附件1

品牌首店、旗舰店说明

|  |  |
| --- | --- |
| **类别** | **标准** |
| **全球首店、亚洲首店** | 1．国内外品牌在全球或亚洲设立的首家线下实体门店。原则上该品牌须入选以下榜单之一：世界品牌实验室发布的《世界品牌500强榜单》；中国企业联合会、中国企业家协会发布的《中国服务业企业500强榜单》；世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌排行榜》；胡润研究院发布的《胡润中国餐饮连锁企业投资价值榜》；胡润研究院发布的《胡润品牌榜》；品牌联盟发布的《中国品牌500强》；德勤发布的《全球奢侈品力量排行榜》；品牌金融发布的《全球最有价值零售品牌榜》；米其林餐厅榜单。 |
| **中国（内地）首店** | 1．符合全球首店、亚洲首店品牌清单内的品牌在中国（内地）设立的首家线下实体门店。 |
| 2．知名国外品牌在中国（内地）设立的首家线下实体门店。该品牌须在全球知名消费城市（纽约、洛杉矶、伦敦、巴黎、米兰、迪拜、日内瓦、苏黎世、都柏林、哥本哈根、悉尼、东京、香港、新加坡、首尔）开设3家（含）以上门店；获得国家级媒体平台或知名时尚媒体（包括但不限于《VOGUE》《ELLE》《时尚芭莎》《时尚COSMO》《GQ》《T Magazine》等）对该品牌宣传5次（含）以上。 |
| 3．知名国内品牌在中国（内地）设立的首家线下实体门店。原则上该品牌须入选以下榜单之一（包括但不限于）：中国连锁经营协会发布的《中国时尚零售百强榜单》、《中国特许连锁百强榜单》、《中国超市百强榜单》；胡润研究院发布的《中国瞪羚企业榜》、《中国最具历史文化底蕴品牌榜》；赢商网发布的《季度热搜品牌榜》、《年度中国领军品牌百强榜》、《年度新兴品牌百强榜》；美团发布的《黑珍珠餐厅指南》；商务部发布的中华老字号名单，各省发布的省级老字号名单。 |
| 4．上一年度线上零售额1000万元（含）以上的互联网品牌设立的首家线下实体门店，并获得全国性媒体平台或知名时尚媒体对该品牌宣传20次（含）以上。 |
| **江苏首店** | 1．符合上文全球首店、亚洲首店品牌清单内的品牌在江苏范围内设立的首家线下实体门店。 |
| 2．符合上文中国（内地）首店标准内品牌在江苏范围内设立的首家线下实体门店。 |
| **旗舰店** | 充分体现品牌形象，面积在500平方米以上（含）的独立门店或位于商业载体内、面积在300平方米以上（含）的门店，且门店面积超过该品牌在南京开设的其他实体店，商品类别涵盖该品牌当前主要商品线的零售业态实体门店。门店每年至少代表品牌举办一次与旗舰店定位匹配的新品发布活动；获得全国性媒体平台或知名时尚媒体宣传3次（含）以上。 |
| **备注** | 不同类型首店符合一种条件即可。 |

附件2

商业品牌首发、首秀活动评价指标

|  |  |
| --- | --- |
| 指标 | 指标说明及分值 |
| 品牌级别30分 | 世界品牌实验室发布的《世界品牌500强榜单》；中国企业联合会、中国企业家协会发布的《中国服务业企业500强榜单》；世界品牌实验室发布的《中国500最具价值品牌排行榜》；胡润研究院发布的《胡润中国餐饮连锁企业投资价值榜》；胡润研究院发布的《胡润品牌榜》；品牌联盟发布的《中国品牌500强》；德勤发布的《全球奢侈品力量排行榜》；品牌金融发布的《全球最有价值零售品牌榜》；米其林餐饮榜单；美团发布的《黑珍珠餐厅指南》；商务部发布的中华老字号名单，各省发布的省级老字号名单。列入以上品牌排行榜且排名前200得30分，排名201—500得20分，未列入榜单得10分。 |
| 活动级别20分 | 品牌全球首发首秀活动得20分；全国首发首秀活动得10分；其他活动得5分。 |
| 活动费用20分 | 活动费用（场租、搭建、宣传推广）高于200万的得20分；100—200万的得15分；50—100万的得10分；低于50万的得5分。 |
| 媒体报道30分 | 1、境外媒体（含纸媒、电视、广播、互联网媒体、微信公众号、自媒体等）相关报道（含转载）不少于3条，每增加一条得3分，最高得15分；2、全国性知名商业媒体或时尚媒体（含纸媒、互联网媒体、微信公众号等）相关报道（含转载）不少于3条，每增加一条得3分，最高得15分。 |
| 合计 | 100分 |
| 备注 | 单项指标得分不能为0分。 |