

团 体 标 准

T/ GDMJMQ 001—2020

广府老字号认证技术规范

Certification Technical Specifications for Guangfu Time-honored Brand

2020-07-24 发布

2020-07-28 实施

广东省文化名家名企交流协会 发布

目 次

前言.....	1
1 范围.....	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	2
4 互认原则.....	2
5 评分依据和评定标准.....	2
6 认证实施规则.....	3
7 认证有效期.....	4
8 认证标志使用.....	4
附录A（规范性附录）“广府老字号”评分表.....	5
参考文献.....	9

前 言

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本标准由质量品牌国际认证联盟提出。

本标准由广东省文化名家名企交流协会归口。

本标准主要起草单位：质量品牌国际认证联盟、广东省文化名家名企交流协会、广东卓越质量品牌研究院、大湾区工商联总会、广州市粤港澳大湾区经济文化促进会、中国检验认证集团、法国必维集团、美国UL公司、广东中汇认证检测有限公司、中国质量认证中心华南实验室、中检质量品牌认证服务（广东）有限公司、广州质量监督检测研究院、广东中认联合认证有限公司、卓越质量品牌认证（广东）有限公司、联测科技（广州）有限公司、中检联创新科技（广东）有限公司、中科广涛新材料有限公司、广州鸿图品牌服务发展有限公司、和盛（亚洲）集团发展有限公司、广州酒家集团、广东熊猫服饰实业有限公司、广州神农智联农业科技有限公司、香港潘高寿药厂、广东珠江电线电缆有限公司、东莞市旗峰食品股份有限公司、英德市权祥凉茶有限公司、广东扬航食品有限公司、珠海双喜电器股份有限公司、广州市天圆展览设计有限公司。

本标准主要起草人：李卫平、赵刚、梁华、陈海春、陈志维、许淑涵、钟锡豪、邹立富、吴涛、吴斯、付国印、王玫、周伟涛、胡云飞、邵伟标、张艺伟。

广府老字号认证技术规范

1 范围

本标准规定了“广府老字号”认证的评定准则和实施规则。
本标准适用于广府文化区域内的“广府老字号”认证，其他区域自愿采用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本标准。凡是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。

GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语

GB/T 19011 管理体系审核指南

3 术语和定义

GB/T 19000 界定的术语和定义适用于本标准。

3.1 老字号 Time-honored Brand

具有一定历史和传统文化背景，拥有传承的产品、技艺或服务 and 良好信誉的商号、商标或品牌。

3.2 广府老字号 Guangfu Time-honored Brand

历史较为悠久，拥有世代传承的产品、技艺或服务，具有鲜明的广府传统文化背景和深厚的文化底蕴，有一定的社会认可认同度，形成良好信誉并经认证机构认证确认的商号、商标或品牌。

3.3 商号 Trade name

商家字号，即企业、个体工商户或其他商业性组织依法取得的、在营业活动中用以彰显自己独特地位的名称、名称的一部分或标记性的名号。

4 互认原则

获得国家有关部门正式认定或认证的“中华老字号”，其商号、商标或品牌发源于广府文化区域，且具有区域特色的，其经营者或持有人向质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会递交申请和相关证明材料，经核实后，可直接认定为“广府老字号”。

5 评分依据和评定标准

5.1 评分项指标构成和分值设定

“广府老字号”认证依据《“广府老字号”评分表》（附录 A），由基本项指标和加分项指标构成。满分 300 分。其分值设定为：

——基本项：200 分

——加分项：100 分

5.2 评定标准

根据《“广府老字号”评分表》（附录 A），满足以下条件之一即为达标：

- 基本项得分达 120 分及以上；
- 基本项得分达 100 分及以上，且基本项与加分项得分之和达 150 分及以上。

6 认证实施规则

“广府老字号”认证采用自愿申报+第三方评定+年度监督的模式开展。认证机构应根据本规范的原则制定相应的认证实施细则。

6.1 组织和权限

“广府老字号”认证由质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会统筹负责。

6.2 申报条件

商号、商标或品牌，满足以下全部条件时，其经营者或持有人可向质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会申请参与“广府老字号”认证。

- 商号、商标或品牌创立达 50 年或以上。
- 商号、商标或品牌发源于广府文化区域，且具有区域特色。
- 利用该商号、商标或品牌开展商业经营活动累计时间超过 30 年。
- 商号已在广府文化区域内登记，相关商标已经注册，品牌在当地具有较高知名度。
- 商号、商标或品牌经营者或持有人具有独立的经营场所，并仍在利用该商号、商标或品牌开展经营活动。

6.3 申请与受理

商号、商标或品牌的经营者或持有人向质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会提出书面申请，质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会受理组织申请材料。

6.4 资格初审

质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会对申请材料进行初审，符合初审条件的转认证机构认证，不符合申报条件的应向申请方说明原因。

6.5 评分及结果评定

认证机构根据企业情况组织成立认证专家组，以材料审核、现场审核和走访相结合的方式，依据《“广府老字号”评分表》，对相关商号、商标或品牌及其经营、使用情况进行评审，核查相关企业、组织或个体工商户的经营场所情况，必要时可以作取证。

6.6 认证结果确认和公告

质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会组织专家对认证机构提交的认证结果进行审议确认，对认证结果合格且无异议的，授予相关商号、商标或品牌“广府老字号”称号，并予以公告。对认证结果有异议的，应组织调查核实，根据核查结果作出判定。

6.7 监督管理

认证机构严格按照认证细则的规定每年进行一次监督审核。对不符合维持证书条件的组织提出整改要求并限期整改。若整改期满仍未达到要求的，上报质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会，经质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会审核确认后，撤销认证证书、取消该组织的“广府老字号”称号，并在相关媒体上公布。

7 认证有效期

认证证书有效期三年，期满应至少提前一个月提出复审再认证申请。对复审发现不符合继续发证条件的组织，上报质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会，经质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会审核确认后，撤销认证证书、取消该组织的“广府老字号”称号，并在相关媒体上公布。

8 认证标志使用

“广府老字号”的标志和证书由质量品牌国际认证联盟老字号专业委员会统一制作和核发。获得“广府老字号”证书的组织 and 产品信息可以在国家认监委网站、认证机构网站和其它相关网站查询，获证组织可以在该产品包装、装潢、说明书、广告宣传以及相关经营活动中使用“广府老字号”标志。“广府老字号”标志的使用范围须与“广府老字号”证书的认证范围相一致，获证组织不得擅自扩大使用范围。

附录 A
(规范性附录)
“广府老字号”评分表

表A.1 “广府老字号”评分表

1 基本项 (满分200分)					
序号	项目	栏目	分值	得分	备注
1.1	创立时间 (80分)	1957年1月1日以后	48		创立时间应有可信证明。商号等名称变动应提供脉承关系书面证明。
		1949年10月1日至1956年12月31日	56		
		1912年1月1日至1949年9月30日	64		
		1840年6月28日至1911年12月31日	72		
		1840年6月27日之前	80		
1.2	牌匾等品牌重要信物保留 (20分)	保留了40年前刊登的广告、一般用品、照片等一般历史价值物品	4		认证专家组可要求对特定的重要信物提供必要的鉴定证明。
		保留了70年前刊登的广告、一般用品、照片等一般历史价值物品	8		
		保留了40年前的字号牌匾、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重要信物	12		
		保留了70年前字号牌匾、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重要信物,可追溯70年以上	16		
		保留了100年前牌匾、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重要信物	20		
1.3	老字号文化传播和影响 (25分)	有与老字号品牌相关的记载、口头流传,但影响有限	6		记载和报道应不限于一个时期。
		有与老字号品牌相关的故事有多方的记载或报道,在群众中形成一定影响	12		
		有与老字号品牌相关的故事有多方的记载,多次经媒体报道,并有较好的口头流传,流传了50年以上	18		
		有与老字号品牌相关的文化故事丰富多彩,富有传奇色彩,有广泛的记载、报道和口头流传,流传了百年以上	25		
1.4	老字号的认可度和美誉度 (20分)	在市、区、县范围内被认可,有一定的声誉	4		
		在省内被广泛认可,有较好的声誉	8		
		在粤港澳被广泛认可,有一定的美誉度和较好的口碑	12		
		在全国业内被广泛认可,美誉度比较高,口碑好	15		
		在全球华人界被广泛认可,赢得广泛赞誉和良好的口碑	20		
1.5	特色和文化 (25分)	有一定的广府区域特色,与广府文化较为协调	6		
		具有地道的广府特色,在广府文化中得到认同	12		
		具有地道的广府特色,在广府文化占有一席之地,其发展与广府文化底蕴密不可分	18		
		具有鲜明的区域特色,与广府文化融为一体,具有浓厚的广府文化底蕴,其产品或品牌成为广府文化中的典型代表之一	25		

表 A.1 (续)

1.6	产品、技艺或服务的传承 (30分)	产品、技艺或服务有所继承,但不明显	6		
		产品、技艺或服务得以较好继承,传承比较明显	12		
		产品、技艺或服务得以一贯保持,传承比较典型	18		
		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,能与时俱进	24		
		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技术和服务匹配的新老产品、技艺或服务	30		
基本项得分小计					
2 加分项(满分100分)					
序号	项目	栏目	分值	得分	备注
2.1	营业地址的延续 (5分)	现有营业地址已延续10年	1		存在多个营业地址时,以最古老的计分。
		现有营业地址已延续20年	2		
		现有营业地址已延续30年	3		
		现有营业地址已延续50年	4		
		现有营业地址已延续80年以上	5		
2.2	经营场所面貌保留和风格的沿袭 (5分)	依照原建筑风格重建,保留了部分陈设或风格,且经营10年以上	1		原主要经营活动场所依原貌保存,虽不作为营业场所,可得分。
		依照原建筑风格重建,保留了部分陈设或风格,且经营20年以上	2		
		保留了老经营场所达30年,保留基本面貌或风格	3		
		保留了老经营场所达50年,保留基本面貌、主要陈设或沿袭了老字号的风格	4		
		保留了老经营场所达80年或更久,保留了基本面貌、主要陈设或沿袭了老字号的风格	5		
2.3	列入文物保护单位情况 (10分)	相关建筑物列入区县级文物保护单位	3		
		相关建筑物列入地市级文物保护单位	5		
		相关建筑物列入省级文物保护单位,或老字号重要信物被列入国家二、三级文物	7		
		相关建筑物列入全国重点文物保护单位,或老字号重要信物被列入国家一级文物	10		
2.4	列入非物质文化遗产情况 (10分)	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保护	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	5		
		老字号相关文化、艺术或技艺等被列入国家非物质文化遗产名录	7		
		老字号相关文化、艺术或技艺等被列入世界非物质文化遗产名录	10		
2.5	老字号文化提炼 (8分)	有口传的与老字号相关的品牌文化	2		
		有经过提炼的、形成文字的老字号品牌文化	3		
		老字号品牌文化融入了组织文化,并为员工认知	4		

表A.1 (续)

2.5	老字号文化提炼 (8)	老字号品牌文化是组织文化中的亮点或主干, 形成理念并有贯彻实践, 得到员工普遍认同	6		
		老字号品牌文化形成理论, 是组织文化中的精髓, 与员工价值取向有机结合, 并在员工心中有很高的认同感	8		
2.6	老字号文化宣传和展示 (8分)	以老牌匾、文字等形式介绍和宣传老字号文化, 内容比较单薄	2		
		以老牌匾、文字、图片等形式介绍和宣传老字号相关的故事和品牌文化, 有老字号品牌文化掌故宣传和报道	4		
		除了营业场所的实物、文字、图片展示, 还将老字号文化在各类广告、宣传册、视频和文字宣传材料中展示	6		
		以专门展厅、博物馆等形式展示老字号相关的品牌文化和掌故, 内容丰富, 并在对外宣传中利用多种媒体来广泛宣传, 很好地塑造了老字号文化的对外形象	8		
2.7	品牌管理 (10分)	有明确的品牌使命、愿景和核心价值观	2		相关证书应在有效期内, 累计不超过10分。
		制定了适合自身特点的品牌发展战略, 具有鲜明独特的品牌定位	2		
		具有明显的企业品牌识别功能, 建立了消费者认可和易于识别的品牌识别系统	2		
		建立了统一的品牌管理文件手册, 品牌保障制度完善	2		
		为品牌管理和经营活动提供了必要的资金和资源保障	2		
2.8	质量诚信 (8分)	制定了诚信行为准则, 设立了包括合同完结率、承诺完成率等相关量化目标, 获得省级“守合同重信用企业”称号	2		相关证书应在有效期内, 累计不超过8分。
		主动明示质量信用状况, 信息丰富、真实, 信用水平和顾客满意度良好	2		
		建立先进的产品质量溯源体系, 溯源管理体系完整、规范、科学、准确、可追溯	2		
		组织作为质量主体主动为其产品购买质量和安全保险, 建立质量保险先行赔付制度, 公开并履行其承诺	2		
2.9	产品质量水平 (8分)	产品的质量、安全、性能指标达到国家相关标准水平	4		
		产品的主要质量、安全、性能指标达到国际先进标准水平	8		
2.10	商标、品牌荣誉与保护 (8分)	在其它国家或地区注册申请商标1个计2分			相关证书应在有效期内, 累计不超过8分。
		获欧共体市场协调局(OHIM)注册、在欧盟国家内有效的商标	8		
		获“马德里协定”(简称“WIPO”或“OMPI”)国际注册的以协定国数量计分, 每个国家(或地区)计2分			
		在“比荷卢”(Benelux)商标联盟注册的	6		
		老字号相关品牌获得“广东品牌四星”称号	5		
		品牌通过“广东品牌五星”或香港“Q唛”等认证	8		
2.11	技术专利 (8分)	老字号相关的核心产品、技艺或方法获得实用新型专利	4		相关证书应在有效期内。
		老字号相关的核心产品、技艺或方法获得发明专利	6		
		老字号相关的核心产品、技艺或方法获得国外发明专利	8		

表A.1 (续)

2.12	扩张经营 (6分)	有1~3家分店或连锁店	2		
		有4~7家分店或连锁店	4		
		有8家以上分店或连锁店	6		
2.13	质量管理和 诚信类荣誉 (6分)	通过了ISO 9001体系	2		相关证书应在 有效期内,累 计不超过6 分。
		通过了ISO 14001体系	2		
		通过了ISO 45001体系	2		
		属省重点保护商标	2		
		属地理标志保护产品	2		
		近3年内获得地市级以上政府主管部门或信用等级机构颁发的荣誉	2		
加分项得分小计					
注: 除第2.7、2.8、2.10和2.13为各小项可累计计分外, 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] 《中华人民共和国产品质量法》
- [2] 《中华人民共和国环境保护法》
- [3] 《中华人民共和国统计法》
- [4] 《中华人民共和国安全生产法》
- [5] 《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》
- [6] 《中华人民共和国认证认可条例》
- [7] 《公共场所卫生管理条例》
- [8] 《国际品牌标准化手册》