

ICS 03.100.20
CCS A10

团体标准

T/BJCC 1003-2024

首店、首发活动、首发中心

界定标准

Identification requirement on first store、first launch event and first launch center

2024-01-15 发布

2024-02-01 实施

北京市商业联合会 发布

前 言

本文件按 GB/T 1.1-2020 《 标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由北京市商业联合会提出。

本文件由北京市商业联合会归口。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件主要起草单位：中国商业联合会、北京市商业联合会、北京址点科技发展有限公司

本文件主要起草人：张丽君、李祥波、王耀、赵萍、傅跃红、陈立平、孙永波、陈雪源、杨泽轩、王立勇、靳晓蕾、尉頔

首店、首发活动、首发中心界定标准

1 范围

本文件给出了首店、首发中心和首发活动界定的原则、基本条件等方面的内容。
本文件适用于在北京市行政区划内设立的首店、首发中心以及举办首发活动的界定。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 29185 品牌 术语

3 术语和定义

GB/T 29185界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

首店 first shop

品牌在一定区域内开设的首个门店或特定功能的实体门店。

3.2

首发活动 first launch event

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）等首次上市的发布活动。

3.3

首发中心 first launch Center

具备一定公认度，供品牌举办首发活动的场所。

4 原则

4.1 客观性

基于客体提供的数据以及主体采集的客观数据，实事求是地进行界定。

4.2 科学性

界定指标选取科学合理，概念清晰。

4.3 可操作性

相关数据来源易于取得。

5 首店

5.1 基本条件

5.1.1 在北京依法设立；

5.1.2 门店经营主体具有合法的品牌经营权。

5.2 亚洲首店

5.2.1 由国际品牌设立，具有一定知名度；

5.2.2 品牌在亚洲地区设立的首家实体门店；

5.2.3 品牌在亚洲以外区域已设立且正在经营的实体门店 5 家以上。

5.3 中国（内地）首店

5.3.1 由国际或国内品牌设立，具有一定知名度；

5.3.2 品牌在中国（内地）设立的首家实体门店；

5.3.3 国际品牌在中国（内地）以外区域已设立且正在经营的实体门店 3 家以上；

5.3.4 国内品牌在北京市行政区划范围内设立首家门店后，在北京以外区域设立且正在经营的实体门店 3 家以上。

5.4 北京首店

5.4.1 由国际或国内品牌设立；

5.4.2 品牌在北京市行政区划内设立的首家实体门店。

5.5 旗舰店

5.5.1 在区域内设立的所有门店中，主营销售业务及销售商品品类最齐全，面积最大的门店（500m² 以上）；

5.5.2 全球旗舰店应由国际品牌设立，在全球三个以上国家和地区已设立且正在经营的实体门店 10 家以上；

5.5.3 亚洲旗舰店应由国际品牌设立，在亚洲两个以上国家和地区已设立且正在经营的实体门店 5 家以上；

5.5.4 中国（内地）旗舰店由国际或国内品牌设立，在中国已设立且正在经营的实体门店 3 家以上；

5.5.5 北京旗舰店由国际或国内品牌设立，在北京已设立且正在经营的实体门店 3 家以上。

5.6 创新概念店

5.6.1 品牌将创新概念与商品销售相结合，充分体现品牌文化主张，设立的创新概念实体门店；

5.6.2 品牌在全球已设立且正在经营的实体门店 5 家以上；

5.6.3 门店与该品牌其它门店相较，风格独特、创意鲜明，在价值表达、消费体验、业态融合等方面有显著差异。

6 首发活动

6.1 品牌新品首次上市举办的发布活动；

6.2 发布的产品应符合相关国家标准和行业标准要求，采用的技术先进，符合行业发展的趋势和潮流；

6.3 对发布的新品进行了广泛的宣传，充分利用电视媒体、平面媒体、新媒体等渠道进行报道，并引起广泛关注。

7 首发中心

7.1 基本要求

7.1.1 符合规划的园区、商场、商业街区或非临时性建（构）筑物；

7.1.2 可作为举办大型会议、展览、活动的场所；

7.1.3 具备开展品牌首发活动所需空间、设施设备条件；

7.1.4 场地方可提供完善的配套服务，具有安全保障和应急处理能力；

7.1.5 每年举办国内外品牌新品首发活动不少于 10 场；其中，全球首发中心由国际知名品牌举办的新品首发活动不少于 3 场。

附 录 A
(规范性)
知名品牌评判依据

A.1 国际知名品牌评判依据

国际知名品牌应符合以下条件：

该品牌须曾入选以下榜单之一：全球百强榜单（Interbrand 发布）、世界品牌 500 强榜单（Brand Finance 发布）；全球奢侈品牌 100 强（德勤发布）；胡润品牌榜（胡润研究院发布）；中国品牌 500 强（GYBrand 发布）；中国服务业企业 500 强榜单（中国企业联合会、中国企业家协会发布）；全球奢侈品力量排行榜（德勤发布）、最具价值 100 强品牌榜单（凯度 BrandZ）、世界品牌 500 强（世界品牌实验室发布）。

若未在以上榜单内，品牌应至少持续经营 10 年以上，在全球三个以上国家和地区已设立、正在经营的实体门店 100 家以上，且在相应细分领域处于行业领先地位。
