

谁动了新侨三宝乐的“蛋糕”

老牌面包店新侨三宝乐的加盟业务似乎按下了暂缓键。近日,北京商报记者在走访中了解到,新侨三宝乐牡丹园店的“三宝乐”招牌被遮挡起来。同时,新侨三宝乐品牌方正在调整加盟合作内容、条款,无特殊情况下暂时不接受新的加盟合作。

新侨三宝乐面包店品牌方与加盟商的纠葛,也反映出了加盟市场的短板。品牌方在加盟合作中也需推敲合作内容,维护自身权益。

“三宝乐”被遮

在翠微百货的一层,新侨三宝乐面包店牡丹园店的“三宝乐”招牌被遮挡,门牌只剩“面包店”字样。不过店内仍在销售三宝乐面包店的同款面包糕点。

目前,该门店仍正常营业,部分货架上商品空缺,在售商品为三宝乐面包店的同款面包糕点,营业期间断断续续有顾客进店购买。对于遮挡“三宝乐”品牌名的原因,该店工作人员透露称:“新侨三宝乐面包店牡丹园店为加盟店,门店还在与三宝乐品牌方协商是否续约。”

新侨三宝乐面包店牡丹园店周边商户向北京商报记者表示,这家门店招牌被遮挡的现象已接近一个月。“可能是制作方跟三宝乐之间未沟通好,所以暂时不能用这个牌子。”与此同时,新侨三宝乐面包店牡丹园店已不接受三宝乐品牌储值卡消费。

北京商报记者在走访中了解到,目前,仅新侨三宝乐面包店牡丹园店一家加盟店遮挡了“三宝乐”品牌标记。

新侨三宝乐面包店始创于1985年,作为上世纪80年代首批“开放式自选面包店”之

一,彼时受到消费者的追捧。北京商报记者走访多家门店发现,如今到店购买的顾客以中老年人居多。一位新侨三宝乐面包店双安商场店的消费者表示,“好多年前就开始买他们家的面包,觉得味道还不错”。不过,在大众点评上,有消费者吐槽新侨三宝乐面包店牡丹园店,“原来是加盟店,太难吃了”。据介绍,新侨三宝乐面包店牡丹园店已经开业七年。

输出配方成隐患

面对新侨三宝乐面包店牡丹园店后续如何经营的问题,在与北京商报记者的交流中,新侨三宝乐面包店牡丹园店工作人员透露,“若后续无法采用‘三宝乐’的招牌,面包店仍会正常经营,面包的选材、口感也会与现在一样”。

或许是因为与加盟店“续约”中存在的问题,让新侨三宝乐面包店品牌方对自己的加盟内容、条款进行调整。北京商报记者以寻求加盟的身份致电新侨三宝乐面包店,负责加盟业务的工作人员表示,“目前,公司暂不接受新的加盟合作,加盟业务合作内容将有新的调整,合作恢复时间暂时不能确定”。该工作人员表示,新侨三宝乐目前有七八家加盟店,占门店整体数量的半数以上。



2022年中国烘焙食品行业

市场规模
2853亿元
同比增长9.7%
相关企业注册数量
29345家

购买选择
专卖店、线下商超为主要渠道,而品牌烘焙食品成为消费者首选

预计2025年市场规模:3518亿元

烘焙食品购买主力
烘焙消费者以中青年为主
22-40岁用户达88.1%

(数据来源:艾媒咨询)

对于上述情况,北京商报记者明确媒体身份与新侨三宝乐面包店取得联系,工作人员向记者否认了“暂停加盟”这一说法,“没有暂停加盟业务,只是公司现在需要对加盟的内容、条款信息等进行调整”。对于调整的原因,他表示,是出于对品牌发展的慎重管理,加强品牌形象、品质及利益的维护,加强对品牌的市场保护,保护品牌长久的发展形象以及发展价值。

对于新侨三宝乐面包店牡丹园店遮挡招牌一事,上述工作人员称“不太清楚”,没有做过多透露。

而上述提到的调整似乎也与其品牌与加盟商的条约有一定关联。北京商报记者在部分

加盟招商网站中看到,新侨三宝乐面包店的招商介绍中提到,品牌方提供调料以及全套技术秘方、生产工艺流程制作方法。以此来看,新侨三宝乐面包店向加盟商输出制作工艺、产品配方,为加盟店能否长久合作埋下了隐患。

同样作为加盟店的新侨三宝乐面包店志新路店的工作人员也指出,店内糕点师傅会以同样的原料、手艺烤制糕点。

加盟模式考验

一直以来,加盟模式对品牌方的运营管理能力有着巨大的考验,当品牌的管理体系尚不成熟时,将面临不小的风险。北京市京

律师事务所企业知识产权法律事务部主任刘东阳指出,品牌研发的产品配方很多企业是通过“商业秘密”进行了保护,品牌方与加盟商合作时,合作条款中应明确“双方就配方达成了保密协议、加盟商承担保密责任、品牌商交付了配方”等内容,以实现对方配方的保护。

不过,刘东阳提到,食品类商品“独特品质”是否是出于同一配方从表面上很难看出,品牌方想要维权,会存在举证难的情况。品牌方可以以先行起诉的方法,完成初步侵权对比,如果对对方不认可,需提供反证,诉讼过程中针对争议较大的事实法院往往也会指定第三方鉴定机构做出界定。

实际上,上述情况的出现与隐患,源于品牌方与加盟商没有形成深度的绑定。尤其是烘焙店的人行门槛相对较低,配方、工艺等容易被掌握,这使得行业的加盟模式出现了合作短板。

一位不愿透露姓名的业内人士指出,一般情况下,连锁企业会将核心的配方的商品采用中央厨房或源头工厂统一配送等模式为加盟店供货,不会完全将配方直接交付到加盟商手中。一方面保证核心技术安全,另一方面通过集中配送的方式也能更好把关产品质量。

该业内人士也指出,出现上述类似情况,也将倒逼品牌方升级连锁加盟模式,将核心配方实现集中生产、统一管理,实现其他分店、加盟店只负责二次加工与经营上的管理。

王志宏指出,在搭建好基础供应链后,在管控方面,品牌方要加强管理,让加盟商按照品牌要求使用品牌,同时品牌方要有一套比较强大的加盟管控机制和管控体系,与加盟商产生更紧密的连接。

北京商报记者 王维祯 胡静蓉

可口可乐加速重振中国市场

2月14日晚,可口可乐公司发布2022年四季度及全年财报显示,2022年可口可乐全年营收为430.04亿美元,同比增长11%;经营利润为109.09亿美元,同比增长6%;净利润为95.4亿美元,同比下滑2%。

其中,可口可乐四季度营收为101.25亿美元,同比增长7%;经营利润为20.75亿美元,同比增长24%;归属于股东的净利润为20.3亿美元,同比下滑16%。



值得注意的是,中国市场所在的亚太地区在2022年四季度净收入为10.41亿美元,占总营收比重约10.3%,但同比仅增长了3%,同时单箱销售数量同比下降了1%。

对此,可口可乐公司在财报中指出“与疫情相关的流动限制而导致中国市场销量下降”,下降幅度甚至抵消了在印度和越南市场的强劲增长。

值得注意的是,根据可口可乐三季报,在2022年三季度,中国市场还保持着一定增长。汽水单箱销量、果汁源果粒橙等的增长都提到了来自中国市场的推动,并在财报中专门提到“亚太市场受中国和印度强劲增长的推动,单箱销量增长了9%”。也就是说,可口可乐中国市场在较短时间内出现了明显的销量下滑。

针对这一问题,可口可乐相关负责人向北京商报记者提供的信息中提到,可口可乐在过去一年于中国市场的动作并不少。“一方面,公司在消费者熟悉的含气饮料品牌上做出诸多创新尝试,去年可口可乐于中国市场先后推出三款限定产品,雪碧也扩充了无糖产品线;另一方面,公司不断调整产品组合,2022年在中国市场上市了二十余款产品,覆盖风味汽水、果汁、咖啡和茶等多个品类。”

在香颂资本董事沈萌看来,中国市场竞品增加,特别是激烈的价格战、营销战,分流了部分年轻消费群体对可口可乐的需求,是可口可乐在华销量下降的重要原因。

数据显示,中国碳酸饮料产量在2014年达到1810.7万吨的巅峰后开始下滑,2017年产量跌至1744.4万吨,此后连续三年负增长,行业发展逼近天花板。艾媒咨询数据显示,我国饮料销售金额年复合增长率为4.46%,而碳酸饮料年复合增长率低于全品类的复合增长率。对中国消费者而言,对可口可乐“快乐水”的需求正在不断减少。

另一方面,中国饮料市场规模逐渐扩张,可口可乐面对的竞争者不断增多。根据中国企业数据库,截至2022年8月下旬,中国软饮料行业的主要企业共达到24375家。元气森林等品牌推出的健康无糖饮料兴起,进一步加剧了对可口可乐中国市场的分割;国产汽水也伴随北冰洋、冰峰加速上市以及天府可乐、非常可乐等回归营销而重获一批消费者支持。

作为可口可乐的第三大市场,中国市场的形势让可口可乐也尝试做出一些改变。2023年1月1日起,可口可乐大中华区进行换帅,由吉路克出任大中华区总裁。天眼查App显示,1月5日,可口可乐(中国)投资有限公司发生工商变更,法定代表人已变更为吉路克。

在产能扩张上,进入2023年,可口可乐与中粮可口可乐、太古可口可乐两大装瓶合作商加速对本土产能布局。今年1月,太古可口可乐昆山项目签约落地,总投资额达20亿元,预计将配备13条生产线,最高年灌装饮料160万吨;同月,浙江太古可口可乐投资的饮料新生产线在杭州下沙工厂正式落成投产;太古可口可乐还表示,未来五年将持续加大在华投资,预计在工厂基础设施方面投资人民币55亿元以上。

谈及中国市场下一步的发展,可口可乐公司董事会主席兼首席执行官詹姆士·潘尼在可口可乐电话会上表示,预计中国市场放开后将对可口可乐公司的业务带来积极的影响,销量会超过2019年的数字表现。

但在业内看来,面对中国饮料市场不断扩大、热门品牌与品类增多,加之国产汽水的兴起,可口可乐能否在新的一年里夺回市场销量还是未知数。

“一旦其他竞品的价格竞争或概念营销难以为继,可口可乐流失的份额或许仍会回归。对可口可乐来说,虽然核心产品的基础稳固,可是随着世代交替、健康等观念提升,需要及时推出可以获得新世代青睐的产品。”沈萌表示。

北京商报记者 郭秀娟 张函

广告

西泠印社二〇二三年春季拍卖会 北京、天津公开征集

天津站: 2月18日(周六)
地点: 天津市政协俱乐部
(天津河西区解放南路273号)

北京站: 2月19日至20日(周日、周一)
地点: 西泠拍卖北京办事处 东城区东四头条7号(地铁5号线、6号线“东四站”B口出左转)

详询: 0571-87896778、0571-87812580

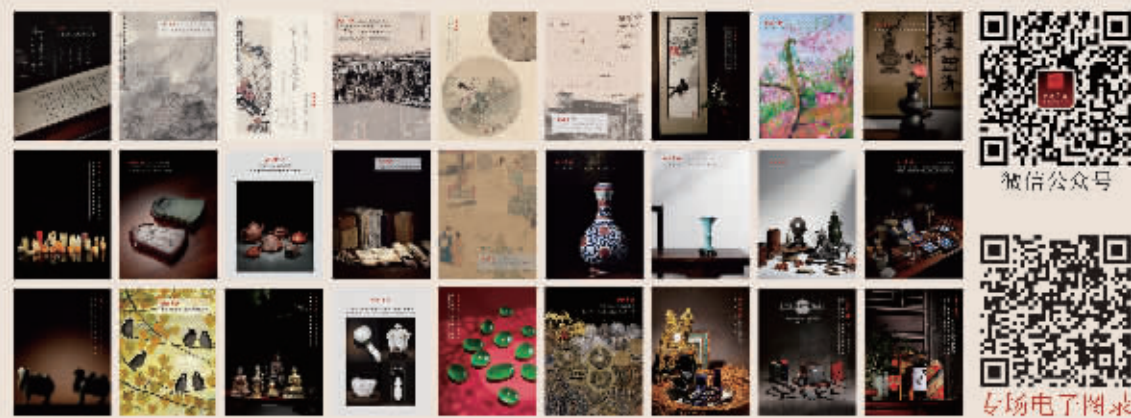
公司常年征集:

中国书画、中外名人信札手稿、古籍善本、金石碑帖、名家篆刻及印石、珍品田黄、历代名砚、古董珍玩、文房杂件、历代瓷器、明清家具、紫砂及茶道具、造像艺术、中国历代钱币、油画雕塑、摄影及电影艺术、名家漫画、古代玉器、当代名家玉雕、和田玉籽料原石、西方古物、珠宝首饰、中外陈年名酒

公司杭州总部及北京办事处、上海办事处常年征集。

2023西泠春拍、西泠(绍兴)拍卖、西泠网拍·艺是同步公开征集。

西泠拍卖官网: www.xlysauc.com



微信公众号

专场电子图录

西泠印社二〇二二年秋季拍卖会·改期至2023年·预展全面上线

预展 3月13日至3月15日(周一至周三); 拍卖 3月15日至3月17日(周三至周五)

展拍地点 杭州国际会议中心洲际酒店·一楼(浙江省杭州市解放东路2号)

公司总部: 杭州市清涛街127号 0571-87896778

北京办事处: 东城区东四头条7号 010-84477279