附件2

2023年纺织服装消费品牌调查表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 |  | 统一社会信用代码 |  |
| 纺织服装业务占比 |  | 纺织服装自主（及收购）品牌收入占比 |  |
| 行业及主要产品 | □服装 | □男装 □女装 □童装□运动服装 □羽绒服装 □内衣 □服饰 □其他  |
| □家纺 | □床上用品 □毛巾系列 □窗帘布艺 □其他 |
| 注册地 | 省 市 | 通讯地址 |  |
| 企业法人 | 姓名 |  | 手机 |  |
| 联系人 | 姓名 |  | 职务 |  |
| 手机 |  | 电子邮箱 |  |
| **财务指标** | **单位** | **2019年** | **2020年** | **2021年** | **2022年** | **2023上半年** |
| **数额** | **同比增长（%）** |
| 1.营业收入 | 万元 |  |  |  |  |  |  |
| 2.利润总额 | 万元 |  |  |  |  |  |  |
| 3.净利润 | 万元 |  |  |  |  |  |  |
| **综合指标** | **单位** | **2021年** | **2022年** | **2023上半年** |
| **数额** | **同比增长（%）** |
| 4.职工人数 | 人 |  |  |  |  |
| 5.专职研发设计人员数量 | 人 |  |  |  |  |
| 6.研发设计投入额 | 万元 |  |  |  |  |
| 7.新产品销售额占比 | % |  |  |  | 百分点 |
| 8.新产品sku（最小存货单位）数量 | 个 |  |  |  |  |
| 9.个性化定制产品销售额占营业收入比例 | % |  |  |  | 百分点 |
| 10.有效专利数量 | 个 |  |  |  |  |
| 11.国内市场线下渠道情况 | 店铺总数 | 家 |  |  |  |  |
| 覆盖省份数 | 个 |  |  |  |  |
| 销售额 | 万元 |  |  |  |  |
| 销售量 | 件/套 |  |  |  |  |
| 平均加价倍率 | 倍 |  |  |  |  |
| 12.国内市场线上渠道情况 | 销售额 | 万元 |  |  |  |  |
| 其中：直播电商 | 万元 |  |  |  |  |
| 销售量 | 件/套 |  |  |  |  |
| 关注/粉丝人数 | 万人 |  |  |  |  |
| 13.国外市场情况 | 线下店铺数量 | 家 |  |  |  |  |
| 线下店铺总销售额 | 万元 |  |  |  |
| 跨境电商渠道销售额 | 万元 |  |  |  |
| 14.顾客情况 | 会员总数 | 万人 |  |
| 2022年有购买记录顾客数 | 万人 |  |
| 2022年有3次及以上购买记录顾客数 | 万人 |  |
| 15.数字化发展 | 实现数字化运营管理的业务环节 | □商品企划 □设计研发 □产品生产 □商品运营□供应链管理 □渠道管理 □仓储物流 □会员管理 |
| 主要系统工具名称 | □ERP系统 □MES系统 □PLM系统□CRM系统 □WMS系统 □SAAS管理平台□数据中台 □其他  |
| 16.绿色化发展 | 是否开展社会责任体系建设 | □否 □开展相关工作但未建立体系□已建立社会责任体系CSC 9000T□已建立其他社会责任体系，名称： |
| “双碳”工作推进情况 | □已开展产品碳足迹披露□已制定或公开碳达峰碳中和目标及其路线图□其他，请说明： |
| 17.近三年获得的品牌建设、科技相关荣誉 | □国家级 □省级 □省级以下 □无荣誉名称：1.2.3. |
| 18.品牌文化理念（50字以内） |  |
| 19.2023年品牌建设主要工作 | 工作名称 | 开展时间 |
| 1. | 月 日至 月 日 |
| 2. | 月 日至 月 日 |
| 3. | 月 日至 月 日 |
| 4. | 月 日至 月 日 |
| 5. | 月 日至 月 日 |
| 20.本企业2022年财务审计报告或上市公司年度报告中利润表电子版扫描件（加盖企业公章） |  |
| 21.本企业《2023年纺织服装消费品牌调查表》扫描件 |  |
| **数据资料真实性承诺：**本企业承诺以上所有数据资料的真实性，如有不实，本次调查视为无效。填报单位（企业公章）年 月 日  |

备注：ERP指企业资源计划；MES指制造执行系统；PLM指产品生命周期管理；CRM指客户关系管理；WMS指仓库管理系统；SAAS指通过互联网提供软件的服务模式。