

《中华老字号示范创建管理办法》出台，释放促进品牌消费积极信号

# 推动老字号创新发展 培育壮大“百年老店”

新华社北京2月1日电(记者潘洁、谢希瑶)商务部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家文物局、国家知识产权局近日联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》，释放推动老字号创新发展、促进品牌消费的积极信号。

《中华老字号示范创建管理办法》坚持历史传统与示范引领并重、保护促进与规范管理并举，聚焦充分发挥老字号在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面的示范引领作用，对中华老字号示范创建的总体要求、基本条件、申报认定、动态管理等内容作出明确规定和要求。

“老字号与百姓生活密切相关，是我们做好恢复和扩大消费工作的一个重要切入点。”商务部副部长盛秋平在2月1日商务部举行的专题新闻发布会上说，今年春节假期，老字号的线上消费保持比较快的增长速度，餐饮外卖消费同比增长13.5%，拉动商务部重点监测零售企业销售额同比增长6.8%，成为消费市场的一大亮点。

《中华老字号示范创建管理办法》提出要建立“有进有出”的动态管理机制，不断完善中华老字号名录，推动中华老字号顺应市场机制、守正创新发展，引领带动更多市场主体实现高质量发展，着力提振发展信心，加快品牌培育发展，促进形成强大国内市场，更好满足人民对美好生活的需要。

盛秋平表示，在出台《中华老字号示范创建管理办法》的基础上，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。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。

“消费是最终需求，也是经济增长的重要拉动力。”盛秋平说，商务部将坚决贯彻落实中央经济工作会议提出的“把恢复和扩大消费摆在优先位置”，活跃节日消费市场，拓展线下消费场景，探索发展直播电商，打造更多新消费场景。

新华社北京2月1日电(记者潘洁、谢希瑶)老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”。商务部等五部门近日联合印



二月二十八日摄。新华社记者鞠焕宗摄

发的《中华老字号示范创建管理办法》1日对外公布。管理办法出台的 background 和意义是什么?怎样推动老字号创新发展?商务部当天举行专题新闻发布会介绍有关情况。

《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》提出，“打造中国品牌，培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

商务部副部长盛秋平在发布会上介绍，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。从行业看，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；从规模看，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、民族自信等方面发挥着重要作用；从国际上看，重视对老字号保护支持是普遍做法。

盛秋平说，老字号在满足居民消费需求方面发挥着重要作用。我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”。

为充分释放老字号创新活力，《中华老字号示范创建管理办法》聚焦充分发挥老字号在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面的示范引领作用，对中华老字号示

范创建的总体要求、基本条件、申报认定、动态管理等内容作出明确规定和要求。

商务部流通发展司副司长李刚介绍，此次出台的管理办法有三个特点：一是形成部门联合推动的工作合力，二是将可持续发展摆在更突出的位置，三是建立了“有进有出”的动态管理机制。

管理办法对中华老字号应当具备的基本条件作出明确规定：品牌创立时间在50年(含)以上；具有中华民族特色和鲜明的地域文化特征；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；在所属行业或领域内具有代表性、引领性和示范性，得到广泛的社会认同和赞誉。

“相比此前要求中华老字号必须是创立于1956年以前，管理办法调整为品牌创立时间在50年(含)以上。”李刚说，可以预见，除在历史上家喻户晓的老品牌，将来会有很多耳熟能详的新品牌成为中华老字号。

管理办法明确，商务部会同相关部门原则上每3年认定并公布新一批次中华老字号名录；原则上每3年对中华老字号开展复核。

“中华老字号的‘荣誉’不是一劳永逸的，更不能躺在功劳簿上‘摆资历’‘吃老本’。”李刚说，对于拒不履行相关义务、出



假期过后施工忙

▲1月29日，在江苏省连云港市连岛国家级中心渔港，大型浮吊在海上作业(无人机照片)。春节假期过后，各地项目施工现场工人铆足干劲、一派繁忙，建设项目“加速度”，奋力实现“开门红”。  
新华社发(王春摄)

## 重庆两江新区企业：春节赶工忙，新年信心足

新华社重庆2月1日电(记者周凯)几百台机械臂不停舞动，无人车来回穿梭，一辆辆汽车组装下线……1月31日，记者走进长安汽车两江工厂，看到的是车间内开足马力赶生产的忙碌场景。

“我们大年初五就恢复生产了，目前长安汽车在两江新区的三个工厂均已满负荷生产，在岗人数超9000人，正全力以赴交付订单。”长安汽车两江工厂制造运营处经理代民富介绍，近年来长安汽车针对细分市场加强研发，推出了多款车型。数据显示，2022年长安汽车

销量达234.6万辆，同比增长1.98%。

龙头企业的满产有力带动了配套企业。同一天，在两江新区重庆平伟汽车科技股份有限公司车间内，300多名工人正控制着冲压模具生产汽车零部件。“去年疫情、高温等不利因素对企业有影响，但今年1月份市场反馈良好，且近几年企业智能化改造效果正在显现，我们对今年很有信心！”该公司常务副总经理杨晓东说。

两江新区是重庆市工业经济的“主阵地”。记者近期走访两江新区部分企业了解到，汽车、电子信息、生物医药等支柱产业供应链上下游有效协同，推动了春节假期后企业快速复工复产。两江新区管理委员

会相关负责人介绍，1月以来两江新区持续推进优化营商环境改革，各级领导干部定点联系重点企业，积极为企业纾困解难，确保工业经济开好局、起好步。

企业活力离不开创新驱动。近年来，两江新区通过大力引进科研院所、举办创新创业大赛、设立产业投资基金等方式，鼓励企业加强科技创新。

由于产品供不应求，重庆鑫景特种玻璃有限公司200多名职工春节期间在岗生产，假期过后企业采用“三班倒”的办法，最大限度提高产量。公司负责人告诉记者，企业订单激增的背后是坚持科技创新。经8年技术研发，企业成功生产出了高抗摔

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，来确保中华老字号“金字招牌”的成色。

老字号承载着丰富的文化遗产，是弘扬优秀传统文化的重要载体。记者从会上了解到，全国共有356处老字号旧址、7000余处与老字号相关的遗存被登记公布为不可移动文物；1128家中华老字号企业中，有近800家涉及非遗项目，其中87家本身就是国家级非遗代表性项目的保护单位。

针对挖掘老字号历史文化资源、加强老字号文物保护利用，国家文物局文物古迹司司长邓超说，今年在筹备启动第四次全国文物普查，系统调查梳理老字号旧址等文物资源；强化老字号文物系统性保护，高质量实施文物修缮工程；鼓励老字号文物以博物馆等形式向公众开放，开发文化创意产品等。

谈及加强老字号传统技艺保护传承，文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓松说，下一步，将继续支持符合条件的传统工艺企业列入中华老字号名录，将符合标准的中华老字号认定为国家级非遗生产性保护示范基地；加强对中华老字号所涉及非遗项目的分类保护；加强老字号人才培养工作，支持院校举办面向老字号代表性传承人和从业者的专题研培班等。

质量是品牌的生命。市场监管总局质量发展局副局长张蕾蕾说，将大力推动老字号企业建设安全、全要素、全过程、全数据的新型质量管理体系，引导老字号企业积极开展质量提升行动，着力突出标准引领，强化质量监管执法，以质量跃升促进品牌持续发展，创造出更多的中国精品、中华老字号。

针对近年来部分老字号被诟病“倚老卖老，价贵难吃”的问题，李刚说，依法合规是中华老字号企业发展的底线，将对扰乱市场秩序、造成社会不良影响，列入经营异常名录的企业，该约谈的约谈，该整改的必须整改。

“中华老字号好不好，必须由人民说了算。”李刚说，将密切跟踪企业市场表现，特别是消费者评价，让每位消费者都能参与到中华老字号的管理中来，也给真正受到人民群众喜爱的老字号品牌营造更好的发展环境。

旅游景观人山人海，休闲街区人潮涌动，博物馆过大年蔚然成风，营业性演出场次赶超2019年同期……刚刚过去的春节假期，旅游市场加速恢复、文化市场红火多彩。新春的精彩开局，为行业带来融融暖意，更激励我们乘势而上，用信心和实干实现文旅市场全面复苏。

文化和旅游部数据显示，春节假期国内旅游出游人次同比增长23.1%、国内旅游收入同比增长30%、全国营业性演出同比增长40.92%。全面上扬的统计曲线，展现的是经济社会发展中蕴含的巨大需求和潜力，也是文旅行业积极部署下一步工作的重要参考。

比黄金还珍贵的是信心。面对良好开局，首先要保持的是对市场全面恢复和稳步发展的信心。2023年元旦假期全国国内旅游出游人次恢复至2019年同期的四成多；到了春节假期，已恢复至2019年同期近九成水平，云南、湖南、江苏等多地游客数量已超2019年。可以预见，在接下来的年中旅游旺季，文旅消费需求有望进一步释放，文旅行业恢复发展势头强劲。

预期好、信心足，关键要下好先手棋。去年底召开的中央经济工作会议提出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。春节期间，各地纷纷采取免票、打折、发券等惠民措施鼓励文旅消费，取得良好效果，这充分说明只要尽早谋划、政策到位，必能有力推动文旅行业振兴发展。

还应看到，文旅市场既是消费市场，也是精神家园。群众对美好生活的向往日新月异，要求文旅行业既要算经济账，也要讲高品质。今年春节假期各地高品质展览、演出一票难求，春晚舞蹈节目《碣石桥》带动浙江泰顺县仕水碣步桥“火出圈”，这些例子都提示我们，在更广范围、更深层次、更高水平上推动文旅融合，能更好激发新动能、形成新优势。

春节假期结束，文旅市场热度不减。2月6日起，旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家出境团队旅游和“机票+酒店”业务将试点恢复。2月16日起，各地文化和旅游行政部门恢复对涉港澳台营业性演出的受理和审批。从春天出发，鼓足信心、抓住机遇，我们必将抵达更美好、更繁华的诗和远方。

(记者徐仕)新华社北京2月1日电

## 沈阳“店主”感受红火

新华社沈阳1月31日电(记者王炳坤、汪伟)新春假期已过，但消费市场的忙碌劲不减。记者近日进饭馆、嬉冰雪、赏非遗，在日常消费中亲身体验一些场所的生意火爆。一位位“店主”格外忙碌却乐在其中，在红红火火、热热闹闹中迎接春天的到来。

“不好意思，今晚的包房、卡座预订满了，散台可以吗？”1月30日晚，沈阳奚记串吧的订餐电话响个不停。服务人员一面招待客人，一面耐心解释着。

记者一进门，就看到吧台对面的座椅上坐满了排队等候的顾客。服务员有序引导着订到位置的客人。

“春节至今，一直都是满员状态，每天都要忙到午夜。”沈阳奚记餐饮管理有限公司董事长李保刚说，忙忙碌碌，热气腾腾，但心里踏实。

这个春节，奚记串吧的员工几乎没有休假，原以为假期结束后能喘口气，可以倒班轮休。“目前看，还要等等。”串吧浑南店店长张百鹏说，“大家伙也愿意再忙一段时间，能多赚些钱。”

李保刚在沈阳一共经营了6家串店，还有两家加盟店。看到势头向好，他在年初又投资了新店，正在装修。“预计正月十五后就能开业。”李保刚说。

嬉冰雪正逐渐打破北方农村冬季的宁静。在沈阳市沈北新区兴隆台镇单家村，乡村旅游异常火爆。

民宿里的热炕头上，三五游人盘坐上面闲聊，不时要挪动位置；冰场上，眉梢挂霜的家长紧跟在孩子后头不住地叮嘱“慢点”；夜间，绚丽的烟花让一身疲惫的游客再度兴奋……

“从除夕一天接待2000多人，到如今一天接待5000多人。没想到，春节假期过了，还保持在每天数千人的客流量。”经营单家村旅游业的沈阳稻梦空间旅游文化产业有限公司总经理赵爱军兴奋地说。

更让赵爱军干劲十足的是，日渐火爆的旅游业让村民与企业真正成了一家子。

“这个春节，一些村民自办的民宿把大门打开，迎接四方来客。”赵爱军说，能感受到村民盼着企业好，企业也真心希望村民富，“旅游带动乡村振兴的模式正在形成。”艺术品走俏是近年新春的一个特点。

记者走进沈阳市阎氏羽毛画工作室，轻飘飘的各色羽毛在阔大为的镊子拿捏下，变得十分驯服，精准粘贴在半成品画作上，顿时让平面画变得立体，如一些毛茸茸的动物也让人不禁想要触碰。

1月至今，阔大为每天都要拿出十几个小时伏案作画。“这幅长25厘米、宽15厘米的‘生肖兔’羽毛画今年最受爱，卖出去50多幅。”阔大为说，这样的小作品制作要一天时间。除此之外，山水、田园等大型画作的订单也排满了，自己带着徒弟们紧忙活。

20世纪80年代从父亲手里接过这项技艺的阔大为，一直作画至今。从最初简单线条的单只鸟，到现在复杂多样的风景画。

“说实话，羽毛画并不便宜，但这几年越来越受人喜爱。”阔大为说，我对此一点也不意外。“随着生活水平的提升，人们对传统手工艺越来越关注，对美的追求越来越强烈。”

新的一年，“店主”们感受到了红火。面对采访，他们说，希望这红火持续下去。

乘势而上，延续文旅市场加速复苏势头