

广州市商务局

广州市商务局关于组织开展 广东老字号认定推荐工作的通知

各区商务主管部门，广州老字号协会及相关企业：

现将《广东省商务厅等3部门关于开展广东老字号申报认定工作的通知》（粤商务秩函〔2024〕58号）转给你们。相关事项通知如下：

一、推荐要求

请各区商务主管部门严格对照《广东老字号认定评价指标》等文件要求（见附件1），优中选优，推荐意向企业申报。

二、申报时间和材料要求

请意向企业对照《广东老字号认定评价指标》进行自评，按照《“广东老字号”申报书》要求，编制本企业《申报书》（纸质版一式6份、电子文件，相应位置加盖单位公章、骑缝章），在7月15日（星期一）前提交至各区商务主管部门。

请各区商务主管部门在7月17日（星期三）前向市商务局报送推荐函、汇总表（见附件2）和企业申报书（纸质版一式6份、电子文件），均需加盖公章。

三、择优推荐和公示

市商务局将按照省商务厅要求，对企业申报书进行初审，并

征求市相关部门意见、核查严重失信主体名单和公示后，推荐上报省商务厅。

四、其他

已经商务部认定为“中华老字号”的，自动列入广东老字号名录，暂不需提交任何材料。

特此通知。

- 附件：1.广东省商务厅等3部门关于开展广东老字号申报认定工作的通知（粤商务秩函〔2024〕58号）
2.广州市“广东老字号”推荐名单汇总表
3.广州市各区商务部门联系方式



（联系人：邓思语，电话：81098757，粤政易同号）

公开方式：主动公开

抄送：市文化广电旅游局、市市场监督管理局、市国资委。

广东省商务厅 广东省文化和旅游厅 广东省市场监督管理局

粤商务秩函〔2024〕58号

广东省商务厅等3部门关于开展广东老字号 申报认定工作的通知

各地级以上市商务局、文化广电旅游体育局、市场监管局：

根据《广东老字号认定管理办法》（以下简称《办法》）有关规定，省商务厅、省文化和旅游厅、省市场监督管理局联合开展广东老字号申报认定工作。现就有关事项通知如下：

一、申报要求及流程

各市商务局要会同相关部门，按照《办法》相关规定，对照《广东老字号认定评价指标》（附件1），坚持“优中选优”原则，深入挖掘一批历史底蕴深厚、经营管理规范、创新发展能力突出的企业，向省商务厅推荐。

（一）组织企业申报。各县区商务主管部门要会同相关部门组织本行政区域内有意愿的企业填写《“广东老字号”申报书》（附件1），认真准备相关材料，向住所地市级商务局申报。

(二)择优审核推荐。各市商务局要会同相关部门对企业申报材料进行审核，在可推荐数量上限（附件3）内遴选企业并通过社会公示后，于2024年7月31日前（以当地邮戳为准），将正式推荐函、汇总表和企业申报材料（一式五份）寄送省商务厅。

省属企业及中央驻粤企业可通过其一级集团（总公司）并经其主管部门择优遴选、书面同意后向省商务厅申报。

三、工作要求

(一)高度重视。各市商务局要切实发挥好牵头作用，主动与当地文化和旅游、市场监管、文物、知识产权主管部门加强联动，形成工作推进合力，确保工作有序推进。

(二)加强解读。各市商务局要积极做好政策解读，加大工作宣传力度，密切关注社情民意，及时回应社会关切，妥善处理企业、群众等有关方面诉求。

(三)严格把关。各市商务局、各相关部门要充分认识广东老字号申报工作的科学性、严肃性，坚持公平公正、公开透明，严格做好材料审核和企业推荐工作。各地推荐的企业名单应征求统战、市场监管、税务、金融监管等部门意见，对申报企业的基本情况、经营情况、合法合规情况进行实事求是地把关。对于提交虚假情况的企业，取消参评资格并不予参评下一批广东老字号。市商务局不履行督促、指导、审核责任造成企业申报材料不完整、严重失实失真等影响申报工作的，省商务厅将取消该市申报广东老字号资格。

(四)强化服务。广东老字号申报坚持自愿参与原则，省商务厅及相关部门不收取任何费用，不指定任何中介机构为企业提

供有偿服务，建议企业自行准备申报材料。各市商务局要加强业务指导，积极协调解决企业遇到的困难和问题。

联系方式：

省商务厅 崔淇玮 020-38816205

省文化和旅游厅 桂水斌 020-37803351

省市场监管局 黄知文 020-38835278

邮寄地址：

广州市天河区天河路 351 号外经贸大厦 8 楼调节处 803 房

附件：1. “广东老字号” 申报书

2. “广东老字号” 认定评价指标

3. 广东老字号认定推荐名额表

4. 市级商务主管部门推荐名单汇总表

5. 地市商务局联络方式



公开方式：主动公开

抄送：广东省国资委。

广东省商务厅办公室

2024 年 7 月 1 日印发

“广东老字号”申报书

申报企业：_____（盖章）

推荐单位：_____（盖章）

年 月 日

目 录

一、“广东老字号”申报表.....	1
二、品牌及企业基本情况介绍.....	X
三、相关申报材料.....	X
四、真实性承诺书.....	X

一、“广东老字号”申报表

(请首先仔细阅读表后所附“填表说明”，再按照要求逐项填写)

品牌基本情况						
品 牌 名 称		创 立 时 间		年 月		
企业基本情况						
企 业 名 称						
统一社会信用代码						
住 所						
企 业 网 址						
法定代表人		手 机		传 真		
联系人姓名		部门及职务				
手 机		电 子 邮 箱				
通 讯 地 址				邮 编		
企 业 性 质		按照《关于市场主体统计分类的划分规定》第一条规定，选择一项市场主体分类填写				
主 营 业 务						
主营业务所属行业		按照国民经济行业分类（GB/T4754-2017），从97项“大类”中选一项填写				
注册商标情况						
代表性注册商标						
详 情 序 号	商 标 名 称	商 标 注 册 号	国 际 分 类	核 定 使 用 的 商 品 / 服 务	驰 名 商 标	
商 标 信 息 1					☐ 是 ☐ 否	
商 标 信 息 2					☐ 是 ☐ 否	
商 标 信 息 3					☐ 是 ☐ 否	
资本情况						
主要股东情况		股 东 名 称	所 占 比 例		股 东 名 称	所 占 比 例
	1		%	4		%
	2		%	5		%
	3		%	6		%
国内资本占比		%	外商投资占比		%	无 形 资 产 价 值 万元
是 否 上 市		☐ 是 ☐ 否	上 市 地 点		总 市 值	万元
经营情况						
连 锁 经 营		☐ 是 ☐ 否		店铺数目： 家，其中直营店： 家，加盟店： 家 (截至2023年底，无加盟情况则仅填写直营店数量)		
线 上 渠 道		☐ 自建 ☐ 网站 ☐ APP ☐ 小程序 ☐ 其他				

		☐ 平台		☐ 阿里		☐ 美团		☐ 京东		☐ 抖音		☐ 其他	
经营情况 年 度		营 业 额 (万元)			净 利 润 额 (万元)			纳 税 额 (万元)					
		线下	线上	合计	线下	线上	合计	线下	线上	合计			
2023 年													
2022 年													
2021 年													
2020 年													
2019 年													
管理情况													
人 力 资 源		总计： 人。其中，管理层： 人，占 %，普通员工： 人，占 %											
		学历：本科以上学历： 人，占 %，高中以上学历： 人，占 %											
		职称：高级职称： 人，占 %，中级职称： 人，占 %											
历史传承情况													
创 始 人		籍 贯		民 族		主要传承关系							
传 承 人		籍 贯		民 族		☐ 家族 ☐ 师徒 ☐ 其他							
创始店地址				建筑面积：	m²	营业面积：	m²						
现总店地址				建筑面积：	m²	营业面积：	m²						
是否列入非 物质文化遗 产名录	☐ 是 ☐ 否	层级： ☐ 国家 ☐ 省 ☐ 市 ☐ 县			是否国家级非物 质文化遗产生 性保护示范基地		☐ 是 ☐ 否						
是否文物 保护单位	☐ 是 ☐ 否	层级： ☐ 国家 ☐ 省 ☐ 市 ☐ 县			所属权		☐ 自有 ☐ 租赁						
是否有可 移动文物	☐ 是 ☐ 否	可移动文物 数量	个		是否建立专门的博 物馆或展示场所		☐ 是 ☐ 否						
知识产权保护情况													
专 利 情 况		名 称			专利类型			专利号					
		申请日	年 月 日		期 限	☐ 十年 ☐ 十五年 ☐ 二十年							
		名 称			专利类型			专利号					
		申请日	年 月 日		期 限	☐ 十年 ☐ 十五年 ☐ 二十年							
		名 称			专利类型			专利号					
		申请日	年 月 日		期 限	☐ 十年 ☐ 十五年 ☐ 二十年							
境 外 知 识 产 权 保 护		商 标											
		专 利											
		其 他											
法律纠纷情况		☐ 有（详情请在申报资料中提供） ☐ 无											

申报企业法定代表人签字：

企业盖章：

年 月 日

填表说明:

一、品牌基本情况:

(一) 品牌名称指申报企业历史上长期使用并传承至今,能够代表企业主营业务、产品服务、经营理念、商业道德、社会声誉等整体形象,受到市场和消费者广泛认可,并明显区别于其他竞争对手的**文字符号**。品牌名称应当至少与申报企业的字号、代表性注册商标二者之一相一致。

(二) 创立时间为申报企业出现类似企业的组织形式(如作坊、店铺等),并使用前述品牌名称对外开展经营、宣传等活动(如成立企业、注册商标,在门头、店招、牌匾等位置使用该品牌名称等)的时间,且须在申报材料中通过时间轴、大事记等图表形式列明品牌传承脉络并提供相关材料。

1. 某一品牌在发展过程中分拆形成的多个不同品牌,或延伸产生的若干副品牌、子品牌,应视作独立品牌并重新计算创立时间,原则上不得以原品牌创立时间计算。

2. 某一品牌在发展过程中名称发生变化,但传承关系明确、无争议且运营主体、主营业务、生产技艺有序接续,可使用变化后的品牌名称申报“广东老字号”,并按照原品牌计算创立时间。

3. 品牌衰退、消亡一定时间后重新恢复运营且品牌所有权无争议的,可按照原品牌计算创立时间,并确保品牌权属的延续性、一致性、唯一性。

二、企业基本情况:

(一) 企业名称、统一社会信用代码、住所、法定代表人等信息根据企业营业执照填写,与提供的其他材料、印章保持一致。

(二) 通讯地址应填写能够收取信件、快递的有效地址,可与申报企业住所一致。

(三) 企业性质:按照《关于市场主体统计分类的划分规定》(可通过国家统计局网站下载 http://www.stats.gov.cn/sj/tjbz/gjtjbz/202302/t20230213_1902786.html)第一条所规定的市场主体分类填写,并填写具体细分类别。如:申报企业属于“100 内资企业——110 有限责任公司——111 国有独资公司”,则应填写“111 国有独资公司”。申报企业属于“300 外商投资企业——310 外商投资有限责任公司”,则应填写“310 外商投资有限责任公司”。

(四) 主营业务:指企业历史上长期从事、具有明确传承脉络、且主要面向居民生活提供商品或服务的业务,不等于但不得超出营业执照上的经营范围,须在申报材料中通过时间轴、大事记等图表形式列明主营业务传承脉络并提供相关材料。

(五) 主营业务所属行业:按照国民经济行业分类 GBT4754-2017(可通过国家统计局网站下载 http://www.stats.gov.cn/xxgk/tjbz/gjtjbz/201710/t20171017_1758922.html),从 97 项“大类”中选一项填写。如:“01 农业”、“15 酒、饮料和精制茶制造业”等。

三、注册商标情况:

(六) 代表性注册商标:企业历史长期使用并传承至今,受到市场和消费者广泛认可,与品牌名称相对应的商标名称。

(七) 商标信息:与代表性注册商标相一致的相关商标证书信息,包括商标名称、商标注册号、国际分类、核定使用的商品/服务等,应与商标注册证上信息完全一致。拥有多个的商标证书的,仅填写与主营业务相一致或紧密相关的商标证书信息,并在申报材料中提供相关材料。仅拥有商标使用权的,须同时提供商标许可使用合同和商标使用许可备案通知书。

1. 申报企业填写的若干商标信息中,应有至少 1 项商标信息的核定使用商品或服务范围与主营业务相一致。其他与主营业务紧密相关的商标信息,须在申报材料中详细说明相关性,并需经商务主管部门会同相关部门组织专家评议后决定是否认可。

2. 涉及驰名商标的,须逐一在申报材料中说明,内容应包括获得驰名商标保护的时间和方式(行政认定或司法判定)以及相关材料,其中行政认定须说明认定单位,司法判定须说明案件概况。

3. 商标信息可根据实际情况加行。

四、资本情况：

(八) 主要股东情况按股权占比由大到小依次填写至多 6 个主要股东名称及占比。

(九) 国内资本占比包括国内自然人股东出资和国内资本占主导的法人股东出资，外商投资占比包括外国投资者直接或者间接投资的比例，国内资本占比与外商投资占比合计应为 100%。

(十) 无形资产价值须经有关部门评估并在申报材料中提供相关材料，若无则不填写。

(十一) 根据实际填写截止申报日的上市情况，上市地点应完整填写交易所名称，如“上海证券交易所”“香港联合交易所”等。

(十二) 总市值指上市公司截至填写本申报表时的股票总价值。

五、经营情况：

(十三) 须提供 2019-2023 年资产负债表、利润表、损益表，且申报材料中相关数据须与所附材料一致。无相应数据的填“0”。

(十四) 线上渠道应据实勾选自建、平台渠道情况，如尚未建立该渠道则不必勾选。勾选自建、平台后，应分别勾选其包含的网站、APP、小程序以及阿里、美团、京东、抖音、其他等选项（可多选）。

(十五) 财务非独立核算的，应提供公司内部管理数据，并在申报材料中提供上级公司财务状况，行业组织、审计机构等有关机构出具的有关材料等。

六、管理情况：

(十六) 人力资源填写直接参与经营、管理、运作的员工人数，包括正式员工和临时员工。

七、历史传承情况：

(十七) 创始人指历史上首先发起并运营管理该品牌的个人。

(十八) 传承人指申报企业负责人或其他拥有该品牌传承权属并负责运营管理的个人。

(十九) 主要传承关系应据实勾选家族、师徒或其他传承方式，同时在申报材料中以谱系图等形式列明自创始人起延续至当今传承人期间清晰的历代沿革和传承脉络，并提供相关材料。

(二十) 列入非物质文化遗产名录指申报企业为非物质文化遗产保护单位。如勾选“是”，则须同时勾选被纳入非物质文化遗产项目名录的层级（可多选）。

(二十一) 国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地指申报企业为国家文化和旅游主管部门命名公布的国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地。

(二十二) 文物保护单位指申报企业门店、厂址等场所被列入文物保护单位。如勾选“是”，则须同时勾选被列为文物保护单位的层级（可多选），以及自选、租赁情况。

(二十三) 有可移动文物指符合相关法律法规要求由申报企业收藏的可移动文物。如勾选“是”，则须同时填写可移动文物数量。

(二十四) 专门的博物馆或展示场所指专用于展示该品牌、申报企业或所属行业历史沿革、传承故事、文化内涵的固定空间或区域。如勾选“是”，则须在申报材料中提供实地照片等相关材料。

八、知识产权保护情况：

(二十五) 填写国内专利情况和境外商标注册、专利申报等情况，以及相关法律纠纷情况。所有知识产权保护情况均须在申报材料中说明。可根据实际情况加行。

九、其他：

(二十六) 非申报企业自行制作的材料，通过复印件、影印件、照片、网络截图等形式提供即可。

(二十七) 申报表应由申报企业法定代表人签字并加盖企业公章。

二、品牌及企业基本情况介绍

简明扼要介绍品牌及企业历史沿革、传承脉络、发展现状等情况，重点突出历史文化底蕴和守正创新发展亮点，不超过 3000 字，必要时可附相关图片。

三、相关申报材料

申报材料由申报企业结合自身情况提供，主要包括《“广东老字号”申报表》中涉及的相关材料，能够印证满足《广东老字号认定管理办法》第六条、第七条要求的相关材料，能够印证符合《广东老字号认定评价指标》评分要求的相关材料，以及商务主管部门和相关部门要求提交的其他材料、申报企业认为有必要提交的其他材料。

为便于专家评审时检索，申报企业须自《“广东老字号”申报表》首页起，在页脚居中位置使用阿拉伯数字从“1”开始连续、完整标注页码（其间不中断、不重新编码）直至本申报书最末页。同时，在《申报材料索引表》（样式见下页，装订时置于品牌及企业基本情况介绍后、相关申报材料前）中逐项标记清楚相应材料页码位置，其中用于印证多个不同要求的申报材料只需提供一份，在《申报材料索引表》中标记清晰相应位置即可。

申报材料索引表

《广东老字号认定管理办法》基本条件		材料位置
1.品牌创立时间在 30 年（含）以上。		第__ - __页
2.主营业务连续经营 20 年（含）以上，且主要面向居民生活提供商品或服务。		第__ - __页
3.在广东省行政区域内依法设立。		第__ - __页
4.无经营异常或严重违法失信记录。		第__ - __页
《广东老字号认定评价指标》申报材料		材料位置
历史底蕴	创立时间	第__ - __页
	原址保护	第__ - __页
	历史价值	第__ - __页
文化传承	技艺传承	第__ - __页
	文物保护	第__ - __页
	传承载体	第__ - __页
	理念影响	第__ - __页
口碑	品牌权属	第__ - __页
	驰名商标	第__ - __页
	宣传方式	第__ - __页
可持续发展	诚信经营	第__ - __页
	绿色经营	第__ - __页
百姓认可度	传播方式	第__ - __页
	跨界融合	第__ - __页
	营销渠道	第__ - __页
	消费体验	第__ - __页
经济效益	主营业务	第__ - __页
	盈利能力	第__ - __页

	市场覆盖	第__ - __页
制度建设	企业上市	第__ - __页
	管理制度	第__ - __页
	体制机制	第__ - __页
产品服务	服务品质	第__ - __页
	产品创新	第__ - __页
研发能力	技艺革新	第__ - __页
	研发平台	第__ - __页
	人才培养	第__ - __页
社会贡献	社会责任	第__ - __页
	公益活动	第__ - __页
	行业标准	第__ - __页
荣誉奖励	荣誉奖励	第__ - __页

以下材料建议供企业参考：

基本条件

一、关于“品牌创立时间在 30 年（含）以上（1993 年 12 月 31 日之前）”，可提供：

1. 清晰列明品牌传承脉络的时间轴、大事记等图表以及相关资料。
2. 2002 年及以前出版的地方志、县志、历史档案等史料记载的摘录。
3. 反映品牌诞生、传承等重要事件、活动的文献记载。
4. 包含时间信息的书籍记载、考证资料、字号牌匾、历史账目记录。
5. 历史证明人提供的相关物证照片。

二、主营业务连续经营 20 年（含）以上，且主要面向居民生活提供商品或服务，可提供：

1. 对因企业改制、重组等客观原因中断经营的，允许在恢复经营且保持主营业务、生产技艺有序接续，且未产生其他争议性主体、不存在争议性纠纷的前提下，累计计算经营时间。
2. 清晰列明企业名称、经营范围等演变过程和沿革脉络的时间轴、大事记等图表以及相关资料，如原工商行政管理部门出具的企业变更登记，2002 年以前出版的地方志、县志、历史档案等史料记载的摘录等。

三、在广东省行政区域内依法设立，可提供：

企业营业执照或统一社会信用代码。

四、无经营异常或严重违法失信记录，可提供：

截至申报前的查询记录等（可通过国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站查询）。

认定评价指标

一、创立时间

与“品牌创立时间在30年（含）以上（1993年12月31日之前）”提供材料相同。

二、原址保护

可提供：被列入文物保护单位的证书、实地照片、公布文件等。

文物保护单位指申报企业门店、厂址等场所被列入文物保护单位。包括自选、租赁情况

三、历史价值

可提供：与品牌关联历史建筑的文字、影像资料。

四、技艺传承

可提供：被列入非物质文化遗产名录的证书、公布文件等。

五、文物保护

可提供：不可移动文物的证书、实地照片、公布文件等。

六、传承载体

（一）博物馆或文化馆指专用于展示该品牌、申报企业或所属行业历史沿革、传承故事、文化内涵的固定空间或区域。

（二）非物质文化遗产生产性保护示范基地指申报企业为文化和旅游主管部门命名公布的非物质文化遗产生产性保护示范基地。

（三）可提供：博物馆、文化馆、非遗馆（展厅）、展室展厅、技艺展示、销售窗口照片、非物质文化遗产生产性保护示范基地、传承基地等。

七、理念影响

可提供：组织举办典礼仪式等文化活动资料，历代传承的店训、堂训、师训、店规等文字、影像资料。

八、品牌权属

可提供：商标信息的相关资料，以及与主营业务紧密相关的资料。

九、驰名商标

可提供：获得驰名商标保护的时间和方式（行政认定或司法判定）以及相关材料，其中行政认定须说明认定单位，司法判定须说明案件概况。

十、宣传方式

可提供：以电影、电视剧、广告片、纪录片等形式宣传展示品牌文化或掌门人故事的资料。

十一、诚信经营

可提供：获得相关奖励或资质的公告、文件或证书。

十二、绿色经营

可提供：绿色企业认证、中国绿色环保产品等相关证书。

十三、传播方式

可提供：举办有影响力的消费类、文化类活动的资料。

十四、跨界融合

可提供：与国货品牌、影视或动漫作品、文创产品等跨界互动，联合打造IP，共同开展营销等情况的资料。

十五、营销渠道

可提供：成立专门电商公司或电商团队的资料，运用互联网技术推动线上线下营销渠道融合并经营良好的资料。

十六、消费体验

可提供：改进包装、标识设计、升级店面等资料。

十七、主营业务

与“主营业务连续经营20年（含）以上”提供材料相同。

十八、盈利能力

可提供：

1. 近 5 年资产负债表、利润表、损益表，或经第三方审计的财务报告。
2. 直观展示企业股权结构的股权穿透图、股权结构图等图示，以及相关资料。
3. 上市企业年报等相关资料。

十九、市场覆盖

可提供：产品覆盖范围、市场份额占比等资料。

二十、企业上市

可提供：截止申报日的上市情况，应完整填写交易所名称及资料，如“上海证券交易所”“香港联合交易所”等。

二十一、管理制度

可提供：建立高效完善内部管理制度的资料，如突发事件应急处理、环境卫生、知识产权、消费者权益、人才管理等，获得的各类体系认证证书。

二十二、体制机制

可提供：

1. 构建现代企业治理体系的资料，如深化改革、兼并重组、延长产业链、集团化或产业化发展等。
2. 产销分离提供设立销售公司资料。

二十三、服务品质

可提供：

1. 企业在职员工拥有的非遗传承人、工艺美术大师、大国工匠证书等资料。
2. 介绍产品、技艺或服务的文字、图片、影像资料。
3. 体现产品、技艺或服务文化产品，如出版发行的历史文化书籍、影视作品等。
4. 历史名人题词、媒体报道等历史流传记录资料。

二十四、产品创新

可提供：产品、技艺、服务与时俱进，持续推出新产品新服务且成效明显的资料。

二十五、技艺创新

可提供：专利相关资料。

二十六、研发平台

可提供：建立技术中心或科研机构的资料。

二十七、人才培养

可提供：专业队伍建设的资料。

二十八、社会责任

可提供：参与抢险救灾、应急保供、乡村振兴、“百千万工程”、拥军等公益活动，以及配合商务部门等政府相关部门开展内贸流通统计监测、社会消费品零售情况监测分析等工作责任的资料。

二十九、公益活动

可提供：牵头或参与组建行业协会，积极参与政府部门、行业协会组织的消费促进和宣传推广活动，以及参与促进行业发展公益性活动的资料。

三十、行业标准

可提供：制订国家标准或行业标准等资料。

三十一、荣誉奖励

可提供：各级政府部门、行业机构颁发的荣誉证书、牌匾照片、公告文件等。

四、真实性承诺书

真实性承诺书

(示例)

根据《广东老字号认定管理办法》及有关工作要求，
[此处键入企业名称] 郑重承诺，此次申报“广东老字号”
所提交的各项材料均属真实，若有虚假愿承担一切法律责
任。

申报企业法定代表人签字：

企业盖章：

年 月 日

广东老字号认定评价指标

一、历史底蕴（13分）			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
历史 底蕴 (13分)	创立时间	品牌创立时间在30年（含）以上。（6分）	品牌创立时间在30-49年（含）（2分）；品牌创立时间在50-99年（含）（4分）；品牌创立时间100年（含）以上（6分）。不重复得分。
	原址保护	有塑造历史记忆、民族特色和文化传承的建筑或设施，生产经营场所被认定为文物保护单位。（4分）	生产经营场所被列为国家级文物保护单位（4分）；生产经营场所被列为省级文物保护单位（3分）；生产经营场所被列为市县级文物保护单位（2分）；生产经营场所被列为未核定为文物保护单位、不可移动文物或历史建筑（1分）。同时被列入以上各级的，按列入的最高层级得分，不重复得分。
	历史价值	具有突出的历史文化价值、较高的建筑艺术价值、体现一定的科学技术价值或其他价值特色的建筑。（3分）	与重要历史事件、历史名人相关联，在城市发展与建设史、行业发展史上具有代表性或历史文化意义（1分）；反映一定时期的建筑设计风格，建筑样式与细部等具有一定的艺术特色和价值，反映所在地域或民族的建筑艺术特点（1分）；在城市或乡村一定地域内具有标志性或象征性，具有群体心理认同感（1分）。每符合一项得1分，最多得3分。

二、文化传承（12分）			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
文化传承（12分）	技艺传承	相关传统文化或技艺等被列入各级非物质文化遗产代表性项目名录情况。（3分）	主营业务相关传统文化或技艺等被列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录（名册）、国家级非物质文化遗产代表性项目名录（3分）；相关传统文化或技艺等被列入省级非物质文化遗产代表性项目名录（2分）；相关传统文化或技艺等被列入市级非物质文化遗产代表性项目名录（1分）。同时被列入以上各级名录的，按列入的最高层级得分，不重复得分。
	文物保护	具有一定历史价值的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料、珍贵文物或一般文物。（3分）	拥有与品牌相关的具有一定价值的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料、珍贵文物（2分）；拥有与品牌相关的具有一定价值的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料、代表性实物等一般文物（1分）。每符合一项得1分，最多得3分。
	传承载体	建有体现品牌文化价值的博物馆、文化馆、非遗馆（展厅）等或建有政府部门认定的各级非物质文化遗产生产性保护示范基地、传承基地等。（4分）	相关部门认定的一级博物馆或一级文化馆（4分）；相关部门认定的二、三级博物馆或二、三级文化馆（3分）；建有专门的已经文物部门备案但未评定等级的博物馆或文化馆（2分）；建有专门的但未经文物部门备案的博物馆或文化馆（1分）。已被认定为各级非遗代表性项目为依托设立的非遗传承设施，如非遗馆（展厅）、非遗生产性保护示范基地、传承基地等，国家级（4分）、省级（3分）、地市级（2分）、未评级（1分）。同时获得不同层级部门或机构颁发的荣誉的，按所获最高层级部门或机构颁发的荣誉得分，不重复得分。
	理念影响	具有历代传承的店训、堂训、师训、店规等文化资源，并组织典礼仪式等活动。（2分）	有历代传承且在社会上有一定影响力的典仪式等文化活动（1分）；有历代传承的店训、堂训、师训、店规等品牌文化（1分）。每符合一项得1分，最多得2分。

三、社会影响 (26 分)			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
口碑 (12 分)	品牌权属	依法拥有与广东老字号品牌相一致的企业字号或注册商标的所有权或使用权。(6 分)	企业字号与品牌相一致 (2 分)；拥有与品牌相一致的注册商标使用权 (3 分)；拥有与品牌相一致的注册商标所有权 (4 分)；企业字号、注册商标与品牌均相一致，且拥有注册商标使用权 (5 分)；企业字号、注册商标与品牌均相一致，且拥有注册商标所有权 (6 分)。不重复得分。
	驰名商标	与品牌一致的注册商标有驰名商标认定记录。(3 分)	持有与品牌一致的商标并受驰名商标保护的 (3 分)；持有与品牌不一致的商标并受驰名商标保护的 (2 分)。不重复得分。
	宣传方式	运用多种方式积极宣传品牌文化和掌门人故事。(3 分)	在电影、电视剧中宣传和展示品牌文化或掌门人故事 (1 分)；以广告、视频 (微视频、纪录片)、宣传册等形式宣传和展示品牌文化或掌门人故事 (1 分)；在新媒体平台 (微博、微信、抖音、快手等) 宣传和展示品牌文化或掌门人故事 (1 分)。每符合一项得 1 分，最多得 3 分。
	诚信经营	坚守质量强企，诚实守信，弘扬“守信于品、重质于行”精神，树立良好口碑和信誉。(3 分)	入选国家、广东省“诚信兴商”典型案例，获得中国质量奖、广东省政府质量奖，实行首席质量官制度。每符合一项得 1 分，最多得 3 分。
可持续发展 (4 分)	绿色经营	适应社会经济可持续发展的要求，把节约资源、保护和改善生态环境、有益于消费者和公众身心健康理念贯穿于经营管理全过程。(1 分)	有绿色企业认证证书、中国绿色环保产品证书等。(1 分)

百姓认可度 (10分)	传播方式	举办形式多样的购物消费活动、文化内涵丰富的文化活动，以及突出商旅文融合发展的互动活动。(2分)	经常性举办具有影响力的大型主题消费类活动、文化内涵丰富的文化活动，以及突出商旅文融合发展的互动活动，每举办一次上述活动得0.5分，最多得2分。
	跨界融合	与匹配度高的国货品牌、影视或动漫作品、文创产品等跨界互动，联合打造IP，共同开展营销，吸引年轻消费群体，推动流量转化，引领国潮热点。(3分)	与匹配度高的国货品牌、影视或动漫作品、文创产品等跨界互动，联合打造IP，共同开展营销。每采取一项措施得0.5分，最多得3分。
	营销渠道	运用互联网技术，利用第三方平台、公众号、直播带货、快闪店等方式，全方位推动线上线下营销渠道融合。(3分)	成立专门电商团队(2分)，运用互联网技术，利用第三方平台、公众号、直播、快闪店等方式，全方位推动线上线下营销渠道融合，每采取一种线上营销方式可得0.5分，最多得3分。
	消费体验	注重设计标识、改进包装、升级店面、提供增值服务，提升产品消费体验。(2分)	通过注重设计标识、改进包装，升级店面、提供增值服务等措施，提升产品消费体验，吸引更多消费群体，每采用一种措施得0.5分，最多得2分。
四、经营情况(39分)			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
经济效益 (10分)	主营业务	主营业务连续经营20年(含)以上。(3分)	主营业务连续经营时间为20-30年(含)(1分)；主营业务连续经营时间为30-40年(含)(2分)；主营业务连续经营时间为40年以上(3分)。不重复得分。
	盈利能力	经营状况良好，可持续发展能力强。(3分)	企业处于盈利状态(1分)；持续盈利2年(含)以上(2分)；持续盈利3年(含)以上(3分)。不重复得分。

	市场覆盖	跨区域、数字化、连锁化经营情况。（4分）	商品或服务进入境外市场（1分）；商品或服务进入省外市场（1分）；运用电子商务方式拓展销售渠道（1分）；拥有2家以上的直营店或加盟店（1分）。每符合一项得1分，最多得4分。
制度 建设 (10分)	企业上市	企业是否上市。（2分）	在境内外股票市场公开发行股票（2分）。
	管理制度	有完善的管理制度，包括突发事件应急处理机制及食品安全、知识产权、消费者权益、市场公平竞争等。（3分）	有完善的管理制度，包括突发事件应急处理机制、食品安全、环境卫生、知识产权、消费者权益、其他制度。每拥有一种管理制度得1分，最多得3分。
	体制机制	深化企业改革，构建现代企业治理体系，拓展延长产业链，集团化、产业化发展。（5分）	采取人事制度、用工制度、分配制度改革措施，开展兼并重组，推进混合所有制改革措施（1分）；构建现代管理体系（1分）；拓展延长产业链，产销分离（2分）；集团化、产业化发展（1分）。每符合一项得1分，最多得5分。
	服务品质	坚守工匠精神，提升服务质量和水平，永葆品质魅力。（5分）	拥有非物质文化遗产代表性传承人、工艺美术大师、大国工匠等技艺传承人，面向居民生活提供经济价值、文化价值较高的产品、技艺或服务，最多得5分。
产品服务 (9分)	产品创新	根据消费需求开发新产品，提升产品创新能力，丰富产品品类。（4分）	在坚持产品品质前提下，根据广大消费者需求变化创新开发产品，丰富产品品类，最多得4分。
	技艺革新	运用先进技术和设备，全面掌握并运用传统工艺核心技艺和关键技术，与时俱进改进技艺，创新生产方式，降低生产成本，提高生产效率，形成了与品牌传统工艺技术相匹配的新技艺，且成效明显。（4分）	运用先进技术和设备，全面掌握并运用传统工艺核心技艺和关键技术，与时俱进改进技艺，创新生产方式，降低生产成本，提高生产效率，形成了与品牌传统工艺技术相匹配的新技艺，且成效明显。最多得4分。
研发能力 (10分)	研发平台	建立技术中心或科研机构，对传统技艺进行研究、保护、传承和创新。（3分）	建立国家级技术中心或同级别科研机构（3分）；建立省级技术中心或同级别科研机构（2分）；建立市级技术中心或同级别科研机构（1分）。不重复得分。

	人才培养	有完善的人才培养和管理制度，注重专业人才培养队伍建设。（3分）	有完善的人才培养和管理制度，定期组织员工培训，积极吸收高等教育毕业生就业，吸纳非物质文化遗传代表性传承人参与生产或培训等。每采取一项措施得1分，最多得3分。
五、社会贡献（6分）			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
社会贡献 (6分)	社会责任	参与抢险救灾、应急保供、“百千万工程”、拥军等重大任务，配合商务部门等政府相关部门开展运行监测等工作。（3分）	参与抢险救灾、应急保供、“百千万工程”、拥军等重大任务，参与每项任务得0.5分，配合商务部门等政府相关部门开展运行监测等工作得1分。最多得3分。
	公益活动	积极参与政府部门、行业协会组织的老字号活动，组织促进行业发展的公益性活动。（2分）	每参与1项政府部门、行业协会组织的老字号活动得0.5分；每组织一次促进行业发展的公益性活动得0.5分。最多得2分。
	行业标准	参与起草行业标准。（1分）	参与起草国际或全国性行业标准（1分）。
六、荣誉奖励（4分）			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
荣誉奖励 (4分)	荣誉奖励	相关商标、产品或企业获得荣誉情况。（4分）	相关商标、产品或企业获得国家荣誉称号（4分）；相关商标、产品或企业获得省级荣誉称号（3分）；相关商标、产品或企业获得市级、县级等荣誉称号（2分）；相关商标、产品或企业获得其他荣誉称号（1分）。同时获得国家、省级、市级荣誉称号的，按所获的最高层级荣誉称号得分，不重复得分。

编制说明：

1. 编制背景

1.1 本评价指标是对《广东老字号认定管理办法》相关内容的补充。

1.2 本评价指标用于“广东老字号”认定工作。

2. 适用范围

2.1 本评价指标适用于申报广东老字号认定的企业。

2.2 本评价指标从历史底蕴、文化传承、社会影响、经营情况、社会贡献、荣誉奖励六个方面开展评价，总分 100 分。

2.3 对于近 3 年发生过重大安全责任事故、重大侵犯知识产权或消费者权益事件，或拖欠员工工资，或被相关部门列入严重违法失信名单的不予赋分。

2.4 本评价指标根据发展需要适时修订。

附件 2

广州市“广东老字号”推荐名单汇总表

联系人:

联系方式:

区商务主管部门名称 (盖章)

序 号	企业名称	品牌	统一社会信用代码	区属	品牌创立时间	自评分	备注
1	广州酒家集团股份有限公司	广州酒家	0000000000000				
2							

填表说明：

自评分为企业对照《广东老字号认定评价指标》对申报材料进行自评，总分 100 分。

附件 3

广州市各区商务部门联络方式

单位	联系人	联系电话
越秀区商务局	冼文姬	37618055
海珠区科工商信局	钟浩斌	84429523
荔湾区商务和投资促进局	向星蓉	81516325
天河区商务局	陈 玲	38622697
白云区科工商信局	陈碧瑜	80736064
黄埔区商务局	刘 艺	82111493
花都区金融工作局	吕有来	86881290
番禺区科工商信局	廖敏涵	34623058
南沙区商务局	奚舒阳	84988977
从化区科工商信局	邱靖慧	37508770
增城区科工商信局	吴明秋	82731393

