

榆林市商务局

榆林市商务局 关于转发《陕西省商务厅等 5 部门关于开 展“中华老字号”示范创建有关工作的通知》 的通知

各县市区商务主管部门：

现将《陕西省商务厅等 5 部门关于开展“中华老字号”示范创建有关工作的通知》（陕商发〔2023〕15 号）文件转发你们，请各县市区积极组织企业申报，于 5 月 20 日前完成申报工作，申报材料（装订成册、附目录）一式三份报市商务局（商贸服务业科），逾期不再受理。

同时报送申报材料电子文档（证明和佐证材料影像扫描件），每个申报单位单独建档，各类申报资料（含电子文档），各县市区商务主管部门自行留存备查。

联系人：杜芳

电 话：0912-3893233

手 机：13636846668

附件：陕西省商务厅等 5 部门关于开展“中华老字号”
示范创建有关工作的通知



2023年5月4日

陕西省商务厅
陕西省文化和旅游厅
陕西省市场监督管理局文件
陕西省文物局
陕西省知识产权局

陕商发〔2023〕15号

陕西省商务厅等5部门关于开展“中华老字号”
示范创建有关工作的通知

各设区市（区）商务、文化和旅游、市场监管、文物、知识产权主管部门：

根据《商务部等5部门办公厅（室）关于开展中华老字号示范创建工作的通知》（商办流通函〔2023〕252号）精神，为充分发

挥老字号在商贸流通、消费促进、质量管理、技术创新、品牌建设、文化传承等方面的示范引领作用，强化“有进有出”的动态管理机制，推动老字号守正创新发展。结合我省老字号工作实际，现就有关工作通知如下：

一、全面开展已有中华老字号复核

按照《中华老字号示范创建管理办法》（以下简称办法）规定，西安、宝鸡、咸阳、渭南、汉中 5 市商务主管部门要组织督促本辖区经商务部认定的第一批、第二批“中华老字号”企业全员参加复核。登录“中华老字号”信息管理系统（以下简称管理系统，网址 <https://zhzh.mofcom.gov.cn>）填写《“中华老字号”复核表》（附件 1），上传相关材料，并会同同级文化和旅游、市场监管、文物、知识产权主管部门（以下称相关部门）逐一核查，分门别类出具“通过”“附条件通过”“不通过”复核建议。

（一）核定企业基本情况。西安、宝鸡、咸阳、渭南、汉中 5 市商务主管部门要对照此前公布的中华老字号名录，逐一核定企业主体和代表性注册商标，同时根据企业填报的企业性质、主营业务、所属行业等信息对代表性注册商标和相关商标信息进行逐项确认。对情况发生变化后已不符合中华老字号条件的企业，出具“不通过”复核建议。

（二）审核企业经营情况。西安、宝鸡、咸阳、渭南、汉中 5 市商务主管部门要根据企业填报的近年经营情况，对经营状况不佳、

业绩大幅下滑的，出具“附条件通过”复核建议，并及时加强督促指导，推动企业创新发展；对长期经营不善、连续出现亏损，在所属行业或领域内已不具有代表性、引领性和示范性的，出具“不通过”复核建议。

（三）核查企业依法合规情况。西安、宝鸡、咸阳、渭南、汉中5市商务主管部门要根据国家企业信用信息公示系统、信用中国等政府信息，以及相关部门日常监管信息，对被相关部门列入经营异常名录或严重违法失信名单的、引起社会不良影响的，出具“附条件通过”复核建议，并按照《办法》规定，及时采取约谈整改等相应管理措施；对发生严重损害消费者权益、出现重大质量问题或安全事故、重复侵犯他人知识产权、严重扰乱市场秩序等情形已不符合中华老字号条件的，出具“不通过”复核建议。请于2023年5月4日前将复核结果建议（附件5）和企业提交的相关材料寄送省商务厅。

二、扎实组织新一批中华老字号申报

各市（区）商务主管部门要会同相关部门，按照《办法》相关规定，对照《中华老字号示范创建评价指标》（附件3），坚持“优中选优”原则，深入挖掘遴选一批历史文化深厚、经营管理规范、创新发展能力突出、符合中华老字号条件的企业推荐报省商务厅。

（一）组织企业申报。各市（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且符合基本条件企业填写《“中华老字

号”申报书》（附件2），认真准备相关材料，向市（区）级商务主管部门申报。请于2023年5月30日前将正式推荐（附件4）和企业申报材料（一式6份）寄送省商务厅。

（二）择优审核推荐。省商务厅将会同相关部门对企业申报材料进行审核，在规定可推荐数量上限内遴选企业并通过社会公示后报商务部。

（三）做好信息填报。商务部将根据各地推荐名单，统一为相关企业注册管理系统账户。省、市商务主管部门要指导企业及时通过管理系统填写申报信息，并于2023年7月10日前完成对企业申报信息的线上审核。

三、工作要求

（一）高度重视密切协同。各市（区）商务主管部门要积极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，调动当地老字号协会积极性，形成工作推进合力。要对照各项工作时间节点，明确任务分工，倒排时间计划，确保各项工作有序推进。

（二）加强解读营造氛围。要积极组织政府部门、专家学者、行业协会做好政策解读，加大工作宣传力度，持续营造良好氛围。要密切关注社情民意，及时回应社会关切，妥善处理企业、群众等有关方面诉求。

（三）扎实工作认真把关。要充分认识中华老字号示范创建工

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。要尊重历史文化、遵循发展规律，对争议较大的问题“一事一议”，避免引起矛盾纠纷，确保稳妥严密。

（四）严格时限强化服务。要深入实地调研，摸清企业情况，加强业务指导，积极协调解决企业遇到的困难和问题。商务部文件明确要求，中华老字号示范创建坚持自愿参与原则，不收取任何费用，各市（区）务必按照通知时限要求，高质量完成工作任务，工作中的有关问题请及时与省商务厅及相关部门联系。

四、联系方式

省商务厅商贸服务业处	王朝军	029-63913972
省文化和旅游厅非物质文化遗产处	赵江瑞	029-85261298
省市场监管局质量发展局	张艳军	029-86138329
省文物局文物保护与考古处	王如冰	029-85360090
省知识产权局规划协调处	孙振东	029-63916891

邮寄地址：西安市新城大院 28 号楼省商务厅商贸服务业处

（邮编：710006）

附件：1.中华老字号复核表

2.中华老字号申报书

3.中华老字号示范创建评价指标

4.市（区）商务主管部门推荐文件（示例）

5.市（区）商务主管部门复核结果建议（示例）



陕西省商务厅



陕西省文化和旅游厅



陕西省市场监督管理局



陕西省文物局



陕西省知识产权局

2023年4月19日

附件 1

中华老字号复核表

(请首先仔细阅读表后所附“填表说明”，再按照要求逐项填写)

企业基本信息						
原企业名称						
是否发生变化	☐ 是 ☐ 否					
现企业名称						
统一社会信用代码						
住 所						
法定代表人姓名		手机		传真		
联系人姓名		部门及职务				
手 机			电子邮箱			
经营状态	☐ 存续 ☐ 在业 ☐ 吊销 ☐ 注销 ☐ 迁入 ☐ 迁出 ☐ 停业 ☐ 清算					
注册商标信息						
原代表性注册商标						
是否发生变化	☐ 是 ☐ 否					
现代代表性注册商标						
序 号	详 情	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
企业性质、所属行业及资本情况						
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（GBT4754-2017），从 97 项“大类”中选一项填写					
主要股东情况	股东名称					所占比例
	1					%
	2					%
	3					%
	4					%
	5					%
	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 2022 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	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
年 度									
2022 年									
2021 年									
2020 年									
2019 年									
2018 年									
依法合规经营情况									
①企业信息发生变化后是否按照《中华老字号示范创建管理办法》有关规定及时进行备案								☐ 是 ☐ 否	
②是否按照《中华老字号示范创建管理办法》有关规定按时在中华老字号信息管理系统填报经营情况相关信息								☐ 是 ☐ 否	
③中华老字号标识、牌匾使用是否符合《中华老字号标识和牌匾使用规定》								☐ 是 ☐ 否	
④是否存在因经营问题被相关部门作出行政处罚, 或引起社会不良影响的情况								☐ 是 ☐ 否	
⑤是否因违反《文物保护法》相关规定, 对涉及不可移动文物的生产经营场所违法进行修缮、转让、抵押、改变用途等活动被相关部门作出行政处罚								☐ 是 ☐ 否	
⑥是否被相关部门列入经营异常名录								☐ 是 ☐ 否	
⑦是否被相关部门列入严重违法失信名单								☐ 是 ☐ 否	
⑧是否存在企业破产清算、解散、注销、被吊销营业执照或三年以上不开展经营活动的情况								☐ 是 ☐ 否	
⑨是否丧失老字号注册商标所有权及使用权								☐ 是 ☐ 否	
⑩是否发生严重损害消费者权益、出现重大质量问题或安全事故、重复侵犯他人知识产权、严重扰乱市场秩序或其他严重违法行为的情况								☐ 是 ☐ 否	
⑪是否存在以欺骗或其他不正当手段骗取中华老字号示范称号的情况								☐ 是 ☐ 否	
⑫是否存在其他不符合中华老字号和中华老字号企业基本条件的情况								☐ 是 ☐ 否	

中华老字号企业法定代表人签字:

企业盖章:

年 月 日

复核结果建议: ☐通过 ☐附条件通过 ☐不通过

省级商务主管部门盖章:

年 月 日

填表说明

一、企业基本信息

(一) 企业名称：

1. “原企业名称”指被认定为中华老字号的企业名称。企业名称未发生变化的，按照商务部颁发的中华老字号证书信息填写。企业名称发生变化，且已在商务部完成中华老字号信息变更备案的，填写备案后的企业名称；未在商务部完成中华老字号信息变更备案的，按照商务部颁发的中华老字号证书信息填写企业名称。

2. “现企业名称”应与企业现在使用的营业执照上名称完全一致，并与提供的其他材料、印章保持一致。

3. 如“原企业名称”和“现企业名称”相同，应在“是否发生变化”一栏中选“否”，且“现企业名称”一栏可不填。同时应如实填写相应统一社会信用代码、住所等其他信息。

4. 如“原企业名称”和“现企业名称”不同，应在“是否发生变化”一栏中选“是”，并按照现企业实际情况如实填写与“现企业名称”相应的统一社会信用代码、住所等其他信息，且须根据实际情况分别提供如下材料：

①企业主体未发生变化、仅因企业经营管理等实际需要而发生名称变化的，应提交市场监管部门（或原工商行政管理部门）出具的名称变更核准通知书、变更前后的营业执照，商标权利相关材料（商标注册证、商标注册证明、商标使用许可合同及商标使用许可备案通知书等），以及与变化事项相关的股东会或董事会决议等相关材料。

②企业主体发生变化，且为集团与子公司之间或同一集团下属不同子公司之间发生的内部变化，须提供能够印证变化前后两个企业关联性的相关材料（能够证明关联性的营业执照、股权穿透图或结构图以及股权结构相关材料，国有企业可提供国资委或集团公司批复文件），商标权利相关材料（商标注册证、商标注册证明、商标使用许可合同及商标使用许可备案通知书等），以及明确不在其他非相关业务开展过程中使用“中华老字号”名义的承诺并加盖变化后企业公章。

③企业主体发生变化，且为两个完全独立、无明确关联关系的企业之间变化，须由新企业全面承接原企业所拥有的商标、名称、业务、生产技艺等“中华老字号”相关内容，并提供与变化事项相关的股东会或董事会决议等相关材料。其中原企业仍存续经营的，应与新企业在经营范围上严格区分，并做出不经营相关或相似业务、不以同一注册商标样式对外宣传的承诺。

④确因客观原因无法获取相关材料的，须由省级商务主管部门在审查核实后说明具体情况并提出明确意见。

5. 原企业主体为非独立法人的，建议调整至与中华老字号主营业务相关的独立法人企业。

6. 原企业主体为集团公司且集团公司业务明显超出中华老字号主营业务范围的，建议调整至与中华老字号主营业务相关的独立法人企业。

(二) 统一社会信用代码、住所、法定代表人等信息根据企业现在使用的营业执照填写，

与提供的其他材料、印章保持一致。

(三) 经营状态可通过国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn>) 查询, 从存续、在业、吊销、注销、迁入、迁出、停业、清算中选一项填写, 并须提供相关材料。

二、注册商标信息

(四) 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, 与主营业务相对应的商标名称。

1. “原代表性注册商标”指被认定为中华老字号的代表性注册商标。代表性注册商标未发生变化的, 按照商务部颁发的中华老字号证书信息填写。代表性注册商标发生变化的, 且已在商务部完成中华老字号信息变更备案的, 填写备案后的代表性注册商标; 未在商务部完成中华老字号信息变更备案的, 按照商务部颁发的中华老字号证书信息填写代表性注册商标。

2. 如“现代代表性注册商标”与“原代表性注册商标”相同, 应在“是否发生变化”一栏中选“否”, 且“现代代表性注册商标”一栏可不填。同时应如实填写后续相应“商标信息”。

3. 如“现代代表性注册商标”与“原代表性注册商标”不同, 须提供能够印证该商标代表性和历史传承的相关材料, 同时应如实填写与“现代代表性注册商标”相应的“商标信息”。

4. 商标信息: 与主营业务相一致或紧密相关的商标证书信息, 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, 且应与商标注册证上信息完全一致, 并分别提供商标证书(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)。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。涉及驰名商标的, 须逐一说明, 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。可根据实际情况加行。

三、企业性质、所属行业及资本情况:

(五) 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”。

(六) 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, 不等同于但不得超出营业执照上的经营范围, 须通过时间轴、大事记等图表形式说明主营业务传承脉络并提供相关材料。

(七) 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 9 7 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。

(八) 资本情况：

1. 主要股东情况填写至多 6 个主要股东名称和股权占比。
2. 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%。
3. 无形资产价值须经有关部门评估并提供有关证明材料，若无则不填写。
4. 根据实际填写截止填报日的上市情况。
5. 上市地点应完整填写地区和交易所名称。如“上海证券交易所”“香港联合交易所”等。
6. 总市值指上市公司截至填写本申报表时的股票总价值。

四、经营情况：

(九) 须提供 2018-2022 年资产负债表、利润表、损益表，且复核表中相关数据须与所附材料一致。无相应数据的填“0”。

(十) 财务非独立核算的，应报送公司内部管理数据，并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。

五、依法合规经营情况：

(十一) 须逐项自查近三年内是否存在第①-⑫项所列情形，并逐一作出承诺。如存在有关情形，须说明具体时间、事件过程、整改结果等情况并提供相关材料。

六、其他：

(十二) 复核表应由企业法定代表人签字并加盖企业公章。

(十三) 省级商务主管部门须对复核结果提出明确建议并加盖公章。

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

(十五) 在制作纸质版复核材料时，须自首页始，在页脚居中位置使用阿拉伯数字从“1”开始标注页码直至最末一页，页码须连续、完整，其间不中断、不重新编码，并按照以下样式编制《复核材料索引》，准确标注相应附页材料内容及位置。装订时，应按照《“中华老字号”复核表》、《复核材料索引》、其他相关材料的顺序依次排列。

复核材料索引（样表）

材料内容	材料位置
1.企业名称变化相关材料	第__ - __页
2.驰名商标相关材料	第__ - __页
3	第__ - __页

附件 2

中华老字号申报书

申报企业：_____（盖章）

推荐单位：_____（盖章）

年 月 日

目 录

一、中华老字号申报.....	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

中华老字号申报表

(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								
已获老字称号		☐ 是 ☐ 否		认定机构		认定时间		年 月		
注册商标情况										
代表性注册商标										
	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2022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
2022 年										
2021 年										
2020 年										
2019 年										
2018 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 ☐ 家族 ☐ 师徒 ☐ 其他				
传承人		籍贯		民族						
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产性保护示范基地		☐ 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“中华老字号”，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

(三) 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。

(四) 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。

(五) 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”。

(六) 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。

(七) 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。

（八）已获老字号称号：限由商务主管部门认定或由其他单位认定并被商务主管部门认可的省级以上老字号称号，且须在申报材料中提供相关材料。同时获得不同层级部门或单位认定的，填写所获最高层级部门或单位认定名称。

三、注册商标情况

（九）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。

（十）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

（十一）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。

（十二）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%。

（十三）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。

（十四）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。

（十五）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

（十六）须提供 2018-2022 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”。

（十七）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）。

（十八）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

（十九）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

（二十）创始人指历史上首先发起并运营管理该品牌的个人。

（二十一）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。

（二十二）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。

（二十三）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）。

（二十四）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。

（二十五）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。

（二十六）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。

（二十七）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

（二十八）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

（二十九）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。

（三十）申报表应由申报企业法定代表人签字并加盖企业公章。

附件 3

中华老字号示范创建评价指标

一、历史文化深厚 (38 分)			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
历史底蕴浓郁 (11 分)	创立时间悠久	品牌创立时间在 50 年(含)以上。(3 分)	品牌创立时间在 50 - 60 年(含)(1 分);品牌时间在 60-100 年(含)(2 分);品牌创立时间 100 年以上(3 分)。不重复得分。
	原址保护完整	有塑造历史记忆、民族特色和文化传承的建筑或设施, 生产经营活动场所被认定为文物保护单位。(5 分)	生产经营场所被列为全国重点文物保护单位(5 分);生产经营场所被列为省级文物保护单位(4 分);生产经营场所被列为市级文物保护单位(3 分);生产经营场所被列为县级文物保护单位(2 分);生产经营场所被列为未核定为文物保护单位的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。
	历史价值突出	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。
	技艺传承有序	相关文化或技艺等被列入非物质文化遗产名录情况。(5 分)	相关文化或技艺等被列入国家级非物质文化遗产代表性项目名录、联合国教科文组织非物质文化遗产名录(名册)(5 分);相关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(3 分);相关文化或技艺等被列入市县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。

文化传承有力 (15分)	可移动文物 保护得当	具有一定历史价值的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料、代表性实物等珍贵文物(3分);具有一定历史价值的重要实物、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4分。	具有一定历史价值的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料、代表性实物等珍贵文物(3分);具有一定历史价值的重要实物、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4分。
	传承载体丰富	建有体现品牌文化价值的博物馆、文化馆等。(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);同时获得不同层级部门或机构颁发的荣誉的,按所获最高部门或机构颁发的荣誉得分,不重复得分。
	理念影响深远	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礼仪式等文化活动(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。
品牌建设规范 (12分)	品牌权属清晰	依法拥有与中华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。
	驰名商标保护	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。
	宣传方式多样	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。

二、经营管理规范 (22分)

一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
经济效益良好 (12分)	主营业务连续	主营业务连续经营30年(含)以上。(3分)	主营业务连续经营时间为30-40年(含)(1分);主营业务连续经营时间为40-50年(含)(2分);主营业务连续经营时间为50年以上(3分)。不重复得分。
	盈利能力良好	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。
	市场覆盖广泛	国际化、跨区域、数字化、连锁化经营情况。(4分)	商品或服务进入国际市场(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。
	企业上市发展	企业是否上市。(2分)	在境内外股票市场公开发行股票(2分)。
制度建设完善 (10分)	管理制度健全	有完善的管理制度,包括突发事件应急处置机制及食品安全、环境卫生、知识产权、消费者权益、市场公平竞争、人才培养等。(5分)	有完善的管理制度,包括突发事件应急处置机制、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5分。
	体制改革完善	从人事、用工、分配制度着手深化企业改革,明晰产权,开展兼并重组,推进混合所有制改革,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(1分);明晰产权,开展兼并重组,推进混合所有制改革(1分);构建现代企业治理体系(1分);拓展延长产业链、集团化、产业化发展(2分)。每符合一项得1分,最多得5分。

三、创新发展能力突出(40分)			
一级指标	二级指标	评分标准	评分说明
产品服务优质 (10分)	服务品质良好	坚守工匠精神，提升服务质量和水平，永葆品质魅力。 (5分)	拥有国家级或省级非物质文化遗产代表性传承人、工艺美术大师等技艺传承人，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。
	产品品类丰富	根据消费需求创新开发产品，提升产品创新能力，丰富产品品类。 (5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5分。
研发能力突出 (10分)	生产技艺革新	运用先进技术和设备，全面掌握并运用传统工艺核心技术和关键技术，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术，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术和关键技术，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术，且成效明显，最多得4分。
	科技研发创新	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。
	人才培养有力	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，吸纳非物质文化遗产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。

消费场景丰富 (12分)	传播活动多样	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。(3分)	经常性举办具有影响力的大型购物消费类活动、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 3 分。
	跨界融合精准	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。
	营销渠道多元	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)	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。
	消费体验提升	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。(3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 3 分。
社会贡献杰出 (8分)	履行社会责任	参与疫情防控、抢险救灾、应急保供等重大任务。(3分)	每参与一次任务得 0.5 分，最多得 3 分。
	参与公益活动	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。(3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 3 分。
	获得荣誉奖励	相关商标、产品或企业获得荣誉情况。(2分)	相关商标、产品或企业获得国家级荣誉称号(2分)；相关商标、产品或企 业获得省级荣誉称号(1.5分)；相关商标、产品或企业获得市级、县级等 荣誉称号(1分)；相关商标、产品或企业获得其他荣誉称号(0.5分)。同 时获得国家、省、市、县级荣誉称号的，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《中华老字号示范创建管理办法》相关内容的补充。

1.2 本评价指标用于“中华老字号”示范创建工作。

2. 适用范围

2.1 本评价指标适用于申报中华老字号示范创建的企业。

2.2 本评价指标从历史文化深厚、经营管理规范、创新发展能力突出三个方面开展评价，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 4

XXX 市（区）商务主管部门推荐文件 (示例)

省商务厅：

根据《中华老字号示范创建管理办法》及商务部有关工作要求，经组织专家评审，并征求相关部门意见，现正式推荐 XXX 等 XXX 家企业申报“中华老字号”，请予审核。

附件：1.XXX 市（区）申报“中华老字号”汇总
2.申报企业材料

（盖章）
年 月 日

（注：建议征得同级文化和旅游、市场监管、文物、知识产权主管部门意见后向省商务厅报送。）

XXX 市（区）“中华老字号”推荐名单汇总表

序 号	企业名称	代表性注册商标	统一社会信用代码
1	中国全聚德(集团)股份有限公司	全聚德	000000000000
2			

XXX 市（区）商务主管部门复核结果建议报告

（示例）

省商务厅：

根据《中华老字号示范创建管理办法》规定和商务部、省商务厅有关工作要求，经对我市（区）内第一批、第二批“中华老字号”进行复核，建议 XXX 等 XXX 家通过复核，XXX 等 XXX 家附条件通过复核，XXX 等 XXX 家复核不通过，移出中华老字号名录。请予审核。

附件：1.XXX 市（区）“中华老字号”复核结果汇总

2.企业复核材料

（盖章）

年 月 日

XXX市（区）“中华老字号”复核建议汇总表

序 号	原企业名称	原代表性 注册商标	现企业名称	现代表性 注册商标	复核结果建议	备注
1	中国全聚德(集团)股份有限公司	全聚德	中国全聚德(集团)股份有限公司	全聚德	☐ 通过 ☐ 附条件通过 ☐ 不通过	
2						

- 1.对建议直接通过复核的企业，在复核结果建议一栏中勾选“通过”。
- 2.对出现《中华老字号示范创建管理办法》第十八条、第十九条有关情形的企业，在复核结果建议一栏中勾选“附条件通过”，并在备注栏中注明具体情况。同时，应按照《中华老字号示范创建管理办法》有关要求采取相应管理措施。
- 3.对因出现《中华老字号示范创建管理办法》第二十条有关情形而建议移出中华老字号名录的企业，在复核结果建议一栏中勾选“不通过”，并在备注栏中注明具体情况。

