

ICS 01.080.01

CCS A22

T/SRBA

山西省零售商行业协会团体标准

T/SRBA 001—2025

首店经济认定规范

2025 - 08 - 30 发布

2025 - 09 - 01 实施

山西省零售商行业协会 发布

目 次

前言	11
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 分类	2
5 认定要求	2
6 认定条件	3
7 认定流程	4
8 动态管理	5
附录 A（规范性） 首店申请条件	6
附录 B（规范性） 首发首秀活动申请条件	8
附录 C（规范性） 首店（首发首秀活动）申报材料	9

前 言

本文件按照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。

本文件由山西省零售商行业协会提出。

本文件由山西省零售商行业协会归口。

本文件起草单位：山西省零售商行业协会、山西省流通和消费促进中心、山西财经大学、太原天美杉杉奥特莱斯商业管理有限公司、山西南慧商贸有限公司(公元时代城)、山西苏宁易购销售有限公司、太原王府井百货有限责任公司、山西迈盛悦合体育用品有限公司、京东五星电器集团(山西)有限公司、山西数商家居有限公司(红星全球家居一号店)、山西铜锣湾国际购物中心有限公司、太原嘉昇商业地产有限公司(太原万象城)、山西茂业置地房地产开发有限公司茂业百货分公司、太原市源丰睿商业运营管理有限公司(钟楼街)、山西美特好连锁超市股份有限公司、阳泉天元家用电器有限责任公司、山西天美新天地购物中心有限公司、万达商业管理集团有限公司太原分公司、山西北部新天地瑞德商业管理有限公司、山西晟世晋兴格力贸易有限公司。

本文件主要起草人：王仞、张慧、李栋、齐永智、李晓梅、蒋颜冰、俞杭华、蒋建生、吕鹏、黄先聪、岳富贵、孙照华、孙应杰、梁晓蕊、孙丹、杨彩梅、李鹤、王春辉、孟宇、郭建春、游小峰。

首店经济认定规范

1 范围

本文件规定了首店经济认定的术语和定义、认定要求、认定条件和认定流程。

本文件适用于山西省零售商行业开展的品牌首店、旗舰首店、概念首店以及首发首秀认定活动，其他行业开展相关活动可参照执行。

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 品牌价值 术语

GB/T 36680-2018 品牌 分类

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

主要经营引领性知名品牌商品或服务，在一定区域范围内满足一定功能首次开业，体现品牌形象的市场主体。

3.2

品牌首店

行业内具有引领性、代表性的知名品牌首次进入山西省行政区域（以下简称山西），开设的具有商业集聚效应和辐射能力的首个实体店。

3.3

旗舰首店

品牌在山西设立的所有门店中，首个主营销售业务及销售商品（服务）品类最齐全、新品上市速度最快、面积最大，能够综合体现理念、文化、产品、服务等品牌形象的品牌首店。

3.4

概念首店

将某种概念与主营业务相结合，或跨界融合，满足品牌产品的概念展示、顾客体验、商品定制、商品销售等特定或几种功能，在形象、产品、服务方面与品牌其他门店有显著差异的品牌首店。

3.5

首发首秀活动

品牌新品在一定地域的市场范围首次上市的活动。

4 分类

4.1 本文件所指品牌包含 GB/T 36680-2018 中 7.2 规定的 D 消费类产品和 F 服务类对应的国际、国内品牌，包括零售、住宿餐饮、文体娱乐、生活服务等业态。

4.2 首店及首发首秀活动包括以下品牌：

- 国际品牌，为在中国大陆地区范围内进行登记注册的外资企业旗下品牌；
- 国内品牌，为在中国行政区域（含港澳台地区，不含山西）范围内进行登记注册的内资企业旗下品牌；
- 山西品牌，为山西行政区域范围内进行登记注册的内资企业旗下且已经有一定社会影响的品
牌，包括但不限于获得商务部或山西省商务厅认定的“中华老字号”“三晋老字号”企业旗
下品牌；通过山西省公用品牌建设联合会认证的“山西精品”产品所属品牌；依托山西特色
产业形成的集体商标或地理标志品牌等。

4.3 依据范围及功能，首店可分为：

- 全球品牌首店、旗舰首店、概念首店；
- 亚洲品牌首店、旗舰首店、概念首店；
- 中国品牌首店、旗舰首店、概念首店；
- 华北（北京、天津、河北、山西以及内蒙古）品牌首店、旗舰首店、概念首店；
- 山西品牌首店、旗舰首店、概念首店。

4.4 依据范围，首发首秀活动可分为：

- 全球首发首秀活动；
- 亚洲首发首秀活动；
- 中国首发首秀活动；
- 华北（北京、天津、河北、山西以及内蒙古）首发首秀活动；
- 山西首发首秀活动。

5 认定机构

5.1 认定活动由零售业范围内具备认定活动能力的社会组织开展。须具备的能力包括但不限于：

- 有能够满足工作需要的组织机构、完善的认定工作制度和管理制度以及稳定的专兼职工作人
员，并能够为认定工作提供所需资源；
- 具有能够涵盖零售、住宿餐饮、文体娱乐、生活服务等业态的专家队伍；
- 对国际、国内、省内品牌发展情况有较深的了解，熟悉全省各商圈、商业街区内零售、住宿
餐饮、文体娱乐、生活服务等业态发展情况，能够对首店经济、首发首秀活动的概念及发展
有准确把握；

——具备一定的行业或社会影响力，获得民政部门授予的4A级及以上社会组织称号，能够统筹协调认定工作事宜，并对发布的认定结果承担相应的责任。

5.2 参与认定的专家可包括来自企业、涉税专业服务机构、咨询机构、高等院校等方面的专家，应具备丰富行业工作经验，熟悉行业及品牌发展及经营现状，并具备副总经理、副高级专业技术职称或相对应的职称（职务）。

5.3 认定应坚持公正、公平、公开原则，坚持质量控制、引领带动，突出城市特色，兼顾行业分布特点。

6 认定条件

6.1 首店

6.1.1 首店经营应满足以下基本条件：

- 应在2023年1月1日后，在山西省或市级市场监管部门登记注册（或与商场联营），在山西首次开业（登记注册或签订联营协议后首次产生销售数据的时间视为开业时间），签订2年以上入驻（租赁/联营）协议，或自持物业，且至申报日持续经营并满6个月以上，并截至申报日期3年内入围对应区域范围以上（含）权威机构或行业部门发布的相关榜单；
- 非法人企业的品牌门店转为企业法人，传统门店（标准店）改造升级为品牌门店后首次产生销售数据的时间视为开业时间；
- 应拥有商标所有权或使用权。美誉度高，且在行业内具有一定影响力；
- 经营面积应大于等于品牌在同区域范围内、同级别实体门店的平均水平。

6.1.2 品牌首店应满足经营面积80平方米以上（含）、开业投资100万元以上（含）及带动就业3人以上（含）的条件，并根据其申请的区域范围满足以下要求：

- 申请全球首店的，品牌创立时间应在15年（含）以上，且在全球3个以上的国家和地区已设立且正在经营不少于10家实体门店；
- 申请亚洲首店的，品牌创立时间应在10年（含）以上，且在亚洲以外的国家和地区已设立且正在经营不少于10家实体门店；
- 申请中国内地首店的，品牌创立时间应在5年（含）以上，且在中国（内地）以外的区域已设立且正在经营不少于5家实体门店；
- 申请华北首店的，品牌创立时间应在5年（含）以上，且在华北区域以外已设立且正在经营不少于3家实体门店；
- 申请山西首店的，品牌创立时间应在5年（含）以上，且国内品牌在山西行政区域以外已设立且正在经营不少于3家实体门店，山西品牌应为首个符合条件的实体门店。

6.1.3 旗舰首店、概念首店应满足面积在200 m²以上（含）（位于省级步行街、山西省零售业50强的百货店、购物中心、专业店等商场内面积在150 m²及以上）、开业投资要求200万元及以上，带动就业8人以上（含）的条件，并根据其申请的区域范围满足以下要求：

- 申请全球旗舰首店或非概念首店的，品牌创立时间应在15年（含）以上，已在全球5个以上的国家和地区设立且正在经营不少于15家非旗舰店或非概念店的实体门店；
- 申请亚洲旗舰首店或概念首店的，品牌创立时间应在10年（含）以上，已在亚洲以外的国家和地区设立且正在经营不少于10家非旗舰店或非概念店的实体门店；
- 申请全国及华北（山西）旗舰首店或概念首店的，品牌创立时间应在5年（含）以上，已在中国（内地）设立且正在经营不少于5家非旗舰店实体门店。

6.1.4 申请各类首店的还应符合附录 A 的要求。

6.2 首发首秀活动

6.2.1 首发首秀活动应满足以下基本条件：

- 活动品牌至申报日在山西持续经营并满 6 个月以上，且截至申报日前的近 3 年内，入围对应区域范围以上（含）权威机构或行业部门发布的相关榜单；
- 组织者拥有商标所有权或使用权，产品品牌为引领性品牌，美誉度高；
- 产品首发地在山西省区范围内的商业街区（商圈）、商业综合体等；
- 产品已经具备流通条件即将发售（新品发布时间距离发售时间不超过一个季度）；
- 产品符合国内相关标准要求，在同类市场具有明显的领先性和趋势代表性；
- 活动有完整的策划方案，投入资金不少于 20 万元、活动时长不少于 2 小时、参与人数不少于 100 人、涉及的品类（产品）数不少于 1 个，能够产生一定区域影响力。

6.2.2 申请各类首发首秀活动的应符合附录 B 的要求。

6.3 否决条件

存在以下情况之一的，不应申请认定：

- 申报材料有弄虚作假情况的；
- 品牌企业近 3 年有严重违法违规等现象的；
- 品牌企业近 3 年被列入经营异常、严重违法失信企业等名单的。

7 认定流程

7.1 组织

一自然年内每季度的第一个月各组织一次首店和首发首秀活动的认定。

7.2 申报

7.2.1 申报主体可为门店、门店入驻的商场街区或品牌方三者之一，且只可申请一次。

7.2.2 申报主体填写准备申报材料（附录 C），并按顺序打印装订后，报送认定机构，提出认定申请。

7.2.3 认定机构对企业申报材料的完整性、真实性进行初步审查。

7.3 评审

对初审通过的申报材料，认定机构组建专家评审组通过查阅资料、现场核实等方式，按照首店认定条件进行评审，并出具评审意见。专家评审组成员包括但不限于行业协会、企业、财务、法律、高校以及检验检测等部门的专家。

7.4 复核及公示

专家评审组将通过评审的申报主体材料及评审意见报认定机构，认定机构安排专人就申报及评审材料的完整性进行复核，复核无问题的，在官方网络或媒体进行不少于 7 个工作日的公示。

7.5 认定

公示后无异议或异议不成立的，由认定机构正式公布名单，并做好认定工作过程材料的整理、归档。

8 动态管理

8.1 提交年度报告

首店称号的有效期为 3 年。在认定有效期内，其经营者或持有人应每季度按照认定机构要求报告店面运行情况，并在每年 2~4 月将上一年度称号的使用及公司经营等情况向认定机构提供书面报告（报告内容包括附录 A 或附录 B 中所列内容），并对内容的真实性负责。

8.2 取消首店称号

认定机构每年对获得首店（首发首秀活动）称号的主体进行不少于 1 次的检查。被检查企业有下列行为之一的，予以警告、责令限期改正；拒不改正或者情节严重的，撤销首店（首发首秀活动）称号，并向社会公布：

- 提供虚假资料骗取称号的；
- 擅自改变核定使用的商品或者服务范围的；
- 利用称号，粗制滥造、以假乱真、以次充好，损害消费者利益的；
- 伪造、涂改、复制、出借、出租、出售认定证书、牌匾、标志等证明文件的；
- 发生严重的违法违纪、失信行为，或被媒体曝光造成严重的负面社会影响的；
- 由于经营状况变化，不再具备本文件第 6 章要求的；
- 未按照要求进行季度或年度报告的；
- 其他损害首店（首发首秀活动）信誉的行为。

8.3 停业或破产情况的处置

首店（首发首秀活动）称号所属主体宣告停业或破产的，认定机构经过审议后，可暂停或撤销称号，收回已授牌匾和证书，并予以公示。

8.4 认定恢复

首店（首发首秀活动）称号被暂停的，其经营者或持有人在完成相应整改后，可向认定机构申请称号。经过审议后，可裁定是否恢复相应的称号，并将裁定结果予以公示。裁定恢复的，重新发放相应牌匾和证书。

附 录 A
(规范性)
首店申请条件

首店申请应具备的指标条件见表 A.1。

表 A.1 首店申请指标

一级指标	二级指标	指标说明
市场影响	入围榜单	国际品牌上年度品牌进入国际市场同类榜单； 国内品牌上年度品牌进入国内市场同类榜单
	已开设商店所处区域	已开设的门店所处位置区域能够体现品牌在全球，或亚洲，或中国内陆，或华北一定区域市场的代表性
	市场占有率	主营产品（服务）在行业内较同档次品牌产品市场占有率高
	消费者知晓度	消费者对品牌商品（服务）有较高的知晓度
经营能力	经营环境匹配程度	首店入驻商圈（商场）具有一定的商业成熟度，周边环境品质与品牌及首店定位功能相匹配
	商品代表性	主要经营商品（含服务）应为品牌主流商品
	经营稳定	申请区域外同类门店经营稳定
	店铺功能	经营范围与申请的首店类别（品牌首店、旗舰首店、概念首店）相适应
服务质量	组织架构	有权责清晰的服务工作组织，能够满足申请的首店类别（品牌首店、旗舰首店、概念首店）需求
		有对员工服务素养提升的培训体系，并实施有效
		有科学合理、可操作性强的员工服务能力和效果的考核体系
	服务制度	有明确的事前事中事后服务制度，并制定和发布流程明晰
		各项服务制度能够执行到位，并可验证
	服务设施	顾客休息、试样、卫生以及其他满足门店功能的服务设施配备全面、运行良好
		建有客户服务信息系统，且运行高效
	顾客满意度	有完备的售后服务体系，能够有效保护顾客权益
市场关注度和好评度较高		
定期开展顾客满意度调查，且顾客对服务能力的满意度较高		
创新引领	设计风格	商店主要功能空间有明显且特色化辨识度高的品牌标识，能够有效体现品牌理念、文化

表 A.1 (续)

创新引领	设计风格	店面设计和装潢及功能布局应与品牌及申请的首店类别（品牌首店、旗舰首店、概念首店）相匹配，且注重顾客舒适度
	产品领先	主营产品（服务）功能、性能具有行业领先性
		从时间维度上，商品（服务）质量及发布时间在行业内一贯领先
		从横向维度上，品牌所有商品（服务）质量行业内普遍领先
		概念首店提供的服务功能在行业内具有创新性
	新品发布	新品经营应达到一定比例，并与首店定位及功能相匹配
		每年代表品牌进行或计划进行与首店覆盖区域一致的新品发布活动
顾客接受度	顾客对产品或服务的创新具有较高的接受程度	

附录 B

(规范性)

首发首秀活动申请条件

首发首秀活动申请应具备的指标条件见表 B.1。

表 B.1 首发首秀活动申请指标

一级指标	二级指标	指标说明
产品代表性	产品代表性	产品在品牌中为主流产品，对该品牌具有代表性
产品品质	技术创新性与领先性	产品生产和服务所用材料具有创新性和领先性； 产品生产和服务所用技术具有创新性和领先性； 产品生产和服务所用工艺具有创新性和领先性
	功能创新性与领先性	产品功能具有创新性和领先性； 产品外观或服务表现方式具有创新性和领先性
	质量领先性	产品符合国内相关标准要求； 产品质量检测或服务评价主要指标与同类产品比较具有领先性
市场认可度	消费者认可	消费者对新品的关注度或期望度高； 新品市场欢迎度高（市场预期销售或实际销售情况与同类产品的比较）； 消费者对新产品的美誉度
	同业认可度	行业内相关方对新产品的关注度或预期高； 行业内相关方对新产品的美誉度高
绿色属性	资源节约性	新品全生命周期能够达到资源节约
	环境友好性	新品全生命周期能够达到环境友好
	健康安全	新品全生命周期能够保障人的健康安全

附录 C

(规范性)

首店(首发首秀活动)申报材料

C.1 申报表格

首店(首发首秀活动)申报表格见表 C.1、C.2。

表 C.1 山西省首店认定申请表

申报单位(盖章): 填表人: 联系电话:

项目联系信息			
项目负责人		职务	
手机电话		邮箱	
申报类型			
首店类型 (单选)	<input type="checkbox"/> 全球品牌首店	<input type="checkbox"/> 全球品牌旗舰首店	<input type="checkbox"/> 全球品牌概念首店
	<input type="checkbox"/> 亚洲品牌首店	<input type="checkbox"/> 亚洲品牌旗舰首店	<input type="checkbox"/> 亚洲品牌概念首店
	<input type="checkbox"/> 中国内地品牌首店	<input type="checkbox"/> 中国内地品牌旗舰首店	<input type="checkbox"/> 中国内地品牌概念首店
	<input type="checkbox"/> 华北品牌首店	<input type="checkbox"/> 华北品牌旗舰首店	<input type="checkbox"/> 华北品牌概念首店
	<input type="checkbox"/> 山西品牌首店	<input type="checkbox"/> 山西品牌旗舰首店	<input type="checkbox"/> 山西品牌概念首店
品牌业态类型	<input type="checkbox"/> 零售 <input type="checkbox"/> 餐饮 <input type="checkbox"/> 住宿 <input type="checkbox"/> 文体娱乐 <input type="checkbox"/> 生活服务 <input type="checkbox"/> 其他_____ (自填)		
品牌信息			
品牌名称			
品牌创立地(国家/城市)		品牌创立时间	
已有实体店数量(家)		已进驻城市	
品牌总部注册资本金(元)		中国雇员人数	
品牌商标注册状态	<input type="checkbox"/> 完成注册 <input type="checkbox"/> 已申请注册 <input type="checkbox"/> 未备案		
商标注册号码(若有)			
开业门店信息			
开业门店营业执照名称			
统一社会信用代码		门店雇员人数	
入驻商业体(街区)名称			
详细地址(含商户楼层门牌号)			
门店开业时间		门店经营面积	
是否为在山西省已注册的独立法人企业	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
是否为改造升级门店	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
非法人企业转企业法人	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
申报单位申明	<p>本单位自愿申报认定品牌首店,承诺所填资料及申报材料均真实、合法、有效。如有不实之处,贵单位有权取消我单位认定资料,我单位愿负相应的法律责任,并承担由此产生的一切后果。</p> <p>法定代表人/经营者签字: _____</p> <p style="text-align: right;">(单位公章) 年 月 日</p>		

表 C.2 山西省首发首秀活动认定申请表

申报单位（盖章）： 填表人： 联系电话：

活动信息			
活动名称			
新品名称		新品数量	
活动负责人		职务	
手机号码		邮箱	
申报类型			
活动类型 (单选)	<input type="checkbox"/> 全球首发首秀活动 <input type="checkbox"/> 亚洲首发首秀活动 <input type="checkbox"/> 中国内地首发首秀活动		
	<input type="checkbox"/> 华北首发首秀活动 <input type="checkbox"/> 山西首发首秀活动		
活动业态类型	<input type="checkbox"/> 零售 <input type="checkbox"/> 餐饮 <input type="checkbox"/> 住宿 <input type="checkbox"/> 文体娱乐 <input type="checkbox"/> 生活服务 <input type="checkbox"/> 其他_____ (自填)		
品牌信息			
品牌名称			
品牌创立地（国家/城市）		品牌创立时间	
已有实体店数量（家）		已进驻城市	
品牌总部注册资本金（元）		中国雇员人数	
品牌商标注册状态	<input type="checkbox"/> 完成注册 <input type="checkbox"/> 已申请注册 <input type="checkbox"/> 未备案		
商标注册号码（若有）			
活动地址信息			
新品发布时间		活动参加人数	
新品发售时间			
新品执行标准情况			
新品市场受众			
新品预计市场占有情况			
申报单位申明	<p>本单位自愿申报认定首发首秀活动，承诺所填资料及申报材料均真实、合法、有效。如有不实之处，贵单位有权取消我单位认定资料，我单位愿负相应的法律责任，并承担由此产生的一切后果。</p> <p>法定代表人/经营者签字： _____</p> <p style="text-align: right;">（单位公章） 年 月 日</p>		

C.2 申报印证材料

C.2.1 首店申报表后附印证材料按照以下顺序进行装订：

—— 基本信息：

- 品牌基本情况：包括但不限于品牌发展历程、在中国大陆所注册企业的最高注册资金、上市区域及店数、雇员人数、商标注册情况等材料；
- 营业证明：包括但不限于首次开业门店营业执照、法人信息、入驻商业证明（如商场为经营主体，则需提供与商场签订的近3年联营协议、品牌总部注册证明以及山西首店开

业证明)、产生销售数据的正规票据资料、营业面积、雇员缴纳社保信息、品牌授权信息、消防验收以及能够证明为首次开业的官网截图、新闻报道等;

——市场影响:

- 入围榜单材料:包括但不限于《福布斯全球品牌价值 100 强》《Interbrand 全球最佳品牌》《亚洲品牌 500 强》《中国品牌价值 500 强》《消费品牌影响力榜单》或国家、行业垂直榜单等;
- 已开设门店材料:包括但不限于销售数据佐证材料、地理位置、门店面积、场景照片、官网截图、新闻报道等;
- 市场占有率材料:包括但不限于市场分析报告、市场调查、消费者调查、官网截图、新闻报道等;

——经营能力:

- 经营环境材料:包括但不限于入驻商圈(商场)基本情况、首次开业门店周边商业布局等材料;
- 主营产品(服务)材料:包括但不限于品牌经营商品(服务)名录、首次开业门店经营商品(服务)名录及主要经营商品(服务)名录等;
- 经营状况材料:包括但不限于区域外同类门店经营报表、财务审计报告等;

——服务质量:

- 组织架构材料:包括但不限于服务工作组织架构图、员工培训体系、考核体系相关材料;
- 服务制度材料:包括但不限于已制定并发布实施的服务制度及制度有效执行的记录(近 3 个月)等;
- 服务设施材料:包括但不限于店内顾客休息、试样、卫生等服务设施明细及现场照片以及客户服务信息系统截图等;
- 顾客满意度材料:包括但不限于投诉处理、退换货服务、售后回访制度、记录、商场客诉处理记录以及依托第三方开展的顾客满意度调查报告等;

——创新引领:

- 设计风格材料:包括但不限于店面装修设计图纸、功能布局及实景照片等;
- 产品领先材料:包括但不限于主营产品(服务)功能、性能介绍、与市场同类产品的比较情况等;
- 新品发布材料:包括但不限于近两年的新品发布情况以及发布计划、新品收入占比情况以及顾客认可调查等。

C.2.2 首发首秀活动申报表后附印证材料按照以下顺序进行装订:

——基本信息材料:

- 品牌基本情况:包括但不限于品牌发展历程、在中国大陆所注册企业的最高注册资金、上市区域及店数、商标注册情况等材料;
- 活动开办证明:包括但不限于品牌授权信息、活动开展协议、活动策划方案,活动开展现场资料以及能够证明为首次活动的官网截图、新闻报道等;

——产品代表性资料:包括但不限于新品在品牌中为主流产品证明;

——产品品质资料:能够证明新品材料、技术、工艺、功能、外观等方面创新的证明资料,包括但不限于专利、软著等知识产权证明;新品执行标准文本、编制说明以及第三方机构出具的质量检测报告等;

- 市场认可度材料：包括但不限于新品上市前的市场调查、市场分析、销售情况、消费者满意度调查等证明材料；
- 绿色属性材料：包括但不限于新品在资源节约、环境友好、健康安全方面的说明材料。