2012年9月19日 星期三 编辑/丁兴威 图编/言琼 美编/刘铮铮 校对/张郁文 三湘都市报

打完“李鬼”后，老字号发展维权之路怎样走

德园之后，杨裕兴也被“李鬼”纠缠。百年老店走过的路不尽相同，但在保卫老字号以及捍卫加盟连锁上，他们有着相同的境遇要面对。对于同在长沙城的另一个饮食品牌向群锅饺来说，也经历打假，其发展的过程与方式却让人深思。

■记者 王文

保卫老字号【行动】

继德园之后，杨裕兴也受到“李鬼”的纠缠。百年老店多了一对“难兄难弟”。

市民刘先生称，在岳阳杨裕兴吃到的面条不是正宗杨裕兴的味道。杨裕兴长沙总部的人到岳阳一调查，发现竟然是一家冒牌店。

杨裕兴相关负责人李国安向记者透露，今年以来，他们就在岳阳、衡阳等地，打掉7家冒牌店。

实习生 李健 摄

数据

中华老字号长沙16家

记者从长沙市商务局获悉，长沙的中华老字号数量上升到16家了。

2006年商务部认定的第一批“中华老字号”中，长沙的火宫殿、玉楼东、九芝堂、杨裕兴、又一村、凯旋门、老杨明远、玉和、九如斋等9家企业榜上有名。2011年，长沙又有7家企业被商务部认定为第二批“中华老字号”，有德茂隆、甘长顺、黄春和、银苑、三吉斋等。

全省中华老字号企业共20家，其他四家是常德的清真第一春餐饮有限公司、沅江的德昌食品有限公司、衡阳的杨裕兴实业有限公司、湘潭的湖南龙牌酱业集团有限公司。与吃有关的老字号居多。

“面神杨裕興”傍“杨裕興”

去年年底，李国安在微博上发现一条投诉杨裕兴的微博，一位姓刘的先生称，岳阳火车站附近有一家杨裕兴，面条味道不正宗，和长沙总店的不是一个味。他觉得奇怪，他们在岳阳根本没有加盟店。

到实地调查后发现，这家“面神杨裕興”招牌中使用了“杨裕興”，但是跟他们没有任何关系。李国安立即向当地工商部门进行了投诉举报。

同时，杨裕兴还在衡阳城区和南岳等地发现了6家打着杨裕兴牌子的面馆，其中3家打着“面神杨裕興”的招牌。记者从调查提供的照片上看到，这7家面馆都经营粉面等食品，门店的招牌上都使用了“杨裕興”三个字。李国安表示，杨裕兴从1998年就开始搞连锁经营，到目前为止，已有60余家加盟店，但这7家店没有跟他们签订任何加盟手续。

七家冒牌“杨裕興”更名

经过工商部门调查，岳阳火车站附近这家店跟衡阳杨裕兴签订了加盟合同，而衡阳和南岳等地的3家“面神杨裕興”跟衡阳杨裕兴也有亲戚和朋友关系。

李国安介绍说，杨裕兴是长沙饮食集团旗下的餐饮品牌，1996年9月，该公司注册了“杨裕興”42类的商标。享有“杨裕興”在餐馆面食上的商标专有权。

和上述几家侵权面馆相关的衡阳公司叫“湖南杨裕兴面业有限公司”，该公司先后在1997年和2008年注册了“杨裕興”和“面神”两个商标。两商标只能用于产品包装上，不能在餐馆面食上使用。经工商部门处理，7家涉嫌侵权的餐馆现已全部拆除所有侵权的物品，并改变了店名。

“大学生督察队”盯连锁店

“杨裕興”面馆创建于清光绪二十年(1893)，至今已有119年的历史。杨裕兴总经理周光华说，面馆1988年实行了经营承包责任制，1998年，开始探索连锁经营。到目前为止，仅长沙就有连锁店50多家。

“我们的连锁店，店里做出的面，从面料到配料，都是总店统一配送的，我们的师傅也是经过总店统一培训的。”周光华说，对于总店和分店味道差别这个问题，周光华表示，做面是个手工活，在时间、火候上的掌握，很难做到百分百一致，所以说味道与总店一点差别没有，那也不现实。周光华说，刚开始做连锁那几年，每年都会有10%的连锁店因为各种原因淘汰出局。“我们跟加盟店签订了合同，要求每个店必须做到‘六统一’。”周光华透露，为此，今年特地招了5名大学生成立督察队，专门督察各连锁店落实情况，只要是3次抽查不合格，就要摘牌。

新招

探因

记者 田超 摄

保卫老字号【迷途】

只要去长沙坡子街向群锅饺，总能看到排长队买锅饺的市民。

在长沙南门口、河西岳麓山等地，也有不少向群锅饺店，锅饺店招牌名称一致，但门店装修风格等各有差别，到底是怎么一回事呢？

都是加盟店为啥不一个样

接手向群后，李鸣做的第一件事就是打假。李鸣说，2009年，“和记”就打掉了6家假冒向群的锅饺店。与此同时，他也在逐步发展加盟店。到目前为止，向群锅饺在长沙就有11家连锁店，其中包括坡子街分店。

李鸣说，凡是加盟店都允许使用向群招牌，同时还会对厨师和员工进行培训，确保口味一致。当记者询问，同样是加盟店，为什么门店招牌和门店装修风格会有这么大的差距。李鸣说，“和记”接手向群时，就是一个烂摊子，他早就想将各家门店的装修风格、员工服装等全部统一，但是苦于没有资金。

记者又问，向群锅饺坡子街店为什么否认与其他店的关系时，他表示，早已知道此事。“坡子街店的老板靠向群赚了钱，想占有这个品牌，但是我们不答应。”李鸣说，商标权在我们手中，他如果不想做，可以退出。

向群锅饺店“互掐”

9月16日上午，记者来到向群锅饺南门口店，在进门处的墙上贴着竖排的向群锅饺历史介绍，正对着灶台上放着刚煎出来的锅饺。店内菜单菜品很多，除了锅饺，还有各种凉菜，因店门口正在修地铁，来店内吃锅饺的人不是很多。

位于坡子街的主店店面要更大一些，店里装修风格差别不大，但是店里的生意要比南门口店好很多。当记者打听两家店的关系时，坡子街店内的店员均表示，“没有关系。”而南门口分店店员没正面回答，只是说，“两家店的主厨都是同一位老师傅培训出来的。”

在岳麓山登高路上的向群锅饺总店，记者看到，这家店的门店装修风格和坡子街、南门口两家店差别很大，门店的招牌是红底黄字，店内的装修风格也比较现代，不同于向群锅饺坡子街店的古朴。店主表示，和上述两家店系出同门。

坡子街店只是加盟店

为什么同样的门店，却称没有关系，而不同风格的店，又称出自同一家呢？记者找到了向群锅饺品牌持有方长沙饮食集团长沙和记餐饮有限公司。该公司负责人李鸣说，三家店都是同一家。

据李鸣介绍，向群锅饺是长沙饮食集团旗下的品牌，原本是黄兴路边的一家小店，店小生意却很好。1998年，黄兴路拆迁，小店也被拆除。2006年，考虑到向群品牌影响力，长沙市饮食集团正式注册“向群”商标。李鸣说，2006年，向群第一家门店在坡子街开业，到现在，已经有了11家连锁店。李鸣还向记者出具了向群锅饺坡子街店的加盟合同书。

支招

反思

老字号若无力“自卫”政府应出面

长沙市弘铭商标事务所是最早介入百年老字号品牌保护的。该所所长吴敏说，对于百年老字号的保护，一定要商标先行。杨裕兴之所以能如此快速地打掉“李鬼”，就是注册了商标，保护了商标的专有权。

他还建议，对于一些闲置，还没有得到商标权保护的百年老字号，由政府出资或政策上进行保护。对于已经注册了的百年老字号，在办理工商营业执照时，应该拒绝其登记注册。吴敏以吴大茂举例说，吴大茂曾是长沙响当当的百货品牌，以做针和五金闻名，如今却销声匿迹。如果政府能加以引导和扶持，让他转型升级，将他做成王府井百货这样的品牌也不是没有可能。

加盟不是简单的收费

尽管算不上严格意义上的老字号，但向群锅饺与其他老字号一样，也都采取了加盟模式。

“加盟模式本身无可厚非”，中南大学教授王林曾说，要做好加盟模式，一定要加强管理模式化、标准化，而不是简单地收门面费和加盟费，“比如麦当劳、肯德基，对加盟店实行的是制度管理、文化管理，加盟要求高，指标非常细。”

“加盟是一个商业模式，如果这些加盟店管理得不好，会砸牌子，”湖南省餐饮行业协会会长周新潮曾建议，如果实行加盟模式的话，一定要加强统一监管，应该派人去监督，各个方面要自己去把关。