忻州市工业和信息化局

关于组织开展中国消费名品和“数字三品”应用场景典型案例申报工作的通知

各县（市、区）工信部门：

为认真贯彻落实我市《现代消费品产业振兴升级2024年行动计划》（忻工信发〔2024〕21号），持续提升企业品牌影响力，助力全市消费品产业提档升级，按照省工信厅通知要求，现将工业和信息化部办公厅《关于分级打造中国消费名品方阵的通知》（工信厅消费函〔2024〕369号）转发给你们，请严格按照通知要求，结合属地发展实际，积极组织开展申报工作。相关申报资料请于11月15日前报送至市工信局，市工信局汇总后报送省工信厅审核。

忻州市工业和信息化局

2024年10月28日

工业和信息化部办公厅

工信厅消费函〔2024〕369号

工业和信息化部办公厅关于分级打造中国消费名品方阵的通知

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门：

为全面贯彻党的二十届三中全会精神，加快落实全国新型工业化推进大会工作部署，根据《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》（工信部联消费〔2022〕79号）要求，现组织开展中国消费名品方阵建设工作。有关事项通知如下：

一、总体思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，全面落实全国新型工业化推进大会部署，完整、准确、全面贯彻新发展理念，以因地制宜发展新质生产力为主线，系统谋划、部省联动、分级推进中国消费名品方阵建设。到2027年，初步构建品质至上、特色鲜明、产文融合的品牌体系，着力培育千件文化内涵丰富、全球认可度高的优质品牌，征集推广一批技术先进、成效显著、可复制易推

广的“数字三品”应用场景典型案例，打造一批国际一流消费品企业和特色品牌。

二、重点任务

（一）分级打造中国消费名品方阵。省级工业和信息化主管部门聚焦消费品产业特色优势，深入挖掘自主创新、品质高端、信誉良好的消费品牌，加快培育区域特色优势产业和优质品牌，积极构建本地区消费名品名录，定期向工业和信息化部择优推荐。工业和信息化部建立消费品牌评价机制，组织有关单位从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能力等方面开展价值评价，分级打造中国消费名品方阵，分批向社会各界、海内外市场推介名品优品。

（二）分类构建中国消费名品体系。从历史经典、时代优品、潮流新锐三个维度，构建以企业品牌和区域品牌为主体的中国消费名品体系。历史经典注重历史文化底蕴，是历史悠久、至今仍具有强大生命力和影响力的经典品牌；时代优品注重产品竞争力，是新中国成立以来质量过硬、美誉度高，在人民群众中影响深远的优质品牌；潮流新锐注重创意设计，是近年来出现的引领时代消费潮流的新兴品牌。区域品牌是产业特色鲜明、地域标识明显、行业认可度较高的地方优势品牌，一般以“地名＋产品”命名。

（三）推广“数字三品”应用场景案例。面向智能家居、纺织服装、特色食品、智慧医药等重点行业，挖掘培育基于消费数

据的智能仿真测款、柔性制造、数字营销等新模式新场景，加快推动数字技术在消费品领域融合应用。围绕增品种、提品质、创品牌三大方向，聚焦研发设计、生产制造、经营管理、用户服务等关键环节，遴选一批创新性强、推广价值高、示范效应明显的典型案例，推动实现资源数字化、生产柔性化、产业链协同化，提升消费品企业品种引领力、品质竞争力和品牌影响力。

（四）加快推进消费品文化赋能。深度挖掘产业品牌培育土壤和文化价值，加强现代设计与传统文化有机融合，推动行业、品牌、文化一体联动，实现“一行业一文化”“一品牌一经典”，打造文化价值丰富、主题活动多元、文创作品繁荣、品牌故事生动、个性标识鲜明的名品生态。依托全国工业旅游示范基地和精品路线，结合国潮、国漫、国风、国粹等文化元素，支持创新开发文化产品、设计打造文化空间、多元建设文化博物馆，树立具有行业特色的文化新地标，培育新时代消费品产业名片。

（五）组织开展消费名品全球传播。系统策划中国消费名品传播路径，通过品牌大使、出海路演、名品体验等“中国主题”活动，构建消费名品全球传播矩阵，有效传递中国声音和文化价值。依托目标市场国大型展览展示活动，结合当地文化背景和价值观念，加强与海外受众交流互鉴，通过文艺作品、影像视频等传播方式，“一品一策”讲好中国消费品牌故事。充分利用跨境电商平台、海外合作机构、新媒体集群，支持举办发布会、博览会、展销会，拓展海外传播途径和销售渠道，全方位展示中国品

质优势和品牌魅力。

（六）建设中国消费名品公共服务系统。依托“中国消费品三品战略”信息系统，构建“三品”全国行调度网络，建设中国消费名品数据库，绘制特色优势产业地图，立体展示中国消费名品方阵建设成效。充分释放数据要素价值，研究洞察行业品牌发展趋势，支持消费新场景探索与应用、新模式创新与实践，推动产业链上下游协同发展。组织编制中国消费名品发展报告，总结中国消费名品方阵建设经验，推广交流有关地方、重点企业典型实践。

三、组织实施

（一）组织培育创建。工业和信息化部统筹开展中国消费名品方阵建设工作，系统推进名品标准制定、典型案例推广、知名品牌培育等重点任务。省级工业和信息化主管部门制定本地区实施方案，明确发展路径、聚焦重点领域、强化政策支持，助力消费品工业高质量发展。各地在本地区消费名品方阵建设的基础上，按照《中国消费名品方阵推荐工作指引》（附件1），组织开展2024年推荐工作，并提交相关申报材料（附件3—5）。

（二）强化政策支持。充分发挥各类政府引导基金和国家产融合作平台作用，引导金融资源精准对接名品企业融资需求，对中国消费名品方阵承载区域、重点企业提供支持。鼓励地方立足实际制定相应配套政策，支持企业加快数字化转型，积极开展各层次人才培养，鼓励企业积极参与消费品领域强制性国家标准、

行业标准、团体标准制定，加快推动消费品标准国际化，加强标准实施效果应用评估。

（三）建立评价机制。工业和信息化部探索建立长效工作机制，统筹开展中国消费名品价值评价，组织编制中国消费名品建设评估报告。省级工业和信息化主管部门结合本地区实施方案，持续跟踪重点领域、重点品牌、重点企业，定期分析工作进展、推进措施以及工作成效，适时调整优化政策措施，加快培育行业领军企业和优质品牌。

（四）加强动态管理。工业和信息化部对纳入中国消费名品方阵的单位定期开展评估复核，动态调整中国消费名品方阵名录，对建设成效好的单位加强宣传推广，对不再符合标准的单位取消相应资格。支持有条件的地方建立省、市两级名品目录，及时总结工作成效和典型经验，推动形成高水平建设的工作格局。鼓励地方积极对接各层级宣传媒体，通过名品推介、产业互动、海外推介等方式开展全方位推广交流，不断提升中国消费品牌国际竞争力。

四、联系方式

中国消费名品推荐工作

联系人及电话：宋其森　010—68205674

董温彦　010—68209938　13466545922

材料寄送地址：北京市海淀区万寿路27号院15号楼工业文化发展中心

应用场景典型案例推荐工作

联系人及电话：宋其森　010—68205674

王柯懿　010—60738452　18910154850

材料寄送地址：北京市昌平区定泗路11号赛迪产业园中国软件评测中心

附件：1. 中国消费名品方阵推荐工作指引

2. 中国消费名品方阵推荐数量

3. 中国消费名品申报书

4. “数字三品”应用场景典型案例申报书

5. 中国消费名品方阵推荐汇总表

中华人民共和国工业和信息化部 办公厅

工业和信息化部办公厅

2024年9月29日

附件 1

中国消费名品方阵推荐工作指引

一、推荐方向

（一）中国消费名品

1. 企业品牌。分为历史经典、时代优品、潮流新锐三个维度。

历史经典注重历史文化底蕴，是历史悠久、至今仍具有强大生命力和影响力的经典品牌。

时代优品注重产品竞争力，是新中国成立以来质量过硬、美誉度高，在人民群众中影响深远的优质品牌。

潮流新锐注重创意设计，是近年来出现的引领时代消费潮流的新兴品牌。

2. 区域品牌。产业特色鲜明、地域标识明显、行业认可度较高的地方优势品牌，一般以“地名+产品”命名。

（二）“数字三品”应用场景典型案例

1. 消费数据驱动产品设计创新。建立消费端和生产端数据链路，利用人工智能等技术分析流行趋势、挖掘消费需求。应用推广众包设计、协同设计、交互设计等新模式，以消费数据驱动产品研发设计与功能创新。

2. 智能仿真测款驱动新品孵化。构建产品设计资源库、模型库、知识库，通过建模仿真和虚拟验证技术，快速完成

概念和外观设计，生成测试样品。根据用户反馈调整优化，提升产品设计效率、原创设计能力及反向定制水平。

3. 个性化定制驱动消费模式重塑。开发消费驱动型设计制造一体化平台，基于消费者个性化需求，应用 3D 扫描、可视化量体技术实现产品量身定制。应用推广协同制造、共享制造、众包众创等新模式，实现供需高效对接和精准交付。

4. 面向精益管理的智能调度排产。基于订单、销售数据建立智能计划调度和排产优化模型，实现对市场需求的动态响应，实时调整生产计划，合理优化产能库存和资源配置，提升精益化管理水平。

5. 面向透明消费的质量追溯管理。构建产品全生命周期数字化溯源体系，全面采集质量数据，形成质量管理数字化档案，实现产品源头追溯、一码到底、物流跟踪、责任认定和信用评价。

6. 面向市场需求的敏捷供应链。构建研发、采购、生产、营销、物流数据集成和信息共享一体化体系，建立供应链智能分析模型，实现信息共享、风险预警、业务协同。应用推广“小单快反”等模式，实时响应消费需求和市场变化。

7. 面向柔性化需求的智能产线。基于多元化需求，运用 5G、数字孪生等技术，构建设备级、产线级数字映射和实时交互体系，实现生产单元模块化、可重构，生产工艺、流程快速调整，提升柔性制造水平和生产效率。

8. 数字全域营销助力优质品牌推广。应用 RFID、AR/VR

等技术，构建无人零售、虚拟客服、虚拟试衣等购物新场景。构建线上线下数据资源交互能力，实现消费者到店、逛店、购买、交易、离店、售后服务全链路数字化。

9. 国潮新品助力品牌价值提升。面向数字营销网络，构建市场热点、客户偏好、消费趋势采集分析系统，挖掘传统文化元素，动态调整营销策略，开展国潮创新产品研发，形成自主品牌培育运营能力。

10. 数字服务供给助力区域名品打造。建设区域品牌数字化公共服务平台，提供品牌培育咨询、供需对接、人才培训等公共服务。打造产业链上下游中小企业品牌联合体，提升区域品牌知名度。

二、推荐条件

（一）中国消费名品

申报主体应具备以下条件:

1. 基本条件。企业品牌应为在中华人民共和国境内注册登记的企业单位；具有独立法人资格，近 3 年经营状况良好，在信用、质量、安全和环保等方面无不良记录；自主创建申报品牌，拥有商标所有权且在有效期内。**区域品牌**应为工作基础较好的城市或主产区所在地人民政府，近 3 年无重大质量安全等事故。

2. 产品创新力高。主要产品技术水平领先，高端化、智能化、绿色化水平较高，自主创新能力较强。

3. 市场竞争力强。主要产品在国内外具有较高市场占有

率，质量管理水平良好，产业优势特色突出，产业链相对完整，产业根植性较好。

4. 品牌影响力大。企业品牌培育管理体系健全完善，品牌影响力较大、美誉度较高，获得国内外消费者普遍认可。

5. 文化赋能力好。企业产品具有较高的工业设计水平，与传统文化充分融合，品牌独特性强，文化赋能性好。

（二）“数字三品”应用场景典型案例

1.申报主体应为中华人民共和国境内注册登记的消费品企业、互联网平台企业，具有独立法人资格，近3年经营状况良好，在信用、质量、安全和环保等方面无不良记录。

2.每个申报主体只能申报1个方向，可结合实际情况联合申报，联合申报单位数量不超过3家。

3.案例应具有完整的解决方案和成熟的应用模式，具有较强的示范性和推广应用价值，能充分体现消费品行业的技术特点和适用场景。

4.相关产品、技术及相关知识产权归属申报主体或取得相应授权许可，无知识产权纠纷，不涉及国家秘密、商业秘密等内容。

三、推荐程序

（一）申报

申报主体通过中国消费名品方阵公共服务系统（https://zgxfmpfz.miit.gov.cn）在线填报，向所在省、自治区、直辖市以及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门（以下

称省级工业和信息化主管部门）提出申请，并按要求提交相关申报材料。

（二）初审

省级工业和信息化主管部门对本地区申报材料严格把关，确保各项材料真实有效，初审合格后择优确定推荐名单。各地推荐数量要求见附件2。

（三）推荐

省级工业和信息化主管部门对申报材料进行初审，初审合格的向工业和信息化部择优推荐，并于11月10日前和12月10日前分别报送“数字三品”应用场景典型案例推荐名单、中国消费名品推荐名单以及相关申报材料（附件3—5）。

各地应制定区域品牌认定标准，推荐区域品牌可同时推荐3家产业规模较大、研发能力较强、行业技术先进的代表性企业。

附件 2

中国消费名品方阵推荐数量

序号	地 区	中国消费名品 推荐数量（件）	场景案例 推荐数量（个）
1	北京	5	10
2	天津	5	10
3	河北	8	16
4	山西	5	10
5	内蒙古	5	10
6	辽宁	5	10
7	吉林	5	10
8	黑龙江	5	10
9	上海	5	10
10	江苏	12	24
11	浙江	10	20
12	安徽	8	16
13	福建	10	20
14	江西	5	10
15	山东	10	20
16	河南	8	16
17	湖北	8	16
18	湖南	8	16

19	广东	12	24
20	广西	5	10
21	海南	3	6
22	重庆	5	10
23	四川	8	16
24	贵州	5	10
25	云南	5	10
26	西藏	3	6
27	陕西	5	10
28	甘肃	3	6
29	青海	3	6
30	宁夏	3	6
31	新疆	5	10
32	兵团	3	6
合计		195	390

附件 3

中国消费名品申报书
（企业品牌）

品　牌　名　称：_____

申　报　方　向：（历史经典/时代优品/潮流新锐）

申报单位（盖章）：_____

填　报　日　期：_____

工 业 和 信 息 化 部　制

填表说明

一、申报书封面：申报单位请填写企业名称，申报方向选择历史经典、时代优品或潮流新锐。

二、申报单位根据实际情况组织填写，对所填报内容的真实性负责，可提供佐证材料作为补充。

三、各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门对申报材料的真实性进行复核确认。申报材料弄虚作假的，将取消申报资格。

四、纸质版使用 A4 纸双面印刷，装订平整，采用普通纸质材料作为封面，并加盖骑缝章。请勿以活页方式装订，防止传递和查阅过程中发生散乱。

<table>
<tr><th colspan="6">一、基本情况</th></tr>
<tr><td>企业名称</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>社会信用代码</td><td colspan="3"></td><td>成立时间</td><td></td></tr>
<tr><td>企业性质
（可多选）</td><td colspan="5">□国有企业 □民营企业 □合资企业
□其他_____（请自行列明）</td></tr>
<tr><td>企业规模[1]</td><td colspan="5">□大型企业 □中型企业 □小型企业 □微型企业</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td>姓名</td><td></td><td>电话</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">联系人</td><td>姓名</td><td></td><td>职务及
所在部门</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>电话</td><td></td><td>邮箱</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>注册地址</td><td colspan="2"></td><td>注册资本
（万元）</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>产业领域</td><td colspan="5">（参考2017年国民经济行业分类（GB/T 4754—2017），明确所属中类4位代码）</td></tr>
<tr><td>是否为消费品工业“三品”战略示范城市辖区企业</td><td colspan="5">□是 （示范城市名称：_____）
□否</td></tr>
<tr><td>获奖情况</td><td colspan="5">1.单项冠军企业：□国家级 □省市级 授予年份：
2.专精特新企业：□国家级 □省市级 授予年份：
3.高新技术企业：□国家级 □省市级 授予年份：
（注：需提供佐证材料）</td></tr>
<tr><td>指标名称</td><td colspan="2">2021年</td><td colspan="2">2022年</td><td>2023年</td></tr>
<tr><td>1.主营业务收入（万元）</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td>2.利润总额（万元）</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td>3.利润增长率（%）</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
</table>

[1] 根据《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》规定，工业企业大、中、小、微企业划分标准如下：从业人员1000人及以上，且营业收入40000万元及以上的为大型企业；从业人员300人及以上1000人以下，且营业收入2000万元及以上40000万元以下的为中型企业；从业人员20人及以上300人以下，且营业收入300万元及以上2000万元以下的为小型企业；从业人员20人以下或营业收入300万元以下的为微型企业。

二、产品创新力			
主营产品技术创新成果认定	创新成果得到相关部门认定 □有（□国家级 □省级）（注：需提供佐证材料） □无		
主营产品有效专利数量（个）	产品有效专利：_____（个） （注：需提供佐证材料）		
主营产品参与制定国际和国家标准	□国际标准：　　（个） □国家标准：　　（个） （注：需提供佐证材料）		
指标名称	2021年	2022年	2023年
企业研发投入强度（%）			
三、市场竞争力			
品牌所属主要产品品类			
指标名称	2021年	2022年	2023年
1.主要品类产值规模（万元）			
2.主要品类国内市场销售规模（万元）			
3.主要品类国内市场占有率（%）			
4.主要品类国际市场销售规模（万元）			
5.主要品类国际市场占有率（%）			
四、品牌影响力			
企业品牌名称	（注：需附品牌标识、宣传语等材料）		
品牌创立时间			

品牌申报类型	□历史经典　□时代优品　□潮流新锐
商标注册情况	□注册商标 持有主体：_____ 证书编号：_____ 是否在有效期内：□是　□否　注册时间：_____ （注：需提供佐证材料）
品牌知名度	□入选世界品牌500强 □入选中国500最具价值品牌[2] □其他，榜单名称_____（注：需提供佐证材料）
品牌培育管理体系建设	品牌持有主体建立品牌管理运营机构 □有，机构名称：_____（注：需提供佐证材料） □无 品牌持有主体制定品牌管理制度规范 □有，_____（注：需提供佐证材料） □无
获得品牌荣誉称号	获得国家级政府部门、全国性行业协会、国际权威机构颁发的荣誉称号 □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无
五、文化赋能力	
工业设计水平	设计作品获得世界级、国家级奖项 □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无
	国家级、省级企业工业设计中心 □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无

[2] 入选世界品牌实验室发布的世界品牌500强、中国500最具价值品牌名单。

<table>
<tr><td rowspan="3">文化推广交流</td><td>品牌来自国家工业遗产所在地
□是，名称_____（注：需提供佐证材料）
□否
建立品牌博物馆、展览馆、档案馆、体验馆等
□有，数量____个，具体名称_____（注：需提供佐证材料）
□无</td></tr>
<tr><td>近三年参加国家国际论坛、展会等活动
□是，名称　　（注：需提供佐证材料）　□否</td></tr>
<tr><td>近三年制作书籍、影视等文化产品
□有，名称_____（注：需提供佐证材料）　□无</td></tr>
<tr><td colspan="2">六、其他需要说明的情况</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">七、真实性承诺</td></tr>
<tr><td colspan="2">本申报书所有材料，均真实、完整，如有不实，愿承担相应的责任。

申报城市人民政府
（公章）
年　月　日</td></tr>
<tr><td colspan="2">八、推荐意见</td></tr>
<tr><td colspan="2">

省级工业和信息化主管部门
（公章）
年　月　日</td></tr>
</table>

中国消费名品申报书
（区域品牌）

品　牌　名　称：_____

申报单位（盖章）：_____

填　报　日　期：_____

工业和信息化部　制

填表说明

一、申报书封面：品牌名称原则上按“地名+产品”填写。申报单位请填写申报主体名称。

二、申报单位根据实际情况组织填写，对所填报内容的真实性负责，可提供佐证材料作为补充。

三、各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门对申报材料的真实性进行复核确认。申报材料弄虚作假的，将取消申报资格。

四、纸质版使用 A4 纸双面印刷，装订平整，采用普通纸质材料作为封面，并加盖骑缝章。请勿以活页方式装订，防止传递和查阅过程中发生散乱。

<table>
<tr><td colspan="4">一、基本情况</td></tr>
<tr><td>区域名称</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>区域类别</td><td colspan="3">□计划单列市 □副省级市 □地级市
□县级市 □其他，_____</td></tr>
<tr><td>联系人及单位</td><td></td><td>联系方式</td><td></td></tr>
<tr><td>通讯地址</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="4">二、技术创新力</td></tr>
<tr><td>技术创新成果
认定数量</td><td colspan="3">创新成果得到相关部门认定
□有（国家级数量： 省级数量： ）
（注：需提供佐证材料）
□无</td></tr>
<tr><td rowspan="2">规模以上消费品企业
中高新技术企业占比
（%）</td><td>2021年</td><td>2022年</td><td>2023年</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>有效专利数量</td><td colspan="3">_____（个）（注：需提供佐证材料）</td></tr>
<tr><td>参与制定
国际和国家标准</td><td colspan="3">□国际标准：_____（个）（注：需提供佐证材料）
□国家标准：_____（个）（注：需提供佐证材料）</td></tr>
<tr><td>创新载体数量[3]</td><td colspan="3">□有（国家级数量： 省级数量： ）
（注：需提供佐证材料）
□无</td></tr>
</table>

[3] 技术创新载体主要包括制造业创新中心、技术创新中心、产业创新中心、重点实验室、工程研究中心、企业技术中心等。

三、市场竞争力

指标名称	2021年	2022年	2023年
1.该产业规模以上企业数量（个）			
2.该产业规模以上企业产值（万元）			
3.该产业规模以上企业产值同比增速（%）			
4.该产业规模以上企业产值占全国比重（%）			
5.优质企业数量（个）	单项冠军企业：□国家级（数量：____） □省市级（数量：____）		
	专精特新企业：□国家级（数量：　　） □省市级（数量：　　）		
	高新技术企业：□国家级（数量：____） □省市级（数量：____）		

代表性企业名称（可提供相关材料）	2023年主营业务收入（万元）	核心产品名称	核心产品国内销售额（万元）及市场占有率（%）	核心产品出口额（万元）及国际市场占有率（%）
企业1				
企业2				
企业3				

四、品牌影响力

区域品牌名称	
是否注册集体商标	□是　（名称：　　） □否 （注：需提供佐证材料）
品牌形象	□品牌标识（LOGO） □品牌标语：_____ □品牌视频 视频名称：_____ （注：需提供相关佐证材料，不超过50M）

品牌知名度	区域该产业重点企业品牌获得荣誉情况： □入选世界品牌500强_____（个）（注：需提供佐证材料） □入选中国500最具价值品牌名单_____（个）（注：需提供佐证材料） □入选中华老字号、中国驰名商标等国家级荣誉_____（个）（注：需提供佐证材料）
品牌培育管理体系建设	建立区域品牌管理运营机构情况 □有，机构名称：_____（注：需提供佐证材料）□无 建立区域品牌管理制度规范情况 □有，_____（注：需提供佐证材料）□无
区域品牌荣誉情况	区域品牌获得国家级政府部门、全国性行业协会、国际权威机构颁发的荣誉情况： □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无
五、文化赋能力	
工业设计水平	设计作品获得世界级、国家级奖项 □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无
	国家级企业工业设计中心 □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无 省级企业工业设计中心 □有，名称_____（注：需提供佐证材料） □无

文化推广交流	拥有国家工业遗产 □是，名称　　（注：需提供佐证材料）　□否 建立品牌博物馆、展览馆、档案馆、体验馆等 □有，数量____个，具体名称_____ （注：需提供佐证材料） □无
	制作书籍、影视等文化产品 □有，产品名称_____（注：需提供佐证材料）□无 举办省部级以上论坛、展会等活动 □有，活动名称_____（注：需提供佐证材料）□无

六、其他需要说明的情况

七、真实性承诺

本申报书所有材料，均真实、完整，如有不实，愿承担相应的责任。

申报城市人民政府
（公章）
年　月　日

八、推荐意见

省级工业和信息化主管部门
（公章）
年　月　日

附件 4

“数字三品”应用场景典型案例申报书

案 例 名 称 ：_____

申 报 方 向 ：_____

牵头单位（盖 章）：_____

申 报 日 期 ：_____

工 业 和 信 息 化 部 制

填表说明

一、每个案例选择1个申报方向，可结合实际情况联合申报，联合申报单位数量不超过3家。

二、申报单位根据实际情况组织填写，对所填报内容的真实性负责，可提供佐证材料作为补充。

三、各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门对申报材料的真实性进行复核确认。申报材料弄虚作假的，将取消申报资格。

四、纸质版使用A4纸双面印刷，装订平整，采用普通纸质材料作为封面，并加盖骑缝章。请勿以活页方式装订，防止传递和查阅过程中发生散乱。

<table>
<tr><td colspan="6">一、申报单位信息</td></tr>
<tr><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td>牵头单位名称</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>社会信用代码</td><td colspan="2"></td><td>成立时间</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>单位性质</td><td colspan="5">□中央企业 □地方国企 □民营企业</td></tr>
<tr><td>单位规模[1]</td><td colspan="5">□大型企业 □中型企业 □小型企业 □微型企业</td></tr>
<tr><td>单位类型</td><td colspan="5">□制造企业 □互联网平台企业
□其他（请注明）：_____</td></tr>
<tr><td>单位所属领域</td><td colspan="5">□纺织 □轻工 □食品 □医药
□其他（请注明）：_____</td></tr>
<tr><td>法人代表/负责人</td><td>姓名</td><td></td><td>电话</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">联系人</td><td>姓名</td><td></td><td>职务</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>电话</td><td></td><td>邮箱</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>单位简介</td><td colspan="5">（发展历程、主营业务、规模、行业地位、市场销售等方面基本情况，不超过300字）</td></tr>
<tr><td rowspan="5">经济效益和经营情况</td><td>指标</td><td>2021年</td><td>2022年</td><td colspan="2">2023年</td></tr>
<tr><td>营业收入</td><td>_____万元</td><td>_____万元</td><td colspan="2">_____万元</td></tr>
<tr><td>净利润总额</td><td>_____万元</td><td>_____万元</td><td colspan="2">_____万元</td></tr>
<tr><td>研发投入</td><td>_____万元</td><td>_____万元</td><td colspan="2">_____万元</td></tr>
<tr><td>研发人员数量及占比</td><td>人数/占比</td><td>人数/占比</td><td colspan="2">人数/占比</td></tr>
<tr><td>近三年是否发生过重大、特大安全生产事故，重大、特大环境事故以及造成恶劣影响的社会稳定事件[2]</td><td colspan="5">□是（事故名称：　　）
□否</td></tr>
<tr><td>是否属于“三品”战略示范城市辖区企业</td><td colspan="5">□是（示范城市名称：_____）　　□否</td></tr>
</table>

[1] 根据《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》规定，工业企业大、中、小、微企业划分标准如下：从业人员1000人及以上，且营业收入40000万元及以上的为大型企业；从业人员300人及以上1000人以下，且营业收入2000万元及以上40000万元以下的为中型企业；从业人员20人及以上300人以下，且营业收入300万元及以上2000万元以下的为小型企业；从业人员20人以下或营业收入300万元以下的为微型企业。

[2] 重大、特大安全生产事故认定标准见《生产安全事故报告和调查处理条例》（中华人民共和国国务院令第493号）第三条（一）（二）；重大、特大环境事故认定标准见《国家突发环境事件应急预案》（国办函〔2014〕119号）附件一第一条、第二条。

<table>
<tr><td>相关荣誉</td><td colspan="4">1.单项冠军企业：　□国家级/□省市级　授予年份：
2.专精特新企业：　□国家级/□省市级　授予年份：
3.高新技术企业：　□国家级/□省市级　授予年份：
4.是否世界品牌500强企业　□是/□否　进入年份：
5.是否中国企业500强企业　□是/□否　进入年份：</td></tr>
<tr><td rowspan="4">联合申报单位</td><td>序号</td><td>企业名称</td><td>企业类型</td><td>统一社会信用代码</td></tr>
<tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>能力资质</td><td colspan="4">申报单位是否通过数字化服务商第三方能力认定
□是/□否；第三方服务商名称：</td></tr>
<tr><td colspan="5">二、案例基本信息</td></tr>
<tr><td>申报方向</td><td colspan="4">增品种：
□消费数据驱动产品设计创新
□智能仿真测款驱动新品孵化
□个性化定制驱动消费模式重塑
提品质：
□面向精益管理的智能调度排产
□面向透明消费的质量追溯管理
□面向健康消费的敏捷供应链
□面向柔性化需求的智能产线
创品牌：
□数字全域营销助力品牌推广
□国潮新品助力品牌价值提升
□数字服务供给助力区域品牌优势打造</td></tr>
<tr><td>案例名称</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td>建设时间
（应已建设完成）</td><td colspan="4">年　月　至　年　月</td></tr>
<tr><td>应用领域</td><td colspan="4">□纺织 □轻工 □食品 □医药 □其他（请注明）：</td></tr>
<tr><td>案例服务对象及适用场景</td><td colspan="4"></td></tr>
</table>

三、申报案例详细介绍

（一）申报单位简介

简要阐述申报单位发展历程、主营业务、规模、行业地位、市场销售等方面基本情况。建议超过300字以内。

（二）案例简介

简要阐述申报案例拟解决的行业痛点或关键问题、应用必要性以及实施目标。建议500字以内。

（三）主要做法

介绍案例的实施方案、主要措施等。建议1000字以内。

（四）应用成效

介绍案例在申报方向可量化的直接经济效益、社会效益、生态效益等，可进行前后效果对比，例如成本、生产效率、质量、能耗、主要产品国内与国际市场份额、品牌知名度等。建议500字以内。

（五）典型经验

说明案例取得的创新性经验或亮点，包括产品创新、技术创新、品牌创新、模式创新等。建议500字以内。

（六）推广价值

分析案例在区域、行业、领域的可复制性及示范作用，说明该案例的应用前景、产业的带动作用以及对落实增品种提品质创品牌“三品”战略的积极影响。建议500字以内。

四、其他需要说明的情况

五、真实性承诺

本申报书所有材料，均真实、完整，如有不实，愿承担相应的责任。

法定代表人签章：　　公章：

年　月　日

六、推荐意见

省级工业和信息化主管部门

（公章）

年　月　日

附件 5

中国消费名品方阵推荐汇总表

推荐单位：（盖章）　　联系人及电话：

一、中国消费名品

序号	品牌名称	申报单位	所在区域	申报类别[1]	申报方向[2]
1					
2					
3					
4					
5					
6					

二、“数字三品”应用场景典型案例

序号	申报单位	案例名称	申报方向	所属领域[3]
1				
2				
3				
4				
5				
6				

[1] 申报类别分为企业品牌和区域品牌。
[2] 申报方向仅企业品牌填写，包括历史经典、时代优品、潮流新锐。
[3] 所属领域包括但不限于纺织、轻工、食品、医药等行业。

信息公开属性：主动公开

抄送：中国电子信息产业发展研究院、工业和信息化部工业文化发展中心。