

ICS 03.080.01
CCS A 10

T/SZLZH

深圳市老字号协会团体标准

T/SZLZH 001—2023

深圳老字号评选

Assessment for Shenzhen Time-honored Brand

2023-10-23 发布

2023-10-23 实施

深圳市老字号协会 发布

目 次

前言	II
引言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评选对象	1
5 申报原则	1
6 评选条件	1
7 评选指标	2
8 评选方法	2
9 评选程序	2
10 动态管理	3
附录 A（资料性）“深圳老字号”可申报的行业目录	5
附录 B（规范性）“深圳老字号”评分表	10
参考文献	15

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由深圳市老字号协会提出并归口。

本文件起草单位：深圳市老字号协会、深圳市标准技术研究院、深圳市商业联合会、深商研究院、深圳市文博文化传播有限公司、深圳市质量协会、广东贸促国际商事认证中心、深圳市品牌建设促进中心。

本文件主要起草人：林慧、王科、曹春慧、珠娜、吴萍、赵云龙、刘旭蕾、丁时照、李榕、王楠、秦益楠、向艳、朴美善、谭韵、王晓娅、黄河玲、崔媛媛、陈欣怡、蔡芷晴。

引 言

老字号是中华传统文化的独特载体，承载着一座城市的商业记忆和这座城市的文明发展历史。老字号是企业的生命和灵魂所在，更是国家竞争力和核心体现。

党中央、国务院高度重视老字号创新发展工作，已将“中华老字号”纳入全国创建示范活动项目目录。2022年3月，《商务部等8部门关于促进老字号创新发展的意见》正式印发。意见从加大老字号保护力度、健全老字号传承体系、激发老字号创新活力、培育老字号发展动能四方面提出了包括保护老字号知识产权、促进老字号集聚发展、引导老字号体制机制改革等在内的13项具体措施。2023年1月6日，商务部、文化和旅游部、市场监管总局、文物局、知识产权局联合制定并印发《中华老字号示范创建管理办法》。《中华老字号示范创建管理办法》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，设计量化的认定指标。特别强调企业的代表性、带动性，把诚信经营、规范发展摆在突出位置。

“深圳老字号”紧抓机遇，出台保护老字号的相关政策，对“深圳老字号”发展具有重大促进作用。自2010年以来，深圳已开展十三届“深圳老字号评选”活动。经过10多年的广泛评选、深度挖掘和宣传推广，“深圳老字号”已经成为深圳商业和文化的重要标签，是一个含金量十足的金字招牌，得到了各级领导和社会各界的广泛认同与肯定。

“深圳老字号”虽然评选已持续13年，但是，对有关“深圳老字号”评选仍缺乏统一的标准，评选条件和形式未形成科学的规范。为提升“深圳老字号”在地方乃至国家的话语权和权威性，确有必要研制并发布深圳老字号评选标准，确保支撑“深圳老字号”评选工作科学、公正、公开，建立健全老字号保护传承和创新发展的长效机制。

对“深圳老字号”评选工作进行标准化，首先是确立条款，也就是确定文件的规范性要素；其次是编制标准化文件。本文件的编制，重点考虑了起草标准化文件的如何选择文件的规范性要素，明确了不同功能类型标准的核心技术要素，并进一步清晰地规定了文件要素的编写和表述。

深圳老字号评选

1 范围

本文件规定了“深圳老字号”的评选对象、评选条件、评选指标、评选方法、评选程序和动态管理等。

本文件适用于“深圳老字号”评选工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

DB 44/T 827—2010 广东老字号评定规范

3 术语和定义

DB 44/T 827—2010界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

深圳老字号 Shenzhen Time-honored Brand

在深圳市内，拥有传承的产品、技艺或服务，具有一定的历史背景、鲜明的深圳特色和浓厚的文化底蕴，取得社会广泛认同，形成良好信誉并经深圳市老字号协会评选和确认的商号、商标或品牌。

4 评选对象

商号在深圳注册登记，总部在深圳，主营业务不变，企业产品、技艺或服务品牌与居民生活息息相关，并且具备老字号特征的企业。“深圳老字号”评选可申报的行业目录见附录A。

5 申报原则

“深圳老字号”评选遵循“自愿申报、自主创建、优中择优、动态管理”的原则。

6 评选条件

“深圳老字号”评选包括但不限于以下条件：

- 在深圳依法设立；
- 拥有商标所有权或使用权；
- 商号、商标或品牌创立达20年及以上，且持续经营20年及以上；
- 拥有企业传承的独特产品、技艺或服务；

- 拥有传承中华民族优秀传统文化的企业文化；
- 拥有深圳特色和鲜明的地域文化特征，在深圳经济特区发展史上留下深深烙印，具有历史价值和文化价值；
- 获得社会广泛认同，形成良好信誉；
- 经营状况良好，且具有较强的可持续发展能力；
- 未在经营异常名录或严重违法失信名单中。

7 评选指标

7.1 “深圳老字号”评选满分为 100 分，包括历史文化维度（ H ）、经营维度（ O ）、发展维度（ D ）、获奖和社会贡献维度（ S ）四方面进行。“深圳老字号”评分表参见附录 B。

7.2 历史文化维度 25 分，主要从创立时间（ H_1 ）、信物传承（ H_2 ）、文物保护单位（ H_3 ）、非物质文化遗产名录（ H_4 ）、产品、技艺或服务的传承（ H_5 ）、文化传承（ H_6 ）六个方面进行评价。

7.3 经营维度 40 分，主要从品牌权属清晰（ O_1 ）、主营业务连续（ O_2 ）、盈利状况良好（ O_3 ）、市场覆盖广泛（ O_4 ）、企业规模（ O_5 ）、体系认证（ O_6 ）六个方面进行评价。

7.4 发展维度 30 分，主要从创新产品（ D_1 ）、文化传播和品牌影响力（ D_2 ）、生产技术（ D_3 ）、研发经费投入强度（ D_4 ）、研发平台（ D_5 ）、创新成果（ D_6 ）六个方面进行评价。

7.5 获奖和社会贡献维度 5 分，主要从获得荣誉奖励（ S_1 ）、社会责任（ S_2 ）、公益活动（ S_3 ）三个方面进行评价。

7.6 当对某一具体行业进行评价时，应在不改变一级指标的情况下，依据行业特点设计二级指标，并在实际评价中可根据行业具体情况对二级指标进行细化和增减。

8 评选方法

“深圳老字号”评分按式（1）计算：

$$T = \sum_{i=1}^6 H_i + \sum_{i=1}^6 O_i + \sum_{i=1}^6 D_i + \sum_{i=1}^3 S_i \quad \dots\dots \quad (1)$$

式中：

T ——“深圳老字号”评选总分（百分制）；

H_i ——历史文化维度第 i 个二级指标得分；

O_i ——经营维度第 i 个二级指标得分；

D_i ——发展维度第 i 个二级指标得分；

S_i ——获奖和社会贡献维度第 i 个二级指标得分。

9 评选程序

9.1 发布通知

深圳市老字号协会定期发布开展“深圳老字号”评选的通知。

9.2 提出申请

商号、商标或品牌的经营者或持有人，在通知规定日期内，向深圳市老字号协会提出书面申请，填写申报表，并提交相关评选材料。

9.3 初步筛查

深圳市老字号协会对申报材料进行初步筛查，筛选符合评选条件的申报单位，确定候选提名名单。

9.4 材料审核

深圳市老字号协会进一步对申报材料的真实性、有效性、完整性进行审核。

9.5 抽取专家

在市商务局指导下，深圳市老字号协会负责“深圳老字号”评审委员会专家库的组建和监督管理。深圳市老字号协会在专家库中随机抽取专家组成年度“深圳老字号”评审委员会。

9.6 现场调查

评审委员会对申报单位进行现场调查，以多种途径核查申报单位的经营场所情况，必要时可取证。

9.7 综合评审

评审委员会依据《“深圳老字号”评分表》（见附录B），结合申报单位的申报材料和现场调研的实际情况，对商号、商标或品牌及其经营、使用情况进行评审。

9.8 社会公示

深圳市老字号协会将初评结果通过相关权威媒体公示，并接受全社会的监督和意见反馈。公示期不少于7天。

9.9 异议处理

在公示期内，对公示的评选结果有异议的申报单位，可向深圳市老字号协会提出异议申请。深圳市老字号协会在接到异议申请后30天内组织调查核实，根据复核结果做出裁定。

9.10 作出决定

公示期内无异议或经裁定通过的申报单位，由“深圳老字号”评审委员会对评审结果进行确认。深圳市老字号协会将评审结果报市商务局，由深圳市商务局核准后，深圳市老字号协会制作牌匾和证书，并予以公告和授牌。

10 动态管理

10.1 深圳市老字号协会对“深圳老字号”标识和牌匾的使用进行监督管理，对获得并使用“深圳老字号”的商号、商标或品牌进行日常监督。

10.2 深圳市老字号协会原则上每3年对获得过“深圳老字号”的企业开展复核，连续复核两次通过后，每五年复核一次。对复核中发现已经不符合“深圳老字号”条件的，深圳市老字号协会作出收回“深圳老字号”标识证书及牌匾的决定，并通过相关权威媒体向社会公示。

T/SZLZH 001—2023

10.3 深圳老字号评选可申报行业和评分指标可根据深圳发展实际情况调整。

附录 A
(资料性)

“深圳老字号”可申报的行业目录

表A.1规定了“深圳老字号”可申报的行业。

表 A.1 “深圳老字号”可申报的行业目录

门类	大类代码	大类	中类
H 住宿和餐饮业	61	住宿业	旅游饭店 一般旅馆 民宿服务 露营地服务 其他住宿业
	62	餐饮业	正餐服务 快餐服务 饮料及冷饮服务 餐饮配送及外卖送餐服务 其他餐饮业
F 批发和零售业	51	批发业	食品、饮料及烟草制品批发 纺织、服装及家庭用品批发 文化、体育用品及器材批发 医药及医疗器材批发 矿产品、建材及化工产品批发 机械设备、五金产品及电子产品批发 贸易经纪与代理 其他批发业
	52	零售业	综合零售 食品、饮料及烟草制品专门零售 纺织、服装及日用品专门零售 文化、体育用品及器材专门零售 医药及医疗器材专门零售 汽车、摩托车、零配件和燃料及其他动力销售 家用电器及电子产品专门零售 五金、家具及室内装饰材料专门零售 货摊、无店铺及其他零售业
C 制造业	13	农副食品加工业	谷物磨制 植物油加工 水产品加工 蔬菜、菌类、水果和坚果加工 其他农副食品加工
	14	食品制造业	焙烤食品制造 糖果、巧克力及蜜饯制造 方便食品制造

表 A.1 “深圳老字号”可申报的行业目录（续）

门类	大类代码	大类	中类
C 制造业	14	食品制造业	乳制品制造 罐头食品制造 调味品、发酵制品制造 其他食品制造
	15	酒、饮料和精制茶制造业	酒的制造 饮料制造 精制茶加工
	18	纺织服装、服饰业	机织服装制造 针织或钩针编织服装制造 服饰制造
	21	家具制造业	木质家具制造 竹、藤家具制造 金属家具制造 塑料家具制造 其他家具制造
	23	印刷和记录媒介复制业	印刷
	24	文教、工美、体育和娱乐用品制造业	文教办公用品制造 乐器制造 工艺美术及礼仪用品制造 体育用品制造 玩具制造 游艺器材及娱乐用品制造
	26	化学原料和化学制品制造业	涂料、油墨、颜料及类似产品制造 合成材料制造 专用化学产品制造 日用化学产品制造
	27	医药制造业	化学药品原料药制造 化学药品制剂制造 中药饮片加工 中成药生产 生物药品制品制造 卫生材料及医药用品制造 药用辅料及包装材料制造
35	专用设备制造业	食品、饮料及饲料生产专用设备制造 印刷、制药、日化及日用品生产专用设备制造 纺织、服装和皮革加工专用设备制造 电子和电工机械专用设备制造 医疗仪器设备及器械制造（含眼镜制造）	

表 A.1 “深圳老字号”可申报的行业目录（续）

门类	大类代码	大类	中类
	39	计算机、通信和其他电子设备制造业	计算机制造 通信设备制造 非专业视听设备制造 智能消费设备制造 电子器件制造 电子元件及电子专用材料制造 其他电子设备制造
	40	仪器仪表制造业	通用仪器仪表制造 专用仪器仪表制造 钟表与计时仪器制造 光学仪器制造 衡器制造 其他仪器仪表制造业
E 建筑业	47	房屋建筑业	住宅房屋建筑 体育场馆建筑 其他房屋建筑业
	50	建筑装饰、装修和其他建筑业	建筑装饰和装修业 建筑物拆除和场地准备活动 提供施工设备服务 其他未列明建筑业
L 租赁和商务服务业	72	商务服务业	组织管理服务 综合管理服务 法律服务 咨询与调查 广告业 会议、展览及相关服务 其他商务服务业
O 居民服务、修理和其他服务业	80	居民服务业	托儿所服务 洗染服务 理发及美容服务 摄影扩印服务 婚姻服务 其他居民服务业
	82	其他服务业	清洁服务 宠物服务 其他未列明服务业
	88	文化艺术业	文艺创作与表演 艺术表演场馆 图书馆与档案馆

表 A.1 “深圳老字号”可申报的行业目录（续）

门类	大类代码	大类	中类
			文物及非物质文化遗产保护 群众文体活动 其他文化艺术业
	89	体育	体育组织 体育场地设施管理 健身休闲活动 其他体育
	90	娱乐业	室内娱乐活动 游乐园 休闲观光活动 文化体育娱乐活动与经纪代理服务 其他娱乐业
J 金融业 ^a	66	货币金融服务	中央银行服务 货币银行服务 非货币银行服务 银行理财服务 银行监管服务
	67	资本市场服务	证券市场服务 公开募集证券投资基金 非公开募集证券投资基金 期货市场服务 证券期货监管服务 资本投资服务 其他资本市场服务
	68	保险业	人身保险 财产保险 再保险 商业养老金 保险中介服务 保险资产管理 保险监管服务 其他保险活动
	69	其他金融业	金融信托与管理服务 控股公司服务 非金融机构支付服务 金融信息服务 金融资产管理公司 其他未列明金融业

表 A.1 “深圳老字号”可申报的行业目录（续）

门类	大类代码	大类	中类
P 教育	83	教育	学前教育 初等教育 中等教育 高等教育 特殊教育 技能培训、教育辅助及其他教育
^a 总部注册地在深圳的申报单位			

附录 B
(规范性)
“深圳老字号”评分表

表B.1规定了“深圳老字号”的评价基准和评分标准。

表 B.1“深圳老字号”评分表

1. 历史文化维度 (25 分)			
1.1 创立时间 (10 分)			
评价基准：以申报企业出现类似企业的组织形式（如作坊、店铺等），并使用商号、商标或品牌对外开展经营、宣传等活动的时间为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	2003 年 1 月 1 日及以后。	5	
2	1980 年 1 月 1 日至 2002 年 12 月 31 日。	7	
3	1979 年 12 月 31 日及以前。	10	
1.2 信物传承 (3 分)			
评价基准：以信物的历史价值为基准，同时保留不同价值的信物，按保留的最高价值信物得分，不重复得分。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	保留 15 年前：刊登的广告、一般用品、照片等一般历史价值物品为 0.5 分；字号牌匾、名人或主要经营者的题字、与老字号相关的营业场所内外的重要照片等贵重信物为 1 分。	1	
2	保留 30 年前：刊登的广告、一般用品、照片等一般历史价值物品得为 1.5 分；字号牌匾、名人或主要经营者的题字、与老字号相关的营业场所内外的重要照片等贵重信物为 2 分。	2	
3	老字号重要信物被列入国家三级文物及以上。	3	
1.3 文物保护单位 (2 分)			
评价基准：以文物保护单位的层级为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	相关建筑物列入区县级文物保护单位。	0.5	
2	相关建筑物列入市级文物保护单位。	1	
3	相关建筑物列入省级文物保护单位。	1.5	
4	相关建筑物列入全国重点文物保护单位。	2	
1.4 非物质文化遗产名录 (2 分)			
评价基准：以列入非物质文化遗产名录的层级为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	老字号相关文化、艺术或技艺等被列入区县级非物质文化遗产名录。	0.5	
2	老字号相关文化、艺术或技艺等被列入地市级非物质文化遗产名录。	1	
3	老字号相关文化、艺术或技艺等被列入省级非物质文化遗产名录。	1.5	
4	老字号相关文化、艺术或技艺等被列入国家级及以上非物质文化遗产名录。	2	
1.5 产品、技艺或服务的传承 (4 分)			
评价基准：以产品、技艺或服务传承产生的实际效果为基准。			

表 B.1 “深圳老字号”评分表（续）

序号	评分标准	最高分	打分
1	产品、技艺或服务有所继承，但不明显。	1	
2	产品、技艺或服务得以较好继承，传承比较明显。	2	
3	产品、技艺或服务得以一贯保持，有传承人和比较典型传承技艺与服务。	3	
4	产品、技艺或服务得以一贯保持，有指定的传承人、稳定的传承制度和典型的传承技艺，并能与时俱进，形成了与老字号传统工艺和服务匹配的新老产品、技艺或服务。	4	
1.6 文化传承（4分）			
评价基准：以文化传承产生的实际效果为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	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，得1分。	累计加分，最高4分	
2	有历代传承店训、堂训、师训、店规等传承文化，得1分。		
3	保留了老经营场所，或经营场所依照原建筑风格重建，保留了基本面貌和风格，得1分。		
4	有与老字号品牌相关故事的多方记载或报道，有一定的美誉度和较好的口碑，得1分。		
2. 经营管理维度（40分）			
2.1 品牌权属清晰（5分）			
评价基准：以合法拥有品牌、无产权纠纷、相关商标证书为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	企业字号与品牌相一致。	1	
2	拥有与品牌相一致的注册商标使用权。	2	
3	拥有与品牌相一致的注册商标所有权。	3	
4	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。	4	
5	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。	5	
2.2 主营业务连续（6分）			
评价基准：以企业历史上长期从事、具有明确传承脉络、不等同于但不得超出营业执照上的经营范围为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	主营业务连续经营时间为20~29年。	2	
2	主营业务连续经营时间为30~49年。	4	
3	主营业务连续经营时间为50年及以上。	6	
2.3 盈利状况良好（12分）			
评价基准：以企业的持续盈利的年限为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	企业处于盈利状态。	3	
2	持续盈利2年。	6	
3	持续盈利3年。	8	
4	持续盈利5年（含）以上。	12	

表 B.1 “深圳老字号”评分表（续）

2.4 市场覆盖广泛（7分）			
评价基准：以产品、技艺或服务的实际市场覆盖情况为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	拥有直营店或加盟店：1~10家得1分，11~99家得2分，100~499家得3分，500家及以上得4分。按拥有的最多店数得分，不重复得分。	累计加分，最高7分	
2	商品或服务进入省外市场，得1分。		
3	商品或服务进入国际市场，得2分。		
2.5 企业规模（6分）			
评价基准：以企业从业人员、营业收入、资产总额等指标为基准，并结合行业特点具体分析。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	属于微型企业。	0.5	
2	属于小型企业。	1	
3	属于中型企业。	1.5	
4	属于大型企业。	3	
5	企业已上市，在境内外股票市场公开发行股票。	6	
2.6 体系认证（4分）			
评价基准：以各体系的认证证书为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	每通过了一项国内体系认证，得0.5分；每通过了一项国际体系认证，得1分。	累计加分，最高4分	
3. 发展维度（30分）			
3.1 创新产品（4分）			
评价基准：以能够投入生产、进入市场的创新产品为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	在坚持产品质量的前提下，根据广大消费者需求变化创新开发新产品，提升产品创新力，丰富产品品类，每一种创新产品得0.5分，最多4分。	4	
3.2 文化传播和品牌影响力（8分）			
评价基准：以传播和影响产生的实际效果为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	举办形式多样的购物消费活动、文化内涵丰富的文化活动，以及突出商旅文化融合发展的互动活动等。每举办一次上述活动得0.5分，最多得2分。	累计加分，最高8分	
2	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2分。		
3	运用互联网技术，利用第三方平台、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等。每采取一项措施得0.5分，最多得2分。		
4	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。		

表 B.1 “深圳老字号”评分表（续）

3.3 生产技术（2分）			
评价基准：以能将技术体现在产品、技艺或服务上为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	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，降低生产成本，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2分。	2	
3.4 研发经费投入强度（4分）			
评价基准：以企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例为基准，其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于60%。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	最近一年销售收入小于5,000万元（含）的企业，比例：0-1%（不包含）得0分，1%-3%（不包含）得1分，3%-5%（不包含）得2分，5%-10%（不包含）得3分，不低于10%得4分。	4	
2	最近一年销售收入在5,000万元至2亿元（含）的企业，比例：0-0.8%（不包含）得0分，0.8%-2.5%（不包含）得1分，2.5%-4%（不包含）得2分，4%-8%（不包含）得3分，不低于8%得4分。		
3	最近一年销售收入在2亿元以上的企业，比例：0-0.5%（不包含）得0分，0.5%-1.5%（不包含）得1分，1.5%-3%（不包含）得2分，3%-6%（不包含）得3分，不低于6%得4分。		
3.5 研发平台（3分）			
评价基准：以科研机构的层级为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	建立市级技术中心或同级别科研机构。	1	
2	建立省级技术中心或同级别科研机构。	2	
3	建立国家级技术中心或同级别及以上的科研机构。	3	
3.6 创新成果（9分）			
评价基准：以官方文件为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	获得一个国家发明专利得0.5分，一个国际发明专利得1分。到期折半计分。每符合一项累计0.5分，最高分3分。	累计加分，最高9分	
2	主持、参与制修订一个行业标准或地方标准得0.5分，一个国家标准得1分，一个国际标准得1.5分。累计计分，最高分3分。		
3	获得一个已登记著作权得0.5分，到期折半计分。累计计分，最高分3分。		
4. 获奖和社会贡献维度（5分）			
4.1 荣誉奖励（2分）			
评价基准：以荣誉称号的层级为基准，同时获得不同称号的，按所获的最高层级荣誉称号得分，不重复得分。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	相关商标、产品或企业获得区县级荣誉称号。	0.5	

表 B.1 “深圳老字号”评分表（续）

2	相关商标、产品或企业获得市级荣誉称号。	1	
3	相关商标、产品或企业获得省级及以上荣誉称号。	2	
4.2 社会责任（1.5分）			
评价基准：以参加重大任务所产生的实际效果为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	参与疫情防控、抢险救灾、应急保供、保护生态环境等促进社会和谐稳定发展的重大任务，每参与一次任务得0.5分，最多得1.5分。	1.5	
4.3 公益活动（1.5分）			
评价基准：以开展公益活动产生的实际效果为基准。			
序号	评分标准	最高分	打分
1	进行公益性捐赠、组织公益活动、组建或参与公益基金会等公益活动，每开展一项得0.5分，最多得1.5分。	1.5	
注：除累计计分项外，其余各项均为按档次给分，不符合任何一档时，计0分。			

参 考 文 献

- [1] GB/T 4754-2017 国民经济行业分类
 - [2] DB37/T 3408-2018 “老字号”企业分型评价要求
 - [3] DB37/T 3409-2018 “山东老字号”认定通则
 - [4] 中华人民共和国商务部. 商务部等5部门关于印发《中华老字号示范创建管理办法》的通知: 商流通规发(2023)6号. 2023年
 - [5] 江苏省商务厅. 江苏省商务厅关于下发江苏老字号认定规范(试行)的通知: 苏商流通(2015)139号. 2015年
 - [6] 福建省商务厅. 福建省商务厅关于印发《“福建老字号”认定管理办法》的通知: 闽商务(2021)127号. 2021年
 - [7] 浙江省商务厅. 浙江省商务厅等4部门关于印发《浙江老字号示范创建管理办法》的通知: 浙商务联发(2023)41号. 2023年
-