



五部门联合发文推动中华老字号创新发展 百年老店擦亮“金字招牌”

从柴米油盐，到琴棋书画，老字号广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域。

近日，商务部会同文化和旅游部、市场监管总局、国家文物局、国家知识产权局联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》(以下简称《办法》)，推动老字号创新发展，促进品牌消费。

当前我国老字号发展情况如何?《办法》有哪些新亮点?将从哪些方面推动老字号守正创新发展?近日，记者采访了商务部相关负责人。

老字号年营业收入超2万亿元

老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”。目前，我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家，其中有701家中华老字号创立至今超过100年，历史最悠久的北京便宜坊已经走过607年的岁月。全国老字号年营业收入超过2万亿元，在消费促进、产业升级、文化引领等方面发挥着重要作用。

“中国作为全球第二大经济体、第二大消费市场、货物贸易第一大国，有条件、有能力、也有必要培育壮大一批我们自己的‘百年老店’。”商务部副部长盛秋平说。

《办法》通过“三个突出”，强化示范创建、动态管理，把老字号的创新活力释放出来。

一是突出“优中选优”，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，把真正的好品牌找出来。

二是突出“示范引领”，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。

三是突出“动态管理”，努力打造一批知名品牌，树立一批标杆企业，对符合条件的，持续敞开大门;对出现问题的，及时采取约谈警示等管理措施，直至退出，推动老字号实现高质量发展。

下一步，将抓紧部署开展新一批中华老字号认定，对现有中华老字号进行复核，定期开展评估，实施动态调整。在此基础上，进一步建立健全老字号保护传承和创新的长效机制，持续出实招、出硬招，把“金字招牌”擦得越来越亮。

出台更多支持政策。以知识产权、历史网点、文化遗产为重点，“软硬结合”加大老字号保护力度;以技艺、文化、人才为重点，“标本兼治”健全老字号传承体系。

搭建交流促进平台。建设一批老字号协同创新中心，举办“老字号大讲堂”、掌门人论坛，集中优势资源破解发展难题，推动老字号产品服务、生产技艺、营销方式全面创新。

举办专题推广活动。持续办好“老字号嘉年华”，推动举办老字号博览会，聚焦传统节日，统筹线上线下，推动老字号走进千家万户、走进百姓生活。

“有进有出”确保“金字招牌”成色

商务部曾开展过两次中华老字号认定，此次出台的《办法》有什么新特点?

“老字号好不好，人民满不

满意是先决条件，市场接不接受是主要标尺。”商务部流通发展司副司长李刚说，商务部会同相关部门开展中华老字号认定，就是要通过建立科学规范、公开透明的标准制度，把人民真正喜爱、经过市场检验的好品牌找出来、发展好，充分发挥示范引领作用，带动更多企业创新发展，满足更多消费需求。

李刚说，2006年以来，商务部部署开展了中华老字号认定工作，分两批认定了1128家中外老字号，社会反响总体良好。但是随着形势的变化，认定条件、组织方式、管理体制等需要进一步完善。为此，商务部在此基础上，组织制定了新的《办法》，概括起来有三个特点:

——形成部门联合推动的工作合力。新的《办法》由多部门联合组织实施，将更好兼顾老字号的历史价值和文化属性，更有利于对老字号文化遗产、历史网点、知识产权的保护，形成保护和促进老字号发展的合力。

——将可持续发展摆在更突出的位置。相比此前要求中华老字号必须创立于1956年以前，《办法》调整为品牌创立时间在50年(含)以上。主要有两个方面的考虑。一方面，根据企业发展规律，一般存续周期在20—30年，超过50年的就可以称得上“长寿”，而且50年的设计也可以与此前的工作更好衔接。另一方面，明确50年的“时限”，而非1956年这个“时点”，充分体现了动态可持续的工作原则。可以预见，除了在历史上家喻户晓的这些老品牌，将来还会有很多消费者耳熟能详的新品牌会成为中华老字号。

——建立了“有进有出”的动态管理机制。中华老字号的荣誉不是一劳永逸的，更不能躺在功劳簿上“吃老本”。商务部在继续开展认定的同时，也建立了动态调整的管理机制。商务部将持续加强监测跟踪，加大管理力度，对于拒不履行相关义务、出现违法违规行为的，将分门别类采取约谈整改、暂停权益直至移出名录的管理措施，来确保中华老字号“金字招牌”的成色。

守正创新推动老字号转型升级、出圈

老字号的优势在于“老”——老品牌、老技艺、好信誉、好口碑。但老字号的不足，一定程度上也源于“老”，例如存在观念老化、机制老化等问题，特别是在年轻群体中接受程度不够高，难以满足当前消费升级和时代发展需要。

“唯有守正创新发展，才是老字号的出路所在，这也是老字号能够历经沧桑而生生不息的‘传家宝’。”盛秋平说，发展老字号必须巩固好“老”的优势，破解好“老”的难题。对此，商务部将采取切实措施，推动老字号发挥主体作用，守住以人民为中心的“根”，传承优秀传统文化的“魂”，借好先进适用技术的“力”，加快创新发展，拓展更大市场，满足更多需求。

一是建设老字号协同创新中心。把电商、金融、传媒、高校、智库等优质资源聚起来，为老字号创新发展赋能、赋智、赋力。

二是举办“老字号大讲

堂”。把专家、学者和老字号优秀掌门人、传承人等智囊用起来，一起为老字号发展想办法子、找路子、出点子。

三是指导举办老字号文化创意大赛。调动创意机构、新锐设计师、在校学生等力量，创作更多符合年轻人消费需求的新产品，推动老字号跨界、出圈。

四是组织开展探店打卡活动。组织知名专家、网红主播、探店达人等打卡、暗访，既要把握好产品、好场景、好体验传播出去，吸引消费者种草、带货，也要给老字号做做体检、挑挑毛病，督促企业整改提高。

老字号的创新，决不能是“自以为是”的创新，也不能是浮于表面、流于形式、盲目抢风口的创新，更不能是与消费者普遍认知大相径庭的所谓创新。老字号的创新，应当是传承弘扬中华优秀传统文化的创新，是对标先进理念、顺应市场机制的创新，是符合企业长期规划、取得市场普遍认同的创新。只有定准群众认同、市场认可的调子，才能找到守正创新的路子，实现长期发展。

据介绍，在出台《办法》的基础上，商务部还将会同相关部门，出台系列支持举措，汇聚社会各方力量，进一步提升老字号文化内涵和供给品质。特别是继续举办“老字号嘉年华”活动，聚焦老字号品牌优势，统筹线上线下资源，打造“1+3+N”系列活动，也就是一场启动仪式、三大主题活动以及百余场特色活动，打造更多新消费场景，让消费者既能买得好、吃得好、玩得好，也能体验到中华优秀传统文化的无穷魅力。

(来源:人民日报)

全面实行股票发行注册制正式实施

新华社北京2月17日电 17日，中国证监会及交易所等发布全面实行股票发行注册制制度规则，自发布之日起施行。这标志着注册制的制度安排基本定型，注册制推广到全市场和各类公开发行股票行为，全面实行股票发行注册制正式实施。

此次发布的制度规则共165部，其中证监会发布的制度规则57部，证券交易所、全国股转公司、中国结算等发布的配套制度规则108部。主要内容包括精简优化发行上市条件、完善审核注册程序、优化发行承销制度、完善上市公司重大资产重组制度、强化监管执法和投资者保护等。

其中，在精简优化发行上市条件方面，坚持以信息披露为核心，将核准制下的发行条件尽可能转化为信息披露要求。各市场板块设置多元包容的上市条件。

在完善审核注册程序方面，坚持证券交易所审核和证监会注册各有侧重、相互衔接的基本架构，进一步明确证券交易所和证监会的职责分工，提高审核注册效率和可预期性。证券交易所审核过程中发现重大敏感事项、重大无先例情况、重大舆情、重大违法线索的，及时向证监会请示报告。证监会同步关注发行人是否符合国家产业政策和板块定位。同时，取消证监会发行审核委员会和上市公司并购重组审核委员会。

在优化发行承销制度方面，对新股发行价格、规模等不设任何行政性限制，完善以机构投资者为参与主体的询价、定价、配售等机制。

我国注册制改革于2018年11月启动，采取了试点先行、先增量后存量、逐步推开的改革路径，先后在科创板、创业板和北京证券交易所试点，同步推进一揽子改革，打开了资本市场改革发展的新局面。

证监会相关负责人表示，注册制改革的本质是把选择权交给市场，强化市场约束和法治约束。“与核准制相比，不仅涉及审核主体的变化，更重要的是充分贯彻以信息披露为核心的理念，发行上市全过程更加规范、透明、可预期。要切实把握好信息披露质量关，并坚持开门搞审核，接受社会监督。”

便民信息

垫江县古茗饮品店遗失垫江县市场监督管理局核发的食品经营许可证副本(证件编号: JY25002310046126),声明作废。



建一流队伍 树一流作风 创一流服务 争一流业绩

