附件 4：

**相关标准说明**

（一） 国际知名品牌

1. 品牌在境外（含港澳台）和境内（不含港澳台）注册商标， 且境内外注册商标具有一致性，在国际市场知名度、美誉度较高；

2. 品牌被纳入世界品牌实验室《世界品牌 500 强》、德勤《全 球奢侈品力量》、品牌金融《全球餐饮品牌价值 25 强》、英图 博略《全球最佳品牌榜》等排行榜（均以2024 年发布的为准） 的品牌，或品牌在 5 个以上国家（地区）设有实体门店的为国际 知名品牌 1 类；

3.如不符合“（一） 国际知名品牌 **2”**的条件但在 3 个以上国 家（地区）设有实体门店的品牌为国际知名品牌 2类。

（二）国内知名品牌

1. 品牌在境内（不含港澳台）注册商标，在国内市场知名度、 美誉度较高；

2. 品牌被纳入中国企业联合会、中国企业家协会《中国服务 业企业 500 强名单》、世界品牌实验室《中国 500 最具价值品牌 排行榜》 、胡润研究院《胡润品牌榜》 、 品牌联盟《中国品牌 500 强》 、胡润研究院《胡润中国餐饮连锁企业投资价值榜 TOP50》、英图博略《中国最佳品牌榜》 （均以 2024 年发布的 为准）的品牌，或品牌在超过 8 个城市（地级市以上城市）设有 实体门店的为国内知名品牌 1 类；

3.如不符合“（二）国内知名品牌 **2**”的条件但在 3 个以上城 市（地级市以上城市）设有实体门店的品牌为国内知名品牌 2 类。

（三）本地品牌

1.本地制造企业应为纳入“苏州制造”品牌国际认证联盟认证 的[“苏州制造”品牌认证企业产品名单](http://scjgj.suzhou.gov.cn/szqts/tzgg/202209/129919569f4f4aeaa8c0b4a680839282/files/16f4b219248c4c70936799ba8414cc81.doc)的企业或被纳入江苏省质 量发展委员会等八部门公布的“江苏精品”认证获证企业名单；

2.老字号企业应纳入商务部门认定的中华老字号、江苏老字 号和苏州老字号名单；

3.纳入《苏州市引领性本土品牌》的企业。

（四）支持标准

**1. 国内及国际知名品牌**

**（1）装修补贴标准**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 首店层级品牌类型 | 全球或（亚洲）首店 | 中国（内地）首店 | 江苏首店 | 苏州首店 |
| 国际品牌 1 类 | 40% | 35% | 30% | 25% |
| 国际品牌 2 类 | 35% | 30% | 25% | 20% |
| 国内品牌 1 类 | / | / | 40% | 25% |
| 国内品牌 2 类 | / | / | 25% | 15% |

**（2）租金补贴标准**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 首店层级品牌类型 | 第一年 | 第二年 | 第三年 |
| 国际品牌（1、2 类） | 50% | 30% | 20% |
| 国内品牌（1、2 类） | 30% | 20% | 10% |

**2.老字号及苏州制造品牌**

**（1）装修补贴**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 层级类型 | 中华老字号/本地制造企业 | 江苏老字号 | 苏州老字号 |
| 老字号（本地制造企业） | 40% | 30% | 20% |

**（2）租金补贴**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 类型 | 年份 | 第一年 | 第二年 | 第三年 |
| 老字号 | （本地制造企业） | 30% | 20% | 10% |

**3. 品牌首店年销售额奖励**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 年份类型 | 第一年 | 第二年 | 第三年 |
| 品牌首店年销售额 | 年销售额\*1% | 年销售额增加值\*1.5% | 年销售额增加值\*2% |