

附件 1

天津市首发经济发展指引（试行）

一、品牌基本概念

品牌应依法注册登记，无知识产权等纠纷。其中，**国际知名品牌**应在全球知名消费城市开店运营，原则上须入选国际权威机构发布的榜单，在国际市场上拥有较高知名度和良好声誉；**国内知名品牌**应在直辖市、计划单列市、省会城市开店，入选省级以上（含）政府部门、国家级研究机构和行业协会、国内外权威机构发布的榜单，公众知晓率高。

二、品质首店认定标准

品质首店应为国际国内知名品牌在某个行政区域开设的首家店铺，需满足“区位唯一性”“品牌经营实力强”“消费拉动作用明显”三个要素，含旗下副线品牌，面向大众开放，自营或授权经营，一般应与场地方签订不少于 3 年的入驻协议，包括标准店和非标准店：

（一）标准店。基于品牌统一形象、统一产品陈列、统一服务设置要求所设立的常规店铺。

（二）非标准店。以品牌营销和服务创新为目的，在原有标准店基础上，对门店形象、产品陈列、服务体验等进行创新差异

化设计，可分为旗舰店、形象店、概念店、主题店、跨界联名店、定制店、体验店等。

三、品质首店层级标准

（一）亚洲首店。国际知名品牌在亚洲设立的第1家线下实体门店，且在亚洲以外2个（含）以上全球知名消费城市开设实体门店，持续运营5年以上。

（二）中国首店。国际知名品牌在中国（内地，下同）开设的首家实体门店，且在中国以外2个（含）以上全球知名消费城市开设实体门店，持续运营3年以上。

（三）华北首店。国际国内知名品牌在华北地区（北京、天津、河北、山西、内蒙古等五个省级行政区）开设的首家实体门店，且在华北以外直辖市、计划单列市、省会城市中已开设至少2家实体门店，持续运营2年以上。

（四）天津首店。国际国内知名品牌在天津市行政区域内开设的首家实体门店，且在其他直辖市、计划单列市、省会城市中已开设1家（含）以上实体门店，持续运营1年以上。

四、首发中心标准

申请者应同时满足以下条件：

（一）坐落于商场、商业街区、文创园区、会展中心、酒店等非临时性建（构）筑物内，有3年及以上运营权限（自有产权或租赁运营）；

(二) 可作为举办发布会、展览展示、会议交流的场所，面积不低于 200 平方米；

(三) 具备开展品牌首发活动所需的空间、设施设备、基础配套等条件，按规定配备消防设施。

五、首发经济集聚区

(一) 首发活动概念

品牌新品类、新款型（不包含新品名、新包装、新色调等表面形式创新）首次上市发布活动或举办不少于 30 天的巡回展览，至少应为城市首发。对发布的新品应进行广泛宣传，充分利用电视媒体、平面媒体、新媒体等渠道进行报道，并引起社会广泛关注。

(二) 首发集聚区评分标准

指标分类	一级指标及分值	二级指标及分值	指标说明
基础指标	品质首店情况	年新引入数量≥8 家	截至当年底
	首发活动情况	年举办首发活动≥5 场	首发活动应有发布仪式、媒体报道、广告宣传。发布产品具体明确，且在津首次展示或销售。含商业综合体运营商和场内商户举办。

评分指标	经营规模 ≤20分	年销售额≥20亿元，得20分；年销售额≥15亿元，得15分；年销售额≥10亿元，得10分；年销售额≥5亿元，得5分；其他不得分。	不含汽车销售。
	举办首发活动 ≤20分	商品服务创新性≤15分	发布独家销售的限量版、联名款、定制化产品，或者具有独特性的新体验、新场景、新服务等。符合条件活动，每场得5分。
		活动安全有序得5分	各场首发活动平稳有序举办，品牌售后服务完善，无重大网络舆情。不达标不得分。
	品质首店情况 ≤20分	市场影响力≤5分	亚洲首店（有一家得4分），中国首店（有一家得3分），华北首店（有一家得2分），最高得5分。
		首店注册情况≤15分	首店在津注册独立法人企业，有一家得5分。
	宣传推广情况 ≤10分	宣传推广有力≤10分	围绕促消费主题开展线下宣传，包括但不限于利用户外大屏幕、路灯道旗、地铁、公交、广告牌等推广投入，年累计投入超过50万元（含）得10分，超过40万元得7分，超过30万元得5分，其他不得分。
成效带动作用 ≤30分	带动商业综合体年客流增长 ≤15分	增长≥10%（含）得15分，增长<10%且≥7%（含）得10分，增长<7%且≥3%（含）得7分，其他正增长得5分。（2026年新开业商业综合体得5分，统计制度不健全不得分）	

		带动商业综合体销售额 增长 ≤15分	增长≥8%（含）得15分，增长<8%且≥5%（含）得10分，增长<5%且≥3%（含）得7分，其他正增长得5分。（2026年新开业商业综合体得5分，统计制度不健全不得分）
--	--	--------------------------	--

备注：项目最终得分应同时满足以下条件：（1）基础指标全部达标；（2）评分指标达60分（含）以上。