审团按照《厦门市湖里区首店经济政策品牌白名单》、《厦门市湖里区首店经济政策品牌资质评分表》对品牌资质进行审核及评审打分，出具评审意见；

2.《厦门市湖里区首店经济政策品牌白名单》内的品牌无需进行品牌资质评分，可直接进入复核环节。

（四）复核

申报主体经初步审核及二次评审达标后厦门市湖里区商务局对评审意见进行复核，并对其符合政策奖励档位（中国（内地）首店、福建首店、厦门首店）进行认定。

（五）征求部门意见

申报主体经复核达标后，厦门市湖里区商务局向有关部门征求意见。

（六）公示

经评审符合认定条件，复核无异议，且市、区相关职能部门无不同意见的，由厦门市湖里区商务局在官方网站（www.huli.gov.cn）予以公示（公示期不少于7个工作日）。

（七）认定

公示后无异议或异议不成立的，由厦门市湖里区商务局认定，并正式公布名单。

1. **附 则**

**第十三条** 厦门市湖里区商务局负责厦门市湖里区行政区域内品牌首店评定及申报的统筹指导工作。

**第十四条** 申报主体应守法诚信经营，并落实安全生产等主体责任，自觉接受相关职能部门监督管理。

**第十五条** 坚持依法依规，立足事实，从严把关，申报主体须对申报材料的准确性和真实性负责，不得弄虚作假。已评定的品牌首店发现有弄虚作假、伪造申报资料等现象的，取消其享受优惠政策资格。

**第十六条**  本指南自印发之日起试行，申报期自印发之日起至2023年12月31日止，每年视情况进行修正。

《厦门市湖里区首店经济政策品牌白名单》（附件1）

《厦门市湖里区首店经济政策品牌资质评分表》（附件2）

《厦门市湖里区首店经济政策申请表》（附件3）

《厦门市湖里区首店经济政策专家评审团说明》（附件4）

附件1：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **厦门市湖里区首店经济政策品牌白名单** | | | | | | | | |
|
| 本名单所涵盖品牌主要为零售、餐饮业态（以统计口径分类标准），每年经专家团调研讨论后动态调整更新。 | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| **业态分类** |  | **入选品牌** | | | | | | |
| **中华老字号** | 云南白药 | 老凤祥 | 全聚德 | 狗不理 | 稻香村 | 六味斋 | 老城隍庙 | 东阿牌 |
| 张小泉 | 虎头牌 | 恒源祥 | 冠生园 | 皇上皇 | 德州牌 | 月盛斋 | 瑞蚨祥 |
| 女儿红 | 知味观 | 五粮液 | 泸州老窖 | 剑南春 | POLARIS北极星 | 老孙家 | 德发长 |
| 其它中华老字号中的零售、餐饮品牌（以商务部公布的为准） | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| **餐饮** | Ultraviolet by Paul Pairet | 泰安门 | 京兆尹 | 新荣记 | 江 | 喜粤8号 | 壹零贰小馆 | 屋里厢 |
| Da Vittorio | 吉品轩 | 乔尔·卢布松美食坊 | 宝丽轩 | 御宝轩 | 京季 | 潮上潮 | 御宝轩 |
| 玉芝兰 | 大董 | 炳胜 | 利苑 | 莆田餐厅 | 鹿园 | 珍宝海鲜 | 蔡澜港式点心 |
| 点都德 | 喜鼎 | 洋房火锅 | 南京大排档 | Shake Shack | blue bottle | 茶颜悦色 | wagas |
| 禄鼎记 | LeTAO | 春风十里 | 文和友老长沙龙虾馆 | 小南国 | 乐乐茶 | Element Fresh | 皖厨 |
| 喜家德 | 和府捞面 | PEET'Scoffee | LAVAZZA咖啡 | Tim Hortons | 将醉SEVEN CLUB | 呷哺呷哺 | 孔雀川菜 |
| 揽季锅物会 |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | | | |
| **零售** | **美妆** | PRADA BEAUTY | VALENTINO BEAUTY | ERNO LASZLO | Charlotte Tilbury | Christian Louboutin | Whoo 后 | urban decay |
|  | | | | | | | |
| **服装** | STONE ISLAND | DIOR | VERSACE JEANS COUTURE | HUGO BOSS | Maison Margiela | Alexander McQueen | Lanvin |
| Stella McCartney | Zzeagna | Chanel | AMBUSH | Yohji Yamamoto/山本耀司 | RAF SIMONS | A-COLD-WALL\* |
| JIL SANDER | Rick Owens DRKSHDW | Maison Kitsune | FENG CHEN WANG | 1017 ALYX 9SM | Sacai | Misbhv |
| Jacquemus | HERON PRESTON | Martine rose | PHILIPP PLEIN | RHIME | JW Anderson | MM6 Maison Margiela |
| SANKUANZ | KRAKATAU | KARL LAGERFELD | DAVID NAMAN | The Last Redemption | YLDP |  |
|  | | | | | | | |
| **箱包** | Chanel | CELINE | PRADA | Chloe | BVLGARI | GOYARD | RIMOWA |
| Givenchy | Delvaus | Alexander McQueen | Valentino | MIU MIU | MARNI | Ferragamo |
|  | | | | | | | |
| **腕表** | Patek Philippe | Audemars Pigeut | Jaeger-Le Coulter | IRARD-PERREGAUX | A. LANGE & SHNE | Hublot | 豪雅 |
| omega | 宝珀 | 雅典表 | 沛纳海 | 伯爵 | 百年灵 | 万宝龙 |
| Baume & Mercier | Bell & Ross | 布雷蒙 | Richard Mille |  |  |  |
|  | | | | | | | |
| **眼镜** | Oakley | Judith Leiber | Donna Karan | Ray-Ban | 艾伦·米可利 | LESSTHANHUMAN | TAGHUERE |
| RODENSTOCK |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | | | |
| **汽车** | 路特斯 | 悍马 | Polestar极星 |  |  |  |  |  |
|  | | | | | | | | |

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 |
| **店铺信息**  **26分** | 环境匹配度  8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8分；成熟度中等，在商圈、商业街区得5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） |
| 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 |
| **经营能力**  **25分** | 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 |
| 区域总部  10分 | 设立厦门区域总部（申报主体为品牌在厦门的唯一授权公司，且至少拥有两个及以上门店的得10分） | 区域总部自证材料、门店登记信息等佐证资料 |
| **创新能力**  **9分** | 新品经营  4分 | 品牌每年进行或计划进行至少二次新品发布得4分，每年进行或计划进行至少一次新品发布得2分 | 新品发布信息或协议等佐证资料 |
| 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” | |

附件3

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **厦门市湖里区首店经济政策申请表** | | | | | | | |
| 申报单位（盖章）：  填表人：           联系电话： | | | | | | | |
| 公司名称 |  | | | | 统一社会信用代码 | |  |
| 法人代表 |  | | | | 身份证号码 | |  |
| 手机电话 |  | | | | 邮箱 | |  |
| 联系地址 | | | | | | | |
| 首店类型  （单选） | □中国（内地）首店  □福建首店  □厦门首店 | | | | | | |
| 品牌业态类型 | □零售 □餐饮 | | | | | | |
| **品牌信息** | | | | | | | |
| 品牌名称 |  | | | | | | |
| 品牌管理公司名称 | | | |  | | | |
| 品牌创立地（国家/城市） | | | |  | | 品牌创立时间 |  |
| 已有实体店数量（家） | | | |  | | 品牌注册资本金 |  |
| 已入驻城市 | | | |  | | | |
| 品牌商标注册状态 | | | | □完成注册    □已申请注册   □未备案 | | | |
| 商标注册号码 | | | |  | | | |
| **申报主体品牌门店信息** | | | | | | | |
| 品牌门店营业执照信息 | | | |  | | | |
| 入驻商业体（街区）名称 | | | |  | | | |
| 详细地址（含商户楼层门牌号） | | | |  | | | |
| 门店开业时间 | |  | | | | 门店经营面积 |  |
| 是否为在厦门市湖里区已注册的独立法人企业 | | | □是      □否 | | | | |
| 是否为改造升级门店 | | | □是      □否 | | | | |
| 非法人企业转法人企业 | | | □是      □否 | | | | |
| 申报单位申明 | | 本单位自愿申报认定品牌首店，承诺所填资料及申报材料均真实、合法、有效。如有不实之处，贵单位有权取消我单位认定资格，我单位愿负相应的法律责任，并承担由此产生的一切后果。  法定代表人/经营者签字：  （单位公章）    　　年    月    日 | | | | | |
| 厦门市湖里区零售协会意见 | | （盖章） | | | | | |
| 专家评审团  意见 | | | | （盖章） | | | |
| 湖里区商务局  意见 | | | | （盖章） | | | |

附件4

**厦门市湖里区首店经济奖励政策**

**专家评审团说明**

**第一章 总则**

**第一条** 为推动厦门市湖里区首店经济发展，落实《湖里区进一步促进商贸业稳定发展若干措施》（厦湖府办〔2022〕52号），根据《厦门市湖里区首店经济政策申报指南》，结合湖里区实际，制定本架构模式。

**第二条** 本架构主要说明厦门市湖里区行政区域内品牌首店的奖励申报评审团组成形式。

**第三条** 本架构中提到的专家评审团主要用于对申报湖里区首店经济政策奖励的品牌进行资质评审打分，判断是否符合湖里区首店经济政策要求，并出具评审意见。

**第二章 专家评审团架构**

**第四条** 专家评审团成员由以下部分组成：

厦门市商业联合会（包含餐饮公会）、高校学术代表成员、湖里区零售行业专家库成员。

其中市商业联合会由其直接委派，高校学术代表成员由区商务局邀请，共计3人；湖里区零售行业专家库成员由湖里区零售行业专家库中随机抽取4人及以上。

**第三章 湖里区零售行业专家库说明**

**第五条** 湖里区零售行业专家库成员主要由零售行业单位内任职的高管人员进行自荐及选拔。

**第六条** 入选专家库基本条件：

1.具有良好的政治素质、职业道德，廉洁自律、勤勉尽责、保守秘密，无学术不端、不良诚信或违纪违法记录；

2.具有正常履职的身体条件,原则上年龄不超过65周岁；

3.熟悉零售商业领域政策法规、标准规范,具有较高理论水平；

4.对零售商业工作有热情、有思路,能够积极参加聘任后的工作,致力于为湖里区零售商业发展积极贡献智慧和力量；

5.拥有5年以上零售行业等相关领域从业经验，其中需具备独立/带领团队运营超2万方商业体2年以上经验，且在零售行业任职中高层。

**第七条** 申请材料

申请人应提交申请材料如下：

（一）厦门市湖里区零售行业专家库成员-申请表；

（二）申请人身份证或护照复印件；

（三）材料需加盖在职单位公章。

**第八条** 入选专家库流程说明：

1.入库申请

由湖里区零售商业协会向协会成员单位及社会进行广泛邀请；申请人向湖里区零售协会提交相关资料；

2.初步审查

厦门市湖里区零售商业协会对申请人申请材料的完整性、真实性进行初步审查；

3.复核

行业主管部门厦门市湖里区商务局对初审符合人员的行业经验及成就等进行复审；

4.公示

经评审符合条件的专家，由湖里区零售商业协会在官微公众号（湖里魅力购）上予以公示（公示期不少于7个工作日）；

5.认定

公示后无异议或异议不成立的，由湖里区零售商业协会认定，并正式公布名单，入选湖里区零售行业专家库。

**第四章 附则**

**第九条** 厦门市湖里区商务局负责本次专家评审团构成的指导工作。

**第十条** 坚持依法依规，立足事实，从严把关，申请成为专家评审团成员个人须对申报材料的准确性和真实性负责，不得弄虚作假。

**第十一条** 本说明由湖里区零售商业协会、湖里区商务局负责解释。

**湖里区零售行业专家库入库申请表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 |  | 性 别 |  | 出生年月 |  |
| 籍贯 |  | 民 族 |  | 联系电话 |  |
| 学历  学位 |  | 专业 |  | 参加工作时 间 |  |
| 身份证号 |  | | | 所属行业 |  |
| 现工作单位 |  | 职务 |  | 任职时间 |  |
| 联系地址 |  | | | | |
| 工作  简历 |  | | | | |
| 主要  成就 |  | | | | |
| 本人  承诺 | 签名：  日期： | | | | |
| 工作单位意见 | 单位名称：（盖章） | | | | |
| 湖里区零售商业协会意见 |  | | | | |
| 湖里区商务局意见 |  | | | | |