

中华人民共和国商务部办公厅

商办流通函〔2026〕179号

商务部办公厅关于开展老字号集聚发展 试点工作的通知

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻党中央、国务院关于建设强大国内市场、扩大优质商品和服务供给、传承发展中华优秀传统文化的决策部署，落实《商务部等8部门关于促进老字号创新发展的意见》，促进老字号集聚发展，进一步提升老字号品牌影响力和市场竞争力，商务部将开展老字号集聚发展试点工作。现将有关事项通知如下：

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，从产品、品牌、文化、行业、出海等五大方向，以试点形式在有条件的地区培育一批老字号品牌汇聚、地域特色鲜明、历史底蕴深厚、综合效益良好的商业街区、商业综合体、产业园区、服务平台等，助力老字号树品牌、拓市场、促消费，形成一批可复制、可推广的老字号集聚发展经验模式。“十五五”时期，打造一批老字号新业态典型项目，建设一批老字号新

消费典型载体，树立一批老字号全球化典型平台，推动老字号提升产品与服务品质，实现集聚化、融合化、国际化发展，更好满足人民美好生活需要。

二、试点方向

(一)产品集聚。依托购物中心、商业综合体等实体商业设施，以及高铁站、飞机场、高速服务区、口岸等交通枢纽商业配套设施，打造老字号产品集合店；依托电商平台、居民生活服务平台开设老字号线上专营店、专题频道，与电商直播基地、文创设计中心等新业态联动，推动产品研发、联名合作、场景创新深度融合。

(二)品牌集聚。依托步行街(商圈)、特色商业街区、产业园区及线上平台等多维载体，打造一批老字号品牌旗舰店、总部基地、品牌空间，与首发首秀首展、城市艺术空间、市民中央厨房等新型业态融合发展，通过空间集聚与资源整合，强化品牌叠加效应。推动老字号与国货“潮品”、时尚潮牌、国际品牌开展联名合作，实现以老带新、以新促老。

(三)文化集聚。立足地方商业、文化和旅游特色资源，挖掘老字号品牌价值、文化内涵，在博物馆、图书馆、公园景区、历史建筑等设施中打造老字号文化体验空间、专题展示空间，营造“可观、可感、可购”的文化消费新场景，构建老字号常态化文化传播平台。

(四)行业集聚。聚焦老字号相对集中的食品、餐饮、中医药、工艺美术等行业，深度挖掘行业共性特点与发展需求，组织老字号企

业在技术研发、产品创新等领域开展协作,联合发布行业标准、举办专题活动,面向消费者打造行业展示空间。充分发挥老字号示范引领作用,培育一批具有行业带动力和国际竞争力的老字号产业集群。

(五)出海集聚。整合跨境服务机构、联动境外服务平台构建多方协同的老字号出海服务机制,组织老字号企业组团参与国际展会、商贸交流活动,探索设立老字号海外展销中心、海外仓配体系与跨境电商专题频道;在海外商圈、文旅地标设立老字号产品集合店、品牌旗舰店等,助力老字号实现从“走出去”到“融进去”的可持续发展,培育一批具有国际影响力的老字号品牌集群。

三、组织实施

(一)编制试点方案。各省级商务主管部门要积极组织有意愿的单位参与试点申报,并指导申报单位编制《老字号集聚发展试点工作方案》(模板见附件2),围绕产品、品牌、文化、行业、出海等一个或多个方向,科学谋划老字号集聚发展的总体思路、目标任务、试点内容和保障措施等。

(二)开展试点申报。各省级商务主管部门要对老字号集聚发展试点方案进行审核,于2026年4月30日前将书面推荐意见和申报材料寄送商务部。商务部将组织专家对申报材料进行评审,按照“成熟一批、启动一批”的原则,分批确定试点名单。

(三)抓好试点实施。试点单位应根据试点工作总体要求和工

作方案认真组织实施,细化具体任务、明确工作分工、有序组织实施,确保试点工作进度和质量。要对标国际先进经验,学习借鉴品牌培育、业态创新及出海拓展等方面的成功实践,支持院校、智库、行业协会等机构参与试点工作,提供服务支撑。

(四)加强总结推广。各省级商务主管部门要密切跟进试点工作进展,研究分析老字号集聚发展过程中出现的新情况、新问题,不断完善工作举措,总结典型经验。积极组织媒体平台宣传报道,展示老字号集聚发展试点成果,进一步推动老字号聚企成势、抱团发展。

联系人:流通发展司 王义涵 张晟瑄

联系电话:010—85093776 85093774

- 附件: 1. 老字号集聚发展试点工作指南
2. 老字号集聚发展试点申报书



附件 1

老字号集聚发展试点工作指南

一、试点目标

面向城市空间、社会组织、企业主体,引导老字号形成产品、品牌、文化、行业、出海五大集聚发展方向,着力推动老字号与新业态深度融合,提升老字号产品与服务品质,构建一批集展示、体验、销售、推广于一体的老字号消费新载体,更好满足人民群众对美好生活的需要,为构建新发展格局提供有力支撑。

二、工作原则

充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,更好发挥政府在规划布局、政策支持和环境营造中的引导作用,激发各类市场主体活力,推动形成多元集聚、协同发展的良好生态。聚焦老字号文化价值和经济价值双重属性,依托老字号资源相对集中、发展条件较为成熟的商业街区、商业综合体、产业园区、服务平台等,分门别类开展试点,以业态创新、功能提升和模式优化为重点,推动形成定位清晰、特色鲜明、错位发展的老字号集聚发展格局。优先选择基础好、潜力大的对象开展试点,形成可复制、可推广的实践经验,严格控制新增项目,不搞大拆大建,杜绝形象工程和重复建设。

三、试点方向

(一)产品集聚。依托线下实体商业设施、交通枢纽或线上电商平台,打造老字号产品集合店、展示专区等,构建以产品为中心的老字号集聚发展平台。试点方向如下:

1. 定量参考

1.1 产品数量:线上线下门店入驻中华老字号、地方老字号总数不少于30个,其中中华老字号品牌不低于10个,老字号产品数量不低于50款。

1.2 空间规模:线下门店实际经营面积不低于200平方米。

1.3 活跃成效:定期开展主题营销活动,持续推出创新产品。

2. 定性参考

2.1 空间设计:整体布局应体现老字号文化特色,彰显传统美学与现代设计理念的融合。

2.2 服务标准:建立统一的服务规范体系,提供专业导购、文化讲解等高品质服务。

2.3 运营创新:实现线上线下融合发展,建立面向消费者的精准服务体系,具备持续运营能力。

(二)品牌集聚。依托步行街(商圈)、大型展馆等线下载体及线上平台,打造老字号品牌集聚区、总部基地、品牌空间,构建以品牌为中心的老字号集聚发展新业态。试点方向如下:

1. 定量参考

1.1 品牌数量：线上线下载体入驻中华老字号、地方老字号品牌不少于 30 个，其中中华老字号品牌不少于 10 个。

1.2 空间规模：线下载体老字号专属展示或经营面积不低于 2000 平方米。

1.3 活跃成效：定期举办品牌联动活动，推出联名产品。

2. 定性参考

2.1 规划引领：制订科学的品牌发展规划，促进老字号品牌间的优势互补和协同发展。

2.2 形象建设：建立统一的形象 IP，整体环境设计应体现品牌特色和文化内涵。

2.3 服务体系：构建专业化运营服务团队，提供品牌孵化、营销推广等增值服务。

(三)文化集聚。打造“可观、可感、可购”的老字号文化体验空间、专题展示空间，构建以文化为中心的老字号集聚发展新场景。试点方向如下：

1. 定量参考

1.1 空间规模：面积一般不低于 200 平方米。

1.2 品牌数量：入驻中华老字号、地方老字号品牌不少于 30 个，其中中华老字号品牌不低于 10 个。

1.3 活跃成效：客流量稳步增长。

2. 定性参考

2.1 文化展示：系统梳理并展示老字号发展历程、工艺技艺与文化内涵，建立完整的文化展示体系。

2.2 创新融合：推动老字号传统技艺与现代设计、数字技术相结合，积极开发老字号主题文创产品，实现传统文化的创新性表达。

2.3 运营管理：建立专业化运营团队，制定完善的服务流程和安全保障措施。

(四)行业集聚。聚焦老字号相对集中的重点行业，推动发布行业标准，建设行业协同发展平台、公共空间等，构建以行业为重点的老字号集聚发展新模式。试点方向如下：

1. 定量参考

1.1 品牌数量：引入同行业中华老字号、地方老字号品牌不少于30个，其中中华老字号品牌不低于10个。

1.2 成果产出：每年实现不少于5项围绕文化、技术、品牌、产品等方面的应用成果（如标准、活动、专利等）。

1.3 空间规模：线下空间面积不低于2000平方米。

2. 定性参考

2.1 生态构建：形成龙头企业带动、中小企业协同发展的产业生态。

2.2 资源整合：构建完善的产业协同机制，实现资源共享、优

势互补的发展生态。

2.3 技术融合:推动传统技艺传承与现代科技深度融合,具备持续的研发创新和成果转化能力。

(五)出海集聚。构建多方协同的老字号出海服务机制,通过产业链协同创新,带动形成以出海为特点的老字号集聚发展新模式。试点方向如下:

1. 定量参考:

1.1 品牌数量:线上线下服务中华老字号、地方老字号品牌不少于30个,其中中华老字号品牌不低于10个。

1.2 空间规模:线下载体实际经营面积不低于200平方米。

1.3 活跃成效:定期组织老字号企业组团参与国际展会、商贸交流等活动,推动老字号产品和服务“走出去”。

2. 定性参考:

2.1 服务体系:构建涵盖咨询、物流、营销、知识产权等核心环节的全链条出海服务体系。

2.2 文化融合:推动老字号产品在海外的本地化适配,建立跨文化传播体系,实现从产品输出到品牌认同的升级。

2.3 模式创新:形成可复制推广的“抱团出海”模式,具备持续拓展国际市场的能力。

四、保障措施

各地商务主管部门要指导试点申报单位构建权责明确、运行

高效的长效管理架构,积极协调有关部门、专业机构等对试点工作予以支持,及时跟进试点工作进展成效,确保各项任务有序推进。试点申报单位要制定详细建设方案,重点跟踪客流量、营业额、老字号品牌数量及占比、消费者满意度等核心指标。要筑牢安全底线,对入驻的老字号品牌加强质量管理,及时防范处置影响老字号品牌声誉的行为,明确治安消防、知识产权、数据安全、突发事件处理等流程与责任分工,提升风险防范与应急处置能力。

附件 2

**老字号集聚发展试点
申报书**

申报单位： _____

申报时间： _____

一、基本信息				
申报单位	单位名称		统一社会 信用代码	
	法定代表人 (负责人)		联系电话	
	单位地址			
试点名称				
工作负责人		联系电话		
试点方向	首选方向 (单选): <input type="checkbox"/> 产品 <input type="checkbox"/> 品牌 <input type="checkbox"/> 文化 <input type="checkbox"/> 行业: _____ <input type="checkbox"/> 出海	备选方向 (可多选): <input type="checkbox"/> 产品 <input type="checkbox"/> 品牌 <input type="checkbox"/> 文化 <input type="checkbox"/> 行业: _____ <input type="checkbox"/> 出海		
二、工作基础				
申报单位简介、经营现状、在所属行业代表性等基本情况，以及在老字号领域取得的工作成效；所在城市经济社会发展基本情况；线下主体需提供地理位置或四至范围。(可另附页)				

三、试点工作方案
试点建设总体思路和工作目标，试点任务、工作计划和进度安排，预期社会经济效益，保障措施及长效机制等（可另附页）。

四、申报单位意见

申报单位（盖章）：

负责人（签名）：

年 月 日

五、推荐单位意见

推荐单位（盖章）：

负责人（签名）：

年 月 日

商务部办公厅

2026年3月20日印发

