

· 商讯 ·

责编 吴文治 美编 李燕 责校 唐斌 电话:64101866 syzx10@126.com

“稻香村”商标侵权纠纷首度开庭

北京商报讯(记者 吴文治 陈克远)围绕“稻香村”商标归属及使用权利的问题依然困顿。11月17日,就北京稻香村食品有限责任公司(以下简称“北稻”)起诉苏州稻香村所属的4家门店涉嫌商标侵权一事,朝阳区人民法院公开开庭审理。据了解,这是继此前南北稻香村因扇形商标注册纠纷对簿公堂后,双方首次因具体的门店商标侵权事件走进法院。

在诉讼中,北稻作为原告一方表示,指控苏州稻香村3家关联企业存在侵权行为。北稻认为,稻香村食品集团有限公司、苏州稻香村食品有限公司、北京苏稻食品工业有限公司故意搭借北稻在特定地域市场内建立的知名度,使用与北稻字号和商标相近似的“稻香村”及商标作为门店招牌和商品标识,并以“传统京味糕点”、“北京特产”等字样进行宣传推广,造成公众的混淆。

对此,北稻方面提出诉求,要求稻香村食品集团有限公司变更企业名称,变更后的企业名称必须在“稻香村”前面添加“苏州”二字;要求3被告位于北京的和平东桥店、王府井旗舰店、王府井体验店和前门旗舰店4家门店,在“稻香村”牌匾上添加相同字体、字号、颜色的“苏州”作为区别性标识,并停止使用“稻香村”相关商标;以及要求3被告赔偿经济损失300万元、维权费用50万元。

针对北稻方面提出的指控,苏州稻香村方面表示,稻香村作为中华老字号品牌,在产品使用和宣传中使用北京特产等词语,不构成对原告的不正当竞争。此外,苏州稻香村相关负责人表示,苏州稻香村在北京东城法院、北京知识产权法院也分别提起了针对北稻的商标侵权诉讼,并表示,苏稻曾两次授权北稻使用稻香村糕点类商标,有合同为证。

此次开庭审理的案件依然是围绕稻香村商标的归属及使用权利展开,因为案件审理需要,开庭当日并未宣判结果。

京港城社区综合体落户丰台

北京商报讯(记者 吴文治 王玮)随着北京南城地区经济的发展,丰台社区商业发展提速。在经过短期的试营业后,位于丰台区光彩路的京港城生活广场11月17日正式开业。近两年来,永旺梦乐城、北京银座等大型购物中心和社区商业便民服务中心综合体集聚南城,社区居民消费便利化得到提升。

作为石榴庄地区首个大型综合商业体,京港城主打社区型生活广场,入驻品牌也多为儿童早教类、母婴类、餐饮休闲类。据京港城运营部相关负责人介绍,石榴庄地区包含十几个大小居民区,总人口达20万人;周边分布有十多家中小学及职业学校,小学及幼儿园的学龄儿童占比较大。

事实上,社区商业也是近年北京市商业工作的重点支持领域,丰台区也在此机遇下大力发展生活性服务业。丰台区商务委相关负责人介绍,生活性服务业已被列为丰台区重点发展的3个特色产业之一,在3-5年内,丰台区生活性服务业将向规范化、连锁化、便利化、品牌化、特色化发展。此外,丰台区还发展多服务功能集成社区商业模式,加速推动一站式社区商业便民服务中心建设,到2020年,每个街乡镇建设一家以上一站式社区商业便民服务中心。

辽宁成大4.2亿元出售家乐福6省市股权

中国式离婚加速家乐福独资化

>> 外资零售巨头在华独资路径

2005年10月	家乐福中国收购昆百大出让的所持昆明家乐福超市有限公司股权
2005年11月	家乐福在深圳启动独资公司布点
2008年7月	荷兰家乐福(中国)控股有限公司以4000万元的价格收购了广百股份挂牌转让的广州家大超市有限公司25%的股权
2009年1月	沃尔玛先后在重庆、武汉、湖南等地开出独资门店
2010年12月23日	荷兰家乐福(中国)控股有限公司收购浙江省经济建设投资有限公司出售的杭州家乐福超市15%股权及宁波家乐福20%股权
2016年11月	辽宁成大4.2亿元出售家乐福六省市股权

家乐福也有意回购沈阳、大连、长春等所出售的6个省市股权。

中国式婚姻走向解体

去年10月,华润集团旗下华润深国投分别挂牌出售21家沃尔玛中国各地分公司股权、债权,同时将它与沃尔玛(中国)投资有限公司旗下合资公司“沃尔玛深国投百货有限公司”35%股权及拥有的债权一同挂牌出售。随后,沃尔玛全盘接手了华润深国投出售的21家沃尔玛股权

项目。而家乐福方面,早在2005年,家乐福就与昆百大终止合作,回购了昆百大手中昆明家乐福公司的股权。

外资零售在国内采取合资公司方式运营有着历史原因。在上世纪90年代初期,外资零售大量进入国内,碍于政策限制只能选择内地企业合资,但中国加入WTO后,出现外商回购股份实现独资。“一种是双方发生分歧,另一种是当初中方只是战略投资,后因战略调整所以卖掉。”这在内地零售业已有先例,2011年

上海百联退让上海华联罗森有限公司控制权,双方分道扬镳的原因之一便是对便利店的发展思路不完全一致。

加速走向独资

外资零售回购合作伙伴手中的股权,是外资零售在国内市场加速独资的一个方式。2004年商务部允许外资在零售行业设立独资企业后,国内零售业开始全面开放,近两年来外资零售企业以独资形式在国内扩张。沃尔玛已先后在湖南、重庆、武汉等地开出独资门店。家乐福2005年开设的新洲店是由家乐福独资公司深圳家乐福商业公司开设的第一家门店,此前的门店都属于合资形式,家乐福此后在深圳开设的分店都由这家独资公司运营。

其实,在零售业转型阶段,独资化更有利于外资零售企业在华进行资本运作。家乐福中国区总裁兼CEO唐嘉年在2016中国全零售大会期间向北京商报记者表示,家乐福对中国的发展有长期规划,包括大卖场、便利店和电商等业态。多渠道、多业态是唐嘉年为家乐福(中国)规划的方向。

北京商报记者 邵蓝洁/文 李燕/制表

邻家便利店创始团队“哗变”

北京商报讯(记者 邵蓝洁)北京零售市场的“黑马”邻家便利店出现震荡。有消息人士向北京商报记者透露,邻家创始团队已经离开,另谋新的创业机会。邻家便利店董事长王紫针对这一消息并未给出回复,只是表示“在开一个重要会议”。不过,从北京工商系统查询显示,邻家便利店高层出现多次变更,但王紫及创始团队都未出现在变更后的名单中。

王紫是邻家便利店董事长,也是创始人,最近他把微信头像由原来的邻家LOGO改成了一只小蜜蜂,名字也由“Lin

家王紫”改成了“小蜜蜂王紫”。另一个值得关注的变化是,10月13日,北京市企业信用信息网上,邻家(北京)商贸有限公司信息中,董事长、总经理王紫,三名董事杨威、项建安、田耕,监事刘艳阳变更为董事长李燕,两名董事项建安、居琴珍,监事任凤珍。

在加入邻家便利店之前,王紫是7-11北京的一名DC,管理着7-11在北京1/4的门店。去年5月,包括王紫在内的7-11北京20多名区域经理、两名大区经理以及市场开发部门的人员离职创立了邻家便利店,目标是一年200家门店。

邻家便利店之前在接受北京商报记者采访时也不避讳来自7-11的影响,“7-11的经验是团队的财富,对于本土便利店运营上起到至关重要的作用,无论是公司整体的运转还是店铺的日常经营,都有很多方式方法可以利用和转化”。

与7-11一年三四十家新店拓展相比,邻家便利店的开店速度在北京便利店业内当属前列,不畏高租金压力,一年半开出70家门店。此前邻家便利店内部人士曾透露,在成立之初就拿到了投资。而此次创始团队出走,有观点分析,邻家运营业绩与当初目标不符,可能触及了

当时与投资方的一些协议内容。值得注意的是,邻家便利店成立之初设立了一年200家门店的目标,而一年半的运营之后只有70家门店。

零售业史上不乏因对赌协议而退出或者被卖身的案例。为寻求资金支持发展,永乐电器于2005年1月获得摩根士丹利及鼎晖的5000万美元联合投资,并签订了2007年6.75亿元净利润的对赌目标,由于目标实现渺茫,创始人陈晓一度面临将3%-6%的企业股权给摩根士丹利的困局。不得已情况下,陈晓接受国美的要约收购,永乐电器从香港退市。

社区商业新生态

2016年度(第十届)北京商业高峰论坛

2016年11月25日13:30·北京饭店国际会议中心

指导单位:北京市商务委 主办单位:北京市商业联合会 北京商报社



餐饮



便利店



健身房



洗衣



药店



快递



充电桩



生鲜



宠物店



养老

独家发布

《2016北京商业发展蓝皮书》
12篇调查全景展现京城社区商业新生态

案例分享

五位品牌大咖现场pk
每人180秒解锁社区商业新模式

超级提问

十问新生态下的生存法则
做社区还是做社群?小而美还是大而全?

启动评选

第12届北京十大商业品牌评选活动启动
寻找本年度的品牌典范 诚邀广大企业报名参选