**《2022中国消费品牌500强》参评申报表**

一、评选背景

随着品牌集中度与成熟度的不断提升，品牌差异化发展和竞争格局的加速形成，消费者对品牌期望的不断提高，促使企业认清自己的品牌地位，加速进行企业品牌资产梳理和品牌升级，以期在市场中提升品牌核心竞争力，使企业立于不败之地。

二、评选目的

客观量化消费品牌价值，评判消费品牌的行业地位，为企业品牌定位、品牌规划、品牌管理提供科学依据；挖掘消费品牌价值内涵，发挥品牌价值在业绩评价、投融资、收并购及链接资源等方面作用；推动社会和消费者全面认知消费品牌价值，树立良好的品牌形象，助力消费者形成品牌信赖，帮助企业提升消费者的品牌忠诚；定期跟踪消费品牌价值变化，指导企业及时调整品牌策略，促进品牌资产保值、增值。

三、评选标准：

1、在全国（包括港澳台地区）范围内有较强影响力和知名度的消费品牌；

2、在某一区域有较强影响力和知名度的消费品牌；

3、在某一专业领域有较强影响力和知名度的消费品牌。

四、推选流程

第一阶段：作品报送（10月1日——12月10日）

第二阶段：材料初审（12月1日——12月15日）

第三阶段：专家评审（12月1日——12月15日）

第四阶段：榜单发布

五、参评方法

品牌联盟基于国际通用品牌价值评估方法论，结合ISO 10668、ISO 20671国际标准和GB/T 39654-2020，借鉴国内外专家学者以及国外著名品牌价值评估机构Interbrand、Brand Finance和世界品牌实验室等的研究经验和操作实务，基于现金流折现法（DCF：Discounted Cash Flow）、无形资产评估的理论方法，品牌联盟品牌研究中心建立了一套实操性较强的研究体系，遵循公开、公平、公正、客观、科学、真实原则，从品牌经济价值、品牌社会价值和品牌环境价值角度客观全面地评价品牌价值。最终按照品牌价值排序，公布位居前500位的消费品牌。

六、《2022中国消费品牌500强》参选申报表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **一、基本情况** | | | | | | | | | | | | | | | |
| 企业名称 | | 中文 | |  | | | | | | | 企业性质 | | | 央企（ ）  国企（ ）  民营（ ）  中外合资（ ）  其他（ ） | |
| 英文 | |  | | | | | | | 英文简称 | | |  | |
| 通讯地址 | |  | | | | | | | | | 邮政编码 | | |  | |
| 企业官网 | |  | | | | 传真 | | |  | | Email | | |  | |
| 成立时间 | |  | | | | 注册地 | | |  | | 员工人数 | | |  | |
| 品牌名称 | |  | | | | 品牌创  立时间 | | |  | | 品牌商标  （logo图片） | | |  | |
|  | | | 姓名 | | | 职务（部门） | | | | | 电话(+区号) | | | 手机号码 | |
| 法人代表  （董事长） | | |  | | |  | | | | |  | | |  | |
| 总经理  （CEO） | | |  | | |  | | | | |  | | |  | |
| 品牌活动联系人  （或品牌总监） | | |  | | |  | | | | |  | | |  | |
| 数据填报联系人 | | |  | | |  | | | | |  | | |  | |
| 所在行业  （以WIND二级行业分类为准） | | | | □能源Ⅱ(1010) □材料Ⅱ(1510)  □资本货物(2010) □商业和专业服务(2020)  □运输(2030) □汽车与汽车零部件(2510)  □耐用消费品与服装(2520) □消费者服务Ⅱ(2530)  □媒体Ⅱ(2540) □零售业(2550)  □食品与主要用品零售Ⅱ(3010) □食品、饮料与烟草(3020)  □家庭与个人用品(3030) □医疗保健设备与服务(3510)  □制药、生物科技与生命科学(3520) □银行(4010)  □多元金融(4020) □保险Ⅱ(4030)  □软件与服务(4510) □技术硬件与设备(4520)  □半导体与半导体生产设备(4530) □电信服务Ⅱ(5010)  □公用事业Ⅱ(5510) □房地产Ⅱ(6010) | | | | | | | | | | | |
| 企业简介 | | | | 【不超过300字】 | | | | | | | | | | | |
| **二、财务状况及经营成果** | | | | | | | | | | | | | | |
| 指标（万元） | 营业收入 | | | 海外收入 | | | 净利润 | | | 归属母公司  净利润 | | 资产总额 | | 海外资产 |
| 2017年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2018年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2019年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2020年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2021年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2022年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2023年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 指标（万元） | 所有者权益 | | | 归属母公司所有者权益 | | | 负债总额 | | | 所有者权益 | | 归属母公司所有者权益 | | 纳税总额 | |
| 2017年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2018年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2019年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2020年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2021年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2022年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2023年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 指标（万元） | 研发费用 | | | 研发支出 | | | 员工总数  （人） | | | 销售额 | | 进入城市  数据 | | 慈善捐赠 | |
| 2017年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2018年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2019年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2020年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2021年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2022年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 2023年 |  | | |  | | |  | | |  | |  | |  | |
| 自公司成立至2021年底，公司累计研发投入总额（ ）万元。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| **三、品牌价值评估参数** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **（一）S：企业市值（或估值）** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **□已上市：**股票代码  总市值（2021年最后一个交易日收盘价为基准） 亿元  **□正在开展股权融资：**  □天使轮 □A轮 □B轮 □C轮 □D轮 □D轮以上  最近一轮资产评估等中介机构预测企业估值 亿元  **□暂无上市或股权融资计划，无估值数据** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **（二）X：品牌建设费用** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **单位：万元** | | | | | **2019** | | | **2020** | | | | | **2021** | | |
| **品牌建设费用\*** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **总部品牌建设费用** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **分公司品牌建设费用** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **研发投入**  **（包括费用化及资本化部分的全部研发支出）** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **列入销售费用、管理费用的人工成本** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **销售费用**  **——广告宣传支出部分** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **广告费用** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **活动、事件费用** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **客户管理费用** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **其他** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **品牌管理部门管理职能\*** | | | | |  | | | | | | | | | | |
| **管理费用**  **——品牌相关支出部分** | | | | |  | | |  | | | | |  | | |
| **至2021年业务延伸情况\*** | | | | |  | | | | | | | | | | |
| **至2021年进入城市\*** | | | | |  | | | | | | | | | | |
| **2021年新进入城市\*** | | | | |  | | | | | | | | | | |
| **（三）N（d）：品牌强度系数** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1. 品牌创新力因子** | | | | | | | | | | | | | | | |
| ■注册商标数量： 截至2021年底本企业注册商标数量 个。  ■拥有发明专利数量： 截至2021年底本企业拥有已生效专利 项；其中已生效发明专利 项。  ■拥有国际专利数量： 截至2021年底本企业拥有已生效国际专利 项；其中已生效的国际发明专利 项。  ■拥有企业著作权数量：截至2021年底本企业拥有企业著作权 项。  ■拥有行政许可数量： 截至2021年底本企业拥有行政许可数量 项。  ■参与国内外及行业标准制定/修订数量：截至2021年底本企业参与形成的国际、国家和行业标准  共 项，其中国家和行业标准 项、国际标准 项。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| **2. 品牌影响力因子** | | | | | | | | | | | | | | | |
| ■**进入国内外知名研究机构发布的品牌类榜单次数：**  国内品牌榜单 次 国际品牌榜单 次  ■**资本运营活跃度：**  企业成立至今成功完成了 笔并购重组事项，其中发起并购 项，作为并购标的 项。  ■**自有APP等营销工具名称：**  ■**企业APP活跃度：**开发上架以来累计下载量： （次） APP评分： （分）  ■**APP线上转化率（%）：**  ■**官网活跃度：**设立以来累计访问次数： （次）  ■**微信公众号：**注册以来累计粉丝数量： （个）  ■**微 博 号：**注册以来累计粉丝数量： （个） | | | | | | | | | | | | | | | |
| **3. 品牌控制力因子** | | | | | | | | | | | | | | | |
| ■是否拥有海外业务：□有，2021海外业务占全部营收比例 % □ 无海外业务  ■截至2021年底，拥有全资和控股子公司 家，参股公司 家，分公司或分支机构 家。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 以上申报指标数据属实，数据与2017-2021经审计的年度财务报表及相关证明材料一致。  财务负责人（签字）： | | | | | | | | | | | | | | | |
| 参评单  位意见 | 负责人（签字）：  申报企业（公章）：    2022年 月 日 | | | | | | | | | | | | | | |
| 推荐单  位意见  （如有） | 负责人（签字）：  推荐单位（公章）：    2022年 月 日 | | | | | | | | | | | | | | |

《2021中国消费品牌500强评选申报表》

填表说明

一、企业性质

请从“央企”“国企”“民营”“中外合资”“其他”当中选择一项打“√”。“央企”指属于国务院国资委网站2022年发布最新版98家央企名录企业集团；“国企”指除央企外的地方国有控股企业；“民营”指非国有企业，包括集体和私营企业等；“中外合资”是指具有中国法人资格、股东包含外资且外资比例不低于25%的合资企业；混合所有制企业属于“其他”类。

二、所在行业

请从WIND二级行业分类当中选择本企业占比最大的主营业务所在的行业。上市公司可依据WIND数据库行业分类进行选择；非上市公司可依据实际情况或主要上市竞争对手所在行业选择行业分类。

三、企业简介

请填写企业基本情况，包括企业成立时间、股权结构、股东情况、主营业务、市场占有率、上市基本信息等主要内容。一般不超300字。

四、财务状况及经营成果

（1）所有指标均按公司（或集团）经审计的年度合并财务报表口径填报，金额单位为万元人民币。合并报表合并范围应当以控制为基础予以确定。

**营业收入：**即公司（或集团）财务年度期间实现的所有收入（不含增值税），包括主营业务、其他业务、非主营业务、境内外全部收入。利润表“营业总收入”当期数。

**利润总额：**利润表“利润总额”当期数。

**归属母公司所有者净利润：**利润表“归属母公司所有者净利润”当期数。

**资产总额：**资产负债表“资产总额”期末数。

**所有者权益：**资产负债表“所有者权益”期末数。

**归属母公司所有者权益：**资产负债表“归属母公司所有者权益”期末数。

**负债总额：**指公司（集团）承担并需要偿还的全部债务，包括流动负债和长期负债，即公司（集团）资产负债表上的负债合计。

**品牌建设费用：**包括本年期内的广告费用、活动和事件费用、客户关系管理费用及其他品牌建设费用之和。其中，总部品牌建设费用包括公关费用、宣传费用等，分公司包含项目营销费用，广告费用等，但不包含代理费用。

**慈善捐赠：**包括货币捐赠和实物捐赠，其中实物捐赠折算成相应人民币币值。

**纳税总额：**在中国大陆境内实际缴纳的税收总额，包括增值税、消费税、营业税金及附加、企业所得税以及其他各税种实缴额，不包括本企业代扣代缴其他企业或个人所得税等税金。

**研发费用：**公司（或集团）研究开发新产品、新技术、新工艺所发生的各项费用化支出，包括新产品设计费、工艺规程制定费、设备调整费、原材料和半成品的实验费、技术图书资料费、研究人员工资、研究设备折旧、新产品试制、技术研究有关其他经费以及委托其他单位进行科研试制的费用。见“利润表”研发费用。

**研发支出：**公司（或集团）当年开展研究与开发无形资产过程中发生的所有支出，包括费用化支出（利润表“研发费用”当期数）及资本化支出（资产负债表“无形资产”本期增加额）。见企业会计核算“5301”研发支出科目本期发生额。

**员工总数：**年末从业人数（含所有被合并企业的员工人数）。

**海外收入、海外资产：**是指公司（或集团）在中国（含港澳台地区）以外的营业收入、资产年末数：海外收入及海外资产均以当年12月31日汇率进行折算。

**自有APP营销工具名称：**指公司（集团）推出的针对房产楼盘销售的软件，方便用户了解并购买企业旗下的各区域楼盘。

**APP线上转化率：**指公司（集团）通过自有APP导入的客户数量中实际完成交易的数量比例。

**（2）表中带星号的指标是中国房地产品牌价值研究的关键指标，企业必须填写（数据保留两位小数）。其中，2022年为企业实际（若有）或计划完成指标，2023年为企业计划完成指标。**

五、品牌价值评估参数

**（一）S：企业市值（或估值）**

该指标为价值评估模型中品牌独立市值C的测算指标之一。

对于已上市公司，请填报股票代码及以2021年最后一个交易日收盘价为基准计算的总市值，单位亿元。对于未上市公司，请填报股权融资阶段，以及最近一轮资产评估等中介机构预测企业估值水平。若近期有多家中介机构估值，选取较高值。对于拥有控股上市公司的未上市企业集团，尽量选取中介机构估值。

**（二）X：品牌建设费用**

该指标为价值评估模型中品牌独立市值C的测算指标之一。

**研发支出：**企业会计核算“5301”研发支出科目本期发生额。

**列入销售费用、管理费用的人工成本：**企业会计核算“销售费用”以及“管理费用”当中的“薪酬/人工成本”部分。

**销售费用——广告宣传支出部分：**当期“利润表”中“销售费用”本期发生额当中，所有用于广告等品牌宣传支出部分。请根据实际情况填报。

**管理费用——品牌支出部分：**当期“利润表”中“管理费用”中所有用于广告等品牌相关支出部分。请根据实际情况填报。

**（三）N（d）：品牌强度系数**

该评价指标体系分为三个维度：品牌创新力因子、影响力因子、控制力因子。三大维度量表构成指标设有不同权重，评审过程中将依据量表内各指标填报情况及对应权重，进行打分加总，用于品牌独立市值C的测算。所涉及问题需要企业根据实际情况进行逐项填报或打√。如某问题不适用，可填“无”或“×”。

六、签章及表格报送

所有填报栏目请各企业务必填写完整、仔细核对，保证数据及信息的准确性，并在相应位置签字、盖章。

请将填写好的申报表电子版传真至：010-51626004。纸质申报表须连同证明材料一并邮寄至2023第十七届中国品牌节年会组委会。

2022第十七届中国品牌节年会组委会：

地址：北京市中关村南大街2号数码大厦B座6层

邮政编码：100086

门户网站：http://www.brandcn.com

公司微博：weibo.com/brandcn

公司座机：010-51581108