

面对回锅油风波,俏江南总部宣称早已和南京店解除加盟关系

俏江南南京店回应:他们单方面解约,正在打官司

后续报道

“俏江南南京1912店卷入回锅油风波”后续报道

9月17日,快报报道了俏江南南京1912街区店“回锅油”风波,店家自曝“炸过食品的油沉淀一下继续给员工烧菜吃”,由此引发了市民对俏江南油品质量的关注。事发后,俏江南餐饮集团网站在首页贴出一份解除函,称今年4月12日已向南京加盟店发出解除特许经营的函。对此,南京1912街区店店长麻女士昨天称,2007年8月,该店与俏江南签订加盟协议,期限10年,至今还未到期。今年4月,总部单方面解约。目前双方正在打官司,是否解除加盟协议,要等法院判决。

□快报记者 赵守诚

最新进展

总部发声明与南京店撇清关系

昨天,打开俏江南网站首页,就能看到一条“俏江南关于加强门店管理及食品安全卫生的声明”。这是一份由俏江南集团通过新浪财经发布的声明,首先撇清了与南京店的关系,“近日,有媒体披露南京某使用‘俏江南’品牌的餐饮企业将回收油用于员工餐,引起我公司的注意。该店隶属江苏江南餐饮投资管理有限公司,曾与俏江南股份有限公司有特许经营合作,俏江南股份有限公司已于2011年4月发函与其解除合作关系。针对该店目前仍在‘俏江南’品牌的侵

权行为,俏江南已使用法律手段维护品牌和权益。”

声明还称,“针对因此事受到伤害和欺骗的该店员工及消费者,俏江南股份有限公司表示遗憾和歉意,我们会继续加强对加盟店的管理及过期加盟店的监督与跟进,确保每一位客人享受到俏江南品牌的品质和信誉。”

这份声明还公布了全国54家直营店地址,请社会各界监督,并保证:“俏江南会坚持不断地完善和改进自己,尽己所能提供给社会一个放心、安全、健康的用餐环境。”

各执一词

总部:拖欠特许经营费用,所以解约

俏江南网站上这份“关于解除特许经营合同的通知函”写道,2007年4月16日江苏江南餐饮投资管理有限公司与我司在北京朝阳区签订了特许经营合同,合同约定你公司为我司在南京的加盟商,2007年8月18日你公司正式开始运营俏江南南京加盟店,但我司发现,你公司运营至今,有如下重大违约行为……

通知函中列举的违约行为主要有:按合同约定,你公司应每天如实上传相关经营数据,但自2009年12月9日起,你公司已不再完整上传该经营数据,导致我司无法按合同约定收取各项特许经营费用。截至2011年3月,你公司的南京加盟店开业43个月,16个月的经营数据未上传,致使无法准确计算应交付的经营性使用

费,如按合同约定的保底使用费计算,你公司应付经营性使用费215万余元,实际已交纳94万余元,目前你公司仍欠经营性使用费120万余元。

通知函最后声明,由于你公司上述严重违约行为,导致我司无法继续履行特许经营合同,根据合同约定,你方延迟15日未向我方支付各项特许经营费用,我方可以书面形式通知你方解除合同,因此,发函通知你,即日起解除与你公司签订的特许经营合同。你公司应在接到本通知起3日内,停止使用俏江南专用菜品、商标等相关知识产权进行经营活动。

这份通知函落款为上海俏江南酒店管理有限公司,签署日期为2011年4月12日。

关于解除《特许经营合同》的通知函

致:江苏江南餐饮投资管理有限公司

现上海俏江南酒店管理有限公司就解除与你公司签署的《特许经营合同》相关事宜,致函如下:

2007年4月16日你公司与我司在北京朝阳区签署了《特许经营合同》。合同约定你公司为我司在南京市的加盟商,2007年8月18日你公司正式开始运营俏江南南京加盟店。但据可发现,你公司从开业至今,有如下重大违约行为:

1、依据你公司与我司签订的《特许经营合同》,你公司应每天如实上传天子星系统经营数据,但根据我司实际接收天子星数据系统显示,自2009年12月9日起,你公司已不再按照合同约定完整上传天子星数据,导致我司无法按照合同约定收取各项特许经营费用,你公司的行为违反了我司提供准确的运营数据及财务报表的约定,构成你公司未向我司交付经营使用费的事实,已构成了对合同根本违约。

2、截止到2011年3月,你公司南京加盟店共计开业43个月,由于你公司16个月经营数据未上传我司,致使我司无法准确计算你公司应交付我司的经营性使用费,但是,对于你公司未完整上传经营数据之月份按合同约定保底使用费计算,截止上述日期你公司

俏江南官方网站上的解除合同通知函

南京店:不愿回购才单方面解约

就总部声明一事,昨天,俏江南南京1912街区店的店长麻女士接受了快报记者的专访,她坚称:“俏江南总部声明4月份就解除加盟关系,那只是他们单方面解约,此事北京朝阳区法院正在审理,现在还没结果。根据2007年签订的特许经营协议,到2017年前,我们都是俏江南的加盟店。”

快报:总部说你严重违规,到底什么地方违规了?

店长:主要是有关回购的事,还有经济方面的一些问题。它要上市,各地加盟店都要回购,我们不愿意,它就要单方面解除加盟关系。

快报:当初加盟费用是如何计算的?

店长:2007年签订协议

时,说好加盟期10年,费用共200万元。另外还有管理费,按照营业额的一定比例交纳。10年期的加盟合同,才过去4年,它就要强行终止。

快报:你们与总部的矛盾怎么发生的?

店长:当初签加盟协议时,总部承诺,俏江南名气大,保证我们在多长时间内营业额能达到多少多少万元。我们加盟较早,当时俏江南在南京名气不大,开始生意不好。后来营业额上来了,他们又要回购。4年了,虽然现在生意很好,但也没达到当初总部承诺的。

对于麻女士的说法,昨天记者致电北京俏江南总部,但工作人员称领导周末不在,截至记者发稿时,也未有回应。

僵持不下

是否更名要等法院判决

尽管4月份总部就给南京1912街区店发函,要求停止使用俏江南的店名和商标,但直到昨天,该店仍醒目地挂出俏江南的招牌,内外装潢也都是俏江南的名字。与总部这样的僵持局面快有半年了,究竟要持续多久?下一步南京店有何打算?对此,店长麻女士表示,投资的南京老板还未决定是否要更名换牌子,这要等待法院的判决结果。“老板一直在交涉这个事,法院怎么判现在还不知道。总部目前只是单方面解约,法院判决前我们不会换招牌。”

麻女士透露,老板是南京人,2007年从房东手里租下这个门面,加盟俏江南,以经营中高档菜为主。发生回锅油风波是大家不愿看到的事,被电视台曝光的大堂经理靳某已被内部处理。

相关链接

俏江南南京紫峰店宣称不用“回收油”

俏江南网站公布的54家直营店名单中,南京有一家,叫紫峰店,位于紫峰大厦绿地购物广场,2010年12月开业,营业面积1890平米,可同时容纳367人用餐。

在南京城,打出俏江南招牌的店只有两家。近日传得沸沸扬扬的“回锅油”风波对紫峰店是否有影响?昨天,记者联系紫峰店,相关人士坦言,他们也很关注此事,但对生意几乎没什么影响。“毕竟性质不同,他们是加盟店,我们是北京总部的直营店。这几天我们的生意一直很好,包间都提前订了出去。”

对于直营店的油品使用,相关人士称,俏江南直营店始终将食品安全卫生放在第一位,通过对上游供应商的要求和监督,完善内部食品安全控制流程,确保消费者对俏江南品牌的信赖。为保证食用油安全可控,俏江南与中粮集团签订了食用油集中采购协议,并与有资质的废油回收企业签订了废油回收合同,确保送上餐桌的是健康食用油,坚决杜绝废弃的回收油进入非法流通的渠道。

白酒行业迎来“茅五洋”时代

截止到9月14日收盘,茅台股份的股价报于197.95元,市值为2055.08亿元;五粮液股价报于37.43元,市值为1420.83亿元;洋河股价报于139元,市值为1251亿元,三家白酒巨头市值均在千亿级别以上。

对此,有业内人士指出,茅台、五粮液、洋河股份都将面临一个问题,就是如何有效管理市值,如何有效激励管理层,股价上扬的确对提升市值有直接影响,但股价最高化决非市值管理追求的目的。

“市值管理对于洋河股份来说是一个全新的课题,也是一个正在探索

的课题。”洋河股份董秘丛学年接受笔者采访时表示,市值管理对于洋河来说是一个全新的课题,因为洋河上市时间比较短,对这一课题的认识还不够全面,不过洋河已经在这方面积极探索了。

据丛学年介绍,洋河股份的资本市场建设工程已经上升到产品经营这个层面上,这一课题的核心内容就是市值管理,洋河股份认为市值管理的目标就是最优化,其终极目标就是市值稳健、可持续增长,就是科学发展,不是盲目追求市值最大,而是追求市值最优化,这样才能符合投资者的期望。

不过,在五粮液股市上不断释放利好消息的背景下,洋河也不甘示弱。9月6日,洋河股份表示,公司决定自9月13日起适当上调公司部分产品出厂供货价格,其中“蓝色经典”系列产品平均上调幅度约为10%，“珍宝坊”系列产品及部分零星产品平均上调幅度约为5%。

不久前,洋河股份发布的中报显示,2011年上半年,洋河股份实现了飞速的发展。上半年,洋河股份实现营业收入61.72亿元,同比增长76.99%;实现利润总额25.86亿元,同比增长80.76%;归属上市公司股东的净利润

为18.13亿元。

如何保持洋河今年上半年快速增长的势头,目前已成为洋河下一步需要解决的问题。对此,丛学年告诉笔者,市值管理的核心问题就是发展,前提是要实现洋河股份业绩的稳步增长,这就要求洋河要一步一个脚印地开拓新市场,比如,洋河刚开始开拓市场时主要是在江苏省内,然后再逐步地向其他省市发展,不会急于求成,寻求全国遍地开花。

“在洋河市值方面,我们追求的不是多大多大,而是稳步地向前发展。”丛学年认为,洋河追求的是公司市值

稳步的向上发展,立足于长远发展,洋河希望股价同公司的发展能够形成有效的匹配。

近年来,洋河酒在白酒市场异军突起,掀起“蓝色风暴”,引起社会各界的广泛关注。特别是洋河、双沟两大酒企强强联合后,企业发展更加迅猛。

此前,“茅台(五)粮液(剑)(南春)”号称中国高端白酒的“铁三角”,长期以来统治着中国高端白酒市场。不过,近几年,白酒市场发生了颠覆性的改变,高端白酒市值超过千亿元的白酒有茅台、五粮液、洋河股份,逐渐开创了“茅五洋”时代。