

“勾兑门”致味千拉面盈利大降

商报讯(记者 崇晓萌)味千拉面(HK.00538)10日发布盈利警告称,该集团去年综合溢利同比大幅减少。分析认为,这与去年曝出的味千汤底“勾兑门”关系密切。

盈利警告称,根据初步审阅,该集团预期,截至去年12月31日,公司股东应占未经审核综合溢利较上年度将减少20%-30%。董事会认为,减少主要由于“部分媒体于2011年第三季度前后报道本集团产品之若干事宜,令收入减少”。

去年7月,有媒体报道味千拉面汤底并非熬制而成,而是用汤粉、汤料调制,一碗汤的含钙量远不及其宣传中提到的1600毫克。此后,味千中国总部相关负责人也承认此事,并接受上海市工商行政管理局黄浦分局的行政处罚20万元。

汽车“三包期”拟调为两年5万公里

商报讯(记者 王璀一)昨日,央视《每周质量报告》针对国家质检总局发布的“汽车三包”规定征求意见稿进行解读,认为汽车三包责任需进一步明确。

此次“汽车三包”规定征求意见稿中,整车“三包”有效期延长,由原来“整车三包有效期应不低于两年或者行驶里程4万公里”改为“不低于两年或者行驶里程5万公里”,整车包退换时间由30天延长为60天或3000公里,将“第三方鉴定机构”加入其中,同时各方责任界定更加明确。

但弱势销售商因无法向生产厂家追责、退换所导致的折旧费等问题仍需要做出明确的界定。部分汽车经销商认为,新规中对于经销商、修理商和生产商的责任界定问题比较模糊,需要进一步修改或者出台实施细则。相关专家表示,将各方在汽车三包中需要承担的责任明确化,这样可以减少因为责任界定不清可能产生的纠纷,另一方面对于消费者维权来说也有益处。

天津水产市场现“注胶虾”

商报讯 据媒体报道,近日,有天津市民反映,在天津一些水产市场购买个头较大的大虾时,竟发现这些大虾的虾头和虾身之间形成了不少透明胶状物,这些虾被市民们称为“注胶虾”。

水产市场里的一些摊贩介绍,由于现在摊贩们从进货渠道和批发商那里购买的不少虾就是注胶虾,所以这种虾现在在不少地方的水产市场都有售卖。

据悉,之所以要往虾体内注入一些明胶,就是为了让虾看上去卖相好。因为冷冻虾解冻后会变得瘦小干瘪,分量也会减轻,“注胶虾”不仅能增加虾的重量,而且还可以避免虾头出现凹陷、塌瘪等现象,使虾显得更饱满、新鲜。一只虾经过注射处理后,分量可增加20%-30%。商贩们说,注入的明胶是可食用的胶,属于国家允许使用的食品添加剂,所以吃后对人体无害。

不过,现在还没有权威部门给出一个准确的说法。可以确定的是,工商部门对虾注胶的做法一直采取严厉打击的办法。

老字号再遭九门小吃城清退

每年3万元管理费成导火索 上一次纠纷仅平息5个月

上一次纠纷仅仅平息了5个月,九门小吃城与老字号又开始了新一轮博弈。九门小吃再度下发“通知”,要求老字号交纳每年3万元“管理费”,否则视同放弃经营权。而老字号也对此做出反击:昨日,爆肚冯等7家老字号发布声明,宣布退出此前与九门小吃城董事长侯嘉共同创立的“小吃协会”。7家老字号接下来可能会集体出走。

管理费再成导火索

几家老字号的档口昨日虽然仍在正常营业,但包括爆肚冯在内的几家老字号在售小吃种类都明显减少,因为几家老字号与九门小吃城的矛盾正在激化。一家老字号小吃的掌门人向记者出示了九门小吃城给爆肚冯、户部街马记月盛斋、奶酪魏等7家档口发放的律师函。律师函要求,各家老字号5日内签署合同,并缴纳每年3万元的管理费。本月15日若几家老字号小吃逾期未签署合同,则视同放弃在九门小吃的经营权,并于2月15日撤离九门小吃摊位。

“现在每月要交20%-23%的扣点,4%的煤水电气费用和6%的营业税,加起来超过30%,此外还有每月900元宣传费,利润已经低到极限。”上述掌门人称,虽

然交纳了大量费用,但九门小吃城并未给档口提供相关服务。

老字号退出小吃协会进行反击

双方的矛盾还在不断激化。昨日,本报独家收到7家老字号负责人联合签名的《退会声明》。声明称,爆肚冯、月盛斋、奶酪魏、炸糕辛、豆腐脑白、羊头马、年糕钱7家老字号小吃负责人“自声明之日起,集体退出北京市宣武区老北京传统小吃延续发展协会”。

据了解,原“北京市宣武区老北京传统小吃延续发展协会”于2006年1月成立,由九门小吃城法人代表侯嘉担任会长,上述7家老字号小吃负责人均是协会副会长、理事、监事长等主力会员。

“这个协会当初是以弘扬中华民族饮食文化,抢救、振兴濒临绝迹的老北京传统小吃为宗旨。然而,经过几年畸形的发展,如今的协会已然违背了它成立时的宗旨,甚至成为牟利的工具。”一家面点老字号负责人说。

退出协会被看做老字号小吃对九门小吃城的“反击手段”,也有知情人士认为,这是老字号撤离九门小吃城的前奏。

传统小吃亟待走出低迷

事实上,九门小吃城与老字号“宿怨重重”。去年9月初,经营合同到期的几家老字号小吃与九门小吃城经过多日斡旋才最终达成“暂时议和”的结果,但这也为矛盾冲突的“二次爆发”埋下祸根(详见本报2011年9月5日-14日相关报道)。另外,这也不是传统小吃首次因高租金走麦城。因高租金,传统小吃目前已集体撤离前门。

“九门小吃城由于在经营策略、管理方式上存在一些漏洞,目前经营情况日渐低迷。”一位知情人士透露,几家老字号档口是九门小吃营业额相对较高的部分,但在今年春节期间,销售额与前两年相比普遍下降了1/3,部分档口日销售额甚至只有几百元。

一位不愿透露姓名的老字号专家表示,解决九门小吃的问题,需要大量的资金和一个新的平台,将这些个体私营但又是正宗老字号的小吃汇聚在一起,有一个能安心发展的经营环境。

据悉,几家老字号小吃负责人正在与其他城区的商联会进行接洽,并研究合作事宜。

商报记者 崇晓萌 王璀一

龙柏宏易集团正式注资

家世界前总裁空降东方家园重振建材超市

商报讯(记者 吴厚斌)正当家得宝、百安居、乐华梅兰等洋建材超市在中国市场节节败退之际,本土的东方家园却在谋求重振建材超市这一模式。昨日,记者独家获悉,龙柏宏易集团将正式注资东方家园,家世界前总裁刘皓加盟东方家园并担任首席执行官(CEO)。

东方家园副总裁朱学东证实,东方集团、太平洋产业基金、龙柏宏易集团已签署战略框架协议,龙柏宏易集团将入资东方家园。东方家园称,引进新入资使得“公司在资金、资源方面更加充足,将加快公司发展速度”。

龙柏宏易集团成立于2007年,目前管理资产规模已超过100亿元,其中连锁

零售产业是其重点投资方向。

令人关注的是,在龙柏宏易集团入资的同时,东方家园宣布聘任刘皓为CEO,负责东方家园建材超市、欧华尚美国际家居的经营与管理工作,此前这一职务一直由东方家园总裁李凤江博士兼任。刘皓履新后,李凤江的重点工作是负责公司战略及资产运营工作。东方家园方面表示,“刘皓曾任天津家世界家居公司总裁、家得宝中国公司副总裁,深谙建材超市的运营模式,可以带领东方家园少走弯路”。

实际上,建材超市在2006年达到短暂的辉煌之后,一直在走下坡路。家世界卖给了家得宝、欧倍德卖给了百安

居、好美家退出了京城、家福特试验失败,本土建材超市几乎集体上演“滑铁卢”;百安居不断关店收缩、家得宝在北京黯然撤离、乐华梅兰关闭了大郊亨店,洋建材超市处于风雨飘摇状态;在2008年李凤江带领团队入主之前的两年里,东方家园也疏于管理,失去了最好的发展机会。在当前楼市调控从紧、家居行业需求不旺的形势下,东方家园却高调引入新资本,并聘请新CEO,能否重振建材超市模式令人关注。对此,朱学东承认,建材超市模式仍处于探索中,犯过不少错误,但这种模式有很大发展空间,东方家园不但不会放弃,而且会进一步扩大规模、完善渠道、优化

服务。“2012年很多人认为家居建材行业将面临危机,东方家园却觉得这是一个发展的机会。”

资料显示,创立于1999年的东方家园隶属东方集团,目前在北京、沈阳、成都等城市建有20多家建材超市。2008年初,太平洋产业基金旗下的瑞赛基金向东方家园注资8285.7万美元组建合资公司——东方家园家居建材商业有限公司,新公司中股份分配分别为东方家园占35%、建材投资集团占33%、瑞赛基金占32%。获得资本支持的东方家园开始在全国打造高端家具卖场品牌——欧华尚美国际家居,目前在北京、沈阳等地开出的欧华尚美卖场已达11家。

英雄识英雄

梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车 厚积薄发,成就斐然

谁能与英雄俊杰并驾齐驱,以从容气魄续写传奇?梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车,沿袭四头灯前脸之经典造型,以长轴距车身设计彰显做人成就;以注意力警示辅助系统(ATTENTION ASSIST)与预防性安全系统(PRE-SAFE®),于旅途之上防患于未然。更配备主动红外夜视辅助系统,夜间行车亦明察秋毫。后座影音娱乐系统辅以全景式玻璃天窗与多温区豪华型智能空调(THERMOTRONIC),加长后排空间辅以内凹式豪华头枕,打造舒展空间,尽显英雄气度。

现在购买梅赛德斯-奔驰长轴距E级轿车,更可尊享三年不限里程保修服务。更多详情,敬请莅临梅赛德斯-奔驰当地授权经销商,或致电400-810-8880,或登陆www.e-class.com.cn

北京奔驰

乔治·克鲁尼



Mercedes-Benz
The best or nothing.