**合作伙伴背景调查清单**

1. **企业背景概述**
* 企业基础信息

|  |  |
| --- | --- |
| 企业名称 |  |
| 企业地址 | *（营销及研发中心所在地）* |
| 生产地址 | *（最大的生产中心所在地）* |
| 主营业务 | *（简要说明XX公司实际经营业务，如DOOYA是智能家居及门窗电机制造商，主要生产智能家居产品、管状电机、电动窗帘电机、百叶帘电机、垂直帘电机、开窗机、控制系统及配件等产品。）* |
| 年营业额/亿元人民币 |  |
| 年销量（出货量） |  |
| 上个财年净利润及利润率 |  |
| 总体员工数 |  |

* 企业文化情况

其内宣的企业文化口号，行业口碑是否良好，是否有恶意违规事件

*（建议通过渠道伙伴及同行业伙伴调查得到定性描述，并配上1-2个举例）*

* 公司的核心产品是否为自主研发？

*（是否愿意投入研发费用解决体验痛点？，还是更倾向做潮流款，轻研发重营销）*

* 与华为项目相关关键角色

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目角色 | 姓名 | 职位 |
| 项目接口/项目经理 |  |  |
| 业务线负责人 |  |  |
| 技术部负责人 |  |  |
| 市场部负责人 |  |  |
| 最终决策人（CEO&董事长） |  |  |

1. **该企业品牌地位**
* 国内市场排名：

1.品牌盖得排行榜排名（带截图）2. 品牌核心品类线上市场份额*（使用魔镜数据）*

2.品牌大事件

签约代言人是谁？该品牌近期赞助的三个最重要活动/赛事/综艺。

该品牌是否有与政府或者大平台签约的大型项目，并简述项目情况

*（大平台指的是：三大运营、中石油石化、国家电网等大型央企，或部委牵头的大型工程）*

3.高速增长新锐品牌增长情况（选填），近12个月销售额及销量情况

*（新品牌在4大平台中任一类目成为TOP3）*

*简述该品牌高速成长在产品和营销方面做了哪些核心项目驱动*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 日期 | 20年10月 | 20年11月 | 20年12月 | 21年1月 | 21年2月 | 21年3月 | 21年4月 | 21年5月 | 21年6月 | 21年7月 | 21年8月 | 21年9月 |
| GMV |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 销量 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| GMV同比上月变化 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **企业研发能力及行业影响力**
* 研发投入及专利护城河

|  |  |
| --- | --- |
| 研发团队规模 |  |
| 研发经费*(2020年实际投入，21年计划投入)* |  |
| 核心专利*(可多项，不超过5个，在行业中技术领先)* |  |
| 是否有研究院，或者和高校或者其他机构联合的研发项目 |  |
| 是否有专业测试实验室 |  |
| 是否有对外的产品技术展厅 |  |

* 产业影响力
1. 在产业上下游是否有投资布局？或者有重要联合研发项目？
2. 是否制定或参与了某些行业标准，如有请列举
3. 是否召开行业的峰会，并有哪些重要的合作伙伴与会？
4. **供应链能力**

|  |  |
| --- | --- |
| 是否自有工厂或控股/入股工厂 |  |
| 工厂地址及面积 |  |
| 工厂产线数 |  |
| 工厂员工 |  |
| 工厂核心产品产能（件/周） |  |
| 工厂获得质量证书清单，如ISO9000等 |  |
| 工厂是否有产品出口欧盟/北美/日韩，出口金额及数量多大 |  |

1. **服务能力**

|  |  |
| --- | --- |
| **服务基本项目** |  |
| 全国服务网点覆盖情况 |  |
| 是否满足国家三包规定 |  |
| 在线客服工作时间 |  |
| 400热线和工作时间 |  |
| 自有服务团队规模及简述 |  |
| 合作第三方服务团队合作情况 |  |
| **线上相关店铺（须有直营店）** |  |
| 退换货&退款处理时效 |  |
| 咨询类工单、投诉类工单处理时效 |  |
| 差评处理闭环时效 |  |
| 有无寄修管理系统 |  |
| **需要后装类产品** |  |
| 有无自身或引进的上门服务网络及时效 |  |
| 上面服务的收费标准 |  |
| 如有服务管理规范请添加文档 |  |

1. **品牌渠道及零售情况**
* 品牌渠道模式简述

*（说明该品牌渠道管理模式：FSD做全国覆盖，还是直营+KA等模式组合，核心渠道客户需要列举，如：爱普生中国，渠道模式为FSD，北京神州数码承担FSD角色，渠道政策主要由爱普生中国渠道团队制定，整个渠道留利中FSD约3%，KA及零售端15-20%，整体渠长25-30%）*

* 各平台销售占比

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **线上平台** | **销售占比** | **主要供货客户** |
| 京东 |  |  |
| 天猫 |  |  |
| 拼多多 |  |  |
| 抖音 |  |  |
| **垂直大连锁** |  |  |
| 苏宁 |  |  |
| 其他连锁*（如迪卡龙/红星美凯龙）* |  |  |
| **其他通路*（列举主要即可）*** |  |  |
| 大润发/沃尔玛商超等 |  |  |
| 通路B |  |  |

*总结：XX品牌，销售线上占比XX%,线下占比XX%，其中XX平台及XX平台为核心渠道，分别占比XX%，该品牌为这两个平台制定XXX政策（如定制专款，旗舰首发）等政策*

* 零售阵地情况

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **售点类型** | **平台** | **数量** | **月出货量** |
| 品牌线上直营 | 京东 |  |  |
| 天猫 |  |  |
| 抖音 |  |  |
| …… |  |  |
| 线上授权专卖店 | 京东 |  |  |
| 天猫 |  |  |
| 抖音 |  |  |
| …… |  |  |
| 品牌线下自营 | 全球形象店 |  |  |
| XX市旗舰店 |  |  |
| …… |  |  |
| 线下专区/专柜 | XXX连锁 |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **与华为产品及技术合作规划**
* 计划产品是否与华为五大场景强相关

*（华为员工自己输出，是否与五大场景华为1+8产品有数据互动，在使用体验上在该场景是否不可或缺或者是有益补充）*

* 厂家目前主销产品简述及计划接入产品期望技术及体验提升点

*（目前公司主力销售款的核心卖点是什么？计划接入产品与目前主销款有什么关系）*

* 产品的目标消费者人群画像

*（VMALL用户画像：65%男性，25-45岁为主，60%为一线至二线城市，以P/Mate为主3000元+的机型）*

* 产品智能化（数字化）后体验是否形成消费者会买单的特殊卖点，与华为的技术合作是否支持该特殊卖点提升
* 该产品能否与华为硬件体系匹配：
1. 外观设计及包装是否与华为设计配套，在零售端可以一起陈列，在使用场景中可一起展示？
2. 配件周边是否通用，比如是否使用type-c？技术连接与PLC，wifi-6等是否通用
* 厂家在自有渠道体系准备销售多少？
* 定价及分销策略是什么（需要把渠道分利策略写清楚）？主销渠道是什么？与这些渠道配套的零售促销策略是什么？
* 该产品后续是否有系列的规划？该产品接入技术能否套系化匹配到该公司类似产品
* 除了产品技术层面，与华为合作还希望有哪些商业层面的述求？希望华为有哪些配合？

**附录：对该厂家华为内部分类**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **厂家** | **该厂家核心品类** | **五大场景归属** | **与1+8关联归属** | **垂直分类** | **华为接口BD** |
| 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **五大场景** | 智能家居场景 | 参考产品线基线 |
| 运动健康场景 | 参考产品线基线 |
| 智慧出行场景 | 参考产品线基线 |
| 影音娱乐场景 | 参考产品线基线 |
| 移动办公场景 | 参考产品线基线 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1+8关联归属** | 手机周边 | 富设备等（投影仪），依靠手机完成主要功能使用 |
| 8周边 | 依靠8设备完成主要功能使用，如心电帖 |
| 电子产品 | 产品需要数字化，但不需要和1+8交互即可完成主要功能，如早教机、故事机 |
| 日用品 | 产品不需要数字化即可完成主要功能，如燃气灶、冰箱、洗衣机类 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **垂直分类** | A级 | 灯塔品牌 |
| B级 | 1.综合品牌如美的/海尔，国内大小家电头部厂商，可体系化接入生态2.有普品精品的品牌 |
| C级 | 其他品牌 |