**SuperBrand超级品牌机构企业发展现状调查表**

**一、企业基本信息**

1.企业中文名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.企业英文名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.公开发行代码（如有）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.公司地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.公司电话： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.公司邮箱：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.主要联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8.成立时间（年/月/日）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9.公司实收资本额:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元

10.主要产品或服务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11.请问贵公司是否有下列自营活动? (可多选)

|  |  |
| --- | --- |
| □(1)生产 | □(A)OEM □(B)ODM □(C)OBM □(D)生产为自行所用□(E)非代工但生产予他人 |
| □(2)销售(含服务销售) | □(F)自有商品/服务销售□(G)委由他人销售自身产品□(H)代理销售他人产品 |
| □(3)其他衍生活动 | □(K)维修中心□(L)软体开发设计□(M)电话客服(包括技术支援) □(N)其他\_\_\_\_\_\_ |

**12.贵公司2017年员工结构**(含非中国国籍的员工人力)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **国内外总计** | **员工数** | **员工数占比** | | | | | | |
| **合计** | **行销部** | **研发部** | **设计部** | **行政部(如人资/财务、法务等)** | **生产线** | **其他** | **合计** |
| (1)国内 |  | 人 | % | % | % | % | % | % | 100% |
| (2)海外 | 人 | % | % | % | % | % | % | 100% |

**13.2017年公司营收状况**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目** | **金额** | **外销**  **比重** | **交易对象占比** | **毛利率** | **全球五大洲营收概况** |
| 总营收  (含海外营收) | 万元 | % | to B(企业)\_\_\_\_\_\_\_\_% | \_\_\_\_\_\_\_% | 亚洲\_\_\_\_\_\_%欧洲\_\_\_\_\_\_%美洲\_\_\_\_\_\_%  非洲\_\_\_\_\_\_%大洋洲\_\_\_\_\_\_\_\_% (合计100%) |
| to C(消费者)\_\_\_\_\_\_% |
| 代工营收 | 万元 | % | to B(企业)\_\_\_\_\_\_\_\_% | \_\_\_\_\_\_\_% | 亚洲\_\_\_\_\_\_%欧洲\_\_\_\_\_\_%美洲\_\_\_\_\_\_%  非洲\_\_\_\_\_\_%大洋洲\_\_\_\_\_\_\_\_% (合计100%) |
| to C(消费者)\_\_\_\_\_\_% |
| 自有品牌营收 | 万元 | % | to B(企业)\_\_\_\_\_\_\_\_\_% | \_\_\_\_\_\_\_% | 亚洲\_\_\_\_\_\_%欧洲\_\_\_\_\_\_%美洲\_\_\_\_\_\_%非洲\_\_\_\_\_\_%大洋洲\_\_\_\_\_\_\_\_% (合计100%) |
| to C(消费者)\_\_\_\_\_\_\_% |

**14.请问贵公司平均获利时间约在销售后几年?获利或亏损的可能原因为何?**

|  |  |
| --- | --- |
| 已获利：□(1)一年内□(2)三年内□(3)五年内□(4 )五年以上 | □(5)亏损中 |
| **15.获利的可能原因(可多选)**  □(1)掌握市场需求趋势  □(2)行销广告策略成功  □(3)采低价竞争策略带动市场销售  □(4)生产成本降低提高获利  □(5)锁定高单价产品而提升获利表现  □(6)品牌定位成功或有效与竞争对手区隔市场  □(7)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | **16.仍亏损的可能原因(可多选)**  □(1)有竞争者强势领先市场  □(2)经营面无法接触目标市场  □(3)主要竞争者强势领先市场  □(4)低价仿冒侵蚀市场  □(5)单价较高，市场接受度不高  □(6)市场需求结构改变导致销售下滑  □(7)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**二、品牌经营现状**

**17.公司是否有经营自有品牌？**(依法注册核准的商标或品牌并于市场上行销推广，但不含代理品牌或集团、关系企业品牌)

□(1)无(续答18、19题) □(2)有(跳答20题)

**18.请问贵公司的主要事业中尚未发展自有品牌的可能原因为？ (可多选）**

□(1)担心代工订单流失 □(2)缺乏品牌发展经验或不知从何着手

□(3)资金/设备不足 □(4)企业内部尚无品牌发展共识

□(5)曾尝试过但失败后转回做代工 □(6)代工营收较稳定

□(7)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**19.未来是否有计划发展自有品牌：**□(1)有□(2)无 (结束问卷)

**20.贵公司是否有高阶层主管或独立部门，专门负责自有品牌的经营、管理、策略拟定等?**

□(1)是，有 人 □(2)否

**21.请问贵公司自有品牌的品牌架构：**

□(1)单一品牌 □(2)副品牌 □(3)多品牌

注:单一品牌指有多种产品服务，但共用同一个名称且无系列品牌。

副品牌指所有产品有统一的品牌名称，但又有系列产品名称。

多品牌指拥有两个以上品牌名称，且产品间的独立性大。

**22.请问贵公司的营销模式? (可多选)**

|  |
| --- |
| □(1)国际展会 □(2)客户间介绍 □(3)产品发布会  □(4)设置展示店 □(5)活动/赛事赞助广告  □(6)户外广告(外墙/活动看版/运输工具移动式广告) □(7)街头行销活动办理  □(8)电视广告 □(9)广播 □(10)平面广告(报纸广告、杂志广告、传单)  □(11)网络广告(关键字广告、社群网站、网站行销)  □(12)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  □(13)未进行任何营销活动 |

**三、海外发展趋势**

**加几个问题：在美国的销售渠道？营收？占比？海外品牌名称？进入美国市场的时间？之前的海外推广方式？主要困难？**

**23.贵公司海外销售主要渠道? (可多选)** □无海外销售(请跳答第29题)

□(1)大型旗舰店(具强烈品牌形象门市) □(2)街边店(其他门市) □(3)百货商场设柜 □(4)量贩店、超市、美妆(上架或设柜) □(5)专卖店(体育用品、医疗器材) □ (6)便利商店

□(7)过季折扣店(如Outlet) □(8)网络电商 □(9)通过经销代理商销售

□(10)非消费终端产品，未于渠道销售

□(11)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**24.较其他主要竞争者的价格定位**(单选)：

□(1)高 □(2)中 □(3)低 □(4)无明显差异

□(5)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**25.请问贵公司如何了解海外当地市场特性(包括当地法律)?(可多选)**

□(1)市场调查/看研究报告 □(2)委托顾问公司协助 □(3)雇用当地人员

□(4)借由门市经营与客户互动 □(5)试点实验 □(6)合作伙伴协助

□(7)依据销售结果自行做调整

□(8)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**26.请问贵公司应对海外竞争者而在当地采取的策略(可多选)**

□(1)价格策略 □(2)产品或服务内容完全差异化 □(3)相似产品但规格或功能差异

□(4)销售通路型态差异□ (5)行销活动差异 □(6)客群差异

□(7)不同市场采不同策略，说明\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

□(8)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

□(9)各国/地区策略皆相同

**27.请问贵公司主要的海外营收地区(若同时经营代工与自有品牌，请以自有品牌经营情况回答)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 国家1 | 国家2 |
| 名称或代号 |  |  |
| 当地是否设立管理机构 | □(1)有□(2)无 | □(1)有□(2)无 |
| 当地负责主管人员 | □(1)外派□(2)当地人□(3)其他国籍 | □(1)外派□(2)当地人□(3)其他国籍 |
| **美洲：**1.美国 2.加拿大 3.墨西哥 4.巴西 5.其他中南美洲地区  **欧洲：**6.西/北/中欧(西/北/中欧：英、法、德、丹、瑞典、瑞士、芬、荷、比、卢、挪、奥、爱等国)  7.东/南欧(东/南欧：葡、西、捷、波、俄、匈等国) 8.俄罗斯  **亚洲：**9.大陆 10.香港、澳门、台湾 11.韩国 12.日本 13.新加坡 14.泰国 15.其他亚洲地区  **大洋洲：**16.新西兰 17.澳洲 **非洲：**18 .南非 19.其他非洲国家 | | |

**28.贵公司认为本事业群经营环境较为严峻的海外市场为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_国家**(请参考27题国家代码填写)**，主要原因是(可多选)**？

□(1)市场人治(如行政干预) □(2)法规限制

□(3)文化差异 □(4)市场领导品牌取得绝对优势

□(5)经营成本高 □(6)市场对新品牌接受度不高 □(7)缺工

□(8)目标消费市场特性资讯取得不足 □(9)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**三、品牌经营资源需求**

**29.请问贵公司内部较为缺乏的资源或需要协助的项目有哪些？**(可多选）

□(1)市场研究□(2)行销策略与广告宣传

□(3)渠道管理(含经销、代理商议题) □(4)跨国组织管理

□(5)产品开发、技术支援□(6)设计强化□(7)智慧财产管理□(8)专利布局或诉讼

□(9)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**30.请问贵公司认为目前企业内部最缺乏或最需要培训的人才为何？**(可多选）

□(1)市场分析人才□(2)广告创意与行销人才

□(3)通路管理人才 □(4)品牌经营人才

□(5)产品开发人才□(6)设计人才

□(7)智财与专利人员□(8)国际业务拓展人才

□(9)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**31.贵公司是否曾采购以下外部服务? (可多选)**

□(1)品牌规划与行销策略□(2)企业组织调整□(3)委托技术研究开发

□(4)委托分析目标市场竞争现况与消费者特性□(5)品牌形象或产品(如LOGO、外型)设计

□(6)解决仿冒侵权问题□(7)协助专利申请或诉讼□(8)购买资料库，但由内部自行分析

□(9)不曾进行采购(请直接回答第33题)

□(10)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**32.请问贵公司感到最满意的外部采购服务经验? (可多选)**

□(1)无特别满意项 □(2)品牌规划与行销策略 □(3)企业组织调整

□(4)委托技术研究开发 □(5)委托分析目标市场竞争现况与消费者特性

□(6)品牌形象或产品(如LOGO、外型)设计 □(7)解决仿冒侵权问题

□(8)海外专利申请或诉讼 □(9)购买资料库，但由内部自行分析

□(10)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**33.请问贵公司目前面临的品牌挑战或是品牌转型课题有哪些?(可多选)**

□(1)品牌老化，想要塑造新形象 □(2)市场需求转变欲做产品服务转型

□(3)产品或品牌众多，欲重新盘点整顿 □(4)欲创造品牌优势或品牌差异化

□(5)加强市场的品牌认知 □(6)欲切入新产品领域扩大成长(如多品牌)

□(7)欲建立企业内部品牌共识 □(8)欲切入海外市场拓展不知如何着手

□(9)其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**34.请问贵公司对于SuperBrand协助发展品牌的建议**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 谢谢您的填答，请将材料发回至SuperBrand超级品牌团队(E-mail：superbrand@xhf.com)。 |