

# 团 体 标 准

T/GDTA 008—2026

## 广东省知名字号评价规范

Specification for evaluation of the well-known trade name  
in Guangdong Province

2026 - 01 - 22 发布

2026 - 01 - 22 实施

广东商标协会 发布

## 前 言

本文件根据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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广东商标协会提出并归口。

本文件主要起草单位：广东商标协会、华润知识产权管理有限公司、广东省电线电缆行业协会。

本文件参与起草单位：无限极（中国）有限公司、金龙羽集团股份有限公司、名创优品（广州）有限责任公司、广东珠江电线电缆有限公司、索菲亚家居股份有限公司、谷雨生物科技集团股份有限公司、广州珠江电缆有限公司、广州白云山陈李济药厂有限公司、广州立白企业集团有限公司、广东半球实业集团公司、广东点都德餐饮管理有限公司、雅兰实业（深圳）有限公司、广州汽车集团股份有限公司、深业集团有限公司、广州市捷成知识产权代理有限公司、珠海格力电器股份有限公司、潮州市饮食胡荣泉门市、华记煲仔华餐饮管理（广州）有限公司、广州市广百股份有限公司、丽珠医药集团股份有限公司、广州华糖食品有限公司、广州广之旅国际旅行社股份有限公司、广州亿航智能技术有限公司、完美（中国）有限公司、广州卡姿兰企业管理有限公司、广东华进律师事务所、深圳市精英知识产权集团有限公司、中顺洁柔纸业股份有限公司、广州市东方眼镜连锁企业有限公司、惠州惠正青华会计师事务所（普通合伙）、广东广悦律师事务所、广东省个体劳动者私营企业协会、广东省家具协会、广东省建筑材料行业协会、广东陶瓷协会、广东省照明电器协会、广东省家用电器行业协会、广东省美容美发化妆品行业协会、广东省服装服饰行业协会、深圳市商标协会、珠海市商标协会、汕头市知识产权协会、佛山市顺德区商标协会、佛山市南海区商标协会、深圳市律师协会、惠州市新一代工业互联网创新研究院、广州市花都区高新技术企业协会。

本文件起草人：关永红、李文玉、刘涛、宋柳平、朱列玉、邓中青、张琳琳、王罡、黎叶、黄卫家、杨忠国、杨畔、张晨、马丽彬、付金萍、王彬、郑焕然、马腾、牛晨曦、陈龙江、赖洁、李晓、张永涛、盛丽君、李殷、黄雅霖、施文远、方晓华、曾国赞、黄巍、黄灿礼、肖语桐、蒋华、熊奇凌、王林、曾艳、宋宁、方洁萍、姜军鹏、吴臻焯、高颖怡、米煜妍、卓蕾、刘敏、温宇君、张小萍、薛鹏、范俊彦、李盈、谭文、王克、陈泽健、王卫国、聂良宏、黄丹、袁晓春、陈韶通、韩会军、谭慧娟、罗英锋、谭先彬、邵伟彬、吴烨、闫旭、管建星。

## 引 言

为规范广东省知名字号的评价与保护工作，维护公平竞争的市场秩序，根据《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《企业名称登记管理规定》《广东省商事登记条例》等法律法规，结合广东省经济社会发展状况及产业特色，制定本文件。

本文件旨在为广东省内企业字号的知名度评价提供科学、公正的评价标准，通过规范知名字号的评价，为企业字号提供知名度判断标准和证明，为广东省行政区域内企业登记机关开展字号预防性保护提供参考依据，为行政和司法机关处理相关纠纷提供参考依据。

## 目 次

1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 评价管理机构 .....	1
5 评价原则 .....	1
6 参评基本条件 .....	2
6.1 组织条件 .....	2
6.2 资质条件 .....	2
7 评价指标 .....	2
7.1 总则 .....	2
7.2 一级指标 .....	2
7.3 二级指标 .....	3
7.4 三级指标 .....	3
8 评价方法 .....	5
8.1 概述 .....	5
8.2 评价指标权重确定 .....	5
8.3 每项指标分数确定 .....	5
8.4 综合评价指标计算 .....	5
8.5 确定评价结果 .....	6
9 动态管理 .....	6
9.1 规范使用 .....	6
9.2 数据库建设 .....	6

# 广东省知名字号评价规范

## 1 范围

本文件规定了广东省知名字号的评价原则、参评条件、评价指标、评价程序以及管理和运用要求。本文件适用于广东省企业字号的知名度评价及相关管理活动。

注：在不引起混淆的情况下，本文件中的“广东省知名字号”简称为“知名字号”。

## 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。

GB/T 21374 知识产权文献与信息  
GB/T 27922 商品售后服务评价体系  
GB/T 29188 品牌评价 品牌价值评价要求  
ISO 9001 质量管理体系 要求  
ISO 20671 品牌评价 原则与基础

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**字号** trade name

企业名称中除行政区划、行业或者经营特点、组织形式外，依法登记的显著区别于其他企业的核心标志性文字。

### 3.2

**知名字号** well-known trade name

在特定市场区域内具有一定影响力的字号。

### 3.3

**广东省知名字号证书** Guangdong Well-known Trade Name Certificate

依据本文件评价结果出具的证明文件，包含申请人名称、被评价字号、评价依据、评价编号、溯源认证码、有效期等信息。

## 4 评价管理机构

广东商标协会知名字号评价委员会（简称“字评委”）负责知名字号评价管理工作。字评委负责知名字号评价管理工作，包括对评价结果的确认，对评价工作进行管理监督指导，对本文件的组织修订等。

## 5 评价原则

广东省知名字号的评价，应遵循以下原则：

- a) 自愿申请：企业根据自身需求自愿申请参与广东省知名字号评价；
- b) 客观公正：评价过程公开透明，评价标准明确，评价结果客观公正；
- c) 科学规范：评价指标体系科学合理，评价程序规范严谨；
- d) 动态管理：对知名字号实施动态管理，以确保知名字号的时效性和权威性。

## 6 参评基本条件

### 6.1 组织条件

申请人的组织条件应包括：

- a) 在广东省行政区域内合法设立并注册登记；
- b) 参评字号连续使用3年以上；
- c) 近三年未被行政部门列入严重违法失信主体名单。

### 6.2 资质条件

申请人的主体资质，应满足下列条件之一：

- a) 与企业曾被认定为驰名商标文字部分相同的企业字号，包括：
  - 1) 被国家知识产权局或原国家工商行政管理总局认定的驰名商标；
  - 2) 被人民法院认定的驰名商标；
- b) 由商务部认定为“中华老字号”的企业字号；
- c) 与广东省重点商标保护名录纳入的企业商标的文字部分相同的企业字号；
- d) 由科技部认定的“中国独角兽企业”的企业字号；
- e) 由工信部认定的“国家级制造业单项冠军”的企业字号；
- f) 与广东省高价值商标品牌商标文字部分相同的企业字号；
- g) 被认定为广东省老字号或其他省级老字号的企业字号；
- h) 被认定为国家专精特新“小巨人”的企业字号；
- i) 被认定为广东省专精特新企业的字号；
- j) 被认定为深圳市专精特新企业的字号；
- k) 近三年纳税额在广东省同行业中位居前列的企业字号；
- l) 字号权受到严重侵害的，包括但不限于抢注、模仿、翻译、仿冒、假冒及不正当竞争；
- m) 申请人产品销售（服务）覆盖广东省不少于10个地级市或辐射不少于3个省、自治区、直辖市、特别行政区、中国台湾地区或国外其他地区。

## 7 评价指标

### 7.1 总则

广东省知名字号的评价内容主要包含企业（A）历史传承与维权保护、（B）市场表现与发展绩效、（C）市场声誉与客户满意度、（D）发展潜力与时代适应力四个方面，具体评价指标体系见附录A。

### 7.2 一级指标

一级指标包括：

- a) 历史传承与维权保护；
- b) 市场表现与发展绩效；

- c) 市场声誉与客户满意度；
- d) 发展潜力与时代适应力。

### 7.3 二级指标

#### 7.3.1 “历史传承与维权保护”主要包含以下二级指标：

- a) 历史年限与延续性；
- b) 字号维权成效；
- c) 字号保护体系构建。

#### 7.3.2 “市场表现与发展绩效”主要包含以下二级指标：

- a) 市场经营绩效；
- b) 市场覆盖范围；
- c) 宣传推广；
- d) 财务健康状况。

#### 7.3.3 “市场声誉与客户满意度”主要包含以下二级指标：

- a) 客户满意度；
- b) 公众认知与舆情；
- c) 所获核心资质荣誉；
- d) 所获重要资质荣誉。

#### 7.3.4 “发展潜力与时代适应力”主要包含以下二级指标：

- a) 品牌创新与数字化管理；
- b) 战略规划与人才建设；
- c) 社会责任与可持续发展。

### 7.4 三级指标

#### 7.4.1 “历史年限与延续性”主要包含以下三级指标：

- a) 字号可考证的创始时间与证据；
- b) 字号连续使用年限（无中断）；
- c) 历史传承脉络（如传承谱系）清晰度；
- d) 历史载体（如原址、档案、实物）的保护情况。

#### 7.4.2 “字号维权成效”主要包含以下三级指标：

- a) 维权胜诉（诉讼）或有利裁决（行政）的数量；
- b) 通过维权所获经济赔偿（判决或和解）总额；
- c) 在法律文书中被认定为在先权利或有一定影响力的企业名称的记录。

#### 7.4.3 “字号保护体系构建”主要包含以下三级指标：

- a) 与字号相关联的核心商标布局；
- b) 延展性知识产权登记（版权登记、域名注册等）；
- c) 内部知识产权管理及市场反假冒机制建设情况。

#### 7.4.4 “市场经营绩效”主要包含以下三级指标：

- a) 近三年平均营业收入；
- b) 近三年平均收入增长率；
- c) 主营业务市场占有率（按销售额或销量）；
- d) 近三年平均纳税总额。

#### 7.4.5 “市场覆盖范围”主要包含以下三级指标：

- a) 国内市场地理覆盖广度（省级/地市级数量）；
  - b) 境外市场地理覆盖广度（国家/地区数量）；
  - c) 主要销售渠道质量。
- 7.4.6 “宣传推广”主要包含以下三级指标：
- a) 近三年平均宣传推广年度投入总额；
  - b) 宣传推广的持续时间与地理范围；
  - c) 宣传推广的创新性与典型案例；
  - d) 近三年在省级及以上主流媒体或权威行业媒体的正面宣传报道情况。
- 7.4.7 “财务健康状况”主要包含以下三级指标：
- a) 盈利能力（如净利润增长率、净资产收益率 ROE）；
  - b) 研发投入占营业收入比例。
- 7.4.8 “客户满意度”主要包括以下三级指标：
- a) 建有公开、畅通的客户服务与反馈渠道；
  - b) 获得质量管理或服务体系认证（如 ISO 9001, GB/T 27922 等）；
  - c) 制定并执行规范的客户投诉处理流程（SOP）；
  - d) 近三年获得政府或省级行业协会颁发的“消费者评价”等方面的相关荣誉。
- 7.4.9 “公众认知与舆情”主要包括以下三级指标：
- a) 网络搜索指数与品牌词直接流量；
  - b) 网络舆情净好感度（正面/负面评价比例）；
  - c) 负面舆情事件数量及处置时效。
- 7.4.10 “所获核心资质荣誉”主要包括以下三级指标：
- a) 驰名商标认定记录（行政或司法）；
  - b) “中华老字号”或“广东老字号”认定；
  - c) 纳入省级及以上重点商标保护名录；
  - d) 广东省高价值商标品牌；
  - e) 其他国家级/省级品牌类荣誉。
- 7.4.11 “所获重要资质荣誉”主要包括以下三级指标：
- a) 国家级技术/经营荣誉（如制造业单项冠军、独角兽）；
  - b) “专精特新”资质（国家小巨人、省级、市级）；
  - c) 省级技术/经营荣誉（如省级质量奖、技术中心）；
  - d) 主导或参与制定国际/国家/行业标准情况。
- 7.4.12 “品牌创新与数字化管理”主要包括以下三级指标：
- a) 针对年轻客群开展的营销创新活动或产品创新实例；
  - b) 运营官方新媒体账号（微信、微博、抖音等）的粉丝规模及互动成效；
  - c) 知名 IP 联名、线下互动创意活动、品牌展会活动参与等情况；
  - d) 品牌资产的数字化管理水平。
- 7.4.13 “战略规划与人才建设”主要包括以下三级指标：
- a) 企业中长期（3~5 年）战略规划的清晰度与执行度；
  - b) 品牌战略与企业总体战略的匹配度；
  - c) 人才梯队建设（关键岗位继任计划）情况；
  - d) 核心人才保留率及员工发展投入。
- 7.4.14 “社会责任与可持续发展”主要包括以下三级指标：
- a) 环境绩效（E）（如碳排放、废物管理、绿色实践）；

- b) 社会绩效 (S) (如员工权益、多元包容、公益贡献)；
- c) 治理绩效 (G) (如商业道德、透明度、合规治理)；
- d) ESG/CSR/可持续发展报告的发布与质量。

## 8 评价方法

### 8.1 概述

广东省知名字号评价方法包括以下步骤：

- a) 评价指标权重确定；
- b) 每项指标分数确定；
- c) 综合评价指标计算；
- d) 确定评价结果。

### 8.2 评价指标权重确定

根据各项指标在广东省知名字号评价中的关联性，并考虑行业和领域等因素确定各项指标权重。

### 8.3 每项指标分数确定

8.3.1 每项二级指标得分为该指标下的三级指标得分的加权求和。二级指标得分按式(1)计算：

$$S = \sum_{i=1}^{n_3} (M_i \times \alpha_i) \quad \dots\dots\dots (1)$$

式中：

- $S$  —— 二级指标得分；
- $n_3$  —— 三级指标的数量；
- $M_i$  —— 该二级指标下第*i*项三级指标得分；
- $\alpha_i$  —— 该二级指标下第*i*项三级指标对应的权重。

8.3.2 每项一级指标得分为该指标下的二级指标得分的加权求和。一级指标得分按式(2)计算：

$$P = \sum_{i=1}^{n_2} (S_i \times \beta_i) \quad \dots\dots\dots (2)$$

式中：

- $P$  —— 一级指标得分；
- $n_2$  —— 二级指标的数量；
- $S_i$  —— 该一级指标下第*i*项二级指标得分；
- $\beta_i$  —— 该一级指标下第*i*项二级指标对应的权重。

### 8.4 综合评价指标计算

参评字号的综合评价指标得分为一级指标得分的加权求和，按式(3)计算：

$$T = \sum_{i=1}^{n_1} (P_i \times \gamma_i) \quad \dots\dots\dots (3)$$

式中：

- $T$  —— 参评字号的总得分；
- $n_1$  —— 一级指标的数量；

$P_i$  —— 第*i*个一级指标得分；

$\gamma_i$  —— 该综合评价级指标下第*i*项一级指标对应的权重。

## 8.5 确定评价结果

根据参评字号的综合评价指标所得分数确定评价结果。

## 9 动态管理

### 9.1 规范使用

9.1.1 经评价符合条件的参评字号，由广东商标协会知名字号评价委员会发布“广东省知名字号”名单的公告，并向申请人颁发“广东省知名字号证书”，有效期为3年，自公告之日起计算。

有效期届满前六个月内，申请人可根据本文件标准的有关规定，重新提交材料进行知名字号的评价。

9.1.2 证书和标志的使用条件和范围应符合以下要求：

- a) 获得“广东省知名字号”评价结果证书的企业应在评价证书有效期内，在其经营场所、产品包装、广告宣传、商业文件等场景，规范使用“广东省知名字号”字样及相关证书、标志；
- b) 使用时不得进行虚假宣传，不得暗示其未被评价为“广东省知名字号”的其他字号也享有同等资格，不得损害其他市场主体的合法权益或误导公众；
- c) “广东省知名字号”评价证书及其相关信息，可作为字号具有较高知名度的证明或初步证据，在商业活动、行政执法、司法诉讼中向有关部门或机构提供参考。

9.1.3 发生以下情况，颁证机构应撤销相关证书，作出停止其使用标志的决定，并予以公告：

- a) 企业主体资格依法终止的；
- b) 未按规定申请延续或审核不符合延续条件的；
- c) 提交虚假材料或以其他方式欺诈手段骗取知名字号证书的；
- d) 企业名称变更登记后不再使用该知名字号的；
- e) 连续3年未在主要商业活动中使用该字号，导致字号淡化的；
- f) 企业主体被行政部门列为“严重违法”的；
- g) 因产品（服务）质量问题造成严重不良社会影响情况；
- h) 应撤销的其他情形。

### 9.2 数据库建设

#### 9.2.1 数据库建设与登记

广东省知名字号纳入统一数据库管理。组织单位应建立在线申报系统和“广东省知名字号数据库”，并对通过评价的字号进行电子化登记。登记信息应当包括但不限于：

- a) 持有人主体信息：企业名称、统一社会信用代码、住所地、法定代表人（或负责人）姓名及有效联系方式；
- b) 字号基本信息：知名字号名称、评价依据、首次使用日期、字号所指向的主要商品或服务项目；
- c) 评价依据数据：近三年主要经济指标（营业收入、净利润、税收等）、市场占有率数据、知识产权权属证明；
- d) 管理状态信息：证书编号、有效期、溯源认证码、年度监测记录及复审情况。

#### 9.2.2 信息公开与共享

组织单位应向社会提供知名字号名单及基本信息的查询服务。

宜建立信息共享机制，推动知名字号数据库与行政机关、司法机关、第三方企业征信机构等单位建立联动，实现评价结果在社会体系中的展示与应用。

全国团体标准信息平台

附录 A  
(规范性)  
广东省知名字号评价指标

广东省知名字号评价指标见表A.1。

表 A.1 广东省知名字号评价指标

一级指标	二级指标	三级指标
(A) 历史传承 与维权保 护	A1. 历史年限与延续性	1. 字号可考证的初始时间与证据 2. 字号连续使用年限(无中断) 3. 历史传承脉络(如传承谱系)清晰度 4. 历史载体(如原址、档案、实物)的保护情况
	A2. 字号维权成效	1. 维权胜诉(诉讼)或有利裁决(行政)的数量 2. 通过维权所获经济赔偿(判决或和解)总额 3. 在法律文书中被认定为在先权利或有一定影响力的企业名称的记录
	A3. 字号保护体系构建	1. 与字号相关联的核心商标布局 2. 延展性知识产权登记(版权登记、域名注册等) 3. 内部知识产权管理及市场反假冒机制建设情况
(B) 市场表现 与发展绩 效	B1. 市场经营绩效	1. 近三年平均营业收入 2. 近三年平均收入增长率 3. 主营业务市场占有率(按销售额或销量) 4. 近三年平均纳税总额
	B2. 市场覆盖范围	1. 国内市场覆盖广度(省级/地市级数量) 2. 境外市场地理覆盖广度(国家/地区数量) 3. 主要销售渠道质量
	B3. 宣传推广	1. 近三年平均宣传推广年度投入总额 2. 宣传推广的持续时间与地理范围 3. 宣传推广的创新性与典型案例 4. 近三年在省级及以上主流媒体或权威行业媒体的正面宣传报道情况
	B4. 财务健康状况	1. 盈利能力(如净利润增长率、净资产收益率 ROE) 2. 研发投入占营业收入比例
(C) 市场声誉 与客户满 意度	C1. 客户满意度	1. 建有公开、畅通的客户服务与反馈渠道 2. 获得质量管理或服务体系认证(如 ISO 9001, GB/T 27922 等) 3. 制定并执行规范的客户投诉处理流程(SOP) 4. 近三年获得政府或省级行业协会颁发的“消费者评价”等方面的相关荣誉
	C2. 公众认知与舆情	1. 网络搜索指数与品牌词直接流量 2. 网络舆情净好感度(正面/负面评价比例) 3. 负面舆情事件数量及处置时效
	C3. 所获核心资质荣誉	1. 驰名商标认定记录(行政或司法) 2. “中华老字号”或“广东老字号”认定 3. 纳入省级及以上重点商标保护名录 4. 广东省高价值商标品牌 5. 其他国家级/省级品牌类等荣誉
	C4. 所获重要资质荣誉	1. 国家级技术/经营荣誉(如制造业单项冠军、独角兽) 2. “专精特新”资质(国家小巨人、省级、市级) 3. 省级技术/经营荣誉(如省级质量奖、技术中心) 4. 主导或参与制定国际/国家/行业标准情况
(D) 发展潜力 与时代适 应力	D1. 品牌创新与数字化管理	1. 针对年轻客群开展的营销创新活动或产品创新实例 2. 运营官方新媒体账号(微信、微博、抖音等)的粉丝规模及互动成效 3. 知名 IP 联名、线下互动创意活动、品牌展会活动参与等情况 4. 品牌资产的数字化管理水平
	D2. 战略规划与人才建设	1. 企业中长期(3~5年)战略规划的清晰度与执行度 2. 品牌战略与企业总体战略的匹配度 3. 人才梯队建设(关键岗位继任计划)情况 4. 核心人

一级指标	二级指标	三级指标
		才保留率及员工发展投入
	D3. 社会责任与可持续发展	1. 环境绩效（E）（如碳排放、废物管理、绿色实践） 2. 社会绩效（S）（如员工权益、多元包容、公益贡献） 3. 治理绩效（G）（如商业道德、透明度、合规治理） 4. ESG/CSR/可持续发展报告的发布与质量

## 参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国反不正当竞争法
  - [2] 中华人民共和国商标法
  - [3] 企业名称登记管理规定
  - [4] 广东省商事登记条例
  - [5] 中华老字号示范创建管理办法
  - [6] 广东省促进老字号创新发展行动方案（2022—2025）
-