附件3

浙江老字号示范创建评价指标

|  |
| --- |
| **一、历史文化深厚（40分）** |
| 一级指标 | 二级指标 | 评分标准 | 评分说明 |
| **历史底蕴浓郁****（13分）** | **创立时间悠久** | 品牌创立时间在40 年（含）以上。（6 分） | 品牌创立时间在 40-50 年（含）（3分）；品牌时间在50-80 年（含）（4 分）；品牌时间在80-100 年（含）（5分）； 品牌创立时间 100 年以上（6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，生产经营场所被认定为文物保护单位。（3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级文物保护单位（2 分）；生产经营场所被列为县级文物保护单位或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。（4分） | 与所在地重要历史事件相关联（1 分）；与所在地历史名人相关联（1 分）；影响了所在地商业风气，树立了良好标杆（1 分）；在所在地具有正向的群体心理认同感（1 分）。每符合一项得1分，最多得4分。 |
| **文化传承有力****（13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。（4 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）（4 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级非物质文化遗产代表性项目名录（2 分）相关文化或技艺等被列入县（区）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。 |
|  **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、代表性实物等可移动文物。（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、代表性实物等贵重文物10件以上（3 分）；5件以上的（2 分）；3件以上的（1分），不重复得分，最多得3分。 |
| **传承载体丰富** | 建有体现品牌文化价值的博物馆、文化馆等或建有政府部门认定的各级传承基地、生产性示范基地、体验中心或研学基地等。（4分） | 建有或运营在省级管理部门登记博物馆的（4分）；建有或运营在市级管理部门登记博物馆的（3 分）；建有或运营在县（区）级管理部门登记博物馆的（2 分）；建有专门的但未经文物部门备案的博物馆、展示馆、文化馆（1 分）。与非遗项目传承相关的设施建设，如传承基地、生产性示范基地、体验中心或研学基地等，省级（4分），地市级（3分），县（区）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） | 持续举办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****（14 分）** | **权属情况清晰** | 依法拥有与浙江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） | 拥有与品牌相一致的注册商标使用权（3 分）；企业字号与品牌相一致或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。（4 分） | 持有与品牌一致的商标并受驰名商标保护的（4 分）；持有与品牌一致的商标，且主营业务相关类别注册保护较齐全的（3 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。（4 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）等形式宣传和展示品牌文化或掌门人故事（1 分）；以报纸、杂志、宣传册等传统媒体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4分。 |

|  |
| --- |
| **二、经营管理规范（20 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 30-50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。（5分） | 商品或服务进入国际市场（2 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）。按项得1分，最多得5分。 |
|  **企业上市发展** | 企业是否上市。（1 分） | 在境内外股票市场公开发行股票（1 分）。 |
| **制度建设完善****（8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、人才培训等。（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。 |
|  **体制机制完善** | 以市场经济为基础，以企业法人制度为主体，以公司制度为核心，以产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学为条件的新型企业制度。（3 分） | 实行公司制，企业资产权属清晰，资产所有者和经营者职能、责任明确（1分）；有合理的组织结构，并形成行之有效的企业内部管理制度和机制（1分）；股权分配合理，有明确的激励机制（1分）。每符合一项得1分，最多得3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，提升服务质量和服务水平，永葆品质魅力。（5分） | 拥有国家级、省级、市级、县级非物质文化遗产代表性传承人，各级别工艺美术师，各级别劳动模范，各行业高等级资质专业技能人才；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（11分）** |  **生产技艺革新** | 运用先进技术和设备，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。 |
| **科技研发创新** | 建立技术中心或科研机构，开展科研项目，对传统技艺进行研究、保护、传承和创新。（3 分） | 与国家级技术中心或同级别科研机构、部属高校开展科研合作（3 分）；与省级技术中心或同级别科研机构、省属高校开展科研合作（2 分）；与市级技术中心或同级别科研机构、市属专业院校开展科研合作（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，注重专业人才队伍建设。（4 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 4 分。 |
| **消费场景丰富****（12 分）** | **传播活动多样** | 举办或参与形式多样的老字号消费活动、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。（5 分） | 经常性举办或参加具有影响力的大型老字号主题消费类活动、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，每参加一次得 1 分，最多得 5 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 1 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。（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 2 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。 |
| **社会贡献杰出****（7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 1 分，最多得 3 分。 |
| **参与公益活动** | 积极参与政府部门、行业协会组织的公益活动，组织各类公益性活动。（2分） | 每参与 1 项政府部门、行业协会组织的公益活动得 0.5 分；每组织一次促进社会和谐、行业发展的公益性活动得1分。最多得2 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）。同时获得国家级、省级、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。 |

|  |
| --- |
| **四、附加项（5分）** |
| **加分项****（5分）** | **其他** | 具有一般企业短期内无法获得或者复制的特殊资质或荣誉。 | 生产经营场所是国家级文物保护单位（1分）；建有或者负责运营国家级博物馆（1分）；建有国家级技术中心或同级别科研机构（1分）；销售收入连续三年在本省同行业位于前三名（1分）；参与起草国际或全国性行业标准（1分）。每符合一项得1分，最多得5分。 |

**编制说明：**

**1.编制背景**

1.1本评价指标是对《浙江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“浙江老字号”示范创建工作。

**2.适用范围**

2.1本评价指标适用于申报浙江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，另有附加分5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。