

关注



11月23日,在韩国仁川国际机场,中国人民解放军礼兵准备护送烈士棺椁登上解放军空军专机。  
新华社发

# 中韩双方交接第十批 在韩中国人民志愿军烈士遗骸

新华社韩国仁川电 根据中韩双方达成的共识,今年继续举行在韩志愿军烈士遗骸交接活动。2023年11月23日上午,中韩双方在韩国仁川国际机场共同举行在韩中国人民志愿军烈士遗骸交接仪式。中国退役军人事务部副部长常正国、驻韩国大使邢海明和韩国国防部次官金善镐等相关部门负责人

出席仪式。中韩双方代表现场签署交接书,确认交接25位在韩中国人民志愿军烈士遗骸及相关遗物。邢海明为志愿军烈士棺椁一一覆盖国旗,中方举行悼念仪式,中国人民志愿军仪仗司礼大队礼兵护送烈士棺椁登上解放军空军专机,烈士英灵将回到祖国和人民怀抱。

常正国在交接仪式上表示,2014年以来,中韩双方遵循人道主义原则,开展务实友好合作,已连续10年共同实施在韩志愿军烈士遗骸交接工作,将938位烈士遗骸交还祖国,中方感谢韩方为在韩志愿军烈士遗骸交接工作作出的不懈努力。中韩两国隔海相望,是搬不走的邻居、分不开的合作伙

伴。面对世界百年未有之大变局,中韩两国应秉持建交初心,坚持友好合作的正确方向,共同推动两国关系持续健康稳定发展。中方愿同韩方进一步加强沟通协调,深化友好合作,提升在韩志愿军烈士遗骸相关工作的合作水平,让更多志愿军烈士英灵早日回到祖国。

中国退役军人事务部、中央宣

传部、中央对外联络部、中央网信办、外交部、财政部、中央军委政治工作部等部门组成的中方交接代表团全体人员、驻韩国大使馆相关人员,以及在韩中国留学生、中资企业代表等参加仪式,共同见证迎接志愿军烈士遗骸回家。韩国国防部、外交部、总统府等相关部门人员参加了交接仪式。

深度

## 55家中华老字号为何被“摘牌”?

55个品牌被移出中华老字号名录,73个品牌被要求限期6个月予以整改……近日,商务部联合相关部门公布中华老字号复核结果,引发外界关注。

此次被“摘牌”的中华老字号有许多是消费者曾经耳熟能详的品牌,比如天津“稻香村”、重庆“冠生园”、上海“西湖牌”等。这些老字号缘何被摘下“金字招牌”?

### 优胜劣汰 老字号不能“老”永逸

在被“摘牌”企业中,天津稻香村因与北京稻香村、苏州稻香村同名而备受关注。天津稻香村品牌历史悠久,可追溯至清朝年间,但因与北京稻香村商标冲突,目前仅有一个“稻穗”图形商标。

记者了解到,天津市稻香村食品有限公司目前由天津市和平区属国有企业天津华旭贸易食品集团有限公司全资控股。公司一位负责人告诉记者,因公司改制、合并等多重原因,天津稻香村早已不再生产食品糕点,经营过一段时间餐厅也已停业,目前公司仅靠部分租

赁业务在维持。

“此次未能通过中华老字号复核令人遗憾,因企业确实已不再生产相关产品,但公司并未彻底放弃‘稻香村’品牌,还会择机振兴该老字号。”这位负责人说。

55个被移出中华老字号名录的品牌中,上海有17个。记者了解到,被移出名单的上海西湖饭店有限公司的“西湖牌”,其原有门店拆迁改造后数年间一直未能重开,实际已经不再经营;“钱万隆”酱油实际已经停产;还有的存在知识产权等历史遗留问题等,导致不符合申报“硬杠杠”。

记者走访上海、天津、重庆、安徽地区相关企业发现,长期经营不善,已经破产、注销、倒闭,或者丧失老字号注册商标所有权、使用权等,是这些品牌被“摘牌”的主要原因。

### “有进有出”动态监管确保老字号成色

值得一提的是,上海市商务委介绍,17个移出名额将被用于推荐其他优秀企业申报中华老字号。上海已从104个新认定的上海老字

号中遴选,积极参与创建新一批中华老字号,争取“进”的数量大于“出”的数量。

“优中选优”“有进有出”是中华老字号复核工作一大特点。

为推动中华老字号顺应市场机制,持续健康发展,根据《中华老字号示范创建管理办法》,今年4月,商务部联合文化和旅游部、市场监管总局、国家知识产权局、国家文物局,部署开展中华老字号示范创建,坚持“优中选优”的工作原则,建立实施“有进有出”的动态管理机制,对已有中华老字号进行全面复核。

商务部有关负责人表示,此次将55个品牌移出中华老字号名录,是经过企业自查、地方初核、专家评审、社会公示等程序,由商务部联合相关部门公布的中华老字号复核结果。

除了上述被“摘牌”的55个品牌,五部门还对经营不佳、业绩下滑的73个品牌,限期6个月予以整改。

业内人士指出,此次商务部等部门开展的中华老字号示范创建工作,与2006年、2011年先后两批

的认定工作相比,不单纯是体现保护与传承,更重要的是鼓励老字号老品牌做优做强,起到引领自主品牌发展的作用。

“这其实是对中华老字号更深的爱护。”中国商业联合会副会长张丽君表示,聚焦建立健全老字号保护传承和创新长效机制,推动老字号对标先进理念、顺应市场机制,加快守正创新发展,通过“有进有出”的动态监管制度,来确保老字号“金字招牌”的成色。

### 百姓期许 老字号也要紧跟时代节拍

对于被“摘牌”的老字号,不少消费者表示惋惜,但更多表达了支持。

“优胜劣汰是市场竞争的必然规律”“老字号也不能吃‘老本’”“消费者满意才是最高目标”……消费市场不断变化,消费者的反馈更加印证,老字号必须直面消费新趋势、新场景、新需求,在坚守优秀传统文化内核的同时,创新技艺、产品与管理模式,从而紧跟时代发展脚步。

调查显示,目前经商务部认定

的中华老字号品牌,半数以上已经入驻电商平台。在刚过去的“双十一”,一批老字号品牌“触网”转型,再度走红。更有上海凤凰、京珙景泰蓝、福建片仔癀等越来越多老字号扬帆出海,推动中国品牌走向世界。

店训朗朗上口、店规过目不忘、产品物美价廉……老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”,既有很高的经济价值,也有丰富的文化价值。目前1000个经营规范、发展良好的品牌仍继续保留。

商务部数据显示,2022年,中华老字号企业努力克服疫情影响,实现营业收入超1.2万亿元,近七成企业实现盈利。今年前三季度,营业收入已超过2022年全年水平,发展势头良好。

“一些老字号被‘摘牌’之所以引发全社会这么大的关注,其实反映出老字号在消费者心中的分量很重,也寄托着更高期许。要更好发挥中华老字号示范引领作用,带动更多相关市场主体高质量发展。”张丽君说。

据新华社电