

茂名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25年（含）以上。（6分）	品牌创立时间在25—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、民族特色和文化遗产的建筑或设施，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的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）；相关传承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、代表性实物等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、代表性实物等珍贵文物（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）、区县级（1分）、未评级（0.5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。

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	依法拥有与茂名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。
可持续发展（4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。
	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、提供增值服务等，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、市场公平竞争等。（3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。
产品服务 (9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。
	产品创新	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。（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。
研发能力 (10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。
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级荣誉称号（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）。同时获得国家级、省级、市县级荣誉称号的，按所获得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《茂名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“茂名老字号”认定工作。

2. 适用范围

2.1 本评价指标适用于申报茂名老字号认定的企业。

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。