

多重障碍阻断沙县小吃“上市之路”

不断喊出要上市的沙县小吃,一直难有实质性动作。

记者近日了解到,福建省沙县小吃集团与正大集团早在去年12月就签订战略合作协议,声称要从原料供应、食品安全控制等方面,推动沙县小吃的转型升级并登陆资本市场上市。沙县政府甚至提出,要在3年内整合6000家小吃店,5年新发4000家店面,最终实现年营业收入500亿元,对经营者进行股份制改革实现上市。目前沙县小吃全国门店2万家,年营业收入60亿元。一旦整合,意味着仅门店数量一项,沙县小吃就比肯德基和麦当劳在国内的店铺总和还要高。

但签约快一年了,沙县小吃依然没有大的动静。记者调查发现,这一宏大目标背后存在更现实的问题:商标申请八年未能获批,标准化连锁经营发展缓慢,棘手的股份制改革等等,这一系列障碍成了沙县小吃上市的“拦路虎”。

障碍1 “沙县小吃”商标八年未获批

去年12月,沙县小吃集团与正大集团签订战略合作协议。这也是时隔四年后,沙县小吃最有实质性进展的一次规划。但在利好消息面前,沙县政府、沙县小吃办、沙县小吃同业公会等官方都集体缄默。“先推动沙县小吃规模化、产业化发展,再说上市的长远目标。”一位沙县政府人士对记者婉拒了采访请求。

沙县小吃历次产业化、IPO上市过程中的最大推手,来自沙县政府的力量。1998年开始,沙县政府成立沙县小吃办公室和沙县小吃同业公会。2008年起,国有独资企业沙县小吃集团成立,由福建省沙县国有资产经营有限公司投资6500万元控股。这三大组织是沙县小吃产业化的基石。2011年,沙县小吃对外公布上市计划。“保障、提质、连锁、上市,这是县委、县政府对沙县小吃提出的总体思路。”但当地也意识到,标准化程度差、管理不规范、经营分散,是沙县小吃走向规模化、产业化的致命障碍。

凭借“沙县小吃”的集体商标,沙县政府也试图走品牌授权、特许经营的模式。从1997年开始,沙县政府以沙县小吃集团、沙县小吃同业公会的名义,连续注册近二十个形式迥异的图文商标,并注册一系列防御商标。

沙县小吃同业公会还对商标授权使用也提出规定:经营沙县小吃者必须拥有当地户籍,经沙县小吃培训中心培训,并申请办理商标使用许可手续,方可持证持照经营。条款显示,按照企业600元/年、个人160元/年的标准,一次性缴纳480元-1800元的三年使用费,方可使用“沙县小吃同业公会”这一集体商标。

但记者注意到,在沙县小吃同业公会所有的协议中,授权使用的仍然只是“沙县小吃同业公会”这一集体商标,而“沙县小吃”这一关键的品牌商标至今仍未获批。

工商总局商标查询网站信息显示,在2006年到2014年间,沙县小吃同业公会共



申请9个“沙县小吃”、“沙县小吃 SHAXI-ANSNACKS”商标,但其中5项商标均被驳回,状态显示为“无效”,另有4项于2014年申请的商标仍处于异议申请阶段。

障碍2 标准店远低于“夫妻店” 占比不足15%

尽管官方力量推动,但在将集体商标变成产业化公司——收购整合小吃店主股份——打包进集团统一上市这条道路上,并不是所有经营者都能接受的。

根据沙县小吃同业公会公布的资料,截至2014年,全县外出经营沙县小吃2万余户,店面达2万多家,从业人员6万余人,年营业额超过60亿元。与这个庞大数据相比,沙县政府一直推动的品牌化、标准化店面仍只有3000余家,占比不足15%。

“标准化程度差、经营业主分散、对各个店面不能形成有效管理。”曾投资周黑鸭等知名连锁品牌的天图资本投资总监冯卫东告诉记者,沙县小吃至今未能通过有控制权的集团公司形成对产品市场定价、销售渠道、店面经营的统一管理,也未能形成有效的原料供应配送体系,很难做到复制不走样的标准化经营,“它并不符合传统意义上的品牌连锁商业逻辑。”

事实上,以“夫妻店”为主的分散经营模式,让沙县小吃呈几何式扩张。这种小店经营也带来了另一种弊端:经营者各自为战,没有太强约束力。

记者随机采访数家沙县小吃店铺,多家经营者称,尚未接到沙县小吃集团要股份制改造的通知,但对这一设想中的改造并不是很能接受,“将来把我们全部并到集团,不就变成打工了?何况就用个官方授权品牌,店面全是自己投资,换别的牌子也一样开。”

障碍3 沙县小吃民间资本介入争抢

与此同时,最早由沙县小吃同业公会

确立的官方规则,正被沙县的民间资本打破。2001年开始,沙县当地的原家沙县小吃、双荣沙县小吃等数十家第三方品牌连锁公司以免费授权商标、降低门槛的方式,扩张连锁店面,成为与官方模式争抢市场的第三方力量。

“官方正版店是经营者须是沙县户籍,加入同业公会获得商标授权,但我们并不受他们约束。”当地一家第三方品牌的沙县小吃餐饮负责人称,民间企业直接取消了门槛,“10天就能做沙县小吃,外地人也可以,直接免费授权。”

一家沙县小吃加盟负责人说,最开始与沙县小吃同业公会冲突不断,“开始说我们品牌不正规,又在各店面抽查,向当地工商举报等等。”直到民间品牌逐渐正规化后,才逐渐缓解。

在天图资本投资总监冯卫东看来,连锁餐饮上市,必须要有统一品牌、清晰的市场定位、目标消费群体,这些条件沙县小吃都不具备,至今仍在建立统一公司的初始阶段。沙县小吃“这块牌子只能算作某种品类,简单做商标授权,市场风险太大,整个餐饮资本市场还没有一个凭借商标授权就上市先例。”

障碍4 股权结构分散改制难度大

在官方主导沙县小吃IPO的道路上,不少业内人士认为沙县小吃的股权结构分散、投资者构成复杂,并涉及全国多个区域范围的经营,整合难度非常大。长期关注沙县小吃的中投顾问研究员严明航曾表示,要实现上市,沙县小吃的首要任务就是建立一个盈利能力较强、管理规范的公司,使业绩达到上市要求。“这就意味着沙县小吃须转变传统经营模式,整合门店资源,统一生产经营标准,真正实现连锁经营。”

事实上,地方政府作为沙县小吃最大的组织者,要将分散在全国的2万多家沙县小吃店进行股份制改革,获得控制权,实现连锁经营,仍然存在不小的难度。

出路

“沙县小吃的小股东过于分散,这个过程中还要平衡小股东和国资公司之间的利益,是一个非常复杂的改制过程。”中国人民大学商法研究所所长刘俊海教授告诉记者,政府作为商标持有人是一个比较特殊的结构,可以从其旗下国资公司和个体经营者共同评估品牌、店面等资产作价出资,“形成由政府来控股、个体经营者参股,引入投资基金等社会资本来参与的混合所有制发展模式。”

刘俊海表示,股权改制中,地方政府要慎用行政权力,避免过多行政干预,“政府控股的国资公司和小业主,要在双方妥协的基础上找到改制平衡点,才能保证后续持久的市场化经营。”

(李栋)

(海子)

*ST 云网拟筹划出卖资产 湘鄂情创始人孟凯出境未归

湘鄂情创始人孟凯所持有的股权资产被宣布拍卖之后,其公司资产也将被出售。上周末,*ST云网(原“湘鄂情”)发布公告,公司正筹划对外出售资产(包括子公司股权等)事项。目前预计出售规模已达到重大资产重组(资产出售)标准。*ST云网自6月3日起停牌,此资产出售消息发布后,公司股票将继续停牌。

连续亏损

*ST云网表示,公司承诺争取停牌时间不超过30个自然日,即最晚将在2015年12月20日前按相关要求披露本次重大资产重组(资产出售)草案。若未能披露,公司将根据重组(资产出售)推进情况,确定是否向交易所申请延期复牌。若公司未能在上述期限内召开董事会审议并披露相关事项,且公司未提出延期复牌申请或申请未获交易所同意的,公司证券最晚将于2015年12月20日恢复交易,公司承诺在自公司股票复牌之日起3个月内不再筹划重大资产重组事项。

业内人士一直认为,*ST云网筹划出卖资产的背后是面临保壳压力。*ST云网在

2013年和2014年各亏损5.6亿元、6.8亿元。今年若再不能扭亏,公司将面临暂停上市的命运。而今年前三季,*ST云网营业收入同比下滑50%,亏损1.47亿元,同比增亏53.23%。在三季报中,*ST云网还预计2015年度亏损8500万至1亿元。值得注意的是,这些业绩预计已包括“湘鄂情”系列商标转让收益确认在内,*ST云网称,“湘鄂情”系列商标过户转让已接近完成,预计近期内完成全部商标过户工作,过户工作完成后将在四季度内确认收益9400万元左右。

出境未归

上周末,*ST云网还发布了第68次风险提示公告显示,作为公司实际控制人,孟凯因涉嫌违反证券法律法规被证监会立案调查,调查目前尚未结束;而孟凯自2014年“十一”长假出境后至今未归,且目前尚无明确回归属意向。香颂资本执行董事沈萌对孟凯此举解读为“出逃”,认为从“出逃”的第一天起,孟凯就没打算救湘鄂情。而湘鄂情也成为国家反腐利剑下率先走向衰落的高端餐饮企业代表。

(美红)

贵州思南整合1500多万元 促进2016年茶产业发展



为促进茶产业健康、跨越发展,思南县出台2016年度茶产业建设实施方案,整合1500多万元促进2016年茶产业发展。

《方案》对总体思路、目标任务、新建茶区的布局及品种搭配、茶园建设技术措施、资金概算、投资投向和组织保障等方面做了详细规划,将按照“强基地育主体、重加工提质量、融文化创品牌、扩市场抓销售”总体思路计划实施。

2016年,该县将重点围绕茶区建设、经营主体、品牌建设、市场主体、茶艺表演队伍和专业人才培养等工作开展。将重点新建茶

区面积3万亩和4.5万亩无公害茶园认证,加大对7万亩幼龄茶园和低产茶园的管理,开展茶叶种质资源保护区(点)和茶叶种植核心保护区划定。

据了解,该茶产业建设项目将整合中央和省级财政现代农业生产发展资金500万元和各部门项目资金1015万元共1515万元用于茶苗、肥料购置、茶叶加工厂新建及改扩建和茶场队伍建设,从今年10月起,到2016年8月结束组织验收。项目实施将努力把该县建设成为全市绿色、有机、安全、健康的出口茶叶生产基地。

(李清玄)

达利食品香港上市首日破发

拥有可比克、和其正、乐虎、达利园等多个品牌的达利食品上周五在香港交所挂牌交易,尽管挂牌首日收盘跌破发行价,但这仍阻挡不了福建新首富的诞生。

达利食品的实际控制人为许世辉及其家族,他们掌控达利食品IPO后85%的股票即116.4亿股,其中许世辉、陈丽玲(许世辉妻子)、许阳阳(许世辉女儿,32岁)分别持有许世辉家族50%、10%和40%达利食品的股份,即分别持有上市公司股权42.5%、8.5%、34%。

上市首日,达利食品报收5港元,跌破发行价,跌幅4.76%。不过,按照此价格计算,许世辉家族的股票市值锁定为582亿港元,其中许世辉本人为291亿港元;其女儿许阳阳为232.8亿港元,两人股票市值对应人民币大约为239.49亿元、191.59亿元。

这只是许世辉家族在食品行业的股市

财富,还不包括房地产、酒店业、金融等其他非上市资产。许世辉家族因IPO曝光的财富,改写了福建富豪榜的排名。

最近公布的2015胡润中国百富榜中,福建石狮籍的许崇茂家族以350亿元财富居福建籍富豪首位;安溪籍的三安集团林秀成、林志强父子以340亿元财富跃居福建本土首富,全国排名第43位;许世辉家族以115亿元的资产排名第262位。而以许世辉家族拥有的达利食品市值计算,许世辉家族财富则超过了上述富豪。

据了解,在营销上特别注重明星代言、广告轰炸的达利食品,近年来业绩获得稳步增长。从2012年至2014年,达利食品的收入分别为108亿、128亿和149亿元,净利润则分别为6.93亿、11.91亿和20.77亿元。今年上半年,达利食品收入85.05亿元,净利润达15.17亿元。

(胡美红)

华润万家“毒水果”农药超标2倍 已多次被点名处罚

近日,济南市2015年食品安全监督抽检信息通告显示,两批次时令水果出现农药多倍超标现象。其中,山东华润万家生活超市有限公司销售的鲜桃,农药残留超标达20倍,记者注意到,该超市销售的商品在近几个月内,几乎每个月都被抽检出不合格产品,并受到行政处罚。

此次农药超标的时令水果名单显示,山东华润万家生活超市有限公司(济南市市中区刘长山路与济微路交叉口)的1批次鲜桃被检出克百威超标达2倍;八里桥水果批发市场生产的2批次香蕉、富东农贸市场生产的1批次香蕉,均被检出农药残留多菌灵超标2倍或2倍以上。

克百威,别名吡喃丹,是一种氨基甲酸酯类杀虫剂和杀线虫剂,按中国农药毒性分级标准,吡喃丹属高毒农药,不能在蔬菜和果树上市,多菌灵是一种广谱性杀菌剂。

值得注意的是,此次水果上农药超标2倍的山东华润万家生活超市有限公司,在近

几个月内,几乎每个月都出现在济南食品抽检的黑名单中。

记者了解到,在济南市市中区食品药品监督管理局10月份行政处罚信息中,这家超市曾因为经营超过保质期的食品,被没收违法所得、没收非法财物并处以罚款;9月17日,在济南市市中区食品药品监督管理局食品抽检不合格处罚公示名单中,山东华润万家生活超市有限公司的食品违法违规信息再次出现。该公司的阳光新路分店(市中区二环南路6638号)因为经营其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准的食品,被处以警告、罚款、没收违法所得。

根据全国企业信用信息公示系统显示,山东华润万家生活超市有限公司,系天津华润万家生活超市有限公司的全资公司,自2010年开始营业,注册资本金1000万元人民币,是一家位于济南市市中区刘长山路与济微路交叉口大众广场的超市,目前法定代表人仍为郑帆。

(李兆辉)

老茶农 迷上“茶文化”

浙江省衢州市龙游县溪口镇凤林村一座名叫“枫林后山”的茶山半山腰,矗立着一幢雅致的品茶楼,这就是竹云涧茶苑。

茶苑的主人傅如清,是龙游县茶业“老大”,自上世纪90年代初至今20多年来一直从事茶叶生产经营,目前拥有种茶基地1000多亩。

由于竹云涧茶苑周边环境特别优美,吸引了各地茶商及游客上山游玩,这让老傅萌生了开发茶文化、展示茶文化和传播茶文化的念头。

2003年,他专门拜访了浙江农林大学茶文化学院教授。此后,傅如清不惜巨资,广为收集古色古香的茶桌、茶具,并雇请能工巧匠精心制作闻茶杯、品茶杯等器皿,专门开设了茶艺陈列馆。

“我这里已经有了3个茶艺师。”在不断投入茶文化硬件建设的同时,老傅还尝试着在豆腐、鱼、油炸食品等菜品中添加茶叶,八方游客对此颇感新鲜,在尽情享受美味的同时长了见识。

眼下,傅如清又对竹云涧茶苑作出全面规划并付诸实施:制作牌匾、墙体绘画,系统介绍茶叶品类、茶叶生产加工工艺流程、茶艺茶道、饮茶及茶叶保健知识,等等,要把茶苑办成茶叶博物馆、茶业展示园。

“茶跟文化结缘,茶产业才会走得更远。”傅如清认为,

海南“老爸茶”的由来

据《海南省志》第三卷《民俗志》记载,海南民间把大众茶称作老爸茶,先前这些大众茶几毛钱一壶,配些小点心,经济实惠,老人们借此聊天解闷,是上年纪的人休闲消遣的好方式。海南民间把上年纪的人称作“老爸”,故这种大众茶就称作老爸茶。

对于老爸茶的起源,《海南岛民俗志》提到:“然近十余年来,琼崖与外交通发达,滨海各区,都市林立,喝茶之风,随之而至;南洋一带之华侨,尤有饮咖啡之风,习俗所染,内地亦竞相效法,于是茶馆应运而生,市镇之所,茶肆少则三数间,多则十余间,当墟日,茶楼

常座上客满,地无空隙,肩摩背接,熙熙攘攘。茶有时茶、龙井菊花……之类,有西茶,如咖啡、牛乳、红茶、咯咕……之类。食物有大包、小包、鸡蛋粒……之类。”也就是说,这种饮茶方式最早是由华侨从东南亚引入到了海南。

据《海南岛与东南亚交流史》记载,往返于海南岛与东南亚之间的人们给海南岛带来了近代南洋文化,其中就包括饮茶的习俗。书中还提到,这种茶店最早于清末出现在海口,后遍布海南岛各地,现在海南各市镇中的老爸茶店即是这种风俗的延续。

(海子)

中国、新西兰首次对话 “互联网+”时代食品安全

25日,由中国和新西兰两国监管机构与业界代表参加的“食品安全与互联网+”研讨会在新西兰第一大城市奥克兰举行,这是双方首次在这一领域展开对话交流。

在这场由新中食品安全协会主办的研讨会上,上海出入境检验检疫局局长俞太尉说,近年来,中国电子商务蓬勃发展,其中跨境电商呈现爆发式增长,已经成为对外贸易的重要组成部分。新西兰乳制品、牛羊肉和海产品等深受中国消费者欢迎,具有广阔市场前景。但“互联网+”带来贸易便利化的同时也对监管构成挑战,一些在线下渠道严禁销售的不合格产品可能通过跨境电商进入中国,损害消费者的健康和利益。

随着新西兰输华食品不断增多,食品安

全问题时时有发生。据介绍,中国监管部门去年查获567批次不合格的新西兰食品,既有标签、包装不合规的问题,也有微生物污染、品质不达标等问题。

作为农产品和食品出口大国,新西兰历来比较重视食品安全。新西兰第一产业部的政策部门官员布鲁斯·伯顿表示,跨境电商的兴起为政府税收、检验检疫等带来挑战,新西兰政府将顺应发展趋势及时调整政策、减少壁垒。

俞太尉表示,希望新西兰企业和政府部门充分认识到中国消费者高度关注食品安全,更负责地保证输华产品质量,“我们倡导‘食品安全,国际共治’,愿与新西兰一道建立更加紧密的食品安全共治新格局。”

(田野)