

长期经营不善,甚至破产、倒闭…… 55个品牌被移出中华老字号名录

近日,商务部等5部门印发《关于公布中华老字号复核结果的通知》。将长期经营不善,甚至已经破产、注销、倒闭,或者丧失老字号注册商标所有权、使用权的55个品牌移出中华老字号名录。名单中,包括北京华女、天津稻香村、黑龙江正阳河、四川王中王以及重庆冠生园等。

为何这些“老字号”品牌会被移出名录,它们的进与退,又有着怎样的共性与差异?11月14日,记者对其中几家被移出“中华老字号”的品牌进行了了解。

稻香村曾陷入“南北”之争

曾广泛引发关注的“南北稻香村”之争,最终胜利的天平向“苏州稻香村”倾斜。

商务部首批认定的中华老字号“苏州稻香村”顺利通过了复核,但另一家同样名为“稻香村”的天津稻香村则被移出了名录。

这一南一北两家“稻香村”是何关系?记者梳理发现,“苏州稻香村”曾在其品牌介绍中注明:源自公元1773年,拥有几百年历史,第一家“稻香村”开设在苏州观前街东侧。《南方饮食掌故》一书有记载,乾隆南巡至苏州时,微服私访偶遇苏州稻香村,品尝店内的蜜糕后赞不绝口,称赞为“食中隽品,美味不可多得”。

而天津稻香村始于1988年,为天津某食品贸易集团成员,官方资料显示,其借“稻香村”字号成立企业,旗下销售的商



中华老字号
China Time-honored Brand

中华老字号标识标准式样。图据商务部网站

品中,“稻香村”和苏州稻香村存在区别。

冠生园曾因“谁是正宗”掐架

重庆冠生园被移出“中华老字号”名录,也有类似情况。官方资料显示,重庆冠生园食品有限责任公司成立于1982年,和“百年冠生园”存在时间和地理空间上的区别。

此前,成都“上冠冠生园”一款月饼不合格的消息,引出了全国诸多“冠生园”品牌背后复杂的权属纠纷。当时上海冠生园紧急发声,撇清与成都上冠冠生园的关系,称二者无任何资产关联,凸显出一些老字号企业“分地经营”以及围绕知识产权引发的利益争端。

公开信息显示:“冠生园”相关企业信息超过50个,除了申请了“冠生园”商标的上海冠生园食品有限公司外,昆明冠生园、南京冠生园、重庆冠生园、冠生园(集团)也均被评为“中华老字号”,此次重庆冠生园被移出了“中华老字号”名录。

“四川王中王”多年前被收购

这批被移出“中华老字号”名录的品牌中,包括四川阆中王中王酿造有限公司的“贵族王中王”品牌。

公开资料显示,四川阆中王中王酿造有限公司是一家专业调味品酿造企业,主要生产、研制、开发贵族王中王系列醋、酱油、香辣酱、调味酱等产品。其介绍:始创于清光绪二十二年(1896年),以纯优质大米为主要原料,菌种采用传统多种中草药制曲和现代生物菌种相结合精心酿造,2003年获“中国名优品牌”,2006年获“四川老字号”称号。

11月14日,记者采访到阆中市商务和经济信息化局一位副局长。据他介绍,该公司多年前就被加加食品收购了,后者是一家集研发、生产、营销于一体的大型调味品上市企业,创建于1996年,总部在湖南长沙,拥有长沙加加食品销售有限公司、郑州加加味业有限公司等5家全资子公司。收购“王中王”之后,加加食品形成了以湖南长沙、河南新郑、四川阆中三大生产基地为中心的生产链条。

“据我了解,目前王中王这个品牌已经不存在了。”该副局长说,王中王食品所拥有的“中华老字号”,是加加食品收购王中王、落户阆中的重要因素之一。

天眼查显示,四川王中王味业有限公司商标已注销,阆中市王中王食品有限公司已更名为加加食品集团(阆中)有限公司,为该公司在阆中的一个生产基地。

“老字号”打官司胜诉率超六成

2022年8月2日,北京知识产权法院曾举行新闻通报会,介绍涉老字号案件审理情况,该院审理的老字号相关案件以食品、餐饮、文化艺术和医药行业居多。如“牛栏山”白酒、“绿杨春”茶叶、“三多轩”文房四宝、“同济堂”医药等,在393件涉老字号行政案件中,老字号权利人胜诉率高达64.1%。

四川鼎尺律师事务所律师胡磊表示,以“同仁堂”“王老吉”商标之争为例,很多老字号品牌面临侵权和保护的“双重拉锯战”,类似的老字号商标权利冲突也并不单一,老字号商标纠纷频发背后,跟历史遗留问题以及法律分歧有关。一方面,一些老字号品牌设立之初,缺乏商标保护的意识,再加上企业改制和商标流转不规范等问题,导致老字号商标权属划分并不明确;另一方面,现行法律条文中并没有一个专门保护老字号的法规法条出现,虽然《商标法》和《民法典》对知识产权保护都有相关表述,但实际判例中,如果一些老字号并未注册商标,那么围绕商标权与字号权的纠纷,往往考量法官的自由裁量权。

华西都市报-封面新闻记者 宋潇

天然钻石跌价超20% 受人工钻石冲击?

据央视财经《经济信息联播》报道,据统计,2023年以来,全球抛光钻石的批发价格下降约20%,而未切割钻石的价格下降约35%。为应对这一情况,国际钻石巨头戴比尔斯集团此前宣布,在截至11月3日的一个月内,也就是第9个销售周期内继续减少毛坯钻石的供应。今年9月,戴比尔斯的主要竞争对手、俄罗斯规模最大的钻石开采和加工企业阿尔罗萨公司采取了一项史无前例的措施,在两个月内停止所有钻石销售,以对价格形成支撑。

据悉,这些钻石行业巨头采取的措施已取得短期的成效,一些小型钻石拍卖的价格在过去一周上涨10%左右。

11月14日,记者实地走访了成都商圈中的多家钻石商家,多名销售人员表示,目前虽然小克重钻石价格浮动不大,但销售情况不及去年,越来越多的消费者选择了人造钻石,对天然钻石市场冲击很大。

钻石门店: 人工钻石冲击天然钻石

在销售端,成都商圈里安静的钻石品牌门店与一旁热闹的金店形成对比。记者注意到,一克拉钻石,根据净度、切工、颜色等有所不同,喊价在2万元到10万元不等。50分以下的钻戒有标价,以上无标价可议价。

“目前从我们品牌来看,小克重价格浮动不是太大,大克重可以议价。”某钻石品牌门店负责人表示,对比去年,今年顾客确实没有之前多,公司正在为迎接年底旺季筹备活动积极扩销。

一直以来,全球钻石市场都是国际钻石巨头南非戴比尔斯一家独大,占据了全球9成的钻石供应,由此长期维持钻石的昂贵定位。随着全球钻石矿藏不断开发,俄罗斯、澳大利亚等很多地方都发现了大型钻石矿藏,产量的增加也预示着价格跌落。

天然钻石之外,人工钻石越来越多出现在消费者视野中。某品牌钻石销售人员坦言,越来越多的消费者倾向选择价格更为低廉、且外观差异不大的人工钻石,其次是锆石,再次是水晶。消费选择的改变,对天然钻石市场冲击较大。以11月深圳水贝市场发布价表为例,一克拉D色报价为73158元,而人工钻石(裸石)仅需3500元。

人工培育钻石是模拟天然钻石的生长环境,在实验室里通过特定技术培养制成。随着人工钻石技术越来越先进,人工钻石和天然钻石相比,不仅在外观上足以乱真,甚至更具视觉冲击力,而且在一些关键指标上也基本一致,仅靠传统手段其实很难鉴别出其中区别。

“人工钻石的成本和价格远远低于天然钻石,而且产量高,只需要数周就可以实现批量生产,这将在很大程度上颠覆天然钻石的稀缺性属性。”从事跨国钻石贸易12年的杨帆表示,人工钻石行业的成熟,将彻底改写钻石行业的游戏规则。

此前,比利时钻石交易所联合会理事弗莱施特格公开表示,两年前,人工钻石比天然钻石便宜40%,到了今年,便宜了70%到80%,甚至99%,将来在超市买一块肥皂,或许就会送你一颗钻石。

消费者说:

黄金可以保值更易变现

除了人工钻石的冲击,天然钻石不保值也是造成其价格持续下跌的重要原因。不少用户在社交平台上表示,高价买的钻戒在回收时经历了价格的“大跳水”,8000元买的钻戒回收价仅有600元,3万元的钻戒5年后仅值2000元……二手钻戒高买低卖,引得不少网友直呼“买钻石就是交智商税”。

对此,某品牌钻石销售人员表示,钻石不同于黄金的价值属性,说保值的问题比较片面。

针对钻戒二级市场回收价格较低的问题,记者联系到珠宝鉴定师牛女士。“钻戒贵是因为商家的广告打得好,品牌附加费高,买时仪式感比钻石本身更重要。现在钻石不是稀缺产品了,如果钻石回收进入二级市场,只能按照成色给价。”牛女士说,近些年钻石回收市场不好做,收回来也可能砸手里。

记者随机采访了几位挑选饰品的年轻消费者,问及倾向黄金还是钻石时,得到最多的答案是“黄金可以保值,更容易变现”。

“随着新一代年轻消费者成为珠宝消费的主力群体,他们的视野和价值观都有很大的演化,在持续的市场教育之下,会逐步接纳并认同人工钻石的情感价值,这将为人工钻石行业带来巨大的上升空间。”盘古智库高级研究员江瀚表示,消费产品的多样化是未来的趋势,人工钻石也终将拓展出属于它们的全新领域,而天然钻石商家需要转变定位,激发更多的市场需求。

华西都市报-封面新闻记者 姚瑞鹏

|白杰品股|

积极作用

问:周二沪指高开,盘中冲高反复拉锯,收盘上涨,你怎么看?

答:市场周二延续震荡,沪深股指小幅收涨,创业板指逆市小幅回落,盘面上个股涨多跌少,软件开发、互联网、汽车板块表现较好,北上资金净流出约21亿元。截至收盘,两市涨停39只,仅一只个股跌停。技术上看,沪指率先收复5日均线,两市合计成交8934亿元环比增加;60分钟图显示,各股指均收复5小时均线,沪指60分钟MACD指标率先出现金叉;从形态来看,市场成交连续回升,但创业板指近期表现较弱,连续7个交易日被60日均线压制,而沪指则收出连阳,再次站上3053点这一重要点位,且率先修复短周期技术形态,已为冲击60日均线做好准备。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均增加,各合约溢价水平整体略有增加。综合来看,IPO、再融资放缓对市场积极作用正在显现,短期结构性行情突出,期待跨年度行情出现。

资产:周二按计划以88元均价卖出中科创达6.5万股。目前持有华创云信(600155)99万股,越秀资本(000987)50万股,紫光股份(000938)28万股,酒ETF(512690)900万份,视觉中国(000681)35万股。资金余额7614466.83元,总净值38932366.83元,盈利19366.18%。

周三操作计划:拟择机低吸会稽山(601579)不超10%仓位,视觉中国、紫光股份、华创云信、酒ETF、越秀资本拟持股待涨。
胡佳杰