深圳市商务局关于深圳“瞪羚品牌”

认定办法（试行）

（公开征求意见稿）

**第一条** 根据《深圳市关于加快建设国际消费中心城市的若干措施》（深商务规〔2022〕2号）及相关实施细则要求，为加快落实“品牌瞪羚计划”，扶持、培育一批深圳本土具备成长和发展潜力的消费品牌，进一步推动深圳国际消费中心城市建设，制定本办法。

**第二条** 本认定办法所指“瞪羚品牌企业”，是指成功跨越初创期，具有较强品牌运营能力、市场影响力、管理能力和发展潜力的高成长性消费品企业（不含品牌代理机构）。

**第三条** 按照“公开、公平、公正”的原则，鼓励符合条件的企业积极申报“瞪羚品牌”，企业根据自愿原则自主申报，经政府审核、认定、社会公示、发布。

**第四条** 市商务局负责“瞪羚品牌”培育认定工作，并协调有关部门共同开展促进“瞪羚品牌”发展的相关工作。

**第五条** “瞪羚品牌”所属企业应当符合以下条件：

（一）在深圳市（含深汕特别合作区，下同）依法登记且具有独立法人资格的企业（不含品牌代理机构）；

（二）拥有自主知识产权的品牌商标；

（三）所有关联法人只能申报一个品牌，该品牌上一年度销售额不低于1000万元，以该品牌所属的企业作为申报主体；

（四）持续经营在3年（以上），10年以内，首批申报企业注册日期在2012年1月1日-2019年1月1日；为非上市公司控股或并购的企业，且尚未在境内外股票市场（新三板及各类非主板股权交易市场除外）上市；

（五）属于消费电子、时尚服饰、黄金珠宝、钟表眼镜、国潮新品、美颜美妆、食品餐饮、家装家居、工艺美术、音像器材、汽车汽配、文化创意、体育旅游等领域，拥有自有知识产权的消费品企业；

（六）黄金珠宝、汽车汽配领域企业上一年的营业收入需在5000万元以上，15亿元以下；消费电子、时尚服饰、钟表眼镜、国潮新品、美颜美妆、食品餐饮、家装家居、工艺美术、音像器材、文化创意、体育旅游等领域企业上一年的营业收入需在3000万元以上，10亿元以下；

（七）近三年的营业收入复合增长率大于等于20%；

（八）未被国家、省、市有关部门列入严重失信主体名单实施惩戒，明确限制申请财政性资金项目，且在限制期内；

（九）申报主体应当对申报材料的真实性、合法性、完整性负责，应如实提供本单位信用状况，作出承诺并依法承担违约责任，不得弄虚作假、套取、骗取专项资金；

**第六条** 申报认定“瞪羚品牌”，应当提交下列材料：

（一）《深圳“瞪羚品牌”自评表》和《深圳“瞪羚品牌”申报表》，以及相关证明材料；

（二）营业执照复印件；

（三）企业近三年的信用信息报告；

（四）企业近三个年度的审计报告；

（五）所申报品牌上一年度的销售额及证明材料；

（六）企业认为有必要提供的其它补充材料。

**第七条** “瞪羚品牌”的认定，按下列程序进行：

（一）市商务局发布“瞪羚品牌”申报指南；

（二）采取企业根据自愿原则自主申报的方式；

（三）企业按照要求向市商务局提出申请，并填写《深圳“瞪羚品牌”自评表》和《深圳“瞪羚品牌”申报表》，递交相关材料；

（四）市商务局在受理申请材料后，核查企业相关信息，如有需要，将征求有关部门意见；

（五）核查后符合条件的企业，由市商务局按照《深圳市“瞪羚品牌”评价指标》进行认定、公示、公布。

**第八条** 进一步优化财政资金投入机制，加大本土品牌培育力度，对于符合商务发展专项资金政策条件的“瞪羚品牌”，市商务局在资金申报评定中予以优先支持。

各区（含新区、深汕特别合作区）商务主管部门结合实际情况积极营造企业良好发展环境，对认定的“瞪羚品牌”给予相关政策扶持。

**第九条** “瞪羚品牌”所属企业涉及变更名称、变更注册资本以及公司合并、分立、解散、清算、股权转让、迁出等重大事项的，应及时通报市商务局。

**第十条** 申报企业应对提交资料、数据、证明材料的准确性、真实性负责，如有弄虚作假和错报、瞒报行为，一经查实，取消相应资格和扶持政策，三年内不得再次申报。

**第十一条** 本办法由深圳市商务局负责解释。

**第十二条** 本办法自2022年7月 日起试行。

附件：1.深圳“瞪羚品牌”自评表

 2.深圳“瞪羚品牌”申报表

附件1

|  |
| --- |
| **深圳“瞪羚品牌”自评表** |
| **序号** | **申报基本条件** | **是否符合条件** |
| 1 | 申报主体为在深圳市依法登记且具有独立法人资格的企业（不含品牌代理机构）。 | □是 □否 |
| 2 | 拥有自主知识产权的品牌商标。 | □是 □否 |
| 3 | 所有关联法人只能申报一个品牌，该品牌上一年度销售额不低于1000万元，以该品牌所属的企业作为申报主体。 | □是 □否 |
| 4 | 持续经营在3年（以上），10年以内，首批申报企业注册日期在2012年1月1日-2019年1月1日为非上市公司控股或并购的企业，且尚未在境内外股票市场（新三板及各类非主板股权交易市场除外）上市； | □是 □否 |
| 5 | 属于消费电子、时尚服饰、黄金珠宝、钟表眼镜、国潮新品、美颜美妆、食品餐饮、家装家居、工艺美术、音像器材、汽车汽配、文化创意、体育旅游等领域，拥有自有知识产权的消费品企业。 | □是 □否 |
| 6 | 黄金珠宝、汽车汽配领域企业上一年的营业收入需在5000万元以上，15亿元以下；消费电子、时尚服饰、钟表眼镜、国潮新品、美颜美妆、食品餐饮、家装家居、工艺美术、音像器材、文化创意、体育旅游等领域企业上一年的营业收入需在3000万元以上，10亿元以下。 | □是 □否 |
| 7 | 近三年营业收入复合增长率大于等于20%。 | □是 □否 |
| 8 | 未被国家、省、市有关部门列入严重失信主体名单实施惩戒，明确限制申请财政性资金项目，且在限制期内。 | □是 □否 |
| 9 | 申报主体应当对申报材料的真实性、合法性、完整性负责，应如实提供本单位信用状况，作出承诺并依法承担违约责任，不得弄虚作假、套取、骗取专项资金。 | □是 □否 |

附件2

|  |
| --- |
| **深圳“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 |  |
| 注册地址 |  |
| 实际经营地址 |  |
| 法定代表人  |  | 联系方式 |  |
| 企业联系人 |  | 联系方式 |  |
| 所属行业 |  | 行业代码 |  |
| 所属细分行业 |  | 细分行业全国市场规模（亿元） |  |
| 企业简介 | （500字以内） |
| **一、品牌建设** |
| 是否有明确的品牌定位 | □是，需提供相关证明材料 □否 | 是否有未来5年品牌发展规划 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否设有独立品牌部门 | □是，需提供相关证明材料 □否 | 品牌部门最高负责人职务级别 |  |
| 是否完善的品牌运营管理制度 | □是，需提供相关证明材料 □否 | 是否建立品牌培训机制 | □是，需提供培训文件及记录等证明材料 □否 |
| 专利数量（个） | 外观专利 |  | 实用新型专利 |  | 发明专利 |  |
| 是否有原创VI品牌形象 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否有国家、省、市非遗传承工艺 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否获得政府表彰（国家、省、市级） | □是，提供证书，以及相关说明 □否 |
| 是否有独立研发部门 | □是，需提供相关证明材料 □否 | 研发部门规模（社保人数） |  |
| 研发投入占营收比例（%） |  |
| **二、品质管理** |
| 是否自有工厂 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否有第三方合作工厂 | □是，需提供相关证明材料 □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，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否有完善的产品质量管理体系 | □是，需提供相关证明材料 □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，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否制定企业标准 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否主导或参与制（修）国际、国家、行业、地方标准 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| **三、渠道建设** |
| 全国门店数量 |  | 深圳门店数量 |  |
| 全国直营店数量 |  | 深圳直营店数量 |  |
| 总营业面积（m2） |  | 国内门店覆盖城市数 |  |
| 入驻城市、购物中心及门店规模**「1」** |  |
| 入驻线上渠道**「2」**(官方旗舰店) |  |
| 有自建线上销售渠道（网站、小程序、app等） | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| **四、市场营销** |
| 是否有跨界联名 | □是，介绍与知名品牌、IP跨界合作联名情况，提供相关证明材料 □否 |
| 是否开展数字化营销 | □是，需提供使用客户关系管理（CRM）系统、私域运营工具等情况 □否 |
| 上年度广告宣传投入（万元） |  | 上年度品牌代言投入（万元） |  |
| 上年度举办非销售类品牌宣传活动次数 |  | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 线上宣传渠道**「3」** |  |
| 线下宣传渠道**「4」** |  |
| 是否有官方媒体宣传推广 | □是，需提供相关证明材料 □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 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| 是否参与社会公益 | □是，需提供相关证明材料 □否 |
| **五、经营效益** |
| 近三年营业收入（万元） |  年：  |  年：  |  年：  |
| 近三年营业收入复合增长率**「5」**（%） |  | 近三年平均毛利率（%） |  |
| 海外营业收入（万元） |  | 海外销售区域（国家） |  |
| 融资情况 | 融资轮次 |  |
| 累计融资金额（万元） |  |
| 投资机构名称 |  |

注释：

「1」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）。提供合作协议等相关证明材料。

「2」入驻线上渠道：入驻线上渠道（京东、淘宝、小米、拼多多、苏宁、国美、得物、抖音、快手等）的官方旗舰店。提供相关证明材料。

「3」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。

「4」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。

「5」近三年营业收入复合增长率={$\sqrt[3]{（\frac{2021年营业收入}{2019年营业收入}）}$-1}\*100%。